

# KOVÁCS BALÁZS

a Magyar Turisztikai Ügynökség ausztriai külképviseletének vezetője 2016 végéig

VÉRBELI STRATÉGA ÉS DIPLOMATA EGY SZEMÉLYBEN, A NEHÉZ HELYZETEKET IS ELEGÁNSAN ÁTFORDÍTJA. VALLJA, A SIKEREK AKKOR ISMÉTLŐDNEK, HA HOSSZÚ TÁVÚ KONCEPCIÓ ÁLL MÖGÖTTÜK.

## SZAKMAI ÉLETÚTJA:

Miniszterelnöki Hivatal, kormánytanácsadó; Budapesti Corvinus Egyetem / Károly Róbert Főiskola, szemináriumvezető, oktató; ÖTM Turisztikai Szakállamtitkárság, vezető tanácsos; MT Zrt., később MTÜ, ausztriai külképviselet-vezető; Corps Touristique Austria, alelnök.

**N**em mindennapi elhivatottságról tesz tanúbizonyságot Kovács Balázs, akinek vezetésével erős évet zárt a Magyar Turisztikai Ügynökség (MTÜ) bécsi képviselete, jóllehet nem könnyű esztendő van mögöttük. 2015 utolsó és 2016 első hónapjaiban a migrációs válság jelentős vendégforgalom-csökkenést hozott Ausztriából. Az első fél év forgalomélénkítő kampányainak köszönhetően Hévízen már vastagon kétszámjegyű a 2016-os bővülés, Debrecen környékén pedig közel 50 százalékos, köszönhetően annak is, hogy itt tartotta előző közgyűlését az osztrák utazási irodák szövetsége.

Az év végével bezárt külképviselet éves szinten átlagosan 140-150 akciót valósított meg, amelyek évente mintegy egymillió euró hírértékű megjelenést generáltak. Ausztria lakosságához viszonyítva fajlagosan a legnagyobb turisztikai forráspiacunk, csaknem 8 millió lakosra vetítve minden tizedik emberre jut egy magyarországi vendégéjszaka. Ez arányaiban olyan, mintha Oroszországból 14 millió, vagy Amerikából 32 millió vendégéjszakánk lenne. Ausztria az egyik legmegbízhatóbb küldőpiac, amely a válságos években is nőtt, ugyanakkor a leghálásabb is: a kampányok gyakorlatilag szinte azonnali és látványos eredményt és megtérülést hoznak. 2015-ben 170 milliárd forintot költöttek az osztrákok Ma-

gyarországon, ami három év alatt 70 százalékkal nőtt. Az osztrák vendégek csak a forgalmi adón keresztül napi (!) 80 millió forintot „fizetnek be” a hazai költségvetésbe.

A Kovács Balázs által vezetett turisztikai képviselet igen innovatív volt, számos új ötletet és módszert kipróbáltak. Ilyenek a sikeres üzleti fórumok, a „Rot-Weiss-Rot in Ungarn” diaszpóratourizmus mozgalom, egyéb kapcsolatmarketing-akciók, vagy a testre szabott signature eventek. Ez utóbbi 2016-ban a kultikus osztrák–magyar Eb-fordulóhoz kötődött.

„A jó munka jutalma, hogy elvégezhettük, s köszönet érte mindenkinek aki részt vett benne” – vallja Kovács Balázs, akinek számos ötlete van az új típusú marketingmunkához. A neuromarketing és a VR (virtual reality) eszköztárának elterjesztése és a prémium szegmens megnyerése izgalmas marketinges feladat. Sister City „hadművelet” jegyében Budapestet és Bécs kooperációját kívánna a Duna mentén szorosabbra fűzni. Ezáltal jelentős számú japán, kínai, arab vendéget is nyerhetne a két város, illetve a közlekedési kapacitás is bővíthet a 2024-es budapesti olimpiához.

A szakember vallja, hogy egy külképviseletnek sok hangszeren kell játszania, legalább 10 alapfunkciót látnak el, amelyből több, bár fontos, láthatatlan a nyilvánosság számára. Az osztrák autókлуб (ÖAMTC) pl. 2016-os éves beszámolójában dicsérte az MTÜ csapatával összehangolt profi



„Az állam számára nem ismerek gyorsabban megtérülő és jobb üzletet, mint a nemzetközi turizmusmarketingbe való befektetés.”

tájékoztatási munkát, így a főszezonban összefogással jelentősen oldották a határ menti torlódásokat. Ausztriában a turisztikai külképviseletek fontos „intézmények”, amelyeket a partnerek komolyan vesznek. Összesen több mint 30 ország tart fent nemzeti turisztikai képviseletet, egyesületük, a Corps Touristique Austria fontos lobbiszervezet. Kovács Balázst 2016-ban harmadszorra szavazták be az elnökségbe, s évek óta stabil szereplő az ausztriai turizmust meghatározó személyek „faktumlistáján” is. Hosszútávú alkat, aki a stratégiai tervezésben és a következetességben hisz.

Kétgyermekes édesapa, gyermekei és felesége is aktív „turizmusnagykövetek”, hiszen a bécsi iskolai osztálytársak és a barátok körében nem akad olyan, aki nem járt volna a közelmúltban hazánkban, vagy éppen ne tervezne magyarországi utat. ❖

- 1 **MI A LEGINKÁBB VÁGYOTT ÚTI CÉLJA?**  
Számomra a Velencei-tó képviseli a nyaralás „boldogságpillanatait”.
- 2 **HOGYAN TARTJA MAGÁT FITTEN?**  
Úszás és rendszeres runkeeper-futás a bécsi Türkenschanzparkban.
- 3 **LEGNAGYOBB KULTURÁLIS ÉLMÉNYE 2016-BAN?**  
A diplomáciai karral az alsó-ausztriai Badenben együtt nézett osztrák–magyar Eb-meccs kísérőprogramja.

Született: 1975, Budapest • Család: házas, két gyermeke van (Emese, Álmos) • Eredeti szakmája: okl. közgazdász  
Első munkahelye: Budapest Hilton Hotel • Jelenlegi munkahelyén dolgozik: 2008-tól 2016 végéig

A TURIZMUS.COM OLVASÓJA:  IGEN  NEM