

Budapest, 2008. április 24.

A MAGYAR TURIZMUS ZRT. TÁJÉKOZTATÓJA

a Balaton 2008. évi forgalmának várható alakulásáról, valamint a balatoni forgalom élénkítésére szervezett marketingakciókról

Ausztria
2008-ban forgalomnövekedés várható.
A piac alakulását befolyásoló tényezők
<p>Az egészségturisztikai szolgáltatások mellett ismét növekvő érdeklődés tapasztalható a vízparti üdülések iránt.</p> <p>Továbbra is jelentős a kereslet a magánszálláshelyek iránt, aminek egy részét az osztrák tulajdonú házak le is fedik. Nőtt a kempingek (lakókocsi, sátor, faház) iránti érdeklődés, ezt negatívan befolyásol(hat)ja a balatoni kempingek bezárásának híre, illetve a naturista kempingek kiesése. Népszerűek emellett a panziók.</p> <p>Az egészségturisztikai szolgáltatások terén erős a konkurencia (belföldi/osztrák létesítmények). Magyarországon belül a nyugat-dunántúli (Sárvár, Bük, Szentgotthárd stb.) gyógy- és wellness-szállodák jelentős vendégforgalmat csábítanak el a Balatonról.</p>
Akciók
<ul style="list-style-type: none">• Kiemelt vásári megjelenés Bécsben (Ferien), Linzben, Klagenfurtban és Tulln-ban• Hirdetés a Wellness magazinban (400 ezer olvasó), Balaton-melléklet az előfizetőknek (47 ezer példány), az utolsó szám május végén jelenik meg• Balaton hirdetés a Wienerin magazinban (április második fele)• Dakar Series hirdetések (ÖAMTC honlap, 55+ magazin honlapja, Weekend magazin és Kronehit rádió)• Marketingakciók az UEFA Euro 2008-hoz kapcsolódóan az „antifutballisták” részére.• Last minute akció júniusra és július elejére• Rendezvények (Balatonsound, Zánka, egyéb helyszínek) kiemelt megjelenése a Hotrelbiz/Seminarbiz/Eventbiz vásáron• Közös szeminárium lehetőségek akció egy osztrák rendezvényszervező céggel, a Balatonra és a Dunántúlra fókuszálva• A vasúti összeköttetésre külön füzet megjelentetése (30-30 ezer példány), az ÖBB-vel, a GYSEV-vel, a MÁS Start-tal és a Tourinform irodákkal közösen.

Csehország
8-10%-os forgalommnövekedés várható.
A piac alakulását befolyásoló tényezők
Erős cseh korona, kedvező gazdasági feltételek. A csehországinál magasabb a szolgáltatások színvonala.
Magyarország és a Balaton népszerűsége folyamatosan növekszik. Népszerűek az egészségturisztikai szolgáltatások, különösen a Dunántúlon. A Balatonnál a legtöbben a nyugati- és az északi-partot keresik fel.
Folyamatosan nő a balatoni üdüléseket ajánló tour operátorok száma.
Akciók
<ul style="list-style-type: none"> • Plakátkampány vonatokon márciusban • Ajánlati katalógus 20 ezer példányban, Balatonnal kibővített tartalom • Koktejl magazin különszáma több Balaton cikkel • Balaton kiemelt megjelenése szakmai prezentáción • Óriásplakát kampány Prágában

Dánia
<p>0-10%-os forgalomnövekedés várható (110-125 ezer éjszaka).</p> <p>A KSH statisztikai adatai szerint 2007-ben csökkent a dán vendégéjszakák száma, ugyanakkor a két legnagyobb Balatont árusító utazási iroda 20-25%-os vendégszám növekedést jelzett 2006-2007 viszonylatban. A csökkenés egyik oka lehet, hogy többen privát nyaralót béreltek a Balatonnál. (Az elmúlt években számos dán vásárolt nyaralót a Balatonnál, amelyet aztán kiad.) A másik ok, a 2007-től bérleményben üzemelő kempingek nem jelentették pontosan, hogy mely országból hány vendéget fogadtak és milyen hosszú időre. 2008-ban – jó időjárás esetén – lehet növekedés, de nem biztos, hogy ezt a kereskedelmi szálláshelyi statisztika kimutatja majd.</p>
A piac alakulását befolyásoló tényezők
<p>Az SCD csoport beruházásai, átalakításai lassan kezdődnek el. Néhány kempinget (pl. a Kristóf és a Balaton kemping) bezártak, a megmaradt kempingeket bérbeadták, ami nem jár együtt fejlesztéssel. A bizonytalanság (senki nem tudja, hogy melyik kemping mikor kerül bezárásra, átalakításra), illetve a minőség romlása miatt inkább más desztinációt választanak a vendégek.</p> <p>A dán vendégek elvárásai a kempingekkel szemben a gyermekbarát szolgáltatások és a medence, függetlenül attól, hogy a vízparton fekszik-e a kemping. A családok számára fontos a kempingekben az egész napos animáció és a gyermekmegőrzés. A régiókból a horvátországi kempingek a divatosak, mert valamelyest olcsóbbak és magasabb minőségű szolgáltatásokat nyújtanak.</p>
Akciók
<ul style="list-style-type: none"> • Vagabond hirdetés (2x1 oldal Balaton), márciusban és áprilisban • A Fri Ferie utazási irodával közösen készített balatoni banner és – balatoni nyereményjátékkal összekötött – hírleveles kampány január és március között • Balaton imázs hirdetés a herningi vásárral megjelenő utazási mellékletben (február) • Study tour nyomán megjelent Balaton cikk az Ekstra Bladet-ben (január) • 2008 őszi újságírói study tour • Közös kampány a Dansk Fri Ferie-vel és az Øster Lindet-tel a 2009. januári és februári turisztikai vásárra

Finnország
30%-os forgalomm növekedés várható (7500 éjszaka).
A piac alakulását befolyásoló tényezők
A dán forgalom bizonytalan növekedési dinamikája mellett folytatódik a finn, a svéd és a baltikumi "megjelenés" a piacon. Ezek a bevezetési időszak különböző fázisaiban vannak.
Akciók
<ul style="list-style-type: none">• Közös kampány az OK Matkat finn tour operátorral, amely tovag yűrűző hatásként észt vendégéjszakákat is generál.

Hollandia

3-4%-os bővülés várható a vendégek, és 2%-os emelkedés a vendégéjszakák számában.

A piac alakulását befolyásoló tényezők

A Sunweb holland tour operátor sármelléki charterjáratával július 2. és augusztus 19. között heti egy járatral mintegy 1500 vendéget visz Siófokra, amely 10 ezer vendégéjszakát jelent, elsősorban a kempingek, a bungalow-k és a magánszálláshelyek számára. A Ryanair, aki heti 2 járatot indított a holland határ közeli német reptérről, úgy nyilatkozott, hogy járatait 45%-ban hollandok töltik. Innen is várható a holland vendégszám növekedés.

A hollandok kedvelt üdülési formája a kemping (ami azonban nem olcsó utazási forma, hiszen 20-25 millió forintos lakóautókról van szó). A balatoni kempingek körüli bizonytalanság negatívan befolyásolja a forgalmat, maguk a kempingek is panaszkodnak a vendégeknek, hogy be fogják zárni a kempinget.

A nyaralóházak között egyre inkább a jobb minőségű házakat (úszómedencés, többszobás villa) keresik. A tour operátoroknak megvannak a saját magyarországi kapcsolataik, akik ezeket az ingatlanokat biztosítják.

A szállodák piaci bevezetése folyamatban van, egyre több és nagyobb promóció várható, elsősorban az őszi pihenés, wellness ajánlatok területén. A tour operátorok szerint a Balaton nyári értékesítését nehezíti, hogy a szállodáktól nem kapnak kedvezőbb árakat (jelentős a nyári hónapokban a magyar vendégforgalom). Az augusztus 20. utáni, illetve őszi ajánlatok a nyugdíjas korosztály körében tarthatnak jelentősebb érdeklődésre számot. Fontosak azonban a programok is, hogy vonzó legyen az őszi Balaton.

Akción

- Kemping vásáron (január) közös megjelenés a Balatontourst-tal, Vakationbeurs-ön Balaton stand, Fiets&Wandelbeurs (március)
- A Budapest Wunderground Fesztivál a Sziget Fesztivál mellett a Balaton Sound Fesztivált is reklámozta (2007)
- RTL4 HouseVision adásban Balaton (15 perc) és az Interhome balatoni házai (2007. november). Ehhez kapcsolódóan még egy program 2008. márciusban (Balatonfüred, Révfülp, Balatonalmádi és Balatonfűzfő)
- RTL4 LIJN4 adásban élő beszélgetés Magyarországról, balatoni szállodák (Daniubius) bemutatása, nyeremények a TV internet oldalán és a TV adásában
- Wellness és spa study tour (Tapolca, Hotel Pelion megjelent a GesondNU magazin márciusi számában)
- Kerékpáros study tour, amelynek nyomán két tour operátor programfüzetébe került be a balatoni kerékpárkörút
- Ifjúsági Zenei Fesztiválok (Balaton Sound) promóciója háromnapos fesztivál keretében Amszterdam-ban, hirdetés fesztivál újságban (250 ezer példány)
- Wellness workshop több balatoni szállodával (június)
- Balaton cikk a GezondNU wellness különszámában Balatonfüredről, Keszthelyről és Hévízről (szeptember)
- Study tour a Balaton Sound fesztiválra, illetve a düsseldorfi járáthoz kapcsolódóan (május).
- 50+ in de Kijker advetorial Balaton cikk
- Hungarian Summer Magazin (Balaton Sound, Sziget és Volt fesztivál) hirdetési lehetőséggel
- A BRTPI-vel közös banner kampány az ANWB holland autóklub internetes oldalain

- BRTPI holland microsite-ja
- Balaton kampány a düsseldorf-i Weeze repülőtérrel és a német képviselettel közösen
- AIR MAIL magazin (350 ezer példány)
- Cikk és hirdetés a Travelution szaklapban (május)

Nagy-Britannia
2-3%-os forgalomnövekedés várható.
A piac alakulását befolyásoló tényezők
<p>A gazdasági előrejelzések recessziót jósolnak, ami az utazásokra negatív hatással lesz. A gyenge font-euró árfolyam az eurozónán kívüli desztinációk számára kedvező, amit megfelelően kommunikálni szükséges.</p> <p>Az enyhén optimista előrejelzés figyelembe veszi a brit kereslet általános stagnálását - esetleges visszaesését, a Stansted-Balaton repülőjárat fennmaradását, továbbá azon marketing erőfeszítéseket, hogy a gépek egyre jobban, lehetőleg brit turistákkal a fedélzeten legyenek kihasználva.</p> <p>A kereslet generálása szempontjából szükséges a Balaton ismertségének növelése. A rendkívül jó Budapest-Balaton autós összeköttetésre tekintettel lehet építeni a Budapest Airport-ra is, előtérbe helyezve a Fly&Drive konstrukciókat.</p> <p>A helyi kínálat tekintetében van még fejlődési lehetőség, ugyanakkor már most is megvannak azok a piacképes szolgáltatások, amiket el lehet adni a brit piacon.</p>
Akciók
<ul style="list-style-type: none"> • Honlap, hírlevél, kisebb akciók (például banner kampány) • Manchester Travel Show, London Destination Show • Golf Show (április 25-27.) • PR tevékenység nyereményjátékokkal, releváns médiumokkal

Németország

A rendelkezésre álló információk alapján a német forgalom a Balatonnál 2008-ban kis mértékben növekszik. A tour operátorok foglalásainak jelenlegi állása szerint minden hónapban kis mértékű növekedés látszik, egyedül sajnos épp júliusban van nagyobb mértékű visszaesés.

A piac alakulását befolyásoló tényezők

Optimizmusra ad okot, hogy a nagy túraszervezők idén önerőből is sokkal többet tesznek Magyarország promóciójáért, mint tették ezt az elmúlt években, erősítve ezzel a Magyar Turizmus Zrt. akcióit.

Plusz kapacitás a Düsseldorf/Weeze repülőtérrel Sármellékre induló Ryanair járat 2008. március 30-tól, valamint a Germanwings Berlin-Sármellék járata az egész nyári menetrendi időszakra.

Akciók

- A Dertour németországi utazásszervezővel közösen viszonteladói részére study tour-t szervezünk Balaton, Budapest, wellness témában
- A TUI-val és magyar szolgáltatókkal közös tanulmányi út Balaton és wellness témában. A TUI a repülőjegyet, idegenvezetőt és étkezéseket biztosít, a szállást a Danubius, a balatonfüredi Silver Resort és Rogner Hotelek biztosítják
- Újságírói study tour szervezése HI-járatok (SACHSEN-SOB/DEB) desztinációinak bemutatására. Időpont: április 27-30. Résztevők: 10 fő, elsősorban szászországi újságírók. Útvonal: Drezda-Sopron-Sárvár-Köszeg-Szombathely-Ják-Bük-Hévíz-Tapolca-Hajdúszoboszló-Debrecen-Drezda (oda és Magyarország: busz, vissza: HI-járat DEB-DRS)
- Reisebüro study tour résztvevőinek 1 éj közteszállítás és ebédek biztosítása. A study-t LMA-partner TO-k szervezik, utaztatják és kísérik, viszonteladóik körében. Időpont: április 6-10. Résztevők: 30 fő. Útvonal: Drezda-Sopron-Bük-Hévíz-Zalakaros-Hajdúszoboszló-Budapest-Drezda
- A Düsseldorf-Weeze - Sármellék új Ryanair repülőjárat promotálására a holland külképviselettel és a Balaton RTPI-vel együttműködve study tourt szervezünk a Balaton régióba holland és német újságírók részére
- A Schwarzwälder Bote, 145 861 példányban megjelenő Baden-Württemberg-i újság szombati Wochendend-Journaljának egyik májusi számában egy teljes oldalas PR cikket közöl a Balatonról, az MT Zrt. logójának megjelenítésével. A cikkhez kapcsolódik egy nyereményjáték is, amely nyertesének a hévízi Rogner Lotus Therme ajánlott fel egy két személyre és 7 éjszakára szóló Gutscheint. Az MT Zrt. az utazást (repülő + esetleges transzfer) bocsátja a nyertes rendelkezésére
- Hirdetések SACHSEN-SOB/DEB légügyi marketing alap keretében. Többszöri megjelenés Szászország vezető napilapjaiban (Leipziger Volkszeitung + LVZ Marktplatz és Saechsische Zeitung) 2007. október-2008. január között. Cél: a menetrendszerinti járatok és a desztinációk (Hévíz, Zalakaros, Tapolca, Bük, Debrecen, Hajdúszoboszló) promóciója. 1/2 oldal PR, 1/2 oldal szállodai ajánlatok
- A müncheni Abendzeitung 2007. október 20/21-i hétfői számában egyoldalas PR cikk jelent meg Hévízről
- Magyarország oldal (féloldalas PR cikk Hévízről, negyedoldal BWI hirdetés, negyedoldal Zahnklinik hirdetés) az Augsburgger Allgemeine 2007. október 23-án megjelenő Wellness mellékletében, mely 4 héten át az újság honlapján (www.augsburger-allgemeine.de) is olvasható lesz
- Hirdetési kampány a Hamburgból, Düsseldorfból és Frankfurtból l a sármelléki repülőtérre induló légi járatok népszerűsítésére

- Frankfurt legnagyobb bevásárlóközpontjában (NordWestZentrum - napi 40 000 látogató) egy 20 másodperces Magyarország témájú spot vetítése egy éven keresztül. A spot egy 8,5 négyzetméteres óriásvetítőn naponta 100 alkalommal kerül levetítésre. Az első 3 hónapban Balaton lesz a téma, míg az idei év utolsó 3 hónapjában ismét a BWI spot kerül bemutatásra
- Logó és infoblokk elhelyezése a Germanwings balatoni direktjáratának népszerűsítésére készült közös flyeren és részvétel annak terjesztésében
- Plakátkampány Berlinben (350 darab City Light Poster formájában a belvárosban az ITB ideje alatt Budapest, Balaton wellness témákban), Stuttgartban a metro megállókban (szintén CLP, 240 darab Budapest és Balaton témákban) és Münchenben 92 Balaton témájú óriásplakáttal a belváros utcáiban. Stuttgartban április első hetében került sor a kampányra, míg Münchenben április második két hetében
- 15 perces interjú felvétele a Bahn TV (német vasút TV-adó) berlini stúdiójában 2008.március 4-én (ITB előtti nap) és sugárzás vágóképekkel aznap délben a Talk täglich című műsorban. Interjúalanyok: Dr.Kovács Miklós szakállamtitkár, Pap Mária MT Zrt.Berlin. Témák: Balaton és Budapest kínálata, vizek éve, minőségdíj, magyarországi turizmus sztenderdjei. A TV-csatorna Európa 50 millió háztartásába jut el, naponta átlagosan 500 000 nézője van
- Reisebüro Seitz "Frühlingsfest" rendezvénye, házi vására. Prospektusokat és plakátokat küldünk, programjában Balaton, Hévíz, Bük és körutazás
- Németország egyik legnagyobb utazásszervezőjével, a REWE Touristik-kal közösen 30 000 db Balaton ismeretőanyagot készítünk szállodaajánlatokkal A 12 oldalas kiadványt a REWE 1000 leghatékonyabb viszonteladója terjeszti direkt erre a célra készített, pultra helyezhető, figyelemfelkeltő Balaton motívumú tartóban
- A DERTOUR túraszervezővel közös akció keretében hozzájárulás a 11 000 utazási iroda kirakatában elhelyezendő, valamint a pultos információs mappába bekerülő Balaton témájú flyer költségeihez
- A DERTOUR túraszervezővel közös marketing akció keretében egy Balaton flyer elkészítése, amit egy hónapon keresztül a DERTOUR foglalásokhoz kapcsolódó úti okmány csomagokba helyeznek el
- A DERTOUR túraszervezővel közös marketing akció keretében színes A4-es formátumú flyer Balaton és magyarországi autóutak témában, témánként 12 000 példányban.
- 2 alkalommal TUI, 2 alkalommal 1+2 Fly Balaton témájú flyer
- A Düsseldorf-Weeze - Sármellék új Ryanair járat promotálására a repülőtér "Air Mail" magazinjában jelentetünk meg 1 oldalt, melynek fele szerkesztőségi cikk, fele hirdetés lesz. A magazin német nyelven 250 000, holland nyelven 350 000 példányban jelenik meg. A terjesztés a reptér körzetében, Északrajna- Vesztfáliában és Hollandiában háztartások postájába történő bedobással történik, 50 000 példány befűzésre kerül a Rheinische Post című újságba, ezen kívül pedig terjesztik a reptéren és a reptér különböző rendezvényein, pl. az április végén megrendezésre kerülő nyílt napon
- GW Boardmagazinjában nyereményjáték a hévízi Hotel Európa fit wellness hétvégi szíves felajánlásával Balaton régió és BER-SOB járat 5.születésnapját ünneplik
- Részt veszünk balatoni információs standdal a Düsseldorf/Weeze repülőtér 5. születésnapi rendezvényén április 30/május 1-én, ahova 40 – 60 000 főt várnak
- A Kolping Hotel International szeptemberben Balaton prezentációt és magyar kulináris napokat szervez, melynek során az alsópáhoki Kolping szakácsa főz náluk. Éttermüknek dekorációt és információs anyagot küldtünk. Az esemény zárásaként galaestet rendeznek, melyre meghívják környékbéli üzleti partnereiket, a sajtót, valamint a Magyar Turizmus Zrt. képviselőjét is
- A TUI utazásszervező "TUI SEXXESS" néven 150 .000 euró értékű eladásösztönző rendezvénysorozatot szervez, melyen 50 tréning alkalmával 1500 utazási iroda munkatársát képzik az új, 2008-ban nagy hangsúlyt élvező "Weltentdecker" szériában megjelent közép-

kelet-európai ajánlatokra. A katalógusban a balatoni ajánlat 30 oldalt tesz ki

- A Düsseldorf-Weeze - Sármellék új Ryanair járat megismertetésére a holland külképviselettel közösen a repülőtéren prospektustartókat rendelünk, melyekben 2 hónapon keresztül holland és német nyelvű Magyarország és Balaton prospektusokkal hívjuk fel a figyelmet az új úti célra
- Novasol road show utazási irodák munkatársai részére Halle-ban, Magdeburgban és Ludwigsburgban

Oroszország
Növekedés várható.
A piac alakulását befolyásoló tényezők
<p>A vendégforgalom növekedésének háttérében Hévíz népszerűségét szükséges kiemelni. A hévízi vállalkozások, illetve a Hévíz Turizmus Marketing Egyesület maguk is jelentős munkát végeznek az orosz piacon.</p> <p>A schengeni csatlakozás eredményeként az orosz vendégek számára sok esetben egyszerűbb és olcsóbb Bécsen keresztül megközelíteni Hévizt, ami jelentősen javítja Magyarország versenyképességét (erre a magyar tour operátorok és a szolgáltatók fel is készültek).</p> <p>A képviselő 2004-től kiemelt termékként kezeli az egészségturisztikai szolgáltatásokat, amit erősít a 2008. évi Vizek éve központi kampány is.</p>
Akciók
<ul style="list-style-type: none"> • Intourmarket 2008, MITT kiállítás • Balaton plakátkampány a moszkvai metróban (33 darab plakát) • spavengria.com honlapon a balatoni egészségturisztikai szolgáltatások promóciója (március)

Svájc
10%-os forgalom csökkenés várható.
A piac alakulását befolyásoló tényezők
Jelentős érdeklődés a Balaton iránt, negatív befolyásoló tényező azonban a Helvetic heti járatának megszüntetése (a gépek 76%-os töltéssel közlekedtek), hiszen a vendégéjszakák jelentős részét (13 300-at a 42 500-ból) a Helvetic járatok generálták.
Akciók
<ul style="list-style-type: none"> • Summer Destinations Roadshow 440 utazási irodai munkatárs számára négy városban (Hunguest Hotel Helios, Hunguest Hotel Pelion) • Magyarország díszvendég a LIGA vásáron Dietkon-ban, kiemelt téma a wellness és az aktív pihenés (Hunguest Hotel Hélios, Hotel Carbona, Hotel Europa Fit) • Hévíz megjelenés a LIGA vásár újságában (100 példány, háztartásoknak elküldve) (május) • Balaton kiemelten szerepel a piacspecifikus kiadványban (70 ezer példány), amely döntően mellékletként (Zürichsee Zeitung, Travel Inside német/francia) jelenik meg (június)

Svédország, Norvégia, Baltikum
25%-os forgalomnövekedés várható (5000 éjszaka).
A piac alakulását befolyásoló tényezők
A dán forgalom bizonytalan növekedési dinamikája mellett folytatódik a finn, a svéd és a baltikumi "megjelenés" a piacon. Ezek a bevezetési időszak különböző fázisaiban vannak.
Akciók
<ul style="list-style-type: none"> • ThomasCook/Mytravel/Ving tour operátor "vonatcharter" 2008 nyarán – az első lépés a Balaton tömeges üdülő célpontként történő bevezetésére a svéd piacon, a továbblépés a program fogadtatásától függ