Budapesti Gazdasági Főiskola

Kereskedelmi, Vendéglátóipari

és Idegenforgalmi Kar

Mitől sikeres a Hapimag?

Konzulens:
Ujbányai Katalin
Mesteroktató

Készítette:
Szilágyi Kinga
Turizmus Vendéglátás szak
Idegenforgalom és Szálloda szakirány
Nappali tagozat
2015

IGAZOLÁS

Konzultációk

Dátum	Téma	Aláírás
2015.09.03	egyeztetés	Nyikanyi Katalin
2015.09.28.	pontosítás, kérdések	Nyikanyi Katalin
2015.11.23.	szakdolgozat véglegesítése	Nyikanyi Katalin

(Minimum 3 alkalommal kell a konzulenssel egyeztetni. A dátum mellett szerepelnie kell, hogy miről volt szó az adott időpontban.)

Nyilatkozat

Igazolom, hogy SZILÁGYI KINGA hallgató (4. évfolyam, nappali tagozat) a konzultációkon 3 alkalommal megjelent.
Valamint igazolom, hogy a dolgozat általamlátott legutolsó, értelemszerűen nem a végső, a hallgató által leadni kívánt változata a még javasolt kisebb változtatásokat figyelembe nem véve, kielégíti egy szakdolgozattal szemben támasztott formai és tartalmi követelményeket.

Szakdolgozat pontos címe: Mitől sikeres a Hapcimag?

Budapest, 2015. 11. 23.

Nyikanyi Katalin
aláírás

Hallgatói nyilatkozat a szakdolgozat leadásához

Alulírott SZIKÁGYI KINGA

a Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar

Turizmus Vendéglátás szakos...

Idegenforgalom és szálloda szakirányos nappali tagozatos hallgatója nyilatkozom, hogy

a „Miért sikeres a Hapimag?"

címmel bírálatra és védésre beadott szakdolgozat saját munkám eredménye, amelynek elkészítése során a felhasznált irodalmat a szerzői jogi szabályoknak megfelelően kezeltem (a szükséges lábjegyzet / végjegyzet hivatkozásokat, valamint az ábrák hivatkozását megfelelően helyeztem el).

Budapest, 2015. 11. hónap 23. nap

Szikágyi Kinga

hallgató aláírása

Tartalomjegyzék

1. Bevezető 3

2. Timesharing 4

2.1 Az üdülési jog fogalma 4

2.2 Az üdülési jog díja 4

2.3 Az üdülési jog cseréje 5

2.4 A timeshare rendszer kialakulása 6

2.5 Jogi szabályozás Magyarországon 8

2.6 Jogi szabályozás az EU-ban 9

3. A Hapimag sikertörténet 11

3.1 A név 11

3.2 A Hapimag vállalat megalakulásának története 11

3.3 Jogvásárlás 14

4. Hapimag Reward Program 17

5. A pontrendszer 18

6. A Hapimag házak 20

6.1 Németország 20

6.2 Svájc 21

6.3 Spanyolország 24

6.4 Marokkó 25

6.5 Magyarország 26

7. Hapimag lakóhajók 29

8. Hapimag vendégek általános jellemzése 31

9. Vendégstatisztikák 32

9.1 Vendégösszetétel 32

9.1.1 Nemzetiség szerint 32

9.1.2 Életkor alapján 33

9.2 Az apartman házak szobafoglaltsága 34

9.3 Legkedveltebb úti célok 2010-2015 36

10. Kutatási módszerem 37

10.1 A kérdőív célja 37

10.2 Válaszadók nemzetiség szerinti megoszlása 37

10.3 Válaszadók kor szerinti megoszlása 38
10.4 Tagsági motiváció 38
10.5 A tagok legkedveltebb Hapimag desztinációi 39
10.6 Tagok elégedettsége a Hapimag egyes szolgáltatásaival kapcsolatban ... 41
11. Konklúziók, javaslatok 43
12. Összefoglalás 45
Mellékletek 46
Üres kérdőív mintapéldány 46
Kitöltött kérdőív 50
Budapesti Hapimag ház rövid története 53
Felhasznált irodalom 55
Szakmai anyagok 55
Újságcikk 55
Személyes kommunikáció 55
Jogszabályok, rendeletek 55
Internetes források 56

1. Bevezető

Az én választott témám a Hapimag apartman házak, ezen belül is, hogy miért olyan sikeres a vállalat. Azért választottam ezt a témát, mert a budapesti Hapimag apartman házban töltöttem a gyakorlati időmet és nagyon megtetszett a hely. Ha nem ide megyek gyakorlatra, akkor talán nem is hallok a Hapimagról. Magyarországon nem igazán ismert a Hapimag vállalat. Ebben az országban nem reklámozzák magukat. Nagyobb hagyománya inkább Németországban illetve Svájcban van.

Nem egy hagyományos apartmanról van szó, sokkal inkább egy jól átgondolt és kiépített üdülési jogról.

Maga a budapesti ház is igen különleges épület. Mind kinézetre, mind történelem szempontjából. Sokan, akik elmennek a ház előtt a Budai Várban, azt hiszik, hogy egy múzeum vagy pedig egy fürdő. Senki nem gondolja, hogy ez egy szálloda. De ez valahol érthető is, hiszen senki nem ismeri. Éppen ezért szeretném bemutatni és megismertetni mindenkivel.

Nagyon érdekes számomra a ház működése és az a rendszer, amit a központ Svájcban megálmodott. Szeretném másokkal is megismertetni a Hapimag apartman házakat, mert úgy gondolom, hogy érdemes ezeket a házakat ismerni. Magyarországon csak egy házuk van, itt Budapesten, a Budai Várban. Szerencsésnek érzem magam, hogy egy ilyen helyen dolgozhattam és egy új „világot” fedezhettem fel.

Mialatt a Hapimag apartman házban dolgoztam, feltűnt, hogy a vendégkör igen idős. Fiatalok általában csak akkor érkeztek, ha a szülő vagy nagyszülő átadta nekik az üdülőjogot. Tehát a tagok többsége a vállalat alakulásakor vette a részvényeket. Ma már nem részvényeket vesznek, hanem Hapimag termékeket. Azt szeretném megtudni, hogy miben rejlik a vállalat sikere? Hogyan maradtak fenn egészen idáig?

2. Timesharing

2.1 Az üdülési jog fogalma

Az üdülési jog (más néven üdülőhasználati vagy szállás időben megosztott használati joga, tartós szálláshasználati szerződés, angolul timeshare) az elmúlt években a magyar fogyasztók körében is nagy népszerűségre tett szert, és egyre több szállásajánlat közül választhatnak azok, akik megfelelő anyagi erővel rendelkeznek ehhez az olcsónak egyáltalán nem nevezhető üdülési formához. Az üdülési jog e formájánál egy belföldön vagy más külföldi országban található szálláshely (hotelszoba, apartman), vagy az éjszakai ott-tartózkodást, pihenést is magába foglaló tartózkodás céljára szolgáló ingó dolog (hajó, telepített lakókocsi) kizárólagos használatára többen – egymás használati jogának tiszteletben tartása mellett – lesznek jogosultak a szerződésben meghatározott díj ellenében. A használó a naptári év pontosan meghatározott hetében vagy heteiben (más időpont csere esetén lehetséges) veheti igénybe a szállást, míg az év többi részében mások – szintén kizárólagosan – használják azt. A használati jog időtartamát a felek határozatlan időre vagy egy évet meghaladó mértékű határozott időre kötik ki. A használati jog leghosszabb határidejét a jogszabály nem határozza meg, ezért gyakran 20, 30 vagy akár 90 évre kerül a szerződés megkötésre.
(Európai Fogyasztói Központ Magyarország, 2014)

2.2 Az üdülési jog díja

A fogyasztó által fizetendő összeg általában két fő elemből tevődik össze. Egyrészt a használati jog megszerzéséért, a jog kizárólagos gyakorlásáért fizetendő ellenérték (csatlakozási vagy szerződéskötési díj), amely a gyakorlatban az ingatlan jellegének és a szerződés időtartamának függvényében Magyarországon található ingatlan esetében egyszeri 1.000.000,- és 2.000.000,- Ft között mozog. A másik díjelem az ingatlan folyamatos karbantartásáért, korszerűsítéséért és használatáért (rezsi, szemétszállítás stb.) fizetendő éves fenntartási díj (üzemeltetési költség), amelyet szintén az ingatlan tulajdonosa határoz meg egyoldalúan, és amely általában 50.000,- és 200.000,- Ft közötti összeget tesz ki. Az éves fenntartási díj megfizetésére

akkor is kötelesek vagyunk, ha az ingatlant bármilyen ok (például betegség, anyagi problémák) miatt nem tudjuk használni. Sőt, emellett a szálláshasználati szerződések gyakran a fogyasztó szerződésszegéseként minősítik azt, ha a fogyasztó két egymást követő évben nem tesz eleget a fenntartási díj megfizetési kötelezettségének. A szerződésszegés súlyos következménye pedig adott esetben – ilyen szerződéses kikötés esetén – a szálláshasználati jog elvesztése is lehet. Az éves fenntartási díj alól mentesülésére a másik szerződő fél (a vállalkozás) hozzájárulása alapján (pld: annak átütemezése, egyéb feltételek teljesülése) vagy az üdülési jog cseréje esetén kerülhet esetlegesen sor. (http://magyarefk.hu/hu/hasznos-tudnivalok/udulesi-jog-timeshare/az-udulesi-jog-dija.html)

2.3 Az üdülési jog cseréje

Az üdülési jog megvásárlásakor általában lehetőségünk van egy nemzetközi csererendszer tagjává is válni. A két legnagyobb, üdülési jogok cseréjével foglalkozó csereszervezet a Resort Condominiums International (ismertebb nevén RCI) és az Interval International. A timeshare üdülők szinte mindegyike e két szervezet valamelyikének tagja, amely az üdülési jogunk elcserélését, és üdülési hetünk eltöltését meghatározott feltételekkel – szabad kapacitás függvényében – a csererendszerben résztvevő bármely üdülőben, akár az üdülőhasználati szerződésünkben meghatározott időponttól eltérő időpontban is biztosíthatja.

Az üdülési jogunk cseréjére szabad kapacitás függvényében és a saját üdülési jogunk csereértékének figyelembevételével lehet módunk. A csereértéket, azaz hogy ténylegesen milyen más szálláshelyre tudjuk üdülési jogunkat elcserélni, az ingatlan fekvése, elhelyezkedése, felszereltsége és minősége, az adott turisztikai hely népszerűsége, valamint az üdülési jogunk éves gyakorolhatóságakor (meghatározott naptári hét/hetek) általában jellemző időjárási feltételek határozzák meg. (http://magyarefk.hu/hu/hasznos-tudnivalok/udulesi-jog-timeshare/az-udulesi-jog-csereje.html)

2.4 A timeshare rendszer kialakulása

A timeshare-ágazat koncepcióját a hatvanas évek elején a német Alexander Nette alakította ki a svájci Alpokban található Ticinói szállodájában. Ennek nyomán alakult meg a Hapimag vállalat, amely az európai timeshare-ágazatban ma is az egyik legfontosabb szereplőnek számít. Amikor egy baráti társaság apartmant kívánt vásárolni a francia Alpok egyik síparadicsomában, de külön-külön nem tudták volna kifizetni a költségeket, Nette rájött, hogy a vételár megfizethető, ha a társaság összedobja a pénzt és közösen veszik meg az apartmant. Úgy döntöttek, hogy a házat heti megoszlásban használják, egy fő egy hétig, egy másik fő a következő héten stb. Az egy főre eső hetek száma attól függött, hogy az illető személy milyen mértékben szállt be a vételárba. Bár a heti beosztáson alapuló rendszernek ma már sok sokféle változata ismert (pont klub, résztulajdon, töredék hetek), a timeshare ingatlanok ma is e résztulajdonosi megközelítés alapján működnek. Az ingatlanokat általában villáknak nevezik. A szállodai szobákhoz képest a villákban megtalálható a konyha, illetve egyéb olyan kényelmi adottságok, amelyek hosszabb tartózkodást tesznek lehetővé.

Az USA-ban a timeshare rendszer Floridában kezdődött a hatvanas évek elején. Az első fejlesztő a „francia Alpok”- modellt társasházi lakások heti használatára adaptálta. A projektet „előre fizetett vakáció-vásárlásnak” nevezte, amely alapvetően ugyanaz a marketing megközelítés, amelyet ma is alkalmaznak. A heti használat joga elidegeníthető örökbirtokként került a vásárlóhoz, vagyis az adott hét tulajdonosa beruházók így akadálytalanul értékesíthették a lakásokat.

Az ígéretes kezdetet követően a hetvenes években és a nyolcvanas évek elején a timeshare koncepció veszített népszerűségéből néhány gátlástalan beruházó agresszív rábeszélő-kampányokon alapuló taktikájának eredményeképpen, akik a presszionált eladásokon vezetési módszereken keresztül negatív képet alakítottak ki a rendszerről. Ezek az üzemeltetők a timeshare vásárlást gyakran úgy népszerűsítették, mint egy befektetést, amelyet nem szabad kihagyni, azaz a rendszert pénzkereseti lehetőségnek állították be. A jelenlegi kutatások szerint a timeshare valóban ésszerű befektetés lehet, az ingatlanpiac azonban nem volt mindig jóindulatú. A presszionált értékesítési taktika magára vonta az állami jogalkotók figyelmét, és manapság a legtöbb államban tilos timeshare - ingatlanokat befektetésként népszerűsíteni.

A time share ágazatban mintegy 4000 cég működik világszerte, de a teljes piac több mint 40 százalékát a 40 legjelentősebb társaság képviseli. A vezető cég a Mariott

Vacation Club International (MVCI), amely a teljes piaci forgalom 5,3 százalékát generálta már 1998-ban. Az ágazat bizonyos profilváltozáson ment keresztül, amit mi sem bizonyít jobban, mint az, hogy a 40 legjelentősebb timeshare cég között már hat vezető vendéglátó ipari cég is szerepel (pl. Hilton, Hyatt, Ramada, Four Seasons, Disney). Az említett cégek együttes bevétele a teljes ágazat értékesítési forgalmának 13 százalékát tette ki 1998-ban. A 40 legnagyobb timeshare tevékenységet folytató cég közül 1998-ban három volt spanyolországi (pl. az Anfi del Mar, vagy a Club La Costa) és egy svájci (a Hapimag) székhelyű. A tevékenység további fejlődésére és a világtendenciák követésére lehet számítani az Európai Unióban és Magyarországon is. Világtendenciának nemcsak a vendéglátóipar további előretörése tekinthető, hanem a timeshare cégek fokozódó globalizációja is. Az üdülési jogok cseréjét lebonyolító cégek a világ minden táján kínálnak üdülőhelyeket, ami a belföldi üdülőhelyek mellett értéknövelő szolgáltatásnak tekinthető. A hazai vállalkozások szempontjából nem elhanyagolható körülmény az a világtendencia, hogy jóllehet az ágazat országhatárokon, sőt földrészeken is átívelő rendszer, mégis az üdülési joggal foglalkozó promoterek (szervezők) főleg helyi vállalkozások. A beruházások kezdeményezői, megszervezői és sokszor a tevékenység gyakorlói is a hazai vállalkozások, amelyek a hasonló tevékenységet folytató világcéghez kapcsolódva erősíthetik helyzetüket és az üdülési jogok cseréjével bővíthetik kínálatukat. (Fehér T. és dr. Tóth Z. 2004)

2.5 Jogi szabályozás Magyarországon

A szállás időben megosztott használati jogára vonatkozó szerződés, a hosszútávra szóló üdülési termékre vonatkozó szerződés, a viszontértékesítési szerződés és a csereszerződés (a továbbiakban együtt: szerződés) megkötése előtt a vállalkozás köteles kellő időben, írásban, ingyenesen tájékoztatnia a fogyasztót az üdülési jog vásárlásáról, mely tájékoztató a megkötött szerződés részét képezi. A tájékoztatót a fogyasztó állampolgársága vagy a lakóhelye szerinti állam hivatalos nyelvén kell a rendelkezésére bocsátani. A vállalkozás továbbá köteles felhívni a fogyasztó figyelmét az elállási jogára is és annak gyakorlására nyitva álló határidőre.

A szerződésnek az alábbi pontokat kell tartalmaznia:

- a fogyasztó nevét és lakóhelyét
- a vállalkozás megnevezését és székhelyét a cégnyilvántartással vagy az egyéni vállalkozók nyilvántartásával egyező módon
- az elállási jog gyakorlására vonatkozó formanyomtatványt, kitöltve azon a vállalkozás nevét és székhelyét, valamint a szerződéskötés időpontját
- a szerződéskötés helyét és idejét
- a felek aláírását

A vállalkozás, a fogyasztó számára az elállásra nyitva álló határidő lejárta előtt, a fogyasztótól fizetést semmilyen jogcímen nem követelhet, és nem fogadhat el. De ha a rendelkezés ellenére bármilyen összeget is átvett a vállalkozás, akkor azt köteles 30 napon belül a fogyasztónak visszatéríteni és utána a teljesítés időpontjától késedelmi kamatot fizetni.

A csereszerződés alapján a vállalkozás köteles a fogyasztónak a csererendszerben való részvételhez szükséges feltételeket biztosítani, a fogyasztó pedig köteles ennek ellenértékeként éves tagsági díjat fizetni. Csakúgy, mint a szállás időben megosztott használatára vonatkozó szerződésnél, a csereszerződésnél is köteles a vállalkozás egy írásbeli tájékoztatót átadni. Így különösen a tájékoztatóban fel kell tüntetni a vállalkozásra vonatkozó információkat (név, székhely), a szerződés tárgyát képező jog rövid leírását, a tagság díjaként fizetendő ellenértéket valamint költségeket, továbbá a szerződéshez kapcsolódó egyéb szolgáltatásokat. (141/2011. (VII. 21.) Korm. Rendelet alapján)

2.6 Jogi szabályozás az EU-ban

Az Európai Unió 2008-ban módosította a vonatkozó uniós szabályokat, hogy az üdülési jogot, illetve a hosszútávra szóló üdülési terméket vásárló fogyasztókat megvédje a tisztességtelen kereskedőkkel szemben. Az új szabályok a 2011. február 23-a óta (egyes EU-országokban pedig ennél későbbi időpont óta) megkötött szerződésekre vonatkoznak.

A szabályok egyes pontjai nagymértékben megegyeznek a Magyarországon hatályos kormányrendelettel, csupán néhány kiegészítést tartalmaznak. Valamint azokat a fogyasztókat is védelemben részesítik, akik:

- viszontértékesítési szerződést kötnek (vagyis szakembert bíznak meg azzal, hogy fizetség ellenében segítsen nekik eladni vagy megvenni valamilyen üdülési jogot, illetve üdülőklubtagságot);
- csereszerződést írnak alá, azaz pénzfizetés ellenében belépnek valamilyen csererendszerbe, melynek révén szálláshely- vagy egyéb szolgáltatást vehetnek igénybe annak fejében, hogy másoknak ideiglenes hozzáférést biztosítanak a saját üdülési jogukból eredő előnyökhöz.

Az üdülési jogra vonatkozó uniós jogszabályok alkalmazási körébe a legkülönbözőbb szálláshelytípusok beletartoznak, köztük a következők is:

- tengerjáró hajók,
- lakókocsik,
- belvízi hajóforgalomban közlekedő hajók.

A fogyasztó jogosult arra, hogy a szerződés aláírása előtt teljes körű tájékoztatásban részesüljön a szerződési feltételekről. A kereskedőnek a vonatkozó információkat írásban kell megadnia olyan nyelven, amelyet a fogyasztó beszél (ha az adott nyelv egyike a hivatalos uniós nyelveknek).

Tizennégy naptári napon át indokolás nélkül vissza lehet mondani a már megkötött szerződést. Ez alatt a gondolkodási idő alatt bármikor elállhat a szerződéstől a fogyasztó. Ha a szerződés nem tartalmazza az uniós jogszabályban előírt ún. elállási formanyomtatványt, a gondolkodási idő megnövekszik: 1 év + 14 naptári nap lesz.

A gondolkodási idő akkor is hosszabb - 3 hónap + 14 naptári nap –, ha az ügyfél nem kap teljes körű tájékoztatást a kereskedőtől a szerződés tárgyát képező termékről.

A kereskedő az elállási jog gyakorlására szolgáló gondolkodási idő során sem előleg, sem foglaló megfizetését nem kérheti. Üdülőklubtagság megváltása esetén a fizetést egyenlő összegű éves részletekben kell teljesíteni.

A második részletfizetéstől kezdődően a fogyasztó felbonthatja az üdülő klubtagsági szerződést anélkül, hogy ezért bárminemű büntetést kellene fizetnie. Azt követően, hogy megkapja a következő részlet megfizetésére vonatkozó fizetési felszólítást, 14 naptári nap van arra, hogy felmondási szándékáról értesítse a kereskedőt.

Ha az üdülési jogra vonatkozó szerződés kapcsán csereszerződést is aláírt az ügyfél, akkor az üdülési jogról szóló szerződés felmondása automatikusan maga után vonja a csereszerződés felbontását, anélkül, hogy ez a fogyasztóra nézve bármilyen költséggel járna. (Az Európai Parlament és Tanács 2008/122/EK irányelve szerint, 2009)

3. A Hapimag sikertörténet

3.1 A név

A Hapimag szó egy német mozaikszó, a Hotel- und Appartementhaus-Immobilien Anlage AG rövidítése. De mára már egyszerűen „csak” Hapimag. A név több mint ötven éves múltra tekint vissza. Ötvenkét évvel ezelőtt a név születésével egy időben egy világújdonság is született: a szállás időben megosztott használati joga. Akkoriban, az 1900-as évek közepén, ez egy nagy szenzációnak számított a turizmuspiacon. Ugyanis a timesharing egy új fajtáját vezették be, az időben megosztott üdülési jogot egy pontrendszeri alapra helyezték, mely pontrendszer ma is hagy némi kivetnivalót maga után.

3.2 A Hapimag vállalat megalakulásának története

I. Fázis (1963-1968)

1963. szeptember 24-én Alexander Nette és Dr. Guido M. Renggli alapították meg együtt a Hapimag Hotel és Apartman ház Ingatlanbefektetési részvénytársaságot, amit később Hapimag Rt.-nek neveztek át. Az ötlet magával ragadó volt. Alexander lehetőséget szeretett volna adni azok számára, akiknek nincsen pénze saját nyaralót fent tartani. Szerette volna, hogy Európa számos országában legyen mindenkinek egy „saját” nyaralója, ahol mindenki kedvére nyaralhat.

Dr. Guido M. Renggli ötlete pedig az volt, hogy hozzanak létre egy olyan részvénytársaságot svájci jogok szerint, mely társaság részvényeinek a megvásárlásával egyúttal üdülési jogot is váltanak a nyaralókhoz. Hogy biztosítva legyen az üdülőhelyek rugalmas kiválasztása, bevezetésre kerül a pontjóváírásos rendszer. Minden egyes részvény után kap a részvényes évente egy meghatározott pontösszeget, amit ő egy általa szabadon választott üdülőházra válthat be. Ezzel egyidejűleg egy világújdonság is született: az időben megosztott üdülési jog pontrendszeri alapokon.

Ez tényleg nagy szenzációnak számított az akkori turizmuspiacon.

A cél az volt, hogy a részvények eladásából fedezni tudják az apartman házak építését. A közel 1000 eladott részvényből a Hapimag 21 lakást tudott felépíteni spanyol és olasz tengerpartokon. Ezek ekkor még csak különböző épületekben megvett és átalakított lakások volta. 1964 őszétől hatalmas ugrás volt megfigyelhető a részvények eladásában. Közel 1000-ről 19000-re nőtt három éven belül a részvényesek száma. A részvénytőke 50000 frankról 2,5 millió frankra nőtt.

II. Fázis (1969-1984)

A hatékony ráfordításoknak köszönhetően a cégvezetés alapított egy bizottságot, akikre számos feladat várt. Többek között a pontrendszer sem hozta az elvárt sikereket. Újra kellett gondolni az egész rendszert és egy jobban, könnyebben átláthatót létrehozni.

Ebben a második periódusban az „egyszer fönt egyszer lent" állapot volt megfigyelhető. A részvényesek gyors növekedésében egy kis szünet köszöntött be, mely a hetvenes évek gazdasági pangásának volt részben köszönhető. Csak 1978-ban javult a helyzet érezhetően és tartósan.

A hetvenes évek végén újabb turisztikai szolgáltatásokat kínált a cég a piacon. Saját szállodákat, éttermeket és utazási csomagokat. Egyre nagyobb hangsúlyt fektettek a minőségre. Cél, egy minél színvonalasabb nyaralás lehetősége a lehető legjobb helyeken. A siker érdekében egész üdülőfaluk infrastruktúráját alakították át és helyezték új alapokra. Erre egy nagyon jó példa a Dél – Görögországban található Porto Heli városa, ahol ezzel együtt az első Hapimag apartman ház is megépült. Mert ez előtt csak különálló lakásokat tudtak megvenni, különböző létesítményekben.

1984-ben a Hapimag egy sikeres, biztos lábakon álló vállalkozásnak mondhatta magát, sikerült átvészelnie az akadályokat. Ezt a következő számadatok is bizonyítják: a könyv szerinti mérleg 1969 és 1984 között közel 28 millió frankról 158 millióra növekedett. 1984-re már 1310 apartman lakással rendelkezett a vállalat. Majdnem háromszorosára nőtt 1969 óta.

III. Fázis (1984-1998)

A növekedés és fejlődés továbbra is jellemző volt a cégre. A részvények eladásában elérték a csúcspontot. A könyv szerinti mérleg 1997-ben átlépte a milliárdos álomhatárt és részvénytőkéjük 43,5 millió frank volt.
A kilencvenes évek közepére kezdett ez a fajta gyors növekedés egy kicsit ellaposodni, de ez sem jelentett gondot a Hapimag számára, hiszen még mindig ők álltak az üzletág élén.
A hatalmas igényeknek köszönhetően az építési munkálatok tovább folytatódtak, újabb, és egyre fényűzőbb apartman-házakat építettek a lehető legfrekventáltabb helyeken, mint például Damnoni Kréta szigetén, Pentolina Toszkánában vagy a Sea Garden Hotel & Resort Bodrumban, a török tengerparton. Mintegy 351 lakással 3 öböl területén fekszik. Ezzel a magas lakásszámmal egyúttal a legnagyobb Hapimag üdülőház még ma is.
De nem csak a luxus volt elsődleges a házak tervezésénél, hanem a környezetvédelem is. Ennek érdekében napkollektorokat szereltek fel a házakra, valamint a vízfogyasztást is igyekeztek különböző módszerekkel a lehető legkisebbre szorítani.

IV. Fázis (1998-2004)

Számos külső tényező gyakorolt negatív hatást az üzletpolitikára. Ilyen hatások voltak a természeti katasztrófák, a politikai bizonytalanságok, és a 2001. szeptember 11-ei terrorcselekmény is. A részvények eladása ez által nagy számban csökkent. De nem csak a külső tényezők befolyásolták a vállalat alakulását, hanem belső tényezők is. Nem volt egyetértés a vezetés tagjai között, valamint egyre többen szerették volna visszaváltani/ eladni a részvényeiket. A problémák áthidalása érdekében egy új számviteli standardot vezettek be, az IAS-t (International Accounting Standards), ami ma már IFRS (International Financial Reporting Standards), valamint egy újdonsággal kedveskedtek a tagoknak. Ez egy új lakóhajó volt Franciaországban, ami szerencsére nagy népszerűségnek örvendett, így sikerült újra magukhoz vonzani a részvényesek többségét. De a részvények visszavásárlása továbbra sem működött és újabb akadályokba ütközött.

V. Fázis (2005 - napjainkig)

2005-ben alkották meg a négy élményvilágot, melyek a nyaralás során kielégítendő vágyainkat szimbolizálják. Általában ezeket az igényeket a szürke hétköznapok során, a munka mellett nem tudjuk kielégíteni, de a nyaralásunk során mindezt megtehetjük. Ezek azok a pillanatok, melyek felejthetetlenné és egyedülállóvá teszik a nyaralást. Ez a kezdeti négy élménykategória a következő: ACTIVE (aktív), FAMILY (család), DISCOVER (felfedezés), RELAX (pihenés). Az aktív világ jelenti a sportot, a mozgás örömét. Lényege, hogy nyaralásunk alatt is maradjunk fittek. A család, a gyerekekkel együtt eltöltött időt jelenti, valamint a közös játékélményeket. A felfedezés élménye az új vidékek megismerésére ösztönöz, míg a pihenés pedig a test és lélek összhangjára mutat rá.

Mára ezek az élménykategóriák kicsit módosultak. Az ACTIVE, FAMILY és a RELAX megmaradtak, de a DISCOVER további részekre bomlott: BEACH, CITY és NATURE. Újak is születtek a régiek mellé. Ezek a következők: WELLBEING, CULINARY, CULTURE. Így most már kilenc élménykategória ösztönzi a nyaralni vágyókat.

Ezekhez a kategóriákhoz különböző csomagok is társulnak, melyek tematikájukban teljesen megfelelnek az adott témának. Ezek a csomagok különféle programokat, belépőket tartalmaznak, melyeket a tagok a szálláshellyel együtt tudnak foglalni. Ugyanakkor ezeknek az élménykategóriáknak a segítségével vannak az apartman-házak is besorolva. Ezekkel utalnak arra, hogy az adott városban, milyen élményekkel lehetünk gazdagabbak. (Geschichte des Unternehmens Hapimag 2006)

3.3 Jogvásárlás

Aki Hapimag tag szeretne lenni, annak három féle tagsági lehetőség áll a rendelkezésére. Ezek a következők:

- Hapimag Starter Low
- Hapimag Starter High
- Hapimag Plus

Az első kettő egy próbatagságot jelent három évig. A „Hapimag Plus” pedig már a rendes tagság.

A Hapimag Starter Low próbatagság alatt minden Hapimag ház a rendelkezésre áll, bármelyikben lehet lakást foglalni. 1750 svájci frankot kell fizetni ezért a csomagért. Minden további csomag vásárlásakor az ár a csomagok számával arányosan nő. Ennek a csomagnak a megvásárlásával a tag egyszeri 180 pontot kap, melyet a mellékszezonban használhat fel. Hogy mennyi pont kerül felszámításra egy adott nyaralás során, az függ a szálláshelytől, a szezontól, a lakás kategóriájától és nagyságától. De átlagosan két főnek egy 10 napos aktív pihenésre, egy 1 hetes tengerparti nyaralásra, egy szintén 1 hetes wellness nyaralásra és egy 5 éjszakás városnéző körútra elegendő a mellékszezonban. A szállás helyszínén is kell egy bizonyos összeget fizetni, amiből az áram, energia, takarítási költségeket fedezi a ház. Természetes ezzel a próbatagsággal is részt vesznek a tagok az úgynevezett „Reward Programban”, amit úgy fordítanék, hogy „jutalom program”. Erről a későbbiekben fogok írni.

A Hapimag Starter High próbatagság szinte mindenben hasonlít az előzőre. Az eltérés csupán annyi, hogy 2700 svájci frankba kerül és a 180 pontunkat már a főszezonban használhatjuk fel. A főszezonban történő nyaralás általában több pontot igényel, úgy is fogalmazhatunk, hogy pontok terén drágább, így ezekkel a pontokkal jobban kell gazdálkodnunk.

Most pedig a „rendes” Hapimag tagságról szeretnék írni, a Hapimag Plus-ról. Ezt a csomagok még három részre oszthatjuk: kicsi, közepes és nagy.

A Hapimag Plus Small (kicsi) tagság már sokkal drágább. Körülbelül 9 900 svájci frankba kerül a tagdíj. A díj befizetésével egyidejűleg 240 kezdőpontot is adnak a tagnak, majd évente további 120 pontot kap. Ennél a csomagnál már egy fix havidíjat is kell fizetni, az adott üdülőhelyen fizetendő szállásdíj mellett. Ez az összeg kb. 106 svájci frank.

A közepes Hapimag Plus csomag ára kb. 14 900 svájci frank, ami mellé egyszeri 360 pont jár, majd évente további 240. A havonta fizetendő költség pedig kb. 212 CHF. Majd végül a legnagyobb csomag, a Hapimag Plus Large, mely kb. 19 900 svájci frankba kerül, és 540 pont jár hozzá. Évente 360 pontot írnak jóvá, a havidíj pedig kb. 318 CHF.

Bármelyik csomagot is választja az ember, mindegyik hét évig érvényes. Utána szabadon választhat a tag, hogy szeretne e továbbra is Hapimag tag maradni, vagy már nem.

Ha valaki nem biztos a dolgában, és nem tudja eldönteni, hogy melyik csomagot is válassza, vagy egyszerűen fél az ismeretlentől, akkor a Hapimag lehetőséget ad nekik arra, hogy egy külön utazás keretében jobban megismerje a vállalatot és egy Hapimag apartmant.

Ennek az utazásnak a neve: „Kennenlern - Angebote”. Akik megvásárolják ezt a szolgáltatáscsomagot, azoknak lehetőségük van 4 napot egy Hapimag apartman házban eltölteni. Tizennégy város közül választhatnak, de az időpont és a programok fixek. Egyszeri díja ennek az utazásnak 145 euró per fő, ami tartalmazza a szállást és 3 napra a reggelit. Az oda-vissza utat, az esetleges biztosítást és parkolást az érdeklődőnek kell állnia.

Ez után az utazás után talán nagyobb eséllyel tudja a vendég eldönteni, hogy tag szeretne e lenni vagy sem. Mindenkép a meggyőzésen alapszanak a programok. Előadásokkal és prezentációkkal készülnek a vendégeknek, hogy minél több információhoz és ismerethez jussanak a céget és az általa kínált lehetőségeket illetően. A 2014-es évben pozitív visszajelzések érkeztek a csomaggal kapcsolatban, ezért 2015-ben tovább bővítették, fejlesztették a csomag tartalmát. (www.hapimag.com)

4. Hapimag Reward Program

Már az előzőekben említettem, hogy részletezni fogom ezt az úgynevezett jutalom programot. Azért is gondolom, hogy a „jutalom” szó a helyes fordítás, mert ennek a programnak a lényege, hogy a vendéget minden egyes Hapimagon belüli költés után megajándékozzák jutalom pontokkal, amit ő különböző módon használhat fel. Ez egyfajta ösztönzés is. Minél többet költ valaki, minél több pénzt hagy ott a cégnek, a cég annál hálásabb, és annál több jutalom pontot ad. Ezeket a pontokat bármikor be lehet váltani interneten keresztül vagy telefonon előfoglalási jogra, ami azt jelenti, hogy a vendég már a hivatalos foglalási periódus előtt lefoglalhatja szállását. Minden évben meg van határozva egy időszak, amikor a tagok tudnak szállást foglalni. Ezen időszak előtti foglalásra jogosít fel ez a fajta pontbeváltás. Egy példa erre: 20 jutalom pontért már tud előfoglalni, de természetesen minél több pontot vált be az ember, annál korábban tud foglalni.

A másik lehetőség, hogy a tag ezeket a jutalom pontjait sima pontokra váltja át, mely pontok a szállásfoglaláshoz szükségesek. Hiszen ezek a pontok határozzák meg, hogy melyik időszakban, hová, hány éjszakára tudunk menni. Minden ház más és más pontösszegeket kér éjszakánként, illetve szezononként. Ez egy jó matematikai feladat kiszámolni, hogy hová, mennyi időre és mikor tudunk elutazni az adott pontjainkból. 10 jutalom pontot 3 sima, szállásfoglalási pontra tudunk beváltani. Következzen néhány példa arra, hogy hogyan is juthatunk hozzá ilyen jutalom (Reward) pontokhoz: Hapimag tagság vásárlásakor, a központon keresztül történő transzferrendelés, kocsi bérlés, repülőjegy foglalás, vagy pedig egy sikeres ajánlás esetén, ami azt jelenti, hogy a már Hapimag tag ajánlja az ő egyik barátját a cégnek, aki még természetesen nem tag. Ha ez a barát vesz egy Hapimag részvényt és taggá válik, akkor az őt ajánló automatikusan 100 jutalom pontot kap.

5. A pontrendszer

Mint már említettem dolgozatom legelején, a Hapimag több mint ötven évvel ezelőtt egy világújdonságot hozott létre. Az időben megosztott üdülési jogot pontrendszeri alapokra helyezte. A pontok egy jól átgondolt, de ugyanakkor bonyolult rendszerben helyezkednek el. Komoly matematikai számításokat igényel a pontokkal való gazdálkodás. A pontokra is ugyan az igaz, mint a pénzre, ha valakinek sok van, akkor nem számít, hogy mennyi ment el belőle, de ha viszont kevés van, akkor már jobban oda kell figyelni rá, hogy hogyan osztjuk be. És ehhez a beosztáshoz nem árt, ha ismerjük a Hapimag pontrendszerét.

Először is, egy év három szezonra van felosztva, főszezonra, elő-és utószezonra. Ezek a szezonok még tovább tagolódnak: A, B, C, D és E szezonokra. A szezonok pedig napokra vannak osztva. Tehát az is befolyásolja felhasznált pontjaink számát, hogy milyen napon érkezünk, illetve távozunk. A pontok nem csak napokra vannak kiszámítva, hanem egy egyhetes intervallumnak is meg van a pontvonzata. További befolyásoló tényezők a szobatípusok. Ezen belül is a „Budget”, „Komfort”, és „Premium” besorolás számít, valamint az, hogy hány szobás apartmant foglal valaki. Ezek a besorolások természetesen helyenként változnak, nem minden szobakategória van minden városban. Valahol csak egy fajta van, így a vendég nem tud ezzel variálni.

Mellékszezonban egy nap kb. 4-5 pontba kerül, ugyan ezen a helyen főszezonban egy nap 10-20 pontot jelent. A pénteki és szombati napok rendszerint minden apartman esetében drágábbak, mint a hét többi napja. A Boutique Resortoknál a napokért felszámított pontok sokkal magasabbak a sima resortokhoz képest, mert a Boutique apartmanokban már szinte egy azonos kategóriájú szálloda szolgáltatásait élvezhetjük. Ilyen szolgáltatás például a szobaszerviz vagy a 24 órás concierge szolgálat.

Tehát mielőtt apartmant foglalna valaki, előtte át kell számolnia a rendelkezésre álló pontjait. Egy évre előre be kell őket osztani, mert a vásárolt tagsági csomagunktól függően kapunk egy fix pontösszeget évente. Lakásra felhasználható pontokat emellett nehezen lehet szerezni. Ez egészen máshogy működik, mint a már említett Reward Program jutalom pontjai, mert ezeket a fajta pontokat viszonylag sok helyről szerezhetjük be. Viszont ahhoz, hogy nekünk minél több lakhatásra felhasználható pontunk legyen, ahhoz kellenek a jutalom pontok is. Mert ezeket lehet úgymond átkonvertálni a foglaláshoz szükséges pontokra. Úgy is fogalmazhatunk,

hogy jutalom pontokért lehet lakásfoglalásra felhasználható pontokat venni. Pénzért nem tudunk ilyeneket vásárolni. Tehát ha rosszul osztottuk el/be a pontjainkat akkor lehet, hogy egy évben csak egy helyre tudunk menni, de ha jól gazdálkodtunk velük, akkor akár 3-4 helyre is elmehetünk nyaralni. Megint csak azt tudom mondani, hogy ezekkel a pontokkal is ugyan olyan jól kell gazdálkodnunk, mint a pénzzel. Ezek a pontok nyújtják az alapot egy foglaláshoz. (Hapimag Buchungsinformation 2014)

6. A Hapimag házak

6.1 Németország

Németországban összesen 13 Hapimag apartman ház, 12 különböző városban illetve szigeten található (Berlinben két ház van). Az országban elszórtan helyezkednek el. A városokban található házak rendszerint kisebbek a vidéki házaknál. A német nagyvárosok közül Berlinben, Drezdában és Münchenben is van egy-egy apartman. De ennél sokkal egzotikusabb helyeken is találkozhatunk Hapimag házakkal, ilyen Sylt szigete, ahol négy apartman ház is épült, vagy pedig Rügen szigete, mely Németország fennhatósága alá tartozó legnagyobb kiterjedésű sziget.

Összehasonlítás és bemutatás képen, egy a Sylt szigetén elhelyezkedő és egy városi házat szeretnék részletesebben leírni.

A németországi Sylt szigete manapság főként a gazdag turisták paradicsoma. A világ egyik legdrágább négyzetméterárai találhatók meg itt. Ez nem csoda, hiszen a sziget kb. 40%-a természetvédelmi terület, így nincs sok szabad beépíthető terület. A szigetet egy vékony vasúti híd köti össze a szárazfölddel Hamburg felöl. Autóval is megközelíthető, de ez esetben az autót is a vonatra teszik.

Hörnum, Sylt legdélibb csücskében fekvő város. Ez a hely egyben két tenger találkozási pontja is. Ameddig csak a szem ellát, végtelen homokos tengerpart húzódik a part mentén. Akár a nyugati, erős hullámok által ostromolt hegyoldalakon keresünk kihívásokat, akár a keleti, lankás dombok tövében szeretnénk pihenni, mind a két oldalon boldogan megtaláljuk a számunkra ideális elfoglaltságot. Annyira színes és sokoldalú a sziget, hogy rengeteg sportolási és kikapcsolódási lehetőség közül választhatnak a vendégek. Erre az előnyre építve hozta létre a Hapimag ezen a szigeten az apartman házait.

Összesen 123 apartmannal rendelkezik a hörnumi ház. Ezek közül 23 darab egyszobás, 72 darab kétszobás és 28 darab a háromszobás lakás. Ez az épület is rendelkezik saját étteremmel, mely főként az Észak-Németországi specialitásokra fókuszál, de ugyanakkor egy kis francia hatás is érzékelhető a konyhában. Egy fedett úszómedence és egy három emeleten elterjedő wellness-részleg is a vendégek kényelmét szolgálja. Többet között egy gyönyörű panorámás szaunával, gőzkabinnal és masszázsszobákkal is találkozhatunk a wellnessben. Az épület úgy lett kialakítva,

hogy kerekes székesek is problémamentesen tudnak közlekedni benne, számukra 4 akadálymentesített apartman áll rendelkezésre.

Akik a nyaralás alatt is formában szeretnék magukat tartani, azoknak sem kell aggódniuk, mert a gyönyörű tengerparton illetve közelében lehetőség van focizni, strandröplabdázni, vízilabdázni vagy a 200 km hosszú bicikliúton tekerve a szigetet felfedezni. Választhatjuk a lovassportokat vagy akár a golfot is. Ha nincs saját golfkészletünk, akkor sem kell lemondanunk a golf nyújtotta élményekről, mert a recepción van lehetőségük a vendégeknek golffelszerelést bérelni.

A 7-10 év közötti gyermekek felügyeletét pedig a Maxi Club animátorai vállalják át.

A drezdai Hapimag ház nagyon hasonlít a budapestihez. Lakásszámát tekintve kevéssel haladja meg a budapestiét, összesen 38 lakása van. 26 darab egyszobás és 12 darab kétszobás lakás, melyek közül egy, a kerekes székesek számára lett kialakítva. A városi házakra jellemzően, saját parkolóval ez a rezidencia sem rendelkezik. Az autóval érkező vendégek a szálláshely közelében található nyilvános parkolóházban tudnak parkolni 10 euro per napért. Egy másik közös vonása a budapesti Hapimaggal, hogy itt sincs étterem az épületen belül. Ha a vendég a szobájában szeretne reggelizni, akkor lehetősége van a recepción másnapra friss pékárut rendelnie. Ez ugyan így működik a budapesti ház esetén is. Illetve, hogy a vendégnek minél jobban segítsenek, a recepción mindenki kap a becsekkoláskor egy étterem ajánló kis füzetet, amiben számos étterem közül választhat.

Az Elba folyó közelsége vonzza a vendégeket egy sétára a folyó mentén vagy lehetőség van hajós kirándulásra, melyet a recepción lehet lefoglalni. De foglalhatunk városnézést, múzeum,- színházjegyet is a recepciós munkatársak segítségével. Ha biciklivel támad kedvünk felfedezni a várost, akkor erről sem kell lemondanunk, hiszen közvetlenül a recepción keresztül ezt is elintézhetjük.

6.2 Svájc

Svájcban négy Hapimag rezidencia található, négy különböző városban. Ezek közül a két legjelentősebbet emelném ki, Asconat és Flimset.

Ascona a dél-svájci Ticino kantonban, a mélykék Maggiore-tó partján bújik meg. Európa egyik legszebb és legexkluzívabb üdülőhelye, festői hegyekkel körülvéve. Mediterrán éghajlata, a helyiek vendégszeretete és színvonalas szállodái évről évre

turisták tízezreit vonzzák Asconába, a gyönyörű és változatos természeti táj pedig izgalmas felfedezőtúrára csábít.

A Hapimag rezidenciát 1988-ban építették meg, mely 65 apartmannal rendelkezik. Ezek között 8 darab egyszobás, 50 darab kétszobás és 7 darab háromszobás lakás van. Ascona számos lehetőséget nyújt, mind a sport kedvelőinek, mind pedig a pihenni vágyóknak. A Maggiore tavon lehetőségünk van horgászni, vízisíelni, evezni vagy egy hajós kiránduláson részt venni. A Hapimag ház mellett található golfpályán pedig a golfozók üthetik labdájukat. A szálloda egy kilométeres körzetében további kikapcsolódási lehetőségek tárulnak elénk. Ilyen lehetőség például a színházlátogatás, egy jó koncert vagy pedig egy múzeum felfedezése. De tehetünk akár egy nagy sétát a nemzeti parkban is. Aki a helyi piacra szeretne ellátogatni, annak sem kell sokat utaznia, hiszen közel 10 perc távolságra több piac is található. A kultúra kedvelői sem maradnak élmények nélkül, Ascona városa híres a kultúrájáról is. Számos művész és értelmiségi látogatta a várost, így az ő nyomaikra is bukkanhatunk, ha körülnézünk a városkában.

Semmit nem kell a vendégeknek egyedül megszervezni vagy elintézni. A személyzet mindennemű programlehetőségben segítséget tud nyújtani a vendégeknek, de természetesen a taxit is szívesen megrendelik a vendég kérésére.

Az épületben egy mindennel felszerelt és minden igényt kielégítő szauna világ is található. Gőzkabin, tepidárium, szaunák és úszómedencék tartoznak ide. Ez a wellness-részleg mondhatni nagynak számít a Hapimag házak körében. Összehasonlítás képen a budapesti házban egyetlen egy szauna és két jakuzzi található. A ház rendelkezik továbbá saját étteremmel és bárral is, ami nagyon nagy előnyt jelent azokhoz a házakhoz képest, amelyeknek nincs étterme. Hiszen nagyon sok vendég igényli azt a lehetőséget, hogy házon belül étkezzen. Sokan nem szívesen kockáztatnak egy házon kívüli étteremmel, mert aki ismeri és szereti a Hapimagot, az szívesebben és nagyobb bizalommal eszik egy „Hapimag-étteremben”. De itt természetesen a kényelmi szempont is szerepet játszik. Sokkal kényelmesebb lemenni mondjuk a földszintre vacsorázni, mint kimenni a városba és ott egy jó étterem után kutatni.

Akik autóval érkeznek, azoknak lehetőségük van az apartman ház mélygarázsában parkolni.

Az egyetlen hátránya ennek a helynek, hogy nincs egész évben nyitva. Január elejétől február 12-ig zárva tart. De ezt meg lehet érteni, mivel ide tavasztól őszig érdemes jönni az aktív sportolási lehetőségek miatt. Síelésre ezen a helyen nincs lehetőség.

Flims városa a Svájci Alpok egyik gyöngyszeme. Az erdők és tavak közelsége biztosítja a friss levegőt és a csodálatos kilátást az apartmanokból. Mind télen, mind pedig nyáron számos programlehetőség közül választhatnak a vendégek. Télen kiváló síparadicsommá válik a város, nyáron pedig a túrázás, a vízi sportok, az ejtőernyőzés vagy a hegymászás vár a vendégekre.

A Hapimag rezidencia 11 házból és egy főépületből áll. Összesen 120 lakás található a 11 épületben, hét egyszobás, hetven kétszobás és negyvenhárom háromszobás.

Az apartmanok közül négy, kerekes székes vendégek számára lett kialakítva, így ők is gond nélkül tudnak az épületben közlekedni.

A főépületben található egy étterem, melynek fő specialitása a friss halételek. De természetesen nem csak halat lehet enni, hanem az ország nemzeti ételeit is megkóstolhatjuk. Ehhez a Hapimag üdülőhöz is kapcsolódik egy mélygarázs, melyben a vendégek napi 9 svájci frankért parkolhatják le az autóikat.

Mint egy jól felszerelt síparadicsomban, itt is találhatunk wellness-részleget. Hasonló, mint Asconában, szaunák, gőzkabin, tepidárium, és masszázsszoba is van.

Mint már említettem télen és nyáron is számos kikapcsolódási lehetőség közül választhatunk. Az apartmanház 7 kilométeres körzetében szinte minden aktív sportot kedvelő megtalálhatja kedvenc sportágát. Raftingolhatunk, vízisíelhetünk, golfozhatunk, lovagolhatunk, de akár még hegyet is mászhatunk. Télen a ház szomszédságában síelhetünk. Síbérletünket pedig a szálloda recepcióján is megvásárolhatjuk, mellyel időt spórolhatunk magunknak. Ha még kezdő síelők vagyunk, akkor a recepción lehetőségünk nyílik egy síoktatásra is beiratkozni. Egy szó, mint száz, bármilyen kérése is legyen a vendégnek, az a Hapimag dolgozók számára nem jelent problémát. Mint ahogy, az sem, hogy a szülők kinél hagyják gyermeküket, ha egy kis pihenőre vágynak édes kettesben. A Hapimag megteremtette a Mini-Maxi Clubot, melynek keretein belül animátorok foglalkoznak a gyerekekkel, míg a szülők távol vannak. Ez a club nincs minden Hapimag házban, csak a nagyobbakban, így a flimsiben is. A gyerekeket három csoportra osztják, attól függően, hogy hány évesek. A 4-6 évesek csoportja a Mini Club, a 7-10 éveseké a Maxi Club és a 11-15 éveseké pedig a Cool Club.

6.3 Spanyolország

Kellemes és változatos klímája, történelmi városkái, csodás hegycsúcsai és semmivel össze nem hasonlítható tengerpartjai igen kedvelt üdülőhellyé varázsolják az országot. A Hapimag igyekezett az ország legkülönbözőbb pontjain házakat építeni, hogy így is segítsék vendégeiket Spanyolország felfedezésében. Spanyolországban öt rezidenciája van a Hapimagnak, többet között Mallorcán és Tenerifén. Az öt ház közül is a Mallorcait emelném ki. Mallorcát legfőképpen a német vendégek látogatják, nem csak a Hapimag tagok körében kedvelt, hanem egész Németország lakosságának egyik legkedveltebb üdülőparadicsoma. Ha erre a szigetre látogatunk, javarészt német turistákkal fogunk találkozni.

Mallorcán egy hatalmas apartman hotel található, mint egy 235 lakással. Ezek közül 201 db kétszobás és 34 db háromszobás lakás, melyek 2000/2001-ben komplett felújításon mentek keresztül. Minden lakáshoz saját erkély tartozik. Ez a Hapimag ház egyik luxusérzetet keltő sajátossága. Egy másik erőssége, hogy kerekes székesek és mozgássérültek számára a szálloda teljes mértékben alkalmas. Összesen öt, mozgássérültek számára kialakított szoba található az épületben.

1. ábra: A paguerai Hapimag Apartmanház Mallorcán
Forrás: www.hapimag.com

A Hapimag rezidenciához saját étterem, bár, strand és a strandhoz tartozó strandbisztró kapcsolódik. A rezidenciához tartozó strandra a Hapimag vendégeknek ingyenes a belépés. A fürödni és strandolni vágyók választhatják az apartman ház három kültéri medencéjét, vagy rossz idő esetén a fedett úszómedencét is.

Mallorca nem csak a pihenni vágyók paradicsoma, hanem a bulizni és golfozni vágyóké is. 23 első osztályú golfpálya található a szigeten és megannyi diszkó. A szálloda recepcióján lehetőség van arra, hogy autót, rollert vagy biciklit béreljünk. A Hapimag által szervezett programok közé tartoznak a masszázs – illetve búvártanfolyamok, a vezetett séták, az aerobic órák és a vízi torna is. A gyerekek számára is külön programokat szerveznek a szálloda animátorai a már említett Mini-

Maxi Club keretein belül. Itt már lehetőség van arra is, hogy a 16 éven felüliek is részt vegyenek a Club programjain.

A repülőtér kb. 34 kilométerre található a szállástól, de itt is, mint minden Hapimag apartman házban, lehetőség van transzfert kérni a repülőtértől a szállásunkig, mely körülbelül 50 euróba kerül egy négyfős társaságnak.

6.4 Marokkó

Marokkót az érzékek oázisának is szokták emlegetni. Szinte minden érzékszervünk bekapcsolódik az élménygyűjtésbe. Kevés olyan változatos, természeti látványokban gazdag része van az arab világnak, mint a legnyugatibb kelet országa, Marokkó. Ebben a közel 700 000 km2 területű országban, csodálatos tájakra juthatunk el. Egyedülálló élmény, hogy az Atlasz-hegység hófedte csúcsait egy pálmafaliget árnyékából szemlélhetjük.

A Hapimag rezidencia kb. 14 kilométerre található a városközponttól, Marrakeshtől. Az apartman ház Boutique Resort minősítést kapott, ami azt jelenti a Hapimag vendégek számára, hogy közel egy boutique szállodához hasonló kiszolgálásban lesz részük. Vagyis a foglalási ár tartalmazza a büfé reggelit, a szobaszervizt, az oda-vissza transzfert a repülőtérről és a wellness-részleg korlátlan használatát. Ez a minősítés kevés apartman házra igaz, mivel ezek mégiscsak önellátó üdülőházak. További három Boutique Resortja van a Hapimagnak Angliában, Törökországban és Franciaországban.

2. ábra: A marokkói Hapimag apartman ház és a hozzá tartozó medence
Forrás: www.hapimag.com

A recepción lehetőségük van a vendégeknek ingajáratra jegyet váltani, mely a városközpont és a szálláshely között közlekedik. Ez a szolgáltatás viszont már díjköteles.

Az apartman házban negyven lakás található, ezek között 2 db egyszobás, 28 db kétszobás lakás és 10 db szállodai lakosztály van. A lakások mindegyikéhez tartozik egy terasz, egy erkély vagy pedig egyenes bejárás a szálloda kertjébe. A resort

rendelkezik saját étteremmel, ahol arab illetve francia ételeket szolgálnak fel. A kültéri medencéknél is található egy étterem, így fürdés közben sem kell éheznünk illetve szomjaznunk. A wellness részleg területén benti és kinti medencék közül is választhatnak a pihenni/napozni vágyók.
Mélygarázs és szabadtéri parkolóhely is rendelkezésre áll az autóval érkezőknek, melyek térítésmentesen igénybe vehetőek. Állatot viszont egyáltalán nem lehet bevinni az épületbe.

A vendégek számos program közül választhatnak. A rezidenciához saját golfpályák tartoznak, szám szerint három. Marokkó egyébként is a golfkedvelők egyik leggyakrabban látogatott országa. De ha nem golfozni szeretnénk, akkor részt vehetünk egy sivatagi túrán, akár Quaddal is, vagy pedig tevegelhetünk. A piacon megkóstolhatjuk a helyi különlegességeket és vásárlás közben a kígyóbűvölő mutatványait is figyelhetjük.

6.5 Magyarország

3. ábra: A budapesti Hapimag apartman ház
Forrás: www.hapimag.com

Magyarországon a Hapimagnak egyetlen egy üdülőháza van, Budapesten a Budai Várnegyedben. Ez a ház 2000-ben nyitott meg kapuit. De az óta már egy teljes körű renováláson is átesett. Aki csak belép az ajtón, le van nyűgözve az épület architektúrájától. Az teszi teljesen egyedülállóvá, hogy a II. világháborús romokat ötvözték az új elemekkel. A ház egyes részei a mai napig utalnak az egykori lakókra, illetve a ház funkciójára. Az épület pontos történetét a melléklet tartalmazza.

A többi városi Hapimag házhoz hasonlóan, a budapesti is a kisebb rezidenciák közé tartozik. Az üdülőház összesen 30 szobával rendelkezik. Tizennégy egyszobás, tizenöt kétszobás és egy háromszobás lakás található az épületben. Mind a 30 lakás más méretű. Vannak egészen kicsikék és nagyok is. A lakások kialakítása nem volt egy egyszerű feladat az építészek számára, hiszen egy fix alapterületű és sajátos adottságokkal rendelkező házról van szó.

Saját étteremmel, bárral nem rendelkezik az apartman ház. Az épületben már nem maradt hely egy vendéglátóegység kialakítására. De megteremtette vendégeinek azt a lehetőséget, hogy egy étteremlánctól rendelhetnek a vendégek meleg ételeket. Ez az étteremlánc az Il Treno. A vendég a recepcióson keresztül tud, egy megadott étlap alapján, rendelni. Ez az étlap tartalmaz előételeket, pizzákat, salátákat. Szobaszerviz nincs, így ha a vendég által megrendelt étel megérkezett, akkor a recepcióhoz kell fáradnia, hogy átvehesse. A személyzet létszáma nem teszi lehetővé a szobaszervizt, mivel általában egy műszakban egy recepciós dolgozik, aki nem hagyhatja el a recepciót, ha egyedül van.

Viszont egy saját wellness részleg helyet kapott az alagsorban. Két jakuzzi, egy szauna és egy masszázsszoba található odalent. Ez a részleg nem túl nagy, de annál híresebb. Hiszen főként a wellness részleg kialakítása miatt kapta meg az épület az építészeti nívódíjat 2000-ben. A helyiség különlegessége, hogy egy üvegpadlón keresztül láthatjuk az épület alatt húzódó barlangrendszer egy darabját. Ez a barlangrész ma már nem látogatható omlásveszély miatt. A visszatérő Hapimag vendégek sokszor megkérdezik, hogy lemehetnek-e a barlangba, mert emlékeznek rá, hogy valamikor ott borkóstolókat tartottak. Sajnos további élményeket már nem nyújt a barlang, pedig nagy különlegessége ez a budapesti háznak.

4. ábra: A budapesti Hapimag apartman ház wellness részlegének egyik terme
Forrás: www.hapimag.com

Az alagsorban található még egy kisebb rendezvényterem, ahova más cégek is szívesen szerveznek koncerteket. A teremnek ugyanis nagyon jó az akusztikája. A falak az eredeti helyükön állnak, tehát a terem mérete nem került átalakításra, csupán állagmegóvást végeztek rajta. A padlózat is tükrözi néhány helyen a több száz éves múltat.

A belső udvar kialakítása lehetővé teszi, hogy a vendégek a friss levegőn reggelizzenek, vagy pedig a két hatalmas gesztenyefa árnyéka alatt pihenjenek. Barátságos, növényekkel teli kis udvar, ahova az utca zaja nem hallatszik be. Közel van a forgalmas főutca, ahol busz is közlekedik, de mégis elszeparáltan érezhetjük magunkat, az általában turistáktól nyüzsgő Budai Várban.

Kicsi, városi ház révén, Mini-Maxi Club nincs a gyerekek számára. De egy úgynevezett „biliárd szoba” kialakításra került az első emeleti folyosón. Ez a szoba két helyiségből áll. Egyik, ahol a biliárdasztal áll, a másik pedig, ahol számos gyerekjáték várja a kicsiket. Plüssállatok, társasjátékok, kirakósok stb. Itt együtt szórakozhatnak a gyerekek szüleikkel. Míg a „nagyok” biliárdoznak, addig a „kicsik” a nekik szánt játékokkal foglalhatják el magukat.

Mint, minden más szállodában, itt is kérhetik bármiben a recepció segítségét. Akár információról vagy jegyrendelésről legyen szó. Elég szerteágazó a recepciósok feladatköre. A vendégek regisztrálásán, fogadásán/utaztatásán és fizettetésén kívül még számos feladattal kell foglalkozniuk, mivel egy nagy szállodával szemben, itt nincsen külön concierge, aki besegít a teendőkbe. A recepciósok intézik a transzferrendeléseket, színházjegyfoglalásokat és városnéző túrákat is. Ha a vendég mosni, vasalni vagy ételt rendelni szeretne, abban is a recepciósok tudnak segíteni. Tehát az itt dolgozók felelőssége igen nagy.

7. Hapimag lakóhajók

A Hapimag nem csak házakban gondolkodott, hanem lakóhajókban is. Hogy minél egyedibbé tegye a nyaralást, illetve, hogy minél nagyobb élvezetet és luxust biztosítson a tagok számára, beinvesztált összesen 23 lakóhajóba. Nem minden üdülési joggal foglalkozó cég mondhatja el magáról, hogy vendégeik lakóhajókon is nyaralhatnak. De aki Hapimag tag, az boldogan élvezheti a francia és német lakóhajók kényelmét.

Huszonhárom mindennel felszerelt hajóról van szó. Hiányt nem szenved a vendég semmiben. Nyolc hajó a németországi Rechlin városából indul. A város közvetlenül a Kis-Müritz tó partján fekszik, délre a nagy Müritz tótól. Minden hajóra igaz, hogy nem szükséges jogosítvány ahhoz, hogy vezessük őket. De persze ha van, az csak előny és időspórolás. Mert ha valaki nem rendelkezik hajós jogosítvánnyal, annak az érkezés napján – ami péntek vagy szombat lehet – tartanak egy három órás oktatást a hajóról és annak használatáról. De ha ennek ellenére úgy érzi a vendég, hogy nem tudja, vagy nem szeretné elvezetni a hajót, lehetőség van rá, hogy egy hajóskapitányt béreljen maga mellé. Ő a hajón lakik a vendégekkel a nyaralás teljes időtartama alatt. Ennek a szolgáltatásnak a pluszköltsége 150 euro egy napra. A vendégek állatot is felvihetnek a hajóra, melynek díja 50 euro egy hétre.

Németországban két hajótípus közül választhatnak a vendégek, van egy kisebb és természetesen egy nagyobb változat is. A hat darab kb. 22 m^2-es hajóban kettő duplakabin található, melyekben összesen 4-6 fő fér el. Mind a két kabinban az ágyakat meg lehet ágyazni egyfősre és kétfősre is, valamint mind a kettőhöz saját fürdőszoba tartozik. A hajón egy napozótető, egy kültéri kormányvezérlő és kültéri zuhany is található. Így ha szép idő van, akkor sem vagyunk a hajó belsejébe kényszerítve. A konyha teljesen felszerelt, megtalálható benne a főzéshez nélkülözhetetlen gáztűzhely, sütő, grill és hűtőszekrény.

5. ábra: A müritzi Hapimag lakóhajó
Forrás: www.hapimag.com

A nagyobbik hajó kb. 30 m^2-es és plusz egy kabinnal van több helyiség. Így a hajó kapacitása maximum 8 főre tolódik ki.

Aki egy ilyen hajón szeretne nyaralni, annak mélyebben a zsebébe kell nyúlnia, nem úgy, mintha apartmanban lakna. Az ára egy hétre nézve 850 eurótól egészen 2214 euróig is terjedhet. Ez attól függ, hogy melyik szezonban kívánunk utazni. A lakóhajót igénybe venni áprilistól októberig lehet. Az év többi időszakában zárva van. Az előbb említett fix költségeken kívül még fizetni kell az üzembe vételért is. A kisebb lakóhajónál 8.70 euróba kerül egy üzemóra, a nagyobb hajó esetében ez 9.60 euro, ami plusz több száz eurós kiadást is jelenthet. Továbbá kauciót is fizetnünk kell, 1200 euró összegben, amit visszakapunk, ha sértetlenül visszük vissza a hajót. Az üzemanyagköltség pedig 180 euró. Biztosítást az árak egyike sem tartalmaz. Azt nekünk kell pluszban intéznünk, ha szeretnénk. Így ha összeadjuk a költségeket, a 850 eurót, a 8.70*5*7-t (egy hétre nézve, napi 5 órával számolva a 8.70 euro üzembe vételi díj), az 1200 euró kaució és a 180 euró üzemanyagköltség, akkor pontosan 2535 euróra jön ki. Ami magyar forintra átszámolva kb. 760 500 Ft. De a borsos árnak az ellenére is, úgy gondolom, hogy megéri legalább egyszer egy ilyen hajót kipróbálni. Biztosan hatalmas és felejthetetlen élményekkel gazdagodnak a hajó utasai, amit mindenkinek szívesen mesélnek majd.

A további 15 lakóhajó Franciaországban található. Nyolc Capestang városában, hét pedig Xuresben. Ezek a hajók is ugyan azon az elven működnek. A szabályok ugyan azok. Itt is két különböző méretű hajó közül lehet választani, az kisebbik 22m^2 alapterületű, míg a nagyobbik pedig 28m^2-es. Ami a Németországhoz képest más, az az ár. Az üzemidő óradíja mind a két város hajóinak az esetében kevesebb (7.10 és 9 euró). E mellet nem kell kauciót és üzemanyagköltséget sem pluszban fizetnünk. És a hajó bérleti díja tartalmaz már egy teljes körű casco biztosítást is. A francia hajókra is az áprilistól októberig tartó nyitva tartás jellemző. (Unsere Adresse, 2009)

6. ábra: A Venus 34 és 38 nevű Hapimag lakóhajók külső és belső nézetből
Forrás: www.hapimag.com

8. Hapimag vendégek általános jellemzése

Jellemzően a vendégek túlnyomó többsége német nyelvterületről érkezik. Ezen belül is Németországból, Ausztriából és Svájcból. Ez azért van, mert a cég a termékeit főleg ebben a három országban tudja eladni. Itt találhatók potenciális, fizetőképes Hapimag tagok. A német illetve osztrák nyugdíjas már az 1960-70-es években megengedhette magának, hogy akár több ezer svájci frankért részvényt vásároljon. Régebben ugyanis még részvényeket kellett vásárolni, hogy valaki taggá váljon. Mára már nem részvényekről beszélünk, hanem Hapimag termékekről. Ez a hivatalos elnevezés.

A jólét többnyire ma is igaz rájuk, éppen ezért ezekre az országokra jobban fókuszál a vállalat. De az olaszok is nagy létszámmal erősítik a tagok táborát. Hiszen ez a négy ország volt az, amelyeket a cég, alakulása elején meghódított. Svájci cégről beszélünk, így természetes, hogy Svájcban elég gyorsan híre ment az új üdülési jognak. És mivel Olaszországban épültek az első Hapimag lakások, így ott is hamar megismerkedtek vele. Vendégek érkeznek még Dániából, Hollandiából, Törökországból (egyre többen).

Hapimag tag bárkiből lehet, nincs megszabva sem korhatár, sem pedig nemzetiség. De mivel a vállalat nem reklámozza magát minden országban, így nagy szerepe van a szájról szájra terjedő híreknek, hogy minél több emberhez eljusson ez a cég. Ezért lényeges és fontos a vendégek elégedettsége, mert az elégedett vendégen keresztül is szerezhetők újabb tagok.

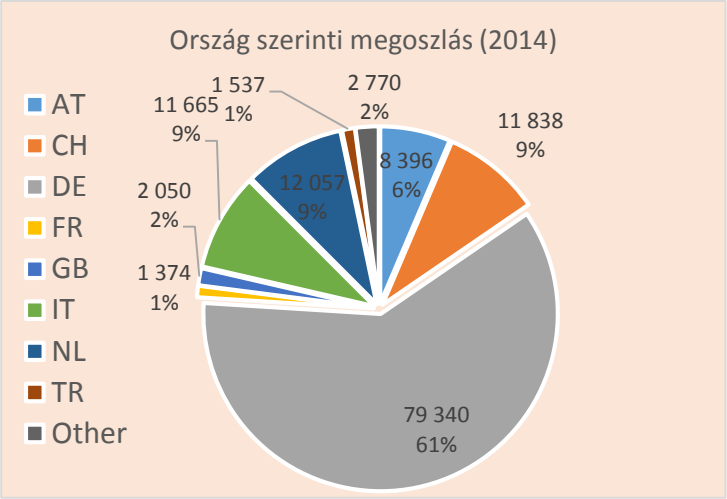
A cél az lenne, hogy frissítsék, fiatalítsák a jelenlegi vendégkört. A részvényesek többsége a cég alakulása elején vásárolta részvényeit. Így aki mondjuk 30 éves volt 1965-ben, az mára már 80 éves. Egy 80 évesnek pedig már nem biztos, hogy az egészségi állapota megengedi, hogy utazzon. Persze nem minden tag ennyire idős, mert mindig jöttek és jönnek új tagok, illetve a nagyon idősek átadták gyermekeiknek a jogot. De a statisztikák azt mutatják, hogy kevesebben vannak az új tagok, mint azok, akik vissza szeretnék váltani részvényeiket, vagyis akik ki szeretnének lépni a tagságból. Ez egy új marketing tervet igénylő probléma, hogy hogyan vonzzák magukhoz a fiatalokat. Mert be kell látni, hogy hosszú éveken keresztül nem változtatott a Hapimag a szokásain, az arculatán. Megrekedt sokáig egy szinten. Míg a konkurencia pedig haladt a korral, a technikával. (Magyar Nikolett, személyes beszélgetés, 2015.október 8.)

9. Vendégstatisztikák

9.1 Vendégösszetétel

9.1.1 Nemzetiség szerint

Mint már feljebb említettem, a tagok nagyon nagy része német nyelvterületről érkezik. Ezen belül is a fő küldő ország Németország. A 2014-es adatok is ezt igazolják. Az ábrán jól látszik, hogy a 131 027 tag közül 79 340-en németek. Ez a vendégek 61%-át jelenti. Ennek fő oka, hogy Németország már a cég alakulása elején ott szerepelt az első meghódított országok között. 1964 óta folyamatosan jelen van a Hapimag Németországban. A következő helyen azonos százalékszámmal három ország áll, Svájc, Hollandia, és Olaszország. Mind a három országban közel azonos a tagok száma. De közülük is 12 057 taggal Hollandia az első. Egy picit lemaradva, mindössze 219 taggal, Svájc a második, és 11 665 taggal Olaszország a harmadik a sorban. Mindhárman a teljes vendégkör 9%-át teszik ki. Ez az eredmény azt igazolja, hogy ezek azok az országok, ahol a jólét, illetve a költési hajlandóság magasabb. A Németországgal határos Ausztriában 8396 Hapimag tag él. Ez az egészhez viszonyítva 6 %-ot jelent. Érdemes erre a nagy különbségre Németország és Ausztria között felfigyelni. Mindkét ország gazdasági helyzete közel azonos. Az átlagkereset is majdnem megegyezik a két országban, tehát ezekre nem igazán lehet fogni Ausztria lemaradását. Véleményem szerint az ok sokkal inkább az országok méretbeli és lakosságbeli különbsége. Ugyanis Németország lakossága kb. tízszer annyi, mint Ausztriáé. Ez a tízszeres különbség a százalékoknál is megjelenik. A maradék 6 %-át a tagoknak török, angol, francia és egyéb nemzetiségűek alkotják. Az „egyébhez” többek között a következő országok tartoznak: Albánia, Azerbajdzsán, Argentína,



1. diagram: A tagok országok szerinti megoszlása
Forrás: Saját szerkesztés

Andorra, Costa Rica, Kuba, Finnország, Dánia, Észtország, Egyiptom stb. Mondhatni, hogy szinte a világ minden táján élnek Hapimag tagok, csak éppenséggel egyes országokban nagyon kevesen vannak. Az általam előbb felsorolt országokban élő Hapimag tagokat egy kezünkön megszámolhatjuk.

9.1.2 Életkor alapján

Ahogy a time-sharing, úgy a Hapimag sem kimondottan a fiatal korosztálynak szánt szolgáltatás. Ezt a következő eredmények is jól igazolják. A vendégek mindössze 11%-át teszik ki a 41-50 éves korosztály. Ugyanakkor a 30 év alatti és a 31-40 éves korosztály összesen 4%-ot ad. Hat százalékkal több a 70 év felettiek aránya, tehát 10%. A további 75%-ot pedig az 51-60 és a 61-70 évesek adják. A két korosztály közötti különbség csak 5%, a 61-70 évesek javára. Ennek oka lehet a két korosztály stabil pénzügyi helyzete. Ezen kívül ők azok, akik több szabadságot kapnak már a munkahelyen, így többet tudnak utazni és jobban tudnak gazdálkodni szabadidejükkel. A költési hajlandóságuk is sokkal nagyobb a fiatalokéhoz képest. Nekik már fontos, hogy a nagyobb összeg a jobb minőséget is tükrözze. A színvonal és a kényelem is prioritást élvez a szálláshely kiválasztásánál. Szeretik, ha a szállodai szoba tágas, van elegendő hely mindennek és természetesen a szobák felszereltsége is kielégítő legyen.

Mindezek mellett célja a Hapimagnak a fiatalosabb vendégkör megteremtése. Ezzel új közönséget céloznak meg. Ahhoz, hogy ez sikerüljön, új marketing stratégiát kellett kidolgozniuk. Ez pedig németül az „Erlebniswelten[1]” nevet kapta. Ennek a kilenc alkategóriája minden korosztály számára kínál kikapcsolódási lehetőséget.

[1] Jelentése magyarul: Élményvilágok

9.2 Az apartman házak szobafoglaltsága

Az alábbi táblázat három év távlatában mutatja be, hogy hogyan alakult a szobafoglaltság az egyes országokban. A 2015-ös adatok júniusig értendők.

Foglaltság %	2015	2014	2013
Svájc	66,16%	75,58%	78,18%
Németország	70,68%	77,45%	78,38%
Ausztria	66,80%	67,91%	76,61%
Olaszország	79,25%	86,55%	85,51%
Franciaország	72,74%	76,07%	79,23%
Görögország	54,70%	67,99%	65,20%
Marokkó	53,65%	61,49%	56,52%
Törökország	25,50%	39,25%	39,53%
Portugália	75,80%	88,00%	75,56%
Spanyolország	74,49%	78,61%	77,99%
Svédország	38,90%	42,95%	34,40%
Finnország	26,42%	33,96%	31,90%
USA	73,81%	64,64%	62,95%
Hollandia	84,26%	88,86%	87,21%
Nagy-Britannia	76,47%	85,79%	88,50%
Magyarország	44,90%	54,33%	60,46%
Csehország	42,20%	50,18%	53,57%

1. táblázat: Az apartman házak foglaltsága országok szerint 2013-2015-ig
Forrás: A szerző saját fordítása

2013-ban a legjobb helyen Nagy-Britannia, Hollandia és Olaszország végzett. Mind a három országban a szobafoglaltsági arány 80% fölött alakult. Ez azt mutatja, hogy ezekben az országokban a szobák kihasználtsága magas, a vendégforgalom igen erős. Hónapokra lebontva sajnos nem láthatjuk az éves adatokat, de feltételezhetjük, hogy az év minden hónapjában 80% körül kell lennie a foglaltságnak, különben nem jönne ki ez az átlag. Nagy-Britannia nagyon kedvelt és szívesen látogatott ország az év minden napján. Minden évszakban megéri oda utazni. Olaszország szintén érthető, hogy az elsők között van, hiszen nyáron a tenger vonzza a vendégeket, télen pedig a síelés. Minden évszakban nyújt annyi programlehetőséget, hogy ilyen magas legyen a foglaltság. Hollandia pedig a kuriózumaival szintén elég vendéget vonz. Ez a három ország 2015-ben is tartja előkelő pozícióját. Bár foglaltságuk 2015-re átlagban 7%-ot csökkent, de még így is ők vannak az első helyen.

Fontos megemlíteni Svédországot és Finnországot is. Feltűnően alacsony mind a két ország foglaltsága. Svédország helyzete 2013-ról 2014-re 8,5%-ot javult, de 2015-re közel 4%-ot csökkent. Ez a négy százalékos csökkenés azzal is magyarázható, hogy a Hok-Yxenhaga városában található ház, 7 hónapra bezár október és április között. De egyébként sem mondható az ország egy kedvelt üdülőhelynek. Finnország kihasználtsága még gyengébb Svédországéhoz képest. 2013-ról 2014-re itt is egy százalékos növekedés figyelhető meg, de 2015-öt már egy erős 7%-os csökkenés jellemzi. Ez a 26,42%-os szobafoglaltsági arány nagyon kevés a többi országhoz képest. A vendégeket sokkal inkább vonzza a meleg éghajlat. A tagok 61%-a német

nemzetiségű (tehát a döntő többség) és mivel Németországban is hűvösebb, esősebb időjárás a jellemző, így általában nem vágynak egy szintén ilyen, vagy hidegebb éghajlatú országba. Nyáron is csak 19-22 Celsius fok van.

Törökország foglaltsága is igen alacsony, 2015-ben 25,50%. Az Égei-tenger partján fekszik a Hapimag rezidencia, egy gyönyörű környezetben, golfpályával és saját medencével. De sajnos mindezek a vonzerők ellenére sincs kellő számú vendég az apartmanokban. A fő ok, hogy messze van Európától, egészen pontosan Németországtól, Ausztriától, Olaszországtól, és a repülőjegy árak is igen magasak. Sokan szeretnek autóval útnak indulni. Inkább vállalnak egy hosszabb utat kocsival Európán belül, minthogy kifizessenek két főnek több mint 300€-t repülőjegyre. Ez főleg az olasz vendégekre jellemző, hogy több család együttesen, egy közös autóban utazik. Így spórolnak az útiköltségen.

Magyarország helyzetét is érdemes egy kicsit elemezni. 2013-ban 60% fölött volt a szobafoglaltság, amellyel a középmezőnyt erősítette. De ez a százalék évről évre egyre kevesebb lett. Ami annyira nem meglepő, hiszen minden ország foglaltságára igaz, hogy csökkenő tendenciát mutat. Sokkal inkább szembetűnő az a 16%-os csökkenés, mely az érdeklődés elvesztése miatt alakult így. Városi apartman ház révén egyébként is kevesebb vendéget vonz, de ehhez még hozzájárul az is, hogy a látogatások inkább tavaszra és nyárra koncentrálódnak. Ősszel és télen nagyon kevés vendég látogat a budapesti Hapimagba. De az is igaz, hogy az egyre melegebb nyarak miatt a vendégek szívesebben mennek tengerparti városokba, így a városi házak kicsit háttérbe szorultak.

A Hapimag pontosan ezek miatt a kihasználatlanságok miatt fontolgatja, hogy eladja azokat a házakat, amelyek nem realizálnak elég vendégforgalmat. Ez az elkövetkezendő évektől fog függeni.

9.3 Legkedveltebb úti célok 2010-2015

A következő táblázat a legszívesebben látogatott országok tízes listáját mutatja 2010-től egészen 2015-ig. Az első legszembetűnőbb dolog, hogy Magyarország nem

Legkedveltebb országok %						
	2015	2014	2013	2012	2011	2010
Svájc	65,1	71,8	77,2	73,8	73,3	78,5
Skandinávia	25,5	39,6	32,3	38,5	41,5	38,8
Németország	72,1	78,0	79,8	76,9	74,2	73,0
Ausztria	66,1	64,0	75,7	66,7	63,6	70,6
Spanyolország/Portugália	74,4	79,4	78,7	73,3	69,7	69,5
Olaszország	78,3	86,4	86,6	86,3	84,0	85,0
Franciaország	73,4	75,9	80,0	80,2	75,6	77,8
Görögország	53,9	70,9	69,5	63,4	63,8	63,1
Marokkó	54,0	59,4	56,8	48,0	51,4	61,0
Törökország	22,5	43,2	46,4	47,3	48,0	44,1

2. táblázat: A tíz legkedveltebb Hapimag desztináció
Forrás: A szerző saját fordítása

szerepel ezen a listán. Ez összefüggésben lehet a foglaltsági arány csökkenésével is. 2010-től egészen 2015-ig Olaszország vezeti a „Legkedveltebb országok” listáját. Ez mondhatni érthető, hiszen Olaszország számos programlehetőséget kínál télen és nyáron is. A homokos tengerpart, a történelmi városok, a vulkánok, valamint az Alpok elég vonzó sokak számára. De nem csak az adottságaitól/vonzereitől lesz egy ország kedvelt, hanem az ott lévő Hapimag házak számától és azok komfortfokozatától is. Ha megnézzük az első három helyen álló országot, akkor bebizonyosodik, hogy valóban számít az, hogy melyik országban, hány Hapimag ház található. Olaszországban szám szerint 6 apartman ház, Franciaországban 7 (ezek közül kettő lakóhajó), és Svájcban pedig 5 van.

Ha a százalékok változását 2010-től 2015-ig megfigyeljük, akkor észrevehető, hogy egy kivétellel mindegyik ország százalékos mutatószáma csökkent. Ez az egy kivétel Spanyolország/Portugália. 2014-hez képest 2015-ben egy enyhe visszaesés figyelhető meg. Ez talán annak az oka, hogy sokan a 2015. október 1-én nyíló lisszaboni házra várnak.

Még egy szembetűnő változás, hogy 2014-ről 2015-re Törökország „kedveltségi” mutatószáma kb. a felére csökkent. Az utolsó helyet foglalja el a tízes skálán. Ez magyarázható a törökök és a kurdok között fönnálló több évtizedes harcokkal amelyek 2015-re ismét elmérgesedtek. Sokan félnek a terrortámadásoktól, ezért nem választják Törökországot. Természetesen van más választási lehetőségük a tagoknak, így inkább mennek más országokba.

10. Kutatási módszerem

10.1 A kérdőív célja

Az általam összeállított német és angol nyelvű kérdőíveket a budapesti Hapimag ház vendégei töltötték ki. Tehát a szeptembertől októberig ott lakó vendégek válaszai alapján végeztem elemzéseket és vontam le a következtetéseket. A megkérdezett száz fő véletlenszerűen lett kiválasztva.
Kérdéseimet úgy állítottam össze, hogy egyértelműen kiderüljön, szeretnek-e a vendégek Hapimag tagnak lenni, milyen véleménnyel vannak a vállalatról, illetve miben rejlik a cég sikere? Hiszen sikerük a tagok elégedettségétől is nagyban függ. Nem könnyű megfelelni a több mint 130 000 tagnak, de igyekeznek olyan szolgáltatásokat nyújtani, melyek mindenki számára kielégítőek.
Célom volt még a kérdések összeállításakor, hogy a rendelkezésemre álló statisztikai adatokat alátámasszam, vagy éppen cáfoljam. Gondolok itt a nemzetiség, illetve kor szerinti megoszlásra, vagy pedig arra, hogy hova utaznak legszívesebben a tagok. Az én eredményeimet hasonlítanám össze a Hapimag által közölt statisztikai adatokkal.

10.2 Válaszadók nemzetiség szerinti megoszlása

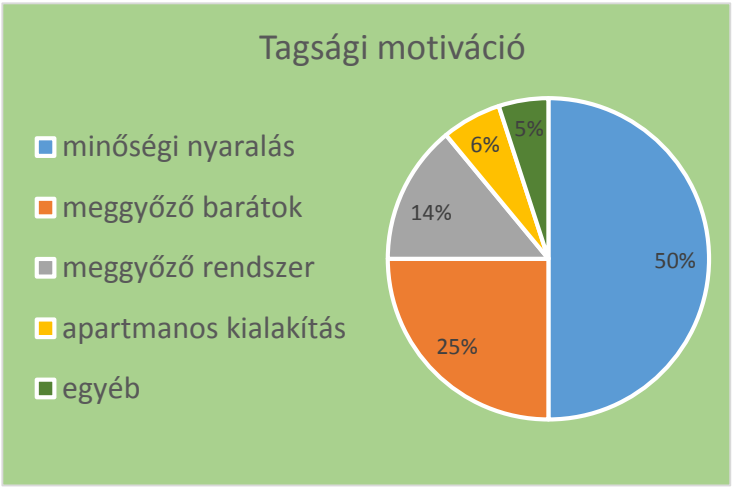
A válaszadók 58%-a német származású volt. 20 százalékuk Olaszországból, 12 %-uk Svájcból és a maradék 10 % pedig egyéb országból érkezett. Ebből az arányból nem csak arra lehet következtetni, hogy honnan érkeznek a legtöbben a budapesti apartman házba, hanem arra is, hogy a Hapimag tagok jelentős többsége Németországból származik. Ez alátámasztja az általam korábban már bemutatott statisztikai adatsort a vendégösszetételről, melyből egyértelműen kiderül, hogy a németek vannak 61%-kal a lista élén. Őket követik az olaszok, hollandok és a svájciak. Hiába 9% a tagoknak holland nemzetiségű, Budapestre kevesen érkeznek. Visszatérő holland vendégről nincsen tudomása a budapesti háznak, inkább jellemző rájuk, hogy egyszer mindenki eljön megnézni Budapestet, de általában nem térnek vissza. Leginkább a németek és osztrákok szeretnek évről évre visszalátogatni hazánkba. Ez adódhat a két ország földrajzi közelségéből is.

10.3 Válaszadók kor szerinti megoszlása

A korosztály szerinti megoszlás is hasonló eredményeket mutat, mint az általam már korábban elemzett életkor szerinti összetétel. A megkérdezettek 60%-a 61 évnél idősebb. Harminc százalékuk 51 és 60 év között van. A maradék 10 % pedig 50 évnél fiatalabb. Ez azt mutatja, hogy a tagok túlnyomó többsége már nyugdíjas korú, és ők az a korosztály, akik stabil anyagi háttérrel rendelkeznek és a szabadidejük is több az átlagnál. A kérdőívemből az is kiderül, hogy 80%-a a tagoknak már több, mint 5 éve Hapimag tag. Tehát ha összevetjük a tagok életkorát és tagságuk hosszát, akkor elmondható, hogy az 50 év felettieknek van rá inkább lehetőségük, hogy taggá váljanak, az általam előbb már említett okok miatt. Húsz százaléka a válaszadóknak kritizálta a Hapimag termékek árát, vagyis drágának találta a tagsági csomagokat. Voltak olyanok is, akik emiatt nem ajánlanák a tagságok másoknak. De nem ez volt a jellemző, hanem az, hogy szívesen rábeszélnék barátaikat a csatlakozásra.

10.4 Tagsági motiváció

Arra a kérdésre, hogy „Miért döntött úgy, hogy Hapimag tag lesz?" A kérdőívet kitöltők 50%-a válaszolta azt, hogy azért, mert különböző országokban, gyönyörű helyeken, minőségi nyaralásban lehet részük. Az alapítóknak 1963-ban az volt a céljuk, hogy a legszebb helyeken vegyenek telkeket/ házakat, melyekből apartmanokat alakítanak ki a majdani tagoknak. Törekvésük nem volt hiába, hiszen nagyon sokan, az adott tényezők miatt csatlakoztak a Hapimag vállalathoz. Sikerük egyik titka, pontosan ezekben a momentumokban rejlik.



2. diagram: A Hapimaghoz való csatlakozás okai
Forrás: Saját szerkesztés

A válaszadók 25 százaléka a barátok rábeszélésének köszönhetően vált taggá. A szájpropagandának a mai napig nagy szerepe van, és nagy hangsúlyt fektetnek a vállalatnál arra, hogy ösztönözzék tagjaikat, barátaik bevonására.
Tizennégy százalék adta azt a választ, hogy a rendszer kialakítása volt kecsegtető számára. Hat százalékuk az apartmanos kialakítás miatt lett tag. A maradék 5% pedig egyéb okok miatt választotta ezt a fajta, üdülési jogot.

Az apartmanos kialakítást többek között azért preferálják jobban a vendégek a szállodákkal szemben, mert itt több helyiség áll rendelkezésükre és nagyobb mozgásterük van. Természetesen nem minden esetben, de általában ez a legnagyobb különbség egy átlagos szállodai szobához képest. A vendégek megkérdezése alapján elmondható, hogy a külön konyha megléte és a teljes felszerelés is az apartmanok előnyét szolgálja.

10.5 A tagok legkedveltebb Hapimag desztinációi

Ezt a kérdéskört már elemeztem a „Legkedveltebb úti célok 2010-2015" fejezet alatt. A 2. ábra nagyon jól szemlélteti, hogy Olaszország az abszolút kedvenc a tagok körében.
Az én kutatásomból is kiderült, hogy a válaszadók 48,7%-a Olaszországba utazik a legszívesebben, őt követte Franciaország, 25%-kal. A harmadik helyen (20 %), az országok között, Törökország áll, ami meglepő, mert a 2. ábra alapján a tagoknak csupán a 22,5%-a voksolt Törökországra. Ezen ábra alapján, Törökországot olyan országok előzték meg, mint Németország, Spanyolország vagy Skandinávia. A megkérdezett 100 vendég természetesen nem tükrözi az összes tag véleményét, hiszen Budapestre leginkább Németországból, Olaszországból és Svájcból érkeztek vendégek. Így számunkra, az ezekből az országokból ide utazóknak a preferenciája derült ki. De ha megnézzük a tagok megoszlását nemzetiség szerint, akkor kiderül, hogy a tagok 61%-a német származású. Tehát a legnagyobb valószínűsége annak van, hogy német turistával találkozunk.

Földrajzi elhelyezkedés alapján, a megkérdezett vendégek több, mint 50 %-a, a déli, mediterrán országokba utazik a legszívesebben. Az ottani éghajlat, a tengerpart és az egzotikumok vonzzák leginkább a turistákat. További harminc százaléka a válaszadóknak választja szívesebben a városi apartman házakat, a vidéken lévőkkel

szemben. Ennek az lehet az oka, hogy a városokban több programlehetőség áll a vendéget rendelkezésére. Egyénileg is ki tudják választani a számukra megfelelő időtöltési formát és így nincsenek annyira a Hapimagra szorulva. Hiszen önállóan is ki tudnak választani egy éttermet, ahol ebédelni szeretnének, be tudnak fizetni egy hajóutat, vagy el tudnak menni egy fürdőbe. Nem feltétlenül kell ehhez igénybe venni a Hapimag dolgozók segítségét. Nincsenek rákényszerülve az apartman ház étermére vagy wellness részlegére. Mert egy vidéki kisvárosban nincs annyi választási lehetőség. Akár az étkezést nézzük, akár a bevásárlást vagy a kikapcsolódási lehetőségeket. A vidéki desztinációkat azok választják inkább, akik a sportolási lehetőségeket keresik. Például a svájci Alpokban szeretnének síelni vagy a Fekete erdőben barangolni. A tagok többsége 61 éven felüli, akiknek az egészségi állapota már nem biztos, hogy megengedi, hogy aktívan sportoljanak. Ők választják inkább a városi apartman házakat, ahol kedvükre, a saját tempójukban bejárhatják a nevezetességeket.

A városok terén is kialakult egy top 10-es lista, melyet az alábbi táblázat mutat.

Sorszám	Városok
1.	Bécs
2.	Párizs
3.	London
4.	Porto Heli
5.	Puerto de la Cruz
6.	Drezda
7.	Westerland
8.	Damnoni
9.	Pentolina
10.	Budapest

3. táblázat: A tagok által leglátogatottabb városok top 10-es listája
Forrás: Saját szerkesztés

Az első három helyen nagyvárosok, illetve fővárosok szerepelnek. Ezek azok a helyek, ahova általában mindenki el szeretne jutni, akár többször is. De elmondható erről a három városról, hogy nem csak a Hapimag vendégek utaznak ide szívesen, hanem mindenki a világból. A Bécsben található szállodák szobafoglaltsága kb. 70%, Párizs és Londoné pedig 80% körül alakult az elmúlt években.

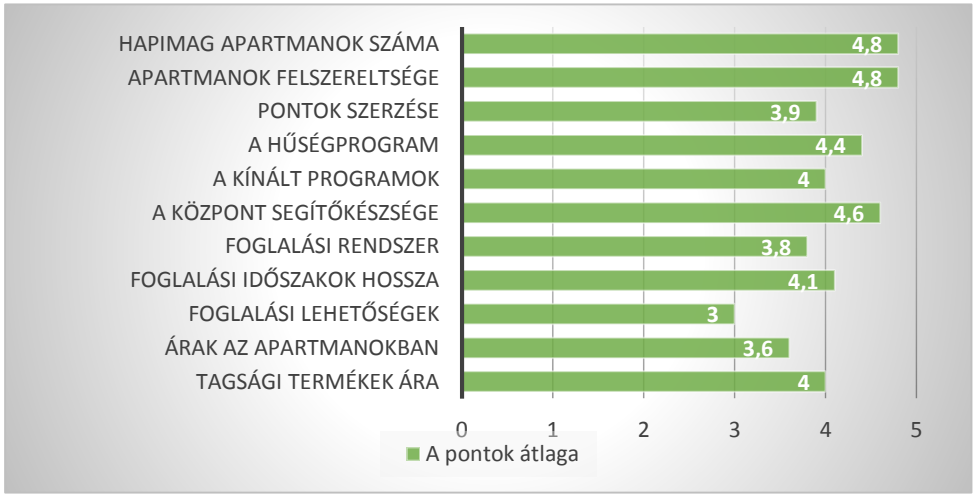
A német városok közül kettő is felkerült a 10-es listára, mégpedig Drezda és Westerland. Ez valószínű azért alakult így, mert a németek nagyon szeretnek az országukon belül is utazni. Westerland Sylt szigetén fekszik, ahol 3 Hapimag ház is található. A sziget kuriózumnak számít, és csakis a nagyon gazdagok engedhetik meg maguknak, hogy ide utazzanak.

Ami nagyon örvendetes, hogy Budapest felkerült a listára. A tagok elmondása szerint, szeretnek hazánkba jönni. Nagyon szépnek és vonzónak találják a várost. Sokan, akik először voltak Budapesten, azt ígérték, hogy még biztosan visszalátogatnak, mert nagyon tetszett nekik az, amit láttak. Sok német vendég viszont a fürdők miatt látogat

el hozzánk, nem csak gyógyvizeinknek köszönhetően, hanem az olcsó belépők miatt is. Németországban egy napi fürdőbelépő minimum duplája a budapestinek. Így aki ezt tudja, az minimum egy fürdőbe ellátogat itt tartózkodása ideje alatt.
Megint csak hangsúlyoznom kell, hogy ez a lista a Budapestre érkező vendégek véleményét tükrözi.

10.6 Tagok elégedettsége a Hapimag egyes szolgáltatásaival kapcsolatban

Kérdőívem egyik kérdésével arra kerestem a választ, hogy a tagok mennyire elégedettek bizonyos Hapimag szolgáltatásokkal. Az értékelni kívánt szempontokat a szerint válogattam össze, hogy mik azok a kritikus pontok a vállalat működésében, melyek befolyásolhatják annak sikerét. Összesen 11 szempontot kellett a vendégeknek 1-től 5-ig értékelniük. Aki az 1-est írta, az nagyon nem volt megelégedve az adott szolgáltatással, az 5-ös pedig azt jelentette, hogy nem találnak semmi kivetnivalót az adott szolgáltatással kapcsolatban, tehát teljesen elégedettek. A következő diagram



3. diagram: Vendégelégedettségek az üdülési joggal kapcsolatban
Forrás: Saját szerkesztés

mutatja, hogy hogyan alakult ez a pontozás. Egyértelműen látszik, hogy a vendégek által adott pontok átlaga 4,8 lett, tehát ezzel a szolgáltatással majdnem maximálisan meg vannak elégedve. Elegendőnek találják a rendelkezésre álló apartmanokat. Ugyan így 4,8 pontátlagos lett az apartmanok felszereltsége, tehát nem hiányolnak nagyon semmit a felszerelések közül.

A legkevesebb pontokat a foglalásokkal kapcsolatban adták a tagok. A foglalási lehetőségeket kevésnek illetve bonyolultnak találták. Az idősebb, nyugdíjas korú tagok között vannak olyanok, akik nem boldogulnak a számítógépekkel. Nem tudják azokat használni. Sőt, vannak olyanok is, akiknek nincs sem számítógépük sem pedig internetük odahaza. Így vagy telefonon, vagy pedig személyesen kénytelenek foglalni Svájcon keresztül. Ez a két lehetőség viszont igen időigényes. Csak egy adott intervallumban lehet foglalásokat indítani, tehát mindenki egy időben, egyszerre intézi ezeket. Ilyenkor minden perc számít, hogy nehogy lefoglalják a nekünk megfelelő helyet, a megfelelő időpontban. Ha valakinek nincs internete, akkor értékes percek veszhetnek kárba, míg telefonon, a központon keresztül intézi foglalását. Így, ha nem áll rendelkezésünkre a világháló, akkor sajnos sok macerával jár ez a művelet.

Sokan sérelmezték még a magas árakat az apartmanokban. Összességében 3,6 pontra értékelték. A kérdőívem „Egyéb megjegyzések” részében voltak olyanok, akik arról panaszkodtak, hogy az elmúlt években nagyon megdrágult a Hapimag, és ezért nem tudják barátaiknak, családtagjaiknak odaajándékozni, mert nem áll módjukban a költségeket megfizetni. Részvényeiket, ha vissza szeretnék adni, akkor csak nagy anyagi veszteségek árán tudják megtenni. Így egy patthelyzet alakult ki egyes tagoknál, hiszen sem üdülni nem tudnak elmenni a Hapimagon belül, sem pedig visszaváltani nem tudják részvényeiket. De fizetik az éves fix díjakat a semmiért.
Az elégedetlen tagok szerencsére még mindig kevesebb számban vannak. De nem elhanyagolandó a problémájuk.

11. Konklúziók, javaslatok

Primer kutatásom eredményesnek mondható, mivel alátámasztja a Hapimag vállalat által is készített statisztikákat. Nagyon hasonló eredményeim születtek a szekunder kutatáshoz képest. A budapesti Hapimag házban eltöltött fél év során szerzett tapasztalataimat beigazolta a kérdőívem.

A végleges eredmény az lett, hogy a Hapimag igenis egy sikeres vállalkozás, kisebb mélypontokkal, de ez természetes, hiszen minden cég életében vannak ilyen periódusok. A kérdés csak az, hogy ezeket a periódusokat hogyan éli meg, illetve vészeli át. Egy ilyen jelenlegi probléma a vállalat életében, az egyre kevesebb ütemben növekvő új tagok száma. A cég jelenleg azzal küzd, hogy több tagot nyerjen, mint veszítsen. Ezzel kapcsolatban találtak ki új programokat idén is, melyek sikere még várat magára. A Hapimag arculatát is igyekeznek fiatalítani, ezzel is újabb generációkat kívánnak megszólítani.

Az eredményeket összegezve kiderül, hogy a tagok jelentős többsége továbbra is hűséges kíván maradni a Hapimaghoz, és nem gondolkodnak az üdülési jog megszűntetésén. Ők nem csalódtak a szolgáltatásokban, elégedettek nagyrészt mindennel. Ez a vállalat szempontjából igen fontos, hiszen a vendégelégedettség a legfontosabb cél egy cég életében.

A Hapimag egyik sikerének titka a legkülönlegesebb, legszebb helyeken épített, színvonalas apartmanokban rejlik. A saját fülemmel többször hallottam már, amikor a vendégek azt a megállapítást tették, hogy a Hapimag mindig a legszebb helyeken vesz, illetve épít házakat. És ezzel, még mindig meglepetéseket tudnak okozni egyes vendégeknek.

Sikerének másik titka pedig a pontrendszer, még akkor is, ha vannak vele problémák. Nem kérdés, hogy bonyolult és sokszor logikátlan, de ez az egyedülálló ötlet több mint 50 éves múltjával a mai napig is sikereket ér el.

Az én javaslatom az új tagok bevonzásával kapcsolatban az lenne, hogy több országot kellene megcélozni egy jól kitalált marketinggel. Lehetne az adott ország tévécsatornáin reklámozni, vagy pedig újságokban, plakátokon is megjelenhetne a Hapimag. Lehet, érdemes lenne az árakat differenciáltabbá tenni, hogy a kevésbé tehetőseknek is legyen lehetőségük csatlakozni.

A magyarokra jellemző volt, hogy szerették az üdülési jogokat és sok családnak minimum egy tagsága valahol biztosan volt. De nagyon sok, ezzel foglalkozó vállalat

egyszerűen csődöt mondott. A magyaroknak csalódniuk kellett a hazai timesharingben. Nem bizonyultak elég stabilnak, vagy a másik gondot a fejletlenség okozta. Érdemes lenne véleményem szerint a Hapimagot a magyarokkal is megismertetni, még akkor is, ha nem feltételeznénk, hogy lenne köztük fizetőképes kereslet.

Egy másik meghódítható piac lehetne Oroszország. Az oroszok jellemzően elegendő diszkrecionális jövedelemmel rendelkeznek, költési hajlandóságuk megfelelő lenne a jelenlegi Hapimag igényeknek. Ugyanis a vállalat tapasztalata az, hogy egyre több vendég, főleg a németek, elvárják a színvonalas szolgáltatást, de ezért cserébe nem hajlandóak arányos összeget fizetni. Ezért gondolnám, hogy az orosz piac talán egy jó megoldás lehetne, de jelenleg itt is vannak problémák, hiszen az orosz államfő hozott egy olyan döntést, miszerint, akinek köztartozása van, az nem lépheti át az országhatárt. Így az oroszok utazási lehetőségei lekorlátozódtak.

Kutatásom, számomra egyik meglepő pontja az volt, amikor a tagok sorra kritizálták a Hapimag foglalási rendszerét. A vállalat részéről, ezen a téren, nem sok változás történt az évek során. Még nem jött el az az idő, mikor mindenki akkor foglalhat, amikor szeretne. Ezt a tagok többsége sérelmezi, hiszen manapság egy szállodába bármikor foglalhatunk szobát, a nap 24 órájában. A Hapimagnak tanácsos lenne a foglalásokat rugalmasabban kezelnie, és könnyíteni a vendégek helyzetén.

12. Összefoglalás

Kutatásom tanulsága az, hogy igenis érdemes odafigyelni a vendégek negatív visszajelzésére is, hiszen azok építő jellegűek is lehetnek, valamint tükrözik a változó igényeket, melyek figyelemmel kísérése elengedhetetlen egy sikeres cég esetében.

Kutatásom hozzájárult ahhoz, hogy előtérbe kerüljenek egyes problémák, melyek idáig esetleg rejtve maradtak a Hapimag vezetése előtt. Rávilágított olyan, még létező problémákra, melyekről azt hitték már meg vannak oldva. Ok-okozati összefüggések lettek világosak számunkra és segítséget kaptunk abban, hogy megértsük a vendégeket. Nyíltan és őszintén válaszoltak kérdéseimre. Felismerték, hogy valóban segíthetnek a Hapimagnak őszinte válaszaikkal. Voltak olyanok is természetesen, akik nem vették komolyan, és csak beikszeltek valamit a lapon, de az ő számuk szerencsére elenyésző.

Összességében elmondható, hogy kutatásom a várt eredményeket hozta, mellyel hozzájárulhat a cég további fejlődéséhez és sikeréhez.

Mellékletek

Üres kérdőív mintapéldány

Fragebogen

Mein Name ist Kinga Szilágyi und arbeite an der Rezeption. Daneben besuche ich die Budapester Wirtschafshochschule, Fakultät für Turismus und Gastgewerbe. Ich bin gerade im letzten Semester so schreibe ich mein Diplomarbeit mit dem Titel „Was macht Hapimag erfolgreich?", so möchte ich mit dem Ausfüllen des Fragebogens um Ihre Hilfe bitten.

1. Aus welchem Land sind Sie angekommen? _____

2a. Alter:
- ☐ -20 Jahre
- ☐ 21-30 Jahre
- ☐ 31-40 Jahre
- ☐ 41-50 Jahre
- ☐ 51-60 Jahre
- ☐ 61- Jahre

2b. Was sind/waren Sie von Beruf? _____

3. Seit wann sind Sie Hapimag Mitglied?

- ☐ Weniger als 1 Jahr
- ☐ 1-2 Jahre
- ☐ 3-5 Jahre
- ☐ Mehr als 5 Jahre

4. Zum wievielten Mal sind Sie im Budapester Hapimag Resort?

- ☐ Zum 1. Mal
- ☐ Zum 2. Mal
- ☐ Zum 3. Mal
- ☐ Mehr als dreimal war ich schon da

5. Was war Ihre Motivation, als Sie der Budapester Resort ausgewählt haben? (mehr Antworte sind möglich)

- ☐ Stadtbesichtigung
- ☐ Thermalbäder
- ☐ Gastronomie und Weinkultur
- ☐ Kulturelle- und Sportveranstaltungen
- ☐ medizinische Behandlungen
- ☐ sonstige Motivationen:_____

6. Was sind die Vorteile des Appartements im Vergleich zu anderen Hotels nach Ihrer Meinung? (mehr Antworte sind möglich)

☐ Getrennte Küche

☐ Mehr Platz in der Wohnung

☐ Komplette Ausrüstung

☐ sonstigeVorteile:_____

7. Würden Sie der Budapester Resort für Ihre Freunde empfehlen?

☐ Ja, definitiv.

☐ Ja, vielleicht.

☐ Nein, weil: _____

8. Wo/ von wem haben Sie von Hapimag gehört?

☐ Von unseren Freunden

☐ Von unserem Familienkreis

☐ Aus den Medien

☐ Sonstiges:_____

9. Warum haben Sie so entschieden, dass Sie Hapimag Mitglied werden?

_____

_____

_____

_____

10. Würden Sie die Hapimag-Mitgliedschaft für Anderen empfehlen?

☐ Ja, definitiv.

☐ Ja, vielleicht.

☐ Nein, weil: _____

11. Welches Land bzw. welche Stadt bevorzugen Sie am meisten als Reiseziel? (Erwähnung mehrere Länder/Städte sind auch möglich)

_____

_____

_____

12. Bewerten Sie bitte, wie weit sind Sie mit den unten Erwähnten zufrieden, im Zusammenhang mit Hapimag allgemein? (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden)

	1	2	3	4	5
dem Preis der Produkte					
dem Preis in den Resorts					
den Dienstleistungen					
den Buchungsmöglichkeiten					
der Länge der Buchungsperioden					
dem Buchungssystem					
der Hilfsbereitschaft der Zentrale					
der Mittteilung der Informationen					
den empfohlenen Programmen					
dem Reward Programm					
dem Erhalten von Punkten					
der Ausrüstung der Apartements					
der Zahl, der zur Verfügung stehenden Apartements					

13. Was für Vorschläge hätten Sie um die Dienstleistungen von Hapimag allgemein verbessern zu können? Oder was könnte Hapimag besser machen?

_____

_____

_____

_____

_____

_____

Vielen Herzlichen Dank für Ihre Antworten, die zu meiner Diplomarbeit beigetragen haben. Ich möchte Sie noch darum bitten, das Formular nach dem Ausfüllen bei einem meiner Kollegen an der Rezeption abzugeben, so werde ich Ihre wertvolle Antworte 100-prozentig bekommen.

Kitöltött kérdőív

Fragebogen

Mein Name ist Kinga Szilágyi und arbeite an der Rezeption. Daneben besuche ich die Budapester Wirtschafshochschule, Fakultät für Turismus und Gastgewerbe. Ich bin gerade im letzten Semester so schreibe ich mein Diplomarbeit mit dem Titel „Was macht Hapimag erfolgreich?", so möchte ich mit dem Ausfüllen des Fragebogens um Ihre Hilfe bitten.

1. Aus welchem Land sind Sie angekommen? Deutschland bzw. aus der Destination St. Michael in Österreich

2a. Alter:
- ☐ -20 Jahre
- ☐ 21-30 Jahre
- ☐ 31-40 Jahre
- ☐ 41-50 Jahre
- ☒ 51-60 Jahre
- ☐ 61- Jahre

2b. Was sind/waren Sie von Beruf? Ärztin

3. Seit wann sind Sie Hapimag Mitglied?
- ☐ Weniger als 1 jahr
- ☐ 1-2 Jahre
- ☐ 3-5 Jahre
- ☒ Mehr als 5 Jahre

4. Zum wievielten Mal sind Sie im Budapester Hapimag Resort?
- ☒ Zum 1. Mal
- ☐ Zum 2. Mal
- ☐ Zum 3. Mal
- ☐ Mehr als dreimal war ich schon da

5. Was war Ihre Motivation, als Sie der Budapester Resort ausgewählt haben? (mehr Antworte sind möglich)
- ☒ Stadtbesichtigung
- ☐ Thermalbäder
- ☐ Gastronomie und Weinkultur
- ☐ Kulturelle- und Sportveranstaltungen
- ☐ medizinische Behandlungen
- ☒ sonstige Motivationen: Besuch bei der Tochter

6. Was sind die Vorteile des Appartements im Vergleich zu anderen Hotels nach Ihrer Meinung? (mehr Antworte sind möglich)
- ☒ Getrennte Küche
- ☒ Mehr Platz in der Wohnung

☒ Komplette Ausrüstung

☐ sonstigeVorteile: sehr gute Lage, besondere Angebote

7. Würden Sie der Budapester Resort für Ihre Freunde empfehlen?

☒ Ja, definitiv.

☐ Ja, vielleicht.

☐ Nein, weil: _____

8. Wo/ von wem haben Sie von Hapimag gehört?

☒ Von unseren Freunden

☐ Von unserem Familienkreis

☐ Aus den Medien

☐ Sonstiges: _____

9. Warum haben Sie so entschieden, dass Sie Hapimag Mitglied werden?

Die Begeisterung unserer Freunde hat uns überzeugt

10. Würden Sie die Hapimag-Mitgliedschaft für Anderen empfehlen?

☐ Ja, definitiv.

☒ Ja, vielleicht.

☐ Nein, weil: Vom Komfort sind wir überzeugt, aber es ist doch sehr teuer, so dass es sich nicht alle leisten können.

11. Welches Land bzw. welche Stadt bevorzugen Sie am meisten als Reiseziel? (Erwähnung mehrere Länder/Städte sind auch möglich)

keine Präferenz

wir lieben die Abwechslung und erwarten immer den gleichen Standard und gute Angebote

12. Bewerten Sie bitte, wie weit sind Sie mit den unten Erwähnten zufrieden, im Zusammenhang mit Hapimag allgemein? (1=unzufrieden, 5=sehr zufrieden)

	1	2	3	4	5
dem Preis der Produkte				X	
dem Preis in den Resorts					X
den Dienstleistungen				X	
den Buchungsmöglichkeiten			X		
der Länge der Buchungsperioden			X		
dem Buchungssystem	X				
der Hilfsbereitschaft der Zentrale		X			
der Mittteilung der Informationen			X		
den empfohlenen Programmen				X	
dem Reward Programm					
dem Erhalten von Punkten			X		
der Ausrüstung der Apartements					X
der Zahl, der zur Verfügung stehenden Apartements			X		

13. Was für Vorschläge hätten Sie um die Dienstleistungen von Hapimag allgemein verbessern zu können? Oder was könnte Hapimag besser machen?

generell: • Fitness- und Wellness-Angebote ausbauen
• Buchungssystem vereinfachen
speziell: Budapest
z.B. Besuch auf der Nagaretenüisel + Schwimmbad-Besuch

Vielen Herzlichen Dank für Ihre Antworten, die zu meiner Diplomarbeit beigetragen haben. Ich möchte Sie noch darum bitten, das Formular nach dem Ausfüllen bei einem meiner Kollegen an der Rezeption abzugeben, so werde ich Ihre wertvolle Antworte 100-prozentig bekommen.

Budapesti Hapimag ház rövid története

I. Középkör

A mai ház helyén a középkorban három épület állt. A három épület közül csak egyet lehet mai is felismerni. Az eredeti házelrendezés, ami Budára jellemző, az ma is jól megfigyelhető ennél a háznál.

A fő homlokzat bal oldalán egy hatalmas, kővel kirakott kapubejárat található. Szintén balra ettől a kapubejárótól voltak a lakóház szobái. Az első ajtó mindig az úgynevezett „tiszta szobába" nyílt. Ami ma már a Fian üzlethelyiség. A másik két ház bejárata a Kard utcáról nyílt.

Egy tipikus jellemvonása volt Budának az ülőfülke, mely fülkéket általában a kapualjak falába vésték. A mai napig sem tudják biztosan a tudósok, hogy ezekben a fülkékben ülve vártak a szolgák vagy az eladásra szánt árut tartották benne, vagy pedig az őrök pihenőhelyéül szolgált e. Az ásatások során további ülőfülke maradványokra bukkantak, amiket a bombázások romboltak le.

Az udvar a ház gazdasági helyéül szolgált. Balra a kapubejárótól, ma is jól látható, pincelejárat található. Ami mára a pinceablak szerepét tölti be. A pincékben a tulajdonosok tárolták boraikat, amikre nagyon büszkék voltak. Buda egyik különlegessége, a mai napig is, az utcák és házak alatt húzódó barlangrendszer. Ha valaki a középkorban egy ilyen barlanglabirintus részt kiásott a pince bővítésekor, akkor azt általában a saját házához csatolta. Mert ez egy menekülési útvonalként is szolgálhatott.

A további ásatások során világossá vált, hogy kik lakhattak ebben a házban. Az 1400-as években nagy valószínűséggel egy gyógyszerész vagy egy üvegáru kereskedő lakhatott itt, mert sok üveget és üvegfiolákat találtak az archeológusok. A ház egyemeletes volt és valószínűleg az emeleten 3-4 szoba lehetett. Ez egy nagy létszámú családra enged következtetni.

Mint már említettem, további két - a Kard utcára nyíló - épület állt a telken. Ez a két épület bérbe adott üzletek voltak. Hiszen a középkorban a polgári város ezen részében a szombati piacozás fénykorát élte. A két üzlet 1510 körül épülhetett. Ez a felfedezés azért volt fontos, mert idáig egyetlen egy fennmaradt vagy rekonstruált gótikus boltablakot sem találtak a kutatók. Az ablak funkciója az ablak formájáról felismerhető. Annak idején a vásárlók az utcán állva, az ablakon keresztül vehették át/meg az árut. Az ajtókat csak tulajdonosok vagy a bérlők használhatták. Egy gótikus

stílusban épült ajtó, a két épület között, a bizonyíték arra, hogy a két háznak egy család volt a tulajdonosa. Ezért elképzelhető, hogy itt volt a család gyógyszertára.

II. A török idők

A 150 évig tartó török megszállás mély nyomokat hagyott a magyar történelemben. 1541-ben foglalták el Budát, ami egyben a város fejlődésének a végét is jelentette. A házak csak részben voltak lakottak, és csak ritkán változtattak rajtuk. A mai Hapimag házon is jól láthatók a török idők nyomai. Ezek a keskeny, magasan fekvő ablakok, hogy a nemkívánatos tekintetektől mentes legyen a ház. Hiszen az asszonyok otthon levehették fejüktől a kendőt, de így senki nem láthatta őket, a férjüket kivéve. Egy ilyen ablak a mai Lobby-ban található.

III. Barokk idők

Buda visszafoglalása egy törmelékhalmazzá változtatta a várost. Ez a király palota és a gótikus épületek végét is jelentette. De előfordult, hogy részei a romos épületeknek sértetlenek maradtak. A Hapimag házat is ilyen romokból építették újjá. A 19. század elején az akkori tulajdonos egy építész volt, aki bérházat épített a maradványokból. De ebből a házból mára nem sok maradt.

A második világháború előtt a várost barokkvárosnak nevezték. Ásatások bizonyítják, hogy barokk stíluselemeket tartalmazhatott a ház.

A falmélyedések pedig arra utalnak, hogy a mai recepció helyén a konyha állhatott, mivel a mélyedés a falban egy tűzhely maradványai lehetnek.

IV. Végjáték

A második világháború sok történelmi emléket pusztított el. Ezért a ház romjai a szakemberek számára nagy jelentőséggel bírtak, ezét úgy döntöttek, hogy ezeket a romokat, maradványokat meghagyják eredeti állapotukban. Így a későbbi építkezések során a ház megmaradt elemeit is bele kellett építeni az újba. Ez nagy feladat elé állította a befektetőket. Ez volt az utolsó előtti parcella, amit 40 évvel a háború után még beépítetlen volt. Egyértelmű, hogy a ház nagy alkotói lehetőségeket és megoldásokat rejtett magában. Az „új” és a „régi” keveredett egymással, így sikerült a történelem egy darabját megőrizni.

Felhasznált irodalom

Szakmai anyagok

Dr. Drábik L. – Fábián A., 2004: Utazásszervezés és Timesharing tevékenység az Európai Unióban és Magyarországon. Budapest, Magyar Kereskedelmi és Iparkamara kiadványa

Fehér T. és dr. Tóth Z. (2004) Szállodai gazdálkodás és vezetés, BGF Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Főiskolai Kar kiadványa, Budapest.

Die Geschichte von Hapimag, Hapimag Verwaltung- und Vertirebsgesellschaft Havag AG, Baar, 2006. augusztus

Újságcikk

Hausboote Frankreich, Hapimag AG, *Unsere Adressen*, 2009 július, 56-61.o.

Buchungsinformation November 2014-Oktober 2015, Hapimag AG, 2014 március, 142-146.o.

Személyes kommunikáció

Magyar Nikolett, (2015), személyes beszélgetés, október 8.

Jogszabályok, rendeletek

Az Európai Parlament és a Tanács 2008/122/EK irányelve (2009. január 14.) a szálláshelyek időben megosztott használati jogára, a hosszútávra szóló üdülési termékekre, ezek viszontértékesítésére és cseréjére vonatkozó szerződések egyes szempontjai tekintetében a fogyasztók védelméről EGT-vonatkozású szöveg

141/2011. (VII. 21.) Korm. rendelet
a szállás időben megosztott használati jogára, a hosszú távra szóló üdülési termékekre vonatkozó szerződésekről, valamint a tartós szálláshasználati szolgáltatási tevékenységről

Internetes források

Európai Fogyasztói Központ Magyarország, (2014), online, http://magyarefk.hu/hu/hasznos-tudnivalok/udulesi-jog-timeshare/altalanos-tudnivalok.html (olvasva: 2015.06.20)

Európai Fogyasztói Központ Magyarország, (2014), online, http://magyarefk.hu/pdf/kiadvanyok/timeshare.pdf (olvasva: 2015.06.20)

http://timeshare.lap.hu/

Európa Önökért (2015),online, http://europa.eu/youreurope/citizens/travel/holidays/timeshare/index_hu.htm (olvasva: 2015.06.20)

(Stefan Lüscher 2013, *Hapimag, eine Firma vergreist*, online, Bilanz Wirtschaftsmagazin, Schweiz http://www.bilanz.ch/unternehmen/hapimag-eine-firma-vergreist. (olvasva: 2015.06.23)