

A MAGYAR TURIZMUS ZRT. MARKETINGBESZÁMOLÓJA 2010. SZEMTEMBER

Szeptemberben lezajlott, folyamatban lévő, illetve előkészítés alatt álló kiemelt akciók*



* A beszámoló terjedelmi korlátai nem teszik lehetővé valamennyi turisztikai régió és valamennyi külképviselő összes akciójának felsorolását.

TARTALOMJEGYZÉK

A MAGYAR TURIZMUS ZRT.....	3
KIEMELT MARKETINGAKCIÓK, KAMPÁNYOK.....	4
BELFÖLD.....	4
FESZTIVÁLOK ÉVÉHEZ KAPCSOLÓDÓ MARKETINGAKCIÓK/ESZKÖZÖK.....	4
VENDÉGBARÁT MAGYARORSZÁG.....	5
BOR ÉS GASZTRONÓMIAI TURIZMUS.....	5
KULTURÁLIS TURIZMUS.....	6
EGÉSZSÉGTURIZMUS.....	6
KERÉKPÁROS TURIZMUS.....	8
FALUSI TURIZMUS.....	8
ÖKOTURIZMUS.....	8
BALATONT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK.....	9
ÉSZAK-ALFÖLD TURISZTIKAI RÉGIÓT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK.....	9
AZ ÉSZAK-MAGYARORSZÁG TURISZTIKAI RÉGIÓT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK.....	9
DÉL-ALFÖLD TURISZTIKAI RÉGIÓT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK.....	10
KÜLFÖLD.....	12
LÉGI MARKETING ALAP.....	12
BUDAPEST WINTER INVITATION KAMPÁNY.....	12
BALATONT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK.....	13
PÉCS 2010 EURÓPA KULTURÁLIS FŐVÁROSÁT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK.....	13
HIVATÁSTURIZMUS.....	13
EGÉSZSÉGTURIZMUST NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK.....	15
AZ MT ZRT. KÜLKÉPVISELETEINEK TOVÁBBI MARKETINGAKCIÓI.....	18
KIÁLLÍTÁSOK, VÁSÁROK, RENDEZVÉNYEK.....	24
SZAKMAI KAPCSOLATOK.....	25
SAJTÓKAPCSOLATOK.....	27
BELFÖLD.....	27
KÜLFÖLDI MÉDIA ÉS SZAKMAI TANULMÁNYUTAK.....	28
KIADVÁNYOK.....	30
MÉDIA-MEGJELENÉSEK.....	31
E-MARKETING.....	33
PIACKUTATÁS ÉS STATISZTIKA.....	34
CONTACT CENTER.....	35
EGYÉB.....	36
EDEN.....	36

A MAGYAR TURIZMUS ZRT.

A Magyar Turizmus Zrt. a nemzeti turisztikai marketingfeladatok ellátásáért felelős Társaság. Küldetése, hogy szolgáltatás-centrikus módon hozzájáruljon a hazai turisztikai kínálat piacra viteléhez, és ezáltal elősegítse a Magyarországra irányuló turizmusforgalom élénkítését, a belföldi és külföldi vendégek és vendégéjszakák számának növekedését.

A Társaság elsődleges konkrét feladata az – egyéni, csoportos, szakmai – utazási döntések előmozdítása külföldön és belföldön. A nemzeti turisztikai marketingszervezet az eredményközpontúság és a költséghatékonyság jegyében kizárólag olyan tevékenységet végez, illetve finanszíroz a jövőben, ami kitűzött üzleti céljai elérésére közvetlen hatással van.

Tevékenységek:

A Társaság a saját üzleti céljainak elérése érdekében a következő tevékenységeket végzi:

- ✓ külpiaci lakossági marketingkommunikáció,
- ✓ külpiaci szakmai értékesítés-ösztönzés,
- ✓ belföldi lakossági marketingkommunikáció,
- ✓ belföldi szakmai értékesítés-ösztönzés,
- ✓ konferenciaturizmus szakmai kommunikáció és értékesítés-ösztönzés.

A Magyar Turizmus Zrt. a belföldi turizmus élénkítése terén hangsúlyos szerepet szán az ország kilenc turisztikai régiójában működő Regionális Marketing Igazgatóságoknak (RMI). Az RMI-k a régiók marketingtervében foglaltaknak megfelelően szorosan együttműködnek a helyi turisztikai szolgáltatókkal és regionális szervezetekkel, részt vesznek a termékfejlesztésben, a kiadványok elkészítésében, képviselik a régiót, illetve annak szolgáltatóit a belföldi és külföldi turisztikai kiállításokon, valamint közreműködnek a regionális pályázatok kezelésében és elbírálásában.

A Magyar Turizmus Zrt. jelenleg 19 országban működtet külképviseleteket. A külképviseletek feladata Magyarország mint turisztikai desztináció ismertségének növelése, imázsának javítása Magyarország legfontosabb, illetve dinamikusan fejlődő küldőpiacain. Ennek érdekében a külképviseletek piacspezifikus kiadványokat készítenek, illetve terjesztenek, kiállításokon, vásárokon vesznek részt, hirdetésekkel jelentetnek meg. Honlapjaikon széles körű információkkal segítik a magyarországi utazást tervező nagyközönséget, illetve a magyarországi utazásokat programozó szolgáltatókat. Folyamatos kapcsolatot tartanak fenn a helyi média és a turisztikai szakma képviselőivel, tanulmányutakat és sajtótájékoztatókat szerveznek.

Az MT Zrt. 2010. évi marketingterve letölthető a Társaság www.itthon.hu oldalának Szakmai oldaláról.

Az MT Zrt. 2010-re a **Fesztiválok Évét** hirdette meg, amelyről bővebb információ: <http://fesztival.itthon.hu/>

KIEMELT MARKETINGAKCIÓK, KAMPÁNYOK

A Magyar Turizmus Zrt. 2010 szeptemberében – az akcióterve szerint – **284 marketingakciót** szervezett.

BELFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. márkastratégiája alapján kidolgozott turisztikai arculatot külföldön 2008-ban vezetett be, 2009-ben már belföldön is ezzel az arculattal jelent meg. Az egységes megjelenés, amely az egyes témaévekre is kiterjed, erősíti az **országmarkát**. Ugyanakkor belföldön, akár csak külföldön, lehetőség van az egyedi, régiókra jellemző jegyek megjelenítésére is.

Állandó szlogen: „**Itthon otthon van**”

Tematikus szlogen: „**Élmény veled!**”

FESZTIVÁLOK ÉVÉHEZ KAPCSOLÓDÓ MARKETINGAKCIÓK/ESZKÖZÖK

✓ Fesztiválbusz

A Fesztiválok Évében a Magyar Turizmus Zrt. a MOL támogatásával, egy – külön erre a célra kialakított – fesztiválbusz segítségével népszerűsíti 2010. június utolsó napjától októberig a belföldi programokat a fesztiválok helyszínein. A busz – nevével ellentétben – sokkal több, mint egy busz: **találkozóhely, játszótér, információs pont és lounge egyszerre**.

A játékok az állomásoknak megfelelően alkalmazkodtak a közönséghez, így például a fiatalok, a gyerekek és a családok igényeihez, ami tovább növelte a busz kedveltségét a látogatók körében. A Fesztiválbusz játékain résztvevők regisztrációja lehetővé teszi, hogy a látogatókat a jövőben közvetlenül – például elektronikus hírlevél formájában – is megkeresse az MT Zrt. A jármű egyes állomásairól az érdeklődők folyamatosan tájékozódhatnak a Facebook közösségi oldalon.

A fesztiválbusz szeptemberi állomásai az alábbiak voltak:

- ✓ Nemzetközi Tiszai Halfesztivál: 2010. szeptember 3-5. Szeged
- ✓ Szolnoki Gulyásfesztivál: 2010. szeptember 10-12., Szolnok
- ✓ Etyeki Kezes-Lábos: 2010. szeptember 25-26., Etyek

✓ **EXIT Magazin Fesztiválok Éve különszáma**

A Fesztiválok Éve keretében 2010. szeptember végén megjelent az EXIT magazin újabb különszáma a Magyar Turizmus Zrt. együttműködésében. A kiadvány az október-decemberi időszakra vonatkozóan segít eligazodni hazánk gazdag fesztiválkínálatában. A témaév belföldi szlogenje – „élmény veled” – jegyében az érdeklődők turisztikai régiók szerint válogathatnak a színes programokból és a kedvezményes szállásajánlatokból. A különszám 200.000 példányban kerül terjesztésre az ország számos pontján, pl. Tourinform irodákban, MOL töltőállomásokon, kulturális és szabadidőközpontokban, felsőoktatási intézményekben.

✓ **Nyereményjáték**

A Magyar Turizmus Zrt. a Fesztiválok Évéhez kapcsolódóan „Üdüljön itthon és nyerjen!” címmel nyereményjátékot szervezett, amelynek második szakasza augusztus végén zárult le. A

nyereményjátékban résztvevők a szolgáltatók és a partnerek közreműködésével értékes ajándékokat nyerhettek, amelyek sorsolására szeptember 21-én közjegyző jelenlétében került sor. A szerencsés nyerteseket a sorsolást végző cég értesítette, és juttatta el nyereményeiket.

VENDÉGBARÁT MAGYARORSZÁG



✓ Virágos Magyarországért környezetszépítő verseny

Magyarország a legjobbak között az európai környezetszépítő versenyben

A legjobbak között végeztek a 2010. évi Európai Virágos Városok és Falvak versenyébe benevezett magyarországi települések. A versenyben idén két Győr-Moson-Sopron megyei település, Sopron város, míg Lipót, falu kategóriában indult. A két helység a 2009. évi Virágos Magyarországért környezetszépítő versenyben elnyert első helyezéssel vívta ki a jogot Magyarország képviseletére az európai megmérettetésben. Lipót falu kategóriában az arany érmesek között végzett, Sopron megyei jogú város nagy küzdelemben ezüst érmet szerzett.

A díjkiosztó színhelye az olaszországi Cerviában volt, amely város 2008-ban arany fokozatot ért el az európai versenyben. A 2010. szeptemberben megrendezett ünnepségen háromszáz küldött vett részt, 12 európai ország, 24 településéből. A verseny nagy kihívást jelentett a résztvevőknek, hiszen a minden egyes települést felkereső nemzetközi zsűri nem csak a környezetszépítés, hanem a környezetvédelem, a környezettudatos oktatás, a fenntartható fejlődés szempontjainak érvényesítését, a településfejlesztési terveket is vizsgálta. A bírálati szempontok között szerepelt az épített és természeti örökség megóvása, a település tisztasága, beleértve a gyommentességet, de a falfirka mentességet is.

Lipót és Sopron nagyon erős mezőnyben indult. Falu kategóriában Lipóton kívül csupán két település kapott aranyérmet, a francia Guyencourt-Saulcourt és az írországi Carrick. Sopron is a legjobbak között végzett, ezüst helyezéssel olyan városokat tudhat maga mellett, mint a franciaországi Beauvais, az olaszországi Salsomaggiore, vagy az osztrák Kirschlag. Mindkét magyarországi település hosszú évek óta készült az európai versenyben való részvételre, számos hazai elismerést mondhatnak magukénak, így az országos első helyezést a Virágos Magyarországért versenyben 2009-ben.

Magyarország 1990-től, a közép-európai térségből elsőként vesz részt az európai versenyben. Eddig hat arany, 16 ezüst, 10 bronz és 10 Európa-díjat mondhat magáénak.

Az Entente Florale Europe elnevezésű verseny Európa legrégebbi és legsikeresebb környezetszépítő mozgalma: 1975-ben indult, és 12 ország, 25 ezer települését, mintegy ötven millió embert képes évente elérni. A legjobbak közé csak 24 település kerül be, minden tagországból egy város és egy falu.

BOR ÉS GASZTRONÓMIAI TURIZMUS

A Magyar Turizmus Zrt. a borturizmus népszerűsítése érdekében együttműködik az AMC-hez tartozó Közösségi Bormarketing Kft.-vel.

✓ **Borszerda**

A Községi Bormarketing Kft. szervezésében június és augusztus után szeptemberben is volt Borszerda, amelynek szervezéséhez az MT Zrt. is segítséget nyújtott, elsősorban az éttermek akvirálásával kapcsolatban. A Zrt. természetesen a promócióban is részt vállalt.

✓ **Márton-napi Libato(u)r**

Előkészítés alatt van a novemberi Márton-napi Libato(u)r című rendezvény, amely a bor- és gasztronómiai turizmusra, valamint az élő hagyományokra koncentrál.

✓ **Magyarország turisztikai kínálatába is belekóstolhattak a Budavári Borfesztivál látogatói**

Csak az időjárás szomorkodott időnként a 2010. szeptember 8. és 12. között megrendezett 19. Budavári Borfesztiválon, a látogatók és a kiállítók szerencsére nem veszítették kedvüket. Így volt ez a Magyar Turizmus Zrt. standján is, ahol a Társaság a Borkultúra Kft. együttműködésében várta azokat, akik a kiváló borok mellett hazánk gyönyörű tájaiból is szerettek volna „kóstolót” kapni. A bel- és külföldi érdeklődők hatalmas tudásszomjának köszönhetően több ezer turisztikai kiadvány – programmagazinok, fesztiválnaptárak, régiós imázskiadványok, térképek – talált gazdára. Nagy sikere volt az MT Zrt. kvízzjátékának is, amelynek során borturizmussal kapcsolatos ismereteikről adhattak számot ajándékokért cserébe a játékos kedvű látogatók.

KULTURÁLIS TURIZMUS

✓ **Várak, kastélyok, kastélyszállodák kiadvány**

Októberre készül el a Várak, kastélyok, kastélyszállodák c. kiadvány aktualizálása, a Magyar Kastélyszállók Egyesületével együttműködésben. A kiadványhoz hirdetéseket is akvirált az MT Zrt.

✓ **Kulturális Örökség Napjai**

Szeptember harmadik hétvégéjén került megrendezésre a Kulturális Örökség Napjai a KÖH szervezésében. A Magyar Turizmus Zrt. kommunikációs segítséget nyújtott az esemény népszerűsítéséhez.

✓ **Liszt Év 2011 előkészítés**

Az MT Zrt. és a Hungarofest Nonprofit Kft., illetve a KLASSZ Zenei Iroda munkatársai és egyéb partnerek között folynak az egyeztetések a jövő évi Liszt Év promóciójával kapcsolatban.

EGÉSZSÉGTURIZMUS

✓ **Egészség egy életen át szűrőprogram**

2010-ben folytatódik a számos megmentett élettel és több százezer elvégzett szűréssel büszkélkedő „Egészség egy életen át” program. Az idén harmadik alkalommal útjára indult átfogó szűrőprogram segít a lakosság egészségi állapotának folyamatos megfigyelésében, beteg és orvos kapcsolatok elősegítésében, valamint az egészségvédelem többdimenziós megismertetésében. Az országot egész évben járó szűrőkamion egyes állomásain, a vizsgálatokon túl, hazánk egészségturisztikai kínálatát ismertető rövidfilmekkel és kiadványokkal is várják az érdeklődőket. A Magyar Turizmus Zrt. és a szervező „egészség egy életen át...” Alapítvány együttműködésének

célja, az egészség megőrzéséhez hozzásegítő egészségturisztikai lehetőségek minél szélesebb körben történő népszerűsítése. A szűrőkamion által felkeresett helyszíneken a vizsgálatra érkezők az MT Zrt. egészségturisztikai témájú rövidfilmjeiből, továbbá a Zrt. ősszel megjelenő egészségturisztikai kiadványaiból tájékozódhatnak a magyarországi lehetőségekről, és kaphatnak kedvet egy pihentető, gyógyító utazásra.

✓ **„Ismeretlen ismereteink – avagy fürdő kultúránk elfeledett titkai” – Magyar Fürdő kultúra Napja, 2010. október 9.**

2010. október 9-én nemcsak a hazai fürdők vizébe, hanem a fürdők kultúrájába is belecsobbanhattak az érdeklődők, ugyanis e napon rendezték meg első alkalommal a Magyar Fürdő kultúra Napját. A hagyományteremtő szándékkal elindított rendezvény keretében egy olyan közösségi élmény valósult meg, amely hazánk gazdag egészségturisztikai kínálatára kívánja felhívni a figyelmet. A Magyar Fürdő kultúra Napja népszerűsítésében a Magyar Turizmus Zrt. szorosan együttműködött a szervező Magyar Fürdő szövetséggel.

Október 9-én az akcióhoz csatlakozott közel 40 fürdő és gyógyfürdő meghosszabbított nyitva tartás keretében 50%-os belépési kedvezménnyel és helyenként még a fürdőbeli szolgáltatások díjainak csökkentésével is várta a csobbanni vágyókat. Az érdeklődők ráadásul különböző előadások és vetítések által betekintést nyerhettek a magyar fürdő kultúra több száz éves történetébe, továbbá megismerhették a fürdőruha történetét, és nyomon követhették a fürdőruha divatot az 1920-as években megjelenő – a mai fürdőruhák őseinek tekintendő – öltözékektől a mai kor bikini kínálatáig. A programokat különböző kulturális,- egészségügyi- és sport programok, bemutatók is kiegészítették az akcióhoz csatlakozott fürdőkben.

Annak érdekében, hogy minél több érdeklődőhöz eljusson a rendezvény híre, a Magyar Turizmus Zrt. saját kommunikációs felületein népszerűsítette a Magyar Fürdő kultúra Napját. A fürdőzni vágyók az EXIT magazin őszi különszámában és a Társaság Itthon otthon van turisztikai mellékletében is olvashattak az akcióról. Az internetezőket pedig a Zrt. saját honlapján, a www.itthon.hu főoldalán, elektronikus eseménynaptárában, továbbá a www.wellness.itthon.hu tematikus portálján és a Facebook oldalán is tájékoztatta a Magyar Fürdő kultúra Napjáról.

✓ **Gyógy és wellness csomagajánlatokat tartalmazó kiadványok**

Az MT Zrt. a régiókkal együttműködve két, üdülési ajánlatokat tartalmazó kiadvány elkészítését kezdte meg szeptemberben. Az egyik kiadvány elsősorban a betegségek és egészségügyi problémák kezelésének céljával utazó belföldi közönségnek, kiemelten is a senior korosztálynak készül. A másik kiadvány célcsoportja elsősorban a wellness és az egészséges életmód iránt érdeklődő fiatalabb korosztály és a középkorúak, valamint az élményfürdőzést kedvelő családok. Mindkét kiadvány célja, hogy a régiókban található szolgáltatók (gyógy- és termálfürdők, élményfürdők, aquaparkok, day spa-k, gyógy- és wellness szállodák, panziók, termálkempingek) **gyógy, illetve wellness üdülési ajánlataival** segítse a tájékozódást, ezáltal a belföldi turizmus élénkítését.

A két kiadványt többek között a Spa & Wellness Kiállításon, a Senior Expón, MOL töltőállomásokon, Tourinform irodákon keresztül kerül terjesztésre, és behúzásra több, egészséges életmóddal foglalkozó magazinba is.

A kiadványok tervezett megjelenési ideje 2010. október.

KERÉKPÁROS TURIZMUS

✓ Több tucatnyian tekerték körbe a Balatont az aszfalton a Bam! nyitórendezvényén

2010. szeptember 16-án 17 órától bárki könnyedén körbecicilizhette a Balatont: a Magyar Turizmus Zrt. a Magyar Kerékpárosklub által szervezett Bringázz a munkába! (Bam!) őszi kampánynyitó eseményén ugyanis egy ügyességi játékkal várta az érdeklődőket. A játék keretében az utcabálra érkezők akár saját biciklijükkel is kipróbálhatták, milyen érzés körbetekerni a legnagyobb tavunkat az aszfalton. A lelkes bicajosok jutalmul balatoni kerékpáros térképet és esőkabátot kaptak. A térképek mellett a Társaság egyéb turisztikai kiadványai is keresettek voltak. A Bringázz a munkába! kampányban a 2007-es indulása óta több tízezren vettek részt, több száz cég több tízezer munkatársa vállalta, hogy a kampányidőszak alatt legalább 8 alkalommal kerékpárra cseréli autóját vagy egyéb megszokott közlekedési eszközét. Csak az idei tavaszi kampányban 11 ezer résztvevő több mint 1.7 millió kilométert tett meg.

✓ Megjelent a Magyar Turizmus Zrt. frissített országos kerékpáros térképe

Megújult külsővel és frissített tartalommal mutatja be hazánk turisztikai látnivalóit az MT Zrt. októberben megjelent országos kerékpáros térképe, amely szeptemberben került nyomdába.

FALUSI TURIZMUS

✓ Hazajáró Falu Fesztivál - Egerszalók, 2010. szeptember 11.

A Falusi és Agroturizmus Országos Szövetsége (FATOSZ) szervezésében rendezték meg 2010 szeptemberében a Hazajáró Falu Fesztivált. A háromnapos rendezvény keretében szeptember 11-én sajtóútra került sor. A sajtó részéről hét újságíró és egy TV-társaság (Duna TV) képviseltette magát. Az egerszalóki Hotel Saliris-ben megrendezett sajtótájékoztató keretében átadták „Az év Falusi Vendégfogadója” és „Az év Falusi Vendéglőse” díjakat. Délután a Korona Borházban borkóstolóra került sor, amelynek során az MT Zrt. tájékoztatást adott a sajtó és a falusi turizmus megyei elnökei/alelnökei részére a FATOSZ és a Magyar Turizmus Zrt. Hazajáró Hét országos akciójáról. Mind a sajtó, mind pedig a szakma képviselői támogatásukat fejezték ki az akció tekintetében.

✓ Hazajáró Hét országos akció

Szeptemberben már javában tartottak a Hazajáró Hét őszi iskolai szünet idejére tervezett országos forgalomélénkítő akció előkészületei. Országosan ezer tanintézményt és nevelési intézményt tájékoztatott az MT Zrt. szeptemberben e-mail-en keresztül a Hazajáró Hétről, melyben az akció leírása mellé elektronikus szórólapot is mellékel. A nagyközönség az Itthon otthon van magazin és az EXIT magazin szeptember végén megjelent számaiban már olvashatott az október 29-én kezdődő akcióról.

ÖKOTURIZMUS

✓ A Magyar Turizmus Zrt. is ott volt az Autómentes Napon!



2010. szeptember 18-án egész nap fergeteges forgatag várta a látogatókat az Andrassy úton megrendezett Autómentes Napon. A Magyar Turizmus Zrt. a Kodály köröndön turisztikai kiadványokkal és ökoturisztikai kvízzjátékkal várta a látogatókat.

A Társaság broszúráiban az utazók hasznos információkat találhattak, így az őszi napokban friss információkkal kelhettek útra Magyarországon, és fedezhették fel hazánk csodálatos tájait.

BALATONT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK

A Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) szeptemberben is számos akcióval csábította az utazókat a magyar tengerhez.

A nyárutón, valamint ősszel a Balatoni RMI marketingtervével összhangban az utószezonai ajánlatok mellett a bor és gasztronómiai ünnepek, valamint az aktív és a wellness lehetőségek kerülnek a kommunikáció középpontjába a „**Balaton – Lakta-tó**” elnevezésű kampány keretében.

✓ Családos éttermi hétvégék a Balatonnál

A három Balaton-parti megye – Somogy, Veszprém, Zala – kereskedelmi és iparkamarái által immár harmadik alkalommal került meghirdetésre a **KAMARAI CSALÁDI VASÁRNAP** elnevezésű akció, melynek keretében a kamarai védnöki táblával rendelkező vendéglátóhelyek 2010. szeptember 12-én 30-50% kedvezményt adtak a helyben fogyasztott ételek árából. A Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatóságának (RMI) őszi kommunikációjában az utószezonai ajánlatok mellett a bor és gasztronómiai ünnepek kerültek a középpontba ennek jegyében népszerűsítette a Társaság ezt az akciót is.

✓ Reformkori séta Balatonfüreden

2010. szeptember 24-26-án igazi történelmi kalandot kínált Balatonfüred. Az élő történelemórán minden a reformkorról szólt: a zenei és az irodalmi műsorok különböző helyszíneken, a sportbemutatók, a korabeli szórakozási lehetőségek, úgymint a tarokk bemutatója, de említhetnénk a kétszáznál is több, korhű jelmezbe öltözött résztvevő állandó jelenlétét, felvonulását – hogy stílusosak legyünk: korzózását is. A rendezvényt a Magyar Turizmus Zrt. Balatoni Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) tevékenysége során kiemelten népszerűsítette, az RMI munkatársai maguk is részt vettek a romantikus, békebeli időket idéző felvonuláson.

AZ ÉSZAK-ALFÖLD TURISZTIKAI RÉGIÓT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK

✓ Szeptemberben zárult az MT Zrt. Észak-Alföld Regionális Marketing Igazgatóságának pecsétgyűjtő akciója

Az Észak-Alföld régióban, 2010. szeptemberben rendezték meg azt a két fesztivált, amelyen még bárki beszerezhetette a pecsétet a Magyar Turizmus Zrt. Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) által szervezett nyereményjáték keretében. A Szolnoki Gulyásfesztiválon, illetve a hajdúszoboszlói Bioétel- és Borfesztiválon, szeptember 11-én várták az RMI munkatársai a játékos kedvű fesztivállátogatókat. Mindkét helyszínen turisztikai információs pont is üzemelt, ahol a régió aktuális turisztikai ajánlatairól kaphattak információt az érdeklődők. Szolnokra az MT Zrt. Fesztiválbusza is ellátogatott, így az ország teljes fesztiválkínálatáról is tájékozódni lehetett.

AZ ÉSZAK-MAGYARORSZÁG TURISZTIKAI RÉGIÓT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK

✓ Már 5 nyelven elérhető az észak-magyarországi régió turisztikai portálja

Az MT Zrt. Észak-Magyarországi Regionális Marketing Igazgatóságának portálja a www.eszakmagyarorszag.hu oldal már **5 különböző nyelven** – angol, német, lengyel, román és

szlovák – is elérhető. A portálon az érdeklődő mindent megtalál, amit a régió látnivalóiról, egyedi értékeiről, kulturális és gasztronómiai programjairól, szálláshelyeiről, fürdőiről, világörökségeiről, várainról, kastélyairól tudni érdemes. A régióban történt fejlesztésekről, érdekességekről vagy újdonságokról pedig a www.eszakmagyarorszag.blog.hu oldalon, továbbá az RMI iwiv-oldalán vagy a Facebookon (www.facebook.hu/eszakmagyarorszag.hu) lehet olvasni. A régióról készített, folyamatosan frissülő kisfilmeket pedig a www.youtube.com/nordtur honlapon lehet megtekinteni.

✓ **Észak-Magyarország és Kassa együttműködése a Kassa2013 Európa Kulturális Fővárosa projekt kapcsán**

2013-ban Kassa lesz Európa egyik Kulturális Fővárosa. A Magyar Turizmus Zrt. Észak-Magyarországi Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) szeptember 17-én, Kassán elindította a turisztikai szakmai kapcsolatfelvételt és az egyeztető megbeszéléseket a Kassa2013 projekt kapcsán a szlovák partnerekkel, többek között a kassai TDM tagokkal, a Kassa2013 projektmenedzsereivel, valamint Kassa megye idegenforgalmi szakembereivel.

A felek megállapodtak abban, hogy későbbi tematikus egyeztetéseket, közös kommunikációs tevékenységeket, a repülőterek (kassai, debreceni, budapesti) marketingterületen megvalósítható együttműködési lehetőségeit, a közös turisztikai IT rendszerek megvalósítását, továbbá az észak-magyarországi régióban lévő TDM-ek és a kassai TDM közötti kapcsolatfelvételt is szorgalmazni fogják.

Az már korábban is köztudott volt, hogy egy francia helyszín, Marseille mellett egy szlovák település lehet 2013-ban Európa Kulturális Fővárosa. A nemes versengésben északi szomszédunk városai közül Kassa lett a kiválasztott szerencsés.

Kassa Interface című projektje arra épül, hogy hogyan alakítható egy város a kultúra és a kreativitás révén. A projekt fő eleme az ipari és a katonai területek átalakítása a kultúra területévé, valamint Kelet- és Nyugat-Európa közötti kommunikáció, továbbá az ember és környezetének közelítése. A jó határ menti együttműködésekkel, partnerséggel és azzal, hogy a Kassa2013 projekt elképzelései valóra válhatnak néhány év múlva, várhatóan turisztikai szempontból jelentős eredmények generálódnak mind a szlovák, mind pedig az észak-magyarországi turisztikai szolgáltatóknál.

A DÉL-ALFÖLD TURISZTIKAI RÉGIÓT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK

✓ **A Dél-Alföld régió turisztikai kínálata is bemutatkozott Szabadkán**

2010. augusztus 26-29. között került megrendezésre Szabadkán (Subotica/Szerbia) a Szabadkai Nemzetközi és Regionális Gazdasági Vásár. Az eseményen Magyarország is képviseltette magát az ITD Hungary Zrt. szervezésében. A négynapos vásárt kb. 10.000 látogató kereste fel.

A vásáron a Dél-Alföld régió turisztikai kínálatát – a délszláv kampány keretében – a Magyar Turizmus Zrt. Dél-Alföldi Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) társkiállítókkal közösen mutatta be gyulai és szegedi súlyponttal.

Pap Mária, a Dél-Alföldi RMI munkatársa a Szabadkai Rádió másfélórás délelőtti magazinműsorában, a Szabadidőben tájékoztatta a rádióhallgatókat a vásári megjelenésről, az eseménnyel egy időben zajló Szegedi Ifjúsági Napokról, és ízelítőt adott a dél-alföldi fürdőkínálatból, fejlesztésekből és az őszi fesztivál kavalkádból.

✓ **Az Alföld turisztikai kínálata az újvidéki a Novi Sad Tourism Fair-en**

2010. szeptember 28. és október 1. között zajlott a szerbiai Újvidéken a Novi Sad Tourism Fair. A rendezvényen a Magyar Turizmus Zrt. Dél-Alföldi Regionális Marketing Igazgatósága (RMI) saját standján várta az Alföld turisztikai kínálata iránt érdeklődőket. A magyar standot felkereste Egeresi Sándor, a Vajdasági Autonóm Tartomány Képviselőházának elnöke. Az RMI 2010. évi délszláv kampányának keretében ez alkalommal ötödször jelent meg a régió turisztikai kínálata Szerbiában. A kiállításon az MT Zrt. mellett Békés megye, Gyula, Orosháza, Szeged, Szentes, Mórahalom és Hajdúszoboszló is bemutatkozott. A nagyközönség elsősorban a fürdőzési lehetőségek iránt érdeklődött, de a standot számos szakmai látogató – utazási irodai, illetve médiaképviselő – is felkereste. A vásárhoz időzítve Gyula turisztikai kínálatát népszerűsítő kampány is zajlott, amelynek keretében a város olyan médiumokban jelent meg, mint pl. a Magyar Szó, vagy a Vojvodina TV.

KÜLFÖLD

Szlogen: „A love for life”

A nemzetközi piacokon végzett aktív marketingmunka a Társaság 19 országban működő külképviseletein zajlik.

A Magyar Turizmus Zrt. a 2008-ban bevezetett turisztikai arculat felhasználásával végezte tevékenységét 2009-ben és végzi 2010-ben is. A **külpiazi marketingkommunikáció egységes – a Magyarország márkát képviselő – elemei mellett** a marketingeszközökön megjelentek az **egyedi, küldőpiac-specifikus jegyek** is.

LÉGI MARKETING ALAP

A Magyar Turizmus Zrt. egyik legjelentősebb feladatának tartja, hogy javuljon Magyarország mint turisztikai desztináció megközelíthetősége, elérhetősége. A légi forgalom fejlesztése, valamint hazánk turisztikai kínálatának népszerűsítése érdekében az MT Zrt. újraszervezi a járatindításokat ösztönző Légi Marketing Alapot (LMA), melynek keretében a Zrt. a hazai szolgáltatókkal való szorosabb együttműködésre helyezi a hangsúlyt. A légi közlekedés szereplőivel való hatékony kapcsolat elősegítésére az MT Zrt. új szervezetében külön terület foglalkozik a légi közlekedést érintő stratégiai kérdésekkel.

BUDAPEST WINTER INVITATION KAMPÁNY

A Magyar Turizmus Zrt. idén ötödik alkalommal szervezi meg a Budapest Winter Invitation téli forgalomélénkítő kampányt, amelynek célja Budapest mint vonzó turisztikai desztináció népszerűsítése, valamint a főváros utó- és előszezon vendégforgalmának növelése. Az idei kampány részleteiről a szervezők 2010. szeptember 21-én, a Kempinski Hotel Corvinus Budapest szállodában szakmai tájékoztatót tartottak.

A szakmai tájékoztatón az MT Zrt. vezérigazgatója, **Horváth Gergely** felhívta a figyelmet a szakmai együttműködés jelentőségére és kiemelte, hogy az értékesítés-orientált szemlélet jegyében a Társaság több, a BWI-hez hasonló kampányt szeretne megvalósítani a jövőben, amely a turisztikai szolgáltatók pénzügyi és szakmai együttműködésére épül. A korábbi BWI kampányok értékelését követően, Horváth Gergely hangsúlyozta, hogy a Magyar Turizmus Zrt. az idei évben megduplázza, 100 millió forintra emeli a kampány népszerűsítésére fordított költségvetését, így az akció tervezett összköltségvetése – a további partnerek hozzájárulásával – elérheti a 240 millió forintot. A 2010/2011-es kampány részleteiről a továbbiakban **Kincses Márk**, az MT Zrt. Piac- és Termékmenedzsmen Irodájának megbízott vezetője adott tájékoztatót.

A BWI kampány minden évben kiemelt stratégiai partnerek bevonásával valósul meg. **Az idei marketingakció együttműködő partnerei:** a Malév Zrt., a Magyar Szállodaszövetség, a Budapest Airport Zrt., a BTH Budapesti Turisztikai Nonprofit Kft., a Budapest Gyógyfürdői Zrt., a Lastminute.com nemzetközi piacvezető utazási portál, a Legenda Kft, továbbá szállodák és egyéb turisztikai szolgáltatók, például éttermek, autókölcsönzők és programszervezők.

Az akció évente +25.000-60.000 vendégéjszakát eredményez a résztvevő partnerszállodákban, a november-márciusi időszakban. Legfőbb célpiacai: Németország, Egyesült Királyság, Franciaország, Ausztria, Olaszország, Spanyolország, Benelux államok, Skandinávia, illetve Csehország, Szlovákia, Románia, Lengyelország, Oroszország.

A megújuló kampánycsomag idén ingyenes fürdőlátogatást is tartalmaz történelmi fürdőinkbe, ami a kampány sikerének és üzenetének is kulcseleme lesz.

BALATONT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK

A Magyar Turizmus Zrt. mind a belföldi, mind a külföldi marketingkommunikációjában kiemelt termékként kezeli a Balatont. Az MT Zrt. 2010-ben is több száz akciót szervez a Balaton népszerűsítésére. A marketingszervezet kiemelt célja, hogy a vízparti üdülési lehetőségek mellett ráirányítsa a figyelmet a Balaton régió által kínált számos egyéb – kulturális, egészség és aktív – turisztikai lehetőségre. A Balaton régió saját honlapján, a www.gyereabalatonra.hu oldalon – amely magyarul, angolul és németül, valamint további öt nyelven (oroszul, csehül, lengyelül, románul és szlovákul) is elérhető – általános és a turisztikai kínálatról szóló információkat, utazási ajánlatokat, szálláskeresőt, térképet, programajánlót és egyéb érdekességeket találnak akár a belföldi, akár a külföldi utazók.

PÉCS 2010 EURÓPA KULTURÁLIS FŐVÁROSÁT NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK

A Magyar Turizmus Zrt. a Pécs2010 projektet évek óta kiemelten kezeli külpiazi kommunikációs tevékenységében. Azokban az országokban, ahol külképviseletei által jelen van a magyar nemzeti turisztikai marketingszervezet, Európa Kulturális Fővárosának népszerűsítése előtérbe került – szoros együttműködésben az MT Zrt. Dél-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatóságával –, például oly módon, hogy az adott ország nyelvén Pécs2010 kiadványt jelentetett meg az MT Zrt., továbbá valamennyi idegen nyelvű honlapján kiemelt felületeket biztosít az EKF-nek és Pécs turisztikai információinak.

Az MT Zrt. tevékenysége nyomán számos médium csalogatta szeptemberben is Pécsre az utazókat:

- ✓ „Templomok és katakombák“ címmel közölt Pécsről cikket 2010 szeptemberében a 100.000 példányban megjelenő Preußische Allgemeine Zeitung hetilap. „Új pompával ragyog Európa egyik idej kulturális fővárosa”, ilyen és ehhez hasonló mondatokkal méltatta a pécsi fejlődést az újságíró írásában, aki szerint Pécs nem marad el a másik két kulturális fővárostól, hiszen történelmileg a vén Európa egyik leggazdagabb városa.
- ✓ Pécsét és környékét a romániai turisták számára könnyen megközelíthető és összetett turisztikai vonzerővel rendelkező régióként mutatta be a román Evenimentul Zilei országos napilap újságírója.

HIVATÁSTURIZMUS

Központi kiemelt akciók

✓ **Konferencia Nagyköveti Program**

A Magyar Turizmus Zrt. 2004-ben indította el **Konferencia Nagyköveti Programját**, amelynek legfőbb célja a nemzetközi beutazó hivatásturizmus ösztönzése és növelése. A program keretében a nemzeti turisztikai marketingszervezet hazai szakmai szövetségekkel, illetve szervezetekkel működik együtt annak érdekében, hogy az adott nemzetközi szövetség éves ülését vagy konferenciáját Magyarországon rendezze meg. A Konferencia Nagyköveti Program 2010-ben is

folytatódik. 2010 szeptemberében 1 pályázat érkezett, amely pozitív elbírálásban részesült, a bíráló bizottság 610.000 Ft támogatást ítelt meg.

A 2004 óta beérkezett 77 nyertes pályázatra eddig összesen több mint 74 millió forintnyi támogatás került megítélésre.

A program hatékonyságának növelése érdekében átdolgozásra került a Konferencia Nagyköveti Program SZMSZ-e, ennek megfelelően a Bíráló Bizottsági tagok köre is módosul, az eddig 11-ről 5 tagra. A Bíráló Bizottság új összetétele:

- Magyar Rendezvényszervezők Szövetségének mindenkori elnöke
- Magyar Szállodaszövetség elnöke / képviselője
- Vidéki konferenciavárosok képviselője
- Egy független szakértő
- Magyar Kongresszusi Iroda vezetője

✓ **Ajánlatkérések**

2010 szeptemberében a Magyar Kongresszusi Irodához **4 ajánlatkérés** érkezett be és került megválaszolásra.

✓ **Statisztika**

A Magyar Turizmus Zrt. Magyar Kongresszusi Irodája 2010 első félévére vonatkozóan is összeállította statisztikai elemzését¹ a hazai hivatásturisztikai piac alakulásáról. Az MT Zrt. partnerei által rendelkezésre bocsátott információk alapján, 2010 első félévében összesen 160 nemzetközi konferencia² megrendezésére került sor Magyarországon, amelyeken több mint 43.000 fő vett részt. Országszerte összesen 690 napnyi nemzetközi konferencia zajlott, melyek résztvevőinek száma átlagosan meghaladta a 269 főt, átlagos időtartamuk 4,3 nap volt.

Az MT Zrt. külképviseleteinek hivatásturizmust népszerűsítő marketingakciói

✓ **„Budapest, Európa mosolya” a Meet and Travel Mag francia hivatásturisztikai magazin szerint**

A Meet and Travel Mag, francia hivatásturisztikai magazin 2010. szeptemberi száma „Budapest, le sourire de l’Europe” címmel 6 oldalas, fényképekkel illusztrált riportban mutatta be a magyar fővárost mint megújult MICE desztinációt. Michel Foraud, a magazin főszerkesztője a Magyar Turizmus Zrt. Magyar Kongresszusi Irodája és a Zrt. francia képviselete meghívására június hónapban 3 napot töltött Budapesten. Az újságíró utazásának megszervezésében a Hilton Budapest és a Malév Zrt. voltak az MT Zrt. együttműködő partnerei.

¹ A Magyar Turizmus Zrt. 2001 óta negyedéves gyakorisággal gyűjt és dolgoz fel adatokat a magyarországi konferenciaturizmusról, több száz szolgáltató segítségével. A 2010. I. félévére vonatkozó kérdőívet a Magyar Kongresszusi Iroda folyamatosan bővülő partnerlistáján szereplő 375 partnerének küldte ki, a visszaküldési arány 60,3% volt.

² Az ICCA nemzetközi szervezet kritériumai alapján nemzetközi konferenciának tekintjük a minimum 50 fő és minimum három nemzet részvételével lebonyolított rendezvényt.

EGÉSZSÉGTURIZMUST NÉPSZERŰSÍTŐ MARKETINGAKCIÓK

Ausztria

✓ Gyógyító Magyarországról az osztrák utazási magazinban



A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képviselőinek kampányai és sajtóközleményei alapján részletes összeállítás jelent meg Ausztria dinamikusan fejlődő utazási magazinjának, a **Besser Reisen** (www.besser-reisen.org) szeptemberi számában. A „**gyógyító vizek**” című összeállítás bemutatja az osztrákok által igen kedvelt nyugat-magyarországi fürdőket, s felhívja a figyelmet olyan **títkos tippekre**, mint pl.: a Miskolctapolcán található **barlangfürdő**. A cikk szerzője megemlíti, hogy a sárvári Spirit Hotel elnyerte az „Európa legjobb Spa úti célja” címet (**Best**

destination Spa 2010).

Kína

✓ Magyarországot méltató cikket közölt a Lüxingjia c. rangos kínai utazási magazin

A shanghai-i EXPO Magyar Pavilonját, valamint a magyar fürdőket és a gyógyturizmust magasztaló cikk jelent meg 2010. szeptemberben Kína második legnagyobb példányszámban (280.000) megjelenő utazási magazinjában, a Lüxingjia-ban (旅行家) a Magyar Turizmus Zrt. kínai külképviseletének közreműködésében.

A cikk első része a Gömböcöt mutatta be, míg a második rész rövid, de igen sok konkrétumot felvonultató bevezetést adott a magyar fürdőkultúráról, megemlítve a római kori és a török megszállás alatt épült, de mind a mai napig tökéletes állapotban megmaradt létesítményeinket. A cikkben név szerint szerepelt pl. a Rudas Gyógyfürdő. Megemlítették továbbá, hogy a balneológiai gyógykezelések és a wellness terén hazánk a világ legjobbjai között foglal helyet, így nem véletlen, hogy a világ valamennyi tájáról érkeznek a gyógyulni és pihenni vágyók.

✓ Hazánk gyógyturisztikai kínálata is bemutatkozhatott a kínai Turizmus Fórumon



A magyar termákvíz-kincs és a gyógyszállodák volt az egyik fő témája a kínai Csungkingban (Chongqing) szeptember 20-án elsősorban a szakma számára megrendezett Turisztikai Fórumnak. Magyar részről a Magyar Turizmus Zrt. külképviseletén, **Vértes Róberten** kívül a rendezvényre meghívást kapott **Alfred Hackl**, a sárvári Spirit Hotel Thermal Spa igazgatója is, így a két előadó egymást kiegészítve adhatott részletes felvilágosítást hazánk vizeiről, a gyógyturizmus területén meglévő kínálatunkról, valamint a legújabb trendekről a gyógyfürdők és a wellness világában. Tekintettel arra a

kínai szándéokra, hogy Csungking városát (amely 10-15 éven belül Kína 5 megvárosának egyike

lesz) szeretnék megtenni az ország fürdő-fővárosává, számtalan lehetőség kínálkozik a hazánkkal való együttműködésre, és nem utolsósorban Magyarország termálvizeinek és gyógyturizmusának népszerűsítésére.

Németország

✓ Budapest a gyönyörű fürdők városa címmel újabb németországi sajtómegjelenés

2010 szeptemberében Németország egyik legolvasottabb, nőknek szóló hetilapjában kétoldalas cikk jelent meg Budapestről és a város fürdőiről. A 780.000 olvasóval büszkélkedő életmód magazin színes fotókkal illusztrált összeállításában az érdeklődők a főváros fürdőkultúrájával, illetve a fürdők különleges építészeti szépségeivel ismerkedhettek meg. Hosszas egyeztetés alapján az írás felhívta a figyelmet a budapesti gyógykúrák németországi egészség-pénztárbeli elszámolhatóságára, illetve aki kedvet kapott a cikk alapján egy hosszabb budapesti tartózkodáshoz, hasznos információkat kapott a különböző kedvezményes ajánlatokkal kapcsolatban. A cikk megjelenését a Magyar Turizmus Zrt. németországi külképviselete segítette.

✓ Érdekes egészségturisztikai témájú cikk a Welt online honlapon

2010. szeptemberben a welt.de című több százezres olvasótábórral rendelkező honlapon egy érdekes cikk jelent meg a német gyógyulni vágyó állampolgárok külföldi kezelésével kapcsolatban, kiemelten és pozitív értelemben megemlítve Magyarországot. Az írás többek között megszólította a Techniker Krankenkasse igazgatóját is, aki a Magyar Turizmus Zrt. németországi képviselője által is hangsúlyozott egyik fontos érvet említi, azaz a gyógyulás összeköthető egy nyaralással is. A cikk több esetben is hivatkozott a Magyar Turizmus Zrt. német külképviseletének honlapján található anyagokra, utazási döntéseket megkönnyítő érvekre. A képviselő kiemelten kezelte a magyarországi gyógyturisztikai szolgáltatások népszerűsítését, így a vásári megjelenései mellett a kiadványaiban, illetve honlapján is felhívja a nagyközönség figyelmét a hazai lehetőségekre.

✓ Magyarország gyógyvízkínálatára fókuszál a német sajtó



2010. szeptember 21-i számában egészoldalas cikkben számolt be a naponta 210.000 olvasóhoz eljutó ingolstadti Donaukurier arról a sajtóútról, amelyet a Magyar Turizmus Zrt. az egészségturizmus jegyében szervezett a hónapban. A négynapos budapesti, Balaton környéki és nyugat-dunántúli látogatást is magában foglaló tanulmányút során a meghívottak többek között a magyar főváros patinás fürdőibe és Hévízre is ellátogattak. A cikk szerzője, Barbara Fröhlich, kiemelte a török időkben épült, valamint a szecessziós fővárosi gyógyfürdők szolgáltatásainak magas színvonalát és a kezelések széles palettáját, külön figyelmet szentelve a nagy történelmi múltra visszatekintő Gellért, Széchenyi és Rudas fürdőnek. Utóbbival kapcsolatban az újságíró megemlítette a havonta egyszer megrendezésre kerülő, világszerte egyedülálló, látványelemekben gazdag

Cinetrip spartykat is, amely fiatalok tömegének jelent nívós szórakozási lehetőséget. Mivel a szerző szerint Magyarországon az egészségmegőrző kúrát remek kulináris élményekkel tehetjük még színesebbé, ezért írásából a magyar gasztronómia dicsérete sem maradhatott ki. Az újságírónőt az MT Zrt. német külképviselete és a müncheni f.re.e turisztikai vásár szervezői

közösen hívták meg hazánkba abból az alkalomból, hogy 2011. február 23-27. között Magyarország lesz a népszerű müncheni kiállítás partnerországa, ahol a hazánk turisztikai megjelenésének súlypontját az egészségturizmus képezi majd.

A magyar gyógyturizmus hagyományai mellett a vizek fővárosának, azaz Budapestnek a sokszínű és stílusjegyekben gazdag építészetét, a magyarok vendégszeretetét dicsérte az Echo der Frau című 460.000 példányban megjelenő hetilap 2010. szeptember 15-i száma is.

Szlovákia

✓ „Egészség-hónap” Szlovákiában az MT Zrt. részvételével

Hangulatos nagyközönségi rendezvényen vett részt a Magyar Turizmus Zrt. szlovákiai képviselete. A Polus City Center pozsonyi bevásárlóközpont szeptemberben "Egészség-hónap" keretében érdekes programsorozattal várta a vásárlókat, látogatókat. Az érdeklődők az egészség, egészségmegőrzés és a megelőzés, szépség és sport témák változatos kínálatát – pl. biotermékek bemutatója, elsősegélynyújtás szabályai és gyakorlati bemutató, rákmegelőzés, allergológus előadása, ingyenes állapotfelmérés, vérnyomásmérés – ismerhették meg.

Szeptember 3-án Magyarország egészségturizmusát, elsősorban a wellness és az élményfürdőzés tematikáját mutatta be a Magyar Turizmus Zrt. szlovák képviselete a mintegy 2000 látogatónak. Az egészségturizmuson kívül természetesen számos kiegészítő programlehetőségre (városlátogatások, gasztronómia és aktív turizmus - kerékpározás, golf, lovaglás stb.) is felhívta a figyelmet a Társaság. A rendezvényhez a Közép- és a Nyugat-Dunántúl turisztikai szolgáltatói is kapcsolódhattak. Attrakcióként a lipóti termál és élményfürdő különleges masszázsbemutatót tartott svéd és mauri masszázsból. A rendezvényt több televízió stábja és újságíró is figyelemmel kísérte a helyszínen.

Szeptember 11-én a pozsonyi Polus City Center bevásárlóközpontban folytatódott az "Egészség hónapja" rendezvény, amelyen a Zrt. szlovák képviselete a mosonmagyaróvári Tourinform iroda és a Thermal Hotel Aqua, valamint a wellness részleggel jelenleg bővülő tatai Hotel Kristály képviselőivel együtt várta az érdeklődőket. A bevásárlóközpontban, szeptemberben még 2 alkalommal került sor Egészség-napra, természetesen a magyarországi szolgáltatók aktív részvételével.

✓ Őszi-téli egészségturisztikai kampányt indít a Magyar Turizmus Zrt. Szlovákiában

A Magyar Turizmus Zrt. szlovákiai külképviselete marketingtevékenységében évek óta kiemelt termékként kezeli a szlovák turisták körében is igen népszerű élményfürdőzést és wellness. A szlovák vendégek számára a magyarországi wellness kínálat jelenti az egyik legfőbb utazási motivációt. A vendégforgalom élénkítése érdekében a szlovák képviselet több akcióból – nagyközönségi rendezvények, szakmai workshop és online megjelenések – álló egészségturisztikai kampányt bonyolít le az őszi időszakban.

Az akciósorozat részeként szeptemberben négy alkalommal jelent meg Magyarország egészségturisztikai kínálatát egy pozsonyi bevásárlóközpont "Egészséges életmód" hónapjának keretében. A rendezvényeken a Társaság információs standja mellett masszázsbemutatóval és nyereményjátékokkal várják a látogatókat. Októberben az online megjelenéseké lesz a főszerep: a leglátogatottabb utazási portálokon megjelenő bannerek az MT Zrt. <http://kupele.madarsko.sk> specializált szlovák nyelvű, egészségturisztikai weboldalára irányítják majd az érdeklődők figyelmét. Az egészségturisztikai kampány során tervezett szakmai programra előre láthatólag 2011 januárjában kerül sor.

A kampány keretében a 2010-ben megjelent, szlovák nyelvű Kúpele a wellness v Maďarsku (Fürdők és wellness Magyarországon) c. kiadványt is felhasználja a Magyar Turizmus Zrt. szlovákiai képvisellete hazánk egészségturisztikai kínálatának népszerűsítésére. A 20.000 példányban kiadott broszúrát egy országos napilap mellékleteként az előfizetők részére, továbbá rendezvényeken és turisztikai kiállításokon terjeszti a Társaság.

AZ MT ZRT. KÜLKÉPVISELETEINEK TOVÁBBI MARKETINGAKCIÓI

Ausztria

✓ **“Trendstadt Budapest” népszerűsítése osztrák médiában**

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képvisellete stratégiai partnerségben a **HIT.FM rádiócsatornával** (www.hitfm.at) 2010. szeptember elejétől 5 héten keresztül népszerűsítette Budapestet a fiatalok népszerű, trendi találkozó- és szórakozóhelyeként. Alsó-Ausztria és Burgenland tartományokban a **fiatalok körében** igen kedvelt könnyűzenei rádióadó magyar nyelvű műsorában a másfél hónapon keresztül tartó **nyereményjáték** résztvevői a magyar popkultúra világához kapcsolódó **kvízkérdések** alapján mérhették össze tudásukat. A győztes nyereménye egy budapesti tartózkodás volt a magyar főváros közelmúltban nyílt „trendi” négycsillagos superior szállodájában.

✓ **Gasztrokultúránkkal is kampányolt az MT Zrt. Ausztriában**

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képvisellete – folytatva a hazai kulturális programok és a **gasztronómiai** kínálatunk népszerűsítését Ausztriában, – 2010. szeptemberben a gasztronómiai értékeink bemutatására helyezte a hangsúlyt. Együttműködésben a legjobb osztrák éttermeket tömörítő BÖG szövetség (www.boeg.at) tagjai közé tartozó patinás bécsi Bürgerhof étteremmel, egész szeptemberben magyaros étel-ital kínálattal népszerűsítették a **magyar konyhát**, miközben a vendégek az MT Zrt. segítségével átfogó képet kaphattak a hazai **kulturális és turisztikai attrakciókról** is. Az elmúlt évben bejártatott akció sok visszatérő vendéget vonz, akiket a magyar konyha csábító ízei és a **hungarikumok** rabul ejtettek. Egy Bécs belvárosában található **magyar étteremben** (www.ilonastueberl.at) pedig az év minden szakában találkozhatnak a látogatók az MT Zrt. információs kiadványaival. A hungarikumok és a magyar gasztrokultúra értékeinek mind szélesebb körben való elismertetése érdekében az MT Zrt. folyamatosan szervez magyarországi **tanulmányutakat** gasztronómiai szakértők és újságírók részére.

✓ **Az MT Zrt. új ausztriai honlappal várja a virtuális látogatókat**

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képvisellete szeptember közepétől szolgáltatásaiban, tartalmában, funkciójában és arculatában is **megújult honlappal fogadja** a virtuális **osztrák látogatókat** a www.ungarn-tourismus.at elérhetőségen. Az MT Zrt. munkatársai az információs weblap összeállításánál és felépítésének kialakításánál figyelembe vették az osztrák piacon végzett **legfrissebb kutatási eredményeket**. Azon turisztikai termékek népszerűsítése került kiemelt helyre, amelyeken keresztül a legtöbb potenciális turista várható hazánkba. A havi **35-40 ezer látogatóval** rendelkező turisztikai honlapról elérhető és kereshető a Zrt. központi adatbázisában található valamennyi információ, s külön piktogramok nyújtanak kapcsolatot az elterjedtebb közösségi portálokhoz is. A szakmai partnerség jegyében a honlap nemcsak az osztrák érdeklődőket szolgálja ki, hanem információs platformot nyújt a **hazai turisztikai szakma számára** is. A magyar sarok elnevezésű menüpont alatt összegyűjtésre kerültek mindazon piaci információk, amelyek leginkább számíthatnak a hazai turisztikai szakma érdeklődésére. Az MT

Zrt. piaci tevékenységét alapjaiban meghatározó stratégiai dokumentumok mellett, ugyancsak megtalálhatóak itt a gyakran használt formanyomtatványok letölthető változatai, valamint a képviselő friss és archív közleményei, felhívásai és beszámolóí.

✓ **Magyarország-kampány Bécsben az autómentes napon**

A Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képviselője a szeptember 22-i **autómentes nap alkalmából** a bécsi Józsefvárosban rendezett EU-ünnepen hazánk **vasúttal** való könnyű és gyors elérhetőségét kommunikálta. Magyarország Ausztriához oly közeli, **autó nélkül is könnyen elérhető**, ráadásul **stresszoldó gyógyvizekben gazdag** wellness-szállodák és fürdők várják a turistákat - hangzott az üzenet. Az egész délutánon és estén át tartó szabadtéri rendezvényt **több ezer érdeklődő** kereste fel, akik megkóstolhatták **Magyarország kedvenc édességét**: a somlói galuskát (www.kedvencetel.hu) is. Az autó nélkül érkező potenciális turisták körében igen népszerű volt az **Osztrák Szövetségi Államvasút (ÖBB)** és a Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képviselőjének „Mit den ÖBB nach Ungarn” (ÖBB-vel Magyarországra) című közös információs kiadványa. A füzetben a két országot érintő valamennyi **EURegiós, InterCity és EuroCity (railjet) vonatjárat menetrendje** feltüntetésre került, és a jegyárak mellett az Ausztriából vonattal elérhető magyar települések turisztikai láttnivalóinak leírása és programajánló is található. A kedvcsináló turisztikai információkkal együtt, szolgáltatói hirdetések is elhelyezésre kerültek a kiadványban, így konkrét ajánlatokon is tesztelhető hazánk **kedvező ár-érték aránya** az osztrák turisták körében. A kedvezményes áron kínált vonatjegyek, az érdekes típusok, a Pécs EKF programsorozat, valamint a számos hazai fesztivál miatt idén az osztrákokhoz még inkább közelebb került egy magyarországi utazás. A broszúrák 20.000 példányban készültek: az **ÖBB valamennyi érintett vasútállomásán**, információs irodákban, illetve a jelentősebb utazási irodákban is kihelyezésre kerülnek. Az MT Zrt. ausztriai képviselője ezen kívül 7 nagyközönségi vásáron, 10-15 nagyobb rendezvényen és workshopon, valamint információs irodájában terjeszti a kiadványokat.

✓ **Budapest fürdőváros fiatalos, trendi arcának promóciója Bécsben**

2010. szeptember 24-26-án **Budapest fürdőváros** címmel rendhagyó fotókiállítás volt látható a bécsi fiatalok kedvelt szórakozóhelyén, az Ost Klubban (www.ost-klub.at). Az **alternatív fotógyűjtemény** a fiatalok szemével mutatta be, hogy milyen is az igazi Budapest trendi arca. A Magyar Turizmus Zrt. információs standdal és fiataloknak szóló kiadványokkal csinált kedvet egy budapesti kiruccanáshoz, mialatt a klub látogatói betekintést kaphattak a magyar rock-, pop- és jazz zenekarok dalaiba, zenéjébe is.

✓ **Szagrális turizmus erősítése Ausztria és Magyarország között**

A bécsi főegyházmegyében hagyományosan minden év szeptemberének végén nagyszabású ünnepséggel egybekötött esemény a „Népek Vasárnapja” (Sonntag der Völker). Ebből az alkalomból az MT Zrt. bécsi irodájának munkatársai a hazai szagrális turisztikai vonzerőket bemutató **információs pontot** működtettek a Stephans dóm tőszomszédságában, a bécsi érseki palota udvarán, ahol néptáncbemutatóval és nemzetek konyhájának prezentációjával várták a vallási turizmus iránt fogékony bécsieket, valamint az Ausztria területén élő népcsoportok képviselőit. Mint ismert, a Magyar Turizmus Zrt. ausztriai képviselője a „Gyógyító Magyarország” koncepció keretében kiemelt figyelmet szentel a **kulturális és vallási témán alapuló turizmus** Ausztria és Magyarország közötti előmozdítására. E tevékenység a „lelki egészség” megőrzése iránt folyamatosan növekvő igényt állítja a turizmus fókuszába.

✓ **Komoly érdeklődés a grazi magyar befektetési fórumon**

A Grazi Őszi Vásárhoz kapcsolódva az MT Zrt. ausztriai külképviselete – együttműködésben a Magyar Nagykövetséggel, az ITDH-val, a Stájer Gazdasági Kamara partnereivel, valamint a grazi konzulátussal – nagyszabású befektetői fórum keretében prezentálta hazánk turisztikai kínálatát. A közel 150, komoly érdeklődést mutató osztrák üzletember a Magyar Nap során számos érdekes előadást hallgathatott meg a hazai befektetési lehetőségekről: Dr. Becsey Zsolt, a Nemzetgazdasági Minisztérium külgazdasági kapcsolatokért felelős államtitkárának előadásából első kézből informálódhattak az aktuális gazdasági kérdésekben. Az élénk vitaesttel záródó fórumot magyar gasztronómiai est követte. Az esemény része volt az MT Zrt. ausztriai külképviselete által szeptember hónapban tartott magyar napok és hetek sorozatnak, amelyen az ország turisztikai és kulturális kínálatának bemutatására helyeződött a hangsúly, a magyaros ételekhez és zenéhez passzoló borokat Gere Attila borász személyesen mutatta be.

✓ **Rendhagyó Turizmus Világnap Bécsben**

A 2010. évi **Turizmus Világnap** alkalmából az osztrák Szövetségi Gazdasági Minisztérium szervezésében rendhagyó helyszínen, a bécsi Schönbrunni Állatkert ORANG.erie épületében gyűltek össze a vezető turisztikai szakemberek, hogy megvitassák a fenntartható turizmus előtt álló aktuális kihívásokat. A szimpózium érdekessége, hogy a **turizmus és biodiverzitás** központi téma mellett – a katolikus egyház kezdeményezésére – a fórumon helyett kapott a **turizmus** szerepe a **lelki egészség** megőrzésében kérdéskör is. A zarándokutak és a szakrális turizmus fejlesztése egyet jelent a fenntartható turizmus fejlesztésével - összegezhető a fórum legfőbb üzenete. A konferenciát követő szakmai rendezvényen, **Kovács Balázs**, az MT Zrt. ausztriai külképviseletje, a CT alelnöke osztrák turisztikai szakértők előtt hangsúlyozta, hogy hazánk a „Gyógyító Magyarország” koncepció keretében kiemelt figyelmet szentel a kulturális és vallási témán alapuló turizmus Ausztria és Magyarország közötti előmozdítására.

Kína

✓ **Magyarország turisztikai kínálata és a magyarok kreativitása került a középpontba a shanghai-i EXPO Magyar Pavilonjában**

Sikeres prezentációt tartott a **Magyar Turizmus Zrt. pekingi képviselője** a **shanghai-i turisztikai szakma és sajtó** munkatársai számára 2010 szeptemberében. Az akció egyik különlegessége maga a helyszín volt, hiszen arra az **EXPO Magyar Pavilonjában** került sor, így a vendégek nemcsak hazánk turisztikai kínálatáról tájékozódhattak, hanem a magyarok kreativitásáról is személyesen győződhetek meg. A prezentáción részt vett Geiger Mihály, a shanghai-i Magyar Konzulátus munkatársa is, így a meghívott utazási irodák pontos és szakszerű választ kaphattak a vízumszerezéssel kapcsolatos kérdéseikre, ami Kínában szinte valamennyi utazás sarokköve. A kifejezetten a helyi szakma számára módosított prezentációból az utazási irodák külön tájékoztatást kaptak hazánk hivatásturisztikai kínálatáról és lehetőségeiről, kiosztásra került egy Magyarországot is tartalmazó útikönyv, ajándékok és a Pavilon munkatársainak jóvoltából még egy kisebb borkóstoltatásra is sor kerülhetett. Az esemény megrendezésében partner volt egy helyi utazási iroda is, amely több éve utaztat Magyarországra. A meghívott tour-opreratorok kiválasztásánál szempont volt az olyan irodákkal való kapcsolatfelvétel, amelyek vagy nemrég kezdtek, vagy most fontolgatják tevékenységük Kelet-Európára és azon belül is Magyarországra való kiterjesztését.

Nagy-Britannia

✓ **Temze Fesztiválon várta az MT Zrt. az utazókat Londonban**

2010. szeptember 11-12-én rendezték meg a londoni nyarat lezáró és egyben a város legnagyobb szabadtéri rendezvényét, a Temze Fesztivált. A Temze folyó belvárosi partszakaszán több kilométeres hosszúságban megrendezett fesztiválon a Magyar Turizmus Zrt londoni képviselte is részt vett a Londoni Magyar Kulturális Központtal együttműködésben.

A magyar sátorban hungarikum kiállítást tekinthettek meg az érdeklődők, többek között Pécs2010 Európa Kulturális Fővárosáról szóló kiadványokat vihettek magukkal, a mohácsi busójárás bemutatójaként pedig busó álarcokat készített egy fafaragó mester.

A fesztiválon kb. 300.000 résztvevő fordult meg. Az MT Zrt. információs pontja nagy sikert aratott, sokan kértek részletes utazási információt, valamint az őszre tervezett utazásokhoz kulturális programajánlót.

✓ **Budapest kincsei feltárulnak a britek előtt**

A Magyar Turizmus Zrt. londoni külképviselete a Szépművészeti Múzeummal együttműködésben népszerűsíti a szeptember 21-én Londonban, a Royal Academy of Arts épületében megnyílt „Treasures from Budapest” (Kincsek Budapestről) c. kiállítást. Az MT Zrt. a nyár folyamán 8 újságíró látott vendégül a magyar fővárosban, akik a szigetország művészeti magazinjának hasábjain csináltak kedvet a Szépművészeti Múzeum tulajdonában lévő festmények megtekintéséhez. Szeptemberben a londoni járókelők sem tudták figyelmen kívül hagyni a kiállítást, mivel a belvárosból induló buszok a tárlatra invitáló hirdetésekkel járták a várost. Az MT Zrt. a kiállítás apropóján a Malév Zrt.-vel és a Kempinski Hotel Corvinus Budapesttel közösen egy vetélkedőt is indított a Royal Academy of Arts honlapján, amelynek keretében a helyesen válaszoló egy luxus hétvégét tölthetnek el Budapesten. Annak érdekében, hogy a kultúrára éhes britek egy magyarországi utazáshoz is kedvet kapjanak, az MT Zrt. az ünnepi megnyitón információs ponttal, a kiállítás teljes ideje alatt – szeptember 25. és december 12. között – pedig szintén hazánk turisztikai kínálatát ismertető információkkal várja a látogatókat „ahonnan a képek érkeztek” címmel.

Németország

✓ **Magyarország az ulmi Duna Fesztiválon**

A Magyar Turizmus Zrt. német képviselete 2010-ben negyedik alkalommal, dekorációval, kiadványokkal, két információs ponton – a Fromm Reisen és Molnár László kürtőskalács-mester standján – vett részt a nagyszerű ulmi Nemzetközi Duna Fesztiválon. A rendezvényen a Duna egyik partján magyar termelők, kézművesek, gasztronómiai attrakciók és az ulmi magyarok standjai, termékei várták az érdeklődőket tovább emelve a fesztivál hangulatát és Magyarország hírnevét. Az 1988 óta két évente megrendezésre kerülő fesztivál célja, hogy a Duna-régiót mint az európai sokszínűség bölcsőjét, a politikai, gazdasági és kulturális együttműködés szimbólumaként mutassa be. A 2010. augusztus 28. és szeptember 5. között zajló rendezvény ebben az évben is nagy érdeklődésnek örvendett.

✓ **Budapesti úttal zárult a stuttgarteri repülőtér fiataloknak szóló nagy nyári nyereményjátéka**

2010. szeptember 4-5-én a stuttgarteri repülőtér „Wo bist Du“ nyári nyereményjátékának két szerencsés nyertese három-három barátjával budapesti utazáson vehetett részt. Mivel a Magyar

Turizmus Zrt. németországi képviselete számára fontos a német fiatalok, azaz a jövő generációjának megnyerése, ezért vállalta a nyereményút megszervezését és lebonyolítását.

A fiatalok a fődíjat nyaralási fotóiknak köszönhették, melyeket a nyereményjáték résztvevői és a honlap látogatói az 1374 feltöltött fénykép közül a legtöbb szavazattal díjaztak. A stuttgarti repülőtér a nagy nyári játékot rádióspotokban, újsághirdetésekből, a belvárosban, a reptéren pedig óriáskivetítőn hirdette. A nagy hírverésnek is köszönhetően a nyereményakció honlapja több mint 600.000 oldalletöltéssel büszkélkedhetett, a fotókra pedig több mint 300.000 szavazat érkezett. A nagy sikerű játék méltó befejezéséül szolgált a rendkívül tartalmas, és az időjárás viszonyosságai ellenére is jól sikerült másfél napos budapesti látogatás, melynek során a nyertesek részt vehettek egy dunai hajózáson, megismerhették hazánk gasztronómiai kínálatát, fővárosunk éjszakai nyüzsgését, a nap fátalalmait pedig a nemrég megnyílt Continental Hotel Zaraban pihenhették ki. A stuttgarti repülőtér facebook (www.facebook.com/pages/Stuttgart-Airport) és twitter oldalán (http://twitter.com/str_airport) megtekinthetők a nyereményúton résztvevők képei, bejegyzései. A nyertesek budapesti élményeiről a 230.000 példányszámban megjelenő Stuttgarter Nachrichten, a 70.000 példányszámú reptéri magazin és az 1,75 milliós hallgatósággal rendelkező BIG FM rádió tudósított.

✓ Német-magyar barátság – ezúttal a női foci jegyében

A müncheni székhelyű Schwarz-Weiß sportegyesület női focicsapatát 2010 tavaszán egy barátságos mérkőzésre és egy négynapos budapesti programra vendégül látta a III. Kerületi TUE női csapata. A magyarországi látogatás sikerét – a mérkőzésen elszenvedett német vereség ellenére – a helyi sajtóban és a müncheni csapat honlapján (<http://www.schwarzweissmuenchen.de/fussball/index.php>) megjelenő élménybeszámoló igazolja, melyben főként a magyarok vendégszeretetét dicsérik. Köszönetképp, illetve a hosszú távú kapcsolattartás reményében a müncheni csapat 2010. szeptember 23-án barátságos mérkőzésre hívta a III. Kerületi TUE csapatát. Az esemény tiszteletére a müncheni Főkonzulátus és a St.-Georg Lovagrend fogadást tartott, amelyen a Magyar Turizmus Zrt. német képviselete együttműködő partnerként dekorációval, turisztikai kiadványokkal vett részt, a sportolóknak pedig apró ajándécsomagokkal kedveskedett.

Mivel az aktív turizmus egyre fontosabb szerepet játszik a német utazóközönség motivációi között, az MT Zrt. német képviselete együttműködik az ilyen és ehhez hasonló rendezvények lebonyolításában a sportlehetőségek és az aktív turisztikai programok népszerűsítése érdekében.

✓ Budapesten bulizhattak a délnémet DASDING nyereményjáték nyertesei

Az SWR DASDING, Délnyugat-Németország fiataloknak szóló, 250 ezres hallgatottságú multimédiás csatornája – rádióadás, weboldal, TV műsor az SWR-en – rendszeresen szervez nagyszerű nyereményjátékokat. A 2010-es őszi akciójuk 14 nyertese Bécs-Budapest-Prága útvonalon buszos partiutazáson vehetett részt, hogy négy nap alatt életük legnagyobb buliját élhessék át. A Magyar Turizmus Zrt. németországi képviselete fontos feladatának tartja hazánk népszerűsítését a fiatalok körében, ezért rendszeresen együttműködik a fiatal korosztálynak szóló programok, nyereményakciók szervezésében, így a DASDING akciójában, vagy például a nemrégiben zajlott stuttgarti repülőtér nyereményjátékában is.

Az SWR DASDING célja az volt, hogy minél többen jelentkezzenek a nyereményjátékokra, ennek érdekében 2010. szeptember 16-28. között a rendezvényein, rádióban, interneten és közösségi médiumokban hirdetett, valamint Baden-Württemberg és Rheinland-Pfalz tartomány 11 városában roadshow-t szervezett. A roadshow alatt a stáb bulikat rendezett, blogot vezetett, élő

riportokat adott, és a fődíjjal természetesen az osztrák-magyar-cseh fővárosokba csábította a fiatalokat. Így Budapest neve az elkövetkező 2 hétben rendszeresen elhangzott Németország legnagyobb területen sugárzó adóján, az SWR-en. A szerencsés nyertesek szeptember 29-én indultak partikörútjukra, és október 1-jén, pénteken reggel érkeztek Budapestre, hogy megismerkedjenek a várossal, és éjszaka egy jót bulizzanak. Élményeikről a rádió és a TV élőben is közvetített.

Spanyolország

✓ Katy Perry-vel népszerűsítették Budapestet Spanyolországban

Különleges és költséghatékony kampánnyal népszerűsítette Budapestet a Magyar Turizmus Zrt spanyol képvisellete.

Budapestet választotta ugyanis európai lemezbemutatójának színhelyéül Katy Perry amerikai énekesnő: a hatalmas érdeklődésre számot tartó koncertet október 1-jén a Papp László Sportarénában tartották. A lemezbemutató koncert nemcsak a hazai, hanem valamennyi európai könnyűzenével foglalkozó média figyelmét magára vonta. Ezt az alkalmat kihasználva a Magyar Turizmus Zrt. madridi képvisellete a lemez kiadójával, az EMI Music spanyolországi képviselétével közös nyereményjátékot szervezett Spanyolországban. A szerencsések egy budapesti hétvégét nyerhettek, és részt vehettek napjaink egyik legsikeresebb amerikai énekesnőjének koncertjén. A kampány hazai szolgáltatók és turisztikai szervezetek – MALÉV, BTH Budapesti Turisztikai Nonprofit Kft. és Continental Hotel Zara**** – együttműködésének köszönhetően valósulhatott meg. A kampány keretén belül 1 héten keresztül Budapestet, illetve a budapesti rendezvényt népszerűsítő reklámspotok hangzottak el az Europa FM rádióadásban, felhívás jelent meg az Europa FM rádió weboldalán és az EMI music 300 ezer fős címlistájára kiküldött hírlevelében, továbbá az EMI Music és a "Hablemos de Música" Facebook csoportjain keresztül internetes közösségi oldalak bevonására is sor került.

Szlovákia

✓ Az MT Zrt. a Salamander városi napokon

2010. szeptember 10-11-én, Selmečbányán (Banská Štiavnica) tartották a Salamander városi napokat, melyre a szervezők a Magyar Turizmus Zrt. szlovákiai képviselétét is meghívták Magyarország turisztikai kínálatának bemutatása céljából. A kétnapos rendezvény számos turistát és környékbelit vonz az UNESCO Világörökség Listáján szereplő közép-szlovákiai városba. A Magyar Turizmus Zrt. szlovák képviselete szeptember 10-én, pénteken, információs ponton várta a látogatókat, akik elsősorban a szlovák határhoz közel eső régiók, termál- és élményfürdők, valamint az aktív turizmus iránt érdeklődtek. A hűvös, esős őszi időjárás ugyan nem kedvezett a szabadtéri rendezvénynek, de a programok lebonyolítását és a hangulatot nem tudta elrontani.

✓ Egyre nagyobb szlovák érdeklődés Zalakaros iránt

A Magyar Turizmus Zrt. szlovákiai külképviselete 2010-ben szorosán együttműködik a Zalakaros Turisztikai Egyesülettel. Az együttműködés keretében az Egyesület év elején részt vett a pozsonyi ITF Slovakiatour turisztikai kiállításon, tavasszal pedig a zalakarosi Gránit Gyógy-, Élmény- és Termálfürdő, valamint a város szolgáltatói prezentáció és workshop keretében mutatkoztak be Pozsonyban 50 fős szlovák utazási irodái és médiaszakemberekből álló közönség előtt. A nyár folyamán számos nyomtatott médium (Život, Nový Čas Víkend, Új Szó) hívta fel a városra a figyelmet, továbbá ősszel, az MT Zrt. szlovákiai külképviseletének online egészségturisztikai

kampányához – amely leglátogatottabb a turisztikai weboldallal, a www.dromedar.sk portállal is bővül – is csatlakoztak.

Az együttműködés keretében megvalósuló kampány eredményeként Zalakaroson jelentősen nőtt a szlovák vendégéjszakák száma.

✓ **Közösen népszerűsítette Magyarország turisztikai kínálatát az MT Zrt. és a Hunguest Hotels Szlovákiában**

A Magyar Turizmus Zrt. szlovákiai képviselete a Hunguest Hotels Zrt.-vel közösen prezentáció és workshop keretében mutatta be Magyarország turisztikai kínálatát 2010. szeptember 28-án, Pozsonyban 35 szlovákiai utazási irodai szakember előtt. A rendezvényt Farkas Géza, Magyarország pozsonyi konzulja nyitotta meg, és köszöntötte a résztvevőket. Ezt követően Godár Ivett, a Magyar Turizmus Zrt. szlovákiai külképviseelője prezentáció keretében ismertette a magyarországi egészség- és konferenciaturizmus aktualitásait. A program részeként Szabó József, a Hunguest Hotels értékesítési igazgatója előadásában a szállodalánc tagjait, az elmúlt években végrehajtott rekonstrukciókat, újításokat és változásokat mutatta be. A prezentációkat workshop követte a Hunguest Hotels 14 tagjának személyes képviseletével és a szlovák partnerek rendkívül aktív részvételével. Az érdeklődések az általános információk mellett konkrét ajánlatkérésekre is kiterjedtek. A szakmai programot magyaros ételek és italok kínálata követte egy fogadás keretében. A részt vevő szlovák szakmabeliek között egy két fő részére, két éjszakára szóló vouchert is kisorsoltak a tapolcai Hunguest Hotel Pelion jóvoltából.

A Hunguest Hotels évek óta aktív marketingmunkát fejt ki a szlovák piacon, rendszeresen vesznek részt a turisztikai kiállításokon és szakmai programokon. Ennek eredményeképp a szlovák turisták egyre növekvő számban fedezik fel a szállodalánc kínálatát.

KIÁLLÍTÁSOK, VÁSÁROK, RENDEZVÉNYEK

BELFÖLD

2010 szeptemberében belföldön **1 turisztikai kiállításon** és vásáron jelent meg a Zrt. (WestEnd tetején megrendezésre kerülő IV. Főszezon kiállításon való régiós megjelenés)

KÜLFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. 2010 szeptemberében **5 külföldi kiállításon** vett részt.

SZAKMAI KAPCSOLATOK

A válság hatásainak ellensúlyozásában fontos szerep jut a **széles körű együttműködésnek** a Magyar Turizmus Zrt. hazai és nemzetközi partnereivel, ezért a Zrt. még szorosabbra fűzi kapcsolatait a **turisztikai szakmával és stratégiai partnereivel** is.

KÜLFÖLDI SZAKMAI KAPCSOLATOK

V4



Csehország, Lengyelország, Magyarország és Szlovákia turisztikai együttműködése a *The European Quartet – One Melody* (Európai négyes-közös dallam) márkanév alatt 2003 óta folyik sikeresen. A négy ország turisztikai együttműködésének fő célja, hogy összehangolt munkával és a rendelkezésre álló források egyesítésével közösen népszerűsítsék a közép-európai régió turisztikai kínálatát mind szélesebb körben, elsősorban a tengerentúli piacokon.

✓ Nyit Magyarország felé az indiai utazási piac

A Visegrádi Négyek turisztikai együttműködésének keretében augusztus végén a tagországok iránt érdeklődő és programozni kívánó indiai utazási irodák képviselői fedezték fel Csehország, Lengyelország és Szlovákia mellett Magyarország turisztikai kínálatát. A résztvevők rendkívül lelkesen nyilatkoztak a hazánkban látottakról, az új piaci lehetőségekről. A tanulmányút első eredményeként az egyik indiai túraszervező a Magyar Turizmus Zrt.-hez írt levelében komoly, hosszú távra szóló együttműködést kezdeményez a nemzeti turisztikai marketingszervezettel. Az együttműködés keretében az indiai partner elsősorban a különleges filmforgatási helyszínekről kért tájékoztatást. Véleményük szerint az olyan különleges magyarországi helyszínek, mint a kastélyok, egyedi épületek és a csodálatos természeti környezet több forgatócsoportot is vonzhat Indiából Magyarországra. A turisztikai szakember dicsérte az MT Zrt. szervezőmunkáját, a szolgáltatók által nyújtott fantasztikus programokat és Magyarország változatos turisztikai vonzerőit.

✓ Oroszországi roadshow keretében népszerűsítették a V4 országok turisztikai kínálatukat

A Visegrádi Országok turisztikai együttműködésének keretében 2010. szeptember 16-tól Oroszországban mutatkozott be Csehország, Lengyelország, Magyarország és Szlovákia turisztikai kínálata. A roadshow során a V4 országok nemzeti turisztikai marketingszervezeteinek képviselői három városban – Nyizsnij Novgorodban, Kazanyban és Szamarában – tartottak prezentációt, illetve a helyszíneken szakmai találkozóra is sor került. A rendezvénysorozaton a négy országot összesen 52 szolgáltató képviselte, a résztvevők tekintetében Magyarország volt a legaktívabb 19 szolgáltatóval. Az első állomáson rendkívül nagy volt az érdeklődés, több mint 100 fős közönség ismerkedett meg a Visegrádi Országok turisztikai kínálatával.

Oroszország a Visegrádi Négyek egyik legfontosabb piaca, ahol a V4 országok nemzeti turisztikai marketingszervezetei két éve kezdték meg célzott, együttes marketingtevékenységüket. A V4 bemutatkozások keretében a Magyar Turizmus Zrt. tavaly óta az általános országismertető előadások mellett hazánk egészségturisztikai értékeinek népszerűsítésére is nagyobb hangsúlyt fektet, pl. kiadványok formájában.

✓ V4 road show az USA-ban

2010. szeptember végén 17 szolgáltató és 45 bostoni és környékbeli utazási irodai szakember részvételével megkezdődött a Visegrádi Országok idei bemutatkozása az USA-ban. A magyar, szlovák, cseh és lengyel turisztikai szervezetek 2003 óta folyamatosan bővülő marketing együttműködése a távoli piacokon most is sikeresnek volt, mivel az amerikai utazási szakemberek is jóval nagyobb érdeklődést mutatnak minden közös, a régiót mint egyetlen desztinációt bemutató kommunikáció iránt, mintha az egyes országok külön-külön igyekeznének vonzó célpontként bemutatni magukat.

A 2010-es amerikai road show-n a négy ország szállodavállalatai, desztinációs menedzsment irodái, valamint turisztikai hivatalai képviseltették magukat. A helyszínek: Boston, Minneapolis és Dallas voltak, és minden városban 40-50 szakember kapott részletes tájékoztatást a négy országot összekapcsoló programokról, a legújabb szálláslehetőségekről és a vonzerőbővülésről. A prezentációk 17.30-kor általános prezentációval kezdődtek, a kikerkezett szolgáltatók kerekasztalos „one-on-one” megbeszéléseivel folytatódtak, majd mini trade show-val és ültetett állófogadással végeztek. Magyar részről – a Magyar Turizmus Zrt. New York-i külképviseletén kívül – a Danubius Hotels, a Continental Hotel Zara Budapest és a Liberty Travel volt jelen.

BELFÖLDI SZAKMAI KAPCSOLATOK

Regionális turizmus konzultációk

A Magyar Turizmus Zrt. szervezésében – együttműködve a Nemzetgazdasági Minisztérium Gazdaságfejlesztésért Felelős Helyettes Államtitkárságával, valamint a Magyar Országgyűlés Sport- és turizmus bizottságával – 2010 szeptemberében a turizmus aktuális kérdéseit, fejlesztési lehetőségeit érintő szakmai rendezvénysorozatra került sor. A turizmus konzultációk keretén belül a turizmus állami irányításának képviselői és a Magyar Turizmus Zrt. vezetői ismertették a jövőt érintő szakmai elképzeléseiket, az MT Zrt. marketingstratégiáját, valamint a turizmus helyi vezető szakemberei osztották meg tapasztalataikat a résztvevőkkel. A rendezvénysorozat állomásai az alábbiak voltak: szeptember 15-e Győr, szeptember 23-a Siófok, szeptember 29-e Debrecen, végül szeptember 30-án Budapest.

A Magyar Turizmus Zrt. új vezetése, a meghonosítandó értékesítés-orientált szemlélet jegyében még szorosabbra kívánja fűzni együttműködését a turisztikai piac szereplőivel. A Parlamentben megrendezett júliusi turizmuskonzultáció folytatásaként a Társaság vezetői – a turizmus állami irányításának képviselőivel közösen – szeptemberben négy, régiós rendezvény keretében találkoztak a turizmuságazat vezető szakembereivel.

Valamennyi régiós szakmai találkozó **azonos programszerkezetre** épült: a nap első részében a turizmus állami irányításának képviselői – **Dr. Horváth Endre**, a Nemzetgazdasági Minisztérium gazdaságfejlesztésért felelős helyettes államtitkára, valamint **Bánki Erik**, az Országgyűlés Sport és turizmus bizottságának elnöke – adtak tájékoztatást a turizmus fejlesztésének stratégiai irányairól, illetve a hazai turizmus aktuális kérdéseiről. Ezt követően a Magyar Turizmus Zrt. tevékenysége került a figyelem középpontjába: **Horváth Gergely**, az MT Zrt. vezérigazgatója a nemzeti turisztikai marketingszervezet megújuló tevékenységéről beszélt a résztvevőknek, **Debreceni János**, a Zrt. marketingigazgatója pedig a Társaság marketingstratégiáját ismertette.

A konzultációk második részében a turizmus helyi vezető szakemberei, minden alkalommal négy témakört átfogva – egészségturizmus, konferenciaturizmus, TDM és egy kiemelt fejlesztés az adott régióban – osztották meg tapasztalataikat a résztvevőkkel.

SAJTÓKAPCSOLATOK

BELFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. 2010 szeptemberében **85 hírt, illetve 16 sajtóközleményt, illetve tájékoztatót adott ki.**

A sajtóval való még hatékonyabb kommunikációt szolgálja a Zrt. internetes honlapjának **sajtószobája** is. Innen elérhetőek a cég aktuális hírei, sajtóközleményei, a marketingakciókról, valamint eseményekről szóló információk és az újságírók számára hasznos háttéranyagok.

Az **éves média-együttműködések** keretében megjelenő PR cikkekkel, és az országos terjesztésű lapokba befűzött (Magyar Nemzet, Világgazdaság, Népszava, Vasárnapi Hírek, Hölgyvilág, Fanny és RTV részletes) „Itthon otthon van” turisztikai melléklettel is a Fesztiválok Évére koncentrált az MT Zrt. 2010-ben. A belföldi kampányokat az MT Zrt. PR megjelenésekkel is népszerűsíti.

A Fesztiválok Évét, illetve a régiók kiemelt eseményeit, helyszíneit, kihagyhatatlan ajánlatait bemutató cikkek, rádió szpotok, online hirdetések jelentek meg.

Mint ismeretes, a Fesztiválok Évében ismét megújult formában jelentkezik az MT Zrt. turisztikai programajánlója. A műsor – amellyel az MT Zrt. belföldi utazásra kívánja ösztönözni a hazai lakosságot – az **MTV1-es csatornán, a Ma Reggel c. műsor keretében**, az Időjárás-jelentést követően látható minden nap.

A magyar turisztikai szakmában tevékenykedő külföldiek tájékoztatását célozza a 2005-ben útjára indított angol nyelvű szakmai turisztikai hírlevél a **Hungarian Travel and Tourism Headlines**, amelyhez – stratégiai együttműködés keretében – a Zrt. folyamatosan továbbítja híreit.

A Magyar Turizmus Zrt. szorosan együttműködik a **FUNZINE Magazin**nal annak érdekében, hogy minél több külföldi utazót csábítson hazánkba, és az érdeklődőket első kézből tájékoztassák a magyarországi program- és szolgáltatási kínálatról. A FUNZINE-hoz az MT Zrt. külképviseletein, 16 országban, a Malév Zrt. külföldi értékesítési irodáiban, 34 országban, illetve az Orange Ways buszjáratain – amely 8 európai országba szállít utasokat – is hozzáférhetnek az érdeklődők. A Magazin segíti a hazánkba érkező turisták, illetve a Magyarországon tanuló/élő külföldi állampolgárok célzott programkeresését.

Sajtóesemények

2010. szeptemberben a Magyar Turizmus Zrt. országos szakmai- és/vagy **sajtótájékoztatót** tartott az alábbi témákban, illetve közreműködött ezek megrendezésében:

- ✓ IV. Főszezon Belföldi Turisztikai Kiállítás és Szállásbörze programját bemutató sajtótájékoztató (szeptember 8.)
- ✓ Regionális turizmus konzultációk: szeptember 15-e Győr, szeptember 23-a Siófok, szeptember 29-e Debrecen, végül szeptember 30-án Budapest.

KÜLFÖLDI MÉDIA ÉS SZAKMAI TANULMÁNYUTAK

2010. szeptemberben **33 külföldi tanulmányút** keretében **43 fő újságíró**t, **24 főt forgatócsoport** képviselőjében, **62 fő turisztikai szakembert és utazási szakembert** fogadott a Magyar Turizmus Zrt. **mindösszesen 129 fő érkezett Magyarországra a Zrt. vendégeként.** A tanulmányutak nyomán megjelent cikkek és tudósítások hírértéke szeptemberben 109 millió forint.

- ✓ **Számos újságíró érkezett szeptemberben is Magyarországra az MT Zrt. szervezésében**

Szeptemberben számos külföldi médiaszakember kereste fel a többek között a Balaton régiót a Magyar Turizmus Zrt. szervezésében.

A **Freizeitwoche** – Németország egyik legkedveltebb, színes, nőknek szóló magazinja, amely hetente kb. 760.000 példányszámban jelenik meg – 2011 első negyedévében hazánk gyógy- és wellness kínálatából kívánt ízelítőt adni olvasói számára. Ennek jegyében a lap utazási rovatának szerkesztője szeptemberben négy napra Nyugat-Magyarországra (Balaton és Nyugat-Dunántúl régió) látogatott egyéni sajtóút keretében. Programjában hévízi szállodák, kezelések, a tófürdő meglátogatása, sétahajózás és a tapolcai gyógybarlang megtekintése szerepelt.

A **BS Japan TV** 12 napig forgatott Magyarországon. A filmet 2011-ben vetítik, de 3 éven belül minimum kétszer meg fogják ismételni. A műsor témája: Budapest, a népi hagyományok (Hortobágy, Debrecen, Kalocsa és Kiskunhalas) bemutatása, kultúra és Liszt (Sopron), Herend, Pécs és a magyarországi borvidékek, továbbá a forgatás programjába belevették a Hévízi Tófürdőt is!

Szeptemberben egy másik **japán forgatócsoport** is ellátogatott Magyarországra, ezen belül is Budapestre, a Dunakanyarba, a Balatonra és Észak-Magyarországra. Az országos kereskedelmi TV ismeretterjesztő műsorának címe: "álomvasút", témája pedig hazánk általános bemutatása volt. A Balaton régióban Tihanyt, Balatonfüredet, Keszthelyen a Helikon Kastélymúzeumot (vasútmodell kiállítás, hintómúzeum) és a Hévízi Tófürdőt filmezték le a japán TV képviselői.

- ✓ **Magyarország a legnépszerűbb olasz televíziós utazási műsorban**

A Magyar Turizmus Zrt. olaszországi külképviseletének együttműködésében a legnépszerűbb olasz utazási televíziós műsor, az *Alle Falede del Kilimangiaro* forgatócsoportja járt hazánkban. Az utazási magazinműsor vasárnaponként kerül adásba, nézettsége eléri a 2 millió főt! A magyarországi forgatás két téma köré csoportosult: Budapest és hazánk észak-nyugati részének látnivalói a Duna mentén. A nézők 2010. év végén, 2011. év elején két alkalommal találkozhatnak majd hazánk turisztikai kínálatával a műsorban. Az egyik adás kizárólag Budapest látnivalóit fogja bemutatni, míg a másik adásban Bécs-Pozsony-Budapest útvonalon Magyarország észak-nyugati részének vonzerőit ismerhetik meg az olasz TV nézők a Duna mentén.

- ✓ **Német újságírói tanulmányút az Alföldön**

2010. szeptember 9. és 12. között 11 fős német újságírócsoport ismerkedett az Alföld nagyrégió általános és egészségturisztikai kínálatával. A résztvevők Frankfurt, Hamburg és Berlin városokból, illetve környékéről érkeztek a Magyar Turizmus Zrt. németországi képviselőjének és az Alföld nagyrégióinak a meghívására olyan neves lapok és kiadók képviselőjében, mint pl. a Gruner & Jahr kiadó, az MDR Hörfunk, a Neues Deutschland, a Leipziger Volkszeitung és az Aachener Zeitung. A vendégek ízelítőt kaptak az Alföld gasztronómiai, kulturális és természeti

kínálatából. Hajóról, valamint tanösvényen vezetõ séta során megismerték a Tisza-tó egyedülálló madárvilágát, magyaros vacsorák és a békési pálinkafõzde ízein keresztül pedig bepillantást kaptak az Alföld kulináris sajátosságaiba. Hajdúszoboszlón, Szegeden, Gyopárosfürdõn és Gyulán a gyógy és wellness lehetőségekre hívta fel az MT Zrt. a figyelmüket, továbbá a vendégeknek alkalmuk volt a fürdõkben saját tapasztalatok gyűjtésére és egy masszázsra is. A programot kulturális elemek is gazdagították: Szegeden, a Reök-palotában megtekintették a Rembrandt kiállítását, és meghallgattak egy orgonakoncertet a zsinagógában, Gyulán pedig a Várban középkori bajvívásnak lehettek szemtanúi.

✓ **Osztrák újságírók a Dél-Alföldön**

A Magyar Turizmus Zrt. meghívására 2010. szeptember 16-19. között hat ausztriai lap újságírója tanulmányozta a dél-alföldi régió turisztikai és kulturális attrakcióit. A meghívott médiumok célcsoport-szegmentáltan kerültek kiválasztásra, így egyaránt képviseltetik magukat a neves tartományi lapok, mint pl. a Kärntner Tageszeitung, vagy a Neues Volksblatt, az egyházi lapok (der Sonntag; Kirche In), valamint a tematikus turisztikai és programajánló magazinok (Pannorama; Mach' Dich Schlau).

✓ **Skandináv seniorok magyarországi felfedezőúton**

A Magyar Turizmus Zrt. észak-európai képviselõje folyamatosan keresi az új értékesítési csatornákat, melyek közül ígéretes piaci szegmens lehet a Skandináviában jelentõs szereppel bíró nyugdíjas egyesületek társasága. 2010. márciusban az MT Zrt. a norvég Active Travel Norway (ATN) utazási irodával közösen norvég nyugdíjas szervezetek döntéshozóit hívta meg hazánkba, a nyugat-dunántúli régióba. A tanulmányút eredményeként már a harmadik norvég nyugdíjas csoport érkezett Magyarországra, sõt, az ATN iroda új szegmensek (pl. MICE) felvételét, bevezetését tüzte ki célul a magyar piacra szóló kínálatában. A skandináv seniorok megnyerésének érdekében hamarosan a finn nyugdíjas egyesületek képviselõi ismerhetik meg hazánkat egy tanulmányút keretében.

✓ **Német tanulmányút már a 2011-es kiemelt kampánytémák jegyében**

Mivel a müncheni turisztikai vásár, a CBR utódja, a f.re.e, 2011-ben Magyarországot választotta díszvendégének, ezért a komplex együttmûködésnek megfelelõen, szeptember 16-19. között a vásár szervezõi és a Magyar Turizmus Zrt. német képviselõjének meghívására számos újságíró látogatott Magyarországra. A résztvevõk neves müncheni és München környéki médiumokat képviseltek: Donau Kurier, Süddeutsche Zeitung Wohlfühlen melléklet, Auto&Reisen, "Spiel mit" magazin, Bayernwelle Südost - Radio, Die Welt. A négynapos sajtóút célja elsõsorban az volt, hogy az újságírók megismerjék Magyarország egészségturisztikai kínálatát, amely egyben a 2011. február 23-27. között Münchenben megrendezésre kerülõ f.re.e vásáron hazánk megjelenésében kiemelt szerepet játszik majd. A tanulmányút programja ezért Budapesten több neves fürdõ meglátogatásával indult. Christian Brandmayr, aki a BTH Budapesti Turisztikai Nonprofit Kft. egyik budapesti turisztikai nagykövete, egy kerékpáros városnézés során személyesen kalauzolta el a vendégeket a magyar fõváros fürdõibe – Gellért, Rácz és Széchenyi. A fürdõlátogatások szervezésében a BTH is közremûködött. Az érdekes városnézést egy ízletes vacsora zárta a Bock Bisztróban. A résztvevõk budapesti vendéglátója a SOHO Boutique Hotel volt. A magyarországi kirándulás a Balaton régióban folytatódott, ahol a vendégeket Tihanyban a Club Tihany, Hévízen pedig a Hotel Európa Fit, a NaturMed Hotel Carbona, a Hévízi Tófürdõ és a Kolping Hotel kényeztette. Az újságírók emellett felkeresték a tapolcai tavasbarlangot, és

Keszthelyre is ellátogattak. A program során a Nyugat-Dunántúl régiót is felfedezték, ahol Sárváron a Spirit Hotel Thermal Spa látta vendégül az újságírókat. Mivel a Magyar Turizmus Zrt. németországi képviselete a sajtóút során a Liszt Évet is be kívánta harangozni, ezért a program Sopronban folytatódott, majd Magyarország 2011-es EU elnökségére való tekintettel a Páneurópai Piknikkel zárult. Az újságírók a rossz idő ellenére nagyon jól érezték magukat.

KIADVÁNYOK

2010. szeptemberben összesen **330.000 db** (belföldön 300.000 db, külföldön 30.000 db) promóciós eszközt (kiadványok, plakátok, szórólap stb.) terjesztett a Magyar Turizmus Zrt.

A kiadványok többségének pdf és/vagy html (E-book) formátumai megtalálhatóak a Magyar Turizmus Zrt. központi vagy tematikus honlapjain is.

KÖZPONTI KIADVÁNYOK

A Központi Statisztikai Hivatal 2009. évi **végleges vendégforgalmi adatai** alapján a Magyar Turizmus Zrt. elkészítette a **Turizmus Magyarországon 2009** című **magyar és angol** nyelvű, végleges adatokat tartalmazó statisztikai kiadványt.

Elkészült a **Turizmus Bulletin** (Magyar Turizmus Zrt. szakmai és tudományos folyóirata) XIV. évfolyamának, 1-2. összevont, turisztikai régiók - jubileumi tematikus száma.



Aktualizált utánnnyomásra került a **Bringára fel!**, országos kerékpáros térkép is, magyar nyelven, közel 15.000 példányban. A térkép egyik oldalán látható országos földrajzi térképen elsősorban a kerékpáros útvonalak jelennek meg, valamint a MÁV által biztosított vasútvonalak hálózata, míg a másik oldalon a túrákhoz tartozó hasznos információk (nehézségi fok, távolságok stb.) és a kiemelt látnivalókról szóló ismertetőik olvashatók.

Fesztiválok Éve tematikus kiadványok

✓ EXIT Magazin Fesztiválok Éve különszáma

A Fesztiválok Éve keretében 2010. szeptember végén megjelent az EXIT magazin újabb különszáma a Magyar Turizmus Zrt. együttműködésében. A kiadvány az október-decemberi időszakra vonatkozóan segít eligazodni hazánk gazdag fesztiválkínálatában. A témaév belföldi szlogenje – „élmény veled” – jegyében az érdeklődők turisztikai régiók szerint válogathatnak a színes programokból és a kedvezményes szállásajánlatokból. A különszám 200.000 példányban kerül terjesztésre az ország számos pontján, pl. Tourinform irodákban, MOL töltőállomásokon, kulturális és szabadidőközpontokban, felsőoktatási intézményekben, valamint behúzásra kerül a Nők Lapja vidéki előfizetőinek is.

KÉPVISELETI KIADVÁNYOK



✓ Hiánypótló kiadvány Debrecen és Hajdúszoboszló egészség-turisztikai lehetőségeiről az orosz piacra

Új kiadvány jelent meg Debrecen és Hajdúszoboszló gyógy-, és wellness lehetőségeiről a Magyar Turizmus Zrt. oroszországi külképviseletének gondozásában. A 16 oldalas kiadvány részletesen leírja a debreceni és hajdúszoboszlói gyógyvizek javallatait és ellenjavallatait, bemutatja a

fürdőket, továbbá a két város főbb látnivalóit és érdekességeit. A széleskörű összefogással elkészült hiánypótló kiadvány 15.000 példányban jelent meg 2010. szeptember 13-án. Már a megjelenését követő néhány nap alatt is több olyan külképviseleti eseményen debütált sikerrel, mint a V4 road-show Nizsnij Novgorodban, Kazanyban, Samarában és Moszkvában, továbbá a Spa Expo és az Egészségturizmus konferencia Moszkvában.

MÉDIA-MEGJELENÉSEK

KÜLFÖLD

A Magyar Turizmus Zrt. külképviseletei 2010. szeptemberben összesen **6 akció keretében helyeztek el hirdetést** külföldi nagyközönségi és szakmai lapokban.

A fizetett megjelenések mellett, számos PR cikk és tudósítás született az MT Zrt. szervezésében megvalósult tanulmányutak, vagy szakmai segítségnyújtás nyomán.

2010 szeptemberében az alábbi főbb médiumok számoltak be hazánk turisztikai kínálatáról:

- ✓ Exkluzív, 30 oldalas magyar lovas összeállítás jelent meg a japán Equus magazinban. A 80.000 példányszámban megjelenő magazin összeállítása kb. 97 millió Ft-os hírértéket generál hazánk számára!
- ✓ A román Flacara magazin szeptemberi száma Budapestet mutatta be olvasóinak. (A lapnak 90.000 fős olvasótábora van, főként a 35-45 év közötti, átlagon felüli jövedelemmel rendelkezők körében.)
- ✓ Budapest 2010 szeptemberében a naponta 150.000 példányban megjelenő Irish Independent hasábjain szerepelt.
- ✓ Budapest celebrity guide jelent meg a Norwegian fapados honlapján.
- ✓ Egyoldalas Budapest összeállítást közölt a brit METRO újság 2010. szeptember 8-i száma. (A lap a londoni tömegközlekedés résztvevői számára, összesen 725.000 példányban ingyenesen került terjesztésre.)
- ✓ Németország egyik legolvasottabb, nőknek szóló hetilapjában kétoldalas cikk jelent meg Budapestről és a város fürdőiről. (780.000 olvasó)
- ✓ A shanghai-i EXPO Magyar Pavilonját, valamint a magyar fürdőket és a gyógyturizmust magasztaló cikk jelent meg 2010. szeptemberben Kína második legnagyobb példányszámban (280.000) megjelenő utazási magazinjában, a Lüxingjia-ban (旅行家) a Magyar Turizmus Zrt. kínai külképviseletének közreműködésében.
- ✓ A Magyar Turizmus Zrt., a Kempinski Hotel Corvinus Budapest és az Aer Lingus ír fapados légitársaság által szervezett tanulmányút eredményeként az Irish Independent után a 60.000 példányban megjelenő Sunday Tribune közölt kétoldalas összeállítást Budapestről 2010 szeptemberben.
- ✓ Részletes összeállítás jelent meg hazánk turisztikai kínálatáról Ausztria dinamikusan fejlődő utazási magazinjának, a Besser Reisen (www.besser-reisen.org) szeptemberi számában.

- ✓ „Budapest, Európa mosolya” a Meet and Travel Mag francia hivatásturisztikai magazin szerint. (8000 példány)
- ✓ Budapest és Pécs szerepelt a hesseni TV-ben. (A film nézettségével a TV adó nagyon elégedett volt – mintegy 400 ezren tekintették meg az adást.)
- ✓ A félmillió olvasótábrral rendelkező OÖ Nachrichten (www.nachrichten.at) egyik szeptemberi száma kétoldalas tudósításban mutatta be Veszprém és környékének turisztikai látnivalóit az MT Zrt. által szervezett tanulmányút nyomán.
- ✓ Budapestről szóló cikk jelent meg 2010 szeptemberében a SonntagsBlick Magazinban. A Svájc egyik legnépszerűbb újságjában publikált, több mint 10 millió forint médiaértékű cikket 870 ezren olvashatták.
- ✓ A kínai sajtó is beszámolt a shanghai-i EXPO Magyar Pavilonjában tartott Magyarország-prezentációról.
- ✓ A Magyar Turizmus Zrt. által szervezett újságírói tanulmányút nyomán Sopronról és környékéről, a város nevezetességeiről, valamint a Fertő-tóról és a soproni borvidékről tudósított a femme.sk szlovák portál.
- ✓ A woman.sk női témákkal foglalkozó weboldal utazásra csábító cikke a Magyar Turizmus Zrt. által szervezett nyugat-dunántúli tanulmányúton szerzett élményeiről számolt be 2010 szeptemberében.
- ✓ A népszerű brit bulvár magazin, a The Sun a szerelmesek érzéseinek egyik kedves kifejezési szokásáról, a lakatolásról közölt cikket 2010. szeptemberben. Az összeállítás megemléktette, hogy a párok e hagyománya Pécsről indult hódító útjára, és mára már Londont is elérte.
- ✓ Az MT Zrt. közreműködésében a Der Sonntag szeptemberben Magyarország nemzeti kegyhelyeit mutatta be.
- ✓ „Templomok és katakombák” címmel közölt Pécsről cikket 2010 szeptemberében a 100.000 példányban megjelenő Preußische Allgemeine Zeitung hetilap.
- ✓ Pécsi őszi vakációra csábított a román Evenimentul Zilei napilap. (A napilap 50.000 példányban jelenik meg és átlagosan 120-150 ezer olvasója, míg weboldalának napi 100-150 ezer egyéni látogatója van.)
- ✓ A Magyar Turizmus Zrt. németországi képvisellete folyamatos és aktív médiamunkájának köszönhetően Budapest is bekerült Németország legolvasottabb napilapjának a Bildnek az őszi utazási ajánlatai közé. (Az újságot 4.500.000 (!) olvasó forgatja naponta, és ez a hatalmas olvasói szám nem tartalmazza az előfizetéseket!)
- ✓ A L'Evenementiel című francia szakmai folyóirat 2010. szeptemberi számában egy teljes oldalon mutatja be a Budapesten a közelmúltban megnyílt vagy a hamarosan megnyíló új szállodákat. A lap 9.000 példányban jelenik meg.
- ✓ Magyarország gyógyvízkínálata szerepelt a 210.000 olvasóhoz eljutó ingolstadti Donaukurierben.

- ✓ A magyar gyógyturizmus hagyományai mellett a vizek fővárosának, azaz Budapestnek a sokszínű és stílusjegyekben gazdag építészetét, a magyarok vendégszeretetét dicsérte az Echo der Frau című 460.000 példányban megjelenő hetilap szeptember 15-i száma.
- ✓ Budapestet az ingyencek városának nevezte a kínai My Vacation c. lap. (A lap havonta 80.000 pld-ban jelenik meg.)

E-MARKETING

Az internet, az online, illetve elektronikus információgyűjtés szerepe mára elvitathatatlan a turisztikai szektorban is, ennek megfelelően az MT Zrt. 2010. évi marketingterve mind belföldi, mind külföldi kommunikációjában kiemelt eszközként kezeli az elektronikus marketinget.

A Magyar Turizmus Zrt. **összesen 58 honlapot üzemeltet** és tart karban a világ **27 országában, 29 nyelvi változatban.**

Az új turisztikai márka arculatának alapján az MT Zrt. valamennyi honlapjának – az egyes piacokra jellemző egyedi igényeket megtartva – egységesítése folyamatosan zajlik. Ennek az egységesítő munkának köszönhetően szeptemberben átadásra került az osztrák piacra szánt ungarntourism.at oldal, amely az új arculat és felépítés mellett német nyelven teszi elérhetővé a Nemzeti Turisztikai Adatbázis (NET) adatait, ezzel is piacra segítve a magyarországi szolgáltatót.

Az új megjelenésnek és tartalmaknak köszönhetően 2010 szeptemberében a Magyar Turizmus Zrt. központi honlapjait (**www.itthon.hu** és **www.hungary.com**), valamint a Fesztiválok Éve tematikus kampányoldalt (**fesztival.itthon.hu**) közel **94.000 egyedi látogató**, 114.000-szer látogatta meg, mintegy **300.000 oldalletöltést** generálva. A látogatószám fenntartása, az oldalak ismertségének növelése érdekében különböző online marketingeszközök segítségével ún. **keresőoptimalizálás** (SEO), nyereményjátékok, szöveges-képes-animált hirdetések (bannerek) alkalmazásával és **keresőmarketinggel** a honlapjaira irányítja az MT Zrt. a látogatók figyelmét.

A **portálok** és a mobilos alkalmazások napi szintű **menedzselésével**, tartalmak folyamatos színesítésével (térképek, videók, képgalériák, karaoke, hangosszótár), aktualizálásával tartja fenn a Társaság a látogatók érdeklődését Magyarország turisztikai kínálata iránt.

- ✓ **Elkészült Magyarország turisztikai iPhone-os alkalmazása a Magyar Turizmus Zrt. gondozásában**

A Magyar Turizmus Zrt. turisztikai iPhone-os alkalmazásának segítségével 2010. szeptembertől a Nemzeti Turisztikai Adatbázis (NETA) közel 25 ezer hazai turisztikai szolgáltatójának adatai között böngészhetnek az érdeklődők. Az Apple App Store-ból letölthető ingyenes alkalmazás segítségével a felhasználók könnyedén kereshetnek szálláshelyet, éttermet, látnivalót, Tourinform irodát, rendezvényt, strandot, gyógyfürdőt, szabadidős kikapcsolódást stb., amelyekhez legtöbbször képgaléria is elérhető. A felhasználó helyzetéhez közeli találatokat térkép mutatja meg a készülékben. A két nyelven – angolul és magyarul – hozzáférhető alkalmazás az időjárás feltérképezésében is segítséget nyújt: a friss helyzetkép mellett ötnapos előrejelzést biztosít az érdeklődők számára. A közösségi megosztások mellett a felhasználók aktuális üdülési ajánlatok között szemezgethetnek, friss híreket olvashatnak, és ha „elakadnak”, rögtön tárcsázhatják az éjjel-nappal hívható Concierge szolgálatot, amely a Magyarországon történő aktualitásokról is tájékoztatást nyújt. A külföldi vendégek továbbá olyan hasznos dolgokat is elérhetnek az alkalmazás segítségével, mint a hangos szótár, vagy a valutaváltó.

PIACKUTATÁS ÉS STATISZTIKA

✓ **Statisztika**

A Központi Statisztikai Hivatal előzetes 2010. január-júliusi vendégforgalmi adatai alapján a Magyar Turizmus Zrt. statisztikai elemzést készített az országra, a turisztikai régiókra, valamint a gyógy- és wellness-szállodákra vonatkozóan.

A Magyar Nemzeti Bank fizetési mérleg adatai alapján a Társaság összefoglalást készített a turizmus 2010 II. negyedévi devizaforgalmi adatairól.

✓ **Turizmus Magyarországon 2009 statisztikai kiadvány**

A Központi Statisztikai Hivatal július végén jelentette meg a 2009. évi végleges statisztikai adatokat a kereskedelmi szálláshelyek vendégforgalmára vonatkozóan. Az MT Zrt. szeptemberben elkészítette a **Turizmus Magyarországon 2009** statisztikai kiadvány angol nyelvű végleges változatát. A magyar és az angol nyelvű kiadványok terjesztése megkezdődött, többek között a szeptemberben lezajlott regionális turizmus konzultációk keretében.

✓ **Turizmus Bulletin**

A turisztikai régiók megalakulásának tizedik évfordulója alkalmából – a Magyar Turizmus Zrt. szerkesztésében – a Turizmus Bulletin 2010/1-2. száma mint **regionális tematikus szám** jelent meg szeptemberben. A dupla számként, 120 oldalon elkészült folyóiratban valamennyi turisztikai régió képviselteti magát, továbbá két átfogó elemzés dolgozza fel a regionális statisztikákat, illetve elemzi a turisztikai régiók fejlettségét és versenyképességét jelző mutatókat. A folyóirat terjesztése megkezdődött.

A Turizmus Bulletin 2010/3. számának szerkesztése is a végéhez közeledik, a harmadik szám októberben, 80 oldalon jelenik meg.

✓ **Felmérés a Főszezon kiállításon**

A Főszezon kiállítás során kérdőíves felmérést végzett a Magyar Turizmus Zrt. az utazási tervekről a 2011. májusig tartó időszakra vonatkozóan. A felmérés kiértékelése októberben történik meg.

✓ **Tourism Decision Metrics**

A Tourism Economics (az Oxford Economics leányvállalata) döntéstámogató előrejelzéseket lehetővé tévő programot fejlesztett ki, Tourism Decision Metrics néven. A programot webkonferencia keretében megismerte és véleményezte az MT Zrt. Kutatási Csoportja.

✓ **UNWTO**

A Magyar Turizmus Zrt. Kutatási Csoportjának munkatársai részt vettek a Turisztikai Világszervezet **World Tourism Barometer** című elemzésében szereplő helyzetértékelést és előrejelzést megalapozó szakértői felmérésben.

✓ **UNWTO-ETC TourMIS Seminar and International seminar on Demographic Change and Tourism**

Az MT Zrt. képviseltette magát a fenti címmel Bécsben, 2010. szeptember 16-17-én, egymást követő napokon megrendezett konferencián.

✓ **ETC – Market Intelligence Committee**

Az ETC Kutatói Munkacsoportjának tagjaként az MT Zrt. Kutatási Csoportja részt vett a MIC szeptember 15-16-i munkaértekezletén.

Folytatódott a Társaság részvétele a UNWTO és az ETC közös gondozásában megjelenő **Tourism Product Development Handbook** megalapozó kutatásában és a kötet szerkesztésében.

Az MT Zrt. feltöltötte a havi statisztikai adatokat a TourMIS adatbázisba, emellett részt vett a **TourMIS adatbázis** továbbfejlesztését vizsgáló munkacsoportban, valamint a fenti két szervezet közös szerkesztésében megjelenő **Handbook on Performance Indicators on Marketing Evaluation** című kézikönyv előkészítésében, a pályázati kiírás megfogalmazásában stb.

✓ **2010. évi szakdolgozat-pályázat**

A Magyar Turizmus Zrt. 2010. szeptember 30-i beadási határidővel, idén tizedik alkalommal meghirdetett szakdolgozat-pályázata iránt minden korábbinál nagyobb érdeklődés mutatkozott: mintegy 70 pályamű érkezett.

✓ **Információ-adás**

A Magyar Turizmus Zrt. Kutatási Csoportjának munkatársai 2010 szeptemberében mintegy harminc különböző információkérő (minisztérium, szakmai partnerek, vállalkozások, egyetemi/főiskolai hallgatók, média stb.) kérdéseire adott választ személyesen, telefonon, illetve e-mailben.

CONTACT CENTER

A Contact Center vezetékös hívószáma 06 1 438 80 80; külföldről (7 országból) ingyenesen hívható a 00 800 36 000 000-ás szám és három nyelven üzemel az Automata Információs Rendszer is a 06 30 30 30 600-as számon.

2010. szeptemberben a – hét minden napján 24 órában működő – telefonos szolgálat összesen **2608 hívást** fogadott. A legtöbb hívás közlekedés, programok, események és szálláshely témákban érkezett, ezeket követik a kiadványok utáni érdeklődések.

Írásos információ-adás:

Az írásos információ-adás zömében e-mailben történt. A 2010. szeptemberben összesen **289 levél** került megválaszolásra.

Adatkarbantartás:

A Contact Center folyamatosan karbantartja a NETA Online turisztikai adatbázist, amely a központi és külképviseleti honlapok számára is szolgáltat információkat.

EGYÉB

✓ Elismerésben részesült a Magyar Turizmus Zrt. oroszországi külképviselete



A Turizmus Világnapja alkalmából az orosz "Szövetségi Turizmus Ügynökség" nagyszabású gálát szervezett 2010. szeptember 24-én a moszkvai President Hotelben. A rendezvényen megjelentek Oroszország turisztikai vezetői, a legjelentősebb vállalkozások és szervezetek képviselői. A gála keretében osztották ki az úgynevezett "Senkevich" díjakat, amellyel minden évben egy-egy kategória legjobbjait díjazták. Ebben az évben nagy megtiszteltetés érte a Magyar Turizmus Zrt. oroszországi külképviseletét. Az Oroszországban működő legjobb nemzeti turisztikai külképviselet díját ugyanis a Társaság. moszkvai külképviselete kapta meg. Az elismerő oklevelet Szegedi Andrea külképviselet-vezető vette át Anatolij Ivanovich Yarochkintól, az Ügynökség vezetőjétől.

EDEN

Az Európai Bizottság által kiírt „Kiváló Európai Desztinációk” (EDEN - „European Destinations of Excellence”) magyarországi pályázatának győztese, a Tisza-tó, európai társaival együtt az Európai Turizmus Nap keretében vehette át a „Kiváló Európai Desztináció” díjat Antonio Tajanitól, a Bizottság alelnökétől 2010. szeptember 27-én, Brüsszelben. Mint ismeretes, az EDEN 2010. pályázatán a Tisza-tó „A Tisza-tavi Túraközpont Hálózat, mint a Tisza-tavi vízi kalandozások túraszervezője” című pályaművével nyerte el a „Magyarország legígéretesebb természetes vízü desztinációja” címet.



jobbra: Stefanik Réka az MT Zrt. Tisza-tavi Regionális Marketing Igazgatóságának marketing menedzsere; Antonio Tajani az Európai Bizottság alelnöke; Monoki Györgyi a Tisza-tavi Turizmusfejlesztő Egyesület képviselőjében)

A fenntartható európai turizmusfejlesztés erősítése, a szezonális és a területi koncentrációk oldása érdekében az Európai Bizottság először 2006-ban írt ki pályázatot az úgynevezett „European Destinations of Excellence”, azaz a „Kiváló Európai Desztinációk” témában. A projekt célja, hogy felhívja a figyelmet az európai turisztikai desztinációk értékeire, sokszínűségére, valamint támogassa a turisztikai fejlesztéseiket a társadalmi-kulturális-környezeti fenntarthatóság elvei mentén végző desztinációk promócióját és szakmai együttműködését. (A képen balról

A projekt keretében minden évben kiválasztásra kerül tagállamonként egy „kiváló desztináció”, amely promóciós díjazásokban részesül, és átveheti az Európai Bizottságtól a Kiváló Európai Desztináció (European Destination of Excellence Award– EDEN) díjat. A nemzeti pályázat lebonyolítója a Nemzetgazdasági Minisztérium Turizmus Főosztályal együttműködésben a Magyar Turizmus Zrt., amely a megvalósításhoz az elmúlt években 75 %-os támogatást nyert el az Európai Bizottságtól. *(A képen balról jobbra: Gaál Katalin a Magyar Turizmus Zrt. Belföldi Irodájának munkatársa; Dr. Horváth Endre a Nemzetgazdasági Minisztérium gazdaságfejlesztésért felelős beosztású államtitkára; Stefanik Réka és Monoki Györgyi, lásd. fenti kép)*



2010-ben a Bizottság által meghatározott téma az „EDEN destination for its Aquatic Sustainable Tourism Offer”, aminek keretében **„Magyarország legígéretesebb természetes vízi desztinációja”** került kiválasztásra. A cél olyan térségi turisztikai desztinációk, együttműködések díjazása volt, amelyek vízi turisztikai kínálatukat magas színvonalon mutatják be a turisták számára, miközben a térségi összefogás színvonalon valósul meg.

Mint ismeretes, a pályázaton az elismerő címet a **Tisza-tó nyerte el „A Tisza-tavi Túraközpont Hálózat, mint a Tisza-tavi vízi kalandozások túraszervezője” című pályaművével.** A nyertes térség marketingeszközeinek fejlesztéséhez a Magyar Turizmus Zrt. segítséget nyújt, továbbá a Tisza-tó elnyerte a részvételi jogot a 2010. évi brüsszeli Európai Turizmus Nap rendezvényre, amelynek keretében 2010. szeptember 27-én átvehetette a „Kiváló Európai Desztináció” díjat európai társaival együtt.

A nemzetközi piacokon való promóciót a közös európai portálon való megjelenési lehetőség (www.edenineurope.eu) és az Európai Bizottság által a desztinációkról készített film segíti. A pályázat győztese részt vehet továbbá az Európai Bizottság kezdeményezésében megvalósuló, az európai nyertes desztinációk szakmai együttműködését elősegítő hálózatfejlesztési projektben. A nyertesről magyar és angol nyelvű szakmai összefoglaló készült, továbbá megjelenési lehetőséget kapott a Magyar Turizmus Zrt. microsite-ján, az eden.itthon.hu honlapon.