

*SZAKMAI BESZÁMOLÓ
2016.*

*DEBRECEN ÉS HORTOBÁGY
TURIZMUSÁÉRT EGYESÜLET*

TARTALOMJEGYZÉK

A DEBRECEN ÉS HORTOBÁGY TURIZMUSÁÉRT EGYESÜLET TEVÉKENYSÉGE	3
<i>Az egyesület beszámolóí kötelezettsége</i>	5
<i>Az egyesület hálózatfejlesztési tevékenysége</i>	5
A NEMZETKÖZI TURIZMUS ALAKULÁSA, TENDENCIÁK	6
MAGYARORSZÁG TURIZMUSÁNAK ALAKULÁSA	7
A DE TE MŰKÖDÉSI FORRÁSA	7
AZ EGYESÜLET BELFÖLDI MARKETINGTEVÉKENYSÉGE	8
<i>Nyomtatott és digitális marketing eszközök</i>	8
<i>Helyi marketing és PR aktivitások</i>	9
<i>Belföldi kiállítások és vásárok</i>	11
<i>Nyári belföldi marketingkampány</i>	12
<i>Őszi belföldi marketingkampány</i>	13
<i>Téli belföldi marketingkampány</i>	13
<i>További belföldi marketing aktivitások</i>	14
SZAKMAI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK, PARTNERKAPCSOLATOK	15
AZ EGYESÜLET KÜLFÖLDI MARKETINGTEVÉKENYSÉGE	17
<i>Románia</i>	18
<i>Németország</i>	20
<i>Ausztria</i>	23
<i>Csehország</i>	25
<i>Lengyelország</i>	26
<i>Szlovákia</i>	27
<i>Egyesült Királyság</i>	29
<i>Benelux államok, Eindhoven</i>	31
<i>Olaszország, Milánó</i>	32
<i>Svédország, Malmö</i>	35
<i>Egyéb területen folytatott marketingtevékenységek</i>	35
2016 VENDÉGFORGALMI STATISZTIKA ÁTTEKINTÉSE DEBRECEN VONATKOZÁSÁBAN	40
ÖSSZEGZÉS	41

A DEBRECEN ÉS HORTOBÁGY TURIZMUSÁÉRT EGYESÜLET TEVÉKENYSÉGE

A 2003-ban alakult Debrecen Turizmusáért Egyesület 2009-ben Debrecen és Hortobágy települések Önkormányzatával, valamint a turizmushoz közvetve és közvetlenül kapcsolódó szolgáltatókkal és intézményekkel közösen létrehozta a Debrecen és Hortobágy Turizmusáért Egyesületet (továbbiakban DETE) mint helyi turisztikai desztináció menedzsment (TDM) szervezetet.

A Debrecen Megyei Jogú Város Önkormányzata (továbbiakban DMJV Önkormányzata) és a DETE között létrejött támogatási megállapodás alapján az egyesület 2016-ben 35 000 000 Ft támogatást kapott a TDM turisztikai fejlesztési és működési feladatainak ellátására, turisztikai információ-szolgáltatás biztosítására, valamint Debrecen népszerűsítő turisztikai marketingtevékenység végzésére, mely támogatást az önkormányzat két részletben folyósított a DETE-nek.

Az egyesület célja, hogy összefogja a turizmusban érintett vállalkozásokat, szolgáltatókat, intézményeket és civil szervezetek Debrecen és Hortobágy turizmusának fejlesztése érdekében. Az egyesület munkájával segíti a helyi termékek, szolgáltatások piacra jutását, képviseli a tagok érdekeit, közös marketingeszközöket készít és népszerűsíti a desztinációt. Az egyesület jelenleg 55 tagot számlál. (lásd részletes felsorolás)

Az egyesület fenntartja és működteti a Tourinform információs irodát, ahol turisztikai információval látja el az érkező vendégeket, tájékoztató kiadványokat biztosít számukra, valamint egyéb turisztikai szolgáltatásokat nyújt (pl. idegenvezetés, interaktív városkalauz közvetítése, kerékpárkölcsönzés, ajándéktárgyak, belépőjegyek, koncertjegyek és kedvezménykártyák értékesítése, garantált kirándulások szervezése, lebonyolítása). Az egyesület két munkatársa a Nagyerdei Víztorony infó pontján, valamint egy munkatárs a szezonálisan működő hortobágyi Tourinform irodában segít naprakész információkat nyújtani a Debrecen és Hortobágy aktuális programjairól és turisztikai kínálatáról érdeklődő vendégek részére.

Az egyesület fenntartja és működteti a Debrecenben és Hortobágyon kihelyezett összesen 6 darab információs érintőképernyős terminált.

Az egyesület küldetése, hogy Debrecen városfejlesztési koncepciójához igazodva, azzal összhangban alakítsa ki hosszú távú stratégiáját, hogy tevékenysége révén növelje a vendég- és vendégéjszakák számát, valamint ennek kapcsán a turisztikai költsést. Az egyesület célja, hogy működésével hozzájáruljon a helyi lakosság életminőségének javításához, s ez által a turizmussal kapcsolatos szemléletének formálásához. Cél továbbá a turizmusban közvetve és közvetlenül érintett szolgáltatók összefogásával a komplex, minőségi turizmus kialakítása, mely tovább erősíti Debrecen és Hortobágy versenyképességét a turisztikai piacon, valamint hozzájárul a turisztikai iparág és a vele szorosan összefüggő gazdasági iparágak fejlődéséhez.

Debrecen és környéke az ország egyik jelentős turisztikai desztinációja. Idegenforgalmi vonzerejének meghatározó része a történelmi múltjához, vallási hagyományaihoz, kulturális értékeihez és rendezvényeihez kapcsolódik, valamint regionális szerepköréből és földrajzi elhelyezkedéséből adódik. A fizetőképes, igényes kereslet kiszolgálása magától értetődően magas minőséget kíván. A széles körű, minőségi turisztikai termékkínálat lehetőséget teremt a vendégek tartózkodási idejének, valamint költségének növelésére, mely közvetetten gazdaságélénkítő hatással bír. Ez a tény generálja a város szolgáltatásainak folyamatos fejlesztését, így a turizmus hosszú távon a helyi gazdaság egyik húzóágazatává válhat. A gazdaságfejlesztés nem értelmezhető csupán műszaki beruházások összességéeként, hanem fontos szerepet kell szánni a városmarketingnek is. A marketingmunka igen jelentős részét kell, hogy képezze az imázs-építés, a város marketing-tevékenységének fejlesztése. Turizmusunk csak akkor lehet hosszú távon sikeres, ha folyamatosan reagálunk a piaci változásokra, újabb piacokon jelenünk meg és újabb üzenetekkel újabb célcsoportokat szólítunk meg. Az új piacok

felé fordulás azonban nem jelentheti a hagyományos küldő piacaink elhanyagolását, hiszen ezekről a területekről érkezik a legtöbb vendég. A debreceni vendégéjszakák közel 70%-át belföldi, míg 30%-át külföldi turisták töltik a városban. Debrecen célkitűzése egy intelligens, élhető és fenntartható város megteremtése, Debrecen, mint márka újrapozicionálása. Egy olyan város imázs kialakítása a cél, amely nemzeti értékeinkre és hagyományainkra fókuszál, ám integrálja azt a modern értelemben vett turisztikai vonzerők közé, így minden célcsoport és korosztály számára vonzóan mutatja be a várost, mint úti célt. Fontos az egyediség, a más úti céloktól megkülönböztető kínálati elemek, turisztikai termékek létrehozása és azok hangsúlyozása a kommunikációban, a minőséget kifejező arculat alkalmazása.

A turisztikai fejlesztési irányvonalak között kiemelt fontosságú a térségi szakmai együttműködések és partnerkapcsolatok erősítése. Ennek elérése érdekében az egyesület a várossal és a régió meghatározó turisztikai desztinációival, stratégiai partnereivel közös akciókat, eseményeket szervez és bonyolít le.

A DEFE tagjai:

Acopark Panzió Kft.
 Airport Debrecen Kft.
 Angelica Sport Egyesület
 Balmazújvárosi Nagyszikért Alapítvány
 Balmazújváros Város Német Nemzetiségi Önkormányzat
 Bioudvar Közhasznú Egyesület
 Centrum Hotel Kálvin Kft.
 Debrecen Kistemplom-Ispotályi Református Egyházközség
 DMJV Önkormányzata
 (Déri Múzeum)
 Debreceni Campus Nonprofit Közhasznú Kft.
 Debreceni Egyetem Gazdaságtudományi Kar
 Debreceni Gyógyfürdő Kft. (Aquaticum Termál és Wellness Hotel, Aquaticum Élményfürdő, Hotel Lycium, Atrium étterem)
 Debreceni Lovasklub Egyesület
 Debreceni Nyári Egyetem Nonprofit Közhasznú Kft.
 Debreceni Sportcentrum Kiemelkedően Közhasznú Nonprofit Kft. (Sport Hotel)
 Debreceni Zsidó Hitközség
 DKV Debreceni Közlekedési Zrt.
 Divinus Hotel Üzemeltető Kft. (Hotel Divinus)
 DMJV Önkormányzat
 Dr. Déri János
 Fanny-Line Kft-Barabás Étterem
 Fórum Debrecen 1106 Budapest ECE Budapest Kft.
 Főnix Rendezvényszervező Közhasznú Nonprofit Kft.
 HBZ Kft.

Hortobágy Község Önkormányzata
 Hortobágyi Nemzeti Park Igazgatóság
 Hortobágyi Természetvédelmi és Génmegőrző Nonprofit Kft.
 Hortobágyi-Délibáb Településüzemeltetési és Rendezvény Szervező Szolgáltató Nonprofit Kft.
 Hotel Nagyerdő Kft. (Hunguest Hotel Nagyerdő)
 Hotel Óbester (ÓBESTER-PANZIÓ Kft.)
 Augusztai Hotel Zrt.
 Campus Hotel Zrt.
 KKK Hotel Zrt.
 OEC West Hostel Zrt.
 Húsmanufaktúra Kft.
 Karsol Gasztronómia Kft. (IKON Debrecen)
 KO-PO Venator Kft.
 Kőhíd-Hortobágy Szolgáltató Bt.
 Leveles Kft. (Hotel Platán)
 Madárkórház Alapítvány
 Magyarországi Evangélikus Egyház
 MOKKAGASTRO Kft.
 Nagyerdei Kultúrpark Nonprofit Kft.
 Nívó Style Kft.
 Norta Kft. (Erdőpuszta Club Hotel)
 Píramis Ital Bt.
 Píramis Sör Kft.
 Radics László
 Református Nagytemplom
 Régi Posta Étterem Kft.
 Stilus Fashion Kft.
 SZAN-TÁL Csoport Kft.
 Tiszántúli Református Egyházkerület Múzeuma
 Zsuzsi Erdei Vasút Nonprofit Kft.
 Zsuzsi Kisvasútért Baráti Kör Egyesület

AZ EGYESÜLET BESZÁMOLÓI KÖTELEZETTSÉGE

A TDM szervezetek támogatására 2009-ben a Nemzeti Fejlesztési Ügynökség (NFÜ) az Észak-alföldi Operatív Program keretében pályázati felhívást tett közzé, melyre a pályázatot Debrecen Önkormányzata nyújtotta be, de a kedvezményezett a DETE volt. A konstrukció célja a turisztikai piaci jelenlétet segítő együttműködések biztosítása a helyi és a térségi TDM szervezetek létrehozásával.

A pályázati kiírás alapján a TDM szervezeteknek kötelező turisztikai információ-szolgáltatási feladatokat ellátni, önálló turisztikai információs irodával rendelkezni. A TDM szervezet a turisztikai információ-szolgáltatást az országos Tourinform hálózati rendszeren belül kívánta megvalósítani, mely hálózatot a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) működteti. Erre tekintettel Debrecen önkormányzatának vállalnia kellett, hogy átadja a Tourinform Iroda működési és fenntartási jogosítványait a TDM szervezetnek, illetve a pályázati feltételeknek megfelelően biztosítja annak működéséhez és fenntartásához (turisztikai információ-szolgáltatásra, az érintőképernyős terminálok fenntartására és üzemeltetésére) szükséges infrastruktúrát és forrásokat a projekt befejezésétől számított 5 éven keresztül 2017-ig.

AZ EGYESÜLET HÁLÓZATFEJLESZTÉSI TEVÉKENYSÉGE

A hálózatépítés folyamata a desztináció szereplői között meglévő olyan fontos kapocs, amely - a szervezetfejlesztési elvek alkalmazását jelentő - együttműködés révén biztosítja a desztináció versenyképességét jelentő tényezők aktivizálását. A TDM szervezet 2009 évi megalakulása óta a tagok létszáma majdnem megháromszorozódott. Az egyesület tagjai között vannak Debrecen és Hortobágy meghatározó turisztikai szereplői, vállalkozásai, a turizmushoz közvetve és közvetlenül kapcsolódó intézmények, civil szervezetek és attrakciógazdák. Célkitűzés az, hogy a hálózatfejlesztés irányított legyen, fedje le a két desztináció meghatározó turisztikai szolgáltatói szegmenseit.

A hazai és külföldi „jó gyakorlatok” tanulmányozását követően minden esetben felfedezhetőek olyan, más térségekben is adaptálható tevékenységek, amelyek – egyediségüknek köszönhetően – nagymértékben segíthetik az adott térség turizmusának fejlesztését. Az egyesület jól működő partneri kapcsolatot alakított ki a hajdúszoboszlói és a nyíregyházi TDM szervezetekkel, valamint az országos TDM szervezettel is. A felek közös marketingtevékenysége - főleg a távolabbi küldőpiacok vonatkozásában - az erőforrások hatékony felhasználásával sikeresebb promóciót jelenthet, melyből az összes szereplő profitál.

DETE kapcsolattartó-hálózatépítési tevékenysége:

- a helyi turisztikai szolgáltatásokról, eredményekről, turista elégedettségéről adatok folyamatos gyűjtése, statisztikák készítése
- a tagság folyamatos informálása a tervezett programokról, az egyesület eredményeiről
- hírlevelek küldése a tagoknak és a szakmai partnereknek
- képzések, tréningek szervezése
- workshopok, szakmai tájékoztatók szervezése
- pályázatfigyelés, pályázatírás
- termékfejlesztési és promóciós projektek tervezése és lebonyolítása
- aktuális szakmai feladatok ellátása

A NEMZETKÖZI TURIZMUS ALAKULÁSA, TENDENCIÁK

A turisták áramlása Európa legtöbb desztinációjába a biztonsági kockázatok ellenére tovább növekedett 2016 nyarán. A szakértői előrejelzések szerint 2017-ben várhatóan 3,0%-kal bővül tovább az európai nemzetközi turizmus.

2016-ban az ETC számára adatot szolgáltató 33 európai országban egyharmadában kétszámjegyű növekedés volt megfigyelhető a vendégszámokban.

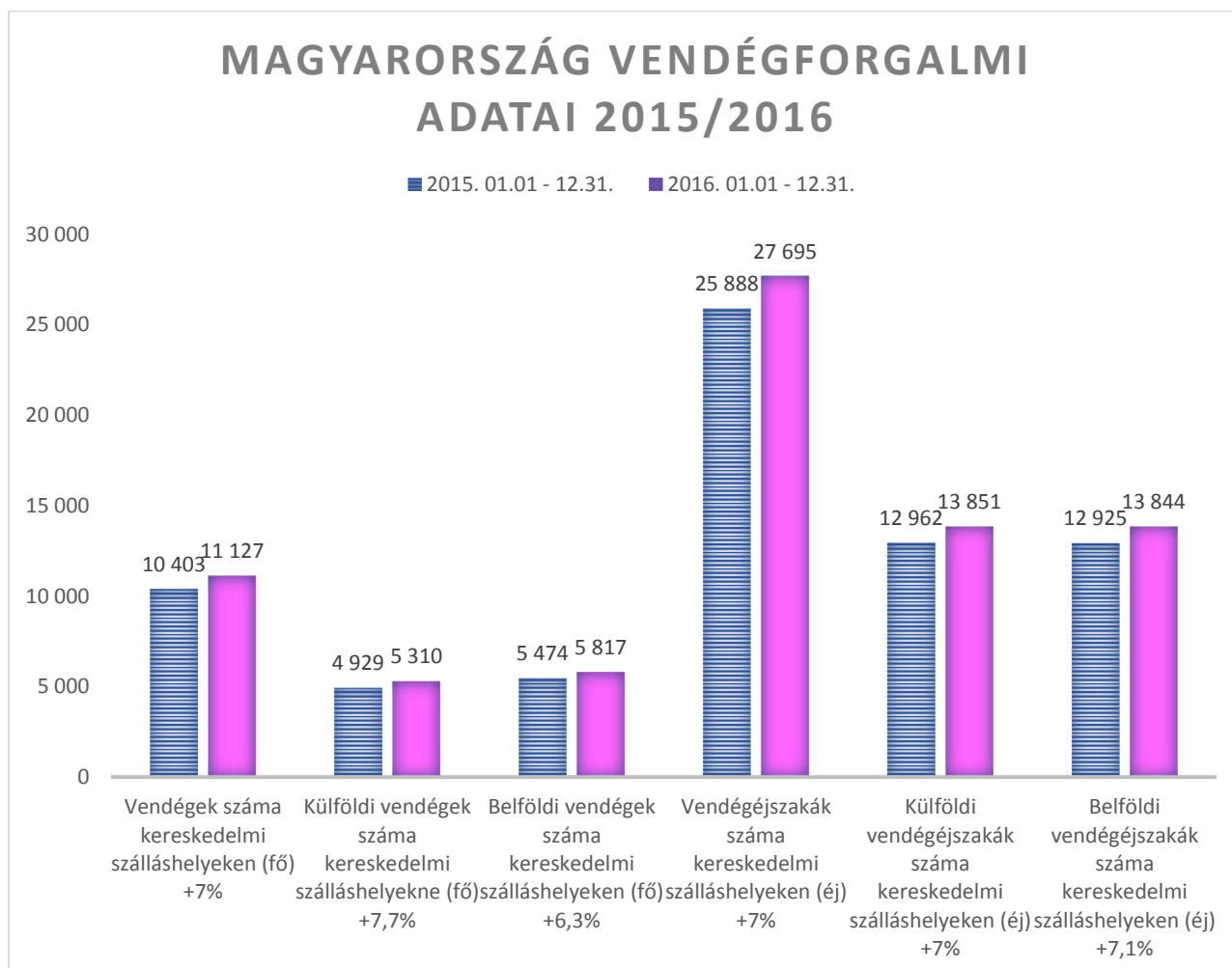
A háromnegyed éves adatokat figyelembe véve 2015-hez képest kétszámjegyű növekedést ért el a turistaérkezések számában *Izland* (+34%), ami részben annak köszönhető, hogy az ország a transzatlanti utazások fontos csomópontja. *Szlovákiában* és *Cipruson* egyaránt 19%-os vendégszám-növekedést mutatnak az adatok az előző évhez képest, mindkét ország jelentősen profitált az orosz utazások Törökország felé történt korlátozásából. A déli és mediterrán országok is jelentős növekedést mutatnak 2015 azonos időszakaihoz képest: *Portugália* (+12%), *Szerbia*, *Szlovénia* és *Spanyolország* (+10% mindhárom országban). Szintén gyors növekedés figyelhető meg *Bulgáriában* (+13%), valamint *Litvániában* és *Romániában* (+10-10%), mindhárom ország kedvelt célpont a kedvező árú utazásokat keresők körében.

Törökország (-32%) továbbra is elszenvedi a diplomáciai feszültségek, a terrorfenyegetettség és a korábbi legnagyobb küldő piacával, Oroszországgal megromlott kapcsolatának drasztikus következményeit a turizmusban, az utóbbi évtized folyamatos növekedése után. Belgium turizmusa szintén hanyatlóban van (-13%), a 2016 márciusában történt támadások után jelentősen visszaesett mind az európai, mind a tengerentúli küldő piacokról érkezők száma. Törökországon és Belgiumon kívül Görögországban, Monacóban és Svájcban volt még visszaesés 2016-ban.

* forrás a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) publikálásában 2016. november 18-i EURÓPAI TURIZMUS 2016-BAN – TRENDEK ÉS KILÁTÁSOK Az ETC 2016/3. negyedéves jelentése

MAGYARORSZÁG TURIZMUSÁNAK ALAKULÁSA

A Központi Statisztikai Hivatal adatai szerint Magyarország turizmusának eredményei tovább erősödtek 2016-ban.



1. ábra Magyarország vendégforgalmi adatai 2015/2016. 01.01 -12.31 vonatkozásában, forrás: KSH

A külföldi vendégek által eltöltött éjszakák száma 6,9, a belföldi vendégek által eltöltötteké 7,1 százalékkal emelkedett 2016-ban az egy évvel korábbihoz képest, együttesen 7,0 százalékkal nőtt a szálláshelyek forgalma, és 27,7 millió vendégéjszakát regisztráltak - a Központi Statisztikai Hivatal (KSH) tanulmánya szerint.

A DEBRECEN ÉS HORTOBÁGY TURIZMUSÁÉRT EGYESÜLET MŰKÖDÉSI FORRÁSA

Az egyesület a városvezetés által előzetesen jóváhagyott marketingterv alapján végezte tevékenységét 2016-ban is. A DMJV Önkormányzata, és a DETE között létrejött támogatási megállapodás alapján az egyesület **2016-ban 35 000 000 Ft** támogatást kapott. Közvetlen kiadások 2016-ban: **27 614 293 Ft**. A fennmaradó összeget az egyesület a saját bevételeivel (Hortobágy község Önkormányzata által nyújtott támogatás, tagdíjak, jegy- és ajándéktárgy értékesítések jutaléka, hirdetési díjak, pályázati források, stb.) egészítette ki, így éves szinten belföldi és külföldi marketing tevékenységre a beszámoló elkészítéséig összesen **16 267 692 Ft**-ot költött. Az aktivitások a következőkben részletezett beszámoló szerint valósultak meg.

AZ EGYESÜLET BELFÖLDI MARKETINGTEVÉKENYSÉGE

NYOMTATOTT ÉS DIGITÁLIS MARKETING ESZKÖZÖK

Az éves marketingtevékenységünk fontos részét képezi a Debrecen és Hortobágy meglévő és új turisztikai szolgáltatásait, attrakcióit, és az adott évre vonatkozó programokat ismertető kiadványok kidolgozása, szerkesztése és kiadása. A kiadványok az első számú kommunikációs eszközei a kiállításoknak, szakmai vásároknak, és egyéb rendezvényeknek. A kiadvány tartalmának aktualizálásával egyidejűleg frissülnek a digitális tartalmak is a web felületeken és a szakmának szóló háttér-információs kiadványokban.

A kiadványok célközönségre szegmentáltan kerülnek kialakításra. Az új imázs kiadvány azon vendégeknek készült, akik átfogó képet szeretnének kapni a desztinációról, illetve protokoll eseményre érkeztek a városba. A guide kiadvány a már ide látogató turistáknak szól és tartalmazza a látnivalók, attrakciók, programlehetőségek, szállás- és vendéglátóhelyek részletes leírását, valamint az éves rendezvénykínálatot.

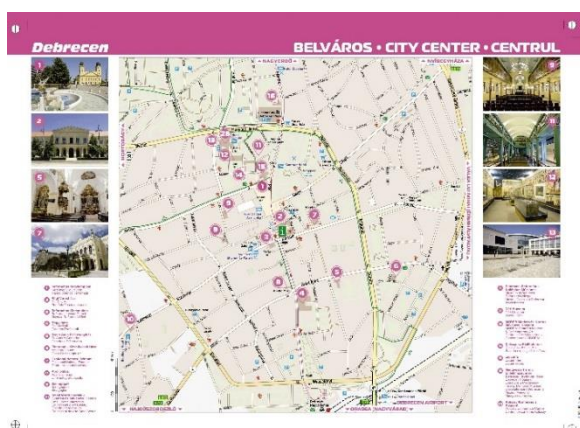
Debrecen és Hortobágy 2016. évi útikalauza



A desztinációba utazást tervezők és az ide érkező turisták részletes turistakalauza, mely segít a szállásválasztásban, programtervezésben és a szabadidő hasznos eltöltésében.

Méret:	148x210 mm
Terjedelem:	784+4 oldal
Példányszám:	12 000 pld (5 000 magyar, 4 000 angol, 2 000 német, 1000 román)
Kötészet:	irkafűzés

Új Debrecen információs laptérkép



Méret:	A3, fekvő
Terjedelem:	2 oldal
Példányszám:	10 000 pld

Egyesületünk a szolgáltatóktól és vendégektől érkezett igények kielégítésére **ingyenes Debrecen turisztikai információs laptérképet** készítettett **10 ezer példányban**, melyből az egyesületi szálláshelyek részére a kért mennyiségben támpéldányt biztosított.

A laptérkép a Debrecen és Hortobágy Guide 2016 kiadványunk vizuális elemeihez igazodva készült el A3-as méretben. A letéphető laptérkép tartalmazza a belváros és a Nagyerdei Parkerdő látnivalót, valamint az információs weboldalak és az információs irodák elérhetőségét. Az egyesületi tagok mellett a térkép elérhető forgalmas csomópontokon is, pl. a repülőtéren, az autóbusz állomáson, vendéglátóhelyeken, és a megyei Tourinform irodákban.

Új digitális háttéranyag utazásszervezőknek

A tapasztalatokra alapozva az egyesület angol nyelvű szakmai háttéranyagot állított össze utazásszervezők részére, melyben jellegzetes helyi termékekre fókuszálva szegmentáltan jelenik meg Debrecen és Hortobágy turisztikai kínálata. Az informatív kiadványban Debrecen általános gazdasági és turisztikai adatai mellett részletesen mutatjuk be az egyes turisztikai termékeket és az ahhoz kapcsolódó kínálatot (városlátogatás, kulturális örökség, rendezvények és fesztiválok, gasztronómia, sport, MICE, esküvő, ökoturizmus, egynapos kirándulási lehetőségek). A tematikus programjavaslatok mellett hasznos információkat tartalmazó táblázatokat gyűjtöttünk össze a helyi szolgáltatásokról (szállás- és vendéglátóhelyek, konferenciahelyszínek, programlehetőségek, éves rendezvénynaptár). Hogy még inkább felkeltsük az érdeklődést Debrecen, valamint Magyarország iránt, témák kapcsán bemutattunk egy-egy nemzetközileg ismert magyar hírességet, akiket párhuzamba állítottunk egy-egy debreceni vonatkozással (pl. Puskás Ferenc, mint a legismertebb magyar focista és a debreceni futball).

A kiadvány az alábbi linkre kattintva tölthető le: <https://issuu.com/gotodebrecen>

Képeslapok és ajándéktárgyak

A laptérkép mellett új, Debrecen látványosságait és a jubiláló Debreceni Virágkarnevált népszerűsítő **ajándéktárgyak** (bögrék, tollak, pólók, vászontáskák) és **képeslapok** is készültek fiatalos és trendi dizájnnal, melyek a Tourinform irodában és a Nagyerdei Víztoronyban vásárolhatók meg.



Új Debrecen fotóportfólió

A DMJV Önkormányzat és a DETE együttműködésben új Debrecen fotóportfólió készült. A júliusban és augusztusban tartott fotózáson Debrecen nevezetességeiről, ikonikus épületeiről, népszerű köztereiről, gasztronómiai és szálláshely-kínálatáról, a fürdő gyógyászati és wellness-szolgáltatásairól, valamint a debreceni életézésről készültek **új imázs fotók**, melyek a korábbi fotókat kiegészítve immár **teljes és friss képet** adnak Debrecen teljes turisztikai kínálatáról.

Az új fotóportfólió célja, hogy a jövőben várható turisztikai marketing akciókban Debrecenről olyan képet mutassunk az imázs fotók segítségével, melyek **hűen tükrözik a város új, lendületes, fiatalos arcát és arculatát**, és a fotókon keresztül is közvetítsük azt az üzenetet, hogy Debrecen az a hely, ahol jó élni, ahova jó ellátogatni.

HELYI MARKETING ÉS PR AKTIVITÁSOK

Debreceni Utazási és Szabadidő Kiállítás és Vásár

2016. március 18-20. között új helyszínen, a Nagyerdei Stadion rendezvénytermében, a Hallban került megrendezésre az Utazás és Szabadidő 2016 Kiállítás és Vásár. Az új helyszín háttérében az a nem titkolt cél állt, hogy az utazási vásár látogatottságát növelő cézzal megrendezésre kerüljön az évek óta tervezett és látogatói igények alapján várva várt Debreceni Autó Kiállítás, melynek a Nagyerdei Stadion külső rendezvénytere ad helyet. A kiállítás pénteken és szombaton 10-től 18 óráig, vasárnap 10-től 16 óráig tartott nyitva, a látogatás idén is ingyenes volt.

Egyesületünk önálló – 3 x 4 méteres – standon jelent meg a kiállításon, ahol a tagok kiadványokkal és informátorokkal népszerűsíthették szolgáltatásaikat.

Garantált városnéző séták

A Tourinform iroda a kiemelt nyári turista szezonban (júliusban és augusztusban) heti kétszer garantált időpontban – kedden és szombaton 10 órától – városnéző sétákat indított.

A program minden korábbinál nagyobb érdeklődés mellett zajlottak, szinte valamennyi meghirdetett időpontban elindult a program, átlagosan 4-8 résztvevővel. A programok kb. 85%-a magyar nyelven a meghirdetett időpontokban, 15%-a idegen nyelven, külön egyeztetett időpontban zajlott. A vendégek és az idegenvezetők visszajelzése is pozitív volt a programra. A vendégek arról számoltak be, hogy a gyalog is kényelmesen bejárható másfél-két órás program során kellő betekintést nyertek a város történelmébe, hétköznapijaiba, és a főbb belvárosi nevezetességek történetébe, míg az idegenvezetők szerint szinte valamennyi vendég nagyon érdeklődő volt és köszönettel fogadta a szakmai idegenvezetést.

Turizmus Világnapja

Az ENSZ Turisztikai Világszervezete 1980 óta szeptember 27-én ünnepli a Turizmus Világnapját, mely a turizmus társadalmi, kulturális és gazdasági életben betöltött szerepére kívánja felhívni világszerte a figyelmet. A debreceni Tourinform iroda a korábbi évekhez hasonlóan idén is csatlakozott a nemzetközi kampányhoz – szeptember 27-én a város több frekvenciált pontján (Kossuth tér, Déri Múzeum, Aquaticum Spa, Fórum Bevásárlóközpont) látványos akciókkal, színes programokkal várták a debrecenieket és a városban tartózkodó turistákat.

A Turizmus Világnapja alkalmából a Tourinform iroda szeptember 27-én 10 órától ingyenes városnézést indított a Református Nagytemplom előtt, valamint az iroda munkatársai 10 órakor a Kossuth téren, 11 órakor a Déri Múzeumnál, 13 órakor az Aquaticum Mediterrán Élményfürdőnél, 15 órakor a FÓRUM Bevásárlóközpontnál, 10 és 16 óra között pedig a Tourinform irodában és a Nagyerdei Víztorony információs pultjánál rózsaszín lufikkal kedveskedtek a járókelőknek.

Az akcióval az iroda a turizmus jelentőségére, Debrecen sokszínű turisztikai kínálatára és a Tourinform iroda szolgáltatásaira kívánta felhívni a figyelmet.

Rendszeres megjelenés a helyi médiában

A Tourinform iroda minden hónapban összesíti és tematizálja Debrecen aktuális programjait, melyet minden helyi és országos sajtóorgánus felé eljuttat. Az aktuális programok az egyesület fenntartásában működő Iránydebrecen.hu weboldal Programajánló rovatába is felkerülnek, valamint a kiemelt eseményekre, rendezvényekre a szintén az iroda kezelésében működő Irány Debrecen Facebook oldalon is külön felhívjuk a figyelmet.

Mindemellett minden hónapban külön felhívjuk a figyelmet a havi megjelenésű Debrecen Korzó magazinban egy-egy aktuális helyi eseményre, szolgáltatásra.

Az egyesület az aktuális marketing tevékenységeiről, eredményeiről folyamatosan tájékoztatja a sajtót hírek, közlemények és pr-cikkek generálásával, ezzel is erősítve Debrecen város kommunikációját.

BELFÖLDI KIÁLLÍTÁSOK ÉS VÁSÁROK

Helyszín:	Budapest – 46. Utazás Kiállítás
Időpont:	2016. március 3-6.
Helyszín:	Budapest – Hungexpo
Látogatók száma:	35 000
Kiállítók száma:	390

A DETE idén is részt vett Budapesten az UTAZÁS kiállításon **2016. március 3. és 6. között**. Egyesületünk a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatóságának standján társkiállítóként mutatkozott be. Az Utazás kiállítás, 28 ország több mint 390 kiállítójával, az Afrika Expo és a Bringaexpoval egy időben került megrendezésre a Hungexpo 30 ezer négyzetméterén. Az idei kiállításra **35.000 látogató** volt kíváncsi.

Az informátorpulton elhelyezett kiállítási anyagunkat úgy állítottuk össze, hogy az a legszélesebb skálán mutassa be Debrecen és Hortobágy nevezetességeit, program- és szálláslehetőségeit, valamint az idei rendezvényeket. A látogatók közül sokan tudatosan keresték fel standunkat a célból, hogy Debrecenbe, illetve Hortobágyra szeretnének utazni, ezért részletes tájékoztatást és kiadványt kértek a turisztikai attrakciókról, programlehetőségekről. A látogatók többsége keresett éves rendezvény-naptárat, illetve olyan kiadványt, amely tartalmazza az összes szálláshely-lehetőséget, különös tekintettel a kempingekre és kollégiumokra. Számos érdeklődő kérdezett a Kerekerdő Élményparkról és az Aquaticum Spa-ról, illetve kért olyan kiadványt, amely részletesen is bemutatja a fürdő szolgáltatásait.

A számos programlehetőség közül a 2016-ban 50. születésnapját ünneplő Debreceni Virágkarnevál iránt volt a legnagyobb érdeklődés. A jubileum promótálására a Főnix Rendezvényszervező Közhasznú Nonprofit Kft. szóró ajándékokat (sapkát, pólót, bögrét, legyezőt, stb.) ajánlott fel a látogatók számára.

Az Utazás legnagyobb attrakciója minden bizonnyal a kiállítás kulturális díszvendégének, Brazíliának karneváli hangulatot teremtő műsora volt. Brazília standján és a kiállítás színpadán szamba táncosok és capoeira „harcosok” gondoskodtak a karneváli kedv megteremtéséről. Nagy sikert arattak a helyben készített autentikus brazil ételek is.

NYÁRI BELFÖLDI MARKETINGKAMPÁNY

DEBRECEN AZ A HELY, AHOL AZ ÁLMAIMAT ÉLEM



Nagyszabású belföldi turisztikai marketing kampány Debrecen népszerűsítésére

Debrecen város önkormányzata és a DETE a Szallas.hu és a Travelo együttműködésében nagyszabású nyári vendégforgalom élénkítő kampányt indított, mellyel a hazai utazóközönség figyelmét kívántuk felhívni Debrecen minden

korábbinál színesebb és gazdagabb turisztikai kínálatára.

Promóciós időszak: 2016. június 14. és 21., valamint július 19. és 26.

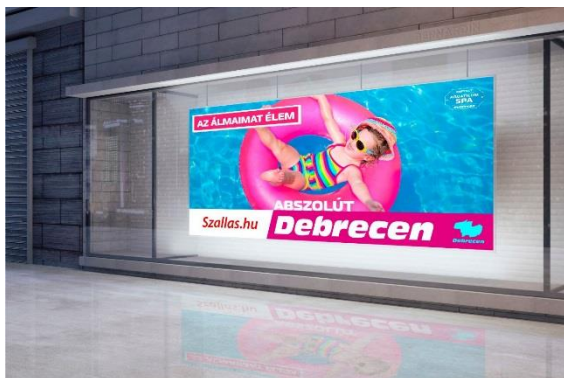
Promóció: szallas.hu, travelo.hu, óriásplakátok Budapesten

Cél: A debreceni vendégforgalom és a vendégéjszakák számának növelése.

A június 14. és 21. valamint július 19. és 26. között futó online kampány keretében Debrecen „A hét desztinációjaként” jelent meg a Szallas.hu és a Travelo főoldalain, valamint kapcsolódó felületein kedvezményes szállásajánlatokkal, szöveges-képes ajánlókkal, cikkekkel, melyek Debrecen sokszínű nyári kínálatára hívták fel a nyaralásukat, pihenésüket tervező utazóközönség figyelmét.

A Travelo és a Szallas.hu közös gondozásában idén indult útjára a „Hét Desztinációja” elnevezésű kampánysorozat, mely a hazai turisztikai desztinációknak biztosított kiemelt online megjelenési lehetőséget. A kampány lényege, hogy a két piacvezető portál egy-egy héten minden eszközzel egy adott városra, térségre irányítja a figyelmet. Egy közösen létrehozott microsite-on, a kampány ideje alatt minden információ fellelhető volt a városról, ami egy turista számára lényeges lehet utazás előtt. A Travelo cikkei ízelítőt adtak abból, hogy mit érdemes felfedezni az adott desztinációban, a Szallas.hu felvonultatta a térség teljes szálláskínálatát, a hirdető város pedig rendezvényeivel járult hozzá az oldal komplexitásához.

Az online kampány mellett június 16. és július 15. között Budapest számos pontján (összesen 41 helyszínen) kerültek ki Debrecen népszerűsítő óriásplakátok. Az óriásplakátok helyszíneit kereszteződésekben, parkolók mellett, „A” kategóriás területeken, forgalmas csomópontokban, jól kivehető, szembetűnő helyeken, valamint olyan kerületekben kerültek kihelyezésre, ahol nagyobb diszkrecionális jövedelemmel rendelkezik a helyi lakosság.



A marketingkampány mind vizualitásában, mind üzenetében elsősorban a kisgyermekes családokat és a fiatalokat szólította meg, akik számára 2016 nyara feledhetetlen élményeket ígért a cívisvárosban.

A közös kampány koncepcióját az adta, hogy a nyári foglалások legnépszerűbb időszakában Debrecen kiemelt helyen jelenjen meg utazási-, és szálláskereső portálokon (Szallas.hu és a Travelo kiemelt felületein), valamint az Iranydebrecen.hu oldalon, hogy célzott ajánlataival (kedvezményes szállás- és programajánlatok) felkeltse az utazóközönség figyelmét, akik közvetlenül le is tudják foglalni a szállást.

A kampánnyal egy időben egy nyereményjáték is indult a Szallas.hu-n. A szerencsés nyertes jutalma egy 2 fő részére 2 éjszakára szóló szállásutalvány volt a Hotel Lycium**** Debrecenben reggelis ellátással, wellness használattal és Aquaticum fürdőbelépőjegggyel.

A kampány többbezes forgalomnövekedést és milliós nagyságrendű bevétel növekedést hozott Debrecen szálláshelyeinek a Szallas.hu statisztikai felmérése szerint mind a tavalyi évhez viszonyítva, mind a megelőző hetekhez viszonyítva. Ezt igazolták vissza a helyi szállásadók is.

ŐSZI BELFÖLDI MARKETINGKAMPÁNY



Az Index hírportál utazási rovata, a **Travelo** és az ország legismertebb online szállásfoglaló oldala, a **Szállás.hu** együttműködésével egyesületünk a nyári belföldi forgalomélénkítő kampányhoz hasonló **ősz online kampányt** indított október 10. és 23. között.

A kéthetes kampányidőszakban Debrecen a nyári akcióhoz hasonlóan a „Hét Desztinációjaként” kiemelt online megjelenést kapott a két portálon. Egy közösen létrehozott microsite-on, a kampány ideje alatt minden információ fellelhető volt Debrecenről, ami egy turista számára lényeges lehet az őszi szünetben, valamint az adventi és szilveszteri időszakban tervezett utazás előtt. A Travelo cikkei ízelítőt adnak abból, hogy mit érdemes felfedezni, csinálni Debrecenben, a Szallas.hu pedig a város teljes szálláskínálatát felvonultatta az oldalon.

Az őszi kampányban az egyesület a Hortobágy egyik leglenyűgözőbb természeti látványosságával, a daruvonulással is népszerűsítette a debreceni őszi szünetet.

TÉLI BELFÖLDI MARKETINGKAMPÁNY



Promóció: A Travelo.hu - ADVENT Tematikus Mellékletében
Időszak: 2016. november 14 - december 24.
URL: <http://travelo.hu/advent>
Formátum: Tematikus Melléklet szponzorált Travelo overlay almenü megjelenéssel és Index.hu címlapi kiemelésekkel

A tavaszi és nyári kampányok folytatásaként Debrecen megjelent a Travelo.hu utazási portál adventi mellékletében is. A Travelo 2015. októberében indította útjára rendezvény tematikájú oldalát, melyen a felhasználók rendezvényhelyszínek közt és rendezvényszolgáltatók

kínálatából válogathatnak, a magazin tartalmában pedig hasznos és érdekes cikkeket olvashatnak. A Travelo felhasználóinak jelentős része az Indexről érkezik az utazási tartalmakra és szállás, ill. utazási ajánlatokra.

A tematikus online felületen a debreceni ünnepi időszak programkínálatának sokszínűségére helyezte a hangsúlyt, mely kiemeli, hogy az adventi és karácsonyi időszak a rendezvényekkel együtt mennyivel másabb és egyedibb, más nagyvárosok karácsonyi vásárához képest.

TOVÁBBI BELFÖLDI MARKETING AKTIVITÁSOK

„Kirándulj Nálunk!” Magazin

Formátum: A/4 színes (210x297)

Terjedelem: 100 + 4 oldal

Példányszám: 10 000 db

Szeptember elején, tanévkezdésre jelent meg a „Kirándulj Nálunk!” című magazin, mely az osztálykirándulásra alkalmas hazai helyszíneket, látnivalókat és programokat mutatja be. A magazin célja, hogy felhívja az osztályfőnökök, illetve a szülők figyelmét hazánk sokszínű turisztikai kínálatára és értékeire, ahova érdemes ellátogatni egy-egy osztálykirándulás vagy tábor alkalmával. A kiadvány 12.000 példányban jelenik meg, és összesen közel 3000 általános- és középiskolába jut el ingyenesen.

A kiadványban egyesületünk egész oldalas hirdetésben ajánlja Debrecen és Hortobágy osztálykirándulásra alkalmas programhelyszíneit. A hirdetés mellett szerkesztőségi cikk mutatja be bővebben Debrecen, mint osztálykirándulásra alkalmas úti célt, melynek tartalmi összeállításában egyesületünk segített. **„Kirándul az osztály” Magazin 2017 – A Vidékjáró Magazin évente megjelenő tematikus kiadványa** A folyamatosságot biztosítva egyesületünk egyoldalas hirdetéssel jelenik meg a **Vidékjáró Magazin éves tematikus kiadványában**. Az osztálykirándulásokat szervező általános és középiskolai tanárok, túraszervezőket megszólító magazin az osztálykirándulással, kapcsolatos témákkal foglalkozik, hasznos szakmai tanácsokat, tematikus osztálykirándulási ajánlatokat kínál az olvasónak. A magazin offline és online módon szólítja meg a célcsoportot, az alábbiak szerint: **Offline:** A Pedagógusok Szakszervezetének segítségével, valamint pedagógus továbbképző intézeteken keresztül országszerte 2,000 iskolába jut el a magazin, közvetlenül a pedagógusokhoz. **Online:** A magazin elektronikus változata kiküldésre kerül a Pedagógusok Szakszervezetének 30,000 tagja számára, továbbá 3,000 iskolába, és 3,500 pedagógus e-mail címére, valamint a Vidékjáró 6,000 online hírlevél olvasójához januárban és szeptemberben. A magazin a www.videkjaro.hu oldalon is megtekinthető, Januárban és szeptemberben a hirdetői ajánlatai kiemelt hirdetési helyen jelennek meg a weboldalunkon.

Hajdú – Bihar megye idegenforgalmi térképe

Formátum: B1 színes (100*170 cm)

Terjedelem: 8+2 hajtás

Példányszám: 3000 db 3 évig történő folyamatos utánnyomással a megrendelővel történő tartalomegyeztetés szerint.

SZAKMAI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK, PARTNERKAPCSOLATOK

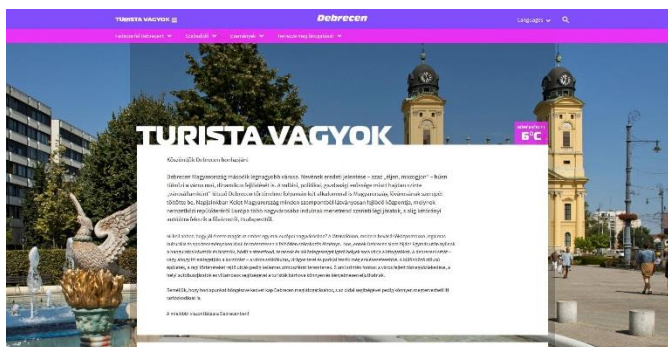
VÁROSI SZINTEN

A Debrecen népszerűsítő turisztikai kampányok megvalósítása minden tekintetben a város illetékes vezetőivel (illetékes alpolgármester) történő egyeztetéseken alapszik és minden esetben a turisztikai referenssel közös együttműködésben valósul meg.

Debrecen Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatal Kulturális Osztály – A Kulturális Osztállyal együttműködve az egyesület rendszeresen találkozik és egyeztet Debrecen rendezvényszervezőivel, programgazdáival. Havi rendszerességgel összegyűjti a város programkínálatát, az ebből készült rendezvénylistát eljuttatja a helyi és országos sajtó (nyomtatott és elektronikus sajtó, TV, rádió), Debrecen, Hortobágy, Hajdúszoboszló TDM szervezetei, TDM tagjai, az Észak-alföldi Régió Tourinform irodái, országos programajánló weboldalak, valamint a Debrecen MJV Polgármesteri Hivatal vezetősége és a Kulturális Bizottság tagjai részére.

Debrecen Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatal, Kabinetiroda – VIP vendégek részére városnéző séták biztosítása, eseti tolmácsolási, fordítási feladatok ellátása.

Debrecen.hu honlap – DMJV Önkormányzata megbízásából a DE TE megbízást kapott a www.debrecen.hu megújuló webportál turisztikai oldalának frissítésére. Az önkormányzat illetékes szakemberivel közösen került kialakításra a weboldal turisztikai aloldalának struktúrája, valamint a tartalom képekkel és szöveggel való feltöltése magyarul és további nyelvi mutációkban, (angol, német, cseh, román, szlovák).



Főnix Rendezvényszervező Nonprofit Kft. – A DE TE a Főnix Rendezvényszervező Nonprofit Kft. megbízásából idén hetedik alkalommal szervezte meg az augusztus 20.-i karneváli kerékpáros felvonulást. A Debreceni Virágkarnevál egyik legüdőbb programeleme minden évben közel ezer helyi kerékpárost mozgat meg, akik virágokkal díszített kerékpárokkal vezetnek fel a karneváli menetet.

Az egyesület szakmai tapasztalatával és szolgáltatásaival rendszeres kapcsolatban áll a **Debreceni Közlekedési Vállalattal (DKV)**, mely az egyesület teljes jogú tagja, és a helyi turizmus közvetett szereplője is. Az egyesület összeállította a DKV által fejlesztett mobil applikáció turisztikai látnivalókat érintő információit, valamint részt vett a nemzeti fejlesztési miniszter fővédnöksége alatt, a Közlekedésfejlesztési Koordinációs Központ szervezésében **2016. október 17-19. között Debrecenben** megrendezett Nemzeti Közlekedési Napok rendezvényen. Egyesületünk a konferencia résztvevői számára információszolgáltatást nyújtott a konferencia ideje alatt a helyszínen, illetve idegenvezetéssel egybekötött városnézést és orgonakoncertet szervezett a Református Nagytemplomban. Az utazóközönség megszólítására a Tourinform iroda szolgáltatásainak népszerűsítésére a Debreceni Tourinform iroda is részt vett a DKV által meghirdetett ún. „logó villamos” kampányban, ahol debreceni szolgáltatók logókkal népszerűsítették szolgáltatásaikat.

A **Debreceni Egyetem és a Debreceni Campus N.K. Kft.-vel** közös együttműködésben egyesületünk szervezője és fenntartója a hagyományos Debreceni Utazás és Szabadidő Kiállítás és Vásár rendezvényének.

Egyesületünk és az **Aquaticum Spa gyógyászati részlege** között **együttműködés született az olasz gyógyturisták megszólítására**, melynek első lépéseit az Aquaticum gyógyászati részlegét üzemeltető Kenézy Kórház Fürdőgyógyászati Osztálya tette meg egy milánói gyógyturisztikai konferencián, ahol együttműködést alakított ki a Liguriai Kulturális Egyesülettel. Az

együttműködés keretében az olaszországi partner (Liguriai Kulturális Egyesület) felkutatja és tájékoztatja a potenciális olasz vendégeket a debreceni gyógyvízre alapozott kezelési lehetőségekről, a **Kenézy Kórház Fürdőgyógyászati Osztálya** a vendégek egészségügyi problémáira szabva egyéni kúracsomagot dolgoz ki, a vendégek utaztatást pedig egy külsős cég, a **Complex Medical Trade Kft.** bonyolítja. A vendégek részére készült egy olasz-angol kétnyelvű kiadvány, mely Debrecen turisztikai kínálatára és gyógyászati lehetőségeire hívja fel a figyelmet. A DE TE a marketingben (kiadványkészítés és -terjesztés) és az ide érkező olasz vendégek szabadidős programjainak összeállításában és lebonyolításában működik együtt a két partner intézménnyel.

A **Debreceni Hoki Club** jégkorong csapatának műsorfüzetében 9x10 cm vagyis fél oldalas hirdetéssel népszerűsítettük a Tourinform Debrecen szolgáltatásait. A kiadvány elsősorban a lakosok részére készül és a Jégcsarnokon túl Debrecenben valamint a környező településeken, nagyobb üzlethelyiségekben, gyógyszertárakban, benzinkutakon kerül terjesztésre.

MEGYEI, REGIONÁLIS SZINTEN

Egyesületünk lehetőségeihez mérten igyekszik megjelenni nagyszabású és nagy látogatottságú hazai és külföldi fesztiválokon, rendezvényeken, hogy a látogatók körében népszerűsítse Debrecen és Hortobágy turisztikai kínálatát, programajánlatait, és az egyesületi tagok szolgáltatásait.

Július 8. és 10. között az idén 50. jubileumát ünneplő **Hortobágyi Lovasnapokra** települtünk információs pulttal, ingyenes kiadványokkal, programfüzetekkel, szórólapokkal, valamint egy, az idén 50 éves Debreceni Virágkarnevált népszerűsítő patkó alakú installációval, melyet az érdeklődők maguk díszíthettek szárazvirággal.

A Hajdúszoboszlói Turisztikai Nonprofit Kft. felhívására augusztus folyamán három alkalommal is kitelepülünk **Hajdúszoboszlón** a fürdő bejárata elé, felhívva a Hajdúszoboszlón nyaralók figyelmét Debrecen nevezetességeire, programlehetőségeire, fesztiváljaira, nagyrendezvényeire, kiemelten az idén 50 éves Debreceni Virágkarneválra.

Egyesületünk folyamatosan tartja a kapcsolatot a megye turisztikában közvetve és közvetlenül érintett szereplőivel. Rendszeres az együttműködés a **Hajdú-Bihar Megyei Önkormányzat** illetékes szakembereivel Debrecen és a megye turisztikai lehetőségeinek népszerűsítése érdekében.

A **Hajdú-Bihar Megyei Kereskedelmi Iparkamara szakmai rendezvények keretében** lehetőséget biztosít turisztikai szakemberekkel való találkozásra és új szakmai kapcsolatok kiépítésére. A Lufthansa németországi járatindítása kapcsán közös szakmai egyeztetés zajlott az Iparkamara szervezésében a járat turisztikai kihasználtságának, eredményességének elérésére.

Elengedhetetlen a szakmai kapcsolattartás **a megye és a régió további TDM szervezeteivel, klasztereivel** is, így a hajdúszoboszlói és a nyíregyházi TDM szervezetekkel. Folyamatos a tapasztalatcsere és egyeztetés a szakmai lehetőségek, pályázatok, közös megjelenések tekintetében. A külföldi piacok célközönsége utazásuk tervezésekor először az országról, majd az országon belüli a desztinációs ajánlatok összehasonlítása után a konkrét úticélról dönt. Ezért is fontos Debrecen és Hortobágy megfelelő pozicionálása az ország-kommunikációban, valamint a régiós megjelenésekben. A külföldi marketing megjelenéseket a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) és külképviseletei szervezik. **A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség)**, annak külképviseletei és a TDM-ek közötti kapocs az MTÜ regionális képviseletei. Debrecen és Hortobágy esetében az **Észak-Alföldi Regionális Marketing Igazgatóság (ÉARMI)**. Az ÉARMI lehetőséget teremt az MTÜ által szervezett marketingakciókhoz való csatlakozáshoz, melyek nagy részét print és on-line megjelenések, valamint a sajtó és az utazási szakma képviselői számára szervezett tanulmányutak teszik ki. Az ÉARMI a klasszikus kiállítások mellett számos nagyrendezvényre is kitelepül annak érdekében, hogy minél több helyen, minél több potenciális turistával tudjanak közvetlenül kapcsolatba lépni, bemutatva nekik Debrecen és Észak-alföld turisztikai kínálatát.

NEMZETKÖZI SZINTEN

A világ legjelentősebb útikönyv-kiadója és online utazási portálja, a Lonely Planet, a legjobb országokról, legjobb városokról, legjobb régiókról szóló listát állított össze 2017-re.

Debrecen a legjobb ár-értékű desztinációk TOP 10-es listáján - melyen összesen három város szerepel - az előkelő ötödik helyet érte el. A Lonely Planet mostani ár-érték listáján Nepál az első, Namíbia a második, Portugália második legnagyobb városa, Porto a harmadik. A negyedik helyen, Debrecen előtt az olaszországi Velence végzett. Városunkat hatodikként Belize követi, majd jön Marokkó, Oroszország, az ausztráliai Bellarine-félsziget, tizedikként pedig az amerikai Michigan állambeli Felső-félsziget.



2015 tavaszán a DETE meghívására a városban vendégeskedett Anita Isalska szabadúszó újságíró, aki a Lonely Planetnek is dolgozik. A cikke – melyben a Nagytemplomot, a parkerdőt, a virágpiacot, a jó ételeket és a pálinkát is az utazók figyelmébe ajánlja – tavaly júniusban jelent meg a Lonely Planet weboldalán. Könnyen lehet, hogy annak a látogatásnak köszönhetjük, hogy most ott van Debrecen az útikalauz toplistáján.

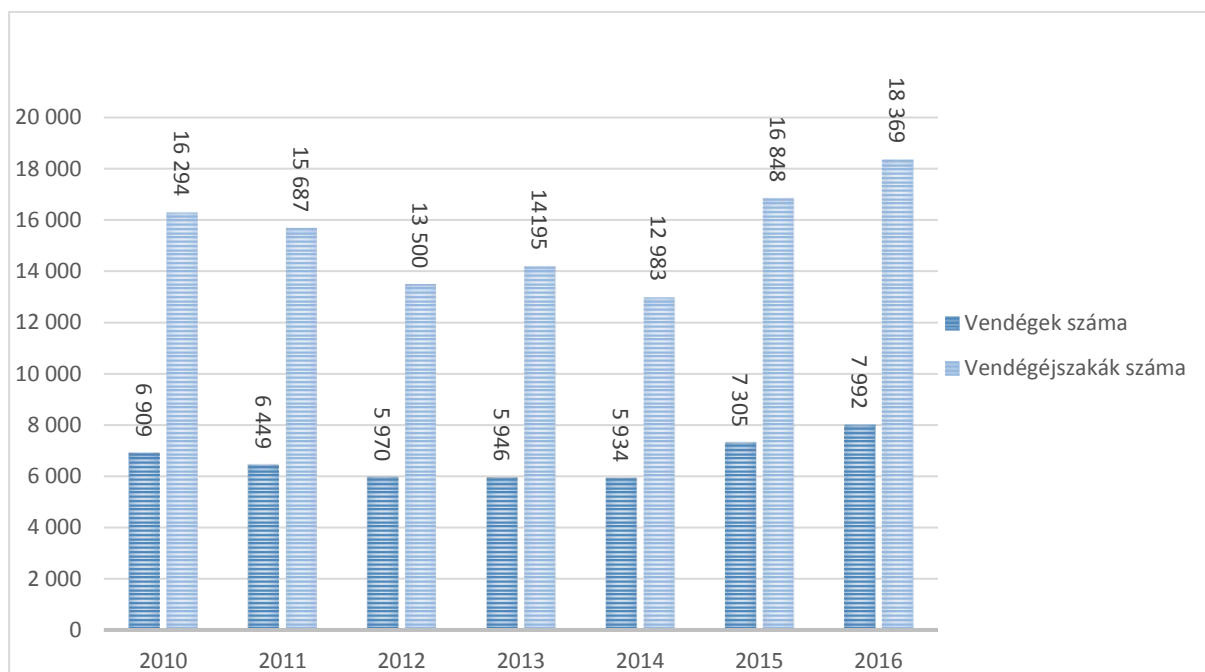
A Lonely Planet az összeállítást megosztotta Facebook-olalán is, melynek több mint másfél millió követője van. A toplista nem csupán az interneten, hanem könyv formában is megjelent. Mivel több, mint kétszáz oldalas, valószínűleg abban még nagyobb terjedelemben foglalkoznak Debrecennel. A sajtóhírt a MTÜ londoni külképviselete is megosztotta, melynek kapcsán folyamatosan terjed a hír a nemzetközi szaksajtóban. A beszámoló elkészítésig többek között a Wizz Air fedélzeti magazinja jelezte, tudósítási szándékát (térítésmentesen!), valamint a Travmedia is beszámolt a hírről 3000 címre eljuttatott hírlevelében. A hírt a hazai médiumok is elismeréssel nyújtották.

AZ EGYESÜLET KÜLFÖLDI MARKETINGTEVÉKENYSÉGE

A vendégek és a vendégéjszakák számottevő részét, mintegy 70%-át a hazai látogatók teszik ki, mégis az elmúlt évben Debrecen viszonylatában a külföldi látogatók és vendégéjszakák száma erősödött nagyobb mértékben. Debrecen hagyományos piacain és a szomszédos vagy közeli országokban (Németország, Románia, Lengyelország, Szlovákia) a legfőbb feladatunk a pozíciónk megtartása és tovább erősítése a feltörekvő versenytársakkal szemben. Ugyanakkor a debreceni légi járatok kapcsán több desztináció is kiemelten releváns turisztikai szempontból (Németország - München, Nagy-Britannia - London). Ezekben a városokban, régiókban az adott piac igényeihez igazodva kell bemutatnunk és népszerűsíteni Debrecent, mint Budapest mellett az egyetlen közvetlen légi járatral elérhető magyarországi várost.

Az Egyesület 2016-os marketingtevékenységét a fentiek figyelembevételével tervezte és valósította meg, melyet az áttekinthetőség kedvéért országonkénti bontásban mutatunk be, a hagyományos célpiacok, a légi járatok és az egyéb vonatkozású területek sorrendjében.

ROMÁNIA



2. ábra Román vendégforgalom Debrecenben 2010 - 2016 között, forrás: KSH

A vendégforgalom és az eltöltött vendégéjszakák száma alapján az elmúlt évek legfontosabb küldő piacai Románia és Németország.

A román vendégek Debrecenbe elsősorban a fürdő miatt és vásárlás céljából érkeznek, míg a német vendégek a természetközeli kikapcsolódási lehetőségeket és a termálfürdő szolgáltatásait keresik. A romániai fürdőfejlesztések komoly konkurenciát jelentenek Debrecen számára. Az elért eredmények megtartásához, illetve növeléséhez továbbra is szükség van a piaci jelenlétre, illetve a még hangsúlyosabb marketingkommunikációra.

ALFÖLD SPA ÓRIÁSPLAKÁT KAMPÁNY

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak-Alföldi Regionális Marketing Igazgatóságának „Alföld Spa” - akciójához kapcsolódva óriásplakát felületeken jelent meg.

Helyszín: Az alábbiakban részletezve

Időpont: 2016. május 01-31.

- Kolozsvár, Str Frunzisului zona Romstal A
- Kolozsvár, Str.Plopilor 46 BKL 1 A
- Kolozsvár, Calea Turzii spre centru A
- Kolozsvár, Bucuresti x Paris B
- Kolozsvár, Constantin Brancusi B
- Szatmárnémeti, A.Vlaicu
- Szatmárnémeti, Botizului (dr. spre Baia Mare)
- Nagyvárad, Matei Corvin (zona pod CFR)
- Nagyvárad, DN 1 Bors, langa Hotel IRIS (A)
- Nagyvárad, DN 1 Bors, langa Hotel IRIS (B)
- Nagyvárad, Str. Corneliu Coposu inters. Cu Str Olimpiadei, langa parc Olosig, dr. sens Pta. Rogerius

ALFÖLD SPA KIADVÁNY

Terjedelem: 20+4 oldal

Formátum: A5

Példányszám: 30 000

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak Alföldi Regionális Marketingigazgatóságának „Alföld Spa”- akciójához kapcsolódva féloldalas hirdetést helyeztünk el az Alföld SPA egészségturisztikai kiadványában. A kiadványokat egyrészt országos jelentőségű heti, illetve havi lapokba, magazinokba kerülnek behúzásra másrészt (a 2016. nyári-ősz és 2017. tavaszi) kiállítások, vásárok, kitelepülések, prémium napok, és egyéb események során személyesen kerülnek terjesztésre a nagyközönség körében. Emellett a kiadványok digitális verziói, minden esetben felkerülnek az itthon.hu, illetve a gotohungary.com portálcsoport adott országot érintő oldalaira.

A DE TE évek óta részt vesz a Kolozsvári Magyar Napokon, ahova rendkívül magas számban érkeznek érdeklődők, így kiváló lehetőség a debreceni szolgáltatások és rendezvények népszerűsítésére.

KIÁLLÍTÁS

Helyszín: Kolozsvári Magyar Napok (Románia)

Időpont: 2016. augusztus 18-21.

A 2016. augusztus 18. és 21. között Kolozsvár belvárosában zajlott a 7. Kolozsvári Magyar Napok, amely a Kárpát-medencei, elsősorban az **erdélyi magyarság egyik legnagyobb kulturális seregszemléje**. Egyesületünk immár **negyedik alkalommal** vett részt az eseményen a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) standján, ahol a Debreceni Gyógyfürdő Kft.-vel közösen képviseltük és népszerűsítettük térségünket. A magyar sátorban Debrecen mellett számos ismert hazai település, így Hajdúszoboszló, Gyula és Eger is képviseltette magát. Az információs anyagok mellett jellegzetes magyar termékek: gyulai kolbász, kézműves konyakmeggy, derecskei almalé, valamint animációs programok, pl. Rubik-kocka bemutató várták a látogatókat.

A rendezvényen leginkább **magyar anyanyelvű érdeklődők** voltak, akik sokat hallottak már Debrecenről, így érdeklődéssel fogadták a Debrecenről és Hortobágyról szóló kiadványokat (turisztikai kalauz, térkép, Debrecen-Nagyvárad közös programajánló), benne a rendezvényekről, programlehetőségről, szálláshelyekről, gasztronómiai, spa és wellness-kínálatról szóló információkat, melyek alapján könnyedén megtervezhetik debreceni utazásukat. A magyar standnál és a rendezvényen általában is **nagyobb volt az érdeklődés, mint korábban**, így valamennyi kiadványunk elfogyott, és nagy népszerűségnek örvendtek a szóró ajándékaink is: a magenta színű Debrecen feliratú legyezők, amik mindenkinek jól jöttek a nyári melegben.

Augusztus 19-én az MTÜ vendégül látta a kolozsvári sajtó képviselőit a VIA étteremben, ahol az újságírók Debrecen és Hortobágy turisztikai aktualitásairól is kaptak sajtóanyagot, valamint a debreceni Barabás étterem jóvoltából megkóstolhatták az autentikus debreceni töltött káposztát is.

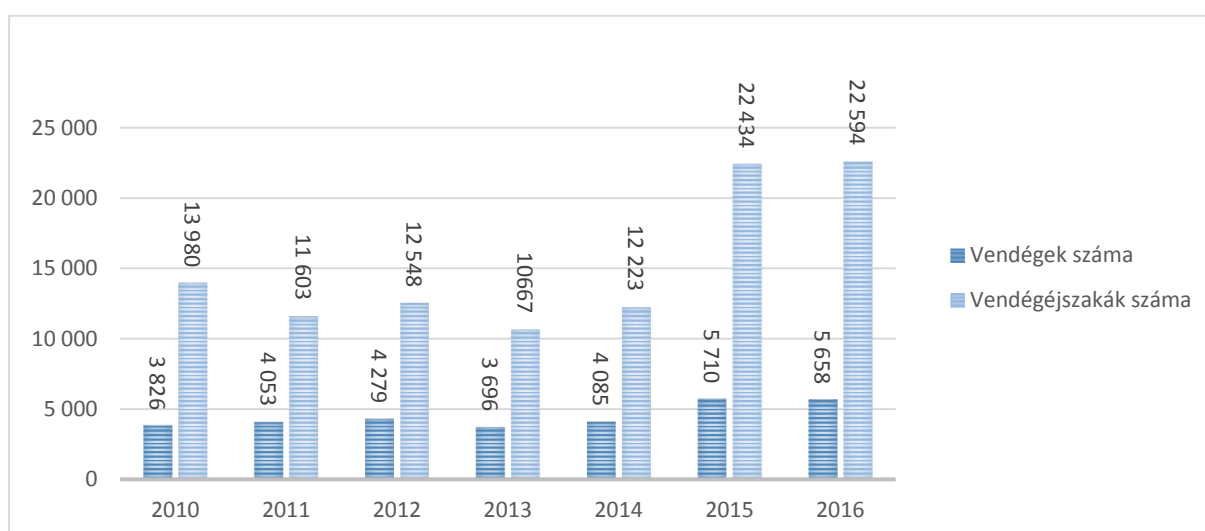
A Kolozsvári Magyar Napok népszerűsége évről-évre nő, **2015-ben több mint 200.000 látogatója** volt a rendezvénynek. Kolozsvár idén ünnepelte fennállásának 700-ik évfordulóját, melynek apropóján **nagyszabású fesztiválprogrammal** készültek a szervezők. A kézműves vásár, a gasztro-sarok, a fesztiválszínpad mellett magyar sztárfellépők koncertjei várták az érdeklődőket, így minden korábbiánál nagyobb volt ez esemény látogatottsága.

Összességében megállapítható, hogy bemutatkozásunk, részvételünk idén is nagyon jól sikerült. A kolozsvári és erdélyi lakosoknál jelentős az utazási potenciál, szeretnek utazni, szeretik Magyarországot, de leginkább a határhoz közeleső településeket keresik, így Debrecen számukra megfelelő desztináció.

SAJTÓ TANULMÁNYÚT

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága meghívására **11 román újságíró** látogatott a régióba **június 9. és 12. között**. A program részét képezte a régió központjában, Debrecenben tett látogatás is, melynek során a vendégek a cívisváros turisztikai kínálatával és családbarát szolgáltatásaival ismerkedtek a DETE aktív közreműködésével. A programból nem maradhatott ki a híres debreceni gasztronómia sem, melyre kiváló apropó volt az idén első alkalommal megrendezett Debrecziner Gourmet Fesztivál. Az újságírók nagy örömmel vettek részt a fesztiváli forgatagban a hangulatos Békás-tó partján, ahol természetesen megkóstolták a Hungarikum debreceni páros kolbászt is. A fesztiválon a minőségi gasztronómiát zászlajukra tűző debreceni és nem debreceni éttermek értelmezték újra a debrecenit. A programot az ínycsiklandó fogások mellett jó magyar borok, sztárfellépők és koncertek tették még izgalmasabbá. Az újságírók nagy elismeréssel nyilatkoztak a régió és Debrecen turisztikai adottságaival, melyből külön kiemelték a fürdő- és wellness szolgáltatásokat, a változatos családbarát programlehetőségeket és a különleges gasztronómiai kínálatot.

NÉMETORSZÁG



3. ábra Német vendégforgalom Debrecenben 2010 - 2016 között, forrás: KSH

Németország mindig is elsőszámú küldő piaca volt Debrecennek és Hortobágnak, ám az áprilisi Lufthansa München-Debrecen légi összeköttetésnek köszönhetően még jelentősebbé vált a német területen folytatott kommunikáció. Debrecen MJV Önkormányzatának Debreceni népszerűsítő média kampányának (Citylight, FB kampány) mellett az alábbi tevékenységek valósultak meg 2016-ban. A kampányok eredményességét támasztják alá a vendégforgalmi adatok pozitív irányban való elmozdulása. 2016. szeptemberéig a vendégforgalom 46%-al nőtt, míg a vendégéjszaka szám 2015. azonos időszakához képest nem csak, hogy megduplázódott, de még növekedett is 102%-ban.

ALFÖLD SPA KIADVÁNY

Terjedelem: 20+4 oldal

Formátum: A5

Példányszám: 30 000

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatóságának „Alföld Spa”- akciójához kapcsolódva féloldalas hirdetést helyeztünk el az Alföld SPA egészségturisztikai kiadványában. A kiadványokat egyrészt országos jelentőségű heti, illetve havi lapokba, magazinokba kerülnek behúzásra másrészt (a 2016. nyári-őszi és 2017. tavaszi) kiállítások, vásárok, kitelepülések, prémium

napok, és egyéb események során személyesen kerülnek terjesztésre a nagyközönség körében. E mellett a kiadványok digitális verziói minden esetben felkerülnek az itthon.hu, illetve a gotohungary.com portálcsoport adott országot érintő oldalaira.

KIÁLLÍTÁS

Helyszín: München – Free (Németország)
Időpont: 2016. február 10– 14.
Látogatók száma: 122 000
Kiállítók száma: 1200

A DE TE a **Lufthansa 2016. április 11-i München-Debrecen járatindítása** kapcsán részt vett a Free. szabadidő, utazás- és élmény-kiállításon Münchenben 2016. **február 10. és 14. között**. Egyesületünk a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) nemzeti standján jelent meg az Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatósággal és Hajdúszoboszlóval közösen. A nagyközönségnek szóló utazási vásáron 60 országból összesen 1200 vállalkozó mutatkozott be az öt nap alatt a rekordszámú **122 000 fős látogató** előtt.

A német közönség számára nem volt teljesen ismeretlen a térségünk, hiszen az 50+ korosztály nagy része már járt nálunk, illetve mivel az előző években a Tuba Tanya biztosította a vendéglátást a nemzeti stand mellett, Debrecen és Hajdúszoboszló neve már ismerősen hangzott a látogatók előtt. A német utazóközönség érdeklődése leginkább a lakóautóval megközelíthető, fürdőhöz közeli kempingekre irányult. A legnagyobb hívószó a gyógyturizmus mellett a gasztronómia és a puszta volt. A kiállítás második felében a senior korosztály mellett egyre több fiatal és kisgyermekes család is ellátogatott a standunkhoz, akik örömmel fogadták a járatnyitás hírért és pozitívan nyilatkoztak mind annak időtartamáról (1,5 óra), mind a repülőjegyek áráról.

A vásáron sikerült szakmai partnerekkel is tárgyalnunk a jövőbeli együttműködésekről. Tordai-Lejkó Gábor Főkonzul Úr üdvözölte az új magyar légi járat hírért és ígéretet tett arra, hogy lehetőségeihez mérten ő is promótálja majd a járatot. Természetesen egyeztetünk a Lufthansa illetékesével is annak érdekében, hogy minden alkalmat és csatornát kiaknázva a lehető legszélesebb körben tegyük ismertté a járatot. Eliane König, a LH hálózati managere elmondta, cége elsősorban az üzleti utazókat szólítja meg az új járat lehetőségével, ugyanakkor különböző platformokon – hírlevél, rádiós nyereményjáték, LH Holidays üzletág – a szabadidős turistákat is meg lehet célozni egy együttműködés keretében.

Gyuricza Bernadett, a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) müncheni külképviselet-vezetőjének segítségével több utazásszervezővel is sikerült tárgyalnunk a német csoportok beutaztatásáról, illetve a kínálatunk bemutatásáról a német utazásszervezők katalógusaiban. A szakemberek kedvezőnek találták a szolgáltatásainkat és nyitottnak mutatkoztak, hogy desztinációnkat még idén felvegyék az online kínálatukba. A kirendeltség vezető asszonnyal és az MT Zrt. észak-alföldi régiós képviseletével közösen azt tervezzük, hogy a kiállítás folytatásaként az első járatral szakmai tanulmányútra invitálunk német utazásszervezőket és újságírókat, akiknek személyesen mutatjuk be Debrecen és környéke természeti és kulturális értékeit, valamint az itt elérhető élményeket.

ÚJSÁGÍRÓK ÉS BLOGGEREK FOGADÁSA

Német újságíró és blogger

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága és németországi külképviselete szervezésében, valamint a DE TE közreműködésével érkezett Debrecenbe Doris Löw német újságíró, a Lufthansa München-Debrecen járatindítása kapcsán. Az első Münchenből Debrecenbe induló járatral érkezett. A tanulmányút során szerzett tapasztalatait, benyomásait osztotta meg a Passauer Neue Presse Utazás rovatának hétvégi számában (2016.06.03.), mellyel Hortobágy természeti értékeiről éppúgy pozitívan nyilatkozik, mint Debrecen attrakcióiról, látnivalóiról, és

gasztronómiájáról. A napilapban megjelent írással 511.000 olvasót érünk el. A desztinációban szerzett élményeiről szóló cikk emellett a havonta 520.000 látogatót és 4,37 millió oldalnézetet számláló www.pnp.de oldalon online is elérhető.

http://www.pnp.de/nachrichten/ratgeber/reise_und_urlaub/reiseberichte/2096404_Ungarns-unendliche-Weite-mitten-in-Europa.html

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága és németországi külképviselete szervezésében, valamint a DETE közreműködésével érkezett Debrecenbe Inge Veil-Köberle, német blogger az oberschwaben-welt.de blog szerzője a régiókba, így természetesen Debrecen és Hortobágyot sem hagyta ki programjából. Blogjában több bejegyzésben részletesen számolt be a puszta és a cívisvárosban tett látogatásáról, személyes élményeiről. <http://oberschwaben-welt.de/debrecen-zweitgroesste-stadt-ungarns/>

UTAZÁSSZERVEZŐI ÉS SAJTÓ TANULMÁNYÚT

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Németországi Külképviselete és az Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága, Debrecen önkormányzata, valamint a DETE szervezésében és a Debreceni Gyógyfürdő Kft támogatásával, német utazásszervezők, újságírók és bloggerek érkeztek Debrecenbe és a Hortobágyra.

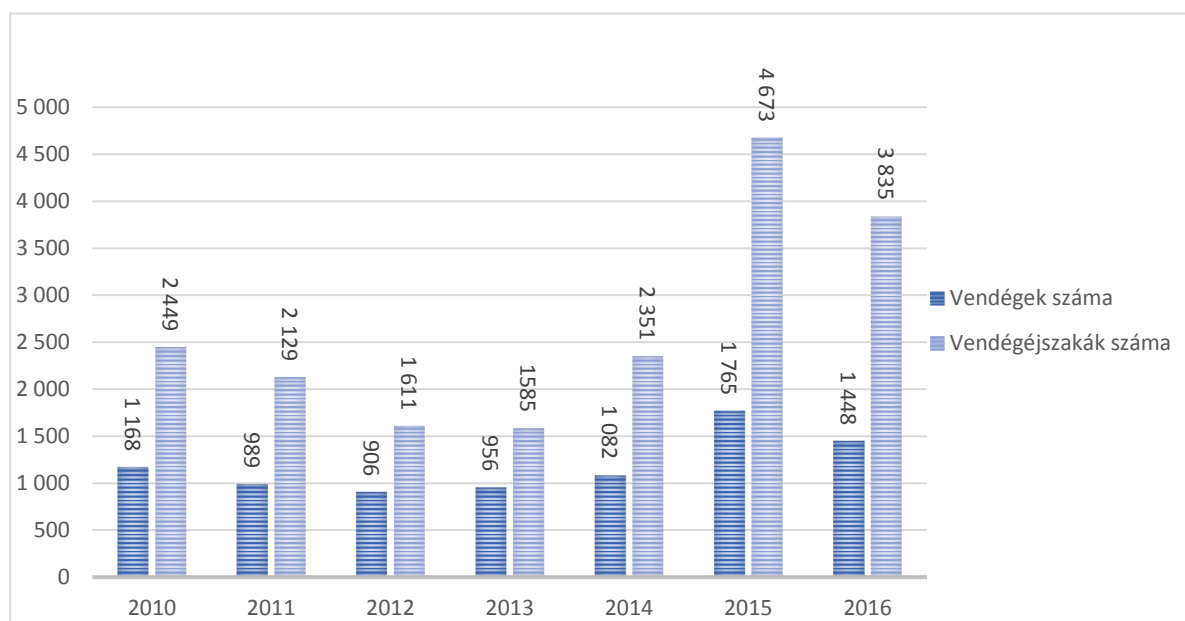
A Lufthansa München-Debrecen járatának és a desztináció népszerűsítése céljából érkező vendégek 4 napot töltöttek Debrecenben és Hortobágyon. A szakmai program keretében megismerték a szálláskínálatot és személyes tapasztalatokat gyűjtöttek a programlehetőségekről.

Tekintettel az októberi időpontra, részesei lehettek az őszi puszták legnagyobb látványosságának, a daruvonulásnak is. A négy napos élmények és a visszajelzések alapján a vendégeknek az volt a véleményük, hogy Debrecen és a Hortobágy a német utazóközönség részére továbbra is vonzó úti cél, számos új programlehetőséggel.

Kiemelték a debreceni termálvíz és az arra épülő gyógykezelések jótékony hatását, mely elsősorban a senior közönség számára vonzó. A családbarát Aquaticum Debrecen Termál és Wellness Hotel, az Aquaticum Mediterrán Élményfürdő, illetve a nagygyőri hotel közelében található számos szabadidős szórakozási lehetőséget a családok számára tartják attraktívnak. A város és a természet közelségét a fiatalok számára látták rendkívül vonzóknak, az ő szavakkal élve „digitális detoxikálónak” vélik, azaz lehetőségnek a világhálóból való teljes kikapcsolásra.

A légi járat 2015. április 11-i járatindulása óta 28%-kal nőtt a német turisták száma a tavalyi év azonos időszakához képest. A Lufthansa téli menetrendjében a tengerentúli átszállásoknak kedvező időpontokkal és barátságos jegyárakkal várja az utazni vágyókat Debrecenből!

AUSZTRIA



4. ábra Osztrák vendégforgalom Debrecenben 2010 - 2016 között, forrás: KSH

A DETE évek óta törekszik a hagyományos piacain túl további nagy diszkrécionális jövedelemmel rendelkező célpiacok megszerzésére. A 2012-ben megkezdett aktív piaci jelenlét az elmúlt 5 évben jelentős növekedést hozott a vendégforgalomban, mely nagy részben köszönhető a 2014. decemberében elindult, a hét minden napján közlekedő közvetlen Bécs-Debrecen vonatjáratnak.

KIÁLLÍTÁSOK:

Helyszín: Bécs – Ferien Messe (Ausztria)
Időpont: 2016. január 14. és 17.
Látogatók száma: 35 000
Kiállítók száma: 780

2016. január 14. és 17. a bécsi Ferien Messe-n, Közép-Európa legnagyobb turisztikai közönségvásárán mutatkozott be ismét Debrecen és Hortobágy 70 ország 780 kiállítója mellett. Az idei vásári jelenlét fontosságát a 2014 decemberében indult Bécs-Debrecen közvetlen vonatjárat emelte, melynek köszönhetően a korábbi évekhez képest érezhetően nagyobb volt az osztrák közönség érdeklődése desztinációnk iránt. A nagyszámú érdeklődő mellett kiemelkedő eredmény, hogy az osztrák vasút társaság utazási irodája, a Rail Tours és a DETE között elindult egy együttműködés, melynek keretében a Rail Tours Ausztria 17 pontján működő irodájában kínálja majd a debreceni szálláshelyek csomagajánlatait a Bécs-Debrecen vonatjárat kapcsán. Debrecen és Hortobágy jelenléte és sikeres bemutatkozása az idei bécsi Ferien Messe-n tovább erősíti a desztináció ismertségét az osztrák turisztikai piacon, melyre a járatindítás mellett jó bizonyíték, hogy egyéves előkészítő munkát követően 2015. október 23-25. között Debrecen adott otthont az Osztrák Utazási Irodák Szövetsége éves kongresszusának, melyen 80 utazási iroda vezetője személyesen győződhetett majd meg a régió turisztikai kínálatával. A nemzetközi turisztikai kiállítások sora immár hagyományosan minden évben a bécsi turisztikai vásárral kezdődik. A Ferien Messe idén 2016. január 14. és 17. között került megrendezésre.

A DETE 5 éve, 2011-ben kezdte meg aktív piaci jelenlétét Ausztriában, így 2016-ban ötödik alkalommal vett részt a rendezvényen. Közép-Európa legnagyobb turisztikai közönségvásárán

idén 70 ország 750 kiállítója jelent meg. A DETE a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) nemzeti standján állított ki, ahol a Kelet-Magyarországot egyesületünkön kívül Hajdúszoboszló, Nyíregyháza és az Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatóság képviselte.

A kiállítást idén is nagy érdeklődés övezte, a négy nap alatt 148 700 regisztrált látogató volt kíváncsi a legújabb turisztikai kínálatra, valamint a kiállítással egy időben zajló autó-showra.

Az Észak-Alföld hangsúlyos jelenlétét az immár Bécs-Nyíregyháza szakaszon közlekedő közvetlen vasúti összeköttetés indokolta. Az osztrák vasúti társaság (ÖBB) menetrendjét tartalmazó ajánlatai szinte minden látogatónak elsődlegesen beszerzendő kiadvány, így nem meglepő, hogy Debrecen és a Puszta iránt érdeklődő látogatók száma is igen magas volt.

Debrecen 2014 decembere óta érhető el Bécsből átszállás nélkül vasúton, ebből kifolyólag már konkrét lehetőségek után érdeklődtek a látogatók. Az osztrákok számára a leginkább vonzó lehetőségnek a kerékpározás, a puszta programok, a wellness ajánlatok, valamint a gasztronómiai rendezvények számítanak. A korábbi évekhez képest egyre több látogató érdeklődött kempingek iránt, melyet lakókocsival tud megközelíteni, és amely fürdő vagy a Hortobágy közelében helyezkedik el.

A 2015 májusi „Wurst party” elnevezésű rendezvény sikerének, és az ősszel Debrecenben megrendezett osztrák utazás szervezők éves konferenciájának köszönhetően a szakmai résztvevők is visszatérő partnerként tárgyaltak velünk a további együttműködési lehetőségekről.

A kiállítás folytatásaként a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) osztrák képviselete további közös kampányokat tervez egyesületünkkel az osztrák beutazók számának és a desztinációban eltöltött vendégéjszakák növelésére.

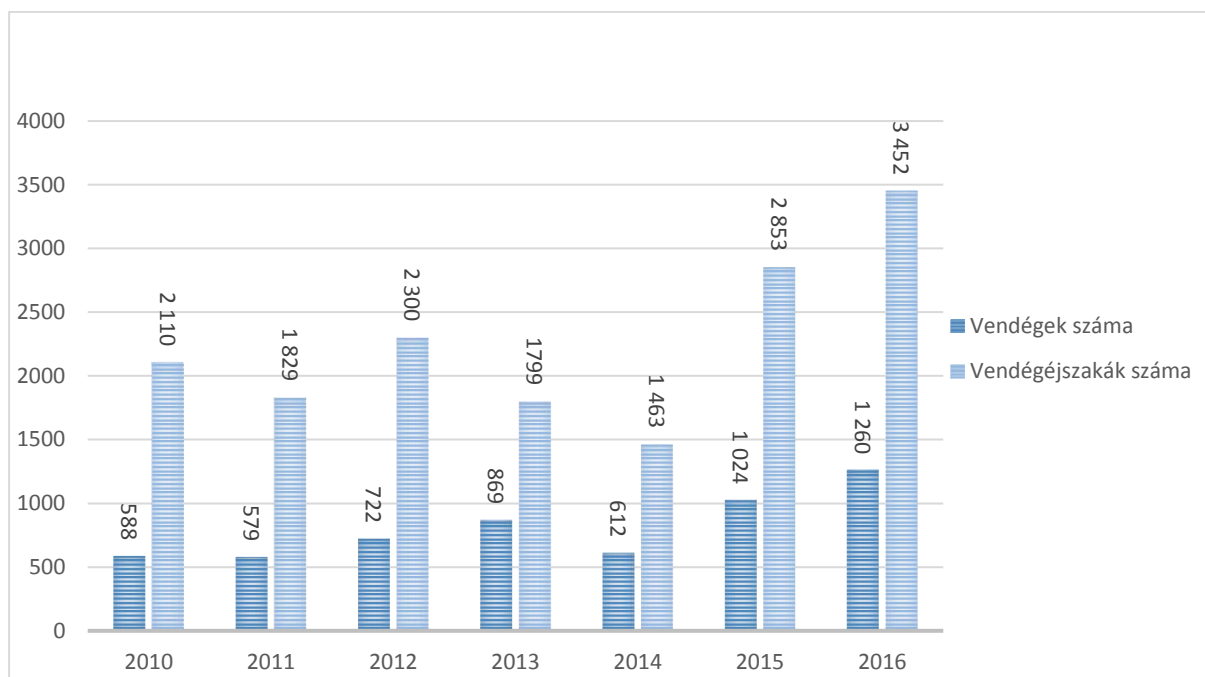
EGYÉB MEGJELENÉSEK

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) osztrák külképviselete és az austria.com-mal közös **2016. január 15. és február 14.** közötti **Budapest Winter Invitation** keretében a vidéki városok is lehetőséget kaptak bemutatkozásra bannerrel, linkkel. Ennek keretén belül Debrecen pr-cikket helyezett el, amelyek megjelennek a www.vienna.at, www.noen.at és a www.bvz.at portálokon.

SZAKEMBEREK FOGADÁSA

A 2015-ös Bécsben tartott Debrecen város bemutatkozásának fejleményeként 2016. márciusában szakmai útra érkezett a tavalyi rendezvény osztrák főszervezője, Josef Bitzinger úr, aki a bécsi Somelier Szövetség elnöke, az osztrák Iparkamara alelnöke. Látogatása során Debrecen és Hortobágy látnivalóival ismerkedett, valamint az IKON étteremmel egyeztetve jövőbeli együttműködési lehetőségekről tárgyalt. Megállapodás született a júniusi Debrecziner Gourmet elnevezésű júniusi rendezvényen való részvételről. A megállapodásnak megfelelően a Bitzinger úr részt vett az első Debrecziner Gourmet rendezvényen a saját, Bécsben kapható debrecenijével és más kolbász specialitásokkal.

CSEHORSZÁG



5. ábra Cseh vendégforgalom Debrecenben 2010-2016 között, forrás: KSH

A cseh turizmus erősödése önmagában is indokoltá teszi a turisztikai aktivitást a térségben, melyet Debrecen MJV Önkormányzatának testvérvárosi együttműködésének kezdeményezése tovább erősít. A leglátványosabb vendégforgalom növekedés a cseh utazóközönségnél tapasztalható. Az év első kilenc hónapjában a tavalyi év hasonló időszakához képest a vendégek számában 99%-os, míg a vendégéjszakák számát tekintve 110%-os volt a növekedés.

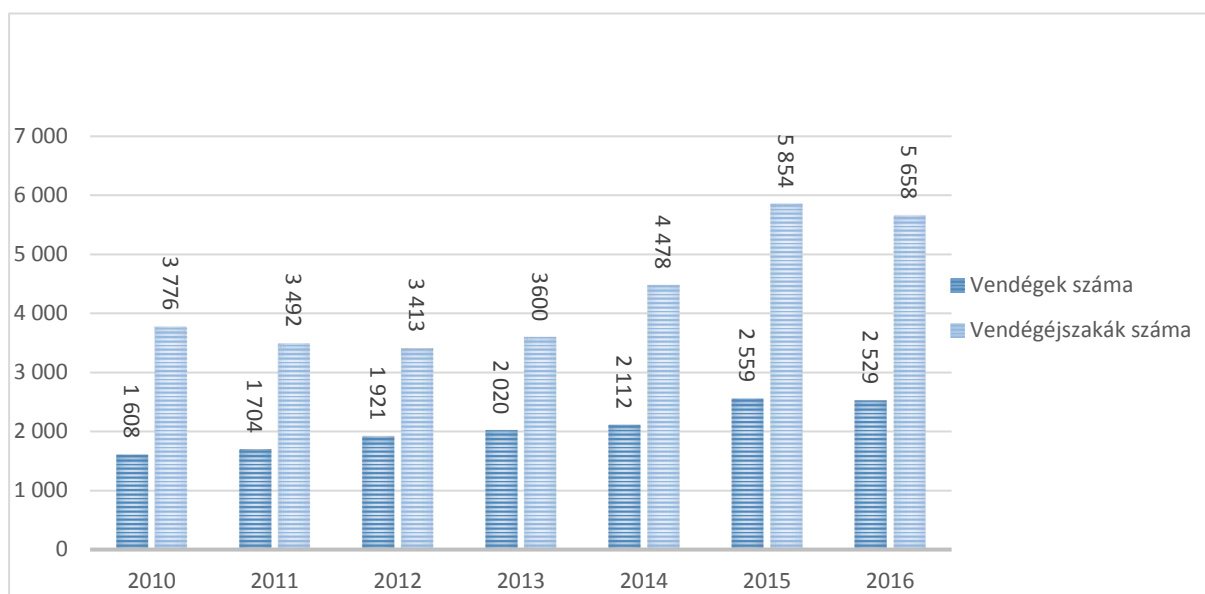
KIÁLLÍTÁS

Helyszín: Brno – Go-Regiontour (Csehország)

Időpont: 2016. 01.14-17.

Fiatalos, trendi arculattal és debreceni páros kolbással mutatkozott be Debrecen 2016. január 14. és 17. között a Brnoban zajló Go-Regiontour turisztikai kiállításon, ahol a városi turisztikai információkat az egyesület munkatársai szolgáltatták. Debrecen 2015 januárjában már bemutatkozott a hagyományos négynapos Go-Regiontour vásáron, ahol évről-évre nem csak a csehországi regionális idegenforgalmi lehetőségeket, hanem a külföldi résztvevők saját turisztikai célpontjait is kínálják az érdeklődőknek. Az idei brnoi vásáron a fiatalos, pezsgő Debrecen megújult külsővel jelent meg önálló, egyedi stílusban kialakított, mintegy 50 négyzetméter alapterületű standon, ahol az érdeklődők megismerkedhettek a város turisztikai lehetőségeivel ingyenes kiadványok és egy invitatív imázs film segítségével, és megköszönhették az igazi debreceni páros kolbászt is. Az idei brnoi megjelenéssel az volt cél, hogy Debrecen, mint turisztikai célpontot népszerűsítsük, s a cseh turisták érdeklődését növelni, erősíteni tudjuk. Ennek jegyében az első napon Papp László polgármester megbeszélést folytatott Petr Vokrállal, Brno polgármesterével, ahol szó volt a két város közti együttműködési lehetőségekről a gazdaságfejlesztés, a kutatásfejlesztés, az innováció, a turizmus, illetve a kultúra területein. A vásárt felkereső cseh utazóközönség szívesen és érdeklődve fogadta a várost, amit a debreceni páros kolbász kapcsán már névről ismert. Nagy volt az érdeklődés a fürdő iránt is, elsősorban az idősebb korosztály és a kisgyermekes családok részéről, míg a fiatalokat inkább a város hangulata, szórakozási lehetőségei fogták meg.

LENGYELORSZÁG



6. ábra Lengyel vendégforgalom Debrecenben 2010-2016 között, forrás KSH

A lengyel piaci jelenlét és marketingtevékenység az egyre jobban erősödő, fejlődő környező fürdővárosok miatt rendkívül fontos. Ugyanakkor Debrecen erőssége, hogy a wellness & spa szolgáltatások mellett széleskörű rendezvényei kínálattal és gasztronómiával áll a vendégek rendelkezésére. Melyek a lengyelek körében igen népszerűek, ezáltal hosszabb tartózkodási időre csábítanak.

ALFÖLD SPA KIADVÁNY

Terjedelem: 20+4 oldal

Formátum: A5

Példányszám: 30 000

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak Alföldi Regionális Marketingigazgatóságának „Alföld Spa”- akciójához kapcsolódva féloldalas hirdetést helyeztünk el az Alföld SPA egészségturisztikai kiadványában. A kiadványokat egyrészt országos jelentőségű heti, illetve havi lapokba, magazinokba kerülnek behúzásra másrészt (a 2016. nyári-ősi és 2017. tavaszi) kiállítások, vásárok, kitelepülések, prémium napok, és egyéb események során személyesen kerülnek terjesztésre a nagyközönség körében. Emellett a kiadványok digitális verziói, minden esetben felkerülnek az itthon.hu, illetve a gotohungary.com portálcsoport adott országot érintő oldalaira.

MÉDIAKAMPÁNYOK, EGYÉB MEGJELENÉSEK:

Debrecen város önkormányzatával és az Aquaticum Sp-val együttműködve egyesületünk a lengyel nagyközönséget megszólító online kampányt indított augusztus első felében Debrecen és Hortobágy népszerűsítésére, lengyel vendégforgalmának növelésére. A kampány keretében a www.podroze.onet.pl oldalon közel 10 ezer karakteres PR cikket helyeztünk el, mely a kampány ideje alatt **7 napig főoldalon** jelent meg, a www.pogoda.onet.pl időjárás oldalon pedig **2 hétig bannerrel** jelentünk meg.

Mindezek mellett a www.podroze.onet.pl weboldalon és az onet.pl weboldal lifestyle boxában főoldali bannerrel, valamint az Onet.Podróże Facebook oldalon generáltunk további forgalmat és látogatottságot.

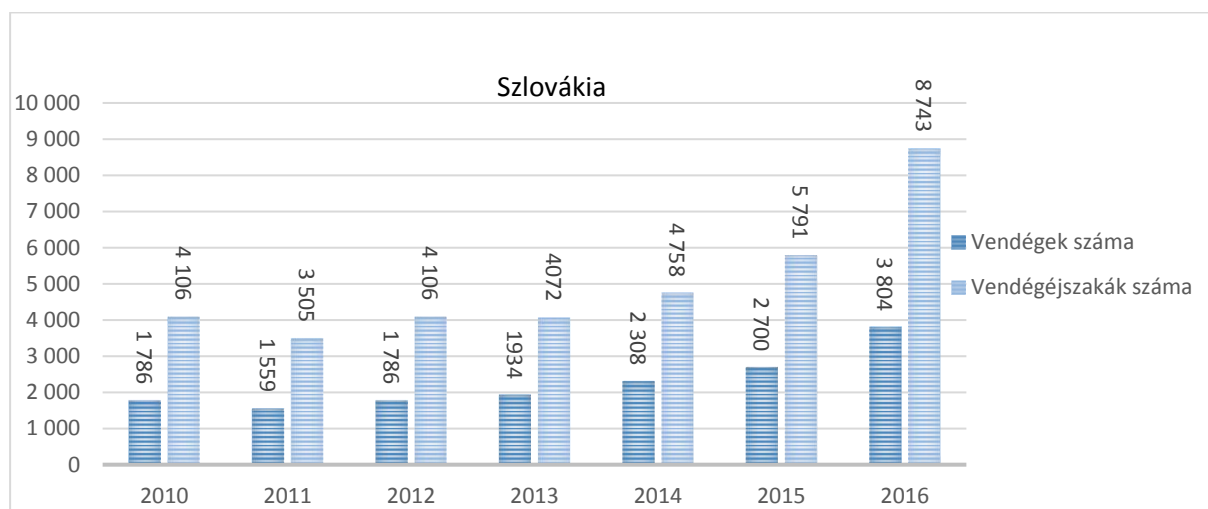
SZAKMAI WORKSHOP

Helyszín: Krakkó (Lengyelország)
Időpont: 2016. november 22.

Egyesületünk részt vett a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) lengyelországi külképviseletének és az Észak Alföldi Regionális Marketingigazgatóságának szervezésében megrendezésre kerülő „Turizmus Prémium Nap” elnevezésű szakmai rendezvényén. A szakmai fórum lehetőséget adott az utazásszervezők, utazási irodások, valamint az újságírók előtti bemutatkozásra. Katona Ilona, az MTÜ vezető marketing tanácsadója összefoglaló prezentációban mutatta be az Észak-Alföldi régió kínálatát. Ezt követően személyes tárgyalásra nyílt lehetőség a résztvevőkkel.

A szakmai programot az Észak-alföldi termékekből összeállított fogadás követte.

SZLOVÁKIA



7. ábra Szlovák vendégforgalom Debrecenben 2010-2016 között, forrás: KSH

Az elmúlt években a szlovák vendégek száma töretlenül növekedett és az általuk eltöltött vendég éjszakaszám is folyamatosan emelkedett.

A 2015-ös év mintájára 2016. januárjában online kampányt indítottunk a potenciális vendégek megszólítására. A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak Alföldi Regionális Marketingigazgatóságának „Alföld Spa”- akciójához kapcsolódva továbbá óriásplakát, felületeken kívánunk megjeleníteni.

MÉDIAKAMPÁNYOK, EGYÉB MEGJELENÉSEK:

Észak-alföldi szlovák évindító kampány

2016. január 25. és február 28-a között három kiemelt szlovákiai online felületen népszerűsítettük az Észak-Alföldi Marketing Igazgatósággal együttműködve Debrecen. A Facebook, google.sk és a népszerű cestovanie.sk oldalon banner és PR anyagokon keresztül.

Óriásplakát kampány

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak-Alföldi Regionális Marketingigazgatóságának „Alföld Spa”- akciójához kapcsolódva óriásplakát felületeken jelent meg Romániában és Szlovákiában.

Helyszín: Az alábbiakban részletezve
Időpont: 2016. május 01-31.

- Homonna, Mierova ul.

- Homonna, st.cesta I/74
- Kassa, Hlavna trieda
- Kassa-Juh, Alejová
- Kassa - Seňa, E-71,hranič.prechod,O
- Kassa-Šebastovce, E-71/Šebastovská,O
- Kassa-Dargovských hrdino Hlinkova/tr.arm.gen.Svobodu,J
- Kassa-Sever, II/547,privádzač od SNV,J
- Kassae-Juh, Jantárová,J
- Kassa-Juh, parkovisko pri HM Optima,O
- Kassa-Šaca, pred US STEEL,O
- Kassa-Západ, Toryská,V
- Kassa-Dargovských hrdino, tr.arm.gen.Svobodu/ČS Lukoil,V
- Kassa-Barca, ul.Osloboditeľov,J
- Kassa Letisko - výjazd
- Moldava n./Bodvou, Parkovisko Tesco
- PoprádKomenskeho ul.
- Presov, Sabinovska
- Presov, Safarikova ul.
- Nagysáros, Statna ces.I/68
- Presov, Svabska
- Rozsnyó, st.c.I/50
- Pelsőc, š. c. E571 - sm. Rimavská Sobota
- Csoltó. c. E571 - sm. Rožňava

Alföld Spa kiadvány

Terjedelem: 48+4 oldal

Formátum: A5

Példányszám: 30 000

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak-alföldi Regionális Marketingigazgatóságának „Alföld Spa”- akciójához kapcsolódva féloldalas hirdetést helyeztünk el az Alföld SPA egészségturisztikai kiadványában. A kiadványokat egyrészt országos jelentőségű heti, illetve havi lapokba, magazinokba kerülnek behúzásra másrészt (a 2016. nyári-ősz és 2017. tavaszi) kiállítások, vásárok, kitelepülések, prémium napok, és egyéb események során személyesen kerülnek terjesztésre a nagyközönség körében. Emellett a kiadványok digitális verziói, minden esetben felkerülnek az itthon.hu, illetve a gotohungary.com portálcsoport adott országot érintő oldalaira.

A kiadvány a magyar mellett további nyelveken is megjelent (terjedelem: 20+4 oldal).

Formátum: A5

Példányszám: 30 000

Alföld Spa térkép

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak-alföldi Regionális Marketingigazgatóságának „Alföld Spa”- akciójához kapcsolódva jelenünk meg 1/6 oldalon szlovák nyelvű térképeken.

Terjedelem: 2x27 oldal

Formátum: 105*210 mm

Példányszám: 10 000 darab/nyelv

A kiadvány célcsoportja elsősorban az Alföld iránt érdeklődő családok, akik szívesen látogatják hazánk fürdőit, továbbá a szabadidejükben a kikapcsolódás mellett az egészségük megőrzése érdekében szívesen választják az aktív programlehetőségeket. A kiadvány célja, hogy ajánlatokkal segítse a tájékozódást, ezáltal a turizmus élénkítését.

SAJTÓ TANULMÁNYÚT

2016. május 4-7. között szlovák újságírók látogattak Észak-Alföldre, akik az Alföld SPA projekt keretében a régió vizes attrakcióival és azokhoz kapcsolódó színes családbarát attrakciókkal, szolgáltatásokkal és szabadidős programlehetőségekkel ismerkedtek. A több várost és helyszínt érintő útvonal Hajdúszoboszlón kezdődött, ahol Európa legnagyobb fürdőkomplexumát járhatták be, továbbá Debrecen és Nyíregyháza spa & wellness jellegű létesítményei mellett, kisebb volumenű gyógyfürdőket is bejártak, mint pl. Balmazújváros, Hajdúböszörmény, Hajdúnánás.

A sajtóútról több hír is jelent meg az alábbiak szerint, kiemelten Debrecenről az alábbi hír szól

Debrecen:

<http://www.femme.sk/index.php/temy/cestovanie/item/8701-debrecin-ponuka-siroku-naruc>

Vegyes:

<http://www.femme.sk/index.php/volny-cas/volny-cas/item/8815-objavte-pozitok-z-vody-ktory-lieci-uvoľni-aj-zabavi>

kramarova@hotelier.sk

michaela@orbisin.sk

fricovska@orbisin.sk

conzarova@femme.sk

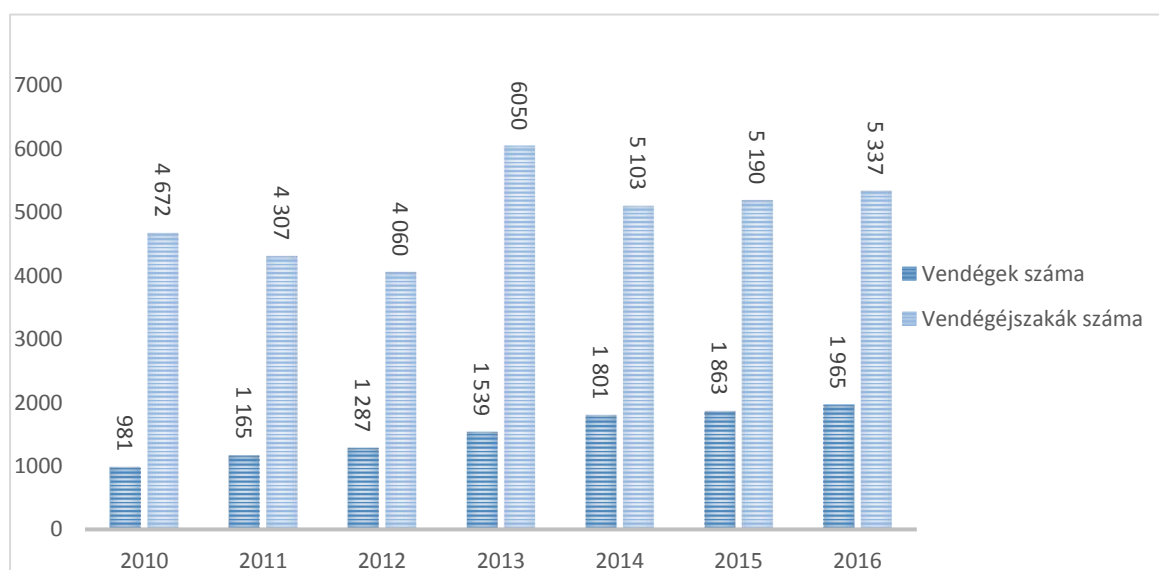
sivak@interspa.sk

<https://www.dropbox.com/s/ey85b1t3qs0kkdn/Fit%C5%A0%C3%BDI%20EA%20study.pdf?dl=0>

MARKETINGTEVÉKENYSÉG A LÉGI ÖSSZEKÖTTETÉS RÉVÉN, LÉNYEGES CÉLTERÜLETEKEN

Tekintettel a meglévő menetrendszerinti Wizz Air légi járatokra, Debrecenből több ország is közvetlenül elérhető, mely desztinációkba (London, Eindhoven, Milano, Malmö, Párizs) is szükségesnek látjuk a turisztikai kapcsolatfelvételt és piacépítést. Ezen területeken nem közvetlen marketingkampányokkal, hanem szakmai és sajtótanulmányutak, szakmai és nagyközönségi rendezvények révén kívántuk felhívni a célközönség figyelmét desztinációinkra.

EGYESÜLT KIRÁLYSÁG – LONDON



8. ábra Brit vendégforgalom Debrecenben 2010-2016 között, forrás: KSH

A debreceni légijáratok közül a London-Debrecen a legdinamikusabban fejlődő légi összeköttetés. A szigetország fővárosából érkező vendégek száma évről-évre emelkedik, az áttörő eredmények eléréséhez azonban szükség van a tour operatorok ajánlatába való bekerülésre. Rendkívül nagy potenciál van a debreceni MICE, wellness&spa, gasztronómia kínálatban és a zsidó örökség terén, mely régiós ajánlattal és/vagy Budapest – Debrecen kombinációval válik eladhatóvá. Az idei év legnagyobb eredménye a Lonely Planet TOP 10 legjobb ár-érték arányú desztinációs listájára való felkerülés volt, mely egyértelműen a járat indulása óta folyamatos WTM (World Travel Market, a világ legnagyobb szakmai vására) részvételnek köszönhető. A DE TE a brit piacon az elmúlt öt évben folytatott marketing tevékenységének sikerét a Lonely Planet elismerése mellett a Debrecenbe érkező brit vendégek számának folyamatos növekedése is igazolja.

KITELEPÜLÉSEK, KIÁLLÍTÁSOK

World Travel Market – London

A WTM a turisztikai szakma legfontosabb seregszemléjének számít világszerte, melyen a számok magukért beszélnek. A megjelenés apropóját az elmúlt öt évben következetesen folytatott piacépítés mellett az esemény előtt pár héttel megjelent hír is adta, miszerint a Lonely Planet Debrecen a legjobb tíz ár-érték arányú desztináció között ajánlja az utazók figyelmébe 2017-re.

A Wizz Air légitársaság 2012-ben indította közvetlen London-Debrecen járatát, mely azóta a Debreceni Repülőtér legnépszerűbb járatává nőtte ki magát: jelenleg heti tíz alkalommal közlekedik. A DE TE a járat indítása óta következetes marketing munkával igyekszik a brit utazóközönség figyelmét felhívni a város és térsége turisztikai kínálatára.

Az egyesület szakemberei a piacépítésben a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) régiós és londoni képviselőivel, valamint a helyi szolgáltatókkal közösen dolgoznak együtt. Az együttműködések eredményeként számos utazásszervezőnek, újságírónak és bloggernek szervezett tanulmányút (pl. CNN Travel, Rough Guide, Food&Travel, Wanderlust, Hole in the Donut Cultural Travel, Thomas Cook), online és print kampány valósult meg az elmúlt években, valamint a DE TE rendszeresen képviseli a várost és térségét szakmai workshopokon és turisztikai kiállításokon Londonban.

A minden év november elején megrendezik Londonban a World Travel Marketet, a világ legnagyobb turisztikai seregszemléjét, melyen több mint 180 ország és régió ötezer kiállítója, valamint háromezer sajtóképviselő és háromszáz turisztikai szakértő vesz részt a világ minden tájáról. A DE TE idén is a központi magyar standon mutatkozott be, továbbra is egyedüli vidéki desztinációként, melyek iránt évről-évre egyre nagyobb az érdeklődés. A Budapestet megjárta és jól ismerő brit utazók egyre nyitottabbak a kevésbé ismert vidéki úti célok iránt, melyre Debrecen és térsége ideális alternatívát kínál. Minden évben egyre több brit utazásszervező állít össze Debrecen is tartalmazó csomagajánlatot és utaztat csoportokat a térségbe, és a nemzetközi piacra dolgozó újságírók, bloggerek részéről is fokozott az érdeklődés a fővároson túli desztinációk iránt.

Az egyesület a 2013-as WTM-en a Lonely Planet, a világ legnagyobb útikönyv kiadójának és online utazási platformjának munkatársával folytatott sikeres tárgyalást, aki 2014 májusában személyesen ismerkedett meg Debrecen és Hortobágy turisztikai kínálatával. A tanulmányútról megjelent online cikk és közösségi médiában elhelyezett posztok egyik legnagyobb eredménye, hogy a Lonely Planet munkatársainak és követőinek szavazatai alapján 2016-ban Debrecen is beválasztották a tíz legjobb ár-érték arányú turisztikai desztináció közé, melyek között mindössze három város található.

A Lonely Planet elismerése olyan garancia, mely a nemzetközi piacon magáért beszél. Az idei WTM-en többen is a standon kihelyezett Lonely Planet logó miatt álltak meg a standnál és érdeklődtek Debrecen iránt. Az egyesület munkatársai több utazásszervezővel is tárgyalást

folytattak, melyek témája a városnéző programoktól az agro- és kerékpáros turizmusig széles skálán mozgott.

BENELUX ÁLLAMOK – EINDHOVEN

UTAZÁSSZERVEZŐI ÉS SAJTÓ TANULMÁNYIÚT

Holland újságírók, utazásszervezők

Hajdúszoboszló szervezésében **2016. május 20-án** holland és belga újságírókból és utazásszervezőkből álló csoport ismerkedett a régióval, így Debrecennel. A rövid debreceni látogatás során a vendégek meghallgattak egy előadást Debrecen turisztikai kínálatáról Dr. Széles Diána turizmusért felelős alpolgármester előadásában, majd bejárták az Aquaticum Spa egységeit, és rövid sétát tettek a Nagyerdőn és a belvárosban.

A szakemberek nagyon lelkesen nyilatkoztak a látottakról, melyek eredményeként számos cikk látott napvilágot a kapcsolódó közösségi oldalakon és egyéb online felületeken.

<https://www.youtube.com/watch?v=EROHlmT31Lk&feature=youtu.be>

<https://www.facebook.com/StralendSchrijven/?fref=nf>

<http://www.mooistedorpjes.nl/landen/hongarije/hortobagy/>

<http://www.steden.net/hongarije/hajduszoboszlo/>

<http://www.steden.net/hongarije/debrecen/>

<https://puuruiteten.nl/reis/debrecen-poesta-hongarije/>

<http://kidseropuit.nl/debrecen-met-kinderen/>

<https://www.youtube.com/watch?v=4RBf7mTbcxg&feature=share>

<http://nl.gotohungary.com/hongarije/-/article/verschillende-reisverhalen-in-diverse-media-van-nederland-over-hajduszoboszlo-debrecen-en-hortobagy-produceert-door-journalisten-bloggers-vloggers-en->

<https://www.youtube.com/watch?v=EROHlmT31Lk&feature=youtu.be>

<https://www.facebook.com/StralendSchrijven/?fref=nf>

<https://puuruiteten.nl/reis/debrecen-poesta-hongarije/>

<http://kidseropuit.nl/debrecen-met-kinderen/>

<https://www.youtube.com/watch?v=4RBf7mTbcxg&feature=share>

Debrecen és Hortobágy a belga turisztikai szaksajtóban

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága, Benelux külképviselete és a DETE közös szervezésében 2016 júniusában és júliusában két tanulmányútra került sor belga újságírók részvételével.

Június 27. és július 1. között a belga Pasar magazin újságírója és fotósa tett látogatást a régióban, melynek során Debrecen, Hortobágy, a Tisza-tó, valamint a tokaji borrégió turisztikai kínálatával ismerkedtek a szakemberek. A közel egyhetes tanulmányút keretében a vendégek

ízeltőt kaptak a régió kulturális értékeiből, természeti kincseiből, gasztronómiai kínálatából, melyről egy többoldalas képes cikk formájában számolnak majd be a magazin hasábjain.

Július 9. és 12. között a belga Travel2 turisztikai szaklap főszerkesztője, Danny Verheyden tett látogatást Debrecenben. A szakember rövid látogatása során részt vett az 50. Hortobágyi Lovasnapok programjain, de természetesen Hortobágy és Debrecen nevezetességeivel, gasztronómiai kínálatával, fürdőszolgáltatásaival, és további programlehetőségeivel is megismerkedett. Az évente 6 alkalommal megjelenő szaklap szeptemberi számában két oldalon mutatja majd be a főszerkesztő Debrecen és Hortobágyot, mint Magyarország feltörekvő, új turisztikai desztinációját.

Mindkét tanulmányút sikeresen zárult. A vendégek pozitívan nyilatkoztak a Debrecenben és Hortobágyon, valamint a régióban elérhető turisztikai kínálatról, a nyugodt, rendezett és tiszta városi környezetről, a változatos programlehetőségekről, a jó ár-érték arányról, a magas színvonalú szolgáltatásokról, a sokszínű és autentikus gasztronómiai kínálatról, a kedvező tömegközlekedési lehetőségekről, köztük a kerékpárút-hálózatról, valamint az egyedülálló természeti környezetről.

OLASZORSZÁG - MILÁNÓ

SAKMAI WORKSHOP

Helyszín: Milánó, Olaszország
Időpont: 2016. március 17.

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) olasz külképviselete 2016. március 17-én turisztikai workshop-ot tartott az olasz utazási szakma részére. Az esemény apropóját a Wizz Air 2015. október 25-én indított Debrecen és Milánó között heti két alkalommal közlekedő járata adta, ennek köszönhetően a workshop elsődleges célja Debrecen és térsége, mint új magyarországi turisztikai desztináció bemutatása és népszerűsítése volt.

Az eseményre Milánóban, a Grand Visconti Palace-ban került sor Debrecen, Nyíregyháza és az Észak-alföldi Régió turisztikai szakembereinek és szolgáltatóinak (Aquaticum Debrecen Termál & Wellness Hotel**** és Hunguest Hotel Béke****) részvételével, de a kiállítók között két beutaztató iroda (Aktív Tours és Quality Tours), valamint a sárvári Spirit Hotel is jelen volt. Debrecen Erdei Nóra, a DETE TDM asszisztense, Kovács Zoltán, a Debreceni Gyógyfürdő Kft. értékesítési munkatársa, Dr. Bartha-Tóth Martina alpolgármesteri referens és Váróczy Zoltán, az EDC Debrecen Város- és Gazdaságfejlesztési Központ Smart City programjának vezetője képviselte.

A workshopra előzetesen 77 olasz utazásszervező és 8 újságíró regisztrált be, így már a szervezéskor egyértelmű volt az olasz utazási szakma részéről mutatkozó hatalmas érdeklődés.

Az esemény célja, mindazon túl, hogy Debrecen és térségét, mint úti célt népszerűsítse, az is volt, hogy felhívja az olasz gazdasági élet szereplőinek figyelmét Debrecen befektetési lehetőségeire. Ennek céljából a turisztikai programot megelőzte egy angol nyelvű prezentáció Debrecen gazdaságfejlesztési lehetőségeiről, majd egy kerekasztal beszélgetés, melyre a Milánói Külgazdasági Iroda szervezésében és meghívására kb. 20 olasz gazdasági szakember látogatott el. Az eseményt Szilágyi Melinda külgazdasági attasé moderálta. Debrecen befektetési lehetőségeiről Váróczy Zoltán az EDC és Dr. Bartha-Tóth Martina a Debrecen MJV polgármesteri hivatal részéről nyújtott személyes tájékoztatást.

A turisztikai workshop-ot hatalmas érdeklődés övezte, Debrecen asztalát már nyitástól nagy tömeg vette körül, folyamatosan érkeztek az érdeklődők és zajlottak a személyes tárgyalások. Nagyrészt olyan irodák képviselőivel volt alkalmunk megbeszélést folytatni, akik egyéni utazóknak, kisebb csoportoknak szerveznek leginkább városlátogató utakat, de voltak olyan

látogatók is, akik speciálisan egy-egy terület – így fürdő, fesztivál, konferencia, egyetem, kemping – iránt érdeklődtek. Mindannyian nagyon üdvözölték a Wizz Air Milánó-Bergamo és Debrecen között közlekedő járatát és az ezzel megnyíló új turisztikai lehetőségeket, úti célokat, hiszen számukra Magyarországon eddig csak Budapest és a Balaton volt ismert. A KSH statisztikák és a személyes visszajelzések alapján elmondható, hogy az olasz utazók körében Magyarország továbbra is népszerű úti cél, az olaszok szívesen keresik fel hazánkat és nyitottak az újra, köztük leginkább a városlátogatás, a fürdők és a kulturális sokszínűség adta lehetőségekre.

Érdeklődésük nagyon szerteágazó, szinte minden érdekli őket, ami Debrecenben elérhető, így a városlátogató hosszú hétvégék, a fesztiválok, kiemelten a Debreceni Virágkarnevál, a termál- és élményfürdő, a konferencia turizmus, a Hortobágy, de volt olyan, aki kifejezetten kempingeket keresett és olyan is, aki olasz egyetemi professzorokkal érkezne egy szakmai látogatásra. Több olyan utazásszervezővel folytattunk tárgyalást, akik már idén csoportot hoznának hozzánk. Az újságírók, illetve azon utazásszervezők részéről, akik konkrét megkereséssel érkeztek hozzánk, nagy igény mutatkozott arra, hogy egy tanulmányút keretében személyesen is meggyőződjenek városunk turisztikai lehetőségeiről. Velük, illetve a többi utazásszervezővel, akivel találkoztunk, a workshop után e-mailben vettük fel és tartjuk a kapcsolatot.

A személyes konzultációk után Keresztes Dóra, a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) olaszországi külképviseletének vezetője tartott egy olasz nyelvű prezentációt Magyarországról. Ezt követően Nyíregyháza polgármestere, Dr. Kovács Ferenc köszöntötte a megjelenteket, majd Váróczy Zoltán Debrecen képviseletében tartott egy átfogó prezentációt Debrecen turisztikai kínálatáról.

Az est végén nyereményjátékra került sor. A magyarországi turisztikai szolgáltatók felajánlásait azok között a vendégek között sorsolták ki, akik valamennyi kiállítóval tárgyaltak. Debrecen egy 2 főre szóló 3 éjszakai szállást ajánlott fel az Aquaticum Termál és Wellness Hotel****-ben, melyet Váróczy Zoltán adott át a szerencsés nyertesnek.

A workshop-ot állófogadás követte, melyen a vendégek ízelítőt kaptak az alföldi ízekből, így többek között a debreceni páros kolbászból is.

A megjelenés kapcsán a Debrecen MJV imázs kiadványát az egyesület olasz nyelvre fordíttatta.

SAKEMBEREK FOGADÁSA

Olasz újságírók

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) milánói külképviselete, Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága és a DETE közös szervezésében látogatott Magyarországra **május 17. és 21. között Gabriele Galariete olasz újságíró, aki Budapest mellett Debrecennel és Hortobágyal is megismerkedett.**

Az újságíró, aki vonattal járja be Európát, mind a fővárosban, mind Debrecenben most járt először, így kíváncsian fedezte fel a két város turisztikai kínálatát. A másfél napos budapesti vizit után már szinte érkezése után nem sokkal elismerően nyilatkozott Debrecen nyugodt, idilli hangulatáról, mely számára különösen nagy vonzerőt jelent. A szakember természetesen ízelítőt kapott a debreceni gasztronómiából az IKON étteremben, meglátogatta a város szimbolikus épületeit, múzeumait, így a Református Nagytemplomot, a Református Kollégiumot és a Déri Múzeumot, kellemes sétát tett a Nagyerdei Parkban, ahol ellátogatott a Nagyerdei Víztoronyhoz, a stadionhoz, az Aquaticum termál- és élményfürdőbe, és megtekintette a Debreceni Egyetem impozáns főépületét is.

A program keretében egy félnapos hortobágyi kirándulásra is sor került, így a városi szolgáltatások mellett a Debrecenből félórányi autóútra fekvő Hortobágyi Nemzeti Park természeti adottságaival és turisztikai kínálatával is megismerkedett. A múzeumi látogatások

előtt jóízű ebédet fogyasztott el a Hortobágyi Nagycsárdában, majd részt vett egy pusztaszafarin és egy pusztai fogatozáson, melyeket nagyon élvezett.

Az újságíró nagyon elismerően nyilatkozott Debrecenről, mely szerinte ideális úti célja az Európát vonattal felfedező, vagy akár a közvetlen milánói repülőjárral érkező olasz utazók számára is, hiszen egyaránt kínálja egy nagyváros valamennyi szolgáltatását, melyhez kellemesen nyugodt városi környezet és elérhető távolságban lévő, egyedülálló természeti adottságok társulnak.

A Debrecenről és Hortobágyról szóló cikk – a [latitudeslife.com-on](http://www.latitudeslife.com/2016/06/debrecen-hortobagy-gioielli-dungheria) <http://www.latitudeslife.com/2016/06/debrecen-hortobagy-gioielli-dungheria> és a [aaliberoquotidiano.it-on](http://www.aaliberoquotidiano.it) – jelent meg illetve jelenik meg hamarosan.

2016. július 6. és 13. között az olasz PleinAir turisztikai magazin újságíróját, Emilio Dati-t és fotósát láttuk vendégül. A két szakember a tanulmányút során egynapos látogatásokat tett Debrecenben, Hortobágyon, Hajdúszoboszlón, Nyírbátorban, Máriapócon, Nyíregyházán és az érpatai Zsindelyes Pálkafőzdében, teljes képet kapva a régió turisztikai kínálatáról az épített örökségtől a természeti értékeken és fürdőszolgáltatásokon át a gasztronómiai hagyományokig. A vendégek pozitívan nyilatkoztak a Debrecenben és Hortobágyon, valamint a régióban elérhető turisztikai kínálatról, a nyugodt, rendezett és tiszta városi környezetről, a sok zöld övezetről, a változatos programlehetőségekről, a jó ár-érték arányról, a magas színvonalú szolgáltatásokról, a sokszínű és autentikus gasztronómiai kínálatról, a kedvező tömegközlekedési lehetőségekről, köztük a kerékpárút-hálózatról, valamint az egyedülálló természeti környezetről.

KITELEPÜLÉSEK, KIÁLLÍTÁSOK

Helyszín: Svájci Nemzetközi Utazás Kiállítás - Lugano, Svájc olaszok lakta területén
Időpont: 2016. október 29. – november 1.

A Milánó és Debrecen között menetrend szerint közlekedő Wizz Air járat kapcsán Debrecen és Hortobágy népszerűsítése céljából egyesületünk részt vett 2016. október 29 és november 1. között a Lugano-ban megrendezett Svájci Nemzetközi Utazás Kiállításon (Swiss International Holiday Exhibition). A B2C, azaz nagyközönségi vásáron Magyarországot egyedül egyesületünk képviselte.

Lugano Milánótól 70 km-re található Svájcban, nagyrészt olasz anyanyelvű lakosokkal, akik nagyon nyitottak és érdeklődőek voltak a számukra ismeretlen Debrecen és Hortobágy turisztikai kínálata iránt. A tapasztalatok szerint a standot felkereső látogatók sajnos nem csak városunkat és térségünket nem ismerik, de a Milánó és Debrecen között közlekedő repülőjáratot sem, így számukra kifejezetten újdonságként hatott a bemutatkozásunk. A látogatók nagy érdeklődéssel fogadták az információkat városunkról, érdeklődésük leginkább a termálfürdő, a gasztronómia és a Hortobágy természeti értékei felé irányult, és jóízűen fogyasztották a hortobágyi bioszalámból készült kóstoló falatkákat is.

A kiállítás után egy héttel egyesületünket megkereste a svájci olasz rádió, hogy a vásári megjelenésünk apropóján rádióinterjút készítsen velünk arról, mivel várjuk a turistákat Debrecenben és Hortobágyon, így remélhetőleg a vásári bemutatkozás és a rádióinterjú együtt még erőteljesebb érdeklődést generál majd a svájci olasz utazóközönség körében.

KIADVÁNY



Tekintettel a speciális nyelvterületre a kiállításra, a célközönség érdeklődési területének megfelelő speciális tartalommal angol és olasz nyelvű kiadványt állítottunk össze és adtunk ki az alábbi paramétereknek megfelelően:

Terjedelem: 24+4 oldal
 Formátum: 190*270mm
 Példányszám: 1 000 darab

SVÉDORSZÁG – MALMÖ

A tavaly indult malmői járat kapcsán 2015-ben a nagyszabású marketingkampányunk folytatásaként a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) skandináv külképviseletével és az ÉA RMI-vel közösen június 2-5. között 4 fő skandináv (svéd, dán) bloggert láttunk vendégül.

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) skandináv külképviseletének szervezésében 20 blogger érkezett Magyarországra, akik budapesti látogatást követően az ország egy-egy városával ismerkedhettek meg mélyre hatóbban. Debrecenbe és Hortobágyra a dán www.afterglobe.dk és a svéd www.discoveringtheplanet.com (Daniela Nastaske Olsson, a blog award különdíjasa) szerzői érkeztek, akiket teljesen lenyűgözött a város és a puszta hangulata. Az Instagramon már publikáltak fotókat az alábbi linken lehet megtekinteni.

<https://www.instagram.com/afterglobedk/>
<https://www.instagram.com/discoveringtheplanet/>

EGYÉB TERÜLETEN FOLYTATOTT MARKETINGTEVÉKENYSÉG

Helyszín: Tel Aviv – IMTM (Izrael)
 Időpont: 2016. február 09-10.

A Debrecen és a Tel Avivtól 15 km-re fekvő Rishon LeZion közti **testvérvárosi kapcsolatok**, valamint ennek apropóján a **debreceni zsidó negyed vallási és turisztikai értékeinek népszerűsítése** céljából Debrecen önálló standdal vett részt **2016. február 9-10-én** az IMTM turisztikai kiállításon Tel Avivban. Debrecen városát a polgármesteri hivatal, a DE TE és a Debreceni Zsidó Hitközség részéről összesen 3 fő képviselte a 2 napos vásár során.

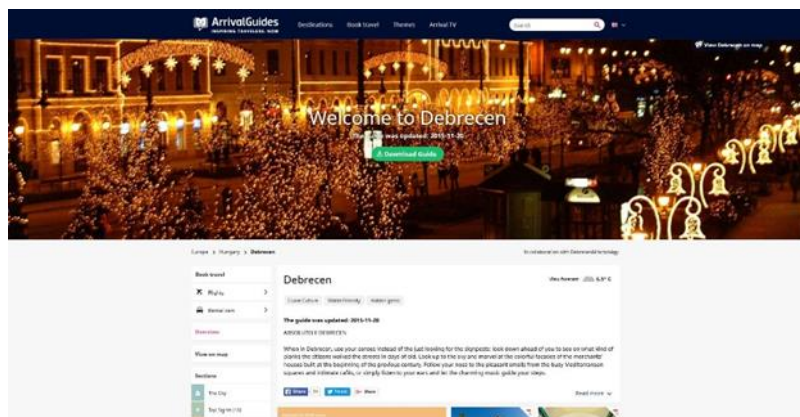
A Debrecenben tanuló több száz izraeli egyetemi hallgató, a testvérvárosi kapcsolatokban rejlő együttműködési lehetőségek, valamint a tervezett Debrecen-Tel Aviv közvetlen légi járat indokolta jelenlétünket a kiállításon, melynek két napja alatt hatalmas érdeklődés mutatkozott városunk iránt. A standunkat felkereső látogatók nagy része előtt Debrecen neve nem hangzott újdonságként, hiszen vagy valamilyen felmenőjük, vagy a Debreceni Egyetemen tanuló ismerősük kapcsán már hallottak a városról. Sokan jöttek oda hozzánk, hogy szüleik, nagyszüleik Debrecenben vagy Debrecen környékén éltek, így szívesen látogatnának el hozzánk, hogy megismerjék felmenőik egykori hazáját. A zsidó örökség és a családi kapcsolatok mellett nagy érdeklődés mutatkozott a városlátogatás és a fürdő iránt is, de volt olyan érdeklődő, aki konferenciahelyszínt, edzőtábort és aktív turisztikai lehetőségeket keresett nálunk.

A nagyközönség mellett jelentős volt a szakmai érdeklődés is Debrecen iránt: több tour operátorral sikerült tárgyalásokat folytatni debreceni utak kialakításáról csoportok és egyéni utazók részére, és a sajtó részéről is számos megkeresés volt, melyek közül több ingyenes megjelenést biztosított az online felületein.

SAKMAI PROGRAMOK, TEVÉKENYSÉGEK

Együttműködés az Arrival Guides honlapot működtető céggel

2015-ben a Wizz Air járatok népszerűsítésére, valamint Debrecen pozíciójának erősítésére a külföldi piacokon, egyesületünk együttműködést kezdeményezett a göteborgi központú ArrivalGuides-al.



Az Arrival Guides a világ legnagyobb desztinációs weboldala, melynek értékesítési hálózata több mint 330, a turizmusban globálisan szerepet játszó szolgáltatóból áll. A weboldal információkat, képeket, videókat közöl a partner desztinációkról, akik az oldal segítségével könnyen és hatékonyan tudják imázsukat erősíteni és üzenetüket eljuttatni a célközönségükhöz és szakmai partnereikhez. Az Arrival Guides partnerei között a világ legjelentősebb online utazási irodái, repülőársaságai, hajózási társaságok és egyéb turisztikai társaságok szerepelnek, mint például a Lufthansa, Norwegian Airlines, AerLingus, SAS, AirBerlin, Milano Airport. Számukra – így közvetve az utasok számára – az Arrival Guides biztosítja a desztinációkról szóló naprakész információkat. A cégnek több svéd értékesítő partnere is van, akik nem csak az országban, de egész Skandináviában ismertek. A legnagyobbak, ahonnan a turisták inspirációt merítenek: Travellink.se (az egyik legnépszerűbb online utazási iroda), Travelservice (utazási iroda), Svenska Resebolaget, Travelstart Nordic, Ystares (utazási iroda), Resia (az egyik legnagyobb utazási iroda Skandináviában), Ving (Thomas Cook Skandináv része), Aki Travel, Expressen (a második legnagyobb svéd hírmagazin).

Az Arrival Guides oldalán Debrecen turisztikai kínálata eddig angol és német nyelven volt elérhető, de a tartalom nyelvi mutációit igyekszünk folyamatosan, az igényekhez igazítva bővíteni. Szeptembertől magyar nyelven is elérhető a Debrecen oldal, ezáltal újabb platformon ajánljuk a nemzetközi utazóközönség figyelmébe városunk és térségünk turisztikai kínálatát.

Az oldal megtekinthető itt:

<http://www.arrivalguides.com/en/Travelguides/Europe/Hungary/Debrecen>

Ukrán tanulmányút Észak-Magyarországon és az Észak-Alföldön

2016. szeptember 4-8-án a Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Kijevi Információs Irodája és az Észak-alföldi iroda szervezésében, valamint a DETE, a Nyíregyházi Turisztikai Non-profit Kft., a Hajdúszoboszlói Turisztikai Non-profit Kft. és a MIDMAR Miskolci Idegenforgalmi Marketing Nonprofit Közhasznú Kft. együttműködésében, ukrán utazásszervezőkből álló csoport ismerkedett az Ukrajnával szomszédos régiók egészség- és kulturális-turisztikai kínálatával.

A tanulmányút első állomása a legjobb európai desztinációk egyike, azaz Miskolc volt. Kétnapos program keretében az ukrán szakma az ukrán turisták által igen kedvelt Miskolc-tapolcai barlangfürdőt és még kevésbé ismert Avalon Parkot, a megújult Diósgyőri várat és a Lillafüredi DVTK parkot járta be. A résztvevők egyhangúan kijelentették, hogy ezzel az új kínálattal, Miskolc kiváló hivatásturisztikai desztináció is lett.

A program Észak-Alföldön folytatódott. A régió bejárása során a csoport a debreceni és hajdúszoboszlói gyógyfürdők bejárása mellett nem maradtak ki a sorból a kiemelkedő gyógyszállodák sem. A személyes kapcsolatfelvétel érdekében, az Európa legnagyobb fürdőkomplexumáról és gyógyvizeről híres Hajdúszoboszlón a szervezők workshopot is

rendeztek. A program Nyíregyházán, Sóstón ért véget, ahol az ukrán szakmai vendégek nemrég átadott fürdőfejlesztésekkel, gyógyászati kezelésekkel ismerkedtek. Ukrajna az 5. legjelentősebb küldő területe az Észak-alföldi régiónak (éves szinten 35 ezer kereskedelmi szálláshelyen eltöltött vendégéjszakával).

Ez a régió tavaly igazi divat lett az ukrán turistáknál: a KSH adatai szerint, 2014-ben az ukrán beutazás itt kétszámjegyű növekedést mutatott. A trend az év első két hónapjában is töretlen volt: az ukrán vendégéjszaka-szám 27,2%-kal növekedett, és az ukránok átlagos tartózkodási ideje is több mint 10%-kal nőtt. A két régió választása nem véletlen: Észak-Magyarországon az ukrán vendégforgalom növekedése az ukrán válság kezdete óta is töretlen volt, Észak-Alföldön pedig, a tavalyi visszaesés után, rohamos fejlődésnek indult és 2016. hét hónap alatt 50%-ot tett ki. A szervezők véleménye szerint, szakmai összefogáson alapuló marketingmunkával, új termékek, új lehetőségek bemutatásával, ennél is szebb eredményeket lehet elérni. A tanulmányút újdonsága az volt, hogy a program során a résztvevők minden állomáson, a napi programmal kapcsolatos feladatokat is kaptak, amelyeknek a megfejtését estenként on-line publikáltak. Ilyen módon, nemcsak jobban jegyezték meg az információkat, hanem közösségi médiamarketinghez szükséges ismeretekkel is gazdagodtak. A program végén minden résztvevő szakértői oklevelet kapott.

Debrecen és a debreceni páros kolbász az ukrán médiában

A Magyar Turizmus Zrt. (2016. július 1-től Magyar Turisztikai Ügynökség) Észak-alföldi Regionális Marketing Igazgatósága és ukrainai külképviselete közös szervezésében szeptember elején a régióba látogatott egy ukrán média csoport, akik itt tartózkodásuk során természetesen Debrecen turisztikai kínálatával is megismerkedtek.

A tanulmányúton részt vett az 1+1 ukrán országos TV csatorna stábjá is, akik egy rövidfilmet készítettek Debrecenről és a debreceni páros kolbászról. A film szeptember 23-án az 1+1 TV csatornán, "Szinidanok z 1+1" (Reggeli 1+1-gyel) nevű reggeli műsorban jelent meg, mellyel párhuzamosan a Youtube-re és az ukrán turisztikai külképviselet Facebook oldalára is kikerült.

A film az alábbi linkeken tekinthető meg:

<http://1plus1.ua/snidanok-z-1-1/video/mij-putivnik-ugorsina-slavnozvisni-kovbaski-i-nicne-sou-fontaniv>

<https://www.youtube.com/watch?v=9f8vl-KHr8k>

<https://www.facebook.com/HungaryLife/>

TV műsor a Visegrádi Négyek második legnagyobb városai közötti turisztikai együttműködésről

A DETE 2015-ben sikerrel pályázott a Nemzetközi Visegrádi Alap Small Grants elnevezésű programjának keretében, melynek eredményeként 6000 euró támogatást nyert el a Visegrádi Négyek második legnagyobb városaival – Brno, Debrecen, Kassa és Krakkó – közös turisztikai projekt megvalósítására. A projekt célja a kapcsolatépítés a négy város turisztikai szervezetei, szakemberei között, a fővárosok árnyékából kitörni vágyó második városok turisztikai marketingtevékenységével kapcsolatos tapasztalatok megosztása, lehetőséget teremtve a jövőbeni együttműködésre, mely a közös marketingtevékenység révén erősíthetné a négy város idegenforgalmát. A projekt keretében 2015. szeptember 16. és 19. között Debrecenben egy turisztikai workshop-ra került sor a Hotel Lycium-ban Debrecen, valamint Brno, Kassa és Krakkó 4-4 fős delegációinak részvételével. Az eseményen jelen voltak a konzorciumi partnerek részéről a városok és turisztikai szervezetek, valamint az egyetemek képviselői, továbbá a helyi sajtó egy-egy munkatársa.

A konzorciumi partnerek a jelen projekt keretében megkezdett együttműködést a jövőben is folytatni kívánják. Erről egy közös szándéknyilatkozatot fogalmaztak meg és írtak alá. A szakemberek itt tartózkodásuk alatt természetesen Debrecen turisztikai kínálatával is megismerkedtek. Részt vettek városnéző sétákon és belekóstoltak a helyi gasztronómiába is,

többek között az eseménnyel egy időben zajló Debreczeni Zamat Pálinka és Páros Kolbász Fesztiválon.

A tavalyi együttműködés kapcsán 2016-ban az egyesületet felkereste a **DUNA TV „Kvartett”** című műsora, melynek 30 percében a projektben résztvevő városokat (Brno, Kosice and Krakow) kívánják egy-egy 6 perces film keretében bemutatni. A műsort nem csak Magyarországon, de a partnervárosok országaiban is műsorra tűzik várhatóan ez év decemberében.

Debrecen az orosz Polyglott útikönyvben

Debrecen egy oldalas hirdetéssel jelent meg a Robinson Tours közreműködésével a Polyglott útikönyvsorozat orosz nyelvű Magyarország kiadványában. A Polyglott útikönyv sorozat Oroszországban olyan nagy népszerűségnek örvend, hogy a "Венгрия", (Magyarország) című kiadványt 2016 őszén újra nyomtatják, mivel elfogyott. Az útikönyv 20.000 példányban kerül kiadásra és minden nagyobb könyvesboltban, valamint a repülőtereken elérhető lesz.

A Budapest Times újságírója Debrecenben

Egyesületünket szeptemberben megkereste az angol nyelvű Budapest Times hetilap, hogy utazási rovatukban szeretnének Debrecenről közölni egy cikket. A lap munkatársa, a magyar származású ausztrál Andrew L. Urban október 27-28-án tett látogatást Debrecenben, hogy személyes élmények, benyomások alapján készítsen el az ajánlót.

Az újságíró az egyesület munkatársának kalauzolásával első nap a belváros nevezetességeivel ismerkedett meg, megtekintette a Református Nagytemplomot, a Református Kollégiumot, a Déri Múzeumot, a Pásti utcai zsinagógát, a Piac utcát, valamint betekintést nyert a helyi gasztronómiai kínálatba az IKON étteremben és a Cut&Coffee kávézóban. A nap fáradalmait délután a termálfürdőben pihente ki, míg este a DiVino borbárban és a Roncsbárban nyert betekintést a debreceni éjszakai életbe.

Másnap a helyi nagypiac és a Szent Anna Székesegyház megtekintése után a Nagyerdei Park kínálatával ismerkedett: megtekintette a Nagyerdei Stadiont, a Nagyerdei Víztornyot, valamint kellemes sétát tett a Békás-tó érintésével a Debreceni Egyetem főépületéig. A hagyományos magyar ízekről és vendégszeretetről az Aquaticum SPA Natura éttermében kapott további ízelítőt. A vendég szállásáról debreceni tartózkodása idején a Régi Posta Fogadó gondoskodott.

A személyes élmények alapján készülő cikk várhatóan 2016 decemberében jelenik meg a Budapest Times hasábjain, mind a nyomtatott lapban, mind az online felületen, de kikerül az újságíró saját szerkesztésű urbancinefile.com.au weboldalának nemzetközi utazási rovatába is.

A Budapest Times főbb adatai:

- angol nyelvű hetilap (nyomtatott és online: <http://budapesttimes.hu>)
- példányszám: 5000
- olvasóközönség: expatok (Magyarországon élő külföldiek), menedzserek, tehetősebb turisták
- terjesztés: 4-5 csillagos szállodák, éttermek, kiemelt belvárosi üzletek, diplomáciák, repülőtér
- tartalom: Budapesttel és Magyarországgal kapcsolatos cikkek, aktuálpolitikai és közéleti hírek, étterem és programajánlók, általános érdeklődésre számot tartó történetek

A belföldi vallási turizmus erősítése a Reformáció 500 éves jubileumának jegyében

2017 a Reformáció megalapításának 500. évfordulója, mely alkalomból Debrecenben is több jubileumi rendezvénysorozat szervezése indult. Turisztikai szinten is csatlakozva a jubileumhoz

DETE pályázatot nyújtott be az Emberi Erőforrások Minisztériumához az alábbi szakmai és nagyközönségi turisztikai rendezvény megvalósítására. A pályázat sikeres benyújtásáról visszaigazolást kapott az egyesület, ugyanakkor annak elbírálása a beszámoló elkészítésekor még folyamatban volt.

Időpont: 2017. március 24-26.

Helyszín: Debreceni Református Kollégium (workshop), Református Nagytemplom (kiállítás), HALL (Debreceni Utazási Vásár), Nagyerdei Víztorony (koncert, előadás és beszélgetés, kiállítás)

Programok:

Szakmai programok:

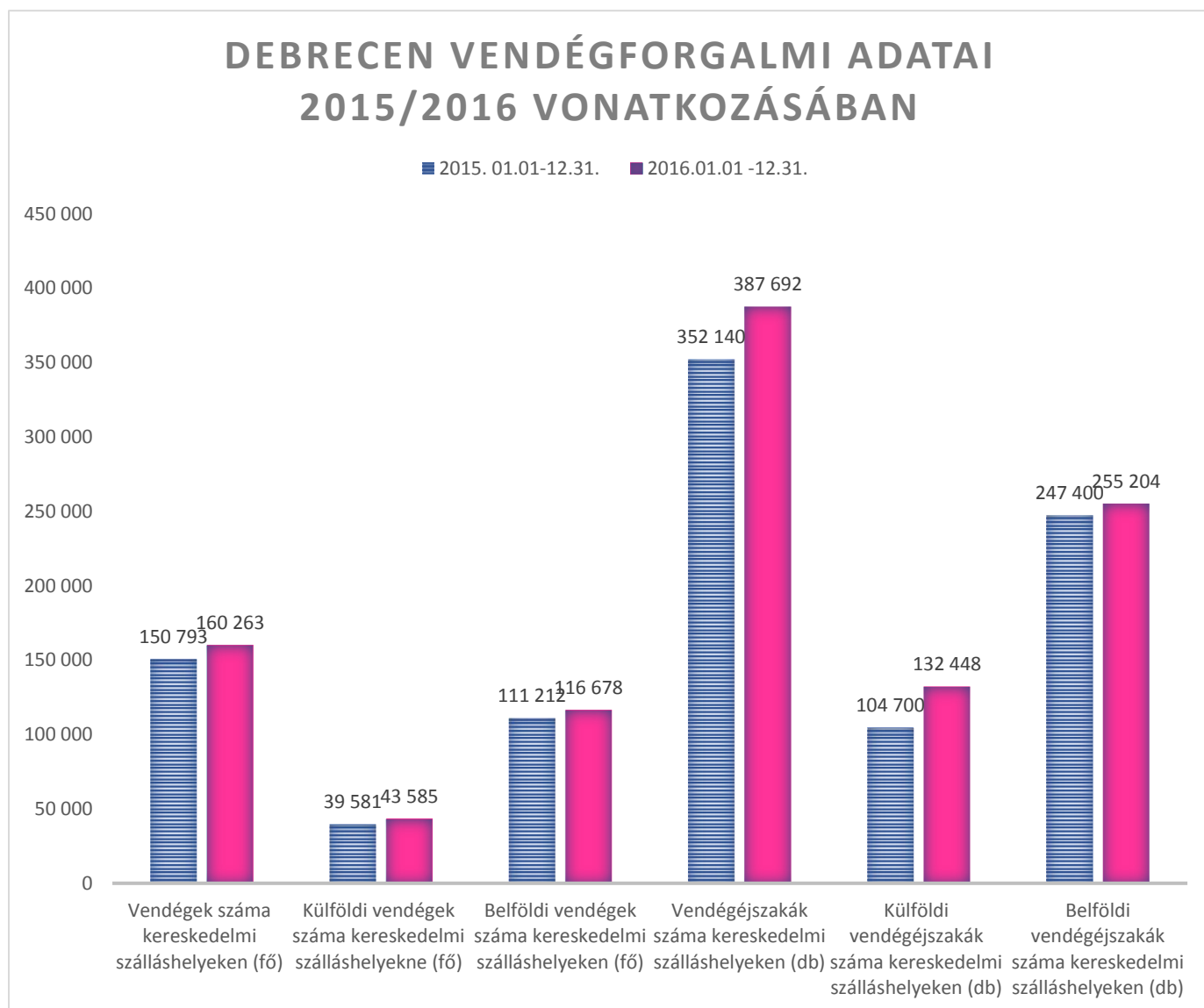
- **kétnapos szakmai workshop** a magyarországi református partnertelepülések egyházi és turisztikai szakembereinek részvételével a kapcsolaterősítés, tudásmegosztás, tapasztalatcsere és jövőbeli együttműködések, valamint a vallási turizmus jegyében → közös tematikus turisztikai kiadvány előkészítése a magyarországi református településekről térképpel, városismertetővel, programajánlatokkal, képekkel + református vallási ismeretek közérthetően (GY.I.K.)
- **faültetés** a Reformáció 500 éves jubileumára emlékezve
- **koszorúzás**
- a református partnertelepülések **turisztikai kínálatának bemutatása és népszerűsítése** a Debreceni Utazási Vásáron
- **sajtó tanulmányút** Debrecen, mint református vallási úti cél népszerűsítésére a Reformáció 500 éves jubileumának jegyében

Nagyközönség számára nyitott és ingyenes programok:

- **nyílt előadás és beszélgetés** a református vallás jelenlegi helyzetéről, szokásairól egyházi képviselők, fiatalok, stb. közreműködésével
- **koncert**
- **kiállítás** (pl. Középkori Templom Útja fotókiállítás)
- **tematikus séta** Debrecenben a református emlékhelyek mentén
- a református partnertelepülések **turisztikai kínálatának bemutatása és népszerűsítése** a Debreceni Utazási Vásáron

2016 VENDÉGFORGALMI STATISZTIKA ÁTTEKINTÉSE DEBRECEN VONATKOZÁSÁBAN

A statisztikai kimutatás a KSH 2015. és 2016. adatai alapján készült el az előző év azonos időszakára vonatkozó adatainak összehasonlításával.



9. ábra Debrecen vendégforgalmi statisztikája 2015/2016. 01.01-12.31. vonatkozásban, forrás: KSH

Debrecen turizmusa tovább erősödött a 2016 év statisztikai adatai alapján. A KSH adatai szerint 2016-ban **10%-kal nőtt a vendégéjszakák száma Debrecenben, a tavalyi év azonos időszakához képest.**

Dinamikusan nőtt mind a belföldi mind a külföldi vendégforgalom. A külföldi vendégéjszakák száma **26%-kal** - mely a 2016-ban rendezett nemzetközi sporteseményeknek is köszönhető -, a már tavaly is erős növekedést mutató belföldi vendégéjszakák még tovább nőttek **3%-al**.

A belföldi és a külföldi turisták által eltöltött vendégéjszakák arányát tekintve továbbra is a belföldi vendégforgalom a magasabb, amely 70%, míg a külföldi 30%. A vendégek által Debrecenben eltöltött vendégéjszakák száma júliusban volt a legmagasabb (82 230 db). A

külföldi vendégek elsősorban szabadidős céllal érkeznek hozzánk, de a magas vendégéjszaka számhoz jelentősen hozzájárultak a júliusban rendezett kulturális és sportrendezvények is.

A város dinamikus fejlődése 2016-ban tovább folytatódott, a folyamatos megújulás, új és kibővült programkínálat pozitív hatással vannak a turizmus eredményeire. A Debreceni Virágkarnevál megrendezésének idén 50. jubileuma alkalmából szervezett ünnepi események, köztük a 3D-s épületvetítés és a „Karneváléj” – show-műsor, még tovább növelték a látogatók számát és tartózkodási idejét.

A 2016-ban átadott „DEBRECEN utcabútor” fogadtatása abszolút pozitív volt. Sok helyi lakos és turista fotózkodott előtte és osztotta meg az így készült képeket a különböző közösségi oldalakon, melyek tovább erősítették Debrecen mint trendi, fiatalos és fejlődő város imázsát.

ÖSSZEGZÉS

A 2016 év vendégforgalmi statisztikai adatai azt támasztják alá, hogy a beszámolóban szereplő megvalósult tevékenységek pozitívan hatottak a vendég, valamint vendégéjszaka szám alakulására.

Debrecen vendégéjszakáinak száma az elmúlt 4 évben folyamatosan erősödött, minden évben kétszámjegyű növekedést realizáltunk. 2016-ban a kereskedelmi szálláshelyeken eltöltött vendégéjszakák száma 387 692 volt (vendégszám 160 263 fő), mely 10 %-os növekedést jelent a 2015-ös évhez képest. (Magyarországon 7 %-kal nőtt a vendégéjszakák száma 2016-ban.)

Debrecenben mind a külföldi, mind a belföldi vendégéjszakák száma tovább erősödött. A külföldi vendégéj (132 488) 26 %-kal, míg a belföldi vendégéj (255 204) 3 %-kal növekedett. Fő küldő piacainkat tekintve a legtöbb vendégéjszakát a román, német, angol, lengyel és az ukrán vendégek töltik el nálunk, belföldöt tekintve a legtöbb vendégéjszakát Közép-Magyarországról (Budapest, Pest megye), Észak-Alföldről és Észak-Magyarországról érkező vendégek esetében realizáltuk.

A külföldi vendégéjszakák ugrásszerű növekedésében jelentős szerepe van a debreceni repülőtérrel közlekedő menetrend szerinti járatoknak. A járatkihasználtságot tekintve első helyen van a londoni járat, azt követi a milánói, az eindhoveni, majd a párizsi - mint fővárosi úticél - és a milánói. A 2016 áprilisában indult müncheni járat utasforgalma is folyamatosan erősödik.

Összességében elmondható, hogy számos sikeres tevékenységet valósítottunk meg. A világ több pontjáról érkeztek hozzánk forgatócsoportok, bloggerek és különböző szakmai médiumok képviselői, akik kivétel nélkül pozitívan nyilatkoztak városunk és térsége turisztikai kínálatáról, szolgáltatásairól. Az egyéni és csoportos látogatások eredményeként számos Debrecen méltató cikk, beszámoló és blog-bejegyzés született. A szakmai kapcsolatépítés és a sikeresen lebonyolított tanulmányutak **legnagyobb eredménye a Lonely Planet legjobb tíz ár-értéket kínáló listáján való ötödik helyezésünk**, mely a nemzetközi turisztikai piacon önmagáért beszél és remélhetőleg már önmagában is jelentős forgalomnövekedést generál majd a közeljövőben.

Debrecen turizmusának fejlődését a Debrecen Airport utasforgalmának dinamikus fejlődése is igazolja. Az első tíz havi utasforgalom 74%-kal haladta meg a tavalyi év azonos időszakát. 2016. év végéig pedig további 40-50 000 utas fog még megfordulni a repülőtéren és ezzel egy komoly utasforgalmi növekedést fog elérni a 2015-ös évhez képest. A karácsonyi szünetre ismét elindult a Wizz Air malmői járata, amely 2017 márciusától ismét hetente két alkalommal biztosít légi összeköttetést a svéd metropolisz és a cívisváros között. Jó hír Debrecen, illetve a régió turizmusának, hogy hétről-hétre többen keresik fel Kelet-Magyarországot külföldről, egyre több az angol, holland, olasz, francia és német üzleti és szabadidős céllal érkező látogató Debrecenbe és a vonzáskörzetünkbe.

A jövő év marketingtervének meghatározásakor az idén megkezdett tevékenységek mentén tervezzük tovább folytatni a munkát. Nagyszabású marketingkampányokkal kívánjuk közvetlenül megszólítani a vendégforgalom jelentős részét kitevő hazai utazóközönséget, azon belül is leginkább a kisgyermekes családokat, akik számára Debrecen az elmúlt években zajlott fejlesztéseknek köszönhetően ideális, családbarát úti cél. Nemzetközi téren a már meglévő és a tervezett, újonnan induló menetrend szerinti légi járatok adta turisztikai lehetőségek figyelembevételével (Nagy-Britannia, Olaszország, Franciaország, Benelux Államok, Svédország, Németország), illetve a hagyományos küldő piacokon (Románia, Szlovákia, Lengyelország) kívánunk marketing-tevékenységet folytatni. Reagálva a piaci változásokra nagyon fontos a marketingjelenlét az ukrán piacon, ahol a vízum okozta akadály elhárulásával újra elérhető úti céllá válik Debrecen.