

**HÉVÍZI TURISZTIKAI NONPROFIT KFT.
ÜZLETI TERV
2025. ÉV**



Készítette:

Pálffy Tamás, ügyvezető igazgató
2025. január 13.

Aktualizálta:

Halász Éva, ügyvezető igazgató
2025. május. 22.

Tartalomjegyzék

Tartalomjegyzék	2
I. A TÁRSASÁG ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA.....	3
I.1. A Társaság alapadatai	3
I.2. A vállalkozás története, céljai.....	4
II. MARKETING ÉS CSELEKVÉSI TERV.....	6
II. 1. Turisztika adatok áttekintése	6
II.1.1. Globális helyzetkép	6
II.1.2. Magyarországi adatok - 2024	8
II.1.3. Hévíz – Turisztikai adatok 2024	12
II.1.4. Turisztikai trendek, jövőkép	14
II. 2. Termékek, szolgáltatások pozicionálása, célcsoportok meghatározása	16
II.4. Tourinform iroda működtetése.....	18
II.5. Marketingakciók.....	18
Marketing terv.....	20
II.6. Pályázati tevékenység	22
III. VEZETŐSÉGI ÉS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS.....	22
IV. PÉNZÜGYI TERV	25

I. A TÁRSASÁG ÁLTALÁNOS BEMUTATÁSA

I.1. A Társaság alapadatai

- Működési forma: Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság
- Tulajdonosok:
 - Hévíz Város Önkormányzata, Székhely: 8380 Hévíz, Kossuth Lajos utca 1.
 - Hévíz Turisztikai Egyesület, Székhely: 8380 Hévíz, Rákóczi u. 2.
 - Hévízi Szobakiadók Szövetsége, Székhely: 8380 Hévíz, Széchenyi u. 10.
 - Danubius Szálloda és Gyógyüdülő Zrt., Székhely: 1051 Budapest, Szent István tér 11.
 - Hévinvest Spa-Golf Zrt., Székhely: 1119 Budapest, Tétényi út 84-86.
 - Hotel Carbona Zrt., Székhely: 8380 Hévíz, Attila u. 1.
 - Hotel Garden Kft., Székhely: 8380 Hévíz, Lótuszvirág u. 1.
 - Hunguest Hotels Szállodaipari Zrt., Székhely: 1056 Budapest, Váci u. 38.
 - Gelencsér Dental Fogászati Szolgáltató Kft., Székhely: 8380 Hévíz, Vörösmarty u. 75.
- Törvényes képviselő: Pálffy Tamás Csaba, 9700 Szombathely, Fürdő utca 8.
- A Társaság pontos neve: Hévízi Turisztikai Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság
- A Társaság székhelye: 8380 Hévíz, Rákóczi utca 2.
- A Társaság fő tevékenysége: Reklámügynöki tevékenység
- A Társaság melléktevékenységei:

2013. január 1-től

Könyvkiadás
Folyóirat, időszaki kiadvány kiadása
Piac-, közvélemény-kutatás
Hangfelvétel készítése, kiadása
Üzletviteli, egyéb vezetési tanácsadás
Egyéb kiadói tevékenység
Médiareklám
Iparcikk jellegű bolti vegyes kiskereskedelem
Összetett adminisztratív szolgáltatás
Könyv-kiskereskedelem
Fénymásolás, egyéb irodai szolgáltatás
Újság-, papíráru-kiskereskedelem
Egyéb m.n.s. új áru kiskereskedelme
Utazásszervezés
Egyéb pénzügyi kiegészítő tevékenység
Múzeumi tevékenység
M.n.s. egyéb szórakoztatás, szabadidős tevékenység

2020. június 6-tól

Élelmiszer jellegű bolti vegyes kiskereskedelem
Csomagküldő, internetes kiskereskedelem
Adatfeldolgozás, web-hozszing szolgáltatás

Saját tulajdonú, bérelt ingatlan bérbeadása, üzemeltetése
Szabadidős, sporteszköz kölcsönzése
Egyéb foglalás
Konferencia, kereskedelmi bemutató szervezése
Üzleti élet szabályozása, hatékonyságának ösztönzése
M.n.s. egyéb oktatás
Szakmai érdekképviselés
M.n.s. egyéb közösségi, társadalmi tevékenység

- Elérhetőségi adatok

Postacím: 8380 Hévíz, Rákóczi utca 2.

E-mail cím: office@hevizmarketing.hu

Tel.: 00 36 83/540-070

- A Társaság könyvvezetését végző neve: Nettné Weininger Ilona egyéni vállalkozó (8360 Keszthely, Györök Gy. u. 7., adószám: 66049236-1-40),
- A Társaság jogi képviseletét ellátja: Dr Fonnyadt Benedek (kamarai azonosító: 36060155, tel.: +36 30 298 1900, +36 99 508 240)
- A Társaság könyvvizsgálójának neve, címe: taggyűlésen megszavazták a tagok, hogy ne legyen könyvvizsgálója a Kft-nek

1.2. A vállalkozás története, céljai

Hévíz Város Önkormányzata a turizmusban érdekelt helyi szereplőkkel 2011. január 1-én alapította meg a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft.-t, azzal a céllal, hogy hatékonyabb, koncentráltabb turizmusfejlesztés és városmarketing feladatellátás valósuljon meg. A társaságot 2011. február 2-án jegyezte be a Zala Megyei Bíróság. Tevékenységét a taggyűlés által elfogadott éves üzleti terv alapján folytatja.

A szervezet a belföldi és az alábbi célpiacok irányába végzi tevékenységét: Németországban, Ausztriában, Szlovákiában, Csehországban és a háború kitöréséig Oroszországban folytatott aktivitásokat, melyeket kibővíti Lengyelország, Horvátország, Szlovénia és esetlegesen Izrael, Kína és Dél-Korea bizonyos területeire. Ezen területekről rendszeresen szervezett sajtó és utazási irodai study tour-okat, workshopokat a hévízi szolgáltatók bevonásával, valamint online és nyomtatott sajtó megjelenéseket koordinált.

A korábbi évek üzleti terveiben meghatározottak szerint a belföldi és külföldi kommunikációban online, nyomtatott, televízió, rádió kampányok mellett kültéri megjelenés, PR tevékenység, közösségi marketing aktivitás, városi csomagajánlat kidolgozása, a heviz.hu honlap fejlesztése és működtetése lett a társaság feladata, mely 2020. évben kibővült.

A marketingaktivitások mellett a társaság aktívan együttműködik a Hévíz Turisztikai Egyesülettel, a Hévíz-Balaton Airport Kft.-vel, valamint a térségi és országos turisztikai szervezetekkel (pl. MTÜ, Visitbalaton365).

2020. 05. 01-vel a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. átvette a Hévíz Turisztikai Desztinációs Menedzsment Egyesülettől a Hévízi Tourinform iroda működtetését, továbbá 2020. év nyaratól a Hévízen – beleértve a térség esetleges bevonását - megvalósuló turisztikai célú rendezvények megszervezési és megvalósítási feladatait is felvállalja.

A társaság jelentős szerepet vállal továbbá pályázati források megszerzésében Hévíz Város Önkormányzat, a Hévíz Turisztikai Egyesület és a szervezet számára, különös tekintettel a rendezvényekre vonatkozóan.

2025 február 1-től az ügyvezetői feladatokat Halász Éva vette át, a leköszönő ügyvezető, mint külsős tanácsadó továbbra is részt vesz a kft munkájában.



II. MARKETING ÉS CSELEKVÉSI TERV

II. 1. Turisztika adatok áttekintése

II.1.1. Globális helyzetkép

Az Európai Utazási Bizottság (ETC) legfrissebb jelentései szerint 2024-ben az európai turizmus jelentős növekedést mutatott, meghaladva a világjárvány előtti szinteket. Az év első negyedében a nemzetközi turistaérkezések és az eltöltött vendégéjszakák száma 6-8%-kal nőtt a 2019-es adatokhoz képest, ami erős alapot teremtett egy kiemelkedő évhez.

Az európai utazási kereslet erős lendületet mutatott a nyári hónapokban. A külföldi érkezések száma ősz közepéig kb. 6%-kal nőtt a 2019-es szinthez képest, miközben az éves növekedés kb. 7%-ot ért el. Az emelkedő trendet nagyobb események, a légiközlekedés javulása – különösen Kínából – és a fennmaradó, covid-időszak miatt kínálatelvonások okán a fellendülési kereslet támogatja. A világjárvány előtti helyreállítás Közép- és Kelet-Európában lassú, de folyamatos, amit az ukrajnai háború tartós hatásai is befolyásolnak.

Bár a turizmus új magasságokat ért el 2024-ben, Európa-szerte számos tüntetés zajlott a tömegturizmus hatásai ellen ezen a nyáron. Noha az általános infláció Európában tetőzött, a szolgáltatások inflációja makacsul magas maradt, ami magasabb utazási költségeket eredményezett, és arra kényszerítette a turistákat, hogy megfizethetőbb úti célokat keressenek. A legújabb előrejelzések szerint a turisták várhatóan 13,7%-kal többet költenek Európában 2024-ben, mint 2023-ban. Azonban a gazdasági bizonytalanság, a geopolitikai feszültségek és a növekvő utazási költségek jelentős kockázatokat jelenthettek Európa tartós fellendülése szempontjából 2024-ben.

Az eddigi adatok alapján az európai desztinációk több mint 50%-a meghaladta a 2019-es külföldi érkezési szintet, és közel egyharmaduknál több mint 10%-os növekedés volt tapasztalható. A déli és mediterrán európai térségben kis és nagy desztinációk vegyesen teljesítettek; például Málta (+32%) és Szerbia (+34%), bár alacsonyabb bázisról, valamint Portugália és Görögország (mindkettő +19%). Törökország (+16%) fokozódó versennyel néz szembe más mediterrán úti célok részéről, mivel az árérzékeny utazók elriadhatnak a növekvő áraktól. Montenegró (+14%) szintén jól teljesített, míg Spanyolország (+11%) rekord számokat ért el ezen a nyáron a túlturizmus elleni tüntetések ellenére. A leglassabb helyreállítás a balti államokban, illetve Romániában és Szlovákiában figyelhető meg, ahol 2019-hez képest 24% és 11% közötti visszaeséseket regisztráltak. A nyári turisztikai fellendülés tekintetében némi eltérés mutatkozott az egyes úti célok között. Az év eddigi adatai azt mutatják, hogy körülbelül minden harmadik úti cél meghaladta a 2019-es szintet a külföldi érkezések tekintetében.

Európa fellendülését főként a dél-európai és mediterrán úti célok, nevezetesen Szerbia (+15%), Montenegró (+14%), Portugália (+11%), Törökország (+8%), Málta és Görögország (egyenként +7%) hajtották. A jelentett célállomások mintegy 65%-a azonban még mindig nem érte el a járvány előtti szintet.

Január-augusztus időszakban 2019. évhez hasonlítva a nemzetközi vendégéjszakák számában: Lettország -28,9%. Litvánia -23,2%, Németország -5,3%, Magyarország -4,7%,

Németországból érkező turisták adatai

Cipruson regisztrálták a legerősebb növekedést a német érkezések számában, amely 47,1%-kal haladta meg a 2019-es adatokat. Még kérdéses, hogy az Izrael, Gáza és Libanon közelsége, valamint a térségben zajló konfliktus komolyan befolyásolja-e a jelenlegi trendet. Ciprust a kisebb volumenű Szerbia követi (24,4%), valamint Görögország (34,1%). Azonban Görögország adatai csak júliusig állnak rendelkezésre, így a szokásos csúcsidőszak még nem tükröződik a statisztikákban. A nyár eddigi erős teljesítménye ellenére a Német Utazási Szövetség (DRV) aggodalmát fejezte ki Görögország új turisztikai intézkedései miatt, amelyek magukban foglalják a szállodatulajdonosok és a hajós utasok megemelt díjait, tartva attól, hogy ezek elriaszthatják a német turistákat.

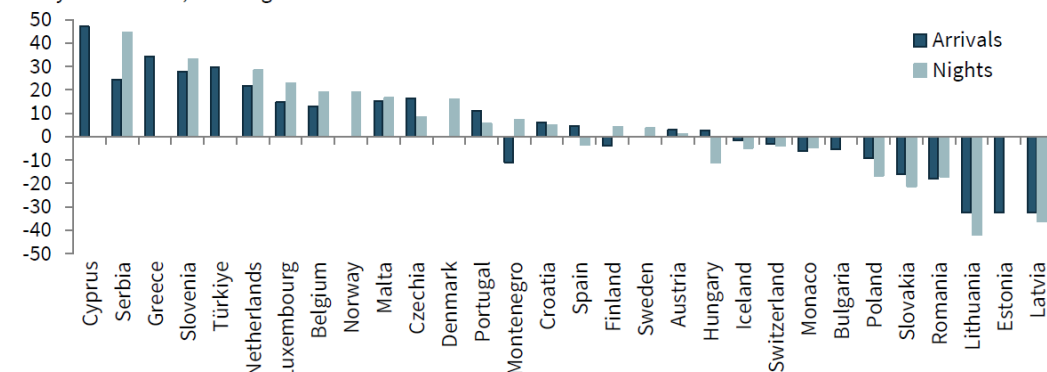
Számos kiemelkedő desztináció elérte a 2019-es szintet, legalábbis a német érkezések tekintetében. Közöttük figyelemre méltó Spanyolország – amely 4,5%-os növekedést mutatott 2019-hez képest, bár az előző negyedévhez képest kissé visszaesett. 2019-ben több mint 52 millió német turista érkezett Spanyolországba.

Törökország továbbra is népszerű úti cél maradt a német turisták körében, az érkezések száma 29,6%-kal haladta meg a 2019-es adatokat. Mindez annak ellenére, hogy a turisták jelentősen magasabb árakkal szembesültek nyári nyaralásuk során az előző évhez képest. Németország történelmileg Törökország egyik legnagyobb forráspiaca, így lehetséges, hogy a német turisták kevésbé árérzékenyek, mint más országokból érkezők.

Forrás: <https://etc-corporate.org/reports>

German visits and overnights to select destinations (% change on 2019)

2024 year-to-date*, % change relative to 2019



Source: TourMIS* *date varies (Jan-Aug) by destination

II.1.2. Magyarországi adatok - 2024

I. Negyedév

Január és március között összesen 2,9 millió vendég érkezett a magyarországi szálláshelyekre. Számuk 18%-kal magasabb, mint 2023 első három hónapjában. A vendégek több mint fele belföldi utazó volt, vagyis több mint másfél millió honfitársunk indult pihenni az év első három hónapjában. 14%-kal többen, mint egy évvel korábban, és összesen 3,3 millió éjszakát töltöttek a hazai szálláshelyeken. A vidék szálláshelyek zömét ők foglalták le, ugyanis a vendégéjszakák 72%-a származott a hazai turistáktól.

A vidéki Magyarországon 1,7 millió vendég foglalt szállást, az egy évvel korábban mértnél mintegy 15%-kal többen. A vendégéjszakák száma 13%-kal növekedett az előző évi időszakhoz képest.

A térségek közel felénél kétszámjegyű volt a növekedés. A szálláshelyek forgalma alapján legnépszerűbb térségünk az első negyedévben is a Balaton volt 877 ezer éjszakával, ezt követte a Mátra-Bükk (463 ezer) és Budapest környéke (450 ezer). A legnagyobb mértékű, az országos növekedés átlagát is jelentősen meghaladó ütemű forgalombővülést ugyanakkor a Sopron-Fertő (32%), Debrecen és térsége (30%), valamint Bük-Sárvár (28%) ért el, de a Balatonnál is közel 20%-os forgalomnövekedést tapasztalhattak a szálláshelyek.

A legnépszerűbb települések a fővárost követően valamennyien fürdővárosok voltak: sorrendben Hévíz, Hajdúszoboszló, Bük, Zalakaros és Sárvár.

A tavaszi adatok csak részlegesen elérhetőek, így azokat a teljes éves adatszárásig nem célszerű elemezni.

Június

Júniusban, a hazai szállodákban összesen 2 millió vendégéjszaka realizálódott, ami a múlt évinél 6,5%-kal magasabb volt. A belföldi vendégéjszakák száma (935 ezer) 2,3%-kal, a külföldieké (1 millió) 10,4%-kal múlta felül a tavalyit.

A vendégéjszakák közel 40%-a, összesen 804 ezer, Budapesten volt regisztrálva. Ez 11,8%-kal haladta meg a tavalyi adatot. A belföldi vendégéjszakák száma 0,1%-kal csökkent, a külföldieké 13,9%-kal nőtt 2023-hoz képest a városban.

A fővároson kívüli szállodákban 1,2 millió éjszakát töltöttek a vendégek, mely 3,4%-kal volt magasabb az előző évinél. Budapest után a legtöbb vendégéjszakát, összesen 413 ezret a Balaton idegenforgalmi régió szállodáiban töltötték a vendégek. Ezek 72,2%-a belföldi, 27,8%-a külföldi vendégekhez köthető. A hazai vendégéjszakák száma 8,1%-kal, a külföldieké 8,8%-kal múlta felül a tavaly júniust.

I. Félév

Idén az első félévben a hazai szállodákban összesen 9,8 millió vendégéjszakát töltöttek el a vendégek, melyből 4,5 millió volt a belföldi, 5,3 millió a külföldi. Az összes vendégéjszaka 9,6%-kal, a belföldi vendégéjszakák száma 7,9%-kal, a külföldi vendégéjszakák száma pedig 11,1%-kal volt nagyobb a tavalyinál.

A Balatoni régió szállodáiban június végéig a vendégek 1,6 millió vendégéjszakát töltöttek el, közöttük 1,2 millió volt a belföldi, 400 ezer a külföldi. Az összes vendégéjszaka 15,1%-kal több volt a tavalyinál. A belföldi vendégéjszakák száma 14,5%-kal, a külföldieké 16,8%-kal múlta felül a 2023 évit.

Az első félévben a Balaton régió szállodái összesen 48,3 milliárd Ft bruttó bevételt értek el, ami 19,9%-kal több a tavalyinál.

Idén június végéig a Balatoni régió szállodáinak szobafoglaltsága 42,7% volt. Ez 1,1% ponttal nagyobb volt a múlt évinél, a bruttó átlag szobaár 31.103 Ft volt, ami 3%-kal felülmúlta a tavalyit. A bruttó REVPAR 13.275 Ft volt, ami 6%-kal nagyobb volt a 2023 évinél. A bruttó TREVPAR 26.947 Ft, mely 10,4%-kal múlta felül a tavaly júniust.

2024 első félévében a Balatoni régió szállodáiban a vendégek összesen 3,8 milliárd Ft értékű SZÉP kártyát váltottak be. Ez a belföldi bruttó szállásdíjbevétele 23,8%-át tette ki a régióban.

Július

Júliusban, a hazai szállodákban összesen 2,6 millió vendégéjszaka realizálódott, ami a múlt évinél 6,8%-kal magasabb volt. A belföldi vendégéjszakák száma (1,4 millió) 5,9%-kal, a külföldieké (1,2 millió) 7,9%-kal múlta felül a tavalyit.

A vendégéjszakák 32%-át, összesen 843 ezret, Budapesten regisztrálták.

Ez 6%-kal haladta meg a tavalyit. A belföldi vendégéjszakák száma 2,6%-kal, a külföldieké 6,6%-kal nőtt 2023-hoz képest a városban.

A fővároson kívüli szállodákban közel 1,8 millió éjszakát töltöttek a vendégek, mely 7,2%-kal volt magasabb az előző évinél.

Budapest után a legtöbb vendégéjszakát, összesen 646 ezret, a Balaton idegenforgalmi régió szállodáiban töltötték a vendégek. Ezek 76,5%-a belföldi, 23,5%-a külföldi vendégekhez köthető. A hazai vendégéjszakák száma 7,3%-kal, a külföldieké 14,4%-kal múlta felül a tavaly júliust.

A KSH adatok alapján, idén júliusban a hazai szállodákban országosan közel 5,3 milliárd Ft, Budapesten 382 millió Ft, a Balaton idegenforgalmi régióban 1,9 milliárd Ft, a fővároson kívüli szállodákban 4,9 milliárd Ft értékű SZÉP kártyát váltottak be a vendégek.

A júliusban felhasznált SZÉP kártyák értéke országosan a belföldi bruttó

szállásdíjbevétel 21%-át, Budapesten 15%-át, a Balaton idegenforgalmi régióban 20,4%-át, a fővároson kívüli szállodákban pedig 21,8%-át tette ki.

A Balatoni régió szállodáiban július végéig a vendégek 2,2 millió vendégéjszakát töltöttek el, közöttük 1,6 millió volt a belföldi, 573 ezer a külföldi. Az összes vendégéjszaka 13,2%-kal több volt a tavalyinál. A belföldi vendégéjszakák száma 12,3%-kal, a külföldieké 16,2%-kal múlta felül a 2023 évit.

Az első hét hónapban a Balaton régió szállodái összesen 69 milliárd Ft bruttó bevételt értek el, ami 19,7%-kal több a tavalyinál.

Július végéig a Balatoni régió szállodáinak szobafoglaltsága 47,5% volt. Ez 1,7%ponttal nagyobb volt a múlt évinél, a bruttó átlag szobaár 35.244 Ft volt, ami 4%-kal felülmúlta a tavalyit. A bruttó REVPAR 16.750 Ft volt, ami 8%-kal nagyobb volt a 2023 évinél. A bruttó TREVPAR 31.590 Ft, mely 12%-kal múlta felül a bázist. 2024-ben július végéig a Balatoni régió szállodáiban a vendégek összesen 5,7 milliárd Ft értékű SZÉP kártyát váltottak be. Ez a belföldi bruttó szállásdíjbevétel 22,5%-át tette ki a régióban

Augusztus

Augusztusban, a hazai szállodákban közel 2,8 millió vendégéjszaka realizálódott, ami a múlt évinél 5,2%-kal nagyobb volt. A belföldi vendégéjszakák száma (1,5 millió) 5,5%-kal, a külföldieké (1,3 millió) 4,7%-kal múlta felül a tavalyit.

A vendégéjszakák 32%-át, összesen 895 ezret, Budapesten regisztrálták. Ez 6%-kal haladta meg a tavalyit. A belföldi vendégéjszakák száma 8%-kal, a külföldieké 5,7%-kal nőtt 2023-hoz képest a fővárosban.

A fővároson kívüli szállodákban közel 1,9 millió éjszakát töltöttek a vendégek, mely 4,7%-kal volt magasabb az előző évinél.

Budapest után a legtöbb vendégéjszakát, összesen 681 ezret, a Balaton idegenforgalmi régió szállodáiban töltötték a vendégek. Ezek 74,6%-a belföldi, 25,4%-a külföldi vendégekhez köthető. A hazai vendégéjszakák száma 7,7%-kal, a külföldieké 4,9%-kal múlta felül a tavaly augusztusit

Szeptember

Szeptemberben a hazai szállodákban 1,9 millió vendégéjszaka realizálódott, ami a múlt évinél 3,9%-kal nagyobb volt. A belföldi vendégéjszakák száma (825 ezer) 0,5%-kal, a külföldieké (1,1 millió) 6,6%-kal múlta felül a tavalyit.

A vendégéjszakák 42%-át, összesen 815 ezret, Budapesten regisztrálták.

Ez 10,4%-kal haladta meg a tavalyit. A belföldi vendégéjszakák száma 5,3%-kal, a

külföldieké 11,3%-kal nőtt 2023-hoz képest a fővárosban.

A fővároson kívüli szállodákban 1,1 millió éjszakát töltöttek a vendégek, mely 0,4%-kal kisebb volt az előző évinél.

Budapest után a legtöbb vendégéjszakát, összesen 330 ezret, a Balaton idegenforgalmi régió szállodáiban töltötték a vendégek. Ezek 65,7%-a belföldi, 34,3%-a külföldi vendégekhez köthető. A hazai vendégéjszakák száma 0,4%-kal nőtt, a külföldieké 4%-kal csökkent a múlt évhez képest.

Október

Októberben a hazai szállodákban közel 2 millió vendégéjszaka realizálódott, ami a múlt évinél 9,7%-kal nagyobb volt. A belföldi vendégéjszakák száma (904 ezer) 7,8%-kal, a külföldieké (1,1 millió) 11,4%-kal múlta felül a tavalyit.

A vendégéjszakák 41,8%-át, összesen 829 ezret, Budapesten regisztrálták.

Ez 9%-kal haladta meg a tavalyit. A belföldi vendégéjszakák száma 0,2%-kal, a külföldieké 10,7%-kal nőtt 2023-hoz képest a fővárosban.

A fővároson kívüli szállodákban közel 1,2 millió éjszakát töltöttek a vendégek, mely 10%-kal nagyobb volt az előző évinél.

Budapest után a legtöbb vendégéjszakát, összesen 301 ezret, a Balaton idegenforgalmi régió szállodáiban töltötték a vendégek. Ezek 70%-a belföldi, 30%-a külföldi vendégekhez köthető. A hazai vendégéjszakák száma 7,5%-kal, a külföldieké 23,9%-kal nőtt a múlt évhez képest.

November

Novemberben a hazai szállodákban 1,7 millió vendégéjszaka realizálódott, ami a múlt évinél 10,2%-kal nagyobb volt. A belföldi vendégéjszakák száma (780 ezer) 7%-kal, a külföldieké (941 ezer) 13%-kal múlta felül a tavalyit.

A vendégéjszakák 43,8%-át, összesen 753 ezret, Budapesten regisztrálták.

Ez 16,5%-kal haladta meg a tavalyit. A belföldi vendégéjszakák száma 14,5%-kal, a külföldieké 16,9%-kal nőtt 2023-hoz képest a fővárosban.

A fővároson kívüli szállodákban 967 ezer éjszakát töltöttek a vendégek, ami 5,7%-kal nagyobb volt az előző évinél.

Budapest után a legtöbb vendégéjszakát, összesen 234 ezret, a Balaton idegenforgalmi régió szállodáiban töltötték a vendégek. Ezek 74,7%-a belföldi, 25,3%-a külföldi vendégekhez köthető. A hazai vendégéjszakák száma 7,8%-kal, a külföldieké 2,6%-kal nőtt a múlt évhez képest.

Január-november országos adatok

A turisztikai szálláshelyeken 5,6%-kal több, összesen 41,3 millió vendégéjszakát regisztráltak.

A belföldi vendégek 2,0, a külföldiek 9,5%-kal több (20,8 millió, illetve 20,5 millió) vendégéjszakát töltöttek el a turisztikai szálláshelyeken

Január-november Balaton régió

A Balatoni régió szállodáiban november végéig a vendégek 3,8 millió vendégéjszakát töltöttek el, közöttük 2,8 millió volt a belföldi, 1 millió a külföldi. Az összes vendégéjszaka 10%-kal több volt a tavalyinál. A belföldi vendégéjszakák száma 9,7%-kal, a külföldieké 11,3%-kal múlta felül a 2023 évit.

Az első tizenegy hónapban a Balaton régió szállodái összesen 119,4 milliárd Ft bruttó bevételt értek el, ami 17,9%-kal több a tavalyinál.

Idén november végéig a Balatoni régió szállodáinak szobafoglaltsága 49,9% volt. Ez 1,7%ponttal nagyobb volt a múlt évinél, a bruttó átlag szobaár 36.255 Ft volt, ami 5%-kal felülmúlta a tavalyit. A bruttó REVPAR 18.074 Ft volt, ami 9%-kal nagyobb volt a 2023 évinél. A bruttó TREVPAR 33.620 Ft, mely 12%-kal múlta felül a bázist.

2024-ben november végéig a Balatoni régió szállodáiban a vendégek összesen 9,1 milliárd Ft értékű SZÉP kártyát váltottak be. Ez a belföldi bruttó szállásdíjbevétel 20,9%-át tette ki a régióban.

Forrás: KSH.HU, HAH.HU, TURIZMUS.COM

II.1.3. Hévíz – Turisztikai adatok 2024

Keresleti hatások

A 2024. évben a turisztikai forgalmat belföldön továbbra is a célközönség vásárlóerejének csökkenése befolyásolta negatív irányba, amit az infláció és az emelkedő megélhetési költségek támogattak. Ugyanakkor a külföldi piacokon a német nyelvű és a visegrádi országokból érkező turisták száma jelentősen emelkedett, amit a kedvező HUF-EUR árfolyam és a piaci marketingtevékenység is erősített. Az orosz-ukrán valamint az izraeli háború miatt fontos piacokról hiányzónak jelentős számban vendégek továbbra is. A globális kereslet lassú helyreállása kedvezett az európai úti céloknak így Magyarországnak is.

Kínálati hatások

A hévízi szálláshelyek szempontjából a szolgáltatások minőségének javulása folytatódott 2024-ben is, amely egyre versenyképesebbé tette ezeket a helyszíneket a nemzetközi piacon, különösen a felújítással érintett szállodák esetében. Az árak a minőségjavulás mellett

az infláció és a költségnövekedés (bérek, energiaárak, élelmiszerek) miatt emelkedtek, azonban csökkenő ütemben, mivel a keresleti piac ezt nehezen bírja el jelenleg.

Hévíz esetében a fő attrakció felújításának hiány, illetve a belvárosi pályázati projekt időbeli eltolódása gátolja a vendégek minőségérzetének maximalizálást, így rontva a város megítélését.

Az év első 3 hónapjában egyértelmű növekedés volt az előző évhez képest a belföldi és a külföldi piacokon is.

Április hónapban kisebb csökkenés volt a vendégszámokban (-6%), mely a húsvéti időszak éves váltakozásával magyarázható. Legjelentősebben a csökkenés az egyéb- és magánszálláshelyeket érintette (-30%).

A május-augusztus időszakban néhány százalékos emelkedés volt a vendégéjszakák számába, azonban továbbra is jellemző volt a kis szálláshelyek visszaesése, ugyan már kisebb mértékben (-10-12%)

Az őszi időszakban a cseh vendégek elmaradása volt jellemző a szeptember hónapban (időjárási vészhelyzet okán), ami a hotelek és a magánszálláshelyek esetében is jelentős forgalomkiesést okozott. Október és november hónapokban minden szálláshelytípus esetében már növekedés mutatkozott.

A vendég és vendégéjszakaszám adatok nyomonkövetése több forráson keresztül zajlik;

- az önkormányzat IFA-befizetési adatai

- a KSH-adatok, ahol a nemzetiségi adatok nem látszanak már

- az NTAK-adatok, melyekből csak részleges információkat látunk, illetve a helyi kereskedelmi szálláshelyek nemzetiségi adatai

Nemzetiségi adatok

A belföldi vendégek száma ismét növekedett. A 2019-es adatokat figyelve a jelentősebb fürdővárosok esetében kizárólag Hévzen történt jelentős emelkedés, ami a vendégek számában +26%-ot, a vendégéjszakák számában +13%-ot jelent.

Előző (2023.) évhez képest a hónapokat tekintve május-augusztus és október-december mutatott növekedést a belföldi piacon.

A Németországból érkező vendégek április-október időszakban töltötték a legtöbb vendégéjszakát Hévízen, és július-november időszakban nőtt a vendégéjszakaszámuk az előző évhez képest viszonyítva. Éves szinten stagnált, kissé emelkedett (+1%) a Németországból érkező vendégéjszakák száma.

A szomszédos Ausztriából továbbra is szinte az egész év folyamán jellemző volt a piacnövekedés, bár nem akkora mértékben, mint előző évben (+5%). Egyedül áprilisban és júliusban volt csökkenés. Jelentős potenciál van ezen a piacon, mind az idősebb vendégkör, mint a 40+ wellness üdülést célzó korosztály esetében. Májusban +20%-kal nőtt a vendégéjszakák és +40%-kal a vendégek száma.

A cseh és a szlovák ill. szlovákiai magyar vendégek számra évről-évre nő, a Szlovákiából érkező vendégek száma márciusban, júliusban és októberben nőtt jelentős mértékben, míg a cseh vendégek száma az év első három hónapjában és októberben.

A desztinációnk szempontjából kisebb piacok; lengyel, szlovén, horvát, szerb, olasz, izraeli tudtak jelentős növekedést elérni az előző évhez képest.

Forrás: Önkormányzati és belső/gyűjtött adatok. A nemzetiségi (gyűjtött) adatok nem fedik le a teljes kereskedelmi szálláshelykínálatot Hévízen, de tendenciák következtetésére megfelelő alappal szolgálnak.

II.1.4. Turisztikai trendek, jövőkép

Az alábbiakban összefoglaljuk a legfontosabb turisztikai trendeket

- A rövid kiruccanások helyett a turisták egyre inkább hosszabb idejű utazásokat terveznek, hogy alaposabban megismerhessék az adott hely kultúráját és mindennapi életét
- Környezettudatosság növekedése, Az utazók egyre inkább figyelembe veszik az ökológiai lábnyomukat, előnyben részesítve a környezetbarát szálláshelyeket és közlekedési módokat, valamint támogatva a helyi közösségeket.
- Az utazók 63%-a tervezi, hogy a fő turisztikai gócpontok helyett kevésbé ismert, de érdekes helyszíneket keres fel, elkerülve a tömegturizmus negatív hatásait
- Egyre többen keresik az olyan élményeket, amelyek az éjszakai órákhoz kapcsolódnak, mint például a csillagos égbolt megfigyelése alacsony fényszennyezettségű helyeken, éjszakai múzeumlátogatások vagy a sarki fény megcsodálása

- Növekvő népszerűségnek örvendenek a többgenerációs családi utazások, ahol a nagyszülők is részt vesznek, erősítve a családi kötelékeket és közös élményeket teremtve. Nyári hőhullámok a hűvösebb régiók felé „tolhatják” az utazókat.
- Nyár helyett egyre többen választják a tavaszt, a tavaszi utazás tendenciája mögött leginkább az idősebb, valamint a fiatalabb demográfiai csoportok állnak. A növekvő trendre hatással lehetnek a klimatikus változások is.
- Az AI-alapú eszközök, mint például a ChatGPT, egyre nagyobb szerepet kapnak az utazások tervezésében, személyre szabott ajánlásokkal és útiterv-készítéssel segítve az utazókat
- Növekvő igény mutatkozik az aktív kikapcsolódást nyújtó utazások iránt, beleértve a túrázást, vízi sportokat és egyéb kalandos tevékenységeket, amelyek lehetőséget adnak a természet közeli élményekre.

Forrás: turizmus.com, booking.com



II. 2. Termékek, szolgáltatások pozicionálása, célcsoportok meghatározása

Jövőkép									
Európa/Közép-Európa legmagasabban pozicionált gyógyhelyeinek egyike, a magyar egészségturizmus (és a Pannon Termál Klaszter) kiemelt vezérterméke									
A Nyugat-Balaton térség nemzetközi vonzerőt jelentő attrakciója, amely a kialakított tematikus termékeken keresztül hozzájárul a térség további attrakcióinak fenntartható hasznosításához									
Élményigéret	A vonzerő hatóköre	Célcsoport			Vonzerő és egyediség	Célcsoport-orientáció	Turisztikai motivációs trendek	Helyettesítő alternatívák/versenyársak	Kiegészítő feltételek
		bemutató	méret	fizetőképesség					
1. Életminőség-javítás a mozgásszervi megbetegedésben szenvedőknek - "a minőségi élet forrása"	nemzetközi	mozgásszervi megbetegedésben szenvedők és preventív kezelést igénylők, a természet és a kultúra iránt fogékony személyek	széles kör, a demográfiai trendek alapján egyre bővülő	magas (és közepes)	- világszinten egyedülálló komplex gyógyhatású ökoszisztéma; - jelentős hagyományokkal bíró, magas minőségű, komplex gyógyszerkezelések; - a Fesztetics-család és a polgári idők fürdőjelete	Biztos életminőség-javulás, barátságos és vendégszerető közegben. Gyógyulás polgári fürdőjeletet idéző közegben, változatos kulturális programokkal.	- az időseddel járó megbetegedések ellenére magas életminőség iránti igény; - kulturális igényesség, változatos programkínálat iránti igény; - egészségtudatosság erősödése	Kizárólag a magas pozicionált komplex és hatásos kúrákat kínáló, Monarchia-beli fürdővárosok és kiemelt gyógyhelyek	- a gyógyhatású ökoszisztéma, - komplex gyógyszerkezelések, - magas minőségű szállás és egyéb szolgáltatások, - változatos kulturális programok, - egyedi fürdővárosi közeg stb.
2. Komplex fizikai és mentális rekreáció - "még az idő is megáll ... az élet forrásánál"	hazai, szomszédos országok	egészségtudatos, elsősorban szellemileg leterhelt felső- és középpvezetők	közepesen széles kör, a gazdaság fejlődésével és az egészségtudatosság erősödésével bővülő	magas	- rekreációra kiválóan alkalmas, elzárt természeti környezetben magas minőségű, komplex szolgáltatások; - az egrii „grinzing”; - a Hévíz név	Egyedi hangulatú desztinációban, ahol a tökéletes nyugalom mellett adott a változatos kulturális programkínálat és a természet közelsége.	- fokozódó mentális terhelés a munkában és a hétköznapiakban; - egészségtudatosság erősödése; - individualizmus és minőségelvűvárosok növekedése	A hazai és a szomszédos országokban található, magas minőségű és komplex wellness-szolgáltatást nyújtó egységek/desztinációk	- magas minőségű wellness-szolgáltatások, - minőségi szállás és kapcsolódó szolgáltatások, - gasztronómia, - hangulatos nyugodt közeg stb.
3. Élményorientált szabadidő fiataloknak és fiatalosoknak - "a mozgás élménye ... az élet forrásánál"	hazai, szomszédos országok	párok és családok gyermekekkel, aktív középkorúak és idősebbek, sportolók és sportosak	széles kör	közepes és magas	- változatos természeti, kulturális, épített, szakrális és népi értékek egymást kölcsönösen kiegészítő rendszere, aktív lehetőségekkel; - az egrii „grinzing"	Változatos természeti és kulturális örökségekkel, helyi értékekkel rendelkező térség, ahol az értékek bemutatását minőségi programkínálat és komplex tematikus utak szolgálják.	- aktivitás és egészségtudatosság; - minőségorientáció és kulturális igény; - értékorientáltság; - a térség-specifikus adottságok felértékelődése	Változatos természeti környezettel és helyi kultúrával rendelkező térség, ahol az adottságokra minőségi tematikus (program)kínálat épült	- komplex programkínálat, - aktív tematikus útvonalak, tematikus térképek, - infrastruktúra, - sporteszköz kölcsönzők, - szervezett túrák és események, - helyi termékek és termelők stb.
Élményigéret közötti összhang									
Az élményigéret mindegyike alapvetően az egészségtudatosság köré épül. A desztináció természeti és kulturális közegének összhangja nyújtja mindezt; az egyes élményigéret ezen adottságokra építve más-más szegmens igényeihez igazodó, egymással összhangban lévő tematikus terméket kínál.									
Célcsoportok közötti összhang									
Az egészségtudatosságot középpontba állító termékek nagyrészt egymásra épülnek. A termék és a szegmens tekintetében azonban szezonális eltérés figyelhető meg. Az aktívabb szegmensek pedig fizikailag elkülöníthetők az idősek, az infrastruktúra és a tematikus utak irányításával.									

A korábbi években megjelölt célcsoportok hosszú távon is Hévíz pozícionálásának felelnek meg. Szükséges azonban figyelembe venni a célcsoportok generációváltását, azaz az „új seniorok” eltérő igényeit. A gyógyászati szolgáltatások esetében a prevencióra, rehabilitációra kell helyezni a hangsúlyt, míg a 35-59-es korosztály esetében az egyedi, trendi szolgáltatások köré kell tudni beépíteni a hagyományos hévízi kúra megújításra szoruló opcióit, kiegészítve a régió aktív turisztikai lehetőségeivel. A célcsoportok nemzetiségi megjelölését a II/5. pont tartalmazza.

2020 folyamán elkészült belföldi marketingstratégia tartalmazza a belföldi célcsoportok buyer personá-it, melyek továbbra is relevánsak.



II.4. Tourinform iroda működtetése

A Tourinform iroda működtetési feladatai 2020.06.01-óta tartozik a Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft.-hez. Az iroda alapműködtetését 3 fő látja el; 1 fő irodavezető és 2 fő informátor. A főszezoni időszakban gyakornokokkal, diákmunkásokkal szükséges a létszám kiegészítése.

A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft a hévízi Tourinform irodát a Magyar Turisztikai Ügynökséggel kötött Tourinform névhasználati szerződés alapján üzemelteti. Irodánk az idei évben is folyamatosan frissíti a Nemzeti Turisztikai Adatbázis (NETA) rendszerét, melyben az idei évtől már nemcsak attrakciók, de események is feltöltésre kerülnek, mely elősegíti az országos adatbázis további fejlődését.

A Kisfaludy2030 Turisztikai fejlesztő Nonprofit Zrt. által kiírt pályázat és az önkormányzat támogatásával sikerült 2024. évben az iroda teljes felújítása. A Kisfaludy-pályázat 2. Tourinform irodákat érintő pályázata segítségével pedig tovább bővítettük a szolgáltatásokat magas minőségű e-bike kerékpárokkal, így ismét növekedett az iroda bevételszerző képessége. 2021. évben bruttó 7M Ft feletti összeget eredményezett a kerékpárkölcsonzési tevékenység, míg 2022., 2023. és 2024. évben ez a szám már 11M Ft felett volt.

Az iroda az előző évekhez hasonlóan továbbra is törekszik a pontos információadásra, helyi és környékbeli programok propagálására, illetve kiadványok terjesztésére.

A látogatószám növekedését több módszerrel is mérjük, hagyományos kézi számlálással és statisztikavezetéssel, valamint digitális látogatószámláló eszközzel. A 2024-as évben az irodában összesen 16.482 (ebből 6.363 magyar, 5.374 német és osztrák, 1571 cseh és szlovák, 278 orosz) személyes ügyfélmegkeresés történt. Telefonon 2.501, E-mail-ben 1.716 alkalommal válaszoltunk a megkeresésekre.

II.5. Marketingakciók

Hévíz város és ezzel együtt a desztinációs marketingmunkája a 2020. év óta számos kihíváson ment keresztül, melyeket a gazdasági nehezítő körülmények, valamint az állandóan változó piaci környezet diktált. A szűkülő költségvetés ellenére a város kiemelten törekedett arra, hogy a Kft. marketingtevékenysége alkalmazkodjon az új kihívásokhoz.

A marketingmunka elsődleges célja az imázsfrissítés a meglévő piacokon és erősödő új, perspektívikus célpiacok megszólítása. A tervezési és a megvalósítási folyamatok során a szervezet szorosan együttműködik a helyi szállodák és szobakiadók szakértőivel, hogy közösen alakítsanak ki egy olyan stratégiát, amely hatékonyan képes a város adottságait a megfelelő

célpiacon bemutatni. A második negyedévben közös erőfeszítéssel új fókuszkampányokat tervezünk indítani a német, osztrák, cseh és szlovák piacokon, miközben az alacsonyabb költségvetésű aktivitások a lengyel, horvát, szlovén és szerb piacokat célozzák.

Az online marketingeszközök kiemelt szerepet kapnak, különös tekintettel az azonnali reagálás lehetőségére és a célcsoportokkal való interaktív kapcsolattartásra. Ezeket kiegészítjük hagyományosabb eszközökkel, mint a rádióhirdetések, kültéri reklámok és turisztikai kiállításokon való megjelenések.

A gyógyturisztikai piac az elmúlt években jelentős visszaesést tapasztalt, amit az orosz-ukrán konfliktus és az izraeli helyzet is súlyosbított. A nemzetközi turizmus helyreállításával várhatóan ezekről a területekről újra növekedés figyelhető meg, de a kieső vendégéjszakák pótlása rövid távon kulcsfontosságú feladat marad. A belföldi turizmus stagnálásával számolva az osztrák, cseh és szlovák piacok további erősítése mellett szűk költségvetéssel ugyan, de kiemelt figyelmet kap a lengyel, horvát, szlovén és szerb piaci jelenlét.

A német piacon a többhetes gyógykúra helyett rövidebb, modern eljárásokon alapuló programok bevezetésénél szükséges előkészíteni, amelyek az egészségmegőrzés és rekreáció irányába mutatnak. Az előzetes digitális kapcsolatfelvétel és az utógondozás részét képező online konzultációk szintén a csomagok részévé válhatnak, hogy a vendégek általános egészségügyi állapotát hosszútávúan is javítsuk. A prevenciót és a fenntartható, zöld turizmust középpontba helyező üzenetek továbbra is fontosak maradnak.

Ezen törekvéseinket támogatja a CROSSDEST projekt keretében elnyert pályázat is, amely a fenntartható turizmus és a digitális megoldások integrációját célozza. Ennek részeként a helyi vállalkozásokat, turisztikai szolgáltatókat ösztönözzük arra, hogy fenntartható és zöld megoldásokat alkalmazzanak, valamint elősegítsük az okos desztinációs technológiák bevezetését. A CROSSDEST keretében elért eredmények nagyban hozzájárulhatnak Hévíz turisztikai pozíciójának további erősítéséhez.

A marketingtervet 40 M költségvetésre dolgoztuk ki, azt aktualizálva az eredeti üzleti terv megszerkesztése óta keletkezett helyzetre, amit a Tófürdő középső részének bezárása eredményezett.

Készítette: Bőrczné Bolla Krisztina és Berta-Tóth Manuella / 2025.05.22. Marketing tevékenység lista		Terv főösszegek 2025	Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. Marketing terv 2025 II.											
Keretösszeg		Január	Február	Március	Április	Május	Június	Július	Augusztus	Szeptember	Október	November	December	
Minden sor egyben		40 015 396 Ft	1 017 944 Ft	5 507 147 Ft	1 880 324 Ft	730 381 Ft	3 030 000 Ft	4 360 000 Ft	2 980 000 Ft	7 480 000 Ft	9 930 000 Ft	3 630 000 Ft	2 880 000 Ft	1 580 000 Ft
		21 189 874 Ft	594 547 Ft	491 251 Ft	573 695 Ft	730 381 Ft	2 900 000 Ft	2 650 000 Ft	2 550 000 Ft	3 150 000 Ft	2 600 000 Ft	2 450 000 Ft	1 650 000 Ft	850 000 Ft
Online / ADS, YouTube, PPC és Soc		20 189 874 Ft	594 547 Ft	491 251 Ft	573 695 Ft	730 381 Ft	2 900 000 Ft	2 650 000 Ft	2 550 000 Ft	2 150 000 Ft	2 600 000 Ft	2 450 000 Ft	1 650 000 Ft	850 000 Ft
ADS/YouTube és Social Belföld		6 530 030 Ft	129 117 Ft	85 407 Ft	103 179,00 Ft	90 775 Ft	500 000 Ft	400 000 Ft	400 000 Ft	400 000 Ft	500 000 Ft	300 000 Ft	250 000 Ft	200 000 Ft
ADS/YouTube és Social Németország		3 496 829 Ft	81 471 Ft	190 641 Ft	94 465,00 Ft	204 975 Ft	400 000 Ft	400 000 Ft	400 000 Ft	400 000 Ft	300 000 Ft	300 000 Ft	200 000 Ft	200 000 Ft
ADS/YouTube és Social Ausztria		3 685 981 Ft	20 560 Ft	16 069 Ft	15 415,00 Ft	12 091 Ft	350 000 Ft	500 000 Ft	500 000 Ft	300 000 Ft	300 000 Ft	250 000 Ft	50 000 Ft	50 000 Ft
ADS/YouTube és Insta Szlovákia		1 839 730 Ft	41 747 Ft	14 010 Ft	15 546,00 Ft	11 391 Ft	200 000 Ft	200 000 Ft	200 000 Ft	150 000 Ft	100 000 Ft	100 000 Ft	50 000 Ft	50 000 Ft
ADS/YouTube és Social Csehország		1 000 000 Ft	96 673 Ft	35 215 Ft	137 489,00 Ft	171 074 Ft	100 000 Ft	200 000 Ft	100 000 Ft	200 000 Ft	400 000 Ft	400 000 Ft	100 000 Ft	100 000 Ft
ADS/YouTube és Insta Szlovénia, Horvátország		1 055 222 Ft	59 561 Ft	27 959 Ft	40 582,00 Ft	67 428 Ft	100 000 Ft	50 000 Ft	50 000 Ft	100 000 Ft	300 000 Ft	300 000 Ft	200 000 Ft	50 000 Ft
ADS/YouTube és Social Izrael		1 000 000 Ft	37 026 Ft	30 516 Ft	30 526,00 Ft	34 529 Ft	150 000 Ft	150 000 Ft	150 000 Ft	100 000 Ft	100 000 Ft	100 000 Ft	50 000 Ft	50 000 Ft
ADS/YouTube és Social Izrael Ads és Social Szlovénia, Horvátország		1 055 222 Ft	37 405 Ft	13 993 Ft	5 735,00 Ft	0 Ft	150 000 Ft	100 000 Ft	150 000 Ft	100 000 Ft	100 000 Ft	100 000 Ft	50 000 Ft	50 000 Ft
ADS/YouTube és Social Csehország		2 582 082 Ft	45 440 Ft	32 132 Ft	52 180,00 Ft	62 391 Ft	250 000 Ft	250 000 Ft	250 000 Ft	100 000 Ft	300 000 Ft	200 000 Ft	50 000 Ft	50 000 Ft
ADS/YouTube és Social Izrael		1 000 000 Ft	45 547 Ft	13 995 Ft	15 528,00 Ft	14 869 Ft	150 000 Ft	150 000 Ft	100 000 Ft	50 000 Ft	200 000 Ft	100 000 Ft	50 000 Ft	50 000 Ft
Blogger/Vlogger		1 000 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0,00 Ft	0 Ft	250 000 Ft	250 000 Ft	250 000 Ft	250 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft
Szlovénia, Horvátország		1 055 222 Ft	0 Ft	31 314 Ft	63 050,00 Ft	60 858 Ft	300 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	300 000 Ft	300 000 Ft	0 Ft
Blogger/Vlogger		1 000 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	1 000 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft
		1 000 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	1 000 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft
PRINT/Outdoor külföld		9 100 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	2 500 000 Ft	6 000 000 Ft	0 Ft	600 000 Ft	0 Ft
Print/Outdoor külföld		9 100 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	2 500 000 Ft	6 000 000 Ft	0 Ft	600 000 Ft	0 Ft
Oszttrák		3 000 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	1 000 000 Ft	2 000 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft
Német		2 500 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	2 500 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft
Szlovák		1 500 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	1 500 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft
Cseh		1 500 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	1 500 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft
Szlovén		600 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	600 000 Ft	0 Ft
Belföld egyéb		4 640 000 Ft	0	0 Ft	0 Ft	0 Ft	130 000 Ft	1 130 000 Ft	430 000 Ft	1 130 000 Ft	630 000 Ft	630 000 Ft	430 000 Ft	130 000 Ft
Online megjelenések, natív tartalom		1 040 000 Ft	0	0 Ft	0 Ft	0 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft
csodalatosbalaton, programturizmus		1 040 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft	130 000 Ft
Print megjelenések		1 500 000 Ft	0	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	500 000 Ft	0 Ft	0 Ft	500 000 Ft	500 000 Ft	0 Ft	0 Ft
Nők Lapja, Glamour, Funzine		1 500 000 Ft	0	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	500 000 Ft	0	0 Ft	500 000 Ft	500 000 Ft	0 Ft	0 Ft
Televíziós megjelenések		500 000 Ft	0	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	500 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft
magazinnműsor		500 000 Ft	0	0	0	0	0	0	0	500000	0	0	0	0
Rádió megjelenések		1 600 000 Ft	0	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	500 000 Ft	300 000 Ft	500 000 Ft	0 Ft	0 Ft	300 000 Ft	0 Ft
Spot		1 600 000 Ft	0	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	500 000 Ft	300 000 Ft	500 000 Ft	0 Ft	0 Ft	300 000 Ft	0 Ft
Outdoor megjelenés		0 Ft	0	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft
Egyéb kiadások		5 085 522 Ft	423 397 Ft	5 015 896 Ft	1 306 629 Ft	0	0 Ft	580 000 Ft	0 Ft	700 000 Ft	700 000 Ft	550 000 Ft	200 000 Ft	600 000 Ft
Piacspecifikus kiadványok, fordítás		2 407 088 Ft	0 Ft	664 159 Ft	312 929 Ft	0 Ft	0 Ft	580 000 Ft	0 Ft	0 Ft	500 000 Ft	350 000 Ft	0 Ft	0 Ft
Fotók, videók		698 500 Ft	0	0 Ft	198 500 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	500 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft
egyéb tartalék		1 000 000 Ft	0	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	200 000 Ft	200 000 Ft	200 000 Ft	200 000 Ft	200 000 Ft
Grafikai tervezés		781 000 Ft	254000	127 000 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	400 000 Ft
Kiállítás, workshop, ajándéktárqy		198 934 Ft	169397	4 224 737 Ft	795 200 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft	0 Ft

Brand	természetes, fenntartható, slow, értékmegőrzés, zöld, tiszta, fitt, családi, kisvárosi, tradíció	az egészség érték, a fenntartható jó
Turisztikai termékek	termékközpontú időszak fókusz tematikus hirdetés csoportok: pl: early bird ajánlatok áprilisban, kutya barát szálláshelyek, programkínálat kisgyerekeknek, gyógyvízzel rendelkező hotelek stb.	a desztináció élményigérete: környék látnivalói, Balaton, élményfürdők, BFN látogatóhelyek fitt életmód, aktív kikapcsolódás: kerékpárkölcsonzés, túrák, adrenalin aréna programkínálat, fesztiválok, fellépők magas színvonalú szálláshely kínálat: minősített magánszállások, wellness - és gyógy hotelek saját gyógyvízzel, saját egészségmegőrző kezelésekkkel egészségmegőrző, revitalizáló programok Hévíz-tó mint egyedi természeti érték, strand
Célpiacok	Ausztria Belföld Szlovákia Csehország Németország Izrael Szlovén Horvát	Bécs, Graz, Burgenland, határmenti régió, 35+ egészséges életmód, kultúra, wellness, fürdők, gasztró iránt érdeklődők, kerékpáros turisták, ünnepi (dec) időszakra érkezők 35+, elő- és utószezonban: wellness, fürdők, kultúra, aktív kirándulók, nyáron: családi nyaralások, élménykínálat, programok, látnivalók 35+, Pozsony és környéke: magyar és szlovák nyelven: családi nyaralások, élménykínálat, programok, látnivalók 35+, Prága, Bruno vonzáskörzete, elő és utószezon: aktív kirándulók, látnivalók, élménykínálat, nyáron: nyaralás, Balaton, fürdők, strandok, programok München és környéke, 35+, nyaralás, Balaton, fürdők, egészségprogramok, ősszel: wellness, Drezda nyár image kampány image kampány: főváros környéke utószezoni wellness, image videók, északi régiók kb. Maribor utószezoni wellness, image videók, északi régiók kb. Zagreb-ig
Piacspecifikus üzenetek	időszakonként	tavas: osztrák, cseh, magyar, szlovén, horvát: fitt életmód, kirándulás tippek élménykínálat, programkínálat nyár: magyar, szlovák, cseh, német, osztrák: családi nyaralás, élménykínálat, programkínálat, lengyel: image videó kampány kora ősz: magyar, osztrák, cseh, német: nem ért véget a strandszezon, élmények, kirándulások, wellness ősz: osztrák, magyar, német, cseh: revitalizáció, wellness, aktív tippek, szlovén, horvát: késő őszi wellness tél: osztrák, magyar, német: ünnepi időszak, wellness, adventi, szilveszteri programkínálat
Marketing	általános image kampányok minimalizálva termékközpontú időzített kommunikáció minimális termékfejlesztés egyéb	Google ADS / YouTube: minden piacon Social média (FB, Insta): minden piacon Study: augusztus 8-10 hétvégéjén, magyar, szlovák, osztrák, cseh újságírók, bloggerek, vloggerek, influencerek vegyes csoportja Print/online magazin: a study eredményeként, késő nyári, szeptemberi megjelenésekkel és élményigéretekkkel Fizetett print: máj. Funzine magazin: nyári programok, aug. vége: AT, SK, Nők Lapja nyári, őszi, Glamour kupon ősz, szept.: AT, DE, CZ megjelenéssel, nov.: SLO megjelenés E-mail marketing: meglévő levelező listára, havonta Online natív tartalom a CsodalatosBalaton oldalon TV: augusztus: beltartalom turisztikai magazinban Rádió: szpot: június-július-augusztus és november- Hévízi kedvcsináló, hangsúlyozva a rendezvényeket selfie pontok létrehozásának ösztönzése gamifikált városnéző program Saját kiadványok nyomtatása, terjesztése: invitativok több méretben, nyelven és a letépes térkép Megjelentünk a Bécsi turisztikai vásáron január-februári wellness és romantikus, valamint a tavaszi, húsvéti, early bird, és szobakiadás kampányok már megvalósultak

II.6. Pályázati tevékenység

A Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. az alábbi pályázatok megvalósításában, illetve fenntartásában vesz részt.

1. TFC-3.1.1-2020- 00004, A hévízi Tourinform iroda fejlesztése

Záró beszámoló elfogadva.

Fenntartási idő vége: 2029.07.01.

2. TFF-3.1.1.-B-2024-0003, A Tourinform iroda Hévíz szolgáltatásfejlesztése

Záró beszámoló elfogadva,

Fenntartási idő vége: 2030.01.09.

3. SIHU00138 - CROSSDEST

(2021–2027-es időszakra szóló Szlovénia–Magyarország Interreg Program standard projektekre vonatkozó Nyílt Pályázati Felhívásának keretében)

Támogatási szerződés aláírva, megelőlegezési hitelkérelem folyamatban.

Lead Partnerek vagyunk

Megvalósítás kezdete: 2024.11.01.

Megvalósítás vége: 2026.10.31

III. VEZETŐSÉGI ÉS SZERVEZETI FELÉPÍTÉS

A Társaság legfőbb szerve a **taggyűlés**, amely dönthet más szerv hatáskörébe tartozó kérdésekben is. A taggyűlést legalább évente két alkalommal össze kell hívni.

A taggyűlés egyhangú döntése szükséges az alábbi kérdésekben:

- a tagok társasági szerződésben foglalt kötelezettségeinek növelése,
- új kötelezettségek megállapítása, illetve
- az egyes tagok külön jogainak csorbítása.

A taggyűlés háromnegyedes szótöbbsége szükséges:

- a társasági szerződés módosításához,
- a felügyelő bizottsági tag, ügyvezető és a könyvvizsgáló kinevezéséhez, visszahívásához,
- a tag kizárásának kezdeményezéséhez,
- a Társaság megszűnésének, átalakulásának, egyesülésének, szétválásának elhatározásához,

- ha a Társaság törzstőkéen felüli vagyonából saját üzletrészt vásárol,
- ha a 2013. évi V. törvény, vagy a társasági szerződés másként rendelkezik
- részvételhez más vállalkozásokban, társaságokban, bárminemű és bármilyen mértékű hitelfelvételhez,
- a Társaság éves üzleti tervének elfogadásához.

Alkalmazottak

Ügyvezető

A Társaság ügyeinek intézését és képviselét az ügyvezető látja el. Az ügyvezető egyedül és önállóan képviseli a Társaságot.

Az ügyvezető feladatai:

- a Társaság munkaszervezetének a taggyűlés döntésének megfelelő kialakítása és irányítása,
- a munkáltatói jogok gyakorlása a Társaság munkavállalói felett,
- a Társaság képviselete hatóságok előtt és harmadik személyekkel szemben,
- a mérleg és a vagyonkimutatás, továbbá a tevékenységi körök szerint készített ügyviteli és bizonylati rend taggyűlés számára történő előterjesztése,
- a Határozatok Könyvének, a Társaság üzleti könyveinek szabályszerű vezetése,
- a Társaság éves munkaprogramjának elkészítése,
- az elfogadott éves munkatervből eredő munkafeladatok meghatározása,
- az alapító okiratban, a 2013. évi V. törvényben és a munkaszerződésben meghatározott egyéb feladatok.

Turisztikai igazgató – az ügyvezető igazgató utasításai szerint látja el a munkáját

Marketing menedzser - az ügyvezető igazgató és turisztikai igazgató utasításai szerint látja el a munkáját.

Online marketing menedzser – az ügyvezető igazgató és turisztikai igazgató utasításai szerint látja el a munkáját.

Irodavezető – az ügyvezető igazgató utasításai szerint látja el a munkáját

Informátor 1 - ügyvezető igazgató és az irodavezető utasításai szerint látja el munkáját

Informátor 2 - ügyvezető igazgató és az irodavezető utasításai szerint látja el munkáját

Belső tanácsadó testület

A Társaságnál 5 tagú felügyelő bizottság működik. A felügyelő bizottság határozatait egyszerű szótöbbséggel hozza.

A felügyelő bizottság feladatai:

- a Társaság ügyvezetésének ellenőrzése,
- minden fontosabb jelentést, mérleget, illetve a Taggyűlés elé kerülő előterjesztést megvizsgálni és álláspontját a taggyűléssel ismertetni,
- a kijelölt tag képviseli a Társaságot az ügyvezetővel kötendő szerződések esetén, valamint az ügyvezető ellen indítandó perekben,
- a felügyelő bizottság köteles a taggyűlést összehívni, a döntést kezdeményezni, ha azt az ügyvezető elmulasztja,
- a felügyelő bizottság az ügyrendjét maga állapítja meg és azt a taggyűlés hagyja jóvá.

Külső tanácsadók:

- Marketingszakmai tanácsadás – Hévíz Turisztikai Egyesület elnöksége
- Turisztikai Nagykövet – Hévíz Város Önkormányzat
- Pályázati és Turisztikai tanácsadó – volt ügyvezető igazgató

IV. PÉNZÜGYI TERV

Az alábbi táblázat tartalmazza részletesen a működési költségeket, valamint összefoglalóan a marketing és rendezvén célú kiadások összegét a II. 3. és 5. pontban részletesen bemutatottak alapján.

Pénzügyi terv 2025	
Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. Költségei 2025	Bruttó összeg Ft
Irodaszerek, egyéb anyag, üzemanyag	2 200 000 Ft
Irodabérlet, rezsi, telefon, internet, postakgt., karbantartás	3 500 000 Ft
Berendezések, eszközök	800 000 Ft
Könyvviteli és könyvvizsgálati szolgáltatás összesen	2 500 000 Ft
Egyéb szolgáltatások (hatósági díj, ügyvédi díj, megbízási-szakértői díj, bankkgt.,biztosítás stb.) összesen	5 000 000 Ft
Béreköltség, járulékokkal (továbbá egyszerűsített fogl.)	47 000 000 Ft
Egyéb személyi költség (napidíj, szállás, gk.haszn, béren kívüli juttatások)	3 500 000 Ft
ÁFA, iparűzési adó, egyéb adók	2 500 000 Ft
Működési és karbantartási költségek összesen	67 000 000 Ft
Marketingköltségek mindösszesen	40 000 000 Ft
CrossDest Projekt költségei (kivéve átalány - rezsi, személyi, utazás)	18 000 000 Ft
Hungarikum Alprogram	5 000 000 Ft
Mindösszesen marketing, rendezvény és működési költségek	130 000 000 Ft

Az alábbi táblázat tartalmazza a Társaság 2025. évi tervezett bevételeinek részletezését.

Hévízi Turisztikai Nonprofit Kft. tervezett bevételei 2025	Bruttó összeg forintban
Önkormányzati támogatás	68 000 000 Ft
Szolgáltatók imázs kampány hozzájárulás, együttműködések	23 000 000 Ft
Egyéb váll. tev. bevétel	17 000 000 Ft
CrossDest Projekt bevételei	22 000 000 Ft
Mindösszesen	130 000 000 Ft