Egyeztetés a magyar turizmus új stratégiájáról a Visit Hungary és a szakmai szövetségek között

2026. október 08. 15 óra

MaReSz háttéranyag

A MaReSz álláspontja szerint 2036-ra Magyarország és Budapest akkor lehet igazán sikeres turisztikai desztináció, ha a MICE szektort nem a turizmus egyik mellékágaként, hanem önálló, jelentős gazdasági értéket teremtő ágazatként kezeljük.

A MaReSz négy fő célkitűzést/kihívást fogalmaz meg 2036-ra:

1. Magyarország és Budapest legyen TOP10-es ICCA-desztináció;
2. a rendezvényágazat gazdasági súlya legyen mérhető és látható;
3. Magyarország legyen a fenntartható üzleti rendezvények egyik vezető desztinációja; és
4. mindez egy kiszámítható, versenysemleges, szakmai alapokon működő piacon valósuljon meg.

Ehhez 2030-ig hat területen kell előrelépni:

1. MICE-stratégia és intézményrendszer;
2. infrastruktúra;
3. szabályozási és piaci környezet;
4. célzott MICE-marketing;
5. adat- és hatásmérés; valamint
6. fenntarthatóság.

I. Kívánatos jövőkép 2036-ra

1. Magyarország és Budapest legyen Európa egyik vezető MICE-desztinációja

Cél, hogy Magyarország és Budapest egyaránt bekerüljön a TOP10-be az ICCA ország- és városrangsorában. Budapest váljon Közép-Európa egyik meghatározó üzleti rendezvény- és kongresszusi központjává, Magyarország pedig olyan MICE-desztinációvá, amely Budapest mellett a vidéki konferenciadesztinációkat is képes nemzetközileg értékesíteni.

2. A rendezvényágazat váljon látható és mérhető gazdasági ágazattá

A rendezvényágazat önállóan azonosítható és mérhető gazdasági ágazatként jelenjen meg a gazdaság- és turizmusfejlesztési stratégiában. Rendszeresen, hiteles módszertannal legyen mérhető a GDP-hez, foglalkoztatáshoz és turisztikai teljesítményhez való közvetlen és közvetett hozzájárulása.

3. Magyarország legyen a fenntartható üzleti rendezvények egyik vezető desztinációja

Magyarország és Budapest váljon a fenntartható és felelős üzleti rendezvények egyik vezető közép-európai desztinációjává, nemzetközileg értelmezhető és hiteles fenntarthatósági keretekre építve.

4. Stabil, versenysemleges és szakmai alapokon működő rendezvényökoszisztéma

Olyan kiszámítható, átlátható és versenysemleges működési környezet kialakítása szükséges, amelyben a hazai rendezvényvállalkozások szakmai teljesítmény, innováció és minőség alapján versenyeznek, és amely támogatja a beruházásokat, a szakember-utánpótlást és a nemzetközi versenyképességet.

II. A 2030-ig szükséges stratégiai prioritások és intézkedések

1. A MICE önálló stratégiai területként és megfelelő intézményi háttérrel jelenjen meg

A MICE-szektor kapjon önálló, kiemelt helyet a nemzeti turizmusstratégiában, megfelelő intézményi és pénzügyi háttérrel:

- önálló, megfelelő jogosítványokkal rendelkező nemzeti kongresszusi iroda létrehozása, vagy a Budapest Convention Bureau hatáskörének jelentős megerősítése;
- hosszú távú, kormányzati ciklusokon átívelő destination support rendszer kialakítása;
- önálló állami keret biztosítása nemzetközi kongresszusok, konferenciák, üzleti rendezvények és nagykiállítások megszerzésére;
- a korábbi MICE Fund jellegű konstrukció újraindítása vagy továbbfejlesztése;
- a Konferencia Nagyköveti Program továbbvitele és hatékonyabbá tétele, valamint hosted buyer és study tour programok támogatása;
- Budapest mellett a vidéki konferenciadesztinációk nemzetközi pozicionálása;
- a szakmai szervezetek intézményes bevonása a stratégiai döntéselőkészítésbe;
- a rendezvényipari szakember-utánpótlás, a szakmai képzések és a felsőoktatási együttműködések erősítése.

2. Versenyképes és megfelelő rendezvényinfrastruktúra

A 2030-ig tartó időszakban meg kell kezdeni és ütemezetten elő kell készíteni azokat az infrastruktúrafejlesztéseket, amelyek nélkül Budapest és Magyarország nem tudja elérni a kitűzött nemzetközi pozíciót:

- egy korszerű, nemzetközi színvonalú, 5–10 000 fős nagykapacitású konferenciaközpont létrehozásának előkészítése;
- a Liszt Ferenc Nemzetközi Repülőtér gyors és kötöttpályás tömegközlekedési kapcsolatának megteremtése Budapest belvárosával;

- a Hungexpo közlekedési megközelíthetőségének és infrastruktúrakapcsolatainak fejlesztése;
- a meglévő rendezvényhelyszínek kapacitásának, kiszámíthatóságának és rendezvénybarát működésének javítása;
- kulturális intézmények, múzeumok és egyéb rendezvénybefogadásra alkalmas helyszínek rendezvénycélú hasznosításának ösztönzése;
- Budapest és a vidéki konferenciadesztinációk közlekedési és rendezvényinfrastruktúrájának összehangolt fejlesztése;
- egységes konferencia-közlekedési kedvezményrendszer kialakításának vizsgálata.

3. A rendezvényágazat szabályozási és piaci környezetének újragondolása

A rendezvényágazat működését olyan szabályozási környezetnek kell biztosítania, amely támogatja a tisztességes versenyt, a beruházásokat és a nemzetközi versenyképességet.

- az állami és állami tulajdonú megrendelők rendezvénybeszerzéseinek szakmai és transzparens alapokra helyezése;
- objektív, nyilvános és arányos tenderértékelési szempontrendszer kialakítása, amelyben a szakmai tartalom, a kreatív minőség, a projektbiztonság és a fenntarthatóság megfelelő súlyt kap;
- független szakmai bírálóbizottságok bevonása a jelentős szakmai tartalmú tenderekbe;
- a kizárólagos szolgáltatói rendszerek felülvizsgálata és több szolgáltató számára biztosított, objektív feltételekhez kötött piaci hozzáférés;
- a túlzott piaci koncentráció és a versenyt korlátozó gyakorlatok megelőzése;
- a többügynökséges működés biztosítása az állami és állami tulajdonú megrendelőknél;
- a reprezentációt terhelő adók és járulékok, valamint a rendezvénycatering és komplex rendezvénycsomagok áfaszabályainak felülvizsgálata;
- az egyszerűsített foglalkoztatás rendezvény- és vendéglátóipari sajátosságokhoz igazodó egyszerűsítése és az adminisztratív terhek csökkentése;
- az ágazati sajátosságokat figyelembe vevő, versenyképességet támogató szabályozási és támogatási rendszerek kialakítása.

4. Önálló és összehangolt nemzetközi MICE-marketing

A MICE szektort a leisure turizmustól megkülönböztethető, célzott desztinációs marketinggel és egyértelmű nemzetközi pozicionálással kell támogatni.

- önálló, összehangolt és célzott nemzetközi MICE-marketing kialakítása;
- Budapest egyértelmű MICE-pozicionálásának és nemzetközi versenyelőnyeinek meghatározása;
- az állam, a Főváros, a Visit Hungary, a Budapest Convention Bureau, a szakmai szervezetek és a piaci szereplők partneri együttműködésének megerősítése;

- a Budapest Brand és a City Support rendszer turisztikai és MICE-szempontú újragondolása és megerősítése;
- a nemzetközi vásári, marketing- és értékesítési források célzottabb MICE-felhasználása;
- legalább egy évre előre látható és a szakmával egyeztetett marketingstratégiai tervezés.

5. Adat- és hatásmérés: a rendezvényágazat gazdasági értékének láthatóvá tétele

A MICE-szektor hosszú távú fejlesztése csak megbízható, rendszeresen frissülő adatokra épülő stratégiai döntéshozatallal valósítható meg.

- egységes MICE/rendezvényipari adatgyűjtési és elemzési rendszer kialakítása;
- a rendezvények számának, résztvevőinek, a külföldi résztvevőknek, a költésnek és a beszállítói hatásoknak a rendszeres mérése;
- a MICE-szektor GDP-hozzájárulásának és foglalkoztatási hatásának meghatározása;
- a közvetett és multiplikátorhatások mérése;
- a piaci adatok rendszeres és transzparens megosztása az ágazati szereplőkkel;
- a mérési eredmények rendszeres beépítése a turizmus- és gazdaságfejlesztési döntésekbe.

6. Fenntartható rendezvényipar és nemzeti fenntarthatósági stratégia

Magyarország alakítson ki egységes, hiteles és nemzetközileg értelmezhető fenntarthatósági minősítési és védjegystratégiát a turizmusban, amelyben a rendezvényágazat önállóan és szakmailag megalapozott módon jelenik meg.

- egységes nemzeti fenntarthatósági minősítési/védjegystratégia kialakítása a turizmus egészére;
- a rendezvények és rendezvényhelyszínek megfelelő bevonása a rendszerbe;
- a nemzetközi fenntarthatósági elvárásokkal és jó gyakorlatokkal való összhang biztosítása;
- a fenntarthatósági teljesítmény tényleges súlyának növelése az állami és egyéb jelentős rendezvénybeszerzésekben;
- a MaReSz fenntartható rendezvényszervezési szakmai munkájának és az ágazati szereplők edukációjának támogatása.

III. Kiemelt stratégiai üzenetek

A MICE nem a turizmus periférikus területe, hanem magas hozzáadott értéket és jelentős multiplikátorhatást létrehozó gazdasági tevékenység.

Amit nem mérünk, azt stratégiailag fejleszteni sem tudjuk – ezért a rendezvényágazat gazdasági hatásának mérése önálló stratégiai feladat.

A nemzetközi versenyben nemcsak a desztináció minősége, hanem az infrastruktúra, a destination support, a piaci környezet és a kiszámítható szabályozás is döntő.

A fenntarthatóság nem különálló kommunikációs elem, hanem a jövőbeli nemzetközi versenyképesség egyik alapfeltétele.

A stratégia megvalósításához tartós, intézményesített partnerség szükséges az állam, a Főváros, a Visit Hungary, a szakmai szervezetek és a piaci szereplők között.

IV. A MaReSz szerepe a stratégia megvalósításában

A MaReSz kész arra, hogy a magyar rendezvény- és turizmuságazat hosszú távú versenyképességének erősítésében stratégiai szakmai partnerként vegyen részt. A Szövetség a rendezvényszakma teljes értékláncát lefedő tagságának tapasztalatára, a szakmai tagozatok tudására és az ágazati szereplők visszajelzéseire támaszkodva aktív együttműködést kíván folytatni a stratégia kidolgozásában és megvalósításában.

A cél egy olyan magyar MICE-ökoszisztéma kialakítása, amely nemzetközileg versenyképes, fenntartható, szakmailag magas színvonalú, és amelynek gazdasági jelentősége a turizmuson és a teljes magyar gazdaságon belül is egyértelműen látható és mérhető.

A MaReSz-ről röviden

A Magyarországi Rendezvényszervezők- és szolgáltatók Szövetsége (MaReSz) 1992 óta fogja össze a rendezvényszakmát. Több mint 160 tagszervezete felöleli az üzleti és szövetségi rendezvényszervezés teljes spektrumát. A tagság hét szakmai tagozatban működik – *Kiállításszervezés, -kivitelezés tagozat; Kiegészítő Rendezvényszolgáltatók tagozat; Kongresszus- és konferenciaszervező tagozat (szövetségi rendezvények); Rendezvénygasztronómia tagozat; Rendezvényhelyszín tagozat; Rendezvényügynökség tagozat (vállalati rendezvények); Rendezvénytechnika tagozat* – és kiegészül az Oktatási Bizottsággal, amely a rendezvényszervezést oktató felsőoktatási intézményeket fogja össze. Meghatározó szakmai szövetségként, az érdekképviseleti munka mellett, a MaReSz fontos küldetése az edukáció és a szemléletformálás. A Szövetség elnöki tisztségét Ganczer Gábor a HUNGEXPO Budapest Kongresszusi és Kiállítási Központ Zrt. vezérigazgatója tölti be, 2010 óta.

A MaReSz meggyőződése, hogy a rendezvényágazat – különösen az üzleti és szövetségi rendezvényszektor (MICE szektor) – a magyar gazdaság és turizmus egyik kiemelt hozzáadott értéket teremtő területe. A konferenciák, kongresszusok, szakkiállítások, vállalati események és üzleti rendezvények jelentős multiplikátorhatással bírnak: egyszerre támogatják a vendéglátást, a szállodaipart, a közlekedést, a kreatívipart, a kulturális szolgáltatásokat és számos KKV működését.

maresz
Magyarországi Rendezvényszervezők és -szolgáltatók Szövetsége
1101 Budapest, Albertirsai út 10.
+36 30 478 2605
titkarsag@maresz.hu
maresz.hu
flashaward.hu
eventtouch.hu