



Hortobágy Község vásár és rendezvény koncepciója 2025.

Hortobágy község vásár és rendezvényfejlesztési koncepciója a bevétel növelés érdekében.

HOL TARTUNK MOST?:

- A 2024-es évben 9 olyan esemény zajlott Hortobágyon, amely szerepelt az eseménynaptárban.
- Az események közül 4 nyugodtan mondható kiemelt, országos jelentőségűnek
 - Szent György-napi Kihajtás Ünnepe
 - Hídivásár
 - Szent Dömötör-napi Behajtási Ünnepe
 - Lovasnap
- 2 további esemény emelhető ki nagyobb regionális szinten is említendő eseménynek.
 - Hortobágyi Lovasnapok
 - Hullócsillagok Éjszakája (alapvetően Telekom esemény)
- A fenti 5 eseményből 3 esemény tartozik Hortobágy Község önállóan szervezett eseményei közé
- A fenti 5 eseményből 3 esemény jelent jelentősebb bevételt a község önkormányzata számára

MIK A KIHÍVÁSOK?: ÁLTALÁNOSAN

- Ma Magyarországon rendezvénydömping van
- A pénzügyi források erősen megapadtak – a bőségszarú oda van...
- Nehéz az embereket megszólítani a médiákból áradó, az érzékszerveinkre ható „sokk” után.
- A fiatalok szegmense igencsak nehéz, nem túl erős túlzással ami nem szólítja meg őket 3-5 másodperc alatt, azon túllépnek. Erősen képernyő világban élnek.
- Alapvetően az emberek nagyon ellustultak, nehéz megmozdítani a kényelmükből őket
- Sokszor döntéseik anyagilag nem racionálisak.
- Egyre nehezebben beazonosítható döntési folyamatokban élnek

Őszintébben:

- Nagyon nehéz ma Magyarországon belépni a rendezvénypiacra úgy, hogy rögtön pénzt lehessen fölözni.. SŐT néha még a nullszaldó is erős kihívás
- A hagyományőrző rendezvények szegmense is relatíve telített, és a vendéglétszám is erősen szűkülő (a „hardcore” useereket nézve), de mégis érvényesül egyfajta értéket kereső „újhullám”, akiket jól kell tudni mozgósítani
- A nagyobb populációs centrum pontoktól kissé kilógó Hortobágnak jól kell tudnia megszólalni ahhoz, hogy magára vonja a figyelmet, és mozgásra, anyagi áldozatra bírja a „népet”
- Saját bekerülési ár – kivehető javak arányát tekintve komoly kihívások előtt állunk..., mert akár 500.- forintos parkoló díj emelés is nagy vihart kavart, mert az emberek nem teszik relációba hogy milyen kulturális értéket kapnak egy sorsjegy áráért (pontosabban cca 5-ért)...

MIK A KIHÍVÁSOK?: HORTOBÁGY

- Hortobágy keresi magát, és a túlélés felé vezető utat
- az adottságai jók, de az egyik igen nagy nehézsége a lassú előregedés
- Alapvetően jelen esetben a rendezvényekre, vásárookra fordítható budget szűkös, az események teljes egészében ön finanszírozottak
- A vásárosok törekvései nem, vagy csak részben egyeznek az Önkormányzatéval
- Kihívás, hogy a népi kézműves kontra keresett bóvli hogyan egyeztethető össze
- A vásártér adottságai ugyan jók, de még további fejlesztések szükségesek (árnyék, víz elvezetés, stb.)
- Az események lebonyolításához szükséges munkaerő részben biztosított csak
- Marketing erősítése szükséges
- Szükséges a jó bekerülési ár – rendezvény érték - bevétel mátrix megtalálása
- A létező események vonatkozásában van élő kommunikáció a településhez köthető 3 legnagyobb egység között, de szerencsés lenne még szorosabb együttműködés

Összintébben:

- Anyagilag a település kihívásokkal küzd, ezért a rendezvények/rendezvény portfólió fejlesztése CSAK lassan fog megvalósulni, HA sikerül a pénzt visszaforgatni, szponzorokat találni
- Marketing esetében egy teljesen új, komplexebb megoldási mód szükséges, aminek finanszírozása kérdéses egyelőre
- **Hortobágy** önkeresését gyorsan le kell zárni, és **saját identitást kell** adni neki.. ENNEK belövése **az igazi kihívás**
- Települési identitás nem szerencsés ha kizárólagosan csak a rendezvény jellem - nem lehet mindenre megoldás
- A 3 nagy egység esetében eltérő a finanszírozottság, az összefogás elkezdődött ugyan, de nem teljes...MEG KELL érteni, hogy egyik egység sem életképes a másik kettő nélkül – azaz az Önkormányzati törekvésekbe be kell vonni a másik két felet is

MIK AZ ERŐSSÉGEK?:

- Hortobágy a mai napig az a hely, ahova legalább 1X mindenki szeretne eljutni
- A világörökség része
- Lokációja megfelelő arra, hogy a környező nagyobb településekről könnyen elérhető
- **Hortobágy egyik legnagyobb előnye ma Magyarországon az, hogy ha az ember itt szétnéz, akkor kilométerekre nem lát a látképbe éktelenkedő gyárat, építkezéseket, csak a maga puritánságában meglévő tájat. Egy természeti közeg veszi körül, és ez a természet közelség az, amit el kell tudni mondani az embereknek! Hogy itt csend van, itt önmagad lehetsz, hogy amit itt megélsz, az önmagadnak éled meg, és ez a fajta önkifejezési lehetőség, hogy a természetben önmagam lehetek, ahol őseim kultúrájával találkozhatom, ezt tudja megadni Hortobágy ma szinte egyedülként az országban. Ez a település GÓL szerzési lehetősége.**
- A vásártér a környék egyik legjobban kihasználható területe nagyobb rendezvényekre
- A vásárosok által kedvelt események vannak, és érdekük a további események létrejötte
- Az események lebonyolításához szükséges infrastruktúra alapja igen jó
- Vannak bevált, nagy nézőközönséget vonzó események/vásárok
- Van élő kommunikáció a település 3 legjelentősebb egysége között

Összintébben:

- Alapvetően jó megoldásnak látszik, hogy az események fejlesztésével, újabbak létrehozásával a település bevételeit növelni lehessen, de rengeteg munka szükséges ehhez. NEM lehet egyik napról a másikra ugrást várni, viszont a kiinduló helyzet igen biztató.
- A település és a megvalósuló események relevanciájában sokkal komplexebb marketing mix alkalmazása kell, amire áldozni kell anyagilag!
- Meg kell találni azt a pontos irányt, ami a településhez, annak a szellemiségéhez igazodik, de a fiatalokhoz szól valójában...azaz meg kell találni azt a portékát, amit Hortobágy gyárt, és a fiatalok veszik, számukra szükséges hiánypótlás.
- Lelkileg el kell tudni fogadni, ha az a portéka esetleg kissé fura is...
- A 3 erősségnek csapatként kell tudnia együtt élni, mert úgy mind a 3 többet tud profitálni

MIKÉNT LEHET ELŐRE LÉPNI?:

- MERNI KELL SZAKÍTANI A MEGSZOKOTTAL, DE NEM A HAGYOMÁNYOKKAL, CSAK A HAGYOMÁNYOSSAL
- OUT OF BOX (sablonokon kívüli) ÖTLETEKET KELL MERNI ELFOGADNI!
- DÖNTENI KELL!
 - Hortobágy brandje
 - Milyen utat választ Hortobágy a rendezvények vonatkozásában
 - Milyen szerepet kapnak ebben az események és azok hogyan, lesz-e új portfólió?
 - Kell-e újból saját rendezvény ügynökség a településnek (pl.: elsődlegesen a bérlések miatt)?
- ÚJ SAJÁT ESEMÉNYEK KELLENEK!

MIK IS A LÉPÉSEK/ALAP CÉLOK?:

- A 2025-ös évvel kezdődően szeretnénk továbblépni:
 - A meglévő események fejlesztése
 - Új kisebb események megalkotása
 - Új nagyobb esemény(ek) megalkotása
 - A meglévő eszközpark bérbeadása
 - Az eszközpark bérbeadásából a pénz visszaforgatása fejlesztésre
 - A helyi vásár fenntartása, annak továbbfejlesztésének céljával (önállóan, eseményhez kapcsolódóan)
 - Új vásárok létrehozása
 - Nagyobb bevételeket generálni a vásárok és események révén
 - A vásárteret felajánlani események befogadására

DEFINIÁLÁSOK?

- Alapvetően el kell érni, hogy HORTOBÁGY EGY BRAND (márkanév) LEGYEN
 - Azaz, alapvetően Hortobágy fogalommá váljon, olyan helyé, ahol jó lenni, mert:
 - Jó események vannak (rendezvény és vásár tekintetében egyaránt)
 - Igényes a légkör
 - Vendégszerető közeg fogad mindenkit
 - Megfizethető áron kulturális, hagyományos népi értéket kap mindenki, de olyan modern köntösben, ami kellően szexi, hogy tömegeket vonzzon
 - Merni kell rétegek felé is mozdulni, hogy a hiányzó úrt/platformot/lehetőséget nálunk találják meg
- Nagyobb erőforrás befektetés szükséges a MARKETINGbe
 - Ki kell lépni a hagyományos megoldások hálójából
 - Hortobágyot fel kell tenni az internetre a lehetséges platformok legtöbbszörén
 - Célcsoport definiálás szükséges (ez már magában kihívás) – arra pedig település specifikus megoldási mechanizmusok kellene
- ANYAGI ERŐFORRÁS investíció kell!
 - Meg kell találni, hogy kinek miért lehet érdeke Hortobágy, amihez viszont az kell, hogy legyen figyelem a településen
 - Szponzorok szükségesek
 - A bérbeadás „bizniszt” fel kell építeni, amihez azonban szintén kisebb fejlesztések kellene
- Vásárok fejlesztése
 - Ingoványos talaj, de szükséges. Az egyik legnagyobb kihívás: népi kézműves kontra bóvli de keresett
 - Bevételek növelése, de közben kedvezményrendszer kiépítése

MEGLÉVŐ ESEMÉNYEK FEJLESZTÉSE:

- Alapvető cél a bevételek növelése!
 - Hogyan lehet?
 - Alapbevételek növelése:
 - Parkolási díj emelése
 - Vásárosok és cateringesek díjának emelése
 - Higiéniai egységek fizetőssé tétele
 - Addicionális költségek csökkentése – minimális
 - Extra bevételek megteremtése:
 - Eszköz bérbeadás (pl.: kis kocsik, roller, stb.)
 - Saját étel-ital pont üzemeltetése
 - Kiegészítő kulturális - / betétprogramok létrehozása
- Hortobágy visszatérő programhelyszín legyen:
 - Kiszolgálási színvonal emelése/tökéletesítése
 - Hiányok, szükséges felfedezése és azok megoldása – bárminemű is az
- Pozitív imázs terjesztése, egyben a láthatóság, a virális terjedés növelése:
 - Marketing fejlesztése, komplexebb alkalmazása

ÚJ KISEBB ESEMÉNYEK MEGALKOTÁSA:

- Olyan kisebb események létrehozása, amelyek bekerülési költsége alacsony, mégis a látogatottságuk bevételt generál
 - Minden sátras ünnep alkalmával valami aktivitás szükséges, amire érdemes Hortobágy felé venni az irányt
 - Random gyermek műsorok (mini színházi előadások, bábszínház, stb.) – kiváltképpen a szombati munkanapokon, vagy olyan napokon, amikor gond lehet, hol legyen a gyerek?
 - akár rétegek felé mozduló kulturális események (mini koncertek: jazz, világzene, komoly zene, stb.)
 - Meglovagolni a jelesebb világnapokat, világeseményeket
 - Új közösségi események létrehozása (nyári szalonnasütő fesztivál, futóversenyek, stb.)
 - Új vásárok kitalálása, vagy régiók felélesztése
 - Megkeresni a kamarákat, és kiajánlani számukra Hortobágyot, mint felületet, területet
 - Újra gondolni a jelenleg inkább a településen élő lakosok eseményeit, és nyitni a szélesebb kör felé
- **ALAPVETŐ JAVASLAT:** A kisgyermekes családok és gyerekes családok felé nyitni
 - **MIÉRT?:** MERT ÁLLANDÓAN keresik a programot
 - Ha ebben segíteni tudunk, bekerülünk a figyelmükbe – ehhez azonban láthatónak kell lenni, relevánsnak kell lenni
 - Alapvetően döntő többségük fizetőképes (legalábbis ezt a célcsoportot kell bombázni), amiből a településen túl a vásárosok is nyerhetnek
 - Ahol jól érzik magukat, visszatérnek, aki pedig visszatér, az mást is hívogat! WOM (Word of mouth hatás)
 - Fiatalok esetében pedig arra kell játszani, hogy valami nagyon szexi, kíváncsító eseményt adjunk, ahol el lehet érni a FOMO, vagy éppen a YOLO effektust (Fear Of Missing Out és You Only Living Once) – MIÉRT: Mert az ilyen eseményekre képesek akár értelmetlenül sokat is áldozni akár

ÚJ NAGYOBB ESEMÉNY(EK) MEGALKOTÁSA:

- MIK LEHETNEK ILYEN ESEMÉNYEK? – Alapvetően bármi, nem szabad finnyásnak lenni, de!
 - HA komolyan vesszük, hogy Hortobágy egy brand, akkor csak olyan eseményeket szabad létrehozni, amelyek illenek a saját magunk alkotta koncepcióba
 - ILLETVE csak úgy lehet új eseményeket befogadni, hogy azok is ehhez illeszthetőek legyenek
 - Nehezebb új nagy eseményt alkotni, mint meglévőket fejleszteni, vagy kisebbeket útra indítani.
 - MIÉRT?: MERT anyagilag megterhelőbb, és több a kockázat
 - Mégis merre érdemes indulni? – Arra, amerre az út vezet! Arra, amerre mindenki rá mer lépni konszenzusban, mert félrehúzásból csak baj lehet
 - A VÁLASZ: tömegeket vonzó, hiányt pótló, saját identitással rendelkező egyedi esemény
 - Hagyományőrző, mégis új köntösben tálalt események
 - Extrém sport fesztiválok – mindig helyszínt keresnek
 - Hólégballon verseny, és bármi egyéb

MEGLÉVŐ ESZKÖZPARK BÉRBEADÁSA:

- Hortobágy, egy alapvetően jó rendezvény eszközparkkal rendelkezik
 - Nyilvánvalóan ezt most még nem használja a település – Közgazdaságilag azonban: ami a raktárban porosodik, az veszteséget termel!
 - Hogyan termelhet nyereséget?:
 - Egyrésztől használni kell, és minél hatékonyabban saját célokra
 - Másrésztől, bérbe lehet adni, hogy más használja pénzért/barter ellentételezésért
 - LEGALÁBB az önfinanszírozását el kell érni az eszközök fenntartásának
 - Ideális esetben, ami pénzt termel, azt érdemes visszaforgatni, hogy még több pénzt kereshessünk később
- HOGYAN LEHET EZT?:
 - Létre kell hozni egy felületet (honlapot), ahol az emberek találkozhatnak velük (eszköz, ár, stb.)
 - Ki kell ajánlani a régióban a rendezvényszervezők, más eszközbérbeadók, technikai szolgáltatók, stb. felé
 - Meg kell teremteni a feltételét, hogy mint „vállalkozás” tudjon működni a „dolog” a település érdekében
 - Raktár
 - Logisztika: anyagmozgatás, tárolás, szállítás, karbantartás, nyilvántartás, stb. feltételeinek megteremtése
 - Elszámolhatóság, számlaképesség, stb.

HELYI VÁSÁR FENNTARTÁSA, ÚJ VÁSÁROK LÉTREHOZÁSA:

- A nagy hagyományú helyi vásár, és egyéb vásárok fenntartása alapvető cél
 - A helyi vásár éves bevételt generál a településnek, ezért ennek fenntartása létfontosságú, de jelenleg a vásárosok nem teljesen elégedettek.
 - A felmerült aggályokra, „sérelmekre”, igényekre, stb. rövid határidőn belül választ kell tudnunk adni
 - Döntés szükséges a bérleti díj, a kihelyezett faházak és elrendezés tekintetében
- Az időnként megrendezett vásárok vonatkozásában fejlesztésekre van szükség:
 - Az egyes vásárok jellegét meg kell határozni
 - Keretek közé kell terelni a Hídivásár esetében a kézműves és a zsibis részeket, és a béke érdekében kicsit szeparálni kell
 - A HNP és a Génmegőrzővel közösen a ki- és behajtási ünnepségre rá lehet ültetni egy esti kulturális eseményt, hogy tovább maradjanak a vendégek – ha tovább maradnak, többet költenek – elégedettség nő
 - A vásártérre infrastrukturális fejlesztések kellene: vízelvezetés, árnyék, közvilágítás
 - A bérleti és catering díjak nyugodtan emelhetőek! Catering esetében akár „leadót” is lehet kérni (kártyás fizetésnél)
- Új Vásárok létrehozása:
 - Érdemes megvizsgálni, hogy a környéken milyen heti- vagy éppen havi vásárok vannak, befogadni akár vásárokat, akár magunk újat teremteni
 - Érdemes megnézni, hogy milyen hagyomány éleszthető újjá szimplán azzal a céllal, hogy legyen vásár, ami közönséget vonz, és bevételt generál.
 - NEM kell nagy vásárookra gondolni feltétlenül, mert azt elsőre nehezebb megalkotni, egy szimpla régiségvásár, pásztor termék vásár, stb. indulásnak elegendő.

EGYÉB LEHETŐSÉGEK:

- Meg kell találni azokat a lehetőségeket, felületeket, amelyekből bevétel generálható
 - Fel kell keresni a különböző iparkamarákat, cégeket, nagyobb eseményszervező cégeket, és kiajánlani számukra a vásárteret, mint eseményhelyszínt
 - Szükséges találni egy zárt teret (pl.: kalandpark melletti épület), ahol megfelelő rendezvény/konferencia terem alakítható ki
 - Szponzorokat kell találni akik támogatják Hortobágy törekvéseit (csomagajánlat), vagy egyes eseményeket (esemény ajánlat) – LEHETŐLEG STRATÉGIAI EGYÜTTMŰKÖDÉSEK KELLENEK
 - Meg lehet keresni filmes projekteket, hogy helyszínként használhatják a települést
 - A vásárosok számára felajánlható, hogy aki hortobágyi adószámmal rendelkezik, az kedvezményeket kap
 - Az eszközök bérbeadása terén stratégiai együttműködések is kiépíthetők, illetve például a kis gyerek kocsik esetében azok más frekvenciáltabb területeken, vagy időnkben béreltethetőek
 - A 9 lyukú híd fenntartására, megmentésére kampány indítható – akár jótékonysági mini koncert sorozat

CÉLCSOPORTOK A FÓKUSZBAN:

- A célcsoport meghatározása igen nehéz, mind korcsoport, mint anyagi helyzet, mind lokációs vonzás esetében.
- Valójában halmazokat tudunk keresni, de konkrét célcsoport nem határozható meg.

Lehetőség 1.: elsődleges célcsoport

24-40-es korcsoport fiatal gyermekes családok, biztos állással, fizetőképes kereslettel, akik programot, kikapcsolódást keresnek biztonságos keretek között, és fogékonyak a hagyományörzés iránt.

MIÉRT ŐK?: Ha megfogjuk aput-anyut, akkor vissza fognak térni, és ha a gyerekek tetszik valami, meg is veszik. Ha a gyerek jól érzi a településen magát, majd visszavágyik, és elindul egy visszatérő vendégsereg építése

Lehetőség 2.: másodlagos célcsoport

16-61-es (akár 10-101) korcsoport, akik hagyományörző kulturális eseményeket, termékeket keresnek érdeklődési körüknek megfelelően, és ezért hajlandók anyagi áldozatra, akár tevékeny szerepvállalásra is.

Lehetőség 3.:

18-24 éves debreceni egyetemi fiatalság, aki bulit, helyet, területet keres élete kiteljesedésének megtalálására

Lehetőség 4.:

kulturális, vagy sport rétegcsoporthoz elsődlegesen fiatal, 12-32 éves kor között, akik anyagilag megtehetik, hogy akár nagyobb távolságot utazzanak (egyesületi, vagy szponzor keretek révén) az érdeklődési körükbe tartozó rendezvényre

Közös halmaz:

Inkább fiatalokat, azon belül is nyitott személyiségű, nemzeti identitástudatból adódó hagyományörző fiatalokat, és családokat célszünk biztos anyagi helyzettel

CÉLCSOPORTOK A FÓKUSZBAN:

Vonzáskörzet:

- Célszerű elsődlegesen a közelebbi vonzáskörzetre (átlagosan 30-50 perces autót) célozni. Így a primer vonzáskörzet elsődlegesen Debrecen és a környező vármegyék, másodlagosan a határon túli magyarság, valamint Budapest.

Szponzorok:

- Hosszú távra keresünk stratégiai partnereket, akiket szeretnénk úgy kiszolgálni, hogy valódi win-win szituáció valósuljon meg.
- Azért is keresünk hosszabb távra partnert, meg magunkat is meg kell találni ahhoz, hogy őket tökéletesen ki tudjuk szolgálni. Ezért célszerű csomagajánlatokat kidolgozni számukra.
- Lokális érdekekkel rendelkező cégeket kell megkeresni első lépésként
- Turisztikai Ügynökséggel szorosabbra kell kötni a kapcsolatot
- Nem kell visszariadni a jól beöltöztetett, nem tolakodó product placement-től, sőt!

Marketing:

- Meg kell találni azt a marketing céget, aki képes Hortobágy teljes portfólióját naprakészen kommunikálni jól célzottan a social-, online- és offline térben és felületeken is.

KI- ÉS BEHAJTÁSI ÜNNEPEK: Változási fókuszok

Financiális jellegű tényezők:

- Jelenlegi bérleti díjak cca 30%-al emelhetők: nem lesz zökkenő mentes!
 - a kézművesek jelenlegi **13.000.- huf** bérleti díja emelhető 17-19.000.- huf közé (javasolt: **18.000.- huf** – 40% emelés).
 - cateringesek: jelenlegi **50.000.- huf** emelhető 65-75.000.- huf közé (javasolt: **65.000.- huf** – 30% emelés).
 - Kérdés: kisebb emelés, és forgalom utáni leadó bevezetése?
- Parkolási díj emelése:
 - A jelenlegi **2.000.- huf** összeg max **2.500.- huf** emelhető (25% emelés) – szenzitív!
 - VIP zóna kialakítása: közelebb a bejáráshoz, magasabb áron cca 20-40 autó erejéig (javasolt 3.500.- huf)
- Mosdók fizetőssé tétele:
 - A jelenlegi ingyenes megoldás fizetőssé tétele (javasolt 200.- huf – 200%-os emelés)

Programot érintő változások:

- Szükségesek olyan népies elemek, dekorációk, és általánosságban vett hangulati-, az érzelmekre ható elemek megjelenítése, amitől az esemény még inkább erősíti a népi, hagyományőrző jelleget (tárogatók, népviseletben járó-kező emberek, gyerekekkel foglalkozók: nádsíp készítő, kerékhajtó, stb.)
- Vizi színpad parlagon hever, pedig megtölthető programelemekkel (akár fizetős elemekkel is) – gyermek előadás, népművelődési betétprogramok, esti mini előadás (standup, színházi, élő koncert)

Vásárt érintő változások:

- Meg kell tartani a népi kézműves vásárt, de bátran kategóriákba kell sorolni az árusokat (2024-es behajtási ünnepségen a kategorizálás megtörtént). Kategóriák szerint kerülnek a sorokba besorolásra az árusok. Soroknak nevet kell adni!
- Catering esetében is erőltetni kell a népi hagyományőrző vonalat, és az egyeséghez leülő részek kellene

KI- ÉS BEHAJTÁSI ÜNNEPEK: Változási fókuszok

Egyéb:

- A területnek minél egységesebb arcot kell adni
- Minden sor végét zárni kell, ahova Hortobágyhoz köthető népi elemeket kell elhelyezni (térplasztika, egy-egy régi eszköz, szekér, ló makett, stb.)
- Állatsimogató őshonos állatokkal (akár fizető is lehet)
- Saját húzós kiskocsik béreltetése
- Árnyékolók kihelyezése
- Parkoltatás fejlesztése, új parkoló zónák bevonása (pl.: irányító táblák, megtelt táblák, stb, ami segít a gyors parkolásban)
- MÁV-al együttműködés, és a vasútállomástól busz üzemeltetése (nekünk veszteséges!, de jó a hangzása)
- Vendégtelepülés/partner települések meghívása kiállítónak (csak népi hagyományos!)

HÍDIVÁSÁR: Változási fókuszok

Financiális jellegű tényezők:

LÁSD előző esemény vonatkozásában: bérleti díjak, parkoló díjak emelése, mosdó díj bevezetése

- 2024-ben belépős rendezvény – településnek kiemelkedően jó, de sok az ellenszenv – hosszú távú stratégia döntés kell, hogy mi legyen inkább: parkoló díj kontra belépő
- 2025-ben lehet, hogy egynapos esemény lesz a Hídivásár? Bevétel kiesés!

Programot érintő változások:

- A zenei színpad programjának vonatkozásában az egysíkú, csak egy adott érdeklődési körnek szóló kulturális programot színesíteni kell! A teljes demográfiai (kronológia, népesség, stb.) spektrumot le kell tudni fedni programmal.
- Szükséges egy egységes, de egyben népies megjelenés. Az államalapítást és az azóta eltelt magyar történelmi mérföldköveket megjelenítő dekorációs elem. Lehet tábla, bemutató baba, stb.. Mindenképpen a szélsőségtől mentes, pozitív képek kellene, amelyek lehetőleg erősítik a népi, hagyományőrző jelleget. Jó lenne, ha interaktív is tudna lenni!
- Érdemes megvizsgálni, hogy hogyan lehet egyszerre több korosztálynak is műsort, programot adni.

Vásárt érintő változások:

- Meg kell őrizni a népi kézműves vásár jelleget! Érthető a profit maximalizálás miatt befogadott „bóvli” műanyag termék árusítók szerepeltetése, de ez a hagyományokat feleleveníteni hivatott Hídivásár szelleméről szubjektív megítélésem szerint nagyon messze áll! Ezen termékek árusítására, és az esetlegesen kimaradó bevételeket más eseményen lehet realizálni
- Catering esetében is erőltetni kell a népi hagyományőrző vonalat, és az egységhez leülő részek kellene

HÍDIVÁSÁR: Változási fókuszok

Egyéb:

- Célszerű a 08.20-at aktívan meglovagolni, és ezt marketingben is hirdetni (pl.: A Hortobágyon a tűzijáték bárholnan látható).
- Akár egy „István a király” előadást is célszerű újra gondolni, és a Vojtinával, vagy más társulattal előadni a rendelkezésre álló óriás téren.
- A területnek egységesebb arcot kell adni – dekor terén, de a vásárosok vonatkozásában is!
- Minden sor végét zárni kell, ahova Hortobágyhoz és 08.20-hoz köthető népi elemeket kell elhelyezni (térplasztika, egy-egy régi eszköz, szekér, ló makett, stb.)
- Állatsimogató őshonos állatokkal (akár fizetős is lehet)
- Korábbi korok viseletébe öltözött animátorok is sétálhatnak a sorok között
- Saját húzós kiskocsik béreltetése
- Árnyékolók kihelyezése
- Parkoltatás fejlesztése, új parkoló zónák bevonása (pl.: irányító táblák, megtelt táblák, stb, ami segít a gyors parkolásban)

HELYI VÁSÁR FENNTARTÁSA, ÚJ VÁSÁROK LÉTREHOZÁSA : Változási fókuszok

- 2024 esetében a bérleti díj emelése jelentős zúgolódást okozott. Nemhogy az emelés, de jelen esetben a díjak megtartása is kihívásnak tűnik – ezért mindenképpen valami juttatást kell kitalálni számukra. Érdekessé/=érdekeltté kell tenni őket, hogy maradjanak! A fejlesztés az, ha maradnak!
 - Lépcsős rendszerű díj fizetés (pl.: aki egyben fizet kedvezményt kap, aki 2 részletben kisebb kedvezményt, aki pedig havonta szeretne fizetni, az summában többet fizet)
 - Az időközbeni vásárookra ne kelljen külön még helypénzt fizetniük, sőt, akár egy 3,0m hosszú extra helyre is kitelepülhetnek
 - Orvosolni kell a faházak minőségi problémáit, gyorsabb reagálások kellenek
 - A kitelepülés esetében a reális kéréseket lehetőleg teljesíteni

Új vásárok létrehozása:

A,

- Érdemes átgondolni, hogy havi 1 alkalommal szombati vásárokat lehet létrehozni, ahol a „zsibis/bóvli” áruk kapnak helyet
- Catering esetében egyszerű, fast food települ csak ki

B,

- Fel kell keresni a releváns iparkamarákat, egyesületeket, és a vásárteret ki kell ajánlani számukra, mint felületet a saját találkozóikra, vásárjaikra
- Normál, területbérleti konstrukció, ahol a területet adjuk, a szervezés rajtuk áll (mosdó bevétel természetesen a miénk, eszközöket tőlünk bérelhetnek, stb.)

MEGLÉVŐ ESZKÖZPARK BÉRBEADÁSA: Változási fókuszok

- Hortobágy alapvetően jó és új rendezvény eszközparkkal rendelkezik
 - Elsőként meg kell határozni, hogy mit mennyiért lehet béreltetni (megtörtént a javaslat)
 - Létre kell hozni a raktárfolyamatokat, a béreltetés szabályozási folyamatát.
 - Elő kell teremteni a béreltetéshez szükséges infrastrukturális feltételeket (raktár, felcímkézések, árumozgatáshoz szükséges eszközök, szállító jármű, karbantartáshoz eszközök, stb.)
 - Meg kell határozni a szervezeti keretet, ami kezeli és koordinálja az egész béreltetést (szerencsés, ha nem az Önkormányzat, hanem valamelyik szervezet az)
 - Létre kell hozni egy felületet (honlapot), ahol az emberek találkozhatnak velük (eszköz, ár, stb.)
 - Hogyan termelhet nyereséget?:
 - Egyrésztől használni kell, és minél hatékonyabban saját célokra
 - Ki kell ajánlani a régióban a rendezvény szervezők, más eszközbérlők, technikai szolgáltatók, stb. felé (részben elindultak a kapcsolatfelvételek, puhatolózás)
- Problémát okozhat, hogy a szállítási díjat érvényesítenünk kell tudni a bérleti árak mellé

ÚJABB KISEBB ESEMÉNY(EK) MEGALKOTÁSA: Változási fókuszok

A célkeresztbe több kisebb esemény is fókuszba került:

- Péntek esti hortobágyi vízparti koncertek:
 - Megcélzott közeg a Debreceni Egyetem külföldi hallgatói
 - Igényes zenére vágyó fiatalok
- Gyerekprogramok a vízi színpadon:
 - A fiatal, gyermekes szülőket célzó mini kulturális programok (bábszínház, színi előadás, stb.)
 - Pár órás egyszerű szombati program a családnak
 - Kicsivel kezdünk, és fejlődünk nagyobb volumen felé
- Jeles naptári napok aktivitásai:
 - A jelesebb eseményekhez igyekszünk olyan mini, fency aktivitásokat kitalálni, amik esetleg vonzóak lehetnek a szélesebb vonzási körzetnek is
- Sikeres pályázat esetén a Rendőrségi épületben egy nagyobb rendezvény tér, és 2 kisebb szekció terem létrehozása
 - Helyi zártterű események lebonyolítására
 - Kiajánlható a vármegyében tevékenykedő cégek felé csapatépítő tréningekre, zártkörű megbeszélésekre, stb.
- Out of Box ötletek:
 - Szalonnasütő fesztivál, slambuc főző fesztivál, vagy bármi, ami érdekes lehet és új
 - Kézműves táborok, alkotó műhelyek
 - Futóversenyek, kritérium versenyek, stb.
 - Autós találkozók
 - Extrém sport fesztivál
 - Stb.

ÚJ NAGYOBB ESEMÉNY(EK) MEGALKOTÁSA: Változási fókuszok



Első a sorban a végtelen fesztivál

- 2025 évben június 20-21. napjain tervezzük megrendezni az első Végtelen Fesztivált
- Hagyományőrző népzenei, népművészeti, népi hangszerkészítői fókuszokkal rendelkező esemény, amelyen 2 kisebb és egy nagyobb színpad ad helyet a kulturális programoknak.
- Alapvetően néptánc és népzenei kultúrprogramok, versenyek lebonyolítása adja a gerincét az esemény nappali programjának. Ezt egészíti ki neves hazai hangszerkészítők bemutatója és látványműhelye.
- A programot a gyermekek, és fiatal felnőttek számára is érdekessé kívánjuk tenni olyan betét előadásokkal, amelyek lekötik figyelmüket, bevonódhatnak, és interakcióba kerülhetnek a művészekkel és a műsorral.
- A délutáni és esti programok vonatkozásában olyan folklór-, világzenei-, illetve hagyományőrző és kortárs zenei előadókat, színházi társulatokat hívunk és várunk, akik képesek a múltat megjeleníteni, megszólaltatni a jelenben érthető, a fiatalok számára is befogadható módon. Képesek tágítani a határokat annak érdekében, hogy a gyökereinkből táplálkozva kirajzolódjon az, hogy a jövőben is van helye a hagyományainknak.