

A Nagyvásártelep átalakításának és újra gondolásának projekt terve

Készítette:

Czibik Tibor (BCE)

Djogni Sédégbé Abel (BCE)

Pálfi Orsolya (BCE)

Oktatók:

Jászberényi Melinda

Zsigmond Gábor

**Budapest
2020**

Jelenleg a világon a sportok kiemelt figyelmet kapnak, az olimpiai mozgalom, a fiatalok bevonása, az állami támogatások hazai és nemzetközi szinten is növekedtek. Koncepciónk szerint egy extrém sportokat csoportosító bázist szeretnénk létrehozni egy ipari örökségi területen, amely nemzetközi szinten is kiemelkedő, ezzel a helyszín hasznosítása mellett, komoly turisztikai vonzerőre is szert tehetne Magyarország, ezen belül Budapest. A fővárosban több elhagyatott, kihasználatlan ipari terület található. Úgy gondoljuk a város fejlesztésének legfenntarthatóbb módja az, ha ezeket az ipari örökségeket rehabilitáljuk és újra kultúra és a mindennapok részévé tesszük. Ez több szempontból is előnyös, de csak a vonzerő szintjén nézve, úgy gondoljuk, hogy az ipari örökségi területeken történő turisztikai termékfejlesztések különleges vonzerővel bírnak a helyszíni adottságoknak köszönhetően. Fejlesztési tervünkben eltértünk az örökségi terület eredeti koncepciójától, és egy viszonylag szokatlanabb irányba mozdultunk el azáltal, hogy sportturisztikai célok mentén alakítanánk át a területet.

Helyszín

Az általunk választott és fejleszteni kívánt egykori ipari terület a IX. kerületben, a Hídépítő utca és a Helyi kikötő út között található Soroksári úti Nagyvásártelep. Egykor Budapest éléskamrájaként funkcionált, azonban napjainkban sajnos pang az ürességtől egy-két rendezvényt és forgatást leszámítva. A hatalmas, üresen álló terület kiváló infrastrukturális lehetőségekkel rendelkezik, amelyet fejlesztési javaslatainkkal változtatnánk át, egy több célcsoport számára is vonzó utcai és extrém sport, illetve szabadidős komplexummá. Az inspirációt a Nagyvásártelepen ősszel megrendezett World Urban Games jelentette, amely kiváló alapul szolgált számunkra a helyszínben rejlő jelenlegi lehetőségek megismerésére, illetve a további fejlesztési irányok meghatározására, kidolgozására.

Közlekedés szempontjából könnyen és gyorsan megközelíthető (közúton, héven, villamoson, vízi útvonalon), illetve van parkolási lehetőség is. A helyi lakóközösségek kellően messze élnek a területtől, így azt feltételezzük, hogy a megnövekedett forgalom és az ezzel járó negatív hatások (pl.: szemetelés) nem fogják jelentősen befolyásolni a környékeliek életminőségét.

Helyszín története

A Nagyvásártelep történetének kezdete az 1930-as évek elejére nyúlik vissza. Megépítésére azért volt szükség, mert a város népességének gyors növekedése miatt a Fővám téri piac túlterheltté vált. Az árusok gyakran felverték az árakat és bevezetésre került egy olyan korlátozás is, amely szerint 5 kilogrammnál nehezebb árut nem szabad eladni a Vásárcsarnok területén. A fokozódó problémák miatt felmerült tehát az igény arra, hogy kialakításra kerüljön egy megfelelő méretű élelmiszer-

nagykereskedelmi központ. A cél az volt, hogy a Nagyvásártelep szolgáljon a piacon és a vásárcsarnokban tevékenykedő árusok beszerzési helyéül, a vidéki élelmiszer beszállítás központjául, továbbá az is cél volt, hogy az export is az új telepen keresztül történjen. (Balázs B., 2009) Nem véletlen tehát, hogy sokáig a főváros éléskamrájaként hivatkoztak rá. (Nagy A., 2009)

A Nagyvásártelepet 1932-ben adták át és a ceremónián részt vett Horthy Miklós is. Az épület Münnich Aladár építészeti és Obrist Vilmos statikai-vasbetonszerkezeti tervei alapján készült. A komplexum két nagyobb egységből áll, és a kettőt egy apró híd köti össze. Homlokzata miatt a város lakói gyakran úgy hivatkoztak rá, hogy a „Piros”. (Vincze M., 2018)

A helyszínen először az egykor szebb napokat is megélt 4 emeletes, vöröses barna klinker téglával borított irodaépület tűnik fel (innen ered a „Piros” elnevezés). Stílusában felfedezhetőek a modern, az art deco és a bauhaus jegyei is. A külső homlokzatot 4 darab két és fél méteres Ohmann Béla szobor díszíti. A szobrok az élelmiszer-kereskedelem fontos szereplőit ábrázolják. Megtalálható a halász, a kertész, a földműves és a kofa. Az irodaház épületében többek közt volt vendéglő, posta, bank, valamint vasúti és vámkirendeltség is. A négyemeletes épület szintjei funkció szerint elkülönültek. Az elsőn helyezkedett el a csarnok felügyelőség. A második és harmadik szinten voltak a nagykereskedők és bizományosok irodái. A negyedik emeleten pedig bérelhető hotel szobákat alakítottak ki. A „Piros” különlegességét fokozta, hogy az épületbe építettek páternosztort, vagyis körforgó személyfelvonót. (Vincze M., 2018)

A Nagyvásártelep másik nagy épületegysége az maga a csarnok. A harmincas években ez volt az ország legnagyobb fedett tere. A csarnok hossza 247 méter, belmagassága pedig 17 méter. Az óriási üveglapoknak köszönhetően rengeteg fény szűrődik be. A hatalmas tereknek köszönhetően 400 nagykereskedő dolgozott a csarnokban, és sokszor 6-8 méteres magasságban tornyosodtak a ládák, és konténerek megtömve az éppen szezonális mezőgazdasági és kertészeti terményekkel, élelmiszerekkel. Ez is jól szemlélteti, hogy a város éléskamrája megnevezés nemcsak egy jól hangzó becenév volt, hanem valós teljesítmény állt mögötte. Az épület különlegességét fokozza, hogy ez volt az első olyan létesítmény Európában, amit Zeiss-Dwyidag-rendszerű héjtetővel építettek. (Nagy A., 2009)

Továbbá kiemelendő, hogy a helyszín egyszerre 210 vasúti kocsi befogadására volt alkalmas. Mivel az áru nem csak vonaton érkezett, ezért kialakításra került egy nagy dunai kikötő, illetve egy dunaági dereglyekikötő is. A Nagyvásártelep rendelkezett hűtőrendszerrel is. (Balázs B., 2009)

Sajnálatos módon az egykor impozáns és nagy jelentőséggel bíró létesítmény már egyáltalán nem hasonlít egykori önmagára. Az ablakok töröttek, a szobrokat sokszor már télen se takarják le, hogy megvédjék a fagytól. Egy-egy rendezvénynek, vagy klipforgatásnak még otthont ad a helyszín, de az év nagy részében hajléktalanok és graffitisek „lakják” az elhagyatott monstrumot. A hanyatláshoz több minden is hozzájárult. Többek között az 1950-es Nagy-Budapest létrehozása, a lassuló vízi és vasúti áruszállítás, valamint a későbbiekben a közúti áruszállítás terjedése és a Nagybani Piac megnyitása is. Úgy tűnt, hogy menthető a helyzet, amikor a rendszerváltás után a Nagyvásártelep tulajdonosa a Plus lett. A Plus az ABC-áruházak rendszerváltás utáni privatizációja során tűnt fel, és rengeteg boltot átvett, illetve épített. A lánc azonban 2003-ban kivonult, és a 32 hektáros területet Gropius Zrt.-nek adta el, akik jártasak voltak élelmiszerboltok építésében. A telek birtokában és a Quaestor Zrt.-vel társulva a helyszínen egy Duna City nevű fejlesztési tervet akartak megvalósítani. A 2005-ben bejelentett fejlesztési tervek kertében loft lakásokat, irodákat és felhőkarcolókat álmodtak a helyszínre. (Vincze M., 2018) Megmenekülést jelentett a Nagyvásártelep számára, hogy 2004-ben műemlékké nyilvánították az irodaépületet, a zászlótartó építményt, a csarnokot és a rámpát. Az új tulajdonosok ezt nem nézték jó szemmel, ugyanis saját megítélésük alapján az irodaépület statikailag annyira rossz állapotban van, hogy le kellene bontani, ugyanis jelen formájában nem minősül értéknek. Nos, ezt mindenkinek szíve joga eldönteni, de egy biztos, hogy az épület komplexum így megmenekült. (Nagy A., 2009)

Nem a Duna City projekt volt az egyedüli fejlesztési program a területre vonatkozóan. A 2024-es olimpia álmok tekintetében, ide tervezték az olimpiai falut. Az elképzelés szerint, az olimpia után egy olyan lakópark működött volna itt, amely pályakezdőknek és alkalmazottaknak biztosított volna kedvezményes lakhatást. (Vincze M., 2018)

Fejlesztések a környéken:

Tekintettel a Nagyvásártelep lokációjára két nagyobb, környékbeli fejlesztési tervet is relevánsnak tartunk. A Déli Városkapu program közvetlenül a telep környezetére koncentrál. A projekt keretében kialakítanának diákok számára egy kollégium komplexumot, ami 12 000 hallgató elszállásolására lenne alkalmas. A Csepel sziget északi részén kerül megépítésre a 2023-as atlétikai világbajnokságra szánt 15 000 férőhelyes stadion is, így elmondható, hogy sport és rekreációs fejlesztések is ütemezve vannak. Ezzel némileg kéz a kézben jár a Csepeli Nagyerdő kialakítása is. Karácsony Gergely ugyanis feltételekhez kötötte a VB megrendezését, amelyek közül az egyik pont az volt, hogy a stadion építésével párhuzamosan induljon meg a zöld területek fejlesztése is.

A terv szerint ez egy 525 hektáros terület lenne a Soroksári-Duna kétoldalán. Mindemellett ingatlanfejlesztések is napirenden vannak. (Pásztor R., 2020)

A Nagyvásárteleptől nem messze található a Közvágóhíd és környéke, ahol szintén jelentős fejlesztések vannak folyamatban. A Közvágóhíd esetében minden lehetőség adott volt arra, hogy a „Pesti Millenáris” váljon, tehát ipari örökség fejlesztési keretén belül egy kulturális központot alakítsanak ki belőle, azonban az ingatlanfejlesztés áldozatául esett a létesítmény. (Zubreczki D., 2017) A közvetlen közelség miatt a két terület fejlesztésének összekapcsolásával azonban előbb utóbb egy új városrész is kialakulhat. Megfelelő közlekedés kialakításával, az ipari örökségi területek rehabilitációjával pedig kijebb tolódhat majd a belváros határa. (Portfolio, 2018)

Úgy gondoljuk, hogy az általunk megálmodott terv illik a Déli Városkapu Program sport és rekreációs törekvései közé. Továbbá, a fejlesztéseknek és a hatalmas területnek köszönhetően egy olyan szabadidős/kulturális központ születhetne, amely mindenki számára tud valami érdekeset, különlegeset nyújtani.

Egyedi vonzerők, különleges adottságok, USP:

Feltehetően a legtöbb ember a turisztikai vonzerő hallatán olyan dolgokra asszociál, mint: látványosság, nevezetesség, attrakció. Számos definíció van a vonzerő meghatározására, ez például az egyik: „*az a vonzerő, ami a turistát arra ösztönzi, hogy az adott helyre látogasson*”. A kategorizációt illetően is számos irányelv létezik. Az elemek például csoportosíthatóak: látogatói élmények, fenntarthatósági elvek, innovatív fejlesztések és referencia létesítmények szerint is. A Nagyvásártelep egyedei adottságainak meghatározásakor két részt emelnénk ki az *ember alkotta* és a *természeti vonzerőket*. (Michalkó G., 2016)

Az előbbi kategóriát támogatja a Nagyvásártelep irodaépülete, illetve a csarnok, ami identitást kölcsönöz a helyszínnek. Erős vonzerő lehet az is, hogy a helyszín tömegközlekedéssel kiválóan megközelíthető. A fejlesztési terv kidolgozásakor igyekeztünk egy olyan, lényegében sport tematikus parkot megálmodni, ahol a látogatók fürdőzhetnek az élményekben. Kicsik és nagyok, profik és amatőrök, fiatalok és idősebbek egyaránt megtalálhatják a számukra legmegfelelőbb kikapcsolódási és szórakozási formát. Úgy gondoljuk, hogy a már meglévő ipari örökségi épületek mellett, az újonnan kialakított attrakciók biztosítják majd az új Nagyvásártelep legfontosabb vonzerejét, tehát elsődlegesen a látogatói élményekre alapozunk. Mindemellett igyekeztünk a fenntarthatósági elvek mentén gondolkodni, annak érdekében, hogy a fejlesztés fenntartható és versenyképes legyen. A részletes javaslatokat, ötleteket később fejtjük ki. Fontosnak tartjuk

kiemelni, hogy bár tudjuk azt, hogy a versenyképesség egyik kritériuma az élmény autentikussága és a túlzott kreativitás egy ponton túl már azt eredményezi, hogy a rehabilitáció következtében már csak lazán kapcsolódunk az eredeti örökséghez és egyfajta „hiperrealitás” alakulhat ki. Ennek ellenére, mi mégis egy új köntösbe bújtatnánk az egykori fővárosi éléskamrát (Jászberényi M.,2020). Tanárainktól hallottuk, hogy egyes turisztikai termékfejlesztések teljes mértékű átvétele nem szerencsés hiszen ezzel pont az egyediséget veszítjük el. Számos nemzetközi példa van arra vonatkozóan, hogy egykori ipari épületeket gasztronómiai központtá alakították át. A tervezés során mi is számba vettük ennek a lehetőségét és végül is valamennyire integráltuk is, de úgy gondoltuk, hogy nem ennek kell lennie a központi elemnek. A már korábban említett, World Urban Games tapasztalatai adták meg a kezdő irányt. Találtunk hazai és nemzetközi példákat is arra vonatkozóan, hogy egykori ipari létesítményeket sport turisztikai célra hasznosítottak. Ilyen például a Mine Diving is, ahol a látogatók a Kőbányai Pincerendszerben bújárhódhatnak. (Jászberényi M.,2020). A nemzetközi példa előttünk a duisburgi szabadidős park volt, ami egy kohászati üzemből lett átalakítva. Van például lehetőség falmászásra, biciklizésre a parkosított ösvényeken.

A természeti vonzerő tekintetében mindenképp ki kell emelni azt, hogy közvetlenül a Duna mellett található a Nagyvásártelep. Úgy gondoljuk, hogy a folyópart mindenképp értéknövelő erővel bír a helyszínen. Igaz, hogy a Csepeli Nagyerdő projekt egy mesterségesen kialakított zöld terület lesz, de ettől függetlenül úgy gondoljuk, hogy az erdő panorámája is a természeti vonzerők közé sorolható.

A terület fejlesztése során, ha a szigorú és kategorikus megkülönböztetést vesszük alapul, kialakításra kerülnek magas és köznapi kultúrához kapcsolódó látványosságok is, de értelem-szerűen az utóbbi lesz túlsúlyban. A magas kultúra iránt érdeklődők igényeit igyekezzük megcélolni a múzeummal. (Jászberényi M., 2020)

Összegezve tehát a következő fogalmakkal definiálnánk a USP-nket, vagyis azokat a tulajdonságokat, amelyek megkülönböztetnek bennünket: *sport és rekreáció, egészséges életmód, versenysport, amatőr sport, fenntarthatóság, ipari örökség, egyedi környezet, kultúra és művészet megjelenése a sport mellett, generációkon átívelő közösség.*

Célunk tehát egy olyan létesítmény kialakítása, ahol az egész család jól érezheti magát egy egyedi környezetben. A sport szeretetén keresztül szeretnénk összehozni az embereket egy közösséggé. Az egyes attrakciók fejlesztése során pedig megjelennek a közösség, valamint, az

egészségtudatosság, és fenntarthatósági célok, mint rendező és szervező elvek. Továbbá, egy olyan park kialakítását céloztuk meg, amely mindenki számára elérhető és akár az egész családnak tud érdekes programokat nyújtani. Ezzel is a mindennapi kultúra részévé tenni az elhagyatott területet.

Célcsoportok

A célcsoportok meghatározásánál két lényeges szempontot vettünk figyelembe. Az egyik az volt, hogy megfeleljünk a helyiek (ez alatt a környéken lakókat értjük) igényeinek. Jelenleg még viszonylag messzebb vannak a lakóépületek, de mivel a környék rohamosan fejlődik, illetve az ingatlan beruházások mértéke is növekedik, ezért úgy gondoltuk, hogy ezt is szem előtt kell tartanunk. Ez azért fontos, mert idővel a megnövekedett turisztikai forgalom következtében a negatív hatások is erősödhetnek. Ilyen lehet a szemtelés, rongálás, vagy hangoskodás. Fontos, hogy a helyiek szeressék a létesítményt, magukénak érezzék, ellenkező esetben el is lehetetleníthetik a projektet. A másik fontos szempont annak meghatározása és felderítése volt, hogy mekkora a vonzerő hatóköre. (Michalkó G., 2016) Úgy ítéltük meg, hogy a Nagyvásártelep rehabilitációja regionális vonzerővel fog bírni. Elképzelhető, hogy ahogy telik az idő, úgy fog tágulni a vonzerejének hatóköre, például a nemzetközi sportrendezvények miatt. Ezeknek a tükrében két célcsoportot határoztunk meg: az extrém sportkedvelőket és helyi közösségeket.

A fejlesztési terv jellegéből adódóan az elsődleges célcsoportunk az extrém sportot kedvelő, illetve aktívan sportoló, kalandvágyó fiatalok, akik szeretnek új dolgokat kipróbálni, érdeklődnek az innováció iránt és közösségben, barátokkal szeretik tölteni a szabadidőjüket. A számtalan attrakciónak és programlehetőségnek köszönhetően úgy gondoljuk, hogy az ExPark a célcsoportunk törzshelyévé válhat.

A másodlagos célcsoportunk a helyi családok és közösségek, azon tagjai lennének, akik szeretik a szabadban, aktívan tölteni a szabadidejüket. Az ExPark számukra is rengeteg lehetőséget tartogat, és még mielőtt egy nagyobb közönséget céloznánk meg, őket kell meggyőznünk arról, hogy használják és szeressék használni a park kínálta lehetőségeket. (Ettől függetlenül, természetesen mindenkit szívesen várunk)

Tisztában vagyunk azzal, hogy a két célcsoport között kialakulhat némi értékrendi különbség. Az extrém sportokhoz kapcsolódó szubkultúrák értékei, a helyiek és a családok számára megbotránkoztatató lehet. A park kialakítása során ezt is figyelembe vettük, hogy tényleg

mindenki számára nyitva álljon és otthon érezhesse magát. A hatalmas tereknek köszönhetően, mindenki megtalálhatja a maga kis zugát.

(A marketingkommunikáció során használt célcsoportok némileg módosulnak a leképezhetőségi problémák miatt, de az elindulás alapját az imént említett értékek képezik)

Célcsoportelemzés

A nagyvásártelep újragondolásával és felújításával a projekt nem ér véget, feladatunk még a rendezvényközpont megtöltése élettél, a lehető legnagyobb kihasználtság elérése. Ehhez átgondoltuk a lehetséges kommunikációs mixet, és kialakítottuk a kommunikációs célcsoportjainkat. Ahogy korábban említettük, a projekt során igyekszünk a magas kultúra iránt érdeklődők, a sport szerelmeseit és az egészséges életmód iránt érdeklődők igényeit is kielégíteni. Mivel Budapesten található helyszínről van szó, ezért a bevezető kampány során a fővárosban élők képezik a kommunikáció során elérni kívánt tág célcsoportot.

A célcsoportelemzéshez a TGI-NOK 2018/3-4 2019/1-2 adatbázist használtuk¹

Így tehát először a tág célcsoportunkból kell kiindulnunk, ez a budapesti lakosságot jelenti, mely 1 752 286 fő. A Budapesten élők közül 1 051 000 fő érdeklődik kulturális programok iránt, úgy, mint múzeum látogatás, zenei programok (pl. zenei fesztiválok), vagy mozi/színház iránt, 792 000 fő affinis az egészséges életmódra (pl. bio élelmiszereket vásárol, vagy hajlandó többet fizetni természetes alapanyagokból készült termékekért), és 768 000 fő tekinti magát sportra affinis személynek.

Ezen csoportok metszetében megtaláljuk azokat a személyeket, akik számára az ExPark ideális választást nyújthat, mint szabadidős helyszín. Ez a csoport 492 000 főt számlál, ez a sokaság képezi a fő célcsoportunkat, az **Aktív budapestieket**.

Megvizsgáltuk továbbá ennek a célcsoportnak a szerkezetét. A kutatás során kiderült, hogy a célcsoportban felülreprezentáltak a férfiak (55%), közel kétharmaduk (62%) 20-49 év közötti, edukáltak (középiskolai vagy egyetemi végzettség eléri a 80%-os arányt), több, mint a célcsoport fele AB státuszú, így magas vásárlóerővel rendelkezik, párkapcsolatban élnek, és jellemző, hogy legalább egy gyermekük van. Ebből fakadóan alakítottuk ki a két kommunikációs célcsoportot, amely a leképezhetőség miatt valamivel eltér a korábban a fejlesztés és az attrakciók bemutatása során meghatározott célcsoporttól.

¹ Kantar Hoffmann TGI-NOK 2018/3-4 2019/1-2

Így tehát a két kommunikációs célcsoport:

- **20-49 AB férfi**
- **20-59 házaspár, van legalább 1 gyermek a háztartásban.**

Ez képezi a kommunikációnk alapját az ExPark bevezető kampánya során.

Média – mix

A médiamix meghatározása során fő célként a költséghatékonyság, a széles elérés és egyben a jól célozhatóság vezérelt minket.

Ez alapján döntöttünk az alábbi kommunikációs csatornák használata mellett:

- Outdoor
- Sajtó
- Rádió
- Online

A bevezető kampány kifutása után az awareness fenntartása érdekében folyamatos online jelenléttel próbáljuk elérni, hogy az ExPark az emberek első választása legyen, ha szabadidős tevékenységről van szó.

A kommunikációra összesen **35 millió** Forintos költségvetéssel számoltunk, ennek nagy része a bevezető kampányra fordítandó. Mivel elsősorban a budapesti lakosságot célozzuk a bevezetés idején, így ez az összeg elegendő egy fővárosra koncentrált, hatékony kampány tervezésére. A kampány fő célja az awareness építés, és az ExPark megítélésének felfuttatása, fontos, hogy kialakuljon az ExPark spontán márkaismerete a fővárosiak körében.

Outdoor

Három fajta outdoor (és indoor) megjelenést terveztünk a bevezető kampány során.

- Billboard
 - „**Az óriásplakát** nagyméretű közterületi hirdetési felület, amely főként a kiemelt közlekedési útvonalak mentén található. Az óriásplakátok segítségével nem csak az autós, de a gyalogos forgalom számára is célzott üzeneteket juttathatunk el. Az óriásplakát kampányok tömeges elérésre alkalmasak országos és regionális megjelenések esetén is. Egy jól felépített óriásplakát kampánnyal az átlagos

fogyasztó többször is találkozik, erős figyelemfelkeltő hatása van, és jó lefedettséget tud biztosítani, főleg egy Budapestre koncentrált kampány esetén.”²

- Citylight
 - „A főként tömegközlekedési csomópontokban és eladáshelyeken található **citylight** felületek kiváló láthatóságot és presztízs megjelenést biztosítanak olyan helyeken is, amit más outdoor médiával (pl. óriásplakáttal) nem vagy csak korlátozottan lehet elérni.”³
- Iskolai indoor kihelyezések
 - „Az iskolai tömegkommunikáció klasszikus, a mai napig hatékony eszköze, az oktatási intézmények üzenőfala.”⁴

A kampány során kb. 100 Billboard és 100 Citylight megjelenést terveztünk, egy hónapos időszakra, e mellett az egyetemek üzenőfalain és folyosóin jelennénk meg indoor poszterekkel. Az outdoor/indoor kampány költségét 14 000 000 Ft-ban határoztuk meg.

Sajtó

A sajtó megjelenések erőssége, hogy erős bizalmi index fűződik a tartalomhoz, legyen az fizetett, vagy szerkesztőségi anyag. A sajtó prémium felület, a többi médiatípussal kombinálva, egymást erősítve segítheti az ExPark látogatószámának növekedését.

Az önkormányzatokkal együttműködve a kerületi lapokban, illetve a nemrég indult Pesti Hírlapban jelennénk meg, ezzel biztosítva a minél szélesebb elérést. Nagy presztízsű borító hirdetéseket terveztünk, a sajtó kampány 3 millió Ft-ba kerülne.

Rádió

A rádiós kampányok széles célcsoportban, nagy tömegeket képesek elérni, főleg hétköznap, drive-time időszakban (reggeli és délutáni sáv). Két fő szempont szerint terveztük az aktivitást:

- Széles elérés
 - Széles elérést biztosít a Rádió 1 és a Petőfi Rádió, melyek az NMHH legfrissebb rádióhallgatottsági mérése szerint Budapesten a leghallgatottabb adók közt vannak⁵
- Költséghatékonyság

² <https://www.mediafieldoutdoor.hu/>

³ <https://www.mediafieldoutdoor.hu/>

⁴ <http://iskolamarketing.hu/>

⁵

http://nmhh.hu/cikk/211122/Budapesti_es_orzagos_napi_radiohallgatottsag_2019_december_2020_februar

- Kiseb elérésű, de olcsóbb, és célzottabb megoldást biztosít az InfóRádió, a Jazzy és a Tilos Rádió

Két hetes kommunikációt terveztünk, hétköznapi drive-time szűkítéssel, napi 2-3 szpot gyakorisággal. A kampány értéke 8 000 000 Ft.

Online

A kommunikáció online lába a legjobban célozható, költséghatékony, rugalmas, és ami talán a legfontosabb, az eredménye nagyon jól mérhető.

Főleg pay-per-click megjelenésekben gondolkodtunk a tervezés során, ilyen csatornák a Facebook, a Google Display Network, az Instagram, vagy a Youtube is, de a kampány részét képezi még ezen kívül hírlevélküldés, vagy a fiatalabb generáció elérésére például Spotify, vagy Tik-Tok megjelenések is.

A kampány az ExPark május 1-jei nyitása előtt két héttel indul és összesen két hónapos intervallumban fut ki. A bevezető kommunikációval párhuzamosan indul a folyamatos online longterm jelenlét is, amely search és GDN hirdetések foglalat magába és az év hátralévő részében biztosítja az online jelenlétet az ExPark számára.

Összesen 10 000 000 Ft-ot terveztünk az ExPark kommunikáció online lábára.

Attrakcióelemeket (eszköz, installációk, épített elemek, szolgáltatások) tartalmazó leírás

Projektünk során a Nagyvásártelep területét 2 különálló helyszínre választanánk szét, amely lehetőséget biztosítani egy szélesebb célcsoport bevonását, valamint a hatalmas terület 100%-os kihasználtságának az elérését.

Az alábbi 2 célcsoportot szólítanánk meg a két különböző területtel:

- 1 – extrém sportolók, amatőr sportolók (underground terület)
- 2 – családok, fiatalok, idősök (közösségi hely, szabadidős park)

1) ExPark – extrém sport, underground terület

A ExPark-on belül számos új installációt szeretnénk létrehozni, amely magas szinten képes kiszolgálni a projekt által támasztott követelményeket. Szeretnénk létrehozni egy multifunkciós pályát, amely kiszolgálja a **gördeszka, görkorcsolya, BMX freestyle** sportokat, valamint alkalmas komolyabb hazai és nemzetközi versenyek megrendezésére is. A multifunkciós pálya sokrétűségét

tekintve mindenképpen 4 évszakos kivitelezésű lenne, fedett pálya, amely a nyáron és a jobb időjárás esetén könnyen nyithatóvá tehető. A fenntarthatóság jegyében a fix férőhelyek mellett bontható lelátóval is ellátnánk a pályát, amely nagyobb verseny esetén bővíthető.

Ezt a pályát bővítenénk ki továbbá egy **BMX Cross pályával**, amely a nemzetközi trendeknek megfelelő lenne, mivel ez a sportág olimpiai sportággá vált. A gyakorlásra és edzéseken kívül, versenyrendezésre is használható lenne a speciális versenypálya.

A területen kialakításra kerülne egy **streetworkout pálya** is. Magához az extrém sportokhoz nagyon köthető, valamint az utóbbi időben nagyon felkapott sporttá vált, amelyet rengetegen űznek. Erre alkalmas terület jelenleg nem nagyon áll rendelkezésre, így a legtöbben az utcákat használják a különleges figurák tanulására, gyakorlásra. A mi koncepciónkhoz kiválóan illeszkedik maga ez a sport, így egy streetworkout pályát alakítanánk ki, amelyet az érdeklődők egész évben tudnának használni, valamint megfelelő lenne egy hazai vagy nemzetközi verseny, esemény lebonyolításához is.

A rollerezés egyfajta életérzéssé vált a mai világban. Korábban külföldön már teret hódított sportként és egyre inkább vonul be a hazai köztudatba is. Jelenleg Magyarországon rengetegen használják napi szinten a rollert, pl.: használják munkába járásra, szabadidős eltöltésére, családi kiránduláshoz, az y és z generáció már sportoláshoz, freestyle tevékenységre is. Ebből a trendből kiindulva és követve a nemzetközi trendeket egy **roller pálya** is kialakításra kerül, kettős funkcióval. Egyik része a komolyabb már sportolási célra használókat szolgálná ki, roller freestyle pálya, valamint kialakításra kerülne egy oktató és gyakorló pálya, amelyet kisebb gyerekek, szülők, családok használhatnának, mozgás fejlesztésre, oktatásra, kikapcsolódásra.

Az extrém sportok nagy szerelmeseinek egyik kiemelkedő sportága a mászás. Magával hozza az extrém sportok életérzését, szépségét, a szabadságot, a sportot, kihívást. **A falmászás** a 2020-as tokiói nyári olimpián már az olimpiai sportágak között szerepel, valamint a falmászás az egyik legfelkapottabb sporttá vált a napjainkban, így mindenképp a falmászásnak is helyet biztosítanánk, speciális falmászó pályákkal az ExParkban. Itt is természetesen mind a két célcsoportot szeretnénk kiszolgálni, így a versenymászók és profik mellett, az amatőr, tanulni, fejlődni vágyóknak is lehetőségük lenne a falmászásra.

Az extrém sportok és underground sportok világához, életstílusához kiválóan kapcsolódik a **break tánc** és hozzá kapcsolódó szubkultúra. Korábban elképzelhetetlennek tűnt, hogy a break táncból komoly sportág, még inkább versenysport alakuljon ki, azonban az idők folyamán a sokak által hobbiként űzött tevékenységből komoly versenysportág fejlődött. Jelenleg is nemzetközileg is

elismert komoly világeseményeket, világbajnokságokat rendeznek, valamint a 2024-es párizsi olimpián már olimpiai sportág lesz belőle. Hatalmas tömegbázisa van, és rengetegen üzik itthon, valamint nemzetközileg is elismert sportolóink vannak, továbbá a fiatalok száma egyre jobban növekszik évről évre, akik csatlakoznak a ehhez sportághoz. A sportágnak alapvetően még nincs „otthona” Magyarországon így nem is volt kérdés, hogy a projekt kapcsán helyet biztosítsunk a break táncnak. Hasonlóan a mászáshoz, itt is évszaktól független bázist, gyakorló pályát, versenytérter alakítanánk ki, ahol az oktatástól egészen a versenyzésig, bármilyen tevékenység elérhetővé válik. Nagyon nagy és széles közönség által kedvelt sportról beszélünk, így a versenyek rengeteg nézőt vonzanak, így itt is alkalmaznánk a korábban már említett bontható lelátót, amelyeket a versenyek kapcsán bővítenénk.

Magához az extrém sportokhoz és az életmódhoz, a street hangulathoz, mindig is kapcsolódott a kosárlabda. Akik ebben a szubkultúrában nőttek fel, vagy csatlakoztak, azoknál az embereknél a **streetball** egy közös pont. Nem véletlenül került be a korábban megrendezett WUG Budapest rendezvény keretei közé sem a 3x3 streetball bajnokság. A területen a ExPark verseny és underground részén kialakításra kerülne egy streetball pálya, amely a nemzetközi szabványnak megfelelő lenne. Olyan sportágról beszélünk, amely a 2020-as tokiói nyári olimpián már az olimpiai sportágak között szerepel, ezzel egy olyan újabb attrakció és sport elem kerül kialakításra, amely nemcsak a park vonzerejét növeli, hanem egy olyan helyszín kerülne kialakításra, amely potenciális lehetőség lenne egy újabb 3x3 kosárlabda Európa-bajnokságnak, világbajnokságnak, olimpiai selejtezőnek. Egyedülálló lehetőséget biztosítana a sportágot kedvelők részére is, mivel itt is kettős céllal alakítanánk ki, hogy az amatőr, fejlődni vágyó sportkedvelők számára is elérhetővé legyen a pálya.

A sporttevékenység mellett fontosnak tartjuk a kultúra megjelenését a parkban és a kulturális örökség megőrzését, és megismertetését az érdeklődők számára.

Szeretnénk létrehozni 2 attrakciót. Egyrészt egy sportmúzeumot és kiállítóteret, amely az extrém sportolók **Hall of Fame-je** (hírességek csarnoka) lenne. Ezen a területen belül bemutatnánk azokat a híres sportolókat, versenyzőket, akik kiválóságukkal nyomot hagytak az extrém sport világában. Itt elsősorban a parkban is elérhető sportág hírességeire fókuszálnánk, azonban más extrém sportok hírességeit (motocross, bázisugrás, rally, szörf, sziklamászás stb.) is bemutatnánk. Itt a szerteágazó célközönség miatt a klasszikus múzeumi kiállítás mellett, egyfajta élményparkot is hoznánk létre, ahol egy VR (virtuális valóság) élménnyel egybekötött betekintést nyerhetnének a különböző sportágba, és a híres képviselőik életébe. Időszakos sport kiállítások is lennének,

tematikus sportkiállítások, ahol a különböző sportok váltogatnák egymást. A kiállításokhoz, tárlatvezetést is biztosítanánk, több nyelven a nemzetközi célközönség miatt.

Másrészt egy olyan területről, örökségről beszélünk, amely meghatározó kulturális és örökség értékkel bír, így mindenképpen szeretnénk, hogy az átalakított park mellett létrehozni egy **Nagyvásártelep VR múzeumi teret**, ahol a virtuális valóság technikájának köszönhetően bejárhatják a régi vásártelepet és betekintést nyerhetnek a múltba, ezáltal biztosítva azt, hogy méltóképpen megemlékezzünk az örökségről és továbbá biztosítva azt, hogy ne felejtsek el a hely korábbi szellemiségét, értékét.

Ahogy írtuk, szeretnénk, hogy a kultúra és művészet is megjelenjen, de minden formáját támogatva, így az underground kultúra egyik művészeti ágának a Graffiti kultúra és művészet kedvelőinek is szeretnénk kedvezni, így kialakításra kerülne egy **Graffiti „negyed”**. Itt graffiti falak és vásznak lennének elérhetőek, azok számára akik szeretnék színes, stílusos, rajzaikat, festményeiket megmutatni a nagyközönség számára. Ezáltal szabad helyet biztosítanánk a művészeknek, védve az utcai épületeket, tereket. A legjobb műveket, pedig kis kiállítások alkalmával mutatnánk be.

Ebben a sportágban, magában az extrém sportban és a hozzá tartozó underground közösségben, nagyon családias, baráti kapcsolat van a sportolók, versenyzők és a szponzorok között. Nem újdonság, hogy több sportszövetség egy házba költözik - pl.: a Magyar Sport Háza – így mi ezt a fajta életérzést, kultúrát erősítve létrehoznánk a **Szponzor Falut**. Magához a kultúrához nagyon illenek az új, divatos, design megoldások, így a különböző szponzorok kapnának egy konténer irodát, természetesen az adott márka brand eleminek a design-át követve. Így az adott piaci szereplők ezen a területen rendelkeznének egy kis irodával, amelyet egy autentikus környezetben tudnának használni, így az általuk szponzorált terület részei lennének a mindennapokban is.

A szponzorok és sportolók együttműködése során számos alkalommal készül **reklámfilm**, lifestyle videó, amely bérelt helyszínek esetében igencsak magas áron elérhetőek. Területfoglalási engedélyre van szükség, valamint egy összetettebb reklámfilm, kampány során, több helyszínen is forgatni kell, amely rengeteg időt, pénzt, és energiát emészt fel. A projekt terv alapján az ExParkban a legtöbb sportág és változatos, autentikus helyszín egy helyen elérhető lenne, így a fő szponzoroknak lehetőségük lenne a helyszínen kampány-, valamint reklámfilm forgatásra, emellett külső partnerek számára is forgatási helyszínt biztosítanánk, amelyből szintén bevétele származna az ExParknak, valamint növelné az ország imázsát is. Ehhez a tevékenységhez hozzájárulva és bővítve a lehetőségeket, létrehoznánk a területen belül egy kisebb saját film- és videó stúdiót, ahol

a helyszínen elkészült anyagokat megtudják vágni és véglegesíteni, valamint megtekinteni egy speciálisan erre kialakított vetítőteremben.

2) családi, közösségi hely, szabadidős park

Az ExPark mellett szeretnénk létrehozni egy olyan területet, amely a nagyközönséget szolgálja. A nagyvásártelep területi adottságainak köszönhetően az extrém sport specifikus versenysportoknak szánt terület mellett létrehoznánk az ExFreePark-ot.

Az eddigi üresen álló hatalmas terület felhasználása, kiváló lehetőséget biztosítana, a IX. kerület, valamint a környező kerületek és egész Budapest lakosságának arra, hogy lakókörnyezetükhöz közel, vagy megközelíthető távolságban, egy gyönyörű zöldövezetben, egyedül vagy családosan, baráti társaságban aktívan kikapcsolódhassanak.

Ezen a területen egy hatalmas zöldövezet kerülne kialakításra, természetesen valamelyest idomulva a sport koncepcióhoz, számos **sport aktivitás** is elérhető lenne a célközönség számára.

Családi és baráti kikapcsolódásokat, segítenék a kihelyezett Ping-pong asztalok, hatalmas zöld terület, ahol tollas labdázni vagy más szabadtéri ütős sportokat lehetne űzni. Kialakításra kerülne egy outdoor crossfit park, valamint a terület körül egy rekortán futópálya, egy kisebb méretű focipálya, és egy röplabdapálya. Fontosnak tartjuk, hogy mindenki számára elérhető **rekreációs lehetőséget** biztosítsunk az adott területen.

Adózva a nagyvásártelep örökségének, kialakításra kerülne egy **közösségi kert** is a területen, amely a lakóközösség és az önkormányzat közös együttműködésével jönne létre. Így az adott projekt az idősebb generáció számára is kiváló lehetőséget biztosít a kimozdulásra és közösségi tevékenységhez való hozzáféréshez.

Ezt az eszmét és örökségi vonalat tovább folytatva, létrehoznánk egy **hétvégi termelői piacot** is egy kialakított területen, ahol az itt élők, vagy az ide érkezők, friss, tápanyagban gazdag és nagyon finom zöldséget, gyümölcsöt, magvakat, lekvárokat, sajtokat tudnak majd vásárolni, a helyi termelőktől.

Az ExFreePark-on belül a sportolás, a rekreációs lehetőségek mellett, szeretnénk felhívni a figyelmet egészséges életmódra is. **A vendéglátásra** is kiemelt hangsúlyt fektetnénk, és ezen a területen létrehoznánk pár kisebb éttermet, street food pontot, shop-ot, ahol az egészséges táplálkozás és életmód kerülne előtérbe.

Így az ideérkező látogatók, pihenni vágyók egy területen, egy komplex csomagban megkaphatják mindazt, ami lehetőséget ad a teljes kikapcsolódásra, megújulásra.

Zöldberuházás a fenntarthatóság jegyében

Magát az ExParkot és az ExFreeParkot a sport, megújulás, egészség, egészséges környezet, fenntarthatóság jegyében álmodtuk meg, így nagy figyelmet szentelünk arra, hogy a beruházás ennek a jegyében kerüljön kivitelezésre.

A megújuló energiaforrásokra helyeznénk a nagyobb hangsúlyt a fenntarthatóságot tekintve. Napkollektorokat telepítenénk nagyszámban a területre, amely az áramellátást szolgálná. Hatalmas területről beszélünk, így a terület kivilágítása is nagyon fontos, hogy az este sportolni vagy kikapcsolódni vágyók megfelelő fényviszonyok között lehessenek. A területen a közvilágítást is napelemes lámpákkal oldanánk meg.

Emellett, mivel mindkét területen hatalmas látogatószámra számítunk, így ennek megfelelően kerülne kialakításra **a szelektív hulladékgyűjtő** pontok, valamint létrehozásra kerülne egy vagy több szelektív hulladékgyűjtő sziget is.

Szeretnénk a sportos életmód jegyében, valamint a **környezetszennyezés csökkentésének** fényében, hogy minél többen tömegközlekedés, valamint az autós közlekedés helyett, más környezetbarát alternatívát válasszanak, és kerékpárral, rollerrel, görkorcsolyával, gördeszkával érkezzenek a helyszínre, ezért kialakításra kerül megfelelő számú kerékpár megőrző/tároló. Emellett, ha valaki egy adott rendezvényre nem tömegközlekedéssel vagy autóval érkezne, választana valamilyen környezetbarát megoldást, akkor a részére, a belépőjegy ára - az adott eseményt tekintve - egy meghatározott százalékkal csökkeni fog.

ExPark – Kiemelkedő szolgáltatáscsomagok bemutatása, rendezvények és programjavaslatok

Az attrakcióelemek fejezetnél részletesen kifejtésre kerültek a különböző sportrendezvények és lehetőségek, valamint a hozzá kapcsolódó szolgáltatások is, azonban további 2 nagyon fontos területet külön szeretnénk kifejteni.

Az alábbi 2 terület, kiemelkedően fontos, mind az ExPark, mind az ExFreePark fenntartásának szempontjából, mivel a legtöbb látogatót ezek az események vonzzák be, valamint ebből származhat a park bevételének egyik legnagyobb része.

Az alábbi két területet emelném ki:

- Koncertek, kisebb fesztiválok
- Expo-k, kiállítások

A nagyvásártelepet tekintve és a korábbi tapasztalatok (WUG Budapest 2019) alapján a helyszín kiválóan alkalmas **koncertek és kisebb fesztiválok** megrendezésére. A terület közvetlen lakóközösségtől, lakóházaktól megfelelő távolságra van, valamint a megfelelő zajszint, amely körülbelül 65-55 decibel körül megengedett, teljesíthető az adott helyszínen, a környéken élők zavarása nélkül úgy, hogy a koncertek élvezhetőek maradjanak. Könnyen megközelíthető a hely tömegközlekedéssel, valamint az éjszakai járatok segítségével a koncertek végeztével könnyű a hazajutás is. Szükség esetén a parkolás megoldható, valamint kisebb létszámú résztvevő számára a camping kialakítása is.

Általunk választott kisebb fesztiválok:

- street food, gasztrofesztiválok
- sör- és bor fesztivál
- filmfesztivál

A másik fontos terület, pedig a különböző **expók és kiállítások**. A területen rendelkezésre áll **11 ezer négyzetméteres, 234 méter** hosszú, **42 méter** széles, **17 méter** belmagasságú – csarnok. Ennek a kivételes adottságnak a kiaknázását már a sportrendezvények, múzeumok kapcsán elkezdtük, azonban ez a hatalmas tér kiválóan alkalmas még különböző expo-k és kiállítások megrendezésére, évszaktól függetlenül, természetesen a csarnok teljes átalakítását, renoválását követően.

Elsősorban olyan expókra gondoltunk, amelyek beleillenek az átalakított terület profiljába, azonban maga a helyszín bármilyen nagyobb kiállításnak helyt tud adni.

Általunk választott kiállítások, események:

- autós kiállítás (luxus és sportautó kiállítás)
- motoros kiállítás

- Sneakerz kiállítás

Emellett szeretnénk kiemelni még azokat a **nemzetközi eseményeket**, amelyek világszinten a legtöbb extrém sportolót és a szubkultúrához tartozó látogatót vonzza és a projektterv megvalósulása esetén lehetőség lenne a budapesti megrendezésre:

- XGames Budapest
- World Urban Games
- Gumball 3000

Potenciális együttműködő partnerek

A potenciális együttműködő partnerek kialakításánál, kiválasztásánál, számos szakmai és projekt specifikus szempontot vettünk figyelembe, valamint olyan támogatói kört alakítottunk ki, akik stabil együttműködési partnereink lehetnek a projekt megvalósításában és a projekt fenntarthatósága kapcsán is.

Sportszakmai együttműködés

Az ExPark egyik része, hazai és nemzetközi hivatalos versenyek megrendezésére alkalmas modern pályákat, rendezvényhelyszíneket tartalmazna. Ebből kifolyólag a partneri együttműködések területén szükségünk van mind a hazai mind a nemzetközi sportszakmai szövetségekkel szoros együttműködésre. Számos nemzetközi hazai és nemzetközi szabályrendszernek kell megfelelni, már a versenypályák kialakítása során, így a sportszakmai együttműködés nagyon fontos a projektet tekintve.

Állami, kormányzati együttműködés

Ahogy korábban is jeleztük, az ExPark kettős funkciót töltene be, ahol az extrém sport mellett megjelenének a családi-, kulturális-, szabadidős tevékenységek is, ezért a másik fontos kiemelt együttműködési partner az állami szektor. Olyan partnereket választottunk ki, akik a park megvalósításában, valamint hosszútávú fenntarthatóságában partnereink lehetnének. Fontos továbbá, hogy a ExPark olyan sportágaknak ad helyet, amelyek olimpiai sportággá váltak az elmúlt

időben (BMX Cross, Break tánc, falmászás), így a szabadidős tevékenységek és a fiatalok megszólítása mellett, már fontos sportági feladatokat is ellátna a park.

Extrém sporthoz kapcsolódó szponzori együttműködés

Az extrém sportok az egyik legspecifikusabb olyan szempontból, hogy a szponzorok jelenléte nagyon erősen megjelenik a sportágakban. Korábban elképzelhetetlen lett volna, hogy egy extrém sportág megálljon a saját lábán a külső szponzorok nélkül. 2020-ra ezek a sportágak egyre népszerűbbek lettek, versenysportággá váltak, azonban ahogy korábban is, a külső szponzoráció nélkül elképzelhetetlen a működésük. A szponzorációs lista kialakításához megvizsgáltuk az IEG szponzorációs riportját, valamint az extrém sportok kiemelkedő támogatóinak a korábbi szponzorációs együttműködési riportjait. Ezt követően fontosnak tartottuk azokat a piaci szereplőket, szponzorokat kiválasztani, akik az extrém sport jelenlegi aktív támogatói, valamint erős piaci pozíciójukból adódóan megfelelő szponzorációs, anyagi tőkével rendelkeznek. Hazai projektként elsődleges szempont volt továbbá, hogy a világmárkák és világcégek mellett, a hazai piac szereplői is megjelenjenek. Hazai projektről beszélünk, így a hazai márkák szponzorációjával, lehetőséget tudunk biztosítani számukra a megjelenésre.

Potenciális együttműködő partnerek részletes listája

Sportágakhoz és extrém sporthoz köthető sportszakmai partnerek

Hazai partnerek:

- Magyar Országos Görkorcsolya és Gördeszka Sportági Szövetség
- A Magyar Freestyle BMX Szövetség
- Magyar BMX Cross-Triál Szövetség
- Magyar Kerékpáros Szövetség
- Magyar Kosárlabda Szövetség
- Magyar Break tánc Szövetség

Nemzetközi partnerek:

- A Nemzetközi Kerékpáros-szövetség
- Nemzetközi Görgős Sportok Szövetsége
- Nemzetközi Freestyle BMX Szövetség
- Gördeszkás Cégek Nemzetközi Szövetsége

- Nemzetközi Kosárlabda Szövetség
- GAISF – Nemzetközi Sportszövetségek Szövetsége
- Nemzetközi Táncsport Szövetség
- Nemzetközi Olimpiai Bizottság
- Extreme Sports Channel

Állami, kormányzati együttműködő partnerek

- Kerületi önkormányzat (IX. kerület)
- Európai Unió (Európai Bizottság)
- Magyar Turisztikai Ügynökség
- Nemzeti Versenysport Szövetség
- EMMI - Sportért Felelős Államtitkárság
- BSU – Budapesti Sportszövetségek Uniója
- Magyar Szabadidősport Szövetség
- Innovációs és Technológiai Minisztérium
- Magyar Olimpiai Bizottság

Extrém sporthoz kapcsolódó szponzori partnerek:

Hazai szponzorok:

- | | |
|--------------|---------------|
| - BP SHOP | - Decathlon |
| - Rapcity | - DRK (DORKO) |
| - Tisza cipő | |

Nemzetközi szponzorok:

GO PRO	Monster Energy	Nike SB
FOX	Adidas	Element
VANS	DC	Levi's
Samsung (VR)	Dickies	The NorthFace
Redbull	Converse	Eastpa

Irodalomjegyzék:

Balázs B. (2019.12.15) Magyarország legnagyobb fedett tere: Nagyvásártelep, https://multkor.hu/20091215_magyarorszag_legnagyobb_fedett_tere_a_nagyvasartelep Letöltés ideje: 2020.05.06

Jászberényi M. (2020) A kulturális turizmus sokszínűsége, Akadémia Kiadó, Budapest

Michalkó G. (2016) Turizmológia, Akadémia Kiadó, Budapest

Nagy A. (2009.06.19) Mállik az egykor fényűző csarnok, https://index.hu/belfold/budapest/2009/06/19/oroksegvedelmi_szakertok_vizsgaljak_ujra_a_nagyvasartelep_maradvanyait/ Letöltés ideje:2020.05.06

Pásztor R. (2020.01.08) Pest egy újabb része, amit pár éven belül berobbantanak az új fejlesztések, <https://www.portfolio.hu/ingatlan/20200108/pest-egy-ujabb-resze-amit-par-even-belul-berobbantanak-az-uj-fejlesztések-411749> Letöltés ideje:2020.05.06

Portfolio (2018.12.19) Így fog kinézni a Déli Városkapu, <https://www.portfolio.hu/ingatlan/20181219/igy-fog-kinezni-a-deli-varoskapu-308367>

Letöltés ideje: 2020.05.06

Vincze M. (2018.02.18) A Duna mellett bomlik csendben a főváros élelmiszerellátásának egykori központja,

<https://24.hu/kultura/2018/02/18/a-duna-mellett-bomlik-csendben-a-fovaros-elelmiszerellatasanak-egykori-kozpontja/> Letöltés ideje: 2020.05.06

Zubreczki D. (2017.08.01) Közvágóhíd: lerombolják az egyik legizgalmasabb pesti negyedet?

https://index.hu/urbanista/2017/08/01/kozvagohid_rombolas_epites_ferencvaros_millenniumi_varosnegyed/ Letöltés ideje: 2020.05.06

1. számú melléklet – Hall of Fame lista

Tony Hawk – gördeszka

Ryan Sheckler – gördeszka

Rob Dyrdek – gördeszka

Bam Margera – gördeszka

Paul Rodriguez - gördeszka

Ryan Doyle – parkour

Kelly Slater – szörf

Travis Pastrana – Motocross

Shaun White – gördeszka és snowboard

Mat Hoffman – BMX

Ryan Nyquist – BMX

Dave Mirra – BMX