

OTDK-DOLGOZAT

Kosár Kinga - BA

Tóth Barbara - BA

2013

Hagyományőrzés Magyarországon – Hacacaré Fesztivál

Saving traditions in Hungary – Hacacaré Festival

Kosár Kinga

Tóth Barbara

Kézirat lezárva: 2012. november 14.

Rezümé

Cím: Hagyományörzés Magyarországon – „Hacacaré Fesztivál”

Szerzők: Kosár Kinga és Tóth Barbara

A TMDK dolgozatunk egy új, eddig még nem megrendezett hagyományörző és könnyűzenei fesztivál megtervezését dolgozza fel Magyarországra összpontosítva. A fesztivál által hordozott értékek között a legfőbb helyet a minőségörzés, hagyományosság és egyszerűség kapta. Érdekessége, hogy a fellépők, beszállítók, mind a Magyarországhoz köthetőek, továbbá csak magyar termékekkel, szolgáltatókkal, vállalkozókkal kívánunk együttműködni. Egyelőre a fesztivál egy fiktív projekt terve, melyben a jövőbeli elképzeléseinket írtuk össze.

A dolgozat célja egyrészt, egy eddig még nem létező fesztivál szervezésének megtervezése, másrészt az ehhez szükséges lépések feltérképezése. Ezzel párhuzamosan primer kutatásunk az említett fesztivál iránti érdeklődés vizsgálatára és annak fogadtatására irányul, valamint az általános fesztiválozási szokások felmérésére.

Az elméleti részben a releváns hazai és külföldi szakirodalomban alkalmazott elméleti háttér került összefoglalásra, melyben hangsúlyt helyeztünk arra, hogy a rendezvénnyel kapcsolatos HIPI-elv és 7P bemutatásra kerüljön. Külön figyelmet szentelünk a minőség-, kapacitás-, fizetésmenedzsmentre és eseménymarketingre. Emellett elvégzünk háttérelmzéseket, amelyek segítik a fesztivál tervének pontosabb megírását.

A gyakorlati rész magába foglalja a fesztiválozási szokások felmérését célzó kvantitatív kutatást és az új fesztivál iránti érdeklődésre irányuló kérdőíves kutatás fontosabb megállapításait. Továbbá kidolgozásra kerül maga a fesztivál, a beszállítói ajánlatok megírásától egészen a piacbefolyásolásig. A fesztivál tervezése során felmerülő kiadásokat és bevételeket a dolgozat végén egy költségtervben is szemléltetjük.

Résumé

Title: Saving traditions in Hungary – „Hacacaré Festival”

Authors: Kosár, Kinga – Tóth, Barbara

In this study we executed a brand-new Hungarian music festival which focuses on the traditions. Its specialty is that all the performers, so as all the suppliers are Hungarians, just like all the stakeholders of the festival deal with Hungarian products, and solely with inland service providers will be cooperated with. The plan of this festival is part of a nominal project, so this paper can be considered as a feasibility study and action plan.

The goal of the study is to create a detailed plan of a yet non-existing festival, and to discover the available partners. Parallel with this we conducted a primary research. The survey was about to examine the attitude and wishes of the potential audience.

The theory summarizes the national and international literature regarding event marketing and management, in which we emphasized the HIPI theorem and the 7Ps. We highlighted the capacity – and the payment management. We conducted background analyses in order to enable to draw up the technical parts well.

The practical elements consist of several statements. These conclusions are the results of the quantitative survey which gauged the festival visiting habits. The festival with its schedule, the offers of the suppliers and the promotion campaign is also developed in this paper.

The cost plan at the end of the study shows the calculations about expenditures and the estimated revenues.

Tartalomjegyzék

1. BEVEZETÉS	1
2. FESZTIVÁL, MINT SZOLGÁLTATÁS	2
2.1. HIPI-ELV	2
2.2. MARKETING MIX - 7P	3
2.3. MINŐSGMENEDZSMENT	4
2.4. KAPACITÁSMENEDZSMENT	4
2.5. FIZETÉSMENEDZSMENT	5
2.6. ESEMÉNYMARKETING.....	6
3. FESZTIVÁLOK HELYZETE MAGYARORSZÁGON.....	7
3.1. KÖRNYEZET MEGFIGYELÉSE.....	7
3.1.1. SWOT-elemzés	7
3.1.2. STEEP-elemzés	8
3.2. FESZTIVÁLOK FELLELHETŐSÉGE.....	9
3.2.1. Főbb hagyományőrző fesztiválok.....	9
3.2.2. Összehasonlítások	11
3.3. FESZTIVÁLOZÁSI SZOKÁSOK.....	12
4. FESZTIVÁLOZÁS JELENTŐSÉGÉNEK FELMÉRÉSE, VALAMINT A HACACÁRÉ FESZTIVÁL IRÁNTI ÉRDEKLŐDÉS VIZSGÁLATA	16
4.1. HIPOTÉZISEK FELÁLLÍTÁSA	16
4.2. KUTATÁS MÓDSZERTANA	16
4.3. KIÉRTÉKELÉS.....	17
5. A HACACÁRÉ FESZTIVÁL BEMUTATÁSA.....	27
5.1. CÉLKÖZÖNSÉG MEGHATÁROZÁSA.....	27
5.2. A HACACÁRÉ FESZTIVÁL FELÉPÍTÉSE.....	28
5.2.1. Profil.....	28
5.2.2. Programterv	30
5.3. ÁRKÉPZÉS.....	35
5.4. TÁMOGATÓK.....	36
5.4.1. Fő támogató	36
5.4.2. Kiemelt támogatók.....	37
5.4.3. Médiatámogatók	37
5.5. BESZERZÉSI FOLYAMATOK	37
5.5.1. Lehetséges beszállítók bemutatása.....	38
5.6. PIACBEFOLYÁSOLÁS.....	48
5.6.1. A fesztivál arculati elemei.....	48
5.6.2. Piacbefolyásolási kampány kidolgozása	50
5.6.3. Kommunikációs terv.....	60
5.7. KÖLTSÉGTERV.....	61
6. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK.....	63
7. ÖSSZEGZÉS	64
8. FELHASZNÁLT IRODALOM.....	65
MELLÉKLETEK	I
1. MELLÉKLET: 2012-BEN MAGYARORSZÁGON MEGRENDEZETT HAGYOMÁNYŐRZŐ FESZTIVÁLOK JEGYZÉKE. II	
2. MELLÉKLET: A MAGYARORSZÁGON 2012-BEN MEGRENDEZETT HAGYOMÁNYŐRZŐ FESZTIVÁLOK LISTÁJA (JÚNIUS, JÚLIUS, AUGUSZTUS)	IV
3. MELLÉKLET: FESZTIVÁLOZÁS MAGYARORSZÁGON.....	II
4. MELLÉKLET: A FESZTIVÁL HELYSZÍNÉNEK TÉRKÉPE.....	VII
5. MELLÉKLET: ZENEI PROGRAM BEOSZTÁS.....	VIII
6. MELLÉKLET: GÁSZTRONÓMIAI PROGRAMBEOSZTÁS.....	IX
7. MELLÉKLET: ÁLTALUNK KÉRT ALAPMENÜ A FESZTIVÁL IDEJE ALATT	X
8. MELLÉKLET: NÉPMŰVÉSZETI PROGRAMOK BEOSZTÁSA.....	XI
9. MELLÉKLET: TOVÁBBI PROGRAMOK BEOSZTÁSA.....	XII
10. MELLÉKLET: KIEMELT ÉS MÉDIATÁMOGATÓK LISTÁJA.....	XIV

11. MELLÉKLET: HIGIÉNIKUS TERMÉKEK ILLUSZTRÁCIÓI.....	XV
12. MELLÉKLET: BELÉPŐ KARSZALAGOK ÉS NYAKPÁNT LÁT VÁNYTERVE.....	XVI
13. MELLÉKLET: LAMINÁLT KÁRTYÁK LÁT VÁNYTERV.....	XVII
14. MELLÉKLET: PR TERMÉKEK LÁT VÁNYTERVE.....	XVIII
15. MELLÉKLET: ÜVEGPOHARAK ÉS BÉLYEGZŐ LÁT VÁNYTERVE.....	XIX
16. MELLÉKLET: EGYÉB REKLÁMESZKÖZÖK LÁT VÁNYTERVE.....	XX
17. MELLÉKLET: ÓRIÁSPAKÁT LÁT VÁNYTERVE.....	XXI
18. MELLÉKLET: SZÓRÓLAPOK.....	XXII
19. MELLÉKLET: PROGRAMFÜZET ELŐLAPJA.....	XXIII
20. MELLÉKLET: A HACACÁRÉ FESZTIVÁL HIVAT ALOS WEBOLDALÁNAK LÁT VÁNYTERVE.....	XXIV
21. MELLÉKLET: SOCIAL MEDIA.....	XXV
22. MELLÉKLET: ÚJSÁGHIRDET ÉS MINT A ÉSPAKÁT TERV.....	XXVI
23. MELLÉKLET: GERILLA MARKETING ELEMÉK.....	XXVII
24. MELLÉKLET: KÖLT SÉGTERV.....	XXVIII

Ábrajegyzék

1. ábra: Szolgáltatásminőség-virág	4
2. ábra: A Hacacaré Fesztivál tervezett Fesztiválkártyája	6
3. ábra: A fesztivál folyamatának lépései.....	6
4. ábra: A stratégiai elemzés folyamata a fesztiválózásra	7
5. ábra: Fesztiválok elhelyezése Magyarország térképén	9
6. ábra: A válaszadók megoszlása a megnevezett fesztivál száma szerint.....	12
7. ábra: Információ keresés százalékos megoszlása	13
8. ábra: A felkeresett fesztivál típusok megoszlási aránya	15
9. ábra: Felállított hipotézisek	16
10. ábra: A válaszadók lakóhely szerinti megoszlása	18
11. ábra: A válaszadók lakóhelye	19
12. ábra: A válaszadók megoszlása egy főre jutó nettó jövedelmük alapján	19
13. ábra: A családi állapot és gyerekek számának ábrázolása	20
14. ábra: A megkérdezettek családi állapotának és gyerekeik számának megoszlása	20
15. ábra: A Hipotézis1 eredményének ábrázolása	21
16. ábra: A H2.B állításra alkalmazott gyakoriság vizsgálat eredményeinek ábrázolása	22
17. ábra: A fesztiválra látogatók társaságának gyakorisága.....	23
18. ábra: A megkérdezettek által felsorolt fellépők	25
19. ábra: A megkérdezettek által felsorakoztatott helyszínek	26
20. ábra: Fesztivál célközönsége	27
21. ábra: Hacacaré Fesztivál, mint szolgáltatásra szabott termék hagymája	29
22. ábra: A szervezeti vásárlás döntési folyamata.....	38
23. ábra: Tervezett beszállítók köre	39
24. ábra: A költségterv végző eredménye	62

Táblázatjegyzék

1. táblázat: A Hacacaré Fesztivál besorolása a szolgáltatások csoportjaiba	2
2. táblázat: A Hacacaré Fesztivál SWOT-elemzése 2.0	8
3. táblázat: A fesztiválra ható külső befolyásoló tényezők *	8
4. táblázat: A kiválasztott 10 fesztivál összehasonlító táblázata	11
5. táblázat: A legismertebb fesztiválok az említések száma alapján	12
6. táblázat: Fesztiválok minősítése 2010-es adatok szerint.....	14
7. táblázat: A válaszadók nem szerinti megoszlása.....	18
8. táblázat: A válaszadók életkor szerinti megoszlása	18
9. táblázat: A H2.A hipotézis keresztáblában való szemléltetése	21
10. táblázat: A keresztábla során megkapott értékek	22
11. táblázat: A fesztiválra látogatók társasága	23
12. táblázat: Rotált faktorsúlymátrix.....	24
13. táblázat: A Hacacaré Fesztivál belépőjegyárai.....	35
14. táblázat: Színpad-, fény- és hangtechnikai ártáblázat*	40
15. táblázat: Szükséges higiénikus rendszer*	41
16. táblázat: Szükséges rendezvénykellékek*	42
17. táblázat: Szükséges reklámtárgyak*	42
18. táblázat: Tamponnyomás árkategóriája.....	43
19. táblázat: Szükséges poharak*	43
20. táblázat: Gravírozási árkategóriák*	44
21. táblázat: Nyomtatási paraméterek	44
22. táblázat: Szükséges egészségügyi kellékek	46
23. táblázat: Faházak árjegyzéke.....	46
24. táblázat: Szükséges kellékek	47

1. BEVEZETÉS

A TMDK dolgozatunk témája a fesztiválozási szokásokat vizsgálja Magyarországon. A dolgozatban megtervezésre kerül egy új típusú fesztivál, amelynek minden elemét meghatároztunk. A fesztivál jelenleg fiktív projekt, mellyel a jövőbeli elemek megtervezése volt a célunk. A fesztivál magával hordozza az egyszerűség, a minőségesség és modernség jegyeit egyaránt, amellet, hogy megjelenik a népművészeti stílus és hagyományörzés is.

A dolgozat első része tartalmazza az elméleti elemeket, ahol összefoglaljuk a szolgáltatásmarketing releváns részeit. Ide tartozik a HIPI-elv, a 7P, a minőség-, kapacitás-, fizetés- és eseménymenedzsment. Ezeket a témákat a felhasznált szakirodalom segítségével a fesztiválra kialakítva érintjük.

Az elméleti áttekintés után következik az elemzés. Megvizsgáljuk a fesztiválok környezeti elemeit, amelyek közvetlenül hatnak annak sikerességére és működésére. Itt a SWOT-elemzés és STEEP-elemzés segítségével dolgozunk. A konkurens fesztiválok is felsorolásra és összehasonlításra kerülnek, különböző szempontok alapján. Emellet végzünk egy szekunder kutatást a fesztiválozási szokásokról az előző évek adatait felhasználva.

A gyakorlati részt kétfelé bontottuk. Az első részében bemutatjuk a kutatás módszertanát, magát a kérdőívet, a felvázolt hipotéziseket és a kérdőív kiértékelését. A primer kutatás során igyekszünk a középkorosztályt (20-55 év közöttiek) megkérdezni arról, hogy milyen szempontok alapján döntenek egy fesztivál mellett, és hogy az általunk választott fesztivál mennyire érdekelné őket.

A gyakorlati rész második felében térünk ki magának a fesztiválnak a részletes megtervezésére. Elsőként a célközönséget határoztuk meg, ezután bemutatjuk a fesztivál profilját. Foglalkozunk az árképzéssel, a beszerzési folyamatokkal, a támogatókkal, a piacbefolyásolással és a költségterv megírásával.

Bízunk benne, hogy a tervünk megvalósításra kerül idővel, és az ötleteink a gyakorlatban is helyt állnak.

2. FESZTIVÁL, MINT SZOLGÁLTATÁS

Ebben a részben a szolgáltatásmarketing témáján belül az általunk tervezendő új hagyomány-örző és könnyűzenei fesztiválra vonatkozó részek kerülnek kifejtésre. Ezáltal egy általános betekintést nyerhetünk a szolgáltatások világába, azok milyenségébe és egyes részeibe. Mindezt a fesztiválokra igazítva foglaltuk össze. A szolgáltatásmarketing elemei közül a HIPI-elv és 7P bővebb kifejtésére került sor, mivel ezek által rövid, de mégis érthető leírást adhatunk a fesztivál egyes részeiről és tulajdonságairól. Ezen felül a további elemek csak a fesztivállal összefüggésbe hozható részeket fejtettük ki bővebben (minőség-, kapacitás- és, fizetésmedzsmen, valamint eseménymarketing).

A szolgáltatások csoportjaiba besoroltuk a fesztiválokat, és osztályoztuk őket.

1. táblázat: A Hacacaré Fesztivál besorolása a szolgáltatások csoportjaiba

Szolgáltatás célja		Célpiaac szerint		Beruházás nagysága szerint	
Fogyasztói szolgáltatás	Ipari szolgáltatás	Termelő felé	Vásárló felé	Szerény beruházás	Nagy beruházás
X		X	X		X

Forrás: Saját készítés, 2012

2.1. HIPI-ELV

A termékek speciális csoportját alkotják a szolgáltatások, amelyeknek egyik érdekessége a HIPI-elv. A HIPI-elv¹ szerint a következő eltérések fedezhetők fel a termékek és szolgáltatások között általánosságban:

- *Változékonyság:* A szolgáltatások minősége természeténél fogva változó. A fesztiválok esetében ez nagyon is igaz. Nincs két egyforma minőséget nyújtó fesztivál, sem egyforma típusú. Ettől, olyan egyedi és rendkívüli egy ilyen rendezvény.
- *Megfoghatatlanság:* A szolgáltatások nem megfogható megoldást nyújtanak az igénybevevőknek. A megismerés egyetlen lehetősége a szolgáltatás igénybevétele, tehát a tapasztalatszerzés. Amíg nem vesznek részt a fesztiválon, nem tudják, mit nyújt számukra.
- *Tárolhatatlanság:* A szolgáltatás nem tárolható, nem raktározható, ezért az „el nem fogyasztott” szolgáltatások forgalom-kiesést jelentenek.
- *Elválaszthatatlanság:* A szolgáltatás nyújtása és igénybevétele egy helyen, egy időben az átadó és igénybevevő jelenlétében történik. Nincs lehetőség előzetes minőségellenőrzésre, ezért az eredményesség függ a szolgáltatást nyújtón és igénybevevőn is.

¹ Veres Zoltán: A szolgáltatásmarketing alapkönyve, 1991

2.2. MARKETING MIX - 7P

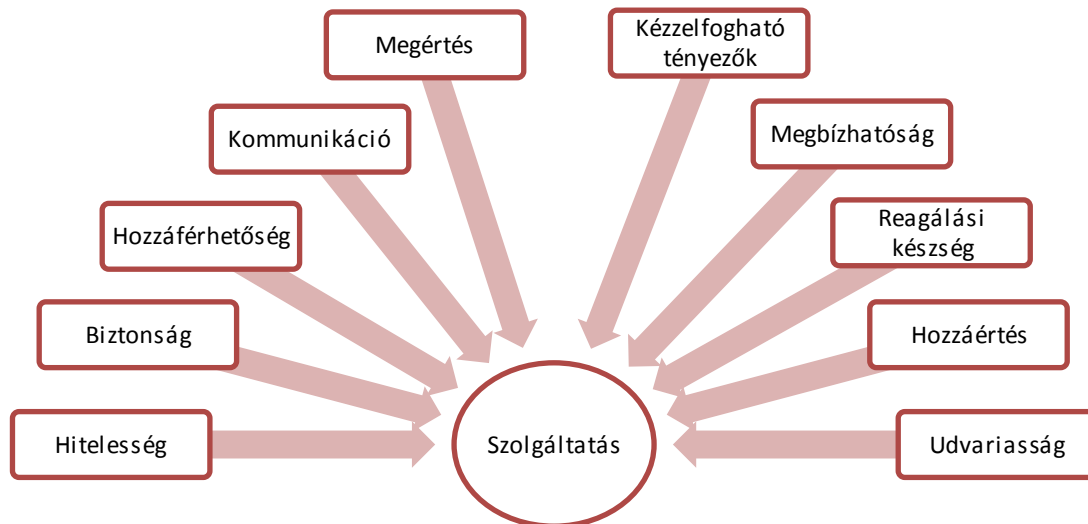
A fesztivál, mint szolgáltatás marketingeszközeinek meghatározása fontos lépés. Ennél az alfejezetnél a meghatározott szolgáltatás kerül kifejtésre. Annak termék-tulajdonságai (minőség), ára, értékesítési helye, kommunikációs politikája és a további 3 tényező, az ember, a folyamat és a tárgyi eszközök. Booms és Bitner a termékre vonatkozó 4P-t (1981) kibővítette 7P-re², így a fesztivál, mint szolgáltatás ezek szerint kerül jellemzésre:

- *Termék/Szolgáltatás (Product)*: A szolgáltatás maga a fesztivál, amin az emberek részt vesznek. A fesztivál, mint szolgáltatás számos egyéb szolgáltatást foglal magába. A későbbiekben ezek bővebb kifejtésre kerülnek.
- *Ár (Price)*: Az ár fontos része a szolgáltatásnak. Itt sok olyan tényező van, ami befolyásolja az árat, jelen esetünkben a fesztivál belépőjegyének értékét. Megkülönböztetünk többfajta belépőjegyet, melyek közül mindegyik máshogy kerül kiszámításra.
- *Disztribúció (Place)*: A fesztivál értékesítése több úton történik. Tehát a jegyértékesítésre sor kerülhet online módon, helyszíni és jegyértékesítő irodákban; illetve elővételben.
- *Promóció és kommunikáció (Promotion)*: A fesztivál hírének elterjesztése érdekében a leghatékonyabb reklámozási módszerekkel kell dolgoznunk. Fontos a reklámeszközök helyes kombinálása és hatékony eljuttatása. Egy jó reklámkampány segítségével lehet a leghatásosabban bemutatni a szolgáltatás előnyeit és rövid idő alatt kialakítani a fesztivál imázsát. A rendezvény népszerűsítését segítik az ATL és BTL eszközök.
- *Emberi tényező (People)*: A fesztiválnál az emberi tényező szerepét több személy is betölti. Egyrészt a személyzet, másrészt pedig a szervezők, akik felveszik a kapcsolatot a médiával és a fogyasztók felé is nyitottak. Ezen felül a legfontosabb emberi tényező maga a résztvevő. További emberi tényezőnek számítanak a támogatók, akik termékeikkel, szolgáltatásaikkal segítik a fesztivál sikerességét.
- *Tárgyi bizonyíték (Physical Evidence)*: Az emberi tényezők jelenléte mellett kiemelkedően fontosak a tárgyi elemek. Ezekkel a tényezőkkel érjük el, hogy a megfoghatatlan szolgáltatást úgymond megfoghatóvá tegyük. Fontos, hogy a szervezők, olyan tárgyi környezetet alakítsanak ki, amely tükrözi a fesztivál profilját, üzenetét. Esetünkben lényeges, hogy fiatalos legyen, üde és élettel teli. Fontos a fesztivál helyszíne, amely egy általunk választott, de előre felmért helyen lesz.
- *Folyamat (Process)*: A folyamat jelen esetünkben maga a fesztivál. Ez a folyamat egyrészt a fesztivál lefolyását jelenti, másrészt a kommunikációt a rendezvény alatt.

² Józsa László: Marketing, 2000

2.3. MINŐSÉGMENEDZSMENT

A szolgáltatás esetében a fesztiválra látogatók az árat a minőség színvonalához viszonyítják, az ár alapján minősítik a szolgáltatást, és magát a fesztivált. A fesztiválozók elvárják, hogy a pénzüikért a várt, ígért szolgáltatásban legyen részük.³



1. ábra: Szolgáltatásminőség-virág

Forrás: Ercsey Ida: A szolgáltatásgarancia és a fogyasztói értékelés kapcsolata a közüzemi szektorban, 2008

2.4. KAPACITÁSMENEDZSMENT

A kapacitásmenedzsment a szolgáltató egyik fő feladata, ahol az aktuális kínálatot és keresletet kell összehangolni. Optimális megoldás akkor jön létre, ha a szolgáltatás kapacitása mindig fedezi a felmerülő keresletet. A szolgáltató kapacitását 5 tényező korlátozhatja:

- *Idő*: A fesztiválok esetében az időtöltés a lényeg és nem pedig a gyorsaság.
- *Munkaerő*: A rendelkező személyzet létszáma, amennyiben túl magas, korlátozhatja a fesztivál lefolyásának gördülékenységét.
- *Berendezés*: A fesztivál tárgyi elemei: konténer, higiéniai berendezés, színpad, faház.
- *Eszközök*: Az inputok hiánya korlátozhatja a fesztivál folyamatát.
- *Kombinált*: Amikor az összes tényező egyszerre jelentkezik.⁴

A fesztivál lebonyolítása előtt ezeket az elemeket meg kell tervezni, annak érdekében, hogy a folyamat gördülékenyen menjen. Előre meg kell határozni a fesztivál méretének befogadóképességét, és ehhez mérten értékesíteni a jegyeket. Továbbá a személyzet felvétele is fontos tényező, mivel ők határozzák meg részben a látogatók benyomását. A fesztiválon a legmoder-

³ Dr. Ercsey Ida: A szolgáltatásgarancia és a fogyasztói értékelés kapcsolata a közüzemi szektorban, 2008

⁴ Veres Zoltán: A szolgáltatásmarketing alapkönyve

nebb és megbízhatóbb berendezésekkel érdemes dolgozni, annak érdekében, hogy ne kerüljön sor semmilyen sérülésre, esetleg kárra. Ha ezek a feltételek bebiztosíthatóak, a fesztivál menete is zökkenőmentes lesz és a látogatók elégedettsége is növekszik.

2.5. FIZETÉSMENEDZSMENT

A fizetésmenedzsment lényege, hogy mikor, hol és mennyit kell az igénybevevőnek fizetni a szolgáltatásért. Tehát meg kell határoznunk, hogy konkrétan milyen belépőjegyek lesznek elérhetőek a fesztiválra, azokat milyen áron, hol lehet beszerezni, valamint milyen módon lehet intézni a fizetést. További tényező a fesztiválon való fizetés, amelyre a későbbiekben bemutatunk egy bevált módszert a fesztiválok körében.

A fesztiválra a látogatók a következő belépőjegyek közül választhatnak általában: (1) napijegy, (2) hetijegy/bérlet, (3) VIP jegy (ezt általában a szervezők küldik ki, nem minden esetben megvásárolható), (4) kedvezményes jegy (diákjegy, korhatáros kedvezmény).

A fesztiválra szóló belépőjegy is háromféleképpen vásárolható meg: (1) elővételben a különféle fővárosi és vidéki jegyértékesítési helyeken, (2) online a fesztivaljegy.hu weboldalon vagy a fesztivál saját hivatalos honlapján, (3) a fesztivál helyszínén.

A belépőjegyek vásárlása során fizethetünk: (1) készpénzzel, (2) bankkártyával, (3) különböző utalványokkal és csekkekkel (pl.: Üdülési csekk, Ajándék Utalvány, stb.).

A fesztiválon való fizetési eszköz: Fesztiválkártya

A Metapay Fesztiválkártya a Sziget Kulturális és Menedzser Iroda Kft. nyári fesztiváljainak készpénzmentes fizetőeszköze. A Fesztiválkártya az OTP Klub Gourmet Fesztiválon, a VOLT, a Heineken Balaton Sound, a Sziget Fesztiválokön és további fesztiválokön egyaránt használható.

- *Biztonságosabb*, mert nem kell állandóan a pénztárcát és az összes készpénzt hordozni. Ha elveszne a pénztárca, a benne levő készpénz nem pótolható, ellenben ha elveszne a kártya, le lehet tiltani, és az kártya egyenlege átkerül az új kártyára.
- *Kényelmes*, mivel a visszajáró és az elázott vagy elszakadt papírpénz nem okoz gondot.
- *Gördülékenyebb a kiszolgálás*, mert fizetéskor a kártyát csupán hozzá kell érinteni a kártyaolvasó terminálhoz. Egy fizetés mindössze 2-4 másodpercet vesz igénybe.
- *Bankkártyás feltöltéssel* a Fesztiválkártyára az erre kijelölt pontokon közvetlenül is lehet pénzt feltölteni; nem kell külön bajlódni a pénzfelvétellel.



2. ábra: A Hacacaré Fesztivál tervezett Fesztivalkártyája

Forrás: Saját készítés, 2012

A fesztivalkártya használata mellett szóló előnyök, valamint egy előzetes felmérés alapján kialakult eredmények arra ösztönöztek minket is, hogy a fesztiválon ezt fizetési eszközt alkalmazzuk, valamint a kupongyűjtés is a kártya segítségével történne. Ez részletesebb kifejtésre kerül a Beszállítói terv részben.

2.6. ESEMÉNYMARKETING

Az eseménymarketing célja, hogy a vendégek számára kialakuljon egy pozitív képzetársítás a rendezvény alatt. Mindezt egyedülálló élménnyel szeretnénk elérni.

A rendezvénynek, ötletesnek, egyedinek kell lennie, megkülönböztethetővé kell válnia a többi rendezvénytől, hogy a célcsoport figyelmét megragadja, és hogy maradandó élményt nyújtson a vendégek számára. Ez által tudja pozitív élménnyel elárasztani a résztvevőket ez az esemény. Alkalmazhatók nem mindennapi kommunikációs eszközök, mint például égre rajzolás, égre írás vagy éjszakai légi fényreklám, attól függően, hogy milyen napszakban kerül megrendezésre és milyen stílusú az adott rendezvény.

Az eseménymarketing magán viseli a BTL eszközök jellegzetességeit, mint pl. a szelektivitást, a költségek optimális és célirányos felhasználását, valamint a gyors mérhetőséget.⁵



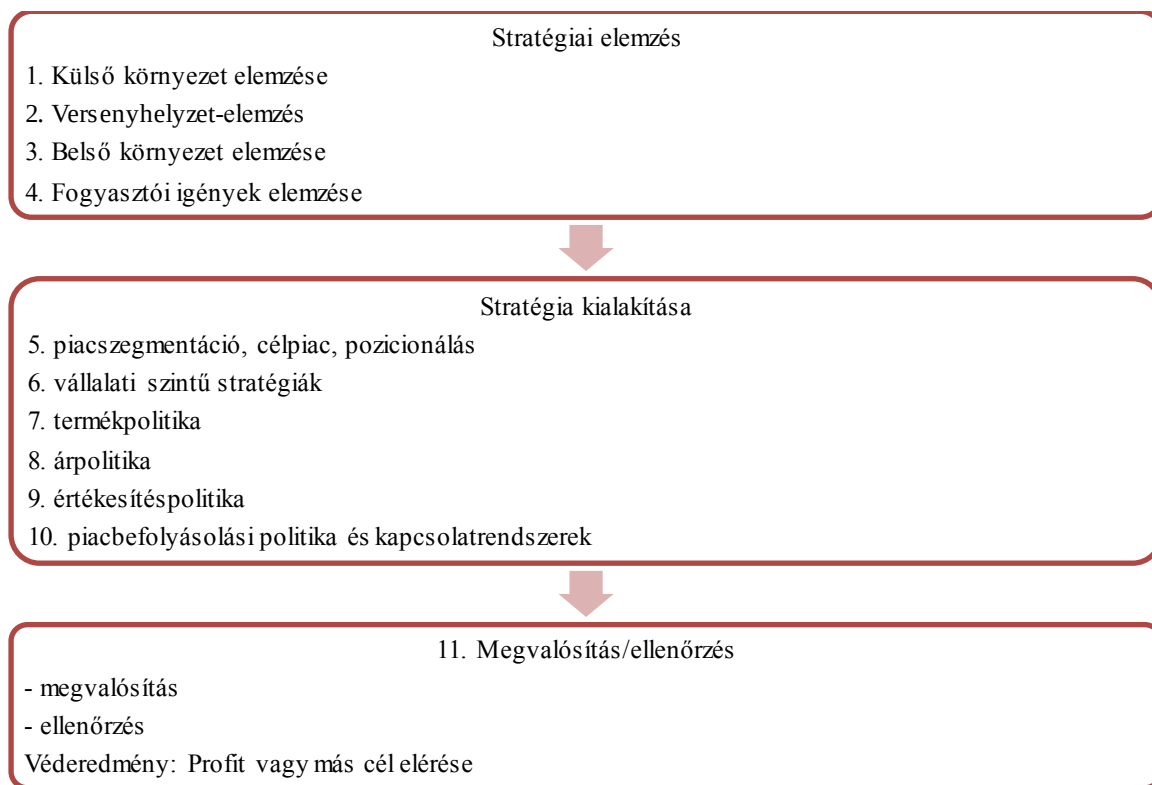
3. ábra: A fesztivál folyamatának lépései

Forrás: Veres Zoltán: A szolgáltatásmarketing alapja c. könyv alapján saját készítés, 2012

⁵ Fazekas Ildikó – Harsányi Dániel: Marketingkommunikáció érthetően, 2011

3. FESZTIVÁLOK HELYZETE MAGYARORSZÁGON

Ebben a fejezetben szó lesz arról, hogy milyen a helyzete a fesztiváloknak Magyarországon. Felmértük, hogy milyen külső és belső környezeti hatások vannak befolyással a fesztiválra. Szekunder kutatást végeztünk az országban megrendezett fesztiválokról, és azok jellemzőiről valamint a fesztivált látogatók szokásairól. Ezt a folyamatot a 4. ábrán látható stratégiai elemzést követve valósítottuk meg.



4. ábra: A stratégiai elemzés folyamata a fesztiválozásra

Forrás: Józsa László: Marketingstratégia, 2003

3.1. KÖRNYEZET MEGFIGYELÉS E

Ebben az alfejezetben mutatjuk be a fesztiválra alkalmazott SWOT- és STEEP-elemzést, amelyek befolyásolják a Hacacaré Fesztivál sikerességét külső és belső tényezőkkel.

3.1.1. SWOT-elemzés

A SWOT-elemzés az Erősségek - Gyengeségek a szervezet belső tényezőit, míg a Lehetőségek - Veszélyek a külső tényezőket elemzi. Az erősségek és lehetőségek segítik, míg a gyengeségek és veszélyek gátolják, vagy hátráltatják a célok elérését. A SWOT 2.0 változatával dolgoztunk, amely nem rég került publikálásra.

2. táblázat: A Hacacaré Fesztivál SWOT-elemzése 2.0

	Erősségek (Strengths)	Gyengeségek (Weaknesses)
Imázs	Új típusú, de hagyományos	Rendezvény minősége
Árképzés	Középkategóriájú belépőjegy árak	
	Lehetőségek (Opportunities)	Veszélyek (Thearts)
A helyszín	További helyszíneken való megrendezés	Ismeretlen új terepen megrendezni a fesztivált
Programok	Programok bővítése, szűkítése	Programok túlszűfolttsága/ritkasága
Résztevők	Elérhető célcsoport	Érdekltség hiánya
Partnerszolgáltatások	A támogatók listájának bővülése	Drága termékek a fesztiválon belül
Versenyhelyzet	Egyéb hasonló beállítottságú fesztiválok véleményéből való építkezés	Hasonló típusú fesztiválok látogatottsági szintjének növekedése, ami által a Hacacaré Fesztivál látogatói köre lecsökkenhet

Forrás: Saját készítés, 2012

3.1.2. STEEP-elemzés

A STEEP-elemzés azokat a külső tényezőket vizsgálja, melyekre a fesztivál szervezőinek nincs közvetlen hatása, de nagymértékben meghatározzák annak kimenetelét.

3. táblázat: A fesztiválra ható külső befolyásoló tényezők *

Társadalmi tényezők	
Népesség 2011	9 982 000 fő
Nemek aránya	
▪ Nő	5 267 000 fő
▪ Férfi	4 715 000 fő
Lakások száma	4 383 000 db
Született gyermek 2012. január	6 705 fő
Munkakultúra	
▪ Fizikai foglalkozásúak	1 407 900 fő
▪ Szellemi foglalkozásúak	1 269 800 fő
Bruttó átlagkereset 2012. január	219 100 Ft
Technológiai tényezők	
Tudományos-technikai fejlődés	Modernebb hang- és fénytechnika
Technológiai tényezők	
Fizetési módok	Fesztiválkártya elterjedése
Gazdasági tényezők	
Infláció 2011	4,0 %
GDP értéke 2011	28 154 milliárd Ft
Munkanélküliek száma (2012. 01)	497 000 fő
Környezeti tényezők	
Környezetvédelem	Napjainkban nagy hangsúlyt fektetnek a környezetvédelemre. Ennek köszönhetően a fesztiválokon is jelen van a szelektív hulladékgyűjtés.
Éghajlatváltozás	A rossz időjárás kihat a fesztivál sikerességére.
Politikai tényezők	
Politikai pártok	Az általuk létrehozott szabályok kihatnak a fesztiválokra is.

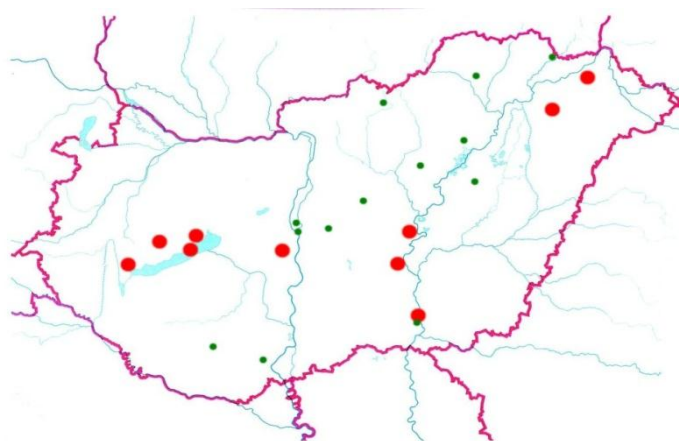
Forrás: KSH adatok alapján saját készítés, 2012

3.2. FESZTIVÁLOK FELLELHETŐSÉGE

Magyarországon évente több fesztivál kerül megrendezésre. Mi, a könnyűzenei, hagyományőrző fesztiválokkal foglalkozunk. Bemutatjuk és összehasonlítjuk Magyarország leghíresebb és leglátogatottabb hagyományőrző fesztiváljait.

3.2.1. Főbb hagyományőrző fesztiválok

Ebben a részben leírást adunk 10 fesztiválról, melyek fő motívuma a hagyomány, a népművészet és a könnyűzene. Ezek a fesztiválok különböző helyeken kerültek megrendezésre más-más célcsoport számára. A következő térképen nagy piros ponttal vannak jelölve az általunk kiválasztott és összehasonlított fesztiválok, az 1. mellékletben található hagyományőrző és népművészeti fesztiválok pedig kis zöld pontként vannak feltüntetve.



5. ábra: Fesztiválok elhelyezése Magyarország térképén

Forrás: Saját készítés, 2012

Summerfest: Már 1997 óta minden évben megrendezik a Summerfest népművészeti fesztivált. Érdekessége, hogy a mintegy 900 ideérkezőt családoknál szállásolják el. A fesztivál idejére több országból érkeznek csoportok, aki felvonulnak a városban és különböző programokkal szórakoztatják a látogatókat. Megismerhetik a város lakói és az ideérkezők egymás kultúráit. A fesztivált egy 10 napos rendezvénysorozat kíséri végig, ahol kedvükre válogathatnak a látogatók a programokból. Minden kedves látogatót várnak, aki szeret kikapcsolódni, szórakozni és igényt tart új dolgok megismerésére.

Ajaki Nemzetközi Lakodalmas és Hagyományőrző Fesztivál: Ajak egyedülálló népviseletét, népszokásait és ma is élő néphagyományait mutatják be a fesztiválon. A farsangi disznótorostól elkezdve a hagyományőrzésen, zenésztalálkozón keresztül megtalálható minden, ami

hagyományaikkal kapcsolatos. Testvértelepüléseik is bekapcsolódnak a rendezvénybe és színesítik azt. A 3 napos fesztivál helyet ad koncerteknek, kiállításoknak, főzőversenynek, amiből csemegézhetnek az oda látogatók.

Hungarikum Fesztivál: 2008 óta rendezik meg Szegeden. A fesztivál ideje alatt különféle kísérő programok zajlanak a városban. Megrendezésre kerül a Minőségi Magyar Termékek Kiállítása és Vására. Kézművesek művészi alkotásai, őstermelők által elkészített borok és termékek kerülnek bemutatásra. Emellett fajtákat próbálhatnak ki a gyerekek, táncgyűttesek és népdalkörök lépnek fel.

Hévízi Hungarikum Fesztivál: Idén első alkalommal került megrendezésre. A fesztivál magába foglalja a Húsvéti Vigadalom napokat, amikor zenekarok lépnek fel, hagyományos receptek alapján készülnek az ételek. Többek közt veterán kerékpárok bemutatására is sor kerül, valamint Szinbád filmek vetítésére és Rubik játékok kiállítására.

Nyírségi Bio- és Hungarikum Fesztivál: Nyíregyházán kerül megrendezésre a két napos rendezvény, melynek központjában az egészség, egészséges táplálkozás és család áll. Programok közt helyek kapnak bemutatók, előadások, koncertek, gyerekeknek elfoglaltságok és kézműves játszóházak. A jó hangulat elérése érdekében az este folyamán utcabál fogadja a látogatókat. Az ügyességi versenyeken való részvétel során érdekes nyereményekre tehetnek szert a bekapcsolódók.

Balatonalmádi Hungarikum Fesztivál: Az 5 napos fesztivál alatt népművészeti és kézműves bemutatók köré összpontosul a figyelem. A régiók és korok táncainak bemutatása sem hagyható ki, továbbá régi filmek vetítése és mesemondók fellépése. Az este folyamán Retro Disco várja a vendégeket. A fesztivál kísérőprogramja a Messzelátó Nordic Walking élménytúra. A felnőttek szórakoztatása mellett a gyermekekre is gondolnak; nekik különböző játékokat, néptáncbemutatókat szerveztek.

Nemzetközi Gulyásfőző és Hagyományőrző Fesztivál: Immár 14 éve Szolnokon kerül megrendezésre, amely során az Országgtánc-népzenés „össztánc rekord kísérlet” megdöntése is helyet kap. A rendezvény alatt motoros felvonulás, nemzetközi főzőverseny és horgászverseny is megtalálható. Magyar gyártók termékeit mutatják be és teszik portékára a vásárlók számára. A *Főzz a családdal!* program lényege, egy családi légkör létrehozása a főzés alatt. Emellett a katonai hagyományoknak is helyet adnak a rendezvényen.

Széna vagy Szalma Hagyományőrző Fesztivál: A 3 napos rendezvény a Lakitelek – Töserdőben kerül megrendezésre. Helyt kapnak kézműves kirakodók, bábszínház, néptánc-

csoportok fellépése, koncertek, gyermekjátékok, kézműves foglalkozások és más szórakoztató programok. Kísérő program a rendezvény alatt a Nemzeti Parkosok által vezetett erdei túrák. A Kutyakiképző Sportegyesület bemutatójára is várnak minden kedves vendéget.

Művészetek Völgye: Kapocsban már évek óta zajlik ez a 3 napos rendezvény, mely a művészetekről és művészeti technikákról szól. Híres emberek is megmutatkoznak a rendezvényen. Emellett koncertek, DJ-k szórakoztatják az összegyűlteket. Misére, színházi előadásokra, tárlatvezetésre, túrákra, kézműves vásárookra és bemutatókra invitálják az embereket. Az egészségügynek segítségül véradást is szerveznek a rendezvény keretein belül.

Tihanyi Pünkösdi Pálinka és Hungarikum Fesztivál: Idén második alkalommal került megrendezésre Tihanyban. Zenei és táncprogramokkal várják az oda látogatókat, emellett kézműves-termékek vására is hívogatja a résztvevőket. A gyermekprogramok között elérhető lesz az arcfestés, labirintus, népi babakészítés, trambulín és babakiállítás. A gulyásfőzőverseny ideje alatt magyar kézműves kirakodóvásár is megmutatkozik. Az este humorista fellépéssel és pünkösdi bállal szórakoztatják az ott lévőket.

3.2.2. Összehasonlítások

Az előbb említett fesztiválokat összehasonlítottuk különféle szempontok szerint (belépőjegyár, helyszín, időtartam, látogatottság) és szemléltetjük a 4. táblázatban az összegyűjtött adatokat. Bővebb listát az ilyen jellegű fesztiválok időbeni elhelyezkedéséről egy eseménytáblázatba írtunk össze (2. melléklet).

4. táblázat: A kiválasztott 10 fesztivál összehasonlító táblázata

Fesztivál neve	Belépőjegyár	Helyszín	Időtartam	Látogatottság
Summerfest	1200,- és 1500,- Ft	Százhalombatta	10 nap	N.A.
Ajaki Nemzetközi Lakodalmas és Hagyományőrző Fesztivál	Csütörtök - ingyenes Péntek: 600.- Ft Szombat: 600.-Ft Vasárnap: 600.- Ft 3 napos jegy: 1200.-Ft	Ajak	4 nap	N.A.
Hungarikum fesztivál	Ingyenes	Szeged	4 nap	45 000
Hévízi Hungarikum Fesztivál	Ingyenes	Hévíz	5 nap	N.A.
Nyírségi Bio-, és Hungarikum Fesztivál	Ingyenes	Nyíregyháza	2 nap	N.A.
Balatonalmádi Hungarikum Fesztivál	N.A.	Balatonalmádi	5 nap	N.A.
Nemzetközi Gulyásfőző és Hagyo-	N.A.	Szolnok	3 nap	40 000 - 45 000

Fesztivál neve	Belépőjegyár	Helyszín	Időtartam	Látogatottság
mányőrző Fesztivál				
Széna vagy Szalma hagyományőrző fesztivál	Ingyenes	Lakitelek	3 nap	N.A.
Művészetek Völgye	3 napos: 7000,- Ft Napi jegy: 3000,- Ft Kedvezményes jegy: 2500,- Ft Esti jegy: 1300,- Ft	Kapolcs	3 nap	N.A.
Tihanyi Pünkösdi Pálinka és Hungarikum Fesztivál	N.A.	Tihany	3 nap	N.A.

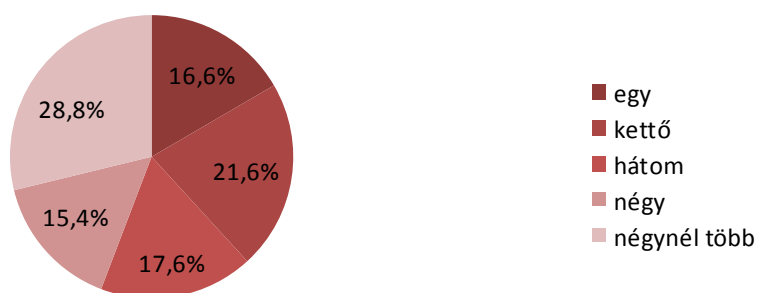
Forrás: Saját készítés, 2012

3.3. FESZTIVÁLOZÁSI SZOKÁSOK

A fesztiválok a 2009. évi Kulturális Turizmus Évében kiemelt helyet kaptak a kommunikációban, 2010 pedig a Fesztiválok Éve lett.

Ehhez kapcsolódóan sok kutatás született a lakosság körében. Az egyik a Magyar Turizmus Zrt. megbízásából a M.Á.S.T. Piac- és Közvéleménykutató társaság 2010 márciusában végzett kutatása, ami a magyarországi fesztiválturizmusról, a magyar lakosság fesztivállátogatási szokásairól szól. A megkérdezés során 1000 fős mintával dolgoztak, olyan demográfiai tényezőkkel, mint nem, kor, lakhely és jövedelmi helyzet.

A válaszadók megoszlása a megnevezett fesztivál száma szerint (%)



6. ábra: A válaszadók megoszlása a megnevezett fesztivál száma szerint

Forrás: Magyar Turizmus Zrt. / M.Á.S.T., 2012

A vizsgálatból kiderült, hogy a megkérdezettek 91,2 %-a ismer valamilyen magyarországi fesztivált. A felmérésben a megkérdezettek 601 különböző rendezvényt neveztek meg.

5. táblázat: A legismertebb fesztiválok az említések száma alapján

Fesztivál neve	Említések száma
----------------	-----------------

1. Sziget fesztivál	316
2. Debreceni Virágkarnevál	143
3. Budapesti Tavaszi Fesztivál	108
4. VOLT Fesztivál	103
5. Hegyalja Fesztivál	94
6. Mohácsi Busójárás	83
7. Művészetek Völgye	69
8. Miskolci Téli Kocsonyafesztivál	68
9. Szegedi Szabadtéri játékok	59
10. Balaton Sound	59
11. Budapesti Nemzetközi Bor- és Pezsgőfesztivál	57
12. Bajai Halászlé Fesztivál	52

Forrás: Magyar Turizmus Zrt. / M.Á.S.T., 2012

A 5. táblázatban jól látható, hogy a megkérdezettek többsége a Sziget Fesztivált ismeri a legnagyobb arányban. Emögött felsorakoznak az ország leglátogatottabb és legkedveltebb fesztiváljai más-más stílust képviselve.

A megkérdezés attitűdökre irányuló részéből kiderült, hogy:

- Magyarország gazdag fesztiválkínálattal rendelkezik.
- A fesztiválok a külföldiek számára is vonzóak.
- Az elmúlt évekből kiindulva divat lett fesztiválra járni.
- Közepes arányban tudják az érdeklődők, hogy hol találnak információt az adott fesztiválról.
- Nem gondolják a megkérdezettek, hogy gyerekkel kényelmetlenebb fesztiválra járni.

Milyen információt keresnek a fesztiválról?



7. ábra: Információ keresés százalékos megoszlása

Forrás: Magyar Turizmus Zrt. / M.Á.S.T., 2012

A megkérdezett többsége először a fesztivál programjára kíváncsi, majd ha ismeri azt, megnézi az árát. Ez a két tényező foglalkoztatja őket a legjobban, a többi információ már csak a tájékozódás miatt értékes. Fontos, hogy a jövőbeli látogatókat, vagy a már résztvevőket mi befolyásolja/befolyásolta a fesztiválon való részvételben.

A kutatás során összeszedett tényezők közül most párat ismertetünk: (1) a fesztivál jellege, műfaja, (2) a konkrét műsor; fellépők, produkciók, (3) a rendezvény hangulata, (4) a fesztivál helyszínének kulturáltsága, szépsége, megközelíthetősége, (5) belépőjegyár, (6) távolság a lakóhelytől, (7) ajánlás (ismerőstől, családtagtól), (8) szórakozási, kikapcsolódási lehetőségek, (9) reklám, (10) szálláshelyek, vendéglátóhelyek színvonala és elhelyezkedése.

2010 októberében a regisztrált fesztiválokat hármass osztályozás szerint minősítették. Ez az osztályozás a következőképp alakult:

6. táblázat: Fesztiválok minősítése 2010-es adatok szerint

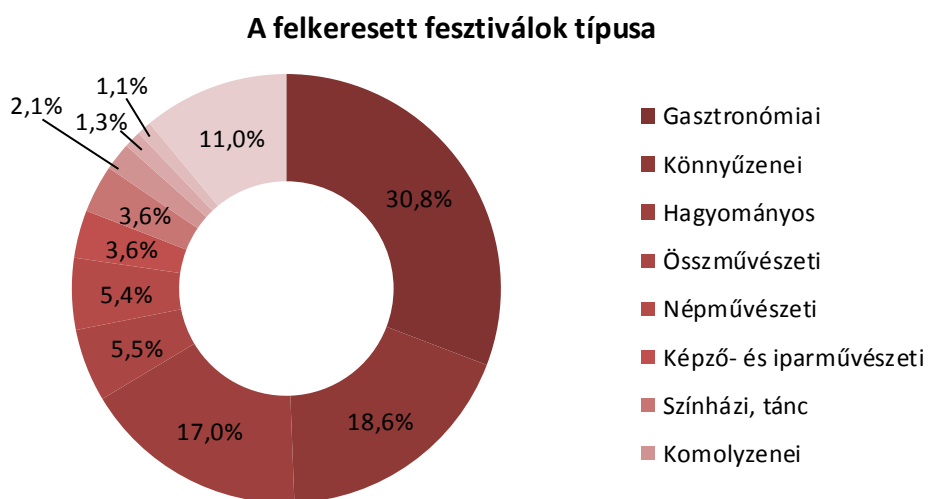
Minősítés	Típus	Darabszám
Minősített	Folklór	5
	Gasztronómiai	5
	Művészeti	10
	Egyéb	3
Jó minősítésű	Folklór	6
	Gasztronómiai	8
	Művészeti	17
	Egyéb	4
Kiváló minősítésű	Folklór	7
	Gasztronómiai	3
	Művészeti	21
	Egyéb	9

Forrás: Magyar Fesztivál Regisztrációs és Minősítési Program kiadványa alapján saját készítés, 2012

Ezt a minősítés 99 regisztrált fesztiválra érvényes, melyből 1 nem járult hozzá neve közzétételéhez. Látható, hogy Magyarország bővelkedik minőségi folklór, művészeti és gasztronómiai fesztiválokkal, valamint az emberek érdeklődnek ez iránt.

Egy másik felmérés eredménye szerint a fesztivállátogatók több mint fele legfeljebb 5000 Ft-ot költ el egy évben azért, hogy bejusson egy eseményre. A könnyűzenei programok a legnépszerűbbek a fesztiválok között, ezt követik a gasztronómiai és a kézműves rendezvények. A fesztiválokat látogatók fele egy évben csupán 1-2 napot tölt el ilyen típusú rendezvényeken, harmaduk pedig megelégszik 3-5 nappal. Jellemzően nem is költenek sokat, már ami a szállást és a belépőjegyeket illeti. A nem lakóhelyen zajló rendezvények esetében az igénybe vett szálláshelyek között a legkeresettebbek a kempingek (28%), az apartmanok (25%) és a panziók (18%). A kutatásból az is kiderült, hogy a fesztivállátogatások száma augusztusban a legmagasabb. Ez részben annak köszönhető, hogy ebben a hónapban rendezik a legtöbb fesztivált, és hogy ilyenkor van a legjobb időjárás. A fesztivál, mint utazáshoz kapcsolódó, kiegészítő programlehetőség is kiemelt jelentőségű. A fesztiválok közötti döntést a legtöbb utazó számára a műfaj és a jelleg segíti, de fontos tényező a konkrét műsor, a hangulat és a fellépő

produkciók is. Ez utóbbihoz kapcsolódik, hogy a legnépszerűbb fesztiválok a gasztronómiai rendezvények, melyeket a könnyűzenei és a hagyományőrző fesztiválok követnek. Tavaly a magyar lakosság 54,7 százaléka járt valamilyen fesztiválon, a legnépszerűbb úti cél a Balaton környéke volt, melyet az Észak-Alföld és a Budapest - Közép-Duna vidék követett.



8. ábra: A felkeresett fesztivál típusok megoszlási aránya

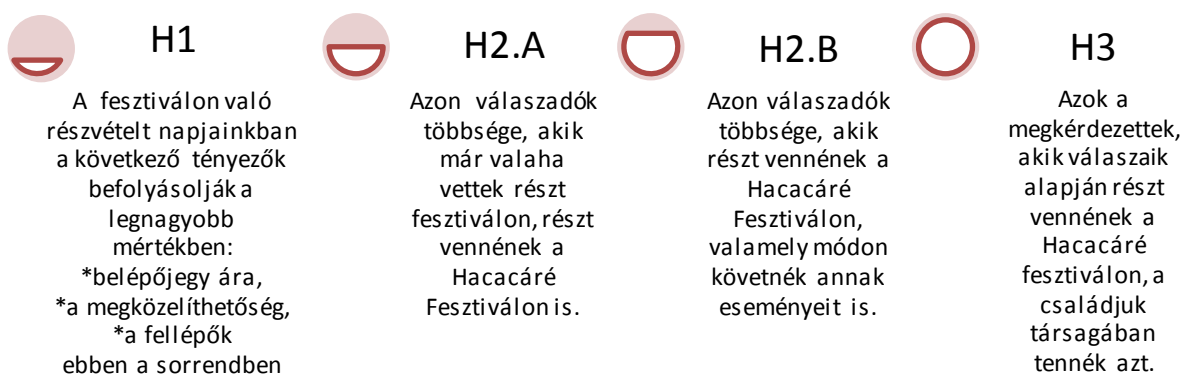
Forrás: Magyar Turizmus Zrt. elemzése alapján saját készítés, 2012

4. FESZTIVÁLOZÁS JELENTŐSÉGÉNEK FELMÉRÉSE, VALAMINT A HACACÁRÉ FESZTIVÁL IRÁNTI ÉRDEKLŐDÉS VIZSGÁLATA

A fesztiválozási szokásokra, valamint a Hacacaré Fesztivál iránti érdeklődés vizsgálatára kialakított kérdőívvel kapcsolatos hipotézisek, a kutatási módszertan és a kapott eredmények bemutatása és felvázolása ebben a fejezetben kaptak helyet.

4.1. HIPOTÉZISEK FELÁLLÍTÁSA

A kérdőív megalkotása és közzététele előtt megfogalmazásra kerültek azok a kérdések, állítások, amelyekre választ szeretnénk kapni a megkérdezések során.



9. ábra: Felállított hipotézisek

Forrás: Saját készítés, 2012

4.2. KUTATÁS MÓDSZERTANA

A kvantitatív kutatás online és személyes kérdőív segítségével valósult meg, melynek jellemzői ebben az alfejezetben kerülnek ismertetésre.

A kvantitatív felmérésben használt kérdőív felépítését tekintve 3 részre tagolt. Az első részben megfogalmazott 5 kérdés a fesztiválozási szokásokat méri fel. Ebben a részben arra voltunk kíváncsiak, hogy a fesztiválra járókat milyen tényezők befolyásolnak, valamint kikkel látogatják a fesztiválokat és mennyire elégedettek a fesztiválok egyes részeivel (belépőjegy ára, szálláslehetőség, programok, stb.). A kérdőív második része az általunk kitalált és megtervezett Hacacaré Fesztiválra irányul. A feltett 10 kérdéssel a fesztivál sikerességét és minőségességét növelnénk. A kérdőív második része kitér a Hacacaré Fesztiválon való részvételi hajlandóságra, a belépőjegyre áldozott összegre. Megválaszolásra vártak programokkal, időtartammal, fellépőkkel és helyszínnel kapcsolatos kérdések is. Ennek a résznek a végén egy attitűd táblázatot kell kitölteni, melyben többfajta állítás szerepel a fesztiválozással kapcsolatban. A harmadik részben alkalmazott 8 kérdéssel a válaszadók demográfiai ismérveire voltunk kíváncsi-

ak. Fontos tisztában lennünk a kérdőív kitöltők korával, jövedelmi helyzetével, lakhelyével és családi állapotával a feltett hipotézisek pontos megválaszolása érdekében.

A kérdések típusát tekintve az összes strukturált, kettő kivétellel. A kérdések úgy vannak kialakítva, hogy a lehetséges válaszokat felsorakoztattuk. A két kivételes kérdésnél fellépők, illetve fesztivál helyszínek felsorolását kértük. Igyekeztünk minden válaszlehetőséget felsorolni, de a pontosság érdekében feltüntettünk egy „egyéb” lehetőséget. Az olyan kérdéseknél, amelyeknél a válaszadók elégedettségére, illetve szempontok fontosságára, jellemzőségére kérdeztünk rá, ötfokozatú skálát alkalmaztunk. A teljes kérdőív felépítését a 3. mellékletben tekinthetik meg.

Az online kérdőív kitöltés nagy előnye az idő- és költséghatékonyság. A kérdőív megfogalmazását követően próbalekérdezésre volt szükség a pontosság és érthetőség érdekében. A felmérés időtartama 2012. június végétől 2012. november elejéig tartott.

A mintavételezés első fő momentuma az alapsokaság meghatározása. Magyarország összes fesztiválozó és fesztiválokra nyitott polgárának véleményét mértük fel. A kérdőív korhatárolt volt, mivel a 20 és 55 év közöttiek választát dolgoztuk fel. A minta elemszáma 340 főt takar.

Az adatfeldolgozáshoz az SPSS 20.0 programját, míg a táblázatok, illetve diagramok ábrázolására pedig a Microsoft Excel 2010-es verzióját használtuk. A kérdések során kódolást használtuk a könnyebb kiértékelés érdekében.

4.3. KIÉRTÉKELÉS

A kérdőívek kiértékelését az SPSS 20.0 programmal végeztük el, mely során különböző elemzésekkel vizsgáltuk a válaszokat a felállított hipotézisek alátámasztásához vagy megcáfolásához, továbbá a kérdőív más részeinek feldolgozásához. Az elemzések között főként gyakorisági együtthatót vizsgáltunk, illetve kereszttáblát használtunk, valamint az attitűdök kiértékeléséhez faktorelemzéssel dolgoztunk.

Elsőként a demográfiai adatokat szemléltetnénk, melyhez gyakorisági együttható vizsgálatot használtunk. A kérdőív 3. részét tették ki a demográfiai adatokra vonatkozó kérdések, melyek a következőket takarták: nem, életkor, lakóhely, átlagjövedelem, családi állapot, végzettség és foglalkoztatottság. A következőkben ezen adatok megoszlását mutatjuk be ábrák és táblázatok segítségével.

7. táblázat: A válaszadók nem szerinti megoszlása

		Megoszlás	
		Fő	Százalék (%)
Nem	Nő	232	72,5
	Férfi	88	27,5

Forrás: Saját készítés az SPSS program által, 2012

A táblázatból megállapíthatjuk, hogy a kitöltők között több nő volt, mint férfi.

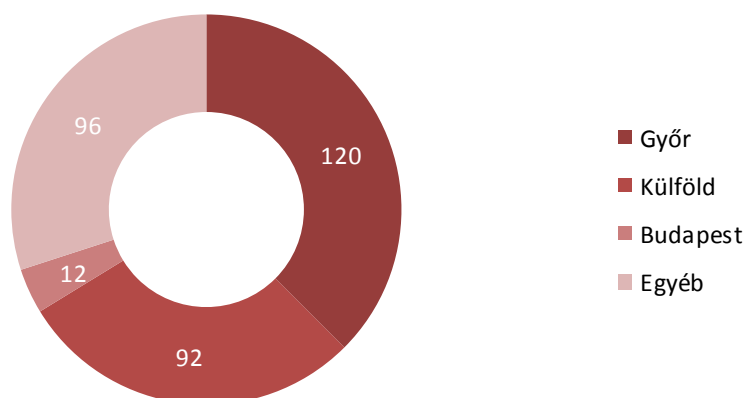
8. táblázat: A válaszadók életkor szerinti megoszlása

		Megoszlás	
		Fő	Százalék
Életkor	-20	40	12,5
	20 - 26	228	71,3
	27 - 32	36	11,3
	32 - 40	0	0
	41 - 46	8	2,5
	47 - 55	4	1,3
	55 -	0	0

Forrás: Saját készítés az SPSS program által, 2012

A válaszadók többsége abból a korcsoportból volt, akiket meghatároztunk, tehát a 20 és 55 év közöttiek. A legnagyobb számban a 20 és 26 év közöttiek és a 27 és 32 év közöttiek töltötték ki a kérdőívet.

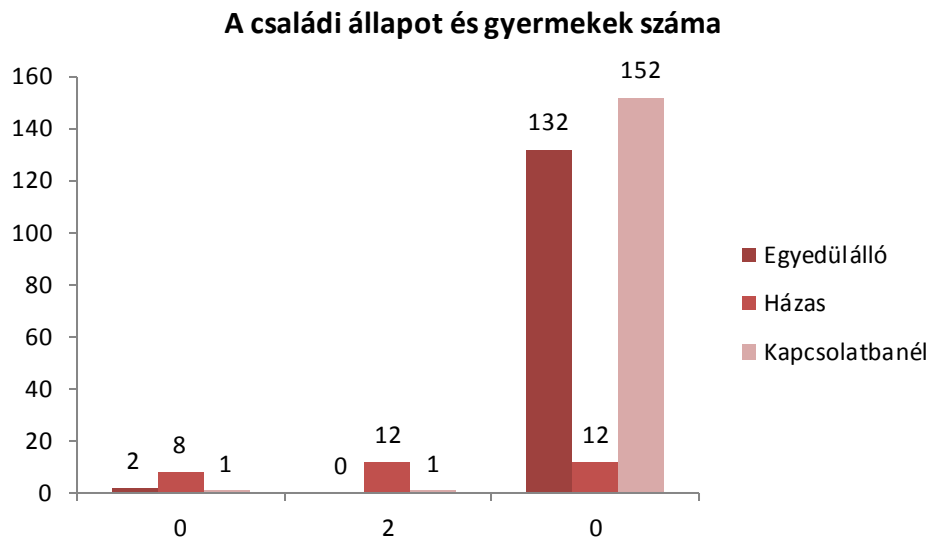
A lakóhely megoszlása



10. ábra: A válaszadók lakóhely szerinti megoszlása

Forrás: Saját készítés az SPSS program által, 2012

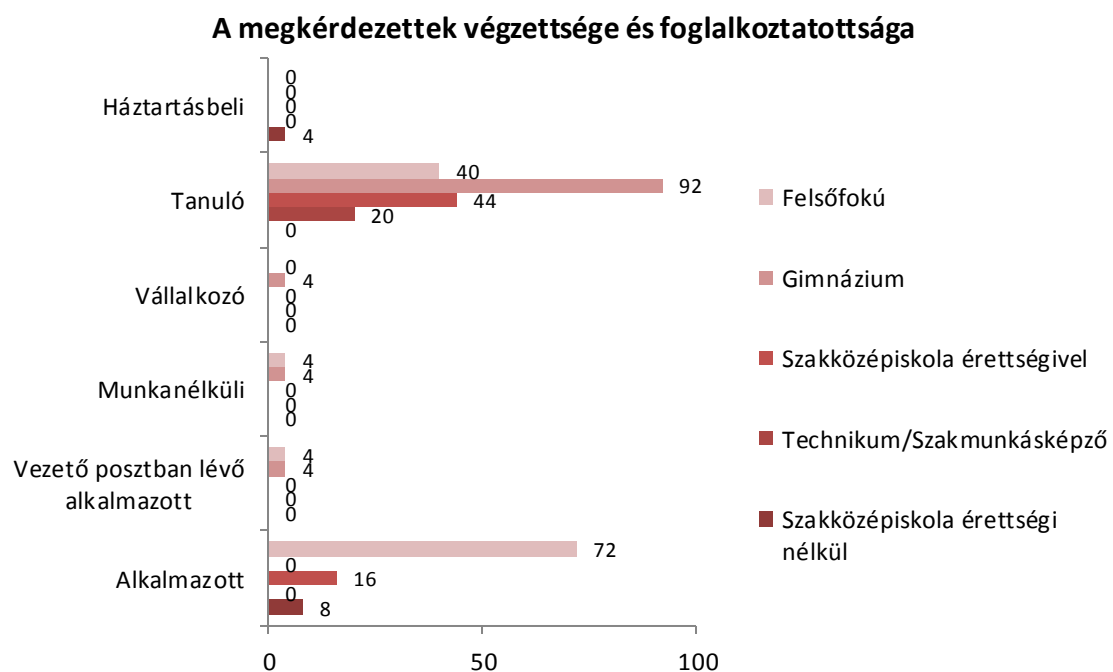
Amikor megkérdeztük a válaszadókat a lakóhelyükről a kérdést nyílt típusúnak állítottuk be, hogy megtudjuk hányféle helyszínről érdekeltek. A legtöbbjük Győr városában, illetve külföldön él, kisebb számuk Budapesti és a maradék 96 lakóhely megoszló Magyarország területén. A lakóhelyeket egy szófelhőben ábrázoltuk.



13. ábra: A családi állapot és gyerekek számának ábrázolása

Forrás: Saját készítés az SPSS program által, 2012

A megkérdezettek családi állapotát és a gyermekek számát egy kereszttábla segítségével számoltuk ki és ábrázoltuk. Látható, hogy akik egyedülállóak vagy kapcsolatban élnek, azoknak még nincs gyerekük.



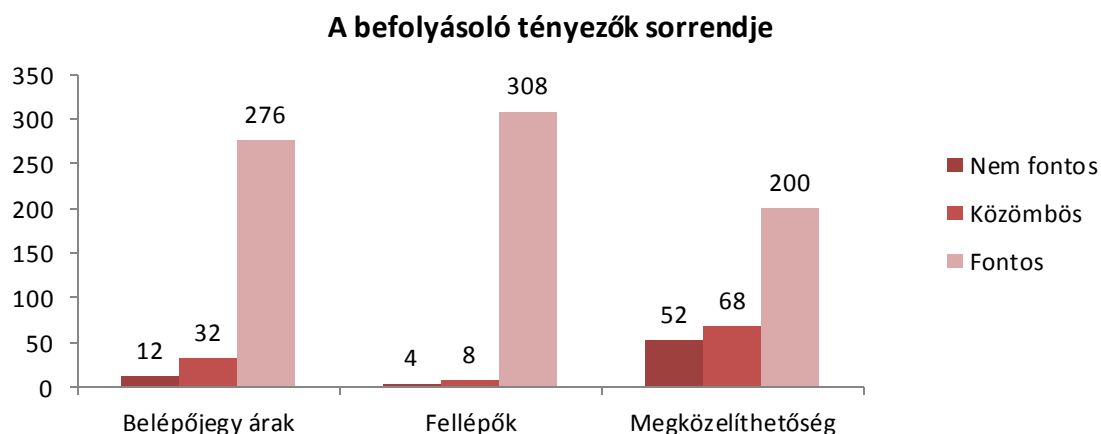
14. ábra: A megkérdezettek családi állapotának és gyerekeik számának megoszlása

Forrás: Saját készítés az SPSS program által, 2012

A válaszadók többségének felsőfokú, illetve gimnáziumi végzettsége van, közülük még sokan tanulók, a többiek pedig alkalmazotti posztot töltenek be munkahelyükön.

Hipotézis1 (H1)

Ennek megvizsgálásához gyakorisági elemzést alkalmaztunk, ami eredményeképpen részben bebizonyosodott az állítás. A felsorolt tényezők befolyásolják a legnagyobb számban a megkérdezetteket, viszont az általunk felállított sorrend megcáfolódott. A kérdőívben felállított 5 lépcsős skálát átsoroltuk 3 lépcsős skálába (nem fontos – közömbös – fontos). A következő ábra bizonyítja, hogy a helyes sorrend a következőképpen alakult.



15. ábra: A Hipotézis1 eredményének ábrázolása

Forrás: Saját készítés az SPSS program által, 2012

Elmondható, hogy az általunk felállított sorrend (1. belépőjegy ára, 2. megközelíthetőség, 3. fellépők) viszonylag megcserélődtek. A legtöbben a fellépők (308 fő) miatt járnak fesztiválra, ezt követően 276 főt befolyásol a belépőjegy ára és csak 200-nak fontos a fesztivál megközelíthetősége.

Hipotézis2 (H2.A)

Az SPSS programban elvégzett keresztábra vizsgálat során kimutatott számok azt igazolják, hogy van kapcsolat a között, hogy akik általában fesztivált látogatnak, azok többsége a Hacacaré Fesztiválon is részt venne. Ezzel ellentétben a szignifikancia szintek szerint ez a kapcsolat nem szignifikáns.

9. táblázat: A H2.A hipotézis keresztábrában való szemléltetése

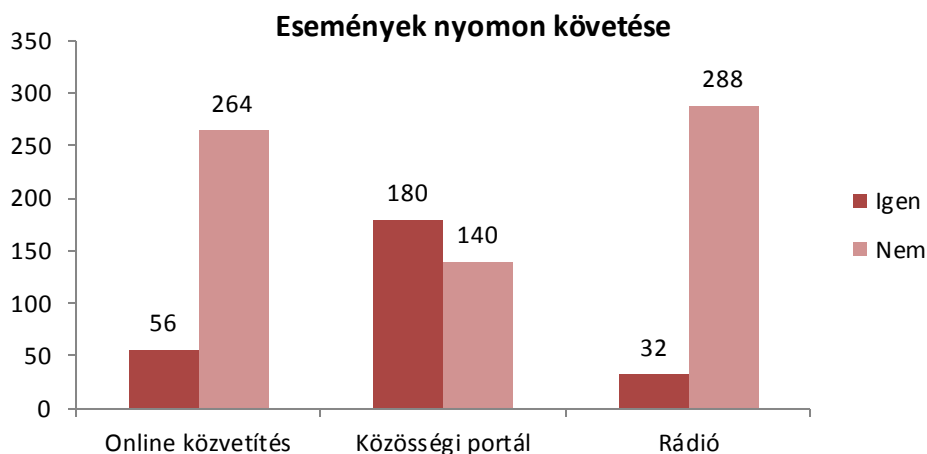
		Részt venne a Hacacaré Fesztiválon	
		Igen	Nem
Részt vett már valaha fesztiválon	Igen	268	20
	Nem	28	4

Forrás: Saját készítés SPSS program által, 2012

Azok közül, akik jártak már fesztiválon 268 válaszadó a Hacacaré Fesztiválra is ellátogatna, ezzel szemben a szignifikancia szint 0,208-ra jött ki.

Hipotézis 2 (H2.B)

H2.B hipotézist csak részben tudjuk alátámasztani, pontosan ezért külön vettük a 3 közvetítést. Először elvégeztünk egy gyakoriságvizsgálatot a három közvetítési módra (elő közvetítés, közösségi oldalak, rádió). Az események nyomon követési formáinak gyakoriságát a 16. ábrával szemléltetjük. Ezt követően kereszttáblával elemeztük, hogy a fesztiválra látogatás és az események követése között van-e összefüggés, illetve milyen mértékben. A kereszttábla elemzésből kiderült számszerű adatok a 8. táblázatban találhatók.



16. ábra: A H2.B állításra alkalmazott gyakoriság vizsgálat eredményeinek ábrázolása

Forrás: Saját készítés az SPSS program által, 2012

Látható a 16. ábrán, hogy leginkább a válaszadók a közösségi oldalakon követnék a fesztivál eseményeit, ezt követi az online közvetítés (élő adás) és viszonylag alacsony számban a rádió került az utolsó helyre.

10. táblázat: A kereszttábla során megkapott értékek

		A Hacacaré Fesztivál eseményeinek nyomon követése					
		Online		Közösségi		Rádió	
		Igen	Nem	Igen	Nem	Igen	Nem
A Hacacaré Fesztiválon résztvevők száma	Igen	52	244	176	120	32	264
	Nem	4	20	4	20	0	24

Forrás: Saját készítés az SPSS program által, 2012

Azok többsége, akik részt vennének a fesztiválon, nem követnék online az eseményeket, valamint a 0,586 érték nem szignifikáns és nincs összefüggés.

Azok többsége, akik részt vennének a fesztiválon, követnék az eseményeket a közösségi oldalakon. Továbbá itt az érték 0,000, ami szignifikáns, tehát van köztük összefüggés.

Azok többsége, akik részt vennének, nem követnék az eseményeket a rádióban, és a 0,072 érték sem szignifikáns.

Hipotézis3 (H3)

A H3 hipotézist megcáfoltuk, mivel akik részt vennének a fesztiválon, azok többsége nem a családjukkal menne el. Mivel a fesztivált látogatók többsége nem a családjával látogatná az eseményt, ezért megvizsgáltuk azt a kérdést, hogy kivel látogatnák a fesztivált a megkérdezettek.

11. táblázat: A fesztiválra látogatók társasága

		Hacacaré Fesztiválon részt venne	
		Igen	Nem
Fesztivál látogatása családdal	Igen	84	4
	Nem	212	20

Forrás: Saját készítés az SPSS program által, 2012

Akik ellátogatnának a fesztiválra, azok közül 84-en a családjukkal tennék meg. A számítások kimutatták, hogy nincs kapcsolat, mivel a szignifikancia szint 0,159.

További elemzések elvégzése a kérdőív kiértékelése során

Megvizsgáltuk azon kérdés válaszait, hogy kikkel látogatnák a fesztivált. A következő ábrában láthatóak a kapott eredmények.



17. ábra: A fesztiválra látogatók társaságának gyakorisága

Forrás: Saját készítés az SPSS program által, 2012

A H3 Hipotézis megcáfolása után kíváncsiak voltunk a fesztiválra látogatók társaságának megoszlására, ezért végrehajtottunk egy gyakorisági elemzést. A vizsgálatból kiderült, hogy a legnagyobb arányban a haveri/baráti társasággal vennének részt a megkérdezettek a fesztiválon, ezt követi a barát/barátnő, és az utolsó helyen áll a család, illetve a legalacsonyabb számban mennének el egyedül.

A kérdőívben felsorolt attitűdöket faktorelemzés segítségével értékeltük ki. Az attitűdállítások megtalálhatóak a 3. mellékletben. A faktorelemzés lényege, hogy a feltett állítások számát csökkenti, aszerint, hogy a változók között összefüggés van. Esetünkben a 16 állításból 5 faktort képezett a program. A faktorelemzés menete:

- KMO azt az értéket mutatja, hogy a változók mennyire érdemesek a faktorelemzésre. Nálunk ez az érték 0,641, ami közepesnek felel meg.
- Továbbá a szignifikancia szint is jó (0,000), ami alapján a faktorok szignifikánsak.
- Ezen két érték alapján elvégezhető a faktorelemzés.
- Elvégeztük a faktorelemzést a felállított 16 attitűdre.
- Az elemzés során 16 állítás leredukálódott 5 faktorra.
- Ezután az eredeti állítások azon csoportjait kerestük meg, melyek egymással szorosabb korrelációban vannak, mint másokkal. Ezeket a változókat tekintjük egy faktorhoz tartozónak.
- Ezt követően elemeztük az egyes faktorokat és neveztük el őket.

Az „Initial Eigenvalues” oszlopok a faktorok információtartalmát mutatják be standardizált formában. Az elemzés a faktorokat a magyarázott variancia nagyságának sorrendjében mutatja. Elsőként a legnagyobb sajátértékkel rendelkező faktor jelenik meg (3,2 / 19,97%), majd ezt követik a többiek csökkenő sorrendben (második: 2,13 / 13,32%; harmadik: 1,73 / 10,82%; negyedik: 1,52 / 9,48%; és az ötödik: 1,09 / 6,80%). A saját érték és a variancia egymással egyenesen arányos.

12. táblázat: Rotált faktorsúlymátrix

Component Matrix ^a					
	Component				
	1	2	3	4	5
Mindig megnézem az 5 aktuális évben rendezett fesztiválokat.	,747	,208	-,070	,104	-,025
Mindig több napot töltök el egy fesztiválon.	,608	-,562	-,038	,092	-,037
Igyekszem minden programon részt venni az adott fesztiválon.	,563	-,010	-,322	-,135	-,213
Csak a számomra érdekes programokat látogatok a fesztiválon.	,536	-,152	,371	,082	,138
Nyitott vagyok új rendezvények felé.	,533	,259	-,227	-,481	,205
Szeretem a változatos programokat.	,515	,311	-,077	-,355	-,394
Minden évben csak ugyanazokon a fesztiválokon veszek részt.	,509	-,339	,300	,256	,074
A fesztivál programja alapján döntöm el, hogy részt veszek-e rajta.	,501	,443	,017	-,174	-,077
A szálláslehetőségnél csak a sátorozás jöhet szóba.	,313	-,694	-,349	,016	,219
Több 100 km-t is megteszek csak, hogy ott legyek.	-,059	,475	,328	,419	,105
Nem szeretek sokat költeni egy fesztiválon.	,065	-,158	,693	-,236	,267
Befolyásol a fesztivál reklámja, hirdetései.	,207	,437	,488	,139	-,143
Számomra a legfontosabb az ár.	,079	-,477	,486	-,315	-,150
Ha fesztiválon veszek részt, nem számít a pénz.	,249	,147	-,356	,621	,295
Csak híres fesztiválokat látogatok.	,380	-,132	,133	,528	-,511
Egyedül sosem megyek szórakozni.	,490	,290	,083	-,061	,540

Forrás: Saját készítés az SPSS program által, 2012

A 12. táblázatban látható, hogyan alakultak ki az egyes faktorok. Az első faktorba 8 változó tartozik, a másodikba 2, a harmadikba 3, a negyedikbe szintén 2, míg az utolsó ötödik faktorba 1. A faktor elnevezése igen szubjektív, ugyanakkor mindig törekedni kell arra, hogy a fak-

A fent említett faktorokat az alábbi módon neveztem el:

- 1. faktor: Nyitottság, változatosság
- 2. faktor: Utazásra hajlandóság
- 3. faktor: Költségorientáltság
- 4. faktor: Minőségesség
- 5. faktor: Társaság

Ezen kívül még két kérdést vizsgáltunk meg, ahol fel kellett sorolniuk a kérdőív kitöltőknek, hogy milyen kedvenc fellépőiket látnák szívesen a Hacacaré Fesztivál színpadjain, valamint, hogy mely helyszíneket tudják elképzelni a fesztivált. Mindkét kérdés válaszait szófelhőben ábráztuk a könnyebb szemléltethetőség kedvéért.



18. ábra: A megkérdezettek által felsorolt fellépők

Forrás: Saját készítés, 2012

A fellépők között a legtöbb szavazatot Ákos kapta, őt követte a Magna Cum Laude, 30Y, Quimby, Tankcsapda és Republic. A felsorolt énekesek között sokuk szerepel az általunk kialakított programokban is a Hacacaré Fesztiválon.

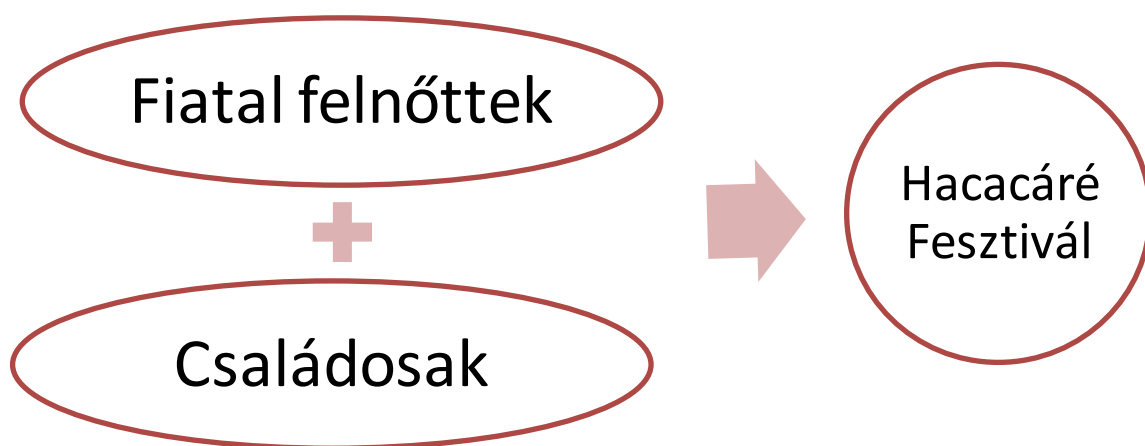
5. A HACACÁRÉ FESZTIVÁL BEMUTATÁSA

A Hacacaré Fesztivál egy új típusú rendezvény, amely fő motívuma a hagyományőrzés. Elsőként a fesztivál célközönségét határoztuk meg és ehhez mérten állítottuk össze az előző fejezetben bemutatott kérdőívet. A kérdőív kiértékelése során kapott adatok alapján alakítottuk ki a fesztivál profilját és programtervét. Emellett ebben a fejezetben kapnak helyet a támogatók, illetve beszállítók, továbbá a fesztivál reklámkampányának bemutatása. Mindezek végén egy költségtervben szemléltetjük a fesztivál bevételi és kiadási oldalának tételeit, és azok összehasonlításából kialakult eredményt.

5.1. CÉLKÖZÖNSÉG MEGHATÁROZÁSA

Magyarországon több típusban kerülnek megrendezésre fesztiválok, ezért a célközönség is más-más a rendezvényeken. A fesztiválok nagy része a fiataloknak szól, akiket a modern zenével, italakciókkal csalogatják a helyszínre nagy számban. Más fesztiválok az idősebb korosztályt mozgatják meg, viszonylag kis számban.

Mi két célközönséget határoztunk meg a fesztivál megtervezése, illetve a kérdőív felállítása előtt. Ezt a két célcsoportot az ízlésükhöz illő programokkal, fellépőkkel és árakkal csalogatnánk a Hacacaré Fesztivál helyszínére.



20. ábra: Fesztivál célközönsége

Forrás: Saját készítés, 2012

A fenti ábrán látható két célközönségnek szól elsősorban a fesztivál. Mivel a már létező fesztiválok többsége a tiniknek és az időseknek szól, ezért mi a közöttük lévő rést szólítjuk meg. A fiatal felnőttek a 20 és 35 év közöttiek, akik még baráti/haveri társasággal látogatják a fesztiválokat és nyitottak az új programok irányába. A családosaknál leginkább az 1-2 gyerekes-

ket várjuk, akik együtt vesznek részt az általunk megtervezett rendezvényen. Számukra gasztronómiai és gyerekprogramokkal készültünk, valamint változatos fellépőkkel.

5.2. A HACACÁRÉ FESZTIVÁL FELÉPÍTÉSE

Ebben az alfejezetben mutatjuk be a fesztivált, annak típusát, jellemzőit, a részletes programtervet időbeosztással, és leírással. A fesztivál célját is meghatározzuk, miként próbálunk hatni az emberek magyarságtudatára. Egy termékhangmán keresztül ábrázoljuk a fesztivál részeit és azok felépítését.

5.2.1. Profil

A Hacacaré Fesztivál egy teljesen új típust ölel fel, ami eddig még nem volt jelen Magyarországon. Típusát tekintve keveredik a hagyományörzés, a könnyűzene, a gasztronómia és a modernség. Ezeket a tényezőket és a kérdőív adatait felhasználva alakítottuk ki a fesztivál minden egyes részét és programját, hogy egy sikeres és minőséges fesztivállá váljon. A fesztivál Magyarország legfőbb értékeit hordozza magával a sport, technika, gasztronómiai és szórakozás területéről. A fellépők listája is úgy került kialakításra, hogy azok a magyarsághoz kapcsolódjanak.

A Hacacaré Fesztivál célja a magyar lakta területeken élők magyarságérzésének növelése, valamint büszkeségtudatuk felelevenítése. A résztvevők elégedettsége számunkra a legfőbb köszönetnyilvánításként ér fel. Célunk továbbá egy új brand kiépítése elsőként Magyarországon és a fesztivál profiljának megismertetése az emberekkel.

A Hacacaré Fesztivál profilját képezik a célok és típus meghatározás mellett a fesztivál helyszíne, időpontja és mérete. Az előzetes felmérésből kiderült, hogy a válaszadók egységesen megoszló arányban vennének részt vándorfesztiválon, illetve adott városhoz kötött fesztiválon. A legtöbb szavazatot, mint helyszínek Győr, Budapest és Sopron kapták. Azt gondoljuk, hogy az emberek szubjektív véleményen vannak a helyszínnel kapcsolatban, és leginkább a lakóhelyüket adják meg lehetőségnak. A kérdőíves felmérés eredményével szemben mi Kecskemétet választottuk első helyszínként, ahol megrendeznénk a fesztivált. A hely kiválasztása mellett szólt, hogy Magyarország szívében található, jó fekvésű, a nagyobb városok vonzáskörzetében helyezkedik el.

A fesztivál időpontjának kialakítása az alapján történt, hol találtunk rést a nyári hónapokban. A legtöbb hagyományörző fesztivál augusztusban kerül megrendezésre, ezért kihasználva az egyetlen üres hetet, a fesztivált 2013. július 18.-21. között rendeznénk meg. A fesztivál prog-

ramjai úgy kerültek kialakításra, hogy a kezdésre minden nap 8⁰⁰-kor kerül sor, és a fesztivál 3⁰⁰ órakor zárja kapuit.

A fesztivál programjait összeszedve és azok elhelyezését színpadokon, sátrakban és kijelölt részeken, a fesztivál mérete viszonylag nagy lesz. Ezért is jó választás Kecskemét, ahol lehetőségünk van a fesztivál felépítésére. A 4. melléklet mutatja meg a fesztivál térképét jelmagyarázattal ellátva.

A fesztivál ideje alatt felvesszük a kapcsolatot a Kecskeméten található vendégfogadóhelyekkel, szállókkal, amelyek elérhetősége a fesztivál hivatalos honlapján is elérhető lesz az oda látogatók számára. Mivel a fesztivál időkorlátos nem áll módunkban sátorozási helyeket biztosítani, ezért a kecskeméti szállókon megszállt látogatók számára 10 % - os kedvezményt biztosítunk, ha felmutatják a fesztiválra érvényes belépőjegyüket. Ezzel is szeretnénk hozzájárulni a kecskeméti szálláshelyeket fellendüléséhez.



Kiegészült termék	•Biztonság •Parkolás
Tárgyasult termék	•Minőség •Reklámkampány •Árusok terméke
Absztrakt termék	•Hacacaré Fesztivál profilja, légköre •Programok •Maga az élmény

21. ábra: Hacacaré Fesztivál, mint szolgáltatásra szabott termékfogalma

Forrás: Saját készítés, 2012

Mivel a Hacacaré Fesztivál egy szolgáltatástípus és nincs használható ábra a szolgáltatás részeit ábrázolása, ezért a termékfogalma egyes részeire vetítettük le a fesztivál elemeit.

Az absztrakt termék maga a fesztivál, annak profilja (helyszín, időpont, belépőjegyár), programkálaja és árusok sokasága. Ezek a tényezők általában minden fesztiválnál megtalálhatóak, ezért alaprészekként kezeljük őket.

A tárgyasult termék kategóriába tartozik a minőség, a márkanév és a csomagolás. Ezek a fesztivál esetében és az általunk megfogalmazott formában a minőség, a reklámkampány és brand. A minőség fontos tényezője a rendezvénynek, így a fesztivál minden elemével ezt célunk elérni. A terméknel a csomagolás segíti a vásárlást, az teszi figyelemfelkeltővé, míg a

rendezvényeknél egy ütős reklámkampánnyal érhetjük el ugyanezt. A céloknál már megemlítettük egy országos brand kiépítését, ennek eléréséhez már a fesztiválon is hangoztatni kell a márkajelentőségét.

A termék számos szolgáltatással egészül ki, így fogalmazódott meg a kiegészült termék. Ide gondoltuk besorolni a biztonságot, a parkolási lehetőséget. Ezeket még kiegészítenénk a fesztiválon használható Fesztiválkártyával, ami szintén a rendezvény színvonalát és könnyedségét növelné.

Az említett termékhagyoma egyes részei a fesztiválra vonatkozóan megfogalmazva adják a fesztivált teljes egészében.

5.2.2. Programterv

ZENEI programok

„Jaj, de csuda, csuda jó ez a muzsika” téren zajlanának a zenei programok két színpadon párhuzamosan. A Zwack Unicum Nagyszínpadon és a Tokaj Színpadon fellépő művészek közül minden korosztály számára igyekeznénk élvezetessé tenni a fesztivált. A zenei programokat úgy válogattuk, hogy minden nap egy bizonyos témakör kapjon fő szerepet.

Első nap a *„Régi idők muzsikája”* megnevezést kapta. Ezen a napon próbálnánk a régi 70-es, 80-as évek zenéjének hangulatát megteremteni a színpadokon, ezek közül is főleg az úgynevezett rock himnuszok csendülnek fel a fesztivál színpadain.

Az *„Újszerű dallamok”* napon igyekeznénk a fiatalabb korosztályt megszólítani. Manapság divatos zenei stílusok jelennének meg a színpadokon.

A *„Valami régi, mégis új”* nap keretein belül olyan előadóművészek mutathatnák meg tudásukat, melyek régi dalokat varázsolnak egy kissé újabbá, vagyis a világzene stílus. Erre a zenére az a jellemző, hogy sem a klasszikus zenébe, sem a világ nagy részén elterjedt könnyűzenei stílusokba nem illeszthetők be, és gyakran népzenei eredetűek.

Az utolsó, zárónap különleges eseménye a *Táncdalfesztivál – újrahangolva!*, mely során a régi idők Táncdalfesztiváljai során ismertté vált zenészek, együttesek lépnének fel, varázsolva az akkori hangulatot a színpadra. A fellépők felelevenítik a 60-as, 70-es és 80-as évek Táncdalfesztivál hangulatát a nagyszínpadon.

Két színpad fogadja a sztárvendégeket és zenekarokat a jó hangulatteremtés céljából. Az nagyszínpad a Zwack Unicum, a kisebb színpad a Tokajról lett elnevezve.

Az 5. melléklet tartalmazza azokat a fellépőket, akik a 4 nap folyamán szórakoztatják a látogatókat és a kellő hangulatot megteremtik. Időre és napra pontosan beosztottuk a fellépőket, ami a táblázatokban látható is.

GASZTRONÓMIAI programok

Az „Eszem-iszom, dínom-dánom” faluban kapnának helyet a gasztronómiai és a hagyományörző programok egyaránt. Az ország minden részéből érkezett kiállítók minőségi magyar termékeit kóstolhatnak meg a fesztiválozók. Alkalmuk nyílik részt venni egy igazi magyar disznótoron. Az érdeklődők elleshetik és ki is próbálhatják a disznósajt, májas-véres hurka, házi kolbász és házi tepertő készítését. Akik nem szeretnének ennyire aktívan bekapcsolódni a programokban, nekik marad a kóstolás és nézelődés. A disznóvágáson kívül más gasztronómiai programba is aktívan be lehetne csatlakozni, mégpedig a gulyás, halászlé és a csirkepaprikás főző versenybe. Ezekre a programokra a verseny napján délig kell leadni a jelentkezést a regisztrációs pultnál. A gasztronómiai programok beosztását a 6. melléklet mutatja be napokra bontva.

Disznóvágás és disznótor

Időpont: 2013. 08. , Csütörtök: 9⁰⁰

Leírás: A disznóvágás alatt lesz disznósajt, mája-véres hurka, házi kolbász és tepertőkészítés. Sor kerül kolbász és hurkatöltő versenyre. Itt a versenyzők nyereményekben részesülnek.

Támogatók: Pákozdi-HÚS

„Tokaj íze” borismereti oktatás és tematikus borkóstoló

Időpont: Csütörtök: 18⁰⁰, Péntek: 10⁰⁰, Szombat: 16⁰⁰, Vasárnap: 10⁰⁰

Leírás: A négy napon különböző időpontokban kerül megrendezésre a borkóstoló és borismereti oktatás. Az oktatás során bemutatásra kerül, hogyan készítik a bort, valamint azt is megtudhatják a résztvevők mi a titka a jó borkóstolásnak. Az oktatás ingyenes mindenki számára és az első borkóstolás is. A további borkóstolásért jegyeket kell váltani: (a) 5 kóstolás: 1000,- Ft; (b) 10 kóstolás: 1800,- Ft. Aki borkóstoló jegyeket vásárol és kikéri a bort, az kap egy kupont egy jegyért cserébe. Ha 8 kupont összegyűjtenek, kapnak érte Hacacaré Fesztiválos boros poharat ajándékba. A program helyszínéül Tokaj Sátor szolgál.

Támogató: Tokaji Kereskedőház Zrt.

Pálinkaismereti oktatás és pálinkakóstoló

Időpont: Csütörtök: 12⁰⁰, Péntek: 16⁰⁰, Szombat: 12⁰⁰, Vasárnap: 13⁰⁰

Leírás: A négy napon különböző időpontokban kerül megrendezésre a borkóstolóhoz és oktatáshoz hasonlóan a Bestillo Pálinkaház Sátorban. Az oktatás szintén ingyenes lesz mindenki számára és az első pálinkakóstolás is, ami az oktatás alatt lesz elérhető. A további pálinkakóstolásért lehet váltani jegyeket: (a) 5 kóstolás: 1500,- Ft; (b) 10 kóstolás: 2500,- Ft. Ha 5 kupont összegyűjtenek, kapnak érte Hacacaré Fesztiválos pálinkás poharat ajándékba.

A résztvevők a következő eredeti hazai pálinkákból válogathatnak: Szatmári szilvapálinka, Kecskeméti barackpálinka, Békési szilvapálinka, Szabolcsi almapálinka, Gönci barackpálinka, Újfehértói meggypálinka, Göcseji körtepálinka, Pannonhalmi törkölypálinka

Támogatók: Várda-Drink Zrt, Zwack Unicum Nyrt., Békési Pálinka Zrt., Bestillo Pálinkaház, Győri Likörgyár Zrt.

Dagasztó bemutató, kenyértésztagyúrás, látványpékség

Időpont: Mind a 4 nap 9⁰⁰-tól kezdődik a dagasztó bemutató és 11⁰⁰-tól a kenyértésztagyúrás.

Leírás: A dagasztó bemutatót és a kenyértésztagyúrást a Lipóti Pékség fogja bemutatni a Lipóti Sátorban. Egész nap a látogatók számára elérhető lesz a látványpékség, ahol finom és illatos pékáruval várják őket. A süteményeket, pogácsákat elérhető áron kóstolhatják meg az oda betévedők.

Támogató: Lipóti pékség

Fakanálra fel! látványkonyha

Időpont: Csütörtök: 10⁰⁰, 18⁰⁰; Péntek: 12⁰⁰, 19⁰⁰; Szombat: 9⁰⁰, 15⁰⁰; Vasárnap: 12⁰⁰, 17⁰⁰

Leírás: Helyben készítik el a magyar konyha tradicionális ételeit, mint például töltött káposzta, gulyás, rétes. Pénteken fokozzuk a hangulatot a „Legtöbb rétes a legrövidebb idő alatt” Guinness-rekord megdöntésével, amire 15⁰⁰-tól várjuk a résztvevőket. A látványkonyha helyszíne a Knorr Sátor.

Főzőverseny

Időpont: Regisztráció péntek, szombat és vasárnap 12⁰⁰-ig zajlik, a verseny pénteken és szombaton 13⁰⁰-tól, vasárnap pedig 15⁰⁰-tól kezdődik.

Leírás: Mind a 3 nap (péntek, szombat, vasárnap) más ételfajta elkészítésében mérhetik össze tudásukat a versenyzők. Pénteken gulyás-főzőversenyre, szombaton halászlé-főzőversenyre, vasárnap pedig csirkepaprikás-főzőversenyre kerül sor. Az itt elkészített fogásokat a résztvevők 300,- Ft-ért kóstolhatják meg. A versenyzők főztjeit szakmai zsűri fogja értékelni. A nyertes csapatok pedig ajándécsomagot kapnak, amelyet a program támogatói ajánlanak fel. A verseny eredményhirdetése pénteken és szombaton 15⁰⁰-kor, vasárnap 17⁰⁰-kor lesz.

Támogató: Gyulai Húskombinát Rt., Pick Szeged Zrt. és a Her-Csi-Hús Kft.

Hungarikum ételek és sütemények

Az egész fesztivál ideje alatt különböző árusok kínálják a finomabbnál finomabb ételeket és süteményeket. Az általunk kért ételek és sütemények listáját a 7. melléklet tartalmazza. Ezen kívül az árusok bővíthetik kínálatukat és saját áron értékesíthetik azokat.

NÉPMŰVÉSZETI programok

A népművészeti programok (8. melléklet) szintén az „Eszem-izsom, dínom-dánom” faluban kerülnek megrendezésre. Amíg a látogatók kedvükre falatoznak és szórakoznak, megtekinthetik az egyes faházakban zajló népi díszítőművészek munkáit. Itt számtalan ajándék közül válogathatnak a nézelődők, amit emlékként hazavihetnek családjuknak, barátaiknak. A falucska területén a Rézangyal Színpad foglalna helyet, ami a népzeneészeknek és néptáncosoknak adna otthont. A színpadon felváltva fognak zenélni népi együttesek és fellépni néptánc csoportok. Emellett népviseleti bemutatóra is sor kerül minden nap 12⁰⁰-kor. A bemutató során az ország minden részéről érkeznek kiállítók képekkel, ruhákkal.

TOVÁBBI programok

A fesztiválon további programok az „Eszem-izsom, dínom-dánom” faluban helyet kapnak, ahol két színpad lesz felállítva és elkerített helyek lesznek kialakítva (9. melléklet).

Gyerekprogramok

A gyerekprogramok az „Eszem-izsom, dínom-dánom” faluban kerülnének megrendezésre. Amíg a család a gasztronómiai versenyeken vesznek részt, vagy a kiállításokat tekintik meg, addig a gyerekek is szórakozhatnak.

- *Néptánc*: Különbőféle néptánc együttesek tartanak bemutatót a gyerekek számára. A bemutató során a gyerekek bátran bekapcsolódhatnak a táncba és jelentkezhetnek a csoportba.
- *Felolvasás*: Régi népmeséket fog felolvasni többek között Berg Judit, Závada Pál, Parti Nagy Lajos és Nádon Livia a gyerekeknek minden nap 2 óra hosszan. Olyan népmesékkal foglalják le a gyerekeket, mint A kiskakas gyémántfőlkrajcárja, A hét kecskegida, Mátyás király kalandjai.
- *Bábszínház*: A gyerekek számára minden nap kétszer játszanak bábszínház előadásokat.
- *Lovaglás*: A Magyar Lovas Szövetség biztosítja a fesztiválon a lovaglást gyerekek számára. Mindezt képzett segítőkkel végzik. A póni lovaglás az 5-9 évesek számára lesz elérhető.
- *Állatsimogató*: A közeli tanyákról a gazdák hoznának állatokat, amiket a gyerekek megettetnek, és megsimogathatnak. Segítők lesznek az állatok mellett a biztonság érdekében, valamint mesélnek az állatokról.
- *Pöttyös hajó*: A helyszínen a gyermeknek óriási élményekben lehet részük, ha felszállnak az Eszem-izsom dínom-dánom faluban felállított Pöttyös hajóra. A gyerekek egy színes térképet kapnak a felszállásnál – minden feladatnál erre kell pecsétet kérniük, így bizonyítva, hogy teljesítették a küldetésüket. Ezt követően a hajón különféle memóriajátékokkal tesztelhetik emlékezőképességüket, majd piros pettyes labdákkal elsüllyeszthetik az ellenséges hajót. A legkisebbeket állatfelismerő játékokkal várjuk, a nagyobbakat pedig egy hatalmas ki-

rákövel – ezek persze mind a tenger élővilágához kapcsolódnak. Vészhelyzetet is el kell hárítaniuk a kis tengerészeknek: egy váratlan pillanatban léket kap a hajó – ki kell pumpálniuk belőle a vizet. Arra az esetre, ha ez nem sikerülne, mentőcsónakokban hagyhatják el a süllyedő hajót. Akik megússzák a kalandos utazást, hajósainai oklevelet kapnak, és választhatnak az ajándékok közül: Túró Rudit, piros pettyes kendőt vagy nyakbavalót visznek haza.

Kutyabemutató

Kilenc magyar kutyafajta bemutatására is sor kerül a Pöttyös Színpadon.

Hungarikum kutyák: (1) Rövidszőrű magyar vizsla, (2) Drótszőrű magyar vizsla, (3) Magyar agár, (4) Erdélyi kopó, (5) Komondor, (6) Kuvasz, (7) Mudi, (8) Puli, (9) Pumi.

Sportprogramok

A sok evés-ivás mellett kell egy kis testmozgás is a látogatóknak. Ezek a programok gyerekek és felnőttek számára egyaránt elérhetőek és érdekeseknek lesznek.

A sportprogramok a „Puskás téren”, azon belül leginkább a Soproni Színpadon zajlanak.

- *Rubik-kocka kirakó verseny:* Lenne több Rubik-kocka, aminek a kirakására lenne lehetőség. Akinek sikerül kirakni a kockát nyereményben részesül. A verseny alatt arról lenne szó, hogyan találta fel Rubik Ernő a Rubik-kockát.
- *Beszélgetés híres magyar sportolókkal, visszavonult sportolókkal:* Az egyes programokon sztárvendégként. Itt lehetőség lesz beszélgetni velük, autogramot kérni.
- *11-es lövő verseny:* A versenyre a fesztivál előtt 1 héttel már lehet jelentkezni, továbbá a helyszínen. Gyerekek és felnőttek egyaránt versenyezhetnek a nyereményekért.
- *Baranta bemutató:* A baranta egy harcművészeti stílus, mely során profi harcművészek érdekesebbnél érdekesebb fogásokkal kápráztatják el majd a néződöket.
- *Lovas bemutató:* A Magyar Lovas Szövetségtől érkező vándor jelmezbe öltöző lovászok mutatnak be lovagi tornákat és bemutatókat, ami minden nap 1500-kor kezdődik. Csütörtökön, szombaton és vasárnap íjászok, huszárok, csikósok, pusztavődös hajók és egyéb hagyományőrző lovasok láthatóak; pénteken pedig a látogatók egy igazi lovagi torna részesei lehetnek.

Egy nem hagyományos autós mozi

Ez egy kültéri autós mozi, de autók nélkül. A nézők számára plédek és sörpadok lesznek biztosítva a kényelem érdekében. Naponta 6 régi és új magyar klasszikerrel várjuk a látogatókat. A vetítés 9⁰⁰-kor kezdődik és egészen 21⁰⁰-ig tart majd.

1. nap - 1940-1955-ös évek legjobb magyar filmjei: A tanítónő, Valahol Európában, Beszterce ostroma, Ludas Matyi, Úri muri, Hintónjáró szerelem

2. nap - 1955-1970-es évek legjobb magyar filmjei: Körhinta, Ház a sziklák alatt, Az aranyember, Pacsirta, A tizedes meg a többiek, Egy magyar nábob

3. nap - 1970-1995-ös évek legjobb filmjei: János vitéz, Szépek és bolondok, Abigél, Indul a bakterház, A Pogány Madonna, Vuk

4. nap - 1995-től napjainkig a legjobb magyar filmek: Csinibaba, A miniszter félrelép, Ámbár tanár úr, Üvegtigris, Made in Hungaria, Tüskevár

Felvonulás

Csütörtök reggel 9⁰⁰-kor indul egy felvonulás a fesztiváltól az adott város főutcáin. Betyárok, pásztorok és huszárok vesznek részt rajta. Lovakkal és hintós kocsikkal járnak be a főutcákat zenés kísérettel. Elöl kiabálnák a fesztivál nevét, és hogy milyen programokon vehetnek részt az emberek, ha eljönnek. Tűzdobálók és táncosok tennék még látványosabbá a felvonulást.

Magyar felfedezések

Lenne egy kisebb sátor, ahol híres találmányok lennének kiállítva. Eközben folyamatosan mennének kivetítőn a feltalálók nevei és találmányaik. A kiállítás tárgyai között lesz a golyóstoll, a dinamó, Kodály-módszer, Pető-módszer, telefonközpont, Rubik-kocka és sok más érdekesség.

5.3. ÁRKÉPZÉS

A szolgáltatásnál, ami esetünkben a fesztivál, meghatározó szerepet játszik a megfelelő belépőjegy árkialakítása. Ez alapján döntenek el a látogatók, hogy részt vesznek a fesztiválon vagy sem. Az optimális belépőjegy kialakítása elengedhetetlen. A primer kutatásunk során kiderült, hogy a Hacacaré Fesztiválra ellátogatók többsége 4 napos rendezvény esetén 5.000,- Ft és 10.000,- Ft közötti összeget is hajlandó a belépőjegyre áldozni. Az árkialakításnál figyelembe kell vennünk az árakkal elérni kívánt célokat, a felmerülő költségeket, a vásárlói keresletet és a piaci versenyt. Az árral elérni kívánt cél egyértelműen a megismertetés és csalogatás elsőként. A felmerülő költségek (beszerzési kiadások, fellépők, marketing kiadások) összege nem múlja felül a bevételt, azért az árakba bele kell kalkulálni az ilyesfajta költségeket.

Az fentiekben felsorolt befolyásoló tényezők alapján a következő árak kialakítására került sor.

13. táblázat: A Hacacaré Fesztivál belépőjegyjárói

Belépőjegy típus	Ára (ÁFA-val)
Napijegy elővételben	1200,- Ft
Napijegy helyszínen	1500,- Ft
Bérlet elővételben	5000,- Ft
Bérlet helyszínen	6000,- Ft
Napi diákbelpőjegy (helyszínen) (érvényes diákigazolvánnyal 14 éves kortól)	800,- Ft

Belépőjegy típus	Ára (ÁFA-val)
Bérlet diákbelpőjegy (helysín) (érvényes diákigazolvánnyal 14 éves kortól)	4800,- Ft
Napi családi belépőjegy helysínén (2 felnőtt + 1 gyerek)	3500,- Ft
Gyerekjegy (kizárólag felnőtt jelenlétében 13 éves korig)	Ingyenes

Forrás: Saját készítés, 2012

5.4. TÁMOGATÓK

A támogatók azok a személyek, vállalkozások, szervezetek, amelyek pénzbeli vagy tárgyi juttatással segítik a rendezvény létrejöttét. A finanszírozó vállalkozás számára ez egy reklámozási lehetőség. A támogatásért cserébe a vállalkozás logója, szlogenje szerepelni fog a belépőjegyeken, a pólókon, a színpadokon, a helysínén kifüggesztett molinókon, a reklámfilmekben és más helyeken. A támogatók anyagilag és erkölcsileg segítik a fesztivál, míg a szponzorálás során kölcsönös üzleti kapcsolat jön létre. Az utóbbinál haszonszerzési célok alakulnak ki.

5.4.1. Fő támogató



Az exkluzív Hungaricum Clubot 1999-ben a Zwack Unicum Rt., a Herendi Porcelánmanufaktúra Rt., a Pick Szeged Rt., valamint a Tokaji Kereskedőház Rt. hozta létre. 2003-ban a klub új taggal is bővült, a halasi csipkével. Az alapítók szándéka az volt, hogy a tagjaik közé csak olyan terméket vesznek fel, amely jellegzetesen magyar, származása ismert, nemzetközileg is elismert és keresett. Olyan termékek tartoznak a klubba, amelyek minőséget képviselnek, hagyománnyal rendelkeznek; ismertek és elismertek.

A klub tagjai és termékei:

- Kiskunhalasi Halasi Csipke Alapítvány, Halasi csipke
- Herendi Porcelánmanifaktúra Rt., Herendi porcelán,
- Pető Intézet, Pető-módszerek
- Pick Szeged Rt., Pick szalámi,
- Tokaj Kereskedőház Rt., Tokaji aszú
- Zwack Unikum Rt.,



5.4.2. Kiemelt támogatók

A kiemelt támogatók között különböző alkategóriákba soroltuk az egyes vállalatokat. A 10. melléklet tartalmazza a kiemelt támogatók listáját bővebben kifejtve és termékekre lebontva. Az egyes alkategóriák a következőképpen kerültek kialakításra: (1) Alkoholos italtámogatók, (2) Alkoholmentes italtámogatók, (3) Élelmiszertámogatók, (3) Egyéb támogatók.



5.4.3. Médiatámogatók

A médiatámogatók között televíziós, rádiós csatornákat egyaránt felkértünk, továbbá a nyomtatott sajtótól az Est Lapok által hirdetjük a fesztivált. Itt szintén a 10. melléklet tartalmazza a médiatámogatók részletes listáját, az egyes alcsatornákkal együtt.



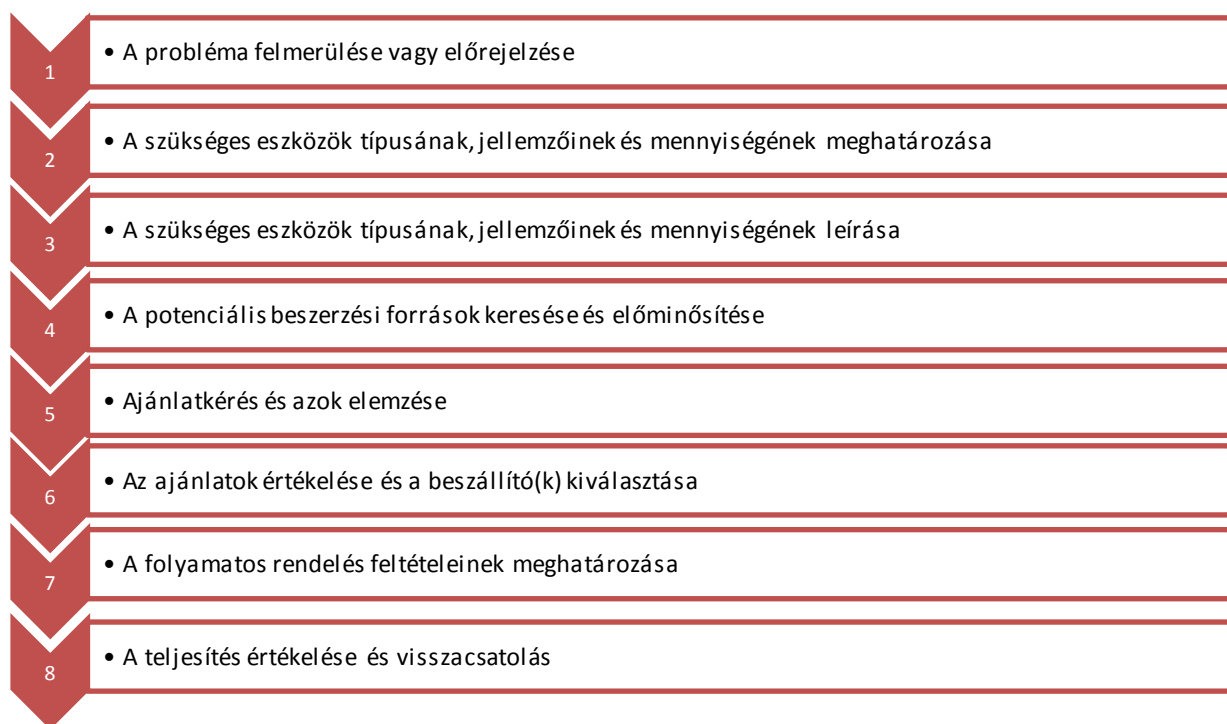
5.5. BESZERZÉSI FOLYAMATOK

A beszerzési folyamat kialakítása kellő áttekintést és elővizsgálatot igényelnek. A vásárlási döntést befolyásoló tényezők, a beszállítók kiválasztásának menete, a kiválasztott beszállítók köre és azok árajánlata egyaránt ismertetve lesz.

5.5.1. Lehetséges beszállítók bemutatása

A beszerzési folyamat a szervezet egy fontos szakasza, ahol a következő szempontok alapján választottuk ki a beszállítókat: (1) *Ár*, (2) *Minőség*, (3) *Gyorsaság*, (4) *Elérhetőség*.

A következő döntési folyamatot követve választottuk ki a számunkra fontos beszállítókat: ⁶



22. ábra: A szervezeti vásárlás döntési folyamata

Forrás: Dr. Huszka Péter: B2B előadás anyaga alapján saját készítés, 2012

A megfelelő beszállítók kiválasztásához hozzájárul a megfelelő ár, megfelelő mennyiség, megfelelő minőség, megfelelő idő. Ehhez tevődhetnek még az egyéb szolgáltatások (műszaki alkalmasság, referenciák, kommunikáció színvonala, hírnév, stb.). Ezen tényezők befolyásolt-sága alapján az 22. ábrán szemléltetett szervezeti vásárlás döntési folyamatát követve megál-lapítottuk a lehetséges beszállítói kört (23. ábra). Itt fontos megemlíteni, hogy mindegyik be-szállítótól kértünk árajánlatot, azonban sajnálatos módon nem mindtől kaptunk vissza választ. Ezen információk hiányában fiktív adatokkal kellett dolgoznunk egyes beszállítóknál a költ-ségterv megírásának tekintetében.

⁶ Dr. Huszka Péter: B2B előadás anyag, 2012



23. ábra: Tervezett beszállítók köre

Forrás: Saját szerkesztés, 2012

5.5.1.1. Hang-, fény- és színpadtechnika

Egy rendezvény sikerességének feltétele elsősorban a megfelelő technika biztosítása. Jó minőségű hang és fénytechnika nélkül szinte lehetetlen egy színvonalas fesztivált lebonyolítani. A legnevesebb, legnagyobb magyarországi fesztiválok megfelelő technikai felszereltségeért az Expandera rendezvényszervező vállalat a felelős. A munka magas színvonalú, melyet kiadnak a kezükből ezért a cég által rendezett fesztiválok bármelyike minden szempontból megállná a helyét bárhol a világban. Munkatársaik hozzáértő szakemberek, és a felszerelés, amellyel dolgoznak kiváló minőségű. Mivel a szolgáltatásuk, melyet nyújtanak nagyon színvonalas ezért is gondoltuk rájuk, mint lehetséges beszállítóinkra. További érv, amely mellettük szól, hogy egy rendezvény teljes technikai vertikumának lebonyolítását vállalják, tehát felépítik a színpadokat és kiépítik a hang- és fénytechnikát. A vállalat partnerei közé tartozik a Sziget Fesztivál, a Budapest Parádé és a legnagyobb vidéki zenei és kulturális fesztiválok, mint a soproni Volt Fesztivál, a tokaji Hegyalja Fesztivál, a mezőtúri Wan2 Fesztivál, a Sze-

gedi Ifjúsági Napok illetve a maros-vásárhelyi Félsziget Fesztivál is. Továbbá a Szenvedélyek Napja, a Womufe Fesztivál, a Parádé Bónusz, az Efott, a Glu-Glu Fesztivál és a Sport Sziget Fesztivál (a mai Sziget Fesztivál elődje) technikai szervezése fűződik a nevükhöz. A nagyrendezvények, neves fesztiválok, illetve partik mellett koncertek, koncertturnék megbízható technikai lebonyolítója a vállalat.

14. táblázat: Színpad-, fény- és hangtechnikai ártáblázat*

Színpad neve	Méretek	Színpadtechnika (fémszerkezetű színpadok)	Lefedésének bérleti díja	Fénytechnika és hangtechnika ára
Zwack Unicum Nagyszínpad	16 x 12 m	90 000,- Ft	270 000,- Ft/nap	250 000,- Ft
Tokaj színpad	12 x 10 m	65 000,- Ft	170 000,- Ft/nap	200 000,- Ft
Rézangyal színpad	10 x 8 m	55 000,- Ft	140 000,- Ft/nap	180 000,- Ft
Soproni színpad	10 x 8 m	55 000,- Ft	140 000,- Ft/nap	140 000,- Ft
Pöttyös színpad	7 x 5 m	48 000,- Ft	75 000,- Ft/nap	140 000,- Ft

Forrás: Saját készítés kutatás alapján, 2012

*A táblázatban szereplő árak az Áfa-t nem tartalmazzák.

A bérleti költségek mellett fellépnek egyéb költségek is, mint például szállítási költség, építési és bontási költségek, amelyek költségét a pontos feladat ismeretében lehet számszerűsíteni. Ezen felül tudjuk, hogy a fény- és hangtechnikához kell kezelőszemélyzet, amely 2000,- Ft/óra költséggel jár. Több zenekar esetén, zenekaronként kell fizetni 15 000,- Ft-ot a beállítá-sokért és kezelésért. Itt a szállítási költség 3000,- Ft + 220,- Ft/km.

5.5.1.2. Mobil higiénikus rendszer

Magyarország első mobil WC fülke kölcsönző vállalkozását, a TOI TOI Kft.-t találunk a legmegfelelőbbnek a szaniter rendszerek beszállítására. A cég fő tevékenységei közé tartozik a mobil WC kölcsönzése, illetve bérlete, a fülkék teljes körű karbantartása és szervizelése. Célszerű lenne, ezzel a céggel üzletelünk, mivel teljes körűen foglalkoznak a mobil szaniter rendszerekkel. Két évtizedes tapasztalattal rendelkeznek. Magas színvonalú és kiváló minőségű szolgáltatást nyújtanak, és nagy hangsúlyt fektetnek arra, hogy minden ügyfelük teljes mértékben elégedett legyen. A vállalat mellett szól, hogy piac orientált árakon kínálják a szolgáltatásukat és a bérlo elvárásait, kívánságait figyelembe véve egyedi árajánlatot adnak. Tevékenységüket az MSZ EN ISO 9001:2001 minőségbiztosítási, illetve MSZ EN ISO 14000:1997 környezetközpontú irányítási rendszer felügyelete alatt végézik.

A higiénikus berendezésekről a 11. mellékletben láthatnak illusztrációkat.

15. táblázat: Szükséges higiénikus rendszer*

Termék megnevezése	Termék bérletének ára	Szükséges darabszám
TOI Fresh	650,- Ft /nap	50
TOI Pissaire	500,- Ft /nap	20
TOI FIX Kézmű	400,- Ft /nap	15
TOI WC Explorer 16	1000,- Ft/nap	5
TOI Konténer	900,- Ft/nap	8
VEGYES Konténer	800,- Ft/nap	8
TOI Pelenkázó	1200,- Ft/nap	2
TOI Special	1500 Ft /nap	10

Forrás: Saját készítés kutatás és árajánlat alapján, 2012

*A táblázatban szereplő árak az Áfa-t nem tartalmazzák.

Az egyes mobil higiénikus eszközök bérleti díja mellett, naponta háromszori tisztítás is költség számunkra, ami 6000,- Ft/nap.

5.5.1.3. Rendezvény kellékek – karszalagok, passzok, egyéb promóciós tárgyak

Egy fesztivál sikerességét nem csak a hang- és fénytechnika minősége; vagy a tisztaság teszi, hanem az apró kellékek is fontosak. Ezekkel a kellékekkel a látogatók személyesen is találkoznak.

- *Karszalagok*: A Hacacaré Fesztiválnál a beléptetés hasonlóképpen fog működni, mint a hasonló fesztiválok. A belépőjegy felmutatása, vagy megvásárlása után a biztonsági személyzet tagjai felhelyezik a karszalagot. A karszalag színe természetesen változó lesz; függ majd a jegy típusától (bérlet, napi). A jelenleg használt műanyag, illetve papír alapú szalagoknál sokkal esztétikusabbak és tartósabbak a textil karszalagok. Nem utolsó sorban a kényelem miatt is ezeket alkalmazzuk. További előnyük, hogy hamisításuk is nehezebb, kevésbé sérülékenyek, mint a hagyományos karszalagok. A pattintós zár előnye, hogy felhelyezése nem igényel speciális eszközt. Az efféle zárszerkezet megbízható és biztonságos; a manipuláció veszélye kicsi.
- *Szatén nyakpánt*: Legnépszerűbb és legelterjedtebb, 100% polyesterből készül, felülete teljesen sima, selymes, lágy; tapintása kellemes.
- *Laminált kártyák*: Legelterjedtebb, költséghatékony, mely a résztvevőket azonosítaná (média, artist, staff, VIP)

Az előbb kifejtett kellékek beszállítójának az ORAKEL Közép – Európai Kereskedelmi Kft.-t választanánk. A vállalat 15 éve van jelen a nemzetközi piacokon, 15 országban. Óriási tapasztalattal rendelkeznek és számukra is a minőség a legfontosabb. Folyamatosan megújítják a termékeiket, ezzel is igyekeznek a legjobbat biztosítani az ügyfelek számára.

Náluk elérhető minden olyan kellék, amire nekünk, a fesztivál megszervezéséhez szükségünk

van. A vállalat számára fontos a minőség, megbízhatóság és precizitás. Ezek a szempontok számunkra is elengedhetetlenek. Ami még mellettük szól, hogy a megrendelés előtt küldenek egy látványtervet (12. és 13. melléklet), melyek igényeink szerint módosíthatunk.

16. táblázat: Szükséges rendezvénykellékek*

Termék neve	Termék ára	Szükséges darabszám
Szövött karszalag műanyag pattintós zárral	45,- Ft/db	50 000
Szatén nyakpánt	336,- Ft/db	5000
Laminált kártyák	15,2 Ft/db	6000

Forrás: Az ORAKEL Kft.-től kapott árajánlat alapján saját készítés, 2012

*A táblázatban szereplő árak az Áfa-t nem tartalmazzák.

5.5.1.4. Reklámtárgyak és promóciós eszközök

A Gift Reklám-Üzleti Ajándék Kereskedelmi Bt. 13 éve foglalkozik reklámtárgyak importjával és itthoni terjesztésével. Előnyük, hogy folyamatosan tájékoztatják partnereiket hírlevélben az újdonságokról. Mintegy 2300 fajta termék közül válogathatunk.

Árlistájukat úgy alakították ki, hogy a rendszeres visszatérő vevők mindig nagyobb kedvezményt kapjanak. Az új partnereink is értékhatártól függő kedvezményben részesülnek. Új vevők esetén darabszámtól és értéktől függő kedvezmény érvényes, mely csak a termékre vonatkozik, emblémázásra nem (az értékek év elejétől göngyöltésre kerülnek, így minél többször rendel, annál magasabb kedvezményt érhet el).

Nagy tételű rendelés esetén egyedi árkialakítás lép érvénybe, de vannak kategóriák a kedvezményekre is: (a) 200 000,- Ft és 500 000,- Ft között 5 % kedvezmény, (2) 500 000,- Ft és 1 000 000,- Ft között 8 % kedvezmény, (3) 1 000 000,- Ft felett 11 % kedvezmény.

17. táblázat: Szükséges reklámtárgyak*

Termék megnevezése	Termék darabára	Szükséges mennyiség
Elsass - exkluzív boros szett	5 002,- Ft	1500
Lapos üveg szett	2218,- Ft	1000
Porcelán bögre szett	432,- Ft	2000
Nyomógombos golyóstoll	84,- Ft	4000
Naples golyóstoll	82,- Ft	3000
Kör formájú fém kulcstartó	252,- Ft	5000
Téglalap alakú kulcstartó	252,- Ft	5000
Rövid fülű pamutszatyor	242,- Ft	10 000
Sporttáska	602,- Ft	4000
Bögre	585,- Ft	6000
Klasszikus piezós öngyújtó	110,- Ft	1500
Klasszikus műanyag öngyújtó	64,- Ft	1500
Póló Classic	510,- Ft	6000
Baseball sapka	370,- Ft	1000

Forrás: Saját készítés kutatás alapján, 2012

18. táblázat: Tamponnyomás árkategóriája

Tamponnyomás	Ár
100 db alatt	3500,- Ft/szín
101-250 db között	17,- Ft/szín/db
251-500 db között	15,- Ft/szín/db
501-1000 db között	13,- Ft/szín/db
1000 db felett	11,- Ft/szín/db
Beállítás színenként 250 db-ig	1000,- Ft/szín
Szerszámköltség (klisé)	2800,- Ft/szín

Forrás: Saját készítés a cég adatai alapján, 2012

*A táblázatokban szereplő árak az Áfa-t nem tartalmazzák.

A megrendelt reklámtárgyakat, tamponnyomással díszítik kérésünkre. A 18. táblázat a tamponnyomás árait tartalmazza. Látható az árak darabtól és színtől függően változnak. A megtervezett promóciós tárgyak látványtervét a 14. melléklet tartalmazza.

5.5.1.5. Üvegpoharak

A bor- és pálinka kóstolón lesznek elérhető a fesztivál logójával ellátott üvegpoharak. Ezeket a poharakat a Hungaro Management Kft. fogja szállítani számunkra.

A vállalat 1991 óta folyamatos beszállítója a magyar szálloda- és vendéglátóiparnak, valamint piacvezető a minőségi hoteltermékek területén. A cég jelenleg 19 nemzetközileg elismert világcég magyarországi gyári vezérképviselője. Az országban nincs olyan 4-5 csillagos szálloda az országban, amelybe ne szállítottak volna valamilyen árut a 21 éves működésük óta. Rugalmasan alkalmazkodunk vevőink változó igényeihez. Megbízható szerviz háttérrel, hosszú termék-utánpótlási lehetőséggel, szakmai tanácsadással támogatják a partnereiket. Webes áruházzal is rendelkeznek, így kényelmesebb és gyorsabb a beszerzés. Bizonyos mennyiség felett kedvezményeket adnak, vagy akciós árat. Mind a három termék – *pálinkás, grappás pohár; vörösboros kehely és fehérboros kehely* - felső csúcskategóriás, eredeti Német kristálypohár. Az éttermi kategóriában a legjobb Ár/Érték arány érvényes rá. Az akciós árak minimum 60 darab rendelése esetén érvényesek.

19. táblázat: Szükséges poharak*

Termék megnevezése	Termék darabára	Szükséges darabszám
Pálinkás, grappás pohár	719,00 Ft/csomag (6db)	1500
Vörösboros kehely	649,00 Ft/csomag (6db)	1500
Fehérboros kehely	559,00 Ft/csomag (6db)	1500

Forrás: Saját készítés kutatás alapján, 2012

*A táblázatban szereplő árak az Áfa-t nem tartalmazzák.

5.5.1.6. Pohárgravírozás

Mivel minden pohárba gravíroztatva lesz a fesztivál logója, ezért gravírozó szolgáltatóra is szükségünk lesz. Erre a feladatra a StampMax-t kérnénk fel, ahol egyedi árajánlatokkal dolgoznak. Különböző felületre gravíroznak: fa, műanyag, üveg, bőr, mindezt lézergravírozással. Továbbá a cég készít bélyegzőket is, amire szintén igényt tartanánk:

TRAXX műanyagházas szövegbélyegző: Méretei - 18x44 mm, rendelkezik cserepárnával (piros, kék, zöld, fekete, lila, fehér). Ára: 5490,- Ft Áfa nélkül. Igényelt darabszám: 5.

20. táblázat: Gravírozási árkatégoriák*

Szolgáltatás	Felirat mérete	Listaár	100 db feletti ár
Lézergravírozás	0-10 cm ²	144,- Ft	136,- Ft
Lézergravírozás	10,1-25 cm ²	240,- Ft	228,- Ft
Lézergravírozás	25,1 cm ² felett	16,- Ft/cm ²	15,- Ft/cm ²
Egyedi nevek lézergravírozása		270,- Ft/szó	257,- Ft/szó

Forrás: Saját készítés a StampMax hivatalos tájékoztatója alapján, 2012

* A táblázatban szereplő árak az Áfa-t nem tartalmazzák.

A Hacacaré Fesztivál felirattal gravírozott üvegpoharak tervét, valamint a bélyegzőt a 15. mellékletben mutatjuk be.

5.5.1.7. Nyomtatás

Az egyes reklámelemek nyomtatás a Ritter Nyomda fogja végezni. A cég Budapesten a XIII. kerületben található. Foglalkoznak ofset-, szita-, és digitális nyomtatással. Készítenek névjegykártyát, szórólapot és prospektust, a kisebb példányszámú könyvekig szinte bármit. Ezeket felületkezeléssel (fóliázás, UV lakkozás, dombornyomás stb.) teszik tartósabbá, látványosabbá. Az állandó termékskála mellett idényjellegű nyomdai termékeik széles választékát is megtalálhatjuk az oldalaikon.

21. táblázat: Nyomtatási paraméterek

Termék megnevezése	Termék mérete	Darabár	Szükséges mennyiség
Szórólap	A4 (210 x 297 mm)	36 Ft	120 000
Programfüzet	A4 (210 x 297 mm)	139 Ft	60 000
Óriásplakát	6m x 12m	115 200,- Ft / hó / tábla	20
Plakát	A1 (840 x 594 mm)	162 Ft	10 000
Molinó	2000 x 500 mm	8 750 Ft	50

Forrás: Saját készítés a www.ritternyomda.hu weboldalon található árak alapján, 2012

* A táblázatban szereplő árak az Áfa-t nem tartalmazzák.

5.5.1.8. Rendezvény- és helyszínbiztosítás

Minden rendezvény célja a zökkenőmentesség és a biztonság fenntartása. Egy olyan hazai kisvállalkozást választanánk a biztonság fenntartására, amely a rendezvény és helyszínbiztosí-

tás keretében komplex, átfogó szolgáltatást nyújt. Ez a vállalkozás az OS Security Kft. Fő szolgáltatásuk, hogy beléptetéskor megakadályozzák a veszélyes eszközök bejutását a rendezvényre, ellenőrzik a karszalagokat, ha szükséges az igazolványokat. Szükség esetén technikai eszközök segítségével átvizsgálják a belépő személyek ruházatát, csomagjait is. A rend felügyelete mellett vállalják a rendezvényre egyszerre, nagyobb tömegben érkező gépkocsik parkoltatásának megszervezését, a folyamat lebonyolítását.

Számunkra szükséges szolgáltatások:

- beléptetéskor a karszalagok ellenőrzése
- belépéskor a csomagok átellenőrzése
- illetéktelen személyek bejutásának megakadályozása
- nappali, éjszakai járőrszolgálat
- gépkocsik parkolásának megszervezése
- igazolványok ellenőrzése (alkoholfogyasztás kiskorúaknál...)

Ennél a beszállítónál az árkialakítás csak előzetes megbeszélés után történik. Miután felmérték a helyzetet, elküldtük, hány emberre van szükség, és mekkora területet kell lefedni.

5.5.1.9. Egyéb rendfenntartási szervek

Tűzoltóság

Mivel a fesztivál programjai között lesznek olyanok, amelyek a tűz jelentős szerepet játszik; ezért felkérnénk a helyi tűzoltóságot, hogy felügyeljék a fesztivál egészét. A tűzoltóság számára a fizetség megegyezés alapján fog történni, mivel általában az ilyen szervezetet non-profit jelleggel működnek.

Rendőrség

A helyi rendőrséget is felkérjük, hogy részvételükkel biztosítsák be a fesztivál területét. Két-három járőrre lenne szükségünk, aki felváltva felügyelnék a rendet a fesztivál körül. Nagyobb fennakadások, gondok esetén segítséget nyújtanának a biztonsági őrök számára. Számukra is a már fentebb említett fizetséget tudjuk felajánlani a napokban megtenni kívánt feladatok elvégzéséért.⁷

⁷ Amit tudunk fizetségként adni: (1) ingyenes belépőjegy az idei fesztiválra a tűzoltóság tagjainak (fő/2 belépőjegy), (2) ajándéksomag a fesztivál promóciós tárgyaival (póló 2 db, toll, mágnes, bögre), (3) ingyenes belépőjegy a jövő évi fesztiválra a tűzoltóság tagjainak (fő/2 belépőjegy)

5.5.1.10. Rendezvény egészségügyi biztosítása

Egy fesztivál rendezésénél a legfontosabb tényező a biztonság. Azonban fel kell készülni arra is, ha bármilyen egészségügyi probléma lépne fel. Az ilyen esetekre bízánk meg a Hungary Ambulance Közhazsnú Nonprofit Mentőszolgálatot, a rendezvény teljes körű egészségügyi biztosításával. A mentőszolgálat színvonalas sürgősségi betegellátást, európai színvonalú betegszállítást és orvosi ügyelet nyújt ügyfelei számára. A betegek ellátását minden esetben szakképzett mentőápoló, mentőtiszt, orvos, mentőorvos, vagy ezek közül több személy együttesen végzi.

22. táblázat: Szükséges egészségügyi kellékek

Termék / Szolgáltatás	Ár	Szükséges darabszám
Elsősegélycsomag	2000,- Ft/db	25
Rohamkocsi + orvos + mentőgépkocsi vezető + mentőápoló	9000,- Ft/óra	1
Esetkocsi + mentőtiszt + mentőgépkocsi vezető + mentőápoló	7500,- Ft/óra	1
Mentőautó + orvos + mentőgépkocsi vezető + mentőápoló	8000,- Ft/óra	1

Forrás: Saját készítés kutatás alapján, 2012

5.5.1.11. Mobil faház installációk és sörpadok

A fesztivál helyszínén célunk lenne egy „Eszem-izom, dínom-dánom” falucska kialakítása, ahol többféle programok kapnának teret. A falu kialakítására egységes megjelenést szeretnénk biztosítani. Ennek megvalósítása érdekében esett a választásunk a P and L Event Kft.-re, mint a mobil faház installációk beszállítójára. A cég 2007-ben alakult és azóta minden évben jelen vannak neves rendezvényeken, fesztiválokon, belföldön és külföldön egyaránt. Óriási tapasztalattal rendelkeznek, mivel a vállalat megalakulása előtt kereskedőként járták Magyarországot. Hatalmas előny, hogy az ország egyik legnagyobb egységes megjelenésű faház kapacitással rendelkezik. A rendezvény ideje alatt felügyeletet vállalnak a kellékek felett és esetleges meghibásodás esetén azonnal javítják vagy cserélik azokat.

23. táblázat: Faházak árjegyzéke

Termék megnevezése	Termék bérlésének ára	Szükséges darabszám
Nyeregteretős faház	15.000,- Ft/nap	50
Lapos tetős faház	10.000,- Ft/nap	50
Sörpad	800,- Ft/nap	200
Könyöklő asztal	1000,- Ft/nap	100
Parti Sátor	7000,- Ft/nap	4
Hulladékgyűjtő	100,- Ft/nap	200

Forrás: Saját készítés kutatás alapján, 2012

5.5.1.12. Mobilkerítés, kordon, irodakonténer, öltözőkonténer, őrkonténer és áramfejlesztő

Egy fesztivál során sok olyan eszközre van szükség, amelyet be kell szereznünk a biztonság és minőség fenntartása érdekében. Ezeket a szolgáltatásokat, eszközöket a Container Market Kft.-től szereznénk be. A vállalat egész Magyarország területét lefedi. A cég előnye, hogy nem csak bérbe adja a különféle eszközöket, de az összeszereléssel és kiszállítással is ők foglalkoznak. Időtakarékosak, hiszen a szerelő csapatra nem kell várni, nincs feleslegesen kiesett idő, mert összehangoltan dolgoznak. Legfőbb előnyük, hogy kiszámíthatóak, mert komplexen szolgálják ki az őket igénybe vevőket. Minden egyes megbízást a megrendeléstől az áru kiszállításáig a legnagyobb körültekintéssel bonyolítanak le. Kiemelkedő odafigyelést garantálnak minden ügyfelük számára.

- **Huzalkerítés:** Mivel a rendezvényen való részvétel belépőjegyhez kötött, ezért a fesztivált körbe kell keríteni. Erre a legmegfelelőbb egy mobil huzalkerítés rendszer alkalmazása lenne, ami 2 méter magas, így megakadályozza az illetéktelen személyek bejutását.
- **Kordon:** A VIP részlegeket mobil kordonnal különítenénk el. Ez a szerkezet gyorsan telepíthető és hatékony térelválasztó rendszer, amely könnyen kezelhetőek.
- **Áramfejlesztő:** Egy ilyen fajta rendezvény sok energiafogyasztással jár, ezért áramfejlesztő berendezésekre is szükségünk van. Ezek a berendezések világítás, elektromos készülékek, nagyobb teljesítményű szerszámok működtetésére is alkalmasak. Mobilis, gyors telepíthetőségük, zajszigetelt burkolatuk révén szabadtéri tömegrendezvények energia igényei profi kielégítéséhez a legjobb megoldás. Az áramfejlesztők a német Deutz gyár legkorszerűbb víz-hűtéses motorjaival vannak felszerelve. Ezek a motorok megfelelnek a legszigorúbb európai környezetvédelmi előírásoknak, üzemeltetésük igen gazdaságos.
- **Konténerek:** Továbbá különféle konténerekre is igényt tartanánk. Ezek a konténerek könnyűszerkezetes épületek, felhasználhatóságuk széleskörű, kiszállításuk és üzembehelyezésük gyors. Elengedhetetlen lenne őrkonténerek beszerzése, melyet a biztonsági szolgálat munkatársai használhatnának. A rendezvényen fellépő művészeknek is igyekeznénk a legtöbbet nyújtani. Nekik öltözőkonténerekkel biztosítanánk a fellépés előtti relaxációt, nyugalmat, pihenést. Ezen kívül néhány irodakonténerre is szükségünk lenne, ahol a belépőjegyek helyszíni értékesítése történne és az információnyújtás

24. táblázat: Szükséges kellékek

Termék megnevezése	Termék bérletének ára	Szükséges darabszám
Mobil huzalkerítés	1.500,- Ft/m/nap	Helyszíntől függő
Mobil kordon	1.000,- Ft/m/nap	Helyszíntől függő
Áramfejlesztő berendezés	50. 000,- Ft/nap + 5. 500,- /üzemóra	15

Termék megnevezése	Termék bérletének ára	Szükséges darabszám
Őrkonténer	900,- Ft + ÁFA/nap	2
Öltözőkonténer	1000,- Ft + ÁFA/nap	8
Irodakonténer	800,- Ft + ÁFA/nap	11

Forrás: Saját készítés kutatás alapján, 2012

5.5.1.13. Fesztiválkártya

A Fesztiválkártyát a Metapay Kft. által szerezzük be. A kártyák elektronikus vásárlási utalványokat testesítenek meg, azok felhasználását teszik lehetővé.

Minden látogató a belépéskor igényelheti a Fesztiválkártyát, melynek egyszeri díja 500,- Ft. A kártyát a helyszínen elhelyezett Feltöltő pontokon lehet készpénzzel (Forinttal), vagy bankkártyával feltölteni, tetszés szerinti összeggel, de egyszerre legfeljebb 240.000 Ft-tal. A kártya egyenlege a rendezvény ideje alatt bármikor újra feltölthető. A kártya egyenlege lekérdezhető minden kártyaolvasó terminálon, a kártyaolvasóhoz való érintésével, illetve a Fesztiválkártya Feltöltő pontokon.

A Fesztiválkártya díja a fesztivál lebonyolítása után kerül meghatározásra különböző tényezők alapján, mint eladott darabszám, feltöltött összeg, kár esetén új kártyaigénylés. A kártyaolvasó terminálokat a Metapay díjmentesen biztosítja számunkra, kár fellépése esetén számolnak fel díjat, ugyanígy járnak el a Feltöltő pontokkal is.

5.6. PIACBEFOLYÁSOLÁS

5.6.1. A fesztivál arculati elemei

A fesztivál arculati elemei, hangsúlyosan a hivatalos nyomtatott anyagokon (programfüzetek, broszúrák, szórólapok) jelennek meg. A fesztivál rendelkezik saját arculati elemekkel, pl.: betűtípus, logó, háttérkép, szlogen. Vannak olyan elemek, amelyek más szervezetekhez tartoznak, használatukra azonban jogosult a fesztivál (például Hungarikum Club logója).

A fesztivál megnevezése

A fesztivál a Hacacaré Fesztivál elnevezést kapta. A hacacaré szó jelentése zajos multság; jókedvű italos, táncos szórakozás. Ezen felül a hacacaré a hacaca szóból ered, aminek jelentése kacagás, hangutánzó. A fesztivál nevében is tartalmazza azokat az értékeket, amelyek fel-sorakoztattunk a fesztivál profiljánál. Mivel a szó is multságot, nevetést és szórakozást jelent, azért gondoltuk, hogy ez lenne a legmegfelelőbb a fesztivál elnevezésére.

A fesztivál logója

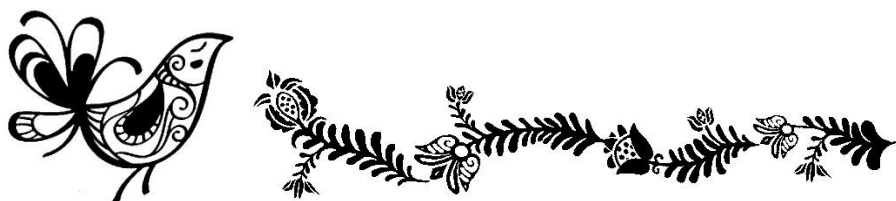


A logó elsődleges célja a megkülönböztetés. Egy fesztivál esetében fontos, hogy jól megjegyezhető, felismerhető és egyedi logóval rendelkezzen, melyre ha ránéznek az emberek egyből tudják, hogy miről is van szó. Esetünkben a fesztivál logója maga a fesztivál neve. A Hacacaré Fesztivál logóját elmaradhatatlan alkalmazni a promóciós tárgyakon, a különféle kommunikációs eszközökön.

A fesztivál színei

A színeknek fontos szerepük van egy fesztivál arculatának kialakításánál. Fontos, hogy jó színeket, színekombinációkat válasszunk, ennek segítségével is hatást gyakorolhatunk az emberekre. A Hacacaré Fesztivál arculati elemeiben a vörös szín két árnyalata, a bordó és a korall dominál. A vörös szín sötétebb árnyalata, azaz a bordó, melegséget sugall. A szín jelentése: életerő, elegancia, kifinomult, értékes, kreatív, dinamikus, aktív, bizalom, kezdet, születés. A korall szín szimbolikus jelentése: empátia, jó viszony kialakítása. A színek jelentésükben is hordozzák a fesztivál értékeit és fő motívumait.

A fesztivál egyéb arculati elemei (madár, virágminta)



Az egyéb arculati elemekkel, mint a virágminta és a madár találkozhatunk a fesztivál online megjelenési formáin, valamint a szórólapokon, plakátokon és a programfüzeteken.

A virágmintával a magyar tradicionális, hagyományápoló tradicionális kézművesség előtt szeretnénk tisztelegni, mint a híres kalocsai minta vagy a matyó hímzés. A virág elsősorban az életerőnek, az ifúságnak a szimbóluma. A madár motívum a népművészetben Európa-szerte elterjedt motívum. Hazánkban is minden díszítő műfajban megtalálható, az állatábrázolások közt a legáltalánosabb, a szabadság szimbóluma.

A fesztivál szlogenje

A szlogen szó magyar jelentése: jelszó. A reklám-szakirodalom szerint: „A szlogen szó a kelta nyelvből eredeztethető, jelentése: pusztába kiáltott szó.”

Ahogy a termékekénél, a szolgáltatásoknál, így a fesztiváloknál is igazi kincs a jó szlogen. A szlogen szorosan kötődik a márkanévhez, és a márkakommunikáció lényeges eleme. Mivel a szlogen is egy marketingkommunikációs eszköz, ezért elsődleges feladata, hogy az adott termék/szolgáltatás eladását segítse. Tehát a jó szlogennek hatékonynak kell lennie. A fesztivál esetében egy jól irányzott szlogen hatékonyabb és sikeresebb marketingkommunikációs kampányt biztosít, segít elhelyezni a fesztivált a célcsoportok fejében. A szlogent bármilyen marketingkommunikációs eszközön alkalmazni lehet.

Egy szlogen legyen: (1) egyszerű, (2) tömör, (3) ritmusos, (4) könnyen megjegyezhető, (5) asszociációs köre tág, (6) egyértelmű üzenetet hordoz.

A Hacacaré fesztivál szlogenje:

„Három a magyar igazság, negyedik a ráadás.”

Az ismert magyar mondást célszerű alkalmazni a fesztivál szlogenjeként. Egyszerre utal arra, hogy az egész fesztivál a magyarság köré összpontosul és arra is, hogy a fesztivál egy négy napos rendezvény (3+1). Érdekességgént meg kell említenünk, hogy a választott szólásnak az eredete nem tisztázott. Vannak, akik úgy gondolják, hogy Hunyadi László lefejezésével van kapcsolatban, mások szerint az egész a magyar egy-háromság gondolatával a magyar világ-szemlélet alapjával áll összefüggésben (piros-fehér-zöld).

5.6.2. Piacbefolyásolási kampány kidolgozása

A piacbefolyásolás lényege, hogy az embereket ösztönözze a fesztiválon való részvételre. A piacbefolyásolást kétfajta eszköz csoporttal érhetjük el, az egyik az ATL eszközök (Above The Line – vonal feletti), a másik a BTL eszközök (Below The Line – vonal alatti). Ezek az eszközcsoportok tartalmazzák azokat a reklámokat, ösztönzéseket, amelyekkel még több látogatót tudunk a fesztiválra csalogatni. Fontos a reklámok üzenete, és hogy hogyan jut el az üzenet a leendő résztvevőkhöz. Elsősorban kell egyfajta figyelemfelkeltés, amit a reklámokkal érhetünk el. Ezután jön a vágykeltés, ösztönzés a fesztiválon való részvételre. A továbbiakban részletesen bemutatjuk az egyes piacbefolyásolási eszközöket.

Reklámkampány tervezés

A Hacacaré Fesztivál reklámkampányának tervezési szempontjai:

- az eszközök optimális kiválasztás és súlyozás

- a költséghatékonyság és a pénzügyi források szűkössége
- az effektivitás

Célok meghatározása

Elsődleges célunk az lenne, hogy a fesztivált bevezessük az emberek köztudatába, minél több emberhez jusson el az üzenet. Továbbá fontos lenne a célcsoportok érdeklődésének felkeltése, hogy érdeklődőek legyenek az újfajta fesztivállal kapcsolatban, kíváncsian várják az újabb információkat a rendezvényről. Végezetül, pedig azt kell elérnünk, hogy a célcsoportok tagjai a fesztivál részesei akarjanak lenni, tehát, hogy részt akarjanak venni a rendezvényen.

A reklám üzenetének megfogalmazása: Ez egy minőségi és jó hangulatú fesztivál, amelyen szívesen részt veszek, ahol változatos programok és színes fellépő lista a várja vendégeket.

A Hacacaré fesztivál médiatámogatóinak listája

- Est.hu
- Hirado.hu: M1, M2, Duna, Duna World, Bartók Rádió, Petőfi Rádió, Kossuth, Rádió, MTI
- TV2: SuperTV2, Fem3, Pro4

A médiatámogatás lényege legtöbb esetben, hogy a rendezvények médiafelületeket kérnek, és cserében média-megjelenéseket kapnak a médiatulajdonos viszonzásául. Fontos, hogy a médiatámogatók márkanévét fel kell tüntetni. A támogatás mértékét minden esetben egyedi elbírálás alapján dönti el minden vállalat, szervezet. A médiatámogatásért cserébe a médiatámogató lógójának megjelenítését kéri a rendezvény weboldalán, nyomtatott kiadványaiban, illetve a helyszínre kihelyezett molinóval.

5.6.2.1. ATL eszközök

Az ATL eszközök marketinges könyvelési tételként jelentek meg a vonal felett. Az ATL reklámhordozókat sokszor klasszikusoknak nevezzük. Ezek az eszközök, az úgymond alap reklámok, amelyeket elsősorban használunk egy kampányban. A legnépszerűbb reklámkampányok sikeressége a jó videóknak és sajtónak köszönhető.

Televízió

A televízióban való reklámozás céljából a Hacacaré Fesztivál a médiatámogatóként fellépő Hirado.hu (M1, M2, Duna, Duna World) és a TV2 (TV2, SuperTV2, Fem3, Pro4) használná. A kereskedelmi adó mindenképpen az egyik legfontosabb médium. A TV2 közvetíthetne élő adásnak a rendezvényről, így a program azokhoz is eljuthatnának, akik nem tudnának részt venni a fesztiválon. A TV-ben való megjelenések a fesztivál előtt főleg magát a rendezvényt népszerűsítik, a fesztivál ideje alatt, pedig főleg a szponzorok szempontjából fontos. A fesztivál

vál népszerűsítésére több hirdetési mód állna rendelkezésre: reklámfilm, képújság, információs sáv, PR-megjelenések.

Fontos megtervezni és létrehozni egy ütős reklámfilmet a fesztivál számára. Ezt a reklámfilmet a médiatámogatók televíziós csatornáin sugároznánk. Főleg a délutáni órákban lesz látható a reklámfilm, mivel ilyenkor a munkából hazatérő emberek közös tévézésbe kezdenek. A hirdetések megjelenése térítésmentes lesz a kölcsönösség elvén alapulva.

Mi egy rövid, lényegre törő és hatásos reklámfilmre gondoltunk. Lényege, hogy a film alatt egy ember szívdobogása hallatszana, ami alatt felvillódná néhány kép – a fesztivál logója, megnevezése, kép a helyszínről, fellépőkről, programokról. A reklámfilm szövege:

*„Ilyenben még biztosan nem volt részed...– Három a magyar igazság, negyedik a ráadás...
LÉGY RÉSZESE! - Hacacaré fesztivál, 2013. július 18-21, (Kecskemét). További információ a fesztiválról, fellépőkről és a jegyvásárlásról a www.hacacare.hu weboldalon, illetve a fesztivál hivatalos Facebook oldalán.”*



Rádió

A televíziós reklámfilm mellett fontosnak tartjuk, hogy néhány rádióadó is sugározza a fesztivál hírért. Erre egy hanganyagot készítenénk, melynek fő tartalmi elemei a fesztivál neve, helyszíne, időpontja és a weboldal címe lenne. Valamint a rádiókban elhangzott nyereményjátékok díjaként néhány heti illetve napi belépőt sorsolnának ki. Ennél a reklámeszköznél is a médiatámogatók kapnák a fő szerepet, még pedig a Kossuth Rádió, Bartók Rádió és Petőfi Rádió. A hanganyag szövege a következőket tartalmazná:

*„Ilyenben még biztosan nem volt részed...– Három a magyar igazság, negyedik a ráadás...
LÉGY RÉSZESE! - Hacacaré fesztivál, 2013. július 18-21, (Kecskemét). További információ a fesztiválról, fellépőkről és a jegyvásárlásról a www.hacacare.hu weboldalon, illetve a fesztivál hivatalos Facebook oldalán.”*



Nyomtatott sajtó

Az egyes újságokban való szereplés is roppant fontos a fesztivál ismertségének tekintetében. Ennél a fajta reklámnál az Est Lapok Kft. médiapartnerünk lesz segítségünkre. Átala az összes ún. Est újságba belekerülne a fesztivál (GyőriEst, PestiEst, VeszprémEst, stb.). Ezen kívül célszerű lenne a Metropol napilapban is megjeleníteni egy nagyobb hirdetéssel.



Kültéri reklámhordozók

- **Molinó:** A molinókat mindenképpen olyan helyekre a legcélszerűbb kihelyezni, ahol a legtöbb embert érne el. Leghatásosabb lenne olyan helyre, ahol a legnagyobb az elérés, amely a legkoncentráltabb, a csomópontokra, például főút fölé két villanypózna közé. A kimenő/bejövő forgalom szempontjából jó lenne, ráadásul a gépjárművekből is olvasható lenne a hirdetés. A molinót (16. melléklet) beltéren is lehetne alkalmazni, a fesztivál helyszínén, például a belépő kapunál.
- **Óriásplakátok:** A plakátok nyomtatása szintén a Ritter Nyomdán keresztül zajlana. Az óriásplakátok terve a 17. mellékletben található. Az óriásplakátokat szerte az országban főutak, autópályák mentén, illetve nagyobb városok főterein helyeznénk el.

5.6.2.2. BTL eszközök

A BTL eszközök minden egyéb kommunikációt jelentenek a vonal alatt. A BTL eszközöket nem hagyományosaknak nevezzük. A BTL eszközök segítségével még színesebbé tehetjük a fesztivál reklámüzenetét. A nem hagyományos eszközök célja a vásárlásösztönzés, inspirálás, megismertetés és tájékoztatás.

Nyomtatványok

A videó- és hanganyag mellett elkerülhetetlen poszterek és szórólapok elhelyezése különböző pontokon. Elsőként a reklámfilmhez kapcsolódó plakátokat készítenénk, amelyek főbb városi csomópontokon helyeznénk el. Ezután szórólapokat osztogatnánk a városokban. Itt a plakát és a szórólap egy témára épül. Különbség az lesz köztük, hogy mivel a plakát nagyobb, ezért több információ és illusztráció elfér rajta. Míg a szórólap kisebb, ezért ezen csak a fő monda-

nivaló szerepel. Az arculati elemek tudatos alkalmazása ennél a formátumnál a legfontosabb. A nyomdai munkákat a Ritter Nyomdával végeztetnénk.

A Hacacaré fesztivál marketingkommunikációs kampányának nyomtatványai:

- *Szórólapok:* A szórólap el van látva a Hacacaré Fesztivál arculati elemeivel, illetve a fő támogató logója is szerepel rajta (18. melléklet). A hátoldalon, pedig a programok közül szerepelne néhány. A szórólapot jóval a fesztivál előtt, már a tavasz végén, nyár elején küldénénk ki, és diákszövetkezetek által lennének kiosztva a nagyobb városokban. A szórólap paraméterei: A/5 (kétoldalas színes és fekete-fehér)
- *Programfüzet:* A füzet előlapján (19. melléklet) fel lenne tüntetve a fesztivál összes arculati eleme: háttér, logó, stb. Valamint el lenne látva a fő támogató logójával és a rendezvény időpontjával. A füzet hátlapján, pedig a támogatók, szponzorok logói foglalnának helyet. Illetve itt szerepelne még a fesztivál hivatalos weboldalának URL-je és Facebook elérhetősége is. *A programfüzet az alábbiakat tartalmazná:* (a) köszöntő, (b) rövid leírás a programokról, (c) a programok időbeli és színpadbeli pontos beosztása, (d) személyes ajánlat, (e) a rendezvény térképe, (f) szponzorok logója, (g) kiemelt programajánlatok.

Vásárlásösztönzés

A fent említett video-, hang- és nyomtatott reklámanyagokat egyéb vásárlásösztönző elemekkel tesszük még színesebbé és vonzóbbá. Ilyen vásárlásösztönző elemek a különböző kuponok, kedvezmények, nyereményjátékok. Kitaláltunk olyan akciókat a résztvevők számára, amelyekkel növelni tudnánk a látogatottságot és a fesztivál hírnevét.

- *Kuponok:* A fesztivál belépőjegyét elővételben is meg lehet majd vásárolni. Itt bevezetünk egy kuponos akciót, melynek a lényege a következő: Az elővétel során lesz 2 hét, amikor a heti belépőjegy megrendelése esetén, a vásárló egy 1000 Ft-os kuponnal lesz gazdagabb, amelyet a kijelölt helyeken tud beváltani ételre vagy italra.
- *Kedvezmények:* A jegyárak kialakításánál lesznek különböző kedvezmények. Belépőjegy kedvezmények a családi jegy, a 13 éven aluliaknak ingyenes belépés és diákkedvezmény.
- *Nyereményjáték:* A fesztivál programjai között számos verseny és nyereményjátékra lesz lehetősége a résztvevőknek. Ezeken a programokon Hacacaré Fesztiválos ajándécsomagot nyerhetnek, bor szettet, boros illetve pálinkás poharat és egyéb érdekes ajándékokat.

Online kommunikáció

A fesztiválok esetében az online megjelenés elsősorban honlap formájában nyilvánul meg. Az országos, regionális eseményeknél display hirdetéseket, azaz bannereket alkalmaznak általában a szervezők.

- A Hacacaré fesztivál saját honlapja – www.hacacare.hu

Online felületen a fesztiválok elsőszámú kommunikációs csatornája a saját honlap (20. melléklet). A mai világban a színvonalas online jelenlét elmaradhatatlan. Elsődleges feladatuk, hogy felhívja a figyelmet a legfontosabb résztvevőkre, illetve a fesztivál főbb előadóira és eseményeire. Elvárás, hogy a weboldal könnyen elérhető, kezelhetőek legyenek. További érv, hogy manapság ez a marketingkommunikációs eszköz a legolcsóbb tartalomszolgáltatás céljából. A legfontosabb szempont, hogy a weboldal hirdetési felületként is használható mind a szponzorok, támogatók és a médiatámogatók esetében is. Továbbá fontos lenne oldal látogatottságát mérő számláló elhelyezése a weboldalon, mely segítségével látható lenne mennyire népszerű a weboldal és hányan látogassák azt.

A látogatók egy könnyű kezelőfelülethez jutnak, ahol mindent egy helyen megtalálják.

A weboldal dizájnya: A fesztivál oldalának is a népművészeti sokszínűséget, hangulatot kéne tükröznie képi világában. Mindezt egy egyszerű letisztult kezelőfelülettel kellene ötvözni. A grafikai tervezés képzett web-designerek feladata lenne. Az oldal külsőjének tükröznie kellene a fesztivál arculati elemeit is, a logónak, szlogennek mind-mind szerepelnie kellene.

A weboldal struktúrája: A weboldal kialakításánál törekedni kell arra, hogy minden korosztály számára könnyen kezelhető legyen a felület. A legmegfelelőbb egy horizontális elhelyezkedésű menüsor lenne, további legördülő alpontokkal, így témakörökre lehetne bontani a tartalmakat (napok szerinti programok, színpadok szerinti programok) Egyszerűbb áttekintést is biztosít, mint a vertikális struktúra.

A felső menüsor felépítése:

FESTIVÁL – alpontok: köszöntő; a fesztivál bemutatása, helyszíne; támogatók

INFO – alpontok: jegy, fesztiválkártya, házirend és ÁSZF, FAQ, térkép, megközelítés

PROGRAM – alpontok: a program napi bontásban, a program helyszíne szerinti bontásban

FELLÉPŐK – alpontok: fellépő együttesek, néptáncosok, népzenezők

GALÉRIA – alpontok: képek, videók

SAJTÓ – alpontok: sajtóakkreditáció, sajtóinformáció, sajtófotók

Az alsó menüsor felépítése:

IMPRESSZUM

KAPCSOLAT – elérhetőségek, cím, telefonszám, e-mail cím

A horizontális struktúra mellett bal oldalt vertikálisan különböző dobozokat helyeznénk el, ahol az aktuális tartalmakat lehetne megjeleníteni (friss képek, cikkek, hírek). Ezen felül még elérhető a jegyvásárlás és szállásinfo menüpont is az oldal bal felén.

A jobb oldali sáv reklámfelületként funkcionálhatna display hirdetések számára.

A weboldal tartalma: A tartalmat lényegre törően, érdekesen fogalmazzuk meg. Feltüntetjük a programfüzetben is megtalálható köszöntőt. Fontos az is, hogy a rendezvényen szereplő együttesekről minél több információt közöljünk a weboldalon. Képekkel, videókkal illusztráljuk a fellépőket, továbbá a honlapjukat is feltüntetjük. Egy hivatalos weboldal továbbá azért is fontos, mivel az érdeklődők minden szükséges információt egy helyről elérhetnek. Fórumot szerintünk nem szükséges létrehozni, mert az ilyen jellegű véleménynyilvánításra a fesztivál hivatalos Facebook oldala és csoportja tökéletesen megfelel, sőt szerintünk hatásosabb is. A honlap összeköttetésben állna egyéb online felületekkel, mint a Hacacaré fesztivál hivatalos Facebook oldala és Facebook csoportja. Az oldalon elhelyezésre kerül egy „Like” gomb, amely egy fontos mérési módszer az oldal látogatottságának felmérésére.

A kezdőoldal: A kezdőoldal a weboldal legfontosabb része. Itt dől el egy honlap sorsa, hogy tetszik-e a látogatóknak, tud-e tájékozódni rajta. Lényeges, hogy mindig a legaktuálisabb információ szerepeljenek rajta, és jól észrevehető legyen.

- Egyéb online megjelenések

Itt szintén a médiapartnerként megnevezett weboldalakat használnánk, mint az Index.hu, PORT.hu, Origo.hu, Est.hu, Hirado.hu, melyeken elhelyeznénk a Hacacaré fesztivál bannerét (16. melléklet). Ha a látogató rákattint a bannerre, az rögtön a hivatalos weboldala irányítaná. A hírportálokat, mint az index.hu és az origo.hu, azért választanánk, mert óriási olvasótáborral rendelkeznek. Az est.hu és a port.hu oldalakat is szintén sok ember látogatja nap, mint nap, ezért célszerű lenne a weboldalakon fesztivál bannereket elhelyezni.

Social Media

A Social Media olyan marketingeszköz, amely versenyelőnyt teremt az adott termék, márka számára. Az Social Media, avagy közösségi média eszközei (21. melléklet):

- a közösségi portálok (pl.: Iwiw, Facebook, Myvip, Twitter, Myspace, Google+)
- a videó-megosztó portálok (pl.: Youtube, Indavideó, Videá)
- blogok.

A fesztivál szempontjából a közösségi média által kínált lehetőségek megfelelő felületei a hatékony kommunikációnak, mivel egy fesztivál, mint a Hacacaré fesztivál is, egy közösségi esemény. Ezeken a közösségi portálokon keresztül, azok is követhetnék a fesztivál eseményeit, akik nem tudnak részt venni rajta, de érdeklődnek.

- Facebook – www.facebook.com/hacacare.fesztival

Véleményünk szerint nélkülözhetetlen a fesztiválnak egy saját Facebook oldal létrehozása. Elsődleges cél, hogy minél többen „lájkolják” az oldalt. A Facebook előnye, hogy gyors és könnyen kezelhető felülettel rendelkezik.

Az oldalon nem lesz tartalommegkötés, bárki bármit megoszthat, feltölthet, így rövid időn belül nagy adatbázisra lehet szert tenni az oldal segítségével. Nem az oldalra illő tartalmak azonnal levételre kerülnek, például szexuális jellegű videók, rasszista megnyilvánulások, vírust tartalmazó videók és egyéb sértő és illegális elemeket rejtő posztok.

A fesztivál hivatalos Facebook oldalát népszerűsítését segítené a „page suggestion” (oldalajánlás), megosztás lehetősége is. A fesztivál előtt a fesztiválról elérhető lenne számos információ a jegyekről, programokról; beharangozó videók a fellépőkről.

A fesztivál ideje alatt folyamatosan feltöltésre kerülnének az egyes programokról, versenyekről készült videók és fényképek. A támogatók által adott termékeket is bemutatnánk és reklámoznánk az oldalon.

A fesztivál után természetesen felkerülne az összes képi és video anyag, továbbá a fesztiválról megjelent sajtóanyagok is. A nyertesek teljes névsorát és elnyert ajándékokat feltüntetjük az oldalon. Kérdéseket tennénk fel, például *Ugye mindenki jól érezte magát a mai disznótoron?*, és ide véleményeket várunk.

- **Youtube** - www.youtube.com/user/hacacarefesztival

A Youtube a világ legnépszerűbb videó-megosztó portálja. Nem csak videók megtekintésére alkalmas, hanem bárki feltöltheti saját videóit térítésmentesen. Saját csatornát hoznánk létre, melynek dizájnja megegyezni a Hacacaré fesztivál hivatalos weboldalának arculati elemeivel. Az oldalon az összes fesztivállal kapcsolatos videót meg lehet tekinteni és kommentálni.

Eladáshelyi hirdetések

Reklámok közül is leginkább a POS (Point of Sales - eladáshelyi reklámok), valamint a POP (Point of Purchase - vásárláshelyi reklám) eszközök az elterjedtek. Ezeknek az eszközöknek a funkciója a figyelemfelkeltés, informálás, meggyőzés, emlékeztetés, megerősítés, hangulatteremtés és vásárlásra késztetés. Leginkább a jegyértékesítő irodákban van szerepük a POP és POS elemeknek, valamint a fesztivál helyszínén. A jegyirodákban a pénztárnál van az értékesítés, tehát oda tennénk figyelemfelkeltő elemeket. Gondoltunk itt pultra ragasztásra, egy vitrinre a pult mellett, ami szemmagasságban található és különböző belépőjegyek vannak benne a fesztiválra, valamint PR tárgyak. Így a jegyvásárlás mellett már rögtön magának tudhat egy póló, sapkát vagy akár bögrét a fesztivál előtt. Mindenképp csináltatnánk a jegyértékesítő irodák padlójára matricákat virágmintával, amik a vitrinhez vezetnek el az oda belépőt.

Ezen kívül pár irodába elhelyeznénk LCD monitorokat, ahol a fesztiválról láthatnának látványterveket (térkép, PR tárgyak), az fesztiválon fellépőkről képeket és a fesztivál fontosabb információit (időpont, helyszín, elérhetőség).

Direkt Marketing

A direkt marketing fontos eleme egy reklámkampánynak. Segítségével új kapcsolatokat, vásárlói hűséget tudunk kialakítani, eladásokat növelni. Ennél az eszköznél az információ és adatgyűjtés a cél, valamint az információnyújtás direkt módon.

- *Visszaküldős szórólap*: A fesztivál előtt osztogatnánk szórólapokat, de nem simán a fesztiválról nyújtanának információt, hanem egyfajta visszaküldhető szelvényt készítenénk. Lényege, hogy a beküldők között kisorsolnánk napi-, illetve hetijegyeket. Ezzel a visszaküldős szórólappal nagyon sok adatot gyűjthetünk össze (név, email-cím, lakcím). Ezeket a későbbiek folyamán felhasználhatjuk további információközlés céljából. A szórólapokat egyrészt az utcákon osztogatnánk, másrészt pedig a Magyar Posta közreműködésével juttatnánk el minden háztartásba (18. melléklet).
- *Reklámhirdetés újságba beküldő szelvénnel*: A szórólap mellett kérnénk egy-két újságban egy oldalas hirdetési megjelenést (22. melléklet). Az oldal $\frac{3}{4}$ részében a fesztivál plakátja látható, az maradék részen, ami az alsó sáv lesz, pedig egy beküldő szelvény lesz. Ez is hasonlóan működne, mint a szórólapos visszaküldős szelvény, azonban itt a beküldők között fesztiválos ajándéktárgyakat sorsolunk ki. A hirdetés megjelenési ideje is a fesztivált követő időszakban lesz. Ezzel a módszerrel egyszerre kedveskedünk az embereknek és gyűjtünk be adatokat. Így még több embert el tudunk érni.
- *Direkt Mail*: Ha már rendelkezünk megfelelő adatbázissal, a legjobb formája az információközlésnek az direkt email. Ezen keresztül az összes fesztiválon résztvevő, fesztiválról halló emberrel közölni tudjuk a legfontosabb információkat a rendezvény előtt, alatt és után. Továbbá különböző ajánlásokat is küldhetünk ki nekik fellépőkről, szolgáltatásokról (ami a fesztiválon lesz elérhető). Természetesen az emailek küldése sem lehet indiszkrét és sűrűn megismételt, nehogy az embereket zavarja, vagy megunják azt.

Gerilla Marketing

A gerilla marketing lényege a figyelemfelkeltés és érdeklődéskeltés, olyan eszközökkel, amelyek nem hétköznapi módon jelennek meg a reklámparban. Ide soroljuk a fal- és aszfaltfestéseket, a városi, illetve falusi megmozdulásokat, és egyéb olyan eszközöket, melyekkel el tudjuk érni a fesztivál sikerességét. Mi a következő gerilla marketing eszközöket használnánk a fesztivál népszerűsítése érdekében:

- Csomópontszerű városi tereken néptáncosok a fesztivál hivatalos zenéjére táncolnának, így népszerűsítve a Hacacaré Fesztivált. Ennek a lényege, hogy pár utcai ruhába öltözött táncos elkezd táncolni, majd folyamatosan csatlakoznak a körülöttük állók. Ennek a fajta táncnak Flashmob a neve, és bevált reklám más fesztiválokra is. Mi úgy gondoltuk, hogy a fesztivál előtt pár városban megszerveznénk egy ilyen, azokkal a néptánc csoportokkal, akik a fesztiválon is szerepelnek majd. Nekünk jó, mert népszerűsítik a fesztivált alacsony költségek mellett, és a néptánc csoportoknak is hasznos, mivel megismerik őket is. A tánc végén elhangzana, hogy: Hacacaré Fesztivál. Légy részese Te is!
- Falfestések, a fesztivál fő motívumainak ábrázolásával, és pár információval az időpontról, a helyszínről és elérhetőségekről (23. melléklet). Itt természetesen lemosható festékekkel dolgoznánk, továbbá a befestett felületeket a fesztivál után letisztítanánk. Olyan felületekre gondoltunk, mint metróaluljáró, autópálya melletti betonkerítés, épületek oldala.
- Busz, vonat és villamos oldalán reklámfelület (23. melléklet), nem hagyományos szögletes keretes reklám lenne. Figyelemfelkeltés céljából néhány tömegközlekedési eszközt teljesen befesténénk a fesztivál dizájnjával.

Személyes eladás

Esetünkben a személyes eladás maga a helyszíni jegyértékesítés lesz. A helyszínen vásárlók felé kedvességet, megértést és segítőkészséget kell sugározni, hogy az első benyomásuk pozitív legyen. Ennek érdekében a személyzet egyen pólót fog viselni. Minden látogató kap egy kis úti csomagot a fesztivál idejére, amely tartalmazza a következőket: programfüzet és szórólapok a támogatóktól. Ezzel kedveskednénk mindent látogatóknak, hogy érezzék, a fesztivál értük van és a magyarságért.

Fontos továbbá, hogy a személyzet (jegyértékesítők, információnyújtók) tisztában legyenek a fesztivállal kapcsolatos dolgokról, vagy a megfelelő személyhez küldjék a résztvevők probléma esetén. A személyzet azon része, ahol közvetve kerülnek kapcsolatba a látogatóval, elvárható a jó kommunikációs készség, az igényes megjelenés, a megértés, az udvariasság és természetesen az idegen nyelvi ismeret. Úgy gondoltuk, hogy mindenképp olyan személyeket alkalmaznánk az információs és jegyértékesítő pultban, akik rendelkeznek idegen nyelvi ismeretekkel (angol, német, szlovák, lengyel, cseh).

Public Relations

A Public Relations lényege: egy szervezet kommunikációjának megszervezése. Esetünkben a fesztivál és a látogatók, résztvevők közötti kapcsolatkiépítést segíti és ápolja. Nálunk a kétoldali kapcsolatépítés a cél. Ketté kell osztanunk a PR-t külső és belső kommunikációra. A belső kommunikáció során a fesztivál megrendezésén dolgozókat és a személyzetet inspirál-

jük és ösztönözzük a jó teljesítmény nyújtására. Ez által az alkalmazottak, segítők kifelé adott információja a fesztiválról pozitív visszhangot nyer. A külső kommunikációval az embereket inspiráljuk a fesztiválra látogatásra. Meg kell határoznunk, hogy mely sajtóban kívánunk szerepelni és azt milyen módon. A rádióadásban és televíziós reklámfilmekben elhangzott szövegnek érthetőnek kell lennie a közönség és hallgatóság számára. Ez fontos része a kommunikációnak. A PR legfőbb szerepe a fesztivál imázsának kialakítása és növelése. Ezt segítik a megfelelő sajtókapcsolatok, és a hatékony kommunikáció.

5.6.3. Kommunikációs terv

A kommunikációs terv tartalmazza azokat a kommunikációs elemeket, amelyeket a fesztivál előtt, alatt és után fogunk használni. Ezeknek a célja a fesztivál hirdetése, a közönség tudatába való beépítése, a folyamatos kapcsolattartás a médiákkal a fesztivál menetéről, valamint a fesztivál utáni hírek és vélemények közzététele a médiumokban. Bővebb kifejtése az előbb említetteknek a következő alpontokban kapott helyett.

Előkommunikáció

Az előkommunikáció célja a Hacacaré fesztivál fogalmának bevezetése a köztudatba. Egy önálló brand létrehozása, amely felkelti az emberek figyelmét. Valamint a fesztivállal kapcsolatos hírek, adatok tájékoztatása és egyes elemeinek megismertetése az emberekkel.

Eseményt beharangozó kampány

Ahhoz, hogy a fesztivál eljusson az emberek tudatába egy beharangozó reklámkampányt kell terveznünk és véghezvinnünk. Ezt a reklámkampányt már a fentiekben bővebben kifejtettük és bemutattunk. Az említett ATL és BTL eszközöket segítik a fesztivál arculati elemei, ami az 1. részben volt látható. A reklámokban, szórólapokon, plakátokon igyekszünk feltüntetni a fesztivál valamely ismertetőjét, legyen az a logó, felirat, szlogen, vagy akár csak az egyedi betűtípus és színkombináció.

Kommunikáció a rendezvény ideje alatt

A fesztivál alatt sem szabad megfeledkeznünk a kommunikációról. Erről gondoskodnak majd a folyamatos interjúk, sajtóközlemények, közösségi portálok, a nyereményjátékok és szóróanyagok. A különböző promóciós tárgyak is a fesztivál reklámozzák és csalogatják a látogatókat. Különböző véleményezési módszereket vetnénk be, amelyek mind a fesztivál minőségét és sikerességét fokozná, esetleg javítaná.

Utókommunikáció

Az utókommunikáció lényege, hogy a fesztivál ne menjen feledésbe a köztudatban, miután véget ér. A közösségi portálokat folyamatosan bővítenénk és frissítenénk az év folyamán, hogy a résztvevők tudják követni. Közzé tennénk a fesztivál eredményességét, látogatottságát. Folyamatosan töltenénk fel a véleményeket, interjúkat fellépőktől és résztvevőktől egyaránt.

5.7. KÖLTSÉGTERV

A fesztivál során felsorakozott költségek illetve bevételek összevetéséből derül ki a rendezvény nyeresége vagy vesztesége. Mivel ez egy hagyományörző fesztivál és legfőbb szempontunk a minőségesség elérése, ehhez mérten a kiadások sem lesznek alacsonyak.

Támogatók

A támogatók között igyekeztünk minden ágazatból felkérni képviselőket, hogy termékeikkel, szolgáltatásukkal, kapcsolataikkal, vagy akár a nevükkel járuljanak hozzá a Hacacaré fesztivál sikerességéhez. Tőlük számos támogatást kapunk, amit a rendezvény előtt, alatt és után is hasznosítunk. Itt gondolunk a reklámozásra, az egyes programokhoz szolgáltatott kellékekhez, vagy akár a lebonyolításra.

Bevételek és kiadások

Mint tudjuk egy fesztivál költségvetésében nagy tételek merülnek fel. A legnagyobb kiadásokat a beszállítók, a fellépők, illetve a reklámozás jelenti. Ezeket a tételeket fedeznünk kell más bevételi összegekből. A bevételi oldal nagyobb részét pályázatokból tervezzük kialakítani, továbbá az árusoktól beszámított bérleti díjból, és kisebb részt a belépőjegyek árából. A belépőjegyek áralkalításánál az arany középutat céloztuk meg, a meghatározott célközönséghez mérten, valamint a felkínált program színességéhez viszonyítva.

A költségterv bevételi és kiadási oldalának tételeit, és az összegzést a 24. melléklet tartalmazza részletesen. Itt alapos leírást kapnak a beszállítói költségek, a reklámköltségek, és egyéb felmerülő kiadások. A bevételi oldalon az általunk kialakított bérleti díjak láthatóak a táblázatban, továbbá az előzetesen meghatározott belépőjegyárak.

Vannak olyan tételek, amelyek nem tudtunk számszerűsíteni, így a táblázatban sem kaptak helyet. Itt gondolunk a fellépők, néptáncosok, egyéb bemutatók fizetségére, mivel ezen költségek meghatározása megegyezés alapján fog történni. A költségek pedig időponttól (fesztivál időpontja), időtartamtól (hány órás fellépés) és helyszíntől (kiszállási díj) függnének.

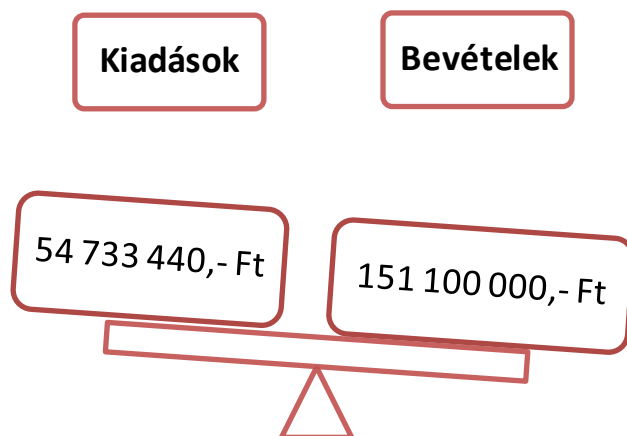
A költség táblázatba szintén nem kerülnek be ezek a tételek, mivel a fesztivál során végezendő munkákat részben diákokkal és részben önkéntesekkel tervezzük végeztetni. Természetesen

az önkéntesek valamilyenfajta fizetséget kapnak, de ezt inkább tárgybeli, mint pénzbeli formában kívánjuk nyújtani számukra. Diákokat a következő helyekre alkalmaznánk:

- jegypénztár
- információs pult
- ajándéktárgyakat árusító pult
- takarítás (színpad, sátor, konténer)

Az önkéntesek feladata a szemétszedés lenne a fesztivál ideje alatt. Számukra biztosítani tudunk a fesztivál ideje alatt szállást, étkeztetést, napi pár óra szabad foglalkozást, egy fesztivál ajándékcsomagot és két ingyenes bérletet a következő évi Hacacaré Fesztiválra.

Az olyan posztok betöltésére, mint rendfenntartás, csomagok ellenőrzése, illetéktelen személyek kikísérése és a karszalagok felhelyezésére az egyik beszállító által alkalmazunk embereket. Az ő bérkialakításuk szintén megegyezés alapján történik, ami függ az a fesztiválon eltöltött időtől, a felmerülő speciális esetektől és egyéb tényezőktől. Szintén beszállítói alkalmazottak figyelik a higiénikus eszközök tisztaságát és épségét, ennek a díját a táblázat tartalmazza.



24. ábra: A költségterv végső eredménye

Forrás: Saját készítés, 2012

A 24. ábrán látható, hogy a bevételek jóval felülkerekednek a kiadásokon. Ehhez még utólagosan hozzáadódnak a fellépők díjai, illetve az utólagos megegyezés alapján történő kifizetések (Fesztiválkártya, helységbiztosítás). Ezzel ellentétben a kialakult egyenleg teljesen pozitív véleményt alkot a fesztiválról, miszerint már az első alkalommal ekkora sikerességre és eredményességre tehetünk szert.

6. KÖVETKEZTETÉSEK, JAVASLATOK

A Hacacaré Fesztivál megtervezéséhez hasznosítani tudtuk az általunk elnyert tudást és mindezt alkalmaztuk a fesztivál tervének megírásában. A dolgozat végére teljesen kialakult az a kép, amelyet szerettünk volna elérni a fesztivállal. Ez nem más, mint a magyarságtudat fellelevenítése és hagyományok bemutatása.

Jelenleg a Magyarországon zajló hagyományörző fesztiválok régiókra összpontosítanak, falunap jellegűek és nem egy komoly szervezés eredményei, a fellépők sem nagyon ismertek és főleg csak az adott faluban, városban megrendezett lakosokhoz szólnak. Mi ezt szeretnénk fellendíteni, hogy egy egész Magyarországot átfogó fesztivál megszervezésére kerüljön sor.

Szerintünk versenyképes az ötletünk, vagyis egy olyan fesztivál létrehozása, mely az egész magyarsággal foglalkozik. Ez a fesztivál nemcsak az ún. hungarikumokat helyezi a középpontba, hanem minden olyan egyéb mást, legyen az zenekar, étel, vagy csak egy mese, amely 100 %-ban magyarnak mondható.

A beszállítói körök, és támogatói listák kialakítása során rádöbbenünk, hogy sokkal többet rejt a fesztivál, mint azt mi is gondoltuk. Számos egyéb lehetőség van, amit még hozzá lehetne tenni a fesztiválhoz. Ezek még színesebbé és érdekesebbé tennék a rendezvényt.

Ha sor kerülne a fesztivál megszervezésére mindenképp egy sokkal átfogóbb és részletesebb tervben kell meghatározni annak minden elemét, lépcsőjét.

7. ÖSSZEGZÉS

A dolgozat megírása alatt számtalan új tapasztalatot szereztünk több téren is, amelyeket bele tudtunk építeni a fesztivál tervébe folyamatosan.

Látunk lehetőséget a fesztiválban, és abban, hogy ha egyszer ténylegesen megrendezésre kerülne a Hacacaré Fesztivál, egy nagyon minőséges, magas színvonalú rendezvény lehetne, és komoly versenytársként bukkanna fel a Magyarországon megrendezett más hasonló stílusú fesztiválokkal szemben.

A Hacacaré Fesztivál teljes felépítését úgy terveztük meg, hogy a minőség és ne a profitszerzés álljon a középpontban. Szerintünk kellő ráfordítás nélkül lehetetlen egy minőséges, országos jelentőségű rendezvény megszervezése. Ez megmutatkozik az általunk összeállított költségtervben is.

Úgy érezzük, hogy a magyar embereknek szüksége lenne egy ilyen jellegű fesztiválra, amely arra ösztönözné őket, hogy újra rájöjjenek, megerősítést kapjanak a felől, hogy magyarnak lenni jó és büszkeséggel töltse el őket ez a tudat.

Végső soron reméljük, hogy elképzeléseink a jövőben megvalósulnak, és valami újat adhatunk az embereknek a Hacacaré Fesztivállal.

8. FELHASZNÁLT IRODALOM

Szakirodalom

1. BERNARD Brochand – JACQUES Lendrevie: A reklám alapkönyve. Budapest: KJK-KERSZÖV Jogi és Üzleti Kiadó Kft., 2004. p. 545
2. FAZEKAS Ildikó – HARSÁNYI Dániel: Marketingkommunikáció érthetően. Budapest: Szókratész Külgazdasági Akadémia Oktatási és Tanácsadói Kft., 2011
3. DR. JÓZSA László: Döntésorientált marketing. Budapest: Akadémia Kiadó, 2005
4. DR. JÓZSA László: Marketing. Veszprém: Veszprémi Egyetemi Kiadó, 2000. 27 – 47 p., 169 – 172 p.,
5. DR. JÓZSA László: Marketingstratégia. Budapest: Akadémia Kiadó, 2003. 41 – 79 p.
6. DR. HUSZKA Péter: Termék- és árpolitika. Győr: UNIVERSITAS-GYŐR Kht., 2011
7. DR. HUSZKA Péter: Előadásanyag – B2B Marketing, 2012
8. DR. SZENTE Béla: Termelés- és szolgáltatásmenedzsment. Győr: UNIVERSITAS-GYŐR Kht., 2003. 13 – 62 p.
9. J. WALKER Smith: Generációk, márkák, célcsoportok. Budapest: Geomédia Kiadó Bt., 1997
10. KENESI Zsófia – KOLOS Krisztina: Szolgáltatásmarketing és –menedzsment. Budapest: Alinea Kiadó, 2008
11. KETSKEMÉTY László – IZSÓ János – KÖNYVES Tóth Előd: Bevezetés az IBM SPSS Statistics programrendszerbe. Budapest: Arteria Stúdió Kft., 2011
12. NARESH K. Malhotra – SIMON Judit: Marketingkutató. Budapest: Akadémia Kiadó, 2008
13. PHILIP Kotler - KEVIN Lane Keller: Marketing-menedzsment. Budapest: Akadémia Kiadó, 2006
14. SÓS Péter János: Mindennapi PR-unk. Gyakorlati Public Relations. Budapest: B. Swan Partners, 2009
15. SZELES Péter: Nagy PR-könyv. Budapest: Management Kiadó Kft, 2006
16. TÖRŐCSIK Mária: Fogyasztói magatartás, Budapest: Akadémia Kiadó, 2011
17. VERES Zoltán: A szolgáltatásmarketing alapkönyve. Budapest: Budapesti Közgazdaságtudományi Egyetem, 1991. p. 91
18. VERES Zoltán: A szolgáltatásmarketing. Budapest: Műszaki Kvk., 2001

19. VERES Zoltán – DR. RIXER Attila: Szolgáltatások minőségbiztosítása. Győr: UNIVERSITAS-GYŐR Kht., 2008

Cikkek

Magyar Fesztivál Regisztrációs és Minősítési Program: A magyar fesztiválok minősítési rendszere.pdf, Budapest, 2010

Józsa László: Eladáshelyi Reklám – Lehetőség, ígéret és a valóság, 2008

Marketing & Media összes 2012. január és december közötti Barométer melléklete

Internetes Források

www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/nepsz2011/nepszelo2011_2.pdf, 2012. 10. 16.

www.ksh.hu/docs/hun/xftp/idoszaki/nepsz2011/nepszelo2011.pdf, 2012. 10. 16.

www.piacutatasok.hu/2012/08/szallashu-sokat-fesztivalozunk-keveset.html, 2012. 10.21.

MELLÉKLETEK

**1. MELLÉKLET: 2012-BEN MAGYARORSZÁGON MEGRENDEZETT HAGYOMÁNYŐRZŐ
FESZTIVÁLOK JEGYZÉKE**

A fesztivál megnevezése	Helyszín	Időpont	Jegyárak
Hungarikum fesztivál	Szeged	augusztus 9-12.	Ingyenes
Busójárás	Mohács	február 16-21.	Ingyenes
XXXI. Országos Táncbáttalálkozó és kirakodóvásár	Budapest	március 30 - április 1.	Gyermekeknek 750,- Ft Felnőtteknek: 1700,- Ft
XXII. Pécsi Folknapiak - Nemzetközi Népzenei Fesztivál	Pécs	március 29-31.	Napi felnőtt: 1.500,- Ft Napi diák / nyugdíjas: 900,- Ft Napos bérletár: 3900,- Ft + külön jegyárak koncertre, aprók táncbáttára és gyermekjátékra
XVII. Duna Karnevál - Nemzetközi Multikulturális Fesztivál	Budapest	június 9-17.	Napijegy: 1900,- Ft Heti bérlet: 11 500,- Ft
XXII. Csángó Fesztivál – Európai Kisebbségek Folklór Fesztiválja	Jászberény	augusztus 8-12.	500,-, 1000,- és 1500,- Ft-os napijegyek Bérlet elővételben: 2900,- Ft, a helyszínen 3500,- Ft
XVII. Királyi napok Nemzetközi Néptáncfesztivál	Székesfehérvár	augusztus 15-20.	Felnőtt napi jegy: 1200,- Ft, gyermekjegy: 600,- Ft Bérlet: 6000,- Ft
XXIII. Zemplén Nemzetközi Néptáncfesztivál	Sátoraljaújhely	augusztus 17-22.	Napijegy elővételben 1600,- Ft, a helyszínen 2000,- Ft. Támogatójegyek 500,- és 300,- Ft
Mohácsi Nemzetközi Néptánc Fesztivál	Mohács	augusztus 17-20.	Ingyenes (Gála műsor 500,- Ft)
Népzenei Találkozó	Kecskemét	szeptember 15-25.	N.A.
Európai Borda Fesztivál	Pécs	szeptember 21-23.	Koncert borkóstolóval: 3500,- Ft Koncert I. hely: 1800,- Ft Koncert II. hely: 1000,- Ft Borkóstoló: 3000,- Ft
Palócgála, Regionális és Nemzetközi Népzenei Fesztivál	Eger	november 13-14.	N.A.
Művészetek völgye	Kapolcs	július 27. – augusztus 5.	Bérlet: 7000,- Ft Napi jegy: 3000,- Ft Kedvezményes jegy: 2500,- Ft Esti jegy: 1300,- Ft
VI. Ajaki Nemzetközi Lakodalmas és Hagyományőrző Fesztivál	Ajak	augusztus 2-5.	N.A.

A fesztivál megnevezése	Helyszín	Időpont	Jegyárak
Vivát, Huszár!	Csepel	szeptember 23.	Ingyenes
Szent Mihály napi Vigasságok és Pásztornapok	Bugacpuszta	szeptember 21-23.	Ingyenes
XV. Országos Népzenei Találkozó és Völgységi Szüret	Bonyhád	október 13-14.	N.A.
Széna vagy Szalma és Magyarok Vására	Lakitelek	július 6-8.	Ingyenes
XVI. Borsodi Fonó Folklórfesztivál	Miskolc	június 1-3.	Napijegy elővételben 2900,- Ft, helyszínen 3900,- Ft Bérlet elővételben 6500,- Ft, helyszínen 7900,- Ft, Gyermek napijegy 900,- Ft
I. Déli Kapu Nemzetközi Folklórfesztivál	Pécs	augusztus 17-19.	N.A.
XII. Gyöngy Nemzetközi Folklórfesztivál	Gyöngyös	augusztus 6-12.	Felnőtt bérlet: 7000,- Ft Diák/nyugdíjas bérlet: 5000,- Ft Felnőtt napijegy: 1200,- Ft Diák/nyugdíjas napijegy: 800,- Ft
Summerfest 2012	Százhalombatta	augusztus 12-22.	Ingyenes
Matyóföldi Folklórfesztivál	Mezőkövesd	augusztus 5-7.	Ingyenes Támogatójegy 1000,- Ft
Mesterségek Ünnepe	Budapest	augusztus 17-20.	Napijegy 1800,- Ft, gyermek/nyugdíjas jegy 800,- Ft Családi jegy: 4000,- Ft
25. Nemzetközi Néptáncfesztivál	Szeged	július 6-14.	N.A.
XVII. Nógrádi Nemzetközi Folklór és Gasztronómiai Fesztivál	Salgótarján	július 26-29.	N.A.
II. Mezőkaszonyi Kakasfőző és Hagyományőrző Fesztivál	Mezőkaszony	június 24.	N.A.
V. Tápió-menti Hagyományőrző Fesztivál	Tóalmás	június 30.	N.A.
IV. Pannóniás Néptánc és Hagyományőrző Fesztivál	Kistarcsa	június 2.	Ingyenes

Forrás: Saját készítés internetes kutatás alapján, 2012

2. MELLÉKLET: A MAGYARORSZÁGON 2012-BEN MEGRENDEZETT HAGYOMÁNYŐRZŐ FESZTIVÁLOK LISTÁJA (JÚNIUS, JÚLIUS, AUGUSZTUS)

2012. Június						
Hétfő	Kedd	Szerda	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
				1. XVI. Borsodi Fonó Folklórfesztivál	2. XVI. Borsodi Fonó Folklórfesztivál IV. Pannóniás Néptánc és Hagyomány- őrző Fesztivál	3. XVI. Borsodi Fonó Folklórfesztivál
4.	5.	6.	7.	8.	9. XVII. Duna Karnevál - Nemzetközi Multi- kulturális Fesztivál	10. XVII. Duna Karnevál - Nemzetközi Multi- kulturális Fesztivál
11. XVII. Duna Karnevál - Nemzetközi Multi- kulturális Fesztivál	12. XVII. Duna Karnevál - Nemzetközi Multi- kulturális Fesztivál	13. XVII. Duna Karnevál - Nemzetközi Multi- kulturális Fesztivál	14. XVII. Duna Karnevál - Nemzetközi Multi- kulturális Fesztivál	15. XVII. Duna Karnevál - Nemzetközi Multi- kulturális Fesztivál	16. XVII. Duna Karnevál - Nemzetközi Multi- kulturális Fesztivál	17. XVII. Duna Karnevál - Nemzetközi Multi- kulturális Fesztivál
18.	19.	20.	21.	22.	23.	24. II. Mezőkaszonyi Kakasfőző és Ha- gyományőrző Fesztivál

2012. Június						
Hétfő	Kedd	Szerda	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
25.	26.	27.	28.	29.	30. V. Tápió-menti Hagyományőrző Fesztivál	

2012. Július						
Hétfő	Kedd	Szerda	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
						1.
2.	3.	4.	5.	6. Széna vagy Szalma és Magyarok Vására	7. Széna vagy Szalma és Magyarok Vására	8. Széna vagy Szalma és Magyarok Vására
				25. Nemzetközi Néptáncfesztivál	25. Nemzetközi Néptáncfesztivál	25. Nemzetközi Néptáncfesztivál
9. 25. Nemzetközi Néptáncfesztivál	10. 25. Nemzetközi Néptáncfesztivál	11. 25. Nemzetközi Néptáncfesztivál	12. 25. Nemzetközi Néptáncfesztivál	13. 25. Nemzetközi Néptáncfesztivál	14. 25. Nemzetközi Néptáncfesztivál	15.
16.	17.	18. 	19. 	20. 	21. 	22.

2012. Július						
Hétfő	Kedd	Szerda	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
23.	24.	25.	26. XVII. Nógrádi Nemzetközi Folklor és Gasztronómiai Fesztivál	27. Művészetek völgye	28. Művészetek völgye	29. Művészetek völgye
				XVII. Nógrádi Nemzetközi Folklor és Gasztronómiai Fesztivál	XVII. Nógrádi Nemzetközi Folklor és Gasztronómiai Fesztivál	XVII. Nógrádi Nemzetközi Folklor és Gasztronómiai Fesztivál
30. Művészetek völgye	31. Művészetek völgye					

2012. Augusztus						
Hétfő	Kedd	Szerda	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
		1. Művészetek völgye	2. Művészetek völgye	3. Művészetek völgye	4. Művészetek völgye	5. Művészetek völgye
			VI. Ajaki Nemzetközi Lakodalmas és Hagyományőrző Fesztivál	VI. Ajaki Nemzetközi Lakodalmas és Hagyományőrző Fesztivál	VI. Ajaki Nemzetközi Lakodalmas és Hagyományőrző Fesztivál	VI. Ajaki Nemzetközi Lakodalmas és Hagyományőrző Fesztivál

2012. Augusztus						
Hétfő	Kedd	Szerda	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
						Matyóföldi Folklor-fesztivál
6. XII. Gyöngy Nemzetközi Folklorfesztivál	7. XII. Gyöngy Nemzetközi Folklorfesztivál	8. XII. Gyöngy Nemzetközi Folklorfesztivál	9. Hungarikum fesztivál XII. Gyöngy Nemzetközi Folklorfesztivál	10. Hungarikum fesztivál XII. Gyöngy Nemzetközi Folklorfesztivál	11. Hungarikum fesztivál XII. Gyöngy Nemzetközi Folklorfesztivál	12. Hungarikum fesztivál XII. Gyöngy Nemzetközi Folklorfesztivál
Matyóföldi Folklor-fesztivál	Matyóföldi Folklor-fesztivál	XXII. Csángó Fesztivál – Európai Kisebbségek Folklor Fesztiválja	XXII. Csángó Fesztivál – Európai Kisebbségek Folklor Fesztiválja	XXII. Csángó Fesztivál – Európai Kisebbségek Folklor Fesztiválja	XXII. Csángó Fesztivál – Európai Kisebbségek Folklor Fesztiválja	XXII. Csángó Fesztivál – Európai Kisebbségek Folklor Fesztiválja Summerfest 2012
13. Summerfest 2012	14. Summerfest 2012	15. Summerfest 2012	16. Summerfest 2012	17. Summerfest 2012 XXIII. Zemplén Nemzetközi Néptáncfesztivál I. Déli Kapu Nemzetközi Folklorfesztivál Mohácsi Nemzetközi	18. Summerfest 2012 XXIII. Zemplén Nemzetközi Néptáncfesztivál I. Déli Kapu Nemzetközi Folklorfesztivál Mohácsi Nemzetközi	19. Summerfest 2012 XXIII. Zemplén Nemzetközi Néptáncfesztivál I. Déli Kapu Nemzetközi Folklorfesztivál Mohácsi Nemzetközi

2012. Augusztus									
Hétfő		Kedd		Szerda		Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
							Néptánc Fesztivál	Néptánc Fesztivál	Néptánc Fesztivál
							Mesterségek Ünnepe	Mesterségek Ünnepe	Mesterségek Ünnepe
20.	21.	22.	23.	24.	25.	26.			
Summerfest 2012		Summerfest 2012		Summerfest 2012					
XXIII.	Zemplén	XXIII.	Zemplén	XXIII.	Zemplén				
Nemzetközi		Nemzetközi		Nemzetközi					
Néptáncfesztivál		Néptáncfesztivál		Néptáncfesztivál					
Mohácsi Nemzetközi									
Néptánc Fesztivál									
Mesterségek Ünnepe									
27.	28.	29.	30.	31.					

3. MELLÉKLET: FESZTIVÁLOZÁS MAGYARORSZÁGON

Sziasztok!

Először is meg szeretnénk köszönni Nektek, hogy a kérdőív kitöltésével hozzájárultok a Magyarországon végzett országos kutatásunkhoz. Kutatásunk témája a Fesztiválozási szokások és új fesztiválok felé való nyitottság felmérése és vizsgálása. Jelenleg a Széchenyi István Egyetem kereskedelem és marketing szakos hallgatói vagyunk. Sikeres kérdőív kitöltést kívánunk Nektek!

* Kötelező

1. FESZTIVÁLOZÁSI SZOKÁSOK ÁLTALÁNOSAN

Járt már Ön fesztiválon, Magyarországon?*

☐ Igen

☐ Nem

Milyen jellegű fesztiválon vett már részt?

(Több válasz is adható)

☐ Sport

☐ Gasztronómiai

☐ Népművészeti, ill. hagyományörző

☐ Autós

☐ Könnyűzenei

☐ Egyéb:

Mennyire befolyásolják Önt az adott rendezvénnyel kapcsolatban a következő tényezők?*

1 - egyáltalán nem fontos

2 - kevésbé fontos

3 – közömbös

4 - fontos

5 - nagyon fontos

	1	2	3	4	5
Belépőjegy ára					
Fellépők					
Egyéb programok					
Időtartam (1 napos, 1 hetes, stb.)					
Megközelíthetőség					
Megrendezés időpontja (nyár, tél, hétvége, hét közben, stb.)					
Szálláslehetőség – ár					
Szálláslehetőség – elhelyezkedés					

Kikkel látogatja általában a fesztiválokat?*

(Több válasz is adható)

☐ Egyedül

☐ Baráti/Haveri társasággal

☐ Családdal

☐ Baráttal/Barátnőmmel

☐ Nem látogatok fesztiválokat

Ha részt vett már fesztiválon, mennyire volt elégedett a következőkkel:

- 1 - nagyon elégedetlen vagyok
 2 – elégedetlen vagyok
 3 – közömbös
 4 – elégedett vagyok
 5 – nagyon elégedett vagyok

	1	2	3	4	5
Belépőjegy ára					
Fesztivál programok minősége					
Szervezés minősége					
Megközelíthetőség					
Fellépők					
Helyszín minőségével, tisztaságával					
Szálláslehetőség					
Fogyasztási cikkek ára					
Szolgáltatások ára					

2. ÚJ FESZTIVÁL VÉLEMÉNYEZÉSE - HACACÁRÉ FESZTIVÁL

Részt venne egy teljesen új és a magyarságot tükröző könnyűzenei, hagyományőrző és egyben gasztronómiai fesztiválon?*

☐ Igen ☐ Nem

Hány napot töltene el a fesztivál helyszínén (4 napos rendezvény esetén)?*

☐ 1 ☐ 2
☐ 3 ☐ 4
☐ Egyet sem

Mennyi összeget hajlandó áldozni a belépő jegyre (4 napos rendezvény esetén)?*

☐ Ingyenes legyen ☐ 3000,- Ft alatti
☐ 3001,- Ft – 5000,- Ft ☐ 5001,- Ft – 10 000 Ft
☐ 10 000,- Ft felett

Milyen magyar zenei előadókat hallgatna meg szívesen egy ilyen jellegű fesztiválon?*

(Több válasz is adható)

☐ Retro (60-as, 70-es, 80-as, 90-es évek) ☐ Rock and roll
☐ Rap ☐ Reggae
☐ Népzene ☐ Populáris (pop)
☐ Komolyzene ☐ Akusztikus
☐ Könnyűzene ☐ Egyéb:

Mely kedvenc magyar előadóit látná a színpadokon legszívesebben?*

(Legalább 5 előadót nevezzen meg)

1
 2
 3
 4
 5

Milyen programokon venne részt a fesztiválon?*(Több válasz is adható)*

- ☐ Sportprogramok (labdajátékok, extrém sportok, vízi sportok)
- ☐ Főzőversenyen résztvevő
- ☐ Főzőversenyen néző
- ☐ Gyermekprogramok (kézművesség, arcfestés, táncolás, stb.)
- ☐ Disznóvágáson résztvevő
- ☐ Karaoke-n résztvevő
- ☐ Egyéb:

A fesztivál helyszínének megrendezését milyen módon tudná elképzelni?*

- ☐ Vándorfesztivál
- ☐ Adott városhoz kötött fesztivál

Ha nem tudna részt venni a fesztiválon:**(Több válasz is adható)*

- ☐ Online közvetítést nézném
- ☐ Követném az eseményeket a közösségi oldalakon
- ☐ Követném az eseményeket a rádióban
- ☐ Részt vennék rajta mindenképp
- ☐ Nem vennék részt és nem követném az eseményeket
- ☐ Egyéb:

Nevezzen meg konkrét helyszíneket, ahova elutazna a fesztiválra:**(Legalább 5 helyszínt nevezzen meg; az első helyen a legkedveltebb hely szerepeljen)*

1.
2.
3.
4.
5.

Kérem, jelölje meg, hogy a következő állítások mennyire jellemzőek Önre!*1 – nagyon nem jellemző**2 – nem jellemző**3 – közömbös**4 – jellemző**5 – nagyon jellemző*

	1	2	3	4	5
Csak híres fesztiválokat látogatok.					
Minden évben csak ugyanazokon a fesztiválokon veszek részt.					
Szeretem a változatos programokat.					
Nyitott vagyok új rendezvények felé.					
Mindig megnézem az aktuális évben rendezett fesztiválokat.					
Egyedül sosem megyek szórakozni.					
Mindig több napot töltök el egy fesztiválon					
Számomra a legfontosabb az ár.					
A fesztivál programja alapján döntöm el, hogy részt veszek-e rajta.					

Befolyásol a fesztivál reklámja, hirdetési.					
Nem szeretek sokat költeni egy fesztiválon.					
Ha fesztiválon veszek, részt nem számít a pénz.					
A szálláslehetőségnél csak a sátorozás jöhet szóba.					
Mindig szállodában, apartmanban szállunk meg a fesztivál ideje alatt.					
Több 100 km-t is megteszek csak, hogy ott legyek.					
Igyekszem minden programon részt venni az adott fesztiválon.					
Csak a számomra érdekes programokat látogatom a fesztiválon.					

3. DEMOGRÁFIAI ADATOK

Az Ön neme:*

- ☐ Nő
☐ Férfi

Az Ön életkora:*

- ☐ - 20 ☐ 20 – 26
☐ 27 – 32 ☐ 33 – 40
☐ 41 – 46 ☐ 47 – 55
☐ 55 -

Lakóhelye: *

.....

Havi nettó átlagkeresete az egy háztartásban élőknek:*

- ☐ 100 000,- Ft alatti ☐ 100 001,- Ft - 150 000,- Ft
☐ 150 001,- Ft - 200 000,- Ft ☐ 200 001,- Ft - 250 000,- Ft
☐ 250 001,- Ft - 300 000,- Ft ☐ 300 000,- Ft feletti

Az Ön családi állapota:*

- ☐ Egyedülálló ☐ Kapcsolatban
☐ Házas ☐ Özvegy
☐ Elvált

Gyermekeinek száma:*

- ☐ 0 ☐ 1
☐ 2 ☐ 3 vagy annál több

Legmagasabb iskolai végzettsége:*

- ☐ Általános iskola ☐ Szakközépiskola érettségivel
☐ Szakközépiskola érettségi nélkül ☐ Gimnázium
☐ Technikum / Szakmunkásképző ☐ Felsőfokú
☐ Doktori (posztgraduális)

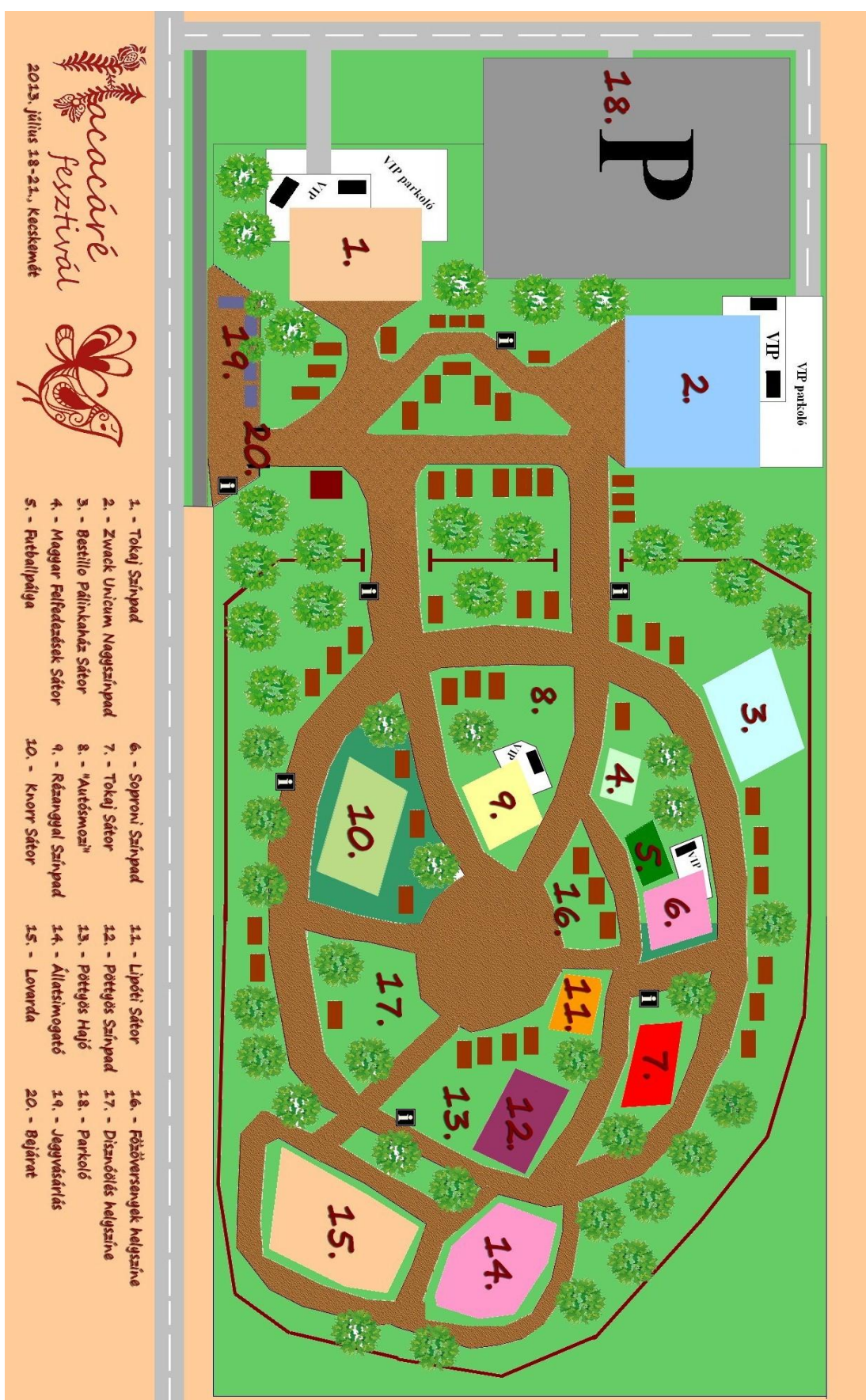
Foglalkozása:*

- ☐ Alkalmazott
- ☐ Vezető posztban lévő alkalmazott
- ☐ Nyugdíjas
- ☐ Munkanélküli

- ☐ Vállalkozó
- ☐ Tanuló
- ☐ Háztartásbeli

Köszönjük!

4. MELLÉKLET: A FESZTIVÁL HELYSZÍNÉNEK TÉRKÉPE



5. MELLÉKLET: ZENEI PROGRAM BEOSZTÁS

Zwack Unicum Nagyszínpad				
	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
16³⁰	Dinamit	Rúzs Magdi	Kerekes Band	Koós János
18⁰⁰	Bikini	Hooligans	Besh O Drom	Neoton Família
19³⁰	Beatrice	Gringo Sztár	Csík Zenekar	Kovács Kati
21⁰⁰	Republic	Magna Cum Laude	Budapest Bár	Hungária és Fenyő Miklós

Tokaj Színpad				
	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
16³⁰	Deák Bill Blues Band	Back II Black	Holdviola Zenekar	Delhusa Gjon
18⁰⁰	Kormorán	Maszkura és a Tücsökraj	Drum and Folk	Szulák Andrea
19³⁰	Hobo	Belmondo	Kávészünet	Korda György
21⁰⁰	Takáts Tamás Dirty Blues Band	Kistehén Tánczenekar	Balkan Fanatik	Koncz Zsuzsa

6. MELLÉKLET: GASZTRONÓMIAI PROGRAMBEOSZTÁS

	09 ⁰⁰	10 ⁰⁰	11 ⁰⁰	12 ⁰⁰	13 ⁰⁰	14 ⁰⁰	15 ⁰⁰	16 ⁰⁰	17 ⁰⁰	18 ⁰⁰	19 ⁰⁰	20 ⁰⁰
Csütörtök	Dagasztó bemutató a Lipóti Sátorban		Kenyértés zta gyúrás a Lipóti Sátorban	Pálinkaismereti oktatás és pálinkakóstoló a Bestillo Pálinkaház Sátorban			Hurka és kolbásztöltő verseny		Hurka és kolbásztöltő verseny eredményhirdetés		„Tokaj íze” borismereti oktatás és tematikus borkóstoló a Tokaj Sátorban	
		Fakanálra fel! látványkonyha a Knorr Sátorban			Disznósajt, mája-véres hurka és tepertőkészít és					Fakanálra fel! látványkonyha a Knorr Sátorban		
	Disznóölés és disznótor											
	09 ⁰⁰	10 ⁰⁰	11 ⁰⁰	12 ⁰⁰	13 ⁰⁰	14 ⁰⁰	15 ⁰⁰	16 ⁰⁰	17 ⁰⁰	18 ⁰⁰	19 ⁰⁰	20 ⁰⁰
Péntek	Dagasztó bemutató a Lipóti Sátorban		Kenyért és zta gyúrás a Lipóti Sátorban	Fakanálra fel! látványkonyha a Knorr Sátorban			„Legtöbb rétes a legrövidebb idő alatt” Guinness-rekord kísérlet és eredményhirdetés			Fakanálra fel! látványkonyha a Knorr Sátorban		
		„Tokaj íze” borismereti oktatás és tematikus borkóstoló a Tokaj Sátorban			Gulyásfőző verseny		Főző verseny eredményhirdetés	Pálinkaismereti oktatás és pálinkakóstoló a Bestillo Pálinkaház Sátorban				
	09 ⁰⁰	10 ⁰⁰	11 ⁰⁰	12 ⁰⁰	13 ⁰⁰	14 ⁰⁰	15 ⁰⁰	16 ⁰⁰	17 ⁰⁰	18 ⁰⁰	19 ⁰⁰	20 ⁰⁰
Szombat	Dagasztó bemutató a Lipóti Sátorban		Kenyértészt a gyúrás a Lipóti Sátorban	Pálinkaismereti oktatás és pálinkakóstoló a Bestillo Pálinkaház Sátorban			Fakanálra fel! látványkonyha a Knorr Sátorban					
	Fakanálra fel! látványkonyha a Knorr Sátorban				Halászlé-főzőverseny		Főzőverseny eredményhirdetés		„Tokaj íze” borismereti oktatás és tematikus borkóstoló a Tokaj Sátorban			
	09 ⁰⁰	10 ⁰⁰	11 ⁰⁰	12 ⁰⁰	13 ⁰⁰	14 ⁰⁰	15 ⁰⁰	16 ⁰⁰	17 ⁰⁰	18 ⁰⁰	19 ⁰⁰	20 ⁰⁰
Vasárnap	Dagasztó bemutató a Lipóti Sátorban		Kenyértés zta gyúrás a Lipóti Sátorban	Fakanálra fel! látványkonyha a Knorr Sátorban			Csirkepaprikás -főzőverseny		Főzőverseny eredményhirdetés			
		„Tokaj íze” borismereti oktatás és tematikus borkóstoló a Tokaj Sátorban			Pálinkaismereti oktatás és pálinkakóstoló a Bestillo Pálinkaház Sátorban					Fakanálra fel! látványkonyha a Knorr Sátorban		

7. MELLÉKLET: ÁLTALUNK KÉRT ALAPMENÜ A FESZTIVÁL IDEJE ALATT

Levesek	Főétel	Sütemények
Tyúkhúsleves	Lecsó	Lekváros derelye
Korhely leves	Dödölle	Házi rétes
Májgaluska leves	Rakott kelkáposzta	Bejgli
Zöldség leves	Csikóstokány	Tejpite
Halászlé	Rakott krumpli	Mákos guba
Gulyásleves	Paprikás krumpli	Aranygaluska
Jókai bableves	Hortobágyi húsos palacsinta	Máglyarakás
	Székelkáposzta	Almás-diós rétes
	Pusztapörkölt	Szilvás, barackos lepény
	Cigánypecsenye	Vargabéles
	Túrós csusza	Gundel palacsinta
	Csirkepaprikás	Kapros-túrós lepény
	Zsíros kenyér	Csörögefánk
	Lángos (foghagymás,	Lekváros bukta
	Töltött paprika	Dióstorta
	Főzelékek - zöldbab - spenót - lencse - tök	Rigójancsi

8. MELLÉKLET: NÉPMŰVÉSZETI PROGRAMOK BEOSZTÁSA

Rézangyal Színpad				
	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
09 ⁰⁰	Szigetköz Táncegyüttes	Furmicska Néptánc Egyesület	Bagó Balázs és zenekara	Üsztürü
10 ⁰⁰	Rojtos együttes	Kádártáncsoport	Napra együttes	Padkaporos Tánc-együttes
11 ⁰⁰	Fakutya zenekar	Bátmonostori Tamburazenekar	Torontál együttes	Juhos Együttes
12 ⁰⁰	Népviseletek bemutatója – Dunántúli népviselet	Népviseletek bemutatója – Felföldi népviselet	Népviseletek bemutatója – Alföldi népviselet	Népviseletek bemutatója – Erdélyi, népviselet
13 ³⁰	Gemenc Néptánc-együttes	Tündérrózsa Gyermeknéptáncsoport	Hírös együttes	Muzsikás együttes
14 ⁰⁰	Nógrád Táncegyüttes	Bem Táncegyüttes	Rézhúros Banda	Magyar Dudazenekar
15 ⁰⁰	Mátraterenyei Hagyományőrző Egyesület	Magyar Dudazenekar	Muzsikás együttes	Kenderkóc Hagyományőrző Egyesület
17 ⁰⁰	Komakút Tánckör	Baracs Néptánc-együttes	Solymári Hétlépés Táncsoport	Kincső zenekar
19 ⁰⁰	Muzsla Néptánc-együttes	Táltos együttes	Técsói banda	Mézeskalács Néptánc-együttes
21 ⁰⁰	Kaláka együttes	Lókötő Táncegyüttes	Forrás Néptánc-együttes	Eszterlanc Zenekar
22 ⁰⁰	Kecskés együttes	Gajdos	Agyagbanda	Misina Néptánc-együttes és Táncszínház

9. MELLÉKLET: TOVÁBBI PROGRAMOK BEOSZTÁSA

A gyerekprogramok és kutyabemutató beosztása

Pöttyös Színpad				
	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
09 ⁰⁰	Kalamajka Bábszínház Egyesület előadása	Felolvasás - Závada Pál	Pásztortűz Egyesület előadása	Lippentő Táncegyüttes
11 ⁰⁰	Főnix Néptáncegyüttes	Habakuk Bábszínház előadása	Magyar kutyafajták bemutatója	Felolvasás - Nádori Lídia
13 ⁰⁰	Felolvasás - Berg Judit	Kovács Apollónia fellépése		Tündérvölgy Bábszínház előadása
15 ⁰⁰	Kalamajka Bábszínház Egyesület előadása	Ördögös tánc-együttes	Pásztortűz Egyesület előadása	Kóka Rozália fellépése
17 ⁰⁰	Pannónia Néptáncegyüttes	Habakuk Bábszínház előadása	Felolvasás - Parti Nagy Lajos	Tündérvölgy Bábszínház előadása

Sportprogramok beosztása

Soproni Színpad				
	Csütörtök	Péntek	Szombat	Vasárnap
10 ⁰⁰	Beszélgetés híres magyar sportolókkal - ökölvívókkal	Rubik kocka kirakó verseny	Baranta bemutató	Az Aranycsapat napja – beszélgetések, előadások, érdekességek
12 ⁰⁰		Beszélgetés híres magyar sportolókkal – 2012-es év olimpikonjaival	Előadás – „hungarikum sportelemek”: az ún. Magyar Vándor elem és a Puskás Öcsi féle csel	
14 ⁰⁰	Baranta bemutató		Beszélgetés híres magyar sportolókkal	
16 ⁰⁰	Rubik kocka kirakó verseny	Baranta bemutató	- kézilabdásokkal	11-es lövő verseny, eredményhirdetés
18 ⁰⁰	Beszélgetés híres magyar sportolókkal - vízilabdásokkal	Beszélgetés híres magyar sportolókkal – 2012-es év olimpikonjaival	Rubik kocka kirakó verseny	Az Aranycsapat napja – beszélgetések, előadások, érdekességek

Mozifilmek vetítési beosztása

1. nap - Csütörtök	2. nap - Péntek	3. nap – Szombat	4. nap - Vasárnap
09 ⁰⁰ – 10 ³⁰ A tanítónő	09 ⁰⁰ – 10 ³⁰ Körhinta	09 ⁰⁰ – 10 ¹⁵ János vitéz	09 ⁰⁰ – 10 ⁴⁰ Csinibaba
11 ⁰⁰ – 12 ⁴⁰ Valahol Európában	11 ⁰⁰ – 12 ⁴⁰ Ház a sziklák alatt	10 ³⁰ – 12 ¹⁰ Szépek és bolondok	11 ⁰⁰ – 12 ⁴⁰ A miniszter félrelép
13 ⁰⁰ – 14 ³⁰ Beszterce Ostroma	13 ⁰⁰ – 15 ⁰⁰ Az aranyember	12 ²⁰ – 14 ⁴⁰ Abigél	13 ⁰⁰ – 14 ³⁰ Ámbár tanár úr
15 ⁰⁰ – 16 ⁴⁵ Lúdas Matyi	15 ¹⁵ – 16 ⁵⁵ Pacsirta	15 ⁰⁰ – 16 ¹⁰ Indul a bakterház	15 ⁰⁰ – 16 ⁴⁰ Üvegtigris
17 ⁰⁰ – 18 ³⁵ Úri Muri	17 ⁰⁰ – 18 ⁵⁰ A tizedes meg a többiek	16 ³⁰ – 18 ⁰⁰ A pogány madonna	17 ⁰⁰ – 18 ⁵⁰ Made in Hungaria
19 ⁰⁰ – 20 ²⁰ Hintónjáró szerelem	19 ⁰⁰ – 20 ³⁰ Egy magyar nábob	18 ³⁰ – 19 ⁵⁰ Vuk	19 ⁰⁰ – 20 ⁴⁰ Tüskevár

10. MELLÉKLET: KIEMELT ÉS MÉDIATÁMOGATÓK LISTÁJA

Kiemelt támogatók listája
Szeszes ital támogatói - HEINEKEN Hungária Sörgyárak Zrt.: Soproni, Gösser, Amstel, Kaiser - Győri Likörgyár Zrt. - Várda-Drink Zrt. - BÉKÉSI PÁLINKA Zrt. - BESTILLO Pálinkaház - Rézangyal Kereskedelmi Korlátolt Felelősségű Társaság
Alkoholmentes ital támogatói - Coca-Cola HBC Magyarország Kft. minden termékével szponzorál: Coca-cola termékcsalád, Fanta, Lift, Burn, Nestea, Nauragua, Kinley, Cappy, Sprite, Fanta - SIÓ-ECKES KFT. - Szentkirályi Ásványvíz Kft.
Élelmiszer támogatói - Gyulai Húskombinát Zrt. - Her-Csi-Hús Kft. - Pákozdi-HÚS - Puru Kft. - Proteus-Gold Kft. (Lipóti Pékség) - Unilever Magyarország Kft. szponzorál a következő termékeivel: Globus, Knorr - Univer Product Zrt. - Kraft Foods Hungária Kft. szponzorál: Győri Édes - Chio Magyarország Kft. - Friesland Campina ZRt. szponzorál: Milli és Turó Rudi - Bonbonetti Kft. szponzorál: Tibi Csoki - Naponta Kft. szponzorál: Cerbona
Egyéb támogatók - Magyar Lovasszövetség
Médiatámogatók listája
- Est.hu - Hirado.hu: M1, M2, Duna, Duna World, Bartók Rádió, Petőfi Rádió, Kossuth Rádió, MTI - TV2: SuperTV2, Fem3, Proc

11. MELLÉKLET: HIGIÉNIKUS TERMÉKEK ILLUSZTRÁCIÓI



TOI FIX Kézmosó



TOI Konténer



TOI Fresh



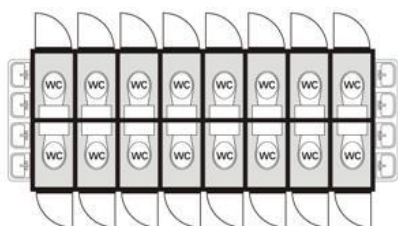
TOI Pissaire



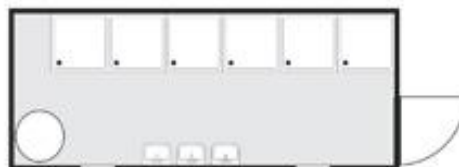
TOI Pelenkázó



TOI Special



TOI WC Explorer 16

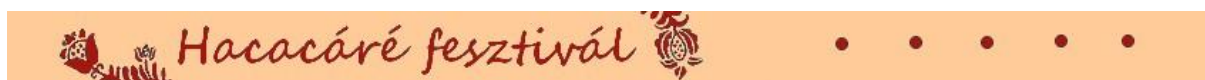


Vegyes Konténer

12. MELLÉKLET: BELÉPŐ KARSZALAGOK ÉS NYAKPÁNT LÁTVÁNYTERVE



VIP, artist és szervezői karszalag



Heti bérlet karszalag



Napi karszalag (csütörtök)



Gyerekek számára karszalag



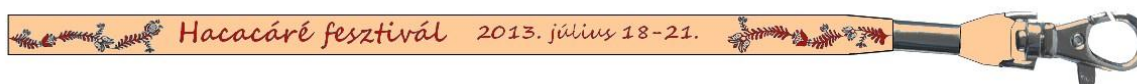
Napi karszalag (péntek)



Napi karszalag (szombat)



Napi karszalag (vasárnap)



Nyakpánt látványterv

13. MELLÉKLET: LAMINÁLT KÁRTYÁK LÁTVÁNYTERV



14. MELLÉKLET: PR TERMÉKEK LÁTVÁNYTERVE



Bögre látványterv 1



Bögre látványterv 2



Bögre látványterv 3



Bor szett látványterv
terv



Táska látványterv



Laposüveg szett látvány-



Öngyújtó látványterv 1



Kulcstartó látványterv1



Öngyújtó látványterv 2



Toll látványterv 1



Kulcstartó látványterv 2



Toll látványterv 2



Szatyor terv



Női póló terv



Sapka terv



Férfi póló terv

15. MELLÉKLET: ÜVEGPOHARAK ÉS BÉLYEGZŐ LÁTVÁNYTERVE



Vörösboros kehely



Pálinkás pohár



Fehérboros kehely

16. MELLÉKLET: EGYÉB REKLÁMESZKÖZÖK LÁTVÁNYTERVE



Molinó látványterve



Banner tervezet



Fesztivál hivatalos pecsétformája

17. MELLÉKLET: ÓRIÁSPLOKÁT LÁTVÁNYTERVE



18. MELLÉKLET: SZÓRÓLAPOK



Szórólap eleje



Szórólap hátulja

Visszaküldési szelvény

Név

Értesítési cím (irányítószám, város, utca, házszám)

Elérhetőség (e-mail cím, telefonszám)

Nyerj napi vagy hetijegyet a fesztiválra!

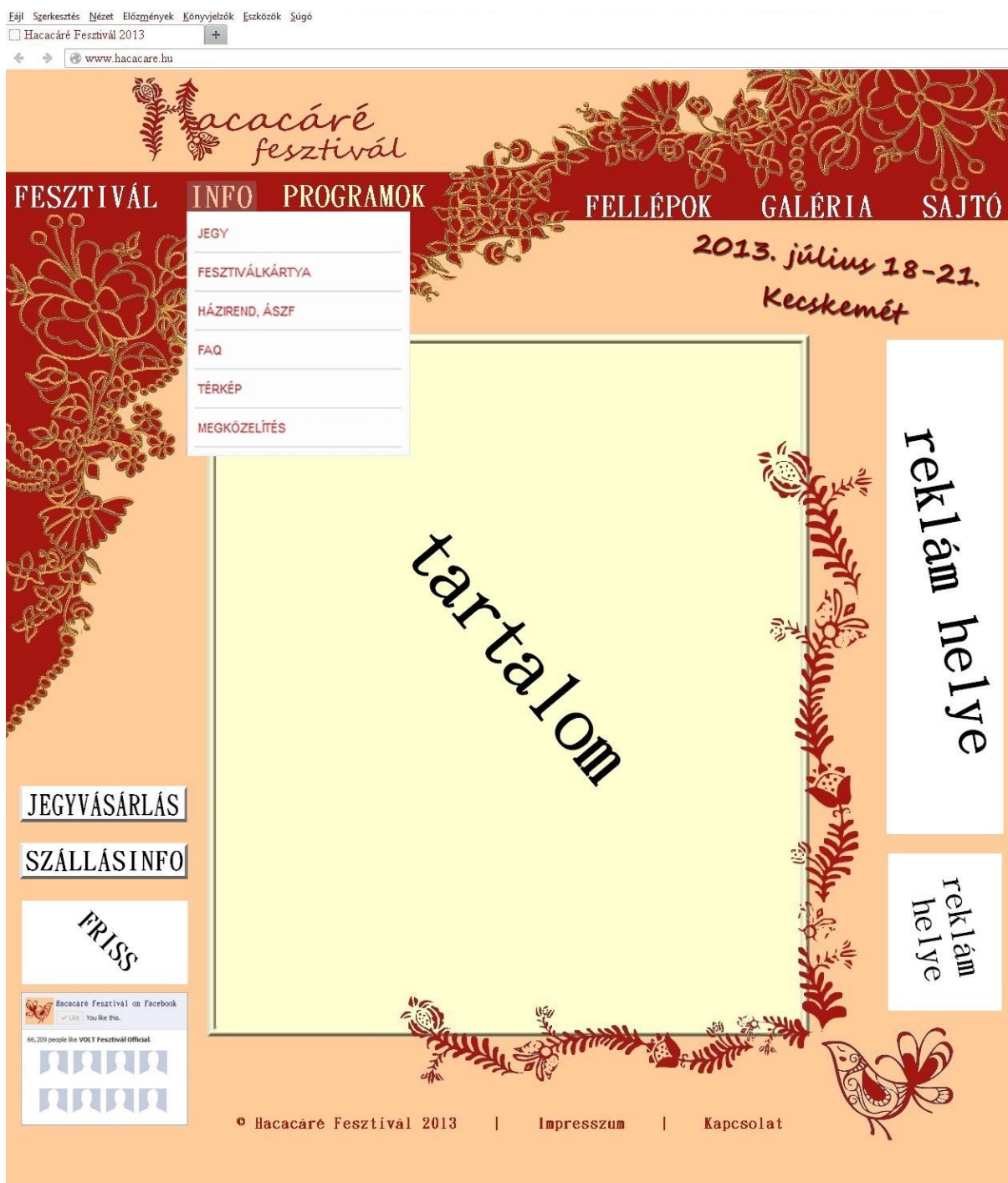
A beküldés 2013. május 1.-től 2013. július 1.-ig érvényes.

Visszaküldő szelvényes szórólap

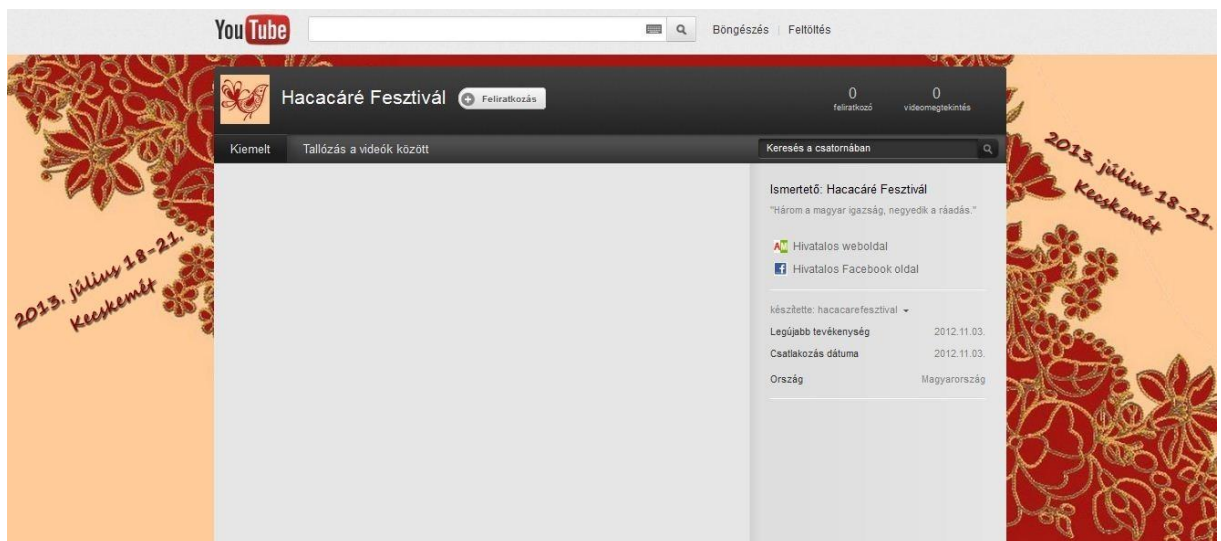
19. MELLÉKLET: PROGRAMFÜZET ELŐLAPJA



20. MELLÉKLET: A HACACÁRÉ FESZTIVÁL HIVATALOS WEBOLDALÁNAK LÁTVÁNY- TERVE



21. MELLÉKLET: SOCIAL MEDIA



22. MELLÉKLET: ÚJSÁGHIRDETÉS MINTA ÉS PLAKÁT TERV



Reklámhirdetés mintája



Plakát tervezet

23. MELLÉKLET: GERILLA MARKETING ELEMEEK



24. MELLÉKLET: KÖLTSÉGTERV

Bevételi oldal

Tétel	Ár (Ft)	Mértékegység	Mennyiség	Összesen
<i>1. Belépőjegyek</i>				
1.1. Napijegy elővételben	1200,-	db	13 000	15 600 000,-
1.2. Napijegy helyszínen	1500,-	db	5 000	7 500 000,-
1.3. Bérlet elővételben	5000,-	db	8 000	40 000 000,-
1.4. Bérlet helyszínen	6000,-	db	5 000	30 000 000,-
1.5. Napi diákbelpőjegy (helyszín)	800,-	db	6 000	4 800 000,-
1.6. Bérlet diákbelpőjegy (helyszín)	4800,-	db	5 000	24 000 000,-
1.7. Napi családi belépőjegy helyszínen (2 felnőtt + 1 gyerek)	3500,-	db	8 000	28 000 000,-
1.8. Gyerekjegy		db		0,-
<i>2. Bérleti díjak</i>				
2.1. Faház	120 000,-	db	100	12 000 000,-
BEVÉTELEK				151 100 000,-

Kiadási oldal

Tétel	Ár (Ft)	Mértékegység	Szükséges mennyiség	Összesen
I. Színpad-, fény- és hangtechnikai költség				
<i>1. Színpadtechnika</i>				
1.1. Méret 16x12 m	90 000,-	db	1	90 000,-
1.2. Méret 12x10 m	65 000,-	db	1	65 000,-
1.3. Méret 10x8 m	55 000,-	db	2	110 000,-
1.4. Méret 7x5 m	48 000,-	db	1	48 000,-
<i>2. Lefedések</i>				
2.1. Méret 16x12 m	270 000,-	nap/db	1	1 080 000,-
2.2. Méret 12x10 m	170 000,-	nap/db	1	680 000,-
2.3. Méret 10x8 m	140 000,-	nap/db	2	1 120 000,-
2.4. Méret 7x5 m	75 000,-	nap/db	1	300 000,-
<i>3. Fény-, hangtechnika</i>				
3.1. Méret 16x12 m	250 000,-	db	1	250 000,-
3.2. Méret 12x10 m	200 000,-	db	1	200 000,-
3.3. Méret 10x8 m	180 000,-	db	1	180 000,-
3.4. Méret 10x8 m	140 000,-	db	1	140 000,-
3.5. Méret 7x5 m	140 000,-	db	1	140 000,-
<i>4. Kezelőszemélyzet</i>	2 000,-	óra	96	192 000,-
<i>5. Zenekari díj</i>	15 000,-	zenekar	32	480 000,-
<i>6. Szállítási költség</i>	3000,-	alkalom	2	6 000,-
6.1. Kilométer költség	220,-	km	75	16 500,-

Kiadási oldal

Tétel	Ár (Ft)	Mértékegység	Szükséges mennyiség	Összesen
Összesen				5 097 500,-
II. Higiénikus rendszerek költségei				
1. TOI Fresh	650,-	nap/db	50	130 000,-
2. TOI Pissaire	500,-	nap/db	20	40 000,-
3. TOI Fix Kézmosó	400,-	nap/db	15	24 000,-
4. TOI WC Explorer 16	1000,-	nap/db	5	20 000,-
5. TOI Konténer	900,-	nap/db	8	28 800,-
6. Vegyes Konténer	800,-	nap/db	8	25 600,-
7. TOI Pelenkázó	1200,-	nap/db	2	9 600,-
8. TOI Special	1500,-	nap/db	10	60 000,-
9. Kezelési költség	6000,-	nap/db	4	24 000,-
Összesen				362 000,-
III. Rendezvénykellékek költségei				
1. Szövött karszalag műanyag pattintós zárral	45,-	db	50 000	2 250 000,-
2. Szatén nyakpánt	336,-	db	5000	1 680 000,-
3. Laminált kártyák	15,2	db	6000	91 200,-
Összesen				4 021 200,-
IV. Reklámtárgyak költségei				
1. Exkluzív boros szett	5002,-	db	1500	7 503 000,-
2. Lapos üveg szett	2218,-	db	1000	2 218 000,-
3. Porcelán bögre szett	432,-	db	2000	864 000,-
4. Nyomógombos golyóstoll	84,-	db	4000	336 000,-
5. Naples golyóstoll	82,-	db	3000	246 000,-
6. Kör formájú fém kulcs-tartó	252,-	db	5000	1 260 000,-
7. Téglalap alakú kulcs-tartó	252,-	db	5000	1 260 000,-
8. Rövid fülű pamutszatyor	242,-	db	10 000	2 420 000,-
9. Sporttáska	602,-	db	4000	2 408 000,-
10. Bögre	585,-	db	6000	3 510 000,-
11. Klasszikus piezós öngyújtó	110,-	db	1500	1 650 000,-
12. Klasszikus műanyag öngyújtó	64,-	db	1500	96 000,-
13. Póló Classic	510,-	db	6000	3 060 000,-
14. Baseball sapka	370,-	db	1000	370 000,-
15. Tamponnyomás	11,-	db	50 000	550 000,-
Összesen				27 751 000,-

Kiadási oldal

Tétel	Ár (Ft)	Mértékegység	Szükséges mennyiség	Összesen
V. Üvegpoharak költségei				
1. Pálinkás, frappés pohár	719,-	db	1500	1 078 500,-
2. Vörösboros kehely	649,-	db	1500	973 500,-
3. Fehérboros kehely	559,-	db	1500	838 500,-
Összesen				2 890 500,-
VI. Pohárgravírozás költségei				
1. Lézergravírozás 0-10 cm ²	136,-	db	500	68 000,-
2. Lézergravírozás 10,1-25 cm ²	228,-	db	500	114 000,-
3. Lézergravírozás 25,1 cm ² felett	14,-	db	500	7 000,-
4. Egyedi nevek gravírozása	257,-	szó	300	77 100,-
Összesen				266 100,-
VII. Egészségügyi kellékek költségei				
1. Elsősegélycsomag	2000,-	db	25	50 000,-
2. Rohamkocsi, orvos, mentőgépkocsi vezető, mentőápoló	9000,-	óra	96	864 000,-
3. Esetkocsi, mentőtiszt, mentőgépkocsi vezető, mentőápoló	7500,-	óra	96	720 000,-
4. Mentőautó, orvos, mentőgépkocsi vezető, mentőápoló	8000,-	óra	96	768 000,-
Összesen				2 402 000,-
VIII. Mobil faházak, sörpadok, sátrak költségei				
1. Nyeregtetős faház	15 000,-	nap/db	50	750 000,-
2. Lapos tetős faház	10 000,-	nap/db	50	50 000,-
3. Sörpad	800,-	nap/db	200	160 000,-
4. Könyöklő asztal	1000,-	nap/db	100	100 000,-
5. Parti sátor	7000,-	nap/db	4	28 000,-
6. Hulladékgyűjtő	100,-	nap/db	200	20 000,-
Összesen				1 108 000,-
IX. Egyéb kellékek költségei				
1. Mobil huzalkerítés	1 500,-	m/nap	N.A.	N.A.
2. Mobil kordon	1 000,-	m/nap	N.A.	N.A.

Kiadási oldal

Tétel	Ár (Ft)	Mértékegység	Szükséges mennyiség	Összesen
<i>3. Áramfejlesztő berendezés</i>	50 000	nap/db	15	750 000,-
<i>3.1. Üzemkölttség</i>	5 500,-	óra	96	528 000,-
<i>4. Őrkonténer</i>	900,-	nap/db	4x2	7 200,-
<i>5. Öltözőkonténer</i>	1 000,-	nap/db	4x8	32 000,-
<i>6. Irodakonténer</i>	800,-	nap/db	4x11	35 200,-
Összesen				1 352 400,-
X. Reklámköltségek				
<i>1. Nyomtatványok</i>				
<i>1.1. Szórólap</i>	36,-	db	120 000	4 320 000,-
<i>1.2. Plakát</i>	162,-	db	10 000	1 620 000,-
<i>1.3. Óriásplakát</i>	115 200,-	hónap/db	20	2 304 000,-
<i>1.4. Programfüzet</i>	139,-	db	60	8 340,-
<i>1.5. Molinó</i>	8 750,-	db	50	437 500,-
<i>2. Online</i>				
<i>2.1. Weboldal</i>	24 900,-	év	1	24 900,-
Összesen				8 714 740,-
XI. Bérkölttség				
<i>1. Jegyárus</i>	6000,-	fő/nap	4x3	72 000,-
<i>2. Információs</i>	6000,-	fő/nap	4x7	168 000,-
<i>3. Takarító</i>	6000,-	fő/nap	4x20	480 000,-
<i>4. Ajándékarus</i>	6000,-	fő/nap	4x2	48 000,-
Összesen				768 000,-
KIADÁSOK				54 733 440,-