

A BFTK NONPROFIT KFT. Üzleti terve

2020. év



Faix Csaba
ügyvezető



Budapest, 2020. május 25.



BFTK
Budapesti Fesztivál
és Turisztikai Központ
Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság

TARTALOMJEGYZÉK

VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ	3
I. Szakmai program	7
Új feladatok 2020-ban	7
A.) <i>Kulturális tevékenység (rendezvényszervezési és az önkormányzatot érintő hazai és nemzetközi szintű képviselési feladatok)</i>	8
1. Budapesti Tavasz Fesztivál.....	9
2. Tavasz Vásár	10
3. CAFé Budapest Kortárs Művészeti Fesztivál	11
4. Budapesti Adventi- és Karácsonyi Vásár.....	11
5. Turisztikai vonzerővel bíró összművészeti programok és rendezvények	12
6. Nemzetközi Kapcsolatok.....	12
B.) <i>Turisztikai tevékenység (Budapest, mint turisztikai desztináció menedzselése, bemutatása, népszerűsítése és értékesítése hazai és nemzetközi szinten)</i>	13
7. Turisztika szakmai, stratégiai, kutatási és adatgyűjtési feladatok.....	13
8. Együttműködések, partnerségek.....	13
9. Turisztikai kiállítás és képviselés belföldön, külföldön	14
10. Turisztikai marketing kommunikáció (általános)	15
11. Budapest Kártya	15
C.) <i>Turisztikai tevékenység (Budapest, mint turisztikai desztináció menedzselése, bemutatása, népszerűsítése és értékesítése hazai és nemzetközi szinten)</i>	16
12. Információs Irodák és közterületi Infopontok.....	16
13. Turisztikai Információs táblarendszer.....	17
14. Tájékoztató kiadványok	17
15. Turisztikai értékek népszerűsítése és közérdekű tájékoztatás.....	18
II. Eredmény és célkitűzés	20
1. Humánpolitikai és üzemeltetési célkitűzések.....	20
2. Eredmény előrejelzés.....	21
III. MELLÉKLETEK	23

Vezetői összefoglaló a BFTK Nonprofit Kft. 2020. évi Üzleti tervéhez

A 2020-as év a BFTK Budapesti Fesztivál- és Turisztikai Központ Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaság életében több szempontból is különleges év, hiszen a társaság egyfelől teljes szervezeti átalakítás előtt áll, másfelől az elmúlt 20 év legsúlyosabb gazdasági visszaesését kell kezelnie, amelynek során várhatóan az idei évben a legfőbb piaci árbevételünk 80%-a elmarad.

A koronavírus megjelenésének köszönhetően a turisták teljesen eltűntek a városból, a tervezett rendezvényeinket nem tudjuk megtartani miközben sok esetben a költségek egy részét továbbra is fizetnünk kell és az üzleti előtervben szereplő állami támogatásokat jelentős részét sem kapjuk meg. Továbbá plusz terhet jelent, hogy feladatunk gazdaságélénkítő programok indítása a szektor megmentésére, mindezt olyan környezetben, amikor sem az önkormányzattól, sem pedig a piaci szereplőktől nem remélhetünk további forrásokat.

A BFTK bevételeinek legnagyobb részét a Budapest Kártyák értékesítéséből szerzi. A veszélyhelyzet kihirdetése, valamint az utazási korlátozások bevezetése után április és május hónapokban az árusított kártyák száma 1 darab volt és a júniusra, valamint a teljes nyári (a város turisztikai életében főszezonnak számító) hónapokra készülő előrejelzések is drámai visszaesést mutatnak. Arra kell számítani, hogy a turizmus az idei évben nem fog értékelhető mértékben visszatérni Budapestre. Emellett számolni kell a partnereinktől érkező egyéb bevételek (pult- és helyiség bérleti díjak) elmaradásával. Sőt, a válság kezdete óta számos díjelengedési kérelem érkezett a BFTK-hoz, amelyeket hosszútávú partnerség és a turisztikai szereplők segítése érdekében az esetek döntő részében támogattunk.

A válságra válaszul, valamint a kieső bevétele részbeni pótlása érdekében a társaság a 2020-as évben kiemelt figyelmet fordít a belföldi turisták Budapestre csábítására. Ehhez új együttműködéseket, programokat és kommunikációs kampányokat tervez megvalósítani. Fontos azonban látni, hogy azontúl, hogy ez némi segítséget jelenthet a budapesti turisztikai szektor szereplőinek, a belföldről érkező látogatók nem lesznek képesek még megközelítőleg sem pótolni a bevételkiesést és megközelíteni a külföldi turisták költségét.

Tekintve, hogy a BFTK Budapesti Fesztivál- és Turisztikai Központ Nonprofit Korlátolt Felelősségű Társaságot a Fővárosi Önkormányzat, mint Tulajdonos azzal a céllal hozta létre, hogy mint a társadalmi közös szükséglet kielégítésért felelős szerv ellássa a kulturális és turisztikai közfeladatait, ezeket a tevékenységeket és programokat még akkor is megvalósítjuk, ha ezek működési veszteséget eredményeznek majd a 2020-as évre.

Az Önkormányzat a kulturális és turisztikai szektorra gazdasági húzóágazatokként tekint, így a területen ellátandó önkormányzati feladatait a lehető legmagasabb színvonalon, nemzetközi szinten is versenyképes módon kívánja ellátni. Ennek érdekében hirdetett meg vezetői pályázatot, melynek eredményeként új vezetővel és új szakmai program alapján folyik a 2020-as tervezés és munka a Társaságnál.

A cél, egy Budapest gazdasági potenciáljához méltó, nemzetközi térben látható és eredményes, tudatos stratégiai márkáépítéssel új szakmai alapokra helyezni a magyar főváros turisztikai ágazatát. Ennek biztosításához alakítva a szervezeti kereteket is, ami a cég jelenlegi működési modelljének alapvető

átstrukturálást is jelenti, annak érdekében, hogy a változó nemzetközi környezetben hatékonyan működő, gyorsan reagálni képes, a tudatos márképítés részterületeit egységesen koordináló szervezet feleljen a Budapest márka hazai és nemzetközi turisztikai fejlesztéséért.

A 2020-as szakmai program ennek megfelelően tartalmazza a szervezeti átalakítás feladatát és folyamatát, az értékes, a város életében fontos és meghatározó kulturális, turisztikai programok, rendezvények gazdag kínálatát, a turisztikai ágazattal történő szakmai együttműködés mélyítését, de egyben a szakmai munka új dimenzióinak integrálását is.

Alapvető cél, hogy a sikeres, ismert és keresett programok és rendezvények, események megrendezésre kerüljenek az új körülmények között is és a lehető legteljesebb módon, a legkevesebb lemondással és értékvesztéssel valósuljanak meg 2020-ban. Ugyanígy változatlan cél a város kulturális és turisztikai programjainak értékesítése, a területen működő szolgáltatókkal partnerségben, a tevékenységek összehangolásával. Egyben olyan új szolgáltatások piacra vezetése, melyek reagálnak közvetlenül a kialakult pandémiás helyzetre, de annak globális hatásaira is, biztosítva a város kulturális és turisztikai területein a minőségi szolgáltatások megvalósítását, a budapestiek és a turisták kiszolgálását.

A BFTK belső szervezeti átalakításával párhuzamosan a Fővárosi Önkormányzattal, annak cégeivel és intézményeivel összehangolt módon végzi Budapest veszélyhelyzet utáni újranyitásának kommunikációs és koordinációs feladatait, továbbá a város működésének beindításában is aktív és kezdeményező kiemelt fővárosi szerepet tölt be, ami mint keret az egész átdolgozott 2020-as szakmai program alapmotívuma.

Az új közszolgáltatási keretszerződésben megfogalmazottak szerint az alábbi közfeladatokat látja el a BFTK:

- A. A Kft. az Mőtv. 23. § (4) bekezdés 15. és 16. pontjában meghatározott turizmussal kapcsolatos, valamint országos szerepkörrel összefüggő kulturális szolgáltatások biztosítása feladatkörrel összefüggésben különösen előadó-művészeti, rendezvényszervezési és az Önkormányzatot érintő hazai és nemzetközi szintű képviseleti feladatokat lát el. (Későbbiekben: Kulturális tevékenység feladatai)
- B. Budapest, mint turisztikai desztináció menedzselése, bemutatása, népszerűsítése és értékesítése hazai és nemzetközi szinten feladatkörében a Kft. a helyi önkormányzatok és szerveik, a köztársasági megbízottak, valamint egyes centrális alárendeltségű szervek feladat- és hatásköreiről szóló 1991. évi XX. törvény 66. § a) és c) pontjában foglaltak szerint - együttműködve az Önkormányzat városarculati feladatait ellátó gazdálkodó szervezetével - összehangolja az idegenforgalom területi érdekeit az országos érdekekkel, gondoskodik az idegenforgalmi értékek feltárásáról, bemutatásáról, propagálásáról, és összehangolja az idegenforgalom helyi fejlesztését, illetve elemzi a terület idegenforgalmának alakulását. (Későbbiekben Turisztikai tevékenység feladatai)
- C. A Kft. az Mőtv. 23. § (4) bekezdés 15. pontjában, valamint az 1991. évi XX. törvény 66. § a) pontjában meghatározott turizmussal kapcsolatos feladatkörrel összefüggésben különösen turista tájékoztatási feladatokat lát el. (Későbbiekben: Turisztikai tájékoztatás tevékenység feladatai)

A BFTK legfontosabb pénzügyi mutatóinak összefoglalója:

2020-ban a Társaság pénzügyi tervei alapján -216.995 ezer Ft összegű veszteséget ér el. Ezt a veszteséget eredménytartalékából kívánja fedezni. A BFTK pénzeszközellátottsága kielégítő, likviditási problémákkal várhatóan nem fog az évben szembesülni.

A bevételek alakulása várhatóan az alábbiak szerint alakul:

A. Kulturális tevékenység árbevétele	328.000 ezer Ft
B. Turisztikai tevékenység árbevétele	234.240 ezer Ft
C. <u>Turista tájékoztatási tevékenység árbevétele</u>	<u>74.428 ezer Ft</u>
MINDÖSSZESEN ÁRBEVÉTEL:	636.668 ezer Ft

- Fővárosi Önkormányzat támogatása	569.498 ezer Ft
- <u>Emberi Erőforrások támogatása (BTF, CAFé)</u>	<u>100.000 ezer Ft</u>
- MINDÖSSZESEN TÁMOGATÁS	669.498 ezer Ft

Egyéb, egyéb bevételek	450 ezer Ft
Pénzügyi műveletek bevétele	1.800 ezer Ft

Fentiek alapján a társaság 1.308.416 ezer Ft-os bevétellel tervez a 2020-as évben. Az előző évhez képest a bevétel visszaesés 49.37% (2019. év bevételei: 2.506.237 ezer Ft volt).

A társasági szintű kiadások várhatóan az alábbiak szerint alakulnak:

Anyagköltségek	21.081 ezer Ft
Igénybevett szolgáltatások értéke	803.052 ezer Ft
Személyi jellegű ráfordítások	482.575 ezer Ft
Egyéb szolgáltatások értéke	8.154 ezer Ft
Eladott áruk beszerzési értéke	19.126 ezer Ft
<u>Eladott (közvetített) szolgáltatások értéke</u>	<u>100.464 ezer Ft</u>
MINDÖSSZESEN	1.464.452 ezer Ft

Értékcsökkenési leírás	34.650 ezer Ft
Egyéb ráfordítások	24.909 ezer Ft
Pénzügyi műveletek ráfordítása	1.100 ezer Ft
Társasági adó	300 ezer Ft

Fentiek alapján a társaság 1.525.411 ezer Ft-os kiadás/ráfordítással tervez a 2020-as évre. Az előző évhez képest a kiadás/ráfordítás visszaesés 39,05% (2019. év összes kiadása: 2.502.705 ezer Ft volt).

Beruházási célok:

Társaságunk 2020-ban az alábbi indokoltnak tartott beruházásokat kívánja végrehajtani.

■ Informatikai fejlesztés	6.000 ezer Ft
■ Budapest Card applikáció fejlesztés	14.000 ezer Ft
MINDÖSSZESEN BERUHÁZÁS	20.000 ezer Ft

A fenti beruházásokat elsősorban meglévő erőforrásaink terhére kívánjuk végrehajtani.

I. SZAKMAI PROGRAM

A BFTK megalakulása óta számos projektet valósított meg, amelyek segítettek elérni a szervezet alapításakor megfogalmazott célokat, ugyanakkor a szervezet csak részben tudott sikeres lenni, amelynek a következő okai vannak:

- a) Jelenleg - közvetve vagy közvetlenül- túl sok szervezet dolgozik a Budapest városmárkán illetve Budapest turisztikai megjelenésén (BVA, BFTK, Magyar Turisztikai Ügynökség, Design Terminál, Magyar Divat és Design ügynökség, stb.), így nincs egy egységes stratégia, amelynek mentén épülne a *Budapest brand*.
- b) A sok szereplőből fakadóan nincs igazi tulajdonosa a Budapest márkának, a különböző feladatkörök (turistákkal való kommunikáció, események, fesztiválok, társadalmi kommunikáció, social media csatornák kezelése stb.) nincsenek egy helyre csoportosítva, ami lehetővé tenné azt, hogy a különböző szervezetek és programok egymáshoz kapcsolódva, egységes városarculatot erősítő módon, tervezetten jelenjenek meg. Így nem elég hatékony a városmarketingre elköltött pénzek felhasználása.
- c) A korábbi években a BFTK nem tudott egyedülként dolgozni a Budapest városmárkán, holott a benne lévő potenciál valamint a létrehozásakor megfogalmazott credo alapján ez a szervezet lenne a legalkalmasabb erre a feladatra. Eddig a szervezet nem volt képes egy holisztikus városmarketing stratégia megvalósítására, hanem a több (egyébként nagyobb) szervezet mellett ő maga is szervezett eseményeket, kampányokat, ezért az eredményei kevésbé voltak láthatóak.

A BFTK új vezetése ezeket a peremféltteleket mindenképpen megszeretné változtatni ahhoz, hogy Budapest a nemzetközi és a belföldi célcsoportok előtt is meg tudja magát eredményesen mutatni. Egy márkastratégia csak akkor működik, ha az autentikus és az azt alkotó összes szereplő osztja a brand alapértékeit és ugyanazoknak az üzeneteknek a megosztásán dolgozik. A városról csak az itt élő emberekkel és az itt működő vállalkozásokkal közösen lehet kialakítani egy képet, a kulcsfontosságú márkaépítést a budapestiekkel együtt kell elvégezni, a várost és a városkommunikációt meg kell nyitni előttük.

Ennek a megteremtése a BFTK feladata, itt kell létrehozni és moderálni a megfelelő platformokat és fórumokat. Cél az itt élőkől érkező ötletek becsatornázása a város életébe és folyamatosan kapcsolatot tartani velük – legyenek magyarok, expatok most induló vagy éppen régóta itt működő cégek. A brand építésbe sokkal jobban be kell vonni a budapesti kerületeket és a városban működő vállalkozásokat és vállalkozókat is.

A külföldön Budapestről élő képet a városnak sokkal határozottabban, a brand stratégiával összhangban gondolkozva kell alakítania. A turizmus nagyon fontos ágazata a gazdaságnak, azonban nem mehet az itt élők nyugalmanak és életének rovására. Azaz, olyan célcsoportokat kell megszólítani és idehívni, akik a gazdasági előnyök biztosítása mellett hozzájárulnak egy élhető város fenntartásához. Ehhez át kell tervezni a turizmussal kapcsolatos kommunikációt, intenzív szakmai kapcsolatot kell kialakítani az idegenforgalomból élő vállalkozókkal és intézményekkel, hogy közösen tervezzük meg Budapest turisztikai stratégiáját és olyan eszközöket/segítséget adjunk nekik, amelyekkel sikeresebbek tudnak lenni.

A fenti célok megvalósítása érdekében a BFTK 2020 évben jelentős szervezeti átalakítást és szervezetfejlesztést tervez.

Új feladatok:

- Egységes és letisztult megjelenés az online és a nyomtatott Budapest termékekre, értékesíthető termékekre.
- Tartalomkészítés beemelése a város és az itt élők közötti kapcsolatba. Ez egy mini szerkesztőség felállítását jelenti, amelyik feladata, hogy megmutassa az itt élő emberek, helyszínek, épített és kulturális örökség helyszínek, közösségek történeteit és azokat különböző csatornákon (social, online, PR) eljuttassa az itt élőkhez.
- Egységes üzenetek fejlesztése a városban lakóknak és az ide látogatóknak.
- Fenntartható város tudatosítás – a klímatudatosság erősítése.
- Új kommunikációs platformok (megújult budapest.hu, Budapest magazin) létrehozása, amely alkalmas a városlakókkal való kommunikációra.
- Budapest turisztikai stratégiájának elkészítése, mellyel évek óta adós a városvezetés a turisztikai szakmának és az itt élőknek egyaránt.
- Stakeholder kapcsolatok ápolása és események megszervezése.
- Piac- és közvéleménykutatások megvalósítása és azok eredményeinek tudatos beépítése a folyamatainkba.
- Business intelligence / információs technológiák és azok eredményeinek beemelése a folyamatokba.
- A Budapest Merchandise stratégia átgondolása és elkészítése. Ez azt eredményezi, hogy minőségi ajándéktárgyak készülhetnek csak, amelyek összhangban vannak a város arculatával és bevételt hoznak.
- Élhető és rendezett városkép megteremtése- előkészítő anyagok és policy papírok készítése, hogy egy rendezettebb városban élhessünk. (pl. Köztéri reklámok szabályozása, oszlop duplikátumok megszüntetése, letisztult üzleti portálok).
- Service design stratégia és megközelítés bevezetése a városi tulajdonú intézményeknél.
- A Budapest Kártya digitálissá tételének elindítása.

Tekintettel arra, hogy a fenti plusz feladatokat nagyobb részben „in-house”, azaz a szervezeten belüli erőforrással kívánjuk megoldani, ezért szükség van versenyképes tudással rendelkező szakemberekre és a munkavégzéshez szükséges infrastruktúra biztosítására. Ez ugyanakkor a forrásfelhasználás leghatékonyabb módja, hisz a hozzáadott érték, illetve az értékesített szolgáltatások bevételei a céghez kerülnek közvetlenül.

A.)

Kulturális tevékenység (rendezvényszervezési és az önkormányzatot érintő hazai és nemzetközi szintű képviseleti feladatok)

A vezetés célja és feladata, hogy a tevékenységek összehangolásával, Budapest kulturális üzenetét, tartalmát, turisztikai vonzerejét megfogalmazza. A közhasznú, városkép és értéképítő tevékenység célja továbbá, hogy kiszolgálja és teljesítse mindazon elvárásokat, mellyel Budapest a hazai és a nemzetközi szinten a legjobb minősítést kaphassa.

E tevékenységi körben az alábbi projektek szerepelnek (megjelölve az egyes projektek esetében veszélyhelyzet miatt bekövetkezett szükségszerű módosításokat):

1. Budapesti Tavaszi Fesztivál
2. Tavaszi Vásár
3. Cafe Budapest Kortárs Művészeti Fesztivál
4. Budapesti Advent- és Karácsonyi Ünnepek
5. Turisztikai vonzerővel bíró összművészeti programok és rendezvények
6. Nemzetközi kapcsolatok

1. Budapesti Tavaszi Fesztivál – 2020. április 03. - 19.

2020. március 28-án Magyarország kormányának döntése értelmében, a világméretű egészségügyi veszélyhelyzetre való tekintettel a 40. Budapesti Tavaszi Fesztivál sajnálatos módon elmaradt. Ugyanakkor, mint a fesztivál társszervezőjének az elmaradt eseménnyel kapcsolatban szervezési költségeket, közreműködőket, előlegeket finanszíroznia kell a BFTK-nak, illetve készül a vállalat az értékesített jegyek visszafizetésére is.

Tervezési folyamatainkkal egyidőben a fesztivál társszervezője, az Emberi Erőforrások Minisztériuma bejelentette, hogy a fesztivál előkészítése során felmerült költségeket a lemondástól számított 30 napig figyelembe vehetjük, azok az EMMI támogatás terhére elszámolhatók, azonban a 150.000 ezer Ft-ból el nem költött részre visszafizetési kötelezettségünk áll fenn.

A 40 éves fesztivál előkészületei kimondottan nagy odafigyeléssel zajlottak már 2019 őszétől. Idén is több műfajban készült a főváros a megvalósításra, a klasszikus zenei koncertek mellett számtalan áriakoncertet, opera-, balett-, tánc- és színházi előadást, jazzprogramot, valamint tematikus kiállításokat tartogatott a Fesztivál az érdeklődők számára. A MŰPA-val közös szervezésben, emblematiszus együttesekkel és kiemelkedő szólisták új produkcióival, premierekkel és magyarországi bemutatók megvalósításával szerte a fővárosban. A 40 éves jubileum ünneplése mellett az idei év tematikája között szerepelt Liszt Ferenc, és a 2020-ban születésének 250. évfordulóját ünneplő zeneszerző-óriás Ludwig van Beethoven több művének bemutatása is.

A BFTK az elmúlt évekhez hasonlóan számos budapesti helyszínnel és fővárosi fenntartású intézménnyel közösen készült az előadásokra, koncertekre, kiállításokra. Legkiemelkedőbb előkészített programokból kiemelve néhányat:

A Trafó Kortárs Művészetek Házával közös projektként mutatta volna be a fizikai színház műfajának ikonikus alkotójától Lloyd Newsontól az Enter Achilles c. mozgásszínházi előadását, valamint ősbemutatót tartott volna a Freak Fusion társulat Restlesslegs c. előadásának. A Kiscelli Múzeummal együttműködve kiállítást tervezett Testkép címmel, a Templom tér előadóhelyen a Baroque Modification c. koncertnek, a Hof-Musici Baroque Ensemble-nek, és a London Baroque Bandnak adott volna otthont a Zsabó mini fesztivál keretében. A Pesti Vigadóban neves művészek, mint Lukács Miklós (cimbalom) és a Nemzeti Filharmonikus Zenekar, vagy Kállai Ernő (hegedű) és Balázs János (zongora) közös estje, vagy a Sárík Péter Trió Beethoven műveket feldolgozó előadása, a nemzetközi vonalon pedig Yuya Mizuno csellókoncertjét várta volna a közönség. A Zeneakadémiára adott volna otthont a tavalyi évben nagy sikert aratott zongoravirtuóz újbóli fellépésének Ji Yong Kim Beethoven műveiből álló előadásnak, az Ensemble Mandel – Bingeni Szent Hildegárd látomásai c. előadásnak. Emellett Farkas Gábor (zongora) fellépésének, és Oláh Krisztián (zongora) quartettjével történő közreműködésének is. Liszt Ferenc

művészetét bemutató Liszt-maraton programot egy különleges helyszínen, a Nemzeti Múzeumban kívánta a Társaság létrehozni olyan közreműködő művészekkel, mint Magyar Valentin (zongora) és az Anima Musicae Kamarazenekar, a Mona Dániel ihlette Liszt-kukacok akadémiajának művészei, vagy Kiss Péter, Szalai Éva, Palójtay János zongoraművészek. Az Óbudai Társaskörrel közös bemutató valósult volna meg az Auer Trió három romantikus kamarakompozíciójának Temperamentum c. előadásával. Szintén évek óta színesíti a programkínlatot az A38 rendezvényhajóval való közreműködés, ahol jellemzően nemzetközi előadók lépnek fel, egészen egyedi produkciókkal. Az idei évben a holland Joep Beving zongorista zeneszerzőt, a new orleans-i Tank and The Bangas együttest, az osztrák Manu Delago Ensemble-t állította volna a BTF a színpadra, a magyar előadók közül pedig a BELAU együttes Colourwave c. lemezének bemutatóját tartotta volna meg a hajó gyomrában. Mindezekon felül, együttműködésben az Activ Color ft-vel, együtt dolgozott a Fesztivál a Budapest Art Week megvalósításán, melynek keretében cél volt összefogni és megismertetni a látogatókkal Budapest színes képzőművészeti kavalkádját több galériát és kiállítóhelyet bevonva. A fesztivált immár hagyományosan a Fesztiválzáró Promenádnak elnevezésű köztéri program zárta volna, ahol több száz hivatásos és amatőr táncos, énekes, zenész indult volna el a város központi helyszíneiről – Városháza park, Szent István tér –, hogy nagy zajt csapva bejelentsék a tavasz kezdetét.

A fent felsorakoztatott programokra hosszú hónapok alatt készült fel a Társaság, a lemondással összefüggésben számtalan adminisztrációs feladat keletkezik az elkövetkező időszakban.

Azért is jelzi a programsorozatot ilyen részletességgel szakmai programjában a BFTK, mert az elmaradt programok túl azon, hogy jelzik a nívós szakmai színvonalat, az előkészítés alaposágát, megvalósítása a cél, és alapvető elvárás is, hogy minél több olyan programot valósítsunk meg különböző formában a 2020-as évben, amelyek a BTF kieső programjait valamilyen szinten pótolni tudják majd. A járványhelyzeti évben is fontos küldetése a BFTK-nak, hogy világ színvonalú hazai és nemzetközi produkciókat valósítson meg és szolgálja ki a város igényeit.

2. *Tavaszi Vásár*

2020. márciusában szintén lemondásra került a Vörösmarty térre tervezett kulturális programok kíséretében megvalósításra szánt kézműves és gasztronómiai vásár. (tervezett időpontja 2020. április 3.-26. lett volna)

A Budapesti Húsvéti Vásár és Tavaszköszöntő Forgatag elnevezésű rendezvény a húsvéti ünnepkör és a Budapesti Tavasz Fesztivált kísérő kulturális programsorozata. A 2020. évi eseményt 4 hétvégét átölelő időtartamban tartotta volna a Társaság. Az előző évhez hasonlóan az előkészítés során a hagyományos népművészet mellett a tradicionális kézműves magyar ízekre, az újra gondolt és modernebb formába öntött népművészetre és a designra is nagyobb hangsúlyt került. A vásár alapkonceptiója, hogy fókuszba helyezi a mestereket és kézműveseket, akiket a termékeiken keresztül ismerhet meg minden érdeklődő. Alapcél volt bemutatni őket, hogyan viszonyulnak a mesterségükhöz, hogyan találtak vissza a hagyományos vagy újszerű, de kézzel készített dolgokhoz, mi motiválja őket, honnan gyűjtöttek tapasztalatokat. A Vásárt közterületi kulturális programok, koncertek, játszóházi programok, kézműves mesterségek bemutatói, kiállítás kísérték volna, mely színesítette volna a városlakók és Budapestre érkező vendégek szabadidő eltöltési lehetőségeit.

A vásár fő bevételi forrása a kézműves faházak bérleti díjából, a vendéglátó egységek helyeinek bérbeadásából származik. Ezekből a bevételekből fedezhetők a vásár megszervezése és lebonyolítása érdekében közvetlenül felmerülő kiadások. Jelen esetben ezektől a bevételi forrásoktól az idei évben elesett a BFTK.

3. *CAFe Budapest Kortárs Művészeti Fesztivál*

A 2020. évi rendezvényt az október 2. és 18. közötti időpontra tervezi a MÜPA és a főváros. Figyelemmel a 40/2020. (III.11.) Korm. rendelettel kihirdetett járványügyi veszélyhelyzetre, már az előkészítési feladatok is jelentősen módosultak. Folyamatosan egyeztetve a társszervező MÜPA-val igyekszik a Társaság minél több programot tervezett megszervezni, és csak módosítani az eredeti elképzeléseket. Ugyancsak cél, hogy néhány, a Tavaszi Fesztiválra tervezett programot az őszi programsorozatban valósít meg a két szervező- ha az tematikájában ott megjeleníthető.

A CAFe Budapest Kortárs Művészeti Fesztivál - mint Magyarország egyik legjelentősebb kortárs összművészeti fesztiválja – várhatóan 2020-ban is gazdag választékkal, a magyar és az európai kultúra sokszínűségével jelenik meg Közép-Európa fesztivál-térképén. A fesztivál küldetése a magyar kortárs művészet előtérbe helyezése, valamint a jelen kultúránkat meghatározó európai és a tágabb környezetünkől ránk is hatással bíró művészeti irányzatok nemzetközi világsztárjainak, együtteseinek bemutatása. Alapvető értékeink mellett a CAFe Budapest lehetőséget kínál tehetséges fiatal művészek bemutatkozására, szerepet vállal abban, hogy a különböző művészeti ágak összekapcsolásával, egymásra hatásával akár új műfajok, jövőnket formáló új értékek jöjjenek létre – amire jelen helyzetben még nagyobb szükség van. A CAFe Budapest Kortárs Művészeti Fesztivál szervezőinek egyik alapvető szándéka, hogy a fesztivál idejére a főváros egészét kulturális színtérre alakítsa, hogy a kortárs művészetet megismertesse és közelebb hozza mind a hazai, mind a külföldi vendégekhez. A főváros földrajzi adottságaiból eredő sokszínűségét kihangsúlyozva - a Budai Várban, a Dunán, a pesti buli-negyedben, de a külső kerületekben sorra nyíló egyre izgalmasabb egykori ipari tereiben bővíti kínálatát. A változatos helyszíneken megvalósuló képzőművészeti kiállítások, köztéri installációk, művészeti akciók, performanszok, flashmobok, városi séták a város lakóit lakóhelyükhöz közel is megszólítják és kezdeményeznek közösségi aktivitást. A Fesztivál állandó partnereivel való együttműködésnek köszönhetően az A38 hajó, a Trafó Kortárs Művészetek Háza, a Budapest Jazz Club, a Pesti Vigadó, fővárosi galériák és színházak 2020-ban is színes könnyűzenei, jazz, színház, tánc, képzőművészeti kínálatot csatlakoznak a fesztiválhoz.

4. *Budapesti Adventi- és Karácsonyi Ünnepek*

A Vörösmarty térre tervezett eseménysorozatot november 6. és december 31. között kívánja a Társaság megrendezni. Az idei vásár előkészítése már zajlik, ahol a belföldi látogatókra jobban összpontosító vásárral készül a város. A vásár Európa egyik legismertebb és legelismertebb karácsonyi programja, amit idén is ennek szellemében szervez a BFTK, de megújítva az alapkoncepciót, amit indokol a járványügyi új szempontok érvényesítése is. Így az eddigieknél is körültekintőbb és profibb előkészítés és megvalósítás a cél.

A Vörösmarty téren hagyományőrző jelleggel megrendezendő Budapesti Adventi és Karácsonyi Ünnepek 2020-ban is kiemelt közszolgáltatási feladata a BFTK-nak. Mint minden évben 2020-ban is törekszik a Társaság minél színvonalasabb vásárt és azt kísérő kulturális programokat kínálni a Budapestre érkező külföldi és belföldi látogatóknak, annak érdekében, hogy az elmúlt években kivívott elismerő eredményeket tovább gyarapítsa, illetve maradandó élményt nyújtson a térre kilátogató vásárlók, nézelődők számára. A 2019-ben átalakított tér adottságaihoz igazodva, új megjelenéssel és koncepcióval kívánja az eseményt megvalósítani, melyhez a szakmai stratégiát jelenleg is tárgyalja és egyeztet a hivatalos szervekkel és partnerekkel.

2020-ban a BFTK szervezi majd a Városháza Parkban megvalósuló vásárt is, melyhez a Fővárosi Önkormányzat külön 10.000 ezer Ft támogatást biztosít.

5. *Turisztikai vonzerővel bíró összművészeti programok és rendezvények*

A Társaság szervezte volna a Városháza Parkban a március 15-i megemlékezést, azonban a járványhelyzetre való tekintettel az elmaradt. A Sziget idei rendezvénye szintén elmarad, így az ott megszokott Budapest jelenlét a BFTK képviselőjében nem valósul meg, jelenleg formálódik egy új együttműködés a szervezőkkel, hogy miként tudja a BFTK az új helyzetben is ellátni az ilyen jellegű kötelezettségeit, mert ugyan nagyszabású rendezvények a nyári időszakban nem lesznek, de másfajta megjelenés, együttműködések kialakítása a kulturális, turisztikai szektor szereplőivel összvárosi érdek. Továbbá az év második felében tervez a BFTK ilyen jellegű nagyobb rendezvényeket, melynek része az október 23-i megemlékezés megszervezése is gazdag kulturális program kiegészítésével a Városháza Parkban. A körülmények megváltoztak, így ehhez a szervezőként alkalmazkodnia kell a Társaságnak is, de társadalmi igény van programokra, eseményekre, melyekkel kapcsolatban folyamatosan új és új formák és lehetőségek felé nyit a cég, s noha nagyszabású rendezvény kevesebb lesz, de az előző években megszólított és elért közönséget a 2020-as évben is célként fogalmazza meg önmaga számára a BFTK.

6. *Nemzetközi kapcsolatok*

A Fővárosi Önkormányzat Városdiplomáciai csoportjával együttműködésben valósulnak meg az itt megjelenő programok. Áprilisban a már előkészített Budapest Global projekt kidolgozására versenyztetés útján kiválasztott partnerrel szerződött a BFTK és elindult egy strukturált stratégiai gondolkodás a város nemzetközi diplomáciai kapcsolatainak hosszú távú koncepciójának kidolgozása irányába.

A konkrét, 2020-ban megvalósuló projektek kapcsán folyamatos a kapcsolattartás a Városháza illetékes osztályaival, a nemzetközi tevékenység folytatása tárgyában, ugyanakkor a járványhelyzetre való tekintettel nehéz előre mindent definiálni és megtervezni, a korábban tervezett programok megvalósíthatóságának vizsgálata és egyeztetése folyamatban van. A 2020-as finanszírozási megállapodásban foglalt keret kimerüléséig a Társaság vállalja ezen feladatok megvalósítását.

Az üzleti tervezés pillanatában megvalósításra, együttműködésre szánt terv feladatok az alábbiak:

<i>Tervezett programok 2020</i>
Nemzetközi Dokumentumfilmfesztivál 2020. február – <i>jóváhagyott</i>
OWHC Riga Kossuth Gimnázium kiutazása Rígába – <i>jóváhagyott</i>
Hableány emléktábla
Dél-Koreai kulturális műsorok a Hableány tábla avatásával egyidőben
Szent Charbel szobor - <i>jóváhagyott</i>
World Book Capital pályázat előkészítése
V4 országok köztéri emlékművek jelöléssel való ellátása
Gyerek, ifjúsági csoportok kiküldése és fogadása
"Budapesti Iskola" bemutatása (Heller Ágnes hagyatékának gondozása)
Budapesti nemzetközi kulturális fesztiválok (zsidó, európai etnikumok - Duna Karnevál) támogatása

Budapest Global Council felállításának előkészítése és lebonyolítása - jóváhagyott
Budapest Forum (2021-től) előkészítése - jóváhagyott
Városdiplomáciai akadémia létrehozása - jóváhagyott
Atlantisz könyvprogram Budapest és Frankfurt testvérvárosi együttműködésében
Trianon social listening elemzés a Kárpát-medencében - jóváhagyott

B.)

Turisztikai tevékenység

(Budapest, mint turisztikai desztináció menedzselése, bemutatása, népszerűsítése és értékesítése hazai és nemzetközi szinten)

E tevékenységi körben az alábbi projekteket valósítja meg 2020-ban a Társaság:

7. Turisztika szakmai, stratégiai, kutatási és adatgyűjtési feladatok
8. Együttműködések, partnerségek
9. Turisztikai kiállítás és képviselet belföldön, külföldön
10. Turisztikai marketing kommunikáció (általános)
11. Budapest Kártya

7. Turisztika szakmai, stratégiai, kutatási és adatgyűjtési feladatok

A projekt keretében szakmai, stratégiai, kutatási anyagok elkészítését, statisztikai és egyéb vonatkozó adatok gyűjtését, rendszerezését végzi a BFTK. A kialakult gazdasági és társadalmi helyzetben a stratégiai tervezés még fontosabb hangsúllyal jelenik meg, mint az elmúlt években. Az elkészülő anyagok a város és nem csak a tágra vett turisztikai ágazat számára releváns és revelatív információkat adnak, amivel Budapest újraindítása, hosszú távú működési és fejlesztési irányai, a szakmai partnerségek hatékonyabban megvalósíthatók. Az anyagokat a BFTK a Főváros, a szakmai érdeklődők és a sajtó számára hozzáférhetővé teszi és kommunikálja a szakmai és a lakosság felé.

8. Együttműködések, partnerségek

A BFTK tudatos és intézményesült rendszerben látja el szakmai kapcsolattartási feladatait, melyekre a 2020-as évben saját szervezeti megújulása, a brandépítési folyamat és a járvány utáni újratervezés miatt is intenzívebben épít. Az alábbi együttműködési, partnerségi feladatok ellátása tartozik a 2020-as szakmai programhoz:

- Fővárosi Turisztikai Kerekasztal;
- Belföldi partnerségek, tagságok, MSZÉSZ, MUISZ, MTÜ, stb.;
- Nemzetközi partnerségek, tagságok (UNWTO, WTCF, ECM, WTA);
- Esemény együttműködések Budapesten (Idegenvezetők világnapja, Turizmus világnapja, stb.);
- Részvétel turisztikai, marketing konferenciákon, workshopokon, továbbképzéseken;
- B2B szakmai kommunikációs keret (e-learning, BPC sales támogatás);

- Beutaztató workshop és szakmai study tour külföldi utazási irodáknak Budapesten.

A 2020-as év pandémiás helyzete kihat a turisztikai szokásokra, utazási lehetőségekre is, így elsősorban régiós együttműködések keretében szeretné a Társaság segíteni a turisztikai szektor újraindítását. Ennek keretében a környező országok és nagyvárosokkal közös programok és kampányok kialakítása a cél, hogy a turisztikai célú utazások, mobilitások a térségben új dimenzióba léphessenek, nem csak mennyiségi, de minőségi értelemben is. A kapcsolatfelvétel és partnerségi együttműködés kialakítása e célból megkezdődött.

Eddigi hiátus szakmai területen az üzleti turizmus kapcsán olyan szolgáltatási csomag nyújtása, ami Budapestet mint desztinációt keresett és könnyen értékesíthető terméké formálná. Ezt segíti a formálódó Hungarian Conention Bureau és annak együttműködése a BFTK-val. Az együttműködés keretében megfelelően tud megjelenni a város a nemzetközi MICE piacon, közös promóciós, marketing és city support emelekkkel, és sales aktivitással hatékony üzletszerzés valósulhat meg a jövőben.

9. Turisztikai kiállítás és képviselet belföldön, külföldön

Budapest mint turisztikai desztináció bemutatása hazai és külföldi turisztikai szakkiallításokon és vásárokon a város nemzetközi láthatóságának egyik fontos eleme. A 2020-as évben ennek megfelelően a legrangosabb hazai és nemzetközi vásárokon való megjelenést előkészítette, illetve részben meg is valósította a vállalat.

A hazai megjelenések közül a legnagyobb budapesti eseményen, az Utazás Kiállításon, valamint a debreceni és a miskolci Utazás Kiállításon részt vett a BFTK Budapest képviseletében, az előkészített szolnoki Utazás Kiállítást ugyanakkor már nem rendezték meg a szervezők.

Nemzetközi szinten a CMT Stuttgart (Stuttgart Németország) és a Holiday World Prague (Prága Csehország) programokon tudott részt venni a BFTK. Mindkét esetben a West-Balaton által felállított Magyarország standon Budapest kiadványokkal és pultgrafikával mint megjelenéssel, előbbi esetében a GIRO d'Italia VR szemüveges kerékpáros aktivitással.

Az előkészített ITB Berlin (Berlin Németország) részvétel, melyet az MTÜ Magyarország standján előfoglalt a Társaság mint társkiallító azonban nem valósult meg. Ennek ellenére az előre egyeztetett szakmai tárgyalások egy része online lett megtartva.

Összességében elmondható, hogy a január-február-márciusra tervezett utak, nemzetközi megjelenések részben teljesültek, jelenleg az év utolsó negyedévének nemzetközi megjelenéseinek előkészítése zajlik a szervezőkkel egyeztetve. *Az év végi esetleges megjelenési lehetőségek: Párizs Top Resa kiállítás, Rimii TTG Kiállítás és Workshop, ECM TIC Expert Meeting, ECM City Card Meeting, ITB Asia – Szingapúr, Milánói Nemzetközi Kézműves Vásár.*

10. Turisztikai marketing kommunikáció (általános)

Általános turisztikai kommunikáció és marketing témakörben gondoljuk az alábbi feladatok végrehajtását az előző évekhez hasonlóan. Ettől eltérő módon az ideai válság helyzetre koncentráltan új kommunikációs vonalat is indítunk, mely tartalmát illetően a C. Turisztikai tájékoztatás témakörbe illeszthető be.

Ebben a témakörben azonban az alábbiakat vesszük tovább:

- Budapest megjelenítése nyomtatott és elektronikus média felületeken, egyedi, invitatív kiadványok készítése (Budapest Finest magazin megjelenés, egyéb tematikus kiadványok szerkesztése és gyártása).
- Budapest turisztikai honlap és egyéb internetes felületek működtetése, naprakész információk, ajánlatok biztosításával. www.budapestinfo.hu weboldal, valamint a honlapról elérhető Budapest Kártya webshop üzemeltetése. Közösségi média jelenlét erősítése a facebook és instagram alkalmazások tartalom fejlesztésével.
- Budapest szakma-specifikus promóciós filmek készítése, terjesztése, fotó-tár bővítése.
- Study tourok szervezése külföldi és hazai szakemberek részére – az online térben is.
- Médiafigyelés: A BFTK-nak a turisztikai és fesztivál tevékenységéhez szüksége van rendszeres sajtófigyelésre, melyet külső szolgáltatók igénybevételével valósít meg, melynek keretében napi szintű turisztikai és kulturális vonatkozású hírek gyűjtését, feldolgozását, átvételét és megosztását végzi a Társaság.
- Turisztikai termékek és megjelenések egységesítése: arculati elemek harmonizált használatában, mind a turisztikai megjelenések (információs irodák, pultok és kiállítási rendezvényeken történő megjelenések), mind az új kártyatermékek és a hozzájuk rendelt print és webes tájékoztató és promóciós kiadványok azonos karakterű tipográfiai, grafikai és színkomponensből építkeznek.

10. Budapest Kártya

A BFTK egyik legfontosabb bevételi forrása, egyben a város szolgáltatásainak értékesítési platformja is a Budapest Kártya/Budapest Card eladásokból származik. A BFTK kulturális rendezvény szervező feladatainak ellátása mellett ez a második legkiemelkedőbb tevékenysége, mely elsősorban piaci forrásból valósul meg. A világjárvány következményeként 2020-ban a Budapest Kártya üzletág piaci árbevétele megközelítőleg 80%-kal csökken. Ez jelenlegi kalkulációk szerint – számolva azzal, hogy az év második felében lesz érdemi kártyaeladásból származó bevétel – nagyságrendileg 750 millió forintot előzetesen kalkulált kiesést jelent a Társaság számára, ezzel jelentősen veszélyeztetve a működésünket. Jelen szakmai program azzal számol, hogy március közepétől július végéig teljesen leáll a forgalom, augusztus-december időszakban pedig egy nagyon pesszimista, de növekvő értékesítési tendencia érhető el. Mindent megtesz a Társaság annak érdekében, hogy belföldi forgalom generálásával minél több eladást generáljon, ehhez új programok, kedvezmények és kommunikációs kampány is társulni fog. 2020-ban maradnak a 2019-ben árusított kártya variánsokat. 2020. április 1-től, tehát a 24-48-72 órás 96-120 órás klasszikus és 72 órás Junior Budapest Card árusítását kezdődött meg/, illetve folytatódott, valamint a 2018-as évad októberében bevezetésre került Budapest Card Plus termék is paletta része - mely a korábbi felméréseket igazolva az előre prognosztizált mértékben fogyott a 2019-es évadban. A kártya értékesítési csatornáit mind az online, mind az offline térben 2020. év folyamán is folyamatosan bővíti a BFTK, új viszonteladó partnerek bevonásával és a meglévő partnerek eladás ösztönzésével. Folyamatosan bővül a külföldi értékesítési partnerhálózat is. A kártya tartalma tekintetében, 2020. évben cél, hogy ingyenes elfogadóhelyeink száma átlépje a 40 partnert, ezek mellett további 85-90 kedvezményt nyújtó program lehetőséget tervez a Társaság a kártyába építeni. Az ingyenes elfogadóhelyek számának növekedése tovább segítheti a marketing eszközök mellett, a termék értékesítési volumenének emelkedését.

A világjárványra való tekintettel áprilisban megkezdődött a BFTK kártyastratégiájának újragondolása, a

digitalizálás lehetőségeinek feltérképezése, belföldi célcsoportokat megcélzó tartalmak gyártása. A korábban kiadott majd megszüntetett Belföldi Budapest kártya szakmai tartalmának, értékesítési csatornáinak felülvizsgálata is elindult, annak érdekében, hogy a már a harmadik negyedévben a belföldi utazásokra építve, azon belül is a vidékről Budapestre érkező vendégeket is meg tudja sokkal hatékonyabban szólítani a város elérhető áron, saját termékeivel. A belföldi kártyatermék fontos szerepet játszik Budapest gazdasági újraindításában is, ahol a kártyán keresztül értékesíti a Társaság a főváros intézményeinek szolgáltatását, de a konstrukció új eleme lenne, hogy a kártya jelentős kedvezményt biztosítson szállodai szolgáltatás (szálloda éjszaka) igénybevételére – amire korábban még nem volt példa. A turizmus stratégiai ágazat a város gazdaságában, így annak ReStart programjában is prioritás, s reméljük, hogy már a rövid távú megoldásokban is eredményt fog tudni felmutatni a belföldi kártya konstrukció.

C.)

Turisztikai Tájékoztatási tevékenység

E tevékenységi körben az alábbi projekteket valósítjuk meg 2020-ban:

11. Információs Irodák és közterületi Infopontok
12. Turisztikai Információs táblarendszer
13. Tájékoztató kiadványok
14. Turisztikai értékek népszerűsítése és közérdekű tájékoztatás

11. Információs Irodák és közterületi Infopontok

A BFTK öt turisztikai információs pontot működtet a városban (Sütő utca, Városligeti Műjégpálya, Budai vár – Tárnok utca, Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér 2A-2B terminál), valamint közel húsz közterületi ideiglenes mobil információs pultot. A fix információs pontok mindegyike bérelt ingatlanban történik, ahol lehet ott a bérleti díj megfizetésére vonatkozóan kedvezmények igénybevételét kérte a Társaság a tulajdonosoktól a veszélyhelyzet idejére. A mobil pultok saját tulajdonban állnak, közterülethasználati engedélyek birtokában, alvállalkozók bevonásával elvégezve az információadási tevékenységet, kiegészítve Budapest kártya értékesítéssel, és egyéb – a piacon elérhető – turisztikai szolgáltatás/program értékesítésével. Ez a tevékenység március 16. napjától fel van függesztve és jelentős árbevétel kiesést eredményez mind a kiesett pult üzemeltetési díjak, mind pedig a Budapest Kártya bizományosi értékesítés tekintetében.

A leállás ideje alatt az irodák hosszú távú működési és működtetési modelljének újragondolását végzi a Társaság, hogy a jövőben a piac által elvárt szolgáltatásokat valósíthassa meg a BFTK a garantálható legnagyobb biztonság mellett.

A Tárnok utcában található iroda kapcsán jelenleg is zajlanak az egyeztetések az iroda hosszú távú működtetéséről. A tulajdonos Budavári Önkormányzat területen tervezett beruházása alapvetően érinti az iroda működtethetőségének kérdését.

Az információs irodákban a BFTK szerződéses partnerei számára bizományos konstrukcióban turisztikai program-jegy értékesítést végez, mellyel további bevétel lehetőségeit kiegészítő, jutalék bevételre tesz szert. Tekintve, hogy ez a tevékenység az irodák nyitva tartásához kötött, várhatóan szintén január-március, illetve augusztus-december időszakokban tud kiegészítő bevételként megjelenni, de korábbi években megszokotthoz képest jelentősen mérsékelt formában.

12. Turisztikai Információs táblarendszer

E feladatkörben valósul meg a gyalogos turistaforgalmat segítő, egyben a látnivalókra való figyelemfelhívást szolgáló útbaigazítás biztosító turisztikai információs táblarendszer üzemeltetése és karbantartása. A veszélyhelyzet elhárultáig a BFTK felfüggesztette a tábla ellenőrzési feladatokat.

Az üzleti előterv készítésekor tervezett táblacsere, melynek keretében a rétegelt falemez alapanyagú táblákat időtállóbb, Diblond alapanyagúra cserélné a Társaság, felülvizsgálja. Amennyiben az év második felében az anyagi keretek lehetővé teszik, úgy megkezdődik a táblák fokozatos cseréjét, mintegy 200 darab tekintetében (az 510 darabból).

13. Tájékoztató kiadványok

A Budapest Guide és Budapest City Map ingyenes turista tájékoztató kiadványok tervezése, szerkesztése, megjelentetése, terjesztése. A veszélyhelyzet elhárultáig ugyanakkor felfüggesztésre kerültek további turisztikai célú kiadványok gyártása.

A BFTK Budapest Guide kiadványa a fővárosba érkező turisták körében a legnépszerűbb kiadvány. A folyamatosan fejlesztés alatt álló kiadvány, tartalmát tekintve is jelentősen kibővült. A print kiadvány mellett, a kiadványtartalmak digitalizálásának tervezése megkezdődött, mely a turista felhasználási szokásokra reagálva, elektronikus formában, kereshető módon, térképes segédlettel egészítené ki a print kiadványt. Ez a mai mobil felhasználási szokások tükrében elengedhetetlen fejlesztés. Látva a globális turisztikai trendeket, a print kiadványok egy jól behatárolható célcsoport számára adnak fogódzót a város megismeréséhez. Ezt kívánja a Társaság kiegészíteni a kiadványok digitális változatával, mely a járványhelyzetre tekintettel most kiemelten fontos.

A lefolytatott közbeszerzési eljárás értelmében a Budapest Guide kiadvány 450.000 példányban megjelent április 1-én. A tervek szerint, és mert a turisztikai szezonban egy „gap” keletkezett, a kiadványt érvényességét 2021. március 31-ről kitolta a BFTK 2021. szeptember 30-ig.

A Citymap a BFTK egyik legnagyobb példányszámú kiadványa, melyet a szolgáltatók is díjmentesen igényelhetnek. Negyedévente 337.500 példányban jelenik meg, ugyanakkor jelen járványhelyzetben a tavaszi számot tudta a Társaság megjelentetni márciusban, a nyári szám gyártása biztosan elmarad, az őszi és téli szám kiadása tervben van a város turizmusának alakulását is figyelembe véve.

2020-ban új online tartalmakkal is szeretné a BFTK felhívni az itt élők, illetve az ide látogatók figyelmét arra, hogy milyen alapvető szabályok mentén tudnak városi sétákon, szabadtéri programokon részt venni. A budapestinfo.hu-n és social media oldalakon folyamatos tartalom gyártással, programajánlatokkal, naprakész információkkal látja el a Társaság a Budapestre látogatókat.

14. Turisztikai értékek népszerűsítése és közérdekű tájékoztatás

Budapest mint turisztikai termék hirdetése, értékesítése különösen a válság terhelte időszakban az online térben tud érdemben megvalósulni, ezért is kiemelten fontos a turisztikai újraindulásnál is építeni, információkkal, naprakész tartalmakkal segíteni a turistákat és a budapestieket is. Ezen tájékoztatási feladatok keretében a BFTK az alábbi területeken fejt ki tevékenységét:

A 2020-as évben elindul a budapestiek mindennapi életét segítő, XXI. századi szolgáltatásokat nyújtó digitális ökoszisztéma, amely Budapestet modern, innovatív világváros szintjére emeli. Ennek központi gondolata egy olyan rendszer létrehozása, amelynek segítségével a lakosok és az önkormányzat gyorsan, kényelmesen és szolgáltató módon tud kommunikálni egymással. A kialakult járványügyi helyzet valamint annak következményeit csökkenteni hivatott intézkedések indokoltá teszik, hogy ennek az ökoszisztémának az elkészítését felgyorsítsuk és az okostelefonokon használható, BudAPPest fejlesztését előrehozzuk, ezzel is segítve a hatékony és gyors kommunikációt a városlakókkal és a városba látogatókkal. Ennek a munkának az előkészületei megkezdődtek.

Az üzleti terv és a 2020-as év két kiemelt projektje ezen ponton belül a honlap- és online portfólió-fejlesztés, valamint a különböző promóciós kampányok, melyekről részletesen is ismertetésre kerülnek jelen üzleti tervbe.

14.1. Honlapfejlesztés

Az idei szakmai terv jelentős honlapfejlesztéssel kalkulál, amit a piaci trendek is szükségszerűvé tettek, de a járványhelyzet csak erősítette az online portfólió felülvizsgálatának és fejlesztésének folyamatait. A budapestinfo.hu statikus kizárólag Budapest kártya eladásra kalibrált oldalt. Ez első körben átalakul, friss tartalmakkal kerül feltöltésre, hogy egy orientációs pont legyen az idelátogatóknak. A belföldi turizmust segítő tartalmak gyártása megkezdődött, illetve elkezdődött az angol nyelvű hírek, turisztikai anyagok frissítése, ami nagy hiányosság volt eddig. Minden tartalomhoz a jövőben kapcsolódik Budapest kártya szolgáltatást is, elősegítve az értékesítést.

Ezzel párhuzamosan megújulnak a közösségi média oldalak is. A visit budapest és a Látogass budapestre! oldalon tájékoztató kampányok futnak a jövőben, és a budapest-official instagram oldal is teljesen megújul. A munka elkezdődött és az elmúlt hónapokban a social media csatornákon jelentőse növelni tudta a BFTK követőinek számát.

A város újrapozicionálása az online térben egy olyan hiányosság, amivel haza és nemzetközi szinten egyaránt más minőségű és mélységű kapcsolatot tud a BFTK és így a főváros is kialakítani mind a budapestiekkel, mind a turistákkal. A kétoldali kommunikáció, információszolgáltatás mellett továbbá a Társaság bevételeit adó értékesítés is hatékonyabban tud működni az online térben, ahol sokkal gyorsabban reagálva tudja a kereslet-kínálat változásait is leereagálni a város.

Ez a munka igen komoly energiabefektetést igényel, de mind a humán erőforrás, mind a befektetett anyagi erőforrások már rövidtávon is komoly eredményeket és hasznót hoznak a város turizmusának.

14.2. Turisztikai kampányok

A kialakult rendkívüli helyzetben a BFTK gyorsan reagálva olyan turisztikai kampányokat indított a 2020-as évben, amelyek a szolidaritást, az összefogást, az együttműködést helyezték a középpontba, segítve egymást, a várost, a turisztikai ágazatot. Ezek nem csak fontos elemei a partnerségnek, de a Társaság társadalmi felelősség-vállalási küldetését is hűen tükrözték, ami Budapest mint közösség erősségét is jól reprezentálta.

A turizmus sok esetben bizalmi kérdés, a város pedig ezeknek a kampányokban úgy tudott nemzetközi hírek közé bekerülni, hogy a veszélyhelyzetben is az összefogás és biztonság üzenetével szólított meg, ami hosszú távon a város iránti pozitív üzenetek társítása és bizalom építése irányába tett stratégiai lépések is.

A járványhelyzet elején márciusban elindult a Light4you kampány a BFTK gondozásában. A magyar szállodaszövetséggel közösen a budapesti hotelek ablakait a „4U” üzenetekkel világították meg a hotelek az együttműködés keretében. Az „érted, értetek” kampány két hét alatt bejárta a magyar sajtót és több nemzetközi partner csatlakozott a szolidaritási akcióhoz.

Áprilisban a Budapest megvár kampányt építette fel a BFTK. Az erről forgatott film 3 hét alatt több mint 2 millió embert ért el a közösségi médiában és a filmet 980 ezer ember nézte meg. A kampányról beszámolt a magyar és a nemzetközi sajtó és a szakmai szervezetek is.

Májusban indul a #hamarosanbiztosan kampány, amiben neves hazai és nemzetközi művészek beszélnek arról, hogy a karanténidőszak elmúlásával milyen aktív programokat terveznek és mit jelent számukra Budapest.

Nyáron a belföldi Budapest kártyapromóció körüli kampányok hivatottak az eddigieknél jóval hatékonyabb elérést és nagyobb értékesítést elősegíteni célzott promóciós tevékenységgel. A város újraindítása körüli marketing kampányokat, őszre pedig egy nagy nemzetközi kampányt a turizmus újraélesztéséért, illetve a CAFé promócióját tervezi a Társaság.

Budapest mint belföldi desztináció értékesítése azért is bír kiemelt jelentőséggel, mert a nemzetközi turizmus megtorpanása később fog újraindulni, de a megfelelő szolgáltatás csomaggal, Budapest versenyképest és vonzó turisztikai célpont. Jól előkészített promóciós kampánnyal, a szektor szereplőivel közösen kialakított kedvezménycsomagokkal komoly eredmények realizálhatók, aminek kiemelt jelentősége van a város gazdasági életében húzóágazatként azonosított turizmus újraindításában, amivel a gazdasági visszaesés, az okozott károk mérsékelhetők - ez jelen helyzetben alapvető cél és közös érdek. Ennek a része a budapestieket célzó nyári programok és kedvezmények kiegészítése szálláskínálattal, közösségi közlekedési kedvezményekkel, ahol megfelelő promóciós kampányokkal kíván a Társaság eredményeket realizálni.

Nemzetközi szintén a 2020-as évben Budapest mint befektetési helyszín, egyetemi város, régiós kreatívipari központ bemutatása, a városban ezeken a területeken működő szervezetek tevékenységének marketingkampány szintű összehangolása és marketingeszközökkel való segítése a cél, ezzel is támogatva a város nemzetközi térben való ismertségét, beágyazódását.

II. EREDMÉNY-CÉLKITŰZÉS

1. Humánpolitikai és üzemeltetési célkitűzések

A Társaságunk jelenleg hatályos Szervezeti és Működési Szabályzata szerint 78 státuszt különböztet meg. 2 fő vezető állású munkavállaló (ügyvezető és gazdasági igazgató), 1 fő szakmai és projektkoordinációs menedzser, 6 fő divízióvezető (Jogi, Igazgatási és üzemeltetési divízióvezető, Gazdasági divízióvezető, Szervezési divízióvezető, Kártya divízióvezető, Turisztikai divízióvezető, Marketing divízióvezető). 46 fő további munkavállaló az egyes divíziókban a központi irodában, valamint 23 fő informátor az irodahálózatban (A társaság 6 fő GYES-es munkavállalót tart nyilván.)

A kialakult járványügyi helyzetre tekintettel a költségek mérséklésére is törekszünk, a létszám jelenlegi bővítésén nem gondolkodunk, ugyanakkor az első fejezetben tárgyalt szervezetfejlesztés hatására a meglévő szervezeti struktúra átalakításra kerülhet, melyek a bérköltségekre is hatással lehetnek, a rendelkezésre álló, betervezett keret mértékéig.

A munkavállalók alaphérén túl a bérköltségek között mutatja ki a társaság a Felügyelő Bizottságának tiszteletdíját, a fesztiválok és egyéb rendezvények kapcsán megbízott előadóművészek és szakértők, közreműködők megbízási díját, amennyiben a feladatok ellátása magánszemély közreműködésével valósul meg. Továbbá itt kerülnek elszámolásra a Budapest Kártya - saját iroda hálózaton belüli - értékesítése után járó jutalék tömegek is, és a prémiumok, jutalmak.

Személyi jellegű egyéb kifizetések között mutatjuk ki a betegszabadságok díját, a munkabajárás költségeit, a kiküldetések napidíját, a dolgozoknak juttatott cafeteria elemek összegét (SZÉP kártya), az iskolakezdési támogatást, a munkáltatót terhelő SZJA-t, a reprezentáció kiadásokat, és a cégtelefon magánhasználatából eredő költségeket, esetlegesen felmerülő végkielégítéseket.

Bérráfordítók esetében a munkáltatót terhelő szociális hozzájárulási adóval, szakképzési hozzájárulással és rehabilitációs hozzájárulással számolunk.

Fontos kiemelnünk, hogy a társaság élére 2020. március 1-től új ügyvezető került kinevezése, aki egyelőre javadalmazás nélkül látja el feladatait, ugyanakkor az év második felétől várhatóan döntés születik illetményének mértékéről, ezért megjelenik a tervezésben az ügyvezetői juttatás.

Megnevezés	ezer Ft	
	2019 tény	2020 terv
Munkabérek	390 741	409 853
Személyi jellegű egyéb kifizetések	59 159	42 444
Bérráfordítók	89 119	60 278
SZEMÉLYI JELLEGŰ RÁFORDÍTÁSOK ÖSSZESEN	539 019	512 575

A társasági szintű személyi jellegű ráfordítások tekintetében a 2019-es évhez képest megtakarítás várható 2020-ban, az év közben jelentkező pandémiás helyzetben figyelembe vehető járulék kedvezmények miatt. A bérköltségek 4,89%-os növekedése mellett, 28%-os egyéb személyi jellegű ráfordítás, és 32% járulék megtakarítással tervezünk az előző évhez képest. Számszerűen mindösszesen 26.444 ezer Ft bérköltség csökkenést várunk az idei év tervezése alapján.

A BFTK központi működését az idei évben nagyban befolyásolja, és külön költségnövekedést eredményező tétel, hogy a 2020-as évben a Városháza energetikai korszerűsítése miatt a BFTK költözni kényszerült. A Főpolgármesteri Hivatal épületén belül történő költözés megvalósult, s jelenleg ideiglenes

elhelyezéssel, de a teljes szervezet új helyre költözött, ami korábban nem kalkulált költségnövekedést eredményezett. Az elhelyezés ideiglenes, a hosszú távú megoldásról nem született tulajdonosi döntés.

Szintén a működésünket befolyásoló tényező lesz az év során a Fővárosi Közgyűlés 212/2020. (II.26.) számú határozatában foglaltaknak megfelelően a BFTK és BVA Budapesti Városarculati Nonprofit Kft. működési átalakítása, új, egységes szervezeti keretek között történő feladat-ellátásnak előkészítése, ami hatással van már a 2020-as évben is a hosszú távú irodakialakítási megoldásra.

2. Eredmény előrejelzés

A Társaság 2020-ban – a vezetői összefoglalóban is tárgyalt megváltozott gazdasági helyzet miatt negatív eredménnyel zárja az évet. Előzetes kalkulációinkat tekintve -216.995 ezer Ft-os veszteséggel számolunk, amit az elmúlt években felhalmozott eredménytartalékunkból kívánunk fedezni.

A BFTK 2020. évi részletes eredménylevezetés tervezetét a következő oldalon szereplő táblázat tartalmazza.

Budapest, 2020. május 25.



FAIX CSABA
ügyvezető
BFTK Nonprofit Kft.

H-1052 Budapest, Városház utca 1.

Részletes eredménylevezetés tervezet:

adatok E Ft-ban

	A tétel megnevezése	2018. év (tény)	2019. év (tény)	2020. év terv
I.	Értékesítés nettó árbevétele	1 489 208	1 669 311	636 668
1.1.	Közhasznú tevékenység árbevétele	1 181 295	1 354 156	546 135
1.1.a.	Budapesti Tavaszi Fesztivál	27 221	25 488	0
1.1.b.	CAFé Budapest Kortárs Művészeti Fesztivál	4 374	6 030	4 000
1.1.c.	Karácsonyi Vásár	290 565	320 611	320 000
1.1.d.	Tavaszi Vásár bevétele	74 118	93 862	0
1.1.e.	Budapest kártya	778 560	908 164	222 135
1.1.f.	Közhasznú egyéb tevékenység árbevétele	6 458	0	0
1.2.	Vállalkozási tevékenység árbevétele	307 913	315 155	90 533
1.2.a.	Marketing tevékenység árbevétele	43 204	44 939	19 656
1.2.b.	Turisztikai tevékenység árbevétele	234 489	236 398	54 176
1.2.c.	Továbbszámlázott szolgáltatások bevételei	30 012	26 282	15 598
1.2.d.	Vállalkozási egyéb bevétel	208	7 535	1 103
II.	Aktivált saját teljesítmények értéke	0	0	0
III.	Egyéb bevételek	733 220	830 741	669 948
3.1.	Támogatások	726 224	807 096	0
3.2.	Egyéb, egyéb bevételek	6 997	23 645	669 948
IV.	Anyagjellegű ráfordítások	1 544 957	1 850 200	951 876
4.1.	Anyagköltségek	32 015	29 418	21 081
4.2.	Igénybevett szolgáltatások költségei	1 077 658	1 271 578	803 052
4.2.a.	Kommunikációs költségek (posta, telefon, internet)	8 449	9 406	5 835
4.2.b.	Bérleti díjak	159 635	125 610	116 248
4.2.c.	Szállítási, rakodási, raktározási költségek	16 348	39 251	25 641
4.2.d.	Javítás, karbantartás, üzemeltetés költségei	92 089	105 446	67 813
4.2.e.	Hirdetés, reklám és kapcsolódó gyártási, előkészítési költségek	189 634	188 924	149 585
4.2.f.	Újságok, könyvek, CD-k költségei	193	224	161
4.2.g.	Utazási és kiküldetési költségek (napidíj nélkül)	28 473	40 219	9 411
4.2.h.	Rendezvényszervezés	424 763	549 463	274 203
4.2.i.	Egyéb igénybevett szolgáltatások költségei	158 074	213 035	154 155
4.3.	Egyéb szolgáltatások költségei	11 999	9 995	8 154
4.3.a.	Hatósági, igazgatási, szolg. díjak, illetékek	1 383	1 898	1 193
4.3.b.	Pénzügyi, befektetési szolgáltatási díjak	5 494	6 801	5 340
4.3.c.	Biztosítási díjak	5 122	1 296	1 621
4.4.	Eladott áruk beszerzési értéke	24 262	32 091	19 126
4.5.	Eladott (közvetített) szolgáltatások értéke	399 023	507 116	100 464
V.	Személyi jellegű ráfordítások	460 323	539 019	512 575
5.1.	Munkabérek	318 585	390 741	409 853
5.2.	Személyi jellegű egyéb kifizetések	61 294	59 159	42 444
5.3.	Bérráulékok	80 444	89 119	60 278
VI.	Értékcsokkenési leírás	36 221	38 246	34 650
VII.	Egyéb ráfordítások	43 383	72 237	24 909
A.	ÜZEMI (ÜZLETI) TEVÉKENYSÉG EREDMÉNYE (I±II+III-IV-V-VI-VII)	137 544	350	-217 395
VIII.	Pénzügyi műveletek bevételei	4 885	6 185	1 800
IX.	Pénzügyi műveletek ráfordításai	1 159	2 574	1 100
B.	PÉNZÜGYI MŰVELETEK EREDMÉNYE (VIII-IX)	3 726	3 611	700
C.	ADÓZÁS ELŐTTI EREDMÉNY (±A±B)	141 270	3 961	-216 695
X.	Adófizetési kötelezettség	1 827	431	300
D.	ADÓZOTT EREDMÉNY (±C-X)	139 443	3 530	-216 995

Budapest, 2020. május 25.

MELLÉKLETEK:

Jelen üzleti terv mellékletét képezik a BUDGET program táblái az alábbiak szerint:

- A1Tk- TEVÉKENYSÉG AGGREGÁLT
- A2- TEVÉKENYSÉGEK EREDMÉNYE 1
- A2- TEVÉKENYSÉGEK EREDMÉNYE 2
- A3- TEVÉKENYSÉGEK EREDMÉNYE 1
- A3- TEVÉKENYSÉGEK EREDMÉNYE 2
- B1k- EREDMÉNYKIMUTATÁS 1 AGGREGÁLT
- B2k- EREDMÉNYKIMUTATÁS 2 AGGREGÁLT
- B3- KÖZHASZNÚ EREDMÉNYKIMUTATÁS
- B4k- PÉNZÜGYI EREDMÉNY AGGREGÁLT
- B5k- EGYÉB BEVÉTELEK ÉS RÁFORDÍTÁSOK AGGREGÁLT
- C1k- ÁLTALÁNOS KÖLTSÉGEK AGGREGÁLT
- C2k- ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS AGGREGÁLT
- C3k- BÉRKÖLTSÉG ÉS BÉRJÁRULÉK AGGREGÁLT
- C4k- SZEMÉLYI JELLEGŰ EGYÉB KIFIZETÉSEK AGGREGÁLT
- D1- MÉRLEG
- D2- EREDMÉNYKIMUTATÁS
- E1- LIKVIDITÁSI TERV
- B1n- EREDMÉNYKIMUTATÁS 1 AGGREGÁLT N-1
- B2n- EREDMÉNYKIMUTATÁS 2 AGGREGÁLT N-1
- B4n- PÉNZÜGYI EREDMÉNY AGGREGÁLT N-1
- B5n- EGYÉB BEVÉTELEK ÉS RÁFORDÍTÁSOK AGGREGÁLT N-1
- C1n- ÁLTALÁNOS KÖLTSÉGEK AGGREGÁLT N-1
- C2n- ÉRTÉKCSÖKKENÉSI LEÍRÁS AGGREGÁLT N-1
- C3n- BÉRKÖLTSÉG ÉS BÉRJÁRULÉK AGGREGÁLT N-1
- C4n- SZEMÉLYI JELLEGŰ EGYÉB KIFIZETÉSEK AGGREGÁLT N-1
- G1T- BERUHÁZÁS