

Materiál na rokovanie
Mestského zastupiteľstva
hlavného mesta SR Bratislavy
dňa **22. októbra 2020**

Správa o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2019

Predkladateľ:

Ing. arch. Matúš Vallo, v. r.
primátor

Materiál obsahuje:

1. Návrh uznesenia
2. Dôvodová správa s uznesením MsR
3. Správa o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu – BTB za rok 2019

Zodpovedný:

Ing. Vladimír Grežo, v. r.
predseda predstavenstva BTB

Spracovateľ:

Ing. Vladimír Grežo, v.r.
predseda predstavenstva BTB

NÁVRH UZNESENIA

Mestské zastupiteľstvo hlavného mesta SR Bratislavy po prerokovaní materiálu

berie na vedomie

správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2019

Dôvodová správa

Správa o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu – Bratislava Tourist Board (BTB) za rok 2019 sa predkladá ako plnenie uznesenia č. 1326/2013, časť B, bod 2 zo dňa 21.11.2013, ktoré primátorovi hlavného mesta SR Bratislavy ukladá predložiť Mestskému zastupiteľstvu hlavného mesta SR Bratislavy (MsZ) Výročnú správu o hospodárení a činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu.

Správa je každoročne predmetom zasadnutia MsZ po jej prerokovaní valným zhromaždením BTB a následne sa zverejňuje na webovom sídle organizácie (www.visitbratislava.com). Správa o činnosti oblastnej organizácie cestovného ruchu sa spracúva a predkladá podľa zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu. Pôvodný termín v názve materiálu „výročná správa“ je vzhľadom na zmenenú terminológiu v novele zákona o podpore cestovného ruchu z roku 2013, platnej od roku 2014, zmenený na „správa o činnosti“.

Predložená správa obsahuje základné informácie o zhodnotení činnosti BTB za rok 2019, vývoji cestovného ruchu v destinácii Bratislava, o aktivitách BTB, jej hospodárení a vnútornej organizácii. Správa o činnosti BTB za rok 2019 bola preskúmaná Dozornou radou (DR) BTB a schválená Predstavenstvom BTB (P-BTB). Predložený materiál spolu s vyjadrením DR BTB bol prerokovaný a schvaľovaný valným zhromaždením BTB dňa 28.09.2020. Materiál bol prerokovaný aj v komisii pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu dňa 06.10.2020.

Uznesením Mestskej rady hlavného mesta SR Bratislavy č. 145/2020 zo dňa 08.10.2020 Mestská rada hlavného mesta SR Bratislavy odporúča Mestskému zastupiteľstvu hlavného mesta SR Bratislavy prerokovať Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2019.

Správa o činnosti 2019

OBLASTNÁ ORGANIZÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU
BRATISLAVA TOURIST BOARD



Obsah

Úvod	4
1. Marketing a propagácia	14
2. Činnosť turistického informačného centra zriadeného organizáciou	54
3. Tvorba a podpora produktov cestovného ruchu	61
4. Podpora atraktivít danej lokality tak, aby sa stali súčasťou stálej ponuky cestovného ruchu	83
5. Infraštruktúra cestovného ruchu	101
6. Zavedenie hodnotiaceho systému kvality	114
7. Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej	120
8. Hospodárenie organizácie v roku 2019	132
Orgány BTB a výkonná zložka	141
Záver	142

Použité skratky

AICES	Asociácia informačných centier Slovenska
BC	Bratislava CARD – City & Region
BCB	Bratislava Convention Bureau
BKIS	Bratislavské kultúrne a informačné stredisko
BSK	Bratislavský samosprávny kraj
BTB	Bratislava Tourist Board
BRT	Bratislava Region Tourism
CR	cestovný ruch
ECM	European Cities Marketing
IAEVG	International Association for Educational and Vocational Guidance (Medzinárodná asociácia pre študijné a profesijné poradenstvo)
KOCR	krajská organizácia cestovného ruchu
MDV SR	Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky
MICE	kongresový a eventový turizmus z anglického výrazu „meetings, incentives, conferences, and exhibitions“
MMB	Mestské múzeum Bratislava
MZVaEZ	Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky
OOCR	oblastná organizácia cestovného ruchu
PN	počet návštevníkov
PP	počet prenocovaní
SNM	Slovenské národné múzeum
ŠÚ SR	Štatistický úrad Slovenskej republiky
TIC	Turistické informačné centrum
WTTC	World Travel & Tourism Council (Svetová rada cestovného ruchu)

Úvod

Cestovný ruch tvorí 10,4 % globálneho HDP. V posledných ôsmich rokoch spadalo 1 z 10 pracovných miest na svete práve do oblasti cestovného ruchu (zdroj: WTTC, 2020).

Pokiaľ ide o cestovný ruch na Slovensku, podľa údajov zo Satelitného účtu cestovného ruchu SR za referenčný rok 2017 priamy hrubý domáci produkt v cestovnom ruchu dosiahol 2,16 mld. EUR, čo predstavovalo 2,58 % podiel na HDP ekonomiky SR. Výdavky návštevníkov na CR boli v roku 2017 takmer 5,32 mld. EUR v domácom, výjazdovom a príjazdovom cestovnom ruchu SR. V roku 2017 bolo v odvetví cestovného ruchu spolu takmer 184 tisíc pracovných miest (počet pracovných miest prepočítaných na plnú pracovnú dobu), z toho 83,5 % tvorili pracovné miesta zamestnancov a 16,5 % podnikateľov – fyzických osôb (zdroj: ŠÚ SR, 2020).

Z celkového počtu návštevníkov Slovenska pripadá takmer 22 % na hlavné mesto Slovenskej republiky – Bratislavu. Hlavné mesto SR má z turizmu okrem vyššie uvedených prínosov aj priamy príjem v podobe dane za ubytovanie (za rok 2019 v sume 4 738 616,02 EUR), pomernej časti dane zo zaoberania verejného priestranstva (za rok 2018 v sume 1,7 mil. EUR), príjmy z podielových daní fyzických osôb pracujúcich v cestovnom ruchu v Bratislave (za rok 2018 v sume 26,5 mil. EUR).

Riadenie, iniciovanie, koordinácia rozvoja všetkých foriem cestovného ruchu v Bratislave je úlohou Bratislavskej organizácie cestovného ruchu, ktorá taktiež vytvára platformu spolupráce súkromného a verejného sektoru v oblasti cestovného ruchu, plní úlohu Bratislava Convention Bureau (BCB) na podporu rozvoja kongresového cestovného ruchu prostredníctvom oddelenia MICE BTB a zabezpečuje informačný servis pre návštevníkov mesta prostredníctvom turistických informačných centier (TIC).

Bratislava Tourist Board

Bratislavská organizácia cestovného ruchu/Bratislava Tourist Board (ďalej len „BTB“) bola založená v zmysle Zákona č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov (ďalej len „zákon o podpore cestovného ruchu“) zakladateľskou Zmluvou medzi Hlavným mestom SR a fyzickými osobami, ktoré podnikajú alebo právnickými osobami, ktoré podnikajú alebo pôsobia na území mesta Bratislava na základe prihlášky podľa § 21 ods. 1 zákona, pričom ich činnosť alebo pôsobnosť súvisí s cestovným ruchom. BTB bola na Ministerstve dopravy a výstavby Slovenskej republiky (ďalej len „MDV SR“) oficiálne zaregistrovaná dňa 28. decembra 2011.

Členovia BTB sú v organizácii v závislosti od ich podnikateľskej činnosti, príp. od charakteru ich hlavnej činnosti zaradení do komôr 1- 4, podľa prílohy č.1 Stanov BTB.

- Komora č. 1: hotely a reštaurácie
- Komora č. 2: cestovné kancelárie a sprievodcovia
- Komora č. 3: MICE
- Komora č. 4: ostatní členovia

V zmysle § 29 zákona o podpore cestovného ruchu realizuje 8 oprávnených aktivít:

1. marketing a propagácia, najmä účasť na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, tvorba webového sídla, tvorba loga organizácie cestovného ruchu, elektronický marketing, tvorba zľavových produktov, tvorba propagačných a informačných tlačovín okrem knižných publikácií,
2. činnosť turistického informačného centra zriadeného organizáciou cestovného ruchu okrem nákladov na mzdy a prevádzkových nákladov,
3. tvorba a podpora produktov cestovného ruchu,
4. podpora atraktivít danej lokality tak, aby sa stali súčasťou stálej ponuky v cestovnom ruchu,
5. infraštruktúra cestovného ruchu okrem výstavby zariadení určených na ubytovanie,
6. zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistik a prieskumov,
7. zavedenie hodnotiaceho systému kvality služieb,
8. vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej

Finančné prostriedky

Legislatívny rámec vzniku BTB umožňuje čerpať nenárokovateľnú dotáciu MDV SR, ktorej výška sa odvíja od vyzbieraných členských príspevkov na účely podpory a rozvoja mesta Bratislava ako destinácie cestovného ruchu. Členské príspevky členov BTB, a teda aj členský príspevok od Hlavného mesta SR Bratislavy, boli použité najmä na financovanie prevádzkových nákladov organizácie, a to najmä mzdy, odvody, prenájmy priestorov, zabezpečenie chodu organizácie, prevádzku Turistického informačného centra (TIC), sezónnych TIC, údržbu priestorov, na výdavky spojené s outsourcovanými službami (účtovníctvo, právne služby, verejné obstarávanie), vzdelávacie aktivity, služby spojené s činnosťou BTB, úhrada členského v domáciach a zahraničných organizáciách a čiastočne na spolufinancovanie aktivít projektu na dotáciu z rozpočtovej kapitoly MDV SR na výdavky nad rámec oprávnených výdavkov v súlade s podmienkami použitia účelovej dotácie.

V roku 2019 bola BTB pridelená dotácia vo výške spolu 961 450 EUR, z toho 944 850 EUR na pokrytie bežných výdavkov a 16 600 EUR na kapitálové výdavky.

Projektovým zámerom BTB v rámci žiadosti o spomínanú dotáciu na rok 2019 bol **„Rozvoj cestovného ruchu v destinácii v súlade s Marketingovou a komunikačnou stratégiou destinácie Bratislava na roky 2018-2022 a stratégiou MICE na roky 2018-2020“**. BTB zároveň pri svojich aktivitách postupuje aj v súlade so strategickými dokumentmi na úrovni MDV SR, BSK, Hl. mesta SR Bratislavy – PHSR a ďalších dostupných materiálov.

Cieľové skupiny, trhy a priority

Cieľové skupiny v roku 2019:

- Bratislavčan – domáci návštevník z regiónu, rodiny s deťmi
- Slovak – domáci návštevník z iných regiónov, rodiny s deťmi
- Relax – mladá generácia cestovateľov, city breaks, rodiny s deťmi, aktívni ľudia
- Poznávač – návštevníci so záujmom o kultúru, históriu, poznávanie, umenie

- Objavovateľ – návštevníci so záujmom o kultúru, trendy, zážitky a príbehy, mladá progresívna generácia cestovateľov, aktívni ľudia, tzv. urban explorer
- Príležitostný návštevník – domáci návštevník z iných regiónov, mladá generácia, aktívni ľudia
- Obchodní cestujúci, účastníci kongresového CR – účastníci MICE eventov v destinácii

Dominantné cieľové trhy v roku 2019:

- Slovenská republika
- Česká republika
- Rakúsko
- Nemecko
- Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska

Ťažiskové formy cestovného ruchu nadväzovali na predchádzajúce obdobia:

- mestský, poznávací, kultúrny CR – mestské kultúrno-poznávacie pobyty, divadlá, vernisáže, regionálne podujatia
- obchodný CR – služobné cesty, kongresy, veľtrhy, incentíva (MICE)
- športový/dobrodružný/zážitkový CR – vodné aktivity, bežecké podujatia, koncerty a festivaly, športové podujatia, cyklistika, turistika, hokej
- incentívny/stimulačný CR – gastroturistika a vína turistika, city break, clubbing
- relaxačný CR wellness

Prioritami v rámci destinačného manažmentu a marketingu v roku 2019 boli:

- **partnerstvá a spolupráca** – spoluorganizácia podujatí, networkingové stretnutia, vzdelávacie aktivity, pracovné skupiny, projekty, cezhraničná spolupráca, Bratislava CARD – City & Region;
- **dôraz na miestne obyvateľstvo** – užšia spolupráca s mestom, dobrovoľnícke aktivity, budovanie pozitívneho vzťahu obyvateľov k mestu;
- **implementácia strategických materiálov** – odpočet plnenia Marketingovej a komunikačnej stratégie a jej ďalšia implementácia, implementácia MICE stratégie;
- **dáta a technológie** – spolupráca na Open Data Bratislava, free wifi data, google analytics data;
- **imidž a brand destinácie** – sociálne médiá, kampane, veľtrhy, výstavy, prezentácie, inzercie, infocesty, presstripy, projekt Google for Nonprofits, European Capital of Smart Tourism a iné;
- **Majstrovstvá sveta (MS) v ľadovom hokeji 2019** – intenzívna spolupráca na organizácii a zabezpečení podujatia, sprievodné aktivity pre návštevníkov a fanúšikov, informačná a komunikačná podpora;
- **produkt Veľká noc v Bratislave a regióne** – vlastné podujatie BTB v spolupráci s partnermi;

- **sezónnosť v marketingovej komunikácii** – vyššia koncentrácia marketingových aktivít na jar a jeseň, aktívna podpora produktov v týchto obdobiach, manažment pohybu návštevníka v destinácii, propagácia regiónu;
- **User Generated Content** – Welcome To Bratislava, Zaži Bratislavu s Barborou, blogeri, vlogeri, sociálne siete – šírenie obsahu tvoreného návštevníkmi;
- **online marketing a maximálne využitie sociálnych sietí**;
- **kongresový cestovný ruch** – CRM systém, MICE Days, prezentácia kongresovej Bratislavy, práca s partnermi v destinácii, tvorba a šírenie tematického obsahu, B2B prezentácia na sociálnych sieťach.

V roku 2019 rezonovali v Bratislave viaceré významné podujatia športového, ekonomického, politického, kultúrneho a spoločenského zamerania. K najvýznamnejším patria MS v ľadovom hokeji, WUKF majstrovstvá sveta v karate, Majstrovstvá Európy vo volejbale žien, Globsec Forum 2019, WONCA Europe Conference, IIW Annual Assembly and International Conference, zasadnutie Ministerskej rady OBSE či Internationale Donauschiffahrts und Tourismuskonferenz, By Design Conference 2019, ČSOB Marathon. Na väčšine z uvedených podujatí sa BTB spolupodieľala organizačne a významne prispela k ich úspešnému priebehu (viac ďalej v texte). Detaily spoluorganizácie a vyhodnotenie podujatí je súčasťou ďalších kapitol vyúčtovania dotácie. Každé z podujatí má významný ekonomický, ako i mimoekonomický prínos pre destináciu v podobe príjmov pre miestny rozpočet, štátny rozpočet, podnikateľské subjekty v cestovnom ruchu a nadväzných odvetviach. V neposlednom rade ide aj o prínos know-how (kongresové podujatia) v podobe príchodu špecialistov do destinácie, reputačný efekt pre destináciu, posilnenie imidžu a zviditeľnenie sa vo svete.

K základným parametrom na vyhodnotenie vývoja cestovného ruchu patria štatistické ukazovatele výkonnosti cestovného ruchu.

Štatistické informácie

Pokiaľ ide o meranie návštevnosti Bratislavy, počtu prenocovaní, výšku tržieb za ubytovanie, ako aj výšku vybratej dane, za rok 2019 evidujeme tieto štatistické údaje:

Tabuľka č. 1: Počet návštevníkov a prenocovaní v roku 2019

	Počet návštevníkov (PN)	Počet prenocovaní (PP)	Priemerný počet prenocovaní
Domáci	428 045	1 105 404	2,58
Zahraniční	967 851	1 745 351	1,80
Spolu	1 395 896	2 850 755	2,04

(Zdroj: ŠÚ SR, 2019)

Tabuľka č. 2: Porovnanie počtu návštevníkov a prenocovaní v rokoch 2018 a 2019 bez platforiem zdieľanej ekonomiky

	2018 PN	2018 PP	2019 PN	2019 PP	Zmena PN v %	Zmena PP v %
Domáci	405 410	1 128 258	428 045	1 105 404	+ 5,58	- 2,03
Zahraniční	884 646	1 563 529	967 851	1 745 351	+ 9,41	+ 11,63
Spolu	1 290 056	2 691 787	1 395 896	2 850 755	+ 8,20	+ 5,91

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR, 2019)

K významnému faktoru generovania prenocovaní patria aj **platformy zdieľanej ekonomiky**, najmä **Airbnb**. Z údajov, ktoré máme od Airbnb k dispozícii, navštívilo Bratislavu v roku 2019 celkovo približne 167 300 návštevníkov, ktorí v Bratislave strávili v priemere 2,6 nocí, čo predstavuje cca 435 000 prenocovaní. Najpočetnejšie zastúpenie mali domáci návštevníci zo Slovenska (12 %), Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska (11 %), Nemecka (7 %), Česka (7 %), Francúzska (5 %) a Spojených štátov amerických (5 %).

V porovnaní s predchádzajúcim rokom, kedy prišlo do Bratislavy cez Airbnb okolo 110 000 turistov, eviduje Airbnb nárast v počte návštevníkov o vyše 52 %, čo poukazuje na výraznú popularitu tejto platformy zdieľanej ekonomiky a zároveň to preukazuje aj rast návštevnosti Bratislavy.

Tabuľka č. 3: Porovnanie počtu návštevníkov a prenocovaní v rokoch 2018 a 2019 vrátane platformy zdieľanej ekonomiky – Airbnb

	2018 PN	2018 PP	2019 PN	2019 PP	Zmena PN v %	Zmena PP v %
Domáci	405 410	1 128 258	428 045	1 105 404	+ 5,58	- 2,03
Zahraniční	884 646	1 563 529	967 851	1 745 351	+ 9,41	+ 11,63
Airbnb	110 000	330 000	167 300	434 980	+ 52,09	+ 31,81
Spolu	1 400 056	3 021 787	1 563 196	3 285 735	+ 11,65	+ 8,73

(Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR a Airbnb)

Okrem počtu návštevníkov, o ktorých získavame údaje podľa prenocovania v ubytovacích zariadeniach, v záujme efektívneho manažmentu destinácie nesmieme zabúdať na jednodňových návštevníkov. Návštevníci prichádzajú na jednodňové výlety spravidla z blízkych regiónov alebo majú krátku zastávku v rámci okružných ciest. Hoci ich počet aktuálne nie je predmetom skúmania a evidencie zo strany Štatistického úradu SR, vytvárajú dôležitú časť dopytu po službách cestovného ruchu a zároveň tvoria významný potenciál pre opätovnú návštevu a generovanie prenocovania. Bratislava má prepojenie na susedné krajiny prostredníctvom 74 vlakových spojení, 93 autobusových spojení, 5 lodných spojení denne. Z toho napríklad počet lodných pasažierov bol v roku 2019 približne 590 tisíc. Tento údaj je výsledkom interného prieskumu BTB medzi subjektmi cestovného ruchu pôsobiacimi v lodnej

doprave. Poukazuje na diverzifikáciu jednotlivých druhov dopravy a na opodstatnenosť diferencovaného zamerania marketingových aktivít BTB.

Pokiaľ ide o spôsob dopravy do Bratislavy, dostupnosť hlavného mesta je výrazne podporená aj blízkosťou medzinárodného letiska Viedeň – Schwechat, ako aj prevádzkou Letiska M. R. Štefánika v Bratislave. Letisko M. R. Štefánika vybavilo v roku 2019 spolu na prílete a odlete 2 290 242 cestujúcich, čo je druhý najvyšší počet v celých jeho dejinách. Na letisku sa v roku 2019 uskutočnilo 28 745 letov, spolu odletov aj pristátí. V porovnaní s historicky úplne najsilnejším rokom, rokom 2018, zaznamenalo letisko len o 2 470 cestujúcich menej. Spôsobené to bolo pravdepodobne jednak uzemnením lietadiel typu Boeing 737 Max, a jednak ukončením prevádzky liniek do Prahy a Košíc. BTB spolupracuje s letiskom M. R. Štefánika, KOCR BRT, MDV SR a leteckými spoločnosťami pri organizovaní spoločných presstripov na podporu záujmu o novovzniknuté linky.

Graf č. 1: Podiel jednotlivých druhov dopravy pri návšteve Bratislavy bez individuálnych príchodov (interný prieskum)



Pokiaľ ide o krajinu pôvodu návštevníkov Bratislavy, z dominantných zdrojových trhov patrí prvenstvo už tradične Českej republike so 127 287, čo je až 13,8 %-ný nárast v porovnaní s rokom 2018. Zmena v porovnaní s predchádzajúcim rokom nastala na 3. priečke, na ktorej sa tento rok umiestnilo Spojené kráľovstvo pred štvrtým Rakúskom. V rebríčku počtu návštevnosti v porovnaní s rokom 2018 výrazne postúpili krajiny ako Ukrajina (+38,1 %), Rusko (+35,8 %) a Švajčiarsko (+62,9 %), pričom nárast počtu návštevníkov z posledných dvoch krajín bol pravdepodobne spôsobený najmä MS v ľadovom hokeji 2019.

Tabuľka č. 4: TOP 15 krajín z hľadiska zdrojových trhov v rokoch 2018 a 2019

Poradie Krajina	2018		2019		Zmena PN v %	Zmena PP v %
	PN	PP	PN	PP		
1. Česko	111 863	177 883	127 287	207 242	+ 13,8	+ 16,5
2. Nemecko	79 983	134 517	80 276	139 483	+ 0,4	+ 3,7
3. UK	58 190	116 003	60 752	121 542	+ 4,4	+ 4,8
4. Rakúsko	61 262	92 745	58 006	86 243	- 5,3	- 7,0

5. Poľsko	50 852	86 852	49 973	87 445	- 1,7	+ 0,7
6. Čína	53 108	66 498	47 190	61 170	- 11,1	- 8,0
7. Taliansko	38 855	69 388	43 320	82 336	+ 11,5	+ 18,7
8. USA	36 616	60 243	39 702	65 299	+ 8,4	+ 8,4
9. Ukrajina	23 135	70 964	31 954	89 091	+ 38,1	+ 25,5
10. Rusko	21 867	49 985	29 693	59 743	+ 35,8	+ 19,5
11. Francúzsko	23 918	40 158	24 854	42 835	+ 3,9	+ 6,7
12. Maďarsko	22 694	36 813	24 308	41 673	+ 7,1	+ 13,2
13. Španielsko	20 492	36 609	24 203	42 149	+ 18,1	+ 15,1
14. Švajčiarsko	11 611	18 862	18 914	37 726	+ 62,9	+ 100,0
15. Rumunsko	16 181	31 580	17 911	33 739	+ 10,7	+ 6,8

(Zdroj: ŠÚ SR, 2019)

Štatistiky k ubytovacím zariadeniam ukazujú za rok 2019 výrazný nárast v tržbách ubytovacích zariadení (+22,01 %) na hodnotu 120 002 502 EUR. Počet ubytovacích zariadení stúpol v roku 2019 oproti roku 2018 o 63,16%. Podľa vyjadrenia ŠÚ SR bol nárast počtu ubytovacích zariadení spôsobený zánikom malého počtu ubytovacieho zariadení s veľkou kapacitou lôžok, prípadne bolo zistené, že tieto zariadenia neslúžia na ubytovanie turistov. Zároveň pribudlo veľké množstvo malých ubytovacích zariadení s nízkou ubytovacou kapacitou. Veľký nárast počtu ubytovacích zariadení s nízkou kapacitou, mohol byť spôsobený MS v ľadovom hokeji 2019, ktoré sa konali v Bratislave. Počet izieb stúpol v roku 2019 oproti roku 2018 o 12,74 % a počet lôžok stúpol v roku 2019 oproti roku 2018 o 16,45 %.

Tabuľka č. 5: Porovnanie tržieb za ubytovanie v rokoch 2018 a 2019

Tržby za ubytovanie	2018	2019	Zmena v %
Domáci	25 987 205	30 625 809	+ 17,85
Zahranční	72 368 786	89 376 693	+ 23,50
Spolu	98 355 991	120 002 502	+ 22,01

Zdroj: ŠÚ SR, 2019

Tabuľka č. 6: Prehľad skutočne vybratej dane za ubytovanie v Bratislave od roku 2013

Rok	Skutočne vybratá daň v EUR	Zmena skutočne vybratej dane v %
2013	2 681 407,85	+ 7,75
2014	2 759 077,-	+ 2,9
2015	3 166 138,35	+ 14,75
2016	3 562 078,78	+ 12,51
2017	4 958 342,43	+ 39,19
2018	4 748 031,34	- 4,2
2019	4 738 616,02	- 0,2

Zdroj: Magistrát hl. mesta SR Bratislavy

Výška skutočne vybratej dane za ubytovanie za rok 2019 bola v sume 4 738 616,02 eur (údaj hlavného mesta SR Bratislavy). Výška sadzby dane za ubytovanie v roku 2019 bola 1,70 eur. Od

zdanenia prenocovaní sú podľa § 8 vo VZN č 8/2016 o dani za ubytovanie oslobodení všetci študenti do 26 rokov veku a dôchodcovia nad 70 rokov. Určitá diskrepancia, ktorá sa v uplynulých rokoch objavuje medzi stúpajúcim počtom prenocovaní na jednej strane, a klesajúcou skutočne vybratou daňou na strane druhej, môže byť spôsobená stúpajúcim počtom prenocovaní cez platformu Airbnb, keďže prevádzkovatelia sú uvedení pod nickmi a nie je možné ich identifikovať na účely dane. V súčasnosti prebiehajú stretnutia na Ministerstve financií, ktorých sa zúčastňuje daňové riaditeľstvo a aj oddelenie miestnych daní, poplatkov a licencií Magistrátu hlavného mesta SR Bratislavy k novele zákona 582/2004 Z.z. o miestnych daniach, kde sa uvedená problematika konzultuje a hľadá sa riešenie. (Zdroj: Oddelenie miestnych daní, poplatkov a licencií Magistrátu hlavného mesta SR Bratislavy)

Štatistické údaje z cyklosčítačov

Ďalšie štatistické údaje, ktorými BTB disponuje sú dáta z cyklosčítačov umiestnených na strategických miestach Bratislavská hrádza – smer Berg a Viedenská cesta. Cyklosčítače poskytujú údaje o celkovom prejazde cyklistov v oboch smeroch, vrátane individuálnych údajov o jednotlivých smeroch. Porovnanie rokov 2018 a 2019 poukazuje na stabilný vývoj z hľadiska rozvoja cyklistiky v meste.

Na **hrádzi Berg** evidovali v roku 2019 cyklosčítače 181 705 prejazdov, čo je iba 0,75 %-ný pokles v porovnaní s rokom 2018 spôsobený nepriaznivým počasím v máji 2019, ale stále výrazný nárast v porovnaní s rokmi 2015-2017. Štatistiky na **Viedenskej ceste** sú podobného charakteru. Počet prejazdov bol 376 462, čo je pokles o 4,81 % oproti minulému roku, avšak v marci 2019 paradoxne vzrástol počet prejazdov v porovnaní s rokom 2018 o 153,72 %. V porovnaní s rokmi 2015-2017 ide celkovo o výrazný nárast počtu prejazdov. Najsilnejšími mesiacmi v roku 2019 boli na oboch meraných lokalitách jún, júl a august.

Štatistické údaje turistických informačných centier (TIC)

Turistické informačné centrá BTB zaznamenali v roku 2019 v porovnaní s predchádzajúcim rokom 11,7 %-ný nárast návštevnosti. Návštevnícky najsilnejšími mesiacmi boli jún, júl, august. Návštevnícky najsilnejšími dňami boli pondelok, štvrtok, piatok a sobota. Celkový počet osobných dopytov bol 105 059, z toho:

- v TIC Klobočnícka: 68 653
- v TIC na Hlavnej stanici: 10 526
- v sezónnom TIC na Autobusovej stanici: 3 660
- v sezónnom TIC na Letisku M.R. Štefánika: 8 250
- v sezónnom TIC na Hviezdoslavovom námestí: 13 970

Počet telefonických dopytov bol 3 027, počet emailových dopytov 2 794, návštevnosť v letných mesiacoch priemerne 410-440 klientov denne, návštevnosť v zimných mesiacoch priemerne 120-150 klientov denne. Najčastejšími sú dopyty týkajúce sa pamiatok a atrakcií mesta, dopravného prepojenia, ponuky zážitkových aktivít a výletov do regiónu.

Organizácia BTB zabezpečuje informačné služby aj prostredníctvom dvoch partnerských informačných centier: na pontóne HUMA 6 pri Moste SNP a v Osobnom prístave

v Bratislave. V relevantnom období roku 2019 bola návštevnosť informačného centra HUMA 6 celkovo 144 673 návštevníkov, návštevnosť informačného centra v Osobnom prístave bola takmer 142 tisíc návštevníkov.

Okrem poskytovania turistických informačných služieb zabezpečuje TIC BTB aj predaj produktov cestovného ruchu, najväčší záujem zo strany návštevníkov mesta je o destinačnú zľavovú kartu **Bratislava CARD – City & Region**. Kartú je možné zakúpiť si aj u provízijských predajcov a aj v online prostredí na web stránke visitbratislava.com. Za rok 2019 bolo predaných celkovo 6 745 ks kariet, z toho 2 140 ks 24-hodinových, 2 217 48-hodinových a 2 388 72-hodinových. V roku 2019 tak predaj karty po prvýkrát od začiatku existencie produktu prekročil hranicu 6 000 ks. Zároveň sa vyrovnali rozdiely v predaji jednotlivých druhov kariet. Kým doteraz vždy dominovala 72 h. karta, v roku 2019 je rozdiel jej predaja oproti ostatným dvom druhom kariet minimálny. V roku 2019 si najviac kupovali kartu turisti z krajín – Rakúsko, Nemecko, Veľká Británia. Počas MS v hokeji prevažoval záujem o kúpu karty zo strany Švajčiarov. V roku 2019 bolo evidovaných 23 418 akceptácií kariet. V porovnaní s rovnakým obdobím roku 2018 sa v roku 2019 zvýšil počet akceptácií karty (využitelnosti karty) o 55,7 %.

V roku 2019 bolo prostredníctvom TIC BTB zabezpečených 1 548 prehliadok mesta, z toho 947 garantovaných prehliadok pre držiteľov Bratislava Card. Odspreádzaných bolo celkom 16 981 osôb. V porovnaní s rokom 2018, v ktorom bolo za toto obdobie zorganizovaných 1426 prehliadok (z toho 834 garantovaných), sa jedná o 8,5 %-ný nárast.

Štatistické údaje TOP atraktivít Bratislavy

Z dostupných údajov evidujeme aj rastúcu návštevnosť vybraných top atraktivít a kultúrnych inštitúcií v Bratislave. Až 37,5 %-ný nárast návštevnosti zaznamenalo Historické múzeum SNM na Bratislavskom hrade, s počtom 201 625 návštevníkov. Galéria Danubiana eviduje vyše 7,6 %-ný nárast návštevnosti s 51 500 návštevníkmi. Do ZOO Bratislava prišlo v roku 2019 celkovo 315 008 návštevníkov, čo je len nepatrný 0,5 %-ný pokles oproti roku 2018. Galéria mesta Bratislavy zaznamenala 54,8 %-ný nárast návštevnosti, keď si expozície v oboch palácoch prišlo pozrieť spolu 37 921 návštevníkov, z toho 14 959 návštevníkov zaznamenali v Pálffyho paláci na Panskej 19 a 22 962 v Mirbachovom paláci. Mestské múzeum Bratislava (MMB) súhrnne spravuje 9 subjektov na území mesta Bratislava. Celkovo expozície v roku 2019 navštívilo 351 397 návštevníkov, čo je výrazný 25,3 %-ný nárast v porovnaní s rokom 2018). Pokiaľ ide o jednotlivé vybrané expozície MMB, návštevnosť v roku 2019 bola nasledovná: Stará radnica – 43 166, J. N. Hummel – 1 465, Apponyiho palác – 11 467, A. Fleischmann – 1 630, Michalská veža – 33 874, Múzeum hodín – 6 782, NKP Devín – 241 332.

Zhrnutie a hlavné úspechy

Hlavným športovým podujatím svetového významu boli **MS v ľadovom hokeji 2019**. BTB vďaka tomuto podujatiu zaznamenala nielen nárast návštevnosti v destinácii, ale hlavne na webovej stránke BTB. Konkrétne v období 1.2. – 10.5.2019 stúpila návštevnosť webu v porovnaní s rokom 2018 nasledovne: Švajčiarsko 543 %, Rusko 490 %, Česko 290 %, Taliansko 280 %, Rakúsko 48 %. K nosným kultúrnym podujatiam Bratislavy patria projekty

realizované Magistrátom hl. mesta SR Bratislavy, resp. mestskými organizáciami a ich partnermi, vrátane BTB. Medzi tieto podujatia, na ktorých sa BTB podieľa komunikačne, propagačne a/alebo ako spoluorganizátor, dlhodobo patrí najmä najväčší mestský festival **Kultúrne leto a hradné slávnosti**, ďalej **Bratislavské korunovačné dni**, **Bratislavské mestské dni**, ako aj **Vianoce v Bratislave a vianočný hlavný trh**, ktorý sa v roku 2019 po prvýkrát predstavil s novým konceptom na podporu lokálnych produktov, bezodpadovej a ekologickej realizácie a bezhotovostného platobného styku. BTB v spolupráci s KOCR BRT a vybranými mestskými organizáciami iniciovalo a realizovalo prvý ročník vlastného projektu **Veľká noc plná zážitkov – Bratislava & Region**. Išlo o open-air podujatie v centre mesta s komplexnou turistickou ponukou. Pri realizácii projektu sa podarilo zosieťovať mnohých partnerov mesta a regiónu, t. j. kultúrne inštitúcie, hotely, reštaurácie, cestovné kancelárie, dopravné spoločnosti. Projekt vyplnil medzeru v turistickej ponuke počas veľkonočných sviatkov a uspokojil veľký dopyt návštevníkov po programe počas týchto sviatočných dní. Vysoká návštevnosť veľkonočných programov svedčí o veľkom potenciáli tohto nového produktu z hľadiska ponuky Bratislavy a regiónu a podpory CR v budúcich rokoch.

K hlavným úspechom BTB v roku 2019 patrí:

- 100 % implementácia dotácie MDV SR vo výške 961 450 EUR
- nárast príjmov z vlastnej činnosti o 17 %
- nárast predaja Bratislava CARD – City & Region o 21 %
- nárast akceptácií Bratislava CARD – City & Region o 47 %
- nárast zabezpečených prehliadok mesta o 8,5 %
- nárast nových užívateľov webovej stránky o 16,4 %
- nárast počtu fanúšikov na Facebooku o 13 %
- nárast zhliadnutí videí o 135 % (celkovo 7,6 mil. zhliadnutí)
- 184 692 zaregistrovaných užívateľov free wifi siete VisitBratislava
- 22 000 stránok otvorených na 4 dotykové infopaneloch (1,3 mil. prihlásení)
- 34 domácich a zahraničných veľtrhov, prezentácií a konferencií (Slovensko, Rakúsko, Nemecko, Česko, Spojené kráľovstvo, Maďarsko)
- 400 účastníkov infociest/presstripov/fam tripov
- 72 infociest a presstripov
- 2 fam tripy v segmente MICE
- 5 nových titulov
- 15 reedícií propagačných materiálov vo viacerých jazykoch
- 31 nových videí a vlogov
- 4 veľké komunikačné kampane (MS v ľadovom hokeji 2019, Zelená Bratislava, Zaži Bratislavu s Barborou a Vianoce v Bratislave)
- 1 vlastné podujatie (Veľká noc plná zážitkov – Bratislava & Region)
- 7 veľkých podujatí organizačne podporených
- 120 a viac podujatí marketingovo a komunikačne podporených
- 110 880 vybavených osobných, e-mailových a telefonických dopytov v TIC
- 7 infocentier (stále, sezónne, partnerské)



1. MARKETING A PROPAGÁCIA

#marketing #propagacia #veltrhy #vystavy #prezentacie #PR #video #inzerca #onlinemarketing

Marketing a propagácia predstavujú hlavnú a najrozsiahlejšiu oblasť aktivít BTB, pod ktorú spadajú viaceré významné podaktivity. Pri implementácii jednotlivých projektov BTB postupuje v súlade s výstupmi a odporúčaniami Marketingovej a komunikačnej stratégie destinácie Bratislava na roky 2018-2022, aktualizovanej marketingovej stratégie Sekcie CR na roky 2019-2020, stratégie rozvoja turizmu v Bratislavskom kraji do roku 2020.

Účelom a prínosom aktivít BTB v oblasti marketingu a propagácie je zvýšiť rozpoznateľnosť Bratislavy na medzinárodnom trhu cestovného ruchu, vzbudiť záujem potenciálnych návštevníkov o príchod do Bratislavy, budovať imidž a „brand awareness“ Bratislavy, zlepšiť informovanosť o meste a jeho atraktivitách na zdrojových trhoch, efektívne pracovať s cieľovými trhmi a cieľovým publikom v rámci PR a komunikácie, budovať imidž Bratislavy ako vhodnej kongresovej a MICE destinácie.

Aktivity sa v roku 2019 okrem top cieľových trhov (Slovensko, Česko, Rakúsko, Nemecko, Spojené kráľovstvo) a susedných trhov rozšírili aj o komplexné marketingové a komunikačné kampane zamerané na krajiny, ktoré mali svoj tím na významnom podujatí MS v ľadovom hokeji 2019 (Rusko, Švédsko, Taliansko, Švajčiarsko, Nórsko, Lotyšsko).

V zmysle aktuálnych trendov ťažisko propagácie sa čoraz viac posúva z offline na online platformy, na využívanie smart technológií, zdôraznenie autenticity a lokálnosti, diverzifikácia kampaní so zameraním na mimosezónne obdobie, zapojenie interaktivity a kreatívne riešenia contentu a prezentačných foriem.

Edičná tvorba

Aktivita zahŕňa grafickú a kreatívnu tvorbu, aktualizáciu a tlač audiovizuálnych a printových informačných materiálov, ktoré sú ďalej distribuované do stálych a sezónnych TIC BTB, partnerských subjektov a infocentier, turistických bodov a atraktivít v destinácii, na účely zabezpečenia informovanosti návštevníkov Bratislavy. Informačné materiály slúžia aj na prezentačno-propagačné účely na veľtrhoch, výstavách, stretnutiach doma a v zahraničí, na spoluorganizovaných podujatiach a projektoch na Slovensku, ako aj na rôzne prezentačno-propagačné účely pre partnerské subjekty (napr. zahraničné zastúpenia MDV SR, Slovenské inštitúty v zahraničí, vzdelávacie inštitúcie, MZVaEZ SR a pod.).

Nové tituly v roku 2019

Bratislava destinačný katalóg: komplexný sumár produktov a poskytovateľov služieb CR v Bratislave rozdelený do viacerých tematických kapitol určený najmä odbornej verejnosti. Katalóg prezentuje hlavne členov BTB, ich ponuku a služby, ale zahŕňa aj kontakty na ďalšie relevantné subjekty. Súčasťou publikácie sú aj tematické sekcie venované užitočným informáciám, pamiatkam a atrakciám, podujatiam, aktívnemu oddychu, gastronómii, múzeám a galériám a pod. Katalóg slúži najmä na B2B prezentácie a veľtrhy, ako aj členom a partnerom BTB na účely prezentácie aktuálnej ponuky hl. mesta. Je k dispozícii v dvoch jazykoch (SK, ENG). Vydanie nemeckej verzie je plánované rok 2020.

Hrad Devín: materiál vznikol v spolupráci s Múzeom mesta Bratislava, ktoré dodalo odborné texty. Leták poskytuje hlavné informácie o NKP Devín vrátane turistických zaujímavostí. Je k dispozícii v troch jazykových mutáciách (SK, ENG, DE) vo formáte 4 DL.

Leták Veľká noc v Bratislave a regióne: BTB v spolupráci s partnermi zorganizovala podujatie Veľká noc v Bratislave a regióne, pričom k podujatiu zabezpečila okrem kultúrno-spoločenského programu aj informačný leták obsahujúci program podujatia, ponuku poskytovateľov služieb a ďalšie užitočné informácie v troch jazykoch (SK, ENG, DE) vo formáte 4 DL.

Hokejová mapa k MS v ľadovom hokeji 2019: turistická mapa vo formáte A2 k tomuto športovému podujatiu, ktorá okrem predstavení turistických atrakcií mesta obsahovala aj praktické informácie, dopravné spojenia, záchytné parkoviská, mapu fanzóny a štadiónu, rozpis zápasov. Mapa bola vydaná v dvojjazyčnej verzii (ENG, DE).

Bratislavský hrad: materiál o najnavštevovanejšej pamiatke Bratislavy vznikol v spolupráci so Slovenským národným múzeom – Historickým múzeom, ktoré poskytlo textové a fotografické podklady. Leták formátu 4 DL bol vydaný v troch jazykoch (SK, ENG, DE).



Aktualizované tituly v roku 2019



Viacere tlačene tituly boli aktualizované, a to tak z hľadiska obsahu (aktualizácia kontaktných informácií, otváracích hodín, pridanie nových a odstránenie neaktuálnych prevádzok a pod.), ako aj grafiky (v zmysle nového dizajnu manuálu organizácie), doplnené o nové jazykové verzie a dotlačené v potrebnom množstve. Aktualizované boli tieto tituly: Trhacia mapa A3, Múzeá a galérie, Malá Bratislava, Korunovačná Bratislava, Židovská Bratislava, Zelená Bratislava, Primaciálny palác, Zlatá Bratislava, Rodina a deti, Šport a relax, Židovská Bratislava, Brožúra Bratislava CARD, Bratislava CARD leták 4DL, Manuál pre pracovníkov prvého kontaktu (s ohľadom na potreby informátorov počas MS v ľadovom hokeji), Tajné fajné miesta v Bratislave (Secret Doors to Bratislava). Na základe partnerskej spolupráce sa organizácia BTB podieľala na aktualizácii brožúry Fashion map, ktorá vznikla v roku 2018 a tiež na tlači propagačných materiálov (letákov,

plagátov, programov) k podujatiu World Music Festival, ktoré v roku 2019 opäť spoluorganizovala.



Tabuľka č. 7: Prehľad edičnej tvorby vrátane dotlače v roku 2019

Titul	Počet ks	Poznámka
Brožúra k BC karte	6 000	ENG/DE/SK
Leták k BC karte	12 000	ENG/DE/SK/RUS/IT/FR/ESP/HU
Židovská Bratislava	11 500	ENG
Židovská Bratislava	7 000	SK
Židovská Bratislava	7 500	DE
Židovská Bratislava	6 000	HEB
Leták Korunovačná Bratislava	25 000	DE/HU, SK/ENG
Leták Malá Bratislava	77 500	ENG
Leták Malá Bratislava	83 500	DE
Leták Malá Bratislava	42 000	SK
Leták Malá Bratislava	20 000	FR
Leták Malá Bratislava	17 500	ESP
Leták Malá Bratislava	15 000	IT
Leták Malá Bratislava	21 500	HU
Leták Malá Bratislava	15 000	RUS
Leták Malá Bratislava	15 000	CHN
Zelená Bratislava	5 000	ENG
Zelená Bratislava	5 000	DE
Zelená Bratislava	5 000	SK
Leták Primaciálny palác	6 000	SK, ENG, DE, ESP
Leták Šport	4 000	SK
Leták Šport	4 000	DE
Leták Šport	5 000	ENG
Brožúra Zlatá Bratislava	3 000	ENG
Brožúra Zlatá Bratislava	1 500	DE
Brožúra Zlatá Bratislava	1 500	ESP
Brožúra Zlatá Bratislava	1 000	SK
Brožúra Zlatá Bratislava	1 000	RUS

Leták Veľká noc	5 000	SK, ENG, DE
Brožúra Múzeá a galérie	5 000	SK, ENG
Leták Rodina a deti	5 000	ENG
Leták Rodina a deti	4 000	SK
Leták Rodina a deti	4 000	DE
Manuál pre pracovníkov (MS)	300	SK
Turistická mapa skladacia A2 (MS)	30 000	SK, ENG, DE
Turistická mapa skladacia A3	300 000	SK, ENG, DE
Hrad Devín	6 000	SK
Hrad Devín	2 000	DE
Hrad Devín	8 000	ENG
Tajné fajné miesta	4 000	SK
Tajné fajné miesta	6 000	DE
Tajné fajné miesta	8 000	ENG
Destinačný katalóg	200	SK
Destinačný katalóg	500	ENG
Bratislavský hrad	4 000	SK
Bratislavský hrad	6 000	ENG
Bratislavský hrad	2 000	DE

* skratky: SK – slovenčina, ENG – angličtina, DE – nemčina, HU – maďarčina, HEB – hebrejčina, RUS – ruština, ESP – španielčina, FR – francúzština, IT – taliančina, CHN - čínština

S edičnou tvorbou bezprostredne súvisia **grafické a kreatívne služby**, pretože sú nevyhnutné na tvorbu a aktualizáciu brožúr, vizuálov, výstupov kampaní, prezentačných a propagačných materiálov a iných edičných materiálov BTB. K najvýznamnejším projektom v oblasti grafických a kreatívnych služieb patrili v roku najmä 2019:

- Komunikačné motívy a tematický merkantil k projektu Veľká noc v Bratislave a regióna
- Branding, plagáty a tematický merkantil k MS v ľadovom hokeji
- Pozvánky, plagáty, stojany, tabuľky na prezentácie, veľtrhy, výstavy v zahraničí
- Vizuály pre program Tourist Angels
- Grafické návrhy pre PR výstupy
- Fotostena a prvky na fotenie na rôznych eventoch
- Pozvánky a programy k MICE podujatiam

BTB v roku 2019 obstarala tiež licencované brožúry Bratislava City Guide v dvoch prevedeniach – všeobecnú brožúru a adaptovanú verziu na tému MS v ľadovom hokeji 2019 (vrátane mapy s vyznačenými POI pre hokejových fanúšikov). Celkovo BTB zabezpečila 2809 výtlačkov, z toho 1200 bolo tematicky zameraných na MS v ľadovom hokeji. Brožúry slúžili okrem hokejového šampionátu aj na účely oficiálnych návštev, delegácií a zástupcov zahraničných médií.

Video tvorba



Reportáž z 2019 IIHF majstrovstiev sveta v ľadovom hokeji [SK]
2 682 zhlédnutí • 2. 7. 2019

a počas MS v ľadovom hokeji BTB sa upravoval aj 20 sekundový spot o Bratislave v zmysle špecifikácie zaslanej od rakúskej TV ORF.



Bratislavy. Konkrétnymi témami boli najmä gastronómia, kultúra, adrenalín, trendové politiky, predajne, miesta oddychu a pod. Výroba videí zahŕňala produkciu, postprodukciiu, autorské práva a prácu redaktorov z portálu, ktorý prezentuje Bratislavu aj prostredníctvom lokálnych influencerov s jedinečným pohľadom na Bratislavu a prehľadom o atraktívnych novinkách v meste.



Rok 2019 sa v Bratislave niesol aj v znamení **MS v ľadovom hokeji**. BTB preto vytvorilo k tomuto podujatiu promo video, ktorého cieľom bolo sumarizovať zaujímavosti, rozhovory a všetky podstatné informácie o šampionáte organizačného charakteru vrátane aktivít BTB zabezpečujúcich komfort návštevníkov Bratislavy počas šampionátu. Video je [dostupné na YouTube](#). Pre potreby propagácie Bratislavy na rakúskom trhu pred

Jedným z najznámejších a najvýznamnejších portálov v oblasti turizmu týkajúci sa Bratislavy a regiónu je portál **Welcome to Bratislava** (welcometobratislava.eu), ktorého návštevnosť sa pohybuje na úrovni takmer 200 000 používateľov v rozmedzí jedného polroka. BTB preto v spolupráci v portálom Welcome to Bratislava vyrobila 10 tematických videí zameraných na propagáciu a top atraktivity

Súčasťou komunikačnej kampane na rok 2020 bola aj výroba 20 videí s mottom „Bratislava – 72 hour City“. Videá sa zameriavajú na 4 zdrojové zahraničné trhy Bratislavy – Česko, Rakúsko, Nemecko, Spojené kráľovstvo. Hlavnou postavou videí je zakaždým obyvateľ danej cieľovej krajiny, ktorý dlhodobo žije v Bratislave. Ústredná myšlienka videí je nasledovná: každý z protagonistov prišiel do Bratislavy s tým, že nevedel o meste veľa. Zakrátko sa však presvedčil o tom, že je to príjemné mesto, kde je na malom území koncentrovaná celá stredná Európa, s množstvom zelene, pestrou ponukou aktivít,

výborným jedlom a pivom. Hlavným odkazom je to, že sa v Bratislave sa dá stráviť plnohodnotných 72 hodín. Videá sú zároveň pozvánkou pre krajanov, aby sa prišli sami presvedčiť o Bratislave ako 72 hodinovom meste. Koncept videí nadväzuje aj na 72 hodinovú Bratislava CARD – City & Region, ktorá sa tak stáva ďalším prvkom komunikácie. Vo videu predstaví svoje obľúbené miesta a zákutia mesta Bratislava. Cieľom je, aby videá pôsobili prirodzene, nenútene, dôveryhodne a vzbudili záujem o návštevu Bratislavy prostredníctvom autentickej výpovede hlavného protagonistu. Výstupy (videá a vizuály kombinujúce kreslené dominanty mesta s ústrednou fotkou znázorňujúcou tému Dunaj/história/gastro – pivo/káva) budú použité v kampani v roku 2020 a v nasledujúcich rokoch. Na každú jednu krajinu pripadá 5 videí, konkrétne:

- 1 x hlavné video v dĺžke cca 1 min
- 2 x zostrih hlavného videa v dĺžke 20-30 sek.
- 2 x video v dĺžke 6 sek.

Veľtrhy, výstavy a prezentácie

Účasť na veľtrhoch, výstavách a prezentáciách cestovného ruchu prispieva k zviditeľneniu destinácie medzi laickou i odbornou verejnosťou, k lepšiemu prístupu k cieľovým trhom a skupinám, má veľký význam v oblasti nadväzovania partnerstiev a spolupráce, k získavaniu a udržiavaniu profesionálnych kontaktov v odvetví. BTB v rámci veľtrhov a výstav spolupracuje najmä s MDV SR a KOČR BRT. Pri zahraničných prezentáciách spolupracuje so zahraničnými zastúpeniami MDV SR, Kultúrnymi inštitútmi, ale aj inými inštitúciami, ktoré BTB oslovia k spolupráci. Pri aktivite sú zohľadnené odporúčania a priority Marketingovej a komunikačnej stratégie Bratislavy i MICE stratégie.

Ferien Messe Viedeň (10-13. 1. 2019)



Jedno z najväčších a najvýznamnejších podujatí tohto druhu v strednej Európe, na ktorom svoje produkty a služby predstavujú touroperátori, cestovné kancelárie, dopravcovia, komerční poskytovatelia služieb a zástupcovia destinácií z celého sveta. Súčasťou podujatia bola aj výstava Vienna Autoshow 2019. V roku 2019 sa na veľtrhu prezentovalo viac ako 800 vystavovateľov z vyše 80 krajín. BTB sa prezentovala spoločným stánkom s MDV SR, s vystavovateľmi Tour4U, s.r.o., Flora Tour, s.r.o., Blue Danube Tour, s.r.o. a jednodňoví vystavovatelia BeCool, Brainteaselava, Hot Chilli lode. Tematicky bol spoločný stánok venovaný Majstrovstvám sveta v ľadovom hokeji 2019 (MS 2019). Expozícia pripomínala ľadovú plochu a výstavné pulty reprezentovali mantinely. Na stánku bola fotostena s hokejovou témou, oficiálny maskot Macejko – premiéra jeho predstavenia a tri roztlieskavačky v kostýmoch. Návštevníkom bol k dispozícii „airhockey“ stôl, kde si mohli zahrať stolný hokej.



ochutnávka bratislavských rožkov, prezentácia a degustácia vín so someliérmi z Národného salónu vín SR, ochutnávka piva s remeselným pivovarom z Rače, kuchárska/kulinárska show Genusswelt, na ktorej člen BTB prezentoval tradičnú receptúru prípravy bratislavských rožkov. Na pulte Bratislavy boli celý čas prítomní dvaja certifikovaní sprievodcovia, ktorí poskytovali



informácie o produktovej ponuke Bratislavy. Najväčší záujem bol o program kultúrnych podujatí, opery a filharmónie, ďalej o cyklotrasy a dopravné spojenie Viedeň – Bratislava. Približne 50 % návštevníkov predstavovali seniori, 15 % skúsení a vzdelaní cestovatelia, ktorí si zisťujú informácie sami a vopred a mali prehľad o Bratislave, 20 % ľudia s kladným vzťahom k Slovensku a Bratislave, ktorí sa sem radi vracajú, 25 % rodiny s deťmi. Záujem o ponuku Bratislavy

Conventa Ľubľana (23-24. 1. 2019)

Ide o veľtrh so zameraním na „meetings industry“, čiže určený pre nákupcov podujatí a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty), na ktorom sa prezentujú hlavne krajiny takzvanej Novej Európy. Veľtrh má butikový charakter s prevažne regionálnym zameraním.



BTB zdieľala vystavovateľský pult s členmi Emerge a Tour4U. Veľtrh svojím konceptom poskytuje priestor na intenzívny networking a socializing, vďaka čomu má BTB možnosť zdieľať skúsenosti s porovnateľnými destináciami (v roku 2019 nimi boli najmä Dubrovnik, Záhreb, Srbské Convention Bureau). Tím BTB zastupovali dvaja zástupcovia, na veľtrhu absolvovali 33 B2B stretnutí a 3 stretnutia s médiami. Bratislava sa

prezentovala prostredníctvom know-how a vedomostného potenciálu, cez inovácie a technológie, ktoré sú pre mesto príznačné.

ITF SlovakiaTour Bratislava (24-27. 1. 2019)



Tradične najvýznamnejší veľtrh CR na Slovensku, ktorý navštevuje tak odborná, ako aj laická verejnosť v záujme získať informácie o ponuke destinácií a poskytovateľov služieb v CR na Slovensku, ako aj v cudzích krajinách. BTB sa veľtrhu zúčastnilo ako spoluvystavovateľ na stánku KOČR BRT, pričom Bratislave bol venovaný prvý deň veľtrhu, ktorý je určený pre odbornú verejnosť. Súčasťou prezentácie boli ukážky regionálnej gastronómie

(bratislavské rožky, Národný salón vín SR, remeselný pivovar). Informácie návštevníkom poskytovali na pulte Bratislavy certifikovaní sprievodcovia. Záujem bol najmä o aktuálny program kultúrnych podujatí a kultúrnych inštitúcií, cyklomapy, ponuku pre rodiny s deťmi, gastrozariadenia a pod.

Utazás Budapešť (20-24. 2. 2019)



Termín najvýznamnejšieho veľtrhu cestovného ruchu v Maďarsku UTAZÁS bol prvýkrát posunutý z mesiaca marec na február. Na 42. ročníku veľtrhu sa zúčastnilo 300 vystavovateľov z 30 krajín sveta a počet návštevníkov dosiahol 35 000, čo je 25 %-ný nárast oproti minulému roku. V hale A sa sústreďovala ponuka zahraničných expozícií, domácich regiónov a cestovných kancelárií. Odborná aj široká verejnosť si mohla vybrať spomedzi 60 prednášok, workshopov a odborných debát. Slovenská expozícia patrila medzi tie najväčšie a zastrešovalo ju MDV SR. Predstavilo sa

v nej 12 spoluvystavovateľov, väčšinou krajské a oblastné organizácie cestovného ruchu, turistické regióny a mestá. BTB spolu s KOČR BRT a s Košickou oblasťou a krajskou organizáciou CR mali umiestnené pulty na hlavnej komunikácii, čo podporilo návštevnosť. Aj dizajn stánku sa opieral o dve najväčšie a maďarskými turistami najžiadanejšie mestá – na hlavnej stene bola umiestnená veľkoplošná fotka Bratislavského hradu a Košického domu. Zadná strana expozície bola venovaná MS v ľadovom hokeji Bratislava + Košice 2019. Pre odbornú verejnosť sa ponúkali aj slovenské gastronomické špeciality. Prvý deň veľtrhu bol venovaný odbornej verejnosti, na stánku MDV SR sa konala tlačová konferencia pre pozvaných zástupcov maďarských médií. Návštevníci sa zaujímali najmä o mapy, vlakové spojenia, hrad, múzeá, podujatia, korunovačnú tému, gastronómiu, ubytovacie možnosti, rodinné programy, prehliadok v maďarskom jazyku. Veľa požiadaviek sa týkalo cyklociest, plavieb po Dunaji a okrem historického centra boli časté otázky ohľadom výletov do regiónu – Devín, Červený Kameň,

vinárske mestá, Senec, Malé Karpaty, Podunajsko, vstupného, zoznamu podujatí, ponúk ubytovania a gastronomických prevádzok, možností zábavy, programov pre deti, cyklociest, sprievodcovských služieb v maďarskom jazyku.

Holiday World Praha (21-24. 2. 2019)



Ide o najvýznamnejší veľtrh CR v Českej republike, kde sa prezentuje ponuka destinácií a komerčných subjektov. Paralelne s veľtrhom prebieha aj výstava Top Gastro and Hotel. Za organizáciu BTB sa zúčastnili dvaja zástupcovia, ktorí mali zabezpečené ubytovanie a dopravu do Prahy. BTB na veľtrhu prezentovala tak ponuku mesta, ako i regiónu v zastúpení KOČR BRT na národnom stánku zastrešenom MDV SR. Prezentovala sa

hokejová téma (MS v ľadovom hokeji 2019), a to prostredníctvom roztľieskavačiek a živej sochy hokejistu. Prebiehala degustácia vín z Národného salónu vín SR. Najväčší záujem bol o informácie o dopravnom spojení s Bratislavou, o pamiatky v meste, program kultúrnych podujatí, možnosti ubytovania, BC kartu, cyklotrasy v meste a regióne, program pre rodiny s deťmi. Prevažovala seniorská klientela (60 %), 20 % tvorili rodiny s deťmi, veľkú časť tvorili tí, čo poznajú Slovensko a Bratislavu, majú ku krajine kladný vzťah a pravidelne ju navštevujú (10 %), zvyšných 10 % prevažovali takí, ktorí si zbierali konkrétne informácie na svoju najbližšiu návštevu BA. Keďže ide o hlavný zdrojový trh pre Bratislavu a región, aktivity na tomto fóre sú pre BTB vysoko opodstatnené a žiaduce.

Premeny Bratislavy 1918 – 100 – 2018 v Berlíne (5. 3. 2019) a vo Viedni (15. 5. 2019)



Výstavu fotografií Bratislava 1918-100-2018 pripravila BTB v roku 2018 pri príležitosti 100. výročia vzniku Československej republiky a 25. výročia vyhlásenia Bratislavy za Hlavné mesto Slovenskej republiky. Dve kolekcie fotografií poskytujú pohľad na Bratislavu v čase prvej republiky a dnes. Zachytávajú vybrané architektonické stavby a pamiatky v súdobej podobe a ako ich možno vidieť v Bratislave v súčasnosti. Vďaka úspechu,

ktorý výstava zaznamenala o ňu prejavili záujem aj Slovenské inštitúty MZV a EZ vo Viedni a v Berlíne. Výstava bola sprístupnená 5.3.2019 na Slovenskom inštitúte v Berlíne a 15.5. 2019 na Slovenskom inštitúte vo Viedni.

ITB Berlín (6-10. 3. 2019)



vystúpenia prezentujúce tradičnú slovenskú ľudovú kultúru. Dvaja zástupcovia BTB absolvovali niekoľko podnetných B2B stretnutí, ako aj zodpovedali na dopyty okoloidúcich návštevníkov.

53. ročník veľtrhu ITB Berlín navštívilo 160 tisíc návštevníkov, z toho 113 500 profesionálov CR, čo predstavuje 3 %-ný nárast oproti minulému roku. Viac ako 10 tisíc vystavovateľov zo 181 krajín a regiónov prezentovalo svoje služby v 26 halách. Súčasťou programu boli prednášky na aktuálne témy ako je overtourism, udržateľnosť, klimatické zmeny a pod. Bratislava sa spolu s regiónom v zastúpení BTB prezentovala na spoločnom stánku MDV SR. Súčasťou programu na stánku boli aj folklórne

Donausalon Berlín (7. 3. 2019)



Podujatie sa konalo na zastupiteľskom úrade Baden – Württemberg v Berlíne. Súčasťou bola malá konferencia na tému digitalizácia a turizmus. Slovensko zastupovala členka Slovenskej spoločnosti sprievodcov CR. V druhej časti sa prezentovala CR ponuka zúčastnených krajín a regiónov, s dôrazom na vinársku kultúru. BTB na prezentáciu Slovenska zabezpečila ochutnávku Devínskeho ríbezľáku a bratislavských rožkov.

IMEX Frankfurt (20-24. 5. 2019)



účastníkov), pričom hlavné posolstvo vo vzťahu k Bratislave bolo zhrnuté v troch pilieroch relevantných pre MICE komunitu – accessibility, innovation, execution. Veľtrhu sa zúčastnili traja zástupcovia BTB, ktorí absolvovali 80 B2B stretnutí, zameraných prevažne na incentívu a asociačný biznis. Súčasťou prezentácie bola možnosť prihlásiť sa ako záujemca o účasť na augustový fam trip. Kontakty z podujatia boli spracované a následne využívané na účely ďalšej marketingovej komunikácie, pričom každý z kontaktov obdržal bezprostredne po evente takzvaný follow up s najdôležitejšími informáciami, ktoré boli obsahom osobného stretnutia.

Ide o jeden z najprestížnejších veľtrhov v MICE sektore, ktorý slúži ako platforma pre B2B stretnutia pre nákupcov a poskytovateľov. BTB prostredníctvom Bratislava Convention Bureau (BCB) bola spoluvystavovateľom na národnom stánku MDV SR spolu s partnerom Enjoy Slovakia DMC. BTB v spolupráci s MDV SR zabezpečila destinačné prezentácie na stánku pre hosted buyerov, súhrnne sa realizovalo 6 prezentácií (s počtom 31

Donaukanaltreiben Viedeň (24-26. 5. 2019)



S cieľom zvýšiť informovanosť obyvateľov a návštevníkov Viedne o turistickej ponuke Bratislavy sa zástupcovia BTB už po druhý raz zúčastnili na trojdňovom open-air podujatí s názvom „Donaukanaltreiben“ vo Viedni. Išlo o 13. ročník festivalu zameraného na kultúrnu a gastronomickú prezentáciu pozdĺž nábrežia dunajského kanála. Súčasťou podujatia boli rodinné programy, súťaže, remeselné trhy, koncerty rôznych žánrov. Bratislava sa predstavila v brandovanom prezentačnom infostane s propagačnými materiálmi v nemeckom a anglickom jazyku vrátane materiálov o regióne (spolupráca s KOCR BRT). Vedľa stanu sa uskutočnila interaktívna prezentácia Authentic Slovakia – možnosť nastúpenia do retro auta značky Škoda, možnosť obzrieť si iné retro kúsky ako napríklad lampy či televízor a možnosť zúčastniť sa vedomostnej súťaže za Horalku a vyhrať prehliadku v retro štýle po Bratislave s Authentic Slovakia. Záujem návštevníkov bol veľký, najmä u mladšej a strednej generácie, hľadali konkrétne témy a produkty a viacerí mali už konkrétny dátum návštevy. Zastavili sa aj zahraniční návštevníci z rôznych krajín, ktorí hľadali možnosť spojiť návštevu Viedne s Bratislavou. Návštevnosť podujatia dosiahla vyše 120 000 ľudí a festival sa rozšíril o ďalšie tematické oblasti, čo pritiahlo ďalšie cieľové skupiny. Nakoľko ide o známe podujatie v dobrej lokalite a zaznamenali sme seriózny záujem návštevníkov o ponuku Bratislavy, plánujeme účasť aj na ďalšom ročníku.

Prezentácia Bratislavy pred letnou sezónou v Budapešti (29. 5. 2019)



BTB v spolupráci so Zahraničným zastúpením CR MDV SR a Slovenským inštitútom v Budapešti sa tradične pred začiatkom letnej sezóny predstavila pred maďarskými médiami, cestovnými kanceláriami a odbornou verejnosťou v priestoroch Slovenského inštitútu. BTB predstavila novinky a podujatia letnej sezóny a skorej jesene v Bratislave s dôrazom na nové projekty a rekonštrukcie (napr. rekonštrukcia Maximiliánovej fontány, projekt Sadni si, Dáždniková ulica), aktuálne a pripravované výstavy v múzeách a galériách (Mednyánszky v Nedbalke, SNM, hrad, GMB, Danubiana atď.), zaujímavosti novej divadelnej sezóny jubilujúceho Slovenského národného divadla a na výber z podujatí rôznych žánrov nadchádzajúcej letnej sezóny a skorej jesene s dôrazom na sériu programov v rámci Kultúrneho leta a hradných slávností a Korunovačných dní. Vyzdvihnuté boli výhody využitia turistickej karty Bratislava CARD – City & Region. Medzi účastníkmi boli vyžrebovaní výhercovia balíčkov s propagačnými predmetmi

a zľavovými kartami. Výsledkom tlačovej konferencie je niekoľko výstupov v médiách, reportáž v rádiu Trend FM, verejnoprávnej MTVA, článok na www.turizmus.com.

Kráľovské dni Székesfehérvár (17-19. 8. 2019)



V maďarskom korunovačnom meste Székesfehérvár sa každoročne konajú Kráľovské dni. Ide o 10 až 11-dňový historicko-kultúrny open-air festival pre širokú verejnosť plný programov rôznych žánrov pre všetky vekové kategórie. Každý rok je venovaný inému kráľovi, v roku 2019 sa pozornosť sústredila na život Bela IV. BTB predstavila turistickú ponuku Bratislavy a regiónu (v zastúpení KOČR BRT) na informačnom stánku priamo na centrálnom námestí mesta. Najväčší záujem bol o mapy a praktické turistické informácie (doprava, otváracie hodiny, ceny, turistické pamiatky, múzeá, reštaurácie a pod.). Za BTB poskytoval informácie prezentátor destinácie v maďarskom jazyku, čo bolo hodnotené veľmi pozitívne. Súčasťou prezentácie bolo pozývanie na korunovačné dni do Bratislavy. Program zahŕňal prezentáciu tradičnej gastronómie (bratislavské rožky) a kvíz pre návštevníkov so zaujímavými odmenami. Vzhľadom na partnerstvo Bratislavy a Székesfehérváru a veľký záujem návštevníkov o ponuku Bratislavy ide o dôležitú aktivitu na jednom z najdôležitejších trhov Bratislavy.

Pozsonyi piknik Budapešť (7. 9. 2019)



V roku 2019 išlo už o 11. ročník podujatia, ktorý získal názov podľa ulice, na ktorej sa koná. Súčasťou festivalu je bohatý kultúrny sprievodný program a umelecké vystúpenia. Prezentácia Slovenska a Bratislavy prebiehala v spolupráci so Zahraničným zastúpením MDV SR v Budapešti, s MZVaEZ SR, BTB a KOČR BRT. Prezentácia Bratislavy prebiehala formou poskytovania informácií o kultúrnom dianí a turistickej ponuke v meste a regióne (prevažne materiály v maďarskom jazyku). Súčasťou programu boli gastro-ochutnávky, BTB zabezpečila Bratislavské rožky, MDV SR tradičné halušky, MZVaEZ zabezpečilo folklórny kultúrny program. Umelec na chodúľoch bol atraktívnym doplnkom programu, pozýval návštevníkov na podujatia do Bratislavy. Záujem o turistickú ponuku bol najmä zo strany strednej a staršej generácie, dopyt bol najmä na program podujatí, dopravné spojenia, ubytovanie, múzeá, výlety do regiónu. Mladšie generácie a rodiny s deťmi mali záujem o zelenú Bratislavu, šport, aktívny relax.

Street Life Wien, Viedeň (14-15. 9. 2019)



BTB sa v spolupráci so Zahraničným zastúpením CR MDV SR vo Viedni a s KOČR BRT zúčastnilo dvojdnového open-air festivalu Street Life Wien. Organizátor podujatia sa zaoberá udržateľnou mobilitou a podporou cyklistiky vo Viedni, preto sa festival zameriaval na ekológiu a udržateľnosť v širokom slova zmysle (doprava, potraviny, ochrana životného prostredia, pomoc krajinám tretieho sveta a pod.). Súčasťou bol bohatý sprievodný kultúrny program rôznych žánrov, čo pritiahlo pozornosť širších vekových skupín. Program pre deti pozostával z rôznych eko workshopov a interaktívnych činností. Bratislava sa prezentovala na obrandovanom stánku informačnými materiálmi v nemčine a angličtine. Choduliari ako sprievodný program pozývali na návštevu do Bratislavy, propagovali sme aj Bratislava CARD. Návštevníci sa zaujímali najmä o mapy, program podujatí, dopravné spojenie Viedne s Bratislavou, múzeá, galérie, Tajné fajné miesta v Bratislave a pod. Návštevnosť dosiahla viac ako 40 tisíc účastníkov podujatia. Opodstatnenosť aktivity bola preukázaná vysokým záujmom aj pozitívnou spätnou väzbou k prezentácii Bratislavy na podujatí.

Slovenské dni v Prahe (25-26. 9. 2019)



Hlavným organizátorom dvojdnového open air podujatia s kultúrnym programom bolo Zahraničné zastúpenie MDV SR v ČR, pričom jeho hlavnými partnermi a spoluorganizátormi boli BTB a BRT. Svoju aktuálnu ponuku predstavil i Košický a Žilinský región, zástupcovia z Vysokých Tatier, Oravy, Spiša, Pienin, Stredného Slovenska, Horehronia, Novohradu i Podpoľania, prezentovalo sa aj južné Slovensko zastúpené Žitným Ostrovom a Podunajskom. Nechýbali slovenské suveníry (majolika, šupoľové bábiky, oblečenie z vlny s čičmianskymi ornamentmi, medové perníky, fujara, pastiersky bič, originálne slovenské ponožky), hudobný program (Čarovné ostrohy, Ultrazvuk, Katarína, Ščevlíková, Medial Banana, Martin Brxa, Polemic), súťaže o zaujímavé ceny (pobytové vouchery na Slovensku) a regionálne produkty zo Slovenska, bratislavské rožky, Devínsky ríbezlák a choduliari. BTB sa spolupodieľalo na organizácii podujatia zabezpečením moderátora a hudobných vystúpení, poskytlo vecné ceny do súťaží prostredníctvom členov BTB. Priestor pre prezentáciu Bratislavy bol v centrálnej časti pešej zóny Anděl. Propagovaný bol aj nosný produkt BTB – Bratislava CARD – City & Region. Cieľom podujatia bolo predstaviť Slovensko a Bratislavu ako miesto s bohatou ponukou cestovného ruchu, skvelou kultúrou, kvalitnou gastronómiou a jedinečným folklórom i tradíciami. Záujem návštevníkov a spätná väzba potvrdili naplnenie tohto cieľu.

Československý večer v Prahe (8. 10. 2019)



V rámci podujatia Česko-slovenský večer v Prahe organizovaným agentúrou Promotion, s.r.o. sa BTB zúčastnilo prezentácie destinácie dňa 8. októbra 2019 v Obecní dome v Prahe pri príležitosti 100. výročia úmrtia M. R. Štefánika. Partnerom podujatia bolo MZV SR a MDV SR. Česko-slovenský večer sa uskutočnil pod záštitou veľvyslanca SR v ČR pána Petra Weissu. Cieľom podujatia bola prezentácia krás Česka a Slovenska ako aj módna prehliadka slovenských a českých návrhárov, pričom kolekcia bola venovaná aj M. R. Štefánikovi. BTB mala od organizátora podujatia poskytnutý priestor na prezentáciu, zabezpečila na podujatí propagáciu Bratislavy, fotostenu Bratislavy, materiály o Bratislave, ochutnávky (bratislavské rožky, Devínsky ríbezľák), spomienkový predmet (magnetka majolika) a personál na poskytovanie kvalifikovaných informácií.

Bratislava v užšej nominácii súťaže European Capital of Smart Tourism (8-9. 10. 2019)



Hlavné mesto Slovenskej republiky Bratislava sa prostredníctvom BTB zapojilo do iniciatívy Európskej únie s názvom European Capital of Smart Tourism 2020. Spracovaný projekt Bratislavy bol členmi odbornej komisie vybraný do užšej nominácie 10 destinácií spomedzi 35 prihlásených miest. 10 finalistov bolo pozvaných do Helsínk prezentovať detailnejší koncept programu svojho mesta v rámci štyroch posudzovaných SMART oblastí (dostupnosť, udržateľnosť, digitalizácia, kultúrne dedičstvo a kreativita). Prezentácie sa uskutočnili na Ministerstve hospodárstva a zamestnanosti dňa 8.10.2019 pred odbornou komisiou zloženou zo zástupcov Európskej komisie. Nasledujúci deň prebiehal workshop zameraný na zdieľanie príkladov dobrej praxe miest, ktoré získali titul v roku 2019 – Helsinki a Lyon. Súčasťou workshopu bolo riešenie praktických úloh týkajúcich sa najväčších výziev, ktorým jednotlivé mestá čelia pri napĺňaní SMART cieľov. Identifikované priority sa týkali najmä tém dát, ich zbierania, spracovania, interpretácie a šírenia, ako aj témy merateľnosti a porovnateľnosti vybraných kategórií v rámci SMART turizmu. Dňa 9.10.2019 sa uskutočnilo slávnostné vyhodnotenie výsledkov súťaže, za prítomnosti zástupcov Európskej komisie, ako aj zástupcov vybraných ministerstiev Fínska a zástupcov mesta Helsinki. Ocenenie European Capital of Smart Tourism na rok 2020 získali mestá Malaga a Göteborg. Náklady spojené s účasťou na podujatí hradila Európska komisia.

WTM Londýn (4-6. 11. 2019)



V roku 2019 sa konal už 40. ročník tohto medzinárodného veľtrhu CR, ktorý patrí k najvýznamnejším veľtrhom CR vo svete. Návštevnosť prevýšila 50 000 účastníkov – profesionálov v CR. BTB sa veľtrhu zúčastnila ako spoluvystavovateľ na expozícii zabezpečenej MDV SR v sekcii „Európa“. Ostatní spoluvystavovatelia na stánku (8 subjektov a MDV SR) reprezentovali ďalšie slovenské regióny a destinácie (Vysoké Tatry, Turčianske Teplice, región Košice), ako aj poskytovateľov služieb v CR (Flora Tour, Tour4U, NSV SR, E – Travel Slovakia, Best Slovakia Travel a i.). Zástupcovia BTB absolvovali počas veľtrhu vyše 30 individuálnych stretnutí, prevažne so zástupcami

PR agentúr, cestovných kancelárií, médií a pod. Za organizáciu BTB sa zúčastnili dvaja zástupcovia. BTB prezentovala produkty a služby CR členov a partnerov BTB, ako aj všeobecnú ponuku. Súčasťou programu veľtrhu sú prednášky, semináre, workshopy na aktuálne témy (nové technológie, digitalizácia, klimatické zmeny, udržateľnosť). Jedným z prínosov účasti na veľtrhu je rozšírenie databázy kontaktov BTB.

Prezentácia Bratislavy na archeoveľtrhu cestovného ruchu v Paestum, Taliansko (14-17. 11. 2019)



V talianskom Paeste sa uskutočnil už XXII. ročník medzinárodného mediteránneho archeologického veľtrhu. BTB zabezpečila prezentáciu Bratislavy a jej archeologických pamiatok ako aj turistických zaujímavostí na základe dohody s certifikovaným sprievodcom ovládajúcim taliančinu so vzdelaním v oblasti archeológie. Bratislava dostala ponuku na samostatnú prezentáciu v trvaní cca 30 min. pred odborným publikom.

Témou prezentácie bola Keltská cesta a výstava BIATEC.NONNOS. CELTI DI BRATISLAVA SUL DANUBIO CENTRALE (Biatec. Nonnos. Kelti z Bratislavy na strednom Dunaji), ktorá sa nachádza na Bratislavskom hrade. Okrem toho sa Bratislava prezentovala na vlastnom stánku, kde boli k dispozícii informačné materiály o Bratislave v taliančine a propagačné predmety. Návštevníci boli väčšinou Taliani z okolia Paesta, Salerna a Neapolu, teda regiónu Kampánie, ktorí sa živo zaujímali o Bratislavu a možnosti návštevy. Okrem toho boli na veľtrhu prítomní zástupcovia odbornej verejnosti z oblasti archeológie, histórie, kultúrneho dedičstva, UNESCO pamiatok a pod. BTB vďaka účasti disponuje relevantnými kontaktmi.

IBTM Barcelona (18-22. 11. 2019)



IBTM World Barcelona patrí k najprestížnejším MICE veľtrhom na svete. Slúži ako platforma pre B2B stretnutia pre nákupcov (buyers/visitors a hosted buyers) a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty). BTB v zastúpení MICE oddelenia (BCB) sa na podujatí prezentovala ako spoluvystavovateľ na stánku Slovak Convention Bureau/MDV SR spolu so spoločnosťou Tour4U, Enjoy Slovakia a Visit Košice. Pred veľtrhom bolo dohodnutých 40 stretnutí (pre-scheduled meetings), z ktorých sa zrealizovalo 39 meetingov. Prevažná väčšina nákupcov bola z Európy v zmysle cielenia trhov destinácie Bratislava, niekoľko zástupcov bolo z krajín mimo Európy (USA,

Ázia, Južná Afrika). Na základe získaných kontaktov je možné rozširovať existujúcu databázu a pracovať s relevantnými adresátmi pre možnú budúcu spoluprácu. Viacerí účastníci stretnutí prejavili záujem o účasť na fam tripoch plánovaných v roku 2020. Prevažná väčšina dopytov smerovala až na obdobie od roku 2021. Z hľadiska štruktúry účastníkov stretnutí boli zastúpení corporate meeting planners, organizátori incentívnych podujatí, ako aj predstavitelia rôznych odborných asociácií. Každý z kontaktov obdržal bezprostredne po evente takzvaný follow up s najdôležitejšími informáciami, ktoré boli obsahom osobného stretnutia.

PR a turisticko-informačný systém

Aj počas roku 2019 prebiehali kampane k produktom, projektom, podujatiam a aktivitám organizovaným v Bratislave. Išlo o projekty BTB, aktivity a podujatia členov a partnerov BTB, ako aj o všeobecnú ponuku destinácie (kalendár podujatí, nové produkty, akcie, športové podujatia a pod.). Dôraz sa kládol na propagáciu Bratislavy a jej ponuky mimo hlavnej letnej sezóny so zameraním na jar, jeseň a zimu. Išlo o snahu rozmiestniť dopyt návštevníkov rovnomerne počas celého roka tak, aby bola zachovaná udržateľnosť CR najmä v obdobiach, kedy mestské destinácie čelia masovému turizmu (tzv. overtourism). Dôraz sa kládol aj na propagáciu Bratislava CARD – City & Region a menej známych atraktivít mimo bezprostredného centra mesta (v mestských častiach a v bratislavskom regióne). Propagácia prebiehala najmä na sociálnych sieťach (Facebook, Google, Instagram, YouTube) formou platenej reklamy. BTB šíri všetky informácie aj prostredníctvom svojich komunikačných kanálov: webová stránka, facebooková stránka, Instagram, YouTube, newsletter). Reklama bola zacielená s ohľadom na sociodemografické kritériá (vek, pohlavie, preferované aktivity a pod.). Nosnými témami, ku ktorým bola realizovaná online propagácia, boli:

- Veľká noc v Bratislave a regióne
- MS v ľadovom hokeji 2019
- Podujatia v destinácii s vysokým potenciálom v CR (KLaHS, Bratislavské korunovačné dni, Noc múzeí a galérií, Majáles, Rímske dni, Bratislavské mestské dni, Viva Musica,

ČSOB Marathon, World Music Festival, Gastro podujatia, predstavenia SND, filharmónie, Bratislavské hudobné slávnosti, Sharpe festival a i.)

- Letná kampaň (Zelená Bratislava)
- Bratislava CARD – City & Region
- Korunovačný foto-video point
- Vlogy (Zaži Bratislavu s Barborou, Welcome to Bratislava a i.)
- Bratislavský región
- Jesenná kampaň
- Zimná kampaň

Prehľad a vyhodnotenie hlavných online kampaní v roku 2019

Jarná kampaň (Veľká noc v Bratislave a regióne)

Kampaň zameraná na podujatie Veľká noc v Bratislave a regióne.

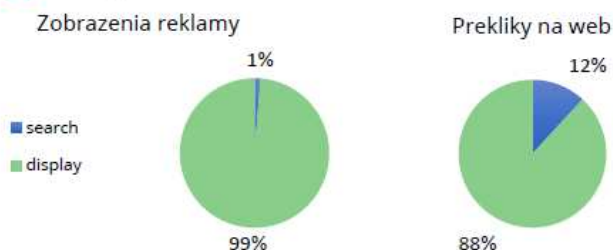
- špeciálna sekcia na webovej stránke vistibratislava.com/velkanoc
- séria bannerov zameraná na jednotlivé highlighty podujatia
- cieľové trhy: Česko, Spojené kráľovstvo, Rakúsko, Nemecko, Slovensko
- cieľové skupiny: rodiny s deťmi, aktívni ľudia



- Trvanie: 04. – 18.04.2019
- Krajiny: UK, CZ, AT, DE, SK
- viac ako 1,5 milióna zobrazení Google reklamy
- 1,5 milióna zobrazení Facebook reklamy
- 63 069 zobrazení webu
- Nárast používateľov webu všeobecne o 8 %



Google AdWords & YouTube



visitbratislava.com

04.-18.04. (2018 vs. 2019)		
	používatelia	zobrazenia
18	47 891	64 188
19	51 726	63 069
	↗ 8 %	↘ 2 %

Návštevnosť webu podľa cieľových krajín					
	Slovensko	Veľká Británia	Nemecko	Rakúsko	Česko
18	28 113	2 835	2 391	4 337	938
19	22 665	2 893	2 699	6 244	4 501
	↘ 19 %	↗ 2 %	↗ 11 %	↗ 44 %	↗ 380 %

MS v ľadovom hokeji 2019



Išlo o top udalosť svetového významu, ktorú BTB komplexne zahrnula do všetkých realizovaných aktivít. Hlavným cieľom kampane však nebolo priamo pozývať na samotné MS (vzhľadom na obmedzenú dostupnosť lístkov na najatraktívnejšie hokejové zápasy), ale predstaviť návštevníkom šampionátu ponuku Bratislavy, čo môžu v meste vidieť a zažiť popri tom ako sa zúčastňujú zápasov šampionátu.

Ambíciou bolo zvýšiť návštevnosť atraktivít, kultúrnych zariadení a poskytovateľov služieb CR, predĺžiť pobyt návštevníkov v Bratislave a vyvolať v nich opätovný záujem o návštevu hlavného mesta napríklad v podobe príchodu s rodinou, priateľmi či známymi. Počas trvania hokejových majstrovstiev BTB zaznamenala nárast unikátnych návštevníkov na webe o 85 %.

Kampaň pred MS v ľadovom hokeji (január – máj 2019)

- 8 propagačných videí krajín, ktoré hrali v Bratislave
- 5 cieľových krajín
- hokejová podstránka visitbratislava.com/hockey v 3 jazykoch (viac ako 120 000 unikátnych zhliadnutí)
- inzercia, články, newsletter
- bedekre pre novinárov, delegácie, VIP; mapy (rozdávačky)



zdrojový trh	nárast na webe 1. 2. – 10. 5. 2019 oproti roku 2018
Švajčiarsko	543 %
Rusko	490 %
Česko	290 %
Taliansko	280 %
Rakúsko	48 %



zdrojový trh	Facebook	YouTube	YouTube - Bumper
Švajčiarsko	232 292	62 394	121 058
Rusko	839 697	376 934	459 262
Česko	471 962	71 260	181 674
Taliansko	584 016	135 847	88 315
Rakúsko	286 888	80 760	172 850

Kampaň počas MS v ľadovom hokeji (10-26.5.2019)

- reklamné spoty Bratislavy počas živého vysielania v televíziách ORF v Rakúsku (1,5 mil. zhliadnutí) a Sport 1 v Nemecku (7 mil. zhliadnutí)
- hokejový merkantil (magnetky, odznaky, šnúrkky na krk, rukavice, šály atď.)
- informačno-prezentačné predmety pre novinárov v spolupráci s Košicami (700 ks)
- fun-facts pre novinárske tímy v 8 jazykoch
- promo Bratislavy a Bratislava CARD na obrazovke vo fanzóne a na kocke v Bratislave a Košiciach; mantinel na bratislavskom štadióne v téme „Next city break – Bratislava“
- infopointy, označenie spojov MHD, informácie v dotykových paneloch o MS
- free wifi v meste s úvodnou obrazovkou smerujúcou na webovú stránku visitbratislava.com/hockey

- video o MS v ľadovom hokeji 2019
- instagramová súťaž – odfot’ sa, označ #hockeycity, #visitbratislava a vyhraj (2 pobyty, 5 večerí, 10 Bratislava CARD)
- fotopointy (fotosteny, makety)
- zapojenie všetkých zamestnancov BTB (backoffice, TIC, informátori v infopointoch)



Letná kampaň (Zelená Bratislava)

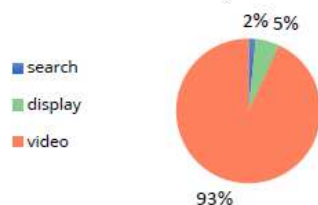
Obsahom kampane boli existujúce videospoty, tematický vlog „Zaži Bratislavu s Barborou“ venovaný téme Zelená Bratislava. Vytvorená bola samostatná sekcia na webovej stránke, na ktorú bol preklik cez webbanerovú reklamu.

- cieľové trhy: Česko, Rakúsko, Nemecko, Spojené kráľovstvo, Slovensko
- cieľové skupiny: rodiny s deťmi, aktívni ľudia, mladí ľudia

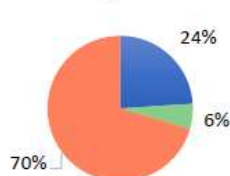
- ➔ Trvanie: 15.07. – 15.08.2019
- ➔ Krajiny: UK, CZ, AT, DE, SK
- ➔ viac ako 1,3 milióna zobrazení Google reklamy
- ➔ 1,5 milióna pozretí videí na Facebook a YouTube
- ➔ 209 418 zobrazenie webu
- ➔ Nárast návštevnosti webu všeobecne o 5 %

➔ Google AdWords & YouTube

Zobrazenia reklamy



Prekliky na web



➔ visitbratislava.com

15.07.-15.08. (2018 vs. 2019)		
	používatelia	zobrazenia
18	144 378	199 038
19	148 018	209 418
	↗ 3 %	↗ 5 %

Návštevnosť webu podľa cieľových krajín					
	Slovensko	Veľká Británia	Nemecko	Rakúsko	Česko
18	76 032	33 858	10 111	5 565	2 443
19	79 744	33 451	11 948	6 359	3 283
	↗ 5 %	↘ 1 %	↗ 15 %	↗ 14 %	↗ 34 %

Jesenná kampaň

Obsah orientovaný najmä na gastroponuku a gastropodujatia, vinársku a vinohradnícku tradíciu a podujatia, septembrové kultúrne podujatia (filharmónia, hudobné slávnosti, divadlo, balet a pod.), kampaň „Vytvor si svoj vlastný príbeh v Bratislave“ s Barborou (opis obsahu nižšie). Ku kampani BTB vytvorila aj voiceover do videa. Celá kampaň mala za cieľ riešiť 72 hour city

- cieľové trhy: Česko, Rakúsko, Nemecko, Spojené kráľovstvo, Slovensko
- cieľové skupiny: v zmysle stratégie/mladí ľudia zaujímajúci sa o city break, o kultúru, rodiny s deťmi, stredná a staršia generácia so záujmom o kultúru
- spolupráca: ZSSK, Ryanair, Slovak Lines
- outdoor propagácia, inzercia

Kampaň „Vytvor si svoj vlastný príbeh“ s Barborou – inšpirovaná konceptom „stories“ na sociálnej sieti Instagram, s označením: #Bratislava with Barbora. Kampaň s tematikou rôznych vizuálne atraktívnych fotografií štylizovaných v podobe Instagram feed nadväzovala na produkciu 20 tematických vlogov (videoblogov), kde bola Barbora hlavná protagonistka (predmet vyúčtovania dotácie na rok 2018). Celkovo kampaň kombinovala mix nasledujúcich online výstupov s ústrednou postavou Barbory, ako local guide po Bratislave:

- 20 videoblogov na rôzne témy v dĺžke 2-3 min.
- 100+ fotografií, ktoré tematicky nadväzujú na videoblogy
- 40 instagramových „stories“
- 20 článkov na web
- Online kampaň (FB, IG, YT, GA) na 5 trhoch (CZ, AT, DE, UK, SR)

Pridanou hodnotou kampane bol aj fakt, že fotky priamo na svojom Instagram profile zdieľala aj Barbora s hashtagom #BratislavaWithBarbora, ktorej profil sleduje viac ako 51 tisíc sledovateľov.



- Trvanie: 10.9. – 15.10.2019
- Krajiny: CZ, AT, DE, UK, SK
- 11,4 milióna zobrazení Google reklamy
- 4,6 milióna zobrazení na ryanair.com
- 2,9 milióna pozretí videí na Facebook a YouTube
- 431 737 zobrazenie webu
- 1480 vonkajších reklám
- Nárast návštevnosti webu všeobecne o 35 %
- 5 500 adries pre newsletter
- Spolupráca s Ryanair, ZSSK a Slovak Lines



Outdoor propagácia – počty reklám – ukážka

Slovensko	Rakúsko	Česko	Nemecko & Anglicko
vlaky – 120	digilighty – 50	obrazovky bus – 501	metro Berlín – 380
citylighty – 140	citylighty – 8	metro Praha – 250	metro Londýn – 30
rádio – 65	bus polep – 1	rádio – 132	

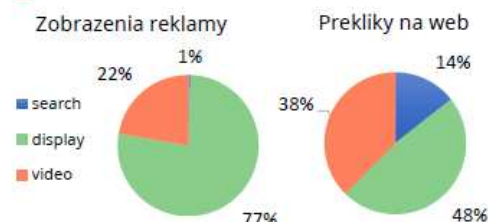


→ Inzercia

Slovensko	ostatné
Slovenka – 46 000	Lonely planet CZ – 65 000
Eurotelevízia – 105 000	ČSFD (web) CZ – 1 100 000
SME – 50 000	Vestník Pobedy RUS – 65 000
Plus 7 dní a Plus 1 deň – 208 000	Gute Reise AT – 20 000
Evita – 43 000	



→ Google AdWords & YouTube



→ Facebook

Top zahraničné krajiny	
Slovensko	8 956
Rakúsko	5 577
Česká republika	3 411
Veľká Británia	3 111
Nemecko	3 067
Maďarsko	1 844

→ visitbratislava.com

15.9.-15.10. (2018 vs. 2019)		
	používatelia	zobrazenia
18	133 315	185 476
19	150 230	204 909
	↑ 13%	↑ 10%

Nárast návštevnosti: UK 9%, DE 23%, AT 9%, US 95%, CZ 246%

Zimná kampaň

Obsah orientovaný na vianočné trhy a vianočnú ponuku Bratislavy, tematické videá s Barborou venované zime, kultúrne podujatia, gastroponuka, kampaň „Vytvor si svoj vlastný príbeh v Bratislave“ s Barborou. K zimnej kampani BTB vytvárala aj voiceovery do videa.

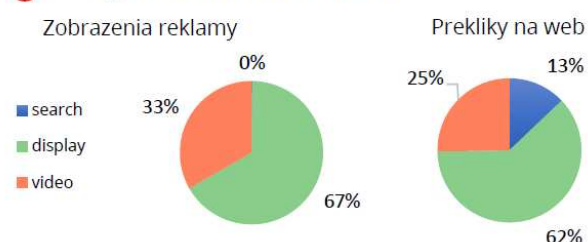
- cieľové trhy: Česko, Rakúsko, Nemecko, Slovensko
- cieľové skupiny: mladí ľudia zaujímajúci sa o city break, o kultúru, rodiny s deťmi, stredná a staršia generácia so záujmom o kultúru



- Trvanie: 15.11. – 15.12.2019
- Krajiny: CZ, AT, DE, SK
- viac ako 4 milióna zobrazení Google reklamy

- 2,5 milióna pozretí videí na Facebook a YouTube
- 205 911 zobrazenie webu (nárast o 15 %)
- Nárast návštevnosti webu všeobecne o 10 %

→ Google AdWords & YouTube



→ Facebook

Top zahraničné krajiny	
Slovensko	9 259
Rakúsko	5 633
Česká republika	3 427
Veľká Británia	3 162
Nemecko	3 102
Maďarsko	1 857

→ visitbratislava.com

15.11.-15.12. (2018 vs. 2019)		
	používatelia	zobrazenia
18	135 146	155 591
19	187 333	205 911
	↑ 15 %	↑ 10 %

Návštevnosť webu podľa cieľových krajín					
	Slovensko	Veľká Británia	Nemecko	Rakúsko	Česko
18	68 728	9 455	6 387	13 957	3 739
19	81 594	7 998	6 900	15 704	9 073
	↑ 19 %	↓ 15 %	↑ 7 %	↑ 13 %	↑ 143 %

Online súťaž European Best Destination (EBD) 2019



Bratislava bola v roku 2019 vybraná medzi 20 destinácií, ktoré súťažili v online priestore o titul European Best Destination. Organizácia disponuje silnými komunikačnými nástrojmi v online prostredí (najmä web, FB, IG), kde eviduje: 5,5 mil. návštevníkov, 90 tisíc sledovateľov, prepojenie 300 destinácií a mediálne pokrytie v hodnote 70 mil. eur. Vzhľadom na tieto skutočnosti išlo o vynikajúcu príležitosť zviditeľniť Bratislavu v medzinárodnom rozmere a pozitívne budovať jej imidž konkurencieschopnej turistickej destinácie. Vo finále sa Bratislava umiestnila na 9. mieste, pričom zapojením sa do súťaže mala k dispozícii

priestor v podobe článkov a zverejnených fotografií na web stránky a FB/IG profile EBD. Aktuálne Bratislava naďalej figuruje na stránke ako odporúčaná destinácia na city break, čo jej zaručuje pozitívne PR a šírenie povedomia.

Komunikačná podpora podujatiam konajúcim sa v Bratislave



BTB prostredníctvom svojich komunikačných nástrojov komplexne zastrešuje kultúrne, spoločenské, športové dianie v Bratislave a stáva sa vyhľadávaným zdrojom informácií. V rámci spoluorganizácie vybraných produktov a podujatí v destinácii zabezpečuje BTB týmto komunikačnú podporu a propagáciu. Okrem vlastnej webovej stránky (sekcia kalendár podujatí) využíva na propagáciu sociálne siete (Facebook, Instagram, YouTube), online a printovú inzerciu, online bannery, prezentačné články a pod. Komunikačná podporovaná kampaň bola realizovaná ku každému podujatiu, ktoré BTB spoluorganizovala:

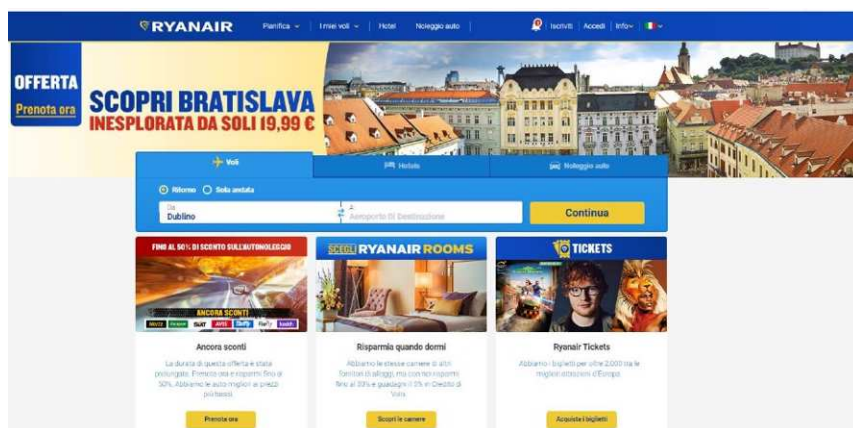
- Bratislavské mestské dni: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, webová stránka). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu.
- Noc múzeí a galérií: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, webová stránka). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu.

- Kultúrne leto a hradné slávnosti: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu.
- Rímske hry: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, webová stránka). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu.
- Bratislavský majáles: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, webová stránka). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu.
- Dáždniková ulica: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, webová stránka). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu.
- World Music Festival: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, webová stránka). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu.
- Bratislavské korunovačné dni: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, webová stránka). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu.
- Iné podujatia v destinácii: v celkovom obsahu komunikácie BTB, či na vlastných kanáloch alebo cez online reklamy je principiálne všetko dianie v meste, ponuka všetkých podujatí rôzneho charakteru, ktoré sú vhodné aj pre návštevníkov mesta bez ohľadu na to, či na nich BTB participuje ako spoluorganizátor alebo nie. Uvádzame vybrané príklady nosných podujatí, ktoré BTB promovala prostredníctvom svojich komunikačných kanálov v roku 2019: Biela noc, ČSOB Marathon, Plogging Run, Národný beh Devín – Bratislava, DM ženský beh, Telekom Night Run, Peugeot Slovak Open, Európsky charitatívny ultrabeh NO FINISH LINE, Viva Musica, Račianske vinobranie, Dni majstrov ÚĽUV, Rytieri na Devíne, Streetfood festival, Bitka o Bratislavu, Old's Cool Bratislava, Otvorené viechy, Bratislavské hudobné slávnosti, Bratislavské jazzové dni, Vianočné trhy, Salón piva, Beh do schodov UFO Vertical Sprint, Urban Ciry Race, Mesiac fotografie, Festival Káva čaj čokoláda, Festival ekológie Na suti v Novej Cvernovke, Festival udržateľnosti Pomalo v Starej tržnici, podujatie Dobrý trh, Vegánske hody, Uprising festival, Extreme Food Festival, Dúhový pride a i.
- Podpora podujatí v oblasti kultúry a histórie: Samostatná sekcia na webe k podujatiám 30. výročie Nežnej revolúcie – Výstava Železo zamat nožnice: Ako padala totalita, Výstava Svedectvo o revolúcii november 89, Festival slobody, Tanečný dom Nežne a revolučne, Výstava N89 Cesta k slobode, 3D veľkoplošná projekcia na Bratislavskom hrade, 30. výročie nežnej revolúcie v DPOH, Víkend zatvorených hraníc, Biela vrana – 30 rokov slobody, Koncert pre všímavých, Operný koncert zamatové posolstvo, Dobové vozidlá v premávke ako spomienka na 17. november, ako aj spolupráca s inštitúciami SND, Slovenská filharmónia, UPN, MUOP, MMB, GMB, SNG a pod.
- Podpora podujatí v rámci kreatívneho priemyslu: DAAF – Dni architektúry a dizajnu, Pravidelné podujatie tanečný dom, Festival Melos-Étos, Festival súčasného tanca, Hrana Live, Noc architektúry, Knižný festival BraK, Nu Dance fest, Urban Market, Dizajn Market, Anishort – najlepšie krátke animované filmy, Comics Salón, Cirkul'art – festival cirkusu,

SHARPE Festival. Samostatné podstránky dizajnových obchodov Slowatch, Slávica, Kompót, mapa Fashion Map a zaradenie eventov do zoznamu eventov na facebookovej stránke Visit Bratislava.

Spolupráca s Ryanair (BTL marketing)

Ryanair prevádzkuje 28 trás z/na letisko Bratislava, z čoho 5 trás smeruje z/do Spojeného kráľovstva (Birmingham, Edinburg, Leeds Bradford, Londýn Stansted a Manchester), 4 trasy z/do Talianska (Alghero, Bologna, Miláno a Rím) a 1 trasa z/do Írska (Dublin). Všetky tieto služby dokážu generovať prílev až 600 000 turistov ročne, z čoho 200 000 tvoria turisti zo Spojeného kráľovstva a 150 000 turisti z Talianska a Írska. BTB v spolupráci s leteckou spoločnosťou Ryanair realizovalo spoločný marketing s cieľom pritiahnuť maximálny počet turistov využívajúcich služby Ryanair.



1. Spoločná kampaň v trvaní 5 týždňov od 15. 8. – 22. 9. 2019 bola implementovaná na všetkých trhoch priamo spojených s Bratislavou prostredníctvom nástrojov sociálnych médií (Facebook, Instagram), a cez CRM, web a letenky bola Bratislava propagovaná ako hrdá a neobjavená tzv. city-break destinácia vo vzťahu k turistom zo Spojeného kráľovstva, Írska a Talianska. Aktivita boli teda primárne zamerané na prichádzajúcich turistov v Spojenom kráľovstve, Írsku a Taliansku. Nástroje kampane:

- hero bannery
- príspevky na Facebooku
- začlenenie do emailových a instagramových správ
- palubné lístky, sociálne médiá
- viac ako 7,03m výtlačkov

Výsledkom kampane bol nárast rezervácií do destinácie Bratislava celkovo o 12,19 % v porovnaní s obdobím pred kampanou. Ešte pozitívnejšie boli výsledky z krajín, na ktoré bola kampaň primárne zameraná. Konkrétne, rezervácie letov do Bratislavy z Talianska stúpili o 17,53 %, z Írska o 17,42 % a zo Spojeného kráľovstva o 19,16 %.

2. Ďalšou formou spolupráce bola barterová propagačná kampaň – Londýnske metro – v celkovej hodnote 50 000 eur. Aktivita v rámci spoločného marketingu boli zamerané

na potenciálnych pasažierov Ryanair s cieľom maximálne zvýšiť počet turistov v radoch pasažierov Ryanair priletajúcich do Bratislavy. Konkrétnymi nástrojmi a výstupmi boli:

- článok uverejnený na webovej stránke ryanair.com s názvom „6 Things you never knew about Bratislava (6 vecí, ktoré ste o Bratislave nevedeli)“,
- začlenenie do emailov pre Spojené kráľovstvo (max. dosah 950 000),
- karuselový banner po dobu 1 týždňa,
- 2 príspevky na Facebooku

Webbanerová reklama umiestnená na webovej stránke visitbratislava.com priniesla 15 930 unikátnych zhliadnutí, priemerný čas návštevníka na stránke bol 2.45 minút.



Offline propagácia

Rozsah offline aktivít bol determinovaný dodržaním kritéria vzťahu online a offline komunikácie v pomere 65:35. Najvýraznejšiu offline podporu mala jesenná kampaň „Vytvor si svoj vlastný príbeh“ s Barborou. OOH kampaň prebiehala v Rakúsku, Česku, Nemecku, Veľkej Británii a Slovensku. Išlo najmä o citylighty a digilighty, reklamu v dopravných prostriedkoch a na dopravných staniciach v metropolách cieľových krajín. Okrem toho boli vybrané projekty a podujatia podporené aj v rámci partnerskej spolupráce s mestom Bratislava, ktoré poskytlo citylightové plochy v Bratislave na prezentáciu a propagáciu podujatí ktoré organizovala alebo spoluorganizovala BTB. Išlo o projekt Veľká noc v Bratislave a regióne, podujatie Korunovačné dni, propagáciu Bratislava Card City and Region. Tieto podujatia boli podporené aj rádiovo reklamou na Slovensku a v Českej republike.

Tabuľka č. 8: Rozsah a charakter OOH propagácie

Forma	Krajina	Počet
Vlaky	Slovensko	120
Citylighty – 7 krajských miest	Slovensko	140
Rádio	Slovensko	65

Metro – Berlín	Nemecko	380
Digilighty – vlakové stanice	Rakúsko	50
Citylighty – vlakové stanice	Rakúsko	8
Slovaklines – autobusy	Rakúsko	1
Obrazovky v autobusoch	Česko	501
Metro – Praha	Česko	250
Rádio	Česko	132
Metro – Londýn	UK	30

Tvorba a aktualizácia špecifického tematického obsahu

Medzi aktivity BTB patrí aj tvorba špecifického tematického obsahu s ohľadom na cieľové trhy a skupiny, zámer a publikum, pre ktoré je obsah vytvorený. BTB v rámci svojich kapacít spracúva neustále nové témy, tvorí atraktívny obsah, pričom využíva spoluprácu s dodávateľmi v rámci autorskej tvorby a úpravy textov, v rámci dodania imidžových fotografií, eventuálne videí, ktoré súvisia s témami. V roku 2019 bol vytvorený nasledovný tematický obsah:

Špecifický obsah vytvorený v spolupráci so Slovak Spectator (témy):

- Schöne Náci
- Bratislava – moderné mesto
- Baroková Bratislava
- Socialistická a totalitná Bratislava
- Sakrálna Bratislava
- Ján Wolfgang Kempelen
- Milan Rastislav Štefánik
- Mária Terézia
- F.X. Messerschmidt

Podujatia v oblasti hudby (klasickej, jazzovej, swingovej) spracované v 3 jazykoch:

- Komorná hudba: Katedrálly organový festival, Concerto fest europa, Hummel v Pálffyho paláci, Philippe Portejoie a Ladislav Fančovič – recitál, Koncert bez bariér, Bratislavská komorná gitara 2019, Osobnosť Jána Cikkera v medzinárodných súvislostiach, Festival melos-étos 2019, Katedrálly organový festival, Bratislava Mozart festival 2019
- World Music: 16th klezmore festival Vienna & Bratislava
- Balet: Festival ruského klasického baletu
- Opera: Hodvábný rebrík, Operný koncert zamatové posolstvo
- Opereta: Grófka Marica, Franz Lehár: Gróf z Luxemburgu
- Symfonická hudba: Mimoriadny koncert k roku M. R. Štefánika, Slávnostné koncerty filharmónie, Koncert symfonického orchestra Slovenského rozhlasu
- Jazz: Golden age festival, Janoska ensemble meets Richard Galliano
- Swing: Swingové Vianoce
- Zborový spev: Vianočný spev pre život 2019

Všeobecné podujatia aktualizované na webovej stránke visitbratislava.com v 3 jazykoch v rozsahu 10 podujatí mesačne (výber):

- Fragile a Balet SND
- Staromestská jazzová loď
- SNP + Časopis Post Bellum
- Ružinovské hodové slávnosti
- Vegánske hody Bratislava 2019
- Dúbravské hody
- Dobrý trh na Panenskej a Podjavorinskej
- Oktagon
- SEUK – 70 rokov
- Dizajn Market
- Európska noc výskumníkov 2019
- Mesiac fotografie 2019
- Festival Káva Čaj Čokoláda Bratislava 2019
- Pomalo – Festival udržateľnosti a iné

Online a printová inzercia v médiách

K ďalším formám šírenia marketingového obsahu patrí inzercia v médiách so zameraním na cestovanie, voľný čas, životný štýl, aktívny oddych, ktorých cieľové skupiny sú v súlade s cieľovými skupinami BTB.



Tabuľka č. 9: Celoročná inzercia v roku 2019

Zameranie na nem. hov. krajiny (DE, CH, AT)	Témy
Gute Reise (AT)	Gastronómia v BA
Der Grazer (AT)	5 letných podujatí v BA, leto v Bratislave
Reise Aktuell (AT)	Gastronómia v BA jar a leto

Connoisseur (AT, CH, DE)	5 dôvodov prečo navštíviť BA (zeleň, moderná architektúra, história, umenie, UFO)
Paradise (AT, CH, DE)	História, zeleň, umenie
Zameranie na slovenský trh	Témy
Lonely Planet	Gastro a zima v BA
Nový čas	5 podujatí v BA, ktoré by ste nemali zmeškať, Zaži Bratislavu s Barborou
Cestovný lexikón	Jeseň v BA
cas.sk	Zaži Bratislavu s Barborou
Slovenka	BA región; Leto v BA; zelená BA; Vytvor si svoj vlastný príbeh v BA (kampaň); Jeseň v BA
SME - Potulky	Jeseň v BA; Zima v BA
Magazín Bratislava	BC karta; Naj miesto na fotky na Instagram; Mobilná aplikácia, Top podujatia
Eurotelevízia	Kultúra v BA; BA pre rodiny a kalendár podujatí; zážitky na Dunaji; Vytvor si svoj vlastný príbeh v BA (kampaň); Jeseň v BA; Zima v BA
Čarovné Slovensko	BA s deťmi; BA pre rodiny
Plus 7 dní	Vytvor si svoj vlastný príbeh v BA (kampaň)
Plus 1 deň	Vytvor si svoj vlastný príbeh v BA (kampaň)
Hotelguide	Bratislava Card
Hospodárske noviny (Prečo nie) + hnonline.sk	Smerovanie Bratislavy
Evita	Vytvor si svoj vlastný príbeh v BA (kampaň)
Zameranie na český trh	Témy
101 Tipů na výlety po Česku	10 dôvodov prečo navštíviť BA
Top Class	BC karta – propagácia
ČSFD	Vytvor si svoj vlastný príbeh (kampaň)
Leo Express	5 vecí, ktoré zažijete iba v BA
Fly OK – My Wings	5 vecí, ktoré zažijete iba v BA
Denník Deník	Jar v Bratislave
Koktejl + Koktejl Špeciál	10 dôvodov, prečo navštíviť BA
Zameranie na taliansky trh	Témy
Newsletter IT	Sezónne a tematické články o BA
iPrima	Zaži Bratislavu s Barborou
Lonely Planet	Gastro a zima v BA
Zameranie na taliansky trh	Témy
www.turismoslovacchia.it	Gastro, kultúra, podujatia, sezóny...
Zameranie na ruský trh	Témy
Pobeda	Objavte Bratislavu (top atraktivity), podujatia

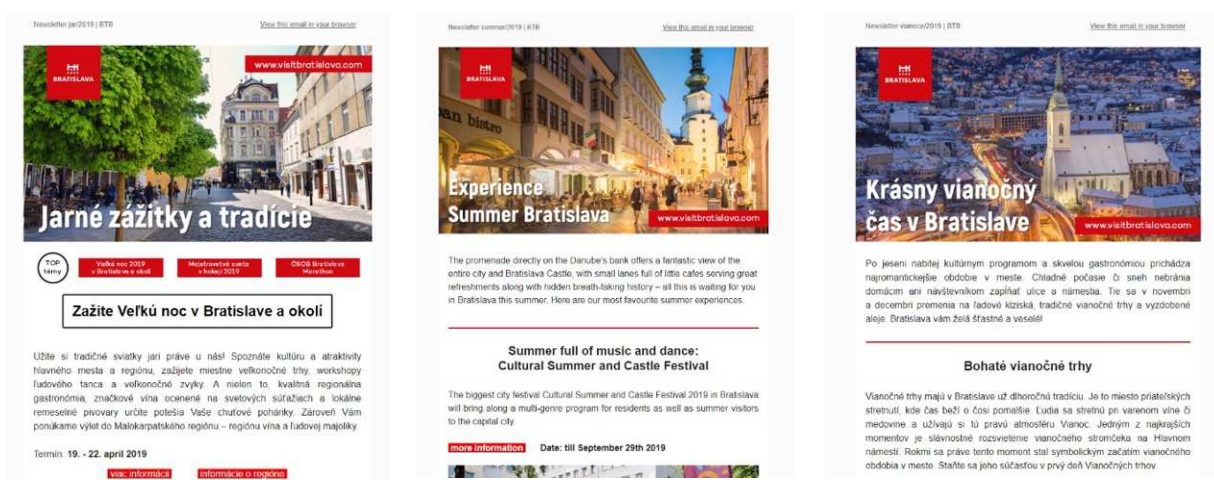
Monitoring médií

Služby monitoringu médií využíva BTB na pravidelnej dennej báze v priebehu celého roka, za účelom získania komplexného prehľadu o mediálnych výstupoch, ktoré sa týkajú tém ako cestovný ruch na Slovensku, situácia a dianie v Bratislave a pod. Je to aj efektívny nástroj na sledovanie výstupov k tlačovým správam, ktoré vydáva BTB samostatne alebo s partnermi

k vybraným podujatiam, projektom, dôležitým novinkám. Výstupy monitoringu médií majú zamestnanci na dennej báze, pričom na základe zvolených kľúčových slov (napr. Bratislava, cestovný ruch, Bratislava Tourist Board a i.) sú selektované zverejnené články do tematických skupín.

Newsletter

BTB zasiela newsletter (novinky) na databázu kontaktov v priebehu celého roka, pričom sú zasielané na **približne 5500 adries** v slovenskom, nemeckom a anglickom jazyku. Informácie sa týkajú aktuálnych noviniek, podujatí, projektov v destinácii, pozvánok na akcie a kultúrno-spoločenské dianie v Bratislave



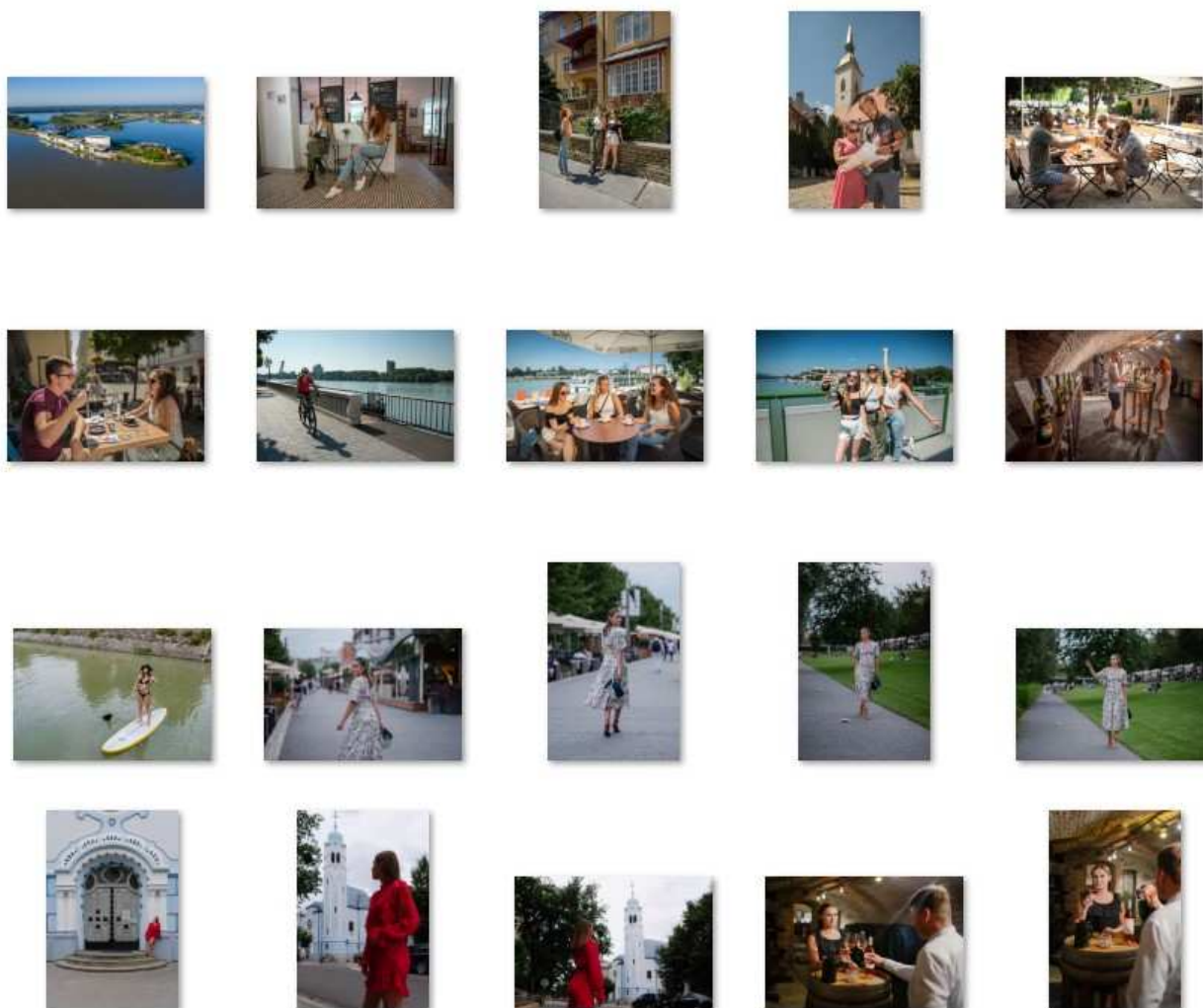
Fotodatabáza na propagačné účely

Nároky kladené na marketingové výstupy a komunikáciu destinácie na cieľových trhoch úzko súvisia aj s potrebou zabezpečenia kvalitných fotografií zobrazujúcich hlavné turistické dominanty mesta (rôzne ročné obdobia, denné a večerné zábery, najmä hrad, Dunaj, mosty), top podujatia (Bratislavské korunovačné dni), ako aj život v meste (gastro, kultúra, podujatia, zeleň, aktívny oddych, relax, rodiny s deťmi a pod.). V priebehu roku 2019 obstarala BTB takmer 200 fotografií v rôznych témach a od viacerých dodávateľov s ohľadom na aktuálne potreby a pripravované aktivity.



Obstaraný bol aj fotoobsah nadväzujúci na videokampaň „Zaži Bratislavu s Barborou“. Moderátorka, modelka a influencerka Barbora Bakošová bola tvárou predchádzajúcej kampane BTB zameranej primárne na videoobsah s rôznorodými témami (leto v BA, rodiny s deťmi, adrenalínová, športová BA, gurmánska BA, voda a BA, BA región, zmrzlina, nočný život a i.). S cieľom zachovať kontinuitu v marketingovej komunikácii a vytvorením Barborinom imidži,

ako aj v snahe nadviazať na popularitu vlogov, dodala Barbora 40 fotografií štylizovaných pre sociálnu sieť Instagram a 40 príbehov/Instastories. Z fotografií bola vytvorená mozaika pripomínajúca Instafeed s popisom „Vytvor si svoj vlastný príbeh“. Zadané témy, ktoré mali fotografie znázorňovať (nadväzujú na témy vlogových videí, ktoré protagonistka natáčala v predchádzajúcej kampani): Danubiana, rodiny s deťmi, Korunovačné mesto, Senec, nočný život, sightseeing I a II, jazerá a voda, zmrzlina, selfie spots, zelená Bratislava, top 10, romantická Bratislava, Bratislava CARD, Elesko, Gastro, Vianočné trhy, hotely, kultúra, pivo.



Prekladateľské a tlmočnicke služby

BTB využíva prekladateľské a tlmočnicke služby na zabezpečenie všetkých svojich výstupov aj v cudzích jazykoch. Ide najmä o obsah na webovej stránke v rámci jednotlivých jazykových mutácií, komplexnú edičnú tvorbu v jazykových mutáciách, newsletter, plagáty a letáky k pripravovaným akciám a podujatiam, obsah ku kampaniam na jednotlivých zdrojových trhoch, prezentácie do zahraničia (napr. Čína) a pod. Tlmočnicke služby sa využívajú najmä v rámci pracovných stretnutí resp. workshopov a vzdelávacích aktivít s účasťou zahraničných hostí.

Správa webu, mobilných aplikácií a programátorské práce

Správa webu zahŕňa komplexné zabezpečenie chodu webovej stránky visitbratislava.com a mobilnej aplikácie. V roku 2019 sa realizovalo najmä:

- Generické webstránky: vytvorenie dizajnových templatov a CRM pluginu / generátora podstránok a partnerských stránok, s možnosťou vygenerovania pomocou vopred naprogramovaných šablón;
- Upgrade mobilnej verzie webu: prispôsobenie mobilnej verzie webového sídla visitbratislava.com moderným UX podmienkam. Zjednodušenie menu a navigácie na mobilných zariadeniach. Prispôsobenie vyhľadávania a obsahu prostrediu mobilných zariadení;
- Upgrade mobilnej aplikácie Bratislava City (iOS) a Bratislava (Android) pre novšie verzie operačných systémov. Odstránenie bugov. Prepojenie mobilnej aplikácie s HTML statickými podstránkami a automatické sťahovanie eventov do app z webu. Prepojenie s CRM Bratislava Card;
- Prepojenie CRM systému Simpleview API s visitbratislava.com – začiatok prác na tomto projekte
- Iné: ďalšie práce súvisiace so zabezpečením grafiky webu v súlade s korporátnou identitou BTB, zjednotenia textov na homepage, doplnenie pokročilých filtrov, vytvorenie nových šablón, úprava existujúcich, zjednodušenie navigácie na stránke.

V roku 2019 počet užívateľov vzrástol o 16,4 % z 1 134 760 na 1 320 448. Noví užívatelia vzrástli o 18 % z 1,1 milióna na 1,3 milióny. Návštevnosť stránok (pageviews) vzrástla o 20,3 % z 3,07 mil. na 3,69 mil. O takmer 5 % vzrástol aj ukazovateľ „page sessions“ a o takmer 4 % narástla aj priemerná doba prezerania stránky.

Z hľadiska národnosti návštevníkov a užívateľov stránky je poradie nasledovné:

1. Slovenská republika: 637 tis. užívateľov, nárast 8 %
2. Rakúsko: 136 tis. užívateľov, nárast 12,6 %
3. Spojené kráľovstvo: 97 tis. užívateľov, nárast 10,3 %
4. USA: 82,6 tis. užívateľov, nárast 107 %
5. Nemecko: 79 tis. užívateľov, nárast 17 %.

Podpora predaja a propagačné nástroje

Merkantil na účely MS v ľadovom hokeji

Počas MS v ľadovom hokeji 2019 využila BTB tematický merkantil, ktorý slúžil najmä pre návštevníkov hokejovej fan zóny v priestoroch Istropolisu, ako aj na ďalšie prezentačné a propagačné aktivity BTB: veľtrhy, výstavy, prezentácie v zahraničí pred MS v hokeji, online súťaže, darčeky pre novinárov, oficiálne delegácie, účastníkov infociest a pod.

Okrem tradičného merkantilu, ktorý má BTB tradične k dispozícii, išlo aj o merkantil s potlačou referujúcou na hokejové majstrovstvá, s destinačným logom a logom MDV SR, ako aj o merkantil s hokejovou tematikou (fanúšikovský šál, fanúšikovská ruka na povzbudzovanie, tričká, perá a magnetky s potlačou Hockey City). Okrem toho obstarala BTB aj oficiálny merkantil od licencovaného dodávateľa (športový rucksak, maskot, tričká s oficiálnym logom a dizajnom IIHF), ktorý bol určený najmä pre oficiálne návštevy a novinárov počas MS v hokeji.



Bežný merkantil

Prezentačný merkantil zabezpečený v roku 2019 pozostával z propagačných predmetov s logom destinácie, web stránkou destinácie, eventuálne so symbolom mesta a logom MDV SR. Išlo najmä o rozsevový merkantil využitý počas veľtrhov, výstav, prezentácií, na podujatiach, ako darčkové predmety pre zástupcov médií, VIP návštevy, touroperátorov a účastníkov infociest, oficiálne návštevy v rámci partnerských projektov a pod. Išlo najmä o predmety ako perá, šálky, dáždníky, magnetky, zápisníky, tričká s potlačou, slnečné okuliare, magnetky s motívom majoliky, veľkonočný merkantil – keramické maľované vajíčka, degustačné vzorky trvanlivých gastroproduktov a pod. Taktiež boli zabezpečené tričká s jednotným vizuálom pre dobrovoľníkov v rámci projektu Tourist Angels (70 ks), šnúrkky na krk pre účastníkov kongresového podujatia, vizuálne identifikátory (teleskopické mávacko s vlajočkou) pre zazmluvnených sprievodcov poskytujúcich garantované prehliadky, vianočný merkantil (látkové ekologické darčkové tašky, set medov z bratislavského včelárstva a medovník v darčkových krabičkách). Jednotnú vizuálnu identifikáciu pre sprievodcov a pracovníkov prvého kontaktu v infocentrách BTB zabezpečuje aj jednotné oblečenie v korporátnej farbe, ktoré BTB obstarala. Z propagačných nástrojov boli obstarané roll-upy a ich jednotlivé súčasti, fotostena s textilnou potlačou s dominantným výjavom Bratislavy a promostolíky s textilnou potlačou, ktoré slúžili ako propagačný nástroj počas prezentácií, spoluorganizácie kongresových podujatí, na indoor a outdoor eventoch a pod.



MICE

Pokiaľ ide o segment MICE, BTB resp. BCB (Bratislava Convention Bureau) pokračovalo v aktivitách z predchádzajúcich rokov v záujme implementácie MICE Strategy 2018-2020. V roku 2019 boli realizované aktivity:

- vypracovanie komplexného marketingového plánu pre Bratislava Convention Bureau na rok 2019 s dôrazom na sociálne médiá;
- priebežná konzultačná činnosť pri príprave online a offline marketingových materiálov v záujme efektívnej komunikácie;
- copywriting pre marketingové a komunikačné aktivity;
- validácia investičných rozhodnutí, pomoc s procesom „náboru“ účastníkov propagačných aktivít, návrh tém na workshopy, odporúčania spíkrov;
- spolupráca na pripravovaných fam tripoch (Incentive fam trip august 2019, október 2019): konkrétne konzultácie pri výbere a kvalifikácii buyerov, messaging, copywriting, osobná účasť na fam tripe v auguste 2019 s výstupom mediálneho pokrytia na sociálnych sieťach (zverejňovanie príspevkov, videí, fotografií a ich správa);
- spolupráca na bidovacom procese (výber a návrh programu vybraného podujatia pre Bratislavu, messaging, copywriting, pomoc s plánovaním prípadných site inspections, komunikácia a PR vo vzťahu k tomuto podujatiu; súpis odporúčaní k akvizícii asociačných, kongresových a korporátnych podujatí, vrátane návrhu oslovovacieho listu).

Účasť na odborných B2B MICE fórach

Business-to-business (ďalej len „B2B“) podujatia sú účinným spôsobom prezentácie brandu destinácie a zdrojom kontaktov a partnerov medzi nákupcami podujatí (meeting planners) pre fam tripy, site inspections a iné podujatia/aktivity, ktorým sa BCB venuje. B2B podujatia prebiehajú formou osobných stretnutí, vďaka čomu dochádza k lepšiemu budovaniu vzťahov s cieľovou skupinou. Kontakty z B2B podujatí boli aj v roku 2019 spracované a následne využité na účely ďalšej marketingovej komunikácie, pričom každý z kontaktov obdržal bezprostredne po evente takzvaný follow up s najdôležitejšími informáciami, ktoré boli obsahom osobného stretnutia. Zástupcovia BCB sa v roku 2019 zúčastnili týchto B2B podujatí:

Meetings & Incentive Forums Benidorm, Španielsko (24-28. 4. 2019)



Ide o B2B formát s nákupcami podujatí z regiónu Európy, ktorý patrí k top podujatiam tohto typu na celom svete. Organizátorom je spoločnosť Worldwide Events, ktorá ho usporadúva už viac ako 13 rokov. BTB sa prostredníctvom BCB zúčastnila tohto podujatia spolu so zástupcom siete hotelov Marriot v Bratislave. Celkovo zástupca BTB absolvoval 45 stretnutí a ďalší networking v rámci spoločenských súčastí podujatia. Za Bratislavu bol prezentovaný sales desk vychádzajúci z komunikačných posolstiev a obsah bol vytvorený

v rámci kampane „Bratislava Motor City“. Kongresová Bratislava sa prezentovala aj prostredníctvom materiálu Meeting Planners Guide.

The Meeting Space Summer 2019 Helsinki, Fínsko (13-15. 6. 2019)



Koncept podujatia je založený na B2B osobných stretnutiach s nákupcami podujatí z Európy. Organizátorom podujatia je spoločnosť The Meetings Space Ltd., ktorá ho organizuje od roku 2012 a patrí k celosvetovo významným podujatiam tohto typu. BTB prostredníctvom BCB sa podujatia zúčastnila spolu so zástupcom siete hotelov Marriot v Bratislave. Celkovo zástupca BTB absolvoval 25 stretnutí a networking v rámci sprievodného programu podujatia, prezentovaný bol koncept Bratislavy postavený na troch pilieroch – accessibility, innovation, execution, ponuka Bratislavy prostredníctvom Meeting Planners Guide.

Zastúpení boli najmä nákupcovia z oblasti incentive, korporátneho biznisu a „full -servis“ agentúr. Pozitívom bola vysoká kvalita a pridaná hodnota zúčastnených agentúr, ako aj fakt, že prejavili veľký záujem o účasť na fam tripe organizovanom BTB.

MCE South Europe Valencia, Španielsko (13-15. 10. 2019)



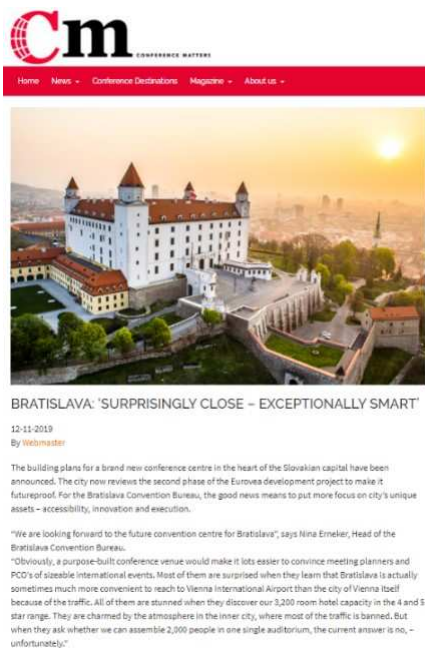
Organizátorom podujatia je spoločnosť Europe Congress, ktorá tento formát organizuje niekoľko krát do roka v rôznych častiach Európy. Zástupca BTB (BCB) bol na podujatí prítomný spolu s reprezentantom hotela Crowne Plaza a celkovo absolvovali 35 B2B stretnutí. Prezentovaný bol sales-deck vychádzajúci z komunikačných posolstiev, Meeting planners guide a nápady na incentive aktivity v destinácii Bratislava ako aj regiónu Bratislava. V rámci prvého dňa prebiehali prezentácie

jednotlivých zúčastnených destinácií. Každá destinácia mala k dispozícii štyri minúty, v ktorých bolo odprezentované destinačné video ako aj stručná charakteristika destinácie. Bol zaznamenaný záujem o destináciu Bratislava predovšetkým na účely incentive programov a korporátnych meetingov, ako aj o účasť na fam tripoch v roku 2020. Väčšina nákupcov bola zo sektora incentive a full-service agentúr a korporátnych meeting planners. Podujatie nás presvedčilo o tom, akú nezastupiteľnú rolu zohráva prítomnosť destinačnej organizácie na tomto type B2B fóra.

Prezentácia a propagácia kongresovej Bratislavy

S cieľom šíriť atraktívny a relevantný obsah o Bratislave ako kongresovej destinácii BTB prostredníctvom oddelenia BCB realizovalo v roku 2019 viacero propagačných aktivít orientovaných na profesionálov v oblasti „meetings industry“. Pred každou aktivitou bol dôsledne monitorovaný jej dosah na cieľovú skupinu a potenciálny prínos pre destináciu.

Edičný mediálny výstup v magazíne „Conference Matters Destination Europe“



Ide o rešpektované médium zamerané na cieľovú skupinu MICE, konkrétne „c“ = kongresy a konferencie. Magazín je členom asociácie ICCA (International Congress and Convention Association), AIPC (Excellence in convention centre management) a MPI (Meeting Professionals International). Distribuovaný je v printovej verzii bežne na 5000 vybraných adries členov ICCA v Európe a extra počas podujatí IBTM World Barcelona IMEX Frankfurt. Online je dostupný na www.conferencematters.eu. BTB mala k dispozícii 2 strany edičného obsahu o Bratislave ako destinácii vhodnej pre kongresy, a to v tlačenej aj online podobe, a 1 stranu plnofarebnjej inzercie v tlačenej podobe, obsah v newsletteri magazínu Conference Matters Destination Europe a zdieľanie obsahu na LinkedIn profile magazínu Conference Matters Destination Europe.

Propagačný mediálny výstup v magazíne „Headquarters (HQ), The Association Magazine“



Ide o médium adresujúce cieľovú skupinu MICE, konkrétne „c“ = kongresy a konferencie. Magazín je členom asociácie ICCA (International Congress and Convention Association) a patrí k popredným „niche“ magazínom adresujúcim celosvetový trh asociačných meetingov. Komunikačným jazykom je angličtina. Cieľom aktivity je budovať profil destinácie ako kongresového mesta. Distribuovaný je v printovej verzii na 12 500 adries členov ICCA v Európe a online na www.meetingmediagroup.com s databázou 20 000 adries. BTB mala k dispozícii 1 stranu plnofarebnjej inzercie v tlačenej verzii v novembrovom vydaní HQ a umiestnenie bannera 720 * 90 pixelov na 1 mesiac na webovej stránke HQ.

Online marketingová kampaň mediálneho domu CAT Media



*** Išlo o kampaň mediálneho domu CAT Media z Veľkej Británie s cieľom zdvihnúť povedomie o destinácii a prilákať čo najviac účastníkov veľtrhu IBTM Barcelona 2019 na stánok Slovak Convention Bureau. CAT Media zahŕňa aj platformu CAT Publications, „mediálny dom“ obsahujúci prestížne médiá zamerané na cieľovú skupinu MICE, konkrétne magazíny M&IT (Meetins&Incentive Travel), AMI (Association Meetings International) a portály ako Meetpie.com, ktorý je číslom jedna v meetings industry, a iné (Venue-source.com, convention-

source.com a pod.). Okrem iného je aj tvorcom platformy Intellectual Capitals, ktorá prezentuje destinácie prostredníctvom know-how a priemyselného fokusu danej destinácie. BTB sa v budúcnosti plánuje venovať tvorbe edičného obsahu v rámci spomínanej platformy (Intellectual Capitals). Ďalšou z výhod prestíže inzerovania cez CAT Media je fakt, že mediálny dom limituje počet kampaní v rámci svojich kanálov na max. 2 klientov mesačne, čo zamedzuje komerčnému spamu a zvyšuje kredibilitu postov. Obsah uverejnený v magazíne bol vytvorený BTB a edične upravený médiom. Distribúcia: prostredníctvom sociálnych sietí cez twitter konto portálu @meetpie (20.000 followerov) a facebookový profil CAT Publications (CATmedia) s názvom M&IT. BTB v rámci plnenia obdržala:

- 2 x Twitter post @meetpie + 2 x [Facebook](#) post v rámci v mesiaci október
- 4 x Twitter post @meetpie + 4 x [Facebook](#) post v rámci v mesiaci november

Kampaň na sociálnej sieti LinkedIn

K zabehnutej a zaužívanej forme online marketingu kongresovej Bratislavy patrí už dlhšiu dobu [facebookový profil Bratislava MICE](#) (uverejňovanie obsahu, správa profilu), ako aj zasielanie pravidelného newslettera (novinky a aktuality) na databázu adries a aktualizácia obsahu na webovej stránke visitbratislava.com/convention.

Avšak, medzi najúčinnšie komunikačné nástroje v oblasti B2B patrí v súčasnosti sociálna sieť LinkedIn. Prostredníctvom účtu na tejto sociálnej sieti je možné šíriť obsah a cieľiť komunikáciu aj na publikum, ktoré nie je súčasťou existujúcich spojení. Účet umožňuje implementovať zdroje na podporu príspevkov (platené šírenie obsahu), čím sa zvyšuje dosah šíreného obsahu. BTB/BCB preto v roku 2019 na svojom jednotnom [profile na sociálnej sieti LinkedIn](#) prvýkrát nastavilo online marketingovú kampaň v záujme zasiahnuť želanú cieľovú skupinu. Vzhľadom na to, že využitie platenej reklamy na LinkedIn bolo novinkou zavedenou v poslednom štvrtroku 2019, BTB na jej profesionálne nastavenie a správu v úvode využila služby externého dodávateľa. Služby zahŕňali konkrétne:

- prípravu a nastavenie 3-mesačnej online marketingovej kampane pre BTB/BCB;

- správu kampane vrátane priebežnej kontroly implementácie, formulácie odporúčaní zmien a ich implementáciu;
- zodpovednosť za správne nastavenie na cieľovú skupinu profesionálov kongresového cestovného ruchu z Európy (konkrétne corporate meeting planners, incentive a eventové agentúry, association meeting planners, venue finders, PCOs, DMCs, AMCs);
- kontrola a prispôsobenie príspevkov podľa osvedčených postupov (kľúčové slová, strategické smerovanie a i.);
- v rámci kampane administrácia 1 príspevku týždenne, pričom obsah dodala BTB/BCB;
- analýza (nastavenie a overenie implementácie kódov a zberu dát, reporting z analytiky na mesačnej báze);
- vypracovanie odporúčaní a návrhu na rozsah a stratégiu kampane pre rok 2020 vrátane odporúčaného rozpočtu.

Výsledok kampane:

- Celkový počet impresií: 476 410, z toho 6 501 organických (neplatených) a 469 909 sponzorovaných (platených).
- Celkový počet kliknutí: 2 449, z toho 194 organických (neplatených) a 2 255 sponzorovaných (platených).
- Počas trvania kampane si viac informácií o BCB na LinkedIn firemnom profile pozrelo 513 ľudí, čo predstavuje nárast priemerného mesačného počtu návštev profilu z 20 až na 200.
- Kampaň na LinkedIn mala výrazný vplyv aj na návštevnosť webovej stránky www.visitbratislava.com/convention. Počas trvania kampane sme zvýšili zhládnutie webovej stránky z priemerných týždenných 12 na 88 (nárast o vyše 700 %).
- Sumárny report s odporúčaniami pre rok 2020 obsahujúci 61 strán textu a infografík.

Celoročná komunikácia hlavného mesta ako MICE destinácie

Ide o pokračujúcu aktivitu, z roku 2018, zameranú na tvorbu odborného marketingového obsahu o destinácii Bratislava pre cieľovú skupinu nákupcov podujatí zo zahraničia (meeting planners). BTB spolupracuje so spoločnosťou Toleranca Marketing, ktorá vydáva a manažuje špecializovaný MICE magazín a web portál Kongres Magazine. Obsah je tvorený v angličtine a šírený na databázu cca 60 tisíc kontaktov, ako aj prostredníctvom webovej stránky a sociálnej siete Toleranca Marketing. Obsah je určený primárne európskemu publiku, ale presahuje na globálnu úroveň. V rámci dodávaných služieb (tvorba článkov, ich redistribúcia formou microsite, sociálnych sietí, direct mailingu a newlsettrov) sú pokryté okruhy ako destinačné news, zaujímavosti, rozhovory s influencermi, inovácie, trendy – v súlade so stratégiou a komunikačnými piliermi accessibility, innovation, execution, Bratislava – The Motor City, ukážky a príklady dobrej praxe a biznis nápadov v Bratislave a pod. V roku 2019 bolo [vytvorených 60 článkov](#) s dosahom vyše 1,5 mil. videní. Najčítanejšie články mali okolo 25 - 30 tisíc zhládnutí. Číslo hodnotíme veľmi pozitívne, keďže obsah je cieleň na pomerne úzku odbornú komunitu v oblasti B2B, kde takéto číslo predstavuje veľký úspech. Súčasťou služby je

aj prehľad a štatistiky k uverejňovaným článkom, mapujúce ich úspech na sociálnych sieťach a webovej stránke (dosah postov, zobrazenia, čítanosť a pod.).



Zoznam článkov uverejnených v Kongres Magazíne v roku 2019 (ukážka):

- Explore Bratislava with Eventland app
- Top 2019 mice events in Bratislava
- Slovakia's first female leader will stand up to evil
- Rotating dinner with a view
- Autosalon in Bratislava
- Globsec 2019 aims to build a prosperous and sustainable future
- 8th WUKF world karate championships 2019
- 100th anniversary of the name Bratislava
- Meet Bratislava at IBTM in Barcelona
- Slovakia's hotels are winning best hotel awards
- An interview with Robert Toth the Slovak hotelier of the year a mnohé ďalšie

Akvizícia (Bidding)

Akvizícia asociačných podujatí do destinácie

Aktivita nadväzuje na rok 2018, v zmysle strategického dokumentu Bratislava MICE Strategy Ide o vyhľadávanie príležitostí a podporu kandidátú Bratislavy na kongresové podujatia. Takzvané **Lead Generation služby** zahŕňajú kvalifikovaný prieskum a vyhľadávanie v databázach asociácií ICCA (prístup iba pre členské subjekty – členom za Slovensko je iba MDV SR), ktoré majú potenciál pre Bratislavu (SR) (zohľadňuje sa vhodná veľkosť, zameranie, Slováci v radách a výboroch asociácií atď.). Následne prebieha kontaktovanie asociácií a potenciálnych lokálnych hostiteľov (mailing na tieto asociácie resp. konkrétnych ľudí). Proces zároveň prispieva k zviditeľňovaniu destinácie.

Výstupy za rok 2019:

- 5-stranový zoznam sektorov a príbuzných sub-sektorov, v rámci ktorých sa organizujú pravidelné konferenčné podujatia relevantné pre Bratislavu;

- 8-stranový report identifikujúci potenciálnych „leadov“ = asociácií a ich podujatí, ktoré boli vyhodnotené ako vhodné pre Bratislavu na základe vyššie uvedeného bodu, vrátane identifikácie rozhodovacieho procesu (napr. takzvaný local host bid);
- 5-stranový report identifikujúci potenciálnych ambasádorov v rámci predmetných sub-trhov na základe vyhodnotenia odborných kritérií;
- pokračovanie v komunikácii cez virtuálny „Bratislava Convention Bureau Research office“, priebežný update vzorových šablón, telefonická linka funkčná aj pre rok 2019 (ako nevyhnutná kontinuita z roku 2018);
- odovzdanie zoznamu min. 5 kvalifikovaných „leadov“

Tvorba videa na podporu akvizície asociačných podujatí



Súčasťou výstupov v tejto aktivite je aj MICE prezentačné video na účely zviditeľnenia Slovenska a jeho hlavného mesta Bratislavy ako vhodnej kongresovej destinácie na báze úspešne zorganizovaných MICE podujatí v roku 2019: [Wonca Europe 2019](#) (2500 delegátov), a [IIW 2019](#) (1700 delegátov). Ide o dve najväčšie asociačné podujatia, ktoré sa za posledné roky v Bratislave konali a predstavovali možnosť

vzniku unikátneho obsahu, ktorý sa bude následne využívať pri bidovacom procese Bratislavy (kandidatúrach na ďalšie kongresové podujatia). Možnosť natočiť priebeh, technické detaily či interview s organizátormi a účastníkmi dodáva autentický rozmer a umocňuje hlavný odkaz, ktorým je, že Bratislava má potenciál a kapacitu byť hostiteľským mestom menších i väčších odborných kongresov. Výstupom bolo dodanie 1 hlavného videa v dĺžke do 3 min. 16 sek. s titulkami v angličtine, jedného skráteného videa v dĺžke 50 sek., 20 ks profesionálnych imidžových fotografií z oboch podujatí, ktoré môže BTB používať na prezentačné a propagačné účely, ako aj bidding aktivity.

Customer Relationship Management System (CRM)

Aktivita pokračuje od roku 2018, kedy BTB obstaralo online systém na riadenie vzťahov so zákazníkmi na účely zlepšenia, skvalitnenia a profesionalizácie BTB/BCB a budovania pozitívneho imidžu destinácie Bratislava na medzinárodnom trhu cestovného ruchu a trhu MICE. Celkovo je aktivita zameraná v prvom rade na systematizáciu a uchovávanie dát o B2B aktivitách BTB/BCB, v druhom rade na zabezpečenie prezentovania ponuky destinácie na jednom mieste vo forme funkčnej platformy prezentácie subjektov v destinácii. V roku 2019 prebehlo nahrávanie údajov do systému zo strany BTB, informovanie a školenie členskej základne k používaniu systému, nahrávanie údajov zo strany členských subjektov a partnerov, ďalšie školenia zamestnancov BTB/BCB k práci so systémom. Výdavky na uvedenú aktivitu boli hrazené z členských zdrojov BTB.

A young man and woman are standing in a paved square, looking at a large travel brochure. The man is wearing a dark blue patterned shirt, light-colored trousers, and sunglasses. The woman is wearing a white top, light-colored shorts, and sunglasses. They are both smiling and appear to be tourists. In the background is a large, ornate, light-colored building with many windows and statues on the roof. The sky is clear and blue.

2. ČINNOSŤ TURISTICKÉHO INFORMAČNÉHO CENTRA ZRIADENÉHO ORGANIZÁCIOU

#TIC #infopoint #prehliadky #touristangels #dobrovolníci

Turistické informačné centrá BTB ponúkajú svoje služby 7 dní v týždni. **TIC Klobučnícka** v mesiacoch apríl – október od 9.00 do 19.00 hod. (70 prevádzkových hodín týždenne), v mesiacoch november – marec od 9.00 do 18.00 hod. (63 prevádzkových hodín týždenne). **TIC na Hlavnej stanici** je prevádzkované v hlavnej sezóne denne od 9:30 do 18:00 hod. (59,5 prevádzkových hodín týždenne), mimosezónne denne od 9:00 do 17:00 hod. (56 prevádzkových hodín týždenne). Okrem dvoch celoročných pobočiek prevádzkovalo BTB aj **tri sezónne pobočky** otvorené počas letnej sezóny, a to na Autobusovej stanici (otvorené denne 9:00 - 17:00), Letisku M.R. Štefánika (otvorené denne 10:00 - 19:00) a na Hviezdoslavovom námestí (otvorené denne 10:00 - 18:30). Informačné služby v priestore Hlavnej stanice zabezpečujeme v spolupráci so Železničnou spoločnosťou Slovensko a.s., stály infopoint je lokalizovaný v Zákazníckom centre ZSSK. Touto službou sme doplnili a skvalitnili služby Hlavnej stanice a zabezpečili welcome servis pre domácich a zahraničných návštevníkov hlavného mesta v dôležitom dopravnom uzle.

Turistické informačné centrá BTB zaznamenali v roku 2019 v porovnaní s rokom 2018 **11,7 % nárast návštevnosti**. Návštevnícky najsilnejšími mesiacmi boli **jún, júl, august**. Návštevnícky najsilnejšími dňami boli **pondelok, štvrtok, piatok a sobota**.

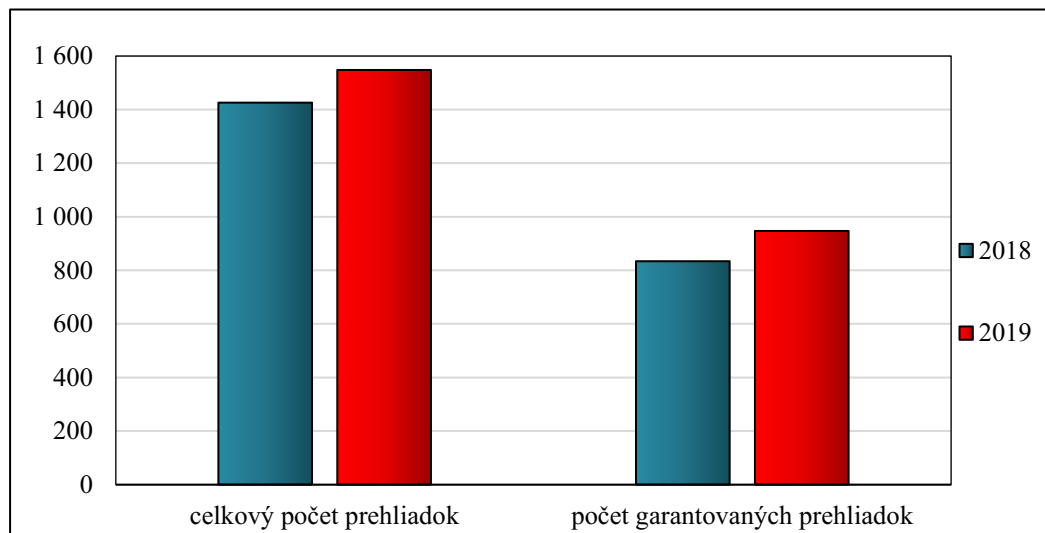
- celkový počet dopytov: **105 059**
 - z toho v TIC Klobučnícka: 68 653
 - z toho v TIC na Hlavnej stanici: 10 526
 - z toho v sezónnom TIC na Autobusovej stanici: 3 660
 - z toho v sezónnom TIC na Letisku M.R. Štefánika: 8 250
 - z toho v sezónnom TIC na Hviezdoslavovom námestí: 13 970
- počet telefonických dopytov: 3 027
- počet emailových dopytov: 2 794
- návštevnosť v letných mesiacoch priemerne: 410 - 440 denne
- návštevnosť v zimných mesiacoch priemerne: 120 - 150 denne



V roku 2019 sme zabezpečili **1 548 prehliadok** mesta, z toho 947 garantovaných prehliadok pre držiteľov Bratislava CARD. Odsprevádzaných bolo celkom 16 981 osôb. V roku 2019 bolo s podporou Ministerstva dopravy a výstavby SR zorganizovaných 56 prehliadok pre domácich a zahraničných návštevníkov mesta počas vybraných podujatí, ako aj 26 prehliadok v rámci infociest pre zahraničných novinárov, blogerov a touroperátorov. Celkový počet účastníkov bol 1 816, z toho 193 sa zúčastnilo infociest.

V porovnaní s rokom 2018, v ktorom bolo za toto obdobie zorganizovaných 1 426 prehliadok (z toho 834 garantovaných), sa jedná o **8,5 % nárast**. Najvyšší záujem bol o prehliadky v anglickom, nemeckom, slovenskom, talianskom, španielskom, francúzskom a ruskom jazyku.

Graf č. 2: Porovnanie počtu prehliadok mesta za roky 2018 a 2019



Zabezpečenie informačno-prezent. a propagačných služieb v sezónnych infopointoch

BTB zabezpečuje poskytovanie propagačných, prezentačných a informačných služieb v miestach s najvyššou koncentráciou návštevníkov – predovšetkým v historickom centre mesta a na vstupných bodoch do destinácie. Služby sú poskytované domácim a zahraničným návštevníkom tak v stálych pobočkách TIC, ako aj prezentátormi-informátormi destinácie, ktorých zabezpečuje externý dodávateľ a ktorí sú na túto činnosť odborne vyškolení. Potreba zabezpečenia týchto služieb vyplýva z neustále rastúceho dopytu po informáciách, z nárastu počtu návštevníkov v meste, ako aj v samotných TIC, z rastúceho počtu podujatí konajúcich sa v Bratislave a pod. Aktivita prispieva k zvýšeniu informovanosti návštevníkov prostredníctvom poskytovania informácií, k skvalitneniu poskytovaných služieb CR v destinácii, k zvýšeniu povedomia o ponuke cestovného ruchu v Bratislave a okolí, k rastu kvality infraštruktúrnej vybavenosti v cestovnom ruchu či k digitalizácii destinácie (využitie informačno-komunikačných technológií). Táto aktivita bola vo veľkej miere spolufinancovaná z vlastných zdrojov, t. j. členských príspevkov.

Úlohou prezentátorov je najmä:

- informovanie o atraktivitách, pamiatkach, kultúrnych podujatiach a voľno-časových aktivitách v Bratislave;
- informovanie o produktoch a aktivitách BTB a členských subjektov BTB – poskytovateľov služieb v cestovnom ruchu;
- informovanie o miestopise a dopravnom prepojení mesta s napojením na regionálnu verejnú dopravu;
- distribúcia propagačných materiálov smerom k návštevníkom informačného bodu;

- predaj destinačnej zľavovej karty Bratislava CARD;
- evidencia počtu návštevníkov počas poskytovania prezentačných, propagačných a informačných služieb;
- zber informácií od návštevníkov Bratislavy, priority záujmu, FAQ, spokojnosť resp. nespokojnosť so službami v Bratislave.

Kritériá, ktoré musia spĺňať informátori a prezentátori destinácie sú nasledovné:

- jazykové schopnosti (min. anglický jazyk na úrovni B2, iný cudzí jazyk je vítaný);
- znalosť pamiatok a atrakcií Bratislavy a Bratislavského regiónu;
- prehľad o múzeách a galériách na území mesta a regiónu a o ich ponuke;
- základný spoločenský prehľad a orientácia v kultúrnom a spoločenskom dianí v meste a v regióne;
- základná orientácia vo voľnočasových aktivitách na území BA a Bratislavského regiónu;
- znalosť miestopisu;
- znalosť prepojenia Bratislavy verejnou dopravou s napojením na regionálnu dopravu;
- zodpovednosť, spoľahlivosť;
- príjemné vystupovanie;
- komunikatívnosť a zvládanie stresu;
- základná technická zručnosť – informátori majú k dispozícii tablety s pripojením na internet, vďaka čomu môžu lepšie zodpovedať dopyty návštevníkov.

Sezónny infopoint na Autobusovej stanici

(obdobie 1. 7. – 31. 8. 2019; počet hodín 496)



Z dôvodu stavebných prác bolo miesto poskytovania prezentačných, propagačných a informačných služieb v priestoroch náhradnej autobusovej stanice na Bottovej ulici. Priemerná návštevnosť bola 60 klientov denne, celkovo bolo obslužených približne 3700 klientov. Najviac turistov bolo zo Španielska, Rakúska, Maďarska, Ukrajiny, Ruska, Francúzska, Talianska. Ďalšou početnou skupinou boli slovenskí návštevníci a turisti z Českej republiky. Nasledovali turisti z Indie a Číny. Najviac dopytov sa prirodzene

týkalo orientácie na autobusovej stanici a orientácie v meste, konkrétne, ako sa dostať pomocou MHD do historického centra, prípadne do jednotlivých hotelov. Jedným z najčastejších dopytov bolo, ako môžu klienti stráviť jeden deň v meste, aby videli čo najviac. Na tento dopyt prirodzene nadväzovali otázky týkajúce sa Bratislava Card, prehliadok mesta, návštevy pamiatok, múzeí a galérií, výletov po Dunaji, atď. Nemenej časté boli praktické otázky ako fungovanie MHD, úschovňa batožín, zmenáreň a taxi. Klienti najpozitívnejšie hodnotili pamätihodnosti v Bratislave, múzeá, galérie, páčili sa im prechádzky po nábreží a v okolí Devína, na Kamzíku a na Kolibe. Prieskum spokojnosti s poskytovanými službami preukázal, že návštevníci oceňujú pomoc informátorov.

Sezónny infopoint na Hviezdoslavovom námestí

(obdobie 27. 5. – 30. 9. 2019; počet hodín 1079,50)



Priemerná návštevnosť bola 110 klientov denne, celkovo bolo obslužených takmer 14 tisíc klientov. Najčastejšie zastúpené krajiny: Španielsko, Nemecko, Rakúsko, Taliansko, Česko, Poľsko, Veľká Británia. Dopyty sa týkali okrem vyššie uvedených tém (autobusová stanica) aj možnosti nákupov, lokalizácie známych sôch (Čumil, Schöne Náci, Napoleon). Respondenti ocenili atmosféru Starého mesta, úroveň reštaurácií a kaviarní, architektonickú rôznorodosť a cenovú dostupnosť mesta. So službami informátorov boli veľmi spokojní.

Sezónny infopoint na Letisku M. R. Štefánika

(obdobie 27. 5. – 30. 9. 2019; počet hodín 1143)



Priemerná návštevnosť bola 65 klientov denne, celkovo bolo obslužených 8250 návštevníkov. Najviac klientov bolo z Veľkej Británie, Francúzska, Španielska, Talianska, Holandska, Rakúska, Ukrajiny, Ruska a z Dubaja. Medzi najčastejšie dopyty jednoznačne patrili dopyty týkajúce sa orientácie v meste, ako sa dostať z letiska do historického centra a používanie MHD. Ďalej to boli otázky ohľadom pamiatok, múzeí a galérií. Pri turistoch, ktorí pricestovali na 2 a viac dní, sa vyskytovali aj otázky týkajúce sa ostatných miest v rámci Slovenska, najmä Vysokých Tatier a kúpeľných miest. Ako na všetkých informačných miestach, aj tu sa klienti dopytovali na praktické záležitosti ako je požičiavanie áut, menu používanú na Slovensku, zmenáreň, bankomaty či úschovne batožiny. Nezanedbateľná časť návštevníkov

sa zaujímala aj o Bratislava Card a prehliadky mesta. Návštevníci boli milo prekvapení všetkým, čo pomerne malá Bratislava ponúka, od pamiatok, gastronomických zariadení cez kultúru až po prírodné zákutia. Takisto sa im páčilo okolie Bratislavy, Malokarpatský región a Podunajsko.

Zabezpečenie informačných služieb prostredníctvom partnerských informačných centier

BTB využíva okrem siete vlastných stálych a sezónnych turisticko-informačných centier aj služby poskytovania informácií návštevníkom Bratislavy prostredníctvom infocentier v destinácii, ktoré disponujú jedinečnou strategickou polohou a výnimočnou USP z hľadiska dostupnosti pre návštevníkov. V tomto smere ide najmä o prístupové body dostupné z výletných lodí prichádzajúcich do Bratislavy (pontóny, prístavy).

FLORA TOUR, s.r.o., pontón HUMA 6

BTB v roku 2019 uzatvorila zmluvu o poskytovaní služieb so spoločnosťou FLORA TOUR, s.r.o., ktorá vykonáva informačnú činnosť v Twin City Gate na pontóne HUMA 6 pri moste SNP. Účelom zmluvy je rozvoj turistickej informačnej infraštruktúry, propagácia produktov cestovného ruchu v destinácii ako aj propagácia samotnej destinácie. Prístavom v Twin City Gate na pontóne HUMA 6 ročne prechádza niekoľko desiatok tisíc návštevníkov Bratislavy. Zmluva o poskytovaní služieb bola uzatvorená na obdobie od 1.4. do 31.10. 2019. Pobočka Pontón HUMA 6 bola počas tejto doby otvorená a pripravená poskytovať turistom informácie denne od 9:00 hod do 18:30. Celková návštevnosť v infopointe prevádzkovanom spoločnosťou Flora Tour predstavovala v období od začiatku apríla do konca októbra 144 673 návštevníkov. Z hľadiska národnosti boli medzi návštevníkmi najviac zastúpené tieto krajiny: Rakúsko, Nemecko, Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska, Poľsko, Taliansko, Španielsko, Rusko, Česko. Návštevníkov ale zaznamenali aj z krajín ako napríklad Argentína, Alžírsko, Kolumbia, Brazília, Faerské ostrovy, Filipíny, Nórsko a mnohé ďalšie. V období počas MS v hokeji bol výrazný výskyt tých národností, ktorých národné tímy sa podujatia zúčastňovali. Premetom záujmu návštevníkov boli predovšetkým turistické pamiatky a atraktivity, reštauračné zariadenia, možnosti dopravy v rámci mesta a okolia vrátane okolitých metropol (Viedeň, Praha, Budapešť). Turisti hodnotili pozitívne najmä čistotu a kompaktnosť centa, dobré jedlo a zmrzlinu.

Osobný prístav v Bratislave

Ďalším dôležitým strategickým bodom je Osobný prístav v Bratislave. Slovenská plavba a prístavy – lodná osobná doprava, a.s. (SPaP-LOD), je operátor bratislavského Osobného prístavu a vedúci prevádzkovateľ lodnej osobnej dopravy na Dunaji v Bratislave a okolí, zabezpečujúci širokú ponuku vyhladkových plavieb, prepravy osôb na pravidelných linkách a plavieb na objednávku. Odchody lodí v Bratislave sú priamo z Osobného prístavu, ktorý sa nachádza na bratislavskom nábreží Dunaja na adrese Fajnorov nábrežie 2, medzi mostmi SNP a Starým mostom. BTB uzatvorila s SPaP-LOD zmluvu o poskytovaní služieb, ktorej účelom bol rozvoj turistickej informačnej infraštruktúry, propagácia produktov CR v destinácii ako aj propagácia samotnej destinácie a to na obdobie od 1.4. do 31.10.2019 denne od 8:00 hod do 17:30, resp. do 16:00 (od 4.9. – 31.10.2019). Infopoint v Osobnom prístave oslovilo množstvo turistov s existujúcim alebo potenciálnym záujmom o Bratislavu a celkovo ho navštívilo takmer 142 tisíc turistov a záujemcov o služby miestnych poskytovateľov z vyše 25 krajín. Najvyššiu návštevnosť zaznamenal osobný prístav v mesiaci august. Pracovníci infopointu poskytovali návštevníkom informácie v slovenskom, anglickom, nemeckom, ruskom, maďarskom a španielskom jazyku. Informačné centrum v prístave navštívili konkrétne tieto národnosti v rámci EÚ: Slovensko, Rakúsko, Nemecko, Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska, Česko, Fínsko, Poľsko, Bulharsko, Rumunsko, Taliansko, Španielsko, Portugalsko, Belgicko, Holandsko; mimo EÚ: USA, Kanada, Rusko, Ukrajina, Japonsko, Austrália, Nový Zéland, Kazachstan, Spojené Arabské Emiráty, Filipíny, Čína. Najväčší záujem bol o informácie týkajúce sa lodnej dopravy, ďalej mali záujem o mapy Bratislavy, jazdy vláčikmi po centre, cestovný poriadok MHD, informovali sa o otváracích hodinách a cene vstupného vybraných atrakcií, o železničnej a autobusovej stanici a pod. BTB pravidelne kontroluje kvalitu a úroveň poskytovaných služieb, ako aj plnenie povinností SPaP-LOD v zmysle uzatvorenej zmluvy.

Tourist Angels – Dobrovoľníci v Bratislave



Spolupráca BTB s BDC sa realizovala v rámci projektu Tourist Angels prostredníctvom troch aktivít – Veľká Noc 2019, Letná turistická sezóna 2019 a Týždeň dobrovoľníctva 2019. Hlavným zámerom projektu bola pomoc turistom pri základnej orientácii v meste. V záujme dobrej vizuálnej rozpoznateľnosti boli dobrovoľníci oblečení do modrých tričiek.

Počas podujatia Veľká Noc 2019 boli dobrovoľníci zapojení štyri dni, od piatku 19.4. do pondelka 22.4., a to štyri hodiny denne. V teréne boli teda spolu viac ako 16 hodín. Počas tohto víkendu bol prítomný aj koordinátor za BDC vzhľadom na to, že to bol pilotný víkend spolupráce. Zázemie pre dobrovoľníkov zabezpečovalo Turistické informačné centrum na Klobučníckej 2. Dobrovoľníci mali striedavo oblečené modré tričká „Tourist Angels“ a tričká propagujúce podujatie Veľká Noc 2019. Zapojení boli celkovo piati dobrovoľníci.

Druhou fázou pomoci dobrovoľníkov bola Letná turistická sezóna 2019. V tomto období sa dobrovoľníci pohybovali po meste od 1. 6. – do 28. 9. 2019. Dobrovoľníci označení ako Tourist Angels boli zapojení každú sobotu (resp. v septembri v piatok alebo v sobotu), spolu teda 18 dní, 4 hodiny denne, čo dokopy tvorí 72 hodín. Počas mesiacov jún až august sa dobrovoľníci sústreďovali v uličkách starého mesta, v septembri sa presunuli do priestorov dočasnej autobusovej stanice Nivy.

Treťou aktivitou bol Týždeň dobrovoľníctva 2019, počas ktorého boli dobrovoľníci zapojení celkovo štyri dni, spolu teda 16 hodín (štyri hodiny denne). Striedavo sa pohybovali po starom meste a v areáli Bratislavského hradu a po dočasnej autobusovej stanici Nivy. Počas týždňa dobrovoľníctva sa zapojilo 9 dobrovoľníkov, počas sobôt v letnej turistickej sezóne 17 dobrovoľníkov.



3. TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU

#podporaprojektu #bratislavacard #MSvhokeji #velkanocvbratislave #podujatia

Tvorba a podpora rozvoja produktov cestovného ruchu patrí k jednej z najdôležitejších oblastí aktivít organizácie v spolupráci s členskou základňou a relevantnými stakeholdermi. Dôraz sa kladie hlavne na ich udržateľnosť pri implementácii aktuálnych trendov v destinačnom manažmente a marketingu mestského a citybreakového turizmu. Veľkú súčasť produktovej ponuky tvoria podujatia nadregionálneho a medzinárodného významu, ktoré sa počas rokov stali prirodzenou súčasťou sezónnej ponuky mesta. Do nej sa dajú zaradiť aj špecifické celosvetové podujatia. V roku 2019 nimi boli najmä MS v hokeji, ME vo volejbale a MS v karate. Pri spolupráci s organizátormi prioritne mestských podujatí, ktoré sa dajú klasifikovať ako produkty cestovného ruchu, sa kladie dôraz na rozšírenie ich dramaturgie s cieľom predĺženia pobytu návštevníka v destinácii, kombinovanie nicheových prvkov obsahu ponuky pre rôznorodý typ konzumenta a koncept ochrany životného prostredia a verejného priestoru v meste.

V priebehu roka sa organizácia BTB aktívne venovala aj rozvoju vlastných produktov, ktorými sú Bratislava CARD – City & Region ako najkomplexnejší a najucelenejší produkt v destinácii a korunovačný foto-video point v Michalskej veži ako dlhodobá a udržateľná inštalácia korunovačnej témy.

Prioritou pre stanovenie relevantných produktov a podujatí sú aj strategické materiály tak na mestskej, ako aj národnej úrovni. Zároveň musia byť obsahovo korešpondujúce s témami, ktoré BTB prepája s prezentáciou Bratislavy počas roka. Na svojich komunikačných kanáloch (web stránka, profily na sociálnych sieťach, mobilná aplikácia, newsletter, inzercia a pod.) organizácia pravidelne propaguje veľmi širokú škálu programovej a produktovej ponuky členov ako aj nečlenov BTB v destinácii, s cieľom zachytiť čo najširší diapazón potenciálnych návštevníkov. Taktiež sa čoraz aktuálnejšou stáva spolupráca s inými webovými portálmi, ktoré promujú možnosti trávenia voľného času pre návštevníkov Bratislavy. Obsah komunikácie BTB sa preto stáva omnoho relevantnejším a komplexnejším. V roku 2019 organizácia BTB participovala prioritne na podujatiach a produktoch v spolupráci s hlavným mestom SR Bratislava a s mestskými inštitúciami (BKIS, MMBA, GMB, STaRZ, MÚOP). Systém zapojenia BTB do spoluorganizácie podujatí je koordinovaný v zmysle prijatých [pravidiel spolupráce s organizátormi podujatí](#).

Tvorbu a podporu produktov BTB v roku 2019 rozdelilo do troch tematických línií: športová Bratislava, kultúrna Bratislava a historická Bratislava. Každá tematická línia zahŕňala viaceré podujatia, na ktorých sa BTB podieľala ako spoluorganizátor a/alebo poskytla komunikačnú, marketingovú a PR podporu. Každé zo spoluorganizovaných podujatí spĺňalo tieto kritériá:

- primerane vysoká návštevnosť podujatia vzhľadom na jeho charakter,
- medzinárodný rozmer – schopnosť prilákať zahraničných návštevníkov;
- prispôsobenie podujatia návšteve zahraničnými návštevníkmi (informácie o podujatí min. v jednom cudzom jazyku);
- tematické zameranie podujatia v súlade s hlavnými tematickými líniami propagovanými BTB v zmysle Marketingovej a komunikačnej stratégie;
- snaha o implementáciu prvkov, ktoré podporujú ekologický rozmer a dostupnosť podujatia aj pre znevýhodnené skupiny obyvateľov.

Športová Bratislava

ČSOB Maratón (5 – 7. 4. 2019)



Medzinárodné športové podujatie, ktoré priláka do Bratislavy z roka na rok väčší počet účastníkov. V roku 2019 to bolo spolu okolo 14 000 bežcov, pričom mnohí prišli aj s rodinou či iným sprievodom a strávili v Bratislave aspoň 1 noc. Podujatie organizuje spoločnosť Be Cool, pričom v roku 2019 sa výrazne zamerala na ekologický rozmer behu a jeho udržateľnosť. V Bratislave sa v nadväznosti na hlavné podujatie prvýkrát konal (s komunikačnou podporou BTB) tzv. plogging run, ktorý je vo svete

už etablovaný. Ide o kombináciu športovej aktivity (behu) a čistenia verejných priestorov zbieraním odpadkov. Táto aktivita sa počas roka opakovala ešte dvakrát. V rámci spolupráce BTB okrem marketingovej podpory zabezpečilo v bežeckej fanzóne prezentáciu Bratislavy v infostánku s vyškoleným personálom a propagačnými materiálmi. Registrovaní účastníci a návštevníci podujatia mali tiež možnosť kúpiť si Bratislava CARD kartu priamo na podujatí, ale aj online na stránke maratónu.

Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji IIHF 2019 (10. – 26. 5. 2019)

Toto športové podujatie celosvetového významu vyžadovalo koordináciu aktivít a spoluprácu na rôznych úrovniach a s veľkým množstvom partnerov. Organizácia BTB pri príprave podujatia spolupracovala s hlavným mestom SR Bratislavou (bol vytvorený organizačný výbor s pravidelnými koordinačnými stretnutiami, ktorých sa BTB aktívne zúčastňovala), s organizačným výborom Slovenského zväzu ľadového hokeja, s OOCR Visit Košice a mestom Košice (koordinácia spoločných marketingových aktivít, spoločný prezentačný merkantil pre médiá a pod.), KOCR BRT, BSK, MDV SR, MZVaEZ SR, CEWE a ďalšími partnermi.

Príprava a spoluorganizácia podujatia sa prejavila takmer vo všetkých oprávnených aktivitách, ktorým sa BTB venuje v zmysle zákona o podpore cestovného ruchu a na ktoré využíva dotáciu MDV SR na podporu rozvoja cestovného ruchu:

- Edičná a video tvorba: mapy adaptované pre MS v hokeji, brožúry BA City Guides, prispôsobený rozsah tlače zvýšenému dopytu počas a i. (viac v kapitole 1. Marketing a propagácia)
- Veľtrhy, výstavy a prezentácie s propagáciou témy MS v hokeji (viac v kapitole 1. Marketing a propagácia)
- Komplexná kampaň pred MS a komunikačná podpora na domácom trhu a na zahraničných trhoch, PR a komunikácia, práca s médiami, komplexné šírenie informácií k podujatiu (viac v kapitole 1. Marketing a propagácia)
- Merkantil s hokejovou tematikou (viac v kapitole 1. Marketing a propagácia)

- Zabezpečenie informácií na všetkých stálych a sezónnych TIC, ktoré BTB prevádzkuje, zaškolenie informátorov a prezentátorov destinácie cez manuál prvého kontaktu, fotostena s hokejovou tematikou v TIC Klobučnícka
- Zabezpečenie fanzóny vrátane informátorov a interaktívnych aktivít, umiestnenie svetelných fotopointov s hokejovou tematikou v centre mesta, predaj BC karty vo fanzóne
- Zabezpečenie infociest a presstripov pre zástupcov médií počas MS v hokeji (viac v kapitole 4. Podpora atraktivít)
- Zásobovanie destinácie informačnými materiálmi pri zvýšenom dopyte počas MS, free wifi s landing page na sekciu „hockey“ na visitbratislava.com, sekcia „hockey“ v dotykových totemoch, označenie spojov MHD (viac v kapitole 5. Infraštruktúra cestovného ruchu)

Fotopointy a fotorotundy s hokejovou tematikou:



BTB v spolupráci s Hl. mestom SR Bratislavou a občianskym združením Biela noc zrealizovali osadenie 10 samostatne stojacich svetelných fotopointov s hokejovou tematikou v centre mesta. OZ Biela noc je majiteľom prestížnej licencie White Night Europe a výhradným zástupcom umeleckej platformy Biela noc Label. Zároveň je autorom myšlienky, kreatívy a umeleckého konceptu 10 svetelných fotopointov s témou hokeja. Obsahujú svetelné piktogramy, ktoré spájajú hokejové symboly s historickými pamiatkami Bratislavy. BTB a Hl. mesto Bratislava si počas konania MS v hokeji (7. 5. – 26. 5. 2019) prenajali svetelné fotopointy a rozmiestnili ich vo verejnom priestore centra Bratislavy s cieľom dotvoriť celkovú atmosféru Bratislavy ako hokejovej metropoly. Hokejové fotopointy boli oslavou kreativity a synonymom Bratislavy ako smart city. Domáci i zahraniční návštevníci sa mohli odfotiť pri fotopointoch s využitím hashtagov „hockeycity“ a „visitbratislava“. K foteniu bola vytvorená aj samostatná súťaž o atraktívne ceny (2x pobyt v Bratislave, 5x večera, 10x Bratislava CARD).

V spolupráci s BSK a spoločnosťou Cewe sa BTB podieľala aj na projekte „fotorotundy“ umiestnenej na Rybnom námestí. Steny rotundy zobrazovali rôzne výjavy s hokejovou tematikou, spájajúce aj rôzne národné symboly krajín, ktoré sa zúčastnili MS.

Fanzóna „Visitbratislava“ v Istropolise:



Organizácia BTB komplexne zabezpečila fanzónu venovanú hlavnému mestu v rámci priestoru oficiálnej fanzóny k hokejovým majstrovstvám lokalizovanej v priestoroch pred budovou Istropolisu. Fanzóna pozostávala z infopointu, kde vyškolený personál poskytoval informácie o turistických atrakciách Bratislavy, prezentačno-propagačné materiály o ponuke destinácie a regiónu, prebiehal predaj BC karty a rôzne súťaže (napr. hokejové kvízy) o atraktívne ceny.

Súčasťou stánku bolo hokejové ihrisko, kde si mohli návštevníci vyskúšať streľbu na bránku. Celková návštevnosť fanzóny bola cca 140 tisíc návštevníkov.

Propagačné, prezentačné a informačné služby na infopointoch BTB:

Tieto služby boli počas MS boli zabezpečené v celkovom počte 1070 hodín a podľa nasledovného harmonogramu:

- Autobusová stanica: v období 8. 5. – 26. 5. 2019, v čase 10:00-19:00 hod.
- Letisko: v období 8. 5. – 26. 5. 2019, v čase 10:00-19:00 hod.
- Hviezdoslavovo námestie: v období 8. 5. – 26. 5. 2019, v čase 10:00-19:00 hod.
- ŽST Petržalka: v období 8. 5. – 26. 5. 2019, v čase 10:00-19:00 hod.
- Hlavná stanica: v období 8. 5. – 26. 5. 2019, individuálne podľa potreby
- Fanzóna Istropolis: v období 10. 5. – 26. 5. 2019 (okrem 22. a 24. 5.), v časoch
 - 4x od 11:00 – do 24:00
 - 2x od 13:00 – do 24:00
 - 9x od 14:00 – do 24:00

Obsah a náplň poskytovaných propagačných, prezentačných a informačných služieb:

- Informovanie návštevníkov Bratislavy o atraktivitách, pamiatkach, kultúrnych podujatiach a voľno-časových aktivitách na území Bratislavy;
- Informovanie o produktoch a aktivitách BTB a členských subjektov BTB;
- Informovanie o miestopise a dopravnom prepojení mesta s napojením na regionálnu verejnú dopravu;
- Distribúcia propagačných materiálov smerom k návštevníkom informačného bodu;
- Predaj destinačnej zľavovej karty Bratislava CARD;
- Evidencia počtu návštevníkov počas poskytovania prezentačných, propagačných a informačných služieb;
- Zber informácií od návštevníkov Bratislavy, priority záujmu, FAQ, spokojnosť resp. nespokojnosť so službami v Bratislave atď.



Počas 19 dní poskytovania propagačných, prezentačných a informačných služieb na jednotlivých informačných bodoch (okrem TIC na Klobučníckej ulici) boli služby poskytnuté denne priemerne 277 návštevníkom. Spolu na všetkých sezónnych infopointoch to bolo viac ako 5250 klientov. Najväčšie zastúpenie mali prirodzene návštevníci z krajín, kde je hokej populárny, konkrétne z Ruska, z USA, Nemecka, Česka, Lotyšska, Fínska, Švédska, Nórska, Kanady, Bieloruska, Švajčiarska a Slovenska. Nasledovali návštevníci z krajín Veľkej Británie, z Poľska, Maďarska, Francúzska, Španielska a Indie. Medzi dopytujúcimi návštevníkmi boli aj zástupcovia pre nás

exotických destinácií ako Brazília, Argentína, Kolumbia, Peru, Filipíny, Vietnam, Thajsko či Ekvádor. Návštevníci sa zaujímali najmä o možnosť kúpy lístkov na jednotlivé zápasy, ako sa dostanú k zimmému štadiónu, do fan zóny, k jednotlivým pamiatkam, atrakciám, ku gastronomickým prevádzkam a do ubytovacích zariadení. Veľmi často sa pýtali na systém MHD – trasy, linky, lístky atď. Časté boli aj otázky ohľadom Bratislava CARD, prehliadok mesta a požičiavania bicyklov. Nasledovali otázky týkajúce sa praktických informácií ako úschovňa batožiny, zmenárne, bankomaty, poštu atď.

Na základe zberu informácií od návštevníkov môžeme konštatovať, že najviac si pochvalovali najmä atmosféru v historickej časti mesta a vo fan zóne. Nadšení boli z pamiatok ako sú Devín, Bratislavský hrad, Dóm sv. Martina, Modrý kostolík a Michalská veža. Páčili sa im aj jednotlivé múzeá a galérie.

Nespokojní boli najmä tí návštevníci, ktorí mali záujem ísť na hokejový zápas a nemali vopred kúpené lístky. Sťažovali sa na stránku Ticket portal, na nedostupnosť lístkov, na problémy s kúpou lístkov a pod. Ďalšie sťažnosti boli na revízorov MHD, na taxi služby, na nedostatok úschovní batožín a zmenární. Zaznamenali sme aj niekoľko sťažností na gastronomické prevádzky, najmä čo sa týka pomeru kvalita-cena a na nejasné účtovanie.

Publikácie adaptované na MS v hokeji:

Počas trvania MS v ľadovom hokeji v spolupráci s organizačným výborom sa distribuovali špeciálne adaptované publikácie Bratislava City Guide s vloženou hokejovou mapou VIP delegáciám a zástupcom zahraničných médií. Tieto materiály boli k dispozícii účastníkom aj počas konferencie k MS v hokeji v hoteli Austria Trend.

MS v ľadovom hokeji 2019 bolo pre Bratislavu bezpochyby významným a prínosným podujatím aj čo sa týka návštevnosti. V relevantnom mesiaci máj, kedy sa konal šampionát, stúpol počet návštevníkov Bratislavy v porovnaní s mesiacom máj v predchádzajúcom roku 2018 celkovo o 9,6 % a počet prenocovaní o 13,3 %.

Tabuľka č. 10: Porovnanie návštevnosti Bratislavy v mesiaci máj v rokoch 2018 a 2019

Obdobie	Máj 2018	Máj 2019	Zmena v %
Počet návštevníkov	117 388	128 675	9,9
Počet prenocovaní	231 381	262 266	13,3

Kultúrna Bratislava

Veľká noc v Bratislave a regióne (19. – 22. 4. 2019)

BTB už na konci roka 2018 iniciovala stretnutia so zástupcami členskej základne a ďalšími partnermi s cieľom vytvoriť adekvátnu turistickú ponuku Bratislavy v období Veľkej noci, ktorá počas týchto sviatočných dní chýbala. BTB totiž zaznamenávala vysoký dopyt turistov a návštevníkov počas veľkonočných sviatkov, avšak ponuka bola obmedzená, keďže mnoho komerčných prevádzok a kultúrnych inštitúcií je počas sviatkov zatvorených. Koordinačné stretnutia pokračovali aj na začiatku roka 2019 a výsledkom bol súbor aktivít, ktoré vytvorili

komplexný produkt Veľká noc v Bratislave a regióne. Bol spracovaný aj samostatný materiál o otváracích hodinách reštaurácií, obchodov a o prevádzke MHD počas sviatočných dní. Vzniklo typizované logo „Veľká noc plná zážitkov – Bratislava & Region“, ktoré sa využívalo vo všetkej komunikácii, ako aj ako nosný vizuálny a komunikačný prvok počas organizovania podujatia na Primaciálnom námestí.

Z hľadiska zosieťovanej ponuky poskytovateľov služieb išlo o:

- Vytvorenie veľkonočných pobytových [balíčkov](#),
- Veľkonočné [prehliadky](#) mesta na rôzne témy,
- Veľkonočné [aktivity a zážitky](#)
- Veľká noc v [múzeách a galériách](#),
- Veľká noc plná [chutí](#) (reštaurácie a kaviarne),
- Veľkonočné [plavby](#) po Dunaji,
- Veľká noc v [Malokarpatskom regióne](#).

Počas štyroch aprílových dní (19. – 22. 4. 2019) sa na Primaciálnom námestí v Bratislave konalo podujatie Veľká noc v Bratislave a regióne s lákavou ponukou produktov a služieb. Cieľom bolo predĺžiť pobyt návštevníkov v hlavnom meste a regióne a poskytnúť im niečo navyše v podobe ukážky tradičných remesiel a ľudových zvykov. Podujatie sa konalo pod záštitou Hl. mesta SR Bratislava a v spolupráci s partnerskými organizáciami KOČR BRT – ako spoluorganizátor podujatia, Bratislavským samosprávnym krajom, OOCR Malé Karpaty a ÚLUV, s podporou MDV SR, v spolupráci s partnermi z radov mestských organizácií: BKIS, MMBA, OLO. Vzhľadom na organizačnú náročnosť podujatia z hľadiska dramaturgie, materiálno-technického zabezpečenia, programového zabezpečenia, sprievodných služieb a personálneho zabezpečenia, bola na účely organizácie podujatia vysúťážená agentúra.

Agentúra zabezpečila:

- ľudové tradičné veľkonočné remeslá;
- vystúpenia folklórnych, hudobných a detských zoskupení počas 2 dní (21. a 22. 4. 2019)
- 8 predajcov z oblasti farmárstva, salašníctva, poľnohospodárstva, potravinárstva, výroby a predaja jedla a nápojov z dopestovaných plodín s dôrazom na sezónne produkty;
- realizáciu fotopointu s veľkonočnou tematikou a veľkonočnej výzdoby;
- kreatívne tvorivé dielne pre deti i dospelých s výrobou tradičných ľudovomeleckých výrobkov k Veľkej noci;
- vytvorenie oddychovej zóny v priestoroch konania podujatia;
- vytvorenie prezentačného videa a fotografií z podujatia;
- architektonické riešenie trhov;
- prenájom pódia vrátane montáže, demontáže, dovozu, odvozu;
- prívod a dodávku elektrickej energie;
- technické zabezpečenie do stánkov, ich označenie, pívne sety;
- branding podujatia;
- upratovanie a zdravotnú službu.

Kampaň k podujatiu prebiehala najmä v online priestore, a to cez všetky komunikačné kanály BTB a cez zapojených partnerov (viac v kapitole 1. Marketing a propagácia).

Veľkonočné trhy na Primaciálnom námestí sa konali v termíne od 19. do 22. apríla 2019. Ponuka stánkov bola nasledovná:

- Remeselníci: Výrobky zo šúpolia; Slovenská ľudová majolika Modra; Majolika – R; Kraslice; Košíkari; Fúkané sklo; Výrobky z dreva; Výrobky z kože; Výrobky z vlny.
- Gastro: Cech husacínarov (2 stánky); Divoká voda (2 stánky); Bratislavské rožky; Malokarpatské vína (2 stánky); Devínsky ríbezľák
- Food truck: Káva autíčko Zastávka; Trdelník



V rámci programu prebiehali detské kreatívne dielne na Nám. sv. Juraja – výroba veľkonočných ozdôb, odznakov, dekoratívnych prvkov, pletenie korbáčov a pod. Fotopoint bol v pestrých farbách, evokoval príchod jari a obsahoval typické veľkonočné symboly. Návštevníci vo veľkom počte využili možnosť odpotiť sa. Sprievodný kultúrny program prebiehal počas nedele a pondelka 21. – 22.4. 2019 na pódiu na Primaciálnom námestí. V programe

vystúpili viaceré folklórne, spevácke a tanečné súbory (folklórny súbor Živel – škola tanca, tanečný súbor Kumšt, folklórny súbor Kobylka, ľudová hudba Michala Nogu, ľudová hudba Muzička). Starostlivosť o poriadok a čistotu zabezpečil OLO.



Súčasťou projektu bola spolupráca s Bratislavským dobrovoľníckym centrom – program „Tourist Angels“. Dvaja vyškolení dobrovoľníci, vizuálne identifikovaní (jednotné, obrandované tričká), poskytovali počas 4 dní základný informačný servis na trase – TIC BTB Klobučnícka – Hviezdoslavovo námestie – Fajnorovo nábrežie – Rázusovo nábrežie. Služba sa stretla s veľmi pozitívnym ohlasom širokej verejnosti. Pracovníci TIC BTB si taktiež zaznamenávali dopyty a reakcie návštevníkov

osobitne počas veľkonočných sviatkov v prevádzke na Klobučníckej ulici a na Hl. železničnej stanici. Návštevnícky najsilnejší deň bola sobota 20.4.2019 (250 klientov v TIC Klobučnícka a 60 klientov na žel. stanici). Najpočetnejšie národnosti: Česi, Nemci, Taliani, Španieli, Rakúšania, Francúzi, a to vo všetkých vekových kategóriách. Najčastejšie dopyty: Bratislava Card, Devín, atraktivity historického centra, Bratislavský hrad, Modrý kostol, UFO, Televízna veža, Danubiana, lodné výlety po Dunaji, veľkonočné trhy, gastroponuka, parkovanie v Bratislave, požičovne bicyklov, otvorené galérie a múzeá, okolie Bratislavy – Malokarpatská vínná cesta, Červený Kameň.

Možno konštatovať, že dobrá príprava a komplexné informovanie verejnosti o veľkonočnej ponuke na stránke visitbratislava.com, ako aj prostredníctvom ďalších

informačných kanálov prispela k zviditeľneniu atraktivít a produktovej ponuky hlavného mesta a regiónu a v prípade udržania projektu aj v nasledujúcich rokoch má veľký potenciál byť jedným z hlavných motívov návštevy destinácie vo veľkonočnom období.

Bratislavské mestské dni (25. – 28. 4. 2019)



Hlavné mesto SR Bratislava pripomína pridelenie mestských práv symbolickým otvorením mestských brán a otvorením turistickej sezóny, sprístupnením mestských inštitúcií a predstavením histórie a kultúry mesta rôznymi sprievodnými programami. Podujatie je spoluorganizované organizáciou BTB (z členských zdrojov), ktorá zabezpečila 17 tematických prehliadok (12 prehliadok v slovenčine, 5 v angličtine a nemčine) v termíne 27. – 28. 4.

2019. Celková účasť na prehliadkach bola 616 osôb. V roku 2019 išlo už o 16. ročník BMD, ktoré sú známe aj ako dni otvorených dverí samosprávy.

Bratislavský Majáles (3. – 5. 5. 2019)



Multižánrový festival pre obyvateľov a návštevníkov mesta sa konal ako každoročne na Tyršovom nábreží a organizoval ho n.o. Bratislavský majáles, s podporou Hlavného mesta SR Bratislavy. Festival navštívili okrem domáceho obyvateľstva aj tisíce domácych ale i zahraničných návštevníkov Bratislavy. Je dôležitou súčasťou ponuky mesta mimo hlavnej (letnej) sezóny. Organizácia BTB ako spoluorganizátor podujatia

zabezpečila (z členských zdrojov) okrem propagácie podujatia umelecké vystúpenie hudobnej skupiny Billy Barman. Tiež v spolupráci s partnermi prebiehala propagácia v rámci snahy o prítiahnutie najmä návštevníkov z okolitých regiónov Slovenska.

Noc múzeí a galérií (18. 5. 2019)



Počas Noci múzeí a galérií múzeá sprístupňujú verejnosti aj bežne neprístupné priestory. V Bratislave bolo do podujatia zapojených niekoľko desiatok múzeí a galérií, vrátane tých najpopulárnejších a najznámejších (Slovenská národná galéria, Slovenské národné múzeum, Múzeum mesta Bratislavy, Galéria mesta Bratislavy a i.). Organizácia BTB sa do podujatia zapojila zabezpečením certifikovaných sprievodcov a sprevádzaných prehliadok na podujatiach. Celkový počet prehliadok bol 8 a zúčastnilo sa ich 327 osôb.

Dáždniková ulica (18. 5. – 22. 9. 2019)



Hlavným organizátorom podujatia je Galéria Nedbalka, n.o. Podujatie „Dáždniková ulica 2019“ je inštalácia dáždnikov s potlačou diela Ladislava Mednyánszkeho (pri príležitosti 100. výročia úmrtia umelca), ktorá sa postará o skrášlenie a ozvláštnenie Starého mesta Bratislavy. Projekt inštalácie dáždnikov vo verejnom priestore pochádza z portugalského mesta Águeda. Tam sa po prvý raz návštevníci festivalu Ágitagueda prešli po uličkách s farebnou strechou. Tento úžasný fenomén sa rozšíril do sveta a stal sa lákadlom aj pre návštevníkov Bratislavy. Mnohé fotky na sociálnych sieťach zachytávajú práve tento výjav na Nedbalovej ulici. Organizácia BTB ako spoluorganizátor podujatia prispela k programu (z členských zdrojov) zabezpečením vybraných umeleckých výkonov a ďalších sprievodných programov – choduliari – a propagačných aktivít počas podujatia. Zástupca BTB sa zúčastnil aj slávnostného otvorenia projektu.

Kultúrne leto a hradné slávnosti (1. 6. – 29. 9. 2019)



V roku 2019 sa konal už 44. ročník tohto najväčšieho mestského festivalu, ktorý organizuje BKIS ako mestská organizácia Bratislavy. Podujatie má za cieľ vytvoriť z Bratislavy scénu plnú multizánrových programov pre obyvateľov a návštevníkov hlavného mesta. Festivalové programy sa odohrávajú na námestiach, v uliciach, v parkoch a záhradách, na nádvoriach, na brehu Dunaja, ale aj



v jednotlivých mestských častiach a sú určené pre každú vekovú kategóriu a priaznivcov rôznych žánrov. Tento rok sa tento pravidelný letný festival rozšíril takmer na štyri mesiace a trval až do konca septembra. Počas tohto obdobia sa uskutočnilo 220 podujatí na 50 scénach, 19 tematických festivalov, napr. divadelný, knižný, organovej hudby, gitarovej hudby, folklóru, ďalej 17 samostatných podujatí (napr. Spomienka na Deža, Živé námestia), 16 programových cyklov (napr. Rozprávky pri Dóme, Rytieri na Devíne, Polčas kultúrneho leta a pod.). Do KLHS sa zapojilo 13 mestských častí a kultúra sa preniesla aj do lokalít mimo centra. Multikulturálny charakter festivalu dokazuje aj fakt, že účastníci jednotlivých podujatí pochádzali až z 36 krajín, viaceré programové cykly boli zamerané na ukážku tradícií,

kultúry, ale aj gastronómie blízkych a vzdialených krajín. Organizácia BTB bola spoluorganizátorom festivalu a participovala na podujatí zabezpečením vybraných častí umeleckého programu. Zapojila sa do programového cyklu Polčas kultúrneho leta „Hráme pre vás“, čo bola séria koncertných prekvapení na nevšedných miestach. Hudobné vystúpenia rôzneho žánru vo viacerých programových blokoch sa uskutočnili v nečakaných lokalitách mesta a pozývali aj na ďalšie podujatia KLHS. Organizácia BTB zabezpečila koncert skupín What about Brasstime 5 osôb 1.8. v priestoroch OC Eurovea, Cinema string 2 osoby 2.8. na Trnavskom mýte, Excess Trio 3 osoby 3.8. na Poštovej ulici, Wood Pack Brothers 5 osôb 4.8. v OC Eurovea a Guitarritos 2 osoby 5.8. vo Fresh Markete. Podujatie v mestskej časti Dúbravka v Parku na Fedákovej „Spomienka na Deža Ursínyho“ 21.9. (7 umelcov) prilákalo nielen miestnych obyvateľov, ale aj priaznivcov tohto umelca.

Ďalšími podporovanými aktivitami v rámci Kultúrneho leta bola propagácia témy Historická a korunovačná Bratislava. Počas dní 10.9. a 12.9. sa v Mestskej knižnici uskutočnilo umelecké prednasy úryvkov z diel o historickej Bratislave. Vizuálne lákavou súčasťou festivalu boli aj pravidelné vystúpenia skupiny historického šermu Tostabur, ktoré sa sústreďovali najmä na prezentáciu korunovačnej histórie mesta s pozvánkou na Bratislavské korunovačné dni a do Korunovačného foto-pointu. V rámci polhodinových programových blokoch sa striedalo 12 umelcov, ktorí predniesli poučenia o korunováciách, predviedli kráľovské insígnie, bojové umenie v časoch protitureckých bojov doplnené bubnovaním a tanečno-divadelné predstavenie. Tieto vystúpenia sa uskutočnili na miestach, kde je vysoká frekvencia návštevníkov aj zo zahraničia, pred Michalskou bránou, kde je zriadený korunovačný foto-video point a na Hlavnom námestí pred Starou radnicou, a preto uvádzanie programu bolo aj v anglickom jazyku. Okrem kultúrneho vyžitia, v ponuke KLHS boli aj športové programy, napr. Bratislava Inline – na kolieskových korčuliach, kde sa uskutočnil aj sprievodný hudobný program.

Organizácia BTB zabezpečila komplexnú marketingovú a komunikačnú podporu podujatiu prostredníctvom svojich komunikačných kanálov – viaceré články na webe v samostatnom bloku KLHS, na sociálnych sieťach, v newsletteri na zahraničných trhoch, ďalej v mediálnych výstupoch – inzercie a tlačové správy v domácich a v zahraničných médiách, najmä na českom, rakúskom, maďarskom, nemeckom a britskom trhu. Podujatia kultúrneho leta boli prezentované aj počas tlačovej konferencie v Budapešti a vo Viedni v spolupráci so zahraničnými zastúpeniami MDV SR a Slovenských inštitútov. Organizácia BTB zabezpečila aj preklady programov do angličtiny a nemčiny na každý mesiac a programové letáky sa distribuovali v TIK-u, v sezónnych infopointoch a počas prezentačných podujatí v zahraničí (napr. Donaukanaltreiben Viedeň, Pozsonyi Piknik Budapešť).

Hlavný organizátor podujatia – BKIS zabezpečil rozsiahlu propagáciu podujatia formou outdoorových reklamných nosičov (billboardy, citylighty, plagáty, bannery), článkov v médiách (Ba kuriér, In-BA a pod.), na online platformách, v rozhlase, cez distribuované letáky atď. V každej lokalite, kde sa uskutočňovali programy boli umiestnené buď reklamné bannery na pódiumoch, LCD obrazovky alebo rollupy, kde boli uvádzaní partneri podujatia vrátane BTB ako spoluorganizátora a MDV SR. Na webstránke podujatia bola tiež prelinkovaná stránka visitbratislava.com a MDV SR.

World Music Festival (27. – 29. 9. 2019)



Podujatie prezentuje multižánrovosť a rozmanitosť svetovej a slovenskej hudobnej scény a prostredníctvom rôznych sprievodných programov a podujatí približuje účastníkom aktuálne trendy, ako aj históriu medzinárodnej a slovenskej hudobnej produkcie. Festival ponúka priestor začínajúcim skupinám, ale aj účastníkom zo zahraničia, pozýva zahraničných hudobných žurnalistov a promotérov, ktorí sa stávajú osobnými nosičmi relevantnej propagácie nášho mesta. V roku 2017 bol festival prijatý

do združenia European Forum of Worldwide Music Festivals, čo ešte viac umocňuje jeho význam pre image mesta. Súčasťou programu boli koncerty, medzinárodné konferencie, showcase prehliadky slovenských a stredoeurópskych kapiel, krst albumov, ale aj špeciálny program na popularizáciu mesta Bratislava pre domácich i zahraničných delegátov. BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečil vybraný program pre zahraničných delegátov (viac v kapitole Podpora atraktivít) a komunikačnú podporu (viac v kapitole Marketing a propagácia) podujatia.

Historická Bratislava

Rímske hry (7. 8. 2019)



na území Slovenska a Rakúska. Hlavný program v Gerulate bol koncipovaný na lepšie spoznávanie pamiatok vystavených v múzeu, vrátane interaktívnej hry „zoznamka“ s ľuďmi žijúcimi pred 2000 rokmi v Gerulate.



Podujatie organizované Múzeom mesta Bratislavy, Mestským ústavom ochrany Pamiatok, spoluorganizované BTB s podporou hl. mesta Bratislavy, BKIS a BSK. Program podujatia sa odohrával v Múzeu Antická Gerulata v Rusovciach, v parku kaštieľa v Rusovciach, v rámci aktivity ARCHEOBUS návštevníci podujatia navštívia rímske pamiatky. Pripravené boli divadelné predstavenia a skamenené sochy, výtvarná dielňa na rímske odevy z papiera, rímska škôlka. Programom sprevádzal Lukáš Latinák. Vrcholom bolo vystúpenie Tostaburu na tému Legionári a gladiátori a veľká ohňová show. Organizácia BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečila autobusovú dopravu –

obrandované archeobusy so sprievodcami, ktorí poskytovali odborný výklad k téme keltsko-rímskych pamiatok na území Bratislavy. Celkovo išlo o 4 slovensko-anglicko-nemecky hovoriacich sprievodcov a 3 archeobusy, ktoré premávali na trasách Bratislava – Gerulata a späť a Petronell Carnuntum – Gerulata a späť. BTB zabezpečilo v rámci tohto podujatia 5 komentovaných prehliadok v slovenskom, nemeckom a anglickom jazyku a 1 cykloprehliadku, ktorých sa zúčastnilo 160 osôb.

Bratislavské korunovačné dni (13. – 15. 9. 2019)



Podujatie s dlhoročnou tradíciou, ktoré BTB spoluorganizuje, sa konalo pod záštitou Magistrátu hlavného mesta Bratislavy a v spolupráci s mestskými inštitúciami Bratislavské kultúrne a informačné stredisko, Galéria mesta Bratislavy, Múzeum mesta Bratislavy, Mestská knižnica v Bratislave, Archív mesta Bratislavy. Podujatie každoročne veľkolepo sprítomňuje slávnú korunovačnú minulosť Bratislavy a sprievodný program pozostáva zo série kultúrnych podujatí a programov, hlavného korunovačného sprievodu ulicami mesta, divadelných predstavení, sakrálnych koncertov, bohoslužieb, dobovej hudobnej produkcie a dobových hier. Počas podujatia BTB zorganizovalo 8 komentovaných bezplatných prehliadok na tému Po stopách korunovácií v slovenskom, anglickom, nemeckom a maďarskom jazyku. Trasy prehliadok v trvaní 1,5 hodiny previedli účastníkov najvýznamnejšími

miestami spojenými s ceremoniálom korunovácií uhorských panovníkov a ich manželiek. Celkovo sa prehliadok zúčastnilo takmer 150 záujemcov, najväčší dopyt bol po prehliadkach v slovenskom a anglickom jazyku.

Organizácia BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečila vybrané umelecké výkony v rámci pripraveného programu, a to konkrétne v častiach programu:

- 13.9. Počas svätej omše za Bratislavčanov v Dóme sv. Martina vystúpenie Katedrálneho zboru sv. Martina v počte 15 osôb
- 13.9. V rámci detského korunovačného sprievodu v uliciach mesta herecké výkony 2 dobových postáv, ktoré priblížili históriu korunovácií pre detských účastníkov a divákov
- 15.9. Záverečným programom Bratislavských korunovačných dní na Primaciálnom námestí bol koncert Speváckeho zboru mesta Bratislavy a Cappelly Istropolitana v počte 19 ľudí za orchester, 3 sólo speváci a dirigent.

Hlavný program Bratislavských korunovačných dní bol 14.9. v areáli Bratislavského hradu, kde sa sústreďovali interaktívne sprievodné programy pre návštevníkov – ukážky historického šermu a protitureckých bojov, výcviku dravých vtákov, dobová módna prehliadka, divadelné predstavenia rozprávok pre deti. V areáli hradu boli rozmiestnené dobové stany s rekvizitami a dobovým nábytkom s možnosťou fotenia sa, výstavy replík dobových zbraní aj s výkladom, stánky s ukážkou dobových remesiel, sústreďovali sa tu účastníci korunovačného sprievodu v dobových kostýmoch, kone a korunovačné insígnie. Následne korunovačný sprievod vyrazil z hradu so všetkými účastníkmi v dobových kostýmoch a s rekvizitami na dvojhodinovú trasu v uliciach Starého Mesta s návratom späť na hrad. Pred Dómom sv. Martina sa sprievod zastavil a predviedol predstavenie korunovačnej histórie Bratislavy. Všetky dejiská programov sa tešili obrovskému záujmu domácich aj zahraničných návštevníkov.

Organizácia BTB zabezpečila účastníkov programov na hrade a sprievodu po meste v zložení – Skupina historického šermu Bojník 17 osôb, sokoliarskej skupiny Horus 2 osoby, 2 historické postavy heraldov sprevádzajúcich slovom celé podujatie a 42 členov umeleckého zoskupenia Tovarišstvo starých bojových umení a remesiel – rytieri s družinami, bubeníci, cirkevníci, kráľ, dámy, šermiari, pomocníci, 9 vycvičených koní, zabezpečenie rekvizít na sprievod a turnaj (bubny, zástavy, muškety, zbrane, historické kostýmy, stany) a pod.

K podujatiu organizácia BTB zabezpečila komplexnú komunikačnú podporu (viac v kapitole Marketing a propagácia) na webovej stránke ako výberové podujatie aj pod sekciou Korunovačná Bratislava, na sociálnych sieťach aj v platených postoch, v printových a online inzerciách a tlačových správach na Slovensku, ale aj v okolitých krajinách. Podujatie sme propagovali aj na Kráľovských dňoch v Székesfehérvári (august) a na Pozsonyi Piknik v Budapešti (september). Počas Bratislavských korunovačných dní v spolupráci so zahraničným zastúpením MDV v Budapešti sme privítali aj zástupcov maďarských médií, ktorí zabezpečili viaceré výstupy v tlačенých, online médiách a v rozhlase. Hlavný organizátor podujatia BKIS tiež zabezpečil propagáciu cez online komunikačné kanály a tlačovými správami, rozhovormi pre slovenské médiá.

Korunovačný merkantil – vlajočky s korunovačnou tematikou, skladacie papierové korunky s potlačou pre deti, tematický leták Korunovačná Bratislava v štyroch jazykových mutáciách – boli distribuované vo viactisícovom náklade na mieste podujatia medzi účastníkmi, ale aj v korunovačnom foto-pointe, v turistickom informačnom centre.

Bronzový model Baroková Bratislava



BTB je spoluorganizátorom projektu vytvorenia diela – modelu barokovej Bratislavy z čias Márie Terézie (18. storočie). Iniciátorom projektu je združenie Skrášlime Slovensko v partnerskej spolupráci s Rotary Club, Bratislava Danube, s podporou hl. mesta Bratislavy, MČ Staré mesto, BSK a MMBA. Model bol osadený na Vajanského nábreží pri objekte Propeleru a slávnostne odhalený dňa 10. 10. 2019 za účasti pozvaných hostí, aj širokej verejnosti. Model s rozmermi 140 x 140 cm na podstavci vo výške 75 cm, zachytáva

mesto v období jeho najväčšieho rozkvetu. V popise diela je 10 najdôležitejších atraktivít mesta zachytených v danom období: Bratislavský hrad, Dóm sv. Martina, Stará radnica, Primaciálny palác, mestské opevnenie a Michalská brána, korunovačný pahorok, vodné kasárne, Grassalkovičov palác, podhradie, Bratislavské vinohrady. Model výrazne prispieva k budovaniu imidžu a identity mesta, je dôležitou atraktivitou, ktorých popularita je vysoká aj v iných metropolách, kde sú obdobné modely bežnou súčasťou verejného priestoru. Autorom projektu je sochár Richard Zozulák. BTB sa na projekte podieľala financovaním vybraných sochárskych a umeleckých prác (cizelovanie, zváranie, patinovanie). Sprievodné opisné texty k modelu sú v štyroch jazykoch: slovenský, anglický, nemecký, maďarský a v braillovom písme. Ide o unikátny projekt, ktorý sprístupňuje historickú a kultúrnu hodnotu Bratislavy aj nevidiacim a slabozrakým obyvateľom a návštevníkom mesta, v čom je vysoká pridaná hodnota projektu.

Korunovačný foto-video point



Projekt korunovačného foto-video pointu podporuje tému korunovačnej Bratislavy vďaka možnosti interaktívnou formou spoznávať obdobie korunovačnej minulosti mesta. Návštevníci nájdu v priestoroch Michalskej veže dobovo zariadené priestory, autentický 3D model historického mesta s vyznačením trasy korunovačného sprievodu, dobovú raznicu mincí. Môžu sa odpotiť a nahrať video v dobovom kostýme s korunovačnými insígniami a stať sa súčasťou historického výjavu. Fotografiu a video s obsahom zobrazujúcim procesiu a výjav korunovácie je možné vytlačiť alebo poslať mailom. V roku 2019 došlo k užšej spolupráci s Múzeom mesta Bratislava a k zjednoteniu vstupeniek pre MMBA a do korunovačného foto-video pointu. Vďaka tomuto kroku dosiahla návštevnosť foto-videopointu v roku 2019 rekordných 4718 návštevníkov. Foto-videopoint bol v prevádzke v mesiacoch jún až

september, denne okrem pondelka v čase 10-17 hod. v pracovné dni a v čase 11-18 hod. cez víkend. Počas Bratislavských korunovačných dní (13. – 15. 9. 2019) bol vstup zdarma a návštevníci si mohli vyraziť aj pamätnú mincu na dobovej raznici. Počas podujatia bol výrazný nárast záujmu návštevníkov o fotenie sa v korunovačnom foto-video pointe, čomu napomohla aj spoločná propagácia na webových stránkach organizátorov a podujatia a v turistických infopointoch. Počas celej doby prevádzky je vo fotopointe k dispozícii vyškolený personál, ktorý obsluhuje zariadenie slúžiace na fotenie a natáčanie videí, ako aj poskytuje turistom informácie o ďalších turistických atraktivitách v meste v rámci zabezpečenia sezónnych propagačných a prezentačných služieb v téme historická a korunovačná Bratislava.

Podpora produktu – prehliadky pre verejnosť



Okrem už vyššie uvedených prehliadok v rámci podujatí ako boli Bratislavské mestské dni, Noc múzeí a galérií, Bratislavské korunovačné dni či Rímske hry, BTB prostredníctvom TIC zrealizovalo aj ďalšie prehliadky a vychádzky s profesionálnymi sprievodcami CR v rôznych jazykoch.

Konkrétne išlo o prehliadky pri príležitosti týchto podujatí:

Svetový deň sprievodcov

TIC BTB už dlhoročne spolupracuje s profesionálnymi sprievodcami CR na zmluvnej báze a zabezpečuje pre nich vzdelávacie podujatia. Z tohto dôvodu participuje TIC BTB na tvorbe programovej ponuky prehliadok k tomuto sviatku v spolupráci so Slovenskou spoločnosťou sprievodcov CR a Asociáciou sprievodcov Bratislavy. V roku 2019 sme pripravili k tomuto podujatiu 4 tematické vychádzky, ktorých sa zúčastnilo 260 osôb.

Prehliadky expozície Historického múzea SNM na Bratislavskom hrade (júl – august 2019)

BTB pripravila v spolupráci s Historickým múzeom SNM ako pilotný projekt komentované prehliadky expozície v anglickom jazyku, ktoré sa konali každú sobotu o 11.00 hod. Priemerná účasť na prehliadkach bola 25 osôb. Slovenskí a českí návštevníci Bratislavského hradu sa vyjadrili, že by tento typ komentovanej prehliadky uvítali aj v slovenčine. BTB týmto vyplnilo prázdne miesto v ponuke Historického múzea, ktoré tento typ prehliadky neorganizuje.

Svetový deň cestovného ruchu

TIC BTB si každoročne pripomína tento profesijný sviatok zorganizovaním vychádzok po meste, ktoré majú na jednej strane budovať vzťah domáceho obyvateľa k návštevníkovi mesta a na strane druhej, vzdelávať obyvateľa mesta a vytvárať u neho pocit spolupatričnosti s mestom. V roku 2019 sme pripravili 6 tematických prehliadok, ktorých sa zúčastnilo 137 osôb.

Tabuľka č. 11: Prehľad prehliadok a počtu účastníkov v roku 2019

Podujatie	Počet prehliadok	Počet účastníkov
Svetový deň sprievodcov	4	260
Bratislavské mestské dni	17	616
Noc múzeí a galérií	8	327
Prehliadky expozície Historického múzea SNM na Bratislavskom hrade	9	173
Bratislavské korunovačné dni	8	143
Limes Day	4	160
Svetový deň cestovného ruchu	6	137

Bratislava CARD – City & Region



Tento jedinečný produkt každoročne kvalitatívne rastie pridávaním nových benefitov, zapojením nových partnerov do spolupráce a rozšírením akceptačných a predajných miest. Štatistika predaja (+ 21,1 %) a akceptácie karty (+ 55,7 %) za rok 2019 je dôkazom kvality zapojených subjektov a služieb, ako aj názorným príkladom efektívnosti marketingovej komunikácie, ktorou BTB spolu s partnermi kartu promuje.

V roku 2019 bola karta prezentovaná vo všetkých komunikačných výstupoch, spoluprákach a kampaniach spojených s ponukou destinácie Bratislava a Bratislavský región. V spolupráci s Hlavným mestom, KOCR BRT, IDS BK, BSK sa podarilo vytvoriť silný regionálny produkt, ktorý podporuje predlžovanie pobytu návštevníkov v destinácii a návštevu rôznych atrakcií v meste a regióne. V súčasnosti je v projekte zapojených 65 partnerov pôsobiach na území hlavného mesta a regiónu, ktorí poskytujú pre držiteľov karty viac ako 100 benefitov do výšky 100 %, z toho 18 na území regiónu. K hlavným benefitom karty patria neobmedzené využívanie



verejnej dopravy na území hlavného mesta a bratislavského regiónu, bezplatný vstup do 15 múzeí a galérií a bezplatná prehliadka mesta. V roku 2019 sa nám podarilo zapojiť do tohto produktu aj Historické múzeum SNM na Bratislavskom hrade, ktoré si získalo najväčšiu popularitu medzi držiteľmi karty. Organizácia BTB tiež v spolupráci s Historickým múzeom SNM pripravila ako pilotný projekt komentované prehliadky expozície v anglickom jazyku, ktoré sa konali každú sobotu o 11.00 hod. v mesiacoch júl až

august. Priemerná účasť na prehliadkach bola 25 osôb. Slovenskí a českí návštevníci Bratislavského hradu sa vyjadrili, že by tento typ komentovanej prehliadky uvítali aj v slovenčine. BTB týmto vyplnilo prázdne miesto v ponuke Historického múzea, ktoré tento typ prehliadky neorganizuje. Karta sa predáva priamo v TIC BTB a prostredníctvom 21 provízií predajcov, ako aj v online prostredí cez visitbratislava.com. Organizácia BTB podporila predaj Bratislava Card aj prostredníctvom **veľkorozmerného banneru** veľkosti približne 15 x 2,2 metra na budove LOD. Banner slúži na informovanie turistov, ktorí využívajú osobný prístav alebo prechádzajú v jeho blízkosti o možnosti kúpy Bratislava Card a o jej výhodách spojených s lodnou dopravou.

Systém predaja a akceptácií Bratislava CARD je manažovaný prostredníctvom licencovaného softvéru. Program podporuje užívateľské prostredie pre výdajné miesta, akceptačné miesta a administrátora. Softvér generuje výstupy v štruktúre, ktorú konfiguruje BTB podľa svojich potrieb a požiadaviek (návštevnosť zariadení/využívanie služieb u poskytovateľov

zliav, t. j. počet akceptácií v jednotlivých zariadeniach, využiteľnosť 24, 48 a 72 hodinových destinačných kariet). Destinačná karta je klasická plastová karta, ktorá má vlastnú expiráciu na



základe vopred zadefinovaných hodinových intervalov. Všetky objednané karty sú vopred nakonfigurované za účelom zisťovania ich využiteľnosti v jednotlivých zariadeniach a službách, sú kompatibilné so softvérovým vybavením. Konfigurácia prebehla v takom formáte, aby bolo možné v budúcnosti územné vymedzenie platnosti karty rozšíriť a nové služby dokonfigurovať. Karta má svoje ID a čiarový kód. Vzhľadom k tomu, že karta plní aj funkciu cestovného lístka, cena dopravy a počet dní jej využívania sa

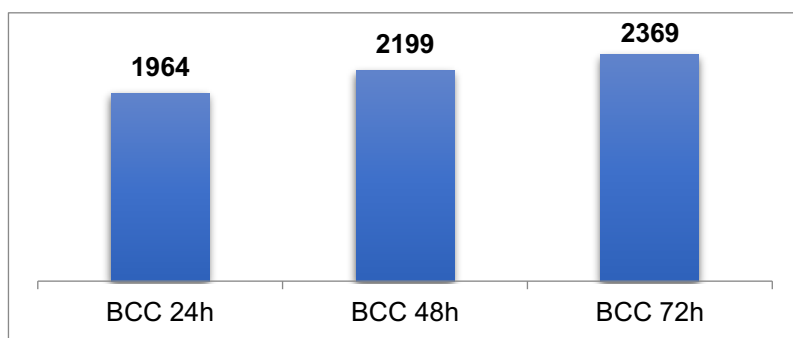
dotlačujú podľa potreby prostredníctvom termotlačiarne (termotlačiareň bola v rámci dotácie hradená z kapitálových zdrojov). Vytlačených a nakonfigurovaných bolo 7000 kariet.

Správa dát je vedená na serveroch dodávateľa tak, aby mali vo všetkých oblastiach rovnakú úroveň. Systém je flexibilný s možnosťou nahrávania nových služieb a balíkov v reálnom čase a editácie služieb/údajov v reálnom čase z centrálného miesta. Systém poskytuje neobmedzené množstvo vystavených kariet a akceptácií. Pomocou softvérového vybavenia sa vytvárajú destinačné karty s rôznymi platnosťami, variáciami zliav. Nárok na zľavu je možné overiť na jednotlivých akceptačných miestach priamo v online prostredí alebo pomocou mobilného zariadenia s pripojením na internet formou načítania čiarového alebo QR kódu na karte použitím fotoaparátu mobilného zariadenia. V prípade akceptačných miest bez možnosti online pripojenia prebieha evidencia využiteľnosti zliav/výhod prostredníctvom offline čítacích zariadení alebo vizuálnou kontrolou. V tomto prípade je offline ID kariet iba registrované, overenie prebieha neskôr po nahrať čísla karty do systému. Akceptované zľavy sa zaznamenávajú v štatistických výstupoch a grafoch s možnosťou filtrovania. Systém zabezpečuje možnosť vystavenia kariet jednotlivo, ale aj hromadne v reálnom čase na viacerých produkčných miestach, ako aj možnosť okamžitej blokácie karty pri strate alebo zneužití. Systém zabezpečuje skladový manažment zľavových kariet, ich evidenciu, tvorbu preberacích protokolov a zostáv pre potreby skladovej evidencie.

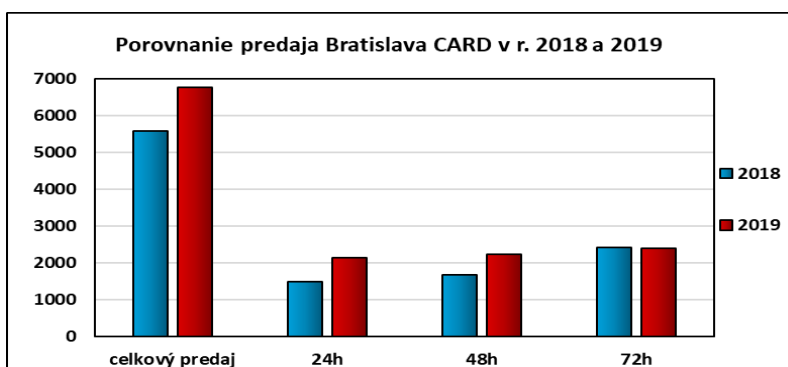
Technickú podporu systému má na starosti pracovník podpory, ktorý zabezpečuje zber dát, ich spracovanie a technickú podporu softvéru 7 dní v týždni pre predajné a akceptačné miesta (celkovo 65 partnerov, viac ako 100 prevádzok a služieb), spracovávanie manuálov a metodických pokynov pre užívateľov tohto softvéru a partnerov karty, spracovávanie štatistických offline údajov a celkovú sumarizáciu online a offline dát do mesačných, štvrťročných a ročných reportov s grafmi. Výkon pracovníka technickej podpory riadi projektový manažér produktu. Technická podpora produktu bola zabezpečená aj prostredníctvom VO na zakúpenie termotlačiarne na dotlač predtlačených a nakonfigurovaných destinačných kariet, čím sa šetrí na materiáli a tlači – počet dní platnosti a cenu dopravy si BTB dotlača priamo na už predtlačené karty v TIC podľa potreby (podľa toho, či chýbajú 24, 48 alebo 72-hodinové karty). Dotlač kariet zabezpečuje pracovník technickej podpory na základe podkladov

od dodávateľa licencovaného softvéru. Prostredníctvom VO bol riešený aj nákup 12 čítacích zariadení, ktoré sa budú využívať pri získavaní údajov o počte návštevnosti galérií, múzeí a iných zariadení zapojených v tomto destinačnom produkte. Čítacie zariadenia fungujú v offline režime, ale dokážu fungovať aj online pripojením sa na tablet alebo klasický počítač. Pre BTB predstavujú jednoduché technické riešenie, rovnakú jednoduchú manipuláciu u poskytovateľov zliav. Čísla získané z týchto zariadení spracováva pracovník technickej podpory do grafov a excelovských tabuliek. Počty návštev jednotlivých zariadení pomáhajú pri nastavovaní produktu na ďalšiu sezónu a pri vyjednávaní s partnerom o výške zľavy na ďalšiu sezónu.

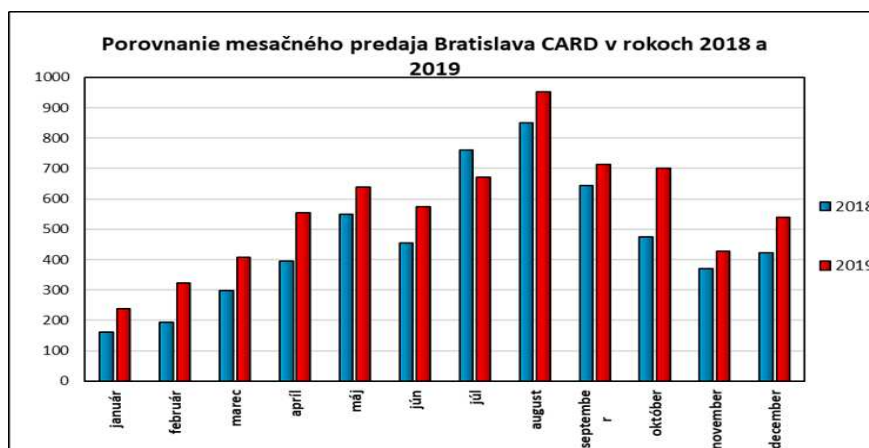
Graf č. 3: Počet vydaných Bratislava CARD (BCC) v roku 2019



Graf č. 4: Porovnanie predaja Bratislava CARD v rokoch 2018 a 2019



Graf č. 5: Porovnanie mesačného predaja Bratislava CARD v rokoch 2018 a 2019



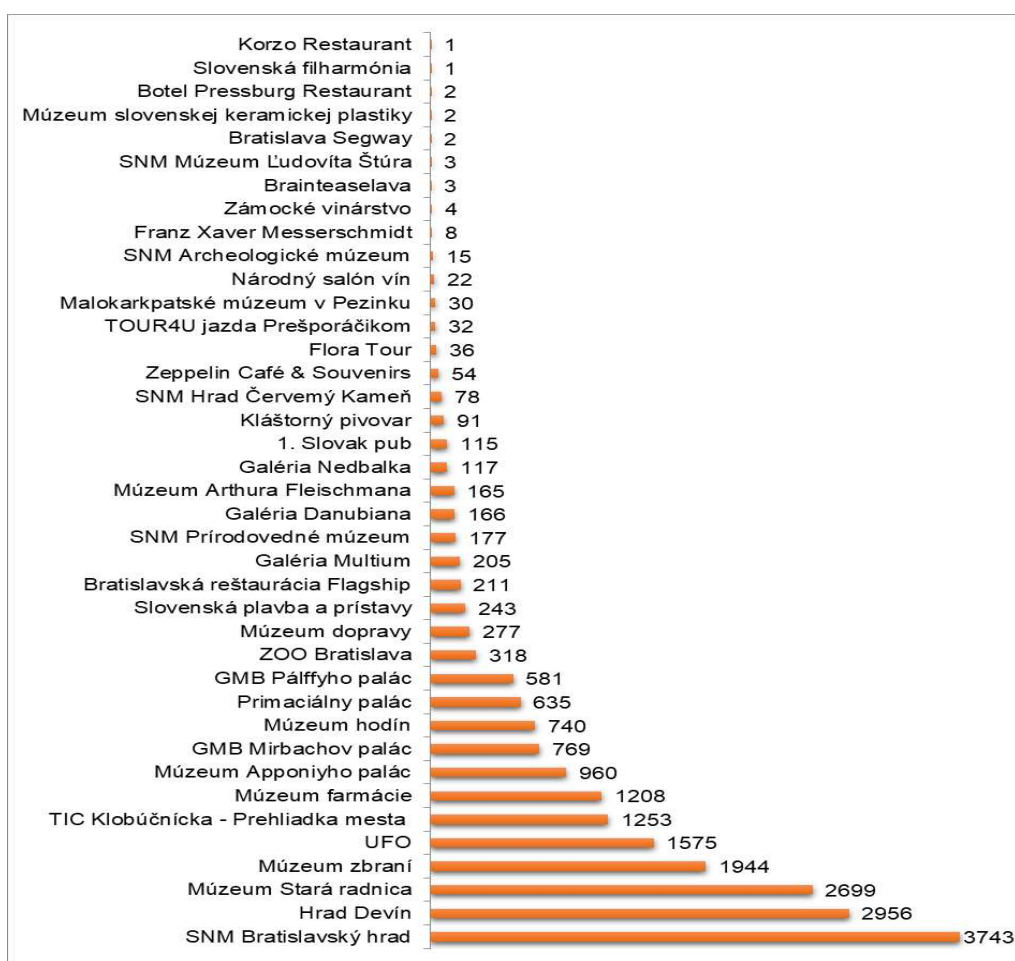
Tabuľka č. 12: Počet vydaných Bratislava CARD (BC) v roku 2019

Personifikačné miesto	BC 24h	BC 48h	BC 72h	Nevystavené	Celkový súčet	Celkový súčet v %
Ambiente Serviced Apartments	2	14	15	0	31	0,4 %
Austria Trend Hotel	30	31	28	0	89	1,3 %
Botel Pressburg	4	2	2	0	8	0,1 %
Bratislava Tourist Board	8	0	2	384	394	5,7 %
Centrum verejnej dopravy	10	16	12	0	38	0,5 %
Falkensteiner Hotel	34	31	40	0	105	1,5 %
Flora Exotika Guestrooms	2	1	0	0	3	0 %
Flora Tour	48	60	44	0	152	2,2 %
Grand Hotel River Park	2	5	7	0	14	0,2 %
Hotel Apollo	9	25	32	0	66	1,0 %
Hotel Barónka	4	6	4	0	14	0,2 %
Hotel Crowne Plaza	2	9	3	0	14	0,2 %
Hotel Danubia Gate	10	20	19	0	49	0,7 %
Hotel NH Gate One	0	2	9	0	11	0,2 %
Hotel Plus	2	0	0	0	2	0 %
Premium Business Hotel Bratislava	9	18	16	0	43	0,6 %
Regiojet	22	17	13	0	52	0,8 %
Sheraton Bratislava Hotel	0	2	9	0	11	0,2 %
Slovak Lines	102	132	99	0	333	4,8 %
TIC Kľobučnícka	1292	1385	1476	0	4153	60,0 %
TIC Senec	0	0	2	0	2	0 %
Zeppelin Café & Souvenirs	18	21	28	0	67	1,0 %
Železnice Hlavná stanica	345	379	481	0	1205	17,4 %
Železnice Hodžovo nám.	4	17	12	0	33	0,5 %
Železnice Trnavské mýto	0	2	0	0	2	0 %
Železnice ŽST Petržalka	5	4	16	0	25	0,4 %
Celkový súčet	1964	2199	2369	384	6916	100 %
Celkový súčet v %	28,4%	31,8%	34,3%	5,6%	100%	

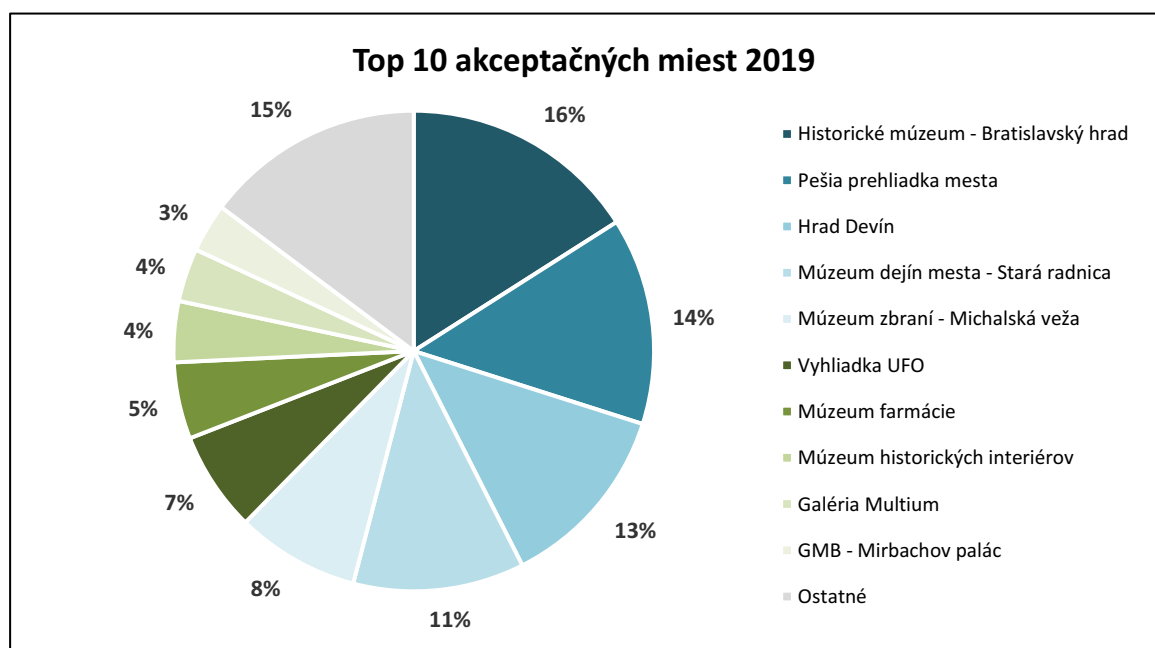
Tabuľka č. 13: Počet použitia BC karty v partnerskom zariadení podľa akceptačných miest v roku 2019

Akceptačné miesto	Počet akceptácií	Počet akceptácií v %
SNM Bratislavský hrad	3743	17,5 %
Hrad Devín	2956	13,8 %
Múzeum Stará radnica	2699	12,6 %
Múzeum zbraní	1944	9,1 %
UFO	1575	7,3 %
TIC Klobúčnicka - Prehliadka mesta	1253	5,8 %
Múzeum farmácie	1208	5,6 %
Múzeum Apponiého palác	960	4,5 %
GMB Mirbachov palác	769	3,6 %
Múzeum hodín	740	3,5 %
Primaciálny palác	635	3,0 %
GMB Pálffyho palác	581	2,7 %
ZOO Bratislava	318	1,5 %
Múzeum dopravy	277	1,3 %
Slovenská plavba a prístavy	243	1,1 %
Bratislavská reštaurácia Flagship	211	1,0 %
Galéria Multium	205	1,0 %
SNM Prírodovedné múzeum	177	0,8 %
Galéria Danubiana	166	0,8 %
Múzeum Arthura Fleischmana	165	0,8 %
Galéria Nedbalka	117	0,5 %
1. Slovak pub	115	0,5 %
Kláštorný pivovar	91	0,4 %
SNM Hrad Červený Kameň	78	0,4 %
Zeppelin Café & Souvenirs	54	0,3 %
Flora Tour	36	0,2 %
TOUR4U jazda Prešporáčikom	32	0,1 %
Malokarpatské múzeum v Pezinku	30	0,1 %
Národný salón vín	22	0,1 %
SNM Archeologické múzeum	15	0,1 %
Franz Xaver Messerschmidt	8	0 %
Zámocké vinárstvo	4	0 %
Brainteaselava	3	0 %
SNM Múzeum Ľudovíta Štúra	3	0 %
Bratislava Segway	2	0 %
Múzeum slovenskej keramickej plastiky	2	0 %
Botel Pressburg Restaurant	2	0 %
Slovenská filharmónia	1	0 %
Korzo Restaurant	1	0 %
Celkový súčet	21441	100 %

Graf č. 6: Počet akceptácií podľa akceptačných miest v roku 2019



Graf č. 7: Najviac navštevované zariadenia a využívané služby v roku 2019





4. PODPORA ATRAKTIVÍT – INFOCESTY, PRESSTRIPY, FAMTRIPY, MICE DAYS

#podporaatraktivit #presstrip #famtrip #infocesta #MICEdays

Podpora atraktivít v segmente MICE

Všetky aktivity v tejto oblasti vychádzajú zo strategického dokumentu Bratislava MICE Strategy 2018-2020. Business meetings, kongresový cestovný ruch, alebo ako ho my pre účely jasnej definície nazývame MICE, je tvorený štyrmi sub-trhmi = Meetings (corporate business meetings, Incentíva (motivačný cestovný ruch), Conferences (konferencie, kongresy, association business meetings) a Events/Exhibitions. BTB v rámci svojich kapacitných a finančných možností využíva efektívne nastavený marketingový mix aktivít v snahe o podporu atraktivít destinácie. Promovanie destinácie je častokrát spojené s

- edukáciou lokálnej komunity v snahe rozvíjať ich marketingové, obchodné a praktické vedomosti a zručnosti s cieľom zvýšiť konkurencieschopnosť destinácie (**Bratislava MICE Days**);
- organizáciou tzv. famtripov, infociest a site inspection. Ich cieľom je oboznámenie potenciálnych nákupcov podujatí sa s destináciou, budovanie pozitívneho vzťahu s danou cieľovou skupinou, ako aj sprostredkovanie kontaktov na dodávateľov a poskytovateľov v destinácii. Ako vyplýva z anglického výrazu „familiarisation trip“, ide o oboznámenie sa, zoznámenie sa, motivovanie cieľovej skupiny k nákupu služieb v destinácii. Zo skúsenosti môžeme uviesť, že tieto aktivity v konečnom dôsledku vedú k priamemu organizovaniu konkrétnych eventov v destinácii cieľovou skupinou (**fam tripy a site inspections**);
- spoluorganizáciou podujatí, ktoré majú pre destináciu reputačný charakter, pričom sú zacielené na delegátov podujatí aj ako budúcich leisure návštevníkov Bratislavy (**spoluorganizovanie podujatí**).

Bratislava MICE Days

Bratislava MICE Days vznikli v roku 2016, keď BTB postrehla silnú potrebu informovať a vzdelávať lokálnu komunitu o prínosoch tohto odvetvia pre destináciu. V roku 2016 BTB zorganizovalo konferenciu s názvom Bratislava MICE Day, z ktorej sa časom vyvinula aktívna platforma pre zdieľanie know-how a skúseností naprieč členskou základňou a lokálnou odbornou komunitou. Formát bol nastavený ako séria viacerých poldenných a/alebo celodenných školení na rôzne témy reflektujúce aktuálne potreby cieľovej skupiny. Konkrétne ide o sériu workshopov, prezentácií a prednášok zameraných na vzdelávanie a networking zástupcov tzv. „meetings industry“, čiže kongresového cestovného ruchu a príbuzných odvetví v Bratislave. Sú dôležitým zdrojom know-how a príkladov dobrej praxe.

BTB v roku 2019 usporiadalo v spolupráci s partnermi a členmi 5 MICE Days, pričom každé sa venovalo aktuálnej problematike v danej oblasti. Vysokou pridanou hodnotou stretnutí bola prítomnosť renomovaných a medzinárodne uznávaných spíkrov – odborníkov. Pozvánky na MICE Days sú adresované celej databáze členov a partnerov BTB, vrátane zástupcov samosprávy (predstavitelia Hlavného mesta SR Bratislavy, zástupcovia komisie cestovného ruchu a medzinárodnej spolupráce), zástupcov MDV SR. Vysoká účasť (35-40 účastníkov) na každom z organizovaných podujatí, ako aj pozitívna spätná väzba od účastníkov (ocenili najmä odbornosť prednášajúcich, aktuálnosť tém, praktickosť informácií, priestor

pre nadväzovanie kontaktov, príklady dobrej praxe) svedčia o tom, že aktivita má svoje opodstatnenie, význam aj želaný efekt. V roku 2019 sa konali tieto konkrétne MICE Days:

Bratislava MICE Day, 12. 4. 2019: *From passive to proactive sales approach: bidding for international meetings and experience creation / Od pasívneho k proaktívnemu prístupu k medzinárodným asociačným podujatiam*

Podujatie nadväzovalo na sériu aktivít z predchádzajúcich rokov, venovaných základom uchádzania sa („bidovania“) o medzinárodné podujatia. Hlavné body workshopu:

- pozícia destinácie na trhu business meetings a rola zainteresovaných subjektov v procese priťahovania kongresových podujatí do destinácie;
- odvetvové trendy a ako im prispôbiť ponuky pre jednotlivých korporátnych, asociačných a incentívnych klientov;
- ako vytvárať zážitok, ako sa odlišiť na konkurenčnom trhu;
- ako získať asociačné mítingy;
- ako pracovať s lokálnymi ambasádormi (best practice ICCA, best practice Srbsko);
- storytelling pre jednotlivé cieľové skupiny;
- praktické príklady a pracovné aktivity.



Hlavným spíkom bol Igor Kovačević – riaditeľ Srbského národného Convention Bureau (od r. 2015) a profesor na School of Economics na univerzite v Belehrade (od r. 2010), ktorý uviedol v rámci množstva konkrétnych praktických príkladov ako inšpiráciu pre ostatné destinácie vrátane Bratislavy. Workshopu sa zúčastnilo vyše 30 účastníkov. BTB zabezpečila okrem prednášajúceho aj prenájom priestorov, občerstvenie a techniku.

Bratislava MICE Day, 10. 10. 2019 (Conventa Trend Bar): *What works in MICE marketing and why? / Čo funguje v MICE marketingu a prečo*



BTB sa pravidelne zúčastňuje butikového veľtrhu Conventa Trade Show zameraného na propagáciu business meetings industry krajín tzv. Novej Európy (najmä stredná Európa). Pred dvoma rokmi vznikol doplnujúci projekt Conventa Trend Bar založený na zdieľaní príkladov dobrej praxe a know-how zástupcov Conventa Trade Show, s ktorým prichádzajú do destinácií mimo Slovenska. Často je podujatie obohatené aj o ďalších speakrov/odborníkov v danej oblasti.

Conventa Trend Bar už hostovali viaceré mestá v rámci tzv. Novej Európy ako napr. Thessaloniki, Ljubljana, Brežice, Budva, Šibenik, Sarajevo, Lviv, Sofia, Novi Sad. Conventa Trend Bar funguje ako interaktívny cca 3-hodinový workshop, na ktorom sa účastníci snažia nájsť odpovede na otázky ako urobiť eventy a destinácie zaujímavejšie, odlišiť ich a zefektívniť

v súčasnom turbulentnom prostredí MICE, prečo klasické marketingové nástroje v rámci MICE nie vždy fungujú a ako ich treba prispôbiť tak, aby fungovali. Praktický workshop zahŕňa viaceré príklady z praxe, ktoré poukazujú na adekvátne nástroje a techniky pre úspešný marketing. Workshop v Bratislave viedol uznávaný odborník v oblasti business meetings – Gorazd Čad, ktorý je spoluzakladateľom Conventa Trade Show. Ďalším hosťom bola zástupkyňa eventovej agentúry Creative Pro, ktorá sa v roku 2019 prvýkrát zúčastnila súťaže Conventa Best Event Award 2019 (Lubľana, Slovinsko) s tromi prihlásenými eventmi. Všetky tri eventy (v kategórii B2C predstavilo Run For The Oceans, v kategórii CROSSOVER Konferenciu FutureNow a v kategórii B2B Talks Inspired by HB Reavis) sa dostali medzi záverečných finalistov a udržateľný event Run For the Oceans získal ocenenie „The Best B2C Event of New Europe“. Hlavnou témou druhej časti workshopu vedeného zástupcom spoločnosti Creative Pro bol eventový marketing v praxi a jeho fungovanie pri vytvorení zapamätateľného vplyvu na zákazníka (prípadová štúdia). Podujatia sa zúčastnilo cca 35 hostí. Spätná väzba na priebeh workshopu bola veľmi pozitívna. BTB zabezpečila okrem prednášajúcich aj prenájom priestorov vrátane občerstvenia a techniky.

Bratislava MICE Day, 15.10.2019: *Social media v B2B prostredí so zameraním na meeting industry*

Workshop bol zameraný na nasledovné otázky:



- postavenie sociálnych sietí v marketingu;
- čím sa odlišuje LinkedIn od ostatných soc. sietí;
- možnosti B2B cielenia na LinkedIn;
- ako pracovať s analytikou.

Prednášajúcim na workshope bol držiteľ certifikátu „Google Certified Trainer“ – pán Talarovič, ktorý je expertom na sociálne médiá v rámci B2B prostredia s dôrazom na LinkedIn. Workshopu sa zúčastnilo takmer 40 hostí. Odozvy na obsah prezentácie boli veľmi pozitívne, publikum aktívne kladlo otázky a zúčastnení prejavili záujem o túto problematiku aj na ďalšie plánované MICE Days stretnutia. BTB okrem prednášajúceho zabezpečila prenájom priestorov a sprievodné služby (technické zabezpečenie, občerstvenie).

Bratislava MICE Day, 5. 12. 2019: *CRM systémy v praxi business meetings a Sales acceleration v B2B*



Ide o tému úzko súvisiacu s nástrojom, ktorý BTB (resp. najmä oddelenie BCB) využíva. Vďaka CRM systému sú zozbierané komplexné informácie k ponuke destinácie (primárne v kongresovom cestovnom ruchu), kapacitám a službám, vrátane možnosti promptne reagovať na dopyty (RFPs). Systém je v admin správe BTB, pričom členovia a partneri majú možnosť externej správy obsahu o svojich produktoch a službách (voľné kapacity

a pod.). Realizovaný workshop bol zameraný na praktické príklady využitia systému, prezentovanie využitia systému pre organizácie PCO (Professional Congress Organizer). Prednášajúcim bol zástupca pražskej PCO, pán Petr Břinčil, ktorý dlhodobo pôsobí na pozícii obchodného riaditeľa. Ďalšia časť prezentácie sa venovala technikám predaja (Sales skills v B2B prostredí) a spôsobom ako zefektívniť a navýšiť predaj (sales acceleration v B2B prostredí). Prednášajúcim bol pán Peter Škutil, ktorý má dlhoročné skúsenosti v oblasti predaja, marketingu a business developmentu. Účasť na podujatí bola cca 35 hostí. BTB zabezpečilo prednášajúcich, prenájom priestorov a sprievodné služby.

Bratislava MICE Day, 16. 12. 2019: Sociálne siete v B2B prostredí so zameraním na meeting industry



Podujatie MICE Day z 15. októbra 2019, ktoré sa konalo na tému využitia sociálnych sietí v B2B prostredí s dôrazom na LinkedIn, malo mimoriadne pozitívny ohlas. V dôsledku toho BTB vykonalo prieskum medzi kontaktmi v kongresovom CR. Respondenti sa mali vyjadriť, akú tému by uvítali na najbližšom podujatí MICE Days. Z prieskumu vyplynulo, že ich zaujíma téma sociálnych sietí v B2B prostredí. Workshop, ktorý sa konal 16. decembra, bol preto zameraný na tieto otázky:

- ako využiť Facebook vo svojej organizácii (trendy na Facebooku, stratégia komunikácie, tvorba obsahu a prepojenie s webom, organický vs. platený zásah)
- ako využiť Instagram vo svojej organizácii (trendy na Instagrame, stratégia komunikácie, tvorba obsahu, význam InstaStories, influenceri na Instagrame)

Prednášajúcou bola expertka na Social Media v B2B prostredí, pani Simona Miščíková zo spoločnosti Divino, ktorá je leadrom na trhu online marketingu na Slovensku. Záujem o účasť na workshope bol vysoký (viac ako 35 zúčastnených). BTB zabezpečila okrem prednášajúcej aj prenájom priestorov a sprievodné služby.

Spoluorganizácia MICE podujatí a propagácia destinácie a kongresového potenciálu Bratislavy

V roku 2019 sme s využitím dotačných zdrojov spoluorganizovali 9 podujatí v sume 20 000 EUR. V rámci využitia medzinárodne uznávanej metriky ekonomického prínosu biznis podujatí môžeme povedať, že podujatia, ktoré sme spoluorganizovali, vygenerovali ekonomický prínos pre slovenskú ekonomiku v sume cca 10 miliónov EUR. Z toho sa dá odhadnúť daňový prínos vo výške 20 % tejto hodnoty, čo činí cca 2 milióny EUR. Viacdňové podujatia predstavujú navyše potenciál na predĺženie pobytu návštevníkov Bratislavy (prípadne ich opätovný návrat), a tým aj počtu prenocovaní a ich výdavkov. Nesporný je aj reputačný charakter týchto podujatí, keďže na Slovensko a do Bratislavy prinášajú stovky odborníkov v rôznych oblastiach.

Joint CzechoSlovak Virology Conference 2019 and 1st SK-AT Structural Virology Meeting” (13. – 15. 2. 2019)



Organizátorom podujatia bolo Biomedicínske centrum SAV, pričom vedeckými partnermi podujatia boli Biologické centrum AV ČR, v.v.i., Česká společnost pro biochemii a molekulární biologii, Interreg Slovakia-Austria (Európsky fond regionálneho rozvoja) a projekt CAPSID (Slovakia-Austria Cooperation Project). Podujatie sa konalo v priestoroch Veľkej sály SAV a pre destináciu malo reputačný charakter, keďže do hlavného

mesta prinieslo odborníkov z oblasti virológie (131 účastníkov/deň). BTB v rámci spoluorganizácie podujatia zabezpečila informačné materiály a bezplatnú mestskú hromadnú dopravu pre účastníkov podujatia. Okrem zvýšenia komfortu delegátov sa tým zvyšuje pravdepodobnosť, že si vo voľnom čase prezrú mesto a jeho dominanty a navštívia top atraktivity Bratislavy.

Zasadnutie Pracovnej skupiny INTOSAI pre kľúčové národné ukazovatele (1. – 4. 4. 2019)

Organizátorom zasadnutia bol Najvyšší kontrolný úrad Slovenskej republiky. Ide o medzinárodný seminár, na ktorom sa zúčastnilo cca 40 zástupcov najvyšších kontrolných inštitúcií z krajín celého sveta. Partnerom podujatia bola Účtovná komora Ruskej federácie. Podujatie prinieslo do hlavného mesta odborníkov z oblasti kontroly, audítorstva, makroekonomickej a analytiky. BTB v rámci organizácie podujatia zabezpečila prehliadku centra mesta a hradu Devín pre účastníkov zasadnutia.

Polyglot Gathering (29. 5. – 2. 6. 2019)



Organizátorom podujatia je občianske združenie E@I, ktorého cieľom je podporovať rýchlu a ľahkú komunikáciu po celom svete tak, aby sa šírilo porozumenie medzi ľuďmi. Podujatie Polyglot je určené ľuďom, ktorí ovládajú niekoľko cudzích jazykov. Konalo sa v priestoroch Ekonomickej univerzity v Bratislave. Návštevnosť podujatia bola viac ako 500 zahraničných účastníkov,

z toho vyše 90 % zo zahraničia. Polyglot Gathering 2019 priniesol do hlavného mesta mnohojazyčných odborníkov z celého sveta, pričom mnohí prišli práve na tento účel, inak by Bratislavu a Slovensko nenavštívili. BTB ako spoluorganizátor toho 5-dňového podujatia zabezpečilo účastníkom bezplatnú hromadnú dopravu počas konania podujatia. Okrem zvýšenia komfortu delegátov sa zvyšuje pravdepodobnosť, že si vo voľnom čase prezrú mesto a jeho dominanty a navštívia top atraktivity Bratislavy.

INNOVATECH Fórum 2019 (29. – 30. 5. 2019)



Organizátorom podujatia je spoločnosť EBC-Slovakia s.r.o., ktorá organizuje vo svete pod značkou EBCG desať významných summitov, kde aktívne podporuje a zviditeľňuje Slovensko a Bratislavu. Činnosť EBCG je zameraná na organizáciu konferencií, summitov a tréningov zameraných na výmenu skúseností a networking. Podujatie INNOVATECH Fórum má pre destináciu

reputačný charakter, prináša do hlavného mesta odborníkov z oblasti inovatívneho priemyslu, a to hlavne automobilového a strojárenského priemyslu. Cieľom podujatia bolo zviditeľniť Slovensko ako automobilovú a priemyselnú veľmoc s dôrazom na inovácie v priemysle, vytvorenie prostredia, kde sa kladie dôraz na budúcnosť, vízie a stanovenie budúcich trendov v odvetví. Cieľom podujatia bolo tiež pripraviť Bratislavu a Slovensko na ďalšiu priemyselnú revolúciu a udržať tak dlhodobú konkurencieschopnosť a zamestnanosť v regióne. Účasť na prvom ročníku dvojdnovej konferencie bola cca 160 účastníkov, z toho približne 60 % zo zahraničia. BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečil infopult na podujatí s vyškoleným personálom (zabezpečenie informačno-prezentačných služieb v téme „Kongresová Bratislava“ – v anglickom jazyku) a prezentačnými materiálmi o Bratislave, certifikovaného sprievodcu CR pre účastníkov podujatia v rámci sprievodného programu – sprevádzanej prehliadky po Bratislave v anglickom jazyku (29.5.2019 od 19:00 do 20:30 hod) a prenájom priestorov na účely konania podujatia. Zástupca BTB mal príhovor k účastníkom konferencie v rámci jej otvorenia.

WUKF Karate (20. – 23. 6. 2019)



Majstrovstvá sveta v karate sa uskutočnili v roku 2019 v Bratislave. Okrem športovej zložky programu boli súčasťou aj odborné semináre a konferencie na aktuálne témy v oblasti športu s dôrazom na karate, stretnutia na úrovni prezidentov jednotlivých výborov a pod. Ide o podujatie, ktoré výrazne formuje povedomie o Bratislave ako o kongresovej destinácii, schopnej usporiadať podujatia svetového formátu. BTB v rámci spoluorganizácie podujatia zabezpečila infopult na podujatí s vyškoleným

personálom (zabezpečenie informačno-prezentačných služieb v téme „Kongresová Bratislava“ – v anglickom jazyku) a prezentačnými materiálmi o Bratislave vrátane možnosti odpotiť sa pri fotostene s tematikou Bratislavy a praktický merkantil pre účastníkov (šnúrk na krk) s destinačným logom.

WONCA Europe 2019 (26. – 29. 6. 2019)



Európsky kongres všeobecných lekárov sa konal v roku 2019 v Bratislave, v budove Slovenského národného divadla. Ústrednou témou konferencie bolo motto „The Human Side of Medicine“ (Ľudská stránka medicíny). Reputačný charakter podujatia je obrovský a pre danú odbornú komunitu (odborníci všeobecného lekárstva) ide o významné spojenie odborného obsahu s destináciou. Účasť na konferencii za 4 dni bola 1919 účastníkov zo 16 krajín, najpočetnejšie zastúpenie

mali delegáti z Portugalska, Španielska, Holandska, Grécka, Veľkej Británie. BTB sa ako spoluorganizátor podujatia podieľalo na zabezpečení informovanosti účastníkov konferencie v podobe infopultu s kvalifikovaným personálom (zabezpečenie informačno-prezentačných služieb v téme „Kongresová Bratislava“ – v anglickom jazyku), informačnými materiálmi o destinácii, video prezentáciami Bratislavy na podujatí, ako aj na zabezpečení vystúpenia folklórneho umeleckého súboru Lúčnica. Program priblížil účastníkom kultúrne bohatstvo Slovenska a prispel tak k vytvoreniu pozitívneho imidžu delegátov o Slovensku a Bratislave.

IIW 2019 (7. – 12. 7. 2019)



Výskumný ústav zväračský je organizátorom 72. ročníka podujatia IIW Annual Assembly and International Conference (IIW 2019) – Valné zhromaždenie a medzinárodná konferencia zväračov, ktoré sa konalo v priestoroch hotelov Crowne Plaza, Tatra, Austria Trend, DoubleTree by Hilton, Stará tržnica a Refinery gallery v Bratislave. Účasť na konferencii bola cca 1500 účastníkov z rôznych

krajín. Podujatie IIW 2019 má pre destináciu reputačný charakter, prinieslo do hlavného mesta odborníkov z oblasti zväračského priemyslu. BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečilo informačné materiály pre účastníkov a umelecký program v podobe vystúpenia hudobných telies Simple Lounge Orchestra a Funkiez. Náklady spojené so spoluorganizáciou hradilo BTB z členských zdrojov.

ME vo volejbale žien (23. 8. – 1. 9. 2019)



V závere augusta sa na Zimnom štadióne Ondreja Nepelu predstavili najlepšie európske volejbalistky. Seniorský kontinentálny šampionát vo volejbale sa na našej pôde uskutočnil prvýkrát v histórii. BTB ako spoluorganizátor podujatia poskytlo darčkové predmety pre novinárov a rozhodcov (tašky, magnetky, slnečné okuliare a pod.), zabezpečilo informačný stánok s prezentačno-propagačnými službami a predajom bratislavských rožkov, propagáciou regionálnej gastronómie, propagáciou

a predajom Bratislava CARD. Pri stánku sa nachádzala fotostena s tematikou Bratislavy, kde sa návštevníci podujatia mohli odfotiť s rekvizitami. Vo VIP zóne prebiehala ochutnávka tradičných bratislavských rožkov a tiež sa tam nachádzal infopult s propagačnými materiálmi a brožúrami slúžiaci na informačné účely.

IAEVG 2019 (11. – 13. 9. 2019)



Ide o konferenciu svetového formátu v oblasti kariérneho poradenstva: výročná konferencia Medzinárodnej asociácie pre študijné a profesijné poradenstvo (IAEVG) v Bratislave, v priestoroch Ekonomickej univerzity. Témou tohto ročníka bolo „Kariérne poradenstvo pre inkluzívnu spoločnosť“. Išlo o stretnutie približne 350 najvýznamnejších vedcov, kariérnych poradcov a tvorcov politík v

oblasti kariérneho poradenstva a sociálnej inklúzie z celého sveta. Konferencia má dlhoročnú tradíciu – IAEVG je najstaršia a najväčšia medzinárodná organizácia v oblasti kariérneho poradenstva, ktorá mala v roku 2017 cca 16 000 inštitucionálnych a individuálnych členov z 36 krajín. V roku 2019 sa konferencia uskutočnila historicky prvýkrát na Slovensku. Organizátorom podujatia bolo Združenie pre kariérne poradenstvo a rozvoj kariéry. Partnermi podujatia boli Ministerstvo školstva, vedy, výskumu a športu SR, Ministerstvo práce, sociálnych vecí a rodiny SR, Ústredie práce, sociálnych vecí a rodiny, Ekonomická univerzita v Bratislave, Vedecký ústav detskej psychológie a patopsychológie a Mesto Bratislava. Konferencia hostila cca 400 účastníkov. BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečila pre účastníkov informačné materiály a dňa 12. septembra 2019 prehliadku Bratislavy s certifikovaným sprievodcom v anglickom jazyku pre cca 200 osôb.

Dunajská konferencia (Donauschiffahrts-und Tourismuskonferenz) (2. – 4. 12. 2019)



Išlo o 24. ročník medzinárodnej konferencie s názvom „Internationale Donauschiffahrts und Tourismuskonferenz“, ktorú organizovala spoločnosť Stage4solutions. Konferencia sa konala v hoteli X-Bionic Sphere, pričom časť programu konferencie bola realizovaná v Bratislave. Partnermi podujatia boli Vienna International Airport, ARGE Donauländer Donau Kommission, IG River Cruise, LOD, EUDRS a Sound of Vienna. Konferencie sa

zúčastnilo takmer 350 delegátov z rôznych krajín. Podujatie prinieslo do hlavného mesta odborníkov z oblasti lodárskeho priemyslu, pričom väčšina z nich má rozhodovacie právomoci pri výbere destinácií v rámci tvorby produktu. BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečilo: prenájom eventovej lode Harmónia na účel plavby po Dunaji z Čilistova do Bratislavy a späť pre účastníkov konferencie. Súčasťou plnenia bola prezentácia destinácie Bratislava (zabezpečené BTB) v rámci tak turistickej ponuky, ako aj kongresového potenciálu. BTB zabezpečila na mieste konania konferencie pult s kvalifikovaným personálom poskytujúcim informácie o Bratislave v anglickom jazyku (prezentačno-propagačné a informačné služby

v téme kongresová Bratislava), certifikovaných sprievodcov pre účastníkov konferencie na prehliadku historického centra mesta (2.12.2019). Po konferencii sa uskutočnila post tour pre 15 účastníkov konferencie, kde BTB zabezpečila ubytovanie pre účastníkov a program post tour (návšteva Galérie Danubiana, jazda na historickom vláčiku, prezentácia regionálnej gastronómie). Konferencia svojím charakterom priniesla do destinácie cenné poznatky a skúsenosti v oblasti lodiarstva a cestovného ruchu, ako aj v téme manažmentu riek na účely vodného CR.

Fam tripy a inšpekčné cesty (site inspection) v segmente MICE

Aktivity tohto druhu prispievajú k budovaniu imidžu Bratislavy ako kongresovej destinácie, zvyšujú pravdepodobnosť umiestnenia kongresových a incentívnych podujatí do hlavného mesta, ktorých ekonomický účinok má pozitívny vplyv na regionálnu i národnú ekonomiku. V strategickom dokumente Bratislava MICE Strategy 2018-2020 je medzi top prioritami zadefinovaný fokus na incentívu, čiže motivačný cestovný ruch. Jedným z hlavných a najúčinnějších nástrojov na propagáciu destinácie pre túto cieľovú skupinu je organizácia tzv. fam trips alebo educationals (z anglického familiarisation trip = oboznamovacia cesta resp. vzdelávacia cesta).

Site Inspection pre zástupkyňu IMPRESSIVE ApS (20. – 21. 1. 2019)

Spoločnosť IMPRESSIVE ApS má záujem organizovať v Bratislave konferencie a B2B stretnutia v oblasti medicínskeho priemyslu a turizmu pre 100 – 200 účastníkov. Z tohto dôvodu zabezpečila BTB pre zástupkyňu spoločnosti z dánska site inspection – prehliadku vhodných kongresových priestorov v Bratislave na organizáciu týchto podujatí. BTB okrem kontaktov na relevantné hotely/venues, zabezpečila ubytovanie pre zástupkyňu spoločnosti.

Inšpekčná cesta Catalyst Global Team Building Network Meeting (22. – 24. 2. 2019)



Catalyst Global Team Building Network je najväčšia teambuildingová sieť na svete, ktorá funguje na princípe výlučného členstva – jeden člen na krajinu. Za Slovensko je členom spoločnosť Extraordinary s.r.o. Poprední predstavitelia siete majú rozhodovaciu právomoc o zorganizovaní svetového resp. európskeho stretnutia siete vo vybranej destinácii. Nakoľko rotácia tohto podujatia je založená na členstve predpokladá sa, že jedno z najbližších stretnutí sa môže konať v Bratislave. V spolupráci so spoločnosťou Extraordinary a za účelom umiestnenia podujatia v Bratislave, sa BTB podieľala na zorganizovaní inšpekčnej cesty pre 7 predstaviteľov tejto siete. Program site inspection bol zabezpečený spoločnosťou Extraordinary, BTB zabezpečila ubytovanie a prenájom konferenčnej miestnosti za účelom zorganizovania stretnutia s destinačnými partnermi počas jedného dňa.

UNICEO fam trip (14. – 15. 6. 2019)



Famtrip pre 16 event manažérov z Maďarska v Bratislave zorganizoval člen BTB – spoločnosť Tour4u, v spolupráci s ďalšími partnermi. Zámerom aktivity bolo odprezentovať účastníkom top atraktivitu Bratislavy a regiónu, na základe ktorých je zrejmý potenciál Bratislavy ako kongresovej destinácie. BTB v rámci organizácie famtripu zabezpečila dopravu pre účastníkov podľa harmonogramu:

Famtrip pre incentivné agentúry z Európy „Bratislava Beyond Expectations“ (15. – 18. 8. 2019)



Famtrip pre incentivné agentúry z Európy vychádza z databázy kontaktov, ktorú oddelenie MICE BTB – CVB získava na veľtrhoch, výstavách a MICE fórach v zahraničí. Z databázy sú vyselektované a následne oslovené relevantné kontakty (s ohľadom na trh, na ktorom pôsobia, zameranie a pod.). Famtripu sa celkovo zúčastnilo 10 zástupcov incentivných agentúr, a to zo Švédska, UK, Belgicka, Dánska, Holandska, Nórska, Ruska. Návrh programu vyplýval zo zasadnutie komory MICE BTB, ktorá združuje profesionálov z praxe kongresového CR. Vzhľadom na komplexnosť programu a náročnosť logistického zabezpečenia (kapacity, časová náročnosť, odbornosť), bolo zabezpečenie služieb spojených s organizáciou famtripu predmetom verejného obstarávania a následne sa realizovalo prostredníctvom úspešného uchádzača. Program famtripu pozostával



z viacerých atraktívnych súčastí vrátane: stretnutí účastníkov so zástupcami BTB, so profesionálmi z oblasti „meetings industry“ v Bratislave, z raftingu na Divokej vode, plavby na rýchlochodoch, návštevy Danubiany, prehliadky historického centra mesta vrátane návštevy galérie Nedbalka, prezentácie regionálnej gastronómie. Ďalší deň famtripu program pozostával z prezentácie vinárskej a vinohradníckej kultúry v Malokarpatskom regióne, ako aj zaujímavých priestorov vhodných na usporiadanie kongresových podujatí (Malokarpatské múzeum Pezinok, Elesko Winery, Zámok Šimák). Počas fam tripu prebiehala atraktívna a intenzívna sprievodná aktivita na sociálnych sieťach – zverejňovanie fotiek, videí a krátkych príbehov z priebehu famtripu, čo u publika zaznamenalo úspech.

- Instagram: 9 578 Instagram impresií a 65 zverejnených videí a fotiek
- Facebook: 754 reakcií na Bratislava MICE profile; 19 postov počas 3 dní v reálnom čase; 6 zverejnených videí
- Twitter: 9600 impresií; 14 tweetov; 52 likes;
- LinkedIn: 2 posty, 366 pozretí videa, 16 likes

Po ukončení fam tripu prebieha aktívna komunikácia BCB s účastníkmi s cieľom získať od nich spätnú väzbu na priebeh fam tripu a najmä na dojem, ktorý v nich Bratislava ako destinácia vhodná na incentívu zanechala. Získané výstupy potvrdili veľmi pozitívny dojem účastníkov tak z organizácie a priebehu fam tripu, ako aj z Bratislavy. Všetci zúčastnení by ju odporučili ako vhodnú incentívnu destináciu. Náklady spojené s organizáciou fam tripu zahŕňali ubytovanie a letenky účastníkov a náklady na agentúru zabezpečujúcu komplexný program vrátane transferov, prenájmu priestorov, návštevy vybraných atrakcií, prezentácie regionálnej gastronómie.

Fam trip pre incentívne agentúry z Európy „Bratislava Beyond Expectations“ (24. – 26. 10. 2019):



Vzhľadom na veľký úspech letného (augustového) fam tripu, zorganizovala BTB aj jesenný fam trip so zameraním na európske incentívne agentúry. Program fam tripu bol navrhnutý a odsúhlasený MICE komorou BTB. Vzhľadom na komplexnosť programu bola obstaraná agentúra na komplexné zabezpečenie organizácie fam tripu, ktorého sa zúčastnilo 8 zástupcov agentúr z 5 krajín (Nemecko, Rusko, Francúzsko, Švajčiarsko, UK). Vzhľadom na organizačnú a logistickú náročnosť, bola vysúťažená spoločnosť na komplexné zabezpečenie fam tripu vrátane transferov aj profesionálnej fotodokumentácie. Program zahŕňal v deň príchodu prehliadku historického centra mesta s návštevou Galérie Nedbalka, večeru a stretnutie so zástupcami BTB a členskou MICE základňou. Nasledujúci deň si účastníci prezreli automobilovú fabriku

VW, absolvovali obed v UFO reštaurácii, prehliadku centra v historickom vláčiku a následne prehliadku vinárskej a vinohradníckej tradície v Malokarpatskom regióne (Malokarpatské múzeum v Pezinku, vinárstvo Elesko, Zámok Šimák). Posledný deň fam tripu zahŕňal tzv. networkingové raňajky so zástupcami kongresového sektoru v Bratislave (predstavitelia členskej základne BTB, prevažne MICE komora).

Podpora atraktivít v segmente leisure

Dôležitou súčasťou prístupu tourist boardov/DMOs k budovaniu povedomia o destinácii a k jej propagovaniu patrí organizovanie poznávacích ciest (inšpekčných ciest, infociest, presstripov, študijných ciest, famtripov) pre segment leisure. Ich cieľom je zviditeľniť a spropagovať destináciu tak, aby sa účastníkom týchto ciest ponúkol výnimočný zážitok a osobná skúsenosť s destináciou. Následný mediálny výstup tak pôsobí autenticky a vierohodne, a preto má potenciál prilákať do destinácie nových návštevníkov. Ide aj o pozitívny referenčný efekt destinácie, šírenie dobrého mena a reputácie (najmä v prípade oficiálnych návštev a pozvaných hostí v rámci spoluorganizovaných podujatí, kedy nejde primárne o zástupcov médií).



V rámci tejto skupiny majú čoraz väčší vplyv na cieľové publikum tzv. influenceri. Ide o blogerov a vloggerov, ktorí – ako vyplýva z anglického slova „influence = vplývať, ovplyvňovať“ – ovplyvňujú publikum svojím pôsobením, názormi a mediálnymi výstupmi. Ich cieľovou skupinou sú najmä mladí ľudia, ktorí pred tradičnými médiami uprednostňujú nové formy získavania informácií (videá, sociálne siete, blogy). Z hľadiska cestovného ruchu Bratislavy sú relevantní najmä tzv. travel blogeri a vlogeri zameriavajúci sa na cestovanie. Títo influenceri pôsobia v online prostredí, ktoré je nesmierne účinným, bezbariérovým a atraktívnym nástrojom šírenia informácií. BTB to chce maximálnej miere využiť, a preto v roku 2019 intenzívne spolupracovalo s mnohými populárnymi blogermi a vloggermi z celého sveta, ktorí širili povedomie o Bratislave medzi svojimi sledovateľmi. Oslovenia k spolupráci prichádzajú buď zo strany zástupcov médií/blogerov, vloggerov, CK a CA, alebo BTB cielene oslovuje tieto skupiny s ohľadom na získané kontakty z absolvovaných veľtrhov, výstav a prezentácií v zahraničí. BTB pravidelne reaguje na početné žiadosti o partnerskú spoluprácu a zapojenie sa do organizovania podpory atraktivít destinácie. K hlavným partnerom v rámci spolupráce patrí: MDV SR vrátane zahraničných zastúpení CR, Hl. mesto SR Bratislava a jeho mestské inštitúcie, MZVaEZ SR, ako aj členské subjekty a vybrané medzinárodné súkromné spoločnosti pôsobiace v cestovnom ruchu (letecké spoločnosti, rezervačné portály a pod.).

V roku 2019 prebehli aj špecifické presstripy a infocesty spojené s významnými podujatiami, projektmi a udalosťami v Bratislave. BTB zabezpečila infocesty pre médiá, delegátov a pozvaných hostí v rámci: MS v ľadovom hokeji, World Music Festival, ČSOB Marathon, ITF Slovakiatour, Sharpe festival a iné.

Tabuľka č. 14: Presstripy v oblasti leisure

Termín	Krajina	Meno/názov	Počet osôb	Plnenie	Partneri
3-5.2.2019	Chorvátsko	FIJET Croatia	1	ubytovanie	FIJET
27.2.-1.3.2019	Španielsko	chiclice.com	2	BC	
16.04.2019	Thajsko	Thajská televízia	15	sprievodca	
11-14.5.2019	USA	Ben Walker (fotograf)	2	BC, ubytovanie, prezentácia regionálnej gastronómie	
10-14.6.2019	Nórsko	Nórske blogerky Travelletters	2	BC, ubytovanie	
6-9.5.2019	Brazília	Glaubew	2	BC	
6-7.7.2019	Brazília	Renata Campos	1	BC	
18.05.2019	Brazília	Over100Cities	1	BC	
21-23.5.2019	Švédsko	Svenska Dagbladet	2	BC, sprievodca, ubytovanie	Veľvyslane ctvo SR, Štokholm
13-15.6.2019	Cyprus	Cyprus Airways	6	sprievodca, ubytovanie, prezentácia regionálnej gastronómie	Cyprus Airways, Visit Košice, BRT
15-17.7.2019	Rakúsko	Rakúska novinárka	2	BC, sprievodca, ubytovanie, prezentácia reg. gastronómie	MDV SR ZZ
23.05.2019	Rakúsko	Rakúsky novinár - Alexander Dirninger	1	prezentácia reg. gastronómie	
28.6.- 4.7.2019	Nemecko	Alpentourer	3	sprievodca, ubytovanie, prezentácia regionálnej gastronómie	MDV SR ZZ
4-7.7.2019	Francúzsko	Elise Pasquini a kol. (fotograf)	4	BC, ubytovanie	
22-23.2019, 26-27.7.2019	Rusko	AJAX	2	ubytovanie	MDV SR ZZ
10.07.2019	Európa	Pohoda festival (odborná verejnosť, novinári)	8	sprievodca, prezentácia regionálnej kuchyne	BRT
5-8.9.2019	USA	Passport Magazine	1	BC, ubytovanie	
11-12.8.2019	UK	The Guardian	4	BC	

7.–9.8.2019, 13.–14.8.2019	Taliansko	RAI 3 TV	3	ubytovanie, prezentácia reg. gastronómie	MDV SR
14-16.8.2019	Rusko	Ruský novinár a fotografka	2	BC	
13.08.2019	Nemecko	Deutschlandfunk	1	sprievodca	
14-15-8.2019	Slovinsko	Elle Slovenia	2	BC, prezentácia reg. gastronómie	
5-8.9.2019	Poľsko	Poľský novinár - Adam Gasior	1	BC, ubytovanie	MDV SR ZZ
13-15.9.2019	Maďarsko	Maďarskí novinári	5	sprievodca, ubytovanie, prezentácie reg. gastronómie, SND	MDV SR ZZ
24-26.9.2019	Česko	Pavla Apostolaki	1	ubytovanie, tematická prehliadka komunistickej Bratislavy, doprava	
26-29.9.2019	Európa	FIJET	10	ubytovanie, sprievodca, komplexný program (rýchločlny, historický vláčik, Danubiana, Majolika, Červený kameň, prezentácia reg. gastronómie a vinohradníctva ai.)	BRT
06.10.2019	Thajsko	Thai EUROPE 101	3	BC	
21.- 23.10.2019	Holandsko	Hi-Europe	1	BC, sprievodca	
5.-8.12.2019	Nemecko	Nemeckí novinári	3	sprievodca	MDV SR ZZ
23.11.2019	Portugalsko	Portugalskí novinári – Jornal Económico	2	prezentácia reg. gastronómie, doprava	



Tabuľka č. 15: Infocesty v oblasti leisure

Termín	Krajina	Meno/názov	Počet osôb	Plnenie	Partneri
24.-25.1.2019	Česko	Marie Zelená Design	2	ubytovanie	MDV SR ZZ
26.1.2019	Dánsko	Danish Export Association	30	sprievodca	MDV SR, MZVaEZ
23.-25.4.2019	Nemecko	Nemecká televízia	1	ubytovanie	
26.-28.4.2019	rôzne	Sharpe festival	50	ubytovanie, prehliadka mesta vláčikom	Sharpe festival
04.05.2019	Nemecko	DHBW Ravensburg	16	sprievodca	
5-8.5.2019	Taliansko/ Veľká Británia	ČSOB Marathon	2	ubytovanie	ČSOB Marathon
16.-20.6.2019	Nemecko	Nemecká televízia	3	ubytovanie	
23.05.2019	Maďarsko	Maďarská delegácia	6	prezentácia regionálnej gastronómie	MDV SR ZZ, BRT, Tatry-Spiš- Pieniny
11-14.8.2019	Čína	Shanghai Art Collection Museum	4	sprievodca, prezentácia reg. gastronómie	MKSR, MDV SR,MZVa EZSR
23-25.8.2019	Česko	Česká delegácia (ITF Slovakiatour)	6	ubytovanie	
24.9.2019	Slovensko	EUBA študenti	100	sprievodca	EUBA
25-29.9.2019	Európa	World Music Festival	18	ubytovanie	World Music Festival
25-27.9.2019	Slovinsko	Mojča Zlokarnik	1	doprava	GMBA
21-22.10.2019	Čína	Delegácia Shanghai	6	sprievodca	MKSR, MDV SR, MZVaEZS R
18-21.12.2019	USA	Garrett Stewart	2	BC	



Tabuľka č. 16: Famtripy v oblasti leisure

Termín	Krajina	Meno/názov	Počet osôb	Plnenie	Partneri
24-27.3.2019	Čína	Čínski touroperátori	6	sprievodca, ubytovanie, prezentácia reg. gastronómie	MDV SR MZVaEZ
19-20.9.2019	Rusko	Ruskí touroperátori	11	ubytovanie, sprievodca	MDV SR ZZ



Tabuľka č. 17: Blogeri a vlogeri

Termín	Krajina	Meno/názov	Počet osôb	Plnenie	Partneri
1-4.2.2019	Taliansko	saraexploratrice.it	2	BC	
1-3.2.2019	USA/UK	raynerenroute.com/raulerson girlstravel.com	2	BC	
22-25.2.2019	Taliansko	rivogliolabarbie.com	2	BC	
5-8.3.2019	UK	jenniferdurrans.com	2	BC	
9-13.3.2019	Poľsko	Alexandra Kaute, Klaudia Wisniowska	2	BC, sprievodca, ubytovanie, prezentácia regionálnej gastronómie	MDV SR ZZ
28.4.-1.5.2019	Grécko	s4sisterstyle.com	2	BC, ubytovanie	
10.05.2019	Španielsko	Un blog de Palo	2	BC	
1-2.6.2019	Nový Zéland/ Nemecko	Identity K - Kirsty Gordge	2	BC	
6-8.7.2019	Brazília	Rafael Mosna @rafaelmosna	1	BC	
18-23.8.2019	Španielsko	lacentenaria.com	2	BC	
18-20.9.2019	UK	firstclasslounge.net	2	BC	
21-23.8.2019	Španielsko	milviatges.com	3	BC	
10-11.9.2019	USA	trailingaway.com	2	BC	
16.09.2019	Rakúsko	imprintmytravel.com	1	BC	

2.-4.10.2019	USA	OutOfOffice.blog	2	BC	
12.- 14.12.2019	Gruzínsko a India	borntraveller_1	2	BC	
4.-6.10.2019	UK	TravelsByKatie	2	BC	
24.-26.9.2019	UK	Hoopla Adventures	2	BC	
29.11.- 5.12.2019	India	Photo Katha	1	BC	
10.- 15.11.2019	Brazília	casalwanderlust.com.br	2	BC	
28.- 30.10.2019	UK	janetmyersmedia.com	5	BC	
20.- 22.11.2019	Portuga- lsko	momentsofyugen.com	2	BC	
8.-10.12.2019	Argentína	ahivamos.info	2	BC	
7.-8.12.2019	USA	wanderlustonashoestring	3	BC	
14.12.2019	Taliansko	www.pietrolley.com	1	BC	



An aerial night photograph of a city. The central focus is a tall, modern glass skyscraper with many lit windows, reflecting the city lights. To its left is a large, modern building with a complex, angular facade. In the foreground, a wide road with a tram lane is visible, with a tram moving along it. The background shows a cityscape with various buildings and a hill with a tall tower in the distance. The sky is a deep blue, indicating twilight.

5. INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU

#infraštruktúra #zasobovanie #wifi #totemy

Realizácia aktivít spojených s rozvojom infraštruktúry je nevyhnutným faktorom, ktorý vplýva na návštevníkov Bratislavy, ktorí sa už pre jej návštevu rozhodli. Ide o veľmi širokú problematiku na ktorej rozvoji a údržbe má najvýraznejší podiel organizácia BTB a sama reflektuje najmä na prístup samospráv, a to magistrátu hlavného mesta spolu s mestskými časťami či Bratislavského samosprávneho kraja. Dopravná infraštruktúra v rámci príjazdov do destinácie je rozvinutá na kvalitatívne dostatočnej úrovni (letisko M.R. Štefánika, Letisko Schwechat, Dunaj, diaľnice zo ČR, RAK, SR), na ktorej financovaní sa podieľa výraznou mierou aj štát. Správa nadväzujúcejestskej hromadnej dopravy ako súčasti Bratislavskej integrovanej dopravy je založená na spolupráci samospráv mesta Bratislava a Bratislavského samosprávneho kraja spolu s Ministerstvom dopravy a výstavby SR. Adekvátnosť jej nastavenia (množstvo spojov, zrozumiteľnosť cestovného poriadku, nadväznosť liniek, kvalita dopravných prostriedkov, wifi na staniciach a v dopravných prostriedkoch, cenová politika atď.) je veľmi dôležitá tak pre presun domácich obyvateľov, ako aj návštevníkov okrem bežnej denne rutiny aj za produktami cestovného ruchu v centre mesta, do mestských častí či Bratislavského regiónu v rámci diverzifikácie ich pohybu a rozptylu. BTB do tohto systému vstupuje napríklad prostredníctvom zľavovej destinačnej karty Bratislava CARD – City and Region, ktorej držiteľia majú dopravu v meste a regióne bezplatnú. Tiež sa angažuje v optimalizácii celkového dopravného poriadku, aby mali návštevníci mesta čo najväčší komfort pri presunoch. Sekundárne je to spojené aj s predĺžením pobytu v destinácii, a teda a zvýšením príjmov samospráv a podnikateľov v oblasti cestovného ruchu.

Osobitou formou prístupu ku návštevníkom je informačná infraštruktúra vo forme zdieľania informácií na miestach najvýraznejšieho pohybu turistov v ubytovacích zariadeniach a u poskytovateľov služieb vo forme tlačенých materiálov ako aj na vstupných bodoch do destinácie cez dotykové informačné totemy. Taktiež na verejných priestranstvách prostredníctvom internetu a verejnej wifi siete. Tá sa stala jedným z najdôležitejších komunikačných kanálov BTB pre navigáciu turistov k produktom a atraktivitám Bratislavy. Jej rozvojom v počte uzlov v najbližšom období roku 2020 vysielajúcich wifi signál sa táto pozícia iba posilní a zintenzívni. Geolokačným nastavením obsahu tzv. „landing page“ po prihlásení sa do verejnej siete, by sa malo docieľiť okamžité zdieľanie tých najdôležitejších informácií o produktoch a atraktivitách v bezprostrednom okolí užívateľov

Cyklotrasy a cyklosčítače

Ďalšou nadväznou infraštruktúrou je sieť cyklotrás v meste a okolitom regióne. Mieru ich využitia dlhodobo monitoruje BTB pomocou cyklosčítačov, pričom na účely monitoringu zabezpečila aj servisné služby a údržbu nainštalovaných cyklistických sčítačov. Vedenie magistrátu spolu s občianskymi združeniami ako Cyklokoalícia pracujú intenzívne na doplnení počtu kilometrov relevantných cyklotrás a priestorov pre cykloturistov na verejných priestranstvách a zvýšení počtu cyklofriendly prevádzok poskytovateľov služieb (ubytovacích zariadení, reštaurácií atď.).

Projekt monitorovania frekvencie prechodu cyklistov a peších chodcov prostredníctvom inštalovaných cyklosčítačov prebieha od novembra 2014. Dva cyklosčítače sú umiestnené na strategických miestach: **Bratislavská hrádza – smer Berg** a **Viedenská cesta**. Poskytujú údaje o celkovom prejazde cyklistov v oboch smeroch, vrátane individuálnych údajov

o jednotlivých smeroch. Porovnanie rokov 2018 a 2019 dokumentuje stabilný vývoj a potešujúce čísla z hľadiska rozvoja cyklistiky v meste. Na hrádzi Berg evidovali v roku 2019 cyklosčítače 181 705 prejazdov, čo je iba 0,75 %-ný pokles v porovnaní s rokom 2018 spôsobený nepriaznivým počasím v máji 2019, ale stále výrazný nárast v porovnaní s rokmi 2015-2017. Štatistiky z Viedenskej cesty sú podobného charakteru. Počet prejazdov bol 376 462, čo je pokles o 4,81 % oproti minulému roku, avšak v marci 2019 paradoxne vzrástol počet prejazdov v porovnaní s rokom 2018 o 153,72 %. V konečnom dôsledku v porovnaní s rokmi 2015-2017 ide o výrazný nárast počtu prejazdov. Najsilnejšími mesiacmi v roku 2019 boli na oboch meraných lokalitách jún, júl a august.

Náklady na projekt zahŕňajú získavanie pravidelných štatistických dát, údržbu a kontrolu prístrojov priamo v teréne, ako i údržbu softvéru a jeho aktualizáciu.

Správa dotykových panelov v TIC



BTB prevádzkuje v priestoroch TIC Klobučnícka dva dotykové infopanely, ktoré poskytujú klientom TIC-u prehľadné a užitočné turistické informácie. Fungujú na princípe interaktívnych obrazoviek s prehľadným menu. Poskytované informácie sa zameriavajú na praktické okruhy typu: mestská hromadná doprava, ako sa kam dostať, otváracie hodiny, taxislužba, zmenáreň a pod., na informácie o dostupnosti turistických atrakcií, na výhody a možnosť kúpy BC karty, kalendár podujatí, top 10 Bratislava a pod. Celý systém je prepojený na aplikáciu Bratislava a na webový portál visitbratislava.com. S prevádzkou infopanelov súvisí neustála aktualizácia obsahu a údržba dotykových infopanelov, aby boli oba softvéry kompatibilné, čiže ten v paneloch, ako aj ten „tailor made“ pre BTB softvérové aplikácie. Pre technologický rozvoj bola v roku 2019 realizovaná nasledovná údržba softvéru/aplikácie:

- zabezpečenie možnosti úpravy dát v MAPPA CMS v časti „užitočné info“ a „Bratislava Card“ v slovenskom a anglickom jazyku,
- zabezpečenie transferu týchto dát do časti „užitočné info“ a „Bratislava Card“
- možnosť využitia deviateho (posledného) štvorca z výberu v aplikácii/softvéri v TIC, aby bol využiteľný pre dočasné promoakcie – vkladanie základných informácií.

Tretia obrazovka alebo infopanel slúži na zobrazovanie digitálnych plagátov, tak statických ako aj dynamických. Slúži na prezentáciu aktuálnych eventov v Bratislave, na prezentáciu/promo oficiálnej mestskej karty Bratislava Card, prezentáciu subjektov v cestovnom ruchu ako napr. Bratislava Region Tourism, BTS a pod.

Zabezpečenie služieb zásobovania v destinácii



V roku 2019 nadviazala BTB v úspešnej aktivite z roku 2018, kedy bol neustále sa zvyšujúci dopyt po informačno-propagačných materiáloch o Bratislave uspokojený službami zásobovania v destinácii. BTB prostredníctvom poskytovateľa uvedených služieb na pravidelnej báze, ako aj na základe individuálnych dopytov subjektov, doručuje propagačné materiály a brožúry na vyše 60 miest v destinácii, vrátane regiónu a prihraničných oblastí (napr. Schlosshof). Základnou aktivitou tejto služby bol rozvoz papierových propagačných materiálov do dvoch konkrétnych typov lokalít v pravidelných intervaloch. Frekvencia zásobovania miest je pravidelná a realizuje sa na dennej báze, s ohľadom na harmonogram prác, ako aj dopytov chýbajúcich materiálov. Miesta sú zásobované minimálne 1x mesačne (cca 20 lokalít), väčšina lokalít je zásobovaná 2x mesačne, Bratislavský hrad 3x mesačne, hlavné odbytká (TIC Klobočnická a Primaciálny palác) sú zásobované 8x mesačne. Okrem konkrétnych lokalít sa

ráta aj s *ad hoc* zásobovaním v zvislosti od aktuálnych potrieb a spoluorganizovaných projektov BTB:

- Lokalita typu 1: stojany BTB v lokalitách 1 až 25 (viď tabuľka č. 18 nižšie)
- Lokalita typu 2: hotely a ubytovacie zariadenia v lokalitách 26 až 58 (viď tabuľka č. 18 nižšie)
- *Ad hoc* rozvozy variabilne podľa aktuálnych potrieb BTB, rozvoz propagačných materiálov na MDV SR, MZV SR, na podujatia, ktoré sa konali v Bratislave ako napr. Korunovačné dni, Majstrovstvá sveta 2019 v ľadovom hokeji, Majstrovstvá Európy vo volejbale žien, Majstrovstvá sveta v karate, ČSOB Marathon Bratislava 2020, Korunovačný foto-video point, MICE-ové eventy BTB v Bratislave, Donaukonferenz v Šamoríne/X-Bionic, ITF Slovakiatour 2020, Veľká noc v BA, Vianočné trhy v BA, zásobovanie sezónneho TIC na Hviezdoslavovom námestí v BA a pod. Služba je zabezpečovaná na báze zmluvne dohodnutých podmienok s dodávateľom

Centrálny sklad propagačných materiálov bol v roku 2019 na **Uršulínskej ulici 6, Bratislava**. Priemerne sa denne rozviezlo cca 1500 ks propagačných materiálov. V rámci tejto služby boli zabezpečované všetky preberania propagačných materiálov na sklad, ich zdokumentovanie, denná evidencia. Zároveň boli podávané na týždennej báze informácie o stave skladových zásob. Dodávateľ tejto služby pravidelne komunikoval a mikromanažoval dodávanie propagačných materiálov z tlačiarne do skladu. Dodávateľ tejto služby ďalej zabezpečoval drobné nákupy do BTB, montáže infostánkov, infopultov a ich rozvoz do sezónnych TIC, drobnú údržbu v kanceláriách BTB.

Tabuľka č. 18: Lokality a periodicita rozvozov mesačne v roku 2019

Poradové číslo	Harmonogram mesačných rozvozov	Počet rozvozov /mesiac
1	Turistické informačné centrum, Klobučnícka ul.2, Bratislava	8
2	Hotel Altes Kloster	2
3	Galéria mesta Bratislavy, Mirbachov palác, Bratislava	2
4	Primaciálny palác, Bratislava	8
5	diaľničný hraničný prechod SK/AT	2
6	diaľničný hraničný prechod SK/CZ	2
7	diaľničný hraničný prechod SK/HU	2
8	Časopis InBA, Rudnayovo nám. 4, Bratislava	1
9	Twin city liner, pontón Huma, Rázusovo nábrežie, Bratislava	1
10	Galéria mesta Bratislavy Pálffyho palác, Bratislava	2
11	LOD kancelária, Fajnorovo nábrežie, Bratislava	2
12	SND - pokladňa - Nová budova SND, Pribinova 17, Bratislava	2
13	Galéria Danubiana, Vodné dielo Čunovo	1
14	Flora tour-kancelaria, Kúpeľná 27/6, Bratislava	2
15	Hrad-západná terasa, Bratislavský hrad	3
16	Foto-video point - Michalská veža, Michalská ul. -Bratislava	1
17	Schlosshof - Schloßhof 1, 2294 Schloßhof, Rakúsko	1
18	NH Gate One Hotel - Ambrušova 7, 821 04 Bratislava	2
19	Patio Hostel - Špitálska 2196/35, Bratislava	2
20	Botel Pressburg - Dvořákovo nábrežie, 811 02 Staré Mesto	2
21	Divoká voda - Čunovo	2
22	Národný salón vín - Radničná 577/1, 811 01 Staré Mesto	2
23	Blue Danube Tours - Vajanského nábrežie 7, 811 02 Bratislava	2
24	Staré Mesto - Propeler - Nám. Ľ. Štúra, Bratislava	1
25	Authentic Slovakia - Michalská 3 Bratislava 1 Bratislava 1, 811 01	2
26	Austria Trend Hotel Bratislava ****, Vysoká 2A, Bratislava	1
27	Sheraton Bratislava Hotel *****, Pribinova 12, Bratislava	2
28	Grand Hotel River Park, a Luxury Collection Hotel *****, Dvořákovo nábrežie 7528/6, BA	2
29	Hotel Radisson Blu Carlton ****, Hviezdoslavovo námestie 185/3, Bratislava	2
30	Hotel Bratislava ****, Seberíniho 1765/9, Bratislava	2
31	Hotel Crowne Plaza ****, Hodžovo námestie 568/2, Bratislava	2
32	Falkensteiner Hotel Bratislava ****, Pilárikova 7372/5, Bratislava	2
33	Hotel Plus*** Bratislava, Bulharská 1743/72, Bratislava	2
34	Hostel Blues, Špitálska 2205/2, Bratislava	2
35	Mama's Design & Boutique Hotel ****, Chorvátska 2701/2, Bratislava	2
36	Tulip House *****, Štúrova 15/10, Bratislava	2
37	Hotel Matyšák ***, Pražská 3745/15, Bratislava	2
38	Marrol's Boutique Hotel, Tobrucká 6953/4, Bratislava	1
39	Arcadia Hotel, Františkánska 424/3, Bratislava	1

40	Hotel Albrecht, Mudroňova 4237/82, Bratislava	1
41	Hotel Tatra, Námestie 1.mája 5 - Bratislava	2
42	Hotel Apollo, Dulovo nám. 1, Bratislava	1
43	Mercure Bratislava Centrum Hotel, Žabotova ul. 2, Bratislava	1
44	Hotel Gate One Bratislava, Ambrušova ul. 7, Bratislava	2
45	Danubia Gate, Dunajská 2314/26, Bratislava	1
46	Loft Hotel Bratislava, Štefánikova 864/4, Bratislava	1
47	Skaritz Hotel&Residence, Michalská 382/4	1
48	Hotel Devín, Riečna 4, Bratislava	2
49	Holiday Inn Bratislava, Bajkalská 748/25A, Bratislava	2
50	Hotel Avance, Medená 7426/9	2
51	Lindner Hotel Gallery Central, Metodova 4, Bratislava	1
52	Hotel Saffron, Radlinského 27, Bratislava	2
53	Art Hotel William, Laurinská 17, Bratislava	1
54	Apart Hotel Virgo, Panenská ul., Bratislava	1
55	Mamaison Residence Sulekova Bratislava, Šulekova 1172/20, BA	1
56	Aston Business hotel, Bajkalská 715/22, Bratislava	1
57	DoubleTree by Hilton Hotel Bratislava, Trnavská cesta 27/A, BA	2
58	APLEND CITY Hotel Perugia, Zelená 1803/5, Bratislava	2
59	AD HOC rozvozy variabilne	12
60	Rozvozy Ministerstvá (MDV SR, MZV SR)	2
Spolu celkom:		123

Dotykové infopanely – totemy



Zámerom BTB bolo inštalovať na strategických miestach – vstupných bránach do mesta dotykové interaktívne infopanely, tzv. totemy. Dotykové totemy slúžia na vyhľadávanie praktických a užitočných informácií (napr. doprava, MHD, taxislužby, požičovne áut, zdravotnícke strediská, úschovne batožiny, ubytovanie, stravovanie, podujatia a pod.), zároveň prezentujú top ponuku a atraktivity Bratislavy, možnosti trávenia voľného času, ako aj informácie o turistickej zľavovej karte Bratislava CARD – City & Region. Informácie na totemoch sú dostupné v slovenskom, anglickom a nemeckom jazyku. Celkovo sú osadené spolu 4 totemy: 2 na letisku M. R. Štefánika v Bratislave, 1 totem na Hlavnej železničnej stanici a 1 totem na Bratislavskom hrade pri vstupe do múzea. Obsah totemov je prispôsobený lokalite ich osadenia,

návštevník si nájde informácie o dopravných spojeniach z daného miesta, najbližšie lekárne a ďalšie služby občianskej vybavenosti, najbližšie atraktivity vzťahujúce sa k danej lokalite.

Bežné výdavky požadované na zabezpečenie projektu zahŕňajú najmä náklady na prenájom plochy na letisku. Okrem prenájmu priestorov sú bežné výdavky určené na správu, údržbu prístrojov, aktualizáciu obsahu, výjazdy a kontrolu zariadení, grafické práce súvisiace s aktualizáciou obsahu. BTB na mesačnej báze získava štatistiky využitia totemov. Štatistiky sledujú počet otvorených stránok, vrátane návštevnosti jednotlivých tematických sekcií. V roku 2019 evidujeme za všetky totemy spolu 22 738 otvorených stránok. Tu sme zaznamenali oproti roku 2018 až 44 %-ný nárast používania podstránok, čo svedčí o udržateľnosti a účelnosti vynaložených zdrojov pre informovanosť prichádzajúcich návštevníkov. Najobľúbenejšie a najčastejšie otvárané stránky sú tie, ktoré poskytujú informácie o mieste, kde je totem umiestnený (letisko, hl. železničná stanica, Bratislavský hrad). Nasledujú otvorenia mobilnej aplikácie BTB, doprava a užitočné čísla. K často vyhľadávaným sekciám patrí aj Bratislava CARD a všeobecné informácie o destinácii (počasie a pod.).

Tabuľka č. 19: Porovnanie počtu otvorených stránok za roky 2018 a 2019

Totemy	Celkový počet otvorených stránok za rok 2018	Celkový počet otvorených stránok za rok 2019	Nárast v %
Spolu	15 773	22 738	44,16

SMART Infraštruktúra – verejná wifi sieť



Cieľom projektu je zabezpečiť kvalitnú turistickú infraštruktúru, aktuálnosť poskytovaných informácií, propagáciu produktov a podujatí cestovného ruchu a ďalších atraktivít a služieb, vrátane turistickej karty Bratislava CARD, obyvateľom a návštevníkom mesta. Projekt realizuje BTB v spolupráci s Hl. mestom SR Bratislavou a spoločnosťou O2. Hlavným cieľom projektu je poskytovať **bezplatné pripojenie na internet v centre mesta**. Pripojenie je možné vďaka 13 uzlom lokalizovaným v jednotlivých častiach centra mesta. Projekt spĺňa podmienky platnej európskej legislatívy v zmysle tzv. GDPR. V budúcnosti sa plánuje uplatniť ešte geolokačný princíp, vďaka ktorému budú poskytované konkrétne informácie o lokalite a pamiatkach v okolí na základe miesta pripojenia. Podobne bol obsah upravený už počas hokejového šampionátu, kedy po prihlásení sa do WiFi siete mali užívatelia k dispozícii informácie o Majstrovstvách sveta v ľadovom hokeji. Rozšírenie v roku 2020 predpokladáme v minimálne 6 uzloch, ktoré budú

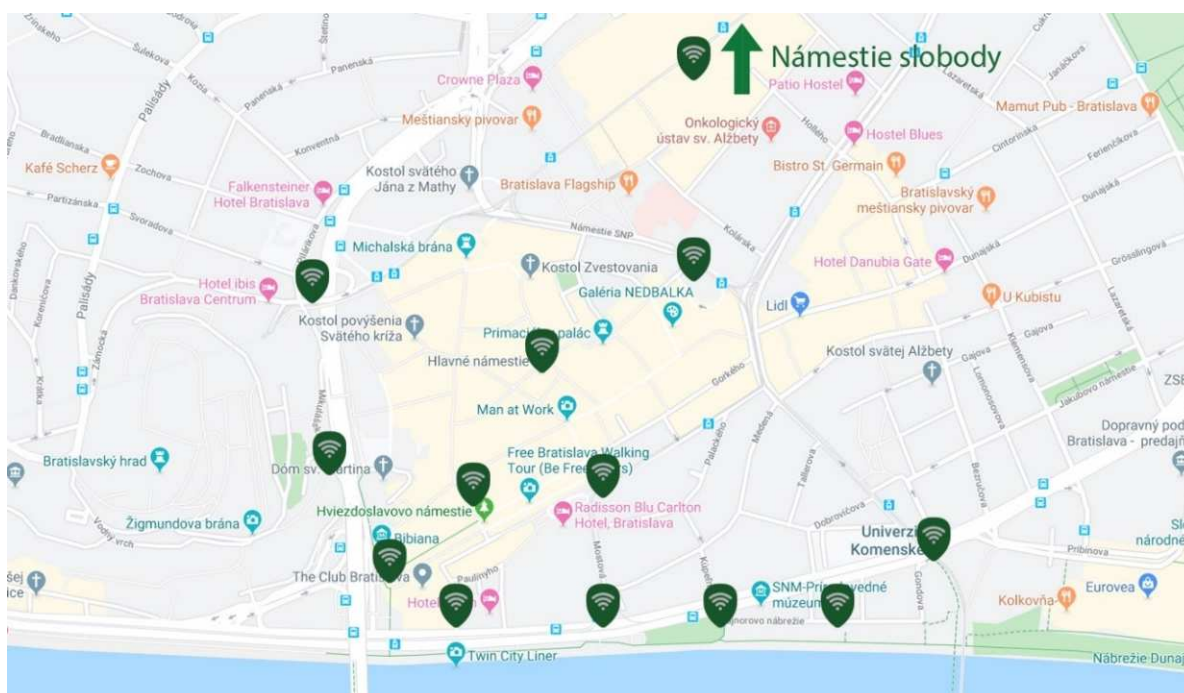
lokalizované v širšom centre okolo Obchodnej ulice, resp. smerom na Michalskú bránu a okolie Hodžovho námestia.

Oblasti, ktoré BTB v rámci projektu zabezpečuje:

- stály prístup a administráciu/úpravu obsahu prístupového portálu MAXIFI
- správu a vizuál obsahovej časti všetkých stránok prístupového portálu MAXIFI
- prístup a vyhodnocovanie štatistických a iných informácií portálu a ich využitie v súlade s platnou legislatívou týkajúcou sa ochrany osobných údajov GDPR,
- správa a dopĺňanie/modifikáciu dotazníka pri prihlasovaní - sledovanie spotrebiteľského správania v destinácii,
- využitie všetkých funkcionalít prístupového portálu MAXIFI, ktorými disponuje Hlavné mesto v zmysle zmluvy WIFI, s možnosťou úpravy obsahového zobrazenia podľa lokality, kde sa dotýčný užívateľ pripája,
- prezentáciu produktov cestovného ruchu, členov BTB, BC karty, tiež lokálnych/komerčných prevádzok ponúkajúcich služby v oblasti cestovného ruchu prostredníctvom prístupového portálu MAXIFI a všetkých jeho stránok,
- stanovenie a vizualizáciu podľa obdobia a aktuálnej potreby pre „landing page“ po prihlásení prostredníctvom prístupového portálu MAXIFI a to konkrétne www.visitbratislava.com - landing page (stránka, na ktorú sa ako prvú dostane užívateľ),
- pomenovanie a marketing verejnej Wifi siete: názov siete „VisitBratislava“.

Projekt od spustenia v roku 2018 do konca decembra zaznamenal takmer 345 tisíc registrácií. Počet nových registrácií v roku 2019 bolo viac ako 175 tisíc, počet všetkých prihlásení (login) počas roka 2019 bol 1.3 milióna. Počas roka 2019 bolo 13 uzlov pre pripojenie k wifi VisitBratislava (konkrétne lokality sú vyznačené na mape).

Mapa uzlov



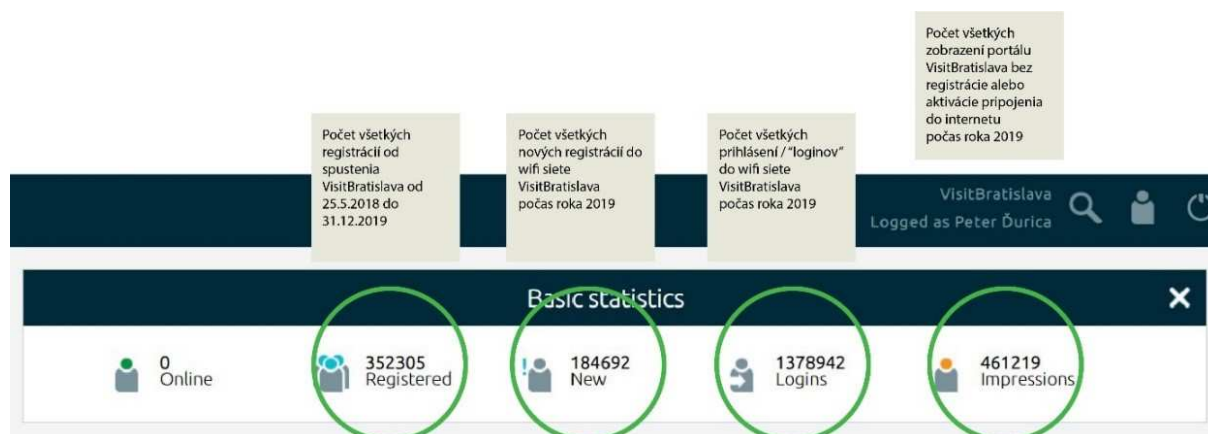
Na pripojenie k wifi sieti VisitBratislava nie je nutné zadávať žiadne osobné údaje, používateľ len potvrdí súhlas so Všeobecnými obchodnými podmienkami. Pri registrácii je možné vyplniť dobrovoľný anonymný dotazník. V systéme je zaevidovaná len MAC adresa zariadenia. Tento režim platí od 25.5.2018, kedy GDPR vstúpilo do platnosti. Proces registrácie resp. pripájania (ak je už užívateľ registrovaný) končí na stránke www.visitbratislava.com na podstránke /top10.

- súčasná kapacita: download **40 Mbps**, upload **10 Mbps**
- počet registrácie jedinečných zariadení v roku 2019: **184 692**

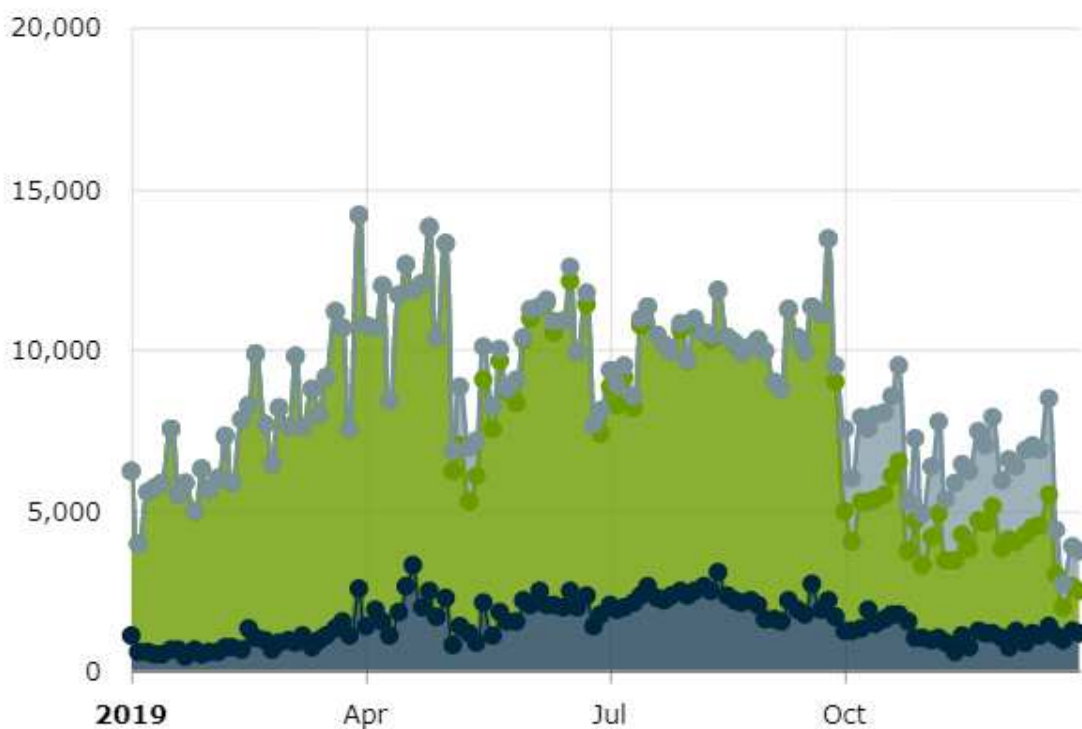
Graf č. 8: Nárast registrácii jedinečných zariadení v roku 2019



Graf č. 9: Štatistika návštevnosti (údaje z ovládacieho portálu MAXIFI)



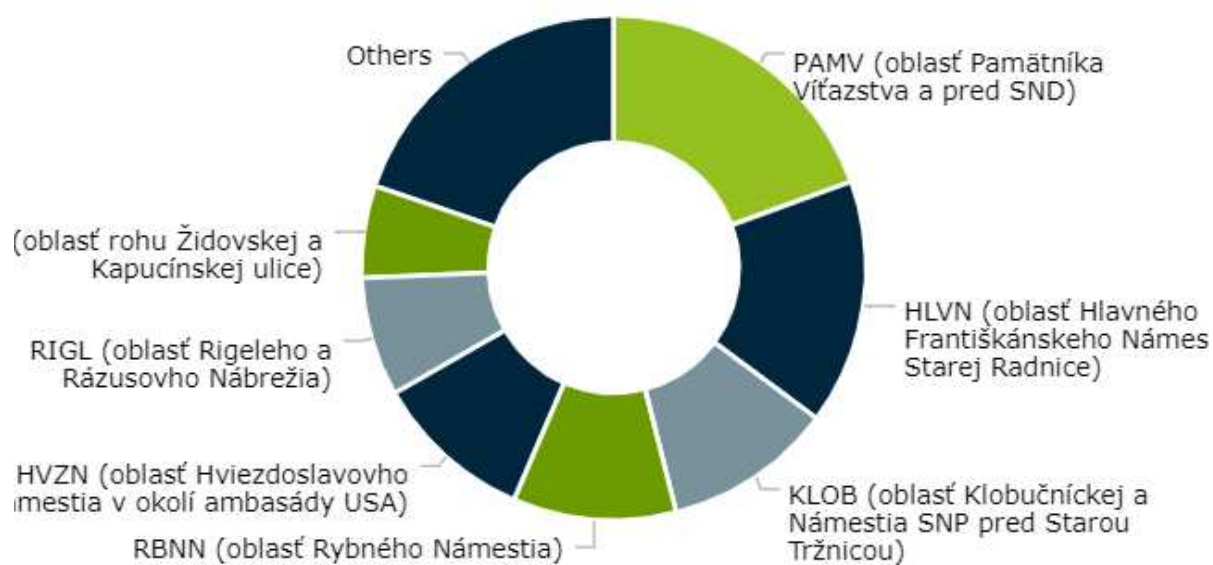
Graf č. 10: Prehľad nových zariadení a ich návratov do siete



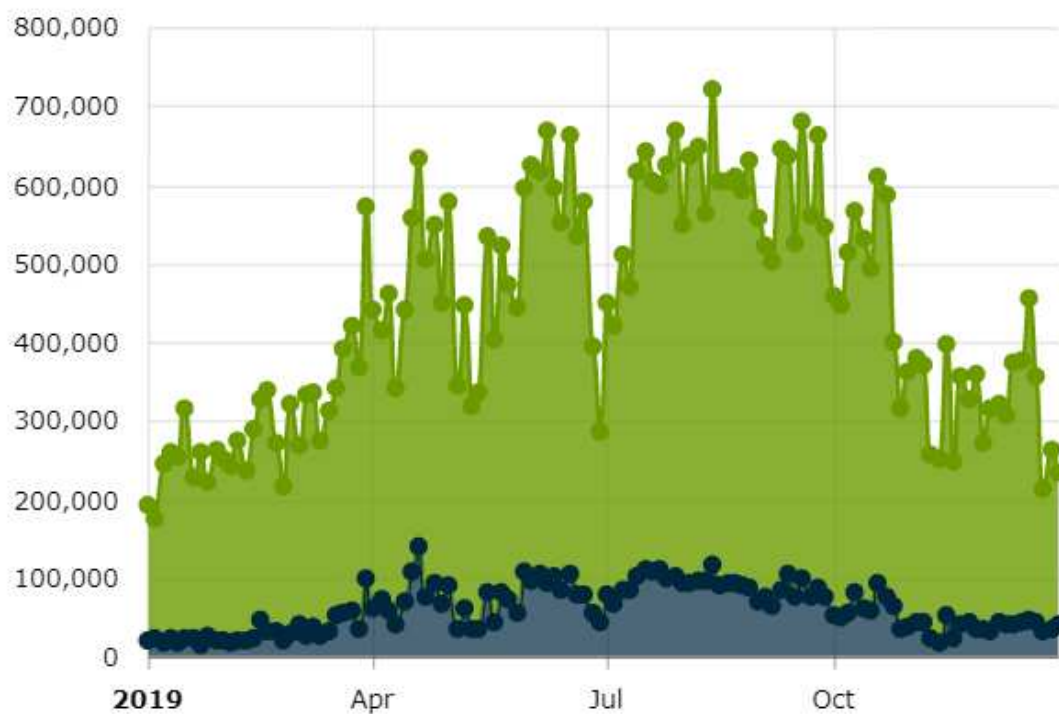
Graf č. 11: Využitie lokalít/uzlov

Name	Device count	Registration count	Spent time	Transferred data ▲	Maximum	Average
NSLO (oblasť parku Námestia Slobody)	3	3020	58.71 days	152,2 GB	2,01 GB	10.17 MB
ZIDO (oblasť Židovskej ulice pri dobrom pastierovi)	2	6838	90.99 days	273,91 GB	2,08 GB	4.46 MB
SAFK (oblasť Šafárikovho Námestia pri UK)	3	5910	114.66 days	287,2 GB	2,04 GB	4.82 MB
OSPR (oblasť Osobného prístavu a pred SNM)	3	4443	89.98 days	397,7 GB	2,55 GB	9.71 MB
RIGL (oblasť Rigeleho a Rázusovho Nábřežia)	3	14114	155.05 days	657,66 GB	2,12 GB	7.29 MB
ZMCK (oblasť rohu Židovskej a Kapucínskej ulice)	3	10847	244.28 days	745,83 GB	2,72 GB	9.01 MB
RBNN (oblasť Rybného Námestia)	3	19259	224.94 days	764,08 GB	2,51 GB	6.26 MB
FJNN (oblasť Fajnorovho Nábřežia pred SPŠS)	2	6014	164.67 days	948,62 GB	2,33 GB	21.24 MB
NLST (oblasť Námestia Ľudovíta Štúra)	3	10202	170.05 days	1009,28 GB	2,28 GB	13.82 MB
HVZN (oblasť Hviezdoslavovho Námestia v okolí ambasády USA)	2	18918	335.04 days	1,01 TB	2,36 GB	10.7 MB
HIVN (oblasť Hlavného Námestia, Františkánskeho Námestia a Starej Radnice)	4	28948	450.23 days	1,21 TB	2,09 GB	8.56 MB
KLOB (oblasť Klobučníckej a Námestia SNP pred Starou Tržnicou)	3	20067	548.68 days	1,44 TB	2,15 GB	10.33 MB
PAMV (oblasť Pamätníka Víťazstva a pred SND)	3	35951	679.45 days	2,48 TB	2,33 GB	13.03 MB

Graf č. 12: Užívatelia podľa lokalít jednotlivých uzlov



Graf č. 13: Prenesené dáta (download aj upload) užívateľov v MB*



* špička na grafe je cez 700GB za 1 deň

Štatistika návštevnosti web stránky visitbratislava.com prostredníctvom wifi VisitBratislava od 1.1.2019 – 31.12.2019 (ako landing page)

- **222 268** unikátnych používateľov
- **85,85 %** bounce rate - (okamžitý odchod zo stránky – čím vyššie %, tým horšie)
- **19 sek** – priemerný čas strávený na našom webe

Landing Page	Acquisition			Behavior			Conversions		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration	Goal Conversion Rate	Goal Completions	Goal Value
	496,416 % of Total: 23.66% (2,072,090)	49.87% Avg for View: 68.19% (-26.87%)	247,550 % of Total: 7.52% (1,412,966)	85.77% Avg for View: 65.98% (29.99%)	1.16 Avg for View: 1.92 (-39.53%)	00:00:19 Avg for View: 00:00:29 (-79.18%)	0.00% Avg for View: 0.00% (0.00%)	0 % of Total: 0.00% (0)	€0.00 % of Total: 0.00% (€0.00)
1. /top-10-bratislava/	450,930 (90.84%)	49.29%	222,268 (89.79%)	85.85%	1.16	00:00:19	0.00%	0 (0.00%)	€0.00 (0.00%)

Analýza výsledkov z dobrovoľného dotazníka pri registrácii do verejnej wifi siete VisitBratislava:

Verejná wifi sieť VisitBratislava poskytuje wifi signál pre pripojenie do internetu v centre mesta Bratislavy. Uzlov, kde je možné sa k sieti pripojiť bolo funkčných v priebehu roka 2019 celkovo **13**. Dosah signálu je od 300 do 500 metrov, avšak v zastavanej časti mesta to môže byť menej (ide o tzv. rádiový tieň). Pri úvodnej registrácii do wifi siete VisitBratislava môže užívateľ **na báze dobrovoľnosti**, vyplniť dotazník, ktorý obsahuje 5 otázok:

1. Krajina pôvodu návštevníka,
2. Vek návštevníka (17-, 18-30, 31-45, 46-60, 61+),
3. Aký dlhý čas návštevník strávi/l v Bratislave (1 deň, 1 noc, 2 dni, 3 noci +, žijem tu),
4. Hodnotenie úrovne služieb v Bratislave (najlepšia, dobrá, stredná, zlá, najhoršia),
5. Dopravný prostriedok, ktorým sa turista dostal do Bratislavy (autobus, auto, bicykel, lietadlo, loď, vlak).

Analýza výsledkov z dotazníka bola spracovaná nasledovne:

Celková štatistická vzorka je **60 853** respondentov. Dáta z dotazníka boli zbierané v priebehu obdobia **24. 5. 2019 – 31. 12. 2019**, čiže nie celý kalendárny rok 2019. Táto vzorka je plne anonymná, nemožno priradiť žiadnu relevantnú osobnú informáciu ku konkrétnej osobe. Z tejto vzorky sú vylúčení obyvatelia Bratislavy a slovenskí návštevníci Bratislavy, z dôvodu nejednoznačnosti určenia jednej alebo druhej skupiny. Zo vzorky boli vylúčení aj užívatelia so slovenským operačným systémom zariadení pripájaných do wifi siete VisitBratislava. Zo vzorky boli vylúčení aj užívatelia, ktorí nevyplnili jednu alebo viac z otázok v dotazníku.

Zhrnutie: do tejto vzorky sú zahrnutí užívatelia registrovaní vo wifi sieti VisitBratislava v danom období, ktorí vyplnili dotazník kompletne, nie sú slovenskej štátnej príslušnosti a sú anonymní.

Spracované výsledky analýzy v tabuľkách

Štátna príslušnosť návštevníka Bratislavy, TOP 10

4 220	USA
3 393	Rakúsko
3 123	Nemecko
2 789	Rusko
2 544	Ukrajina
2 138	Brazília
1 842	Kanada
1 786	UK
1 762	Česká republika
1 743	Austrália

Vek návštevníkov Bratislavy:

60 853	Celkový počet kompletne vyplnených otázok + aj tie bez mailov, bez SK
5 457	17-
27 185	18-30
15 775	31-45
8 391	46-60
4 045	61+

Dĺžka pobytu návštevníka Bratislavy:

60 853	Celkový počet kompletne vyplnených otázok + aj tie bez mailov, bez SK
27 740	1 deň
7 809	1 noc
13 162	2 noci
12 042	3 noci+

Hodnotenie úrovne služieb v Bratislave:

60 853	Celkový počet kompletne vyplnených otázok + aj tie bez mailov, bez SK
24 161	Najlepšia
28 602	Dobrá
6 232	Stredná
1 010	Zlá
848	najhoršia

Spôsob dopravy do Bratislavy:

60 853	Celkový počet kompletne vyplnených otázok + aj tie bez mailov, bez SK
21 839	Autobus
12 364	Vlak
10 404	Auto
9 722	Lietadlo
5 395	loď
1 129	bicykel



6. ZAVEDENIE HODNOTIACEHO SYSTÉMU KVALITY SLUŽIEB

#hodnoteniekvality #dotaznik #analyza

V záujme zvyšovania kvality cestovného ruchu a účelného vynaloženia prostriedkov na skvalitnenie služieb je nevyhnutné poznať aktuálny stav služieb, ako aj dopyt a názor užívateľov na poskytované služby. Hodnotenie kvality služieb v cestovnom ruchu ide ruka v ruku s poskytovaním služieb, či už cez webové stránky, rezervačné portály alebo sociálne siete. Hodnotiace systémy sa okrem súkromnej sféry postupne etablujú aj vo verejnej sfére. Príkladom toho je napríklad širokospektrálny hodnotiaci systém Staffino, ktorý dnes už využívajú aj univerzity, finančná správa či rezort zdravotníctva. Celosvetovo známe platformy ako Airbnb, booking.com, Facebook, Google, Tripadvisor, hotels.com, Getyourguide, Viator a mnohé ďalšie zasa používajú svoje vlastné systémy hodnotenia, ktoré sú vzhľadom na obrovský počet užívateľov takpovediac globálneho významu. Avšak organizácie destinačného manažmentu, obzvlášť menšie, oblastné organizácie cestovného ruchu, akou je aj BTB, môžu sotva konkurovať takýmto veľkým hráčom na poli cestovného ruchu, pokiaľ ide o hodnotenie kvality služieb cez elektronické nástroje.

Napriek tomu BTB reaguje na potrebu hodnotenia kvality služieb a vynakladá nemalé úsilie na zavedenie a účinné prevádzkovanie efektívneho systému hodnotenia kvality služieb. BTB založila svoj vlastný systém hodnotenia služieb na poskytovaní verejnej wifi siete v centre mesta a v turistickom informačnom centre. Na základe týchto informácií získava BTB cenné údaje o návštevníkoch, s ktorými môže pracovať a ktoré môže poskytnúť aj svojim partnerom na účely zvyšovania kvality služieb v cestovnom ruchu. V záujme skvalitňovania a vylepšovania získavaných údajov organizácia BTB rozšírila moduly zariadenia, skvalitnila obsah v rámci jednotlivých jazykových mutácií a zabezpečila monitorovací systém v priestoroch TIC.

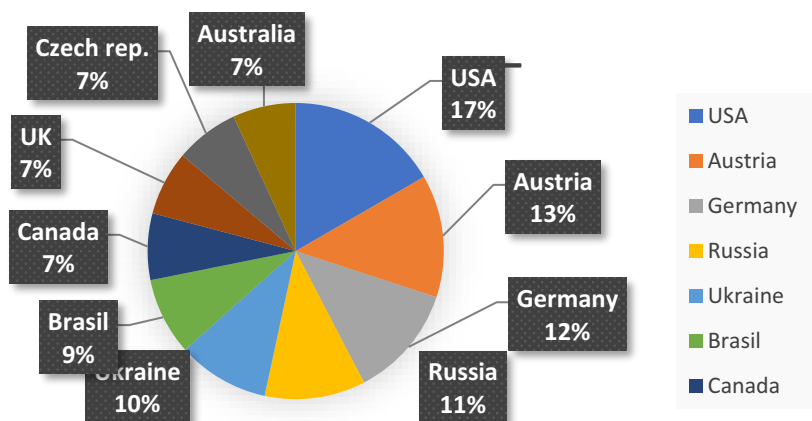
BTB sa finančne spolupodieľa na prevádzke a promovaní verejnej wifi siete VisitBratislava v centre mesta Bratislavy. Jedná sa o 13 „uzlov“ alebo vysielačov signálu na pripojenie k internetu. Viac informácií sa nachádza v časti Infraštruktúra CR. BTB spustila dňa 24.5.2019 do ostrej prevádzky **dobrovoľný** dotazník, ktorý môže užívateľ wifi siete pri úvodnej registrácii vyplniť. Dosah signálu je od 300 do 500 metrov, avšak v zastavanej časti mesta to môže byť menej, tzv. rádiový tieň. Pri úvodnej registrácii do wifi siete VisitBratislava môže užívateľ na dobrovoľnej báze vyplniť dotazník, ktorý obsahuje 5 otázok buď v slovenskom jazyku alebo v anglickom jazyku:

1. Krajina pôvodu návštevníka,
2. Vek návštevníka (17-, 18-30, 31-45, 46-60, 61+),
3. Aký dlhý čas návštevník strávi/l v Bratislave (1 deň, 1 noc, 2 dni, 3 noci + žijem tu),
4. Hodnotenie úrovne služieb v Bratislave (najlepšia, dobrá, stredná, zlá, najhoršia),
5. Dopravný prostriedok, ktorým sa turista dostal do Bratislavy (autobus, auto, bicykel, lietadlo, loď, vlak),

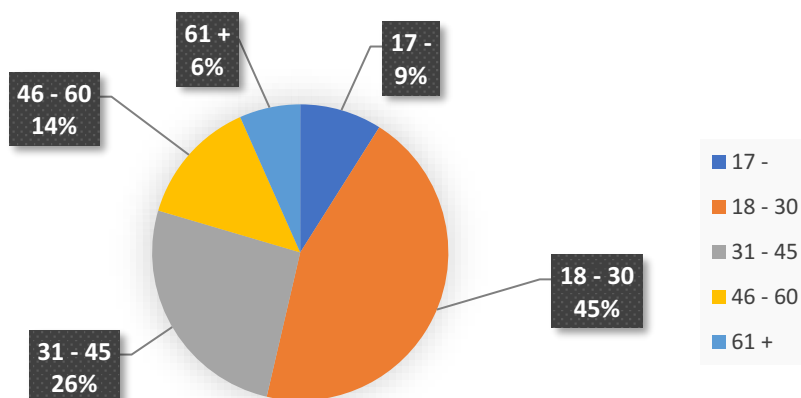
Štatistická vzorka pozostáva zo 60 853 osôb. Táto vzorka je plne anonymná, ide výlučne o zahraničných návštevníkov. Systémovo nie je možné priradiť žiadnu relevantnú osobnú informáciu ku konkrétnej osobe v rámci GDPR. Z tejto vzorky sú vylúčení obyvatelia Bratislavy a slovenskí návštevníci Bratislavy, z dôvodu nejednoznačnosti určenia jednej alebo druhej skupiny. Zo vzorky boli vylúčení aj užívatelia so slovenským operačným systémom zariadení pripájaných do wifi siete VisitBratislava, ako aj užívatelia, ktorí nevyplnili jednu alebo viac z otázok v dotazníku. Do výslednej vzorky sú zahrnutí užívatelia registrovaní vo wifi sieti VisitBratislava v danom období, ktorí vyplnili dotazník kompletne, nie sú slovenskej štátnej príslušnosti a sú anonymní.

Výsledky z dotazníka za obdobie 24.5.2019 – 31.12.2019 sú nasledovné:

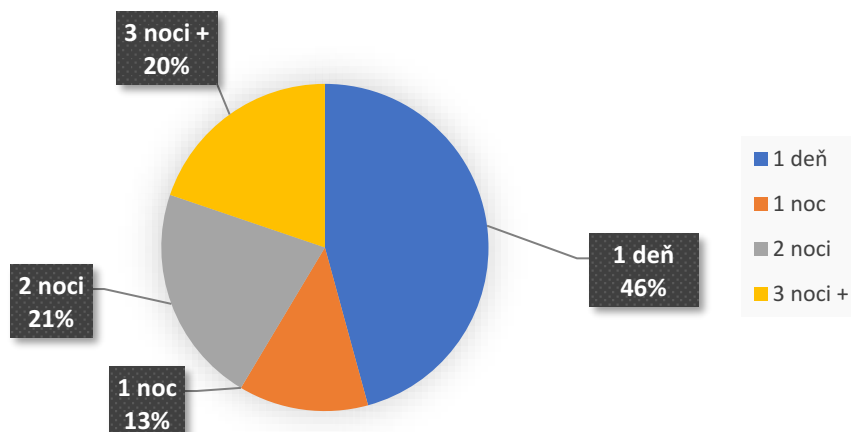
Krajina pôvodu:



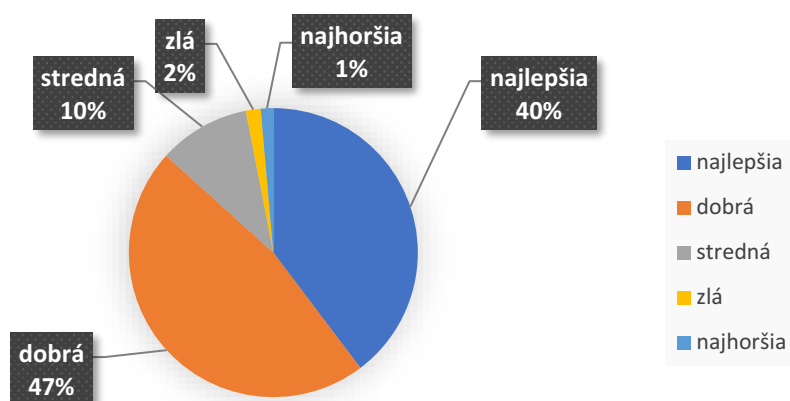
Vek návštevníkov:



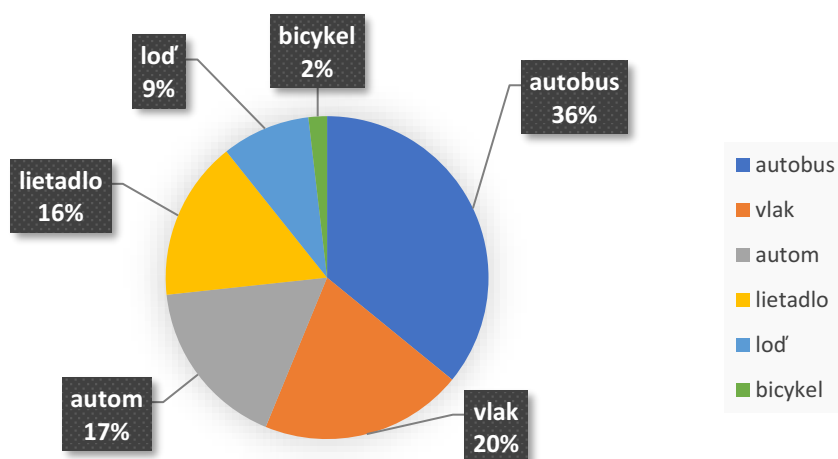
Dĺžka pobytu:



Hodnotenie úrovne služieb:



Spôsob dopravy do Bratislavy:



BTB zároveň poskytuje wifi signál v Turistickom informačnom centre na Klobučníckej ulici. Analyzované obdobie bolo obdobie od 1.1.2020 – 31.12. 2019 kedy pri prihlásení sa do wifi siete VisitBratislava v TIC musí návštevník vyplniť krátky dotazník ohľadom svojho pobytu. Zároveň je meraná hustota pohybu cez tzv. wifi šum, tzn. že je možné identifikovať návštevnosť v TIC počas otváracích hodín či mieru návštevnosti informačného centra vzhľadom na počet ľudí, ktorí prechádzajú okolo prevádzky. Vstupnými informáciami pre analýzu sú teda údaje poskytnuté návštevníkmi TIC prostredníctvom tzv. splash screenu (ako podmienka) pre pripojenie k wifi free signálu v TIC. Ide o:

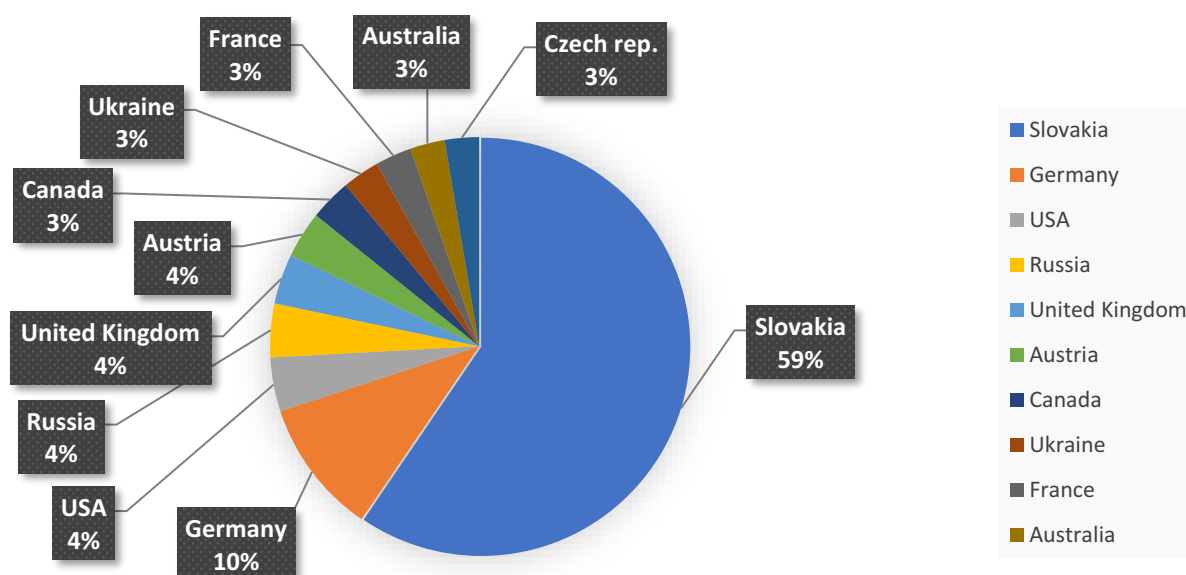
1. krajinu pôvodu
2. vekovú kategóriu (17-, 18-30, 31-45, 46-60, 61+)
3. dĺžka pobytu v BA (1 deň, 1 noc, 2 noci, 3+ noci)

Celkovo bolo počas roka zozbieraných 5516 prihlásení s kompletným vyplnením dotazníka, z toho Slovensko 2382 klientov a cudzinci 3134 osôb. Ďalšou sledovanou kategóriou bol wifi signál mobilných zariadení v TIC a v bezprostrednom okolí TIC.

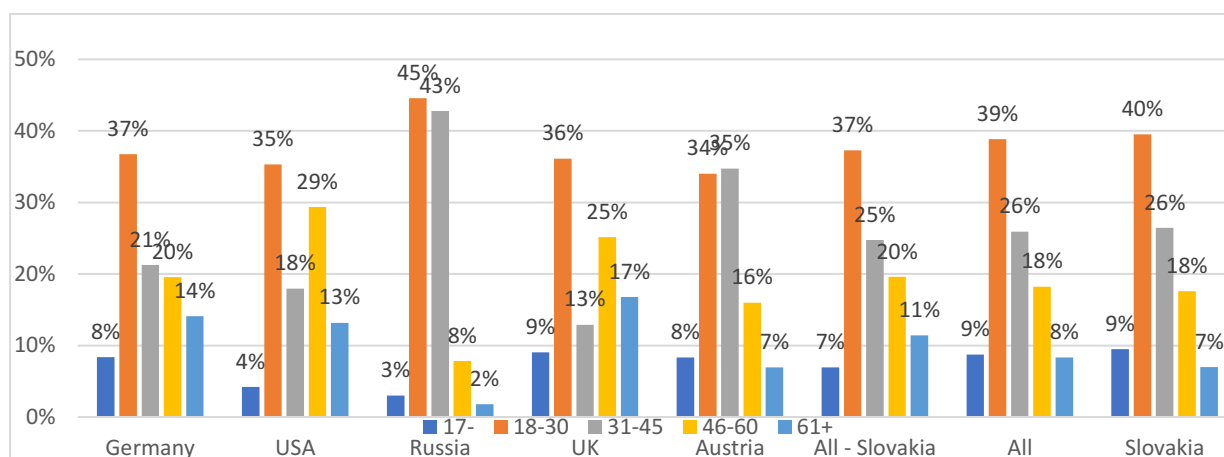
Výsledky analýzy

- Dominantnou skupinou zahraničných návštevníkov v TIC sú návštevníci z Nemecka, USA, UK: 46%
- Dominantnou skupinou z hľadiska veku je veková kategória 18-30, priemer: 39 % (informácia môže byť skreslená, keďže smartphone vlastní predovšetkým mladšie vekové kategórie),
- Najväčšia intenzita návštevnosti počas dňa je medzi 11:00 až 14:00,
- Priemerný čas strávený vo vnútri TIC je viac ako 12 min.
- Najväčšia Intenzita návštevnosti v dňoch počas týždňa: pondelok, utorok, sobota,
- Nárast návštevníkov z Ruska, Ukrajiny a Kanady v porovnaní s údajmi z 2018,
- Návštevníci UK (čiastočne Ruska) – vysoký podiel prenocovania 3+ noci,

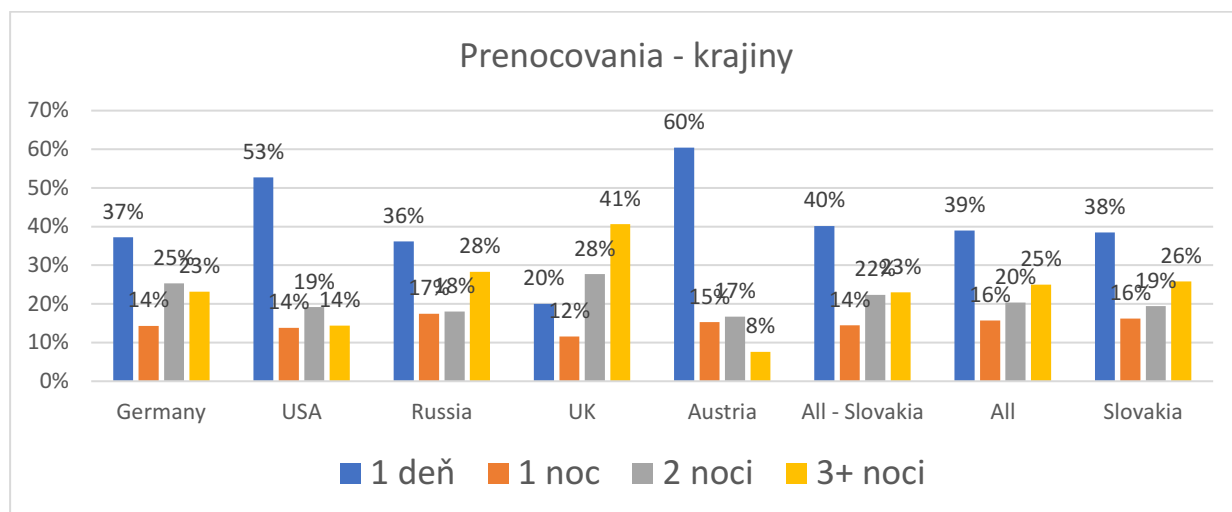
Krajina pôvodu:



Vek návštevníkov:



Dĺžka pobytu:



Návrhy

Zvýšiť dôraz na nemecký jazyk (kvôli návštevníkom z Nemecka, Rakúska) a portugalský jazyk kvôli návštevníkom z Brazílie a Portugalska. Wifi signál je prítiažlivý predovšetkým pre návštevníkov mimo Európy, pretože nevyužívajú dáta v rámci roamingu bez príplatkov (týka sa to predovšetkým návštevníkov zo Spojených štátov amerických, Ruska, Kanady a pod.).

Od 1.12.2019 boli spustené (s mesačnou skúšobnou lehotou) nasledujúce analytické nástroje cez tzv. 3D scanner a senzory na snímanie:

- Traffic people counting:
 - Prichádzajúci návštevníci
 - Odchádzajúci návštevníci
 - Zaľudnenosť
 - Distribúcia návštevnosti v čase
- Traffic – nová unikátna funkcionalita vo fáze testovania:
 - Rozoznávanie pohlavia pri vstupe do pobočky
 - Očistenie celkových návštev od návštev zamestnancov
 - Počet vstupov párov
 - Počet vstupov jednotlivcov
 - Okamžité odchody po vstupe do viditeľnosti senzora

V rámci zisťovania kvality a analýzy poskytovania služieb v TIC a v destinácii bol doplnený splash screen a povinný dotazník pri prihlásení sa do wifi o 2 otázky, týkajúce sa spokojnosti so službami v Bratislave:

- Ako ste spokojný so službami v cestovnom ruchu? (hodnotenie od 1 do 5)
- S ktorými službami ste najmenej spokojný v Bratislave? (výber z nasledovných: Doprava, Gastro, Informovanosť, Ľudský faktor/ochota, Nemá skúsenosť)

Zbieranie dát resp. odpovedí na tieto otázky je v plnej prevádzke od 1.1.2020. Vyhodnotenie týchto otázok je plánované v budúcom období, čiže za celý kalendárny rok 2020.



7. VZDELÁVACIE AKTIVITY

#vzdelavanie #seminare #workshopy #konferencie #meetingy #ECM

Aktivity v oblasti vzdelávania zamerané na skvalitnenie ľudského kapitálu v cestovnom ruchu a rozvoj destinácie zahŕňajú tak vzdelávanie a rozvoj zamestnancov BTB, členskej základne, partnerov BTB a stakeholderov, ako aj členstvo BTB v národných a medzinárodných organizáciách cestovného ruchu a aktivity s tým súvisiace a zasadnutia riadiacich orgánov organizácie. Dôležitou oblasťou je členstvo BTB v medzinárodných a národných organizáciách CR, hradené z členských zdrojov. Ide o organizácie na národnej úrovni a na medzinárodnej úrovni (najmä Danube Competence Center, European Cities Marketing, Society for Incentive Travel Excellence). Význam účasti na týchto vzdelávacích aktivitách je veľký najmä z hľadiska zdieľania know-how a príkladov dobrej praxe, získavania nových kontaktov a projektov spolupráce, presadzovania spoločných záujmov a priorít v diskusiách s relevantnými orgánmi, ale aj možnosti zúčastniť sa organizovaných vzdelávacích seminárov, konferencií workshopov.

Účasť na podujatiach organizovaných ECM

ECM Spring Meeting Edinburgh, Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska (13. – 16. 2. 2019)



Odborná konferencia s vyše 200 účastníkmi z 80 európskych miest tento rok bola zameraná na tému „Eventful cities“ – organizovanie podujatí v mestách, podujatia ako nástroj zlepšenia brandingu mesta a získania ekonomických benefitov (vytvára pracovné miesta a získava príjmy od návštevníkov) pre mestskú komunitu a celkový rozvoj mesta. Počas dvoch dní si účastníci mohli vypočuť vyše dvadsiatu prednášok, prezentácií, panelových diskusií predstaviteľov miest, DMO, medzinárodných

inštitúcií a organizátorov podujatí rôznych veľkosti a žánrov od kultúrnych festivalov cez politické, športové eventy až po vedecké a profesijné konferencie. Prednášajúci predstavili konkrétne podujatia, ich vývoj a ekonomické pozadie, pochválili sa s úspechmi, ale prezradili aj skúsenosti s prípadmi, keď sa niečo nepodarilo a podujatie nesplnilo svoje očakávané ciele a malo aj negatívne finančné dopady. Organizovanie podujatí je stále riskantný biznis, preto je dôležité čerpať inšpirácie nielen od organizátorov známych festivalov, ktoré prekročili hranice mesta a krajiny, ale aj lokálnych slávností. Hlavným posolstvom konferencie pre zúčastnených bolo: Vytvorte podujatie, ktoré posilní brand mesta takým spôsobom, aby bolo jasné, že toto podujatie sa môže uskutočniť jedine vo vašom meste a nikde inde, lebo sa zakladá na DNA mesta a zainteresovanosti miestnej komunity. Podujatie ako aj mesto má ponúkať návštevníkovi lokálnu autentickosť, personalizované a reálne zážitky a storytelling – príbehy. Náklady spojené s účasťou na konferencii zahŕňajú náklady na ubytovanie, dopravu, sprievodné cestovné náklady a účastnícky poplatok pre 2 osoby.

ECM Summer Conference Ľubľana, Slovinsko (5. – 8. 6. 2019)



BTB ako člen združenia European Cities Marketing (ECM) sa zúčastnil letného stretnutia európskych miest, ktoré bolo zároveň valným zhromaždením všetkých členov. Okrem iných dôležitých bodov programu prebehla aj voľba členov predsedníctva a tiež voľba nového prezidenta ECM. Ním sa stala Petra Stušek z organizácie Visit Ljubljana. Celé podujatie sa nieslo pod názvom „Tomorrow - Today“. Na podujatí sa okrem zástupcov množstva destinácií z Európy zúčastnili veľmi aktívne aj predstavitelia hostiteľského mesta vrátane primátora. Okrem vyše 25 prednášok a workshopov na tému budúcnosti a pozicioningu cestovného ruchu v mestách, boli odprezentované aj tzv. „best practices“ prístupy k budovaniu produktu CR ako aj spolupráci stakeholderov

ECM Summer School Londýn, Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska (24. – 28. 8. 2019)



33. ročník incentívneho vzdelávacieho programu pre mladých profesionálov v oblasti „meetings industry“, s praktickými úlohami a ukážkami, s odborným programom a prednáškami skúsených profesionálov v odbore. Účastníci v rámci úloh vypracujú programy pre konkrétne dopyty (RFPs) a následne ich interpretujú pred publikom, zúčastňujú sa interaktívnych panelových diskusií, workshopov, prednášok. Celkovo sa programu zúčastnilo 60 „študentov“

z 23 európskych krajín. Prednášajúci boli z rôznych oblastí: IMEX Group, CVB Dublin, CVB Londýn, CVB Vienna, ICCA atď. Účasť zamestnancov BTB na tejto letnej škole zaručuje prínos aktuálnych informácií poznatkov v meetings industry, pre Bratislava Convention Bureau, prispieva ku kvalite práce oddelení MICE a TIC, k získavaniu relevantných kontaktov nielen zo susedných štátov, ale aj z USA, Kanady a Južnej Afriky, poskytuje možnosť výmeny poznatkov, skúseností a situácií v iných CVB, transferu know-how a networkingu. Náklady spojené s účasťou na konferencii zahŕňajú náklady na ubytovanie, dopravu, sprievodné cestovné náklady a účastnícky poplatok pre 2 osoby.

TOURMIS Users Workshop Viedeň, Rakúsko (12. – 13. 9. 2019)



Podujatie bolo organizované European City Marketing (ECM), European Travel Commission (ETC) a MODUL University Vienna. 15 ročník tohto podujatia bol rozdelený do dvoch dní. Prvý deň bol zameraný na prácu s web aplikáciou TourMIS, ktorá slúži na zber a vyhodnocovanie štatistík návštevností turistov v turistických destináciách

a historických pamiatkach. Účastníci workshopu sa pod vedením profesora Karla Wöbera naučili ako vkladať údaje do systému TourMIS a ako využívať tento systém a jeho benchmarkingové prostriedky na vypracovanie prieskumov. Druhý deň bol zameraný na inovácie v plánovaní cestovného ruchu. Seminár bol zameraný na prezentáciu a diskusiu možných stratégií pri navrhovaní kapacity a kontroly turisticky vyhľadávaných lokalít. Kde sa využívali dáta o počte a pohybe turistov na určitom území, alebo v historickej pamiatke a boli prezentované rôzne riešenia reálnych krízových situácií, ktoré sa stali v minulých rokoch. Workshopu sa zúčastnilo viac ako 80 poslucháčov najmä predstavitelia mestských, celonárodných aj medzinárodných DMOs, ale aj spoločností pracujúcich v ubytovacích službách a cestovnom ruchu. Náklady spojené s účasťou zahŕňali registračný poplatok, cestovné, ubytovacie a sprievodné náklady.

ECM City Cards Meeting Valencia, Španielsko (3. – 4. 10. 2019)



BTB je členom pracovnej skupiny ECM City Cards, ktorá združuje v súčasnosti 39 európskych miest. BTB zastupuje v tejto pracovnej skupine ako projektový manažér produktu - vedúca TIC BTB. V roku 2019 sa konal už 8. ročník podujatia a zahŕňal aj prezentáciu nových členov – Janov, Rotterdam, Bled, Manchester. Hlavným cieľom stretnutia pracovnej skupiny ECM je zvyšovanie kvality destinačných produktov

mestskej (resp. regionálnej) karty a ich spoločná propagácia a podpora predaja prostredníctvom stránky „We love citycards“. Hlavnými témami tohto dvojdnového stretnutia boli digitálna karta ako najnovší trend vo vývoji turistických kariet a mestská karta určená pre rezidenta, ktorý je rovnako dôležitým „návštevníkom“ destinácie. Druhý deň stretnutia bol venovaný súhrnnej správe výkonov turistických kariet členských miest a v závere stretnutia mali účastníci možnosť participovať na 2 zo štyroch workshopov na témy: Predaj a distribúcia, Digitalizácia, Rozvoja produktu a Turistická karta pre začiatníkov. Tieto každoročné stretnutia predstavujú vynikajúcu platformu na zdieľanie príkladov dobrej praxe a výmenu skúseností. Sú neoceniteľným zdrojom inšpirácie pre rozvoj produktu v danej destinácii. Stretnutia sa každoročne konajú v inom členskom meste na základe súťaže o hostovanie tohto podujatia.

ECM TIC Experts Meeting Ghent, Belgicko (24. – 25. 10. 2019)



5. výročné stretnutie expertnej skupiny TIC ECM sa konalo za účasti 75 zástupcov TIC európskych miest a zástupcov Tel Aviv Global & Tourism, ktorí prezentovali prípravu mesta na usporiadanie Eurovízie v máji 2019 od samotného počiatku tohto podujatia, teda 9 mesiacov pred jeho konaním cez všetky prípravy. Súčasťou prezentácie bolo aj vyhodnotenie prínosu konania podujatia

takéhoto formátu pre celý región. Rovnako veľmi zaujímavá bola prezentácia Amsterdamu, ktorý má problém s overtourismom. Kompetentní začali dávať do svojich kampaní „odkazy“ tak pre cudzincov, ako aj pre obyvateľov mesta, aby si návštevníci mesta uvedomovali, že dodržiavaním pravidiel nenarušia bežný život rezidentom a zároveň si budú môcť vychutnávať autentického ducha mesta. Bol to zároveň signál pre domáчих, že predstaveným mesta na nich záleží, že chcú aby mesto zostalo živé, plniace všetky potreby svojich obyvateľov. Trochu viac dopredu myslí mesto Upsalla, budúcnosť cestovného ruchu vidí v nových technológiách. Svoje aktivity zameriava na skvalitňovanie webu, vytvára novú aplikáciu, ktorá pomôže návštevníkom mesta „užiť“ si výlet presne podľa svojich predstáv. Takisto ponúka služby mobilných informačných centier, tieto vysielajú na turisticky exponované miesta, ako napr. miesta konania koncertov, festivalov atď. Predstavili aj robotického pracovníka turistického informačného centra menom T. I. V závere podujatia predstavilo mesto Gent svoju politiku bezbariérovosti. Mestský architekt Bart Vermandere prezentoval, ako chcú v meste dosiahnuť takmer nulovú bezbariérovosť. Touto prezentáciou uviedol ďalší okruh prednášok a workshopov, ktoré boli zamerané na praktický nácvik situácií, s ktorými sa môžu pracovníci služieb v cestovnom ruchu stretnúť. Odborníci a zástupcovia zväzov hendikepovaných priblížili problematiku a špecifiká práce s osobami s poruchami autistického spektra, s osobami so zrakovým postihnutím, s poruchami sluchu, či s osobami s telesným znevýhodnením. Prezentovali najnovšie postupy zavádzané v oblasti CR, ktoré pomáhajú integrovať aj túto skupinu obyvateľov mesta. Po každej prezentácii prebiehali k danej téme diskusie za okrúhlymi stolmi, kde mali účastníci možnosť odprezentovať svojim kolegom postupy vo svojej destinácii a zároveň získať nové poznatky použiteľné pre rozvoj svojich destinácií.

ECM CEO Annual Meeting, Zürich (1. – 3. 12. 2019)



Výkonný riaditeľ BTB sa zúčastnil na základe pozvania na výročnom stretnutí riaditeľov DMO z európskych miest v Zürichu „Annual CEO Meeting“ za účasti riaditeľov tourist boardov z miest Viedeň, Madrid, Londýn, Paríž, Oslo, Berlín, Rím, Praha, Amsterdam, Hamburg, Ljubljana, Luxemburg, Barcelona, Štokholm, Helsinki, Tallin, Tbilisi a partnerom organizácie ECM. Na stretnutí sa dominantne

preberala téma udržateľného cestovného ruchu, ekológie v službách, príjmov miest z turizmu, nárastu kvality návštevníkov oproti kvantite atď. Z diskusie vyplynulo, že všetky významné európske destinácie zápasia s podobnými témami ako diverzifikácia návštevníkov na mimosezónnu, snaha o presun turistov mimo centra mesta, proaktívny vzťah lokálnych k téme cestovného ruchu, potreba zvyšovania príjmu samospráv z turizmu, kvalitatívny rozvoj produktu pre nicheové skupiny a pod. Účasť na stretnutí významne prispela k získaniu poznatkov a skúseností z manažmentu destinácií v meniacom sa prostredí.

ECM Digital Tourism Think Tank (DTTT) (4. – 5. 12. 2019)



Medzinárodné vzdelávacie podujatie, ktoré je zamerané na tému digitálneho marketingu a aktuálnych trendov v online priestore. Prednášajúci sú medzinárodne renomovaní odborníci v tejto oblasti, témy sa venujú najnovším inovatívnym prístupom k marketingu destinácií. DTTT v roku 2019 sa zameriavalo prioritne na udržateľnosť v cestovnom ruchu a ako ju pretaviť aj v marketingu a komunikácii destinácií, príkladom dobrej praxe vybraných destinácií (Helsinki, Island,

Faerské ostrovy, Lyon ai.), ako aj práci s dátami, ich zbieraním a vyhodnocovaním. Podujatia sa zúčastnili 2 zamestnanci BTB z oddelenia PR. Náklady spojené s podujatím zahŕňajú registračný poplatok, cestovné, ubytovacie a sprievodné náklady. Zamestnanci BTB budú mať k dispozícii prezentácie z podujatia, čo zvyšuje ich informovanosť o problematike.

Účasť na podujatiach organizovaných národnými organizáciami cestovného ruchu

Zasadnutie Správnej a Dozornej rady AICES, Nitra (6. 2. 2019)

Vedúca TIC BTB je predsedníčkou Dozornej rady AICES, ktorej členom je aj BTB. Hlavnou úlohou stretnutia bolo prerozdelenie úloh medzi členov správnej a dozornej rady vyplývajúcich z posledného valného zhromaždenia a plánu činnosti na rok 2019. Členovia správnej a dozornej rady sa zaoberali aj témou zabezpečenia školení pre členov AICES. Školenie by malo byť zamerané na zlepšenie efektívnosti činnosti TIC.

VI. kolokvium a valné zhromaždenie AICES (23. 10. 2019)



BTB je členom Asociácie informačných centier Slovenska (AICES) od jej vzniku v roku 1994. Asociácia v súčasnosti združuje 55 turistických informačných centier vrátane 4 mimoriadnych členov. Tohtoročnými partnermi podujatia boli Ministerstvo dopravy a výstavby SR, AquaCity Poprad a KAM po Česku. Organizáciu podujatia mala na starosti Mestská informačná kancelária v Poprade. Na stretnutí sa zúčastnili zástupcovia 39

informačných centier, čo je vyše 76 %-ná účasť. Program stretnutia bol rozdelený na dve samostatné časti: valné zhromaždenie a VI. kolokvium. Valné zhromaždenie jednohlasne schválilo ako plán činnosti, tak aj rozpočet na rok 2020. V závere stretnutia boli vyhlásené výsledky prvého ročníka súťaže popularity TIC 2019. Za BTB sa ho zúčastnila odborná referentka TIC.

Vzdelávacie aktivity pre zamestnancov, členov, partnerov BTB

Seminár „Manažérska komunikácia v praxi“



Ide o vzdelávací seminár v oblasti manažérskej komunikácie pre štatutárny orgán BTB (predseda predstavenstva). Náplňou semináru je rozvíjanie komunikačných zručností a kompetencií nevyhnutných v pozícii vrcholového manažéra. Potreba takto zameraného školenia vyplýva z podstaty a náplne práce riadiacich orgánov BTB – komunikácia s médiami, členmi a partnermi, vystupovanie na verejnosti, odborné diskusie na úrovni komisií hl.

mesta SR Bratislavy, mestského zastupiteľstva, valného zhromaždenia BTB a pod. Kurz vedený odborníkom bol v trvaní 10 stretnutí (60 min.) v termíne od 21.3. do 27.5.2019 a zahŕňal:

- Efektívna manažérska komunikácia
- Komunikácia s rôznymi typmi osobností
- Prezentovanie seba a značky organizácie
- Zvládanie stresových a konfliktných situácií v pracovnej komunikácii
- Neverbálna komunikácia
- Verejné prezentácie (vystupovanie pred publikom, prezentačné techniky)
- Kontakt s médiami (práca s hlasom, vystupovanie, správna intonácia a pod.)

European City Breaks Press Event, Rotterdam (30. 3. – 1. 4. 2019)



Podujatie je zamerané na prezentovanie destinácií blogerom, influencerom a novinárom z Holandska, ktorí sa venujú téme cestovanie, životný štýl, dovolenky a pod. Zástupcovia BTB si pre tento účel pripravili špecifické fotoprezentácie zamerané na konkrétne témy (kaviarne, reštaurácie, top lokálne miesta, šport a adrenalín v centre, najlepšie výhľady, nočný život). Súčasťou prezentácie bol aj formulár, ktorým sa účastník po vyplnení zaradil do zoznamu

uchádzačov o press trip v Bratislave. BTB vyplnením formulárov získalo cenné informácie o zameraní médií jednotlivých účastníkov press eventu a následne ich zaradilo do svojej databázy, s ktorou aktívne pracuje pri zasielaní newsletterov, vytvoreného obsahu, pozývaní na presstripy a pod. Počas jedného dňa absolvovali zástupcovia BTB vyše 20 stretnutí. Záujem

o Bratislavu bol veľký, obzvlášť v témach ako „zelená BA“, gastronómia – káva, víno, pivo, top pamiatky a i. Súčasťou prezentácie Bratislavy bola propagácia Bratislava Card.

Týždeň dobrovoľníctva (16. – 17. 9. 2019)



BTB sa aktívne zapojila do projektu „Týždeň dobrovoľníctva“, v rámci ktorého zorganizovala prednášku predsedu Slovenskej spoločnosti sprievodcov cestovného ruchu Mariána Bilačiča na tému „Ako sa stať úspešným sprievodcom CR“. Prednáška sa uskutočnila 16. 9. 2019 v Primaciálnom paláci a zúčastnilo sa jej okolo 20 poslucháčov. Nasledujúci deň, 17. 9. 2019, sa konala sprevádzaná prehliadka po centre Bratislavy.

Účastníci mali možnosť spoznať zákutia Bratislavy a dozvedieť sa mnohé zaujímavosti o meste. Celkovo prehliadku absolvovalo 21 účastníkov. Obe aktivity zároveň motivovali účastníkov zapojiť sa do programu „Tourist Angels“ – dobrovoľní informátori, projekt, ktorý robí BTB v spolupráci s Bratislavským dobrovoľníckym centrom (viac v kapitole Činnosť TIC).

Sprevádzané prehliadky s edukatívnym rozmerom



BTB zabezpečila v priebehu roka 2019 viaceré sprevádzané prehliadky Bratislavy, ktorých pridanou hodnotou bol edukatívny charakter. Išlo o prehliadku centra Bratislavy pre študentov študijného odboru Manažment cestovného ruchu Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity v Bratislave (24. 9. 2019). Študenti (cca 100 osôb) tak mali možnosť oboznámiť sa aj v praxi s povolaním sprievodcu cestovného ruchu. S cieľom sprístupňovať účasť na cestovnom ruchu aj zdravotne znevýhodneným účastníkom,

zabezpečila BTB v septembri 2019 sprevádzanú prehliadku pre Slovenský zväz nepočujúcich.

Svetový deň cestovného ruchu



TIC BTB si každoročne pripomína tento profesijný sviatok organizovaním vychádzok po meste, ktoré majú jednak budovať vzťah domáceho obyvateľa k návštevníkovi mesta, a jednak vzdelávať obyvateľa mesta a vytvárať u neho pocit spolupatričnosti s mestom a dianím v meste. V roku 2019 sme pripravili 6 tematických prehliadok, ktorých sa zúčastnilo 137 osôb. Tematická prehliadka

„Turistom v stredoveku“ sa konala 28. 9. 2019 a priviedla účastníkov do doby, keď Bratislava ako križovatka dvoch obchodných ciest bola centrom záujmu cudzincov, kupcov i pútnikov. Zodpovedala na otázky: Aké to bolo prísť do Bratislavy v stredoveku? Kto sem prichádzal, čo tu

hľadal, čo obdivoval? Tematická prehliadka „Slasti a strasti turistického sprievodcu“ sa konala 29. 9. 2019 a účastníci sa vďaka nej dozvedeli viac o práci sprievodcov CR. Prehliadka prezentovala kostoly a sobášne miesta v Bratislave.

Prednášky, osvetová a vzdelávacia činnosť

Prezentácia pre študentov z Tourismusschule HLTW13 Wien (16. 1. 2019)



BTB zabezpečila na základe dopytu od vzdelávacej inštitúcie odbornú prednášku o činnosti BTB a o turistických zaujímavostiach mesta pre cca 30 študentov odboru Marketing a manažmentu cestovného ruchu. Študenti prišli na poznávací študijný pobyt do Bratislavy v rámci predmetu „Manažment a marketing mestských destinácií“.

Erasmus Plus Welcome Week (4. 2. 2019 a 9. 9. 2019)



BTB zabezpečila prezentáciu top atraktivít Bratislavy pre študentov programu Erasmus plus na Ekonomickej univerzite v Bratislave pred letným aj zimným semestrom, celkovo pre cca 150 študentov. Okrem užitočných informácií dostali študenti k dispozícii informačné materiály a mapy Bratislavy, aby mohli počas svojho pobytu spoznať mesto a okolie čo najlepšie.

Prezentácia pre študentov z Fachhochschule Wien der WKW (22. 3. 2019)



Pedagógovia z FH Wien der WKW oslovili BTB k spolupráci počas študijného pobytu študentov v Bratislave. BTB zabezpečila pre 25 študentov prezentáciu svojej činnosti ako DMO a sprostredkovala študijnej skupine potrebné informácie k vypracovaniu zadaného projektu. Výstupom bola spracovaná analýza „Destination Image Analysis Bratislava“, ktorú má BTB

k dispozícii. BTB sa s inštitúciou dohodla aj na ďalšej spolupráci do budúceho roku.

Prezentácia pre študentov zo „Seeburg Castle Private University“ s pracoviskom vo Viedni (15. 4. 2019)

Na základe dopytu vzdelávacej inštitúcie pripravila BTB pre 30 študentov študijného programu „Manažment a marketing kultúrnych a športových podujatí“ prezentáciu činnosti BTB s dôrazom na organizáciu a spoluorganizáciu podujatí a prípravu MS v ľadovom hokeji 2019.

Exkurzia študentov v TIC Klobučnícka (6. 6. 2019)

Študenti 1. ročníka SOŠ J. A. Gagarina z Bernolákova navštívili Turistické informačné centrum. Zamestnanci im odprezentovali fungovanie TIC a nároky kladené na pracovníkov TIC.

Prezentácia činnosti BTB pre odbornú verejnosť zo Slovinska (3. 9. 2019) a Gruzínska (17. 10. 2019)

Zástupcovia vybraných destinačných organizácií a samospráv v Slovinsku absolvovali poznávací pobyt na Slovensku s cieľom výmeny know-how a best practices v manažmente CR. Stretli sa aj so zástupcami BTB a vymenili si poznatky a skúsenosti z praxe.

Prezentácia Bratislavy a BTB na workshope Crowns on Rivers (19. 11. 2019)

Projekt Vyšehradského fondu, do ktorého je zapojené Slovenské národné múzeum, expozícia Bratislavský hrad. Projekt Vyšehradského fondu prepája kultúrne pamiatky na Slovensku, v Maďarsku, Srbsku a v Poľsku. Účastníkom workshopu zástupca BTB prezentoval informácie o cestovnom ruchu v Bratislave a o aktivitách BTB.



Účasť na konferenciách, workshopoch a seminároch

Horeca Trend manažment 2019 (12. – 13. 3. 2019)

Odborná konferencia organizovaná pre profesionálov v cestovnom ruchu. Prednášajúci sú ľudia s dlhoročnými skúsenosťami z brandže, ale aj mladé talenty prinášajúce inovatívne pohľady a riešenia na manažment cestovného ruchu. Témami konferencie boli rekreačné poukazy na Slovensku, manažment ľudí v hotelierstve a reštauračných službách, technológie, trend top

hotely a reštaurácie a pod. Účasť na konferencii bola prínosná z hľadiska získania cenných poznatkov z praxe ako aj kontaktov.

Regionálna konferencia cestovného ruchu „Ponúka podnikanie v turizme lepšiu budúcnosť v našom kraji“, Pezinok (2. 10. 2019)



Konferencia organizovaná BSK, KOČR BRT, Slovenský dom Centrope. Zástupcovia BTB prezentovali na konferencii dva príspevky na témy: Ekonomický prínos cestovného ruchu pre Bratislavu a Kampaň „Zaži Bratislavu s Barbarou“. Ďalšie témy konferencie sa sústreďovali na nové podnikateľské príležitosti a pracovné miesta, ktoré turizmus vytvára.

Konferencia „Marketing that sells“, Pezinok (17. 10. 2019)



Program konferencie bol zameraný na aktuálne témy vo svete marketingu, najmä e-marketing, digitálny marketing, tvorba marketingových stratégií, využívanie sociálnych sietí, získanie a udržanie pozornosti zákazníka v online priestore a pod. Konferencie sa zúčastnili 2 zástupcovia BTB.

Konferencia „Cestovný ruch v konkurenčnom prostredí“, Banská Bystrica (7. 11. 2019)



Katedra cestovného ruchu a spoločného stravovania Ekonomickej fakulty UMB v Banskej Bystrici organizovala pri príležitosti osláv 55. výročia vzniku katedry odbornú konferenciu pre profesionálov v cestovnom ruchu. Program sa zameriaval na témy: Cestovný ruch v konkurenčnom prostredí, pričom v centre pozornosti bol destinačný manažment a marketing. Účastníci konferencie boli zástupcovia verejného sektora vrátane generálnej riaditeľky Sekcie cestovného ruchu na MDV SR, zástupcovia OCR na Slovensku, zástupcovia manažmentu viacerých komerčných subjektov poskytujúcich služby v CR, zástupcovia akademickej obce. Podujatie okrem odbornej stránky programu prispelo aj k nadviazaniu a rozšíreniu kontaktov medzi účastníkmi a k neformálnemu networkingu.

Poskytovanie stáží študentom, spolupráca so vzdelávacími inštitúciami na Slovensku

V priebehu roku 2019 absolvovali v BTB stáž študentka z francúzskej Université de Pau et des Pays de l'Adour v rozsahu 4 mesiace, pričom počas priebehu stáže pracovala na záverečnej práci s témou „Prístupná Bratislava“ pre zdravotne znevýhodnených, ktorú má BTB k dispozícii.

Na základe spolupráce s Univerzitou Konštantína Filozofa v Nitre pokračovala BTB v poskytovaní trojmesačnej stáže študentom Fakulty stredoeurópskych štúdií. Stáž v termíne marec – máj 2019 absolvovala študentka odboru „regionálny cestovný ruch“.

V zmysle spolupráce s Obchodnou fakultou Ekonomickej univerzity v Bratislave pracovalo 6 študentov odboru cestovný ruch na projekte „komunikačnej kampane pre Bratislavu v zmysle Marketingovej a komunikačnej stratégie Bratislavy na roky 2018 – 2022. Pod vedením pedagóga a zamestnancov BTB spracovali krátke prezentácie konceptov kampane pre Bratislavu. Aktivita prispela k rozvoju kreativity študentov, aj k rozvoju ich koncepčného a strategického myslenia a k pretaveniu teoretických poznatkov do praxe. Výsledky prezentovali študenti zástupcom BTB dňa 25. 4. 2019.

Zástupcovia BTB boli členmi odborných komisií pre obhajoby záverečných prác na Fakulte stredoeurópskych štúdií UKF v Nitre, ako aj na Obchodnej fakulte EU v Bratislave.

Networkingové pracovné stretnutie OOCR v regióne Liptov (19. – 21. 7. 2019)



Na základe pozvania od partnerskej OOCR na Slovensku Región Liptov, sa kolektív zamestnancov BTB zúčastnil vzdelávacieho a poznávacieho semináru v regióne Liptov. Cieľom stretnutia bola vzájomná výmena poznatkov a skúseností v oblasti destinačného manažmentu a marketingu, prezentácia jednotlivých organizácií, diskusia na tému rozvoja cestovného ruchu v regiónoch na Slovensku, porovnanie skúseností, výmena know-how a príkladov dobrej praxe. Zamestnanci BTB mali okrem odbornej časti semináru možnosť navštíviť vybrané atraktivity cestovného ruchu v regióne, vrátane absolvovania stretnutia so zástupcami týchto atraktivít, ktorí BTB bližšie priblížili svoju činnosť a fungovanie.

Letné Tourism X Games, Senec (6. 9. 2019)



Športovo – networkingové podujatie Tourism X Games organizuje agentúra Tourism X Games v spolupráci s partnermi – Czech Tourism, MDV SR a regionálnymi partnermi. Išlo už o 6. ročník hier, ktoré sú zamerané na spoločné stretnutie profesionálov pracujúcich v CR na Slovensku a v Česku. Cieľom podujatia bolo vytvoriť podmienky na lepšie poznanie kolegov z brandže, výmenu skúseností a zapojenie sa do teambuildingových aktivít, ktoré zábavnou formou budujú lepší pracovný kolektív.

Tím BTB zostavil dve súťažné družstvá, absolvoval všetky športové disciplíny a umiestnil sa na 3. a 21. mieste z 27 súťažných družstiev.



8. HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE

#hospodarenie #rozpocet #clenovia #organy #zamestnanci

Činnosť riadiacej a výkonnej zložky BTB

BTB hospodáril v roku 2019 s nasledovnými príjmami a výdavkami:

Tabuľka č. 20: Analýza príjmov a výdavkov BTB v roku 2019

Analýza príjmov a výdavkov BTB (v EUR)		
Príjmy (výnosy)	2019	2018
Tržby za služby 602	238 379,74	211 915,58
Tržby za predaný tovar 604	357,84	37,-
Pokuty 641	11,-	0,-
Úroky 644	0,-	0,-
Kurzové zisky 645	3,37	10,29
Prijaté dary 646	0,-	0,-
Ostatné výnosy 649	2 916,20	5 906,96
Tržby z predaja materiálu 654	0,-	75,-
Prijaté príspevky od iných organizácií 662	9 090,88	0,-
Členské príspevky 664	1 128 040,-	1 048 700,-
Dotácia 691	958 898,-	805 858,26
SPOLU	2 337 697,03	2 072 503,09

Výdavky (náklady)	2019	2018
Spotreba materiálu 501	143 295,49	113 625,63
Spotreba energií 502	4 925,22	8 110,52
Predaný tovar 504	357,75	37,-
Opravy a udržiavanie 511	834,79	4 807,98
Cestovné 512	32 692,95	43 884,45
Náklady na reprezentáciu 513	2 247,98	5 395,93
Služby 518	1 113 889,86	917 722,37
Mzdové náklady 521	568 494,59	542 639,91
Zákonné SP a ZP 524	193 836,64	185 939,52
Ostatné SP 525	789,37	780,34
Zákonné sociálne náklady 527	20 949,45	17 130,65
Daň z MV 531	64,-	64,-
Ostatné dane a poplatky 538	1 304,38	1 301,06
Zmluvné pokuty a penále 541	6,-	0,-
Ostatné pokuty a penále 542	86,40	17,91
Odpísanie pohľadávky 543	0,-	5 236,-
Úroky 544	0,07	0,-
Kurzové straty 545	446,10	314,11
Dary 546	1,-	0,-
Osobitné náklady 547	101 010,86	58 122,86
Manká a škody 548	8,86	135,01

Iné ostatné náklady 549	3 782,70	3 178,40
Odpisy 551	28 783,40	21 101,-
Poskytnuté príspevky iným ÚJ 562	113 070,-	110 410,-
Daň z úrokov 591	80,13	0,-
SPOLU	2 330 957,99	2 039 954,65

HV z nezdaňovanej činnosti	1 290,05	37 028,-
HV zo zdaňovanej činnosti	5 448,99	-4 479,56
Celkový HV	6 739,04	32 548,44

Hospodársky výsledok zo zdaňovanej činnosti BTB za rok 2019 predstavoval zisk vo výške 5 448,99 EUR.

Plán aktivít a rozpočet BTB bol schválený Valným zhromaždením zo dňa 13.12.2018 na základe uznesenia č. 6 a č. 7. V zmysle schváleného rozpočtu bola žiadaná nenárokovateľná dotácia od MDV SR vo výške 944 850,- EUR, ktorá bola BTB na rok 2019 pridelená na základe vypracovaného projektu na podporu rozvoja cestovného ruchu.

Zamestnanci absolvovali počas roka 2019 v rámci skvalitnenia ich práce a osobného rozvoja rôzne druhy školení napr. o komunikácii, BOZP či o zákone o verejnom obstarávaní a procesoch s tým súvisiacich. Riadiacim orgánom BTB je predstavenstvo na čele s predsedom predstavenstva ako štatutárnym orgánom. Predstavenstvo BTB zasadá na pravidelnej báze, zvyčajne dva krát mesačne. Predmetom zasadnutí je prerokovanie a schvaľovanie všetkých podstatných náležitostí, dokumentov, výstupov o činnosti organizácie, plánov práce jednotlivých oddelení na najbližšie obdobia. Prerokujú sa zásadné výstupy zo zasadnutí jednotlivých komôr BTB, prijímajú sa nariadenia upravujúce chod organizácie (jednotlivé procesné zložky prevádzky BTB a pod.), rozhoduje sa o členstve záujemcov o vstup do organizácie, prijímajú sa opatrenia na zabezpečenie plynulého a transparentného chodu organizácie. Výkonný riaditeľ sa zúčastňuje na všetkých zasadnutiach predstavenstva BTB, kde pravidelne informuje jeho členov o uskutočnených resp. plánovaných aktivitách výkonnej zložky. Tiež pravidelne raz za mesiac dáva na schválenie celkový plán aktivít všetkých oddelení, ktorého plnenie podlieha schváleniu týmto orgánom, čím je zabezpečená prehľadnosť a kontrola činnosti organizácie. Ten vychádza prioritne zo schváleného predbežného plánu aktivít a rozpočtu, ktorý schválilo VZ. Okrem toho predkladá výkonný riaditeľ Kvartálnu správu o činnosti BTB na schválenie predstavenstva. Správa je vyhotovená na základe povinnosti výkonného riaditeľa BTB, ktorá vyplýva z čl. XII bod 11 stanov BTB a to konkrétne v znení:

„Výkonný riaditeľ je povinný raz za tri mesiace predkladať predstavenstvu na jeho rokovaní správu o činnosti organizácie, jej jednotlivých úsekoch, sekcií a zoznam zmlúv a iných právnych úkonov, ktoré uzatvoril a podpísal za predchádzajúce tri mesiace. Výkonný riaditeľ je povinný poskytnúť predstavenstvu na jeho vyžiadanie potrebné podklady a informácie i kedykoľvek medzi zasadnutiami predstavenstva.“

Spravidla raz za dva týždne sú organizované spoločné porady výkonnej zložky BTB. Výkonná zložka predkladá na námatkovú kontrolu dokumentáciu k aktivitám a prevádzke aj DR BTB. Predseda DR BTB sa zúčastňuje na rokovaní predstavenstva. Sporadicky sa vedúci

jednotlivých oddelení, výkonný riaditeľ a predseda predstavenstva BTB zúčastňujú na rokovaní komôr, kde informujú členov o parciálnych úlohách a aktivitách, ktoré BTB priebežne realizuje a o ktoré sa jednotliví členovia intenzívne zaujímajú a na mnohých aktívne participujú. Jednotlivé oddelenia BTB (back office i front office) vypracúvajú pre Predstavenstvo BTB na pravidelnej báze plán marketingových aktivít pozostávajúci z čiastkových aktivít oddelení vrátane predpokladaných finančných nákladov na každú aktivitu. Predstavenstvo následne na zasadnutí stanovuje priority realizácie plánu marketingových aktivít. Výkonná zložka organizácie sa stretáva na pravidelných pracovných poradách raz týždenne, kde sa prechádzajú všetky projekty a aktivity za jednotlivé oddelenia, stanovujú sa úlohy na najbližšie obdobie vrátane termínov plnenia a zodpovedných osôb za plnenie úloh. Z porad sa vypracúvajú zápisy obsahujúce úlohy spolu s personálnou zodpovednosťou a časovým harmonogramom plnenia, čím sa zabezpečuje priebežná adresná kontrola a efektívny chod organizácie. Na pravidelnej báze BTB informuje o stratégiách a realizácii plánu aktivít aj komisiu CRMS, zástupcovia sa zúčastňujú rokovaní komisie. Vzájomná intenzívna spolupráca predstavenstva BTB a komisie CRMS pomáha k dosahovaniu stanovených cieľov a výsledkov. Cieľom BTB je premietnuť do svojej činnosti i priority komisie CRMS v oblasti rozvoja cestovného ruchu v Bratislave.

Organizácia BTB v roku 2019 hospodárila s rozpočtom v celkovej výške 2 337 697,03 EUR. Z toho výška dotácie od MDV SR bola vo výške 944 850,- EUR. Zvyšná časť príjmovej časti rozpočtu pozostáva z členských príspevkov a príjmov z podnikateľskej aktivity BTB. Organizácia efektívne využila 100 % pridelenú dotáciu Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR (944 850,- EUR), pričom zdroje boli v zmysle zákona č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov.

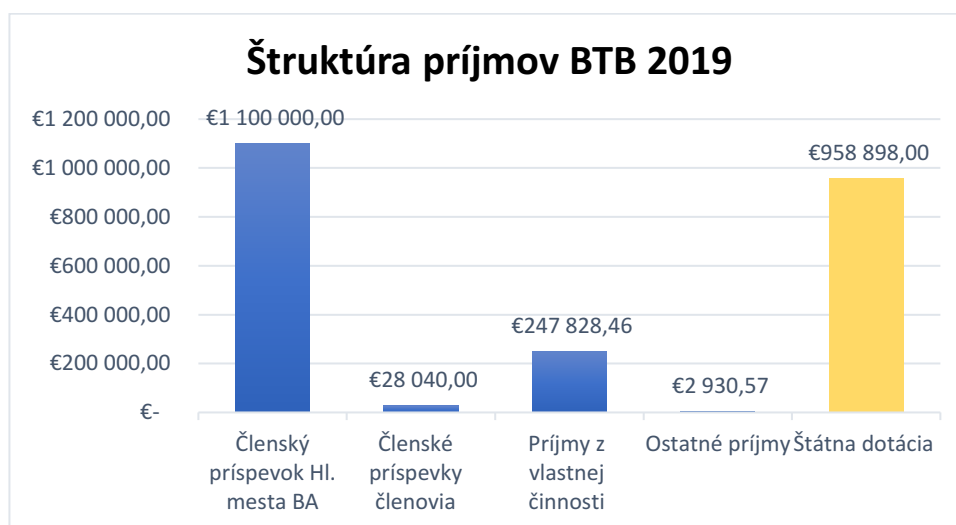
V roku 2019 uhrádzala BTB členské do KOCR BRT vo výške vo výške 104 870,- EUR podľa dohodnutého splátkového kalendára nasledovne:

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. 28.5.2019 | 35 000,- EUR |
| 2. 29.7.2019 | 35 000,- EUR |
| 3. 26.9.2019 | 34 870,- EUR |

Výdavky boli v prevažnej miere hradené z poskytnutej dotácie na aktivity zamerané na podporu rozvoja cestovného ruchu v zmysle oprávnených aktivít definovaných v zákone o podpore cestovného ruchu č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov. Zvyšná časť výdavkov na projekty organizácie bola financovaná z vlastných zdrojov, ktoré pokryli tak povinné kofinancovanie projektu na rozvoj cestovného ruchu v destinácii, najmä však prevádzkové a režijné náklady organizácie.

Príjmy z vlastnej činnosti dosiahli oproti roku 2018 nárast o 35 875,88 EUR čo v percentuálnom vyjadrení predstavuje 17 %. Príjmy z podnikateľskej činnosti v roku 2019 dosiahli výšku 247 828,46,- EUR, v prevažnej miere ide hlavne o poskytovanie sprievodcovských služieb v rámci hlavného mesta, nárast počtu predaja BCC kariet a začlenenie partnerov do financovania karty, príjem za propagačnú a informačnú činnosť v TIC na Klobučníckej ulici a iné parciálne aktivity počas roka 2019.

Graf č. 14: Štruktúra príjmov BTB v roku 2019



Zdroj: Vlastné zdroje

Významné položky nákladovej časti rozpočtu organizácie boli v roku 2019 najmä náklady na marketingové a PR služby, outsourcing služieb, mzdy, prevádzkové náklady organizácie, infocesty a ďalšie. Celkové mzdové náklady BTB (back office plus front office, odmeny predstavenstvo a dozorná rada) za rok 2019 predstavovali sumu 568 494,59 EUR pri stave 8 členov predstavenstva a 4 členovia dozornej rady, 25 zamestnancov na TPP a mimo TPP (z toho 2 rodičovská dovolenka, 1 dlhodobá PN) a 39 dohodárov za rok 2019. Priemerná hrubá mzda zamestnanca BTB k 31.12.2019 bola vo výške 1618,80 EUR (vypočítané zo zamestnancov na TPP a mimo TPP).

Zákonné SP a ZP bolo vo výške 193 836,64 EUR a ostatné zákonné sociálne náklady boli vo výške 21 738,82 EUR. Bližšie členenie mzdových nákladov uvádza tabuľka č. 21.

Tabuľka č. 21: Mzdové náklady BTB za rok 2019

	Mzdové náklady	NN poisťovňa	Sociálna poisťovňa	Daňový úrad	VZP	Dôvera	Union	Netto mzda
Január	53 225,24 €	109,76 €	13 280,68 €	5 047,99 €	3 300,44 €	1 850,86 €	318,32 €	29 317,19 €
Február	52 612,24 €	107,88 €	13 163,75 €	4 035,80 €	3 370,04 €	1 762,90 €	279,35 €	29 892,52 €
Marec	51 134,73 €	111,10 €	12 682,77 €	4 889,55 €	3 237,81 €	1 603,60 €	281,92 €	28 327,98 €
Apríl	59 192,70 €	112,46 €	16 362,53 €	6 619,76 €	4 361,24 €	1 671,59 €	417,07 €	29 648,05 €
Máj	59 261,54 €	110,08 €	14 899,46 €	5 677,13 €	3 763,85 €	1 888,95 €	297,90 €	32 624,17 €
Jún	76 422,79 €	174,58 €	19 022,47 €	7 811,46 €	4 613,35 €	2 549,06 €	474,89 €	41 776,98 €
Júl	62 699,97 €	120,86 €	15 709,26 €	6 000,27 €	3 388,28 €	2 103,31 €	316,90 €	35 061,09 €
August	57 866,62 €	120,64 €	14 379,50 €	5 572,06 €	3 132,93 €	2 185,46 €	316,14 €	32 159,89 €
September	57 991,60 €	121,24 €	14 446,90 €	5 709,63 €	3 382,47 €	2 018,37 €	337,30 €	31 975,69 €
Október	61 731,52 €	125,64 €	15 472,69 €	6 178,24 €	3 769,16 €	2 116,88 €	313,36 €	33 755,55 €
November	105 742,88 €	240,94 €	26 515,15 €	11 743,36 €	5 923,78 €	4 103,61 €	693,17 €	56 522,87 €
December	63 725,03 €	123,56 €	17 548,36 €	7 166,50 €	4 412,76 €	2 181,01 €	576,21 €	31 716,63 €

Zdroj: Vlastné spracovanie

Na nákup spotrebného materiálu a energií vynaložila BTB v roku 2019 celkovo 148 220,71 EUR. Suma vynaložených výdavkov na hlavnú nezdaňovanú činnosť predstavovala z celkovej výšky 145 320,13 EUR a na zdaňovanú činnosť 2 900,58 EUR. Nezdaňovaná činnosť – súvisiaca s hlavnými aktivitami BTB zameranými na podporu rozvoja CR v Bratislave – pozostávala najmä z edičnej a video tvorby (tvorba a tlač nových edičných titulov, aktualizácia existujúcich titulov, dotlač materiálov, máp, letákov, brožúr, bulletinov a pod.), tvorba tematických prezentačných videospotov určených na propagačné účely. Merkantil je významným nástrojom podpory prezentácie destinácie. Ide o tematicky zamerané drobné predmety s logom destinácie využívané na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, infocestách, pre oficiálne návštevy, návštevníkov, do súťaží a pod. Súčasťou sú aj náklady na výpočtovú techniku a elektroniku, PR aktivity, čiastkové náklady spojené s veľtrhmi a výstavami a pod. Finančné prostriedky boli vynaložené najmä na inováciu kancelárskych zariadení, tonerov, kancelárskych potrieb, hygienických a čistiacich potrieb a iné.

Tabuľka č. 22: Nákladové položky (spotreba materiálu a energií)

Názov účtu	Účet	Suma v EUR
Edičná a video tvorba	501011	67 279,56
Výstavy a veľtrhy CR	501012	7 797,52
PR tur. Inform. systém	501013	5 179,40
Podpora predaja propag. nástroj	501014	13 165,95
Tvorba a podpora produktov CR	501031	8751,80
Infraštruktúra CR	501051	240,-
Spotreba kancelárskeho materiálu	50110	10095,80
Spotreba energie / elektrina	50210	1 610,66
Spotreba energie / voda	50220	300,64
Spotreba energie / teplo	50230	3 013,92
Ostatné (spotreba materiálu)	501	30 785,46

Zdroj: Vlastné spracovanie

Celková výška vynaložených prostriedkov na služby bola 1 113 889,86 EUR. Z toho suma výdavkov na podnikateľskú činnosť je vo výške 116 236,69 EUR. Výdavky na služby v rámci hlavnej nezdaňovanej činnosti v celkovej výške 997 653,17 EUR. Najväčšia časť týchto výdavkov bola vynaložená na služby v rámci marketingových aktivít v zmysle schváleného plánu práce. Ide o služby súvisiace so zabezpečením aktivít na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácii: preklady, grafické práce, kreatívne práce, účastnícke poplatky na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, poradenské služby, sprievodcovské služby, zabezpečenie infociest (preprava, ubytovanie, stravovanie, program a pod.), umelecké výkony a vystúpenia (ako partnerské plnenie na projektoch, v ktorých je BTB partner/spoluorganizátor), mediálne kampane, reklamný priestor, monitoring médií, online marketingové aktivity (kampane na sociálnych sieťach a pod.), prenájom priestorov, inzercia a pod.

Tabuľka č. 23: Ostatné služby

Názov účtu	Účet	Suma v EUR
Edičná a video tvorba	518011	104 347,28
Výstavy a veľtrhy CR	518012	120 664,98
PR tur. Inform. systém	518013	330 938,56
MICE	518015	88 721,23
Činnosť TIC	518021	21 342,98
Tvorba a podpora produktov CR	518031	89 494,86
Infraštruktúra CR	518051	18 545,58
Vzdelávacie aktivity	518081	16 048,38
Ostatné náklady	518	277 810,41
Sprievodcovské služby	518080	45 975,60

Zdroj: Vlastné spracovanie

V rámci marketingových aktivít a činnosti BTB boli v priebehu roka 2019 uskutočnené viaceré pracovné cesty súvisiace s účasťou na veľtrhoch, konferenciách, workshopoch, seminároch. Za rok 2019 sa na tuzemské a zahraničné pracovné cesty vynaložilo 32 692,95 EUR. Prostriedky boli použité na letenky, ubytovanie, stravné a iné náklady v zmysle schváleného plánu práce BTB. Výdavky súvisia so zabezpečením personálnej účasti prezentácie destinácie na medzinárodných fórach CR – veľtrhy, výstavy, konferencie, semináre, workshopy a pod. So zabezpečením veľtrhov a výstav sú spojené náklady na expozíciu, veľtržnú plochu, vystavovateľské poplatky, výstavnícke služby (súčasť nákladov na služby), ako aj personálne náklady na zamestnancov zúčastňujúcich sa na veľtrhoch (ubytovanie, cestovné náklady, poistenie, diéty, sprievodné náklady) a pod. S členstvom BTB v národných a medzinárodných inštitúciách s pôsobnosťou v CR sú spojené náklady na účasť na stretnutiach, konferenciách, seminároch a školeniach organizovaných týmito inštitúciami (účastnícke poplatky, sprievodné náklady - ubytovanie, cestovné, diéty a pod.).

Ďalšou zložkou nákladovej časti rozpočtu sú výdavky na reprezentáciu, ktoré za rok 2019 predstavovali sumu 2 247,98 EUR. Výdavky na reprezentáciu zahŕňajú náklady na pracovné stretnutia, zasadnutia predstavenstva, občerstvenie, káva, doprava atď. Je to jedna z položiek, ktorá prezentuje efektívne a hospodárne vynakladanie s finančnými prostriedkami.

K významným, a z hľadiska služieb cestovného ruchu kľúčovým aktivitám organizácie patrí prevádzka turistických informačných centier (TIC). Dve stále centrá – na Klobučníckej ulici a na Letisku M. R. Štefánika a sezónne centrá (na Hlavnej stanici a Autobusovej stanici) disponujú informačno-propagačnými materiálmi a vyškoleným personálom na poskytovanie komplexných služieb a informácií o turistickej ponuke Bratislavy.

Tabuľka č. 24: Prehľad výnosov BTB za rok 2019

Názov účtu	Účet	Suma v EUR
Predaj BC kariet	60210	117 508,81
Tržby za sprevádzanie turistov	60220	38 813,75
Tržby z reklamy	60240	67 329,12
Ostatné služby	60250	14 732,06

Zdroj: Vlastné spracovanie

Hospodársky výsledok podnikateľskej činnosti BTB bol pred zdanením 5 529,12 EUR. V nepodnikateľskej činnosti, ktorá je hlavnou nezdaňovanou činnosťou BTB, organizácia dosiahla hospodársky výsledok pred zdanením 1 290,05 EUR. Hospodársky výsledok je odrazom úsporného hospodárenia s financiami organizácie a účelného vynakladaniu finančných prostriedkov na aktivity smerujúce k celkovému zlepšeniu fungovania BTB.

K 31. 12. 2019 BTB bilancovala so záväzkami z obchodného styku vo výške 28 469,43 EUR. Ide o záväzky, ktoré sú za obdobie 12/2019 a boli uhradené v splatnej lehote. BTB k 31. 12. 2019 neeviduje záväzky z minulých období.

Tabuľka č. 25: Záväzky z obchodného styku

Názov účtu	Účet	Suma v EUR
Dodávateľia/tuzemsko	32110	26 998,21
Dodávateľia/minulé obdobie	32111	0,-
Dodávateľia/sprievodcovia	32120	3 044,-
Dodávateľia/zahraničie	32199	3 692,-
Prijaté preddavky	32410	0,-
Nevyfakturované dodávky 2019	32618	22 245,59

Zdroj: Vlastné spracovanie

Pohľadávky z obchodného styku organizácie k 31. 12. 2019 sú vo výške 31 157,70 EUR. Tvoria ich neuhradené faktúry za poskytnuté služby za obdobie 12/2019, ktoré boli Bratislavskej organizácii cestovného ruchu uhradené v lehote splatnosti. Viac ako 50 % pohľadávok tvoria zálohové faktúry, ktoré budú vyúčtované po ukončení predmetnej akcie v januári 2020. BTB k 31. 12. 2019 neeviduje pohľadávky z minulých období.

Tabuľka č. 26: Pohľadávky z obchodného styku

Názov účtu	Účet	Suma v EUR
Odberateľia/tuzemsko	31110	13 819,40
Odberateľia/minulé obdobie	31111	0,-
Odberateľia/zahraničie	31199	625,-
Poskytnuté preddavky	31410	0,-
Poskytnuté preddavky/zahraničie	31499	16 713,30

Zdroj: Vlastné spracovanie

BTB bilancovala k 31.12.2019 s neobežným majetkom vo výške 37 053,- EUR.

Tabuľka č. 27: Dlhodobý hmotný majetok BTB k 31.12.2019

Názov majetku	Zaradenie	Nadobúdacia hodnota v EUR	Ročný odpis v EUR
Info. Stánok – Letisko	12/2013	22 497,60	3 756,-
Pódiový set – PRO STAGE	7/2014	5 743,80	960,-
Sčítač. Cyklistov - EcoCounter	9/2014	9 598,-	1 608,-
Svetelná info –tabuľa 2 ks	6/2016	3 498,-	588,-
Exteriérový stan	8/2016	1 831,20	468,-
Dotykové monitory Samsung	9/2016	18 000,-	4 524,-
Dotykové totemy	12/2018	32 748,-	3 351,-

Členská základňa v roku 2019

V priebehu roku 2019 zaniklo členstvo v BTB (požiadanie o vystúpenie z BTB, zánik členstva z dôvodu nezaplatenia členského poplatku, zmena právnej formy) ôsmim subjektom. Na základe žiadosti o členstvo v BTB boli v roku 2019 prijatí siedmi členovia. K 31. 12. 2019 bol stav členskej základne nasledovný: obec: 1 člen – mesto Bratislava, podnikateľské subjekty: 76 členov.

Personálne zabezpečenie organizácie k 31.12. 2019

Stav zamestnanosti v BTB k 31.12.2019 bol v nasledovnej štruktúre: Pracovný pomer v BTB malo spolu 25 zamestnancov, z toho 16 zamestnancov back office a v TIC BTB 9 zamestnancov. Z celkového počtu 25 zamestnancov malo pracovný pomer na dobu určitú 5 zamestnancov. V priebehu roku 2019 využila BTB dohodu o výkone pracovnej činnosti, dohodu o vykonaní práce a dohodu o brigádnickej práci študenta celkovo u 39 osôb. Išlo najmä o zabezpečenie informátorov a prezentátorov regiónu na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách destinácie doma i v zahraničí, ako aj informátorov v sezónnych TIC zriadených v destinácii a na strategických miestach (letisko Viedeň ap.), sprievodcov CR na príležitostných akciách a podujatiach, ktorých sa BTB zúčastňovala v roku 2019 a pod.

Orgány BTB a výkonná zložka

Predstavenstvo:

Ing. Alžbeta Melicharová, predsedníčka predstavenstva

Mgr. Peter Petrovič, podpredseda predstavenstva/zástupca komory č. 3

Peter Hochschorner, člen predstavenstva

Ing. Michal Nad', člen predstavenstva/ zástupca komory č. 1

prof. JUDr. Ľudmila Novacká, PhD., členka predstavenstva/ zástupca komory č. 4

Ing. Monika Debnárová, členka predstavenstva

Ing. Soňa Svoreňová, členka predstavenstva

Mag. Martin Volek, MBA, člen predstavenstva/ zástupca komory č. 2

Dozorná rada:

Mgr. Marek Farkaš, predseda dozornej rady

Mgr. Michal Brat, PhD., podpredseda dozornej rady

JUDr. Peter Jakušík, člen dozornej rady

MUDr. Dana Čahojová, člen dozornej rady

Výkonný riaditeľ:

Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD.

Pracovný pomer na dobu neurčitú:

Výkonný riaditeľ – 1 úväzok

Oddelenie marketingu a podujatí – 3 úväzky

Oddelenie stratégie – 1 úväzok

Oddelenie PR a komunikácie – 2 úväzky

Oddelenie MICE – 1 úväzok + 2 materské dovolenky

Oddelenie ekonomické – 2 úväzky

TIC – 7 úväzkov + 1 dlhodobá PN

Pracovný pomer na dobu určitú:

Oddelenie PR a komunikácie – 2 úväzky

TIC – 1 úväzok

Oddelenie MICE – 1 úväzok

Oddelenie marketingu a podujatí – 1 úväzok

Záver

Na základe predloženej správy o činnosti na záver konštatujeme, že organizácia Bratislava Tourist Board v roku 2019 efektívne vykonávala aktivity na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácii Bratislava. Zároveň hospodárila s finančnými prostriedkami v súlade s princípmi hospodárnosti, účelnosti, transparentnosti a efektívnosti. Organizácia zverejňovala na svojej webovej stránke všetky relevantné dokumenty súvisiace s jej aktivitami. Plnila plán aktivít schválený valným zhromaždením organizácie vrátane schváleného rozpočtu na plánované aktivity. Bratislava Tourist Board sa rozvíja priamoúmerne s nárastom atraktivity destinácie Bratislava, ktorý dokumentuje nárast návštevnosti a prenocovaní turistov. Plní úlohy zo zákona o podpore cestovného ruchu, a tým obhajuje opodstatnenosť existencie štruktúr organizácií CR a správnosť destinačného marketingu a manažmentu v CR.

Bratislavská organizácia cestovného ruchu

Bratislava Tourist Board

je právnickou osobou založenou podľa § 13 a nasl. zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov na podporu a vytváranie podmienok na rozvoj cestovného ruchu registrovaná na Ministerstve dopravy a výstavby SR

Č. registrácie: 28351/2011/SCR

Sídlo: Primaciálne nám. 1, 814 99 Bratislava

IČO: 42259088 DIČ: 2023399455

Kontakt: btb@visitbratislava.com
www.visitbratislava.com