

# ESETTANULMÁNY

„A fizikai aktivitás és a sport magyarországi dimenzióinak feltárása”

**TÁMOP-6.1.2/11/2-2012-0002 kódszámú projekt**

„A lakosság egészségfejlesztését szolgáló fizikai aktivitás szakmai támogatása és a szabadidő-sportolói közösségek bővítése”  
célú pályázati konstrukció keretében végzett  
**módszertani kutatás eredményeiről**

## **Sportmenedzsment szervezési és jó gyakorlatok feltérképezése 6. téma keretében**

### **Szerző**

Kassay Lili

### **Cím**

SPAR Budapest Maraton

### **Konzorciumvezető**

Magyar Sportmenedzsment Társaság (MST)

### **Konzorciumi partner**

Magyar Sporttudományi Társaság (MSTT)

2014. május



## SPAR Budapest Maraton

település	község <5000 fő	kisváros 5000-20e fő	középváros 20e-100e fő	nagyváros 100e-1000e fő	főváros/ országos
<b>célcsoport</b>	lakosság	fiatalok-idősek	hátrányos h.	fogy. élők	nők
<b>lebonyolító</b>	önkormányzat	civil szervezet	oktatási int.	sportegyesület	vállalat
<b>tevékenység</b>	szabadidősport	egészségmegőrző	sportjátékok	képzés	egyéb
<b>időtartam</b>	1 nap	2-3 nap	heti	havi	folyamatos
<b>rendszeresség</b>	évente	félévente	szezonális	havi	eseti

### ADATLAP:

Projekt hivatalos neve: **SPAR Budapest Maraton**

Projektgazda: Budapest Sportiroda

Projekt témája: Szabadidősport, futás, társadalmi felelősségvállalás

Projekt időtartama, rendszeressége: évente, egy nap

Projekt célcsoportja: 18+ férfiak, nők, családok

### VEZETŐI ÖSSZEFOGLALÓ

Az első Budapest Maratont 1984. április 14-én szervezték meg a Budapesti Testnevelési és Sporthivatal (BTSZ) eseményszervező osztályának munkatársai. A külföldi példák alapján összeállított program támogatójának megnyerték az IBUSZ-t. 1989. április 23-án rendezték meg az első olyan Budapest Maratont, amelynek főszervezője az év elején megalakult Budapest Sportiroda volt. Két évig, 1994-ben és 1995-ben a pénzügyi háttér hiánya miatt nem rendezték meg a budapesti futást. 1996-ban új helyszínen, új névadó szponzorral és ősszel indult útnak az immár Kaiser's-Plus Budapest Maraton. 1997 szeptemberében új helyszínről, a Hajógyári szigetről rajtolt a mezőny, de az útvonal továbbra is a belvárosba vezette a futókat. A koncerteknek, gyerekjátékoknak, lézershow-nak és tűzijátéknak köszönhetően a futónak családi nappá nőtte ki magát. 2009-től nevében új szponzorral vágott neki a BSI a 24. Spar Budapest Nemzetközi Maraton és Futóvesztivál előkészületeinek. Az októberi futóeseményen rekordszámú versenyző, 13.300 futó rajtolt el a különböző versenytávokon. 2013-ban már csaknem tízezerrel több nevező, 21.930 futó versenyzett. A SPAR Magyarország nagyszabású, egészségtudatosságot népszerűsítő, tömegeket megmozgató eseményeket támogat, többek között névadóként a SPAR Budapest Maraton Fesztivált. Az

egész napos eseményt az 56-osok terén rendezik, színes programokkal, kiállítókkal, játékonysági programokkal. A BSI a külföldi példákból ihletet és megoldásokat merítve, azokat hazai igényekhez és lehetőségekhez igazítva lépésről lépésre építette és építi fel a legnagyobb hazai szabadidősport rendezvényt. Az első szakaszban az eseményszervezés állt a középpontban, ami kiegészült a külföldi nevezések kezelésével, a külföldi versenyzők számára szükséges információk, szolgáltatások kialakításával. Az egyre nagyobb létszámú és volumenű futónap finanszírozása nem alapozható pályázati és központi forrásokra, ezért a BSI tudatosan formálta a futóeseményét és alakította, bővítette a szponzori kört.

A különböző távon induló futók létszámának növelésére a BSI tudatosan kereste a médiával való partneri kapcsolatok kiépítésének lehetőségét (médiabarterek), illetve létrehozta a saját kommunikációs csatornáit (adatbázis, hírlevél, Spuri Magazin, honlap, közösségi média). A médiát kifejezetten érdeklik az ismert emberekkel történetek. A BSI erre a speciális tematikájú média-érdeklődésre nyitottan számos ponton tudatosan bővítette a program- és versenyzési kínálatát („Fut a cég”, „Fut a színház”).

„Csinálj sportot a játékonyságból!” vallja a BSI, a SPAR Budapest Maraton szervezői.

- A súlyos beteg gyerekek megsegítésére létrejött „Élménykülönítmény”, a Bátor Tábor játékonysági futóközösségének önkéntesei futókat toboroznak a maraton és félmaraton versenyekre.
- A látás- és mozgássérülteknek rendszeres sportolási lehetőséget biztosító „Suhanj!” Alapítvány tagjai ugyancsak együtt futottak a maratonistákkal.
- Az Állatmentő Szolgálat Alapítvány „Fussunk, mint állat” játékonysági sportközösségének tagjai és szimpatizánsai már második alkalommal futottak együtt, vállalva, hogy 2 millió forintot gyűjtenek össze barátaik, munkatársaik, ismerőseik, a céljaikkal egyetértek köréből.
- Az UNICEF gyerekváltójában kilométerenként más és más nemzetiségű gyerekek adták egymásnak a stafétát, a Lánchídon pedig egy izraeli és egy palesztin fiú kézen fogva futott keresztül.
- A „Láss!” Egyesület, az Emberi Erőforrások Minisztériuma és a Paratriatlon válogatott közös csapattal vett részt a versenyen.
- A Fogyatékosok Országos Diák és Szabadidősport Szövetsége (FODISZ) fogyatékkal élő diáktagjai és kísérői a 600 méteres futáson indultak el.

A SPAR Budapest Maraton futóverseny célcsoportja a jogtulajdonos szempontjából kettős.

### Fogyasztók (B2C)

- A klasszikus maraton táv célcsoportja a 18 éves vagy annál idősebb futók jelentik (Magyarország, külföld). Rövidebb távokon diákok is indulhatnak. Négyfős céges csapatok a Flora Maratonstafétában indulhatnak.
- A másodlagos célcsoport a nézők (családtagok, barátok, érdeklődők), akik a futóverseny teljes útvonalán biztatják a futókat, miközben különböző helyszíni szórakoztató pontokon jól érzik magukat.

Szponzorok (B2B): A mozaikszó jelentése: *business to business*, azaz azok a cégek, akik egyetértenek az aktív, sportos, rendszeres mozgással töltött szabadidő egészségmegőrző, életminőséget meghatározó szerepével, és tudatossá tételével. Jótékonyági szervezetek: a BSI 2008 óta lehetőséget biztosít arra, hogy szervezetek a saját futóközösségükben indulókat toborozzanak, és az induláshoz kapcsolódóan a saját céljaik támogatására adományokat gyűjtsenek. A 18 éves vagy annál idősebb futók a kategóriájuknak megfelelően és a választott befizetési intervallumtól függően nevezési díjat befizetve neveznek a maraton versenyen való részvételre. Minden SPAR Maraton induló, illetve Coca-Cola Testébresztő futó egy főt nevezhet a Riska Minimaratonra vagy a Danone Maratonkára. Minden induló egy, a rajtszámon elhelyezett színes etikettet kap, amellyel megkeresheti a megfelelő zónát, melynek színe és száma az etikettével megegyezik. Mindenki csak abba a rajtzónába állhat be, amit a matricája kijelöl. Aki korábban nem adott meg tervezett tempót, az a versenyközpontban kérhet a „probléma” asztalnál etikettet. Aki ilyet nem kér, tehát rajtzóna-matrica nélkül indul, csak a leghátsó rajtzónába állhat be. A Spar Budapest Maratonon championchippel történik az időmérés, és csak ezzel az eszközzel felszerelve lehet a futóversenyen elindulni. A futók számára az öltözőt és a ruhatárat a szervezők a Petőfi Rendezvényközpontban alakítják ki, a nők részére a foglalkoztatókban, a férfiak számára a nagyteremben. A bárki számára használható ruhatárat a szabadtéri színpadon jelölték ki. Zuhanyozni a célba érkezés után a Petőfi Csarnok udvarán elhelyezett zuhanykonténerekben biztosítanak lehetőséget. A projekt finanszírozása alapvetően piaci alapú. A nevezési díjakon túl a meghatározó bevételt a különböző szintű szponzori együttműködések jelentik. A SPAR Budapest Maraton névadó partneri pozíciója mellett néhány kiemelt társzponzor kapcsolódik az egész napos sport és szabadidős programhoz. A számukra a jogtulajdonos BSI által nyújtott szolgáltatás körülbelül 90 százalékban megegyezik a névadó szponzoréval. A markáns különbséget a névhasználati jog jelenti. Az úgynevezett „kis szponzorok” beszállítói szereppel gazdálkodhatnak: termékkel, szolgáltatásokkal fizetnek. A SPAR Budapest Maraton egy összetett, komplex

esemény, melynek a kommunikációját már az összetett célcsoport meghatározása is erőteljesen befolyásolja. A szervezők a hosszú, több évtizedes és a külföldi tapasztalatokat is végiggondolva megkülönböztetett figyelemmel kezelik a különböző korosztályú és különböző távokon induló futókat (hazaiakat, illetve külföldieket); a versenyszervezés érintettjeit, legyenek azok a hivatalos szervek, vagy a korábban elsősorban az útlezárásokkal foglalkozó média; a szponzorok; a jótékonyági programok érintettjei; nem utolsósorban a nézőközönség, és a kicsábításukban aktívan résztvevő művészek, kulturális csoportok. 2013-ban a klasszikus maratoni távon indulók száma 4.900 fő. A különböző távokon indulók összesen 21.930-an álltak rajthoz, Magyarországon kívül 68 országból. A szabadidősport, mint tömegrendezvény már többről szól, mint kevés/sok amatőr sportoló saját öröméről (és a közhiedelem szerint ezért le kelljen zárni belvárosi nagy forgalmú utakat, elterelni hétvégén közlekedőket). A futóverseny átalakult, kibővült egy családi futófesztivállá, ahol az emberek számtalan szabadidős programot tudnak együtt, jókedvűen eltölteni. Ezt a lehetőséget bővíti az a kezdeményezés, minek során a maratoni táv teljes hossza utcai és komolyzenei koncertközpontokká alakul az egyes megállópontokon, ahol a nézelődők, „arra járók” is bekapcsolódhatnak hosszabb-rövidebb ideig a futók biztatásába, és önfeledt percekre tölthetnek a zenészek játékával. Mindezen fejlődés motorja egyértelműen az a vízió, amit a BSI vezetése megformált, ami folyamatosan a szeme előtt lebeg, s melynek az eléréséhez – a külföldi mintákat folyamatosan követve, elemezve – kialakítja a következő évek elérendő céljait, és a megvalósításukhoz vezető stratégiát.

TARTALOMJEGYZÉK

A PROJEKTGAZDA BEMUTATÁSA .....	7
SZERVEZET / TELEPÜLÉS STRATÉGIÁJA, PROJEKTTERVEZÉS.....	8
PROJEKT CÉLJA, CÉLCSOPORTJA.....	10
PROJEKT LEBONYOLÍTÁSA, TARTALMA .....	11
PROJEKT PÉNZÜGYI HÁTTERE, FINANSZÍROZÁSA .....	14
A PROJEKT KOMMUNIKÁCIÓS SAJÁTOSSÁGAI.....	16
EREDMÉNYEK .....	19
A PROJEKT HATÁSAI, DISSZEMINÁCIÓ .....	23
FÜGGELÉK.....	26

## A PROJEKTGAZDA BEMUTATÁSA

Az első Budapest Maratont 1984. április 14-én szervezték meg a Budapesti Testnevelési és Sporthivatal (BTSZ) eseményszervező osztályának munkatársai. A külföldi példák alapján összeállított program támogatójának megnyerték az IBUSZ-t, ami egészen 1993-ig névadója volt a budapesti maratonnak és kísérő rendezvényeinek. 1989. április 23-án rendezték meg az első olyan Budapest Maratont, amelynek főszerzője az év elején megalakult Budapest Sportiroda volt. Először volt kedvezményes az előnevezési díj – ugyancsak a már sikeres külföldi maratonok gyakorlatát követve – és drágább a helyszínen. Két évig, 1994-ben és 1995-ben a pénzügyi háttér hiánya miatt nem rendezték meg a budapesti futást. 1996-ban új névadó szponzorral és ősszel indult útnak az immár Kaiser's-Plus Budapest Maraton. Új helyszín, a margitszigeti Atlétikai Centrum adott otthont a fesztiválnak, mely először használta az „Egy igazi kihívás” szlogent a futni szeretők versenyre toborzására. A klasszikus maratoni táv – a főváros belvárosában kanyargó útvonal – mellett a szervezők megrendezték a minimaraton 8 kilométeres, valamint az óvodásokat rajthoz állító 250 méteres futás versenyeit is. A programfüzetet a Spuri Futás- és Triatlon Magazin gondozta, a médiapartnerek pedig már hónapokkal a verseny előtt folyamatosan közölték a felkészülési terveket. 1997 szeptemberében új helyszínről, a Hajógyári szigetről rajtolt a mezőny, de az útvonal továbbra is a belvárosba vezette a futókat. A gyerekek (250 m), valamint a rövidebb (7km) távot választók is indulhattak. A koncerteknek, gyerekjátékoknak, lézershow-nak és tűzijátéknak köszönhetően a futónak családi nappá nőtte ki magát. A következő év októberében, mint a főváros kiemelt rendezvénye, a Városligetbe költözött a 13. KAISER'S-PLUS Budapest Maraton. Ettől a versenytől kezdve lehet a klasszikus maraton távon országos bajnoki címet szerezni. 2009-től nevében új szponzorral vágott neki a BSI a 24. Spar Budapest Nemzetközi Maraton és Futófesztivál előkészületeinek. Az októberi futóeseményen rekordszámú versenyző, 13.300 futó rajtolt el a különböző versenytávokon. Négy évvel később már 21.930-an indultak

## **SZERVEZET / TELEPÜLÉS STRATÉGIÁJA, PROJEKTTERVEZÉS**

A jogtulajdonos Budapest Sportiroda (BSI) 1989 óta, több mint két évtizede szervezi a budapesti maratont és a kapcsolódó rövidebb távokon a szabadidő-sportolók futóversenyeit. 1984-től egy évtizedig az IBUSZ – kezdetben még a BTSH égisze alatt –, majd két éves kihagyást követően előbb a Mars, majd a Kaiser's-Plus, a Plus, és hosszú évek óta a SPAR névadó szponzori szerepvállalása mellett. A SPAR Magyarország nagyszabású, egészségtudatosságot népszerűsítő, tömegeket megmozgató eseményeket támogat, többek között névadóként a SPAR Budapest Maraton Fesztivált, az ország legnagyobb és negyed évszázada évről évre megrendezett futófesztiválját. Az egész napos eseményt az 56-osok terén rendezik, színes programokkal, kiállítókkal, jótékonyági programokkal. Egyéni, váltó és családi futások 600 m-es távtól egészen a 42 km-es megmérettetésig, a felkészültségnek és erőnlétnek leginkább megfelelően. A BSI évek hosszú munkájával – a külföldi példákból ihletet és megoldásokat merítve, azokat hazai igényekhez és lehetőségekhez igazítva – lépésről lépésre építette és építi fel a legnagyobb hazai szabadidősport rendezvényt. Az első szakaszban az eseményszervezés állt a középpontban, ami kiegészült a külföldi nevezések kezelésével, a külföldi versenyzők számára szükséges információk, szolgáltatások kialakításával. Az egyre nagyobb létszámú és volumenű futónap finanszírozása nem alapozható pályázati és központi forrásokra, ezért a BSI tudatosan formálta a futóeseményét és alakította, bővítette a szponzori kört. A különböző távon induló futók létszámának növekedése nem a véletlen műve, a BSI tudatosan kereste a médiával való partneri kapcsolatok kiépítésének lehetőségét. Számtalan médiabarterre alapozva elérte, hogy a saját – egyébként egyre bővülő – kommunikációs csatornáin túl (adatbázis, hírlevél, Spuri Magazin, honlap, közösségi média) egyrészt már hónapokkal a versenynapot megelőzően téma legyen a különböző célcsoportok számára szóló médiumokban a futóversenyre való felkészülés, az edzésprogramok közlése. Ugyancsak komoly feladat a futónap élményének átadása a lehető legkülönbözőbb formában (audio, audiovizuális eszközök), ugyancsak a saját és a partner médián keresztül. Ezzel az utómunkával elérték, hogy ne „csupán” a versenyzők és családtagjaik böngésszék az eredménylistákat, de az érdeklődők is bepillantást nyerjenek, vonzó benyomást kapjanak az egész eseményről – kedvet kapjanak a következő évi rendezvényen való részvételhez. A médiát kifejezetten érdeklik az ismert emberekkel történetek, akár szakmai, akár magánéletük, akár egy futóverseny apropóján. Nyitottak minden olyan eseményre, ahol a saját olvasóik, nézőik, hallgatóik számára érdekes, szeretett emberek mindennapjairól, életük egy-egy jelentős pillanatáról számolhatnak be. A BSI erre a speciális tematikájú média-érdeklődésre nyitottan



számos ponton tudatosan bővítette a program- és versenyzési kínálatát. A Flora Maratonstaféta 11,5km-12,3km-7,8km-11,6km távjain induló négyfős csapatai céges mezben versenyeznek (minimum 3 főnek egyazon cég munkatársának kell lennie). A versenyforma elnevezése: „Fut a cég”. A csapatoknak a nevezéskor meg kell jelölniük, hogy milyen ágazatban működik a cégük, így válik teljes körűvé a nevezés. A maratonstafétát is magába foglaló céges futóverseny sorozatot hirdetett meg a BSI, mely sorozat keretében a céges csapatok a legnagyobb budapesti futóeseményeken indulhatnak (K&H Olimpiai maraton és félmaraton váltó, Nike Budapest Félmaraton), és eredménytől függően gyűjthetik a pontokat az összesített versenyben való lehető legjobb helyezés érdekében. A „Fut a színház” kategóriában már tucatnyi váltó szerveződött. Több színház több csapattal is indult. A Barátok közt sorozatszínészei, a Vígyszínház színészei, az Operaház énekesei, a Nemzeti Táncszínház és a Honvéd Táncegyüttes táncosai, továbbá a Magyar, a Thália, a Kolibri, a Kaposvári Csiki Gergely Színház, az Új Színház valamint a Játékszín művészei. A kiemelt érdeklődés azonban „nem csak” nekik, hanem az általuk felkarolt jótékonyági ügynek is szólt. A „Fut a színház” stafétacsapatai által befizetett jótékonyági nevezési díjjal a Bajor Gizi Színészmúzeum kertjének újjáépítését is támogatják a szervezők.

„Csinálj sportot a jótékonyásból!” vallja a BSI, a SPAR Budapest Maraton szervezői.

- A súlyos beteg gyerekek megsegítésére létrejött „Élménykülönítmény”, a Bátor Tábor jótékonyági futóközösségének önkéntesei futókat toboroznak a maraton és félmaraton versenyekre. Összesen 128 jótékony futó jelentkezett, akik összesen 12 millió forint adomány összegyűjtését vállalták a felkészülésük ideje alatt.
- A látás- és mozgássérülteknek rendszeres sportolási lehetőséget biztosító „Suhanj!” Alapítvány tagjai ugyancsak együtt futottak a maratonistákkal.
- Az Állatmentő Szolgálat Alapítvány „Fussunk, mint állat” jótékonyági sportközösségének tagjai és szimpatizánsai már második alkalommal futottak együtt, vállalva, hogy 2 millió forintot gyűjtenek össze barátaik, munkatársaik, ismerőseik, a céljaikkal egyetértek köréből.
- Az UNICEF gyerekváltójában kilométerenként más és más nemzetiségű gyerekek adták egymásnak a stafétát, a Lánchídon pedig egy izraeli és egy palesztin fiú kézen fogva futott keresztül.
- A „Láss!” Egyesület, az Emberi Erőforrások Minisztériuma és a Paratriatlon válogatott közös csapattal vett részt a versenyen.
- A Fogyatékosok Országos Diák és Szabadidősport Szövetsége (FODISZ) fogyatékkal élő diáktagjai és kísérői a 600 méteres futáson indultak el.

## PROJEKT CÉLJA, CÉLCSOPORTJA

A SPAR Budapest Maraton futóverseny célcsoportja a jogtulajdonos szempontjából kettős.

*Fogyasztók (B2C):* A klasszikus maraton táv célcsoportja a 18 éves vagy annál idősebb futók jelentik, Budapestről, Magyarországról vagy akár külföldről leadva a nevezésüket. A rövidebb távokon diákok is részt vehetnek (1. táblázat). Négyfős céges csapatok a Flora Maratonstafétában indulhatnak. A másodlagos célcsoportot azok a nézők (családtagok, barátok, továbbá egyre nagyobb számban az esemény iránt érdeklődők) alkotják, akik a futóverseny teljes útvonalán biztatják a futókat, miközben különböző helyszíni szórakoztató pontokon jól érzik magukat.

születési dátum	életkor	férfiak	nők
1996.10.12. - 1994.10.13.	18-19 évesek	F1	N1
1994.10.12. - 1989.10.13.	20-24 évesek	F2	N2
1989.10.12. - 1984.10.13.	25-29 évesek	F3	N3
1984.10.12. - 1979.10.13.	30-34 évesek	F4	N4
1979.10.12. - 1974.10.13.	35-39 évesek	F5	W1
1974.10.12. - 1969.10.13.	40-44 évesek	S1	W2
1969.10.12. - 1964.10.13.	45-49 évesek	S2	W3
1964.10.12. - 1959.10.13.	50-54 évesek	S3	W4
1959.10.12. - 1954.10.13.	55-59 évesek	S4	W5
1954.10.12. - 1949.10.13.	60-64 évesek	S5	W6
1949.10.12. - 1944.10.13.	65-69 évesek	S6	W7
1944.10.12. - 1939.10.13.	70-74 évesek	S7	W8
1939.10.12. - 1934.10.13.	75-79 évesek	S8	W9
1934.10.13. előtt születettek	80 évesek és idősebbek	S9	W10

1. táblázat. A korcsoportok ([www.futanet.hu](http://www.futanet.hu))

*Szponzorok (B2B):* Azok a cégek, akik egyetértenek az aktív, sportos, rendszeres mozgással töltött szabadidő egészségmegőrző, életminőséget meghatározó szerepével, és tudatossá tételével. Jótékonyági szervezetek: a BSI 2008 óta lehetőséget biztosít arra, hogy szervezetek a saját futóközösségükben indulókat toborozzanak, és az induláshoz kapcsolódóan a saját céljaik támogatására adományokat gyűjtsenek.

**PROJEKT LEBONYOLÍTÁSA, TARTALMA****SPAR Budapest Maraton**

A 18 éves vagy annál idősebb futók a kategóriájuknak megfelelően és a választott befizetési intervallumtól függően nevezési díjat befizetve neveznek a maraton versenyen való részvételre. Minden SPAR Maraton induló, illetve Coca-Cola Testébresztő futó egy főt nevezhet a Riska Minimaronra vagy a Danone Maratonkára. Nevezni előzetesen személyesen, e-mailben, a jogtulajdonos szervezők honlapján, valamint a futóverseny napján, a helyszínen lehet (2. táblázat). Az augusztus végéig leadott nevezések esetében, ha a futó kéri, a rajtszámon a nevét vagy a becenevét is szerepeltetik. A teljes név akkor kerül a rajtszámra, ha a nevező ezt külön kéri.

<b>Versenyszám</b>	<b>Táv</b>
Spar Budapest Maraton	42,195 km
Coca-Cola Testébresztő 30 km	30 km
Flora Maratonstaféta	11,4 km – 12,3 km – 7,7 km – 10,8 km
Riska Minimaron	7 km
Danone Maratonka	2,7 km
SPAR Gyaloglás	2,7 km
SuperShop Családi Futás	600 m

2. táblázat. A program (saját szerkesztés)

A Spar Budapest Maraton 42.195 méteres távjának futói a Hősök teréről rajtolnak, az előre meghatározott rajtzónákból, attól függően, milyen tempóban tervezik lefutni a maratont. Az azonos tempóban futók egy zónából való indulása csökkenti a rajt előtti torlódásokat, lökdösődéseket, előzéseket. Minden induló egy, a rajtszámon elhelyezett színes etikettet kap, amellyel megkeresheti a megfelelő zónát, melynek színe és száma az etikettével megegyezik. Mindenki csak abba a rajtzónába állhat be, amit a matricája kijelöl. Aki korábban nem adott meg tervezett tempót, az a versenyközpontban kérhet a „probléma” asztalnál etikettet. Aki ilyet nem kér, tehát rajtzóna-matrica nélkül indul, csak a leghátsó rajtzónába állhat be.

A rajtzónák kapuit a szervezők a rajtot 20 perccel megelőzően nyitják meg, és a rajtot megelőzően 5 perccel zárják be (3. táblázat). Aki lekési a rajtzónájába való beállást, az már csak a mezőny végéről indulhat.

perc/km	tervezett maraton idő	zóna, matrica
4:30-on belül / km	3:10:00-n belüli maraton	piros 1-es matricával a rajtszámon
4:30-5:00 között / km	3:10:00 – 3:30:00 közötti maraton	zöld 2-es matricával a rajtszámon
5:00-5:30 között / km	3:30:00 – 3:52:00 közötti maraton	sárga 3-as matricával a rajtszámon
5:30-6:00 között / km	3:52:00 – 4:13:00 közötti maraton	kék 4-es matricával a rajtszámon
6:00-6:30 között / km	4:13:00 – 4:34:00 közötti maraton	fekete 5-ös matricával a rajtszámon
6:30+ / km	4:34:00 + maraton	fehér 6-os matricával a rajtszámon

3. táblázat. A tervezett kategóriák (saját szerkesztés)

Kerekesszékes és handbike-os versenyzők is indulhatnak a versenyen, de a mezőny végéről kell elrajtolniuk. Indulhatnak a mezőny elejéről – 20 másodperccel a futók rajtja előtt indítják őket – de a felvezető autót csak a 38. kilométer után hagyhatják el, a Hősök terere való visszaérkezéskor. A rajtnál alá kell írniuk egy nyilatkozatot, hogy nem előzik meg a felvezető autót.



1. ábra. A zónák indulási sorrendje (www.futanet.hu)

A teljes útvonal minden egyes kilométerénél egy 2 méter magas táblán jelzik a szervezők a megtett kilométer számát. Ezzel is ellenőrizhető az útvonal és a választott iram. A frissítőállomásokon a mezőny elejének és végének a kezébe adják a poharas frissítőket. A mezőnyben futóknak maguknak kell elvenniük. Iramfutók segítik a sikeres célba érést, a mezőnyt záróbusz követi. A táv első felében 7 perc 30 mp / km tempóban. A táv második felében 8 perc 10 mp / km tempóban. Ha ennél gyorsabban fut a mezőny utolsó futója, akkor az ő tempójában követi őt a busz. Ha valakit beér a záróbusz, akkor fel kell szállnia, az időmérő chipet le kell adnia, rajtszámát áthúzzák, és a célterületre már nem léphet be. A

frissítőállomásokon is ellenőrzik a szintidőt, s ha valaki átlépi, akkor már nem futhat tovább az állomásról. A Spar Budapest Maratonon championchippel történik az időmérés, és csak ezzel az eszközzel lehet a futóversenyen elindulni. A futóknak nem kell letéti díjat fizetniük, hacsak nem adják le a megadott határidőig. Ebben az esetben a BSI adatbázisában a futó egyenlegébe ezer forintot könyvelnek el. A chipet a célbeérkezés után, de még a célterület elhagyása előtt kell visszaadni a szervezőknek. A chip működése, és a nevezését leadóval való helyes összekapcsolása a nevezési irodában felállított számítógépen ellenőrizhető. A verseny napján a versenyközpontban, a nevezési sátorban, a chipkontroll feliratú táblánál ellenőrzik a szervezők. A futók számára az öltözőt és a ruhatárat a szervezők a Petőfi Rendezvényközpontban alakítják ki, a nők részére a foglalkoztatókban, a férfiak számára a nagyteremben. A bárki számára használható ruhatárat a szabadtéri színpadon jelölték ki. Zuhanyozni a célba érkezés után a Petőfi Csarnok udvarán elhelyezett zuhanykonténerekben biztosítanak lehetőséget. Noha a Petőfi Csarnok mellékhelységeit is lehet használni, a versenyközpont és a rajt közelében, valamint a frissítőállomásoknál, továbbá a váltóhelyeken kihelyezett mobil WC-k is a futók rendelkezésére állnak.

#### Flora Maratonstaféta

A 11,5 km, 12,3 km, 7,8 km és 11,6 km versenytávokon szervezett Flora Maratonstafétán 4 fős csapatokban lehet indulni. A csapatokból legalább 3-3 főnek egyazon cég munkatársaiból kell verbuválódniuk. A cég nevének a csapatnévben is szerepelnie kell. A stafétára a céges csapatok a főtevékenységükhöz legközelebb álló kategóriában nevezhetnek:

1. Pénzügyi és üzleti szolgáltatások
2. Informatika, távközlés, energia
3. Ipar, kereskedelem, közlekedés
4. Közszolgálat, oktatás, egészségügy
5. Média
6. Egyéb

A versenyre nevezett céges csapatokat férfi és női kategóriában, a vegyes csapatokat a férfiak között értékelik és díjazzák.

## PROJEKT PÉNZÜGYI HÁTTERE, FINANSZÍROZÁSA

A BSI, mint jogtulajdonos több évtizede szervezi a budapesti maraton szabadidősport futóversenyeket, hosszú évek óta a SPAR névadó szponzori szerepvállalása mellett. A projekt finanszírozása alapvetően piaci alapú. A nevezési díjakon túl a meghatározó bevételt a különböző szintű szponzori együttműködések jelentik (4., 5. és 6. táblázatok).

Nevezési díjak						
	Alap	Indult már BSI eseményen	Diák	65+ éves	Spuri Aranykártya / Futóklub	Ironman kedvezmény
jan. 31-ig	16 000 Ft	10 000 Ft	7 500 Ft	3 500 Ft	8 050 Ft	
április 27-ig	18 000 Ft	11 000 Ft	7 500 Ft	3 500 Ft	8 850 Ft	
augusztus 18-ig	19 500 Ft	12 500 Ft	9 500 Ft	4 500 Ft	10 050 Ft	6 200 Ft
szeptember 28-ig	21 000 Ft	15 500 Ft	9 500 Ft	4 500 Ft	12 450 Ft	7 700 Ft
október 8-ig	22 500 Ft	19 000 Ft	10 500 Ft	5 500 Ft	15 250 Ft	9 500 Ft
október 11-12-én	26 000 Ft	22 000 Ft				

4. táblázat. A nevezési díjak (www.futanet.hu)

	Alap	Diák	Iskolai nevezés / felnőtt	65+ éves	Spuri Aranykártya / Futóklub
április 27-ig	1 500 Ft	1 300 Ft	1 600 Ft	1 600 Ft	1 250 Ft
augusztus 18-ig	2 300 Ft	1 300 Ft	1 600 Ft	1 600 Ft	1 850 Ft
szeptember 28-ig	2 800 Ft	1 300 Ft	1 600 Ft	2 100 Ft	2 250 Ft
október 8-ig	3 300 Ft	1 300 Ft	1 600 Ft	2 100 Ft	2 650 Ft
október 11-12-én	3 800 Ft				

5. táblázat. Riska Minimaratón nevezési díjai (www.futanet.hu)

SPAR Budapest Maraton

	Alap	Indult már BSI eseményen	Diák	65+ éves	Spuri kártya / Futóklub	Váltótag kedvezményes nevezés
június 16-ig	8 300 Ft	3 000 Ft	2 500 Ft	2 500 Ft	2 450 Ft	2 000 Ft
augusztus 18-ig	8 300 Ft	3 600 Ft	2 500 Ft	2 500 Ft	2 850 Ft	2 000 Ft
október 2-ig	10 000 Ft	4 200 Ft	3 000 Ft	3 000 Ft	3 350 Ft	2 000 Ft
október 9-ig	10 000 Ft	4 800 Ft	3 000 Ft	3 000 Ft	3 850 Ft	2 000 Ft
október 12-13	11 000 Ft	7 000 Ft				

6. táblázat Flora Maratonstaféta nevezési díjai (www.futanet.hu)

A SPAR Budapest Maraton névadó partneri pozíciója mellett néhány kiemelt társszponzor kapcsolódik az egész napos sport és szabadidős programhoz. A számukra a jogtulajdonos BSI által nyújtott szolgáltatás körülbelül 90 százalékban megegyezik a névadó szponzoréval. A markáns különbséget a névhasználati jog jelenti. A partneri pozíciót választó szponzorok – a gazdasági ágazatuktól függően – saját terméket, szolgáltatást megjelenítő lehetőséget is kaphatnak. Az úgynevezett „kis szponzorok” beszállítói szereppel gazdálkodhatnak: termékkel, szolgáltatásokkal fizetnek. Ha a közvetlen helyszíni jelenlétén túl egyéb, szélesebb körű kommunikációt is igényelnek, akkor a céljai függvényében kiválasztott kommunikációs eszközökön való megjelenésért külön fizetnek. Összesen körülbelül 100-150 felület közül választhatnak. A kiállítók semmiféle tartalmi kapcsolatban nincsenek az eseménnyel, ők „csak” egy kiállító és/vagy értékesítő helyet bérelnek annak érdekében, hogy az egész napos eseményen megfordulók számára bemutassák vagy értékesítsék a termékeiket, szolgáltatásaikat. A médiával való együttműködésnek a szponzori kapcsolatok területén is jelentősége van. Az együttműködés jellegétől, kiterjedtségétől és időtartamától függően akár a kiemelt szponzori kategóriának megfelelő együttműködés is kialakítható – barter megállapodás keretében.

## A PROJEKT KOMMUNIKÁCIÓS SAJÁTOSÁGAI

A SPAR Budapest Maraton egy összetett, komplex esemény, melynek a kommunikációját már az összetett célcsoport meghatározása is erőteljesen befolyásolja. A szervezők a hosszú, több évtizedes és a külföldi tapasztalatokat is végiggondolva megkülönböztetett figyelemmel kezelik a különböző korosztályú és különböző távokon induló futókat (hazaiakat, illetve külföldieket); a versenyszervezés érintettjeit, legyenek azok a hivatalos szervek, vagy a korábban elsősorban az útlezárásokkal foglalkozó média; a szponzorok; a jótékonyági programok érintettjei; nem utolsósorban a nézőközönség, és a kicsábításukban aktívan résztvevő művészek, kulturális csoportok.

### *Futók*

A szervező csapat a hagyományos kommunikáción túlmenően – korábbi futók, adatbázis, saját kiadású Spuri Magazin, honlap, média együttműködések, partner honlapok – egy, a BSI által kialakított koncepcióra támaszkodva az eddigieknél szélesebb körben tervezi elérni mind a hazai indulókat, mind pedig a maraton leendő nézőközönségét.

Mivel a maraton, a 30 kilométeres vagy akár a staféta távjaira való felkészülésről, a versenyen való elindulásról nem a startpisztoly eldördülését megelőző néhány hétben hozzák meg a futók a döntést, őket tavasszal, áprilistól hírlevelekkel, interneten, közösségi médián, valamint a SPAR és a Supershop együttműködő partnerek kereskedelmi láncain keresztül szólítják meg. A Flora Maratonstafétában négyfős vállalati csapatok indulhatnak (legalább 3 főnek ugyanazon cég alkalmazásában kell állnia). Ezen csapatok számára egy külön versenyt is meghirdetnek, amely szerint a 3 kiemelt budapesti futóverseny – SPAR Budapest Maraton, K&H olimpiai maraton és félmaraton váltó, Nike Budapest Félmaraton – közül legalább kettőn indulva a helyezések szerint gyűjthetik az összértékelésbe beszámítható pontokat. Akármelyik verseny kommunikációján keresztül elérve a csapatokat megismertetik az egyes versenyeket, kedvet csinálnak az induláshoz. A Flora Maratonstafétában külön versenyt hirdetnek a magyarországi és határon túli magyar színházak, bábszínházak, színházi fesztiválok művészei, szakemberei számára. Az ismert és elismert emberek felkeltik a média érdeklődését, folyamatos tartalmat kínálnak a futóverseny apropóján a média számára – mely gyakorlathoz alkalmazkodva a BSI biztosítani tudja a folyamatos médiajelenlétet, illetve



ismert emberek példáján keresztül is inspirálni tudja a nagyközönséget a futásra, a felkészülésre, a versenyen való elindulásra, és nem utolsósorban nemes, jótékony ügyek támogatására.

A BSI a névadó szponzorral, valamint az egyes futamok névadóival (Coca-Cola, Flora, Danone, Alföldi tej/Riska) kibővített közös kommunikációs kampány megvalósításába kezdett. Ennek értelmében a cégek a szponzoráció során befektetett szponzori befektetésük és a felajánlott termékek mellett külön összeget fordítanak a SPAR Budapest Maratonhoz kapcsolódó kommunikációra, a kommunikációs eszközök biztosítására. Ezt a közös fellépést megfejelve valamennyien – a saját termékválasztékukon belül – kedvezményt biztosítanak a futók/nézők számára egy közösen kialakított kuponrendszeren keresztül. A BSI szervező tevékenysége mellett a cégek együttműködését a SPAR Magyarország koordinálja.

#### *Klasszikus maraton útvonalán szurkoló nézők*

A BSI célja, hogy a legnépszerűbb magyarországi sportszabadidős eseményen az egyre nagyobb számban induló futókon és családtagjaikon, barátaikon kívül – a már világhírűvé nőtt new yorki, berlini, londoni maratonhoz hasonlóan – Budapesten is hatalmas nézőközönség szurkolja végig és szórakozza át a maraton futás 42 kilométeres távjának versenyét. A BSI a cél eléréséhez vezető utat „Társadalmi Beágyazódási Programnak” (TBP) nevezte el, aminek a segítségével sikerül mind a médiamunkások, mind a hivatalos szervek gondolkodásmódjában egy új, a valós értékeket tükröző pozícióba áthelyezni a futóversenyt, és mindeközben növelni a szurkolói számot. Ennek a törekvésnek egy-egy kis szeletét jelentik a jótékonyági programokra résztvevőként meghívottak (például az Emberi Erőforrás Minisztérium két vegyes csapattal is indult a fogyatékkal élőkkel), a külön kategóriában induló színészek, művészek, vagy a programokhoz kapcsolódó közéleti emberek aktív részvétele. A BSI leforgatott egy szurkolói filmet annak érdekében, hogy ennek – közösségi médián keresztüli – terjesztése révén szélesebb kör kapjon betekintést a futás és a szurkolás élményébe. A futóverseny útvonala mentén, a SPAR logisztikai partnereinek közreműködésével – körülbelül ötvenezer háztartás postaládájába dobnak be szórólapokat a SPAR Budapest Maraton programjairól, hasznos tudnivalóiról, és nem utolsósorban a szurkolói szórakoztató programokról és futók szurkolói támogatásáról. A SPAR Budapest Maraton megelőző, a futók toborzásánál már említett háromhetes kommunikációs kampány

elsősorban a leendő nézőközönségnek szól. Az első két hétben a BSI által kialakított kommunikációban a SPAR és a különböző távok névadó szponzorai közösen vesznek részt úgy, hogy a közös kampányban mindegyikük testre szabva, egyéni módon is meg tud jelenni. Ez az első két hét a „Mindenki rajthoz!” szlogennel indul. A 3. hét pedig már kifejezetten a közönség, szurkolók számára szervezett szórakoztató programokra hívja fel a figyelmet.

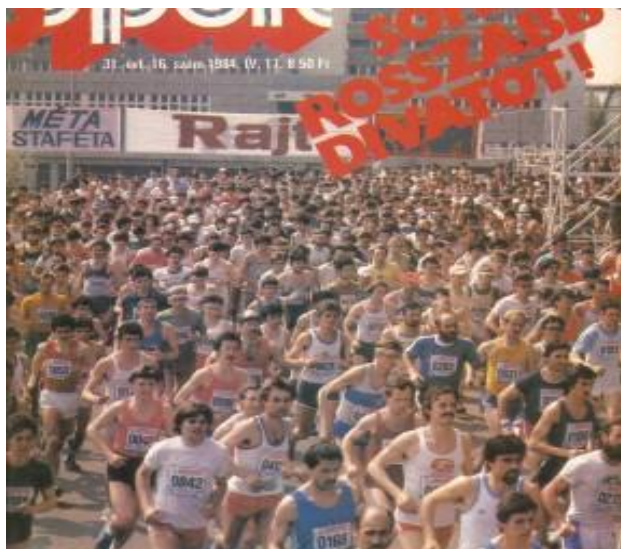
A klasszikus maraton útvonalán a futás alatt egy-egy állomáson utcazene fesztivált vagy komolyzenei előadást (!) szerveznek mind a 42 kilométer hosszon. A programban résztvevő zenészek, zenekarok a saját hírlevelükben, honlapjukon, Facebook oldalukon vagy egyéb közösségi média jelenlétük során a saját közönségüknek kommunikálva hívják őket a szurkolói és zenei részvételre.

**EREDMÉNYEK**

	férfi	nő	összesen	országok száma	Távok összes regisztráltja
1. IBUSZ Budapest Maraton (1984)	625	25	650	18	
2. IBUSZ Budapest Maraton (1985)	715	24	739		
3. IBUSZ Budapest Maraton (1986)			889		
4. IBUSZ Budapest Maraton (1987)			1.097+		
5. IBUSZ Budapest Maraton (1988)			1.097		
6. IBUSZ Budapest Maraton (1989)			1.165		
7. IBUSZ Budapest Maraton (1990)			1.000		
8. IBUSZ Budapest Maraton (1991)	946	53	999	22	7.884
9. IBUSZ Budapest Maraton (1992)			1.520		
10. MARS Budapest Maraton (1993)			1.074	29	11.500

7. táblázat. Az IBUSZ Maratonon indulók létszámadatai (saját szerkesztés)

2014-ben jubilál a rendezvény, 30 éve, 1984. április 14-én rajtolt el hazánkban az első igazi tömegmaraton mezőnye (1. kép).



1. kép. Az első IBUSZ maraton rajtja (forrás: www.maratonfutas.hu)

A Budapest Maraton 1994-ben és 1995-ben nem rendezték meg, mert nem volt meg a megfelelő pénzügyi háttér.

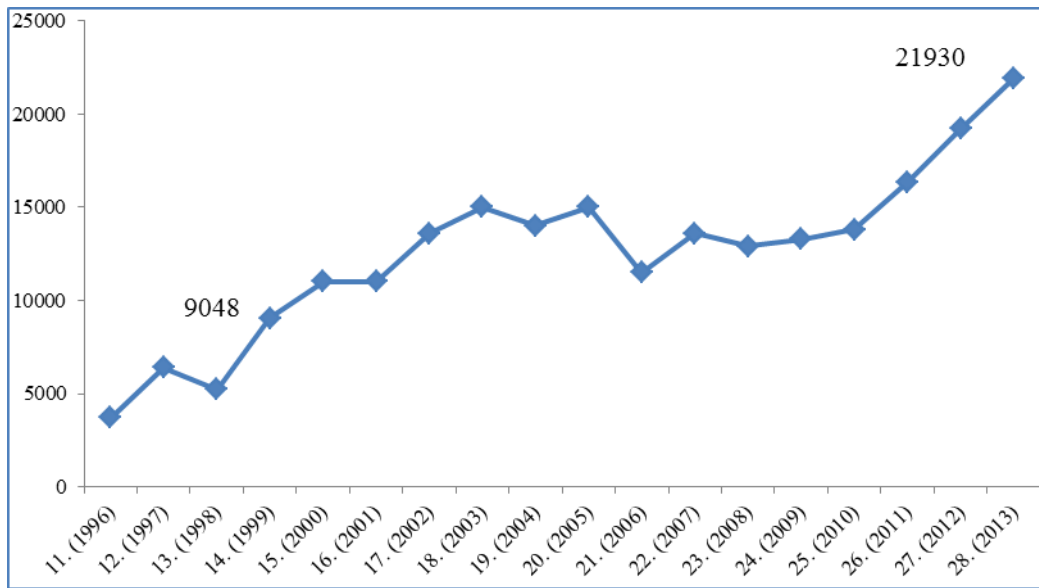
	férfi	nő	összesen	országok száma	Távok összes regisztráltja
11. KAISER'S PLUS Budapest Maraton (1996)			805		3.710
12. KAISER'S PLUS Budapest Maraton (1997)			1.180		6.415
13. KAISER'S PLUS Budapest Maraton (1998)			1.535	30	5.237
14. KAISER'S PLUS Budapest Maraton (1999)			2.028	33	9.048
15. KAISER'S PLUS Budapest Maraton (2000)			2.900	37	11.000
16. KAISER'S PLUS Budapest Maraton (2001)			2.800	40	11.000

SPAR Budapest Maraton

17. KAISER'S PLUS Budapest Maraton (2002)			2.110		13.600
18. KAISER'S PLUS Budapest Maraton (2003)			2.600		15.000
19. PLUS Budapest Maraton (2004)			2.700		14.000
20. PLUS Budapest Maraton (2005)			3.000+	43	15.000
21. PLUS Budapest Maraton (2006)					11.500
22. PLUS Budapest Maraton (2007)			3.000+		13.600
23. PLUS Budapest Maraton (2008)					12.900
24. SPAR Budapest Maraton (2009)			3.500	58	13.300
25. SPAR Budapest Maraton (2010)			3.150		13.800
26. SPAR Budapest Maraton (2011)				53	16.350
27. SPAR Budapest Maraton (2012)				60	19.200
28. SPAR Budapest Maraton (2013)			4.900	68	21.930

8. táblázat. A PLUS Budapest Maratonon indulók létszámadatai (saját szerkesztés)

A Budapest Maraton különböző távokon induló futóinak száma



2. ábra. A létszámok változásai (saját szerkesztés)

## A PROJEKT HATÁSAI, DISSZEMINÁCIÓ

A különböző névadó szponzorral együttműködő Budapest Maraton a BSI 1989-es első saját nevében, jogtulajdonosként történő szervezése óta a főváros (és egyben Magyarország) legnagyobb sportszabadidős rendezvényévé nőtte ki magát. A minta mindig a nagyvilág elismerten legnépszerűbb, legsikeresebb városi futóversenyei, úgy, mint a New York Marathon, a London Marathon vagy a Berlin Marathon. A BSI folyamatosan figyeli az újdonságokat, keresi az átvehető mintákat, megoldásokat – amiket mindig a hazai piac igényeihez, fejlődési ritmusához igazít. A futók létszáma a klasszikus maraton távon az idők során 650-ről 4.900-ra nőtt, a különböző távokon indulók száma összesen már 21.930 futó. A különböző távok száma is gazdagodott, a klasszikus 42 kilométeres futás mellett már 30 kilométeren és 8 kilométeres távon is kipróbálhatják magukat az amatőr sportolók. Lehetőség van csapatban futni, a négyfős stafétában különböző távok váltogatják egymást, de valamennyi kihívás elé állítja a résztvevőket. Az egészséges futók mellett természetesen indulhatnak a kerekesszékes és a handbike-os versenyzők is. Ahogy bővült a futók létszáma, és nőtt a verseny iránti nézői érdeklődés, valamint megnövekedett a kiegészítő programok száma, úgy kellett új meg új helyszínt választani a Budapest Maraton megrendezéséhez. A kezdetekhez képest már a margitszigeti Atlétikai Centrum is egy jelentős bővülést jelez (1996), ám már a következő évben új helyszínt kellett választani, a Hajógyári szigetet (1997) – ahol koncertekkel, gyerekjátékokkal színesített futó- és családi napot szervezett a BSI. A következő év ismételen nagy előrelépést hozott, mikor is a főváros kiemelt rendezvényének elismert Budapest Maraton a Városligetbe költözött (1998). A töretlen fejlődés miatt azonban igen hamar a Hősök terén, majd kiegészítve azt az 56-osok terén találta magát a SPAR Budapest Maratonon indulók népes tábora, csaknem 150.000 embernek hétvégi szórakozást nyújtva. Az eseményszervezés minősége alapvetően meghatározza az egész rendezvény sikerességét. A kezdeti néhány száz fős versenyzői létszám mára majdnem meghaladja a huszonkétezer indulót, ami tekintélyes szervezési, koordinálási feladatokat jelent. Az előkészítés, a különböző engedélyek beszerzése, az útvonalak biztosítása, a kiszolgáló területek, egységek és szolgáltatások előkészítése, és magának a versenynek (különböző versenyszámokban, távokon, útvonalakon) történő lebonyolítása, a biztonsági előírások betartása és betartatása mind-mind meghatározza a következő évek sikerét. Az említetteken túl komoly kihívást jelent a szervezőcsapat – különböző előkészítő és megvalósítási fázis

igényeitől függő – létszámának a biztosítása és finanszírozása. A BSI állandó munkatársain túl a SPAR Budapest Maraton napján jelentős létszámban dolgoznak szerződött partnerek munkatársai és önkéntesek, akiknek ugyanolyan pontos, igényes munkát kell végezniük. Az így alkalmilag kialakuló teljes szervezőcsapat hozza létre azt a minőséget, amelyet a futók, a kísérők, a nézők – ki-ki a maga találkozási pontján – megtapasztalhatnak. Az előkészítés része a futók nevezésének regisztrálása, nyilvántartása, adatbázisban való rögzítése, nem utolsósorban az időben elindított hírlevelek küldése, információk átadása. Az adatbázis több mint húsz év történéseit tartja nyilván, és jelenti a megbízható háttérrel a futók kiszolgálásához – beleértve a folyamatosan növekvő számú külföldi futókat is. A napjainkban már 68 országból érkező maratonisták mind a versenyről, mind az utazásról, szállásról, budapesti lehetőségekről részletes tájékoztatást kapnak a BSI munkatársaitól. A versenyszervezés kihívásain, feladatain túl a SPAR Budapest Maraton fejlődésének meghatározó tényezője a médiakapcsolatok tudatos építése. Egyrészt a média városi futásról alkotott képének formálása, miszerint a városi futóverseny nem azonos az útlezárásokból és terelésekből adódó bosszúsággal, hanem komoly sportteljesítmény, értékes szabadidő eltöltés, jó ügyek támogatása és közösségek épülése sarjad(t) ki belőle az évek során. Az imázs átszabásában, a média érdeklődésének felkeltésében és fenntartásában meghatározó szerepe van az ismert és köztisztviselőben álló művészek, sportolók, közéleti emberek bevonásának, aktív szerepvállalásuknak. Egy csaknem 150.000 ember hétvégi szórakozását jelentő rendezvény nem szervezhető meg a megfelelő finanszírozási háttér nélkül. A bevételi források (nevezési díjak, pályázatok, szponzori és kiállítói együttműködések) közül a pályázati pénzekkel mindig nagy körültekintéssel kell eljárni, mert gyakran igen későn írják ki őket, nehéz rájuk ebből adódóan felkészülni. További figyelmet igényel, hogy ha meg is ítélik a pályázati összeget, igen gyakran hatalmas késéssel érkeznek meg a pénzek a szervezők számlaszámára, ami azt jelenti, hogy igen tekintélyes összegeket kell meghitelezniük egy olyan előkészítési periódusban, amikor a többi bevételi forrással érdemben még nem lehet számolni. Nagyon megterheli egy esemény cash flow-ját, amennyiben a szervező elsősorban pályázati és támogatási pénzekre számítva szervezi az eseményt. A BSI tudatosan a piaci bevételek arányainak növeléséért dolgozik, ennek érdekében magát a SPAR Budapest Maratont, a szolgáltatásait, a kapcsolódó kommunikációját, összességében pedig az egész esemény megítélését, pozícióját, imázsát erősíti, fejleszti és alakítja. Kialakítottak egy szponzori kategóriarendszert, melyben az egyes kategóriákban együttműködő szponzorok tudják, hogy milyen tartalmi és eszmei értéket kapnak a pénzükért és terméknegyújtásukért cserébe.



Mindezek mellett a BSI törekszik arra, hogy a szponzorok maguk is különböző szinteken együttműködjenek, közösen fejlesszék a projektet. A szabadidősport, mint tömegrendezvény már többről szól, mint kevés/sok amatőr sportoló saját örömeiről (és a közhiedelem szerint ezért kell lezárni belvárosi nagy forgalmú utakat, elterelni hétvégén közlekedőket). Közösségek alakulnak akár a futóközösségen, akár a kísérőkön, és nem utolsósorban a jótékonysági programokon, futamokon keresztül – egyre nagyobb számban a szórakozni vágyó nézők, szurkolók biztatása mellett. A futóverseny átalakult, kibővült egy családi futófesztivállá, ahol az emberek számtalan szabadidős programot tudnak együtt, jókedvűen eltölteni. Ezt a lehetőséget bővíti az a kezdeményezés, minek során a maratoni táv teljes hossza utcai és komolyzenei koncertközpontokká alakul az egyes megállópontokon, ahol a nézelődők, „arra járók” is bekapcsolódhatnak hosszabb-rövidebb ideig a futók biztatásába, és önfeledt perceket tölthetnek a zenészek játékával. Mindezen fejlődés motorja egyértelműen az a vízió, amit a BSI vezetése megformált, ami folyamatosan a szeme előtt lebeg, s melynek az eléréséhez – a külföldi mintákat folyamatosan követve, elemezve – kialakítja a következő évek elérendő céljait, és a megvalósításukhoz vezető stratégiát. A BSI-nek az a jövőképe, hogy összesen 4 darab tíz-tízezer induló feletti versenyt szervez a következő években (Az összindulók száma a SPAR Budapest Maraton esetében 21.930, Vivicittan 15.600, Nike félmaratonon 12.500, Balatonátúszáson 10.000, Maratonváltón 8.500 fő). Ha csak a maratoni indulók számát tekintjük, komoly kihívás, egy-egy nap már nem is megszervezhető programok. Ugyanakkor a BSI ismeri a külföldi példákat, például a dániaiakat, ahol összesen 125.000-en indulnak a maratonváltóban, s naponta ötezren versenyeznek. A cég az, hogy öt éven belül egy hasonló eseményt megszervezzen a BSI Magyarországon is.

## FÜGGELÉK

### **Források:**

- Interjú: Kocsis Árpád, BSI ügyvezető, 2014. április 07.
- [www.futanet.hu](http://www.futanet.hu)
- [www.maratonfutas.hu](http://www.maratonfutas.hu)

### **Interjúkérdések:**

- Mik azok a legfontosabb információk, történetek, események, amit a SPAR Budapest Maraton kapcsán tudnunk kell, tudnunk érdemes?
- Milyen célt akar beteljesíteni a BSI a SPAR Budapest Maraton szervezésével?
- Ki a célcsoportja a SPAR Budapest Maraton Futófesztiválnak?
- Mik a főbb állomásai a verseny előkészítésének? Mik a fejlődésnek, fejlesztésnek a meghatározó pontjai?
- Milyen jövőképe van a SPAR Budapest Maratonnak és a BSI-nek?
- Mi jellemzi a rendezvény kommunikációját?
- Milyen főbb pénzügyi jellemzőkkel lehet leírni a SPAR Budapest Maraton előkészítését, szervezését?
- Milyen eredményeket mutat fel a hosszú évek során a Budapest Maraton?
- Mi az a legfőbb üzenet, amit továbbadna másoknak is?