



TÁRKI elemzések

2000

---

**Tavaszi Fesztivál**

**A tanulmányt készítette: Csizér Kata**

Társadalomkutatási Intézet Rt.  
TÁRKI  
Budapest, XI. Budaörsi út 45.  
Tel.: 309-7676  
Fax: 309-7666  
E-mail: [tarki@tarki.hu](mailto:tarki@tarki.hu)  
Internet: [www.tarki.hu](http://www.tarki.hu)

## TARTALOM

<b>1. A FŐBB EREDMÉNYEK ISMERTETÉSE</b>	<b>4</b>
<b>2. MINTA KÉSZÍTÉS</b>	<b>6</b>
<b>3. A KÜLFÖLDIEK ÉS A TAVASZI FESZTIVÁL</b>	<b>8</b>
<b>4. A KÜLFÖLDIEK ARÁNYA A FESZTIVÁL PROGRAMJAIN</b>	<b>9</b>
<b>5. A KÜLFÖLDIEK JELLEMZÉSE</b>	<b>11</b>
<b>6. A NÉZŐKÖZÖNSÉG ÖSSZETÉTELÉNEK FŐBB ISMÉRVEI</b>	<b>13</b>
<b>7. A MÉDIUMOK SZEREPE A TÁJÉKOZÓDÁSBAN</b>	<b>14</b>
<i>KÜLÖNBSEGEK AZ ŐSZI ÉS A TAVASZI FESZTIVÁL KÖZÖTT</i>	<i>14</i>
<i>KÜLÖNBSEGEK A MAGYARORSZÁGON ÉLŐK ÉS A KÜLFÖLDRŐL ÉRKEZŐK KÖZÖTT</i>	<i>16</i>
<b>8. REKLÁMKAMPÁNY</b>	<b>17</b>
<b>9. JEGYVÁSÁRLÁSI HAJLANDÓSÁG</b>	<b>18</b>
<b>10. A KULTURÁLIS SZOKÁSOK VIZSGÁLATA</b>	<b>20</b>
<i>A VISSZATÉRŐ VENDÉGEK</i>	<i>21</i>

## 1. A FŐBB EREDMÉNYEK ISMERTETÉSE

1. A Fesztivál közönsége szerint a Tavaszi Fesztivál olyan esemény, amely külföldieket vonz Magyarországra, és erősíti országunk pozitív imázsát. A látogatók azonban nem gondolják, hogy a Fesztivál kizárólag a külföldiek számára rendezett „kirakat esemény”; a rendezvény legalább annyira szól a magyaroknak, mint a külföldieknek.
2. A Tavaszi Fesztivál közönségének 60%-a Budapestről érkezett. A külföldiek aránya a közönség soraiban 30%, amelyből 6% a Budapesten élő külföldiek és 2% a külföldön élő magyarok aránya. Minden tizedik vendég érkezett vidékről.
3. A külföldiek közül legtöbben (68%) valamely nyugat-európai országból látogattak hazánkba. Ezen belül Németországból érkeztek a legtöbben (27%). A nyugat-európai országok között említésre érdemes az Egyesült Királyság (9%), Ausztria (4%), Franciaország (3%). Minden negyedik külföldi nem Európából jött: legtöbben Észak-Amerikából (16%) és Japánból (4%).
4. A külföldről érkezettek átlagban 8 éjszakát töltenek Magyarországon, ez kicsit alacsonyabb, azok körében, akik csak a Fesztivál miatt jöttek Magyarországra (7 éjszaka) és magasabb azok között, akik elsősorban más ok miatt látogatott Magyarországra (9 éjszaka).
5. A külföldiek magyarországi tartózkodásuk alatt szállásra, éjszakánként és személyenként átlagban 15000 forintot fizettek ki. Egy nap Magyarországon körülbelül 21000 forintot költöttek.
6. A külföldről érkezettek között az átlagnál több az idősebb korosztályhoz (60 évesnél idősebb) tartozók aránya, illetve az átlagnál kevesebben vannak a fiatalok (29 évesnél fiatalabb). Emiatt a nyugdíjasok aránya is magasabb az átlagnál a külföldiek körében, illetve kevesebb a külföldi diák.
7. A tájékoztatásban a műsorfüzetnek volt a legnagyobb szerepe, a megkérdezettek 31% innen értesült a programról. Ezért kiemelkedően fontos, hogy a műsorfüzet esztétikus és jól használható legyen, továbbá tartalmazza a Fesztivál összes programját. Ezután következtek a „*valaki ajánlotta/valahol ajánlották*” típusú válaszok, 29% említette ezt a kategóriát. Az ajánláson a magyarok esetében barátot/családtagot kell érteni, míg a külföldiek esetében ez utazási irodát illetve a szálláshelyen való ajánlást jelentett.

8. A Magyarországról érkező vendégek közel harmada (28%) kevesellte a Fesztivállal kapcsolatos reklámot. A külföldről érkezettek harmada vagy a „*nem tudom*” kategóriát (20%) választotta, vagy egyáltalán nem látott Tavaszi Fesztivállal kapcsolatos reklámot (13%).
9. A vendégek átlagban 3000 forintot fizetnének ki a Fesztivál valamelyik programjára szóló jegyért. A magyarok kicsit kevesebb, mint 2000 forintot áldoznának egy jegyre függetlenül attól, hogy Budapesten vagy vidéken élnek. A Magyarországon élő külföldiek átlagban 4000 forintot adnának egy jegyért, míg a külföldről érkezettek akár 7000 forintot is kifizetnének egyetlen jegyért. Legtöbbet egy Operaházba szóló jegyért fizetnének ki a megkérdezettek. A külföldiek akár 10000 forintot is, míg a magyarok 3500 forintot.
10. A látogatók kétharmada (65%) visszatérő vendég. A külföldről érkezők között minden negyedik vendég már korábban is résztvett a Tavaszi Fesztivál valamelyik programján.
11. A magyarországi látogatók döntő többsége (90% felett) tervezi, hogy jövőre is eljön a Fesztiválra. Míg a külföldiek kétharmada is így tervezi.

## 2. MINTA KÉSZÍTÉS

A Budapesti Fesztiválközpont Kht. megrendelésére a TÁRKI Rt. kérdőíves adatfelvételt végzett a Tavaszi Fesztivál közönségének körében 2000. március 16-a és április 2-a között.

A Tavaszi Fesztivál kutatáshoz arányosan kiválasztott véletlen mintát terveztünk. A kiválasztott helyszíneken annyi embert kérdeztünk meg, hogy az arányban legyen az adott programot meglátogatók összlétszámával. A következő táblázat tartalmazza a megvalósult minta megoszlását.

### 1. táblázat

#### A minta megoszlása helyszínek szerint

Kérdezés helye	Abszolút szám	Százalék
Bp-i Kong.Központ	102	6,6
Zeneakadémia	246	16,0
Operaház	166	10,8
Erkel Színház	209	13,6
Thália Színház	182	11,8
Vigadó/Kamara Pódium	82	5,3
Madách Színház	78	5,1
Templomi koncert	49	3,2
kiállítás	188	12,2
utcai rendezvény	68	4,4
egyéb helyszín	172	11,2
összesen	1542	100,0

Mivel a kutatás egyik legfontosabb célja az volt, hogy információt gyűjtsön a külföldiekről, a kérdőív három nyelven készült el, és így a kérdezés is három nyelven zajlott: magyarul, angolul és németül. Az alábbi táblázat tartalmazza a különböző nyelvek eloszlását a kérdezés során. A legtöbb interjú magyar nyelven folyt, ezután következett az angol nyelv, majd a német.

**2. táblázat****Az interjúk megoszlása nyelvek szerint**

Kérdezés nyelve	Abszolút szám	Százalék
magyar	1128	73,2
angol	324	21
német	89	5,8

Az egyes helyszíneken a megkérdezettek kiválasztása véletlenszerűen történt. A sikertelen interjúk számát a kérdezők feljegyezték. Az 1542 sikeres interjúra 620 sikertelen jutott. A sikertelen interjúk 28%-a nyelvi probléma miatt nem készülhetett el. Ilyenkor vagy a külföldi kérdezett nem tudott sem angolul sem németül, vagy a két nyelv közül azt beszélte, amelyiket az interjú készítője nem beszélte. (Nem mindegyik kérdező beszélt angolul és németül is).

A kérdezéssel kapcsolatos egyéb technikai részletet, illetve a változók megoszlását, továbbá a kérdőívet a dokumentum kötet tartalmazza.

A tanulmányban előre vesszük azokat a fejezeteket, amelyek kizárólag a külföldiekkel foglalkoznak. A tanulmány második fele foglalkozik a Fesztivállal kapcsolatos általános kérdésekkel (nézőközönség összetétele a demográfiai változók szerint, a reklámkampány és a programajánlat megítélése, kulturális szokások...). Ahol releváns mindig közölni fogjuk a külföldiek és magyarok összehasonlítását bemutató adatokat is.

### 3. A KÜLFÖLDIEK ÉS A TAVASZI FESZTIVÁL

A Budapesti Fesztiválközpont Kht. által rendezett Tavaszi Fesztiválnak egyik célkitűzése, hogy külföldieket vonzzon Magyarországra a turista szezon kezdete előtt. A külföldiek számszerű becslése mellett a kérdőív tartalmazott egy kérdéssort, amely azt szándékozta kideríteni, hogy a Fesztivál közönségének mi a véleménye a külföldiek és a Fesztivál kapcsolatáról. A következő állításokról kellett a kérdezetteknek eldönteniük, hogy egyetértenek velük vagy nem:

1. A Tavaszi Fesztivál jó alkalom arra, hogy külföldieket vonzzon Magyarországra.
2. A Tavaszi Fesztivál Magyarország jó hírét kelti a világban.
3. A Fesztivál programjai alkalmasak arra, hogy mind a magyar, mind a külföldi nézők számára tartalmas kikapcsolódást jelentsenek.
4. A Tavaszi Fesztivál programjaira látogató külföldiek elősegítik, hogy Magyarország egyre jobban bekapcsolódjon Európa kulturális életébe.
5. A Fesztivál elsősorban a külföldi nézőket csalogató programokat kínál.
6. A külföldi nézők mellett háttérbe szorulnak a magyar nézők.

Az első négy kérdéssel a megkérdezettek döntő többsége (több mint 90%-a) egyetértett, bár negyedik kérdésnél a „*nem tudommal*” válaszolók aránya 10% körüli. Az 5. és 6. kérdéssel 19% illetve 14% értett csak egyet. Azok közül, akik ezzel az utóbbi kérdéssel egyetértettek nagyon sokan (külföldiek és magyarok egyaránt) mondták, hogy a magas jegyárak miatt szorulnak háttérbe a magyarok.

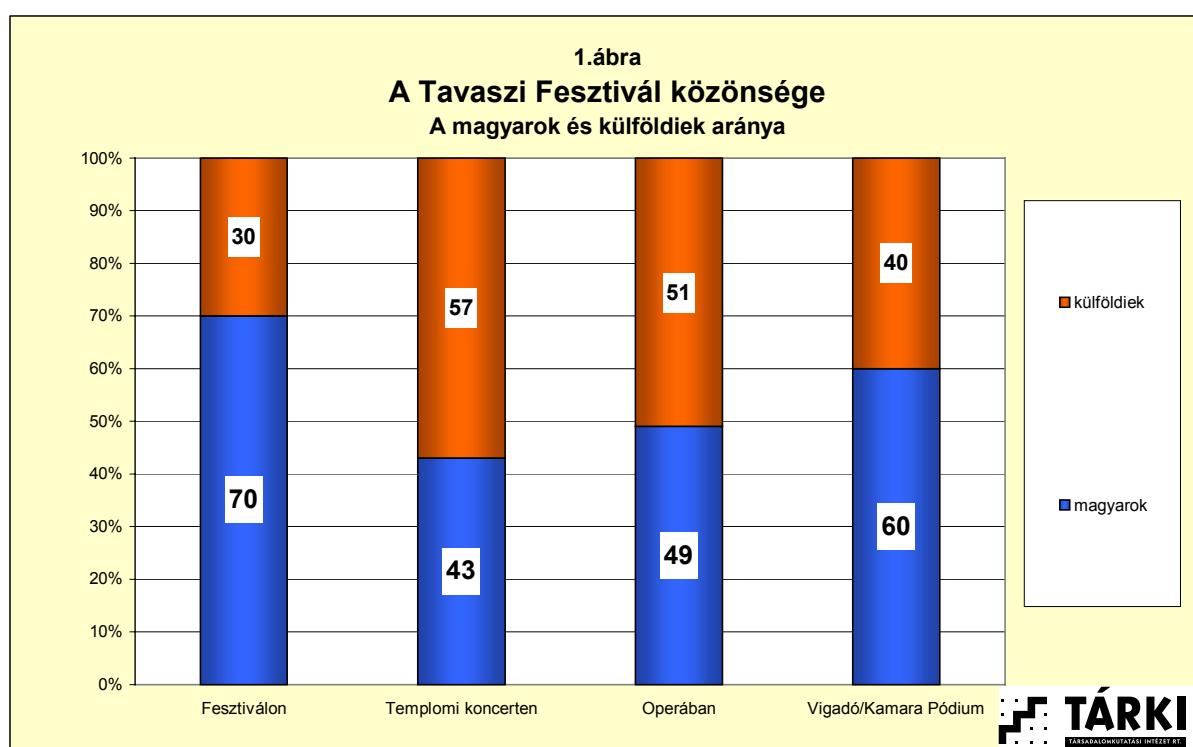
Ezek az eredmények azt mutatják, hogy a megkérdezettek tudják, hogy a Fesztiválnak fontos szerepe van/lehet a hazánkba látogató turisták számának növelésében, illetve az ország pozitív imázsának a kialakításában, de nem gondolják, hogy a Fesztivál kizárólag a külföldiek számára rendezett „kirakat esemény”; a rendezvény legalább annyira szól a magyaroknak, mint a külföldieknek.



## 4. A KÜLFÖLDIEK ARÁNYA A FESZTIVÁL PROGRAMJAIN

A kutatás legfontosabb célja, hogy számszerűsítse a külföldiek jelenlétét a Tavaszi Fesztiválon.

A mintában **a megkérdezettek 30%-a volt külföldi**<sup>1</sup>. A következő ábra tartalmazza a magyarok és a külföldiek arányát a Fesztiválon, illetve azon a három helyszínen, ahol a legmagasabb volt a külföldiek aránya: a Mátyás templomi koncerten, az Operaházban illetve a Vigadóban/Korona Pódiumon.



A külföldiek és a magyarok csoportját tovább lehet bontani, aszerint, hogy honnan érkeztek a Fesztivál rendezvényére, és magyar vagy nem magyar a nemzetiségük.

Valójában a látogatókat hat csoportba oszthatjuk: Budapest vagy Budapest környékéről érkező magyarok és külföldiek. Vidékről érkező magyarok és külföldiek, valamint külföldről érkező magyar illetve nem magyar anyanyelvűek. Az alábbi

<sup>1</sup> A kiesettek között (válaszmegtagadás, nyelvi probléma) a külföldiek aránya szintén körülbelül 30%-nyi volt.

táblázat mutatja, hogyan alakult ennek a hat csoportnak a megoszlása a Fesztivál közönségének körében.

**3. táblázat**  
**A közönség megoszlása**

Honnan érkezett Ön?	A kérdezett nemzetisége <sup>2</sup>	
	Magyar (%)	Nem magyar (%)
Budapest és környéke	60	6
Vidékről	10	— <sup>3</sup>
Külföldről	2	22

A Fesztivál közönségének két legjellemzőbb szegmense, a Budapestről és környékéről érkező magyarok csoportja (60%), illetve a külföldről érkezett nem magyar anyanyelvűek (22%). Ezek után következnek a vidékről érkező magyarok: csupán minden tizedik látogató érkezik vidékről. A vidékről érkező külföldiek, illetve a külföldről érkező magyar anyanyelvűek aránya elhanyagolható a közönség soraiban. Ez utóbbi tény azért is meglepő, mert azt hihetnénk, hogy külföldről érkező magyaroknak külön vonzerőt jelenthet, hogy a Fesztivál ideje alatt látogassanak haza.

---

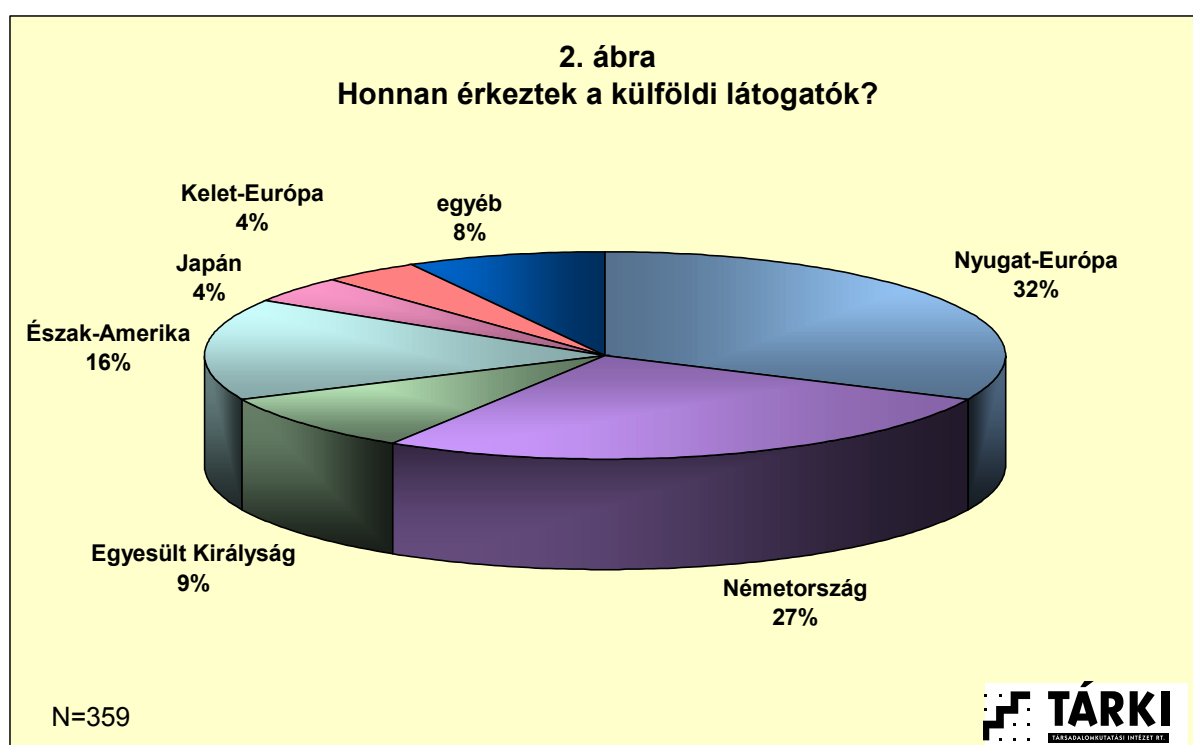
<sup>2</sup> A nemzetiségre az interjú nyelvéből következettünk.

<sup>3</sup> Ebbe csoportban csak néhány ember tartozik, százalékban kifejezve kevesebb, mint 1%-nyi.

## 5. A KÜLFÖLDIEK JELLEMZÉSE

Azon túl, hogy megbecsüljük a külföldiek arányát, a következő kutatási kérdésekre adnak választ az adatok: honnan érkeztek a külföldiek, milyen programokat látogattak meg, hogyan szervezték meg utazásukat Magyarországra, mennyi időt töltenek itt, körülbelül mennyit költenek.

A következő ábra illusztrálja, hogy honnan érkeztek a külföldiek a Tavaszi Fesztiválra.



A külföldiek közül legtöbben (68%) valamely nyugat-európai országból látogattak hazánkba. Németországot külön jeleztük az ábrán, mert innen érkeztek a legtöbben (27%). A nyugat-európai országok között említésre érdemes az Egyesült Királyság (9%), Ausztria (4%), Franciaország (3%). Minden negyedik külföldről érkezett nem Európából jött. 16% érkezett Észak-Amerikából és 4% Japánból. Az egyéb országok között található Izrael, Ausztrália, illetve Dél-Amerika és Ázsia egyes országai.

A külföldről érkezettek 39%-a kifejezetten a Tavaszi Fesztivál miatt utazott Magyarországra. A 61%-uk valami más okból jött Magyarországra, de a hasznost összekötötte a kellemessel és meglátogatta Tavaszi Fesztivál valamelyik programját.

Ha összevetjük azt, hogy honnan érkezett a látogató, és hogy kizárólag a Fesztivál miatt jött-e Magyarországra, azt tapasztaljuk, hogy a Németországból érkezettek között az átlagnál többen vannak olyanok, akik a Fesztivál miatt jöttek Magyarországra. Míg a tengerentúlról (Észak-Amerika, Japán) érkezettek között az átlagnál kevesebben vannak, akik kizárólag a Fesztivál miatt jöttek Magyarországra. Ezen nem csodálkozhatunk, hiszen a tengerentúlról érkezőknek sokkal nagyobb befektetést jelent Magyarországra utazni, nem jöhettek kizárólag a Fesztivál miatt Magyarországra.

*A külföldről érkezettek átlagban 8 éjszakát töltenek Magyarországon, ez kicsit alacsonyabb, azok körében, akik csak a Fesztivál miatt jöttek Magyarországra (7 éjszaka) és akik elsősorban más ok miatt látogattak Magyarországra (9 éjszaka).<sup>4</sup>*

*Megkérdeztük a külföldiektől, hogy mennyit költenek szállásra, illetve összesen mennyit költenek egy nap Magyarországon. Szállásra éjszakánként, személyenként megközelítően 15000 forintot fizettek ki. Egy nap Magyarországon körülbelül 21000 forintot költenek.*

Magyarországi utazásukat a külföldiek fele (50%) saját maga szervezte meg. Csak harmaduk (32%) jött utazási irodával. Összefüggést mutat, az utazás megszervezése és az utazás célja: akik kizárólag a Fesztivál miatt jöttek Magyarországra, azok az átlagnál nagyobb arányban (44%) vették igénybe utazási irodák szolgáltatásait, ellenben azok, akik más okból érkeztek Magyarországra, de azért a Fesztivál programjait is meglátogatták, inkább saját maguk szervezték meg az útjukat.

Nincs egyetlen jellemző válasz arra, hogy kivel érkeztek Magyarországra a külföldi vendégek. Három körülbelül egyenlő nagyságú (28-31%-nyi) csoportot találtunk: egyharmaduk jött egyedül, egyharmaduk jött barátokkal és egyharmaduk jött családtaggal. A vidékről érkezett magyarokéhoz hasonlítva egyetlen különbség látszik: a magyaroknak csak 20%-a jött egyedül.

---

<sup>4</sup> A vidékről érkezettek átlagban csupán egy éjszakát töltenek Budapesten.

## 6. A NÉZŐKÖZÖNSÉG ÖSSZETÉTELÉNEK FŐBB ISMÉRVEI

A közönség demográfiai összetételének elemzésekor jelentős különbségeket találtunk a Magyarországról és a külföldről érkezettek között, ezért külön ismertetjük a két csoport eredményeit.

### 4. táblázat

#### A közönség megoszlása

A közönség összetétele	Honnan érkezett a kérdezett	
	Magyarország (%)	Külföld (%)
<b>Életkor</b>		
14-18 éves	5	0
19-29 éves	38	18
30-59 éves	44	50
60 évesnél idősebb	13	32
<b>Iskolai végzettség</b>		
nincs érettségije	7	4
érettségizett	31	25
felsőfokú végzettség	62	71
<b>Gazdasági aktivitás</b>		
dolgozik	61	64
nyugdíjas	12	25
tanuló	23	8
egyéb inaktív	4	3
<b>Foglalkozás</b>		
önálló, vállalkozó	8	9
vezető beosztású	15	18
szellemi foglalkozású	53	59
fizikai munkás	4	7
sohasem dolgozott	20	7

A főbb különbség abból adódik, hogy a külföldről érkezettek között az átlagnál több az idősebb korosztályhoz (60 évesnél idősebb) tartozók aránya, illetve az átlagnál kevesebben vannak a fiatalok (29 évesnél fiatalabb). Emiatt a nyugdíjasok aránya is magasabb az átlagnál a külföldiek körében, illetve az átlagnál kevesebben

vannak olyanok, akik sohasem dolgoztak, azaz diákok. A külföldi fiatalok, illetve diákok alacsony aránya a közönség körében természetesen azzal is magyarázható, hogy ők nem a Tavaszi Fesztiválra, hanem például a Diáksziget eseményeire érkeznek Magyarországra. Az adatok alapján azonban nem mondhatjuk, hogy a fiatalokat kevésbé érdekli ez a rendezvénysorozat, hiszen a Magyarországról érkezők majd egynegyede (23%) diák. A külföldi diákok / fiatalok alacsony aránya magyarázható gazdasági okokkal: nekik nincsenek meg azok az anyagi forrásaik, amelyek lehetővé tennének egy magyarországi utazást. Esetleg a külföldi fiatalokhoz kevésbé jut el a Budapesti Tavaszi Fesztivál híre, mint a külföldön élő idősebb korosztályokhoz.

## 7. A MÉDIUMOK SZEREPE A TÁJÉKOZÓDÁSBAN

Először nézzük, melyek a legfontosabb információs források, amelyek alapján a Fesztivál programjára látogatók tájékozódnak.

A tájékoztatásban a műsorfüzetnek volt a legnagyobb szerepe, a megkérdezettek 31%-a innen tájékozódott a programról. Ezért kiemelkedően fontos, hogy a műsorfüzet esztétikus és jól használható legyen, továbbá tartalmazza a Fesztivál összes programját.

Ezután következtek a „*valaki ajánlotta/valahol ajánlották*” típusú válaszok, 29% említette ezt a kategóriát. Az ajánláson a magyarok esetében barátot/családtagot kell érteni, míg a külföldiek esetében ez utazási irodát illetve a szálláshelyen való ajánlást jelentett.

A(z) (országos) médiumokon (újság, plakát, Tv/rádió) keresztül való tájékozódást a megkérdezettek 29%-a említette.

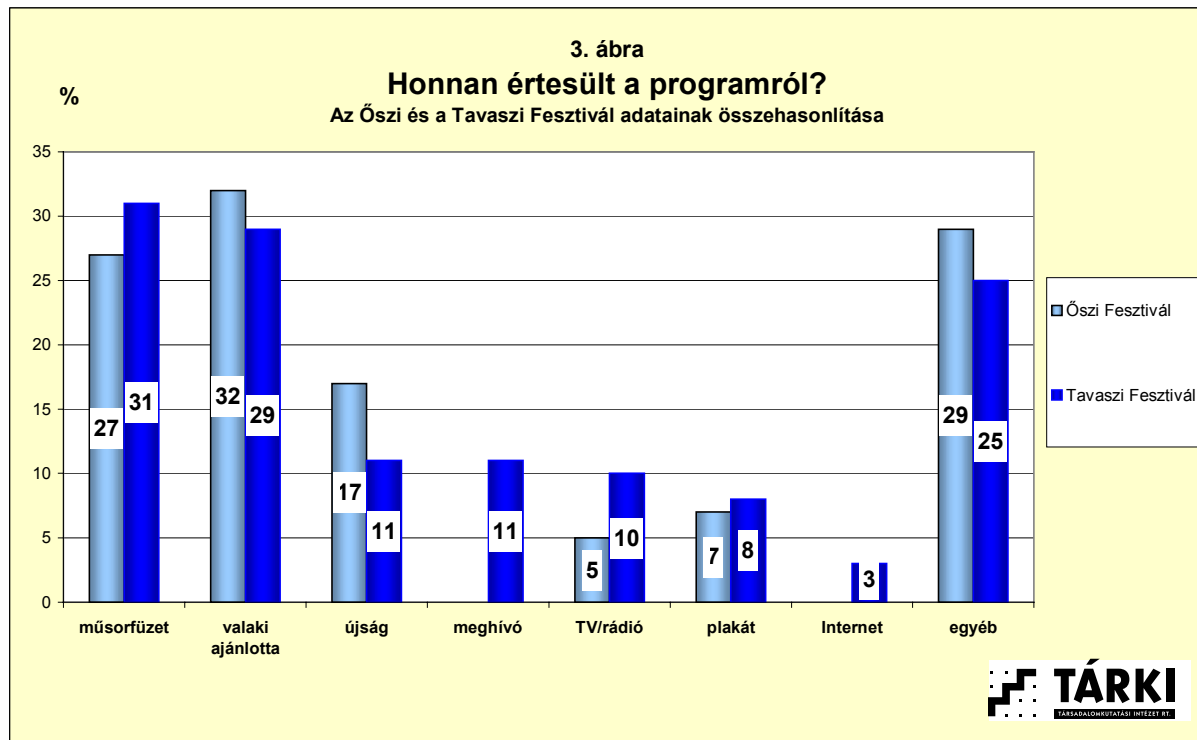
Minden tizedik megkérdezett látogató (11%) meghívóból értesült a programról.

Az Internet-en való tájékozódást csak 3% említette, de ez a csatorna így is nagyon fontos szerepet játszik, főleg a külföldiek tájékoztatásában.

## KÜLÖNBSÉGEK AZ ŐSZI ÉS A TAVASZI FESZTIVÁL KÖZÖTT

Az Őszi Fesztivál látogatói körében végzett kutatás során is feltettük azt a kérdést a vendégeknek, hogy honnan hallottak a meglátogatott programról, így

lehetőség nyílik arra, hogy összehasonlítsuk az eredményeket. Mivel a Tavasz Fesztivál esetében sokkal szélesebb körű a reklámkampány, azt vártuk, hogy jelentős eltérés lesz a két fesztivál között abban, hogy honnan értesültek az emberek a programokról. Bár vannak különbségek, de ezek nem igazán meghatározóak.



Mindkét fesztivál esetében a műsorfűzet és a valaki/valahol ajánlotta/ajánlották válaszok bizonyultak a legfontosabbnak.

Az ábrából látszik, hogy valójában a TV-ből, rádióból való tájékozódás megduplázódott a Tavasz Fesztivál esetében, 5%-ról 10%-ra nőtt, de még így is csak minden tizedik ember nyilatkozott úgy, hogy a TV-ből, rádióból hallott az adott programról.

Ezzel szemben azonban az újságból való tájékozódás majdnem harmadával csökkent (17%-ról 11%-ra) a Tavasz Fesztivál közönségének körében.

Mivel az Őszi Fesztivál eredményei nagyon sok egyéb választ is tartalmazott, a Tavasz Fesztivál kutatásban két új kategóriát is bevezettünk: a meghívót, és az Internetet. Azonban még mindig sem sikerült az egyéb válaszok arányát jelentősen csökkenteni.

## KÜLÖNBSÉGEK A MAGYARORSZÁGON ÉLŐK ÉS A KÜLFÖLDRŐL ÉRKEZŐK KÖZÖTT

Természetesen különbségeket találunk a tájékozódásban, attól függően, hogy honnan érkezett a vendég. Voltak olyan kategóriák, amelyek kizárólag a külföldi vendégek számára készültek, pl. *„utazási iroda ajánlotta /szálláshelyén ajánlották a programot”*. Illetve a Magyarországon elérhető információs forrásokhoz a külföldiek kevésbé tudják elérni. Ezeket a feltételezéseket az adatok (5. táblázat) igazolják.

Jelentős eltérés mutatkozott az Internet, mint információs forrás esetében: a hazánkban élők csupán 1%-a használta ki az Internet nyújtotta lehetőséget, míg a külföldiek 7%-a tette ezt.

A műsorfüzet esetében viszont nem volt különbség a megoszlások között, mind a magyarok, mind a külföldiek hozzájutottak a műsorfüzethez. A magyarországiak 31%-a, a külföldről érkezettek 33%-a a műsorfüzetből nézte ki a programot.

### 5. táblázat

#### Honnan értesültek a meglátogatott programról?

Honnan hallott a programról?	Honnan érkezett a kérdezett?	
	Magyarország (%)	Külföld (%)
Műsorfüzet	31	33
Utazási iroda/szállás ajánlotta	1	28
Máshol ajánlották	24	13
Újság	12	7
Plakát	9	6
TV/Rádió	12	3
Meghívó	13	4
Internet	1	7

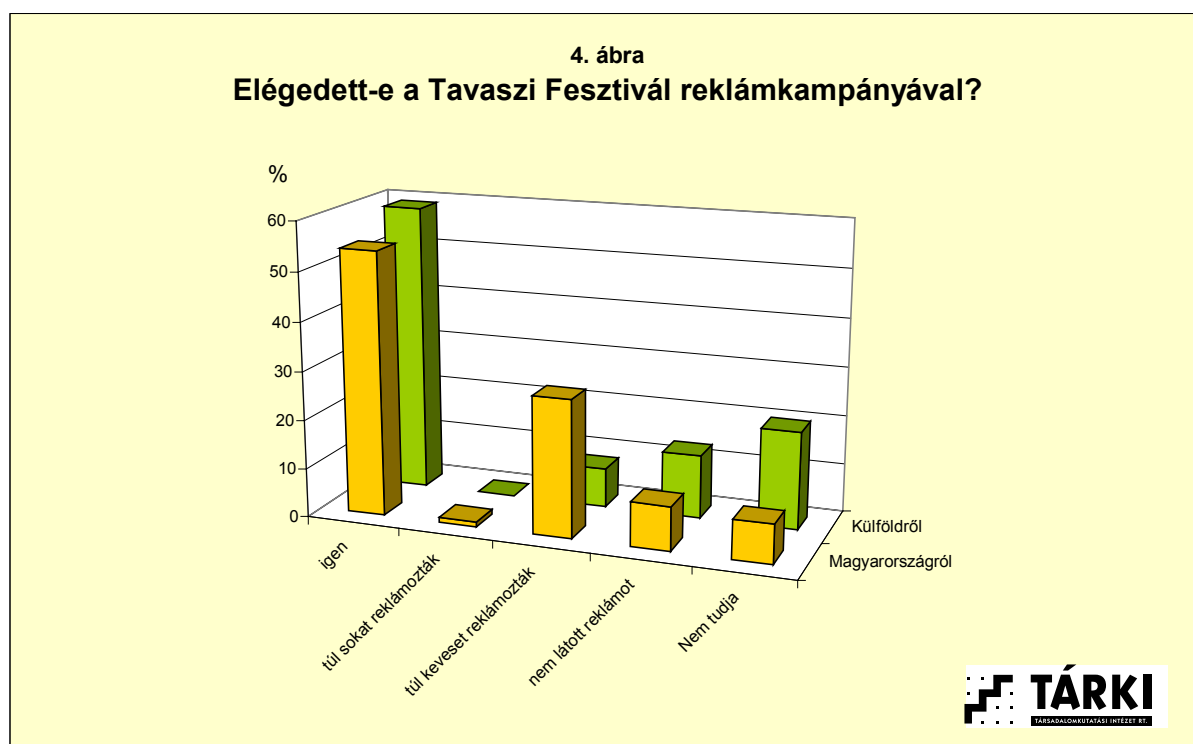


## 8. REKLÁMKAMPÁNY

A kérdőívben egyetlen kérdés vizsgálta, hogyan vélekednek a vendégek a reklámkampányról. A kérdés a következőképpen hangzott: *Elégedett-e Ön a Tavaszi Fesztivál reklámkampányával?* A kérdés zárt kérdés volt, öt válaszkategóriát tartalmazott:

1. Igen, elégedett.
2. Nem, mert túl sokat reklámozták a Fesztivált.
3. Nem, mert túl keveset reklámozták a Fesztivált.
4. Nem látott Tavaszi Fesztivállal kapcsolatos reklámot.
5. Nem tudja.

A válaszok megoszlását aszerint közöljük, hogy honnan érkezett a vendég.



A következő különbségeket olvashatjuk ki az ábrából: a magyarországi vendégek fele volt elégedett a reklámkampánnyal, a külföldiek között ez az arány 60%. **Magyarországról érkezett vendégek közel harmada (28%) viszont kevesellte a Fesztivállal kapcsolatos reklámot.** Ezt a két különbséget nem interpretálhatjuk úgy, hogy a külföldiek elégedettebbek a reklámmal, mert a külföldről

érkezettek harmada vagy a „*nem tudom*” kategóriát (20%) választotta, vagy egyáltalán nem látott Tavaszi Fesztivállal kapcsolatos reklámot (13%). A külföldiek közötti magas „*nem tudom*” válaszarány utalhat udvariasságra is: ezt tűnt számukra a legbiztosabb válasznak, hogy a magyarokat ne sértsék meg.

Ez a kutatás nem adott alkalmat arra, hogy a reklámkampány megítélését jobban körbe járjuk, ezért ezek az eredmények nem adnak választ arra, hogy a látogatók valójában azt gondolják, hogy a Tavaszi Fesztivált, mint eseménysorozatot kellene többet reklámozni, vagy a Fesztivált alkotó egyes programokat.

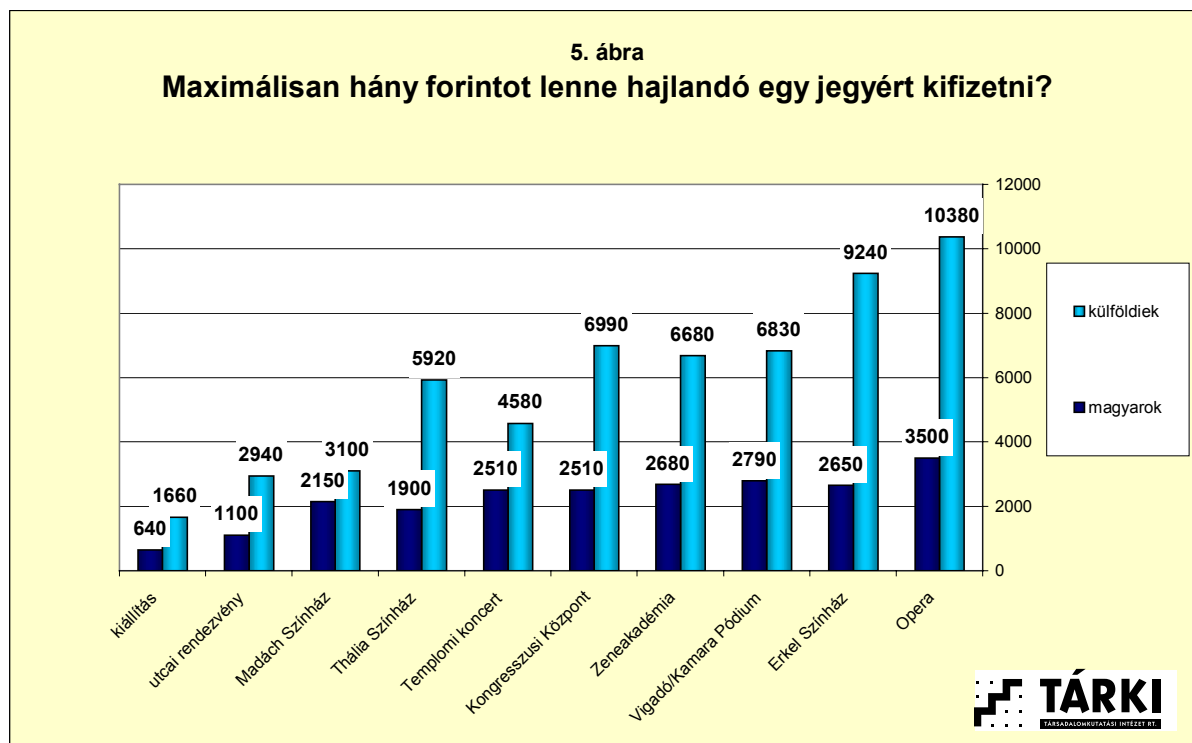
## 9. JEGYVÁSÁRLÁSI HAJLANDÓSÁG

**A vendégek átlagban 3000 forintot fizetnének ki a Fesztivál valamelyik programjára szóló jegyért.** Ezt az összeget azonban több tényező befolyásolja. Azt fogjuk megvizsgálni, hogy a külföldiek mennyivel többet fizetnének egy programért, illetve, hogy a különböző helyszíneken kínált programok között milyen eltérések tapasztalhatóak.

Nézzük először, hogy milyen különbségek tapasztalhatóak a magyarok és a külföldiek jegyvásárlási hajlandóságában. A magyarok kicsit kevesebb, mint 2000 forintot áldoznának egy jegyre függetlenül attól, hogy Budapesten vagy vidéken élnek.

A külföldiek esetében, azonban különbség van a Magyarországon élő külföldi és a külföldről érkezett között. A Magyarországon élő külföldiek átlagban 4000 forintot adnának egy jegyért, míg a külföldről érkezettek akár 7000 forintot is kifizetnének egyetlen jegyért. Ez az eredmény azt mutatja, hogy a hazánkban élő külföldiek jobban közelítenek a valóságos jegyárakhoz.

Nagy eltérések tapasztalhatók a jegyárakkal kapcsolatban, ha helyszínenként vizsgáljuk azokat, ezeket az eltéréseket illusztrálja a következő ábra.



Az ábrából leolvasható, hogy helyszínekre lebontva is igaz, hogy a külföldről érkezettek rendre többet fizetnének egy-egy jegyért. A különbség akár háromszoros is lehet, mint például az Operaház, az Erkel Színház vagy a Thália Színház esetében.

A Kongresszusi Központ, a Vigadó és a Zeneakadémia esetében a külföldiek kétszer annyit lennének hajlandóak fizetni egy jegyért.

A nagy eltérések természetesen abból adódnak, hogy a külföldiek a saját országukban jellemző jegyárakban gondolkodtak, ami viszont azt jelenti, hogy lehetséges, hogy részben azért jöttek Magyarországra, mert itt olcsóbbak a jegyek, és nem biztos, hogy ki is fizetnék a hazájukhoz hasonló magas jegyárakat Magyarországon is.

## 10. A KULTURÁLIS SZOKÁSOK VIZSGÁLATA

A kérdőív tartalmazott néhány kérdést, amelyek a Fesztiválra járók kulturális szokásait voltak hivatottak feltérképezni.

Egyik kutatási kérdésünk az volt, hogy a Tavaszi Fesztiválnak van-e aktivizáló hatása a lakosság körében, azaz az emberek gyakrabban járnak kulturális programokra a Fesztivál ideje alatt. Ennek a kérdésnek a megválaszolásához nézzük meg először azt, hogy a Fesztivál közönségének tagjai mit mondanak szabadidejükben milyen gyakran vesznek részt kulturális programokon.

### 6. táblázat

#### Milyen gyakran vesz részt kulturális eseményeken?

	Milyen gyakran vesz részt kulturális eseményeken? (%)
Nagyon gyakran	31
4	25
3	32
2	9
Nagyon ritkán	3

A válaszadók 90%-a hármas, vagy annál magasabb osztályzatot adott magának a képzeletbeli skálán, ami azt jelenti, hogy a látogatók szabadidejükben gyakran mennek kulturális programokra. Az, hogy csupán harmaduk választotta „*nagyon gyakran*” kategóriát az anyagi keretek szűkösségével magyarázható. Az adatok utalhatnak arra is, hogy azok is, akik nem járnak olyan gyakran színházba, hangversenyre a Fesztivál ideje alatt megpróbálnak egy-egy ilyen rendezvényre eljutni. (Ezzel az állítással némileg ellentmond az, hogy a látogatók nagy többsége (70%) más programokat is meglátogat a Fesztivál ideje alatt.)

A megkérdezettek 40%-a a Fesztivál ideje alatt a szokásosnál gyakrabban jár kulturális eseményekre, azonban a szabadidejükben ők is már eleve gyakran járnak ilyen programokra. Azaz, a Fesztivál aktivizáló szerepe csak azokra terjed ki, akikre igaz, hogy általában sok kulturális eseményen vesznek részt.

## A VISSZATÉRŐ VENDÉGEK

Megvizsgáltuk, hogy a látogatók között, hogyan alakul a visszatérő vendégek aránya, illetve kik azok, akik jövőre is el fognak jönni a Fesztiválra. A látogatók kétharmada (65%) visszatérő vendég: tavaly vagy korábban már résztvettek a Tavaszi Fesztivál valamely programján. A következő táblázat azt illusztrálja, hogy a látogatók mely szegmensében vannak legtöbben a visszatérő vendégek.

### 7. táblázat

#### Tavaly vagy korábban részt vett-e a Fesztivál valamely programján?

Látogatók csoportjai	Visszatérő vendégek (%)	Először járt a Fesztiválon (%)	Összesen (%)
Budapest/környéke – magyar N=900	83	17	100
Magyarországi külföldi N=96	45	55	100
Vidékről – magyar N=147	74	26	100
Külföldről N=353	23	77	100

A Budapestről vagy környékéről, illetve vidékről érkező magyarok érkező között dominálnak a visszatérő vendégek.

A Magyarországon élő külföldiek fele visszatérő vendég. Ez az alacsonyabb arány azzal (is) magyarázható, hogy ők kevesebb, mint egy éve/évet élnek/éltek Magyarországon.

A külföldről érkezők között minden negyedik vendég már korábban is vett részt Fesztivál programon.

A terveket illetően a csoportok sokkal inkább hasonlítanak egymáshoz. A Magyarországon lakók döntő többsége tervezi, hogy jövőre is eljön a Fesztiválra. Míg a külföldről érkezők kétharmada is ezt tervezi. (A 6. és 7. táblázat összehasonlításából azonban kiderül, hogy ezek a tervek nem mindig valósulnak meg.)

**8 táblázat****Tervezi-e, hogy jövőre meglátogatja a Fesztivált?**

<b>Látogatók csoportjai</b>	<b>Jövőre is jön (%)</b>	<b>Jövőre nem jön (%)</b>	<b>Összesen (%)</b>
Budapest/környéke – magyar N=900	98	2	100
Magyarországi külföldi N=96	86	14	100
Vidékről – magyar N=147	96	4	100
Külföldről N=353	65	29	94 <sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> Azért nem éri el a 100%-t az összeg, mert a külföldről érkezettek 6% mondta, hogy jövőre tervezi, hogy Magyarországra ellátogat, de nem a Tavasz Fesztiválra fog jönni.