



## Digital-Media Hungary 31!

### ÚJVILÁGTEREMTŐK – Ha nem csinálsz semmit, a piac nélküled is rohog tovább

**A konferencia főbb témái:** Újvilágteremtők a versenypiacon – A hagyományos marketing & média az újvilágban – Lokális élménygyárosok a globálisok árnyékában  
– Adtech: próbáljuk meg nem meghackelni – CTV/Retail: Hogyan lesz a tévé nézőből lojális vásárló? – A PR újrapozicionálása; Hogyan lesz a sajtókapcsolati osztályból stratégiai erőközpont?  
– A mesterséges intelligencia a hétköznapokban – Kereskedem: Visszafoglalás: Hogyan vegyük vissza vásárlóinkat a globálisoktól?  
– Nézzünk be egymás piacára! Vendégünk a Turizmus! – Human Hungary: Cégek külső és belső kommunikációja harmóniában – MI: Az embertelen értékláncok!

**Műfaj:** Interakciós konferencia és színház!

**Digital-Media Hungary! A szellem színháza!**

#### 2026. május 6., szerda – Mit is tehetünk, hogyan készülhetünk fel a felkészülhetetlenre?

8.50–9.00  
Reggeli  
izgató

**Ki fog helyettünk dönteni? Ki fog nekünk örömet szerezni?** A tervezhető és moderálható örömgazdaság Ki építi a te valóságod? + Vibe Economy + Vibe Coding = A tervezhető és moderálható örömgazdaság  
Ki építi a te valóságod? Huxley örömtablettája ma már nem a fantázia szüleménye. Csak nem tableta – algoritmus. És nem veszik be – streameled. Naponta. Önként.  
Előadó: **Csermely Ákos**

9.00–9.35  
Megnyitó

**Felkészülés a felkészülhetetlenre... Furcsa jószág a lelkünk.** Néha még magunkat is meglepjük váratlan reakcióinkkal. Hirtelen dühkitörések, vagy egy rendkívüli nagy bajra, problémára adott sokkal szelídebb válaszreakció mutatja: nem mindig ugyanúgy reagálunk bizonyos hatásokra. Számít, hogy reggel vagy este van, fáradtak vagyunk, nagyon kimerültek, vagy éppen kipihentek. Alultápláltak, vagy túlsúlyosak...  
Mi lehetne az a rutin, amivel önmagunkat (lásd még önreflexió) kordában tudjuk tartani? Hogy a néha saját magunkat is meglepő hirtelen kitérésaink ne tetézzék az amúgy is terhelt, nehéz időszakok problémáit? Amikor aztán ha egy váratlan esemény ebből a tojáshéjon lépkedős nyugalomból is kikökönt, csak vergődhetünk, mint hal a szatyorban? Volna pár tippem:  
I. Nem mindegy, hogy mikor mit és mennyit eszel! (A szervezeted csak abból tud építeni, amit a szádba tömsz)  
II. Csak ép testben lakik ép lélek! Ha nem sportolsz, legalább sétálj sokat!  
III. Légy kedves az emberekkel! Megéri a „viszontkedvességért”.  
IV. Ne mérgezd magad! Gondold át: elérsz azzal valamit, ha felhúzod magadat és a környezetet?  
V. Lépj hátra kettőt, válts perspektívát!  
VI. Legyen olyan valaki a közelében, akivel kölcsönösen bizalmatokba fogadhatjátok egymást. De vigyázz! Ne élj vissza a türelmével és idejével!  
VII. Légy Te a Megelőzés Nagymestere!

9.35–10.00  
Előadás

VIII. Fejleszd képességgé a képességeidet! Így a bajban nem kell arra energiát fordítanod, hogy előhívd őket. A készség azonnal hadrendbe állítható!  
IX. Ha előre látod, hogy közeledik a baj, komoly gondoknak nézel elébe, vedd elő egy papírt és ceruzát! Próbáld megfogalmazni, leírni a közelgő veszélyt! Analizálj, diagnosztizálj, vedd sorra, hogy mire milyen megoldások jöhetnek szóba. Amikor aztán valóban beüt a mennykő, már lesz hova nyúlnod. Bónuszként ráadásul mire leírsz mindent, meg is nyugszol. A félelmeidet legalábbis szertefoszlathatod. Egy életed van, éld félelem nélkül!  
Persze még megannyi praktika van, amivel fel lehet készülni a felkészülhetetlenre, de én nem vagyok sem pszichológus, sem mentálhigiénés szakember. Mindent jobban tud nálam Pál Ferenc! Hallgassátok szeretettel!  
Előadó: **Pál Ferenc**

**Minden kornak megvannak a nagy kérdései. Tán az egyik legfontosabb kérdés: Miért vagyunk a világban?**  
A dolgok valós természete. Hogyan használhatod az illúziók, megérzések és emlékek hálóját a realista gondolkodáshoz? Megpróbálhatod megragadni a valóságot az illúzió keresztlől, de bármilyen jól megy, az eredményt érdemes ellenőrizni. Nézzük csak: Megérezés csak akkor születhet, ha van miből táplálkozni. A múltból, pontosabban az emlékeidből. És az emlék? Érzékelések, tapasztalatok, érzelmek és tudás finom elegye.  
Az illúzió és a kreativitás erősítheti és le is rombolhatja egymást. Ezért kell őket kordában tartani, épp úgy, mint az érzelmeket vagy a vágyakat.  
Most pedig fordítsuk le mindezt a számok, adatok, tények nyelvére! Mert a valószínűségszámítás sem jóslás – annak is kell alapanyag, amiből dolgozhat.  
Előadó: **Mérő László**



## Magenta terem

### Human Hungary

Ember és cégvezetés  
A Z generációs vezetők,  
a robot főnökök, és hamis proféták  
terelése

10.05-10.45

Előadás

#### Az AI hatása az emberi lélekre – a technológiai cunamihoz való konstruktív hozzáállás lehetőségei

Az előadás azt vizsgálja, hogyan formálja át a mesterséges intelligencia a gondolkodásunk szerkezetét, a figyelmünk működését, az önképünket és az érzelmi életünket – miközben észrevétlenül hat a nárcizmusunkra, az autonómiánkra, a kreativitásunkra és a kötődési mintáinkra is. A kérdés egyszerre technológiai és mélylélektani: hogyan változik az intimitás, az emberi kapcsolódás és a belső tapasztalás minősége egy algoritmusokkal átszőtt világban? Emellett áttekintjük, miként alakul át radikálisan a pszichológia és a terápiás tér, amikor a chatbot egyszerre válik tanácsadóvá, coachcsá vagy akár terapeutává. Az előadás célja nem a techno-optimizmus vagy a techno-fóbia erősítése, hanem annak feltárása, hogy az AI korában mi marad sajátosan emberi – és hogyan őrizhetjük meg a lélek mélységét a digitális rendszerek hálózatában.

Előadó: **Buda László**

10.45-11.05

Előadás

#### Tiéd a színpad! – amikor a Z generáció átveszi a mikrofont!

A Z generáció nem kér szót. Ők egyszerűen megszerzik a figyelmet. Hogyan kommunikál egy generáció, amely a közösségi médiában nőtt fel, és amely számára a hitelesség fontosabb, mint a hierarchia?

Előadó: **Tóth Gergely** (Supermanagement)

## Zöld terem

### Turizmus – Amitől az ország szíve dobog

A turizmus szekció a Digital-Media Hungary nyelvén megszólaló, erős piaci, marketinges, tartalmi és üzleti nap. Illeszkedik a 2026-os konferencia hivatalos tematikájához, amely üzletszerű élményszerzés a marketing, kommunikáció/tartalom, média, mesterséges intelligencia és adattudomány tengelyeire épül, és a versenypiaci szereplőket célozza

A nap szakértő opponense  
**Baráth Gergely**

10.05-10.20

Előadás

#### Mit adhat a Turizmus a nemzetgazdaságnak, a versenypiacnak, a marketingnek és a médiának?

Előadó:

**Csendes Olivér** (Visit Hungary)

10.20-10.35

Előadás

#### Élménygyár – hogyan lesz a helyből márka, a márkából vágy a vágyból utazás, bizalom és üzlet?

A nap alapkérdése: A turizmus itt nem egyszerűen egy szolgáltatási piac, hanem a reklám, a márkázás, a tartalom, az adat, a technológia és a reputáció találkozási pontja. Ez az előadás vezeti be az új fogalmat is: a Trust-based Destination Stewardship Framework azt mutatja meg, hogy a jövő turizmusában az értékteremtés már nem áll meg a fogyasztás pillanatánál

Előadó: **Kun Miklós**

## Barack terem

### Embertelen értéklánc Mesterséges intelligencia

10.10-10.25

Előadás

**AI az üzleti értékláncban - Öletől a bevételig!** A mesterséges intelligencia ma már nem csak egy-egy eszköz, amit külön használunk, hanem egy teljes üzleti folyamatot támogató rendszer. De hogyan?

Előadó: **Szabó Gergely** (Indamedia)

10.25-10.40

Előadás

**Mennyi emberi felügyelet kell a generált struktúrákhoz?** Az unalmas rész: Automatizált adminisztráció és kódolás. Hogyan válnak szét az ember és a gép közötti munkafolyamatok a valóságban?

Előadó: **Kerek István**

10.40-11.00

Fórum

#### Kerekasztal kibeszélő Résztevők: **Kiss Ágota, Éless Dénes** és **Szabó Edit Ditte**

## Kék terem

### A podcast megadja a hangod!

Podcastok helye a szívekben, a gazdaságban, az élménytözsden és a versenypiacon

A podcast megadja a hangod! Az emberek szeretik hallatni a hangjukat. Véleményt mondani, mély tudást átadni, álmokat elérni – és nem utolsósorban kereskedelmi üzeneteket közvetíteni. A podcast mindezt egyszerre teszi lehetővé: intim, személyes, kiszűrhetetlen.

De hol tart ma a podcastvilág – globálisan és itthon? Mi az, ami működik, és mi az, amit a műfaj – és hallgatója – egyszerűen nem visel el? Az előadás nem tankönyv. Hanem vallomás és számvetés egyszerre: a legsikeresebb hazai podcastkészítők mondják el, hogyan jutottak idáig, mit tanultak menet közben – és mit csinálnának másképp.

A nagy kérdések, amelyekre választ keresünk:

- Hol tart ma a podcast itthon és a világban?
- Meg lehet-e élni kizárólag podcastgyártásból – és ha igen, hogyan?
- Miért érdemes podcastot indítani – és miért nem?
- Mit nem visel el a podcast és a hallgatója?
- Milyen társmediumot érdemes mellé építeni?

És a kérdések kérdése, amelyre az egész blokk keresi a választ:  
Miért podcast – és miért most?

## Piros terem

### Adatgazdálkodás

Enyém, miénk, tiéd, csak az övé  
Az adat a versenypiac új olaja. Ezt mindenki tudja. Az már kevésbé közzismert, hogy az olaj nagy részét – amelyet sokszor nem is látunk – elviszik. Csendben, jogszerűen, az EU-s szabályok árnyékában, amelyek paradox módon gyakran a globálisokat hozzák kedvezőbb helyzetbe a hazai szereplőkkel szemben.

Picsogni kár. Azzal előbbre nem jutunk.

Inkább tegyünk fel kérdéseket – olyanokat, amelyekkel jobbak és többek lehetünk. Mert amíg csak azon szomorkodunk, hogy ahova ők belátnak a magyar adattárba, oda mi nem láthatunk – addig állunk. – Hol születnek az adatok? Minden tranzakció, minden kattintás, minden vásárlás adatot termel. De ki látja? Ki tárolja? És ki profitál belőle – a forrástól függetlenül?

– Ki az adat tulajdonosa ott, ahol ez nem egyértelmű? Az értékláncban sokszor nem az adatforrás tulajdonosa az adat tulajdonosa. Hogyan lehet ezt felismerni – és megváltoztatni?  
– Mit tehet a hazai szereplő a saját adatvagyonáért? Első lépések, amelyeket holnap el lehet kezdeni – jogi, technológiai és stratégiai eszközökkel egyaránt.



## Magenta terem

11.10-11.40

Előadás

**Teltház vagy tűzoltás?** A döntések, amelyekről a közönség sosem hall A színpadon minden tökéletesnek tűnik: teltház, fények, taps. De mi történik ott, ahol a valódi döntések születnek? A háttérben zajló kommunikáció dönti el, hogy káosz vagy vas-taps lesz a végeredmény?

Előadó:

**Kováts Adél** (Radnóti Színház)

11.40-12.10

Előadás

**A sebezhetőség mint a boldog közösségek alapja**

Bizonytalan időkben a közösségek nem attól lesznek erősek, hogy a vezető magabiztosan kijelenti: „minden rendben van”, hanem attól, hogy valódi bizalom épül. A kérdés: hogyan? Gyakorlati példákon, többek között Satya Nadella és Barack Obama vezetői kommunikációján keresztül mutatom meg, miért az empátia, a pszichológiai biztonság és a felvállalt sebezhetőség a stabil, boldog közösségek valódi alapja.

Az előadás révilágít:

miért szül bizalmatlanságot a túlzott vezetői magabiztosság, miért fontosabb a megértés, mint az egyetértés,

és hogyan előzi meg a bizalom a meggyőzést – ahogyan azt az FBI viselkedésváltoztatási modellje is mutatja.

Előadó: **Szerémi Péter**

## Zöld terem

10.40-10.55

Előadás

**Desztinációmárketing 2026** – kampány helyett ökoszisztéma A klasszikus desztinációkampányok helyett ma már folyamatos tartalomrendszerre, többcsatornás jelenlétre, adatértelmezésre, partneri együttműködésekre és reputációépítésre van szükség. A hely már nem statikus üzenet, hanem folyamatosan alakuló márka.

Üzenet: a desztinációmárketing nem plakát, hanem működő ökoszisztéma.

Előadó:

**Semsei Sándor** (Previo/Desztináció menedzsment szöveg)

10.55-11.10

Előadás

**Turizmus és versenypiaci márkák egymást segítő szerepe**

Előadó: **Jedlicska Márton** (Publicis Groupe Hungary)

11.15-11.40

Előadás

**A vágy architektúrája – miért nem racionális az utazási döntés, és hogyan teremti meg a marketing a legjobb érzelmi döntési környezetet**

Előadó: **Mérő László**

11.40-12.00

Előadás

**Légiközlekedés és desztinációverseny – hogyan dől el egy desztináció sorsa már az útvonalhálózatban**

Előadó: **Radó András** (Wizz Air)

## Barack terem

11.00-11.15

Előadás

**Valóban szüksége van erre a piacnak?** Egy ötlet önmagában még nem üzlet. Azonban a Service Design és a piaci kutatás forradalma az AI segítségével tettenérhető. Ebben a fázisban az AI segíthet: piaci trendek feltérképezésében, versenytársak elemzésében, célcsoportok és egészségügyi igények azonosításában. / Hogyan változik a digitális termék tervezése és piacra vitele, ha hétről hétre több minden megépíthető akár egy egyszemélyes csapattal is (belső eszközöknél és eladásra szánt termékeknél egyaránt).

Előadó: **Bártfai Péter**

11.15-11.30

Előadás

**Hogyan lesz a tudásból strukturált anyag?** Ha már tudjuk, hogy mire van igény, a következő lépés a termék felépítése. Az AI itt egyfajta tartalom-strukturáló partnerként működik, amely segít: az anyag rendszerezésében, a működési logika kialakításában, és a termék narratívájának megalkotásában.

Előadó: **Adravetz-Kadocsa Éva** (Microsoft)

11.30-11.55

Fórum

**Kerekasztal kibeszélő**

Részvevők: **Kiss Ágota, Éless Dénes** és **Szabó Edit** Ditte

## Kék terem

**Célcsoport:** Mindegy, hogy FM-CG-ben, egészségügyben vagy az autópárházban dolgozol. Mindegy, hogy márkát építesz, terméket értékesítesz, vagy tudást szeretnél átadni. A podcast ma az egyik legerősebb eszköz arra, hogy ne csak halljanak – hanem meg is hallgassanak.

De a mikrofonba ülni csak az első lépés. A valódi kérdés az, hogy mikor, mire és miért használod – mert a podcast is csak akkor működik, ha tudod, mit akarsz vele elérni. Ez a szekció pont erről szól.

10.10-10.25

Előadás

**Miért podcast? Miért most?**

A világ podcast-konferenciáin egyetlen kérdés tér vissza újra és újra: hogyan lett egy hobbiipar?

A számok magukért beszélnek. A globális podcastpiac értéke 2025-ben 38-40 milliárd dollár, a havi hallgatók száma 584 millió, az aktív műsorok száma meghaladja az 533 000-et – és csak az első félévben közel 102 000 új podcast indult el. A podcast ma már nem kísérletezés. Mainstream médiacsatorna.

A nyitó előadás ezt a globális képet hozza le magyar földre: hol tart itthon a piac, ki hallgat, mire – és miért éppen most érdemes belépni, vagy éppen nem.

Előadó:

**Román Balázs** (Betone/IAB)

## Piros terem

– Hol lehet jobbak lenni a globálisoknál? Nem minden adatcsatán elveszett. Vannak területek, ahol a helyi ismeret, a lokális kontextus és a közvetlen ügyfélkapcsolat versenylőnyt jelent – ha tudatosan használják.

– Mit hoz az AI az adategyenlőségbe? A mesterséges intelligencia az adatot sokszorosítja – de csak annak, akinek már van. Hogyan változtatja ez a hazai piac esélyeit?

3 interaktív fórum, ahol ha nem is oldjuk meg a világ adatkérdését, de legalább a megértéshez szükséges kérdéseket segítünk megfogalmazni

10.10-10.50

Fórum

**„Ki látja az adataidat?”** (40 perc) Hol születnek az adatok / Ki az adat tulajdonosa

Minden tranzakció, minden kattintás, minden vásárlás adatot termel. De ki látja? Ki tárolja? És ki profitál belőle – a forrástól függetlenül?

Az értékláncban sokszor nem az adatforrás tulajdonosa az adat tulajdonosa. Ez nem véletlen – ez rendszer. A fórum azt térképezi fel, hol csúszik ki az adat a kezünk közül, hogyan lehet ezt felismerni – és mit lehet ellene tenni.

Részvevők: jogász/adatvédelmi szakértő, e-kereskedelmi szereplő, fintech vagy banki adatszaktört



## Magenta terem

12.15-12.40

Előadás

### Csapatná kovácsolni – a szavak ereje a sportban és az üzleti életben

Görgényi István vízilabda-csapatot vezet. Motivál, összetart, feszültséget old – mindezt elsősorban a szavak erejével.

De egy csapat hangulata nem egyik pillanatról a másikra borul be. Vannak jelek. Korai, halk, könnyen figyelmen kívül hagyható jelek – amelyek azonban, ha nem vesszük észre őket időben, lavinaként gyűrűznek tovább.

Az előadás azt mutatja be, hogyan lehet ezeket a jeleket felismerni: mikor válik a csend feszültséggé, mikor lesz a visszahúzódásból lemaradás, és mikor jelzi az első kis összecsapás, hogy valami mélyebb egyensúly borult fel.

Mert a vezető igazi feladata nem az, hogy megoldja a válságot – hanem hogy észrevegye, mielőtt válság lesz belőle.

Előadó: **Görgényi István**

12.40-13.10

Beszélgetés

**Parancs, bizalom, túlélés** – Hogyan lehet jól lenni ott, ahol a hibának nincs második esélye? Mentális jóllét extrém körülmények között. Vannak helyzetek, ahol egy döntés ára nem elveszített ügyfél, hanem emberi élet. Ahol a csapattagok nem egy jól sikerült csapatépítő miatt bíznak egymásban, hanem mert az életük múlik rajta. Ahol a mentális jóllét nem extra juttatás, hanem működési feltétel.

Résztevők: szervezés alatt

## Zöld terem

12.05-12.20

Előadás

### Recirquel - A kultúra szerepe egy turisztikai célpont kommunikációjában

Előadó: **Kosztolányi Gábor** (MÜPA /Recirquel)

12.20-12.35

Fórum

### AI a turizmus marketingjében - chatbotok, ajánlórendszerek

Előadó: **Keleti Arthur** (ITBN)

12.35-13.10

Fórum

### Kié az utazó adata, hogyan lehet belőle valódi üzletet csinálni, és hogyan digitalizálódik a szállodai és turisztikai operáció?

Résztevők:

**Katona Zoltán** (MORGENS),  
**Jáksi Zsolt** (Previo.hu),  
**Boros Botond** (NTAK),  
**Gyenes Ákos** (RESnWEB)

13.15-13.30

Előadás

### Helymárka és autentikus PR-narratíva

Előadó: **Szántó Balázs** (Noguchi)

13.30-13.55

Előadás

### Brand content, ami útra kelt – hogyan lesz desztinációból mozgóképes márkatartalom?

Előadó: **Hegyi Nóra** (Kolibri Pictures)

## Barack terem

11.55-12.10

Előadás

**Egy jó termék önmagában még nem garantál sikert.** Hogyan találja meg a termék a célközönségét? Az AI ebben a lépésben segíthet például:

a pontos célcsoport definiálásában, marketing üzenetek generálásában, tartalomötletek kialakításában, kampánykonceptiók fejlesztésében és budget + KPI definiálásában.

Előadó:

**Vonnák Péter** (InnoGold Pro)

12.10-12.25

Előadás

**Hogyan válik az érdeklődés bevétellé?** Az üzlet akkor működik, ha az érdeklődés vásárlássá alakul. Itt az AI segíthet az értékesítési rendszer kialakításában. De támogathatja például: a hirdetési és értékesítési csatornák meghatározását, a konverziós üzenetek tesztelését, az ügyfélút optimalizálását és automatizálását.

Előadó:

**Nagy-Kozma Aletta** (ZeroClick)

12.25-12.45

Fórum

### Kerekasztal kibeszélő

Résztevők: **Kiss Ágota**,  
**Éless Dénes** és **Szabó Edit Ditte**

## Kék terem

10.30-10.45

Előadás

**Mit csináljunk a podcasttal?** – Márka, tudás vagy értékesítés? A legjobb marketing-csapatok ma a podcast-epizód köré építik a teljes tartalomrendszerüket: egy felvételtől lesz blogposzt, LinkedIn-anyag, YouTube Shorts, hírlevél és landing page. Egyszer dolgozol – sokszor aratsz.

Három stratégiai irány, amelyekre érdemes választ keresni:

– Márkaépítés – a podcast mint bizalomépítő eszköz: lassú, de mély  
– Tudásterjesztés és közösség – az edukációs podcast a leggyorsabban növekvő műfaj globálisan  
– Közvetlen értékesítés – a podcast mint a sales funnel felső vége

A kérdés nem az, hogy melyik a legjobb – hanem hogy melyik illik a te céljaidhoz és hallgatódhoz.

Előadó: **Tóth-Czere Péter** (ShowCast)

10.45-11.00

Előadás

### Amit a podcast nem visel el. A műfaj korlátai és erőnei

A globális tapasztalat egyértelmű: a hallgatók 88%-a azért kapcsol be, hogy új tudást szerezzon – és azonnal lekapcsol, ha azt kapja, amit máshol is megkap.

Mit nem tűr el a hallgató? Üres fecseget. Reklámnak álcázott tartalmat. Következetlen megjelenést. Gyenge hangminőséget.

Mit visel el különösen jól? Hitelességet. Szakmai mélységet. Személyes hangot. Azt az érzést, hogy valaki vele beszél – nem hozzá.

Előadó:

**Kovács András Péter** (Dumasínház)

## Piros terem

10.55-11.45

Fórum

**„Mit tehet a hazai szereplő a saját adatvagyonáért?”** (40 perc) Stratégia, jog, technológia – holnaptól Nem elég tudni, hogy elvész az adat. Tudni kell, mit lehet tenni ellene – jogi, technológiai és stratégiai eszközökkel egyaránt.

Vannak területek, ahol a hazai szereplő versenyelőnyvel bír: lokális kontextus, közvetlen ügyfélkapcsolat, kulturális ismeret. Ezek az előnyök azonban csak akkor érnek valamit, ha tudatosan építjük fel köré az adatstratégiát.

A fórum konkrét, holnap elvégezhető első lépéseket keres – nem elvont elméletet.

Résztevők: CMO vagy adatstratégiai vezető hazai cégtől, technológiai szolgáltató, marketingszakértő

11.50-12.30

Fórum

**„Mit hoz az AI az adategyenlőségbe?”** (40 perc) A mesterséges intelligencia mint adatszűrő Az AI az adatot sokszorozítja – de csak annak, akinek már van. Aki lemarad az adatversenyben, az az AI-versenyben is lemarad. Ez nem jövő – ez most zajlik.

A fórum azt vizsgálja, hogyan változtatja ez a hazai piac esélyeit: hol nyílik rés, ahol a globális még nem látja a lokálisat – és hogyan lehet ezt az ablakot kihasználni, mielőtt becsukódik. Résztevők: AI-szakértő, adatvezérelt marketing- vagy médiaszakember, hazai platformtulajdonos



2026. MÁJUS 5-6. SIÓFOK, HOTEL AZÚR

Ha nem csinálsz semmit, a piac nélküled is robog tovább

## Magenta terem

13.10-13.40

Beszélgetés

„Kártyákat az asztalra! Miért keres ő többet, mint én?” Bértranszparencia: igazság vagy nyílt káosz, új konfliktusokkal?

Az EU nem kért engedélyt. 2026-tól a bértranszparencia nem ajánlás, hanem törvény.

A kérdés már nem az, hogy beszélünk-e róla, hanem az, hogyan kezeljük a következményeket.

Résztevők:

**Szaller Dávid** (United Platforms),

**Navratil Zsuzsa** (JCDecaux),

**Varga Zoltán** (Suzuki)

13.40-13.55

Előadás

**Amit a hírlevél kihagy, azt a folyosó pótolja**

A céges kommunikáció sokszor olyan, mint a rosszul megírt szakító-SMS (nem veled van a baj, csak a körülményekkel), aztán a folyosón kiderül, hogy mégis veled volt. A hírlevélben is mindenki mosolyog, a kihívás lehetőség, az átalakítás izgalmas. De ha nem mondd ki, mi történik, majd kimondja a kolléga, a hiányzó mondatok életre kelnek, őszintebben, nyersebben, és sokkal szórakoztatóbban. Sajnos ekkor már nem főszereplő vagy, hanem tanulság, szóval, ha már ügyis történet lesz belőle, legalább ne más írja meg helyetted. Fontos, hogy mit mondunk ki, és az is, hogy mit bír el a csend: mert ahogy a tőzsdén, úgy a folyosón is minél kevesebb a hiteles, időben érkező információ, annál nagyobb az árfolyam-ingadozás, csak itt a részvények helyett bizalom és morál zuhan vagy szárnyal.

Előadó: **Szvetelszky Zsuzsa**

## Zöld terem

13.55-14.10

Előadás

**Hogyan lesz Budapestből történet, és a történetből vágy?**

Előadó: **Papp-Váry Árpád**

14.15-14.30

Előadás

**Influenszerek, alkotók és a hitelesség ára – adatalapú kampánytervezés**, Budapest Influencer Trip tapasztalatai

Előadó:

**Tamási Szilvia** (WeLoveBudapest)

14.35-14.50

Előadás

**Sporttámogatás és turizmus – sportközvetítések desztinációt erősítő szerepe, helyszínekjelölés és pénz**

Előadó: **Szabó Gábor** (Eurosport)

14.50-15.05

Előadás

**Jólléti élmény és WX Design – a wellbeing experience mint turisztikai termék**

Előadó: **Puczkó László** (Liget Zrt.)

15.05-15.20

Előadás

**OTA-piac, direkt foglalás, szálláskeresési trendek Magyarországon**

Előadó: **Szigetvári József**

## Barack terem

12.45-13.00

Előadás

**Mi történik a vásárlás után?** Egy digitális termék bevezetése után kezdődik az igazi működés. A polc nem hazudik – csak mérni kell: AI-os retail insight

Előadó: **Lévay Csanád**

13.00-13.15

Előadás

**Az AI, mint egy új működési logika, amely végigkísérheti az üzleti folyamat teljes ívét.** Hogyan kapcsolódnak ebben az AI agentek?

Előadó: **Bátorfi Zolt**

13.15-13.45

Fórum

**Kerekasztal kibeszélő**

Résztevők: **Kiss Ágota**,

**Éless Dénes** és **Szabó Edit Ditte**

## Kék terem

11.05-11.20

Előadás

**Nagy-volumenben gyártani tartalmahoz párosított branded contentek**

Előadó: **Kerner Zsolt** (24.hu)

11.20-12.00

Fórum

**„Meg lehet-e élni belőle?” Dinamikus 40 perc következik**

Ez a blokk vonzza a legtöbb kérdést minden podcast-konferencián. A vásárlás árnyalt.

A podcasterek 49%-a már legalább havi 1000 dollárt keres – szemben a 2023-as 36%-kal. De a bevétel ritkán egycsatornás. A működő modellek:

– Hirdetés és szponzoráció – a globális podcast-bevételek 60%-a, és a host-read hirdetések 3,5-szeres engagement-et hoznak a hagyományos spotnál – Előfizetéses tartalom – Apple Podcasts, Spotify, Patreon; a hallgató fizet a prémiumért – Branded podcast – a vállalat nem hirdet a podcastban, hanem ő maga a podcast – Live events – a hallgatók 15%-a hajlandó fizetni egy élő podcast-eseményért – Affiliate és saját termék – a podcast mint értékesítési csatorna

Magyarország kontextusa: a piac kisebb, az árak alacsonyabbak – de a hitelesség és a célzottság ugyanolyan értékes, mint globálisan. Megélni kizárólag podcastból itthon ma keveseknek sikerül – mellékbevételeként, márkaépítőként vagy üzleti eszközként annál többeknek.

Kibeszéljük.

Résztevők: **Szilágyi Gábor** (Remind), **Mándó Milán** (Minner)

## Piros terem

12.35-13.20

Színház

**Színház! Élet az MI-vel. Ez lesz a világok legjobbika?!**

Avagy Candide és Pangloss vitája - Voltaire után szabadon

Voltaire Candide-ja azért tér vissza újra és újra az AI-singularitás-adat körüli vitákban, mert pontosan azt a gondolkodási hibát leleplezi le, amely ma a legerősebben jelen van:

azt a hitet, hogy egy rendkívül összetett rendszer (régén a világ, ma az AI) szükségszerűen jó irányba fejlődik

Pedig csak összekeverjük az optimalizációt az értékkel, miközben ami hatékony, az nem biztos, hogy jó ami intelligens, az nem biztos, hogy bölcs ami működik, az nem biztos, hogy kívánatos

Pangloss azt mondta: „ez a világ a lehető legjobb”. A mai technológiai optimizmus azt mondja: „az adat és az AI majd azzá teszi.” Candide pedig megtanulja: a világ nem attól lesz jobb, hogy mindent optimalizálunk, hanem attól, hogy jól választjuk meg, mit érdemes optimalizálni – és közben műveljük a saját kertünket.

Az AI és adatalapúság hívei szerint: az intelligencia robbanásszerűen növekedni fog a problémák (betegségek, energia, gazdaság) megoldódna és egy „poszt-humán” korszak jön létre Ez a gondolat sokszor implicit módon azt feltételezi: ha az intelligencia nő, a világ jobb lesz, „ha a világ Isten műve, akkor szükségképpen a legjobb” Csak itt Isten helyét az algoritmus és az optimalizáció veszi át.

Attól, azonban, hogy egy rendszer logikus vagy „optimális”, még nem lesz jó!

Résztevők:

**Duronelly Péter**, **Zsiros László Róbert**, **Keleti Arthur** (ITBN), **Rab Árpád**, **Pogátsa Zoltán**



## Magenta terem

13.55–14.30

Fórum

### Amit a hírlevél kihagy, azt a folyó-só pótolja

Amikor egy városnyi létszámú kollégát tartasz irányba-vállalati kommunikáció banánhéjakon

Hogyan lehet kommunikálni hitelesen tízezer embernek, miközben mindenki már tudja a valódi verziót? Toxikus pozitivitás vagy hiteles kommunikáció? Mi egy nagy csapat vagyunk, de vajon tényleg?

Résztevők: **Papné dr. Kovács Judit** (ORFK), **Turóczy Norbert** (Tesco), **Pap Máté** (Magyar Kereskedelmi és Iparkamara), **Molnár Máté** (Lounge Group)

14.30–14.50

Előadás

### Égjünk ki jól! Mentális jólleti vagy drága HR divat?

A boldogság ma már KPI lett. De lehet-e mérni a mentális jólletet? Van-e értelme a wellbeing-programoknak vagy csak drágább lett a HR?

14.50–15.20

Előadás

### Az AI kiválaszt – te pedig reméled, hogy tetszel neki

Amikor az algoritmus lesz a főnököd és AI agent a titkárnőd. Mi történik, ha már az AI választ ki a felvételin, AI értékeli a teljesítményed és az AI dönt az előléptetésedről? A jövő kérdése nem az, hogy lesz-e AI a HR-ben. Hanem az, hogy marad-e ember a HR-ben.

## Zöld terem

15.20–15.55

Fórum

### Fókusz: Hogyan változott meg az utazói döntés, mit mutat a valós foglalási adat, és hogyan lehet a vendégélményt üzleti értékévé alakítani?

Résztevők:

**Molnár Dóra** (Accent Hotels),  
**Török Ágoston**  
(Three Corners Hotels & Resorts),  
**Liptai Judit** (Danubius Hotels)

## Barack terem

Regisztráció itt!

## Kék terem

12.00–12.40

Fórum

### „Mit csináljunk a podcasttal?” – Márka, tudás vagy értékesítés?

A legjobb marketing-csapatok ma a podcast-epizód köré építik a teljes tartalomrendszerüket: egy felvételtől lesz blogposzt, LinkedIn-anyag, YouTube Shorts, hírlevél és landing page. Egyszer dolgozol – sokszor aratsz.

Három stratégiai irány, amelyekre érdemes választ keresni:

- Márkaépítés – a podcast mint bizalom-építő eszköz: lassú, de mély
- Tudásterjesztés és közösség – az edukációs podcast a leggyorsabban növekvő műfaj globálisan
- Közvetlen értékesítés – a podcast mint a sales funnel felső vége

A kérdés nem az, hogy melyik a legjobb – hanem hogy melyik illik a te céljaidhoz és hallgatóidhoz.

Résztevők: **Tóth Szabolcs Töhötöm** (Az élet meg minden),  
**Pogácsa Zoltán**  
(POGI Podcast/Hatalmas Arcok)

12.40–13.30

Fórum

### Podcast – Média jövője: Hova tartanak a klasszikus média elemek?

Azok az nyomtatott újságok, online magazinok, klasszikus YouTube csatornák ma már multiplatform média együttesek és nem kis szerepe van a sikereikben a podcast formátumnak, mint közel elsődleges tartalom forma.

Ide nagyobb sajtó orgánumokat lehetne elhívni, hogy megmutassuk a tartalom fogyasztás változását - így a független podcastek súlyát is emelve a márka podcastek mellett.

24.hu képviselője, Kerner, Telex képviselője, 444.hu, HVG.hu

## Piros terem