MaReSz rendezvénypiaci felmérés

2026

Kutatási összefoglaló

2026. június 15.

COPYRIGHT © MARESZ

maresz
Magyarországi Rendezvény-szervezők és -szolgáltatók Szövetsége

1101 Budapest,
Albertirsai út 10.

+36 30 478 2605
titkarsag@maresz.hu

maresz.hu
flashaward.hu
eventtouch.hu

Tartalomjegyzék

Vezetői összefoglaló 4

I. 2025-ös teljesítmény és működés 13

1. A rendezvényüzletág alakulása a válaszadó cégek működésében 13
2. Megrendelői iparágak 13
3. A hosszú távú és eseti megbízások aránya 14
4. A közvetlen és tender útján elnyert megbízások aránya 15
5. Az online és hibrid rendezvények aránya 16
6. A megrendelők legfontosabb döntési szempontjai 17
7. A 2025-ben megvalósult rendezvények méretének változása 18
8. A rendezvényekhez kapcsolódó árbevétel alakulása 2025-ben, 2024-hez képest 19
9. A rendezvények számának alakulása 2025-ben, 2024-hez képest 20
10. A megvalósult rendezvények száma 21
11. A 2025-ben megvalósult rendezvények típus szerinti megoszlása 21
12. A rendezvények célja 22

II. Költségek, árképzés és versenyképesség 23

1. A költségek alakulása 2025-ben, 2024-hez képest 23
2. A költségnövekedés érvényesítése a megrendelők felé 24
3. Az áremelés mértéke 25
4. Egy átlagos rendezvény költségvetésének változása 26
5. A versenyképesség javítását célzó fejlesztések 27

III. Munkaerő és motiváció 28

1. Az állandó munkavállalói létszám alakulása 28
2. Az alkalmi munkavállalói létszám alakulása 29
3. A fluktuáció mértéke 30
4. A munkaerőhiány mértéke 31
5. A munkavállalók távozásának okai 32
6. A munkaerőhiány kezelésére alkalmazott stratégiák 33
7. A munkaerő megtartását és motiválását szolgáló eszközök 34

IV. A rendezvényszakmát meghatározó trendek, körülmények 35

1. A hazai rendezvényágazat működését és fejlődését leginkább befolyásoló trendek és kihívások 35
2. Az adatok és elemzések szerepe a rendezvények sikerességének értékelésében 36
3. A megrendelések beérkezésének időpontja 37
4. Az új technológiákra épülő digitális megoldások iránti megrendelői igény 38
5. A mesterséges intelligencia alkalmazása a rendezvényszervezésben 40

6. Az AI-eszközök tervezett alkalmazási területei 41
V. Fenntarthatóság 42
1. A megrendelői fenntarthatósági elvárások változása 42
2. A fenntarthatósági tanúsítványok és igazolások iránti megrendelői elvárások 43
3. A MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutatójának ismertsége 44
4. Csatlakozás a MaReSz Fenntarthatósági Kódexéhez 45
5. A MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutató gyakorlati alkalmazása 46
6. Az ESG-szemlélet és a vonatkozó szabályozói környezet megismerésének jelentősége . 47
7. A GSTC MICE Szabvány ismertsége 48
8. Fenntarthatósági tanúsítványok és minősítések jelenléte a rendezvényágazatban 49
9. Fenntarthatósági tanúsítvány megszerzésének tervezése 51
10. A GSTC MICE Tanúsítás iránti érdeklődés 52
11. A vállalkozások által alkalmazott fenntarthatósági gyakorlatok 53
VI. 2026-os kilátások 54
1. A 2026-os rendezvényvolumen várható alakulása 54
KONKLÚZIÓ 55

Vezetői összefoglaló

2025-ös teljesítmény és működés

Kiemelt megállapítások

- A válaszadók 57,32%-a növekedésről számolt be rendezvényüzletágában 2025-ben.
- A rendezvényszám növekedését a vállalkozások 50%-a érzékelte, míg csökkenést mindössze 15,86%.
- A válaszadók 59,76%-a árbevétel-növekedést ért el 2025-ben.
- A cégek összesen több mint 11 ezer rendezvény megvalósításáról számoltak be.
- A megbízások átlagosan 80,39%-a közvetlen ügyfélkapcsolatokból származott.
- A válaszadók 92,69%-ánál az online vagy hibrid rendezvények aránya legfeljebb 10% volt.
- A rendezvények elsődleges célja továbbra is az üzleti kapcsolatok fejlesztése, a vállalati közösségek erősítése, a tudásmegosztás és a márkaépítés.

Az eredmények alapján a rendezvénypiac 2025-ben összességében növekedési pályán maradt, hiszen a növekedést tapasztaló cégek aránya több mint háromszorosa volt a csökkenést jelző vállalkozásokénak. A növekedés elsősorban nem a rendezvények átlagos méretének emelkedéséből, hanem a megvalósuló események számának növekedéséből fakadt. Miközben a rendezvények létszáma jellemzően stabil maradt, a rendezvényaktivitás és az árbevétel számos vállalkozásnál bővült.

A válaszok alapján a hazai rendezvénypiacot továbbra is elsősorban az üzleti és vállalati célú események határozzák meg. A konferenciák, kongresszusok, céges rendezvények, workshopok és képzések adják a piac gerincét, miközben az online rendezvények szerepe a Covid-időszakot követően tartósan háttérbe szorult.

Különösen figyelemre méltó, hogy a megbízások túlnyomó többsége közvetlen ügyfélkapcsolatokon keresztül érkezik. Ez arra utal, hogy a rendezvénypiacon a szakmai reputáció, a bizalom és a hosszú távon épített kapcsolatrendszer továbbra is a versenyképesség egyik legfontosabb tényezője.

Összességében a válaszok alapján 2025 a hazai rendezvénypiac számára kedvező évnek tekinthető: a cégek jelentős része több rendezvényt valósított meg, miközben az események mérete jellemzően stabil maradt, az árbevétel pedig a vállalkozások többségénél növekedett.

Költségek, árképzés és versenyképesség

Kiemelt megállapítások

- A válaszadó vállalkozások 100%-a költségnövekedést tapasztalt 2025-ben.
- A válaszadók 63,75%-a legalább 10%-os költségnövekedésről számolt be.
- A költségnövekedést teljes mértékben mindössze 6,25% tudta érvényesíteni megrendelői felé.
- A megrendelők legfontosabb döntési szempontja továbbra is az ár maradt.
- A vállalkozások 91,25%-a hajtott végre valamilyen mértékű áremelést.
- A vállalkozások csupán 23,75%-a emelt 10%-nál nagyobb mértékben árat.

- A beruházások és fejlesztések jelentős része nem pusztán kapacitásbővítést, hanem digitalizációt és AI-alkalmazást célzott.

A kutatás egyik legfontosabb tanulsága, hogy a rendezvényágazat szereplői egyszerre működnek növekvő kereslet és jelentős költségnyomás mellett. Bár a vállalkozások többsége árbevétel-növekedést ért el, a költségek emelkedése gyakorlatilag minden szereplőt érintett. Az eredmények arra utalnak, hogy a rendezvénypiac továbbra is erősen árérzékeny. A szolgáltatók jelentős része csak részben tudta továbbhárítani a költségnövekedést megrendelőire, ami folyamatos nyomást helyez a jövedelmezőségre és a versenyképességre. A piac egyik legnagyobb kihívása tehát továbbra is az, hogy miként lehet fenntartani a szolgáltatási színvonalat és a fejlesztéseket olyan környezetben, ahol a költségek gyorsabban emelkednek, mint amilyen mértékben azok érvényesíthetők az árakban.

Munkaerő és motiváció

Kiemelt megállapítások

- A rendezvényszám és az árbevétel sok cégnél nőtt, miközben az állandó munkavállalói létszám a vállalkozások közel kétharmadánál nem változott.
- A rendezvényszektor növekvő munkaerőigényét a vállalkozások elsősorban az alkalmi foglalkoztatás bővítésével kezelték: míg az állandó munkavállalói létszámot a cégek 24,05%-a növelte, addig az alkalmi munkavállalók számát 36,72%-uk emelte.
- A válaszadók közel 70%-a szerint a munkaerőhiány alacsony vagy egyáltalán nem jelent problémát, miközben a fluktuáció is kifejezetten alacsony szinten maradt (1,99-es átlagérték).
- A távozó munkavállalók legnagyobb része más ágazatban helyezkedett el (37,97%), míg a szektoron belüli munkahelyváltást 24,05% jelölte meg.
- A munkaerőhiány kezelésének három leggyakoribb eszköze a szabadúszók és alkalmi munkavállalók alkalmazása (43,04%), a feladatok átcsoportosítása (41,77%) és a gyakornokok bevonása (40,51%).
- A vállalkozások 24,05%-a már a mesterséges intelligenciát is a munkaerőhiány kezelésének egyik eszközeként alkalmazza.
- A munkaerő megtartásának legfontosabb eszközei az egyéb juttatások (55,70%), a rugalmas munkaidő (49,37%), a home office lehetősége (45,57%) és a magasabb fizetés (44,30%).
- A válaszadó vállalkozások több mint 96%-a alkalmaz valamilyen tudatos eszközt a munkavállalók megtartására és motiválására.

A kutatás eredményei alapján a rendezvényszektor munkaerőpiaci helyzete 2025-ben összességében stabil volt. A rendezvényszám és az árbevétel sok vállalkozásnál növekedett, miközben az állandó munkavállalói létszám a cégek közel kétharmadánál változatlan maradt. A növekvő munkaerőigényt a vállalkozások elsősorban az alkalmi foglalkoztatás bővítésével kezelték. A munkaerőhiány és a fluktuáció nem jelent meg általános problémaként, ugyanakkor a szakemberek más ágazatokba történő átáramlása továbbra is érzékelhető jelenség. A munkavállalók megtartását a vállalkozások tudatos HR-eszközökkel, rugalmas munkavégzéssel, juttatásokkal és képzési lehetőségekkel támogatják.

Trendek, digitalizáció és mesterséges intelligencia

Kiemelt megállapítások

- A rendezvényszektor szereplői szerint a piac működését leginkább a megrendelői költségvetések szűkülése (72,73%), a költségnövekedés (66,23%) és a nemzetközi gazdasági, geopolitikai bizonytalanságok (57,14%) befolyásolják.
- A válaszadók 72,73%-a fontosnak vagy nagyon fontosnak tartja az adatok és elemzések használatát a rendezvények sikerességének értékelésében.
- A válaszadó vállalkozások 54,55%-ánál a megrendelés legfeljebb három hónappal a rendezvény előtt érkezik, míg 77,93%-uk legfeljebb hat hónapos előkészítési idővel dolgozik. A rövidülő előkészítési idő nemcsak érzékelt probléma: a vállalkozások többsége ténylegesen rövid tervezési ciklusok között működik, miközben a válaszadók 48,05%-a ezt a rendezvényszakma egyik legfontosabb kihívásának tartja.
- A válaszadók közel 60%-a szerint megrendelőinek legfeljebb egynegyede igényel új technológiákra épülő digitális megoldásokat vagy élményelemeket.
- A válaszadók 84,42%-a már használja, teszteli vagy alkalmanként alkalmazza a mesterséges intelligencia eszközeit.
- A vállalkozások közel fele (45,46%) rendszeresen használja vagy aktívan teszteli az AI-megoldásokat.
- Az AI alkalmazásának legfontosabb területei az adminisztráció (70,13%), a marketing és kommunikáció (62,34%), valamint a rendezvénytartalom és kreatív megoldások fejlesztése (58,44%).

A rendezvényágazatot jelenleg egyszerre formálják a gazdasági kihívások és a technológiai átalakulás folyamatai. Miközben a legnagyobb problémát továbbra is a költségnyomás és a megrendelői költségvetések szűkülése jelenti, a vállalkozások egyre tudatosabban fordulnak a digitalizáció, az adatvezérelt működés és a mesterséges intelligencia alkalmazása felé. A kutatás eredményei alapján az AI a hazai rendezvényágazat egyik legjelentősebb technológiai trendjévé vált. Különösen érdekes, hogy a szolgáltatói oldal gyorsabban halad a digitalizáció és az AI alkalmazása felé, mint amilyen ütemben a megrendelői oldal ezt jelenleg elvárja.

Fenntarthatóság

Kiemelt megállapítások

- A válaszadók 43,24%-a szerint az elmúlt két évben erősödtek a megrendelők fenntarthatósági elvárásai.
- A válaszadó vállalkozások 54,05%-ánál egyetlen megrendelő sem vár el fenntarthatósági tanúsítványt vagy igazolást, és a cégek 95,94%-ánál a megrendelők legfeljebb egynegyede támaszt ilyen követelményt.
- A válaszadók 44,59%-a már ismeri a MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutatójának legalább egyik elemét.
- A válaszadók közel 80%-a hasznosnak tartja, hogy a MaReSz útmutatója összefoglalja az ESG-szemléletet, a szabályozói környezetet és a releváns fenntarthatósági szabványokat, ami a fenntarthatósági felkészülés iránti erős szakmai igényt jelzi.
- A válaszadók több mint fele (51,35%) már csatlakozott a MaReSz Fenntarthatósági Kódexéhez vagy tervezi a csatlakozást. A Kódex célja egy fenntarthatósági

szemléletű MICE közösség építése, amely iránt a kutatás eredményei alapján érdemi szakmai nyitottság mutatkozik.

- Miközben a válaszadók több mint 82%-a jelenleg nem rendelkezik fenntarthatósági tanúsítvánnyal, 54%-uk a következő két évben tervezi valamely releváns tanúsítvány megszerzését.
- A GSTC MICE Szabványt a válaszadók 27,03%-a ismeri, ugyanakkor további 35,14% szeretné megismerni, így az ismertség és az érdeklődés együttes aránya meghaladja a 62%-ot.
- A válaszadók több mint háromnegyede (78,38%) nyitott a GSTC MICE Szabványon alapuló nemzetközi fenntarthatósági tanúsítás megszerzésére vagy annak megismerésére.
- Az eredmények arra utalnak, hogy a fenntarthatósági tanúsítványok és minősítések elterjedése a következő évek egyik fontos fejlődési területe lehet a rendezvényágazatban.
- A válaszadók 98,65%-a legalább egy fenntarthatósági gyakorlatot alkalmaz működése során.
- A legelterjedtebb fenntarthatósági intézkedések a szelektív hulladékgyűjtés (78,38%), a digitális megoldások alkalmazása a papírfelhasználás csökkentésére (75,68%) és az ételpazarlás minimalizálása (70,27%).
- A válaszadók 71,62%-a szerint a fenntarthatóbb működést támogató új gyakorlatok bevezetésének legnagyobb akadálya jelenleg az idő- és erőforráshiány.
- A fenntarthatóság a vállalkozások napi működésében már széles körben megjelenik, ugyanakkor a stratégiai szintű fenntarthatósági menedzsment és a teljesítménymérés még kevésbé elterjedt.

A kutatás eredményei alapján a fenntarthatóság szerepe egyértelműen erősödik a hazai rendezvényágazatban. A piac ugyan még nem jutott el oda, hogy a fenntarthatóság általános beszerzési követelménnyé váljon, de már túl van azon az időszakon, amikor ez kizárólag néhány nagyvállalat vagy multinacionális megrendelő témája volt. A megrendelői oldal jelenleg inkább a fenntartható működés iránt érdeklődik, mintsem annak hivatalos tanúsítását követelné meg. A rendezvényágazat szereplői jelentős nyitottságot mutatnak a fenntarthatósági tudás, a nemzetközi standardok és a tanúsítások iránt, miközben a vállalkozások többsége már ma is alkalmaz konkrét fenntarthatósági gyakorlatokat. A gyakorlati intézkedések széles körű alkalmazása mellett a stratégiai szintű fenntarthatósági megközelítés is megjelent a hazai rendezvényágazatban, bár ez egyelőre még nem tekinthető általános gyakorlatnak. A kutatás alapján a szektor jelenleg a tudásépítés és felkészülés szakaszában jár, amelyet a következő években egyre inkább a mérhető, rendszerszintű és tanúsított fenntartható működés válthat fel.

2026-os kilátások

Kiemelt megállapítások

- A válaszadók 83,79%-a 2026-ban legalább a 2025-ös rendezvényvolumen fenntartására vagy növekedésére számít.
- A vállalkozások 51,35%-a hasonló rendezvényszámot vár, mint 2025-ben.
- A válaszadók 32,44%-a növekedésre számít, míg csökkenést 16,22% prognosztizál.
- A növekedést váró vállalkozások aránya kétszerese a csökkenést prognosztizálókénak.

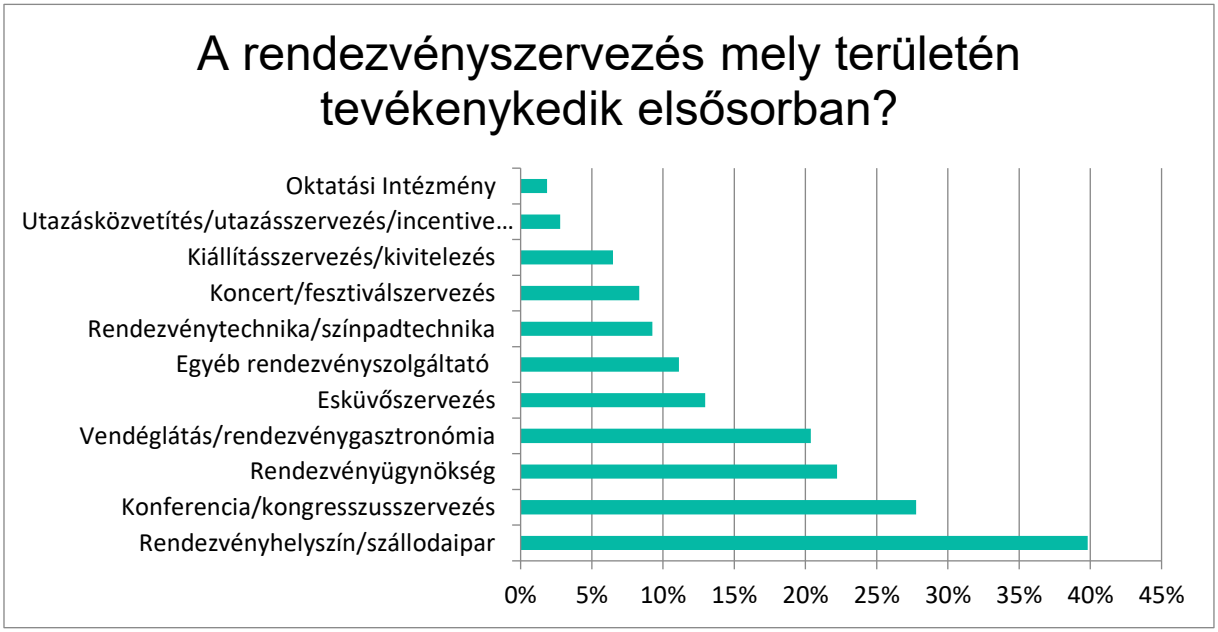
A kutatás háttere

A Magyarországi Rendezvényszervezők és -szolgáltatók Szövetsége (MaReSz) 2026-ban ismét átfogó felmérést készített a hazai rendezvényágazat helyzetéről, a vállalkozások 2025. évi teljesítményéről, a működést befolyásoló piaci körülményekről, valamint a 2026-os várakozásokról.

A kutatás célja az volt, hogy átfogó képet adjon a magyarországi rendezvényipar aktuális helyzetéről, különös tekintettel a gazdasági környezet hatásaira, a versenyképességi kihívásokra, a munkaerőpiaci helyzetre, a digitalizáció és a mesterséges intelligencia szerepére, valamint a fenntarthatósági törekvésekre.

A MaReSz célja, hogy valós piaci adatokra alapozva hatékonyan támogassa a rendezvényszektor szereplőit, valamint megalapozza érdekképviseleti tevékenységét.

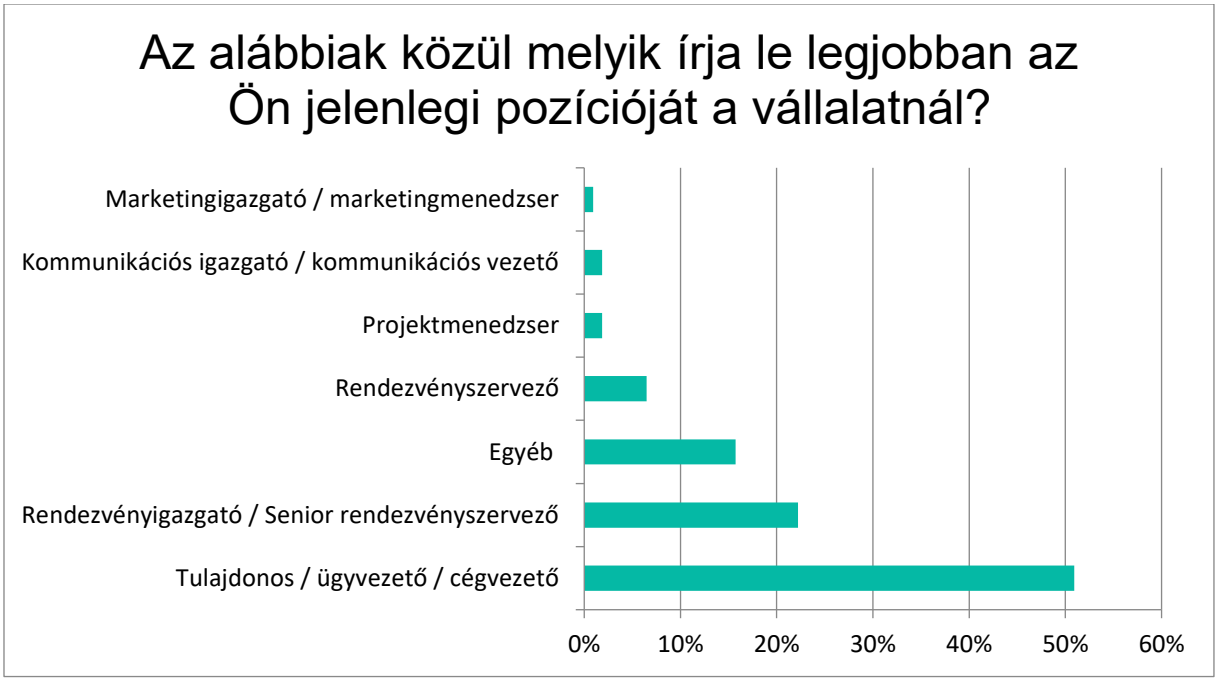
A felmérés kérdőívét összesen 108 cég – 61 MaReSz-tag és 47 nem MaReSz-tag – töltötte ki a hazai rendezvényágazat széles spektrumát képviselve. A válaszadók között egyaránt megtalálhatók rendezvényhelyszínek és szállodák, konferencia- és kongresszusszervezők, rendezvényügynökségek, vendéglátó- és rendezvénygasztronómiai szolgáltatók, rendezvénytechnikai cégek, kiállításszervezők, valamint egyéb rendezvénypiaci szereplők.



1. ábra (n=108)

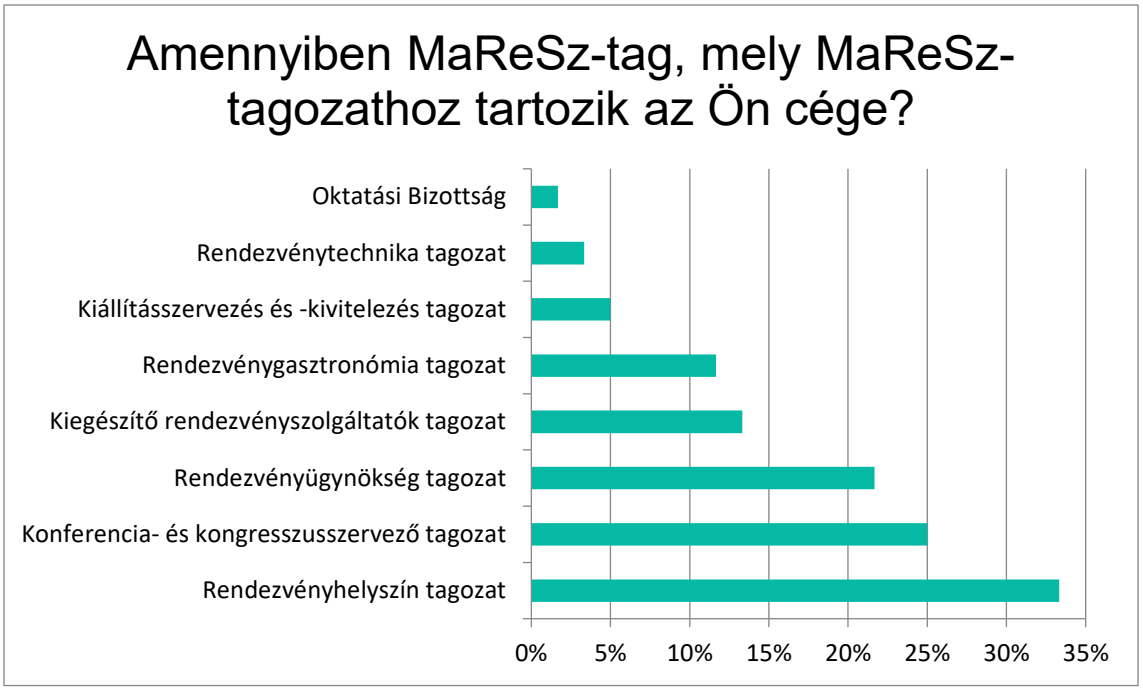
A válaszadó cégek legnagyobb arányban a rendezvényhelyszín- és szállodaipari szegmensből kerültek ki: a kitöltők közel 40,0%-a jelölte meg ezt a területet. **A második legjelentősebb szegmens a konferencia- és kongresszusszervezés volt 27,78%-kal, amelyet a rendezvényügynökségek követtek 22,22%-os kitöltési aránnyal.** A vendéglátás és rendezvénygasztronómia területén a válaszadók 20,37%-a tevékenykedik, míg az esküvőszervezés 12,96%-os arányt képviselt. A rendezvénytechnika és színpadtechnika 9,26%-kal, a koncert- és fesztiválszervezés 8,33%-kal, míg a kiállításszervezés és -kivitelezés 6,48%-kal jelent meg a mintában. (1. ábra) A felmérés a rendezvényszakma széles spektrumát lefedi, ugyanakkor a legnagyobb reprezentációval továbbra is a vállalati és szövetségi rendezvényekhez kapcsolódó szegmensek rendelkeznek.

A kitöltők több mint fele (50,93%-a) tulajdonos, ügyvezető vagy cégvezető. További 22,22% rendezvényigazgatóként vagy senior rendezvényszervezőként vett részt a kutatásban. Az „egyéb" kategóriát a kitöltők 15,74%-a jelölte meg, ahol elsősorban értékesítési, üzletfejlesztési és operatív vezetői pozíciók jelentek meg. Rendezvényszervezőként a válaszadók 6,48%-a, projektmenedzserként és kommunikációs vezetőként egyaránt 1,85%-a vett részt a felmérésben.



2. ábra (n=108)

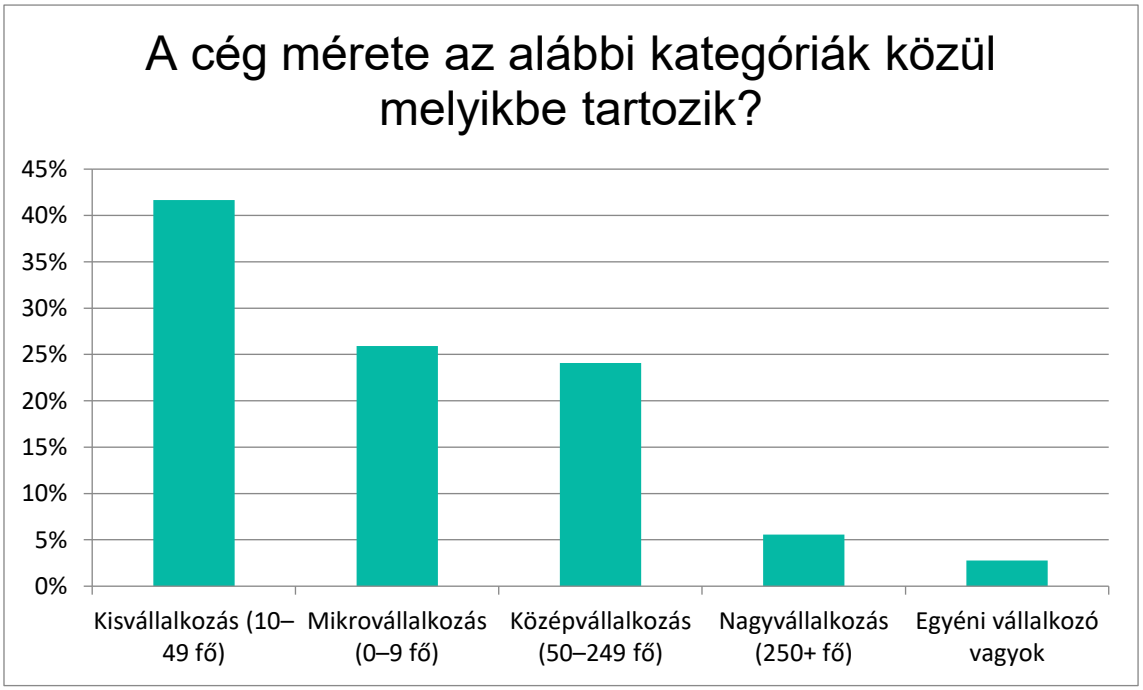
A kérdőívet döntően vezetői, értékesítési és operatív döntéshozói pozícióban dolgozó szakemberek töltötték ki, így a felmérés magas arányban tükrözi stratégiai és üzleti döntéshozói nézőpontból a hazai rendezvénypiac helyzetét.



3. ábra

A felmérésben részt vevő cégek legnagyobb része, 41,67%-a kisvállalkozás, 10–49 fő közötti munkavállalói létszámmal. A mikrovállalkozások aránya 25,93%, míg a középvállalkozásoké 24,07% volt. A nagyvállalkozások 5,56%-ot képviseltek, az egyéni vállalkozók aránya pedig 2,78% volt.

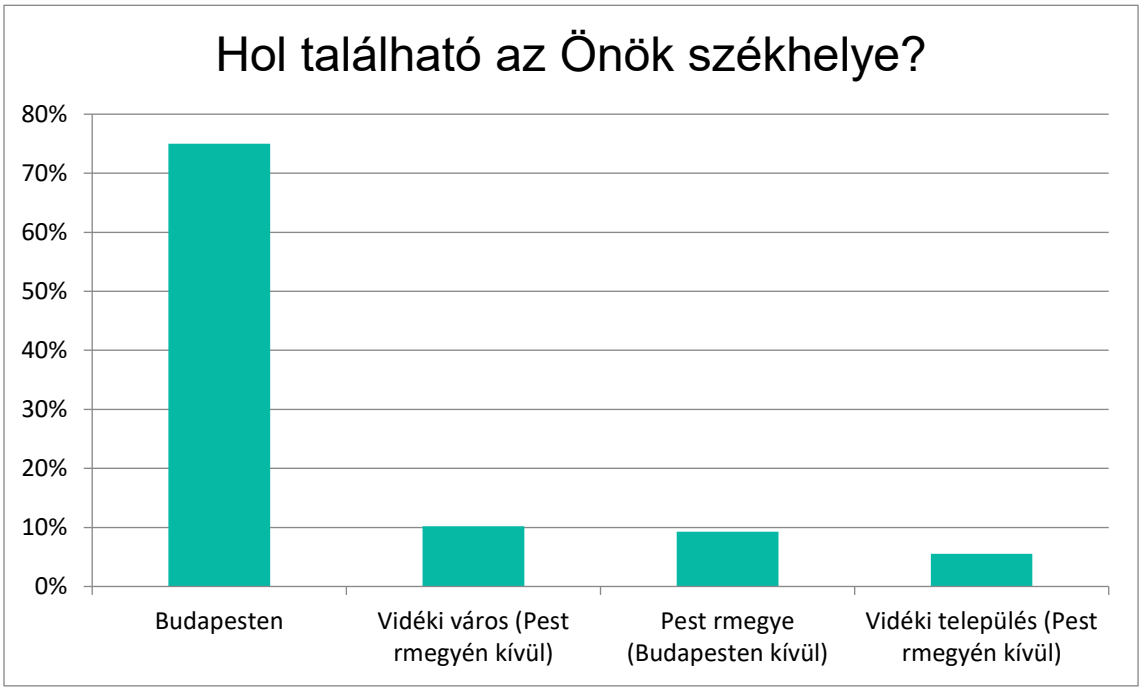
A válaszadó cégek közel 68%-a mikro- vagy kisvállalkozás, ugyanakkor a közép- és nagyvállalatok is érdemi arányban képviseltették magukat a felmérésben. Ez jól tükrözi a hazai rendezvénypiac vállalati szerkezetét, amelyet továbbra is elsősorban kisebb és közepes méretű vállalkozások alkotnak.



4. ábra (n=108)

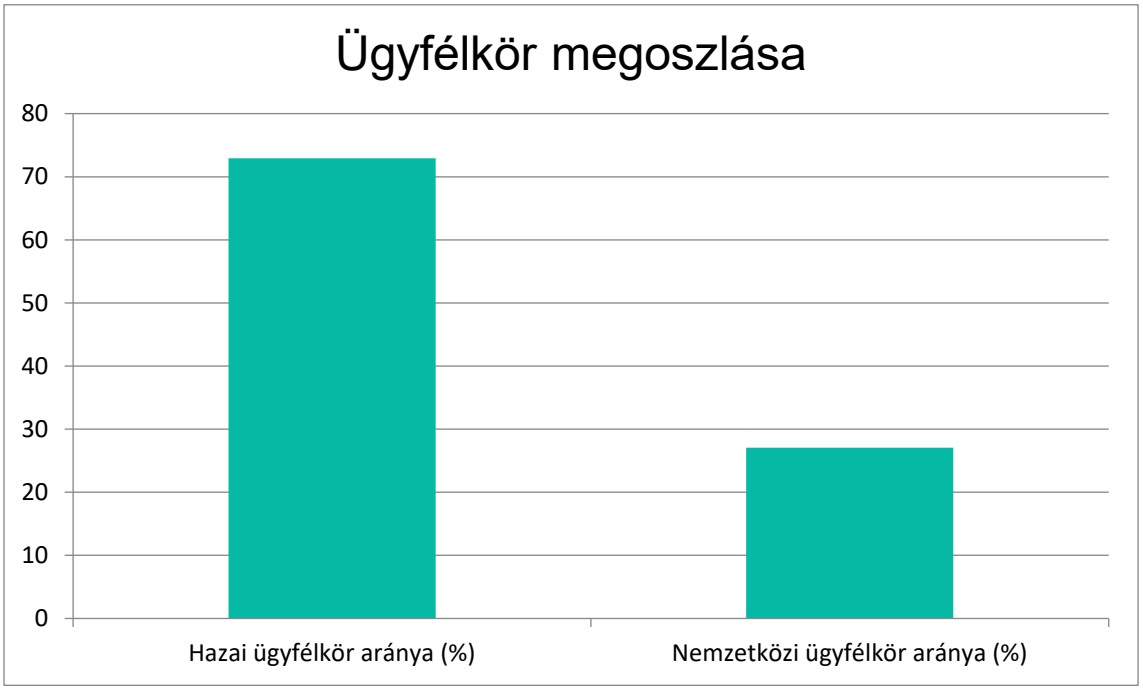
A válaszadó cégek háromnegyedének (75%) Budapesten található a székhelye. A vidéki városokban működő cégek aránya 10,19%, Pest megyében – Budapestet nem számítva – 9,26%, míg vidéki településeken 5,56% működik.

Továbbra is erőteljes fővárosi koncentráció jellemzi a hazai rendezvénypiacot.



5. ábra (n=108)

A válaszadó cégek ügyfélkörének átlagosan mintegy háromnegyedét (72,94%-át) hazai ügyfelek teszik ki, míg a nemzetközi ügyfélkör aránya 27,06%. **Ez azt mutatja, hogy a magyar rendezvényágazat működését továbbra is elsősorban a hazai piac határozza meg, ugyanakkor a nemzetközi kapcsolatok és megrendelések szerepe is számottevő.**



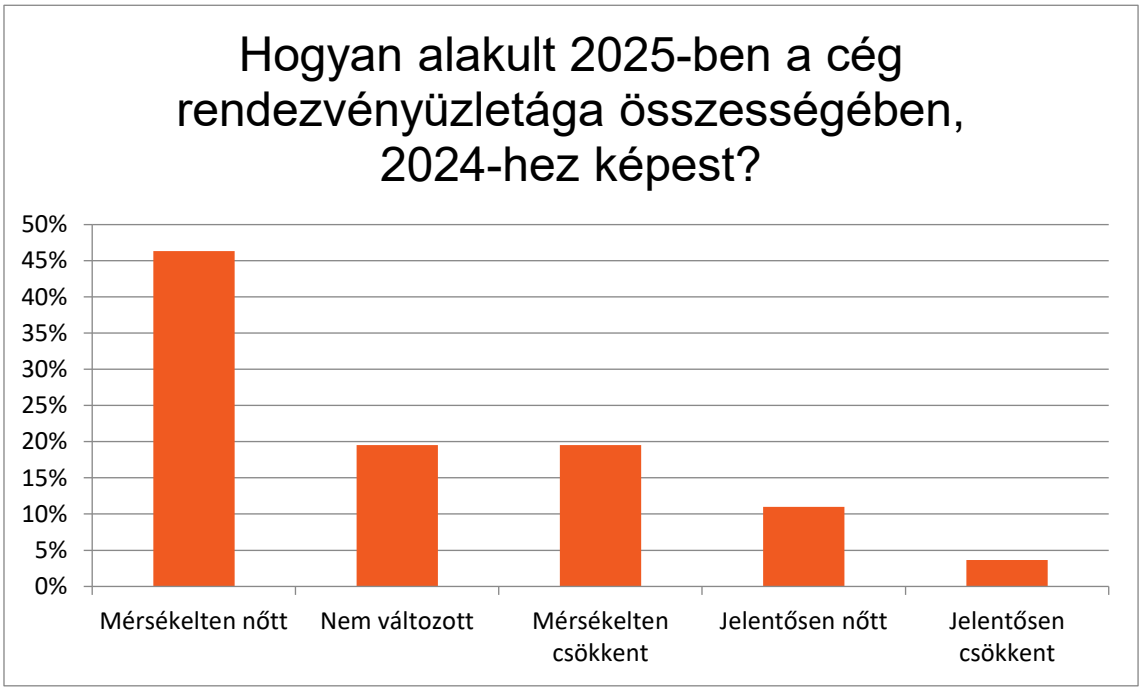
6. ábra (n=108)

I. 2025-ös teljesítmény és működés

1. A rendezvényüzletág alakulása a válaszadó cégek működésében

A válaszadó cégek többsége pozitívan értékelte rendezvényüzletágának 2025. évi teljesítményét: a kitöltők 57,32%-a számolt be növekedésről, ezen belül 46,34% mérsékelt, míg 10,98% jelentős növekedést tapasztalt. Stagnálást vagy mérsékelt csökkenést ugyanannyian (19,51% -19,51%) érzékeltek. Jelentős csökkenésről csupán 3,66% számolt be. (7. ábra)

Az eredmények alapján a hazai rendezvénypiac 2025-ben összességében növekedési pályán maradt. Különösen figyelemre méltó, hogy a növekedést tapasztaló vállalkozások aránya közel két és félszerese volt a csökkenést jelző cégek arányának.



7. ábra (n=82)

2. Megrendelői iparágak

A válaszadó cégek megrendelései 2025-ben legnagyobb arányban a **gyógyszeripar és egészségügy** területéről érkeztek: a kitöltők fele (50,0%) jelölte meg ezt a szektort. Szorosan mögötte következett a **pénzügyi szektor és a biztosítási tevékenység** (48,78%), amely szintén meghatározó megrendelői bázist jelent a rendezvénypiac számára. A harmadik legjelentősebb megrendelői terület az **IT és telekommunikáció** volt (36,59%). Ezt követte az **autóipar és járműgyártás**, valamint a **turizmus, vendéglátás és szállodaipar**, amelyek egyaránt a válaszadók 32,93%-ánál jelentek meg megrendelői oldalként. A középmezőnyben az **oktatás és kutatás**, valamint az **energia- és közműszolgáltatások** szerepeltek (egyaránt 24,39%), míg a **közszféra** intézményeit a válaszadók 20,73%-a jelölte meg. A legkisebb arányban a **nonprofit szervezetek és alapítványok** (9,76%), a **divat- és kreatív ipar** (6,10%), valamint az egyéb szektorok (7,32%) jelentek meg (8. ábra).

Az eredmények alapján a hazai rendezvénypiac megrendelői oldalát elsősorban a magas hozzáadott értéket képviselő, jelentős marketing- és üzleti rendezvényaktivitással rendelkező ágazatok határozzák meg. Különösen erős a gyógyszeripar, a pénzügyi szektor és az IT-iparág jelenléte, amelyek együttesen a rendezvényszektor legfontosabb megrendelői körét alkotják. Az „egyéb” válaszok alapján ugyanakkor a kutatásban olyan vállalkozások is részt vettek, amelyek magánrendezvényekkel, saját rendezvényekkel vagy alvállalkozói tevékenységgel foglalkoznak, ami tovább növeli a felmérésben megjelenő üzleti modellek sokszínűségét.



8. ábra (n=82)

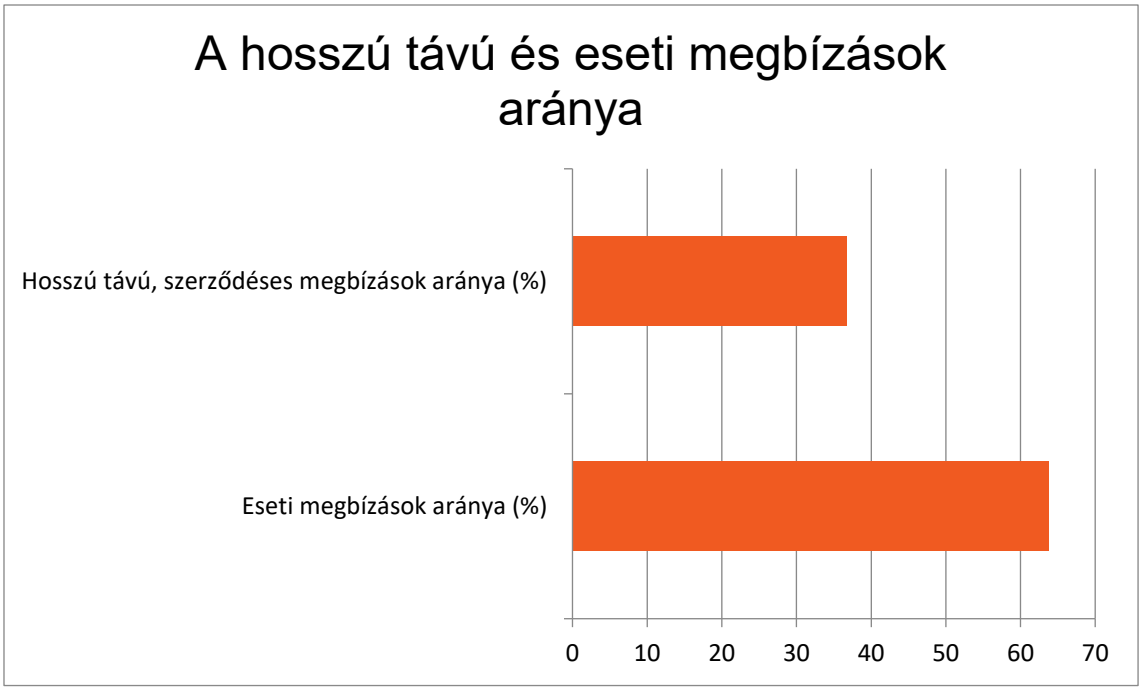
3. A hosszú távú és eseti megbízások aránya

A válaszadó cégek megbízásainak többsége 2025-ben is eseti megrendelőktől érkezett (63,74%). A hosszú távú, szerződéses együttműködések aránya 36,70%-ot tett ki (9. ábra).

Az eredmények arra utalnak, hogy a hazai rendezvénypiac működését továbbra is jelentős mértékben az egyedi projektek és alkalmi megrendelések határozzák meg. Bár a hosszú távú partnerkapcsolatok számos vállalkozás számára fontos stabilitást biztosítanak, a rendezvényszervező és rendezvényszolgáltató cégek bevételeinek nagyobb része továbbra is új vagy eseti megbízásokból származik.

A közel kétharmados eseti megbízási arány egyben azt is jelzi, hogy a piaci szereplők számára továbbra is kiemelt jelentőségű az új ügyfelek megszerzése, a folyamatos értékesítési tevékenység és a versenyképesség fenntartása. Ezzel párhuzamosan a hosszú távú szerződéses kapcsolatok aránya arra utal, hogy a rendezvénypiac számos területén már kialakult egy stabil, visszatérő ügyfélkör is.

Összességében a válaszok alapján a 2025-ös évben a projektalapú működés dominált, ugyanakkor a hosszú távú partnerkapcsolatok továbbra is fontos szerepet játszottak a vállalkozások működésének kiszámíthatóságában.



9. ábra (n=82)

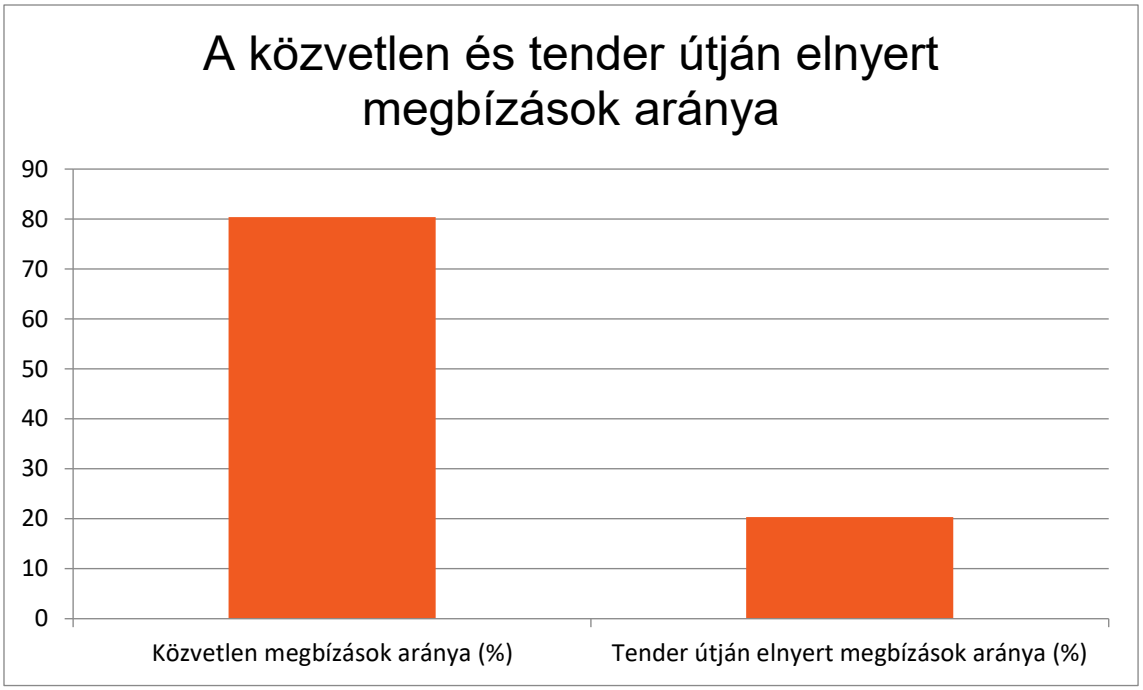
4. A közvetlen és tender útján elnyert megbízások aránya

A válaszadó cégek megbízásainak döntő többsége, átlagosan 80,39%-a, közvetlen megkeresésekből származott 2025-ben (10. ábra). A megbízások négyötöde tehát nem versenyeztetési eljárás keretében, hanem közvetlen ügyfélkapcsolatokon keresztül jut el a szolgáltatókhoz.

A tenderalapú megbízások ugyanakkor továbbra is fontos szerepet töltenek be a piacon, különösen a nagyobb vállalati, intézményi vagy közbeszerzési jellegű projektek esetében. Az átlagosan 20%-os arány azt mutatja, hogy a versenyeztetés továbbra is jelen van a szektorban, de a vállalkozások üzletmenetét nem ez a megbízásszerzési forma dominálja.

Az előző – az eseti és hosszú távú megbízások arányát vizsgáló – kérdés eredményeivel összevetve különösen érdekes, hogy miközben a megbízások közel kétharmada eseti jellegű, azok túlnyomó része közvetlen megkeresés útján érkezik. Ez arra utal, hogy a rendezvénypiacon a személyes kapcsolatok, a szakmai reputáció és a korábbi ügyfélélmények továbbra is meghatározó szerepet játszanak az új projektek megszerzésében.

Összességében a válaszok egy olyan piac képét rajzolják ki, ahol a bizalomra épülő üzleti kapcsolatok és a közvetlen ügyfélszerzés jelentik a megbízások elsődleges forrását.



10. ábra (n=82)

5. Az online és hibrid rendezvények aránya

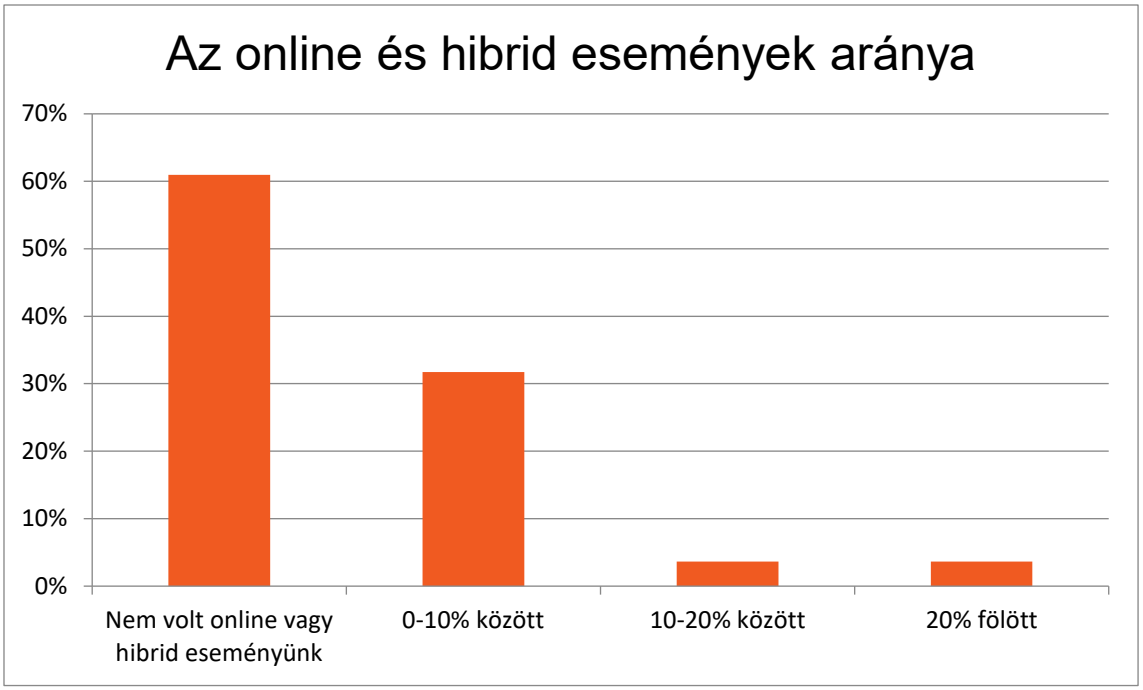
A válaszadó cégek többsége (60,98%) arról számolt be, hogy 2025-ben egyáltalán nem szervezett online vagy hibrid eseményt. További 31,71% esetében az online vagy hibrid rendezvények aránya nem haladta meg az összes esemény 10%-át.

Összességében tehát **a válaszadók 92,69%-ánál az online vagy hibrid rendezvények aránya legfeljebb 10% volt,** ami egyértelműen jelzi, hogy a hazai rendezvénypiacot továbbra is a személyes jelenléttel megvalósuló események dominálják.

Mindössze a cégek 7,32%-a számolt be arról, hogy rendezvényeinek több mint 10%-a online vagy hibrid formában valósult meg, és csupán 3,66%-uknál haladta meg ez az arány a 20%-ot.

Az eredmények alapján kijelenthető, hogy a Covid-időszak alatt jelentősen megerősödött online és hibrid rendezvényformátumok szerepe mára stabilizálódott, és a legtöbb szervezet ismét a személyes jelenléttel megvalósuló rendezvényeket részesíti előnyben.

Ez összhangban van a rendezvények céljaira vonatkozó eredményekkel is, amelyek szerint a kapcsolatépítés, a networking, a belső kommunikáció és a közösségépítés továbbra is a rendezvények legfontosabb funkciói közé tartoznak. Ezek olyan célok, amelyek esetében a személyes találkozások által nyújtott élmény és kapcsolódás továbbra is nehezen helyettesíthető digitális megoldásokkal.



11. ábra (n=82)

6. A megrendelők legfontosabb döntési szempontjai

A válaszadók szerint a megrendelők számára továbbra is **az ár jelenti a legfontosabb döntési szempontot** a rendezvények szervezése során. Az ár 9,79 pontos átlagos fontossági értéket kapott a rangsorolás során, és a válaszadók 30,49%-a az első helyre sorolta.

A **második** legfontosabb szempont **a helyszín** volt, amely 9,39 pontos eredményt ért el. A kitöltők közel fele (43,90%) ezt jelölte meg elsődleges döntési tényezőként, ami jól mutatja, hogy a megfelelő helyszín kiválasztása továbbra is kulcsszerepet játszik a rendezvények sikerében.

Bár a helyszínt többen sorolták az első helyre (43,90%), az ár mégis magasabb összesített pontszámot kapott. Ez arra utal, hogy míg a helyszín esetében erősebbek az egyéni preferenciák, addig az ár szinte valamennyi megrendelő esetében meghatározó döntési tényezőként jelenik meg. Másképpen fogalmazva: nem mindenki tartja az árat a legfontosabb szempontnak, de szinte mindenki a legfontosabb szempontok között tartja számon.

A **harmadik** helyen **a vendéglátás** végzett 7,82 ponttal, amelyet szorosan követett a koncepció és kreativitás (7,79 pont). Az eredmények arra utalnak, hogy a megrendelők nem csupán a rendezvény praktikus feltételeire, hanem az élményre és az egyedi megoldásokra is egyre nagyobb hangsúlyt fektetnek.

A középmezőnyben a kivitelezés minősége (6,07 pont) és a technika (6,02 pont) szerepeltek. Ezek olyan alapvető szolgáltatási elemek, amelyek önmagukban ritkán jelentenek versenyelőnyt, hiányuk vagy nem megfelelő minőségük azonban jelentősen befolyásolhatja a rendezvény sikerét.

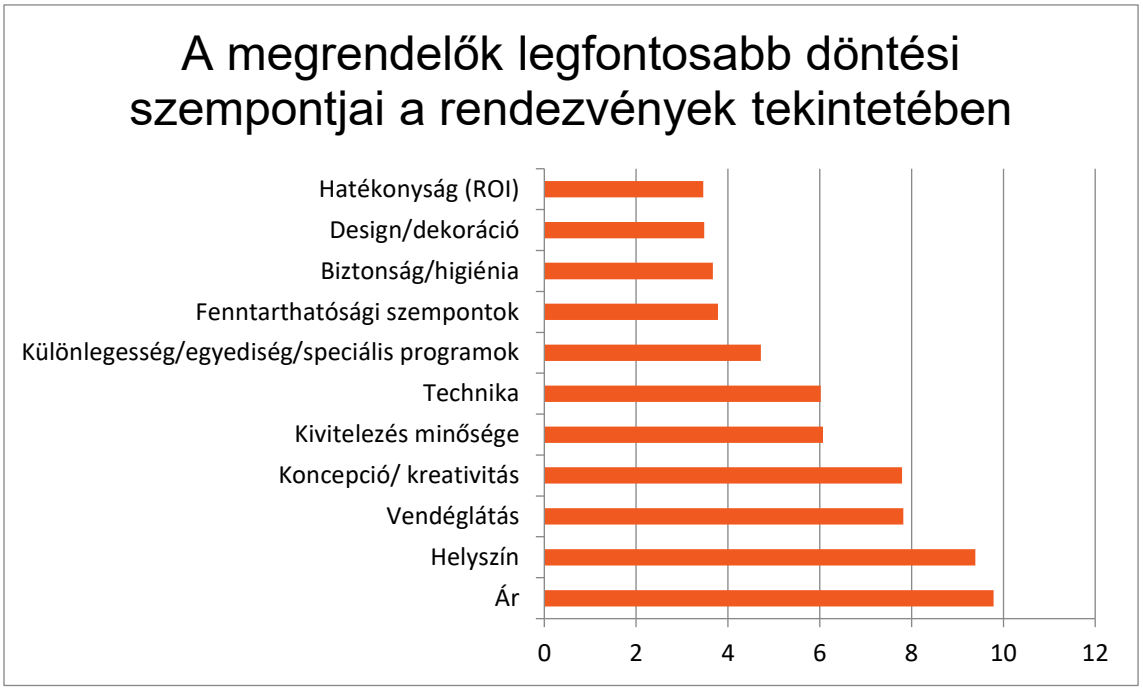
A különlegesség, egyediség és speciális programok 4,72 pontos eredményt értek el, ami azt mutatja, hogy bár a megrendelők értékelik az egyedi élményeket, ezek önmagukban ritkán előzik meg az olyan alapvető szempontokat, mint az ár, a helyszín vagy a vendéglátás.

A lista végén a fenntarthatósági szempontok (3,78 pont), a biztonság és higiénia (3,67 pont), a design és dekoráció (3,48 pont), valamint a hatékonyság és megtérülés (ROI) (3,46 pont) szerepeltek.

Különösen érdekes eredmény, hogy **a fenntarthatóság a megrendelői döntéshozatalban megelőzte a biztonságot, a dekorációt és a rendezvények megtérülésének szempontját is.**

Bár a fenntarthatósági elvárások még nem tartoznak a legfontosabb döntési tényezők közé, a válaszok alapján már nem tekinthetők marginális szempontnak sem.

Összességében az eredmények azt mutatják, hogy a megrendelők döntéseit elsősorban továbbra is gazdasági és gyakorlati szempontok befolyásolják, ugyanakkor egyre nagyobb szerepet kapnak az élményalapú elemek és fokozatosan erősödik a fenntarthatóság jelentősége is.



12. ábra (n=82)

7. A 2025-ben megvalósult rendezvények méretének változása

A válaszadó cégek közel kétharmada (65,85%) arról számolt be, hogy 2025-ben átlagosan hasonló létszámú rendezvényeket szervezett, mint az előző évben. Ez arra utal, hogy a rendezvények mérete a legtöbb szervezet esetében stabil maradt, és nem következett be jelentős elmozdulás sem a kisebb, sem a nagyobb létszámú események irányába.

A rendezvények méretének csökkenését a válaszadók 18,29%-a érzékelte, míg 15,85% számolt be nagyobb létszámú eseményekről. A két arány közötti különbség minimális, ami tovább erősíti azt a képet, hogy a rendezvénypiac ezen mutató tekintetében kiegyensúlyozottan alakult 2025-ben.

Különösen érdekes eredmény, hogy míg a korábbi kérdések alapján a válaszadó cégek több mint fele növekedést tapasztalt rendezvényüzletágának teljesítményében, illetve a rendezvényszámok alakulásában is inkább növekedés volt megfigyelhető, addig ez a bővülés nem járt együtt a rendezvények átlagos méretének számottevő növekedésével.

Az eredmények alapján a piac növekedését 2025-ben elsősorban nem a nagyobb létszámú rendezvények, hanem inkább a megvalósuló események számának emelkedése hajtotta. Ez arra utalhat, hogy a megrendelők továbbra is óvatosan terveznek, ugyanakkor egyre több rendezvényt tartanak fontosnak üzleti, kommunikációs vagy közösségépítési céljaik elérése érdekében.

Összességében a válaszok egy stabilizálódó piac képét rajzolják ki, ahol a rendezvények mérete jellemzően változatlan maradt, miközben a rendezvénypiaci aktivitás összességében növekedést mutatott.

8. A rendezvényekhez kapcsolódó árbevétel alakulása 2025-ben, 2024-hez képest

A válaszadó cégek közel háromötöde (59,76%) árbevétel-növekedésről számolt be 2025-ben a rendezvényekhez kapcsolódó tevékenysége tekintetében. A növekedést jelző válaszok közül a legnagyobb csoportot azok alkották, akik 5–15%-os emelkedést tapasztaltak (29,27%), míg további 23,17% 15–30%-os, 7,32% pedig 30% feletti növekedésről számolt be.

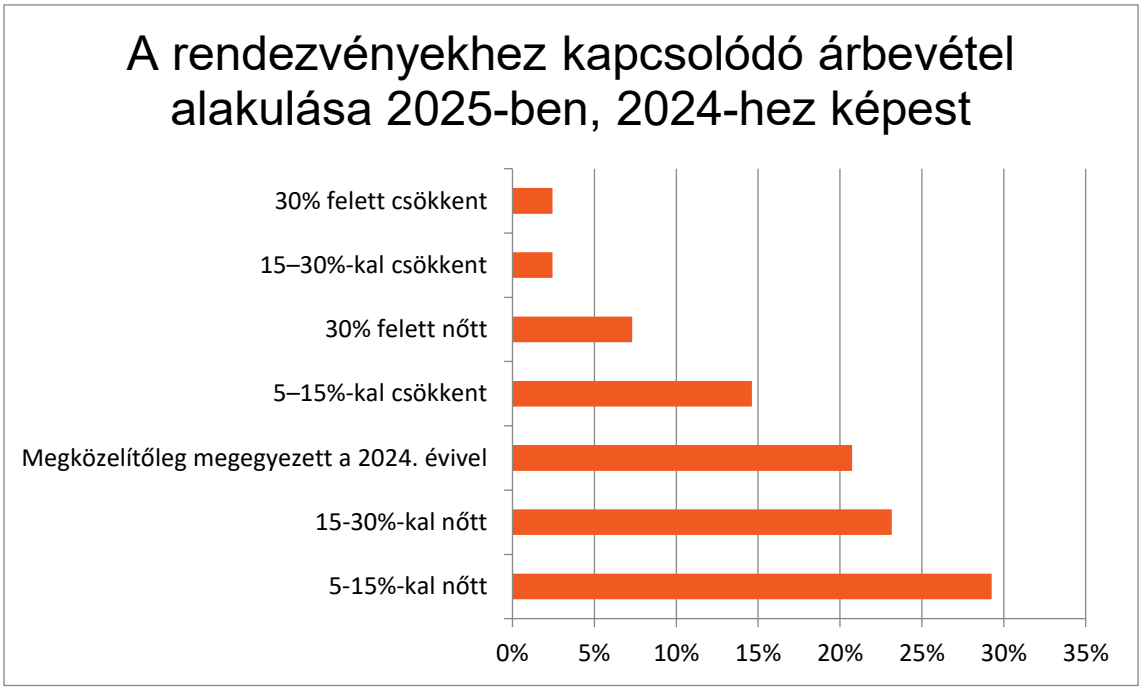
A válaszadók 20,73%-ánál az árbevétel lényegében változatlan maradt az előző évhez képest.

Árbevétel-csökkenést összesen a kitöltők 19,51%-a jelzett. Ezen belül 14,63% 5–15%-os visszaesést tapasztalt, míg egyaránt 2,44–2,44% nyilatkozott 15–30%-os, illetve 30% feletti csökkenésről.

Az eredmények alapján a rendezvénypiac 2025-ben összességében növekedési pályán maradt, hiszen **a növekedést tapasztaló cégek aránya több mint háromszorosa volt a csökkenést jelző vállalkozásokénak.** Különösen figyelemre méltó, hogy a válaszadók közel egyharmada kétszámjegyű, legalább 15%-os árbevétel-növekedésről számolt be.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve megfigyelhető, hogy **miközben a válaszadók közel kétharmada hasonló létszámú rendezvényeket szervezett, a cégek többsége árbevétel-növekedésről számolt be.** Ez arra utal, hogy a bevételek emelkedése mögött nem kizárólag a rendezvények méretének növekedése állhatott, hanem szerepet játszhatott a rendezvényszám emelkedése, a magasabb árszint, illetve a nagyobb hozzáadott értékű szolgáltatások iránti kereslet növekedése is.

Összességében a válaszok egy olyan piac képét rajzolják ki, amely 2025-ben tovább bővült, ugyanakkor a növekedés nem volt egyenletes: miközben a vállalkozások többsége kedvező évet zárt, a cégek közel ötöde továbbra is árbevétel-csökkenéssel szembesült.



13. ábra (n=82)

9. A rendezvények számának alakulása 2025-ben, 2024-hez képest

A válaszadó cégek körében a leggyakoribb válasz az volt, hogy 2025-ben megközelítőleg ugyanannyi rendezvényt valósítottak meg, mint az előző évben: a kitöltők 34,15%-a nyilatkozott így.

Ugyanakkor **a rendezvényszám növekedéséről pontosan a válaszadók fele (50,00%) számolt be.** Ezen belül 28,05% 5–15%-os, 15,85% 15–30%-os, míg 6,10% 30% feletti bővülést tapasztalt.

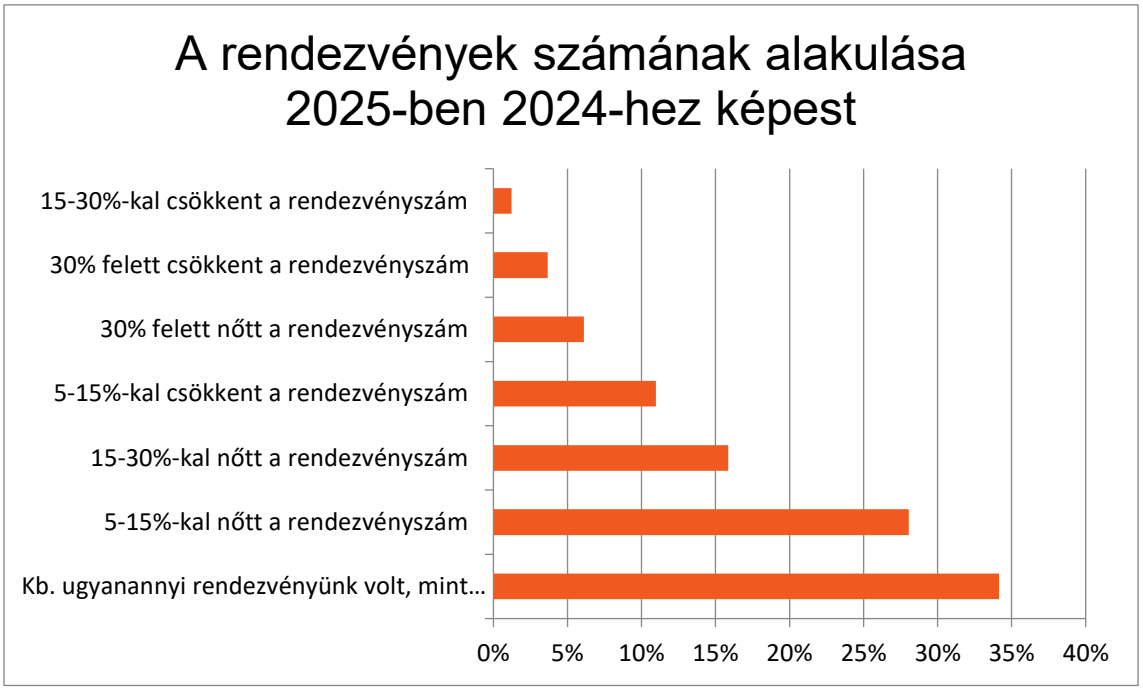
A rendezvényszám csökkenését ezzel szemben a válaszadók mindössze 15,86%-a jelezte. Közülük 10,98% 5–15%-os, 1,22% 15–30%-os, míg 3,66% 30% feletti visszaesésről számolt be.

Az eredmények alapján a rendezvénypiac aktivitása 2025-ben összességében növekedett: a rendezvényszám emelkedését tapasztaló cégek aránya több mint háromszorosa volt a csökkenést jelző vállalkozásokénak. Különösen figyelemre méltó, hogy minden második válaszadó több rendezvényt bonyolított le, mint egy évvel korábban.

A rendezvények méretét vizsgáló korábbi kérdés eredményeivel összevetve az is megfigyelhető, hogy miközben a válaszadók közel kétharmada hasonló létszámú eseményeket szervezett, a rendezvények száma számos vállalkozásnál növekedett. Ez arra utal, hogy a piac bővülését 2025-ben elsősorban a megrendelések és események számának emelkedése hajtotta, nem pedig a rendezvények átlagos méretének növekedése.

Ez a megállapítás összhangban van az árbevétel alakulására vonatkozó eredményekkel is, amelyek szerint a válaszadó cégek többsége bevételnövekedést ért el 2025-ben. A három kérdés együttesen egy olyan piac képét rajzolja ki, ahol a növekedés elsősorban a magasabb rendezvényaktivitásból fakadt.

Összességében a válaszok alapján 2025 a hazai rendezvénypiac számára kedvező évnek tekinthető: a cégek jelentős része több rendezvényt valósított meg, miközben az események mérete jellemzően stabil maradt, az árbevétel pedig a vállalkozások többségénél növekedett.



14. ábra (n=82)

10. A megvalósult rendezvények száma

A rendezvények számát vizsgáló kérdésre válaszoló 82 vállalkozás összesen 11 609 rendezvény megvalósításáról számolt be 2025-re vonatkozóan. Ez jól érzékelteti a kutatásban részt vevő szervezetek jelentős piaci súlyát, valamint azt, hogy a válaszadói kör a hazai rendezvényszektor meghatározó szereplőit is magában foglalja.

A válaszadó cégek átlagosan 142 rendezvényt bonyolítottak le az év során, ugyanakkor a medián érték 73 rendezvény volt. A két mutató közötti jelentős eltérés arra utal, hogy a piacon néhány kiemelkedően nagy rendezvényvolumennel működő vállalkozás mellett számos kisebb vagy közepes méretű szereplő is jelen van.

A válaszok jelentős szórást mutatnak: míg egyes cégek csupán néhány rendezvényt szerveztek az év során, addig a legnagyobb rendezvényvolument lebonyolító vállalkozás 980 esemény megvalósításáról számolt be. A válaszadók közel egynegyede (24,4%) legalább 200 rendezvényt szervezett 2025-ben.

Az eredmények összhangban vannak a háttéradatokkal, amelyek szerint a felmérésben a mikro-, kis- és középvállalkozások mellett nagyobb rendezvénypiaci szereplők is részt vettek. A rendezvényszektor működését tehát egyszerre jellemzi a sok kisebb, specializált vállalkozás jelenléte, valamint néhány olyan piaci szereplő működése, amely évente több száz rendezvény lebonyolítására képes.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve a több mint 11 ezer megvalósult rendezvény azt is alátámasztja, hogy 2025-ben a rendezvénypiac aktivitása magas szinten alakult. Mindez összhangban van azokkal a válaszokkal, amelyek szerint a vállalkozások jelentős része növekvő rendezvényszámról és emelkedő árbevételről számolt be.

11. A 2025-ben megvalósult rendezvények típus szerinti megoszlása

A válaszadó cégek rendezvényportfólióját 2025-ben elsősorban az üzleti célú események határozták meg. A legnagyobb arányt a konferenciák és kongresszusok képviselték, amelyek átlagosan a rendezvények 33,27%-át tették ki. Ettől alig maradtak el a céges rendezvények – például gálák, csapatépítők és vállalati események –, amelyek átlagos aránya 32,21% volt.

A harmadik legjelentősebb rendezvénytípust a workshopok és képzések alkották 14,50%-os átlagos aránnyal. Az esküvők és egyéb családi rendezvények a rendezvények 12,37%-át tették ki, míg a szórakoztató rendezvények és fesztiválok 8,38%-os részarányt képviseltek.

A kiállítások és vásárok aránya 8,06%, a termékbemutatók és launch események aránya 5,92%, míg a sportrendezvényeké 5,94% volt. Az állami ünnepek (2,53%) és a politikai rendezvények (2,09%) a rendezvénypiac viszonylag kis részét adták a válaszadó cégek tevékenységében.

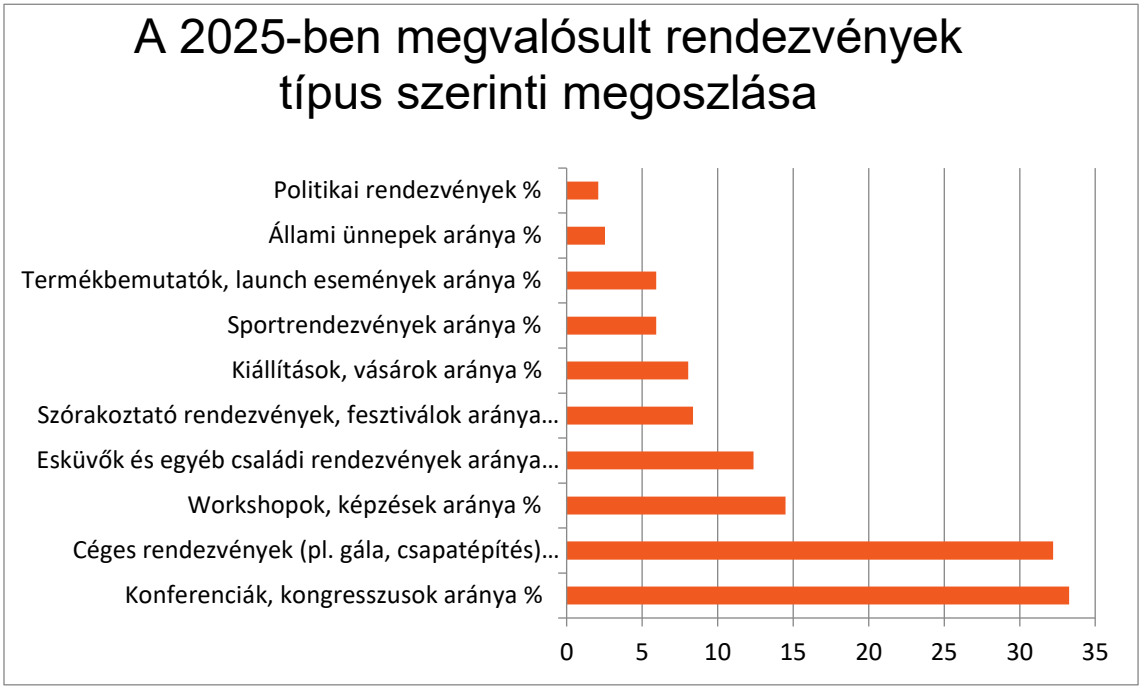
Az eredmények alapján egyértelműen látható, hogy a hazai rendezvénypiacot továbbra is az üzleti és vállalati célú rendezvények dominálják. **A konferenciák, kongresszusok, céges események, workshopok és képzések együttesen a rendezvényportfólió közel 80%-át teszik ki, ami jól mutatja a vállalati és szakmai rendezvények meghatározó szerepét.**

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve ez az eredmény összhangban van azzal, hogy a válaszadó cégek legfontosabb megrendelői a gyógyszeripar, a pénzügyi szektor, az IT és telekommunikáció, valamint más üzleti szereplők voltak. A rendezvénytípusok megoszlása tehát jól tükrözi a megrendelői kör összetételét.

Az online és hibrid rendezvények alacsony arányára vonatkozó eredményekkel együtt vizsgálva az is megállapítható, hogy a konferenciák, kongresszusok és vállalati események döntő többsége ismét személyes jelenléttel valósul meg. Ez arra utal, hogy a szakmai kapcsolatépítés, a

tudásmegosztás és a vállalati közösségépítés területén továbbra is a személyes találkozások jelentik a preferált formát.

Összességében a válaszok egy olyan piac képét rajzolják ki, amelyet elsősorban az üzleti és vállalati rendezvények határoznak meg, miközben a szabadidős, családi, sport- vagy politikai események kisebb, de továbbra is fontos részét képezik a rendezvényportfóliónak.



15. ábra (n=78)

12. A rendezvények célja

A válaszadó cégek szerint a rendezvények legfontosabb célja 2025-ben a kapcsolatépítés és networking volt, amelyet a kitöltők 51,85%-a jelölt meg. Ez azt mutatja, hogy a rendezvények továbbra is kiemelt szerepet töltenek be az üzleti és szakmai kapcsolatok kialakításában, fenntartásában és erősítésében.

A második leggyakoribb cél a marketing és márkaépítés volt (48,15%), amelyet szorosan követett az üzletfejlesztés és értékesítés (46,91%). Ugyancsak a válaszadók 46,91%-a jelölte meg a belső kommunikációt és a munkavállalói elkötelezés erősítését, míg az oktatási és képzési célok 43,21%-os arányban jelentek meg.

A termékbemutatók és launch események a válaszadók 16,05%-ánál szerepeltek elsődleges célként, míg az egyéb célok aránya 11,11% volt. Az „egyéb” válaszok között elsősorban csapatépítő programok, magánjellegű rendezvények, valamint kulturális, sport- és szórakoztató események jelentek meg.

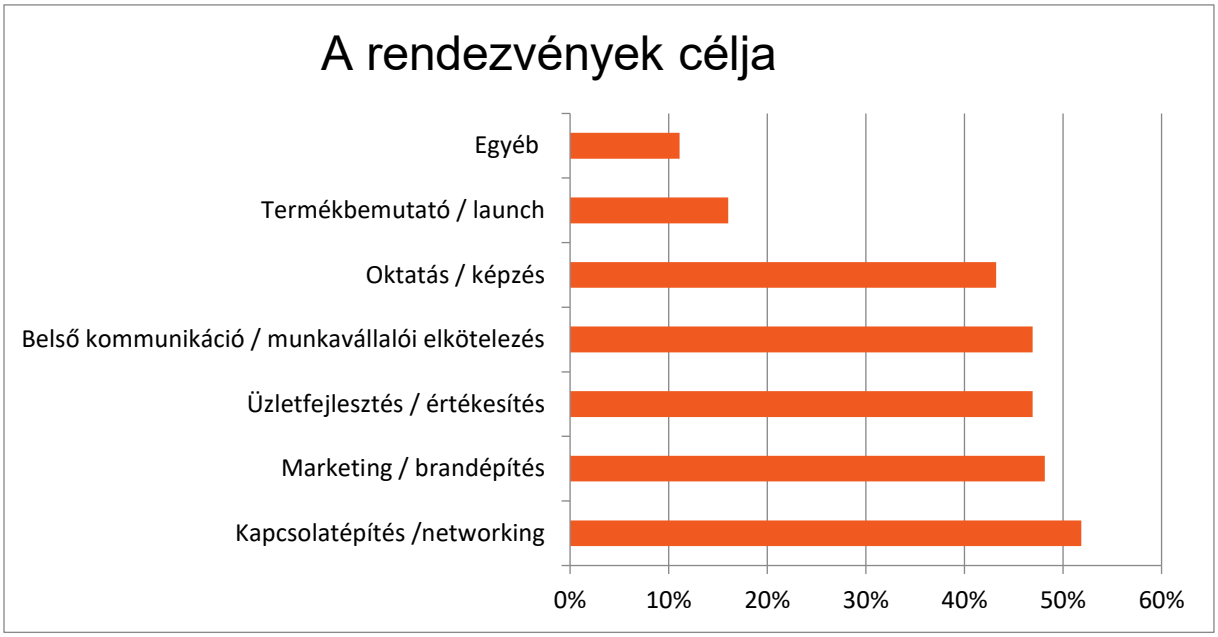
Az eredmények alapján jól látható, hogy a rendezvények funkciója ma már jóval túlmutat az egyszerű információátadáson vagy értékesítési célokon. A legfontosabb célok között egyaránt megjelennek az üzleti kapcsolatok fejlesztését, a vállalati közösségek erősítését, a tudásmegosztást és a márkaépítést szolgáló szempontok.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve különösen érdekes, hogy a kapcsolatépítés, az üzletfejlesztés, a belső kommunikáció és az oktatás együttesen a rendezvények legfontosabb céljai közé tartoznak, miközben az online és hibrid rendezvények aránya rendkívül alacsony. Ez arra utal, hogy a személyes jelenlét továbbra is jelentős hozzáadott értéket képvisel azoknál a

rendezvénytípusoknál, ahol a kapcsolatok építése, a közösségfejlesztés vagy a tudásmegosztás kiemelt szerepet kap.

Az eredmények szorosan összefüggnek a rendezvénytípusok megoszlásával is. Mivel a válaszadó cégek portfóliójában a konferenciák, kongresszusok, céges rendezvények, workshopok és képzések dominálnak, természetes módon ezekhez kapcsolódnak a leggyakrabban említett rendezvénycélok is.

Összességében a válaszok azt mutatják, hogy a rendezvények legfontosabb szerepe továbbra is az emberek, szervezetek és közösségek összekapcsolása. A kapcsolatépítés, a tudásmegosztás, az üzletfejlesztés és a vállalati kultúra erősítése egyaránt meghatározó motivációt jelent a rendezvények szervezése során. Az egyéb válaszok ugyanakkor arra is rámutatnak, hogy a rendezvények közösségépítő, kulturális és szabadidős funkciói továbbra is fontos szerepet töltenek be a piacon.



16. ábra (n=81)

II. Költségek, árképzés és versenyképesség

1. A költségek alakulása 2025-ben, 2024-hez képest

A válaszadó cégek kivétel nélkül költségnövekedésről számoltak be 2025-ben, egyetlen vállalkozás sem jelezte azt, hogy költségei változatlanok maradtak volna az előző évhez képest.

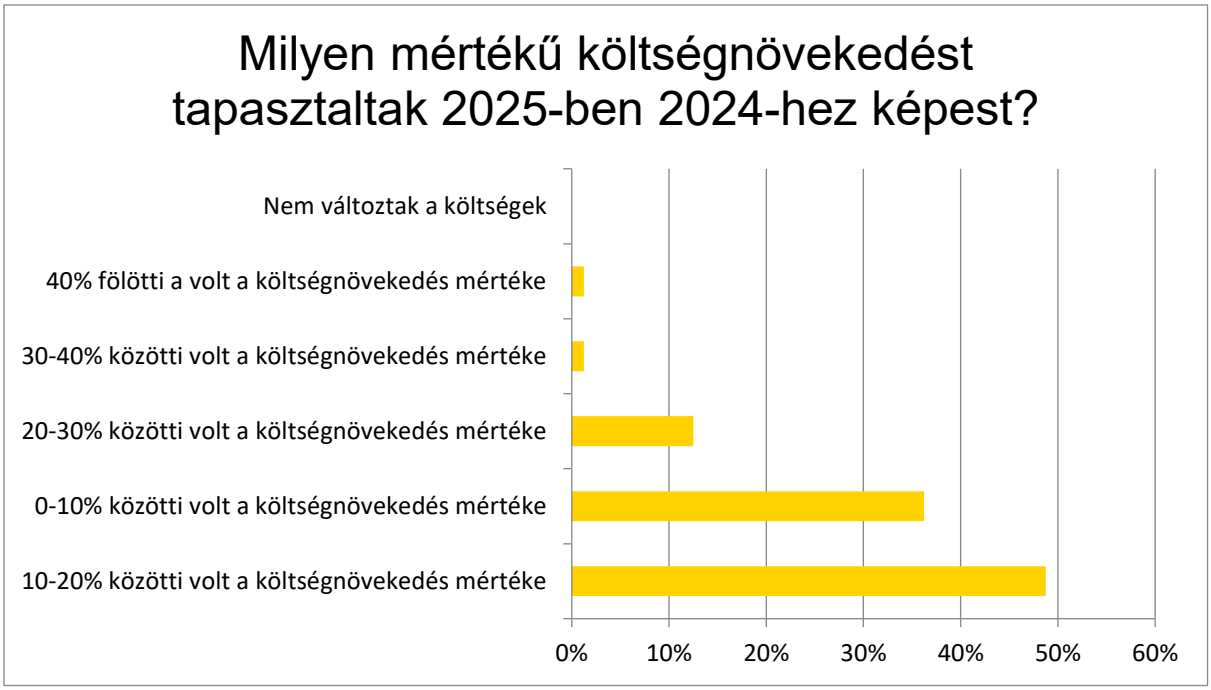
A leggyakoribb válasz szerint a költségek 10–20% közötti mértékben emelkedtek: a kitöltők közel fele (48,75%) ebbe a kategóriába sorolta vállalkozását. További 36,25% 0–10% közötti költségnövekedést tapasztalt, míg 12,50% esetében a költségek 20–30%-kal emelkedtek.

A jelentősebb költségnyomás viszonylag kevés vállalkozást érintett: a válaszadók mindössze 2,5%-a számolt be 30% feletti költségnövekedésről.

Összességében a válaszadók 63,75%-ánál legalább 10%-os költségnövekedés következett be, míg 13,75%-uk 20% feletti költségemelkedést tapasztalt. Az eredmények alapján a költségek emelkedése továbbra is általános jelenség a rendezvényszektorban.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve különösen érdekes, hogy miközben a válaszadó cégek közel 60%-a árbevétel-növekedésről számolt be, a vállalkozások 100%-át érintette

valamilyen mértékű költségnövekedés. Ez arra utal, hogy a bevételek emelkedése önmagában nem feltétlenül jelentette a jövedelmezőség javulását, hiszen a vállalkozásoknak egyidejűleg a növekvő működési költségekkel is szembe kellett nézniük.



17. ábra (n=80)

2. A költségnövekedés érvényesítése a megrendelők felé

Bár a korábbi kérdés alapján a válaszadó **vállalkozások 100%-a költségnövekedést tapasztalt** 2025-ben, ezt a többletterhet csak korlátozott mértékben tudták érvényesíteni a megrendelők felé.

A legnagyobb csoportot azok a cégek alkották (35,00%), amelyek költségnövekedésük nagy részét – 70–90%-át – tudták beépíteni áraikba. Ugyanakkor a válaszadók 27,50%-a mindössze 10–30%-os mértékben tudta érvényesíteni a költségek emelkedését, míg 17,50% körülbelül a költségnövekedés felét (50–70%-át) tudta továbbhárítani ügyfelei felé.

A válaszadók 11,25%-a csupán 30–50%-os mértékben tudta kompenzálni a növekvő költségeket, **míg mindössze 6,25% nyilatkozott úgy, hogy a költségnövekedést teljes mértékben sikerült érvényesítenie** áraiban. Olyan vállalkozás, amely egyáltalán nem tudta továbbhárítani a többletköltségeket, csak elenyésző arányban (2,50%) fordult elő.

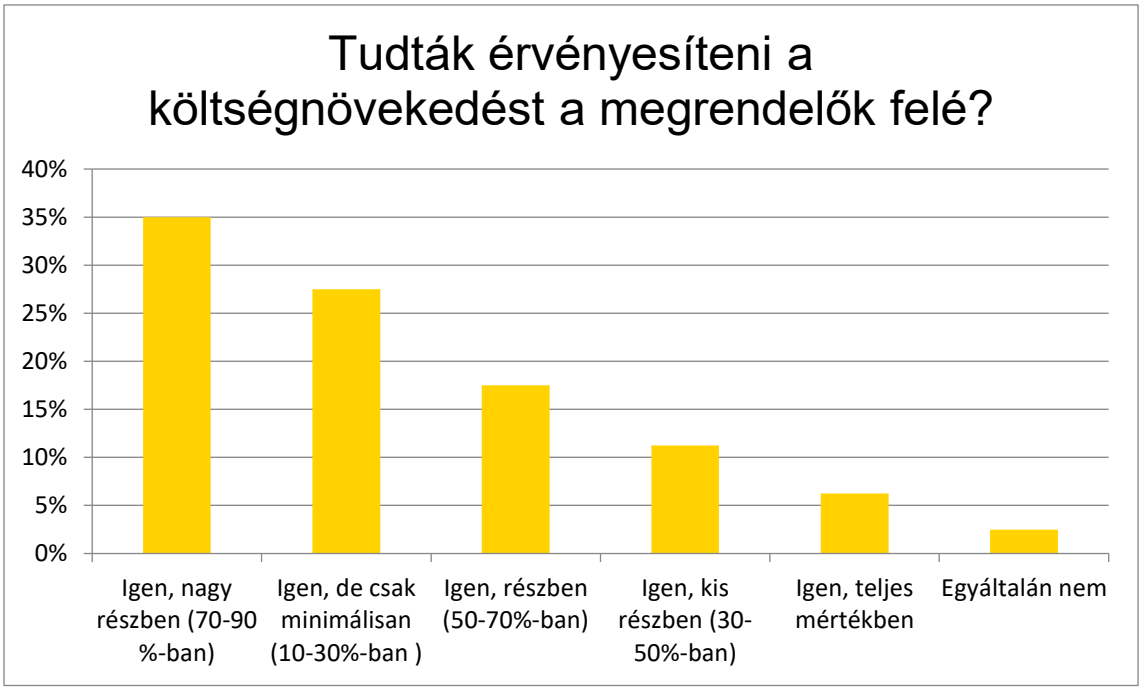
Az eredmények alapján a válaszadók többsége ugyan képes volt legalább részben reagálni a költségek emelkedésére, ugyanakkor a költségnövekedés teljes körű érvényesítése továbbra is kivételnek számít a piacon. A vállalkozások jelentős része tehát olyan helyzetben működött 2025-ben, ahol a költségek gyorsabban emelkedtek, mint amilyen mértékben azokat a megrendelőkre át tudták hárítani.

Ez a megállapítás különösen érdekes a megrendelői döntési szempontokat vizsgáló kérdés eredményeinek tükrében. A válaszadók szerint a megrendelők számára továbbra is az ár jelenti a legfontosabb döntési tényezőt, ami jelentősen korlátozhatja a szolgáltatók mozgásterét az áremelések érvényesítése során.

A költségnövekedésre és az árbevétel alakulására vonatkozó korábbi eredményekkel együtt vizsgálva a válaszok arra utalnak, hogy **a rendezvénypiac szereplői 2025-ben egyszerre szembesültek növekvő költségekkel és árérzékeny megrendelői környezettel. Ennek**

ellenére a vállalkozások többsége képes volt árbevételét növelni, ami a piaci aktivitás bővülésére, a rendezvényszám emelkedésére és a szolgáltatások iránti továbbra is erős keresletre utal.

Összességében a válaszok azt mutatják, hogy a költségnövekedés kezelése továbbra is komoly kihívást jelent a rendezvényszektor szereplői számára, miközben az árverseny és a megrendelői árérzékenység változatlanul meghatározó piaci tényező maradt.



18. ábra (n=80)

3. Az áremelés mértéke

A válaszadó cégek többsége 2025-ben emelte árait a 2024-es árszinthez képest. A leggyakoribb válasz szerint a szolgáltatások ára 0–10% közötti mértékben növekedett: a kitöltők 67,50%-a ebbe a kategóriába sorolta vállalkozását.

További 20,00% 10–20% közötti áremelést hajtott végre, míg a válaszadók 3,75%-a 20–30%-os áremelkedésről számolt be. A felmérésben nem szerepelt olyan vállalkozás, amely 30%-ot meghaladó mértékben emelte volna árait.

Ugyanakkor figyelemre méltó, hogy a válaszadók 8,75%-a egyáltalán nem emelt árat 2025-ben, annak ellenére, hogy a korábbi kérdés eredményei szerint valamennyi válaszadó költségnövekedést tapasztalt.

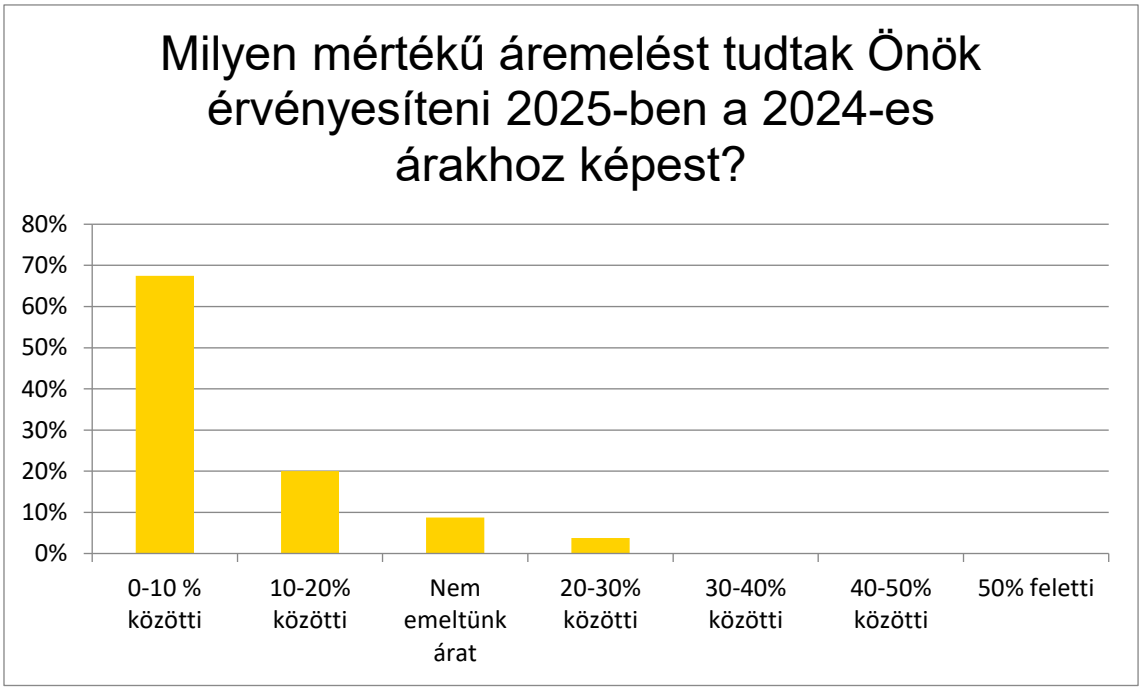
Összességében a vállalkozások 91,25%-a hajtott végre valamilyen mértékű áremelést, ugyanakkor az esetek döntő többségében ez nem haladta meg a 10%-ot. Ez arra utal, hogy a rendezvénypiaci szereplők jelentős része óvatos árképzési politikát folytatott, és csak korlátozott mértékben tudta vagy kívánta érvényesíteni a növekvő költségeket áraiban.

A költségnövekedés mértékére vonatkozó eredményekkel összevetve különösen érdekes, hogy miközben a válaszadók 63,75%-a legalább 10%-os költségnövekedést tapasztalt, a vállalkozások mindössze 23,75%-a emelt 10%-nál nagyobb mértékben árat. Ez arra utal, hogy a költségnövekedés jelentős részét sok vállalkozás nem tudta teljes egészében érvényesíteni áraiban.

Az eredmények összhangban vannak azzal a korábbi megállapítással is, hogy a vállalkozások többsége csak részben tudta továbbhárítani költségeinek növekedését a megrendelők felé. Ennek hátterében feltehetően az áll, hogy a válaszadók szerint a megrendelők számára továbbra

is az ár jelenti a legfontosabb döntési szempontot, ami erős versenyt és jelentős árnyomást eredményez a piacon.

Összességében a válaszok alapján a rendezvényszektor szereplői 2025-ben jellemzően éltek az áremelés lehetőségével, azonban annak mértéke sok esetben elmaradt a költségnövekedés ütemétől. Ez arra utal, hogy a vállalkozások egy része a versenyképesség megőrzése érdekében kénytelen volt a költségnövekedés egy részét saját működésén belül kezelni.



19. ábra (n=80)

4. Egy átlagos rendezvény költségvetésének változása

A válaszadó cégek többsége szerint 2025-ben egy átlagos rendezvény költségvetése emelkedett a 2024-es évhez képest. A legnagyobb csoportot azok alkották, akik mérsékelt, 5–20% közötti növekedést tapasztaltak: a kitöltők 62,50%-a nyilatkozott így.

További 11,25% szerint a rendezvények költségvetése jelentősen, 20%-ot meghaladó mértékben nőtt, így **összességében a válaszadók közel háromnegyede (73,75%) költségvetés-növekedésről számolt be.**

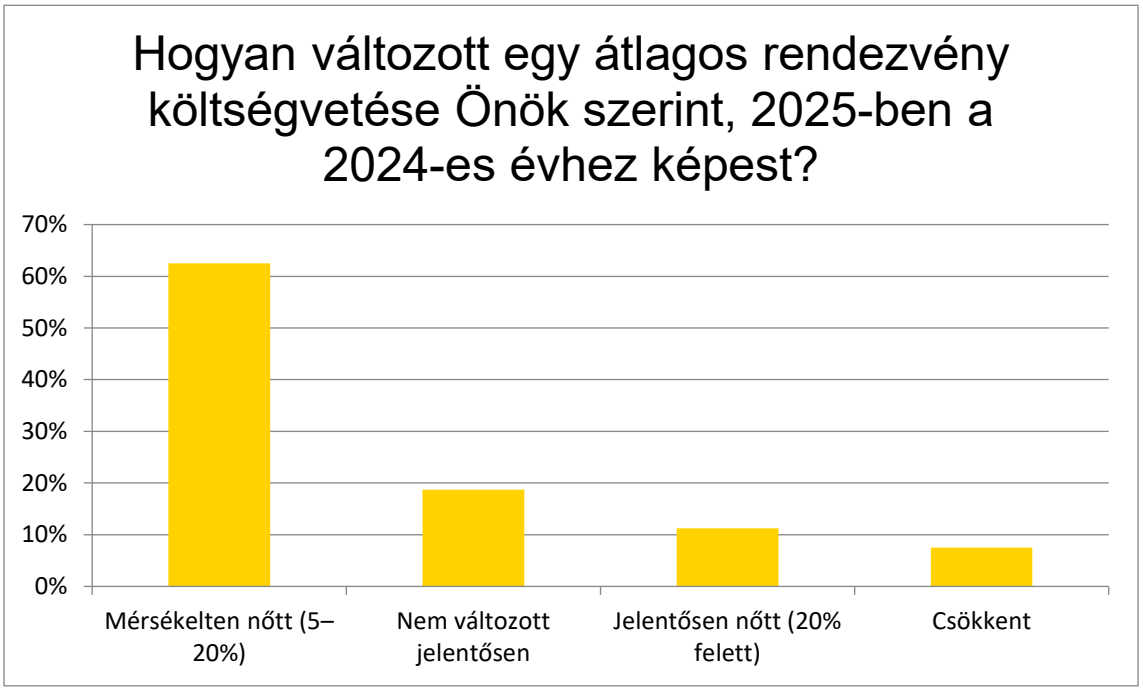
A válaszadók 18,75%-a úgy vélte, hogy a rendezvények költségvetése érdemben nem változott, míg mindössze 7,50% tapasztalt csökkenést.

Az eredmények alapján a megrendelők többsége 2025-ben nagyobb összeget fordított egy-egy rendezvény megvalósítására, mint egy évvel korábban. Ez összhangban van a költségnövekedésre vonatkozó korábbi válaszokkal, ugyanakkor arra is utalhat, hogy a megrendelők egy része hajlandó volt magasabb költségvetést biztosítani rendezvényei számára.

A költségnövekedés és az áremelés mértékét vizsgáló kérdésekkel együtt elemezve különösen érdekes, hogy miközben a válaszadók 63,75%-a legalább 10%-os költségnövekedést tapasztalt, és a vállalkozások többsége áremelést is végrehajtott, a rendezvények költségvetése szintén növekedett. Ez arra utal, hogy a piac jelentős részén a megrendelők legalább részben elfogadták a magasabb árszinteket és a növekvő rendezvényszervezési költségeket.

Ugyanakkor az előző kérdés eredményei alapján a költségnövekedés teljes körű érvényesítése továbbra sem volt általános. A rendezvényköltségvetések növekedése tehát nem feltétlenül jelentette azt, hogy a szolgáltatók minden többletköltségüket át tudták hárítani megrendelőikre.

Összességében a válaszok azt mutatják, hogy 2025-ben a rendezvények költségvetése jellemzően emelkedett, ami hozzájárulhatott a rendezvénypiac árbevételének növekedéséhez, ugyanakkor a költségoldali nyomás továbbra is jelentős kihívást jelentett a vállalkozások számára.



20. ábra (n=80)

5. A versenyképesség javítását célzó fejlesztések

E nyitott kérdésre adott válaszok alapján a rendezvénypiaci szereplők jelentős része hajtott végre olyan fejlesztéseket 2025-ben, amelyek célja a versenyképesség javítása, a szolgáltatási színvonal emelése és a működési hatékonyság növelése volt.

A leggyakrabban említett fejlesztési terület az eszköz- és infrastruktúrafejlesztés volt. A válaszadók számos esetben számoltak be új technikai eszközök beszerzéséről, eszközparkjuk bővítéséről, színpadtechnikai fejlesztésekről, valamint raktárak, konyhák, rendezvényhelyszínek és szállodai kapacitások felújításáról vagy bővítéséről.

A válaszok alapján kiemelkedő trendként jelent meg a digitalizáció és a mesterséges intelligencia alkalmazása is. Több vállalkozás említette AI-alapú megoldások bevezetését, munkatársai AI-képzését, új informatikai rendszerek kialakítását, valamint digitális eszközök és online platformok fejlesztését.

Szintén gyakran megjelentek a marketinghez, üzletfejlesztéshez és szolgáltatásfejlesztéshez kapcsolódó beruházások. Több válaszadó számolt be marketingtevékenységének erősítéséről, új szolgáltatások kialakításáról, illetve árképzési és működési stratégiájának felülvizsgálatáról.

A fejlesztések között megjelentek a működési hatékonyság javítását célzó intézkedések is, például költséghatékonysági programok, termelékenységnövelő beruházások, valamint energetikai fejlesztések.

Különösen figyelemre méltó, hogy a válaszok jelentős részében szerepeltek technológiai és AI-alapú fejlesztések. Ez arra utal, hogy a rendezvényszektor szereplői egyre inkább stratégiai eszközként tekintenek a digitalizációra és a mesterséges intelligenciára versenyképességük megőrzése és javítása érdekében.

Összességében a válaszok azt mutatják, hogy a rendezvénypiac szereplői nem csupán a növekvő költségek kezelésére koncentráltak 2025-ben, hanem jelentős figyelmet fordítottak szolgáltatásaik, infrastruktúrájuk és működési folyamataik fejlesztésére is.

III. Munkaerő és motiváció

1. Az állandó munkavállalói létszám alakulása

A válaszadó cégek többségénél (63,29%) nem változott az állandó munkavállalók létszáma 2025-ben az előző évhez képest. Ez arra utal, hogy a rendezvényszektor szereplőinek jelentős része stabil munkaszervezettel és viszonylag állandó alkalmazotti létszámmal működött.

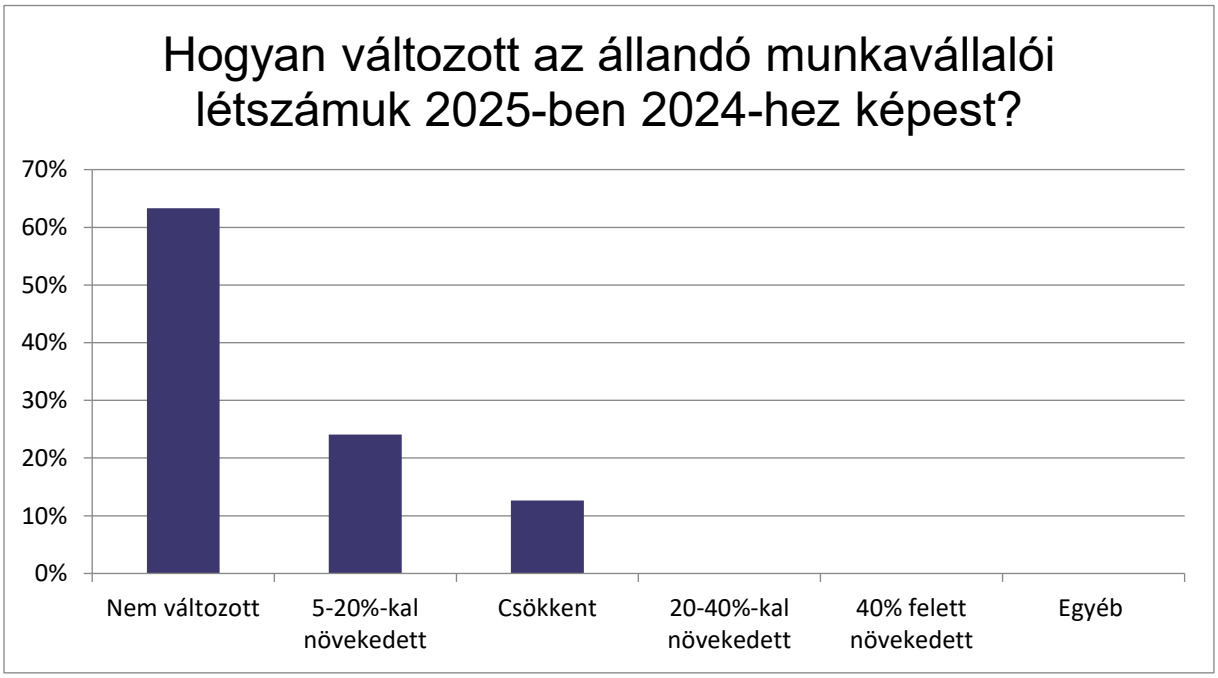
A vállalkozások közel egynegyede (24,05%) ugyanakkor létszámbővítésről számolt be: esetükben az állandó munkavállalók száma 5–20%-kal emelkedett. A felmérésben nem szerepelt olyan vállalkozás, amely 20%-ot meghaladó mértékű létszámnövekedést jelzett.

Létszámcsökkenést a válaszadók 12,66%-a tapasztalt 2025-ben. Ez azt jelenti, hogy **közel kétszer annyi vállalkozás bővítette állandó munkavállalói körét, mint ahány cég létszámcsökkentésről számolt be.**

Az eredmények alapján a rendezvénypiaci szereplők többsége a növekvő piaci aktivitás ellenére sem jelentős létszámbővítéssel reagált a kereslet alakulására. A korábbi kérdésekből ugyanis látható, hogy **a válaszadók jelentős része több rendezvényt valósított meg és árbevételét is növelni tudta, miközben az állandó munkavállalói létszám a cégek közel kétharmadánál változatlan maradt.**

Ez arra utalhat, hogy a rendezvényszektor működése továbbra is jelentős mértékben támaszkodik rugalmas erőforrásokra, alkalmi munkavállalókra, alvállalkozókra és külső szakértőkre. A növekvő rendezvényaktivitás tehát nem feltétlenül jár együtt az állandó foglalkoztatotti létszám hasonló ütemű növekedésével.

Összességében a válaszok alapján a munkaerőpiaci helyzet 2025-ben stabilnak tekinthető: a vállalkozások többsége megtartotta munkavállalóit, miközben a létszámbővítést végrehajtó cégek aránya meghaladta a létszámcsökkentőkét.



21. ábra (n=79)

2. Az alkalmi munkavállalói létszám alakulása

Az alkalmi munkavállalók létszáma a válaszadó cégek többségénél (58,23%) nem változott 2025-ben az előző évhez képest. Ugyanakkor az állandó munkavállalói létszámhoz viszonyítva jóval nagyobb arányban jelent meg a bővülés az alkalmi foglalkoztatás területén.

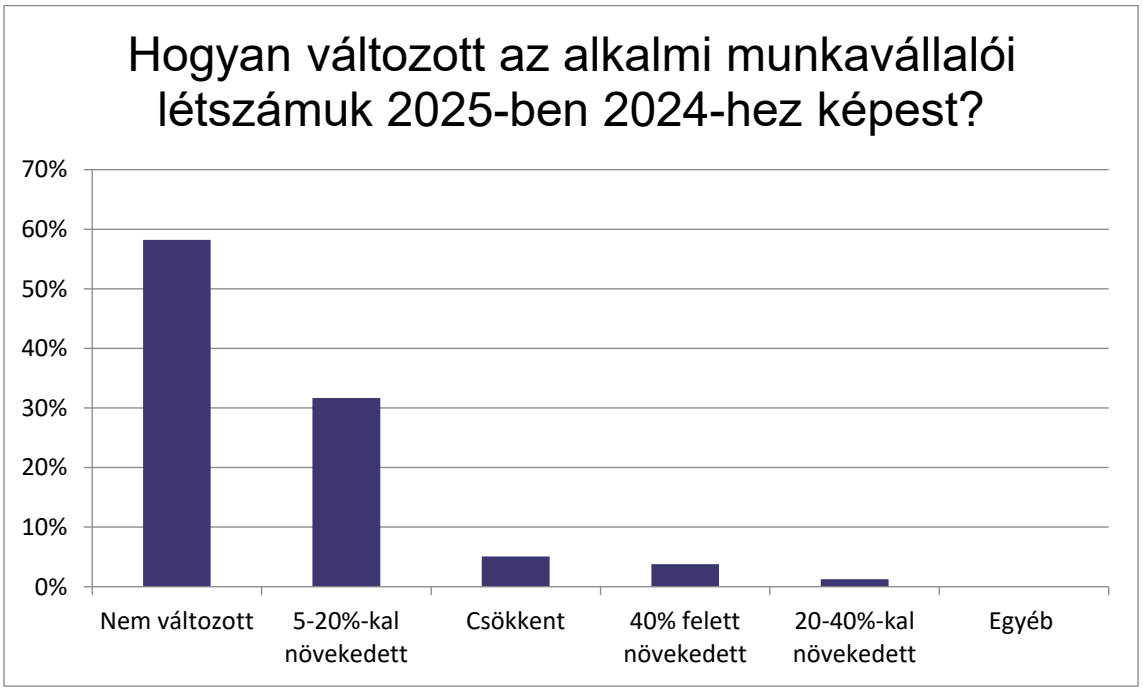
A válaszadók összesen 36,72%-a számolt be az alkalmi munkavállalói létszám növekedéséről. Ezen belül 31,65% 5–20%-os, 1,27% 20–40%-os, míg 3,80% 40% feletti bővülést jelzett. Ezzel szemben a válaszadók 5,06%-a kevesebb alkalmi munkavállalót foglalkoztatott, mint az előző évben.

Az eredmények alapján **az alkalmi munkaerő iránti kereslet erőteljesebben növekedett**, mint az állandó foglalkoztatottak esetében. Míg az előző kérdés alapján a vállalkozások 24,05%-a bővítette állandó munkavállalói létszámát, addig az alkalmi munkavállalók számának növekedéséről 36,72% számolt be.

Ez a különbség arra utal, hogy a rendezvényszektor szereplői a növekvő rendezvényaktivitás kezelésére elsősorban rugalmas foglalkoztatási formákat alkalmaznak. Az alkalmi munkavállalók, projektalapon bevont szakemberek és egyéb külső erőforrások lehetővé teszik a vállalkozások számára, hogy a rendezvényszám változásaihoz alkalmazkodjanak anélkül, hogy jelentősen növelniük kellene állandó létszámukat.

A korábbi kérdések eredményeivel összhangban ez az eredmény is azt mutatja, hogy a rendezvénypiac 2025-ben növekvő aktivitást mutatott. A rendezvényszám és az árbevétel emelkedése mellett ugyanis az alkalmi munkaerő iránti kereslet is érzékelhetően bővült.

Összességében a válaszok alapján a rendezvényszektor munkaerőigényének növekedése elsősorban az alkalmi foglalkoztatásban jelent meg, miközben az állandó munkavállalói létszám a vállalkozások többségénél változatlan maradt.



22. ábra (n=79)

3. A fluktuáció mértéke

A válaszadó vállalkozások körében a fluktuáció 2025-ben összességében alacsony szinten alakult. Az ötfokú skálán mért súlyozott átlag 1,99 volt, ami azt jelzi, hogy a munkavállalók elvándorlása a legtöbb cégnél nem jelentett meghatározó problémát.

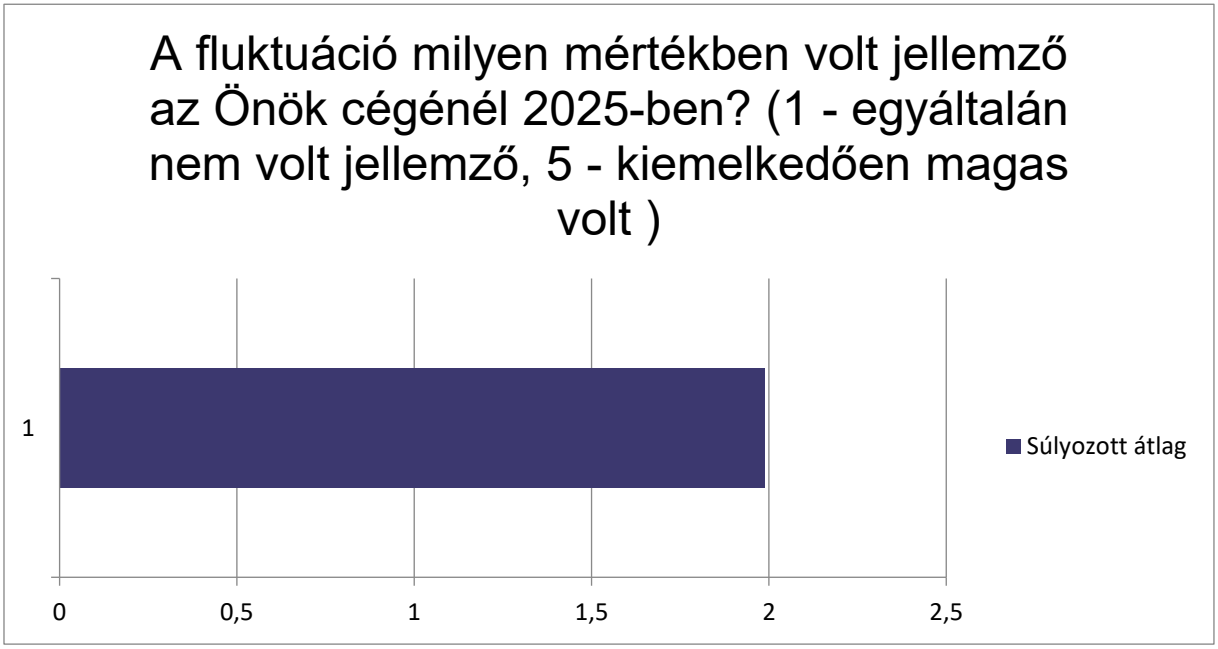
A válaszadók több mint egyharmada (36,71%) az 1-es értéket jelölte meg, vagyis egyáltalán nem tartotta jellemzőnek a fluktuációt vállalkozásánál. Ugyanekkora arány (36,71%) a 2-es értéket választotta. **A válaszadók 73,42%-a tehát a két legalacsonyabb értéket jelölte meg, vagyis a fluktuáció a vállalkozások közel háromnegyedénél alacsony vagy nagyon alacsony volt.**

Közepes mértékű fluktuációról a válaszadók 18,99%-a számolt be, míg a magas vagy nagyon magas fluktuációt jelző 4-es és 5-ös értékeket összesen csupán 7,60% választotta.

Az eredmények alapján a rendezvényszektor vállalkozásainak többsége stabil munkavállalói állománnyal működött 2025-ben. Ez összhangban van az előző kérdés eredményeivel is, amelyek szerint az állandó munkavállalói létszám a cégek közel kétharmadánál nem változott az előző évhez képest.

Különösen figyelemre méltó, hogy miközben a rendezvényszám és az árbevétel számos vállalkozásnál növekedett, a munkaerő-elvándorlás nem jelent meg általános problémaként. Ez arra utalhat, hogy a vállalkozások jelentős része sikeresen tudta megtartani munkavállalóit a növekvő piaci aktivitás időszakában is.

Összességében a válaszok egy viszonylag stabil munkaerőpiaci helyzetet jeleznek, ahol a munkavállalók megtartása a legtöbb vállalkozás számára nem jelentett komoly kihívást 2025-ben.



23. ábra (n=79)

4. A munkaerőhiány mértéke

A válaszadó vállalkozások körében a munkaerőhiány összességében mérsékelt mértékben volt jelen 2025-ben. Az ötfokú skálán mért súlyozott átlag 2,10 volt, ahol az 1-es érték azt jelentette, hogy a munkaerőhiány egyáltalán nem jellemző, az 5-ös pedig azt, hogy kiemelkedően magas mértékű.

A válaszadók 31,65%-a az 1-es értéket választotta, vagyis egyáltalán nem tapasztalt munkaerőhiányt. A legtöbben (37,97%) a 2-es értéket jelölték meg, míg 20,25% közepes mértékű problémaként értékelte a munkaerőhiányt.

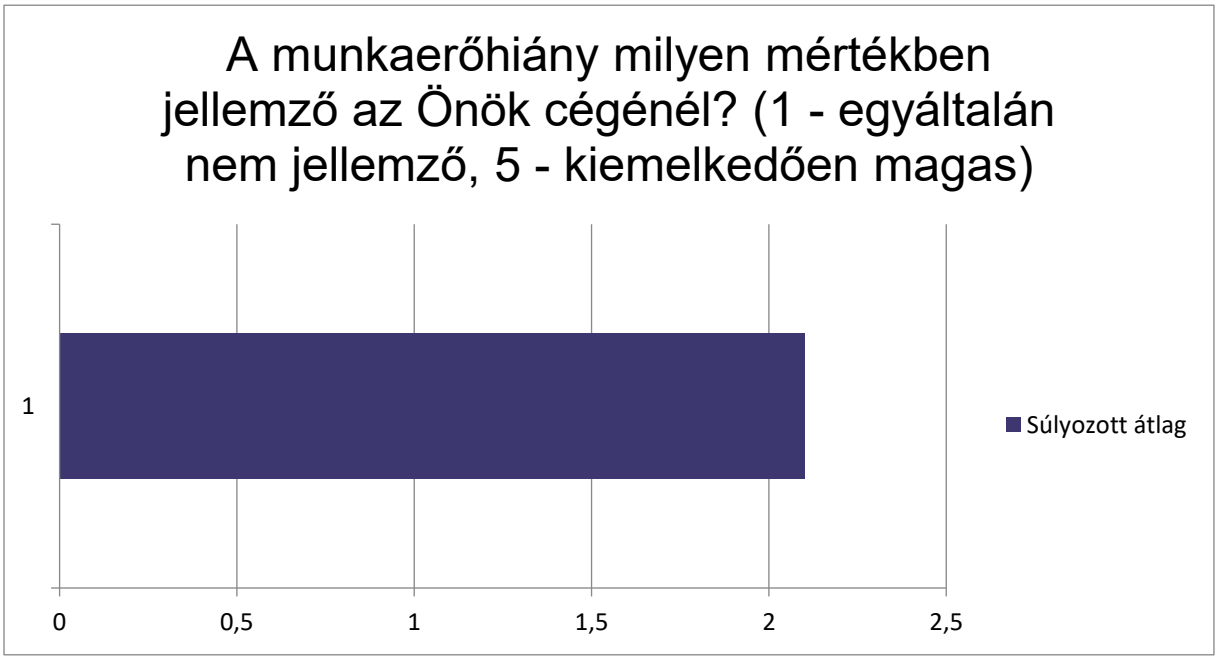
Magas vagy nagyon magas munkaerőhiányról a válaszadók 10,13%-a számolt be: 8,86% a 4-es, míg 1,27% az 5-ös értéket jelölte meg.

Az eredmények alapján a munkaerőhiány ugyan jelen van a rendezvényszektorban, azonban nem tekinthető általános vagy súlyos problémának. A válaszadók közel 70%-a (69,62%) az 1-es vagy 2-es értéket választotta, ami azt jelzi, hogy a vállalkozások többségénél a munkaerőhiány alacsony vagy mérsékelt mértékben jelentkezik.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve különösen érdekes, hogy miközben a rendezvényszám és az árbevétel sok vállalkozásnál növekedett, a cégek jelentős része nem számolt be komoly munkaerőhiányról. Ez összhangban van azzal is, hogy a fluktuáció alacsony szinten maradt, valamint azzal, hogy a vállalkozások a növekvő munkaerőigény egy részét az alkalmi foglalkoztatás bővítésével kezelték.

A fluktuációra vonatkozó kérdés eredményeivel összehasonlítva ugyanakkor látható, hogy a munkaerőhiány valamivel nagyobb kihívást jelentett a vállalkozások számára. Míg a fluktuáció súlyozott átlaga 1,99 volt, addig a munkaerőhiányé 2,10. Ez arra utal, hogy a meglévő munkatársak megtartása jellemzően nem okozott problémát, ugyanakkor egyes területeken a megfelelő munkaerő megtalálása és bevonzása már nehezebb feladatot jelenthetett.

Összességében a válaszok egy viszonylag stabil munkaerőpiaci helyzetet mutatnak, ahol a munkaerőhiány jelen van ugyan, de nem tekinthető a rendezvényszektor egészét meghatározó problémának.



24. ábra (n=79)

5. A munkavállalók távozásának okai

A válaszadók **leggyakrabban azt jelölték meg, hogy a távozó munkavállalók elhagyták a rendezvényszakmát, és más ágazatban helyezkedtek el. Ezt a kitöltők 37,97%-a említette, ami arra utal, hogy a rendezvényszektor számára továbbra is kihívást jelenthet a szakemberek hosszú távú megtartása.**

A válaszadók egynegyede (25,32%) ugyanakkor arról számolt be, hogy 2025-ben egyáltalán nem távozott munkavállaló a cégtől. Ez összhangban van a korábbi kérdések eredményeivel, amelyek szerint a fluktuáció alacsony szinten maradt, és a vállalkozások többsége stabil munkavállalói állománnyal működött.

A munkavállalók 24,05%-ban más hazai rendezvényipari cégnél helyezkedtek el, vagyis a munkaerő egy része a szektoron belül maradt. Külföldi elhelyezkedést a válaszadók 13,92%-a jelölt meg, amely megegyezik az egyéb okokat említők arányával.

A válaszok alapján megállapítható, hogy a munkavállalók távozásának legjellemzőbb oka nem a versenytárs vállalkozások elszívó hatása volt, hanem az, hogy más ágazatokban kerestek munkalehetőséget. Ez arra utalhat, hogy egyes munkavállalók számára más szektorok továbbra is vonzóbb karrier- vagy jövedelmi lehetőségeket kínálnak.

A korábbi kérdésekkel együtt vizsgálva ugyanakkor fontos hangsúlyozni, hogy a rendezvényszektorban a fluktuáció és a munkaerőhiány egyaránt alacsony szinten alakult. A válaszok tehát nem tömeges elvándorlást, hanem inkább egy mérsékelt mértékű, természetes munkaerőmozgást jeleznek.

Érdekes összefüggés figyelhető meg az alkalmi munkavállalók számának növekedésével is. Miközben egyes munkavállalók más szektorokban folytatták pályafutásukat, a vállalkozások jelentős része rugalmas foglalkoztatási formákkal és alkalmi munkaerő bevonásával alkalmazkodott a növekvő munkaerőigényhez.

Összességében a válaszok azt mutatják, hogy a rendezvényszektor munkaerőpiaca 2025-ben stabil maradt, ugyanakkor a szakemberek más ágazatokba történő átáramlása továbbra is érzékelhető jelenség.



25. ábra (n=79)

6. A munkaerőhiány kezelésére alkalmazott stratégiák

A válaszadó vállalkozások elsősorban rugalmas foglalkoztatási formákkal és belső erőforrásaik hatékonyabb kihasználásával reagálnak a munkaerőpiaci kihívásokra.

A leggyakrabban alkalmazott megoldás a szabadúszók és alkalmi munkavállalók bevonása volt, amelyet a válaszadók 43,04%-a jelölt meg. Ezt szorosan követte a feladatok újraosztása a meglévő munkatársak között (41,77%), valamint a gyakornokok alkalmazása (40,51%).

A vállalkozások közel egynegyede (24,05%) a mesterséges intelligencia fokozott alkalmazását is a munkaerőhiány kezelésének egyik eszközeként említette. Ez arra utal, hogy a digitalizáció és az AI már nem csupán technológiai fejlesztési irányként jelenik meg a rendezvényszektorban, hanem egyre inkább a működési hatékonyság javításának és a munkaerőhiány kezelésének eszközévé válik.

A válaszadók 20,25%-a jelezte, hogy vállalkozásánál nem jelentkezik munkaerőhiány. Korábbi munkatársak visszacsábítását 16,46%, külföldi munkaerő alkalmazását pedig 12,66% jelölte meg lehetséges megoldásként. Önkéntesek alkalmazását ugyanakkor egyetlen válaszadó sem említette.

Az eredmények alapján jól látható, hogy a rendezvényszektor szereplői elsősorban a meglévő munkaerőforrások rugalmasabb felhasználásával reagálnak a munkaerőpiaci kihívásokra. A hangsúly nem új állandó munkavállalók felvételén, hanem az alkalmi munkaerő, a szabadúszók, a gyakornokok és a technológiai megoldások bevonásán van.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve ez az eredmény szorosan összefügg azzal, hogy az alkalmi munkavállalók létszáma nagyobb arányban növekedett, mint az állandó munkavállalóké. A válaszok tehát következetesen azt mutatják, hogy a rendezvényszektor növekvő munkaerőigényét elsősorban rugalmas foglalkoztatási formákkal kezeli.

Különösen figyelemre méltó az AI szerepének megjelenése. A versenyképességet javító fejlesztésekre vonatkozó nyitott kérdésben is számos vállalkozás említette a mesterséges intelligencia bevezetését, képzéseket vagy AI-alapú rendszerek alkalmazását. A két kérdés eredménye együtt azt mutatja, hogy a technológiai fejlesztések egyre fontosabb szerepet töltenek be a rendezvényipari vállalkozások működésében.

Összességében a válaszok alapján a rendezvényszektor munkaerőpiaci alkalmazkodását elsősorban a rugalmasság, a külső erőforrások bevonása és a technológiai megoldások fokozódó használata jellemzi. **A munkaerőhiány kezelésének három leggyakoribb eszköze a szabadúszók és alkalmi munkavállalók alkalmazása (43,04%), a feladatok átcsoportosítása a meglévő munkatársak között (41,77%), valamint a gyakornokok bevonása (40,51%).**



26. ábra (n=79)

7. A munkaerő megtartását és motiválását szolgáló eszközök

A válaszadó vállalkozások a munkavállalók megtartása és motiválása érdekében leggyakrabban különféle juttatásokat alkalmaznak. Ezt a válaszadók 55,70%-a jelölte meg, így ez bizonyult a legelterjedtebb ösztönző eszköznek.

Szintén gyakori megoldás a rugalmas munkavégzés biztosítása: a vállalkozások 49,37%-a alkalmaz rugalmas munkaidőt, míg 45,57%-uk home office lehetőséget kínál munkavállalóinak. A magasabb fizetést a válaszadók 44,30%-a említette a munkaerő megtartását szolgáló eszközként.

A munkavállalói élmény javítását célzó intézkedések – például közösségépítő programok, munkahelyi kikapcsolódási lehetőségek vagy egyéb jólléti kezdeményezések – a válaszadók 41,77%-ánál jelentek meg. Hasonló arányban (40,51%) biztosítanak képzési és fejlődési lehetőségeket is munkatársaik számára. Az „egyéb” válaszok között emellett megjelent a csapatszellem erősítése, a családbarát és egészségügyi támogatások biztosítása, valamint a munkavállalók megbecsülésére, a hosszú távú perspektíva és a teljesítményalapú elismerés erősítésére irányuló törekvés is.

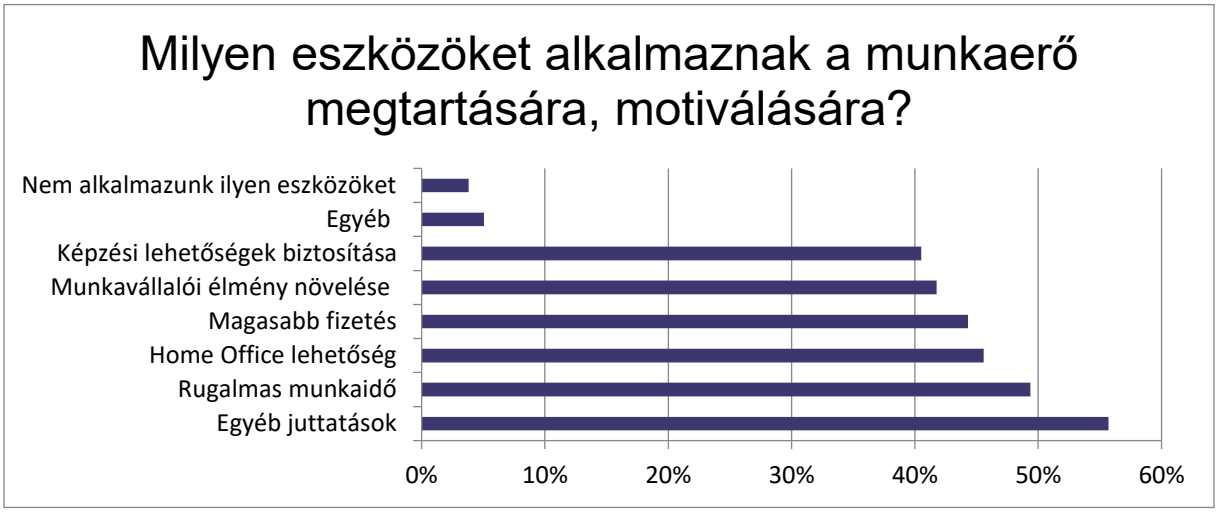
A válaszadók mindössze 3,80%-a jelezte, hogy nem alkalmaz külön eszközöket a munkaerő megtartására és motiválására, ami arra utal, hogy a vállalkozások túlnyomó többsége tudatosan foglalkozik ezzel a területtel.

Az eredmények alapján jól látható, hogy a rendezvényszektor szereplői már nem kizárólag a bérezésre építik munkáltatói stratégiájukat. A rugalmas munkavégzés, a home office lehetősége, a különféle juttatások, valamint a munkavállalói élmény fejlesztése egyaránt fontos szerepet kap a munkatársak megtartásában.

A korábbi kérdések eredményeivel együtt vizsgálva ez az eredmény összhangban van az alacsony fluktuációval és a mérsékelt munkaerőhiánnyal. A válaszok arra utalnak, hogy a vállalkozások jelentős része tudatos HR-eszközökkel igyekszik stabilizálni munkaerőállományát, ami hozzájárulhat a munkavállalók megtartásához.

Különösen figyelemre méltó, hogy a képzési lehetőségek biztosítása a válaszadók több mint 40%-ánál megjelent. Ez összecseng a versenyképességi fejlesztéseknél kapott eredményekkel, ahol számos vállalkozás említette a munkatársak képzését, különösen a mesterséges intelligencia alkalmazásához kapcsolódó területeken.

Összességében a válaszok azt mutatják, hogy a rendezvényszektor vállalkozásai egyre komplexebb eszköztárral törekednek munkavállalóik megtartására, ahol a pénzügyi ösztönzők mellett a rugalmasság, a fejlődési lehetőségek, a munkavállalói élmény, valamint a közösségépítés és a munkatársak megbecsülése is fontos szerepet kap. **A válaszadó vállalkozások több mint 96%-a alkalmaz valamilyen tudatos eszközt a munkavállalók megtartására és motiválására.**



27. ábra (n=79)

IV. A rendezvényszakmát meghatározó trendek, körülmények

1. A hazai rendezvényágazat működését és fejlődését leginkább befolyásoló trendek és kihívások

A válaszadó vállalkozások szerint a hazai rendezvényágazat működését és fejlődését jelenleg elsősorban gazdasági és költségvetési tényezők határozzák meg.

A legnagyobb arányban a megrendelői költségvetések szűkülését jelölték meg a válaszadók (72,73%), ami egyértelműen a szektor legfontosabb kihívásaként jelenik meg. Ezt szorosan követte a költségnövekedés – beleértve az energiaárakat, a beszállítói árakat és az inflációt –, amelyet a kitöltők 66,23%-a említett.

Szintén jelentős hatást gyakorol a rendezvényágazatra a nemzetközi gazdasági és geopolitikai bizonytalanság (57,14%), valamint a megrendelések késői beérkezése és az egyre rövidebb előkészítési idő (48,05%). A válaszadók több mint egyharmada szerint a résztvevők időhiánya és szűkebb időkeretei (37,66%), valamint a piaci verseny erősödése (35,06%) is meghatározó tényezők.

A vállalkozások közel egyharmada említette az új ügyfelek megszerzésének növekvő nehézségét (32,47%), illetve a szakképzett és tehetséges munkaerő hiányát (29,87%). A rendezvényeket terhelő adók és közterhek 28,57%-os említési aránnyal szintén a fontos kihívások közé kerültek.

A fenntarthatósági szempontok érvényesítése a válaszadók 24,68%-a szerint már érdemi hatással van a szektor működésére. Hasonló arányban jelentek meg a digitalizációhoz és az új rendezvénytechnológiai megoldásokhoz kapcsolódó változások (20,78%), valamint a mesterséges intelligencia alkalmazásai (18,18%).

Érdekes eredmény, hogy a hibrid rendezvények térnyerését mindössze a válaszadók 10,39%-a tekinti meghatározó trendnek. Ez összhangban áll a korábbi kérdés eredményeivel, amelyek szerint a válaszadó vállalkozások többségénél az online vagy hibrid események aránya továbbra is rendkívül alacsony.

A korábbi fejezetek eredményeivel összevetve jól látható, hogy a rendezvényszektor szereplői jelenleg elsősorban gazdasági és üzleti kihívásokkal szembesülnek. A költségnövekedés, a megrendelői költségvetések szűkülése és a gazdasági bizonytalanság egyaránt visszaköszön azokban a kérdésekben is, amelyek az árbevétel, az árképzés vagy a költségnövekedés érvényesítésének nehézségeit vizsgálták.

Különösen figyelemre méltó, hogy miközben a digitalizáció és a mesterséges intelligencia egyre több vállalkozás fejlesztési stratégiájában jelenik meg, a válaszadók mégis sokkal nagyobb jelentőséget tulajdonítanak a gazdasági környezetből fakadó kihívásoknak. Ez arra utal, hogy a technológiai fejlődés fontos trend ugyan, de jelenleg nem ez jelenti a rendezvényágazat legnagyobb problémáját.

Összességében a válaszok alapján a hazai rendezvénypiac fejlődését 2025-ben elsősorban a gazdasági környezet, a költségnyomás, a megrendelői költségvetések alakulása és a fokozódó piaci verseny határozta meg, miközben a technológiai és fenntarthatósági trendek egyre erősebben jelennek meg a szektor működésében.



28. ábra (n=77)

2. Az adatok és elemzések szerepe a rendezvények sikerességének értékelésében

A válaszadók egyértelműen fontosnak tartják az adatok és elemzések használatát a rendezvények sikerességének értékelésében. Az ötfokú skálán mért súlyozott átlag 4,05 volt, amely magas értéknek tekinthető, és azt jelzi, hogy a rendezvényszakma szereplői egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítanak az adatvezérelt döntéshozatalnak.

A válaszadók legnagyobb csoportja (40,26%) a legmagasabb, 5-ös értéket választotta, míg további 32,47% 4-es értékkel értékelte a kérdést. Ez azt jelenti, hogy **a kitöltők közel háromnegyede (72,73%) magas vagy nagyon magas fontosságot tulajdonít az adatok és elemzések alkalmazásának**.

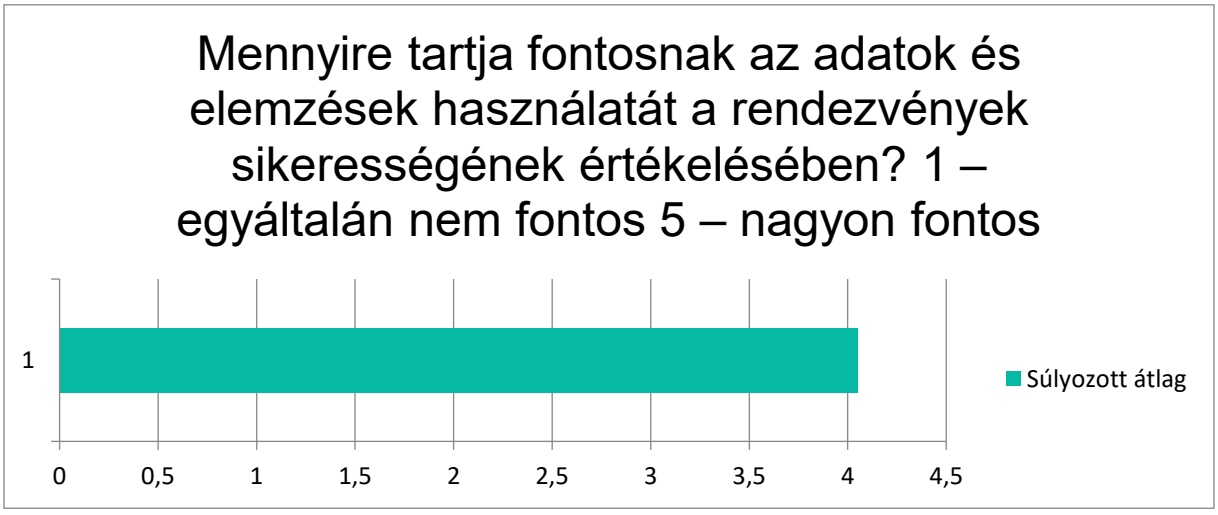
A semleges középértéket (3-as) a válaszadók 20,78%-a jelölte meg, míg az alacsony fontosságot jelző 1-es és 2-es értékeket összesen csupán 6,49% választotta.

Az eredmények alapján jól látható, hogy a rendezvényszektor szereplői egyre inkább felismerik az adatalapú működés jelentőségét. A rendezvények sikerességének megítélése ma már nem kizárólag a résztvevői létszámra vagy a szubjektív benyomásokra épül, hanem egyre nagyobb szerepet kapnak a mérhető eredmények, a visszajelzések és a teljesítménymutatók.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve ez az eredmény összhangban áll azzal, hogy a válaszadók több mint egyötöde a digitalizációt és az új rendezvénytechnológiai megoldásokat, valamint közel ötödük a mesterséges intelligencia alkalmazásait is a szektort befolyásoló fontos trendek közé sorolta. Az adatok és elemzések iránti nyitottság tehát jól illeszkedik a technológiai fejlődéshez és az adatvezérelt működés erősödéséhez.

Különösen figyelemre méltó, hogy miközben a korábbi kérdések alapján a vállalkozások elsődleges kihívásai továbbra is gazdasági jellegűek, a válaszadók többsége mégis fontosnak tartja a döntések és értékelések objektív adatokra építését. Ez arra utal, hogy a szakma szereplői egyre tudatosabban törekednek a rendezvények eredményességének mérésére és a tapasztalatok rendszerezett feldolgozására.

Összességében a válaszok azt mutatják, hogy az adatvezérelt szemlélet egyre erősebben jelen van a hazai rendezvényágazatban, és az adatok, elemzések, valamint teljesítménymutatók használata a rendezvények sikerességének értékelésében széles körben elfogadott gyakorlattá válik.



29. ábra (n=77)

3. A megrendelések beérkezésének időpontja

A válaszadó vállalkozások többségénél a megrendelések jellemzően viszonylag rövid idővel a rendezvény előtt érkeznek be. A leggyakoribb válasz az 1–3 hónappal korábbi megrendelés volt, amelyet a kitöltők 40,26%-a jelölt meg.

A válaszadók közel egynegyede (23,38%) szerint a megrendelések általában 3–6 hónappal a rendezvény előtt érkeznek, míg 16,88% jellemzően 6–12 hónapos előkészítési idővel dolgozik. Egy

hónapon belüli megrendelésről a válaszadók 14,29%-a számolt be, ami azt jelenti, hogy minden hetedik vállalkozásnál rendszeresen rendkívül rövid előkészítési idő áll rendelkezésre.

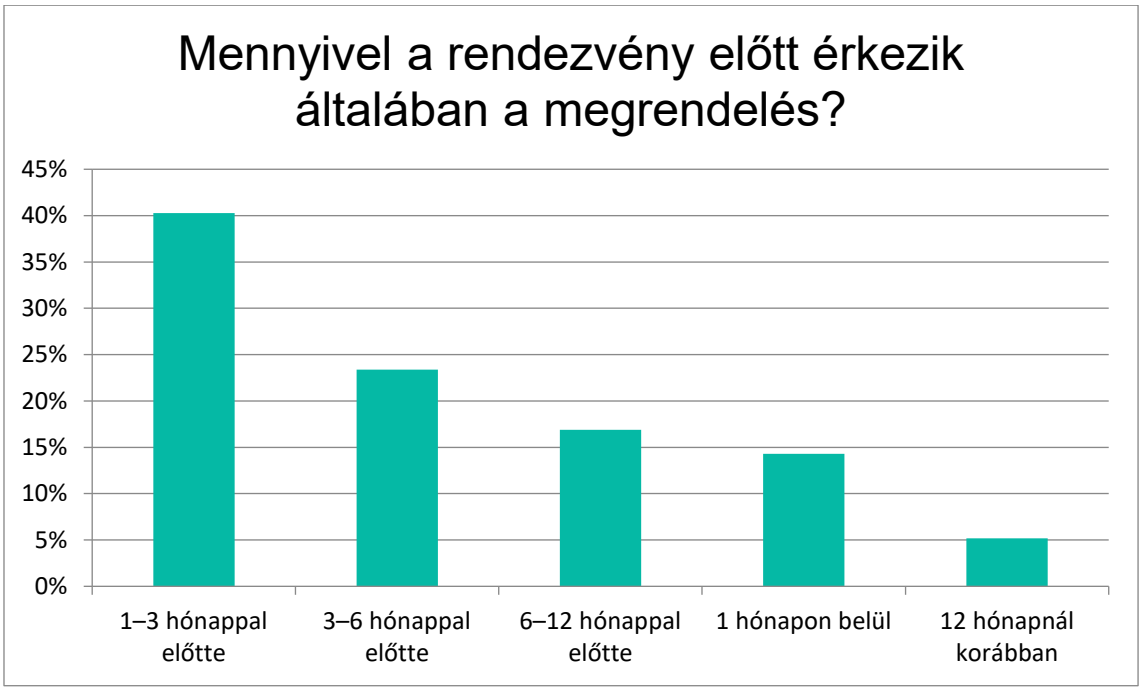
A hosszú távú tervezést lehetővé tevő, egy évnél korábban érkező megrendelések ugyanakkor viszonylag ritkák: ezt mindössze a válaszadók 5,19%-a jelölte meg.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy a válaszadó vállalkozások több mint fele (54,55%) esetében a megrendelés legfeljebb három hónappal a rendezvény előtt érkezik. A cégek közel négyötödénél (77,93%) pedig legfeljebb hat hónap áll rendelkezésre az előkészítésre. Ez azt jelzi, hogy a rendezvényszektor működését alapvetően rövid és középtávú tervezési ciklusok jellemzik.

A korábbi kérdés eredményeivel összevetve különösen figyelemre méltó, hogy a válaszadók közel fele (48,05%) a megrendelések késői beérkezését és a rövidülő előkészítési időt a rendezvényszakmát meghatározó egyik legfontosabb kihívásnak tekinti. A két eredmény együttesen azt mutatja, hogy a rövid tervezési horizont nem csupán érzékelt probléma, hanem a vállalkozások mindennapi működésében is jól mérhető jelenség.

Ez a működési környezet fokozott rugalmasságot követel meg a szolgáltatóktól. A rövidebb előkészítési idő hatással lehet az erőforrás-tervezésre, a beszállítók lekötésére, a munkaerő-szervezésre, valamint a költségek optimalizálásának lehetőségeire is.

Összességében a válaszok alapján a hazai rendezvényágazatot továbbra is rövid tervezési ciklusok jellemzik, miközben a vállalkozások jelentős része ezt már a szektor egyik meghatározó működési kihívásaként érzékeli.



30. ábra (n=77)

4. Az új technológiákra épülő digitális megoldások iránti megrendelői igény

A válaszadó vállalkozások többsége szerint megrendelőik egyelőre viszonylag szűk köre igényel rendszeresen új technológiákra épülő digitális megoldásokat vagy élményelemeket a rendezvények során.

A leggyakoribb válasz az volt, hogy a megrendelők 1–10%-a kér ilyen megoldásokat (31,17%). Ezt szorosan követte a 11–25%-os kategória (28,57%). **A válaszadók közel 60%-a szerint tehát**

megrendelőinek legfeljebb egynegyede igényel új technológiákra épülő digitális megoldásokat vagy élményelemeket a rendezvényeken.

A válaszadók további 15,58%-a szerint megrendelőinek 26–50%-a, míg 14,29%-a szerint 51–75%-a igényel digitális vagy technológiai élményelemeket. Azok aránya, akik szerint a megrendelők több mint háromnegyede kér ilyen megoldásokat, mindössze 5,20% volt (3,90% + 1,30%).

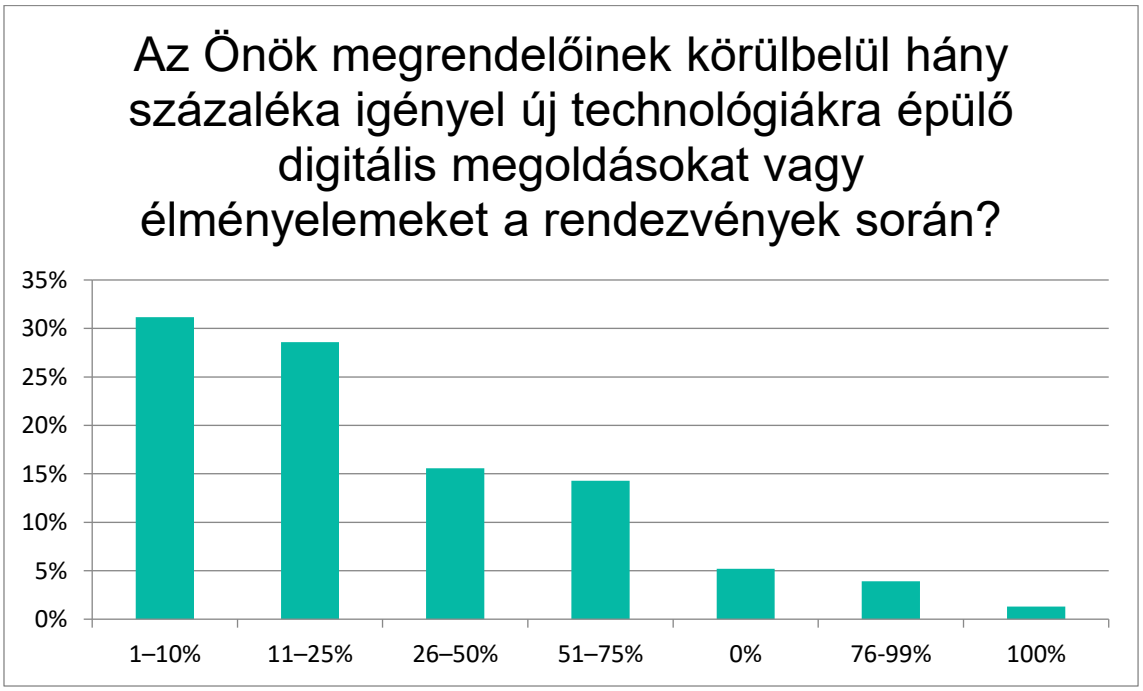
Érdemes ugyanakkor kiemelni, hogy a válaszadók csupán 5,19%-a jelezte azt, hogy megrendelői egyáltalán nem igényelnek digitális vagy technológiai megoldásokat. Ez arra utal, hogy az ilyen típusú elvárások ma már szinte minden piaci szereplőnél megjelennek, még ha eltérő intenzitással is.

Az eredmények alapján a digitális élményelemek és új technológiai megoldások iránti igény jelen van a hazai rendezvénypiacon, ugyanakkor még nem tekinthető általános vagy domináns elvárásnak. A legtöbb vállalkozásnál ezek az igények jelenleg a megrendelői kör kisebb részét érintik.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve érdekes kettősség figyelhető meg. Miközben a válaszadók közel egyötöde a mesterséges intelligenciát, illetve több mint egyötöde a digitalizációt és az új rendezvénytechnológiai megoldásokat a szektor fejlődését befolyásoló fontos trendként azonosította, a megrendelői oldalról érkező konkrét igények egyelőre mérsékeltebbnek tűnnek. Ez arra utalhat, hogy a technológiai fejlődést jelenleg részben maguk a szolgáltatók is ösztönzik, nem kizárólag a megrendelői elvárások.

Ugyanakkor a versenyképességi fejlesztéseket vizsgáló kérdésben számos vállalkozás említette az AI bevezetését, a technológiai fejlesztéseket vagy a digitalizációt. A két eredmény együtt azt mutatja, hogy a szektor szereplői a jövőben várhatóan egyre nagyobb jelentőséget tulajdonítanak ezeknek a megoldásoknak, még akkor is, ha a jelenlegi megrendelői kereslet még nem általános.

Összességében a válaszok alapján az új technológiákra épülő digitális megoldások iránti igény fokozatosan erősödő, de egyelőre nem meghatározó jelenség a hazai rendezvénypiacon.



31. ábra (n=77)

5. A mesterséges intelligencia alkalmazása a rendezvényszervezésben

A válaszadó vállalkozások többsége már valamilyen formában használja vagy vizsgálja a mesterséges intelligencia alkalmazásának lehetőségeit a rendezvényszervezés során. A válaszok alapján az AI használata mára egyértelműen megjelent a hazai rendezvényágazatban.

A leggyakoribb válasz az „alkalmanként" kategória volt, amelyet a kitöltők 38,96%-a jelölt meg. Emellett a válaszadók 23,38%-a rendszeresen használ mesterséges intelligencia alapú eszközöket, míg 22,08% jelenleg teszteli vagy próbálja bevezetni ezeket a megoldásokat.

A mesterséges intelligenciát egyáltalán nem használó vállalkozások aránya mindössze 15,58% volt. Ez azt jelenti, hogy **a válaszadók 84,42%-a már használja, teszteli vagy legalább alkalmanként alkalmazza az AI valamely formáját.**

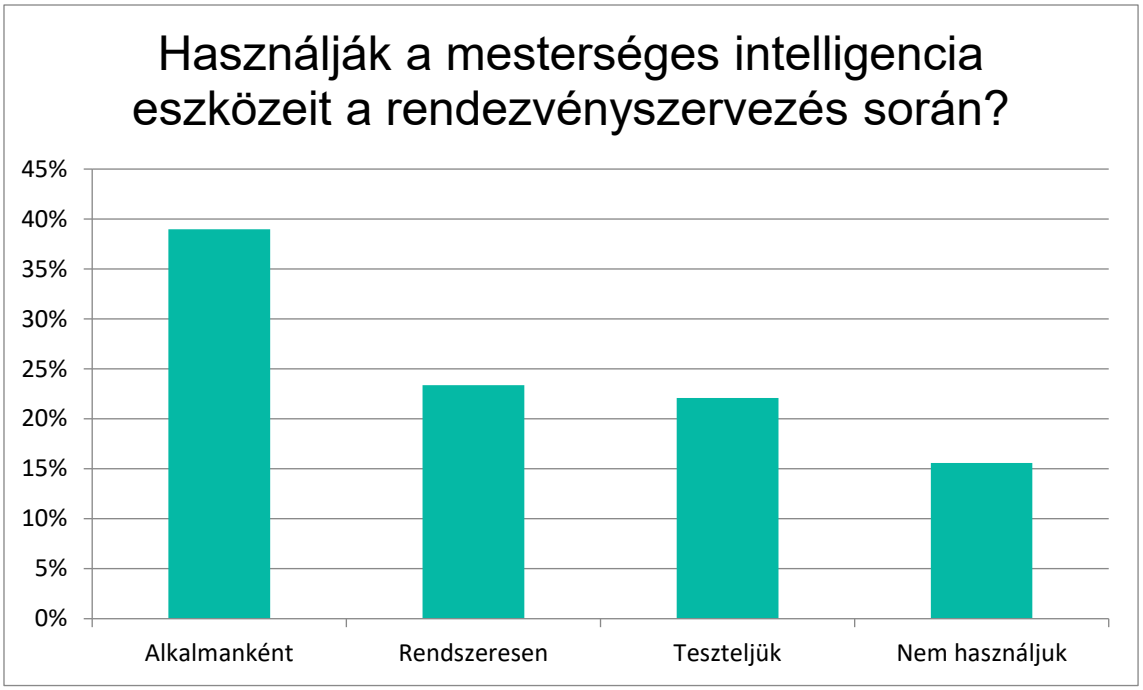
Az eredmények alapján a mesterséges intelligencia már nem tekinthető kísérleti vagy marginális technológiának a rendezvényszektorban. Bár a rendszeres használat még nem általános, az AI-eszközök beépülése a napi működésbe egyértelműen megkezdődött.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve különösen érdekes, hogy a vállalkozások 24,05%-a már a munkaerőhiány kezelésének egyik eszközeként is említette az AI alkalmazását. Emellett a versenyképességet javító fejlesztésekről szóló nyitott kérdésben is számos válaszadó számolt be AI-bevezetésről, AI-képzésekről vagy AI-alapú rendszerek használatáról.

Az eredmények azt mutatják, hogy a mesterséges intelligencia alkalmazása jelenleg elsősorban a szolgáltatói oldal kezdeményezése. Ez összhangban áll az előző kérdés eredményeivel, amelyek szerint a megrendelők többsége még nem igényel széles körben digitális élményelemeket vagy új technológiai megoldásokat. A vállalkozások ugyanakkor láthatóan felkészülnek arra, hogy a jövőben ezek az igények erősödni fognak.

Különösen figyelemre méltó, hogy a rendszeresen AI-t használó (23,38%) és az AI-t jelenleg tesztelő vállalkozások (22,08%) együttes aránya eléri a 45,46%-ot. Ez azt jelzi, hogy a technológia már nem csupán érdeklődés tárgya, hanem a vállalkozások jelentős részénél aktív fejlesztési és működési terület.

Összességében a válaszok alapján a mesterséges intelligencia alkalmazása a hazai rendezvényszektor egyik leggyorsabban terjedő innovációs irányának tekinthető, amelynek szerepe várhatóan tovább erősödik a következő években.



32. ábra (n=77)

6. Az AI-eszközök tervezett alkalmazási területei

A válaszadó vállalkozások elsősorban az adminisztratív feladatok támogatására szeretnék bevonni a mesterséges intelligencia eszközeit. Ezt a lehetőséget a kitöltők 70,13%-a jelölte meg, ami messze a legmagasabb arány az összes válaszlehetőség közül.

Szintén jelentős érdeklődés mutatkozik a marketing és kommunikáció területén történő alkalmazás iránt, amelyet a válaszadók 62,34%-a választott. A rendezvénytartalom fejlesztése és a kreatív megoldások támogatása ugyancsak kiemelt területnek számít, ezt a kitöltők 58,44%-a jelölte meg.

A klasszikus rendezvényszervezési feladatok esetében ugyanakkor jóval visszafogottabb az AI iránti nyitottság: ezt a válaszadók 25,97%-a említette. Az egyéb válaszok aránya mindössze 3,90% volt.

Az eredmények alapján jól látható, hogy a vállalkozások jelenleg elsősorban azokat a területeket tekintik alkalmasnak az AI alkalmazására, amelyek jelentős adminisztratív terheléssel járnak, vagy nagy mennyiségű szöveg, tartalom és kommunikáció előállítását igénylik. Az AI szerepét tehát egyelőre inkább támogató és hatékonyságnövelő eszközként látják, mintsem a rendezvényszervezési folyamatok teljes automatizálásának eszközeként.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve ez a kép jól illeszkedik a válaszadók által említett AI-fejlesztésekhez és képzésekhez. A vállalkozások jelentős része már használja vagy teszteli a mesterséges intelligencia eszközeit, és ezek alkalmazását elsősorban a napi működés hatékonyságának javítására kívánja kiterjeszteni.

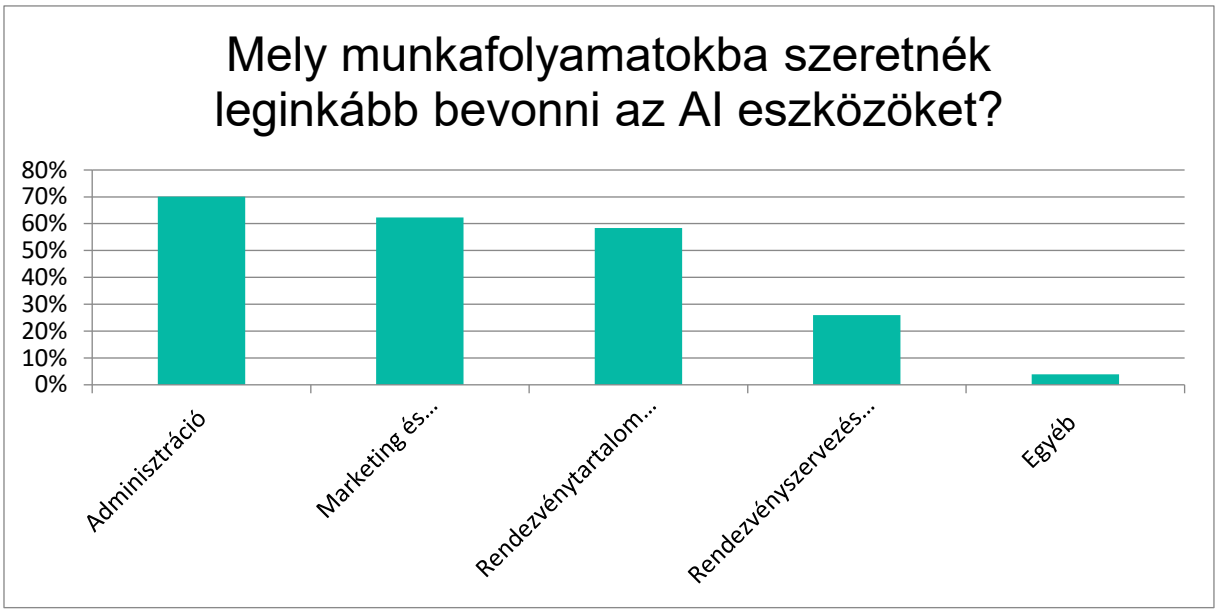
Különösen figyelemre méltó, hogy az adminisztráció, a marketing-kommunikáció és a kreatív tartalomfejlesztés egyaránt 58% feletti említési arányt kapott. Ez arra utal, hogy a rendezvényipari vállalkozások az AI-t nem csupán egyetlen szűk szakterületen kívánják alkalmazni, hanem a működés több kulcsfontosságú területén is jelentős potenciált látnak benne.

A megrendelői technológiai igényekre vonatkozó korábbi kérdéssel összevetve érdekes következtetés vonható le. Miközben a válaszadók közel 60%-a szerint megrendelőinek legfeljebb egynegyede igényel digitális élményelemeket vagy új technológiákat, a vállalkozások saját

működésük fejlesztésében már kifejezetten nagy lehetőséget látnak az AI alkalmazásában. Ez tovább erősíti azt a képet, hogy a technológiai innováció jelenleg elsősorban a szolgáltatói oldalról érkezik.

Összességében a válaszok alapján a mesterséges intelligencia a következő években várhatóan elsősorban a hatékonyságnövelés, az adminisztratív terhek csökkentése, valamint a marketing- és tartalomkészítési folyamatok támogatása révén alakíthatja át a rendezvényszektor működését.

A válaszadó vállalkozások az AI alkalmazásában elsősorban az adminisztráció (70,13%), a marketing és kommunikáció (62,34%), valamint a rendezvénytartalom és kreatív megoldások fejlesztése (58,44%) területén látnak lehetőséget.



33. ábra (n=77)

V. Fenntarthatóság

1. A megrendelői fenntarthatósági elvárások változása

A válaszadó vállalkozások többsége szerint az elmúlt két évben nem változtak érdemben a megrendelők fenntarthatósággal kapcsolatos elvárásai. Ezt a kitöltők 54,05%-a jelezte.

Ugyanakkor **a válaszokból egyértelműen kirajzolódik a fenntarthatósági szempontok fokozatos erősödése. A válaszadók 33,78%-a szerint a megrendelői elvárások inkább erősödtek, míg további 9,46% jelentős erősödésről számolt be.** A két kategória együttesen a válaszadók 43,24%-át teszi ki.

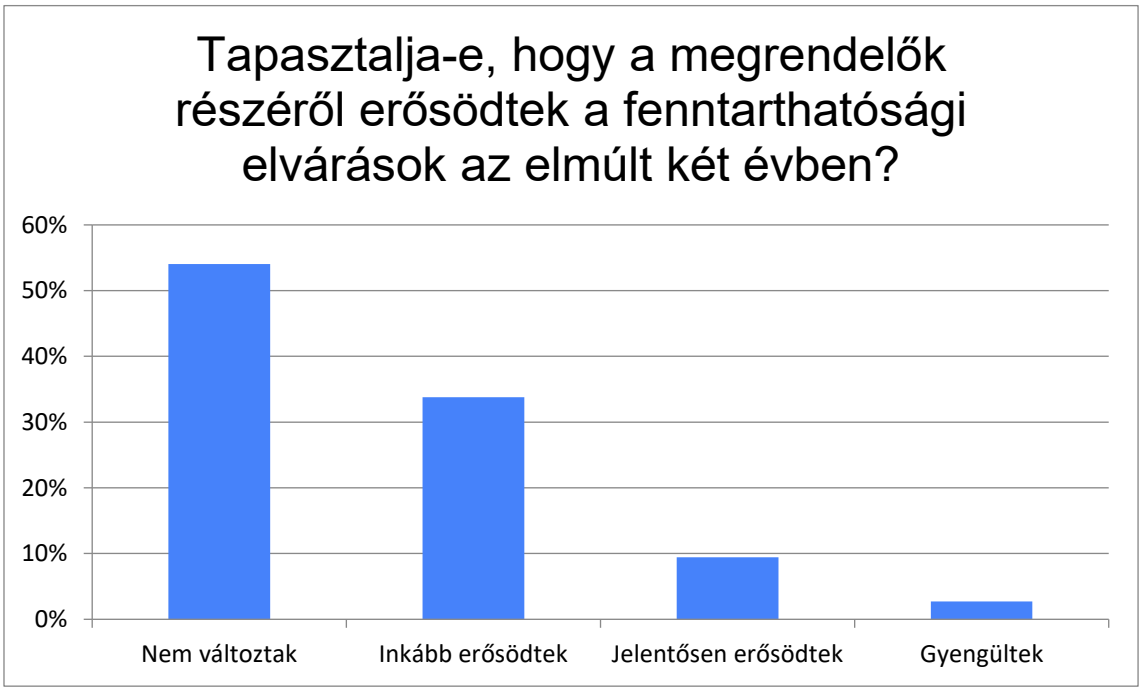
A fenntarthatósági elvárások gyengülését mindössze a válaszadók 2,70%-a érzékelte, ami elenyésző aránynak tekinthető.

Az eredmények alapján megállapítható, hogy bár a válaszadók többsége nem tapasztalt jelentős változást, a fenntarthatósági szempontok erősödését érzékelők aránya lényegesen meghaladja azokét, akik gyengülést tapasztaltak. Ez arra utal, hogy a fenntarthatóság szerepe a megrendelői elvárások között fokozatosan növekszik.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve érdekes összefüggés figyelhető meg. A rendezvényágazatot meghatározó trendek és kihívások között a válaszadók 24,68%-a már a fenntarthatósági szempontok érvényesítését is fontos tényezőként említette. A jelen kérdés eredményei ezt a tendenciát erősítik meg, hiszen a vállalkozások közel fele érzékeli a megrendelői oldalról érkező fenntarthatósági elvárások erősödését.

Ugyanakkor az is látható, hogy a fenntarthatóság jelenleg még nem tartozik a legerősebb megrendelői elvárások közé. A gazdasági és költségvetési szempontok továbbra is meghatározóbb szerepet töltenek be a rendezvények tervezése és megvalósítása során. A fenntarthatóság inkább egy fokozatosan erősödő, hosszabb távú trendként jelenik meg.

Összességében a válaszok azt mutatják, hogy a fenntarthatósági szempontok jelentősége a megrendelői oldalon lassan, de egyértelműen növekszik, miközben a piac szereplőinek többsége egyelőre nem érzékel radikális változást ezen a területen.



34. ábra (n=74)

2. A fenntarthatósági tanúsítványok és igazolások iránti megrendelői elvárások

A válaszok alapján a fenntarthatósági tanúsítványok és egyéb fenntarthatósági igazolások elvárása egyelőre viszonylag korlátozott mértékben jelenik meg a hazai rendezvénypiacon.

A válaszadók több mint fele (54,05%) arról számolt be, hogy megrendelői közül egyetlen ügyfél sem vár el fenntarthatósági tanúsítványt vagy igazolást. Emellett további 41,89% szerint megrendelőinek legfeljebb egynegyede támaszt ilyen követelményt.

Ez azt jelenti, hogy a válaszadó vállalkozások 95,94%-ánál a megrendelők legfeljebb 25%-a vár el valamilyen fenntarthatósági tanúsítványt vagy igazolást. Azok aránya, akiknél a megrendelők többsége rendszeresen kér ilyen igazolást, gyakorlatilag elenyésző.

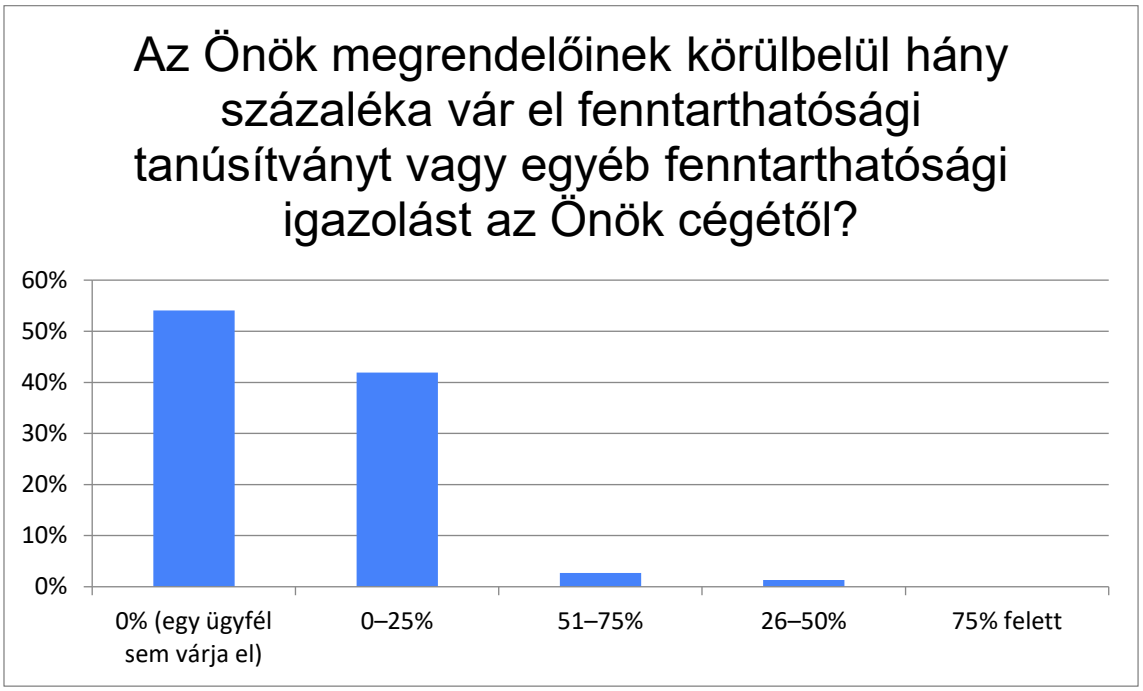
Mindössze 2,70% jelezte, hogy ügyfeleinek 51–75%-a vár el fenntarthatósági igazolást, míg a 26–50%-os kategóriát csupán 1,35% jelölte meg. A 75% feletti kategóriát egyetlen válaszadó sem választotta.

Az eredmények alapján jól látható, hogy a fenntarthatósági elvárások erősödése és a tanúsítványok konkrét elvárása között jelenleg jelentős különbség van. Míg az előző kérdésben a válaszadók 43,24%-a érzékelte a fenntarthatósági elvárások erősödését, addig a tanúsítványok és igazolások rendszeres bekérése még csak szűk megrendelői körben jelent meg.

Ez arra utal, hogy a fenntarthatóság egyre gyakrabban jelenik meg elvárásként vagy szempontként a rendezvények tervezése során, azonban a formális igazolások, tanúsítványok és auditált rendszerek alkalmazása még nem vált általános piaci gyakorlattá.

A két kérdés együttesen azt mutatja, hogy a megrendelői oldal jelenleg inkább a fenntartható működés iránt érdeklődik, mintsem annak hivatalos tanúsítását követelné meg. **A piac tehát egy átmeneti szakaszban lehet, ahol az elvárások már erősödnek, de ezek még nem épültek be széles körben a beszerzési és kiválasztási folyamatok formális követelményei közé.**

Összességében a válaszok alapján a fenntarthatósági tanúsítványok és igazolások iránti kereslet növekedése egyelőre lassabban halad, mint a fenntarthatósági szempontok általános térnyerése a rendezvénypiacon.



35. ábra (n=74)

3. A MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutatójának ismertsége

A válaszok alapján a MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutatója már a megjelenését követő néhány hónapban is érzékelhető szakmai elérést ért el a hazai rendezvényágazatban.

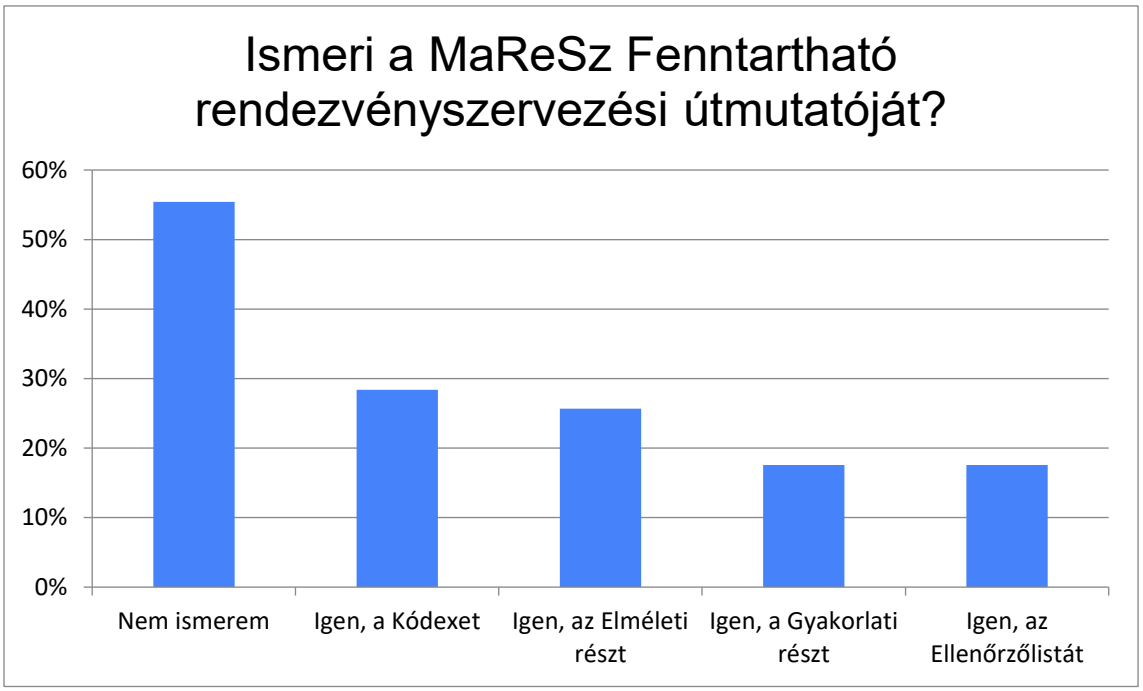
A válaszadók közel fele, 44,59%-a legalább valamelyik elemét ismeri a 2025 októberében megjelent útmutatónak. Ez arra utal, hogy a fenntartható rendezvényszervezés iránt érdemi érdeklődés mutatkozik a rendezvényágazat szereplői körében.

Az útmutató egyes elemei közül a legnagyobb ismertséggel a Fenntartható rendezvényszervezési Kódex rendelkezik, amelyet a válaszadók 28,38%-a ismert. Az Elméleti részt a kitöltők 25,68%-a, míg a Gyakorlati részt és az Ellenőrzőlistát egyaránt 17,57%-a jelölte meg.

Mivel a kérdésnél több válasz is megjelölhető volt, az egyes elemek ismertsége részben átfedést mutathat, vagyis feltételezhető, hogy vannak olyan válaszadók, akik az útmutató több részét is ismerik. Az adatok ugyanakkor azt mutatják, hogy a válaszadók jelentős része még nem találkozott a kiadvánnyal, így annak további népszerűsítése és szakmai beágyazottságának erősítése indokolt lehet.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve érdekes összefüggés figyelhető meg. Miközben a válaszadók 43,24%-a érzékeli a megrendelői fenntarthatósági elvárások erősödését, és a fenntarthatóság egyre fontosabb szempontként jelenik meg a rendezvénypiacon, a MaReSz ehhez kapcsolódó szakmai útmutatója már rövid idő alatt is számottevő ismertséget ért el. Ez arra utal, hogy **a szövetség által kidolgozott szakmai segédanyag szerepet játszhat a piac fenntarthatósági felkészülésének támogatásában.**

Összességében a válaszok alapján a fenntartható rendezvényszervezés témája egyre nagyobb figyelmet kap a szakmában. Bár a válaszadók 55,41%-a még nem ismeri az útmutatót, figyelemre méltó, hogy a 2025 októberében megjelent kiadvány valamely elemével már a válaszadók közel fele találkozott. Ugyanakkor az eredmények arra is rámutatnak, hogy a további kommunikációs és szemléletformáló tevékenységek jelentősen növelhetik a kiadvány elérését és gyakorlati hasznosulását.



36. ábra (n=74)

4. Csatlakozás a MaReSz Fenntarthatósági Kódexéhez

A válaszok alapján a MaReSz Fenntarthatósági Kódexe kedvező fogadtatásra talált a rendezvényszakma szereplői körében. Különösen figyelemre méltó, hogy ehhez a viszonylag új kezdeményezéshez a válaszadók több mint fele (51,35%) már csatlakozott vagy tervezi a csatlakozást, ami biztató fogadtatást és jelentős további növekedési potenciált jelez.

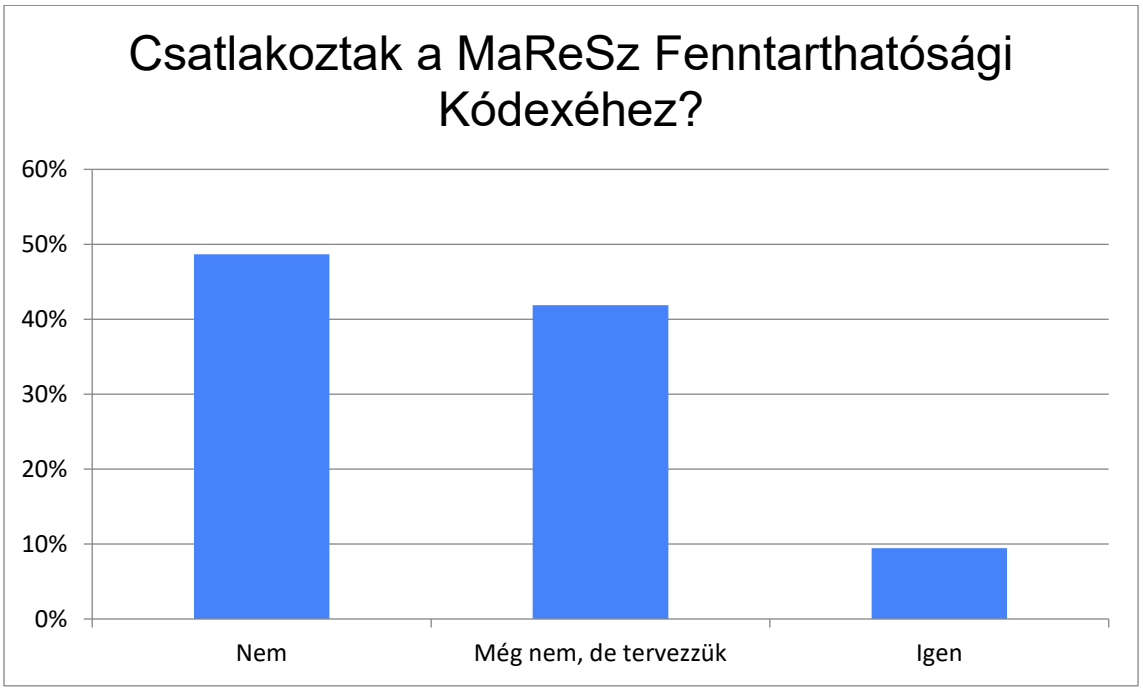
A kitöltők 9,46%-a jelezte, hogy már csatlakozott a Kódexhez, míg további 41,89% a jövőben tervezi ezt megtenni. A válaszadók 48,65%-a ugyanakkor egyelőre nem csatlakozott a kezdeményezéshez.

Az eredmények értékelésekor érdemes figyelembe venni, hogy a Kódex és a hozzá kapcsolódó fenntarthatósági program viszonylag új kezdeményezés a hazai rendezvényágazatban. Ennek fényében különösen jelentős, hogy a válaszadók több mint fele már valamilyen módon kapcsolódik vagy kapcsolódni kíván a programhoz.

A Kódex célja egy fenntarthatósági szemléletű MICE közösség építése, amelynek tagjai közös alapelvek mentén vállalnak elköteleződést a fenntarthatóbb rendezvényszervezési gyakorlatok mellett. A válaszok alapján úgy tűnik, hogy ez a törekvés kedvező visszhangra talált a szakmában.

A korábbi kérdésekkel összevetve érdekes összefüggés figyelhető meg. Míg a válaszadók 43,24%-a érzékeli a megrendelői fenntarthatósági elvárások erősödését, addig a Kódexhez már csatlakozott vagy csatlakozni kívánó vállalkozások aránya meghaladja az 50%-ot. Ez arra utal, hogy a szakma egy része nem csupán reagál a piaci elvárások változására, hanem proaktívan is igyekszik felkészülni a fenntarthatóság növekvő jelentőségére.

Összességében a válaszok alapján a MaReSz Fenntarthatósági Kódexe egyelőre még nem vált általános iparági gyakorlattá, ugyanakkor a csatlakozási szándékok magas aránya azt mutatja, hogy a kezdeményezés előtt jelentős fejlődési lehetőségek állnak. Az eredmények egy olyan szakma képét rajzolják ki, amely egyre nyitottabb a fenntarthatósági együttműködések és közös szakmai vállalások iránt.



37. ábra (n=74)

5. A MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutató gyakorlati alkalmazása

A válaszok alapján a MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutatójának gyakorlati alkalmazása egyelőre még korlátozott mértékben jelenik meg a válaszadó vállalkozások működésében, ugyanakkor az eredmények mögött jelentős érdeklődés és nyitottság is felfedezhető.

A válaszadók 71,62%-a jelezte, hogy jelenleg nincs ideje vagy erőforrása új gyakorlatok bevezetésére. Ez volt messze a leggyakoribb válasz, ami arra utal, hogy a fenntarthatósági intézkedések bevezetésének egyik legfontosabb akadálya nem feltétlenül az elutasítás vagy az érdektelenség, hanem a kapacitások hiánya.

A kitöltők 16,22%-a úgy nyilatkozott, hogy az útmutató ajánlásaiban szereplő gyakorlatokat korábban is ismerte és alkalmazta. További 12,16% pedig arról számolt be, hogy az útmutató számos új szempontot, ötletet és jó gyakorlatot mutatott be számára, amelyeket igyekszik saját működésébe integrálni. Az Ellenőrzőlistát a válaszadók 2,70%-a jelezte kifejezetten alkalmazott eszközként.

A korábbi kérdésekkel összevetve érdekes kép rajzolódik ki. Míg a válaszadók közel fele már ismeri az útmutató valamely elemét, és több mint fele csatlakozott vagy csatlakozni kíván a Fenntarthatósági Kódexhez, addig a gyakorlati alkalmazás terén még lassabb előrehaladás figyelhető meg. Ez arra utal, hogy a szemléleti nyitottság és az elköteleződés gyorsabban alakul ki, mint a konkrét működési változások bevezetése.

Az eredmények ugyanakkor azt is mutatják, hogy azok körében, akik már foglalkoztak az útmutatóval, nem elsősorban a teljesen új megoldások átvétele jelent értéket, hanem a meglévő gyakorlatok rendszerezése, megerősítése és kiegészítése. Ez természetes jelenség egy olyan

szakmában, ahol számos fenntarthatósági intézkedést a vállalkozások egy része már korábban is alkalmazott.

Összességében a válaszok alapján a fenntartható rendezvényszervezés iránti szakmai nyitottság erősebbnek tűnik, mint a jelenlegi megvalósítási kapacitás. A legnagyobb kihívást nem a fenntarthatósági szemlélet elfogadása, hanem az új gyakorlatok bevezetéséhez szükséges idő, erőforrás és szervezeti kapacitás biztosítása jelenti.



38. ábra (n=74)

6. Az ESG-szemlélet és a vonatkozó szabályozói környezet megismerésének jelentősége

A válaszok alapján a rendezvényszakma szereplői egyértelműen hasznosnak tartják, hogy a MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutató Elméleti része összefoglalja az ESG szemlélet alapjait, a vonatkozó szabályozói környezetet, valamint a rendezvényágazat szempontjából releváns fenntarthatósági szabványokat és tanúsítványokat.

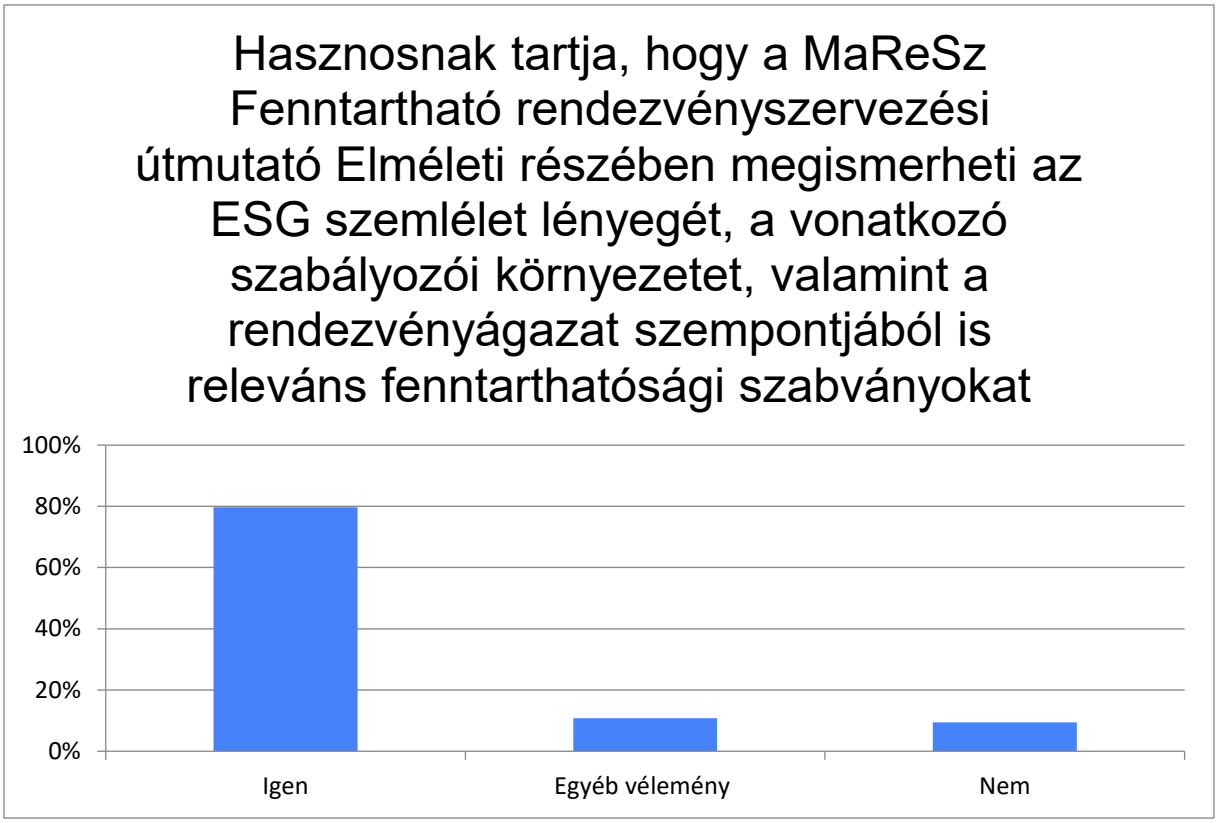
A kérdésre válaszoló 74 vállalkozás közül 79,73% egyértelműen hasznosnak ítélte ezt a tartalmat. Mindössze 9,46% válaszolt nemmel, míg 10,81% egyéb véleményt fogalmazott meg. Az egyéb válaszok többsége ugyanakkor arra utalt, hogy az érintett vállalkozások még nem ismerték kellő részletességgel az útmutatót, ezért nem tudtak egyértelmű véleményt alkotni annak hasznosságáról.

Az eredmények arra utalnak, hogy a rendezvényágazat szereplői igénylik a fenntarthatósággal kapcsolatos strukturált, ágazatspecifikus szakmai információkat. Ez különösen fontos annak fényében, hogy a fenntarthatósági szabályozások, az ESG elvárások és a különböző tanúsítási rendszerek egyre összetettebb környezetet jelentenek a vállalkozások számára. Az egyéb válaszok ugyanakkor arra is rámutatnak, hogy az útmutató további megismertetése és népszerűsítése még jelentős lehetőségeket rejt magában.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve érdekes összefüggés figyelhető meg. **Miközben a válaszadók több mint fele még nem találkozott fenntarthatósági tanúsítványokra vonatkozó megrendelői elvárásokkal, az ESG-vel és a kapcsolódó szabványokkal kapcsolatos ismereteket mégis közel 80%-uk hasznosnak tartja. Ez arra utal, hogy a szakma nem csupán**

a jelenlegi piaci követelményekre reagál, hanem a jövőbeni elvárásokra is igyekszik felkészülni.

Összességében a válaszok azt mutatják, hogy a fenntarthatósági átállás támogatásához nemcsak gyakorlati eszközökre és ellenőrzőlistákra van szükség, hanem olyan szakmai háttéranyagokra is, amelyek segítik a vállalkozásokat a szabályozási környezet, az ESG szemlélet és a nemzetközi jó gyakorlatok megértésében.



39. ábra (n=74)

7. A GSTC MICE Szabvány ismertsége

A válaszok alapján a GSTC MICE Szabvány ismertsége még nem tekinthető általánosnak a hazai rendezvényágazatban, ugyanakkor jelentős érdeklődés mutatkozik iránta.

A válaszadók 27,03%-a jelezte, hogy már hallott a Fenntartható Turizmus Világtanács (GSTC) által a MICE szektor számára kidolgozott GSTC MICE kritériumrendszerről. A kitöltők 37,84%-a még nem ismeri a rendszert, míg 35,14% ugyan még nem találkozott vele, de kifejezetten szeretné megismerni.

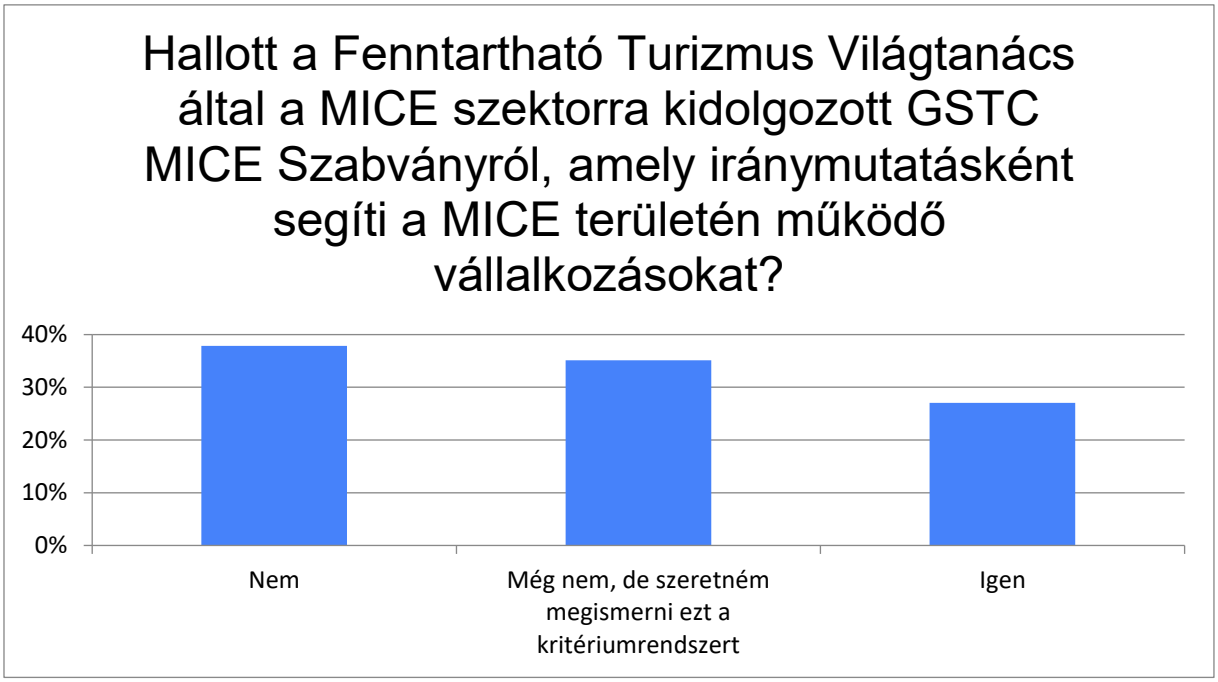
Különösen figyelemre méltó, hogy a GSTC MICE Szabványt már ismerők és az érdeklődők együttes aránya eléri a 62,17%-ot. Ez arra utal, hogy a fenntartható rendezvényszervezés nemzetközi szakmai keretrendszerei iránt jelentős nyitottság mutatkozik a hazai piacon.

A rendezvényhelyszínekre, rendezvényszervezőkre, valamint rendezvényekre és kiállításokra kidolgozott GSTC MICE Szabvány hivatalos magyar nyelvű változatát a MaReSz készítette el a GSTC partnereként. A kezdeményezés célja, hogy támogassa a hazai rendezvényágazat szereplőit a fenntarthatóbb működés kialakításában, valamint a releváns nemzetközi fenntarthatósági tanúsítványok megszerzésére való felkészülésben. A GSTC MICE kritériumrendszer magyar nyelvű változata a MaReSz Fenntartható rendezvényszervezési útmutatójának szerves részét képezi.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve érdekes összefüggés figyelhető meg. Miközben a válaszadók közel 80%-a hasznosnak tartja az ESG-szemlélet, a fenntarthatósági szabályozások és a kapcsolódó szabványok megismerését, addig a GSTC MICE kritériumrendszer tényleges ismertsége még csak a vállalkozások valamivel több mint negyedére terjed ki. **Ez arra utal, hogy a szakmai érdeklődés már jelen van, de a nemzetközi fenntarthatósági keretrendszerek gyakorlati megismertetésében és terjesztésében még jelentős fejlődési lehetőség rejlik.**

Az eredmények azt is mutatják, hogy a rendezvényágazat szereplői nyitottak a nemzetközi jó gyakorlatok és standardok megismerésére. Ez különösen fontos lehet a következő években, amikor a fenntarthatósági szempontok várhatóan egyre hangsúlyosabb szerepet kapnak a megrendelői elvárásokban, a beszállítói láncokban és a rendezvények értékelésében.

Összességében a kutatás alapján a GSTC MICE Szabvány jelenleg még inkább egy fejlődési lehetőséget jelentő szakmai eszköz, mintsem széles körben ismert iparági standard. Ugyanakkor az érdeklődők magas aránya arra utal, hogy megfelelő tájékoztatás, képzés és tudásmegosztás mellett a jövőben fontos szerepet tölthet be a hazai rendezvényágazat fenntarthatósági felkészülésében.



40. ábra (n=74)

8. Fenntarthatósági tanúsítványok és minősítések jelenléte a rendezvényágazatban

A válaszok alapján a fenntarthatósági tanúsítványok és minősítések alkalmazása egyelőre még korlátozott mértékben van jelen a hazai rendezvényágazatban.

A kérdésre válaszoló vállalkozások 82,43%-a jelezte, hogy jelenleg nem rendelkezik a rendezvényágazat szempontjából releváns fenntarthatósági tanúsítvánnyal vagy minősítéssel. Mindössze 17,57% jelölt meg valamilyen fenntarthatósági minősítést vagy tanúsítványt.

A válaszadók által megjelölt tanúsítványok közül az ISO 20121 Fenntartható rendezvényszervezési menedzsmentrendszer szabvány jelent meg a legnagyobb arányban (6,76%). Emellett egy-egy vállalkozás Green Key, illetve EarthCheck minősítést is megjelölt. Az „egyéb fenntarthatósági minősítés” kategóriát a válaszadók 9,46%-a választotta. Az egyéb válaszok között szerepeltek a Magyar Szállodák és Éttermek Szövetségének Zöld Szálloda minősítései, a Green Globe tanúsítás,

a LEED Gold minősítés, valamint egyéb tanúsítási rendszerek. Ez arra utal, hogy a fenntarthatósági tanúsítottság jelenleg elsősorban a szállodaiparhoz, az épületüzemeltetéshez vagy általános fenntarthatósági rendszerekhez kapcsolódik, és kevésbé a rendezvényspecifikus tanúsításokhoz.

A kérdés eredményeinek értelmezésekor figyelembe kell venni, hogy a kutatás feldolgozása anonim módon zajlott, ezért a megjelölt tanúsítványok meglétét nem tudtuk utólag validálni. Ez különösen az ISO 20121 Fenntartható rendezvényszervezési menedzsmentrendszer szabvány esetében fontos szempont, mivel a HUNGEXPO az egyetlen olyan szervezet, amelynek ISO 20121 tanúsítása a kutatás készítőinek tudomása szerint nyilvánosan is ismert. Az adatok így a válaszadók önbesorolását tükrözik, és nem tekinthetők a hazai rendezvényágazat tanúsítottságára vonatkozó hivatalos nyilvántartásnak.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve érdekes kettősség figyelhető meg. Miközben a válaszadók 43,24%-a érzékeli a megrendelői fenntarthatósági elvárások erősödését, közel 80%-uk fontosnak tartja az ESG-szemlélet és a kapcsolódó szabványok megismerését, illetve több mint 62%-uk érdeklődik a GSTC MICE Szabvány iránt, addig a tényleges tanúsítottság még csak a vállalkozások viszonylag szűk körére jellemző.

Ez arra utal, hogy a hazai rendezvényágazat jelenleg elsősorban a felkészülés és a tudásépítés szakaszában jár. A már meglévő minősítések ugyanakkor azt mutatják, hogy a piac egyes szereplői már rendelkeznek tapasztalattal a fenntarthatósági tanúsítási rendszerek alkalmazásában, ami kedvező alapot teremthet a rendezvényspecifikus tanúsítások jövőbeni elterjedéséhez. A fenntarthatóság jelentősége egyre szélesebb körben elfogadott, ugyanakkor a hivatalos tanúsítások megszerzéséhez szükséges szervezeti, pénzügyi és adminisztratív ráfordítások még sok vállalkozás számára kihívást jelenthetnek.

Összességében az eredmények alapján a fenntarthatósági tanúsítványok még nem váltak általános iparági gyakorlattá, ugyanakkor a korábbi kérdésekben megmutatkozó magas érdeklődés és tudásigény arra utal, hogy a következő években ezen a területen jelentős fejlődés várható.



41. ábra (n=74)

9. Fenntarthatósági tanúsítvány megszerzésének tervezése

A válaszok alapján a fenntarthatósági tanúsítványok jelenlegi alacsony elterjedtsége ellenére a rendezvényágazat szereplőinek jelentős része nyitott a tanúsítások megszerzése iránt.

A kérdésre válaszoló vállalkozások 54,05%-a jelezte, hogy a következő két évben tervezi valamely, a rendezvényágazat szempontjából releváns fenntarthatósági tanúsítvány vagy minősítés megszerzését. A válaszadók 45,95%-a ugyanakkor nem tervez ilyen lépést a vizsgált időszakban.

Az eredmény különösen figyelemre méltó annak fényében, hogy a korábbi kérdés alapján a válaszadók több mint négyötöde jelenleg még nem rendelkezik ilyen tanúsítvánnyal. A két eredmény együttesen arra utal, hogy a fenntarthatósági tanúsítások elterjedése a következő években várhatóan gyorsulhat a hazai rendezvényágazatban.

A korábbi kérdések eredményei szintén ezt a tendenciát erősítik. A válaszadók jelentős része érzékeli a megrendelői fenntarthatósági elvárások erősödését, fontosnak tartja az ESG-szemlélet és a fenntarthatósági szabványok megismerését, valamint nyitott a GSTC MICE Szabvány és más szakmai útmutatók alkalmazására. A tanúsítványok megszerzésének szándéka így egy szélesebb körű fenntarthatósági felkészülési folyamat részeként értelmezhető.

Összességében az eredmények arra utalnak, hogy a rendezvényágazat szereplőinek jelentős része még nem jutott el a tanúsításig, ugyanakkor sok vállalkozás már felismerte annak jövőbeli jelentőségét, és tervezi a szükséges lépések megtételét.



42. ábra (n=74)

10. A GSTC MICE Tanúsítás iránti érdeklődés

A válaszok alapján a GSTC által a MICE szektor számára kidolgozott, hamarosan elérhetővé váló GSTC MICE Tanúsítás iránt jelentős érdeklődés és nyitottság mutatkozik a hazai rendezvényágazatban.

A kérdésre válaszoló vállalkozások 58,11%-a úgy nyilatkozott, hogy a tanúsítás megszerzése lehetséges lenne számukra, ugyanakkor jelenleg még nem rendelkeznek elegendő információval annak megítéléséhez. Ez volt a leggyakrabban megjelölt válasz.

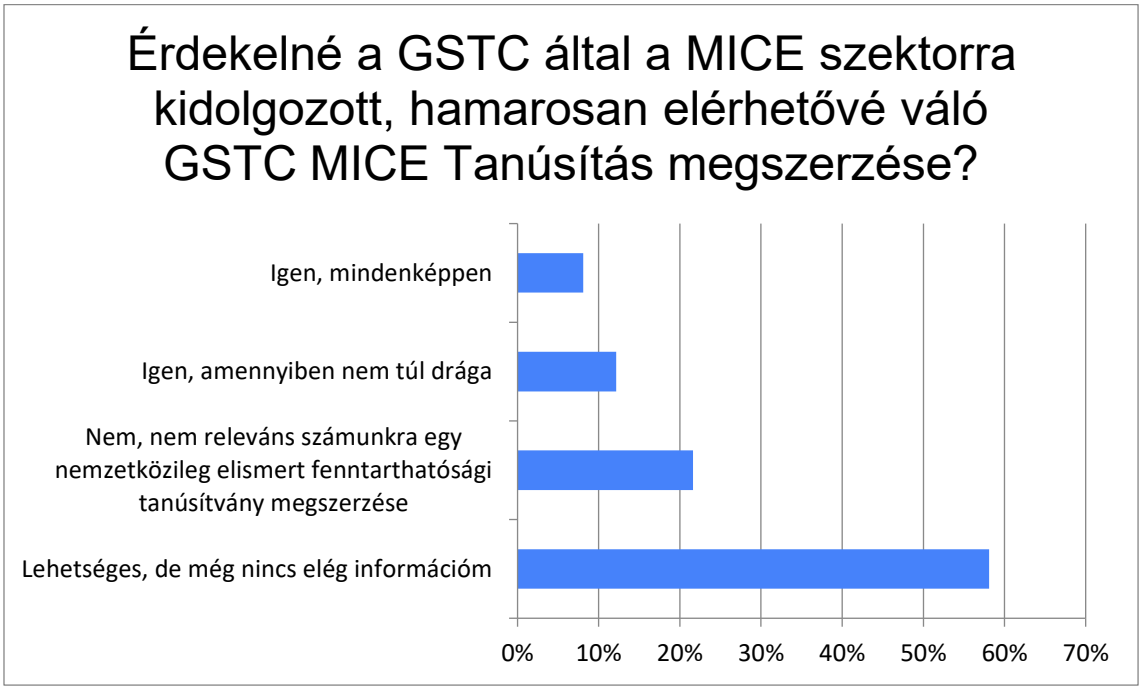
A válaszadók 8,11%-a egyértelműen érdeklődik a tanúsítás megszerzése iránt, további 12,16% pedig abban az esetben tartaná reális lehetőségnek, ha annak költségei nem lennének túl magasak.

Összességében a válaszadók 78,38%-a nyitott a GSTC MICE Szabványon alapuló nemzetközi fenntarthatósági tanúsítás megszerzésére vagy annak megismerésére. Ez arra utal, hogy a hazai rendezvényágazat szereplői egyre nagyobb érdeklődést mutatnak a nemzetközi fenntarthatósági keretrendszerek és tanúsítási megoldások iránt.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve az is megállapítható, hogy a fenntarthatósági szemlélet, a szabványok megismerése és a tanúsítások iránti érdeklődés gyorsabban növekszik, mint a tényleges tanúsítottság szintje. Míg jelenleg a válaszadók többsége még nem rendelkezik fenntarthatósági tanúsítvánnyal, addig jelentős részük már nyitott a jövőbeni tanúsítási lehetőségek iránt.

Az eredmények arra utalnak, hogy a GSTC MICE Tanúsítás hazai bevezetését jelentős érdeklődés kísérheti, különösen akkor, ha a vállalkozások megfelelő tájékoztatást, képzést és gyakorlati támogatást kapnak a követelmények és az auditálási folyamat megismeréséhez.

Összességében a kutatás azt mutatja, hogy a hazai rendezvényágazat szereplőinek többsége nyitott a GSTC MICE Szabványon alapuló nemzetközi fenntarthatósági tanúsítás iránt, ugyanakkor a továbblépéshez elsősorban információra, útmutatásra és gyakorlati támogatásra van szükség.



43. ábra (n=74)

11. A vállalkozások által alkalmazott fenntarthatósági gyakorlatok

A válaszok alapján a fenntarthatósági szempontok a hazai rendezvényágazatban már számos vállalkozás mindennapi működésének részét képezik. **A válaszadók 98,65%-a legalább egy fenntarthatósági gyakorlatot alkalmaz működése során.** A legelterjedtebb intézkedések elsősorban a hulladékgazdálkodáshoz, az erőforrás-hatékonysághoz és a környezeti terhelés csökkentéséhez kapcsolódnak.

A leggyakrabban alkalmazott fenntarthatósági gyakorlat a szelektív hulladékgyűjtés és újrahasznosítás, amelyet a válaszadók 78,38%-a jelölt meg. Ezt szorosan követi a papírfelhasználás csökkentését szolgáló digitális megoldások alkalmazása (75,68%), valamint az ételpazarlás minimalizálása (70,27%).

Szintén széles körben elterjedtek a hulladékmegelőzést, hulladékcsökkentést és újrahasználatot támogató intézkedések, valamint az egyszer használatos eszközök használatának visszaszorítását célzó gyakorlatok (egyaránt 64,86%).

A válaszadók több mint fele alkalmaz környezetbarát termékeket és csomagolásokat (55,41%), illetve törekszik helyi beszállítók és termelők bevonására (54,05%). Emellett a vegetáriánus vagy vegán catering lehetőségek biztosítása is egyre szélesebb körben jelenik meg (51,35%).

A fenntarthatóság szervezeti szintű beágyazottságát mutató intézkedések ugyanakkor alacsonyabb arányban jelennek meg. Fenntarthatósági politikával vagy stratégiával a válaszadók 17,57%-a rendelkezik, míg a fenntarthatósági teljesítmény rendszeres mérését és fejlesztését 16,22% jelölte meg. Karbonlábnyom-számítást és -megváltást a válaszadók 14,86%-a alkalmaz. Az „egyéb” válaszok között ugyanakkor megjelent egy olyan vállalkozás is, amely saját környezetvédelmi programot működtet, és fenntarthatósági stratégiája mentén fejleszti rendezvényeit, ami arra utal, hogy a piacon már a fenntarthatóság stratégiai szintű integrációjára is találhatók példák.

Különösen figyelemre méltó, hogy mindössze egyetlen válaszadó (1,35%) jelezte, hogy egyáltalán nem alkalmaz fenntarthatósági gyakorlatokat. Ez arra utal, hogy a fenntarthatóság valamilyen formában mára szinte általánosan megjelent a rendezvényágazat szereplőinek működésében.

A korábbi kérdések eredményeivel összevetve egy jól kirajzolódó fejlődési pálya figyelhető meg. A vállalkozások többsége már alkalmaz olyan gyakorlati intézkedéseket, amelyek csökkentik környezeti terhelésüket, ugyanakkor a stratégiai szintű fenntarthatósági menedzsment, a teljesítménymérés és a tanúsított rendszerek alkalmazása még kevésbé elterjedt. Ez összhangban áll a korábbi eredményekkel, amelyek szerint a szektorban erős a nyitottság és a tanulási szándék, miközben a formális fenntarthatósági rendszerek bevezetése még fejlődő szakaszban van.

Összességében a kutatás eredményei azt mutatják, hogy a fenntarthatóság a hazai rendezvényágazatban már nem csupán szemlélet vagy jövőbeli célkitűzés, hanem számos vállalkozás napi működésében is megjelenő gyakorlat. A következő fejlődési lépcsőt várhatóan a mérhetőség, a stratégiai beágyazottság és a tanúsított fenntarthatósági rendszerek szélesebb körű alkalmazása jelentheti.



44. ábra (n=74)

VI. 2026-os kilátások

1. A 2026-os rendezvényvolumen várható alakulása

A válaszok alapján a hazai rendezvényágazat szereplői összességében óvatosan optimista várakozásokkal tekintenek a 2026-os év eredményei elé.

A kérdésre válaszoló vállalkozások több mint fele (51,35%) arra számít, hogy 2026-ban a rendezvények száma nagyjából a 2025-ös szinten alakul. Emellett a válaszadók 27,03%-a 5–20%-os növekedést vár, további 5,41% pedig már most több mint 20%-os bővüléssel számol a lekötött vagy várható rendezvények alapján.

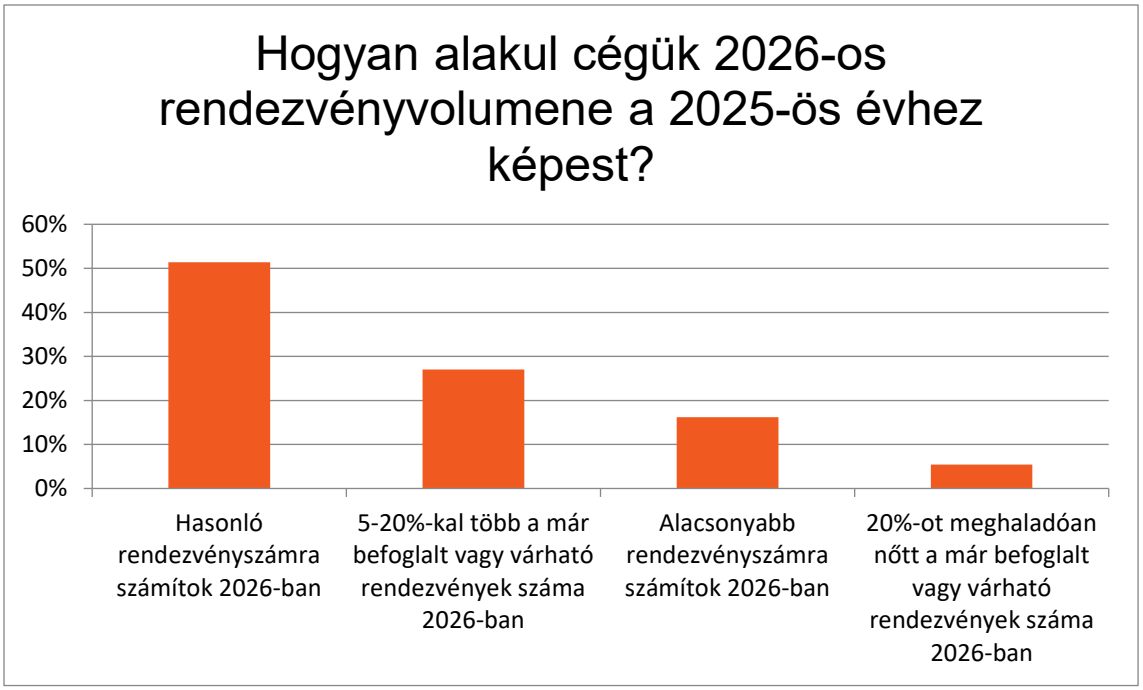
A növekedést váró vállalkozások együttes aránya így eléri a 32,44%-ot, míg a válaszadók 16,22%-a számít alacsonyabb rendezvényszámra 2026-ban.

Az eredmények alapján a pozitív várakozások egyértelműen meghaladják a negatívakat. A növekedést váró vállalkozások aránya közel kétszerese azokénak, amelyek csökkenéssel számolnak. A válaszadók 83,79%-a 2026-ban legalább a 2025-ös rendezvényvolumen fenntartására vagy növekedésére számít.

A kutatás korábbi eredményeivel összevetve ez a kép jól illeszkedik a szektor jelenlegi helyzetéhez. A vállalkozások többsége 2025-ben árbevétel-növekedésről számolt be, a rendezvényszámok összességében stabilan alakultak vagy mérsékelten növekedtek, és a munkaerőpiaci mutatók sem utalnak jelentős visszaesésre. Mindezek alapján a válaszadók többsége 2026-ra sem számít érdemi piaci visszaesésre.

Érdekes ugyanakkor, hogy a válaszadók több mint fele nem további növekedést, hanem stabilitást vár. Ez arra utalhat, hogy a rendezvényágazat a korábbi évek gyors alkalmazkodási és növekedési szakasza után egy kiegyensúlyozottabb, kiszámíthatóbb működési periódusba léphet.

Összességében a kutatás alapján a 2026-os évre vonatkozó várakozások mérsékelten pozitívak. A vállalkozások többsége legalább a jelenlegi piaci teljesítmény fenntartására számít, miközben a növekedést várók aránya jelentősen meghaladja a visszaesést prognosztizálókét.



45. ábra (n=74)

KONKLÚZIÓ

Összességében a kutatás eredményei alapján a hazai rendezvényágazat 2025-ben stabil növekedést mutatott, amelyet elsősorban a rendezvények számának emelkedése, nem pedig azok méretének növekedése hajtott. A vállalkozások többsége árbevétel-növekedésről számolt be, ugyanakkor a szektort továbbra is jelentős költségnyomás jellemzi, amelynek hatásait a szolgáltatók csak részben tudják érvényesíteni áraikban. A rendezvényágazat szereplői egyre tudatosabban fordulnak a digitalizáció, a mesterséges intelligencia és az adatvezérelt működés felé, miközben a fenntarthatóság is fokozatosan beépül a vállalkozások működésébe és a megrendelői elvárásokba. A 2026-ra vonatkozó várakozások összességében óvatos optimizmust tükröznek: a vállalkozások többsége a jelenlegi teljesítmény fenntartására vagy további növekedésre számít.

A MaReSz-ről röviden:

A Magyarországi Rendezvényszervezők és -szolgáltatók Szövetsége (MaReSz) 1992 óta, közel 35 éve fogja össze a rendezvényszakmát. Mintegy 170 tagszervezete felöleli az üzleti rendezvényszervezés teljes spektrumát. A tagság hét szakmai tagozatban működik, és kiegészül az Oktatási Bizottsággal, amely a rendezvényszervezést oktató felsőoktatási intézményeket fogja össze.