



**Budapesti Gazdasági Főiskola**  
**Kereskedelmi, Vendéglátóipari és**  
**Idegenforgalmi Kar**

**Versenytársa lehet-e a Hungexpo Zrt.-  
nek a SYMA Rendezvényközpont az  
Utazás Kiállítás megszervezésében?**  
**- Kiállítási helyszínek összehasonlítása -**

**Konzulens:**

Tomecskó Erika

óraadó

**Készítette:**

Boros Barbara

Turizmus-vendéglátás

Szak

Nappali tagozat

2015

# IGAZOLÁS

## Szakdolgozati konzultációkról

A szakdolgozat címe: Versenyképesség lehet-e a Hungaropark számára a SYMA rendezvénykézpont az Utócséri kórház megkezdésében?  
- Készítendő: pályaművek összehasonlítása -  
(A leadott szakdolgozat címének pontosan meg kell egyeznie az itt megadottal.)

Dátum	Téma	Aláírás
2015 okt. 7	bevezetés, főbb tartalmak, fejlesztés	Paula
okt. 27	elmélet - gyakorlati blokkok analízise, struktúrák	Paula
nov. 15	ábrák, utócséri, formák, formák, formák	Paula
nov. 30	összegezés, bevezetés véglegesítése	Paula
dec. 7	bevezetés előtti előkészítés	Paula

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

## Nyilatkozat

Igazolom, hogy BOROS DÁBÁRA hallgató  
(B.A. képzés Turizmus-vezetői szak, levegőtisztaság védelme specializáció;  
II. évfolyam; nappali tagozat)

a konzultációkon 5 alkalommal megjelent. Valamint igazolom, hogy a szakdolgozat általam látott 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.

Budapest, 2015. dec. 11

Tóth Erőse  
Belső konzulens aláírása  
TÓTH ERŐSE ERŐSE

### Hallgatói nyilatkozat a szakdolgozat leadásához

Alulírott **Boros Barbara** a **Budapesti Gazdasági Főiskola Kereskedelmi, Vendéglátóipari és Idegenforgalmi Kar Turizmus-vendéglátás szakos idegeforgalom-szálloda** szakirányos nappali tagozatos hallgatója nyilatkozom, hogy a *Versenytársa lehet-e a Hungexpo Zrt.-nek a SYMA Rendezvényközpont az Utazás Kiállítás megszervezésében? - Kiállítási helyszínek összehasonlítása* – 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 hivatkozásait megfelelően helyeztem el).

Budapest, 2015. december 11.



hallgató aláírása

## Tartalomjegyzék

<b>Bevezetés</b> .....	3
1 A szakdolgozat témaválasztásának okai .....	3
<b>Szakirodalmi áttekintés</b> .....	4
2 Kiállítások és vásárok története .....	4
2.1 Kiállítások és vásárok a múltban .....	4
2.2 Kiállítások és vásárok hazánkban .....	5
2.3 Kiállítások és vásárok napjainkban .....	7
3 Kiállítások alapfogalmai .....	7
3.1 Kiállítás vagy vásár ? .....	7
3.2 Kiállítások rendszerezése .....	9
3.3 Kiállítások funkciója .....	11
4 Kiállításokon való részvétel .....	12
4.1 Kiállítások szereplői .....	12
4.2 Kiállítási célok .....	13
4.3 Hogyan válasszuk ki a számunkra megfelelő kiállítást? .....	16
4.4 Kiállítások költségei .....	18
5 Hivatásturizmus .....	20
5.1 A hivatásturizmus fogalma .....	20
5.2 Hivatásturizmus tendenciái Magyarországon .....	21
5.3 Legfőbb nemzetközi kiállítások .....	24
6 A Hungexpo Zrt. bemutatása .....	25
6.1 Hungexpo Zrt. – Cégismertető .....	25
6.2 Hungexpo Zrt. paraméterei, a helyszín bemutatása .....	27
6.3 Hungexpo Zrt. tevékenységei .....	28
6.3.1 A Hungexpo Zrt. főbb tevékenységei .....	28

6.3.2	A Hungexpo Zrt. saját szervezésű kiállításai .....	28
7	Utazás Kiállítás .....	32
7.1	Utazás Kiállítás bemutatása.....	32
7.2	Utazás Kiállítás 2015.....	32
7.2.1	Utazás Kiállítás szervezési menete, a kiállítói jelentkezés folyamata.....	34
8	A Syma Rendezvényközpont bemutatása.....	37
8.1	Syma Rendezvényközpont – Cégismertető.....	37
8.2	Syma Rendezvényközpont paraméterei, a helyszín bemutatása	37
8.3	A Syma Rendezvényközpont tevékenységei.....	38
8.3.1	A Syma Rendezvényközpont főbb tevékenységei.....	38
8.3.2	A Syma Rendezvényközpont kiállításai, rendezvényei .....	39
	<b>Alkalmazott kutatási módszerek .....</b>	<b>42</b>
	<b>Eredmények.....</b>	<b>43</b>
9	A Hungexpo Zrt. és a Syma Rendezvényközpont összehasonlítása	43
10	Mélyinterjú a Green Travel értékesítési vezetőjével.....	48
	<b>Konklúziók, Javaslatok .....</b>	<b>53</b>
	<b>Összefoglalás .....</b>	<b>55</b>
	<b>Ábrajegyzék.....</b>	<b>56</b>
	<b>Irodalomjegyzék.....</b>	<b>57</b>
	<b>Mellékletek.....</b>	<b>59</b>

# Bevezetés

## 1 A szakdolgozat témaválasztásának okai

Szakdolgozatom témáját elsősorban a Hungexpo Zrt.-nél töltött hat hónapos szakmai gyakorlatom miatt választottam. Miután volt lehetőségem közelebbről, személyesen megtapasztalni kiállításainak szervezését, lebonyolítását, betekintést nyerni ezek összetett, sokszínű világába, megfogalmazódott bennem a kérdés, évről évre miként valósulhat meg sikeresen (avagy, sikertelenül) egy-egy kiállítás, mi motiválja a visszatérő vagy új kiállítókat, mi ösztönzi a látogatókat. Ugyanakkor elkezdtem gondolkodni, Budapesten, vagy az egész országban van e másik olyan cég, mely vásárok, kiállítások szervezésére specializálódott. Elsőként a Syma Rendezvényközpont jutott eszembe; kiállításainak jellege, közönsége, s a vállalat felépítése miatt. Számos pontjukban hasonlítanak egymásra, sok mindenben különbözik a két cég.

Közös, hasonló témájú kiállításai miatt felmerül a kérdés, versenytársaknak számítanak-e? Erre próbálok dolgozatomban választ találni, mégpedig egy olyan kiállítás keretein belül, mely 2015-ben a 38-adik alkalommal került megrendezésre a Hungexpo Zrt. szervezésében, s amely örök, állandó érdeklődéssel bír mind a lakosság, mind a kiállítók köreiben. Ez az Utazás Kiállítás. Turisztikai jelentőséggel bír, rendkívül széles közönséget céloz, így nem véletlen a kiállítás sikeressége. Vajon a Syma Rendezvényközpont alkalmas lenne-e átvenni a vezető szerepet egy ilyen kiállítás megrendezésében? Rendelkezik-e megfelelő felkészültséggel, felszereltséggel, helyszíni adottsággal? Tehát, versenytársa lehet-e a Hungexpo Budapesti Vásárközpontnak?

Felvetésem úgy gondolom indokolt, ám mégis azt érzem, nem véletlen nevezi magát a Hungexpo Zrt. „Magyarország elismerten elsőszámú kiállítás-szervező cége”-nek. Hisz sikeressége töretlen, miközben, a Syma Rendezvényközpont megszüntetését rebesgetik. Szerepet játszhat-e ebben akár a „bukott versenytárs” imázs?

Az összehasonlítás mellett, szeretnék kitérni a Hungexpo Zrt. sikerességének okaira, általánosan ismertetni mindkét cég tevékenységi körét, illetve részletesen bemutatni a 2015-ös Utazás Kiállítást.

# Szakirodalmi áttekintés

## 2 Kiállítások és vásárok története

A kiállítások és vásárok a gazdasági és kulturális csere állandó folyamatának eredményei. Folyamatosan megújuló formában és tartalommal szolgálják a gazdasági növekedést, fejlődést. Napjainkra az egyik leghatékonyabb marketing eszközzé nőtte ki magát, a jövő termékkommunikációjának alapja.

### 2.1 Kiállítások és vásárok a múltban

A kiállítások és vásárok kialakulásának és fejlődésének története összefügg a piacgazdaság kialakulásával, bővülésével, fejlődésével. Olyan közlekedési csomópontoknál telepedtek le a vásározók, ahol igény volt a különböző szükségleteket kielégítő termékek cseréjére, kínálására.

Az ókori Kelet és Egyiptom a föníciai kereskedők, a kereskedelmi útvonalak kialakulásának köszönhetően a „Forumok” piacok központjai lettek.

A korai időszakban Európa mellett a Közel Keletnek jutott meghatározó szerep. Az i.e. 9. század második felében a föníciaiak híres tengeri kereskedők voltak, az egész mediterrán térségben kereskedtek. Két fontos városukká, központjukká vált Tyre város (mai Libanon területén), illetve Batana. Tyre városban az egész mediterrán terület portékáját kínálták, ahogy Batanában is, mely leginkább Heródes király idejében bírt a legnagyobb jelentőséggel, ahol a római birodalomtól kezdve Szírián és Egyiptomon keresztül a mediterrán térség valamennyi országának kereskedői megfordultak.

A térség jelentősége bár azóta jelentősen csökkent, az utóbbi években újra és újra erősödő tendencia figyelhető meg, Dubai városának köszönhetően, mely az Arab-öböl mára legnagyobb kiállítást rendező városává vált.

A mai piacokhoz leginkább hasonló, központi kirakodó helye volt a kereskedőknek a görög agora, és a római fórum.

A mai értelemben vett kiállítások csak az újkorban alakultak ki, majd az ipari forradalmat követő időszakban terjedtek el. Napjainkban Európáé a vezető szerep, Anglia, Németország, Franciaország és Hollandia a legjelentősebb kiállítás rendező városok voltak.



A világ első ipari kiállítását 1764-ben rendezték meg a londoni Society of Art kiállítást. Ez is igazolója annak, hogy az ipari forradalmat követő időszakban Anglia vált az európai gazdaság vezetőjévé. Szintén Londonban került megrendezésre az első világkiállítás, a „Great Exhibition”, mely már akkor is hatmillió látogatót számlált.

Napjainkban a vezető szerep Németországé. Legrégbbi hagyományokkal Frankfurt és Lipcse rendelkezik. Frankfurt már 1150-ben a szüreti ünnep utódjaként megrendezte az „Őszi Vásárt”, így méltán érdemli ki a legrégebbi vásárváros címet. Szintén nagy jelentőséggel bírt az 1480-ban megalapított könyvvására, mellyel az európai könyvnyomtatás központjává vált.

Lipcse 1497-ben kapott vásárrendezési előjogot, a 18-19. századra meghatározó szerepet az árumintavásárok kaptak. A vásárok történelmében azonban ennél még nagyobb jelentőséggel Lipcse neve azzal bír, hogy itt tartották az első, hivatalos, a Messe Nemzetközi Kiállítások Katalógusában már bejegyzésre kerülő vásárt, 1890-ben.

Franciaországban az első kiállítást 629-ben Párizsban tartották, a „Foire de Saint Denis”-t, melyen a 710-es évekre már közel 700 kereskedő vett részt. 1855-ben adott helyet első világkiállításának, s azóta is számtalan neves nemzetközi kiállításnak nyújt otthont.

Hollandiában Utrecht városa vált a vásározók s a régió fontos kereskedelmi pontjává, miután 1127-ben Godebald bíboros évente 4 vásár megrendezésének jogát adományozta a városnak. Hátránya volt azonban, hogy kizárólag csak holland eredetű árukat lehetett kiállítani.

Bár nem Európához tartozik, ám mai gazdasági vezető szerepe miatt, az Egyesült Államok sem hagyható figyelmen kívül. Bár mély történelmi gyökerekkel nem rendelkezik, napjainkban kiemelkedő szerepet tölt be a kiállítás szektorban. Az első kiállítást 1853-ban, New Yorkban rendezték. A „Nagy Almán” kívül Chicago rendelkezik a legrégebbi hagyományokkal, illetve nyújt otthont számos kiállításnak a mai napig. (TOMECSKÓNÉ R.E. és SZEPESY I. , 2005).

## **2.2 Kiállítások és vásárok hazánkban**

Magyarországon az első kiállítást 1842. augusztus 25-én, a Rodut (mai Vigadó) termeiben rendezték meg. Majd az ugyanezen évben megalakuló

Iparegyesület volt az „Első Iparműkiállítás” szervezője. 30 évvel később a kecskeméti első országos tárlat, 1885-ben az Országos Tárlat, majd '96-ban, a honfoglalás ezredéves évfordulójára rendezett Ezredéves Kiállítás került megrendezésre Budapesten. 1906-ban pedig az első árumintavásár, a „Márciusi Vásár” következett a Vigadó területén.

Budán a 13. század végétől már okmányok is említik a vásárokat, tehát valószínű már korábban is léteztek. Pünkösdkor tartották, két hétig tartott a budai polgárok és kereskedők találkozása. 1288-tól szeptember 8-án rendezték meg évente az általános vásárokat, melyek szintén kéthetesek voltak. 1690-től már kettő, majd 1694-től már évente 4 vásárt rendeztek, melyek száma a későbbiekben egyre csak nőtt.

A pesti vásárok a 19. században már jóval meghaladták a budaiak jelentőségét. A nagybani forgalmukat tekintve egész Európában a legnagyobbak közé sorolhatók voltak.

1820-ban Bécs után a pesti vásár szinte olyan jelentőségűvé vált, mint a lipcsei és frankfurti. Áru, termény, nyersanyag, állatok jellemezték a vásárokat, melyeket a mai Keleti pályaudvar és Rákóczi út mentén, a Hatvani kapu előtti síkságon tartottak. A 19. század végére a vásárok már átalakultak, vásárcastratokba, rendezett piacokba kerültek; elindult az árumintavásár.

Az I. Világháború előtt a vásárok fejlesztését a Budapesti Kereskedelmi és Iparkamara vállalta magára. Az első nemzetközi vásár 1925-ben került megrendezésre a Városligetben, „Budapesti Nemzetközi Vásár” néven. További nagy ipari vásárok voltak az I. Világháború előtt: a Márciusi Vásár, a Tavaszi Vásár, a Keleti Vásár, s a Budapesti Áruminta Vásár.

A II. Világháború idején szüneteltették a vásárok rendezését, legközelebb 1955-től tartottak újra vásárral egybekötött bemutatót „Budapesti Helyi Ipari Vásár” néven. Az esemény nemzetközi jelentőségűvé nőtte ki magát, több mint egymillió látogatót megmozgatva.

A manapság sokszor csak BNV-ként emlegetett Budapesti Nemzetközi Vásárt, 1963-tól tartották meg újra, majd 1968-tól az ezt megelőző évben megalakuló Hungexpo Magyar Külkereskedelmi Vásár és Propaganda Iroda lett a vásár új gazdája. A Városliget 1974-ig maradt a BNV helyszíne, ezután Kőbányán, a Budapesti Vásárközpont területén került megrendezésre.

A kiállítások a 20-21. század igazi, nagy tömegeket vonzó látványosságai. A '80-as évek végére felismerték ezek hatalmas marketingkommunikációs szerepét, így Magyarországon is a gazdaság jelentős és látványos versenyszakágává lett. (TOMECSKÓNÉ R.E. és SZEPESY I. , 2005).

### **2.3 Kiállítások és vásárok napjainkban**

A vásárok gazdasági folyamatok eredményei. Kölcsonösen egymásra hatásuk pozitívan befolyásolják a belső piaci gazdasági mechanizmusokat és a külkapcsolatokat.

A 21. században az egyre növekvő gazdasági verseny miatt, minden vállalkozás, szervezet számára nagy kihívást jelent a megfelelő marketing. Magyarországon az Unióhoz való csatlakozásnak köszönhetően, már a legkisebb vállalkozásoknak is lehetősége nyílik a piacra lépésre, azonban számolniuk kell az egyre nagyobb versennyel.

Manapság a kiállítások és vásárok a marketingkommunikáció szinte egyetlen médiumának tekinthetők, rendkívül hatásos marketingeszköznek számítanak. Ez annak köszönhető, hogy szinte az egyetlen hely, melyen a potenciális kiállítók és vásárlók koncentráltan, egyszerre vannak jelen.

Napjainkban a kiállítások már korszerű, különböző ágazatokat megjelenítő szakkiállítások, melyek szervezése a szakmai szervezetek nagyfokú, széleskörű együttműködésével valósul meg. Bár maga a kiállítás, s az azon való részvétel is kockázattal jár, mégis remek lehetőségeket kínál a vállalkozások számára, hogy segítse külficra való lépésüket. Segítségükkel mind egyéni, mind vállalkozási célok sokasága váltható valóra. (BÁLINT GY. ,2006).

## **3 Kiállítások alapfogalmai**

### **3.1 Kiállítás vagy vásár ?**

Ahogy BÁLINT GY. (2006) is állítja könyvében, a kiállítás és a vásár fogalma nehezen különíthető el egymástól. Sokszor még a szakemberekkel is előfordul, hogy egyazon eseményt egyszer kiállításnak, máskor vásárnak neveznek.

Ennek ellenére létezik külön fogalmi meghatározásuk, TOMECSKÓNÉ ÉS SZEPESY (2005) a következőket említi, a **Hungexpo Rt. ISO 9001 szabványa szerint:**

**Vásár:** „Olyan meghatározott ideig tartó esemény, amelyet abból a célból rendeznek a kiállítók körében, hogy az adott üzletágról a látogatóknak (elsősorban nagyközönség) információkat közvetítsen, lehetőséget teremtsen a tapasztalatszerésre, az egyes termékek, termékcsoportok vételének és/vagy eladásának előkészítésére, a vétel és/vagy eladás minta utána értékesítéssel, vagy közvetlenül történő megvalósulására. Az árusítás általában megengedett. ”

**Kiállítás:** „Olyan meghatározott ideig tartó esemény, amelyen több kiállító egy, vagy több gazdasági ág reprezentatív kínálatát mutatja be és az értékesítés ösztönzése céljából információt szolgáltat a kínálatról, elsősorban a szakma képviselői számára. A standokon történő árusítás általában nem megengedett. ”

Megállapíthatjuk, hogy közös jellemzőjük az idő-és térbeni behatároltság, általában rendszeresen ismétlődnek, illetve egy vagy több ágazat kínálatát állítják ki, vagy árusítják.

Lényeges különbség köztük, hogy még a kiállításokon (általában) csak reprezentatív jelleggel jelennek meg a kínált szolgáltatások és termékek, addig a vásárokon fizikailag is jelen vannak ezek, megvásárolhatók.

Ezek a különbségek is láthatók az alábbi táblázatban. Úgy gondolom Dr. Bíró – Tóth állítása ma már annyiban eltérő, hogy a vásárokon is sokszor jelennek meg magas színvonalú termékek, melyeket a fogyasztó akár azonnal meg is vásárolhat.

<b>Szempont</b>	<b>Vásár</b>	<b>Kiállítás</b>
Termék	Fogyasztási cikk	Termelési, beruházási, fogyasztási cikk
Kínálat (eladók, kiállítók)	Kereskedők	Termelők, importőrök
Kereslet (vevő, látogató)	Fogyasztók, Nagyközönség	Üzletemberek, Szakemberek
Adásvétel jellege	Árusítás	Üzletkötés
Termékek fajtái	Sokféle árucsoport	Kevés árucsoport
Termékek minősége	Közepes vagy Alacsony színvonal	Magas színvonal

1.ábra – Forrás: Dr. Bíró – Tóth: Kiállítók kézikönyve 1998

Összegzésként elmondható, ahogy fentebb is említetem, ez a két fogalom mára már szinte összeolvadt. Kiállításoknak nevezett vásárok, avagy vásároknak nevezett kiállításokról is egyaránt beszélhetünk, ha a szempontok szerinti jellemzőket vizsgáljuk. Személyesen tapasztalhattam ezt akár (a későbbiekben bővebben taglalt) Utazás Kiállításon, amely bár „kiállítás”-ként szerepel, mégis számos árucikk és szolgáltatás kerül eladásra helyszínén.

### **3.2 Kiállítások rendszerezése**

A kiállításokat számos szempont szerint csoportosíthatjuk. Az egyik ilyen, a megrendezés helye szerinti csoportosítás, mely szerint kétféle típust különböztetünk meg: belföldi és nemzetközi kiállítások. Az UFI (The Global Association of the Exhibition Industry) meghatározása szerint a nemzetközi kiállítások kritériumai a következők:

- rendszeres időközönként rendezzék
- maximum háromhetes időtartam
- állandó csarnokok, vásárterület
- a kiállítók termelő vállalatok vagy viszonteladók legyenek
- legalább 20%-os külföldi részvéte

Úgy gondolom ezen kritériumok, az utolsó kivételével mind megemlíthetők egy belföldi kiállítás jellemzésében is.

Egy kisebb kategorizálási lehetőségünk, hogy a kiállításokat vonzás-, és hatáskör szerint soroljuk be:

- Helyi
- Országos
- Euroregionális
- Globális
- Turisztikai

A, Helyi kiállítások, vásárok: Akkor nevezhetünk így egy kiállítást, ha a kiállítók illetve látogatók legalább 70%-a 100 km-es vonzáskörből származik. Lényege, hogy a megcélzott célcsoport elsősorban a hazai közönség, illetve a potenciális üzleti

partnerek. Általában vásár jelleg, sokféle árucsoport és a helyi kereslethez igazodó kínálat a jellemző.

B, Országos kiállítások, vásárok: Ezen kiállítások vonzáskörzete már kiterjedtebb, 800-1000 km-re tehető. Itt már számos külföldi kiállító is részt vesz, de mivel a hazai kereslethez igazodó kínálat bemutatása a cél, mégis belföldi kategória marad. Jellegét tekintve inkább kiállításnak tekinthetjük, szakmai közönséghez szól elsősorban.

C, Euroregionális kiállítások, vásárok: Ezzel a kategóriával átlépünk a nemzetközi kiállítások csoportjába. A vonzáskörzet itt már kiszélesedik 1500-2000 km-re is akár. A célcsoport szintén, hiszen az adott országon kívül már szomszédos, környező országok piacát is lefedi a hatókör. Természetesen ennek megfelelően itt már jelentős a külföldi kiállítók aránya is.

D, Globális kiállítások, vásárok: „A kiállítások csúcsa” – akár így is nevezhetjük az ide tartozó rendezvényeket, melyek mind kiállítókat, mind látogatókat a világ minden tájáról vonzzák. Általában szakkiállítások ezek, melyek kevés árucsoportot mutatnak be, s ahol szakma legnagyobbjaival találkozhatunk. Jó példa számunkra a turisztikai világkiállítások egyik rangos szereplője, a londoni WTM (World Travel Market).

Következő nagy csoportosítási lehetőség, hogy szakosodás szempontjából vizsgáljuk a kiállításokat, vásárokat:

- általános vásárok
- szakvásárok
- nemzeti kiállítás/hét
- kereskedelmi célú kiállítás
- árubemutató
- bemutatóteremben rendezett kiállítások
- konferenciához kapcsolódó kiállítások

A, Általános vásárok: szinte minden termelési ág kínálatának bemutatása, teljes termékskálák reprezentatív bemutatása.

B, Szakvásárok: egy-egy termelési ág, illetve egy-egy árucsoport, illetve ár specifikus rendezvények. Eladók (kereslet) és vevők (kínálat) találkozási helye. Célja a piaci pozíció megerősítése, illetve üzletkötés.

C, Nemzeti kiállítás/hét: egy adott ország rendezi másik országban. Fontos funkciója a az adott termékek bemutatása mellett, az ország imázsának építése.

D, Kereskedelmi célú kiállítás: célja piacra lépés. tehát az áru piaci bevezetése, a piac felmérése, pozicionálása, tesztelése a meghívott szakemberek körében. A résztvevők tárgyalási, üzletkötési szándékkal érkeznek leginkább, a vállalkozóknak lehetősége nyílik saját termékük, cégük bemutatására, megismertetésére.

E, Árubemutató: hasonlóak, mint a kereskedelmi célú kiállítások, mégis reprezentatívabbak azáltal, hogy sokat számít a minél vonzóbb megjelenés. Tájékoztató, kóstoltatás, prezentációk tartozhatnak hozzá, akár egy workshopon, így a nagyközönség felé is nyitott kiállítások.

F, Bemutatóteremben rendezett kiállítások: érdeklődőknek, fogyasztóknak, felhasználóknak információk nyújtása reprezentatív mintákon át. Célja az adott cég piaci jelenlétének demonstrálása, goodwill, üzletkötés.

G, Konferenciákhoz kapcsolható kiállítások: koncentrált célpiac jellemzi, a leghatékonyabb PR és reklám. A konferenciaszervező számára jelentős bevételi forrás. (TOMECSKÓNÉ R.E. és SZEPESY I. , 2005).

### **3.3 Kiállítások funkciója**

A vásárok elsődleges funkciója, célja évszázadok óta a gazdaság szereplői üzleti kapcsolatainak szervezése, összehozása. A vásár eljuttatta az árut a felhasználókhöz, maga volt a piac. A hajdani árupiacok, "árumintavásárok" mára olyan koncentrált piaccá alakultak, ahol az időbeni, térbeni, és szakterületek szerint végbement tagozódással párhuzamosan tartalmilag az információcsere, valamint a személyes találkozás vonzerejének megerősödése vált meghatározóvá. A kiállítások, vásárok lehetőséget teremtenek a piac szereplői közötti közvetlen kapcsolatra, termelő-kereskedő-felhasználó igényeinek, véleményének közvetítésére, visszacsatolására termékekről, szolgáltatásokról. Versenytársak találkozásának műszaki, tudományos, gazdasági színtere, amely a fejlődést

láthatóvá teszi, megjeleníti.  
 A kiállítás, vásár eszköz, mely jelentős szerepet játszik abban, hogy a gazdaság működik, fejlődik, élte a versenyt, maga a nemzetközi verseny színtere.

Röviden összefoglalva a kiállítások jellemzői a következők:

- a kínálat és a kereslet koncentrált megjelenése;
- prezentációs és demonstrációs lehetőség;
- hatékony marketingkommunikációs eszköz;
- a gazdaság helyzetének tükré;
- informális atmoszféra;
- fontos célcsoportok elérése.

BÁLINT GY. (2006) könyvében állítja, a jövőt illetően arra számítanak, hogy a tömegkommunikációs eszközök sokasága, fejlettsége, relatív olcsósága és ezáltal elterjedtsége miatt a kiállítások és vásárok háttérbe szorúlnak majd.

Úgy gondolom, ez a közel tíz évvel ezelőtti jóslat mára még nem látszik beigazolódni. Sokkal inkább úgy gondolom, hogy a fent említett technikai fejlődések által válik, illetve válhat egyre változatosabbá, színesebbé a kiállítások, vásárok világa.

## **4 Kiállításokon való részvétel**

### **4.1 Kiállítások szereplői**

A kiállítások többszereplős rendezvények, melyek során számos cél jelenik meg, akár a kiállító, akár a látogató szemszögéből vizsgáljuk. Ahhoz, hogy sikeres legyen egy-egy esemény, minden egyes szereplő fontos szerepet tölt be a kiállítási folyamat felépülésében. Ezek a szereplők a következők:

- Kiállítók
- Látogatók
- Kiállítás-szervezők, vásárszervezők, vásártársaságok, szövetségek, intézmények, érdekképviselői szervek
- Szolgáltatók



- Kiállítási helyszín, az eseménynek otthont adó város, s annak infrastruktúrája
- Kormányzat a maga politikai támogatásával

A előző pontokra is visszautalva, azt hiszem fontos megemlíteni a szakmai szervezeteket is, amik nagymértékben hozzájárulnak a kiállítások és vásárok megvalósulásához.

*Magyar Kiállítás- és Vásárszervezők Szövetsége (MKVSZ):*

A szakma országos gazdasági érdekképviselői szervezete. A magyarországi kiállítási szakma legjelentősebb cégeit és eseményeit fogja át. Tagja évente 70-80 nemzetközi, országos kiállítást és kiemelt regionális vásárt valósít meg, mindezzel lefedve a piac 80-85%-át. Az MKVSZ a az UFI (Nemzetközi Vásárok Egyesülése) társult tagja.

*Magyar Befektetési és Kereskedelemfejlesztési Közhasznú Társaság (ITDH):*

Az I. kategóriás külföldi kiállítások szervezési jogának elnyerésére ír ki pályázatokat. A kiállításokon való részvételt az ITDH Kht. a Külügyminisztérium kezelésében lévő Kereskedelemfejlesztési Célelőirányzat (KFC) vissza nem térítendő támogatással segíti.

*Magyar Turizmus Zrt. (MT Zrt.)*

Szintén számos pályázatot ír ki, illetve támogatást nyújt, melyekre idegenforgalomban tevékenykedő szolgáltatók, cégek tarthatnak igényt, nyújthatnak be kérelmet.

(TOMECSKÓNÉ R.E. és SZEPESY I. , 2005).

## **4.2 Kiállítási célok**

A vásárok, a kiállítások célja a vállalkozás bemutatkozása a piacon, a termékek, új technológiák, gyártási eljárások megismertetése, a vásárlásösztönzés, új vevők szerzése, a partnerek találkozása, a versenytársak megismerése, a cég hírnevének öregbítése. Ez utóbbi szándéka, hogy kedvező vélemény alakuljon ki a vállalkozásról, a termékekről, az alkalmazottakról. A szakmai kiállításokon a látogatók többnyire célirányosan keresik fel a számukra fontos partnereket. Ilyenkor lehetőség nyílik a személyes kapcsolatok ápolására, a közvetlen találkozásra. Többen az új technológiában, minőségben és árban kedvezőbb beszerzési forrást keresnek.

A sikeres kiállítók egyik titka, hogy előre kitűzik, pontosan meghatározzák kiállítási céljukat. BÁLINT GY. (2006) könyvében a következőképp csoportosítja a kiállításon való részvétel lehetséges céljait:

*A, Eladási célok:*

- újdonságok piaci bevezetése;
- kínálat egyes elemeinek bemutatása;
- forgalomnövelés;
- ajánlatok nyilvánosságra hozatala.

*B, Kapcsolatépítési célok:*

- kapcsolatteremtés és kapcsolatépítés az új vevőkkel;
- kapcsolatok ápolása a már meglévő ügyfelekkel;
- elvesztett vevők visszahódítása;
- szakmai sajtóval való kapcsolatok kialakítása.

*C, Reklámcélok:*

- a cég vagy a termék imázsának javítása, ismertségének növelése;
- értékesítés növelésének előkészítése;
- új termék bemutatása, megismertetése;
- piacrészesedés növelésének előkészítése;
- meglévő célcsoport erősítése;
- új célcsoportok megfogása.

*D, Elemzési célok:*

- piackutatás;
- vevői igények felmérése, fogyasztói szokások megfigyelése;
- termékkutatás;
- versenytársak elemzése, konkurencia kínálatának megfigyelése;
- új ötletek és kezdeményezések felmérése;
- trendek vizsgálata;
- saját termék-és választékbővítésre vonatkozó piacmegfigyelés.

*E, Képviseleti célok:*

- kooperációs partnerek szerzése (termelés, értékesítés számára)
- értékesítési utak megszervezése, kiépítése;
- piaci partnerek számára tanácsadás, értékesítési támogatás.

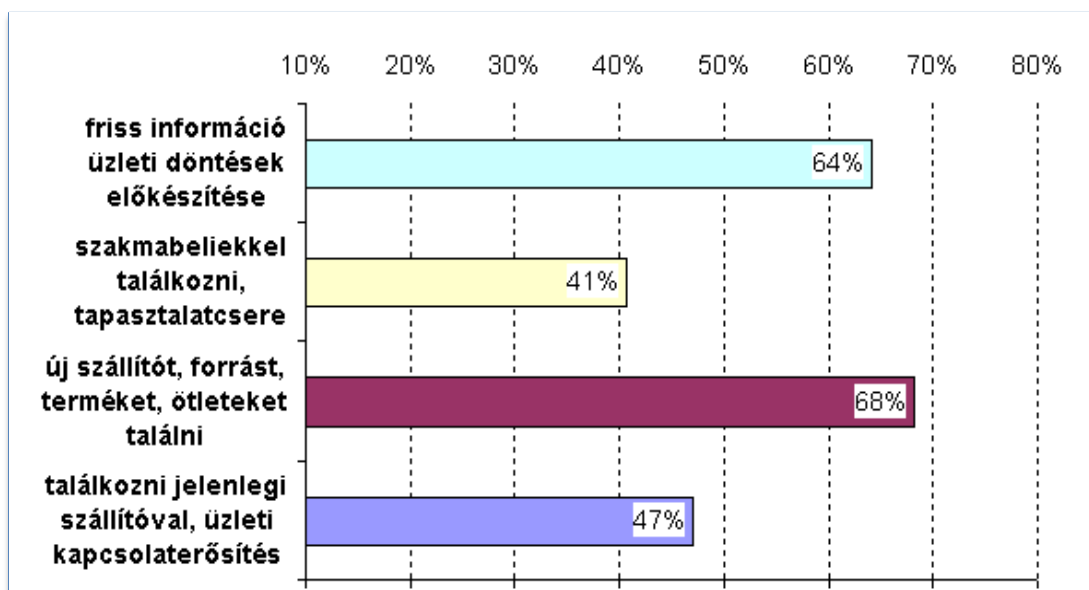
*F, Egyéb célok:*

- saját munkatársaik képzése, továbbképzése, motiválása;
- konkurencia miatti jelenlét, presztízs;
- piaci partnerekkel véleménycsere lehetősége.

Az említett célok mellett úgy gondolom még számos létezhet. A kiállító dolga előre mérlegelni és elhatározni, hogy számára mi a fő kitűzött cél, illetve mik lehetnek a továbbiak.

Ezen felül természetesen figyelembe kell vennünk a látogatói célokat is, hiszen ezek alapján tudjuk esetlegesen módosítani az általunk eltervezett kiállítási folyamatokat.

A Centrex – kiállítási tudásközpont- oldalán található számos kutatást és megállapítást azzal kapcsolatban, hogy merre tartanak a kiállítási trendek, hogyan lehetünk sikeres kiállítók. Itt kutatva találtam egy 2011-es Maresz napra összeállított prezentációt, mely szerint a látogatói célok a következők egy szakkiállítást illetően:



2. ábra – Forrás:

[http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Ynn4NZgMC7oJ:www.maresz.hu/inc/opendoc.php%3Ffn%3D/w/hd/kiallitasi\\_trendek\\_maresz\\_nap\\_20110329.ppt+&cd=1&hl=hu&ct=clnk&gl=hu](http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Ynn4NZgMC7oJ:www.maresz.hu/inc/opendoc.php%3Ffn%3D/w/hd/kiallitasi_trendek_maresz_nap_20110329.ppt+&cd=1&hl=hu&ct=clnk&gl=hu)

A Centrex honlapján egy másik kutatás alapján a következők az alapvető látogatói okok:

1. Új termék vagy szolgáltatás megismerése
2. Információgyűjtés
3. Megismerése az új technológiáknak, ezek trendjeinek
4. Üzleti kapcsolatok kiépítése

A kutatás szerint ezek fényében egy vásár során a következő előnyökben részesül a látogató:

1. Semleges és teljes körű tájékoztatást
2. Termékek összehasonlítására jó lehetőség
3. Magas fokú objektivitás

(<http://www.centrexstat.org> [olvasva: 2015.12.05.] )

A kiállítók számára a legnehezebb feladatnak az bizonyul, hogy saját céljaik mellett teljesítsék a látogatói elvárásokat is. A Centrex honlapja 2011-ig rendszeresen követte számos ország kiállításait (többek között Magyarországon a Hungexpo rendezésében állókat), készített statisztikai elemzéseket róluk, így az előzőekhez hasonló következtetéseket állapította meg. Sajnos azt tapasztaltam, hogy ilyen jellegű, globális összefogó kutatás máshol nem jelenik meg, a Centrex pedig 2011 óta nem közöl részletes adatokat. Úgy gondolom szükség lenne a kutatások aktualizálására, hiszen a gyors ütemű változó 21. században, sikereink céljából kötelesek vagyunk követni az aktuális trendeket.

### **4.3 Hogyan válasszuk ki a számunkra megfelelő kiállítást?**

Az elsődleges szempont a kiállítás kiválasztásában, hogy eldöntsük, egyáltalán akarunk-e kiállítani. Az előzőekre visszautalva, a tapasztalat szerint egy kiállító több célt is kitűz, de sok esetben már egyetlen pontos meghatározásával is érdemes részt venni az eseményen.

Ahhoz, hogy eldöntsük mely kiállításon akarunk részt venni, a kiállítási célok előtt meg kell fogalmaznunk, hogy mi vállalatunk vagy szervezetünk rövid és hosszú távú célja, milyen feladatok előtt állunk, milyen problémákra keresünk megoldást a kiállításon való részvétellel.

Abban az esetben, ha egy új terméket szeretnénk bemutatni, megismerni vásárlóink véleményét, egy lokális kiállítás az ideális választás. Ellenben, ha a szakma felé kívánjuk mutatni vállalkozásunk jelenlétét, a róluk kialakított képet javítani, ágazatunk valamely rangos szakkiállításán kell megjelennünk. Ha a végső célcsoportot kívánjuk megerősíteni, olyan eseményt kell választanunk, melyre ők is ellátogatnak. Vannak kommunikációs jellegű kiállítások, melyek fő célja, hogy a kiállítók és látogatók az információkat kicseréljék és kapcsolataikat ápolják. Ekkor általában kitűzött céljaink közt nem a forgalom növelése lesz a fő, hanem egy kvalitatív jelleg, melynek lényege a presztízs, a megjelenés egy magas színvonalú szakkiállításán. Ennek ellenkezője, mikor a forgalom növelését tűzzük ki fő célként, majd a látogatók közvetlen megrendeléseinek összértéke alapján mérjük az eredményt.

Ha első alkalommal állítunk ki egy új helyszínen, célszerű a szakmai szervezetek és ágazati kamarák javaslatára hagyatkozni az ügyben, hogy hol lenne kedvező kiállítanunk.

Fontos szempont, hogy nemzeti, avagy nemzetközi kiállításon veszünk-e részt. Ha külföldre készülünk, fontos az adatgyűjtés az adott ország gazdaságpolitikájáról, üzleti biztonságáról, a gazdaság állapotáról, a bankrendszerről, fizetési szokásokról, deviza előírásokról. Sokat segíthet ebben, ha megkeressük a célország gazdasági kamaráit, külképviseleteket, illetve természetesen a világháló.

Bármilyen kiállításról is legyen szó, további segítség lehet döntéseinkben, ha vizsgáljuk versenytársainkat, partnereinket, vevőinket. Ha már sikerült kialakítanunk egy listát a potenciális kiállításokról, a következő teendők a kiállítás szervezőivel felvenni a kapcsolatot és további releváns információkat begyűjtenünk. Ehhez a következő kérdéseket célszerű feltennünk:

- Milyen gyakran rendezik meg a kiállítást?
- Mi a nyitva tartás időtartama?
- Mekkora alapterületet értékesítettek az előző évben?
- Van-e szabadtéri kiállítási terület?
- Milyen célcsoportot vagy célcsoportokat lehet elérni?
- Mennyire ismert a rendezvény a szakértők, illetve a látogatók körében?
- Vannak-e külön szakmai illetve közönségnapok?

- Van-e PR terve a szervezőknek?
- Mekkora nyilvánosság várható?
- Milyen technikai feltételeket kínálnak?
- Milyen kísérő rendezvények lesznek?
- Látogatottságra vonatkozóan milyen adatok állnak rendelkezésre?
- Van-e olyan téma vagy terület, amit fókuszba állítanak?
- Milyen szolgáltatásokat tudunk igénybe venni?
- Milyen költségekkel kell számolnunk?

Amennyiben válaszokat kapunk, már könnyebben tudunk dönteni, hogy a kiállítás témája valóban azonos-e a mi ajánlatunkkal, illetve el tudjuk-e érni saját célcsoportunkat és kitűzött céljainkat.

(BÁLINT GY. , 2006)

#### **4.4 Kiállítások költségei**

A fenti felsorolásban is szerepelt a kérdés : „Milyen költségekkel kell számolnunk?” Mielőtt kiállítanánk, nagyon fontos vizsgálunk, vállalatunknak van-e kerete a rendezvényen való részvételre. Fontos mérlegelnünk, több haszonnal (hozadékkal) jár-e ha részt veszünk, mint amennyi költséget ráfordítunk minderre, tehát nyereséges lesz-e a megjelenés.

BÁLINT GY. (2006) könyvében, a következőképpen vélekedik a költségekről. Külföldi helyszín esetén a költségek a következő arányban oszlanak meg:

*40 % a stand tervezési, építési és bontási költsége;*

*15 % a személyi és utazási költség;*

*20 % a stand bérleti díja;*

*12 % a szolgáltatások igénybevételének díja és kommunikációs költségek;*

*3 % a szállítás és biztosítás;*

*10 % az egyéb, nem kalkulálható költségek.*

A belföldi kiállítások esetében természetesen az utazási és személyi költségek csökkennek. Továbbá a tapasztalatok azt mutatják, hogy a szakmai kiállítások költségei valamivel kisebbek, mint az általános tematikájú kiállításon való részvétel. A következő költségfajtákkal kell számolnunk.:

1. *Bérelti díjak és szolgáltatások:* stand bérelti díja és járulékos költségei, bérelt berendezések, kötelező katalógusbejegyzés díja, elektromos csatlakozás kiépítése, áramszolgáltatás, vízellátás biztosítása, telekommunikációs eszközök, napi takarítás költsége, reklámfelületek bérelti díja, biztosítás díja, raktározás költsége.
2. *Stand építési költségei:* stand tervezési díja, kivitelezési munkálatok anyagköltsége illetve ennek munkadíja, stand lebontásának és elszállításának díja, szerelési díjak, pótlólagos stand elemek, szőnyegezés anyagköltsége és munkadíja, áruk oda-és visszaszállításának költsége, standépítők utazási költsége, csomagolás.
3. *Dekorációs költségek:* grafikák tervezése és kivitelezése, standfotók munkadíja és kivitelezési költsége, fotók, videófilm készítése, feliratok készítése, egyéb dekorációs elemek költségei.
4. *Kiállítást kísérő rendezvények költségei:* sajtókonferencia, sajtómappa, szeminárium, játékok, nyereményakciók.
5. *Stand működési költségei:* belépőjegyek, meghívottak belépőjegye, szállodai költségek, utazás, stand személyzetének munkadíja, étkezés, reprezentáció, tolmács, host- és hostess munkadíja, parkolójegy.
6. *Egyéb költségek:* meghívók, levelek, faxok előállítása, reklámanyagok, prospektusok tervezése, nyomdai kivitelezése, telefon-és postaköltség, reklámajándékok, nyomtatványok, árlisták, irodaszerek, irodai felszerelések, mintadarabok előállítása, egyéb információs anyagok, tréningek, személyzet felkészítése, ruházat, egyéb marketingkommunikációs eszközök díja.
7. *Nem várt kiadások:* a váratlanul felmerülő kiadásokra a teljes kiállítási költségvetés 10-15 %-át kell tervezni.

A költségek mérlegelése után, a vállalkozás vezetőjének vagy tulajdonosának a feladata eldönteni, hogy rentábilisnak ítéli-e meg a részvételt.

Amennyiben esetleg úgy véljük, nem lesz nyereséges számunkra egy kiállításon vagy vásáron való részvétel, további alternatívákra is van lehetősége cégünknek, hogy elérjük az adott célpiacainkat, melyek hozzájárulhatnak céljaink eléréséhez. Ezek a következők:

- önálló árubemutató szervezése;
- üzletember találkozó;

- szimpózium;
- workshop;
- vitafórum;
- szeminárium;
- sajtórendezvény;
- partner találkozó;
- reklámozás.

Az alternatívák esetében a kiállításhoz hasonlóan mérlegelni kell a felmerülő kiadásokat, majd a két költségvetést összevetni. Azt kell választanunk, mely vállalati céljaink elérése érdekében a kézenfekvőbb eszköznek bizonyul.

## **5 Hivatásturizmus**

### **5.1 A hivatásturizmus fogalma**

A hivatásturizmus a foglalkozással kapcsolatos helyváltoztatások során végzett szakmai tevékenységek együttese, a munkával és megélhetéssel kapcsolatos utakat jelenti. Az üzleti utas a cég, vagy vállalat megbízásával utazik, a céget, illetve annak érdekeit képviseli. Általában az utak munkaidőben történnek, így a vele járó költségeket is a cég állja.

Fajtái a következők:

- Üzleti turizmus (Meetings)
- Incentive turizmus (Incentives)
- Konferencia turizmus (Conferences)
- Kiállítások (Exhibitions)

Az angol megfelelők kezdőbetűiből alakult ki a MICE Market gyűjtőfogalom.

Manapság azt tapasztalhatjuk, hogy a hivatásturizmus kísérőeseményei a szabadidős turizmus jegyeit hordozzák (városnézés, körturizmus, wellness, természetjárás...), így a két típus egybefonódik. Nem véletlen alakultak ki a



wellness-konferencia szállodák, melyek kifejezetten erre specializálódtak, fő célcsoportjaik között szerepelnek a MICE utazók.

(<https://hu.wikipedia.org> [Olvasva: 2015.12.06.]

## 5.2 Hivatásturizmus tendenciái Magyarországon

A hivatásturizmus, ma Magyarország egyik legdinamikusabban fejlődő turisztikai ágazata. Az utóbbi évek bizonyították, hogy Magyarország nemzetközi szinten nemcsak versenyképes, de kifejezetten sikeres: professzionális szervezőirodák, jól felszerelt konferenciaszállodák és különleges rendezvényhelyszínek széles választéka várja az országba érkezőket.

2014-ben a szabadidős célok mellett a hivatásturizmus volt a fő turisztikai motiváció, a nemzetközi turizmus esetében az utazások 14%-ában számított a legfőbb motivációnak. Magyarországon 2014-ben 1,2 millió ilyen célú külföldi látogatás becsülhető, 9,3%-kal kevesebb, mint egy évvel korábban, és mintegy harmadával kevesebb, mint 2008-ban. Az üzleti céllal utazók 2014-ben 131 milliárd forintot költöttek Magyarországon, 8%-kal kevesebbet, mint 2013-ban és 17%-kal kevesebbet, mint 2008-ban. A belföldi hivatásturizmusra vonatkozó keresleti adatok alapján 2014-ben 328 ezren utaztak ilyen céllal több napra, ami a válság kitörése után, 2010-ben mért mélyponthoz (145 ezer) képest jelentős növekedés ugyan, de a válság előtti szintet még mindig csak megközelíti. A hivatalos céllal utazók 2014-ben 4,7 milliárd forintot költöttek, 15%-kal kevesebbet az egy évvel azelőttihez képest; ez a szint a 2008. évinek a hattizedét éri el. Az üzleti turizmusnak négy nagy szegmensét különíthetjük el: értekezletek, jutalom utak, konferenciák, kiállítások.

Ezek közül a konferenciákról – a megrendezett konferenciák számáról és egyéb tulajdonságairól – a Magyar Kongresszusi Igazgatóság adatai alapján nyerhetünk információt. Ezek alapján 2014-ben 1020 nemzetközi és 1537 magyar konferenciára került sor. A konferenciákon mintegy 414 ezren vettek részt, az átlagos létszám a nemzetközi esetén 149, a magyar konferenciák esetén 170 fő volt. A megrendezett konferenciák száma 8,3%-kal nőtt, a résztvevők száma viszont lényegében ugyanennyivel kevesebb lett 2013-hoz képest. A konferenciák témája az események 31%-a esetében orvosi, 15%-nál gazdasági, 11–11%-ban pedig gyógyszeripari, illetve informatikai volt. (<http://itthon.hu> [Olvasva: 2015.12.06.]

A következő táblázat a Magyarországon 2014-ben megrendezett konferenciákat mutatja:

	Száma (db)		Megoszlása	
	Nemzetközi	Magyar	Nemzetközi	Magyar
Corporate	697	1158	68,3 %	75,3 %
Szövetségi	278	260	27,3 %	17,0 %
Egyéb	45	119	4,4 %	7,7 %
Összesen	1020	1537	100 %	100%

3. ábra : saját szerk. Forrás: Magyar Turizmus Zrt. – Kongresszusi Iroda

A világon a nemzeti és nemzetközi találkozók legfontosabb helyszíne Európa, 54%-át teszi ki az összesnek. Magyarország részesedése ebből 2,1%. A Nemzetközi Konferenciák és Kongresszusok Szövetsége (ICCA - International Congress & Convention Association) 2014. évi statisztikai összefoglalója szerint Magyarország a 31. helyen végzett, így feljebb lépve egy helyet 2013-hoz képest.

A Magyarországon megrendezett nemzetközi konferenciák főbb jellemzőit a következő táblázatban összefoglalva láthatjuk:

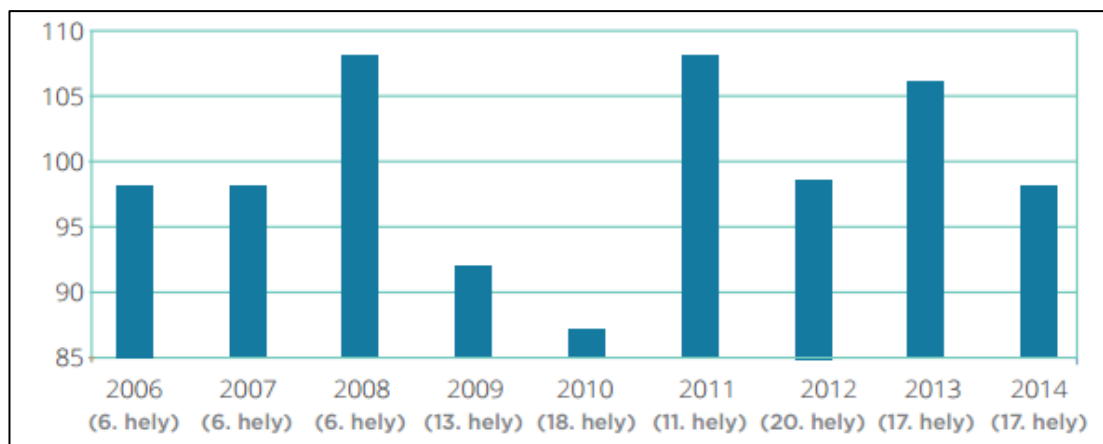
Konferenciák száma	1 020 db
Átlagos résztvevőszám	149 fő
Átlagos időtartam	3,5 nap
Területi megoszlás	77% Budapest, 23% vidék
Legnépszerűbb vidéki helyszínek	4,4% Szeged, 2,7% Balaton és környéke, 1,8% Pécs, 1,0% Debrecen
Legnépszerűbb témák	30,8% orvosi, 14,6% gazdasági, 10,8% gyógyszerészeti, 10,8% IT, 6,9% tudományos
Megrendelők nemzetisége	56,9% magyar, 7,2% brit, 5,9% amerikai, 4,5% német, 2,4% francia, 2,4% olasz, 2,2% belga, 1,8% cseh, 1,1% holland, 15,6% egyéb
Résztvevő nemzetek	44,6% magyar, 35,4% német, 27,7% osztrák, 26,2% olasz, 25,4% francia, 22,3% brit, 22,3% amerikai, 18,5% cseh, 18,5% orosz, 17,7% belga

4. ábra: saját szerk. Forrás: Magyar Turizmus Zrt. – Kongresszusi Iroda

*Nemzetközi konferenciák:* minimum 50 fős, külföldi vendégek részvételével zajló corporate, illetve szövetségi események. Az adatszolgáltatás nem kötelező, az eredmények kizárólag az adatközlő partnerek által önkéntesen megküldött adatokon alapulnak.

Az ICCA ranglistáján ahogy az előzőekben említettem, 1 helyezéssel feljebb lépett, fővárosunk, Budapest, pedig stabilan őrzi 2013-ban elért 17. helyét, mellyel olyan jelentős kongresszusi helyszíneket utasít maga mögé, mint, Stockholm, Tokió, Dublin, München, Zürich vagy Varsó.

Íme Budapest helye az ICCA ranglistán 2006-2014-ig:



5.ábra – Forrás: ICCA / Magyar Turizmus Zrt. – Kongresszusi Iroda

A ranglistán Párizs lett az aranyérmes, a második helyen Bécs, míg a harmadik helyen Madrid végzett. A Magyar Turizmus Zrt. célja a hivatásturizmusban, hogy Budapest 2020-ra Európa egyik legnépszerűbb konferenciavárosa legyen.

A nagy befogadóképességű, új budapesti kongresszusi központ 2018-ra tervezett megnyitása további pozitív változást hozhat a nemzetközi helyezésekben. 2019-től válhat Budapest még népszerűbbé és a központ 2-3 éves üzemeltetése után kerülhet fővárosunk Európa első 10 legnépszerűbb konferenciavárosa közé.

(<http://itthon.hu> [Olvasva:2015.12.06.]

(<http://www.turizmusonline.hu> [Olvasva: 2015.12.06.]

### 5.3 Legfőbb nemzetközi kiállítások

Magyarországon a legnagyobb kiállításoknak, a budapesti Hungexpo Zrt. ad otthont. Általában egy-egy témához, ágazathoz igazítják ezen kiállításokat. A Hungexpo Zrt. több nemzetközi kiállítást is szervez, ilyen például az Utazás Kiállítás, melynek értelemszerűen fő témája a turizmus, utazás köré fonódik. Az országban hasonló jellegű kiállítások vidéken is megjelennek, Kecskeméten, Szegeden, Pécsen, Miskolcon, Szolnokon, Debrecenben, Győrött, Veszprémben, Nyíregyházán. 2015-ben a budapesti Utazás Kiállítás mellett, 6 vidéki kiállításra került sor. *Kecskeméten* a Tourex Idegenforgalmi Szakkiállítás, Vásár és Konferencia, mely 25. alkalommal került megrendezésre; *Szegeden* a 9. Utazási Börze Szakkiállítás; *Debrecenben* szintén a 25. alkalommal az Utazás és Szabadidő Kiállítás és Vásár; *Miskolcon* a „Menjünk világgá!” fantázia névvel ellátott utazási kiállítás 22. alkalommal; *Szolnokon* 17. alkalommal a Szolnok Utazás Kiállítás és Vásár; illetve *Székesfehérváron* 3. alkalommal a Székesfehérvári Utazási és Szabadidő Kiállítás.

Mindenesetre Magyarországon az Utazás Kiállítás hallatán elsődlegesen mindenkinek a Hungexpon megrendezett kiállítás és vásár jut eszébe, nem véletlenül nőtte ki magát nemzetközivé a rendezvény.

(<http://www.turizmusonline.hu> [Olvasva:2015.12.04.]

Külföldi szemléletben, 2014-ben a világ legnagyobb kiállítói területét a hannoveri Messegelände 448.000 négyzetméteres hallja adta. Ezt követte a frankfurti Main Exhibition Ground közel 360.000 négyzetméterrel.

(<http://www.statista.com> [Olvasva:2015.12.05.]

Utazási kiállítások tekintetében a legjelentősebb a WTM – World Travel Market, mely 1980 óta kerül Londonban megrendezésre. Számunkra jelentős lehet még a Bécsben megrendezésre kerülő Ferien-Messe Wien, vagy a nemzetközi szinten is vezető szerepet játszó berlini ITB kiállítás, mely 1966 óta működik.

(<http://www.tofairs.com> [Olvasva:2015.12.05.]

## 6 A Hungexpo Zrt. bemutatása



### 6.1 Hungexpo Zrt. – Cégismertető

A Magyar Vásár és Kiállítás rendező Iroda jogutódjaként, a Hungexpo Zrt. (akkori nevén: Hungexpo Magyar Külkereskedelmi Vásár és Propaganda Iroda) 1967 óta a hazai piacvezető szereplője, így több mint 40 éves tapasztalatával méltán érdemli ki, hogy mára Magyarország elismerten elsőszámú kiállítás szervező cégének nevezhessük. Sikerének alappillére saját állandó kiállítási területe, a Budapesti Vásárközpont. A Hungexpo Zrt. szakkiállítások és vásárok magas színvonalú szervezését végzi belföldön és külföldön is egyaránt. Kiterjedt nemzetközi kapcsolatrendszerével, képviselői hálózatával mind kiállítói, mind szakmai részről arra törekszik, hogy Közép-Kelet Európa meghatározó kiállítás-szervezőjévé váljon.

Másik fontos profilja, a Budapesti Vásárközpont kereskedelmi célú értékesítése, különböző rendezvények, konferenciák, kiállítások helyszínéként.

A Hungexpo Zrt. 1990 október 20-a óta működik részvénytársaság formájában. 1999-ben fontos kitüntetésben részesült, elnyerte hazánk legrangosabb minőségügyi minősítését szolgáltatási kategóriában, a Nemzeti Minőségi Díjat.

2005. júliusában régóta tartó privatizációja után, a Hungexpo Zrt. új tulajdonosa a francia GL events cégcsoport lett, amely vállalta a Vásárközpont fejlesztését. Az 5 milliárdos beruházás 2007. áprilisában az új, multifunkcionális G pavilon alapkövetésével kezdődött, majd 2008. október 18-án, a pavilon ünnepélyes avatásával fejeződött be. A megújult Hungexpo Budapesti Vásárközpont európai színvonalú környezetet kínál mind a kiállítók, mind a látogatók, mind rendezvényei összes résztvevője számára. Múltjának és erős szakmai hátterének köszönhetően olyan nemzetközi szakmai szövetségeknek a tagja, mint az AIPC, az ICCA, az UFI és a CEFA.

Elnöke így a francia nemzetiségű Olivier Ginon, vezérigazgatója Ganczer Gábor. A Társaság tulajdonosa 100 %-ban a GL events. Ezen felül a Magyar Nemzeti Vagyonkezelő Zrt., 1db 1.000.- Ft névértékű szavazatelsőbbégi részvény tulajdonosa, illetve Budapest Főváros Önkormányzata szintén birtokol 1db 1.000.- Ft névértékű törzsrészvényt.



6. ábra – Forrás: <http://cdn.hungexpo.hu/event/budapest%20k%C3%A9pek/HungexpoMap.PNG>

A GL events nemzetközi cégcsoport 1978 óta a rendezvényipar egyik főszereplője.

Tevékenysége három fő területre koncentrálódik:

- eseményszervezés: erre specializálódott cégei a tervezéstől kivitelezésig teljes körű szolgáltatást nyújtanak bármely típusú rendezvényhez - legyen az kongresszus, konferencia, show, üzleti találkozó vagy sportesemény
- létesítménymenedzsment: a cégcsoport 36 helyszíne várja világszerte a különböző típusú eseményeket
- teljes körű szolgáltatás: kiállítások, show és egyéb események lebonyolításához

A GL events 2014-ben 939 millió Euro árbevételt termelt a GL, amelynek 55%-a nemzetközi piacokról származik. 40 kongresszusi központ, kiállítási csarnok,

hangverseny terem és rendezvényhelyszín áll tulajdonában; több mint 300 saját szervezésű kiállítása van; több mint 90 irodája világszerte, több mint 4000 rendezvénye évente, több mint 11 millió látogatója és kiállítója összesen; illetve 4107 alkalmazottat foglalkoztat, melynek 35 %-a külföldön tevékenykedik (nem Franciaországban).

(<http://extra.gl-events.com> [Olvasva: 2015.11.25.]

(<http://hungexpo.hu> [Olvasva:2015.11.25.]

## **6.2 Hungexpo Zrt. paraméterei, a helyszín bemutatása**

A Hungexpo Budapesti Vásárközpont Európa főútvonalán, Budapest szívében 36 hektáros, parkos környezetben, 15 km-re a repülőtértől, 5 km-re a városközponttól található, X. kerület Albertirsai út 10. szám alatt. Kiegészül egy 3000 férőhelyes kiállítói és látogatói parkolóval, mely elengedhetetlen a kiállítások ideje alatt.

A kiállítási terület bruttó 55.000 m<sup>2</sup> fedett helyszín és további 24.000 m<sup>2</sup> szabadterület. 8 kiállítási pavilonja egyenként 700-12.000 m<sup>2</sup> nettó kiállítási területtel, illetve pavilononként 250-15.000 fő befogadóképességgel. 8 konferenciaterme, 15-akár 300 fő részére is helyszínt biztosít. Ezen felül felszerelt sajtóközponttal, bankkal és étteremmel rendelkezik a vásárterület. *(Az egyes helyiségek paramétereit az 1. számú mellékletben található táblázat mutatja.)*

A Hungexpo Zrt. okkal nevezhető Magyarország legjelentősebb kiállítási és rendezvényközpontjának, korszerű pavilonjaival, elektronikus beléptető rendszerrel, a pavilonok között fedett sétánnyal. A pavilonok füst-és tűzérzékelővel, biztonsági kamerarendszerrel, hangosító hálózattal vannak felszerelve, valamint telefon, kábel tévé és WIFI csatlakozás lehetőségével, kielégítve így minden igényt. A pavilonokban vízcsatlakozás, magas nyomású csatornahálózat és csatorna csatlakozás található. A rendezvények problémamentes lebonyolítása érdekében biztonsági személyzet, tűzvédelmi és egészségügyi ügyelet áll rendelkezésre.

(<http://event.hungexpo.hu> [Olvasva:2015.12.01.]

## **6.3 Hungexpo Zrt. tevékenységei**

### **6.3.1 A Hungexpo Zrt. főbb tevékenységei**

A Hungexpo Zrt. fő tevékenysége a kiállítások és vásárok szervezése mellett, további fő szegmensei közé sorolhatjuk kongresszusok, konferenciák szervezését, kulturális, sport és politikai eseményeket, illetve a koncerteket, vállalati rendezvényeket.

A Hungexpo Zrt. 2014. évi árbevétele 2,9 milliárd forint volt, kevesebb az előző évi 3,05 milliárd forintnál, de 15 %-kal több a vártnál. Ennek 71 %-a származott saját kiállításokból, szemben az egy évvel korábbi 64 %-kal. Az árbevétel többi része a vendég-rendezvényekből és a konferenciákból származott.

A vásárvárosnak 2014-ben 500.000 látogatója, 2.000 kiállítója volt, akik összesen több mint 100.000 négyzetmétert béreltek.

### **6.3.2 A Hungexpo Zrt. saját szervezésű kiállításai**

A Hungexponak évente 7-10 saját szervezésű kiállítása van, melyek évről-évre sikeresnek bizonyulnak mind a kiállítók, mind a látogatók köreiben. Általában társkiállításokkal egészülnek ki, így teszik még színesebbé az eseményt. Miután a kiállítások nagy része az év első felében van, ilyenkor nagyon zsúfolttá válik a kiállítási program. Szinte egyik bontásából kerülünk a másikba. Ebből adódóan az év második fele nyugodtabb, ilyenkor kerülnek megrendezésre a különböző vendégrendezvények, illetve már javában folyik a következő évre való felkészülés, a kiállítások tervezése, szervezése. Az idei évben, 2015-ben, 20 kiállítást került megrendezésre. Ezek közül a nagyobbak közé sorolható a februári Utazás Kiállítás, az áprilisi építőipari Construma, továbbá az októberi autóbeszállítói Automotive Kiállítás. Idén továbbá kiemelt jelentőséggel bírt az október 12-15-ig megrendezésre kerülő ITU Telecom World, mely az ENSZ nemzetközi konferenciája. A Hungexpo területén a Nemzeti Fejlesztési Minisztérium szakmai együttműködésével került megrendezésre az esemény, melyen 129 országból több mint 4000-en vettek részt. Nekem volt szerencsém személyesen is közreműködni a rendezvényen (mint hosztesz), kormányzati delegációk rangos tagjaival, illetve a legújabb technikai vívmányokkal találkozhattam (bár csak rövid idő erejéig). Úgy gondolom, nagy



megtiszteltetés és jelentős, pozitív referencia a Hungexpo számára, hogy helyet adhatott egy ilyen jelentőségű konferenciának.

(<http://www.lokal.hu> [Olvasva:2015.12.06.]

(<http://www.trademagazin.hu> [Olvasva: 2015.12.06.]

A következőkben kicsit részletesebben be szeretném mutatni a Hungexpo Zrt. saját szervezésű, főbb, állandó kiállításait.

### 1. AGROmashEXPO

Minden év első kiállításaként jelenik meg a Hungexpo palettáján Magyarország legnagyobb agrárkiállítása, kiegészülve az AgrárgépShow, illetve a Magyar Kert és Szőlészet Pincészet szakkiállítással.



2015-ben a 33. alkalommal megrendezett AGROmashEXPO-ra közel 300 kiállító hozta el termékeit, szolgáltatásait. A kiállítás tulajdonképpen a Hungexpo teljes területén, 36.000 négyzetméteren folyt. Számos üzletnek adott lehetőséget idén is a vásár, ismét jelen voltak a piacvezető márkák és kisebb vállalkozások, speciális szolgáltatásokat nyújtó cégek. A forgalmazók mellett a hazai gép gyártók szövetségének (MEGOSZ) tagjai mutatták be a magyarországi gépgyártás újdonságait. A MEGFOSZ (Mezőgazdasági Eszköz- és Gépforgalmazók Országos Szövetsége) tulajdonában lévő AgrárgépShow keretein belül pedig megjelent a hazai gépforgalmazók színe-java.

Összesen közel 42.000 látogatót számláltak a 4 napos kiállítás ideje alatt. Idei különlegességként, egy Lamborghini traktort lehetett kipróbálni, mely a világ egyik legjobb mezőgazdasági járművének számít manapság. Érdeklődők akadtak bőven, több mint 700-an tesztelték a gépet.

2016-ban január 27-30-áig ismét nyílt kapukkal várja az érdeklődőket a kiállítás.

(<http://agromashexpo.hu/> [Olvasva: 2015.11.28.]

## 2. FeHoVa, Budapest Boat Show, és Karaván Szalon

FEHOVA: „a Kárpát-medence vadászainak, horgászainak és természetkedvelőinek nagyszabású találkozója” – írják a Hungexpo honlapján. A kiállítás neve egy mozaikszó tulajdonképpen, Fe-mint Fegyver, Ho-mint Horgászat, és Va-mint vadászat. A kiállítás nemzetközivé vált mára, 2015-ben a 22. alkalommal megrendezett FeHoVa-n 18 ország 270 kiállítója vett részt. Általában egyidejűleg kerül megrendezésre a Budapest Boat Show-val, mely ez évben 24. alkalommal is nagy sikerrel zárult, felvonultatva vitorlás, elektromos és motoros vízi járműveiket, illetve számos hajózási kiegészítőjüket.



Csatlakozott ez évben a Karaván Szalon is az eseményhez, ahol a legegyszerűbbtől a luxus kategóriába tartozó lakókocsikkal-és autókkal kápráztatták el a résztvevőket. 2015-ben összesen 57.000-en látogattak el a rendezvényre.



(<http://fehova.hu/> <http://boatshow.hu/> [Olvasva:2015.11.29.]

## 3. Utazás Kiállítás

(Csak a sorrendiség kedvéért említem itt meg, a következő fejezetben szeretném bemutatni.)

## 4. Construma csokor

A Construma csokor 5 egységből tevődik össze:

- Construma – Nemzetközi építőipari szakkiállítás,
- Reneo – Nemzetközi megújuló energia szakkiállítás,
- Otthondesign – Otthonteremtési, lakberendezési szakkiállítás,
- Construma kert – Dísznövény és kertépítészeti szakkiállítás és vásár
- Lakásvásár – Használt és új ingatlanok vásárlási lehetősége



A szakma legrangosabb hazai kiállításának mondható. Komplex, összetett, így több terület érdeklődői számára is lehetőséget nyit. Potenciális vásárlók jellemzik, magas vásárlóerővel, idén közel 50.000 fővel. Erős szakmaiság jellemzi a kiállítást, szinte 75% szakmai látogató. Épp ebből adódóan gazdag szakmai program jellemzi, konferenciák, workshopok sokasága várja az érdeklődőket. Nagy sikerét továbbá országos médiakampányának köszönheti, mely által nagy eséllyel érik el a nagyközönséget.

(<http://construma.hu/hu/nyito-oldal> [Olvasva:2015.11.29.]

## 5. Ipar Napjai

Magyarország legátfogóbb ipari szakkiállítása, mely minden évben 4 napig tart a Hungexpo területén. Célja



összehívni és felvonultatni az ipar szinte összes ágazatát, annak érdekében, hogy a résztvevők kihasználhassák az iparágak között lévő szinergiát. 2015-ben együtt került megrendezésre Mach-Tech kiállítással, amely nemzetközi gépgyártás-technológiai és hegesztés technikai szakkiállítás. A kiállítás különleges része az úgynevezett „Application-zone”, ahol a kiállítók működés közben mutatták be gépeiket, eszközeiket vagy szolgáltatásukat.

(<http://iparnapjai.hu/> [Olvasva:2015.11.29.]

## 6. Automotive Hungary Kiállítás

A kiállítás nevéből is adódóan egy járműipari szakkiállítás, mely 2015-ben együtt jelent meg az



Autótechnikai kiállítással. A piacvezető nagy autógyárak mellett, megjelennek a beszállítói lánc tagjai is, így együttesen képviselve a szakma legjavát. Kísérőprogramok ez évben is az „üzlet, tudomány és karrier” témakörökre épültek, melyen belül fórumok, konferenciák kerültek megrendezésre. Idén is sikeresen zárult a kiállítás, közel 8.000 látogató, 300 hazai és külföldi járműipari beszállító, illetve a nagy ötös, Audi, Mercedes, Opel, Suzuki, BMW jelenlétével.

(<http://automotivexpo.hu/> [Olvasva:2015.11.29.]

## **7 Utazás Kiállítás**

### **7.1 Utazás Kiállítás bemutatása**

„Magyarország legnagyobb turisztikai seregszemléje” – hirdeti így a Hungexpo Utazás Kiállítását. Nem is hazudik ezzel, hiszen a közel 40 éve (2017-ben) megrendezésre kerülő turisztikai esemény, jelentős hazai és nemzetközi érdeklődéssel bír. A kiállítás 4 napos, melynek első napja a szakmai nap. Ezt 2012 óta tartják meg, lehetőséget nyitva szakmai konferenciák, fórumok és előadások tartására, növelve ezzel a kiállítás szakmai minőségét, értékét. A többi nap már a nagyközönség számára is nyitott. Általában kiegészül a Bringaexpo Kiállítással, mely tárt kapukkal várja a kerékpár fanatikusait. Minden évben számos programmal színesítik az eseményt, például színpadi zenés, táncos bemutatókkal, egy-egy utazási iroda egyedi előadásával, mini koncertekkel, színjátékkal, nyereményjátékokkal. Emellett a kiállításokon mindig szerepel egy belföldi és egy külföldi kiemelt díszvendég, mely a tavalyi évben Pécs illetve Tunézia, idén, 2015-ben Székesfehérvár és Románia volt. A kiemelt díszvendégek még színesebb palettát vonultatnak fel, hagyományaik bemutatásával, tradicionális termékeikkel még közelebb hozzák „világukat” az érdeklődők számára. Ez igaz természetesen az Utazás Kiállítás egészére, célja elsősorban az utazni vágyó közönség elérése a hazai és nemzetközi turisztikai kínálatok sokaságával. A kiállítók számára pedig remek lehetőség termékük, csomagjaik bemutatására, útjaik értékesítésére, illetve megjelenésükkel versenytársaik és nagyközönség előtti imázsuk javítására, megőrzésére.

### **7.2 Utazás Kiállítás 2015**

A kiállítás 2015-ben a 38. alkalommal is ismét nagy sikerrel zárult. Az eseményt február 26. és március 1. között csaknem 40.000 látogató kereste fel. A legnagyobb számmal idén is a szombati nap bírt, 12.000-en jöttek el aznap a vásárterületre.

A Hungexpo idej koncepciója alapján, a régiókkal összefogva alakította ki turisztikai kínálatát, így 7 magyarországi régió született, 70 kiállítóval. Első napja, már 3. alkalommal is szakmáé volt. A 25-ös pavilonban tartott konferenciák, előadások és fórumok résztvevői egyöntetűen hasznosnak és a jövő évi tervezés szempontjából előremutatónak nevezték a programokat, köztük a Magyar Turizmus

(MT) Zrt. Nyílt Napját, dr. Somogyi Zoltánnak, az UNWTO ügyvezető igazgatójának előadását a gasztroturizmus kínálta lehetőségekről és dr. Ruszinkó Ádám turizmusért felelős helyettes államtitkár tájékoztatóját a hazai turizmus fejlesztésének lehetőségeiről. Az esemény fontosságával bírva a Magyar Turizmus Zrt. itt mutatta be 2015-17-es marketing tervét. Nyilatkozott Dr. Faragó Péter, a Magyar Turizmus Zrt. vezérigazgatója, illetve Horváth Gergely, vezérigazgató-helyettes is, akik kiemelték az egyes turisztikai ágazatok együttműködésének fontosságát.

A nagyközönség számára idén is számos programot kínált a kiállítás. A kiállítóknak lehetősége nyílt különböző, tematikus standok kialakítására, mint például gasztronómiai-éttermi stand kialakítására, avagy „Kaland-sziget” kiépítésére, melyen a manapság nagyon felkapott kalandparkok, szabadulós szobák kínálatát mutathatták be, akár egy interaktív rész kiépítésével együtt. *(A kiállítói standajánlat az előbb említett típusokra, a 2. és 3. számú mellékletben található.)*

Jól sikerült a kiállítás két díszvendégeinek bemutatkozása. Székesfehérvár dekoratív, egyedi koncepció alapján épített standjánál a négy nap alatt több ezren megfordultak. Románia standján – köszönhetően a számos társkiállítónak is – átfogó képet kaphattak a látogatók az utazási lehetőségekről és az ország kínálat látványosságokról.

A kiállítás legnagyobb attrakciója az a hatalmas Magyarország térkép volt, amely egymillió LEGO® kockából készült. Az országban még nem épült ekkora LEGO-térkép. A 180 m<sup>2</sup>-es „alkotásra” felkerült az ország tíz jelentős látványossága: a Tihanyi Bencés Apátság, a Szent István Bazilika, a hortobágyi Kilenclyükú híd, a Debreceni Református Nagytemplom, a Pannonhalmi Apátság, a karcagi szélmalom, a pécsi Dzsámi, a fehérvári Országalma, a gyulai vár, valamint Tokaj jelképei a boros hordók és egy palack aszú – mind LEGO kockából. Az építésben személyesen is volt szerencsém részt venni, ahogy a sok ezer látogatónak is; kisgyermekek számára hatalmas élményt nyújtott a legózási lehetőség. A kiállítás lelkes animátorainak köszönhetően, a kisgyermekes családoknak lehetősége nyílt egy kis időre akár a legó-szigeten hagyni gyermekeiket, még a szülők nyugodtan nézelődhettek a megannyi utazási kínálat között.

A kiállítók tapasztalatai szerint idén a várakozáson felül nőtt a potenciális érdeklődők súlya, azaz azon (egyéni és szakmai) látogatók, akik nem csupán általánosságban érdeklődnek egy-egy program vagy szolgáltatás iránt, hanem

konkrét ajánlattal távoznak. Remek előfoglalási akciókat kínálnak ilyenkor az utazási irodák, így a látogatóknak van esélye nyaralásuk felől akár februárban döntést hozni.

A kiállítás idei újdonságaként megjelenő „Teszt&Go – Autók tesztközelen” elnevezésű program is nagy sikert aratott. 11 autómárka különböző modelljeit próbálhatták ki a magas számú érdeklődő, akik így pontos információkat szereztek a jövőben esetleg megvásárolni tervezett járművekről.

2015-ben ezen kívül megjelent egy óriási standdal az Afrika-expo kiállítás is, mely szintén hatalmas sikert aratott a trópusi növényekkel dekorált, színes Afrika-területen, 15 afrikai ország és 25 kiállító bemutatkozásával, 570 négyzetméteren. A színpadi programok között is többször láthattuk a csapat hangulatos zenei bemutatóját, mellyel sikerült megteremteniük az afrikai világ atmoszféráját.

Ahogy már korábbi években, a Hungexpo idén is helyszínt adott a Port.hu Bringaexpo eseménynek, mely a G pavilonban 10 ezer négyzetméteren 70 kiállító és 120 kerékpáros márkával várta az érdeklődő kerékpárosokat. 2015 újdonságait nézhették meg és próbálhatták ki a látogatók, illetve a Bringaexpo tesztpályáját az úgynevezett pumpa pályát, valamint akár versenyzésre is lehetőségük volt a Csepel színpadon, ahol egymás ellen tekerhettek a vállalkozó kedvűek - 500 méteres távokon.

A kiállítás másik nagy sikerének bizonyult az idei nyereményjáték, mellyel egy mauritiusi álomutazás került kisorsolásra. Egy rövid teszt kitöltésével *(lásd 4.számú melléklet)*, bárki részt vehetett a játékban, esélyt kaphatott a csodás utazás elnyerésére. A sorsolásra március 10-e után került sor, a szerencsés nyertesek Czigány József és párja, későbbi mauritiusi élménybeszámolójukban is még százszorosan köszönetet mondtak a Hungexponak és a játék lehetőségnek. (<https://www.facebook.com> [Olvasva:2015.12.01.]

(<http://hungexpo.hu> [Olvasva:2015.12.01.]

*(A 2015-ös Utazás Kiállítás részletes programját és a kiállítói listát tartalmazó látogatói programfüzetet a 4. számú mellékletben olvashatják.)*

### **7.2.1 Utazás Kiállítás szervezési menete, a kiállítói jelentkezés folyamata**

Az Utazás Kiállítás szervezése Hungexpo részéről, a többi kiállításéhoz hasonlóan, három területre osztható: értékesítés, marketing és szervezési feladatok. A legkorábban az értékesítők kezdenek el egy-egy kiállítással foglalkozni. Már az

előző évi esemény alatt járják a standokat és érdeklődnek a hozzájuk tartozó kiállítók felől, jövőbeni terveikről, részt kívánnak-e venni a kiállításon, sikeresnek találják-e a jelenlegit. Később összegyűjtik, majd kiértékelik a kapott tapasztalatokat, majd ezek alapján összeállítják a következő évi jelentkezési ívet, illetve helydij kalkulációt készítenek *(5. számú melléklet)*. Az Utazás Kiállítás esetében ez évek óta változatlan. Ezen ajánlatokat egyből ki is küldik a potenciális kiállítók részére, és várják visszajelzésüket.

A marketingesek feladata elkészíteni az úgynevezett Fly-ereket, melyek például kedvezményes bérleti díjakat, különlegesebb ajánlatokat reklámoznak. Idén ezek például a már említett gasztronómiai és kaland-sziget standajánlatok voltak, illetve kedvezmény a MUISZ tagok számára, vagy akár a 25 %-os kedvezményt ígérő Turizmus Világnapján való jelentkezés (tehát szeptember 27-én). *(A már korábban említett 2. és 3. számú melléklet, illetve a 6. és 7. számú melléklet mutatja ezeket)*

Az ajánlatokat természetesen magyar és angol nyelven is készítik. A marketing részleg másik fontos feladata továbbá az úgynevezett Followup-ok elkészítése, mely a kiállítás bezárása utána kerül kiküldésre a kiállítók részére. Összefoglalja a kiállítás, paramétereit, látogatók számát, eredményességét, segítve ezzel a kiállítók jövőbeni kiállítással kapcsolatos döntéseit. Természetesen ezen kívül az országos kampány, reklám és propaganda kialakítása is mind a marketing feladataihoz kapcsolódik.

A szervezők legfontosabb munkája, hogy miután az értékesítőkhöz visszajelzés került, elkezdjék kiküldeni a már biztosan résztvevő kiállítók számára a 30 %-os előlegbekérőt a helydij felől, majd legkésőbb a kiállítás előtt 1 hónappal kiszámlázniuk a 70 %-os előlegbekérőt. Ezen felül, miután felvették a kapcsolatot a kiállítóval, elkezdik a részleteket megbeszélni: milyen igényei vannak, milyen típusú standot szeretne, milyen szolgáltatásokat, berendezéseket igényel. Ezek megrendeléséhez különböző szolgáltatás-megrendelő ívek vannak, melyek árai minden kiállításon azonosak, viszont eltérőek attól függően, hogy mikor rendeli meg a kiállító. Akár a kiállítás ideje alatt is beszerezhető bármi a Hungexpo Service Standján, azonban ekkor már magas helyszíni felárral kell számolni az előzetes árakhoz képest. *(A kezdő kiállítói jelentkezési garnitúrát a 8. számú melléklet tartalmazza.)*

A szervezők feladata továbbá az I. számú tájékoztató elkészítése és kiküldése, mely tartalmazza a kiállítói regisztráció információit, a közérdekű telefonszámokat, a parkolási és standdal kapcsolatos információkat, a számla rendezéséről való tájékoztatást. Később eljuttatják ügyfeleikhez a II. és III. számú tájékoztatót is, melyek tartalmazzák a pénztár nyitva tartását, a Service stand üzemeltetési idejét, a standépítéssel, tűzvédelemmel és vagyonvédelemmel kapcsolatos információkat és a pavilonok nyitvatartási idejét.

Ezen kívül fontos időben bekérniük a standépítési tervdokumentációkat, melyek hiányában nem engedélyezhető a kiállítói standok építésének megkezdése.

Az építési idő általában 3 nap, de van lehetőség előépítés igénylésére, ha valakinek rövid ez az időtartam. A bontási idő szintén kérésre meghosszabbítható, az alap, a kiállítás után 2 nap.

Az építési idő első napjával egyidejűleg megnyitják a kiállítói regisztrációs pultot a Hungexpo K épületében, ahol a kiállítók (ha előzetesen nem igényelték postai úton) átvehetik meghívóikat, illetve építési, behajtási engedélyüket, belépőjüket. Általában ezt a feladatot diákok végzik, de a kiállító bármilyen problémája, fennakadás esetében, a szervező feladata megoldani azt, így mindig jelen vannak ők is és segítenek a munkában.

A már említett Service Stand is üzemel az építés első napjától kezdve, így a helyszínen közvetlenül is segítséget kapnak a kiállítók, építők, bármilyen kérdés, probléma esetén.

A Hungexpo összes kiállítását alvállalkozóik segítségével végzik, akik az építési és bontási feladatoktól kezdve az üzemelésen át számos területen tevékenykednek. Ők a következők: ExpoDekor Grafikai Stúdió, Magyar Turizmus Zrt., Mellow Mood Group, Modul 'GP Kft., Plantart Dísznövénykereskedelmi és Szolgáltató Kft., rentIT Kft., Schenker Kft.

Szakmai gyakorlatom alatt szerzett tapasztalataim alapján is állíthatom, a Hungexpo részéről komoly feladat kiállításainak problémamentes lebonyolítása. Az Utazás Kiállítás sikerességének egyik fő oka az ott dolgozók rutinossága, problémamegoldó készsége és nem utolsósorban a szakma iránti szeretete. Hiszen bármennyi munkával is jár a kiállítás szervezés, az eredmény, az elégedett kiállítói és látogatói dicséret, kárpótolják az embert.



## **8 A Syma Rendezvényközpont bemutatása**

### **8.1 Syma Rendezvényközpont – Cégismertető**

A SYMA+SD Kft. 1990-ben alakult, a SYMA svájci kiállítási installáció hazai képviselőjeként. A vállalkozás 51 %-os tulajdonosa azóta is a SYMA Holding AG, 49 %-a Szántó András. Saját szegmensében a vállalkozás már a 90-es évek első felében a piacvezetők közé tartozott. A Budapest Sportcsarnok 1999. évi leégése után megpályázta és elnyerte egy, a Népstadion területén létesítendő rendezvénycsarnok felépítésének és üzemeltetésének jogát.

Az első három évben (2000-2003) SAP néven működő csarnok piaci bevezetése remekül sikerült. 2006-ban felépült az "A" és a "C" rendezvénycsarnok is, melyek létrehozását egy 2005. évi pályázat elnyerése tette lehetővé. A Rendezvényközpont már több mint öt éve nemcsak Magyarország egyik legkorszerűbb, piacvezető rendezvényhelyszíne, évi több mint 120 rendezvény befogadásával.

(<http://www.syma.hu/> [Olvasva:2015.12.02.]

### **8.2 Syma Rendezvényközpont paraméterei, a helyszín bemutatása**

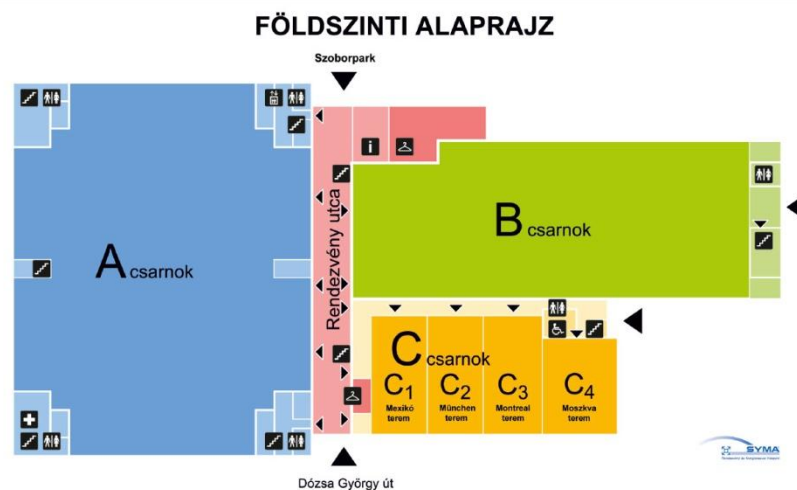
A SYMA Rendezvény és Kongresszusi Központ felépülésével új korszakot nyitott a hazai és nemzetközi rendezvényszervezők előtt: az épület szerkezetének, adottságainak és mindenekelőtt teljes körű infrastruktúrájának köszönhetően szinte bármilyen rendezvény megvalósításához remek lehetőséget nyújt. Kitűnő megközelíthetősége, az ingyenes parkolóhelyek, a belső terek oszlop nélküli kialakítása, szekcionálhatósága, a számtalan különterem, illetve a helyszínen működő étterem mind szakmai sikerességéhez járulnak hozzá.

A kiállítás-szervezők részére kombinált kiállítás-kivitelezési és csarnokbérleti csomagokat, a koncertszervezők számára különböző álló, ültetett és lelátós konfigurációkat kínál. A nemzetközi standardok alapján szervezett kongresszusok

igényeit 2500 főig teljes körűen ki tudják elégíteni köszönhetően a C épületben kialakítható 4 db hangszigetelt szekcióteremnek.

Magyarország legnagyobb kongresszusi központját tudták megnyitni, a "C" csarnok átépítésével. Lehetőséget teremt 2.000 fős kongresszusok teljes körű rendezésére és lebonyolítására. A pavilon a legmodernebb mobil hangszigetelő falak segítségével 4 db 300-500 fős szekcióteremmé alakítható át. Emellett rendelkezésre áll a nemzetközi kongresszusokhoz elengedhetetlen, 7.000 m<sup>2</sup>-es kiállítási terület is az "A" csarnokban, továbbá az akár 2.300 fős étkeztetés befogadására alkalmas "B" csarnok.

*(A csarnokok részletes paramétereit a 9. számú melléklet tartalmazza.)*



7.ábra - Forrás: <http://symba.hu/alaprajz.php?lang=hu>

(<http://www.symba.hu> [Olvasva:2015.12.02.] )

## 8.3 A Syma Rendezvényközpont tevékenységei

### 8.3.1 A Syma Rendezvényközpont főbb tevékenységei

A Rendezvényközpont a Hungexpoval ellentétben, elsődlegesen nem saját kiállítások szervezésével, hanem csarnokbérbeadással foglalkozik. Az előző paraméterek alapján helyszínt biztosít, legyen szó kongresszusról, konferenciáról, kiállításról, koncertekről, partikról, sportrendezvényekről, fogadásokról, gálavacsorákról, céges rendezvényekről és csapatépítő tréningekről, termékbemutatókról, vagy akár zenei és művészeti rendezvényekről.

Ezen felül foglalkozik konferenciák és kongresszusok szervezésével, kiállítások tervezésével és kivitelezésével, illetve vannak saját szervezésű kiállításai is, akárcsak a Hungexponak.

(<http://syma.hu/> [Olvasva:2015.12.02.]

### **8.3.2 A Syma Rendezvényközpont kiállításai, rendezvényei**

A Hungexpoval ellentétben a Syma Rendezvényközpontnak nincs sok állandó kiállítása. Ez leginkább abból adódik, hogy fő profilja a csarnok bérbeadása és nem a kiállítás szervezés. Ennek ellenére, évente számos színes rendezvénynek ad helyet. Az egyszerűség kedvéért, olyan kiállításokból és rendezvényekből szeretnék megemlíteni párat, melyek tematikában hasonlóak a Hungexpo valamely kiállításához, vagy melyek 2015-ben kerültek megrendezésre a Symában.

#### **1. Cipő szakkiállítások:**

Tipikusan a Symára jellemző, hogy évente több cipővásárt is rendez. Idén összesen 4 alkalommal került megrendezésre ilyen jellegű kiállítás, a „Nemzetközi Bőr és Cipő Szakkiállítás”, illetve a „Kedvezményes Cipő-és Ruhavásár”, két-két alkalommal, tavasszal illetve ősszel. A belépés mindkét eseményre ingyenes, a Nemzetközi kiállítás esetében regisztrációhoz kötött.

#### **2. Labortechnikai Szakkiállítás:**

A kiállításon immár 17. alkalommal lehetett laboratóriumi és analitikai mérőműszereket, laborszakozókat és berendezéseket, illetve laborbútorokat és laborvegyszereket megtekinteni. Minden évben bemutatkoznak továbbá analitikai mérés-szolgáltatók és szerviz cégek. Ezen felül az egyre népszerűbb biotechnológiával is megismerkedhet a szakmai közönség, miközben tudományos szakkönyveket és folyóiratokat vásárolhat. A belépés erre az eseményre is díjtalan.

#### **3. A Legjobb Otthon Lakberendezési Kiállítás és Vásár:**

A rendezvény szakmai támogatója a LOSZ (Lakberendezők Országos Szövetsége), akik az egész kiállítás alatt segítséget nyújtanak és lakberendezési tanácsokat adnak a látogatók számára. Emellett szakmai fórumokat is tartanak, melyek hasznosak lehetnek a kezdő, akár haladó lakberendezők számára is. A

kiállításon nyereményjátékot is szerveznek, melyen értékes nyereményekkel gazdagodhatnak a résztvevők: wellness hétvégét, bútor vásárlási utalványt, festményeket nyerhetnek. Továbbá a kiállítás színesítése érdekében, változatos színpadi műsorok szórakoztatják az érdeklődőket.

(<http://syma.hu> [Olvasva:2015.12.03.]

(Egyik konkurens kiállításnak említeném, a Hungexpon megrendezésre kerülő Construma csokor egyik tagja, az OtthonDesign nagyon hasonló profillal kecsegtet.)

#### **4. Horgászshow**

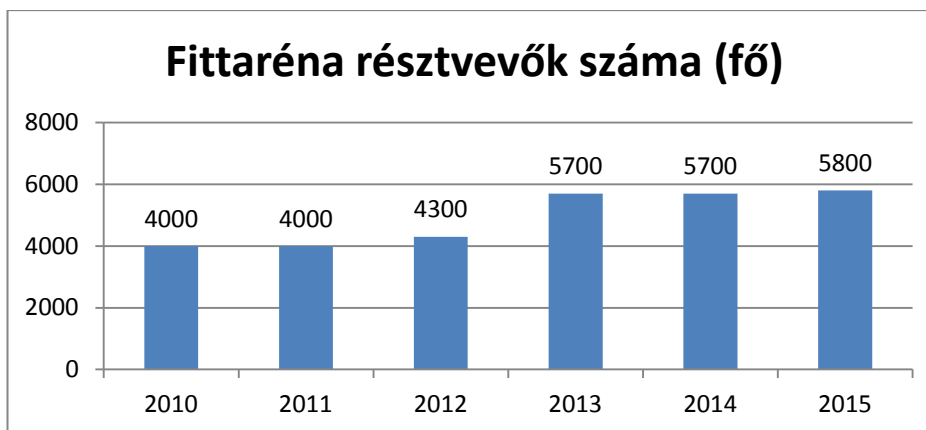
A Syma Rendezvényközpont minden évben kétszer, tavasszal és ősszel is megrendezi HorgászShow Kiállítását. Minden horgászport iránt érdeklődő számára kikapcsolódást nyújt, de akár annak is aki egyszerűen csak szeretné jól érezni magát egy családi rendezvényen. A kiállításon kicsik és nagyok, amatőrök és profik is megtalálják a kedvükre való programot, melyek különböző színpadi és szabadtéri programokból tevődnek össze. Játékok, bemutatók, horgászport-alkatrészek tömkelege várja az érdeklődőket.

(<http://horgaszkiallitas.hu/> [Olvasva:2015.12.03.]

(Kifejezetten konkurenciát jelent a 3 napos esemény a Hungexpo számára. Nagyon hasonlít az ott megrendezésre kerülő FeHoVa kiállítás Horgászati részéhez, még a kiállítói lista is sok helyen egybecseng.)

#### **5. DECATHLON - FittAréna**

Idén a 10. alkalommal került megrendezésre a sportesemény a Syma csarnokában. Vendégrendezvény, tehát nem önálló szervezésben történik. Az eseményen több mint 200 fellépő 20 színpadon, különböző stílusú fitneszórakon mozgatta meg “az év legfittebb napjára” érkező rekordszámú, 5800 résztvevőt. Az esemény sikerességét jelzi az évről évre növekvő látogatói szám, melyet a következő diagram mutat:



8. ábra – Forrás: <http://fittarena.hu/>

(Szintén megemlítendő a Hungexpo az eseménynél, hiszen 2015 októberében az ő területén is megrendezésre került egy sportrendezvény, a Fitbalance. A két esemény hasonló jellege és szinte azonos időpontja (Syma: október 31., Hungexpo: október 24-25.) miatt egyértelműen konkurens rendezvénynek tekinthető.)

## 6. A Játékkészítő

Teljesen egyedi rendezvénye a Symának, mely alkalmával a Csarnok átalakul egy színház helyszínévé. A Játékkészítő egy zenés pop-show musical, Stohl András főszereplésével. Kicsiknek nagyoknak egyaránt szórakozási lehetőséget kínál a darab, melyet december 26-29-éig játszanak a Syma Központban.

(<http://www.ajatekkeszito.hu> [Olvasva:2015.12.03.]

## 7. Csík zenekar

A zenekar neve úgy gondolom mindenki számára ismerős. Ez évben az együttes „Óévbúcsúztató” koncertjét a Syma Rendezvényközpontban tartja, 2015. december 30-án, este 8 órakor.

(<http://syma.hu/> [Olvasva:2015.12.03.]

A teljesség igénye nélkül ugyan, de úgy gondolom az előző felsorolásban sikerült rámutatnom hasonló jellegű, illetve teljesen eltérő kiállításokra és rendezvényekre, melyeket a Syma Rendezvényközpontban tartanak. A későbbiekben még kívánok visszatérni ezekre, melyek – többek között – segítenek rámutatni, hogy versenytársaknak nevezhető-e a két helyszín, avagy sem.

## **Alkalmazott kutatási módszerek**

Szakedolgozatom megírásához a szekunder kutatások mellett, primer kutatást is végeztem, mégpedig személyes, mélyinterjúk keretében. Egyik interjú alanyom, Kovács Dániel volt, aki a Hungexpo volt dolgozója, illetve a Symában is dolgozott, - ő szervezte a Horgászshow-t több alkalommal is -, így nagy segítségemre volt a két helyszín összehasonlításában. A vele készített interjú alapján készítettem el a Hungexpo Zrt., illetve a Syma Rendezvényközpont SWOT-analízisét, melyeket a következő fejezetben szemléltetek, illetve elemzek. Az ő segítségével, illetve további szekunder kutatások alapján próbáltam a két helyszín paramétereit, rendezvényeit összevetni, megkeresni a hasonló és különböző pontokat.

Dolgozatom fő kérdésére - hogy egy utazás kiállítás megrendezésében a Syma Rendezvényközpont szintén megállná-e a helyét - keresve a választ, második interjú alanyom Kovács Péter volt, aki a Green Travel értékesítési vezetőjeként, már évek óta résztvevője a Hungexpon megrendezésre kerülő Utazás Kiállításnak. A vele folytatott interjú során kíváncsi voltam kiállítói tapasztalataira, arra, hogy mennyire elégedett a kiállítással, és a kapott szolgáltatásokkal, továbbá javaslataira, valamint, hogy mi a véleménye arról, ha a fővárosban máshol is megrendezésre kerülne hasonló jellegű kiállítás.

Mindkét interjúm néhány kérdést taglal csak (7-10), azonban a két személy segítőkész és kimerítő válaszainak köszönhetően, nagyon nagy segítség volt konklúziók levonásában és későbbi javaslataim megállapításához.

## Eredmények

### 9 A Hungexpo Zrt. és a Syma Rendezvényközpont összehasonlítása

A két helyszín összehasonlíthatósága érdekében, először Swot-analízisüket szeretném bemutatni, melyeket a következő két táblázat szemléltet:

#### 1. Hungexpo Zrt. SWOT analízise

<p style="text-align: center;"><b>Erősségek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• nagy méret – szabadter és fedett terület is</li> <li>• nagy, saját látogatói, kiállítói parkoló</li> <li>• minden kiállítási eszköz elérhető közelségben</li> <li>• kialakított, egyértelmű ügyfélszolgálat (térben és eszközben is)</li> <li>• EBMS- rendszer</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Gyengeségek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• bonyolult és hosszú adminisztráció</li> <li>• értékesítési szemlélet nem egyformán erős a külső és belső ügyosztály között</li> <li>• rugalmatlan árképzés</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Lehetőségek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• több konferencia bevonása</li> <li>• színház jellegű előadások erősítése</li> <li>• filmstúdióként való hasznosítás</li> <li>• nyári holtidőszak jobb kihasználása</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Veszélyek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ügyfelek elriadnak, elpártolnak</li> <li>• versenytársak jelenléte</li> </ul>

## 2. Syma Rendezvényközpont SWOT analízise

<p style="text-align: center;"><b>Erősségek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• jó elhelyezkedés</li> <li>• rugalmasság</li> <li>• rugalmas árképzési metódusok</li> <li>• kisebb méret → emberközeliség</li> <li>• jól képzett, megbízható biztonsági szolgálat</li> <li>• színház jellegű előadások</li> <li>• nagy kongresszusi terem</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Gyengeségek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kevés m<sup>2</sup> → kisebb rendezvények</li> <li>• „B” pavilonja-csak sportesemények</li> <li>• kicsi saját parkoló (Puskás Ferenc Stadioné)</li> <li>• kivitelező raktára messze van</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Lehetőségek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• konferenciatermek jobb kihasználása</li> <li>• több állandó kiállítás szervezése</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Veszélyek</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• kisajátítás</li> <li>• versenytársak jelenléte</li> </ul>

10.ábra - Forrás: saját szerkesztés, 2015

A két Swot-táblázatot összehasonlítva, több ponton is felfedezhetjük, hogy ami az egyik helyszín előnye (erőssége), az éppen a másik kifejezett hátránya (gyengesége). Mindkettő rendelkezik egyaránt hiányosságokkal, de egyedi adottságokkal is.

Területüket illetően, egyértelműen a Hungexpo győzedelmeskedik. Ahogy már korábban említettem, 55.000 m<sup>2</sup> fedett, és további 24.000 m<sup>2</sup> szabad területtel rendelkezik. Éppen ezt a pontot láthatjuk a Syma gyengeségei között, hiszen hasznos rendezvény alapterülete nem túl nagy, mindössze 13.600 m<sup>2</sup>. A pavilonok száma ebből adódóan szintén aránytalanul magasabb a Hungexpo javára, összesen nyolc pavilonnal rendelkezik, még a Syma csak három csarnokkal.

Bár a saját parkoló a Hungexpo előnyeinek szerepel, a Symánál pedig a hátrányok között ennek hiánya, közelebbről vizsgálva nem ilyen egyértelmű az



ellentét. Az Expo területén egész nagy, kiállítók és látogatók részére fenntartott parkoló fekszik (több, mint 2700 autó és közel 400 busz számára), igénybevételének díja a kiállítások ideje alatt, meglehetősen magasnak mondható (1200-1800 Ft/nap). Ezzel ellentétben, habár a Syma saját parkolóval abszolút nem rendelkezik - kisebb, 700 fős parkolója is valójában a Puskás Stadionhoz tartozik -, ingyenes, illetve a közelében lévő Aréna Pláza és Aréna Hotel parkolói szintén díjmentesen igénybe vehetők szükség szerint. Az Aréna Hotel ezen felül, összehasonlítva a Hungexpo mellett lévő EXPO Hotellal, ár-érték arányban is kedvezőbb.

Tovább haladva a Hungexpo erősségeinek pontjain, elmondható, tényleg jól működő, egyértelmű kiszolgálás történik az ügyfelek számára. Ez köszönhető a kiállítások folyamatos, évről-évre való megisméltődésének, amik során már nem csak a Hungexpo dolgozói, de a visszatérő kiállítók is rutinosan mozognak, ismerik az ügyfélkiszolgálási folyamatot.

Az előbb előnyként említett visszatérő kiállítások, ugyanakkor hátrányokat is jelenthetnek: a Hungexponál fent felvetett rugalmatlan árképzés többek között abból adódik, hogy kialakult egy jól bevált rendszerük, a szolgáltatások, kiállítások árait illetően is, így nehezen akarnak ettől eltérni, ebből engedni. A magas ügyfélszám miatt is nehéz lenne ez. Ide kapcsolódik multinacionális mivoltuk, nem tudnak személyes kapcsolatokat kialakítani partnereikkel (csak nagyon ritka esetekben, mikor visszatérő a kiállító, évről-évre ugyanazzal a szervezővel dolgozhat együtt, esetleg évente több kiállításon is részt vesz).

Ugyanígy, a Syma változatos rendezvényei előnyt jelentenek - hiszen sokszínűvé teszik -, mégis hátrány, mert nehéz kialakítani visszatérő, állandó ügyfélkört. Ugyanakkor kisebbségével egyidejűleg a partnerek is kevesebben vannak, így könnyebb személyesebb kapcsolatokat építeni, külön, személyre szabott igényeket megvalósítani, rugalmasabb árképzést alkalmazni. Ezáltal emberközelibbé válik a helyszín.

A Hungexpo lehetőségeit vizsgálva észrevehetjük, hogy a Symánál előnyként megjelenő programok és rendezvények is megjelennek. Ez teljes mértékben megvalósítható lenne az Expo területén, a különböző vendégrendezvények bevonása segítené a nyári holtidőszak kiküszöbölését is. A veszélyként megemlített elpártoló ügyfelek esete, leginkább a gyengeségek következményeként alakulhat ki. A nagy multi cég felosztott, disztribucionális működése (értékesítés, marketing, szervezés...)

miatt bonyolulttá válik az ügyfél számára a kapcsolattartás és szervezés, illetve a hosszú és nagy mennyiségű adminisztráció szintén elrettentő lehet.

A Syma lehetőségei a Hungexpo előnyeinél is megjelennek. Ezek a saját kiállítások rendszeressége, melyek segíthetnének a visszatérő kiállítói és vendégkör kialakításában. Nagy konferencia termei pedig a MICE utazók megcélzásával kerülhetnének még inkább előtérbe.

Beszélgető partnerem, Kovács Dániel, személyesen ismeri mindkét helyszínt. Arra a kérdésemre, hogy szerinte versenytársnak tekinthetők-e, egyből azt válaszolta, mindenképpen annak nevezhetők. Ez elsősorban hasonló típusú rendezvényeikből adódik. Bár ezek nem mindegyike állandó - korábbi években voltak akár -, mégis jól rámutatnak a két cég profiljának azonosságaira. Az előzőekben már említettem pár ilyen jellegű kiállítást, a következő táblázatban próbálom kiegészíteni a listát.

Rendezvények	Syma Rendezvényközpontban	Hungexpo Zrt.-ben
Kiállítások	Ökoindustria	Ökotech
	Horgászshow	FeHoVa és Pontyshow
	Mobilitás	Automotive
	Lakberendezési Kiállítás és Vásár	OtthonDesign
Konferenciák	ESGE Kongresszus	ITU Telecom Word
Sportrendezvény	DECATHLON - Fittaréna	Fittbalance
Zene, buli	Csík Zenekar koncertje	Total Dance Fesztivál
Játék	PlayIT	
	Mondocon Fesztivál	

11.ábra – Forrás: saját szerkesztés, 2015

Láthatjuk, hogy sok azonos típusú rendezvényük volt már, illetve van jelenleg is. Az utolsó két példa, a Mondocon Felvonulás, illetve a PlayIT videogames hétvégék, mindkét helyszínen megjelentek már az utóbbi évek során. Legjobb példa arra, hogy a kiállítás szervezők folyamatosan figyelik egymást és kíméletlenül lecsapnak a lehetőségre, ha egy rendezvény, kiállítás vagy egy tematika elhozható/ellopható.

A különböző típusú rendezvények leginkább tematikában különíthetők el, hiszen ha nagyságrendeket mérnénk, minden esetben a Hungexpo győzne, nagy területének köszönhetően. A Symánál egyediek a színházi előadások, például a most játszódó Játékkészítő; kiállítások közül a Fagyalt Kiállítás, a Nyugdíjas Expo és a már említett Cipővásár. Hungexponál elsőként említem az Utazás Kiállítást, illetve Bringaexpo, Boatshow, Agromash, Construma, Motor, Mach-Tec.... tulajdonképpen minden általam is korábban bemutatott kiállítás sajátosnak mondható (a FeHoVa kivételével).

Dani azt is elárulta nekem, hogy a két helyen eltöltött idő után úgy látja, bár látszólag tematikájában hasonló célokra használják a két létesítményt, teljesen különböző ügyfélkörből és teljesen más értékesítési stratégiával dolgozik a két cég, ahogyan a szolgáltatásaikat igénybevevő ügyfelek is más elvárásokat támasztanak velük szembe.

A szolgáltatások árait nehéz lenne összehasonlítani, mert ezek teljesen kiállításfüggőek. A Hungexponál van egy egységes árlista, mely árait a megrendelés időpontja alapján különbözteti meg (erről korábban már írtam). A Symánál viszont nincsenek rögzített árak, a szervező és ügyfele megegyezése alapján alakítják ki ezeket (itt újra a rugalmasabb árképzést említhetnénk). De az alapvető tendencia azt mutatja, hogy a sikeresebb kiállításokat mindig drágábban mérik, mint a kevésbé sikereseket. A szervezők a kiállításokon megtermelt nyereségből élnek, ebből tudnak új projekteket nevelni vagy már futókat finanszírozni, ezért fontos a jó ár kialakítása.

Ami a szolgáltatások minőségét illeti, Dani itt szintén nem akart, nem tudott különbséget tenni a két helyszín között. Alapjában véve, mindenhol megkap mindent a partner. A kiállító szempontjából nem szembetűnő, de mindkét cég alvállalkozói hálózatokat működtet. Csak akkor mondja ki, hogy melyik alvállalkozó lesz a beszállító, ha nagyon jó biztosítékai vannak, hogy a kiállító nem fogja őt megkerülve igénybe venni a szolgáltatásokat. Talán Hungexpo előnyének e kérdésben megemlíteném, hogy könnyen elérhetők a beszállítói, alvállalkozói. A kiállítás ideje alatt is fordulhatnak bármilyen problémával a szervezőkhöz, szinte minden hiányosságot tudnak pótolni, viszonylag rövid időn belül. A Symánál ez azért bonyolultabb, mert a kivitelező raktára messze van, a Jászberényi úton, így ha valamit utólag rendelnek, sok idő mire a helyszínre megérkezik (sok esetben meg sem érkezik).

Összességében nagyon nehéz megmondani, hogy melyik helyszín a jobb. Mégis úgy gondolom – bár lehet kicsit elfogult vagyok - , hogy a Hungexpo Zrt. helyszíni adottságai jobbnak mondhatók. Ennek ellenére remek lehetőségeket kínál a Syma Csarnok is, főleg egy viszonylag kisebb - mint például az Utazás Kiállítás - megrendezése szempontjából. Persze akármilyen paraméterekkel, kvalitásokkal rendelkezhet egy helyszín, a legfontosabb, mennyire tudják ezt kihasználni, kamatoztatni.

## **10 Mélyinterjú a Green Travel értékesítési vezetőjével**

Még az előzőekben szervezői oldalról vizsgáltam a két helyszínt Dániel segítségével, addig a következőkben egy kiállító szemszögéből voltam kíváncsi arra, hogyan lát egy rendezvényt, mennyire elégedett a kapott szolgáltatásokkal, mik a tapasztalatai, esetleges javaslatai. Természetesen szakdolgozatom témája alapján, az Utazás Kiállítás egy többszörös kiállítójával, mégpedig a Green Travel értékesítési vezetőjével tartottam mélyinterjút. Kovács Péter teljes mértékig segítőkészen, nyíltan válaszolt kérdéseimre, így segítségével, a szekunder kutatások mellett, közelebbi, személyesebb rálátást kaptam a Hungexpóról és az ott rendezett Utazás Kiállításról.

Kovács Péter a Green Travelnél 2012 óta dolgozik. Az utazási iroda profilját illetően tudni kell, hogy ők egy tipikusan Tour operator iroda, azaz csak szervezéssel foglalkoznak, értékesítéssel nem. A cég 18 éve, beutaztató irodaként indult, majd beléptek a charter-piacra, mely által tavaly már 19 charter járatuk volt Törökországba. Ezen kívül külföldi járataik Görögországba, Máltára Bulgáriába, Egyiptomba, Horvátországba szólnak és már hajós utakat is szerveznek. A belföldi utaztatást illetően, egyedül Törökországból való beutaztatással foglalkoznak. Fontos tudni róluk továbbá, hogy Magyarországon egyedülálló módon Budapesten kívül Sármellékről, Debrecenből is indítanak gépeket Törökországba.

Rengeteg partnerirodával dolgoznak együtt. Minden külföldi desztinációjukhoz van legalább egy partnerük, illetve Görögország szigeteire külön-külön is. Magyarországon pedig összesen 600 iroda közvetíti útjaikat.

Partnereik révén, külföldi kiállításokon is részt szoktak venni. Ilyenkor azonban nem Green Travel néven jelennek meg, hanem török, görög társirodáik oldalán.

Minden évben ott vannak a legnagyobb utazási kiállításon, Németországban, az ITB Berlin-en, melynek a Messe Berlin ad helyet. Partnereik továbbá Hollandiában, Írországon is szoktak kiállítani.

Ezen kívül vidéken is mindig jelen vannak a hasonló jellegű kiállításokon, de itt is csak partnerirodáik oldalán, tehát nem kiállítóként. Miskolcon, Debrecenben, Szegeden, Pécsen, régebben Kaposváron, Győrön is jártak. Egyik legnagyobb ezek közül a miskolci, utána a debreceni, mely régió számukra kiemelt szereppel bír, hiszen innen is indulnak járataik.

Mint Green Travel, egyedül Budapesten az Utazás Kiállításon jelennek meg, tehát ez számukra a fő kiállítás.

Péter 17 éve vesz részt rajta, a Green Travel pedig kb 10 éve. Velük 2012 óta, előtte korábbi munkahelyei oldalán (Neckermann és Sun&Sun). A sok év tapasztalata alapján mesélte, hogy az Utazás Kiállítás régen mennyire más volt. Gyakorlatilag a teljes „A” pavilon megtelt, csak a magyarországi utazás szervezőkkel, külföldi kiállítókkal. Sokkal nagyobb volt rá az igény, egy eseménynek számított, mind a szakma, mind a nagyközönség köreiben.

Azonban sajnos a gazdasági válság nagyon érezhető volt az utazási piacon is, sőt, még ma is az. Bár az utazási kedv fellendülőben van már, a kiállítás régi formáját még messze nem nyerte vissza - Péter szerint nem is fogja már - . Ennek fő oka, hogy régen a kiállítás időpontjában adták a szervezők a legnagyobb kedvezményeket, még nem létezett ez a mai, klasszikus „first minute” előfoglalás. Gyakorlatilag ezek a kiállítási kedvezmények eltűntek, mára, mire megrendezésre kerül az esemény, már nincsenek olyan kedvező árak, mint mondjuk az őszi időszakban. Így a látogató számára sem éri meg a részvétel. Jogosan feltételezhető, hogy jelen pillanatban a kiállítás legnagyobb hátránya, kései időpontja. Sokkal hamarabb, már ősz végén megrendezésre kerülhetne, hiszen akkor valóban a legolcsóbb árakat tudnák kínálni a kiállítók.

Ezen kívül Péter nem nagyon említett negatívumokat. Árakat illetően egyedül a belépőjegy árát kérdőjelezi meg, melyet nagyon magasnak talál. (2015-ben a helyszíni ár 2.500 Ft volt, elővételben 1.900 Ft) Egy család esetében - bár kedvezményes - a jegy 4.800 Ft, ezen kívül esznek-isznak valamit a helyszínen és cserébe tulajdonképpen már a legjobb kedvezményeket sem kaphatják (az időpont miatt). Ezt a problémát vagy a belépőjegyek árának csökkentésével, vagy bármiféle

kedvezményel, jegy árának beszámításával kellene kiküszöbölni. (Idén a MÁV biztosított 50 %-os jegyár visszatérítést azon vidékiek számára, akik vonattal érkeztek a kiállításra.)

További negatívumként említésre került az attrakciók hiánya. A valóságban ebben az évben is igyekezett a Hungexpo újdonságokat bevonni (szabadulószoza, kaland-sziget standok, gasztro-standok, színpadi programok), mégsem sikerült kifejezetten a látogatói számot növelni. Régebben ezek a kiállítások családi eseménynek számítottak. Volt belföldi, lovas részleg, ékszer kiállítás, vagy együtt rendezték meg a hajós kiállítással (BoatShow), FeHoVa-val. Péter szerint most is erre lenne szükség, összekapcsolni más kiállításokkal, vagy olyan attrakciókat kitalálni, mely tényleg az utazni vágyó közönséget vonzza.

(Személy szerint úgy gondolom ezt idén próbálta megvalósítani a kiállítás, hiszen kialakítottak az „Afrika Expo” területét, voltak országokhoz, desztinációkhoz kötődő színpadi programok, vagy akár a LEGO- szigetet is említhetjük.)

Árral kapcsolatban afelől érdeklődtem Pétertől, hogy a szolgáltatások minőségét illetően, illetve a többi utazási kiállítást vizsgálva, az ár-érték arány megfelelő-e.

Péter - személy szerint -, teljesen elégedett a kapott szolgáltatásokkal és ezek áraival is. Elmondása szerint, csupán minimális változás volt az utóbbi években. Korai foglalás esetén olcsóbbak a stand bérleti díjak, illetve miután ők rendszeresen visszatérő kiállítók tulajdonképpen a legnagyobb standdal (520 m<sup>2</sup>), számos kedvezményt kapnak, például a m<sup>2</sup> árakat illetően.

Vidéki kiállítások költségeivel nem igazán hasonlítható össze, ezek egyértelműen alacsonyabbak, ám mivel időpontban még később kerülnek csak megrendezésre, ennek hátránya is kiütözik. Ami külföldöt illeti, miután a Hungexpo is francia kézben van, így árai európai színvonalat képviselnek. Bár nem hasonlítható például a Messe Berlin m<sup>2</sup> díjaihoz, de a budapesti kiállítás is kezd megközelíteni egy hasonló színvonalat.

Kérdésemre, hogy megéri-e részt venni a kiállításon, a következőket válaszolta Péter; A kiállításon való részvétel eredményessége, nem igazán mérhető. Miután a Green Travel egy Tour operator iroda, így közvetlen értékesítést nem folytat, így számukra a piaci megjelenés a legfontosabb, ezt kell erősíteniük. Ezért éri meg minél több kiállításon személyesen részt venni és megmutatkozni.

Legnagyobb előnye az Utazás Kiállításnak, hogy találkozik a szakma legjáva, mára már szinte presztízs kérdéssé vált, ki jelenik meg és ki nem. Lehetőséget teremt számos kollégával, partnerrel kapcsolatépítésre, avagy ápolásra, rendkívül sok és hasznos információ szerezhető egy-egy részvétel alkalmával.

Talán katalógusaik kiosztásában tudják mérni az eredményességet, illetve, bár náluk a standon nincs lehetőség foglalásra, résztvevő partnereiknél közvetlen értékesítés is folyik (erre szokott is példa lenni).

A Green Travel minden évben külön készül a kiállításra, nem véletlen rendelkeznek a legnagyobb standdal. Idén 50 törökországi hotellel, legnagyobb törökországi partnereikkel vettek részt, akik jelenléte azért kedvező, mert személyesen tudnak segíteni az érdeklődőknek.

Szakedolgozatom témája miatt, fel kellett tennem a kérdést, mit szólnának, ha lenne lehetőség Budapesten másik helyszínen is részt venni egy hasonló típusú kiállításon. Péter teljes mértékben úgy érzi, élne a lehetőséggel. Korábban is fontolgatta már, hogy a Symában rendezni kellene egy olyan kiállítást, mely csak Tour operatoroknak szól, tehát egy szűkebb szakmai rétegnek. Tulajdonképpen minden lehetőség érdekli őket, mérlegelés után persze, de ahol tudnak, megjelennek.

Összegezve Péterrel való interjúmat, úgy gondolom alapvetően ő - mint kiállító -, is azt bizonyítja, hogy igenis van még érdeme és értéke az Utazás Kiállításnak. Természetesen a korábbiakhoz képest ma már nem ugyanazt a színvonalat képviseli, az utazás jelenléte és igénye megvan a 21. században is. Nagyon fontos, hogy a keresletet és kínálatot összeegyeztessük és erre nincs is jobb lehetőség, mint egy kiállítás. A legfontosabb, melyet Péter többször is kihangsúlyozott, hogy változtatni kellene az időponton, illetve olyan attrakciókat alkotni, melyek még inkább vonzzák a látogatókat. Mindezek ellenére, a Green Travel jövőre is részt kíván venni a kiállításon.

A kérdés fontosságával kapcsolatban, hogy vajon van-e jövője az utazás kiállításoknak, találtam egy 2014-es cikket, mely ezt taglalja. Ebben Siklósi Csaba (a Hungexpo Zrt. akkori kereskedelmi igazgatója) a következőképpen nyilatkozik: „A piaci helyzet és a fogyasztói szokások változásának ellenére a kiállítás még mindig őrzi pozícióját, hiszen a turisztikai ágazat legmeghatározóbb és legnagyobb kiállítása. Szervezőként folyamatosan keressük azokat a lehetőségeket, amelyek segítségével a kiállítás alkalmazkodik a megváltozott igényekhez, körülményekhez.

Idén átfogó kutatást végeztünk a kiállítói és látogatói körben, a piaci elvárások pontosabb megismerése és a hatékonyság növelése érdekében. Folyamatosan látogatjuk a régió hasonló kiállításait, és egyeztetünk a külföldi kollegákkal, de egy valamit szem előtt kell tartanunk minden összehasonlítás esetében, hogy minden piacnak, minden országnak megvannak a saját kapacitásai és korlátai. Az, hogy 37. alkalommal is 500 cég és 40.000 ember volt kíváncsi a kiállításra, továbbra is egyértelmű bizonyítéka annak, hogy van relevanciája a turisztikai tematikájú vásároknak. A jövőben is azon leszünk, hogy fejlesszük, és méltó módon megőrizzük rendezvényünket"

(<http://www.turizmusonline.hu> [Olvasva:2015.12.10.]

A cikk, és azt hiszem Kovács Péter szavai is végső soron azt kívánják bizonyítani, hogy van kereslet és igény is az utazás kiállításokra. Bár sajnós a fenti, 2014-es adat a kiállítói számban csökkenést mutatott 2015-ben (már csak 377 kiállító volt jelen), a látogatói szám nem csökkent, évek óta stabilan követi a 40.000 fős szintet. Ebből is levonhatjuk azt a következtetést, hogy az utazási kedv töretlenül magas és ezt muszáj lenne kihasználniuk az utazási irodáknak is.

A Hungexpo a 2015-ös Utazás Kiállítás után a következő adatokat állapította meg:

- a látogatók 27 %-a belföldi, 27 %-a külföldi úti cél iránt érdeklődik elsősorban
- látogatóink 60 %-a szokott utazási irodával együttműködni, és 91 % utazik egy évben többször belföldön
- a látogatók 81 %-a tervezi 2016-ban is meglátogatni a kiállítást
- a látogatók 72 %-a ugyanolyannak vagy jobbnak ítélte meg a kiállítást mint a korábbi évben
- a látogatók 62 %-a nő és 38 %-a férfi

(<http://utazas.hungexpo.hu> [Olvasva:2015.12.10.]

A legsokatmondóbb az a 81%-os látogatói szám, akik a 2016-os kiállításon is részt kívánnak venni, illetve az alatta szereplő 72%-os pozitív elégedettséget mutató szám. Összességében úgy gondolom ez egy pozitív visszajelzést mutat az Utazás Kiállítást jövőjét tekintve.



## Konklúziók, Javaslato

Az előző eredményeket kielemezvén, véleményem szerint számos fejlődési lehetőség rejlik mindkét helyszínben. Ezen kívül magára az Utazás Kiállítás javítására is született néhány ötletem, javaslatom, melyek talán a kiállítás még nagyobb sikeréhez vezethetnének.

A Hungexpon megrendezésre kerülő Utazás Kiállítás egyik hibája, hogy magasak a belépőjegy árak. Egy átlag magyar lakosnak a 2.500 Ft-os díj (nem beszélve a vidékről érkezők utazási költségeiről) és a parkolás esetében felmerülő további 1.800 Ft-os költség, nagyon magasnak számít úgy, hogy tulajdonképpen semmi kézzel foghatót nem kapnak cserébe (az 1-2 katalóguson kívül). Ennek kiküszöbölésére, például be lehetne vezetni, hogy aki közvetlenül foglal utat a kiállítás idején, az adott út árába beszámításra kerül a belépési díj. Ezen kívül akár a későbbi foglalások esetében is (egy bizonyos időkorláton belül) a kiállítás belépőjét felmutatván, 5-10%-os kedvezményeket biztosíthatnának az utazási irodák.

Továbbá visszaidézve a korábbi Utazás Kiállításokat, ismét összevonásra kerülhetne másik kiállítással, akár kiállításokkal. A Bringaexpo bár megjelenik, de szerintem remek lenne - a már meglévők közül - a BoatShow és a Karaván Szalon megjelenése egy turisztikai kiállításon, hiszen ezek valamilyen szinten összeköthetők a szabadidővel, nyaralással, tehát az utazással. Nem beszélve számos más jellegű kiállítással, melyek újdonságot jelenthetnének. Szerintem nagyon pozitív kezdeményezés volt idén az Afrika Expo, ami közel hozta hozzánk a távoli világot. Ezen a vonalon is érdemes lenne tovább haladni, minden évben kellenének hasonló standrészlegek, különböző desztinációk hagyományinak, szokásainak tüzetes bemutatásával. A teljesen más jellegű, ám mégis közönséget vonzó kiegészítő kiállítás ötlete is pozitív hatásokat eredményezhet. Gondolok itt például a szintén régebben tartott Ékszer Kiállítás és Vásárra, vagy lovas programokra - melyre tökéletes helyszín az expo területe mellett fekvő Kincsem Park lovarda -. Számomra az is érdekes lenne, ha utazók személyes élménybeszámolóit hallgathatná a közönség, hiszen ezzel teszik hihetővé, elérhetővé az olykor „álomnak tűnő” távoli helyeket.

Véleményem szerint az előzőekben leírtak mind közönség vonzó erővel bírnak. A cél, hogy családok, párok, fiatalok és idősebbek is egyaránt megtalálják azt

a területet, mely érdeklődésüket felkelti. A kedvezőbb árak vonzereje csak ezután következik.

A Kovács Péterrel folytatott interjú ráébresztett engem is arra, hogy az Utazás Kiállítás legnagyobb hibája, a relatíve kései megrendezésének időpontja. A mai világ technikai fejlettségéből adódóan, kialakult egy „internetfüggő” társadalom. Szinte bármi elérhető a világhálón keresztül, így kezdi elveszíteni szükségességét és értékét a személyes kapcsolat, személyes megjelenés. Ugyan mai rohanó világban ez sokaknak kedvezően hat, ám mégis fontos lenne megőriznünk és észrevennünk a személyes jelenlét és kapcsolatok fontosságát. Az online utazási irodák megjelenésével veszélybe kerültek a szokványos irodák, éppen az előzőekben említett erények eltűnését eredményezhetik. Ezért is lenne fontos, hogy erősítsük a turizmus piaci megjelenését személyes, emberközeli eseményekkel, mint az Utazás Kiállítás. Korábbi megrendezésének egyik legfontosabb pontja az lenne, hogy versenybe tudna szállni az online is elérhető előfoglalási akciókkal. Ez önmagában sem elég, itt játszik fontos szerepet, hogy alkossunk olyan attrakciót emellett, mely a mai kényelmes társadalmat megmozgatja, felébreszti, érdeklődést kelt.

Tulajdonképpen ha azt vizsgáljuk, így is mekkora jelentőséggel bír a kiállítás, akkor az előző javaslatokat követvén, úgy gondolom, hatalmas sikert lehetne elérni.

Itt jöhet képbe akár egy másik kiállítási helyszín, a Syma Rendezvényközpont. Paramétereit alapján teljes mértékben megfelelné egy utazás kiállítás elvárásainak. Ha az előzőekben említett hiányok kiküszöbölésével és a korábbi időpont lehetőségével élne a helyszín, úgy gondolom az újdonság erejével hatalmas eseményt alkothatna. Egy őszi utazás kiállítás olyan piaci rést tölthetne be, mely Magyarországon teljesen egyedi lenne. Péter gondolataihoz visszatérve, tényleg jó ötlet lenne a szűkebb szakmai réteg megcélzása is akár - persze szintén kikerülve az előző hiányosságokat-.

A két helyszín sikerének javításához véleményem szerint egy jó irány, ha megkeresik azokat a réseket, melyek még hiányoznak kínálatukból, tevékenységeikből. A Swot-analízisnél már említettem ezeket. Az új rendezvények, palettájuk színesítése azért is fontos, mert az állandó újdonságok és fejlesztések egy innovatív vállalatot sugallnak, mely már önmagában is piaci vonzerő.

## Összefoglalás

Szakedolgozatom témaválasztásának fő célja az volt, hogy betekintést nyerhessen az olvasó a kiállítások világába, kedvet kapjon az ezeken való részvételhez.

A két helyszín kiemzése és közelebbi vizsgálata után, az általam keresett kérdésre „versenytársaknak számítanak-e”, úgy gondolom egyértelmű választ találtam. A Hungexpo Zrt. és a Syma Rendezvényközpont versenytársaknak tekinthetők. Ez nem feltétlen negatív, sőt, pozitív kijelentés mindkét vállalat irányába. Ez azt jelenti, van miből építkezni, van a piacon más, akivel versenybe szállhatnak. Ahogy említettem már korábban, a verseny megteremtése nagyon fontos, az egész gazdaság mozgatóereje, illetve innovációhoz, fejlődéshez vezet.

Kutatásom további célja az volt, hogy bebizonyítsam van jelentősége az Utazás Kiállításnak. A turizmusban, így a mi szakmánkban is nagyon fontos kihasználni és erősíteni ezt és a hasonló típusú rendezvényeket.

Szakmai gyakorlatom alatt beleszerettem a kiállítások világába és szerencsére úgy látom, számos további lehetőség rejlik még bennük. Szakedolgozatom megírása még inkább megerősített abban, hogy a rendezvény-, kiállítás szervezői munka bár rengeteg türelmet, precizitást követel, sok stresszel jár együtt, mégis izgalmas és tele van kreativitással. A szakma fő feladata úgy gondolom, ezt megragadni, folyamatosan újítani, alkotni. Mindezt természetesen úgy, hogy közben figyelik a társadalom változásait, igényeit, elvárásait. Véleményem szerint nagyon fontos emellett, hogy úgy alkossunk újat, hogy mindeközben megőrizzük az értékeket, kihangsúlyozzuk ezeket.

Úgy gondolom az Utazás Kiállítás megrendezése egy korábbi, őszi időpontban, sikerhez vezetne. Bár elfogult vagyok a Hungexpoval szemben, mégis be kell, hogy lássam, ha nem ők, egy másik helyszín, akár a Syma Csarnok is megfelelő lenne megvalósítására. Ki tudja, a jövőben talán én is részese lehetek ennek.

## Ábrajegyzék

1. ÁBRA - VÁSÁR ÉS KIÁLLÍTÁS KÜLÖNBÉGEI, JELLEMZŐI.....	8
2. ÁBRA - LÁTOGATÁSI CÉLOK EGY SZAKKIÁLLÍTÁST ILLETŐEN.....	15
3. ÁBRA - MAGYARORSZÁGON 2014-BEN MEGRENDEZETT KONFERENCIÁK.....	22
4. ÁBRA - MAGYARORSZÁGON MEGRENDEZETT NEMZETKÖZI KONFERENCIÁK FŐBB JELLEMZŐI.....	22
5. ÁBRA - BUDAPEST HELYE AZ ICCA RANGLISTÁN (2006-2014).....	23
6. ÁBRA - HUNGEXPO ZRT. TÉRKÉPE.....	26
7. ÁBRA - SYMA RENDEZVÉNYKÖZPONT FÖLDSZINTI ALAPRAJZA.....	38
8. ÁBRA - FITTARÉNA RÉSZTVEVŐK SZÁMA (2010-2015).....	41
9. ÁBRA - HUNGEXPO ZRT. SWOT-TÁBLÁZATA.....	43
10. ÁBRA - SYMA RENDEZVÉNYKÖZPONT SWOT-TÁBLÁZATA.....	44
11. ÁBRA - SYMA RENDEZVÉNYKÖZPONT ÉS HUNGEXPO ZRT. RENDEZVÉNYEI.....	46

## Irodalomjegyzék

### Könyvek:

Bálint Györgyi (2006) *A kiállítás gyakorlata a sikeres kiállítás és vásár előkészítése*, lebonyolítása és utómunkái-, G50 kiadó, Kecskemét.

TOMECSKÓNÉ RÁCZ E. ÉS SZEPESSY I. (2005). *Kiállítások és vásárok szervezése*, 3. kiadás 2005., Perfekt Gazdasági Tanácsadó, Oktató és kiadó Zrt., Budapest

### Weboldalak:

(<http://www.centrexstat.org/?ms=410&page=411&highlight=%27advantage+of+trade+fairs%27#a045> [Olvasva: 2015.12.05.]

(<https://hu.wikipedia.org/wiki/Turizmus#Hivat.C3.A1sturizmus> [Olvasva: 2015.12.06.]

([http://itthon.hu/documents/28123/8118959/Turizmus\\_Magyarorsz%C3%A1gon\\_2014.pdf/f7ed21f4-8570-4966-ad0d-8681391ac418](http://itthon.hu/documents/28123/8118959/Turizmus_Magyarorsz%C3%A1gon_2014.pdf/f7ed21f4-8570-4966-ad0d-8681391ac418) [Olvasva: 2015.12.06.]

([http://itthon.hu/documents/28123/8118959/Turizmus\\_Magyarorsz%C3%A1gon\\_2014.pdf/f7ed21f4-8570-4966-ad0d-8681391ac418](http://itthon.hu/documents/28123/8118959/Turizmus_Magyarorsz%C3%A1gon_2014.pdf/f7ed21f4-8570-4966-ad0d-8681391ac418) [Olvasva:2015.12.06.]

([http://www.turizmusonline.hu/belfold/cikk/egy\\_helyet\\_lepett\\_elo\\_re\\_magyarorszag\\_az\\_icca\\_konferencia\\_toplistajan](http://www.turizmusonline.hu/belfold/cikk/egy_helyet_lepett_elo_re_magyarorszag_az_icca_konferencia_toplistajan) [Olvasva: 2015.12.06.]

([http://www.turizmusonline.hu/belfold/cikk/het\\_videki\\_utazasi\\_kiallitas\\_lesz\\_ketto\\_elmarad](http://www.turizmusonline.hu/belfold/cikk/het_videki_utazasi_kiallitas_lesz_ketto_elmarad) [Olvasva:2015.12.04.]

(<http://www.statista.com/statistics/264240/largest-exhibition-halls-in-the-world-by-hall-capacity/> [Olvasva:2015.12.05.]

(<http://www.tofairs.com/fairs.php?fld=&rg=&cnt=&cty=&sct=182> [Olvasva:2015.12.05.]

(<http://extra.gl-events.com/RA2014/US/index.html#/10> [Olvasva: 2015.11.25.]

(<http://hungexpo.hu/hu/cegismerteto> [Olvasva:2015.11.25.]

- (<http://event.hungexpo.hu/hu/rendezvenyhelyszinek> [Olvasva:2015.12.01.]
- (<http://www.lokal.hu/2015-10-nagy-sikere-volt-a-telecom-world-2015-budapest-konferencianak/> [Olvasva:2015.12.06.]
- (<http://www.trademagazin.hu/hirek-es-cikkek/ceg-es-szemelyi-hirek/a-vartnal-tobb-lett-a-hungexpo-arbevetele-tavaly.html> [Olvasva: 2015.12.06.]
- (<http://agromashexpo.hu/> [Olvasva: 2015.11.28.]
- (<http://fehova.hu/> [Olvasva:2015.11.29.]
- (<http://boatshow.hu/> [Olvasva:2015.11.29.]
- (<http://construma.hu/hu/nyito-oldal> [Olvasva:2015.11.29.]
- (<http://iparnapjai.hu/> [Olvasva:2015.11.29.]
- (<http://automotivexpo.hu/> [Olvasva:2015.11.29.]
- (<https://www.facebook.com/utazaskiallitas> [Olvasva:2015.12.01.]
- (<http://hungexpo.hu/hu/news/nagy-siker-volt-az-utazas-kiallitas> [Olvasva:2015.12.01.]
- (<http://www.syma.hu/cegunkrol.php?lang=hu> [Olvasva:2015.12.02.]
- (<http://www.syma.hu/kongresszus.php?lang=hu> [Olvasva:2015.12.02.]
- ([http://syma.hu/syma\\_event\\_sub.php?lang=hu&id=2](http://syma.hu/syma_event_sub.php?lang=hu&id=2) [Olvasva:2015.12.03.]
- (<http://horgaszkiállítás.hu/> [Olvasva:2015.12.03.]
- ([http://www.ajatekkeszito.hu/szereplo\\_alkoto/](http://www.ajatekkeszito.hu/szereplo_alkoto/) [Olvasva:2015.12.03.]
- ([http://syma.hu/event\\_inner.php?lang=hu&id=191](http://syma.hu/event_inner.php?lang=hu&id=191) [Olvasva:2015.12.03.]
- ([http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/temetni\\_kell\\_e\\_az\\_utazas\\_kiallitasokat](http://www.turizmusonline.hu/aktualis/cikk/temetni_kell_e_az_utazas_kiallitasokat)  
szerző: Berende Alexa, dátum: 2014.március 14. [Olvasva:2015.12.10.]
- (<http://utazas.hungexpo.hu/hu/ervek> [Olvasva:2015.12.10.]

## Mellékletek

1. melléklet: Hungexpo Zrt. paraméterei
2. melléklet: Gasztronómia és étterem az Utazás Kiállításon – flyer
3. melléklet: Kaland-sziget az Utazás Kiállításon – flyer
4. melléklet: Utazás Kiállítás 2015, látogatói programfüzet
5. melléklet: Jelentkezési ív- Utazás Kiállítás 2015
6. melléklet: Kedvezmény MUISZ-tagok számára – flyer
7. melléklet: Kedvezmény a Turizmus Világnapján – flyer
8. melléklet: Kiállítói jelentkezési garnitúra
9. melléklet: Syma Rendezvényközpont paraméterei

# Mellékletek

## 1. melléklet

Pavilon/Terem	Széksor	Gála	Állófogadás	m x m	alapterület nm	Oszlop-távolság m	Bel-magasság m	Személy-bejárók száma	Mosdók száma
<b>A pavilon</b>	12000	7000	15000	192,6 x 108,6	19528	12 x 18	7	42	7 + 12
<b>B pavilon</b>	4500	3000	5500	108,6 x 60,6	6536	12 x 18	7	26	16 + 19
<b>B Média terem</b>	150	120	160	12,6 x 18	228	nincs oszlop	2,9	1	7 + 12
<b>C pavilon</b>	3700	1900	3700	172,5 x 36,8	5615	12 x 18	10,7	12	7 + 12
<b>D pavilon</b>	2400	1650	4000	73 x 72,6	5240	12 x 18	7	20	12 + 12
<b>F pavilon</b>	2000	1330	3500	75,8 x 49	3838	12 x 24	7	11	19 + 24
<b>G pavilon</b>	9000	5000	12000	130,30 x 72	9504	nincs oszlop	12	11	35 + 39
<b>G pavilon VIP I. terem</b>	200	160	250	11 x 24	271	5,5 x 11,6	4	1	
<b>G pavilon VIP II. terem</b>	100	80	120	11 x 12,2	135	nincs oszlop	4	1	6 + 7
<b>G pavilon VIP III. terem</b>	30	-	-	9 x 5,8	52,20	nincs oszlop	4	1	
<b>K IV. pavilon</b>	700	500	1000	24,75x48,2	790	nincs oszlop	9	10	6 + 9
<b>25. pavilon földszint</b>	300	225	300	15 x 20	300	nincs oszlop	8,6	3	5 + 5
<b>25. pavilon emelet, tárgyalók, irodák</b>	10-30	-	-	-	11 db helyiség 14-46nm	-	3,5	11	5 + 5

Pavilonjaink füst- és tűzérzékelő automatikával és mechanikával, biztonsági kamerarendszerrel, hangosító hálózattal, valamint telefon, kábeltévé és Wi-Fi-csatlakozás lehetőségével minden igényt kielégítenek. A pavilonokban ½" vízcsatlakozás, 0,5 MPa nyomású csatornahálózat és ¾" csatorna csatlakozás található. A rendezvények problémamentes lebonyolítása érdekében biztonsági személyzet, tűzvédelmi és egészségügyi ügyelet áll rendelkezésre.



## 2. melléklet



## GASZTRONÓMIA ÉS ÉTTERMEK AZ UTAZÁS KIÁLLÍTÁSON!

**Mutassa be gasztronómiai értékeit is Magyarország legnagyobb turisztikai seregszemlájén, tegye még hívogatóbbá standját és kínálatát!  
2015-ben kiállítóink vendéglátással, étteremmel is várhatják a látogatókat!**

**Újdonságként, 2015-ben az Utazás kiállításon kiállítóként megjelenő országok, nemzeti turisztikai képviselők és magyarországi régiók, városok, tájegységek számára lehetőséget biztosítunk, tájjellegű ételeik, helyi élelmiszereik kóstoltatására, árusítására, mely által még a kiállítási megjelenés költségeit is csökkentheti.**

### **Az étterem megjelenésének és értékesítésének feltételei:**

- Az éttermet üzemeltetni kívánó kiállító az ehhez szükséges megvásárolt területen a fogyasztók részére kulturált körülményeket biztosítanak az ételek elfogyasztásához. (leülési lehetőség asztalokhoz, könyöklők)
- Az étterem üzemeltetéséhez szükséges infrastruktúra (áram, víz, csatornabekötések) kizárólag a Hungexpo Zrt.-től rendelhető. Az étterem installációt, bútort hozhatnak saját kivitelezésben is.
- Az étterem üzemeltetését kizárólag érvényes kitelepülési engedély bemutatása esetén áll módunkban elfogadni.
- Az étterem kínálatában, kizárólag az adott országra, régióra jellemző ételek, italok árusíthatók. Az étel/italkínálat tervezett összetételét a jelentkezéskor kötelező mellékelni. A jelentkezés visszaigazolása ennek függvényében történik. Az előzetesen elfogadott étlapon szereplő ételektől eltérő kínálat nem árusítható.
- Italkínálat tekintetében kizárólag területileg jellemző bor és egyéb italok, helyi kézműves szörpök és gyümölcslevek árusíthatók. (üdítőital cégek, italforgalmazók termékei nem szerepelhetnek ezen étterem kínálatában)
- Az étterem a kitelepüléssel járó értékesítés minden hatósági szabályát betartják, ennek elmulasztásából eredő bármilyen bírságot a Hungexpo felelősséget nem vállal!

A kiállítással kapcsolatos információkért keresse [fel weboldalunkat!](#)

További kérdés esetén állunk rendelkezésére:

Rápolthy Edit – kiállítási igazgató: 30/ 438-7009, [rapolthy.edit@hungexpo.hu](mailto:rapolthy.edit@hungexpo.hu)

Baranyai Gergő – értékesítési manager: 30/ 642-1374, [baranyai.gergo@hungexpo.hu](mailto:baranyai.gergo@hungexpo.hu)

M. Kiss Bence – értékesítési manager: 30/ 571-6855, [m.kiss.bence@hungexpo.hu](mailto:m.kiss.bence@hungexpo.hu)

**Csatlakozzon Magyarország legnagyobb turisztikai seregszemlájéhez!**



## 3. melléklet



## Egyedi hirdetési eszköz kedvező áron! Kaland-sziget az Utazás kiállításon!

### 4 nap, 30 000 m<sup>2</sup>, több mint 30 000 látogató, az év legnagyobb turisztikai kiállítása

Az Utazás kiállítás Magyarország legnagyobb turisztikai kiállítása, ahol tavaly is több, mint 30 000 látogató tájékozódott kikapcsolódási lehetőségekről.

#### Kaland-sziget

A kalandparkok, bobbályák, canopy pályák, szabaduló játékok és paintball terek számos belföldi utazást, város- és régiólátogatást generálnak, fontos szerepet betöltve ezzel a hazai turizmusban. Az izgalmas programokat kínáló parkok célcsoportja a családi, a baráti és a munkahelyi társaságok.

**Egyedi interaktív megjelenési lehetőséget kínálunk, ahol elérheti célcsoportját!**

Érveink a kiállítás mellett:

- családdal vagy házastársal érkezett: 47 %
- barátokkal érkezett: 44 %
- a kiállítás első napja szakmai nap, amikor elsősorban a turizmusban tevékenykedő cégek képviselői látogatnak a rendezvényre.
- kedvezményes csomagajánlat!

Tudta Ön, hogy  
2014. január és július  
között a SZÉP kártya  
költségek 67,2 %-a  
vidéken történt!

#### Csomagajánlat tartalma:

A Kaland-szigeten kalandparkok bemutatkozására biztosítunk egy-egy 12 m<sup>2</sup> standot, melynek tartalma: Helydíj, marketing alapcsomag, kötelező felelősségbiztosítás, 3kW árambekötés fogyasztással és felépítmény.

**A stand díja: 420 000 Ft + ÁFA / \*2015. január 26-ig érvényes ár! /**

A stand mellett pedig berendezheti saját kalandpályáját, szabaduló szobáját egyedi brandingelt felületekkel és látogatóit már a kiállításon különböző kalandokra csábíthatja!

**Ossza meg velünk ötleteit és mi egyedi ajánlattal segítjük tervei megvalósításában!**



## Csatlakozzon Magyarország legnagyobb turisztikai seregszempléjéhez!

**További információkkal a jelentkezéssel kapcsolatban állok rendelkezésére!**  
M. Kiss Bence – értékesítési manager: 30/ 571-6855, [m.kiss.bence@hungexpo.hu](mailto:m.kiss.bence@hungexpo.hu)

[www.utazas.hungexpo.hu](http://www.utazas.hungexpo.hu)



## 4. melléklet



 hungexpokiállítás  
programfüzet

## ÁLTALÁNOS INFORMÁCIÓK

## Egyéni kiállítások

Utazás kiállítás – A pavilon  
 Teszt&Go program – A pavilon  
 Afrika Expo – A pavilon  
 PORT.hu Bringaexpo – G pavilon

## Nyitva tartás:

Február 26. csütörtök - szakmai nap: 10.00 - 18.00  
 Február 27. - március 1. - közönség napok: 10.00 - 18.00

## Ruhatár: „A” pavilon 111/A2

A kiállításra utazóknak a MÁV-Start Zrt. 50%-os alkalmi menettérítéssel nyújt a teljes árú jegy árúdíj. A kedvezmény igénybevételéhez a kizárólag állományon váltás 50%-os alkalmi menettérítéssel jegyet bármely budapesti vasútállomásra. A vonatjegy érvénytartama 2015. február 25-én kezdődhet és az érvénytartam utolsó napja 2015. március 2. lehet. A kiállításra keresd a MÁV-Start Zrt. munkatársait az „A” pavilonban és pécsetteld le a jegved, hogy érvényes legyen a visszadára is.

## Parkolás

## P3 és P5 parkoló:

Napdíj: bruttó 1800 Ft

A behajtás automatikus, a kihajtáshoz zseton szükséges! Zsetonok az I-es és III-as Fogadócsarnokban, a pénztárakban vásárolhatók. Számja kiállítása a parkolási díjól itt kérhető.

VIP kártyával a kiállítás nyitva tartási idejében a P3, P5 és Albertirszai úti látogatói parkolóban parkolhatnak. Kihajtáskor kérjük, hogy a kártyán lévő vonalkódot tartsa a leolvasó készülékhez.

Mozgássérültek számára a P5 látogatói parkolóban, a kijelölt parkolóhelyeken (20 férőhely) díjmentesen biztosítjuk a parkolást. Innen akadálymentesen megközelíthető a kiállítási terület.

A belépőjegy egy fő részére, egyszeri belépésre jogosít és minden egyéjdi rendezvény látogatható vele.

Együttműködő partnereink:



A programváltoztatás jogát fenntartjuk!

KEDVES LÁTOGATÓK,  
KEDVES UTAZÓK!

Az igazi jó kalandokat mindig a véletlen hozza, de ritkán hozza helybe. El kell indulni valamerre, hogy találkozzunk velük – mondja az úri Varga Domokos. Kétféle ember van aki kalandvágyból utazik, és az, aki csak máshol tud pihenni. Egy dologban azonban mind a ketten egyetértenek: utazni jó.

Ráadásul ma sokkal egyszerűbb, mint 20-30 évvel ezelőtt volt. Azt is gondolhatjuk, hogy az interneten szinte minden információ ott van, ki sem kell mozdulnunk otthonról: jegyet vásárolunk, autót bérelünk, szállást foglalunk. De van valami, amit az internet nem tud megadni: azt az élményt, amikor egy nyüzsgő kiállításon a színes pavilonok között kiborolva válogatunk az ajánlatok között. A szakértői segítséget, a személyes kapcsolatot, a kérdésszá lehetőséget, a nézelődés, a rácsodálkozás élményét. Remélem, Önöknek is ezt az élményt adja idén újra az Utazás kiállítás.

Hogy miért érdemes idén is kilátogatni a HUNGEXPO-ra? Például azért, mert több mint 30 ezer négyzetméteren itt mutatkoznak be a legjobb olasz, török, thaiföldi és ciprusi szolgáltatók. Aki pedig itthon szeretné elutazni, azt várja számos utazási iroda és hét régió hetven kiállítója, többek között a Balaton régió, több mint húsz kiállítóval. Vas és Békés megye, Győr, Debrecen és Pécs városok. Az idei Utazás belföldi díszvendége Szekesfehervár, külföldi díszvendége pedig Románia.

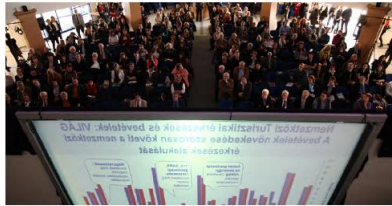
A kiállítás legnagyobb attrakciója minden bizonnyal az a 180 m<sup>2</sup>-es Magyarország térkép lesz, mely egymillió LEGO® kockából épül fel. A Tihanyi Bencés Apátság, a Szent István Bazilika vagy a hortobágyi Kilenydykúria mellé a látogatók által kirakott LEGO munkák is felkerülnek és ezekkel lesz teljes az ország képe.

Aztán következzen az igazi kalandok: Magyarország csodái, irány a nagyvilág!

Ganczer Gábor

HUNGEXPO Zrt. vezérigazgató





**UTAZÁS FÓRUM KONFERENCIA PROGRAM**  
Helyszín: 25-ös pavilon

- 2015. február 26., csütörtök**
- 13.30-14.00 **Trend riport - a világ turizmusa, fókuszban a gasztroturizmus**  
Dr. Somogyi Zoltán, Executive Director, UNWTO
  - 14.00-14.30 **A turizmus növekedési lehetőségei**  
Dr. Székely Ádám, turizmusért felelős helyettes államtitár, NGM
  - 14.30-14.45 **Jogi körképek Ithón és az Unióban - utazási irrodák érintett aktuálisok, jövőbeli irányok**  
Dr. Gyenizse Dorottya főtanácsos NGM - Turisztikai és Vendéglátóipari Főosztály
  - 14.45-17.30 **Magyar Turizmus Zrt. Nyílt Nap**  
prezentáció, témaközi előadások, workshop

Szakmai partnereink:



A programváltoztatás jogát fenntartjuk!

**BELFÖLDI DÍSZVENDEG: SZÉKESFEHÉRVÁR**  
Standszám: 2078



SZÉKESFEHÉRVÁR

Székesfehérvár kényeztet. A belöldi díszvendég standjának minden négyzetmétere ezt üzeni és ezt közvetíti a látogatóknak. Kényeztetünk látványral és látványossággal, izekkel, játékokkal és nyereményekkel, és kényeztetünk azok a kedvesnézők „díszvendég” is, amelyekkel városunkba invitálunk mindenkit. 140 négyzetméteres modern standunkon felvonultatjuk Székesfehérvár – és kis községeivel a környék – minden értékét. A város elsősorban ültő, lendületes, élettel teli arcát mutatja be a királyi múlt mellett, hiszen a standon a Szent Korona szilvált vonalait is megjelennék. A tervezéskor arra törekedtünk, hogy a látogatók bevonjuk, behitűk a belső térbe is, egyfajta kiállítási térként használva a stand egy részét. Szorítottuk megmutatni, hogyan él és szórakoztat a történelmi városunkban: nyereményekkel, történelmi játszóparkunkból hozott egyedi fejlesztésű kincstár játékokkal, és új, grandiózus fesztiválunk, a Koronázási Ünnepi Játékok királyi ünnepségének „műsorával” készülünk. Erdemes lesz tehát ellátogatni nálunk, és a történelmi taraszán megközelítni kukasz remekeinket is, köztük a 2013-as Év fagyaltját.

**Társkiállítások:**

- Vörösmarty Színház
- Szent Gellért Hotel
- Árpád Fürdő
- Koronás Park
- Hetedhét Játékmúzeum
- Daminczki Balázs cukrászmester
- Pákozti Kálmán Emlékpark
- Ágárdi Pálkafőzde



**SZÍNPADI PROGRAM**  
HELYSZÍN: Nagyszínpad – A pavilon, 1138

- FEBRUÁR 26. CSÜTÖRTÖK**
- 11.00 – 12.00 Megnyitó
  - 12.00 – 12.10 Románia zenei előadása
  - 12.20 – 13.00 Hajdú Bihar Megye - sajtótájékoztató
  - 13.00 – 13.30 Avalon Park – sajtótájékoztató
  - 13.40 – 14.00 Puccini Tosszaja 2015 nyarán Európa legnagyobb szabadidő színpadán, Szentmargitbányán
  - 14.30 – 15.00 Herkány Turisztikai Egyesület – prezentáció
  - 15.30 – 16.30 Horvát Idegenforgalmi Közösség VJR sziget - prezentáció
- FEBRUÁR 27. PÉNTEK**
- 13.30 – 14.00 BÜK 750 – Hagymányok, ízek, élmények
  - 14.00 – 15.00 Irány Afrika! Magyarok és marabuk Szenegálban és Ghánában. Nyugat-afrikai táncbemutató Abdoul Camara (Szenegál) előadásában
  - 15.00 – 16.00 Sving klasszikusok a Fehérvár Big Band előadásában
  - 16.00 – 16.30 A legelső térképhasználatról és ezek pályázathoz illesztéséről
  - 17.00 – 17.30 Szentes bemutatója



**MAGYARORSZÁG LEGO® TÉRKÉP**  
**LEGO® STORE GYEREKJÁTSZÓ**



Debreceni Református Nagytemplom



gyula vár



karcagi szőlőalom



Tihanyi Benedek Apátság



tokaji bors hordók és aszú

A kiállítás legnagyobb attrakciója a 150 m<sup>2</sup>-es Magyarország térképe, mely 1 000 000 LEGO®-kockából épül fel. Az országban ez idáig nem épült ekkora LEGO-ból készült térkép, de az Utazás kiállításán elkészül a gigantikus látványosság. A térképen 30 valóságban jelenik meg Magyarország 10 emblemikus épülete vagy jelképe, melyek a következők:

**Debreceni Református Nagytemplom**  
Pannonhalmai Apátság  
gyula vár  
karcagi szőlőalom  
hortobágyi Kilyencyúki hid  
Dzsámi - Pécs  
Tihanyi Benedek Apátság  
Országalmá - Székesfehérvár  
tokaji bors hordók és aszú  
Szent István Bazilika

És hogy lehet, hogy a kiállítás ideje alatt készül el a térkép? A látogatók által kirakott LEGO munkák is felváltva a kétszere és azokkal lesz teljes az ország képe. A vállalkozás kedvéért 15 játékosztal és rengeteg LEGO kocka várja.

A kicsik a LEGO® Store Játszóházban kipróbálhatják a legújabb játékokat, a jó hangulatról pedig ember nagyságú LEGO figurák gondoskodnak.

Együttműködő partnereink:



**Authentic, Natural and Cultural**  
A dynamic country rich in history, arts and scenic beauty  
[www.romania.travel](http://www.romania.travel)

**BLACK SEA COAST - MAMAIA**

**Regio**  
Közösfejlesztési Regionális Operatív Program

Wir investieren in Deine Zukunft! Projekt ausgewählt im Rahmen des Regionalen Operationellen Programmes und mitfinanzieren von der Europäischen Union über den Europäischen Fonds für Regionale Entwicklung.  
Schützen Sie die Natur!

Utazás Budapestra - 26.02.01.03.2015

**FEBRUÁR 28. SZOMBAT**

- 10.30 – 11.00 Szászó Fabula koncert Súsóval - Csukás színház
- 11.00 – 12.00 Irány Afrika! Gyűléseves népercsókák: beszélgetés Kembe Sorellal és Glóbook könyvbemutató. Nyugat-afrikai táncbemutató Abdoul Camara (Szenegál) előadásában
- 12.30 – 13.00 Alba Regia Táncgyűttes, a Főszállott a páva című televíziós műsor kiindulásának produkciója
- 13.00 – 13.20 Csicsórika Táncgyűttes, Csémér
- 13.30 – 14.00 Románia bemutatója
- 14.00 – 15.00 Kodolányi János Főiskola Művészeti Tanszék diákjainak világegyetemi műsora
- 15.00 – 15.30 Travel channel pályázatának díjtárgója
- 15.30 – 16.00 Csicsórika Táncgyűttes – Csémér
- 16.00 – 16.30 SÚSÓ Enikő Modellskola bemutatója
- 16.30 – 17.00 Szászó Fabula koncert Súsóval - Csukás színház

**MÁRCIUS 01. VASÁRNAP**

- 10.30 – 11.00 Balatoni Kalózhajó program
- 11.00 – 11.20 Isaszegi Csata táncgyűttes
- 11.30 – 12.00 Indonéz táncbemutató
- 12.30 – 13.00 A Csukás István Színház bemutatkozik: Decsi Csaba és vendégei koncertje – a „Balaton Hangja”
- 13.00 – 14.00 Irány Afrika! Etiópia és Afrika- beszélgetés Bebével. Afrikai divatbemutató az Afrikai Szabóság szervezésében, nyugat-afrikai táncbemutató Abdoul Camara (Szenegál) előadásában
- 14.00 – 14.30 Polgármesterek daltolnak a Magyar Népdal Napjéért





Kiállító	Standszám	Kiállító	Standszám
Unitravel Utazásszervező Kft.	105A	Vésztődé és Körményi Turisztikai és	210B
Utazásrendező Kft.	104C	Művelődési Egyesület	305A
Utala Pojsna d.o.o.	106A2	VISIT GEORGIJA	305A
V.I.U.M. Kávé és Szolgáltató Kft.	113C1	Volláncs Zrt.	301A
Vas megyei Kereskedelmi és Iparkamara	308A	Walk of Peace in the Soca region Foundation	303B3
Vas Megyei Turizmus Szövetség	305A	Zalaegerszegi Vízjáró-vállalkozó Kft.	309B2
ViaSala Travel	106A	Zalaegerszegi Turisztikai Egyesület	207C
VÍDŐC-pótlék Kereskedelmi és Szolgáltató Kft.	312C2	Zemardi Tourism Iroda, Községi Ház és	208B
Vienna Airport plc.	205C	Zeny Könyvtár	110A
Vigantours Nonprofit Kft.	310B1	Zeny Gyógy- és Strandfürdő -	208A
Village Lesnica	202B	Mezővárosi VÖ Zrt.	110A



### A pavilon



**THE T-DAY 2015**  
26<sup>th</sup> OF FEBRUARY @ HELLOBABY BAR & CLUB  
the Official After Party of

**UTAZÁS**  
2015. február 26. - március 1.

**BALAGE F · FELHO · DJ RADNAI**  
Live Music & Show Entertainment  
Register, bring Your business card and win!  
FREE ENTRANCE

Welcome Drink & Drink Promotions by **RUSSIAN STANDARD**

Official Media Partner:  
**UTAZAS.COM**

MORE INFO & REGISTRATION:  
Károly Bosznai +36 70 633 6393 - tday@tday.hu  
**WWW.TDAY.HU**

HELLOBABY BAR & CLUB  
1062 Budapest, Andrássy út 52. - www.hellobabybar.hu

#### NYERJ EGY MAURITIUS-SZIGETEKI ÁLÓMUTAZÁST!

A három napon átívelő nyereményjátékunk végén egy nagy értékű egy hetes Mauritius-szigeteki, programokkal színesített álómutazást sorsolunk ki a belépőjegyet vásárló látogatók közt. A játékba kerüléshez a következőket kell tenned:

1. A jegypénztárakban vagy a játékpontokon kapsz egy nyereményszelvényt. A programfüzet utolsó lapja is szelvény, ezzel is játszhatasz.
2. Töltsd ki a három kérdésből álló nyereményszelvényt.
3. Add meg az adataidat, hogy ha Te lennél a nyertes értesíteni tudjunk.
4. A nyereményszelvény mellé csatold a belépőjegyed, mert csak ezzel lesz érvényes! Majd a játékpontok valamelyikén dobod be a gyűjtő urnába.

#### Mauritius smaragdzöld szigete

Egy mondás szerint Mauritius szigetét Isten jókedvében teremtette. A mondás igaz, ugyanis a 67 km hosszú és 46 km széles, paradicsomi sziget buja esőerdőkben és növényvilágban, hófehér homokos partokban és pazar korallzónákban bővelkedik, a helyiek pedig jókedvűről és segítőkészükről híresek messze földön. A csendes-óceáni Mauritiusra nincs vízum, nincs kötelező oltás, egész évben jó klímával várja a látogatókat, az időeltolódás pedig Magyarországhoz képest mindössze 3 óra. A szigeten az aktív kikapcsolódást keressék és a pihenni vágyók is feltöltődhetnek. Mauritius hivatalos nyelve az angol, de használatos a kreol, francia, hindi és kínai nyelv is. A sziget lakossága kb. 1,5 millió, a lakosság több mint fele hindu vallású.

#### A szerencsés nyertes egy két fő részére szóló egy hetes mauritiusi álómutazással lesz gazdagabb.

- Az utazás az alábbiakat tartalmazza:
- repülőjegy két fő részére
  - 3 éj félpanzióval a Le Surcouf szállodában
  - 4 éj teljes ellátással a Spa Hotel Mauritiusban
  - transzfer a repülé- szálloda- repülé között az oda és visszauton
  - egész napos déli szigettúra 2 fő részére
  - egész napos északi szigettúra 2 fő részére

A nyereményt a Rudolf Reisen Mauritius és az Utazz Afrikába Utazási Iroda ajánlja fel.



**Nyerj Mauritius-szigeteki álómutazást!**

Az Utazás kiállításra belépőjegyet váltó látogatók részt vehetnek nagyszabású nyereményjátékunkban, melynek fődíja egy 1 hetes, 2 fő részére szóló Mauritius-szigeteki utazás.

A játékban való részvételhez nem kell más tenned, mint helyes választ adni az alábbi kérdésekre, és megadni adataidat, hogy értesíteni tudjunk, ha Te nyersz.

Ki az idei év belföldi és külföldi díszvendége?

Hány kiállítója van az Utazás kiállításnak?

Hány darab LEGO®-kockából, és mi épül fel az Utazás kiállításán az A pavilonban?

Tippelj hány látogatója lesz idén az Utazás kiállításnak és az egyidejű programoknak?

Név: \_\_\_\_\_

Lakcím: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_

Email: \_\_\_\_\_

A nyereményhirdetés időpontja: 2015. március 10.

A játékszabályzat megtalálható a [www.utazas.hungexpo.hu](http://www.utazas.hungexpo.hu) weboldalon. A játékban való részvétellel automatikusan hozzájárul, hogy adataid a Hungexpo Zrt. további reklámcélokra felhasználásra kerüljenek.

Hozzájárulásod a [info@utazas.hungexpo.hu](mailto:info@utazas.hungexpo.hu) e-mail címen vonhatja vissza.

## 5. melléklet



Budapest X., Albertirai út 10.  
Levél cím: 1441 Budapest, Pf. 44.  
Tel. központ/Fax: +36 1 263 6000/+36 1 263 6098  
Bankszámlaszám: K&H Bank 10402283-50526554-52511006



38. Nemzetközi idegenforgalmi kiállítás  
2015. február 26-március 1.  
HUNGEXPO Budapesti Vásárközpont  
[www.hungexpo.hu/utazas](http://www.hungexpo.hu/utazas)  
[utazas@hungexpo.hu](mailto:utazas@hungexpo.hu)  
Tel.: 06-1/263-6196; 263-6341

## JELENTKEZÉSI ÍV

### 1. A kiállításra SZERZŐDŐ FÉL:

Kiállító (saját standdal vesz részt)  Kollektív kiállítás összefogója  Fizető szervező (nem vesz részt a kiállításon, de költségviselő)

### 2. A kiállításra SZERZŐDŐ FEL adatai:

Cég neve: \_\_\_\_\_  
Adószáma: \_\_\_\_\_ Bankszámlaszáma: \_\_\_\_\_  
Számlázási cím: \_\_\_\_\_  
Levelezési cím: \_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_ Weboldal: \_\_\_\_\_  
Cégvezető neve: \_\_\_\_\_ Beosztása: \_\_\_\_\_  
Kapcsolattartó neve: \_\_\_\_\_ Beosztása: \_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_ Mobil tel.: \_\_\_\_\_

Tevékenységi kör:  Gyártó;  Kiskereskedő;  Nagykereskedő;  Importőr;  Vezérképviselő;  Szolgáltató;  Egyéb  
Multinacionális cég:  Igen;  Nem

Kérjük, adja meg fő tevékenységi körét (TEÁOR 08 kód): \_\_\_\_\_

3. Tematikai csoport: (Az Árucsoport lista alapján): \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_, \_\_\_\_\_

### 4. Induló marketing csomag:

**Főkiállító részére: 55.000 Ft+ÁFA** (2015. január 26. utáni jelentkezés esetén: **65.000 Ft+ÁFA**)  
(Az induló marketing csomag tartalma: a kiállítás weboldalán a látogatói információs rendszerbe kerülés, saját adatokkal való feltöltés lehetősége, link a kiállító honlapjára, katalógus alapbeiktatás a weboldalon + 1 db színes logó, 2 db parkoló bérlet, kiállítói belépő a terület függvényében, 1 db wifi kód)

**Társkiállító részére: 43.000 Ft+ÁFA** (2015. január 26. utáni jelentkezés esetén: **53.000 Ft+ÁFA**)  
(Az induló marketing csomag tartalma: a kiállítás weboldaláról link a kiállító honlapjára, látogatói információs rendszerbe kerülés, saját adatokkal való feltöltés lehetősége, katalógus alapbeiktatás a weboldalon + 1 db színes logó, 2 db kiállítói belépő, 1 db wifi kód)

**A társkiállítók bejelentése kötelező! A be nem jelentett társkiállítók induló marketing csomag díja utólag számlázásra kerül!**

5. Területbérleti díjak (Áraink négyzetméterenként értendők, legkisebb igényelhető terület: 9 m<sup>2</sup>)  
(Nem tartalmazza az induló marketing csomagot, az építést és más szolgáltatások költségét!)

Standtípus	Méret	Kedvezményes ár 2014. október 31-ig	Ár 2014. november 1-től	Igényelt terület	Front x mélység
Sor	min. 9 m <sup>2</sup>	17.900	21.000		X
Sarok	min. 15 m <sup>2</sup>	22.100	26.000		X
Fej	min. 30 m <sup>2</sup>	23.000	27.000		X
Sziget	min. 60 m <sup>2</sup>	23.800	28.000		X

#### Busz kiállítása

	Kedvezményes ár 2014. október 31-ig	Ár 2014. november 1-től
1 busz	165.000	180.000
2 busz	310.000	330.000
További busz	100.000	110.000

#### A jelentkezéssel a kiállító elfogadja az Általános szerződési feltételeket.

A szerződő Fél köteles a területbérleti díj (listaár) 1%-át kötelező felelősségbiztosítási díjként megfizetni.  
Felhívjuk szíves figyelmüket, hogy az előjelentkezési kedvezményt akkor tudjuk biztosítani, ha az 1% kötelező felelősségbiztosítás az induló marketing csomag és a terület bérleti díj 30%-a az előlegbekerőn szereplő határidőig befizetésre kerül.

Az áraink nem tartalmazzák a teljesítés időpontjában érvényes általános értéktörvényi adót (ÁFA).

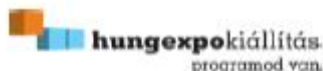
A helykiosztásnál a szervezők a kért méretekre vonatkozó igényeket a lehetőségek figyelembevételével teljesítik!

6. Stand kivitelezése (Nem tartalmazza az induló marketing csomagot, a terület bérleti díjat és más szolgáltatások költségét!)  
A stand építése csak az induló marketing csomag és a terület bérleti díj kiegyenlítése után kezdhető el!

HUNGEXPO által kivitelezett egységstand\*: Árajánlatot kérek!  HUNGEXPO által kivitelezett egyedi stand: Árajánlatot kérek!  Saját kivitelezés

\*Igényelhető egységstand típusok:  Standard  Basic  Business  Comfort

Dátum: \_\_\_\_\_ Cégszerű aláírás: \_\_\_\_\_



Budapest X., Albertirői út 10.  
 Levéldm: 1441 Budapest, Pf. 44.  
 Tel. központ/Fax: +36 1 263 6000/+36 1 263 6098  
 Bankszámlaszám: K&H Bank 10402283-50526554-52511006



38. Nemzetközi Idegenforgalmi kiállítás  
 2015. február 26-március 1.  
 HUNGEXPO Budapesti Vásárcsopont  
[www.hungexpo.hu/utazas](http://www.hungexpo.hu/utazas);  
[utazas@hungexpo.hu](mailto:utazas@hungexpo.hu)  
 Tel.: 06-1/263-6196; 263-6341

## TEMATIKA

Szíveskedjenek cégük tevékenységi körének megfelelően az alábbi besorolások közül (tematika, téma, szektor) választani.

### 1. Tematika

- 1.1. Idegenforgalmi hivatalok
- 1.2. Utazási Irodák, utazási ügynökségek
- 1.3. Szakmai szervezetek
- 1.4. Regionális Marketing Igazgatóságok
- 1.5. Kongresszusszervezők
- 1.6. Szállodák, kempingek, panziók
  - 1.6.1. Gyógy-és wellness szállodák
  - 1.6.2. Kastélyszállók
  - 1.6.3. Konferencia helyszínek
  - 1.6.4. Erdei iskolák, ifjúsági szállások
- 1.7. Polgármesteri hivatalok, önkormányzatok
- 1.8. Tourinform irodák
- 1.9. Nyelviskolák, nyelvi utaztatók

- 1.10. Nemzeti parkok, tájvédelmi körzetek, világörökség helyszínek
- 1.11. Kulturális intézmények
- 1.12. Aquaparkok, élményfürdők, gyógyfürdők
- 1.13. Turisztikai információs és helyfoglalási rendszerek
- 1.14. On-line utazásszervezés
- 1.15. Közlekedési társaságok
- 1.16. Diszkont légitfuvarozók
- 1.17. Közlekedési eszközök bemutatása, bérbeadása
- 1.18. Szakkönyv-, térkép-, turisztikai útikönyv és újságkiadók
- 1.19. Biztosítótársaságok, bankok
- 1.20. Vendéglátóipari szolgáltatók

### 2. Téma

- 2.1. Borturizmus
- 2.2. Egészségturizmus
- 2.3. Egzotikus utak
- 2.4. Kalandturizmus
- 2.5. Kerékpár túrák
- 2.6. Körutazások
- 2.7. Zarándokutak
- 2.8. Nyaralóprogramok
- 2.9. Ökoturizmus
- 2.10. Városlátogatások
- 2.11. Vásárlátogatások

- 2.12. Golfurizmus
- 2.13. Lovas turizmus
- 2.14. Senior turizmus
- 2.15. Aktív és sportturizmus
- 2.16. Diák turizmus, gyerektáborok
- 2.17. Családi ajánlatok
- 2.18. Akadálymentes ajánlatok
- 2.19. E-travel, online foglalási rendszerek
- 2.20. Kulturális és fesztiválturizmus
- 2.21. Nászutas ajánlatok

### 3. Szektor

#### Külföld

- 3.1. Afrika
- 3.2. Amerika
- 3.3. Európa
- 3.4. Ázsia
- 3.5. Ausztrália
- 3.6. Ausztria, Svájc, Németország
- 3.7. Románia
- 3.8. Szlovákia
- 3.9. Lengyelország
- 3.10. Egyiptom

- 3.11. Franciaország
- 3.12. Görögország
- 3.13. Ciprus
- 3.14. Horvátország
- 3.15. Szerbia
- 3.16. Bulgária
- 3.17. Szlovénia
- 3.18. Olaszország
- 3.19. Törökország
- 3.20. Tunézia
- 3.21. Spanyolország

#### Belföld

- 3.24. Balaton
- 3.25. Budapest és Közép-Dunavidék
- 3.26. Dél-Alföld
- 3.27. Dél-Dunántúl
- 3.28. Észak-Alföld
- 3.29. Észak-Magyarország
- 3.30. Közép-Dunántúl
- 3.31. Nyugat-Dunántúl
- 3.32. Tisza-tó
- 3.33. Országos érdekeltségű szervezetek



## 6. melléklet



## 2015-BEN ISMÉT UTAZÁS KIÁLLÍTÁS FEBRUÁR 26. ÉS MÁRCIUS 1. KÖZÖTT!

### HÍREINK



#### MUISZ tagoknak 20 % kedvezmény!

Az Utazás kiállításra jelentkezők október 31-ig 15 % kedvezménnyel foglalhatnak területet a legnagyobb A pavilonba. A MUISZ tagok ezen felül kapnak + 5 %, azaz a listaárhoz képest 20 % kedvezményt! Legyen kiállítónk, a jelentkezési ívet mellékelve találja!



#### MUISZ megjelenés a Professional Business Lounge-ban!

A korábbi évekhez képest 2015-ben egy sokkal frekvenciáltabb, üzleti és vendég kapcsolattal kecsegtető helyen jelenhetnek meg a MUISZ tagjai. A Professional Business Lounge az Utazás kiállítás üzleti találkozókra kialakított elkülönített területe. A kiállítás négy napja alatt a PBL területén szakmai találkozót, információs pultjánál sikeres ügyféltalálkozókat bonyolíthat. Részletek a jelentkezési ívben.



#### LEGO attrakció 2015-ben!

Minden évben egyre változatosabb játékokkal várjuk a gyerekeket az Utazás kiállításon, és egyre több látványos elemmel bővítjük a kínálatot. 2015-ben látványos LEGO gyerekjátékszóval figurákkal és programokkal várjuk az érdeklődőket.

#### EGYEDI MEGJELENÉSI LEHETŐSÉG MUISZ TAGOK SZÁMÁRA!

##### A kiállítás kiemelt attrakciójához egy kiállító csatlakozhat!

Egyedi csomagajánlat előnyei:

- folyamatos látogatói forgalom a stand területén,
- interaktív program a standon, mely közvetlen kommunikációs lehetőséget feltételez értékesítőinek.
- egyedi látványelem a standon, melyet mi biztosítunk!

Részletek a csatolt csomagajánlatban!

Bővebb információ [weboldalunkon!](#)

**Csatlakozzon Magyarország legnagyobb turisztikai  
seregszemléjéhez!**

További információkkal, a jelentkezéssel kapcsolatban állunk rendelkezésére!

**Rápolthy Edit** – kiállítási igazgató: 30/ 438-7009, [rapolthy.edit@hungexpo.hu](mailto:rapolthy.edit@hungexpo.hu)  
**Baranyai Gergő** – értékesítési manager: 30/ 642-1374, [baranyai.gergo@hungexpo.hu](mailto:baranyai.gergo@hungexpo.hu)  
**M. Kiss Bence** – értékesítési manager: 30/ 571-6855, [m.kiss.bence@hungexpo.hu](mailto:m.kiss.bence@hungexpo.hu)



**hungexpo** kiállítás  
programod van

## 7. melléklet


**TURIZMUS VILÁGNAPI AKCIÓ AZ UTAZÁS KIÁLLÍTÁSRA!**

**25 % kedvezményt adunk listaárainkból!  
A Turizmus Világnapján az előjelentkezési kedvezmény mellett  
PLUSZ 10 % kedvezményt biztosítunk minden jelentkezőnek!\***

A Világnap 2014-ben is szeptember 27-én lesz, szombaton. Az idei esemény központi témájaként az ENSZ Turisztikai Világszervezete, az UNWTO a turizmus és a közösségépítés kapcsolatát jelölte meg.

A Világnap alkalmából a HUNGEXPO Utazás csapata, partnerei és kiállítói számára is egyedi akciókkal készül!

**A kiállítóként jelentkezőknek összesen 25 % árengedményt biztosítunk, abban az esetben, ha az aláírt jelentkezési ív faxon vagy e-mailen a Turizmus Világnapján, azaz szeptember 27-én érkezik be hozzánk!**

\* Az akció egyéb kedvezménnyel nem összevonható. A kedvezmény csak a helydíjainkra vonatkozik.

A jövő évi Utazás kiállítás fő attrakciója a Quaestor LEGO mozaik fal, a LEGO DUPLO medence és óriás LEGO figurák bemutatkozása. Ezeket a programokat hirdetve, szeptember 27-én a budapesti LEGO Store üzletbe programokkal várunk minden kedves érdeklődőt, és mindenki egy-egy Utazás kiállítás belépővel lesz gazdagabb.

A HUNGEXPO ezekkel a kedvezményekkel és eseményekkel népszerűsíti a turizmust, és köti össze a közösséget az utazás élményével szeptember 27-én.

**További információkkal és a jelentkezéssel kapcsolatban állunk rendelkezésére!**

Rápolthy Edit – kiállítási igazgató: 30/ 438-7009, [rapolthy.edit@hungexpo.hu](mailto:rapolthy.edit@hungexpo.hu)

Baranyai Gergő – értékesítési manager: 30/ 642-1374, [baranyai.gergo@hungexpo.hu](mailto:baranyai.gergo@hungexpo.hu)

M. Kiss Bence – értékesítési manager: 30/ 571-6855, [m.kiss.bence@hungexpo.hu](mailto:m.kiss.bence@hungexpo.hu)

**Csatlakozzon Magyarország legnagyobb turisztikai seregszemléjéhez!**



**hungexpokiállítás**  
programod van

## 8. melléklet (+ 5. melléklet)







Budapest X., Albertirsal út 10.  
Levél cím: 1441 Budapest, Pf. 44.  
Tel. központ/Fax: +36 1 263 6000/+36 1 263 6098  
Bankszámlaszám: K&H Bank 10402283-50526554-52511006



38. Nemzetközi Idegenforgalmi kiállítás  
2015. február 26-március 1.  
HUNGEXPO Budapesti Vásárközpont  
[www.hungexpo.hu/utazas](http://www.hungexpo.hu/utazas)  
[utazas@hungexpo.hu](mailto:utazas@hungexpo.hu)

## EGYSÉGSTAND MEGRENDELŐ (a Jelentkezési Ívvel együtt érvényes!)

BASIC stand		STANDARD stand	
Egységstand ára: *11.600 Ft/m <sup>2</sup> + Áfa (14.000 Ft/m <sup>2</sup> + Áfa)		Egységstand ára: *13.800 Ft/m <sup>2</sup> + Áfa (16.600 Ft/m <sup>2</sup> + Áfa)	
Igény: ..... Rendelhető: 9 m <sup>2</sup> - 30 m <sup>2</sup>		Igény: ..... Rendelhető: 9 m <sup>2</sup> - 30 m <sup>2</sup>	
			
<b>Az árak az alábbi szolgáltatásokat tartalmazzák:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Octanorm installáció fehér falakkal (2,5 m magas)</li> <li>• Szőnyegezés</li> <li>• Világító fríz, frízfelirattal (sarokstand esetén 2 db)</li> <li>• 3 m<sup>2</sup>-ként 1 db spotlámpa</li> <li>• 1 db dugaszoló aljzat</li> <li>• Napi standtakarítás</li> <li>• <b>3kW árambekötés és fogyasztás</b></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Octanorm installáció fehér falakkal (2,5 m magas)</li> <li>• Szőnyegezés</li> <li>• Világító fríz, frízfelirattal (sarokstand esetén 2 db)</li> <li>• 3 m<sup>2</sup>-ként 1 db spotlámpa</li> <li>• 1db asztal 4 székekkel</li> <li>• 1 db dugaszoló aljzat</li> <li>• 1 db fogas, 1 db szemetes</li> <li>• 1 db nyitott információs pult egy polccal</li> <li>• Napi standtakarítás</li> <li>• <b>3 kW árambekötés és fogyasztás</b></li> </ul>	
BUSINESS stand		COMFORT stand	
Egységstand ára: *14.900 Ft/m <sup>2</sup> + Áfa (17.900 Ft/m <sup>2</sup> + Áfa)		Egységstand ára: *19.300 Ft/m <sup>2</sup> + Áfa (23.200 Ft/m <sup>2</sup> + Áfa)	
Igény: ..... Rendelhető: 12 m <sup>2</sup> - 30 m <sup>2</sup>		Igény: ..... Rendelhető: 15 m <sup>2</sup> - 30 m <sup>2</sup>	
			
<b>Az árak az alábbi szolgáltatásokat tartalmazzák:</b>			
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Octanorm installáció fehér falakkal (2,5 m magas)</li> <li>• Szőnyegezés</li> <li>• Világító fríz, frízfelirattal (sarokstand esetén 2 db)</li> <li>• 3 m<sup>2</sup>-ként 1 db spotlámpa</li> <li>• 1 db dugaszoló aljzat</li> <li>• 1 db asztal 4 db székekkel</li> <li>• 1 db fogas, 1 db szemetes</li> <li>• 1 db nyitott információs pult egy polccal</li> <li>• Zárható raktár 4 polcos épített álvánnyal</li> <li>• Napi standtakarítás</li> <li>• <b>3kW árambekötés és fogyasztás</b></li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Octanorm installáció fehér falakkal (2,5 m magas)</li> <li>• Szőnyegezés</li> <li>• Világító fríz, frízfelirattal (sarokstand esetén 2 db)</li> <li>• 3 m<sup>2</sup>-ként 1 db spotlámpa</li> <li>• 1 db dugaszoló aljzat</li> <li>• 1 db asztal 4 db székekkel</li> <li>• 1 db fogas, 1 db szemetes</li> <li>• 1 db nyitott információs pult egy polccal</li> <li>• Zárható raktár 4 polcos épített álvánnyal</li> <li>• 1 db hűtőszekrény, 1 db hideg-melegvízes mosogató</li> <li>• Napi standtakarítás</li> <li>• <b>5kW árambekötés és fogyasztás</b></li> <li>• <b>vízbeiktetés 3m<sup>3</sup> vízfogyasztással</b></li> </ul>	
<b>Figyelem! Az árak a helydíjat és az induló marketing csomag díját nem tartalmazzák! *A megjelölt kedvezményes árak 2015. január 26-ig érvényesek!</b>			

Egységstand frízfelirat (max. 20 karakter):

Kívánt szőnyeg szín:  szürke  kék  zöld  piros

Cégnév: \_\_\_\_\_

Kapcsolattartó: \_\_\_\_\_

telefon: \_\_\_\_\_

Dátum: \_\_\_\_\_

Cégszerű aláírás: \_\_\_\_\_



Budapest X., Albertirai út 10.  
Levél cím: 1441 Budapest, Pf. 44.  
Tel. központ/Fax: +36 1 263 6000/+36 1 263 6098  
Bankzárolás szám: K&H Bank 10402283-50526554-52511006



38. Nemzetközi Idegenforgalmi kiállítás  
2015. február 26-március 1.  
HUNGEXPO Budapesti Vásárlóközpont  
[www.hungexpo.hu/utazas](http://www.hungexpo.hu/utazas)  
[utazas@hungexpo.hu](mailto:utazas@hungexpo.hu)

## KATALÓGUSÍV

### Főkiállítók részére

Visszaküldési határidő: 2015. január 24.

A szerződő fél neve: \_\_\_\_\_  
A kapcsolattartó neve: \_\_\_\_\_  
Telefon: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_ Mobil tel.: \_\_\_\_\_

**KÉRJÜK A TÁRSKIÁLLÍTÓT ÉS KÉPVISELT CÉGEKET A TÁRSKIÁLLÍTÓ BEJELENTÉSE FORMA-NYOMTATVÁNYON EGYIDEJÜLEG MEGADNI!**

Megrendeljük - a **tájékoztató ismeretében** - a fent nevezett kiállítás katalógusában az alábbi szöveg közzétételét.

**Az alapbeiktatás a szerződő cég esetében ingyenes.**

#### 1. BETÜRENDES KIÁLLÍTÓI NÉVJEGYZÉK

A beiktatást a következő betűnél kérjük: \_\_\_\_\_  
(Az első beiktatás ingyenes, minden további betűnél **20.000 Ft** ellenében történik)

Cég neve: \_\_\_\_\_  
Levelezési cím: \_\_\_\_\_ város \_\_\_\_\_ út/utca/tér \_\_\_\_\_ szám  
Telefon: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_  
E-mail: \_\_\_\_\_ Weboldal: \_\_\_\_\_

Megjeleníteni kívánt szöveg (a magyar nyelvet alapul véve **200 karakter** - szóköz, írásjel is karakternek számít - **INGYENES**, minden további karakter **135 Ft**)

(A szak kifejezések pontos fordítását megkönnyíti a kiállító, ha ismertetőjét a magyar mellett angol nyelven is közli. A hosszabb szöveget mellékletben kérjük közölni.)

#### 2. TEMATIKAI BESOROLÁS

A mellékelt árucsoport lista alapján a következő kódszámok alatt kérjük:

**Tematika:** \_\_\_\_\_ **Téma:** \_\_\_\_\_ **Szektor:** \_\_\_\_\_

(A Tematika, Téma, Szektor megjelölés alatt **összesen három beiktatás** - mindegyikben egy-egy, vagy tetszőleges megoszlásban - **ingyenes**, minden további **6.000 Ft** ellenében történik.)

#### 3. SZÍNES CÉGEMBLÉMA megjelenítését kérjük a betürendes kiállítói névjegyzékben.

Az első megjelenítése **INGYENES**. További embléma **10.000 Ft/db**

Igen, kérjük az embléma megjelenítését.  Nem kérünk emblémát

A megjeleníteni kívánt emblémák száma: \_\_\_\_\_ db

(Kérjük, szíveskedjenek mellékelten elküldeni! Jpg formátú logót nem tudunk elfogadni, kérjük, hogy vektoros logót küldjenek (pdf, eps vagy vcr kiterjesztésűt).)

#### 4. HIRDETÉS AZ ONLINE KATALÓGUSBAN

Megrendeljük az alábbi hirdetéseket:

1/1 oldal (**70.000 Ft**)  1/2 oldal fekvő belső (**40.000 Ft**)  1/4 oldal belső (**25.000 Ft**)

**Az árak nem tartalmazzák a teljesítés időpontjában érvényes általános értéktörzalmi adót (áfa).**

Dátum: \_\_\_\_\_ Cégszerű aláírás: \_\_\_\_\_



Budapest X., Albertirsaí út 10.  
Levél cím: 1441 Budapest, Pf. 44.  
Tel. központ/Fax: +36 1 263 6000/+36 1 263 6098  
Bankszámlaszám: K&H Bank 10402283-50526554-52511006



38. Nemzetközi Idegenforgalmi kiállítás  
2015. február 26-március 1.  
HUNGEXPO Budapesti Vásárlóközpont  
[www.hungexpo.hu/utazas](http://www.hungexpo.hu/utazas)  
[utazas@hungexpo.hu](mailto:utazas@hungexpo.hu)

## TÁJÉKOZTATÓ A MEGJELENŐ KATALÓGUSRÓL

A kiállításra a HUNGEXPO Zrt. magyar-angol nyelvű online, a kiállítás honlapján ([www.utazas.hu](http://www.utazas.hu)) megjelenő katalógust jelentet meg, melyben minden szerződő felet szerepeltet.

### I. SZOLGÁLTATÁSOK

#### 1. Alapbeiktatás:

A SZERZŐDŐ FELEK (egyéni kiállítók) részére ingyenes az alapbeiktatás, a regisztrációs díj tartalmazza.

A betűrendes kiállítói névjegyzékben a következő adatok szerepelnek: a cég neve, címe, telefon-, telefaxszáma, e-mail és internetcíme, a cég tevékenységi körének leírása, melyből a magyar nyelvet alapul véve 200 karakter és az ebből készült angol fordítás ingyenes, valamint a kiállítási standszám és az árucsoport kódja.

- A betűrendes névjegyzékben 1 db logó megjelölése a cégnév előtt.
- Az árucsoportlistában három címszó alatt a cég neve és standszáma.

#### 2. További szolgáltatások, amelyekért külön díj fizetendő:

- Amennyiben a kiállító több betűnél is kéri magát megjelölni a betűrendes kiállítói névjegyzékben.
- A betűrendes kiállítói névjegyzékben lehetőség van további cégemléma megjelölésére az 1db ingyenesen felül.
- Az alapadatokon kívül egyéb információk közlésére is van lehetőség a betűrendes kiállítói névjegyzékben (pl. a tevékenység bővebb leírása stb.).
- Az alapbeiktatásnál (200 karakternél) hosszabb magyar szöveget karakterenként külön díjat számolunk fel (ez magában foglalja az angol nyelvre történő fordítást is).
- A cégek az árucsoportlistában - profiljuknak, tevékenységüknek megfelelően - több címszó alatt is szerepelhetnek.

A társkiállítók szerepeltethetők teljes beiktatással a betűrendes kiállítói névjegyzékben, illetve a katalógus további megfelelő jegyzékeiben. A társkiállító beiktatásának költségét a társkiállítói regisztrációs díj tartalmazza.

### IV. ÁRAK

#### Beiktatások:

Az alapbeiktatás díja egyéni és társkiállítók részére:

Az alapbeiktatáson felül minden további beiktatás díja a betűrendes kiállítói névjegyzékben:

Az alapbeiktatáson felül minden további karakter (csak a magyar szöveget alapul véve) díja:

Cégemléma:

Minden további beiktatás díja (az ingyenesen felül) az árucsoport listában:

Ingyenes

20.000 Ft

135 Ft

10.000 Ft

6.000 Ft

A feltüntetett beiktatási árak az áfát nem tartalmazzák.

### HIRDETÉSEK TECHNIKAI ADATAI

Felületek	méret
1/1 oldal belső	1024 x 1024 px
1/2 oldal, felvő	1024 x 512 px
1/4 oldal	512 x 512 px



Budapest X., Albertirai út 10.  
Levél cím: 1441 Budapest, Pf. 44.  
Tel. központ/Fax: +36 1 263 6000/+36 1 263 6098  
Bankszámlaszám: K&H Bank 10402283-50526554-52511006

38. Nemzetközi idegenforgalmi kiállítás  
2015. február 26-március 1.  
HUNGEXPO Budapesti Vásárcsopont  
[www.hungexpo.hu/utazas](http://www.hungexpo.hu/utazas)  
[utazas@hungexpo.hu](mailto:utazas@hungexpo.hu)  
Tel.: 06-1/263-6196; 263-6341

## TÁRSKIÁLLÍTÓK BEJELENTÉSE / KATALÓGUS ÍV

Visszaküldési határidő: 2015. január 24.

**A társkiállító induló marketing csomag díja: 43.000 Ft + Áfa / Társkiállító (2015. január 26. utáni jelentkezés esetén: 53.000 Ft + Áfa.)**

Az induló marketing csomag tartalma: a kiállítás weboldaláról link a kiállító honlapjára, látogatói információs rendszerbe kerülés, saját adatokkal való feltöltés lehetősége, katalógus alapbeiktatás a weboldalon + 1 db színes logó, 2 db kiállítói belépő, 1db wifi kód

**A kiállításra SZERZŐDŐ FÉL (főkiállító) neve:** \_\_\_\_\_

A szerződő fél (főkiállító) az általa bérelt standon az alábbi **TÁRSKIÁLLÍTÓ** – saját standrészsel rendelkező – cég(ek)et jelenti be a kiállításra:

**TÁRSKIÁLLÍTÓ CÉG neve:** \_\_\_\_\_

Adószám: \_\_\_\_\_ Kapcsolattartó neve: \_\_\_\_\_

Cím: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_ Internet: \_\_\_\_\_

Tevékenységi kör:  gyártó;  kizárólagos márkaképviselő, a termék neve: \_\_\_\_\_

importőr;  nagykereskedő;  kiskereskedő;  szolgáltató

Multinacionális cég:  igen;  nem

**Kérjük, adja meg fő tevékenységi körét (TEÁOR 08 kód):** \_\_\_\_\_

**A kiállításra a következő tematikai csoportban veszünk részt:** \_\_\_\_\_

### KATALÓGUS BEIKTATÁS

#### 1. TELJES BEIKTATÁSSAL a betűrendes kiállítói névjegyzékben:

**A beiktatást a következő betűnél kérjük:** \_\_\_\_\_

(Az első beiktatás **INGYENES**, minden további **BETŰNÉL 20.000 Ft + áfa** ellenében történik)

Cég neve: \_\_\_\_\_

Cég címe: \_\_\_\_\_

Telefon: \_\_\_\_\_ Fax: \_\_\_\_\_

E-mail: \_\_\_\_\_ Weboldal: \_\_\_\_\_

Megjeleníteni kívánt szöveg (a magyar nyelvet alapul véve **200 karakter** – szóköz, írásjel is karakternek számít – **INGYENES**, minden további karakter **135 Ft + áfa**)

(A szakkiírejezések pontos fordítását megkönnyíti a kiállító, ha ismertetőjét a magyar mellett **angol** nyelven is közli. A hosszabb szöveget mellékletben kérjük közölni.)

#### 2. TEMATIKAI BESOROLÁS

A mellékelt árucsoport lista alapján a következő kódszámok alatt kérjük:

**Tematika:** \_\_\_\_\_ **Téma:** \_\_\_\_\_ **Szektor:** \_\_\_\_\_

(Az első három beiktatás **INGYENES**, minden további **6.000 Ft + áfa** ellenében történik.)

#### 3. SZÍNES CÉGEMBLÉMA megjelentetését kérjük a betűrendes kiállítói névjegyzékben

(az első embléma megjelentetése **INGYENES**, a továbbiak **10.000 Ft + áfa** ellenében)

Kérjük, emblémát küldünk

Nem kérünk emblémát

**A megjelentetni kívánt emblémák száma:** \_\_\_\_\_ db

(Kérjük, szíveskedjenek mellékelten elküldeni! Jpg formátú logót nem tudunk elfogadni, kérjük, hogy vektoros logót küldjenek (pdf, eps vagy vcr kiterjesztésűt).)

**Dátum:** \_\_\_\_\_ **Cégszerű aláírás:** \_\_\_\_\_

## 9. melléklet

Csarnok / Terem	Méret (nm)	Színházi elrendezés	Bankett / körasztal	Iskolapados elrendezés	Fogadás
<b>"A" csarnok</b>	7 000	5 500	3 300	2 000	5 500
Melbourne terem	220	220	150	72	220
Róma terem	140	100	60	42	100
Tokió terem	35	40	20	15	40

Csarnok/Terem	Méret (nm)	Színházi elrendezés	Bankett / körasztal	Iskolapados elrendezés	Fogadás
<b>"B" csarnok</b>	4 400	3 200	2 300	1 000	3 200
Oslo terem	110	140	60	42	100
Innsbruck terem	90	90	50	32	90

Csarnok/Terem	Méret (nm)	Színházi elrendezés	Bankett / körasztal	Iskolapados elrendezés	Fogadás
<b>"C" csarnok</b>	2 200	1 500	800	600	1 500
Mexikó terem	480	500	200	250	350
München terem	480	500	200	250	350
Montreal terem	480	500	200	250	350
Moszkva terem	440	300	100	120	200
Torino terem	50	60	40	25	60