

2026. március 24.



A vállalati eseménymarketing piac 2025-ös költségei

MRSZ kommunikációs tortához

Rókusfalvy Gábor
Roxer Kommunikációs Kft. – ügyvezető igazgató
MaReSz alelnök

Mire vonatkoznak az adatok?

- ❖ A MaReSz adatai a média- és kommunikációs tartásban a magyar corporate rendezvénypiac számait mutatják be.
- ❖ Iparági becslés, melynek alapja:
 - a MaReSz rendezvényügynökségi tagozatának tagjaitól származó adatok, és
 - a külsős jelentősebb piaci szereplők látható forgalom- adatai.



Tartalmazza

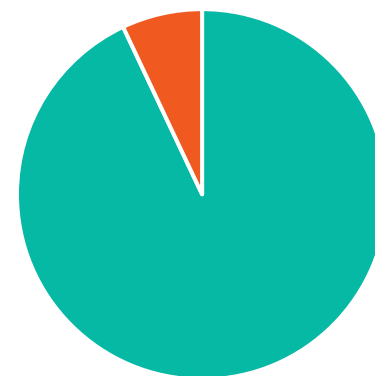
A hazai vállalati külső- és belső rendezvényeket:

- ❖ ügyfélpark
- ❖ fogyasztói események
- ❖ partnerrendezvények
- ❖ értékesítési konferenciák
- ❖ lojalitásprogramok
- ❖ kiállítási megjelenések
- ❖ fesztivál szponzorációs jelenlét
- ❖ csapatépítő és dolgozói tréningek, események
- ❖ belső kommunikációs rendezvények
- ❖ vállalati családi napok

Nem tartalmazzák

- ❖ Szövetségi rendezvények, konferencia- és kongresszusszervezők szakmai rendezvényei
- ❖ Külföldi megrendelők által Magyarországon tartott incentive rendezvények, konferenciák kongresszusok és vállalati események
- ❖ Állami ünnepek, állami és pártrendezvények
- ❖ Zenei, szórakoztató rendezvények, fesztiválok
- ❖ Sportrendezvények
- ❖ Esküvők és más családi rendezvények

Teljes rendezvényágazat
(becslés)



■ Vállalati rendezvények

Előzmények

- ❖ 2023 volt az első Covid-korlátozásoktól mentes év 23%-os extrém bővüléssel, 75,5 milliárd forint árbevétellel
- ❖ A magas bázis ellenére 2024-ben további, 4,3%-os növekedéssel konszolidáció következett
- ❖ 2025-ben strukturális átalakulás, piaci koncentráció figyelhető meg

Vállalati rendezvények 2025-ben

- ❖ Vállalati rendezvényekből 77 milliárd forint árbevételt realizált az ágazat 2025-ben
- ❖ 1,7%-os csökkenés 2024-hez képest
- ❖ Főbb okok:
 - A nemzetközi trendekkel összhangban a rendezvényágazat strukturális átalakulása, stabilizálódása, koncentrációja figyelhető meg
 - Lassul a növekedés, erősödik a verseny, az ügyfelek tudatosabban, kevesebb beszállítóval, más árazási logikák mentén vásárolnak
 - A hazai, nagyobb portfólióval rendelkező ügynökségek megtartották pozícióikat, a kisebb szereplők nagyobb volatilitást tapasztaltak

Kilátások 2026-ra

- ❖ Tovább nő a személyes találkozások szerepe
- ❖ A rendezvények a vállalati és intézményi stratégia integráns részévé válnak
- ❖ A rendezvények értéke egyre inkább az átformáló, személyre szabott, inkluzív élményeken múlik
- ❖ Az ágazat fenntartható növekedéséhez elengedhetetlen a globális demográfiai változásokban rejlő lehetőségek kiaknázása
- ❖ A mesterséges intelligencia és a rendezvénytechnológia az ágazat minőségi fejlődésének egyik legfontosabb hajtóereje
- ❖ A hosszú távú siker kulcsa az emberi kreativitás, a technológia és a fenntarthatóság közötti tudatos egyensúly megteremtése

Köszönöm a figyelmet!

