

A rendezvénypiac is megsínyli a válságot

A válság lesújt a céges bulikra is **Világgazdaság**, 2009-03-18 06:00:00 Nem csak darabra lesz kevesebb céges program, a költségvetésüket is szűkebbre szabják.

TÁBLÁZAT

[2008-ban milyen rendezvényeket valósítottak meg? *](#)
[Tervez-e rendezvényt 2009-re? **](#)
[Mennyit szánnak 2009-ben a rendezvényre? ***](#)

Akár **25-30 százalékkal is csökkenhet az idén a céges rendezvények száma**, és a költségvetésükön is érződik majd a gazdasági válság hatása.

A rendezvényeket tervezők 85 százaléka viszont szívesen fogadja a helyszínek és a rendezvényszervező cégek ajánlatát, s ehhez engedélyezett e-mail címet is adnak. A többi között ez derül ki a [Promo Direkt Kft.](#) által 3 200 nagyvállalat vezetőivel készített felmérésből. A

piackutató hetedik éve készítette el rendezvényes kutatását.

Míg két és három évvel ezelőtt, sőt még tavaly is a megkeresett több mint háromezer cég mintegy 45 százaléka jelezte valamilyen rendezvény lebonyolítását, az idén már csak 31 százalékos ez az arány - hívta fel a figyelmet a válság következményeként bekövetkezett látványos zsugorodásra **Szentirmay László** a Promo Direkt Piackutató ügyvezetője.

Az idén a cégek alig több mint fele tekinthető a rendezvényes szakma szempontjából „érdemi” cégnek, vagyis amelyek tavaly, tavalyelőtt voltak érdekeltek vagy az idén terveznek valamilyen rendezvényt. Ez az arány tavaly az ideinél hat százalékponttal nagyobb volt (58 százalék). A megelőző években pedig még kétharmaduk szándékozott. A rendezvényt tervező vállalatok rendezvényfelelősei közül 850 jelezte, hogy szívesen fogadna ajánlatot rendezvényhelyszín (például hotel, panzió, étterem, vagy a nagyobb rendezvényeknél kulturális és sportszarnokok, múzeumok részéről), illetve teljes körű vagy speciális rendezvényszervező szakcégektől.

Akiket kérdeztek

Az idén a félmilliárd forintnál nagyobb árbevételű 12 ezer cég egynegyedének vezetőit faggatták arról, hogy milyen célcsoportoknak, milyen rendezvényeket (kongresszust, konferenciát, kiállítást, bemutatót, ügyféltalálkozót, promóciós rendezvényt, tréningeket, partit) szerveztek, illetve terveznek szervezni még az idén, milyen költségvetéssel és kivel. Az idén is csak olyan vállalatokat kerestek meg, amelyet az elmúlt években nem vizsgáltak telemarketinges felmérésükkel.

Kiderült, hogy **különösen érzékenyen érinti a válság a szállást nyújtó hoteleket és panziókat**. Míg korábban a cégek több mint egyharmada mondta, hogy szükséges a szállásfoglalás, most alig több mint egynegyedük. Így a magánszemélyek megszerzéséhez hasonlóan a céges szállóvendégekért is igen nagy a harc az idén. Tavaly például 490 vállalat, az idén már csak 260 rendezvényese jelezte, hogy többnapos programot terveznek és szállást is kér.

A tavalyihoz hasonlóan az idén is az derült ki, hogy a vállaltok 90 százalékának nincs elkötelezett partnere. Vagyis nyitottak, de – mivel a megszorítások miatt csökkennek a rendezvényes költségvetések - egyre jobban megnézik, hogy milyen helyszínen és kivel bonyolítják le az eseményt.

A költségvetést vizsgáló kérdésre a cégek fele azt mondta, hogy még nem tud pontos összeget mondani. egymillió forint alatti összeget szánnak ilyen célra azon megkérdezettek fele, akik pontos összeget jelöltek meg; 38 százalékuk félmi.lionál is kevesebbet költenek, s nem éri el a tíz százalékot azon cégek

száma, amelyek több mint 5 millió forintot biztosítanak ilyen rendezvényekre.

A nagyobb rendezvényeket a hagyományos produkciók színesítik évek óta: így zenei programok az operától, a musicaleken keresztül a popzenéig, s tavaly is domináltak a jól bevált, ismert nevek. Sokszor **hívnak neves humoristákat**, s nem egyszer **bűvészt, jósnőt, grafológust, karikaturistát**. Gyakoriak a **táncbemutatók**, s a jobban eleresztett cégeknél van **lézershow** vagy **tűzijáték** vagy akár **hőlégballon-** vagy **repülőbemutató** is. Népszerűek az autó-, limuzin-, gokart- vagy motorbemutatók és az egyik pénzügyi cégnél a világhírű matematikai találmányt, a Gömböcöt is bemutatták.

N. Vadász Zsuzsa

* 2008-ban milyen rendezvényeket valósítottak meg?

Forrás: Promo Direkt		
	dara b	arány (százalék)
fogadás, parti, vacsora	728	44
kiállítás, bemutató	206	12
konferencia, kongresszus	181	11
ügyfél-, vevőtől., promóciós rend.	159	10
tréning, csapatépítés	150	9
összesen volt r. (több válasz)	1256	75
nem volt rendezvény	310	19
nt, nv	102	6
Összesen	1668	

** Tervez-e rendezvényt 2009-re?

Forrás: Promo Direkt		
válasz	dara b	arány (százalék)
igen	995	60
nem	369	22
nem tudja	253	15
nem válaszol	51	3
Összesen	1668	

*** Mennyit szánnak 2009-ben a rendezvényre?

Forrás: Promo Direkt		
Árbevétel	dara b	arány (százalék)
< 500 ezer	122	38
500 ezer - 1 millió	32	10
1-2 millió	61	19
2-4 millió	43	13
4-5 millió	21	7
> 5 millió	41	13
tudja	320	32
nt	511	51
nv	164	16
Összesen (tervez)	995	

(BTL.hu) Akár 25-30 %-kal is csökkenhet az idén a céges rendezvények száma, és a költségvetésükön is érződik majd a gazdasági válság hatása. A rendezvényeket tervezők 85 %-a viszont szívesen fogadja a helyszínek és a rendezvényszervező cégek ajánlatát, s ehhez engedélyezett e-mail címet is adtak. A többi között ezt tartalmazza az a nagyszabású felmérés, amelynek során a hetedik éve rendezvényes kutatásokat folytató PROMO DIREKT Kft. 3.200 nagyvállalat vezetőivel készített interjút.

Az idei felmérésben is azt vizsgálták, hogy a félmilliárdnál nagyobb árbevételű 12 ezer cég egynegyedénél milyen célcsoportoknak, milyen rendezvényeket: kongresszust, konferenciát, kiállítást, bemutatót, ügyféltalálkozót, promóciós rendezvényt, tréningeket, partyt szerveztek, illetve szerveznek az idén, méghozzá milyen költségvetéssel és kivel. Az idén is csak olyan vállalatokat kerestek meg, amelyet az elmúlt években nem vizsgáltak telemarketinges felmérésükkel.

Szentirmay László a Promo Direkt Piackutató ügyvezetője rámutatott, hogy míg két és három évvel ezelőtt, sőt még tavaly is a megkeresett több mint háromezer cég kb. 45 %-a jelezte valamilyen rendezvény lebonyolítását, az idén már csak 31 %, vagyis közel ezer nagyvállalat. Az idén a cégek alig több mint felét (52 %) tekinthetjük a rendezvényes szakma szempontjából „érdemi” cégnek, vagyis amelyek tavaly, tavalyelőtt voltak érdekelték vagy az idén terveznek valamilyen rendezvényt. Ez az arány tavaly 58 %, a korábbi években pedig 65 % volt. Az 1.600 érdemi cég 42 %-a budapesti, további 12 %-a pest-megyei, ami megegyezik a nagyvállalatok területi arányának, további 46 % pedig más megyékben található. Az alapadatok lekérdezésénél a tavalyihoz hasonlóan 91 % adta meg központi e-mail címét és 82 % weboldalának nevét, ami a cégek jobb megismerésénél elengedhetetlen. Ugyanakkor a rendezvényt tervező ezer vállalat rendezvényfelelősei közül 850 jelezte, hogy szívesen fogadna ajánlatot rendezvényhelyszín: például hotel, panzió, étterem, vagy a nagyobb rendezvényeknél kulturális és sportsarnokok, múzeumok stb. részéről, illetve teljes körű vagy speciális rendezvényszervező szakcégektől.

Különösen érzékenyen érinti a válság a szállást nyújtó hoteleket és panziókat, hiszen míg korábban a cégek több mint egyharmada mondta, hogy szükséges a szállásfoglalás, most alig több mint egynegyedük. Így a magán személyek megszerzéséhez hasonlóan a céges szállóvendégekért is igen nagy harcra lehet számítani. Tavaly például 490 vállalat, az idén már csak 260 rendezvényese jelezte, hogy többnapos programot terveznek és szállást is kérnek. A rendezvényfelelősök nyitottságát bizonyítja, hogy az ajánlatot szívesen fogadó 850 cégből szinte kivétel nélkül mindenki (97 %) megadta közvetlen e-mail címét is, amelyre legálisan lehet ajánlatot küldeni és ez nem jelent törvénytelen spamelést!

A tavalyihoz hasonlóan az idén is az derült ki, hogy a vállaltok 90 %-ának nincs elkötelezett partnere. Vagyis nyitottak, de – mivel a megszorítások miatt csökkennek a rendezvényes költségvetések - egyre jobban megnézik, hogy milyen helyszínen és kivel bonyolítják le az eseményt. A rendezvények fajtáját tekintve több mint a felük tervez valamilyen fogadást, partyt, vacsorát, 17 %-uk kiállítást, bemutatót, 15 %-uk ügyfél- vagy vevőtálalkozót, promóciós rendezvényt – e területek alig pár százalékkal maradnak csak el a korábbi évek arányától. Lényegesen csökkennek viszont a tréningek, továbbképzések (11 %) és különösen a konferenciák, kongresszusok aránya (5 % említette csak).

A költségvetést vizsgáló kérdésre a cégek fele azt mondta, hogy még nem tudja pontosan, s egyharmaduk tudott konkrét összeget mondani. (Tavaly ez utóbbi közel 40 % volt.) A pontos összeget mondók közel fele egymillió forint alatti összeget jelzett: 38 %-a 500 ezer Ft-nál kevesebbet és 10 % fél- és egymillió közötti összeget (az 500 ezer alattiak aránya tavaly 28 % volt). A cégek több mint fele viszont egymilliónál többet költ, s ebből 13 % több mint 5 milliót.

A nagyobb rendezvényeken a konkrét programok még csak most körvonalazódnak, persze azért következtetni lehet a tavalyi szereplőkből is. A rendezvényeket a hagyományos produkciók színesítették: így zenei programok az operától, a musicaleken keresztül a popzenéig, tavaly is domináltak a jól bevált, ismert nevek: az idősebb generációból Koncz Zsuzsa, Charlie, Tátrai Tibor, Aradszky László, Csepregi Éva, az Edda, az újabbak közül pedig a Cotton Club Singers, vagy a gazdaságosok: Tóth Vera, Palcsó Tamás. Sok programon neves humoristák biztosítják a jó hangulatot: az Irígy hónaljmirigy, a Bagi-Nacsa duó, Maksa Zoltán, Forgács Gábor és a nálunk viszonylag új műfaj, a stand-up comedy képviselői. De volt bűvész, jósnő, grafológus, karikaturista, gyakran táncbemutatók: néptáncosok, hastáncosok, karibi és brazil show, rsg-táncbemutatók és persze a jobban eleresztett cégeknél lézer show vagy tűzijáték, s még hőlégballon vagy repülőbemutató is. Népszerűek az autó-, limuzin-, gokart- vagy motorbemutatók és az egyik pénzügyi cégnél a világhírű matematikai találmányt, a Gömböcöt is bemutatták...

A korábbi években a szakemberek még gyakran a különböző telefonkönyvekben, szaknévsorokban próbálták utána nézni, hogy kít is lenne érdemes megkeresni, mint tervezett rendezvényük helyszínét vagy szolgáltatóját. Napjainkban azonban természetes, hogy az interneten pár perc alatt kaphatják meg a választ, méghozzá sokkal részletesebb információval. A legnagyobb ilyen internetes rendezvényszervezői portál a PROMO DIREKT által üzemeltetett www.eventer.hu, ahol közel 8 ezer helyszín valamint egyéb szolgáltató található (6 ezer hotel, étterem és más helyszín, továbbá 2 ezer teljes körű rendezvényszervező vagy catering, technikai, szállítási, személyzeti, produkciós stb. cég). Segítségével a szolgáltatók és az érdeklődő felhasználók is fontos aktuális információhoz juthatnak a legújabb szakmai hírekről, kiállításokról, rendezvényekről. A rendezvényszervező vállalatok egyrészt pontosabb képet kaphatnak

a szakmáról, konkurensokról (az oldalak, - mintegy tömör honlapok - sokat elárulnak a szolgáltatásokról, a referenciákról, a stílusról...), másrészt találhatnak olyan új partnereket, akikkel együttműködve még színvonalasabb szolgáltatást tudnak nyújtani. A felhasználók pedig gyorsan tudnak válogatni a helyszínek és a teljes körű vagy speciális szolgáltatást kínáló között.

A PROMO DIREKT, mint adatbázis marketing szakszervezet egyúttal vállalja a különböző nagyobb rendezvények résztvevőinek előzetes megkeresését, hogy pontosabban meg lehessen határozni, hány főre lehet számítani, hány személyre kell ételt, italt vagy ajándékot rendelni. Ez egyúttal jól szolgálja a cégek adatbázisának ellenőrzését, frissítését, kiegészítését. A PROMO DIREKT mintegy 4 ezer érdemi cég részletes rendezvényes adataival rendelkezik, (3.500 e-mail címmel), s közülük 2.100 fogad rendezvényhelyszínre vagy lebonyolításra ajánlatot (2 ezer engedélyezett e-mail címre). S ez igen jól reprezentálja a mintegy 12 ezer félmilliárdnál nagyobb éves árbevételű nagyvállalati szegmenst.

KEVESEBB ÉS SZERÉNYEBB RENDEZVÉNYEK

Akár 25-30 %-kal is csökkenhet az idén a céges rendezvények száma, és a költségvetésükön is érződik majd a gazdasági válság hatása. A rendezvényeket tervezők 85 %-a viszont szívesen fogadja a helyszínek és a rendezvényszervező cégek ajánlatát, s ehhez engedélyezett e-mail címet is adtak. A többi között ezt tartalmazza az a nagyszabású felmérés, amelynek során a hetedik éve rendezvényes kutatásokat folytató **PROMO DIREKT Kft.** 3.200 nagyvállalat vezetőivel készített interjút.

Az idei felmérésben is azt vizsgálták, hogy a félmilliárdnál nagyobb árbevételű 12 ezer cég egynegyedénél milyen célcsoportoknak, milyen rendezvényeket: **kongresszust, konferenciát, kiállítást, bemutatót, ügyféltalálkozót, promóciós rendezvényt, tréningeket, partyt** szerveztek, illetve szerveznek az idén, méghozzá **milyen költségvetéssel és kivel**. Az idén is csak olyan vállalatokat kerestek meg, amelyet az elmúlt években nem vizsgáltak telemarketinges felmérésükkel.

Szentirmay László a Promo Direkt Piackutató ügyvezetője rámutatott, hogy míg két és három évvel ezelőtt, sőt még **tavaly** is a megkeresett több mint háromezer cég kb. **45 %-a jelezte valamilyen rendezvény lebonyolítását, az idén már csak 31 %, vagyis közel ezer nagyvállalat.** Az idén a cégek alig több mint felét (52 %) tekinthetjük a rendezvényes szakma szempontjából „érdemi” cégnek, vagyis amelyek tavaly, tavalyelőtt voltak érdekeltek vagy az idén terveznek valamilyen rendezvényt. Ez az arány tavaly 58 %, a korábbi években pedig 65 % volt.

Az 1.600 érdemi cég **42 %-a budapesti, további 12 %-a pest-megyei**, ami megegyezik a nagyvállalatok területi arányának, **további 46 % pedig más megyékben** található. Az alapadatok lekérdezésénél a tavalyihoz hasonlóan **91 % adta meg központi e-mail címét és 82 % weboldalának nevét**, ami a cégek jobb megismerésénél elengedhetetlen. Ugyanakkor a **rendezvényt tervező ezer vállalat rendezvényfelelősei közül 850 jelezte, hogy szívesen fogadna ajánlatot rendezvényhelyszín: például hotel, panzió, étterem, vagy a nagyobb rendezvényeknél kulturális és sportcsarnokok, múzeumok stb. részéről, illetve teljes körű vagy speciális rendezvényszervező szakkégektől.**

Különösen érzékenyen érinti a válság a szállást nyújtó hoteleket és panziókat, hiszen míg korábban a cégek több mint egyharmada mondta, hogy **szükséges a szállásfoglalás, most alig több mint egynegyedük.** Így a magán személyek megszerzéséhez hasonlóan **a céges szállóvendégekért is igen nagy harcra lehet számítani.** Tavaly például 490 vállalat, az idén már csak 260 rendezvényese jelezte, hogy többnapos programot terveznek és szállást is kérnek. **A rendezvényfelelősök nyitottságát bizonyítja, hogy az ajánlatot szívesen fogadó 850 cégből szinte kivétel nélkül mindenki (97 %) megadta közvetlen e-mail címét is, amelyre legálisan lehet ajánlatot küldeni és ez nem jelent törvényellenes spamelést!**

A tavalyihoz hasonlóan az idén is az derült ki, hogy **a vállalatok 90 %-ának nincs elkötelezett partnere. Vagyis nyitottak, de** – mivel a megszorítások miatt csökkennek a rendezvényes költségvetések - **egyre jobban megnézik, hogy milyen helyszínen és kivel bonyolítják le az eseményt.** A rendezvények fajtáját tekintve több mint a felük tervez valamilyen fogadást, partyt, vacsorát, 17 %-uk kiállítást, bemutatót, 15 %-uk ügyfél- vagy vevőtálálkozót, promóciós rendezvényt – e területek alig pár százalékkal maradnak csak el a korábbi évek arányától. **Lényegesen csökkennek viszont a tréningek, továbbképzések (11 %) és különösen a konferenciák, kongresszusok aránya (5 % említette csak).**

A költségvetést vizsgáló kérdésre **a cégek fele** azt mondta, hogy **még nem tudja pontosan**, s **egyharmaduk tudott konkrét összeget mondani**. (Tavaly ez utóbbi közel 40 % volt.) A pontos összeget mondók **közel fele egymillió forint alatti összeget jelzett: 38 %-a 500 ezer Ft-nál kevesebbet** és 10 % fél- és egymillió közötti összeget (az 500 ezer alattiak aránya tavaly 28 % volt). A cégek több mint fele viszont egymilliónál többet költ, s ebből **13 % több mint 5 milliót**.

A nagyobb rendezvényeken **a konkrét programok még csak most körvonalazódnak**, persze azért következtetni lehet a tavalyi szereplőkből is. A rendezvényeket a hagyományos produkciók színesítették: így zenei programok az operától, a musicaleken keresztül a popzenéig, tavaly is domináltak a jól bevált, ismert nevek: az **idősebb generációból** Koncz Zsuzsa, Charlie, Tátrai Tibor, Aradszky László, Csepregi Éva, az Edda, az **újabbak közül** pedig a **Cotton Club Singers**, vagy a **megasztárosok**: Tóth Vera, Palcsó Tamás. Sok programon **neves humoristák** biztosítják a jó hangulatot: az Irígy hónaljmirigy, a Bagi-Nacsa duó, Maksa Zoltán, Forgács Gábor és a nálunk viszonylag új műfaj, a **stand-up comedy** képviselői. De volt bűvész, jósnő, grafológus, karikaturista, gyakran táncbemutatók: néptáncosok, hastáncosok, karibi és brazil show, rsg-táncbemutatók és persze a jobban eleresztett cégeknél **lézer show** vagy **tűzijáték**, s még hőlégballon vagy repülőbemutató is. Népszerűek az autó-, limuzin-, gokart- vagy motorbemutatók és az egyik pénzügyi cégnél a világhírű matematikai találmányt, a **Gömböcöt is bemutatták...**

A korábbi években a szakemberek még gyakran a különböző telefonkönyvekben, szaknévsorokban próbáltak utána nézni, hogy kit is lenne érdemes megkeresni, mint tervezett rendezvényük helyszínét vagy szolgáltatóját. Napjainkban azonban természetes, hogy az interneten pár perc alatt kaphatják meg a választ, még hozzá sokkal részletesebb információval. **A legnagyobb ilyen internetes rendezvényszervezői portál a PROMO DIREKT által üzemeltetett www.eventer.hu**, ahol közel 8 ezer helyszín valamint egyéb szolgáltató található (6 ezer hotel, étterem és más helyszín, továbbá 2 ezer teljes körű rendezvényszervező vagy catering, technikai, szállítási, személyzeti, produkciós stb. cég). Segítségével a szolgáltatók és az érdeklődő felhasználók is **fontos aktuális információhoz** juthatnak a legújabb **szakmai hírekről, kiállításokról, rendezvényekről**. A rendezvényszervező vállalatok egyrészt pontosabb képet kaphatnak a szakmáról, konkurensaikról (az aloldalak, - mintegy tömör honlapok - sokat elárulnak a szolgáltatásokról, a referenciákról, a stílusról...), másrészt található olyan új partnereket, akikkel együttműködve még színvonalasabb szolgáltatást tudnak nyújtani. **A felhasználók pedig gyorsan tudnak válogatni a helyszínek és a teljes körű vagy speciális szolgáltatást kínáló között**.

A **PROMO DIREKT**, mint adatbázis marketing szakcég egyúttal **vállalja a különböző nagyobb rendezvények résztvevőinek előzetes megkeresését**, hogy pontosabban meg lehessen határozni, hány főre lehet számítani, hány személyre kell ételt, italt vagy ajándékot rendelni. Ez egyúttal jól szolgálja a cégek adatbázisának ellenőrzését, frissítését, kiegészítését.

A PROMO DIREKT mintegy 4 ezer érdemi cég részletes rendezvényes adataival rendelkezik, (3.500 e-mail címmel), s közülük 2.100 fogad rendezvényhelyszínre vagy lebonyolításra ajánlatot (2 ezer engedélyezett e-mail címre). S ez igen jól reprezentálja a mintegy 12 ezer félmilliárdnál nagyobb éves árbevételű nagyvállalati szegmenst.

Az országos felmérésről és a rendezvényes adatbázisokról további információt kaphatnak e-mailben: szentirmay@promo-direkt.hu vagy a 479-5065-ös telefonon.

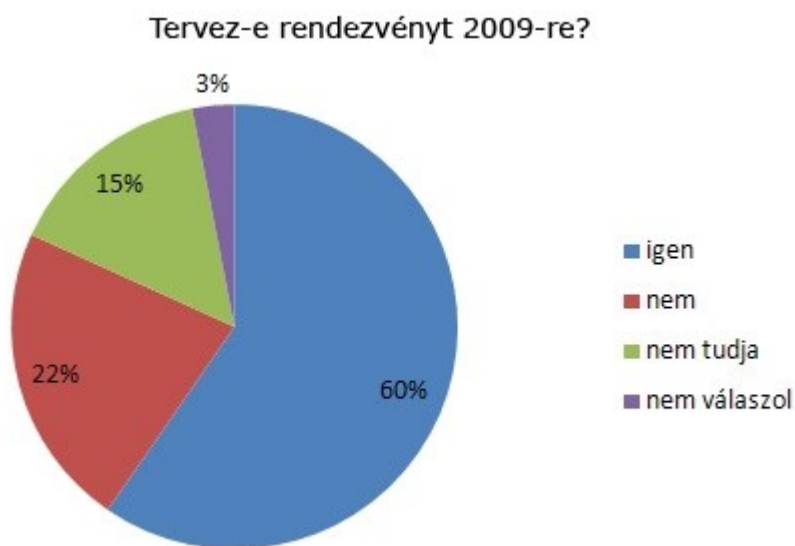
A válság elérte a céges rendezvényeket is

Edda, Palcsó Tomi és Maksa Zoltán a céges bulikon --- Kreatív – 2009.02.27.

Akár 25-30 százalékkal is csökkenhet idén a céges rendezvények száma - derül ki a Promo Direkt kutatócég felméréséből. Humoristák, megasztárosok és szemfényvesztők a kelendő szereplők. Elkezdhetik törni a fejüket a rendezvényszervező-cégek, mert a Promo Direkt kutatócég felmérése szerint drasztikusan, akár 25-30 százalékkal is csökkenhet a rendezvények, céges bulik, konferenciák, kiállítások száma 2009-ben.

Lejtő

A kutatásban szereplő 3 ezer, több, mint félmilliárd forint árbevételű cég mindössze 31 százaléka jelezte, hogy tervez valamilyen rendezvényt az idén, ellenben a tavalyi 45 százalékkal. Szintén csökkenést mutat a rendezvényes szakma szempontjából érdemi cég, vagyis amelyek tavaly, tavalyelőtt voltak érdekeltek vagy az idén terveznek valamilyen rendezvényt. Ez az arány tavaly 58 %, a korábbi években pedig 65 % volt.



Ugyanakkor a rendezvényt tervező ezer vállalat rendezvényfelelősei közül 850 jelezte, hogy szívesen fogadna ajánlatot rendezvényhelyszín: például hotel, panzió, étterem, vagy a nagyobb rendezvényeknél kulturális és sportcsarnokok, múzeumok stb. részéről, illetve teljes körű vagy speciális rendezvényszervező szakcégektől.

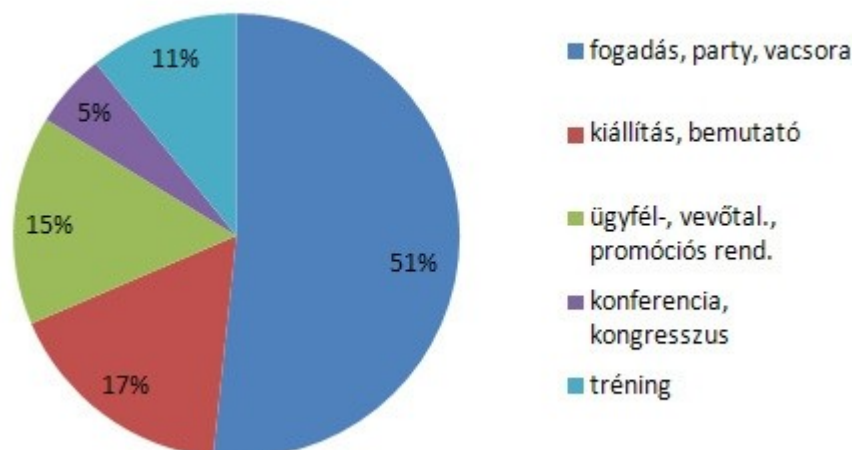
A tavalyi [kutatással](#) összevetve idén is az derült ki, hogy a cégek 90 százalékának nincsen elkötelezett rendezvényszervező-partnere

Mit, mennyiért és kiket?

A rendezvények fajtáját tekintve több mint a felük tervez valamilyen fogadást, partit, vacsorát, 17 százalékuk kiállítást, bemutatót, 15 százalékuk ügyfél- vagy vevőtalálkozót, promóciós rendezvényt - e területek alig pár százalékkal maradnak csak el a korábbi évek arányától. Lényegesen csökkennek viszont a tréningek, továbbképzések (11 %) és különösen a

konferenciák, kongresszusok aránya (5 % említette csak).

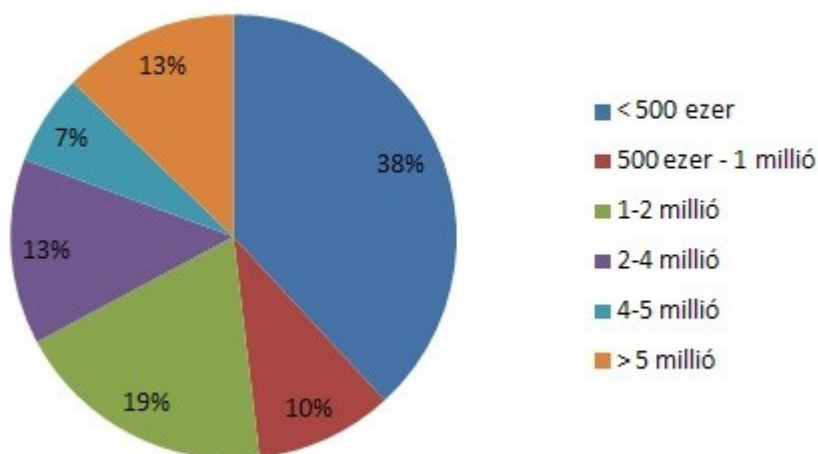
Milyen típusú rendezvényt terveznek?



A cégek több mint a fele egymilliónál többet költ, és 13 százalékuk több mint 5 milliót, viszont 38 százalékuk tervez kevesebb, mint 500 ezret költeni szemben a tavalyi 28 százalékkal.

Ugyan a konkrét programok még csak most körvonalazódnak, de a tavalyi szereplőkből következtetni lehet arra, hogy a cégek milyen szereplőkkel szokták feldobni a munkatársak hangulatát. A zenei felhozatal **opera, musical, örökzöld, pop és rock Koncz Zsuzsával, Tátraival, Charlieval, Aradszkyval, az Eddával és Csepregi Évával, az újabbak közül pedig a Cotton Club Singers és a megasztárosok, Palcsó Tomi és Tóth Gabi a favoritok.**

Mennyit szánnak a rendezvényre?



Humorból sincs hiány a céges vircsaftokon, a nevetetés nagyágyúi, az **Irígy Hónaljmirigy, Maksa Zoltán, Forgács Gábor és a Bagi-Nacsa duett** biztosítják a jó poénokat. Szintén népszerűek a **bűvészek, jószok, grafológusok, hastáncosok, mindenféle egzotikustáncosok**. Látványosságként **tűzijáték, lézer show, hőlégballonozás és repülőbemutató** szokott a programok között szerepelni.

(Forrás: Kreatív on-line)

MTI --- Budapest, 2009. február 24., kedd

Vállalat-rendezvény

Akár 30 százalékkal is csökkenhet a céges rendezvények száma

Akár 25-30 százalékkal is csökkenhet az idén a céges rendezvények száma, ezzel együtt visszaesik a vállalati eseményekre fordított összegek nagysága - közölte a rendezvényes kutatásokat folytató Promo Direkt Piackutató Kft. kedden az MTI-vel.

A társaság 3.200 nagyvállalat vezetőivel készített felméréséből kiderül: míg az elmúlt három évben a megkeresett vállalatok mintegy 45 százaléka jelezte valamilyen rendezvény lebonyolítását, addig az idén már csak közel ezer nagyvállalat, vagyis a megkérdezettek 31 százaléka nyilatkozott hasonlóan.

A rendezvények közül lényegesen, 11 százalékra csökken várhatóan a tréningek, továbbképzések aránya, és különösen alacsonyra, 5 százalékra süllyed a konferenciák, kongresszusok száma.

A cégek több mint a fele valamilyen fogadást, partyt, vagy vacsorát szervez, míg 17 százaléuk kiállítást, bemutatót, illetve 15 százaléuk ügyfél- vagy vevőtalálkozót, valamint promóciós rendezvényt tart - húzzák alá a felmérés készítői.

A költségvetést vizsgáló kérdésre pontos összeget mondók közel fele egymillió forint alatti összeget szán a tervezett rendezvényre. A válaszadók 38 százaléka 500 ezer forintnál kevesebbet, míg 13 százaléka több mint 5 milliót költ erre a célra.

A tavalyi adatokhoz hasonlóan az idén is az derült ki, hogy a vállalatok 90 százalékának nincs elkötelezett partnere a rendezvényszervezésben. A cégek tehát továbbra is nyitottak, de egyre jobban megnézik, hogy milyen helyszínen és kivel bonyolítják le az eseményt - olvasható az elemzésben.

A felmérés szerint a céges rendezvényszervezés válsága érzékenyen érinti a szállásadókat is, hiszen míg korábban a cégek több mint egyharmada mondta, hogy szükséges a szállásfoglalás, addig most alig több mint egynegyedük gondolja ugyanezt.

(MTI)