



INTERNET HUNGARY 2026

Ki képes kitörni a buborékból? *A nagy honvisszafoglalás*

2026. október 6–7. • Siófok, Hotel Azúr • www.internethungary.com

Az Internet Hungary konferencia programtükre. 2026. október 6., kedd

Magenta terem

Plenáris:

- A vélt szabadság elviselhetetlen könnyűsége
- Meddig miénk itt a tér? Minden logikus, és csodák márpedig nincsenek

- Ki írja át a kultúránkat?
- Az elképzelt élet digitáliában
- Öt Magyarország ugyanazon a piacon

- Utolérlek-e még egymást a magyarok?

- Hány sebességen tudsz kiszolgálni egy versenypiacot?

Versenypiac:

a nagy honvisszafoglalás

A világ és benne a magyar piac lehetőségei
Ne hagyjuk, hogy a piacunk elszűrüljön az adatokban
Átalakulnak az értékláncok, áthelyeződnek a gazdasági pólusok, a piac súlyzó alakú lesz: erősödik az olcsó és a prémium szegmens, a közép pedig gyengül. A vásárlók öt ütemben fogadják be az újat, az újtól a lemaradókig. Ebben a képbe helyezzük el a Nyugatot, a Keletet és Magyarországot.
Az igazság nem olvasható ki pusztán az adatokból, és aki csak rájuk hagyatkozik, beleolvad az átlagba. A teremben közgazdász, befektető és marketinges mellett író, képzőművész, filozófus és történész, a nehéz előadásokat pedig kulturális beszélgetések oldják. Hogyan őrizzük meg a hazai piac erejét és a mozgásterünket? Kivel érdemes összefogni, és milyen áron? Legyünk színészek, ne az adatvilág szűrje alanyait.

- Ki-ír-Kit? Ki-ír-Ki? Kit? Ki-írt-Ki? Kit?

- Digitália: a jövőben ki él helyettünk?

- Az új érték neve érték és bizalom

- A kiszámíthatatlan ember

- Utolérlek-e egymást a magyarok?

- A kultúra: diszlet vagy DNS

- A világgazdaság új pólusai

- A világgazdaság átalakul
Magyarország a világrendtelenségben.

- Van-e még saját pályánk?

- Cselekvőképesség az új világrendben

- Ép testben ép lélek? Az mondja meg, mi a kultúra, aki fizet?

Kék terem

Kereskedelem

A vevőd nálad nézelődik. De kinél vásárol, melyik ország boltjában? A bankjához évekig hű, a polcnál másodpercek alatt dönt. Ugyanabból a pénztárcából vesz autót és újít fel lakást: a pénzéért nemcsak a te szektorod versenyez. Az újtól a lemaradókig más tempóban vásárolnak a fogyasztók, miközben versenyeznek veled a Határtalanok, a Globálisok és a Brutálisok. Egy nap kereskedőknek, beszerzőknek, marketingeseknek és cégvezetőknek arról, hogyan lesz a figyelemből vásárlás. És mitől marad nálad a következő is.

- Fogyasztói Buborékok

- A láthatatlan falak.

- Ez a piac, amiben árulunk
Minden kereskedő ismeri a saját szegmensét. Azt viszont ritkán látja, hogy a saját vevője kívül méri össze őt.

- Az agentíc commerce

- Ki neveli a minőségi vásárlót?

- A kihagyott lehetőség a kereskedelemben

- A vevőid öt sebességgel haladnak, az újtól az azokig, akik ma sem interneteznek: kinek melyik csatornán szólsz, és meddig tartod nyitva a drága lassú sávot?

- A figyelem nyomában

- Amit az MI lát, és amit a keresés mutat

- Research Hungary

- A Temu előttünk jár?

- A vásárlás új infrastruktúrája.

- Quick Commerce, TiktokShop, Commerce media, Agentíc commerce

- Visszacsbítás előtt a takarítás a piacterünkön

Zöld terem

Marketing & Media

Kié lesz a piacterünk?

Régen kevesen értek el sokakat, ma sokan keveseket: a tömegmédiát és a széttöredezett nyilvánosság között új szabályok szerint zajlik a verseny a figyelemért. A globális platformok diktálnak, de a helyismeret, a hiteles tartalom és a bizalom nekünk is erős lapokat ad. Egy nap arról, hogyan váltsuk ezeket piaci előnyre és hogyan alakítsuk mi is a játékszabályokat.

- A buborék másik oldalán

- Az észrevétlen piacvesztés

- „Nem lehet elégszer elmondani”

- (Piliszkó)

- Mi marad nálunk az értékláncból?

- Amit sem a gép, sem a platform nem visz el

- A befolyásolás tortája:

- Elérés vs valós befolyásolás

- Az ügyfelek reklámtortája

- Research Hungary

- Az elérés és a bevétel szétválása

- A figyelem bére

- Az ügyfelek reklámtortája

- Mit nem adunk még oda? Mentsük ami menthető!

- Hatásra költés, ne költést mérj.

- Hány kommunikációs sávot bír el egy büdzsé?

- Producereknek áll a világ

- Kedvező széljárások a lokális piactereken I. – A stratégia

- A marketing parlamentje

Arany terem

Tourism Hungary

A vendég élményt keres.

Te megtérülést. Hol találkoztok?

Két nap a magyar turizmusról: a vágtyól, ami újra indít, az élményig, ami visszahoz – és a bevételig, amiből érdemes folytatni. Az Internet Hungaryn a turizmus kilép a saját köreiből: egy asztalhoz ül a marketinggel, a médiával, a technológiával és a kultúrával. Mert a vendégért egész ágazatok dolgoznak, a figyelméért globális platformok versenyeznek. Hogyan lesz a közös vonzerőből közös üzleti erő? Mitől választanak téged, mennyi marad nálad, és mit kell ma elkezdened, hogy 2027-ben is megérje vendégül látni a világot?

- A turizmus, mint a vágy édes tárgya
Elutazunk, hogy megérkezzünk. De hová?

- Turizmus – egy versengő, lüktető piac, egy társasházban és annak udvarán.
Kit várunk erre a piacra a vendégeken kívül?

- A turizmus: vágtyóból üzlet

- Piaci szektorokon átnyúló kollaboráció erényei. Egy kiskereskedő, két szállodai szakember, egy fesztiválszervező és egy médiaügynökség-vezető, aki kulturális eseményeket is szervez.

- Amit odakint már megoldottak

- Külföldi minták a hazai piacra

- Mutasd a vendéget és megmondom hány csillagos az éttermed és/vagy a szállodád?

- Mire tervezzük, ha minden mozog?

- A szálloda ipar nyertesei

- Miből lesz jövedelmező szálláshely?

- A turizmusgazdaság 2030-ig

- Turisztikai ingatlanok és befektetések – hol keletkezik érték?

- Kultúra, amely utazási döntést és helyi értéket teremt

Weboldal

Regisztráció itt!

Ezüst terem

Adtech with AI

Kérdezd a gépet, mit ér az ember

- Kereskedőknek, sales és brand marketingeseknek

A kereső találatokat ad, az MI válaszokat fogalmaz. Belefér a te márkád a válaszba? Előben összevetjük, kit mutat a kereső,

kit ajánl a gép, és ki marad ki a te kategóriában „talpon”. Hozz egy márkát vagy kampányötletet: virtuális fogyasztói karakterekkel is próbára tesszük. Megnézzük, mire jó a gép visszajelzése, és hol kell még az embert megkérdőzned.

- Hol ér el ma egy magyar embert a hirdetés?

- Médiahasználat ébredéstől lefekvésig

- Ki válaszol helyetted? Mi változik, ha már nem a kattintásért, hanem a válaszban való megjelenésért versenyzünk?

- A GEO nem SEO: de ki válaszol helyetted?

- Mit mond rólad a szintetikus vásárló?

Shoppervízió: a kanapétól a kasszáig

A néző látta. De vásárolt is?

A CTV a nagyképernyő erejét a digitális hirdetés célzasi és mérési lehetőségeivel kapcsolja össze. De hogyan lesz a figyelemből bevétel? A kereskedők vásárlási adatai segíthetnek megmutatni, mi történik a reklám után a kasszában. Hazai kampányokon és piaci szereplők tapasztalatain keresztül nézzük meg, mire képes ma a CTV: kit érhetünk el, mi mérhető, és mikor éri meg. Mert a kanapétól a kasszáig vezető utat nem elég elképzelni. Mire elég a magyar piac?

- Összefonódó értékláncok: marketing, kereskedelem, média, adtech

- Két követünk három képernyőn?

- Amikor a kassa és a képernyő összeér

Fehér terem

Education Hungary

A gép ugyanaz. A különbség az ember – az MI készség lett az új versenyelőny!

Az MI tudást hoz kamuyújtásnyira, de ítéloképességet nem ad mellé. Kérdezni könnyű. Felismerni, hogy a meggyőző válasz téves: ehhez már nekünk is tudnunk kell valamit. Ugyanaz az eszköz így csökkentheti a tudáshiányt – és növelheti a versenyhátrányt. A különbség a képzésen is múlik. Két nap vezetőknél, munkatársaknak és képzőknek arról, hogyan lesz az MI használatából valódi üzleti előny. Előben is kiderül: te vezetod a gépet, vagy a válasza vezet téged?

- Az MI egy tükör – készen állunk szembenézni vele?

- Mit jelent az MI készség, és hogyan lehet elsajátítani?

Az etika ára

Az etika és a bizalom mint a versenypiac új termékei

Amely terméket az MI-gép is képes előállítani, azt bárki más is előállíthatja. Megkülönböztető termék csak a bizalom és az etika marad: hogy akkor is tartod magad hozzá, ha nem látnak. Mennyit ér ez a piacon?

Ki ír rólunk 3 év múlva?

Ki tartja a negyedik pillért?

A demokrácia fenntartása üzleti érdek. De kinek éri meg fizetni érte? Aki a hazai sajtóban hirdet, olyan nyilvánosságot is finanszíroz, amelyből a versenytársa is profitál. De ha mindenki a másikkra vár, ki tartja meg a negyedik pillért? Négy óra kiadással és PR-szakemberekkel arról, mitől több a sajtó pusztá tartalomnál, miért üzleti érték a hitelesség, és miből lesz jövőre bevétel. Mert a független szerkesztőségnek is vannak függő tételei: a számlái.

A fekete hattyú és a Főnixmadár násza – Táncsal és természetes vágyfokozókkal

Színes, zenés éjszakai buli hölgyeknek, uraknak, hercegnőknek, fekete hattyúknak, forróvérű főnixeknek és félénken utazóknak.

A lemezjátszóknál: Sterbinszky x MYNEA • Medgya vs Wild Cherry – Éjfélkor Tunki Party – Pörkölt, savanya, fehér kenyér és további szaftos történetek.



INTERNET HUNGARY 2026

Ki képes kitörni a buborékból? *A nagy honvisszafoglalás*

2026. október 6–7. • Siófok, Hotel Azúr • www.internethungary.com

2026. október 7., szerda

Magenta terem

Plenáris:

Valami búzlik Digitáliában

Új törésvonalak nyílnak: a társadalom aszerint válik szét, ki mikor fogadja be az újat. Nincs idő várni, két-három év múlva a mai folyamatok visszafordíthatatlanok. De előbb magunkkal kell elsámlolni: hogyan nézzünk magunkba szépités nélkül, és kitől fogadjuk el a bírálatot?

- Reggeli izgató Valami búzlik Digitáliában – Ellenpont nélkül nincs fejlődés – A király felölti gyönyörű palástját, meztelen testére
- Eljött az őszinteség kora:
- Színház: Emberiesedő gépek, elembertelenedő emberek

Culture Hungary

A gép nem kérdezi, hogy készen állunk-e?

Az MI elvégző helyettünk feladatokat, közben átírja, mit várnak el tőlünk. Ami tegnap gyors volt, ma már kevés. Ki diktálja a tempót: mi, a cégünk vagy a platform, amelytől függünk? És mit fizetünk érte a kapcsolatainkkal, a figyelmünkkel, a testünkkel? A munkahelyi döntésektől a magyar hétköznapiakig követjük a változást: hol ad szabadságot, hol mélyíti a közöttünk lévő különbségeket, és hogyan maradhat beleszólásunk abba, ahogyan élünk. Mert attól, hogy a gép nem áll meg, nekünk még tudnunk kell, mikor elég.

- Menekülés a szabadság elől
- Előreszaladók és lemaradók: szétszakít a gép?
- Jövőbe lát-e a múltból tanult gép?
- Milyen tempóban – és merre – bír változni egy magyar vállalkozás?
- Kell-e sietnünk? A gyorsulás hétköznapi. A gyorsulás nem esemény, hanem állapot
- Meta Sapiens: meddig vagyok én, és mikortól az adataim?
- Amikor az agy és a gép határa elmosódik
- Az adat nem érez Mikor segít a mérés, és mikor kezd el helyettünk dönteni?

Kék terem

Podcast festival

Buborékba zár, buborékot tör
A podcast a legjobb buboréképítő: szűk, hűsleges közösséget nevel. És a legjobb buboréktörő is, mert aki egy hangot megszeret, azt a témát is meghallgatja, amit magától soha nem keresett volna. Egy hang, egy fülhallgató, negyven perc osztatlan figyelem. Kinek éri meg ma podcastot csinálni?

- Új prémium influencer: a podcaster
- Mit várnak a hirdetők a podcastektől?
- A hallgatóból közösség, a közösségből bevétel
- Saját műsor helyett kész közösség
- Személyes ajánlás és skálázható hirdetés
- Biztonságos terep: az edukációs podcast
- True crime és a narráció ereje
- Az MI-érettségi szintje

Zöld terem

Education Hungary

MI vagy junior? Kit vegyek fel, és kit képeznek tovább?

Eddig a juniort vettük fel a senior helyett. Most az MI-t a junior helyett? Amíg a világ nevet keres a jelenségnek, a tanárnak holnap be kell mennie az osztályba, a cégvezetőnek pedig döntenie kell. Mit érdemes ma tanítani, kit képezzünk tovább, és mely feladatokkal együtt adjuk ki a kezünkbe a saját mércénket?

- Frissítsük az oktatás forráskódját, különben mások írják meg helyettünk
- Hogyan érti a gép, amit mondasz?
- Ki neveli fel a seniort, ha a gép leváltja a juniort?
- Fordított Turing-teszt – Ön van olyan jó, mint a gép?
- A mérce nem tölthető le
A tudás ingyen van, a bizonyítványt egyre kevesebben olvassák, ezért visszatér a mester, aki eldönti, mi helyes, és tudja, minek kell a tanulásban nehézség maradnia.
- Amit a cég tanít, mert az iskola nem

Arany terem

Tourism Hungary

Vidéki és egészség turizmus, és ügyfélszerzés és kezelés
A táj gyönyörű, a víz gyógyít. De mitől telik meg a vendégkönyv?
Vidéki élmények, egészségturizmus: hogyan lesz a hazai adottságokból vonzó ajánlat, az érdeklődőből fizető, majd visszatérő vendég? Megnézzük, hogyan éred el, mivel győződ meg, és mitől foglaj közvetlenül nálad.
Kiszámoljuk, mikor hoz üzletet a kedvezmény, és mikor csak a bevétel csökken. Gyakorlati fogások a vendégszerzéstől a vendégmegtartásig, amelyeket már a következő héten kipróbálhatsz.

- Mit ad az ország gazdaságának a vidéki turizmusa?
- Ide gyógyulni jár a világ
 - Kilencven nap, háromszázhatvanöt költség
- Egészségturizmus és a magyar fürdők jövője
A termálvízkincs új gazdasági modellje
- Mitől leszünk népszerűek?
Vágykeltés, a turizmus kommunikációja
- Mitől jön ide a japán?
- A film, amit magad forgatsz

Fehér terem

Az ügyfélszerzés művészete

Bank, webshop, szálloda vagy magánrendelő: más az ajánlat, de gyakran ugyanaz az ember a tét. Hogyan nyerd meg a figyelmét anélkül, hogy csak a hirdetési licitet nyernéd meg? És hogyan kerülj az ajánlatai közé annak az MI-asszisztensnek, amelyik már helyette keres és hasonlít össze? Különböző szektorok bevált fogásaiból tanulunk, és megmutatjuk, mire jó egy MI-vel modellezett vásárló, amikor még a kampány előtt próbára tennéd az üzenetedet. Hogy ne élesben, a hirdetési keretből derüljön ki minden

- Mindenki ugyanazért harcol
Amikor a bank, a kereskedő, a szállodás és a médiacég valójában ugyanazt a csatát vívja, csak más terméket ad el hozzá.
- A nulladik kapcsolat
- Hiába szereztél meg, meg is kell tartanod!
- A gép figyel, az ember dönt: sales signal-ok a gyakorlatban
- The Long and Short of Influencer ajánló kampány – ugye nem csak lájkokat vettél?
- MI az ügyféltoborzásban

Fehér terem

MI Hungary

Az MI már nemcsak ajánlhat: a vevő felhatalmazásával választhat és vásárolhat is. De mi alapján választ, ha az embernek szánt márkaélmény és látvány helyett az ajánlatok adatait hasonlítja össze? Hogyan kerülsz versenybe, és mitől lesz a te terméked a befutó? A termékfejlesztéstől a számlázásig végigkövetjük, hol és hogyan dolgozhatnak önállóan az MI-ügynökök. Élő színpadi demóval mutatjuk meg, kinél marad a vevőkapcsolat, az adat és a nyereség.

- A vevő aki már ne te vagy
- Vibe coding a gyakorlatban
- Az Agent commerce
- Az ügyfél nem ember
- Ki adott engedélyt az AI-nak, hogy ezt megvegye?
- Hány ügyfelet bír el az üzleted?
- FuckUp MI: Kifizettük, és nem használjuk
- Az eladó, aki nem te vagy
A retail agent
- Autonóm értéklánc: mit jelent ez a kereskedelemnek?

