

Materiál na rokovanie
Mestského zastupiteľstva
hlavného mesta SR Bratislavy
dňa 29. – 30.06.2016

**Správa o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015 a účtovná
závierka Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015**

Predkladateľ:

JUDr. Ivo Nesrovnal, v. r.
primátor

Zodpovedný:

Ing. Alžbeta Melicharová, v. r.
predsedníčka predstavenstva
Bratislavská organizácie CR/Bratislava
Tourist Board (BTB)

Materiál obsahuje:

1. Návrh uznesenia
2. Dôvodová správa s Uznesením MsR
3. Správa o činnosti BTB za rok 2015
4. Účtovná závierka BTB za rok 2015
5. Stanovisko komisie finančnej stratégie
a pre správu a podnikanie s majetkom
mesta MsZ
6. Stanovisko komisie pre cestovný ruch
a medzinárodnú spoluprácu MsZ

Spracovateľ:

Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD., v. r.
výkonný riaditeľ BTB
Ing. Mário Turan, v. r.
vedúci ekonomického oddelenia BTB,
kolektív zamestnancov BTB

Návrh uznesenia

Mestské zastupiteľstvo hlavného mesta SR Bratislavy po prerokovaní materiálu

A. berie na vedomie

Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015,

B. schvaľuje

účtovnú závierku Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015.

Dôvodová správa

Správa o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu – Bratislava Tourist Board (BTB) za rok 2015 sa predkladá ako plnenie uznesenia č. 1326/2013 zo dňa 21.11.2013 časť B bod 2, 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 sa každoročne predkladá MsZ na júnovom zasadnutí po jeho prerokovaní valným zhromaždením BTB. Následne sa zverejňuje na webovom sídle organizácie (www.visitbratislava.com) do 30.06. kalendárneho roka.

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 2015, vývoji cestovného ruchu v destinácii Bratislava, o aktivitách BTB, jej hospodárení a vnútornej organizácii. Prílohou správy je účtovná závierka za rok 2015, ktorá sa predkladá na základe VZN č. 18/2011 z 15.12.2011 o zásadách hospodárenia s majetkom hlavného mesta Slovenskej republiky Bratislavy a podľa zákona č. 91/2010 Z. z. bude schvaľovaná valným zhromaždením BTB.

Správa o činnosti BTB za rok 2015 spolu s účtovnou závierkou BTB za rok 2015 boli preskúmané Dozornou radou (DR) BTB a ich vyjadrenie bolo predložené v Správe o činnosti DR valnému zhromaždeniu 24.mája 2016, ktoré ho uznesením č. 3 zo dňa 24.05.2016 zobralo na vedomie. Valné zhromaždenie BTB schválilo správu o činnosti BTB za rok 2015 uznesením č. 4 zo dňa 24.05.2016.

Pravidelná porada primátora na svojom zasadnutí dňa 24.05.2016 zobrala na vedomie správu o činnosti a účtovnú závierku BTB za rok 2015 so žiadosťou predložiť materiál na rokovanie komisie pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu – gestorská komisia dňa 15.06.2016 a komisie finančnej stratégie a pre správu a podnikanie s majetkom mesta dňa 13.06.2016.

Komisia finančnej stratégie a pre správu a podnikanie s majetkom mesta MsZ na svojom zasadnutí dňa 13.06.2016 prijala Uznesenie, ktorým odporúča MsZ:

- 1.zobrať na vedomie Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015.
- 2.schváliť účtovnú závierku Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015.

Komisia pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu MsZ, ktorá zasadala 15.06.2016 po prerokovaní materiálu odporúča Mestskému zastupiteľstvu hlavného mesta Slovenskej republiky Bratislavy zobrať na vedomie Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015 a schváliť účtovnú závierku Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015.

Uznesením Mestskej rady hlavného mesta SR Bratislavy č. 368/2016 zo dňa 16.06.2016 Mestská rada hlavného mesta SR Bratislavy odporúča Mestskému zastupiteľstvu hlavného mesta SR Bratislavy prerokovať Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015 a účtovnú závierku Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015.



Správa o činnosti 2015

Bratislavská organizácia cestovného ruchu



**BRATISLAVA
TOURIST BOARD**



Obsah

1. Vývoj cestovného ruchu počas roka 2015 v Bratislave	7
2. Marketing a propagácia	15
3. Činnosť turistického informačného centra	30
4. Tvorba a podpora produktov cestovného ruchu	34
5. Podpora atraktivít danej lokality	41
6. Infraštruktúra cestovného ruchu	44
7. Zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov	47
8. Vzdelávacie aktivity	52
9. Zhrnutie činnosti	56
10. Rozpočet a hospodárenie	60
11. Orgány BTB a výkonná zložka	68

ÚVOD

Vnímanie konkurencieschopnosti cestovného ruchu vo vyspelých krajinách EÚ je v poslednom desaťročí významné predovšetkým cez úroveň konkurencieschopnosti jednotlivých destinácií cestovného ruchu konkrétnej krajiny, to znamená priamo v lokalitách, kde sa realizuje aj výkon cestovného ruchu. Úspešnosť tej či onej destinácie je v plnej miere závislá od množstva faktorov predovšetkým však: úrovne kvality manažmentu destinácie a stupňa rozvoja cestovného ruchu v nej, efektívnosti koordinácie a zladenia vzájomných interakcií medzi množstvom relevantných subjektov vrátane samosprávy, podnikateľských a nepodnikateľských subjektov, tvorby atraktívnych produktov cestovného ruchu, udržiavania štandardov kvality poskytovaných služieb, vyprofilovaného destinačného marketingu a pod.

Tento komplex faktorov zásadným spôsobom vplýva na celkovú atraktivitu destinácie, ktorá sa následne premieta do jej výkonnosti, konkurencieschopnosti a v poslednom období aj udržateľnosti jej budúceho rozvoja. Je možné konštatovať, že destinačný manažment sa stal jedným z najefektívnejších spôsobov riadenia cestovného ruchu krajiny, ktorého systémový rozvoj dokáže byť z dlhodobého hľadiska konkurencieschopný a udržateľný.

Hlavnou úlohou a pri dosiahnutí stanovenej vízie rozvoja organizácie BTB je rozvoj cestovného ruchu na území mesta Bratislava, zvýšenie návštevnosti mesta domácimi, ale najmä zahraničnými turistami, rast prenocovaní návštevníkov a predlžovanie priemernej dĺžky ich pobytu. Daň za ubytovanie je miestnym poplatkom, ktorý ubytovacie zariadenia sprostredkované vyberajú od ubytovaných hostí a odvádzajú priamo na účet mesta. Ide o významný zdroj príjmov miestnych samospráv. Cestovný ruch patrí medzi najdynamickejšie sa rozvíjajúce odvetvia svetového hospodárstva. Jeho význam dokumentuje skutočnosť, že podiel cestovného ruchu na svetovom hrubom domácom produkte i na zamestnanosti predstavuje až 10%.

Organizácia BTB bola založená v zmysle Zákona 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu zakladateľskou Zmluvou medzi Hlavným mestom SR Bratislava (ďalej len obec) a fyzické osoby, ktoré podnikajú alebo právnické osoby, ktoré podnikajú alebo pôsobia na území obce na základe prihlášky podľa § 21 ods. 1 zákona, pričom ich činnosť alebo pôsobnosť súvisí s cestovným ruchom (ďalej len „ostatní členovia“). Ostatní členovia sú v závislosti od ich podnikateľskej činnosti, príp. od charakteru ich hlavnej činnosti, zaradení do skupín a komôr 1.- 4., podľa prílohy č.1 Stanov BTB, vid'. tabuľka nižšie:

Príloha č. 1 Stanov BTB 1. 1. 2016
Členovia BTB:
Hlavné mesto SR Bratislava
KOMORA č. 1
<i>Poskytovatelia ubytovania v zmysle vyhlášky č. 277/2008 Z.z., ktorou sa ustanovujú klasifikačné znaky ubytovacích zariadení pri ich zaraďovaní do kategórií a tried</i>
<i>triedy 4* a 5* v kategórii č. 1:</i>
Ubytovacie zariadenia (hotel) viac ako 100 izieb
Ubytovacie zariadenia (hotel) 51 až 100 izieb
Ubytovacie zariadenia (hotel) do 50 izieb
<i>triedy 1* , 2* , 3* v kategórii č. 1 a 2:</i>
Ubytovacie zariadenie (hotel, hotel) viac ako 100 izieb
Ubytovacie zariadenie (hotel, hotel) 51 až 100 izieb
Ubytovacie zariadenie (hotel, hotel) do 50 izieb
<i>všetky triedy v kategórii 3,5,7:</i>
Penzión/turistická ubytovňa viac ako 5 izieb
Penzión/turistická ubytovňa do 5 izieb
Kemping
<i>Poskytovatelia reštauračných a pohostinských služieb:</i>
Bar/ nočný klub/diskotéka
Reštaurácia/Vináreň
Cukráreň/Pekáreň
Kaviareň
<i>Asociácie , zväzy a združenia poskytovateľov ubytovacích a stravovacích služieb</i>
KOMORA č. 2
Cestovné kancelárie a agentúry, ktoré aspoň čiastočne robia incoming
Sprievodcovia cestovného ruchu
<i>Asociácie, zväzy a združenia sprievodcov</i>
KOMORA č. 3
Konferenčné priestory > 1000 miest na sedenie
Konferenčné priestory < 1000 miest na sedenie
Profesionálni organizátori kongresových a s tým súvisiacich služieb
Eventové agentúry/organizátori podujatí/poskytovatelia animačných služieb
Podporný servis pre konferencie
Cateringové spoločnosti
<i>Asociácie, zväzy a združenia profesionálov v MICE segmente</i>
KOMORA č. 4
<i>podnikateľské subjekty</i>
Letisko/Stanica/Prístav
Dopravná/Požičovňa automobilov, autobusov/Taxi
Kultúra/ Relax/ šport/ atraktivity
Odborné médiá/Vydavateľstvo s pôsobnosťou v CR
Ostatné podnikateľské subjekty (mimo skupín v komorách 1-3)
<i>nepodnikateľské subjekty</i>
Rozpočtové a príspevkové organizácie Hl. mesta SR Bratislava, ktorých hl.činnosť súvisí s CR
Vysoké školy, výskumné a vzdelávacie inštitúcie so zameraním aj na CR
Neziskové organizácie s pôsobnosťou v CR (mimo skupín v komorách 1-3)
Občianske združenia s pôsobnosťou v CR (mimo skupín v komorách 1-3)
Ostatné nepodnikateľské subjekty (mimo skupín v komorách 1-3)

VYHODNOTENIE AKTIVÍT BTB ZA ROK 2015

Účelom činnosti organizácie a alokovaných zdrojov na jej činnosť je realizácia vybraných aktivít súvisiacich s hlavným predmetom činnosti organizácie, za akým bola založená. Celkový projekt denno-dennej agendy vzhľadom k napĺňaniu základných cieľov bol v roku 2015 zameraný na realizáciu aktivít spojených s hlavným predmetom činnosti organizácie cestovného ruchu (ďalej len "CR") - podporou rozvoja CR na území Bratislavy. Primárne sa jedná o marketingovo – komunikačné aktivity smerujúce k zvýšeniu počtu domácich a zahraničných návštevníkov, ich predĺženiu pobytu na území destinácie, zvyšovaniu výdavkov počas ich pobytu, čo priamo súvisí aj so zvyšovaním ekonomického prínosu, nielen pre územie v pôsobnosti organizácie, ale aj pre národnú ekonomiku, vrátane udržania a zvyšovania zamestnanosti.

Hlavným cieľom bolo prostredníctvom vlastných a dotačných prostriedkov: zabezpečenie prezentácie Bratislavy na domácich a zahraničných trhoch, vytváranie platformy spolupráce súkromného a verejného sektora CR, podporovanie tvorby produktov a atraktivít destinácie, zabezpečovanie jej tlačenej propagácie, PR aktivít, budovanie a zlepšovanie vzťahov s médiami a novinármi píšucimi o destinácii, jej charaktere a odlišnostiach v oblasti CR, aktívna účasť na veľtrhoch a výstavách CR, realizovaných v spolupráci s odbornou verejnosťou (touroperátormi a inými subjektmi). Neoddeliteľnou súčasťou boli odborné stretnutia, okružle pracovné stoly a konzultácie, realizované v rámci členstva v národných, medzinárodných organizáciách, so zámerom rozvoja turisticko-informačných služieb a dôrazom zlepšovania infraštruktúry v destinácii.

Prijaté podnety tvorili základné know – how ako podkladový materiál k príprave odborných štúdií, východiskových analýz budúceho rozvoja a strategického smerovania destinácie v oblasti B2B a B2C. Na potreby zvyšovania kvality poskytovaných služieb sú priamo naviazané aj vzdelávacie aktivity určené pre zamestnancov prvého kontaktu organizácie, ich zapájanie sa do diania v oblasti CR a účasť v medzinárodnom networkingu, workshopoch a odborných konferenciách. Tieto získané poznatky boli implementované a tvorili elementárny základ nových, neskôr reálne vyprodukovaných formátov zážitkovej formy prezentácie destinácie. Výstupmi sú i série propagačných tematických spotov (video), dobudovanie a zlepšenie funkčnosti nového destinačného portálu, tvorba tlačovín, podpora e-marketingu, tvorba nových produktov DCR (správa profilov na sociálnych sieťach a iné), vylepšenie Bratislava City Card ako produktu CR, prevádzkovanie Turistických informačných centier a mnoho ďalších výstupov.

Počas roka prebiehala systematická realizácia vyššie spomínaných aktivít, ktoré boli obsahom projektu v zmysle plánu aktivít, ktoré prijalo VZ BTB 16.12.2014. Projekt bolo možné realizovať v komplexnom plánovanom rozsahu len vďaka poskytnutej dotácii z MDVRR SR, spolufinancovaniu aktivít z vlastných zdrojov

a súčasnému financovaniu personálnych a prevádzkových nákladov z vlastných prostriedkov žiadateľa. Cieľ projektu v roku 2015 nadmieru splnil očakávania aj vďaka priaznivému štatistickému vývoju návštevnosti destinácie a naplneniu definovaných základných indikátorov projektu na rok 2015.

V roku 2015 sa pokračovalo v schválenej marketingovo - komunikačnej stratégii, ktorá bola prijatá aj valným zhromaždením BTB. Prioritou pre organizáciu a jej členskú základňu bolo spoločné zadefinovanie si cieľových trhov a ich zatriedenie do homogénnych skupín, na základe ktorých sa organizácia zameriavala pri celení svojich komunikačných kampaní.

Cieľové skupiny – produktové línie – hlavné posolstvá:

1. Návštevníci poznávajúci a vyhľadávajúci kultúru (v dvoch kategóriách: 25-54 rokov a 55+) – korunovačné mesto, mesto kultúry, vína a gastronómie – Chill out in amazing coronation city
2. Mladí resp. ľudia hľadajúci nové kontakty, kultúru, “scény”, cool trendy, užívajúci si život (v dvoch kategóriách: 15-24 a 25+) – moderné mesto na Dunaji, mesto kultúry, hudby, zábavy, športu a relaxu, gastronómie a piva – Chill out in exciting Danube city
3. Rodiny s deťmi, aktívni ľudia (v dvoch kategóriách: 25-54, 55+) – karpatsko-dunajské dobrodružstvo, cykloturistika, pešia turistika, multikultúrne dedičstvo na križovatke 3 krajín – Chill out between Danube and Carpathians, Chill out in nature pure culture
4. MICE segment – doposiaľ neobjavené miesto s krátkymi vzdialenosťami, dobrou infraštruktúrou a medzinárodným dopravným napojením – Meet here

V roku 2015 zaznamenalo hlavné mesto Bratislava nárast návštevníkov a veľa pozitívnych ohlasov, ktoré sa podarilo výraznejšie posilniť aj vďaka dotácii. V nastolenom trende by sme chceli pokračovať aj v roku 2016. Naším dlhodobým cieľom je zvyšovať atraktivitu Bratislavy a priťahovať turistov všetkých cieľových skupín z našich primárnych, ale aj sekundárnych trhov. K prioritným aktivitám zameraným na budovanie značky destinácie patrí výraznejšie zintenzívnenie spolupráce so zahraničnými odborníkmi.



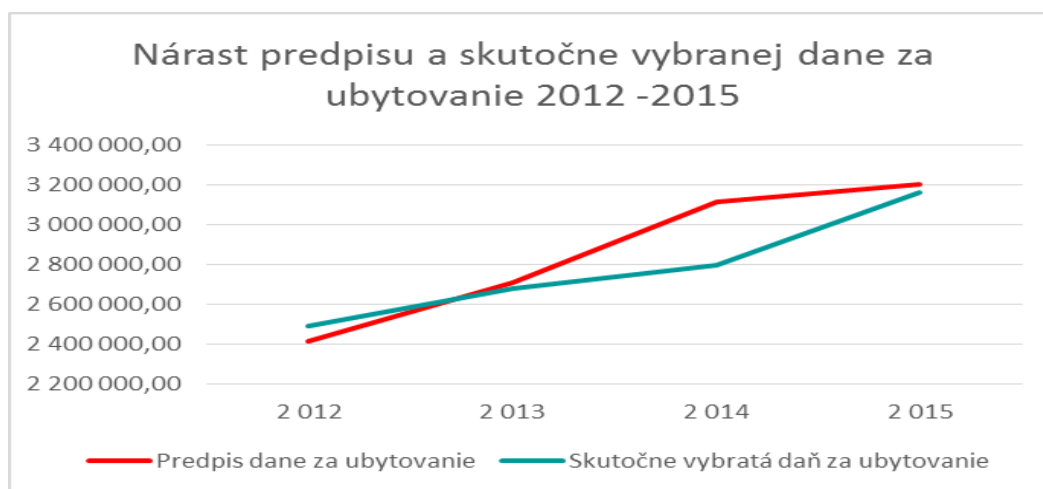
1. VÝVOJ CESTOVNÉHO RUCHU POČAS ROKA 2015

Skutočne vybraná daň za ubytovanie za rok 2015, predpis dane za ubytovanie za rok 2015 a porovnanie s predchádzajúcimi rokmi.

	Predpis dane za ubytovanie	Skutočne vybraná daň za ubytovanie	Nárast skutočne vybratej dane za ubytovanie oproti predchádzajúcemu roku
2012	2 414 400,00	2 488 607,25	-
2013	2 710 006,14	2 681 407,85	7,75%
2014	3 117 964,56	2 759 077	2,90%
2015	3 206 085,32	3 166 138,35	14,75%

Zdroj: Oddelenie miestnych daní a poplatkov mesta Bratislava, ku dňu 24.2.2016

V roku 2012 bola výška skutočne vybranej dane z ubytovania **2 488 607,25 €**, v nasledujúcom roku 2013 bola výška vybratej dane 2 681 407,85 € čo bol nárast oproti roku 2012 o 7,75 %. V roku 2014 bola výška vybratej dane z ubytovania 2.759.077€, čo je oproti roku 2013 nárast o 2,9%. V roku 2015 bola výška skutočne vybratej dane z ubytovania 3 166 138,35 € čo je oproti roku 2014 nárast o 14,75%.



1.1. POČET NÁVŠTEVNÍKOV, PRENOCOVANÍ, PRIEMERNÝCH PRENOCOVANÍ 2008 – 2015

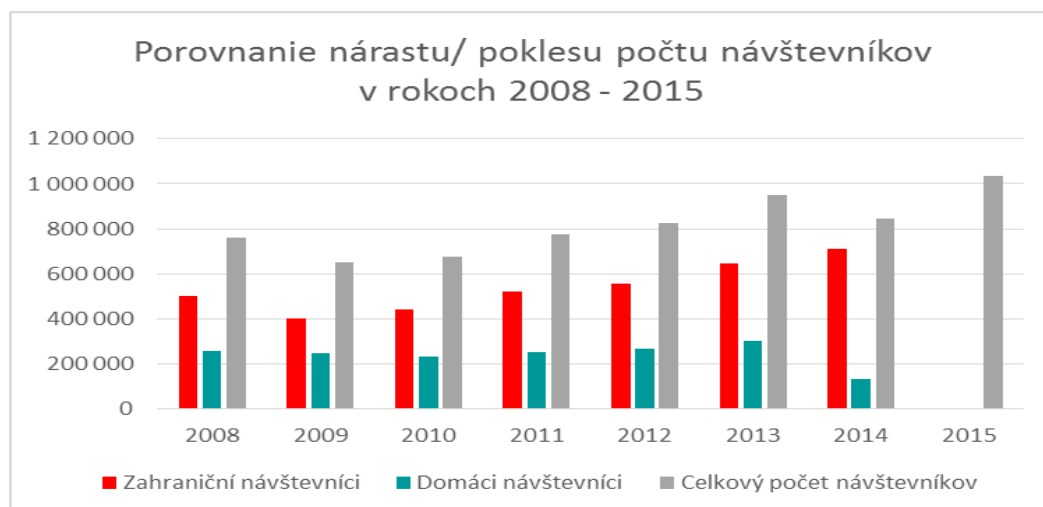
V roku 2015 navštívilo destináciu Bratislava 1 035 982€ návštevníkov, ktorí uskutočnili 2 204 616 prenocovaní, čo je rekordný počet návštevníkov aj prenocovaní od roku 2008. V porovnaní s predchádzajúcim rokom 2014 je to nárast v počte návštevníkov o 22,67% a v porovnaní s rokom 2013, ktorý bol rekordným rokom doteraz, je to nárast o 9.31%. V porovnaní s predchádzajúcim rokom 2014 je to nárast v počte prenocovaní o 22,95% a v porovnaní s rokom 2013, ktorý bol rekordným rokom doteraz, je to nárast o 14.834%. Priemerný počet prenocovaní v roku 2015 dosiahol 2,13 strávenej noci v Bratislave, čo predstavuje nárast oproti roku 2014 o +0,01 noci a 2013 o +0,1 noci. Rozdelenie na domácich a zahraničných návštevníkov ešte nie je k dispozícii zo ŠÚSR.

Počet návštevníkov podľa ubytovacích štatistík za roky 2008 – 2015

		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Zahraniční návštevníci		500712	401256	441647	521464	558153	647760	712900	**
	*	3,76%	-19,86%	10,07%	18,07%	7,04%	16,05%	10,06%	
Domáci návštevníci		259101	248468	232983	254125	265259	299970	131624	**
	*	2,56%	-4,10%	-6,23%	9,07%	4,38%	13,09%	-56,12%	
Celkový počet návštevníkov		759813	649724	674630	775589	823412	947730	844524	1035982
	*	3,35%	-14,49%	3,83%	14,97%	6,17%	15,10%	-10,90%	22,67%

* medziročná zmena v %

** údaje ešte neboli poskytnuté ŠÚSR



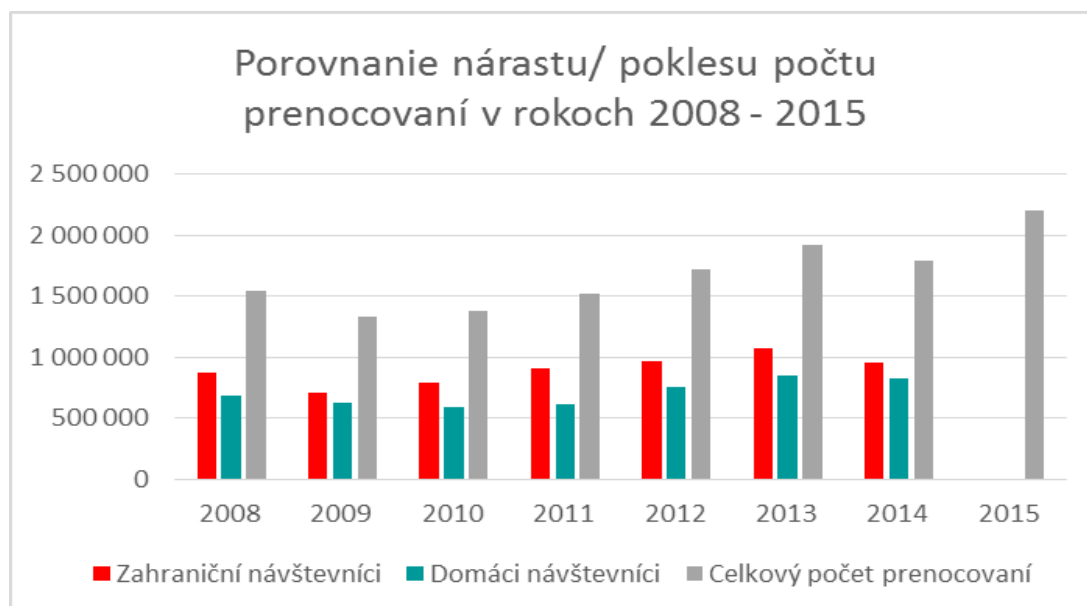
Zdroj: Štatistický úrad SR, 2016

Počet prenocovaní podľa ubytovacích štatistík za roky 2008 – 2015

		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Zahraniční návštevníci		867722	709739	789340	914515	965411	1075787	961612	**
	*	0,55%	-18,21%	11,22%	15,86%	5,57%	11,43%	-10,61%	
Domácinávštevníci		681372	621622	591684	612034	757547	844036	831543	**
	*	13,91%	-8,77%	-4,82%	3,44%	23,78%	11,42%	-1,48%	
Celkový počet prenocovaní		1549094	1331361	1381024	1526549	1722958	1919823	1793155	2204616
	*	6,02%	-14,06%	3,73%	10,54%	12,87%	11,43%	-6,06%	22,95%

* medziročná zmena v %

** údaje ešte neboli poskytnuté ŠÚSR



Zdroj: Štatistický úrad SR, 2016

Priemerný počet prenocovaní v prehľade od roku 2008 až 2015

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Priemerný počet prenocovaní	2,04	2,05	2,05	1,97	2,09	2,03	2,12	2,13

Zdroj: Štatistický úrad SR, 2016

Porovnanie najdôležitejších cieľových trhov počas obdobia január – september (3.kvartál) v roku 2014 a 2015 (štatistické údaje za 4. kvartál 2015 ešte neboli poskytnuté ŠÚSR)

		Bratislava január - september 2014			Bratislava január - september 2015			Nárast/pokles	
		Počet návštevníkov	Počet prenocovaní	Priem. počet prenocovaní	Počet návštevníkov	Počet prenocovaní	Priem. počet prenocovaní	počtu návštevníkov 2014/2015	počtu prenocovaní 2014/2015
1	Slovenská republika	200776	635427	3,16	241597	737409	3,05	20,33	16,05
2	Česká republika	58460	94097	1,61	68589	118398	1,73	17,33	25,83
3	Nemecko	47037	78809	1,68	58664	100812	1,72	24,72	27,92
4	Rakúsko	27267	41467	1,52	34923	52603	1,51	28,08	26,86
5	Spojené Kráľovstvo	23708	41469	1,75	34609	64657	1,87	45,98	55,92
6	Poľsko	29827	49596	1,66	30062	51456	1,71	0,79	3,75
7	Taliansko	24525	42160	1,72	29208	49885	1,71	19,09	18,32
8	Spojené štáty	16160	27175	1,68	21510	37344	1,74	33,11	37,42
9	Čína	9281	13545	1,46	18774	25299	1,35	102,28	86,78
10	Francúzsko	13449	21695	1,61	16861	27616	1,64	25,37	27,29
11	Španielsko	8756	14791	1,69	14870	24196	1,63	69,83	63,59
12	Maďarsko	10548	18356	1,74	11669	20072	1,72	10,63	9,35
13	Ukrajina	11561	22169	1,92	10764	25302	2,35	-6,89	14,13
14	Rusko	13457	27585	2,05	10389	21734	2,09	-22,8	-21,21
15	Rumunsko	7254	12107	1,67	9302	16672	1,79	28,23	37,71
	Cudzinci	422009	718689	1,7	538617	963969	1,79	27,63	34,13
	Spolu	622785	1354116	2,17	780214	1701378	2,18	25,28	25,64

V období január až september 2015 navštívilo Bratislavu spolu 780.214 návštevníkov a uskutočnilo 1.701.378 prenocovaní, čo je v priemere 2,18 noci na návštevníka. Z domácich návštevníkov navštívilo Bratislavu spolu 241.597 návštevníkov a uskutočnilo 737.409 prenocovaní, čo je v priemere 3,05 noci na návštevníka. Zo zahraničných návštevníkov navštívilo Bratislavu spolu 538.617 návštevníkov a uskutočnilo 963.969 prenocovaní, čo je v priemere 1,79 noci na návštevníka. V období január – september 2015 sme zaznamenali nárast priemerného počtu prenocovaní celkovo (+0,01 noci t.j. nárast +0.46%) aj u cudzincov (+0,09 noci t.j. nárast +5.29%). To znamená, že návštevníci sa v destinácii zdržali oproti minulému roku dlhšie. Nárast všetkých návštevníkov oproti roku 2014 stúpol o 25,28% v počte návštevníkov, o 25,64% v počte prenocovaní. Nárast počtu návštevníkov - cudzincov sa zvýšil o 27,63% v roku 2015 oproti roku 2014 a v počte prenocovaní cudzincov o 34,13%. Nárast počtu domácich návštevníkov stúpol o 20,33% a počtu prenocovaní o 16,05%.

Najvyšší percentuálny nárast na zahraničných trhoch bol zaznamenaný na cieľovom trhu z krajiny Čína v počte návštevníkov o 102,28% a počte prenocovaní 86,78%. *„Čína je najdôležitejším ázijským zdrojovým trhom pre Európu. V rebríčku krajín sveta sa na základe výšky výdavkov na cestovanie do zahraničia Číňania umiestnili na prvej priečke a stali sa tak „majstrami sveta v cestovaní roku 2012“.* (Analýzy SACR). Pokles bol zaznamenaný na 2 zdrojových trhoch – ruskom a ukrajinskom (v súvislosti s politickou situáciou). Na ruskom trhu došlo k poklesu viac ako 20% v počte návštevníkov aj prenocovaní. Na ukrajinskom nastal pokles iba v počte návštevníkov, pričom počet prenocovaní sa zvýšil a zvýšil sa tak aj počet prenocovaní.

Ubytovacia štatistika – počet ubytovacích zariadení, izieb, lôžok tržby, priemerné ceny, využitie stálych lôžok tržby za ubytovanie v Bratislave v 1.Q – 4.Q 2015

	Počet ubytovacích zariadení	Počet izieb	Počet lôžok spolu	- z toho stále lôžka	Počet miest na voľnej ploche
1. kvartál	118	7467	15936	15465	1050
2. kvartál	134	8081	17356	16835	1050
3. kvartál	149	9097	20082	19456	1050
4. kvartál	144	**	17647	**	**

** údaje ešte neboli poskytnuté ŠÚSR

V Bratislave v období január – december bol najvyšší počet ubytovacích zariadení zaznamenaný v 3. kvartáli 2015 (júl, august, september) v počte 149 ubytovacích zariadení s 9.097 izbami a 20.082 lôžkami. Z toho počtu bolo 19.456 stálych lôžok. Najnižší počet ubytovacích zariadení bol zaznamenaný v 1. kvartáli 2015 a to 118 ubytovacích zariadení, 7.467 izieb, 15936 lôžok spolu (z toho 15.465 stále lôžka a 1.050 miest na voľnej ploche). V druhom kvartáli bolo zaznamenaných 134 ubytovacích zariadení 8.081 izieb a 17.356 lôžok (z toho 15.465 a 1.050 miest na voľnej ploche). V 4. kvartáli bolo zaznamenaných 144 ubytovacích zariadení a 17.647 lôžok, ktorých bližšia špecifikácia zatiaľ nie je známa takisto ako počet izieb, nakoľko údaje ešte neboli poskytnuté ŠÚSR.

	Tržby za ubytovanie a priemerná cena					
	Tržby za ubytovanie spolu v EUR	v tom	v tom	Priemerná cena za ubytovanie spolu	v tom priem. cena za ubytovanie domácich návštevníkov	v tom priem. cena za ubytovanie zahraničných návštevníkov
		tržby za domácich návštevníkov	tržby za zahraničných návštevníkov			
1. kvartál	12 539 368	3 710 592	8 828 776	28,34	25	32,78
2. kvartál	19 169 490	4 511 855	14 657 635	26,16	23,11	29,55
3. kvartál	21 747 180	6 965 469	14 781 711	23,92	27,36	24,13
4. kvartál	18 974 824	**	**	37,71	**	**
Spolu	72 430 862	**	**	32,85	**	**

V roku 2015 boli zaznamenané tržby vo výške 72 430 862€, tržby rozdelené na zahraničných a domácich návštevníkov ešte nie sú k dispozícii. Najväčšie tržby za ubytovanie boli zaznamenané v 3. kvartáli 21.747.180 € (z toho domácich návštevníkov 6.965.469€ a zahraničných návštevníkov 14.781.711€). V 3. kvartáli 2015 sme zaznamenali aj mierny pokles priemerných cien za ubytovanie oproti 2. a 1. kvartálu 2015. V 1. kvartáli sme zaznamenali tržby za ubytovanie vo výške 12 539 368€ (z toho domácich návštevníkov 3 710 592€ a zahraničných návštevníkov 8 828 776€). V 2. kvartáli sme zaznamenali tržby za ubytovanie vo výške 19 169 490€ (z toho domácich návštevníkov 4 511 855€ a zahraničných návštevníkov 14 657 635€). V roku 2015 dosahovala priemerná cena za ubytovanie 32,85€ pre všetkých návštevníkov. Najvyššia priemerná cena bola zaznamenaná v 4. kvartáli 2015 37,71€ a najnižšiu priemernú cenu evidujeme v 3. kvartáli 2015 vo výške 23,92€.

	Tržby za ubytovanie spolu v EUR		Porovnanie nárastu/poklesu v %
	2014	2015	
1. kvartál	11 865 612	12 539 368	5,68
2. kvartál	14 721 711	19 169 490	30,21
3. kvartál	15 506 311	21 747 180	40,25
4. kvartál	14 904 300	18 974 824	27,31
Spolu	56 997 934	72 430 862	27,08

Zdroj: Štatistický úrad SR, 2016

Počet ubytovacích zariadení v roku 2014 v priebehu kvartálov mierne vzrastal, v roku 2015 vzrastal vo vyššej miere, avšak v prvom kvartáli 2015 bol počet ubytovacích zariadení nižší ako v predchádzajúcom roku. V treťom kvartáli 2015 bol nárast voči roku 2014 (+17,32%) aj voči predchádzajúcemu kvartálu. Vybratá daň za ubytovanie: Hlavné mesto vybralo za rok 2015 podľa údajov Oddelenia miestnych daní a poplatkov Hlavného mesta SR Bratislava na dani za ubytovanie celkovo **3 166 138,35 €**.

1.2. VÝKONY TIC BTB ZA ROK 2015

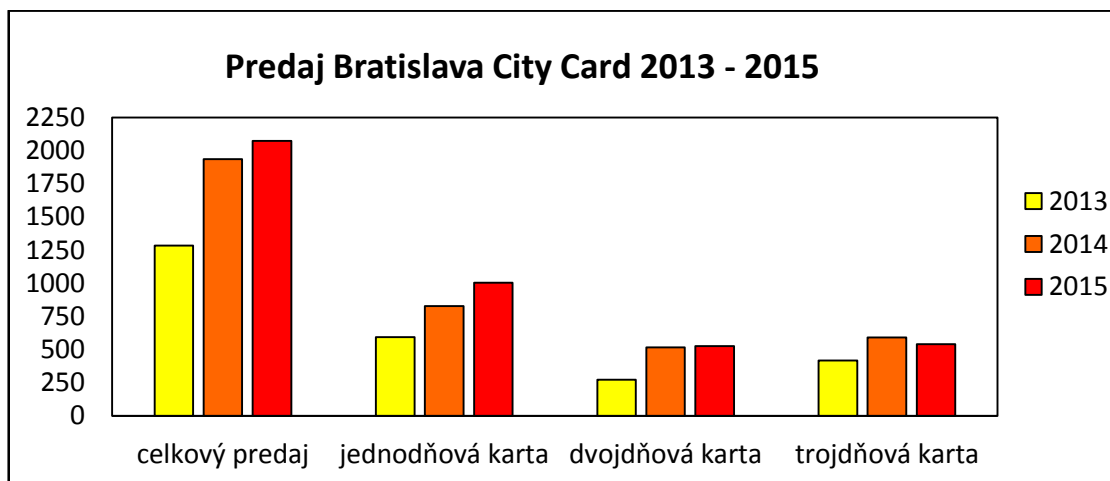
Turistické informačné centrá BTB ponúkajú svoje služby 7 dní v týždni. TIC Klobučnícka v mesiacoch apríl – október od 9.00 do 19.00 (70 prevádzkových hodín týždenne), v mesiacoch november – marec od 9.00 do 18.00 hod (63 prevádzkových hodín týždenne). TIC BTB na Letisku M. R. Štefánika vykryva najviac vyťažené časy z hľadiska priletov a odletov (v priemere 60 prevádzkových hodín týždenne).

Turistické informačné centrá BTB zaznamenali v roku 2015 v porovnaní s rokom 2014 zvýšenú návštevnosť. Návštevnícky najsilnejším mesiacom bol, tak ako aj po minulé roky, august, nasledovali mesiace júl a jún. Návštevnícky najsilnejšími dňami boli pondelok, piatok a sobota

- celkový počet dopytov: 81 115
- IC Klobučnícka: 59 805
- z toho v TIC Letisko: 25 310
- počet dopytov na Hlavnej stanici (júl - august): 4 589
- telefonické dopyty: 1 895
- emailové dopyty: 1 572
- návštevnosť v letných mesiacoch priemerne: 350 - 400 denne
- návštevnosť v zimných mesiacoch priemerne: 100 - 120 denne

1.3. BRATISLAVA CITY CARD

Za rok 2015 bolo predaných celkovo 2 074 ks kariet, z toho 1 005 jednodňových, 527 dvojdňových a 542 trojdňových. U províznych partnerov bolo predaných 289 ks kariet (54 jednodňových, 125 dvojdňových a 110 trojdňových). V roku 2014 bolo predaných 1 935 kariet, čo je znamená pre rok 2015 nárast o 7,2 % a v roku 2013 bolo predaných 1283 kariet, čo znamená pre rok 2015 nárast o 61,7%.





2. MARKETING A PROPAGÁCIA

2.1. MARKETINGOVÉ AKTIVITY A PRÁCA S VEREJNOSŤOU

Táto časť aktivít je veľmi významná pre podporu všetkých cieľov organizácie, nakoľko vytvára budovanie pozitívneho imidžu organizácie, zviditeľňuje destináciu a zvyšuje úroveň poznania Bratislavy na zahraničných trhoch, ale aj na Slovensku. Prezentuje destináciu v rôznych distribučných a komunikačných kanáloch, vytvára a rozvíja vzťahy s verejnosťou, odbornou verejnosťou a médiami, a podporuje rozvoj produktov a podujatí CR. Jedným z cieľov marketingových aktivít Bratislava Tourist Board je zvyšovanie poznateľnosti, odlišiteľnosti a relevancie značky destinácie a tým zvýšenie počtu domácich a zahraničných návštevníkov, predĺženie ich pobytu na území destinácie, čo súvisí aj s rastom ich výdavkov.

Jednou z hlavných komunikačných tém roku 2015 odsúhlasenou VZ BTB sa stala: historicko – kultúrno – spoločenská téma – KORUNOVAČNÁ BRATISLAVA, pod touto obsiahlou témou bolo rozpracovaných niekoľko tematických a produktových línií, za niektoré uvádzame pokračujúci cyklus komorných koncertov na hrade BAGOCLASSICAL, živú prezentáciu destinácie na svetovej výstave EXPO a i, tie sa mohli zrealizovať najmä vďaka dotácií. Prioritou marketingových aktivít bolo zrealizovanie digitálnej on-line komunikačnej kampane „Like a king“, s presahom na „out of home“. Jej zámerom bolo atraktívnou a nekonvenčnou formou prezentovať hlavné mesto SR – Bratislavu ako korunovačné mesto na Dunaji, ktoré ponúka množstvo voľno časových aktivít pre domácich a zahraničných turistov.



Komunikačná kampaň bola obsiahnutá do niekoľkých tematických okruhov, v desiatich 30 sekundových video spotov. Letná časť komunikácie bola zameraná na prezentáciu Bratislavy ako zážitkovej destinácie s možnosťou objavovať: korunovačné mesto • lokálnu staroprešporskú gastronómiu • Bratislavu ako hudobné mesto s možnosťou kvalitného kultúrneho a spoločenského vyžitia, • kvalitné hotelové služby, • jedinečné galérie ponúkajúce slovenské ako aj európske výtvarné umenie • outdoorové športové aktivity, • mesto na Dunaji, budujúce si prívlastok – mesto kvalitných lokálnych vín. Zimná časť komunikácie, bola zameraná na vychutnávanie si očarujúceho Vianočného obdobia a Silvestra, spoznanie zimnej Bratislavy ako mesta so širokou škálou športového vyžitia /indoorového a outdoorového /charakteru/,

či zažitia bujarého obdobia fašiangov, plné okázalých plesov a zábav lokálneho charakteru pre všetkých.

V rámci outdoorovej prezentácie BTB realizovala v roku 2015 komunikačné, prezentačné aktivity a kampane, pre ktoré bolo potrebné zabezpečiť: grafické spracovanie podkladov, vrátane príprav finálnych tlačových výstupov, prenájom reklamných plôch, výrobu – tlač s ich následnou inštaláciou:

- jarná komunikačná kampaň vo Viedni /Messe/ bigboardy, citylighty
- prezentácia a kampaň počas veľtrhu Donau Salon Berlin 2015 /Donau@ITB Berlin 2015
- letná kampaň Brno a Praha (citylighty)
- jesenná kampaň v budapeštianskom metre (citylighty)
- celoročná kampaň na letisku M. R. Štefánika v Bratislave na LCD obrazovky
- kampaň na maďarskom trhu Poszony piknik 2015,
- zimná kampaň letisko Berlín/ DISCOVER WINTER
- na rakúskom trhu na letisku Schwechat vo Viedni, video screeny
- kampaň vo vybraných českých rádiách rádio Frekvence1 a Evropa2/ Praha, Brno



2.2. KOMUNIKÁCIA a PR

Komunikácia BTB bola v roku 2015 proporčne rozdelená medzi segment tradičných medianosičov:/print, outdoor, rozhlas, TV/, čím sme sledovali zásah produktívnej cieľovej skupiny 30+. Druhým, intenzívne rastúcim segmentom medianosičov, tzv. nových médií/ digital, youtube, sociálne siete - facebook, instagram, twitter/ sme pokryli druhú veľmi silnejúcu cieľovú skupinu mladých do 30 rokov, vyhľadávajúcich nové destinácie a uprednostňujú aktívne trávenie pobytu. Komunikácia hlavných produktov destinácie z oblasti B2B a B2C/ konferenčný turizmus bola zabezpečovaná v rôznych formách domácich a zahraničných printových, TV a digitálnych médiách. Časť z nich bola iniciatívne vyvolaná BTB a časť zabezpečená ako prenájom mediálneho priestoru, prípadne ako výstup famtripov, respektíve inzertný priestor k segmentu konferenčného turizmu MICE. Komunikácia o mesačnej podrobnej činnosti bola zabezpečovaná informačnými newsletterami, ktoré boli distribuované na mesačnej báze členskej základni BTB, širokej odbornej a novinárskej obci.



Medzi ďalšie PR aktivity patrili aj tlačové správy a tlačové konferencie. Tlačové správy sa pripravovali a vydávali pri všetkých dôležitých udalostiach a aktivitách. V roku 2015 sa zrealizovali a boli súčasťou niekoľkých dôležitých tlačových konferencií. Za dôležitú považujeme tlačovú besedu k festivalu dunajských krajín Danube fest 8.9.2015 a gastronomicko-kulinársku tlačovú konferenciu, určenú pre širokú novinársku obec, ktorá sa konala v 20.10.2015 v Prahe. V nemecky hovoriacich krajinách, bola komunikácia zabezpečená prostredníctvom PR agentúry XENOS, ktorá pravidelne informovala o TOP podujatiach a sezónnych udalostiach, konajúcich sa v Bratislave.

Schiff Ahoi! Twin City Liner startet in neue Saison

Einnillionen r Passagieren wird in heuriger Saison erwartet Top-Angebote für Senioren, Studenten, Familien und Schulklassen



Die beiden Twin City Liner starten voll fit in die neue Saison. In den vergangenen Wochen wurden die beiden Schiffe am Kai des Schiffahrtszentrums bei der Reichsbrücke für die neue Saison durchgecheckt, generalgereinigt und für den Saisonstart vorbereitet. Und jetzt geht's mit voller Kraft in den Linienbetrieb. Am Freitag, den 22. März hat der erste Twin City Liner im Jahr 2013 von der Schiffstation City am Schindlerplatz in Richtung Bratislava abgelegt.

Die ersten Passagierinnen an Bord waren rund 100 Seniorinnen, die sich auf einen tollen Tag in der slowakischen Hauptstadt freuten. Beim Saisonstart mit dabei waren Dir. Peter Hanke, Geschäftsführer der Wien Holding, Karl Blecha, Präsident des Pensionsisten-verbands Österreichs und des Österreichischen Seniorenrates, Dir. Andreas Hupf, Leiter für den Bereich Centropie bei der Raiffeisenlandesbank NO-Wien AG und Ronald Schrems, Geschäftsführer der Central Danube Region GmbH, die den Twin City Liner betreibt sowie

Frantisek Skano, Tourismusdirektor Bratislava.

Der Twin City Liner steuert heuer bereits in seine achte Saison. Und die wird eine ganz besondere. Denn für 2013 erwarten wir bereits den einmillionsten Fahrgast. Ich freue mich sehr, dass der Twin



Royal Stimmung am Wochenende – 28. Juli in der slowakischen Hauptstadt Bratislava tausende von Besuchern aus dem In- und Ausland wussten von den traditionellen Krönungsfeiern an der Donau erwartet. Mit diesem Highlight im jährlichen Festprogramm erinnert das einzige Preßbüro an seine bedeutende Rolle während der ungarisch-österreichischen Monarchie. Nicht weniger als 18 Könige und Königinnen – darunter auch Maria Theresia – wurden einst im Matfesson getönt, nachdem die ungarischen Herrscher wegen der Einweisung von Budapest durch die Türken 1526 ihren Sitz nach Pozsony, das heutige Bratislava, verlegt hatten.

Die anstehende Ordungsanstellung bringt auf eindrucksvolle Art mit 100 Schauspielern in historischen Kostümen die authentische Krönungszeremonie nahe. Der König erhält dabei von Erbschürfe, Saint Stefano-Krone zusammen mit den weiteren Krönungsgegenständen Schwert, Mantel, Äpfel und Stab. Nach der Krönungszeremonie, die sich auf historische Dokumente stützt, schlägt der Herrscher die Felle zu Mitgliedern des Rats des Goldenen Sporns, legt den Heiltschur ab und verspricht auf der Krönungsanrede, die Gerechtigkeit des Landes zu bewahren.

Zum Festabschluss in Bratislava genießen auch ein großer Handwerker-Jahrmarkt, eine Handmesse der Freien Königstädte, das Festival des Frankova-Werkes, gebrochene Ochse am Spiel und das Acolasen von 500 Litem them aus einer Fomhe. Auf der Festmeisen ist am Freitag, 26. Juli, um 14 Uhr mit Eröffnung der Jahrmärkte auf den Hauptplatz und das Frankova-Festivals auf dem Prinzipalplatz. Der Samstag steht ganz im Zeichen des Krönungsplans von der Burg durch die historische Altstadt (15 Uhr) zum Hauptplatz Hlavné námestie, wo die Krönung von Karl VI zum ungarischen König nachgewiesen wird. Zum Rahmenprogramm gehören auch „Bräutchen“ zwischen Kindern und Leuten in den Altstadtpassen, Rittenberg, Krönungsplan und ein abschließendes Feuerwerk. Der Sonntag bringt im Barockpark, einer Darstellung der Krönung gegen die Türken und der ranggeordneten Einweisung des Rats und slowakischen Nationalheeren Jörg, Janos aus – weitere Informationen: www.visitbratislava.com oder www.eurocitycity.sk

Bratislava Tourist Board



Mit Bratislava geht „Classical“ leicht die slowakische Hauptstadt Besucher aus dem In- und Ausland. Die immer stärker zur „Jazz-Club“ werden. Die slowakische Hauptstadt Bratislava lockt den ganzen Sommer 2013 über mit klassischer Musik, oftmals Open Air. Besucher aus dem In- und Ausland. Spezial mit dem neuen Projekt Bratislava geht „Classical“ offer neue Gäste in die alte Krönungsstadt des österreichisch-ungarischen Imperiums gelockt werden. Jeden Freitag gibt es in Kooperation zwischen dem Bratislava Tourist Board (BTB), der Slowakischen Philharmonie, dem Slowakischen Nationaltheater und einigen sehr ungewöhnlichen Spezialisten Konzerte mit namhaften Künstlern aus der ganzen Welt. Am kommenden

Freitag, 3. Juli, ist zum Beispiel der belarussische US-Musikkomponist Philip Glass mit „The complete piano album“ im Kommandat der Philharmonie zu erleben. Am 17. Juli die slowakische A-cappella-Band „Engel“ mit ungewöhnlichen Arrangements der Volkslieder von „Glas“. Am 21. Juli der Franzosen-Gitarist Carlos Pizarro gemeinsam mit der slowakischen Philharmonie aus Olomouc in der alten Markthalle und am 17. August die weltbekannte slowakische Sopranistin Simona Heudekumová mit Mozart-Arien im Matfesson. Über die Website www.visitbratislava.com können Musikliebhaber Einzelkarten und komplette Pakete mit Hotelbuchung buchen.

Das zum ersten Mal stattfindende VIVA MEDIAN Festival findet zusätzlich am 12. Juli im Innenhof des alten Rathauses mit einem Konzert der slowakischen Violonisten Dávid Kováčik, am 28. Juli mit Miro Rada und dem Future Symphony Orchestra im Na Spýt Ochi, am 14. August mit dem Janoska Ensemble in der alten Markthalle und zum Abschluss am 29. August mit der Sopranistin Adriana Katicová und dem Tenor Filip Bobek in der Redoute. Motto: „Viva Opera!“ Weitere Informationen: www.vivamusic.sk

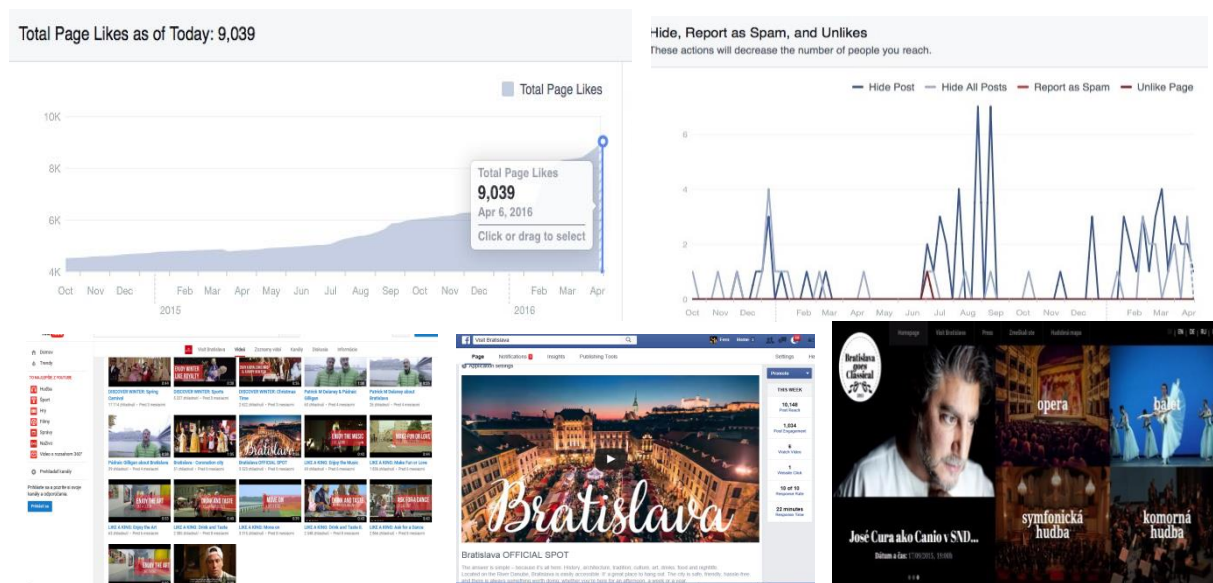
Die slowakische Metropole Bratislava mit ihrer mannigfaltigsten Vielfalt erfreut sich seit einigen Jahren auch bei ausländischen Gästen steigender Beliebtheit. Das einzige Preßbüro glaubt neben seinem reichen Kulturbetrieb mit vielfältigen Gastronomie, einer lebhaften Kunst- und Kulturszene sowie umfangreichen Sportangeboten in den umliegenden Wäldern und auf der Donau. Quasi vor der Haustüre liegt die Kleinstadtpflichte Altstadt mit einer Fülle prägnanterer Sehenswürdigkeiten, immer mehr Touristen kontinuierlich ihren Besuch Wien, mit einem Abschied per Kajak am Schiff Twin City Liner zu Jozsef Schindler 50 Kilometer donauabwärts.

2.3. ONLINE / DIGITÁLNA KOMUNIKÁCIA

V oblasti nových médií bolo našim cieľom posilnenie prezentácie a komunikácie služieb a atraktivít cez cestovateľský portál Trip Advisor. začali sme spolupracovať s jedným z najvyhľadávanejších turistických serverov na celých britských ostrovoch (Veľká Británia, Írsko a Island), prostredníctvom cestovateľského portálu: www.thegaptravelguide.com, ktorý sa zameriava na cieľovú skupinu 21-45 rokov. V roku 2015 sme pokračovali v prezentácii destinácie aj prostredníctvom niektorých vybraných portálov: www.arrivalguides.com, www.slowacja-latem.pl, a i.

Posilnenie pozície destinácie a pozitívny číselný nárast sme zaznamenali aj v rastúcom online segmente, medzi ktoré patria sociálne siete. Na našom facebookovom profile visitbratislava, ako aj na novovytvorenom youtube kanály zaznamenali nárast oproti roku 2014. Profil visitbratislava, ktorý je prioritnými pre turistov resp. potenciálnych návštevníkov, ktorí sa rozhodujú o návšteve destinácie Bratislava (nárast január 2015: 4743 likes → december 2015: 6470 likes. Ďalším úspešne napredujúcim komunikačným kanálom je portál: bagoclassical.sk, ten

disponuje vždy aktuálnymi informáciami o atraktívnej koncertnej ponuke a to vo viacerých jazykových mutáciách. Nepriamo tak oslovuje vysoko bonitnú skupinu koncových spotrebiteľov a zároveň slúži k prezentácii Bratislavy – mesta s bohatou hudobnou históriou.



V roku 2015 sme sa zameriavali na vopred zadefinované cieľové skupiny a trhy. Komunikácia prostredníctvom inzercie a PR článkov bola uverejnená v tituloch so zameraním na odbornú verejnosť a komunikáciu v bežne dostupných periodikách – zameranú pre širokú laickú verejnosť. Z projektu sa realizovalo grafické spracovanie a zabezpečenie mediálneho priestoru, napríklad v:

- Travel digest/ ČR
- SME /príloha/ Potulky po Slovensku III
- COT business, Mosty
- THE GUARDIAN /UK/ príloha /Voyages Jules Verne/
- .týždeň, Právo, Idnes, Denník N
- Bus and Hotel report, INSTORE
- Hepex, Hotel Guide, Cestovný lexikón
- PRESSBURGER Zeitung, Bratislavské noviny
- Koktejl – špeciálne vydanie zamerané na Hrady a zámky
- Guide 50 plus , Rail/Ad, KHL news
- VICE magazin/ modern kunst & kultur/ AT
- Sprievodca regiónom – Bratislava
- Stratégie, Trend a i

2.4. INFOCESTY, PRESSTRIPY

V roku 2015 BTB zabezpečilo viacero infociest, presstripov a famtripov z dotačných prostriedkov s cieľom zamerať svoje marketingové aktivity na cielenú prácu s odbornou verejnosťou zameranou na predaj a prezentáciu destinácie, jej ponuky služieb a atraktivít.

27. 01. 2015 Gurmánbusz, infocesta maďarských novinárov, BTB zabezpečilo občerstvenie, lístky na vlak a vstupenky do opery

06.02. 2015 Infocesta talianskych touroperátorov, BTB zabezpečilo prehliadku Bratislavy a prezentačné materiály o meste

09.-12.02.2015 Infocesta indonézskeho novinára Erza Setyadharmu, zameraná na propagáciu Bratislavy ako kultúrnej destinácie, BTB zabezpečilo prehliadku Bratislavy a občerstvenie

17-19.03.2015 Presstrip španielskeho novinára Juana Carlosa Morena pri vytváraní sprievodcu o Bratislave v španielskom jazyku, BTB zabezpečilo BCC na 3 dni

28. 04. 2015 Infocesta kórejských novinárov, počas ich návštevy Európy, BTB zabezpečilo sprievodcu, coffee break a taxík

25.-26.06.2015 Presstrip izraelských novinárov natáčajúcich dokument o židovskej Bratislave, BTB zabezpečilo: ubytovanie v hoteli Carlton, transfery, reštauračné služby, sprievodcovské služby, vstupné do múzeí

26.-28. 06.2015 Presstrip maďarských novinárov počas Korunovačných slávností v Bratislave, BTB zabezpečilo obed

27.-30.05.2015 Presstrip austrálskych bloggerov píšucich pre Travel freedom network, BTB zabezpečilo BCC kartu na 3 dni a coffee break

05.-7. 06. 2015 Cyklistický presstrip poľských bloggerov na Biegunvschodni.pl, BTB zabezpečilo BCC kartu

17. 06. 2015 Presstrip športových novinárov z Európy, BTB zabezpečilo rafting na Divokej vode

28. 06.– 1.07. 2015 FIJET Presstrip mladých novinárov v CR z Európy, BTB zabezpečilo stravovacie a reštauračné služby, transfery Prešporáčíkom, rafting na Divokej vode

05. – 7. 07. 2015 Trunkfest, presstrip novinárov z Európy píšucich o víne, BTB zabezpečilo ubytovanie v hoteli Doubletree by Hilton, stravovacie služby, transfery, prehliadku múzeí a mesta, letenky a cestu Prešporáčíkom

09. – 15. 7. 2015 Forget some day – presstrip bloggerov z USA, ktorí celý rok cestujú po svete. BTB zabezpečilo ubytovanie v hosteli Blues, BCC kartu a posedenie v kaviarni

10. – 11. 7. 2015 Presstrip hong-kongskej televízie, BTB zabezpečilo reštauračné služby a sprievodcu

31.7. – 2. 8. 2015 Presstrip talianskych bloggerov s webom Pretapartir con Chiara, BTB zabezpečilo BCC kartu a posedenie v kaviarni

08.8.–11.8.2015 Presstrip austrálskych a talianskych bloggerov, BTB zabezpečilo BCC kartu a posedenie v kaviarni

25.8 – 28. 8. 2015 Famtrip ruských touroperátorov s luxusnou klientelou, BTB zabezpečilo transfery, sprievodcu, prehliadku a obed v Majolike, odvoz loďami do Danubiany a jej prehliadku

25.–31.08.2015 Presstrip kubánskeho blogera a spisovateľa žijúceho v Škandinávii, BTB zabezpečilo BCC kartu a posedenie v kaviarni

18.–20.09.2015 Infocesta maďarských novinárov na koncert Josého Curu, BTB zabezpečilo ubytovanie v hoteli Falkensteiner, transfery, reštauračné služby, vstupy do múzeí, vstupenky na vystúpenie, lístky na vlak, plavbu loďou na Devín

14-18. 9. 2015 Infocesta novinárov a fotografov k podujatiu Slovak press photo, BTB zabezpečilo ubytovanie v hoteli Devín, letenky, prenájmy miestností, stravovacie služby

13-14.10.2015 Presstrip nemeckých novinárov natáčajúcich video destináciách na Dunaji, BTB zabezpečilo produkciu videa, sprievodcovské služby, transfery a vstupné do múzeí

08. – 11.11. 2015 Famtrip škandinávskych touroperátorov, BTB zabezpečilo ubytovanie v hoteli Crown plaza, sprievodcovské služby, reštauračné služby, coffee break

23.–25.11.2015 Presstrip anglickej Channel 4 televízie, natáčanie o vianočných zvyklostiach, BTB zabezpečilo sprievodcovské služby

05. – 8. 12. 2015 Presstrip talinských bloggerov – Viaggiatore, BTB zabezpečilo BCC kartu

19. -22. 12. 2015 Presstrip poľských novinárov z magazínu Podroze, BTB zabezpečilo ubytovanie v hoteli Crown plaza, sprievodcu a vstupné do múzeí

2.5. PROPAGAČNÉ PREDMETY

Počas roka bol zrealizovaný a zabezpečený nákup reklamných predmetov, nosičov slúžiacich na prezentáciu destinácie na veľtrhoch CR. Určené boli pre širokú laickú verejnosť a zamerané na rôzne cieľové skupiny. Ako príklad uvádzame: guľôčkové perá, visačky na kufre, zápisníky, kľúčenky, propagačné CD s materiálmi o Bratislave pre novinárov, žuvačky, USB kľúče, šnúrky na krk, odznaky, dáždnyky, prezentačné korunky, prezentujúce destináciu ako Korunovačné mesto a i.

2.6. VÝSTAVY A VEĽTRHY CR, PREZENTÁCIE

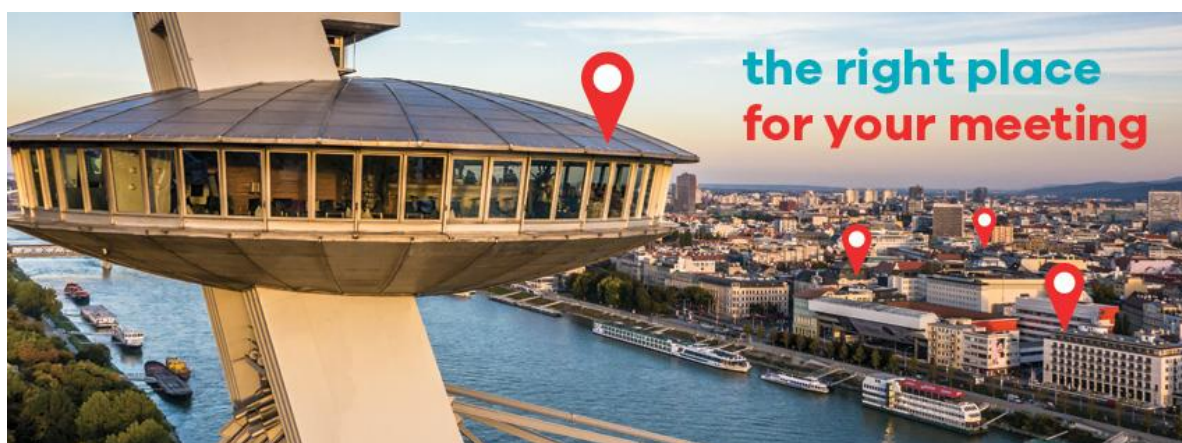
BTB sa v roku 2015 zúčastňovala na vybraných veľtrhoch CR, bola súčasťou národnej expozície v súlade so schváleným plánom SACR, ktorá sa delila na základné okruhy:

A, prezentácia zameraná na bežnú širokú verejnosť: kde sa prezentujú atraktívne produkty z bohatej zážitkovej incentive destinácie, prípadne členskej základe BTB. V roku 2015 sme v kooperácii s KOCR pripravili štýlovú veľtržnú prezentačnú expozíciu o rozlohe 121 m², v ktorej bola Bratislava odprezentovaná ako korunovačná metropola s bohatým kultúrnym, hudobno-kaviarským životom. Expozícia bola postavená na veľtrhoch CR v Rakúsku - Ferien Messe, Viedeň, ITF Slovakia tour - Bratislava a Holiday World - Praha. Z pohľadu % rastu návštevnosti patrí Španielsko k najvýraznejšie rastúcim krajinám v EÚ, Bratislavu sme prezentovali na najvýznamnejšom veľtrhu CR: Fitur Madrid.

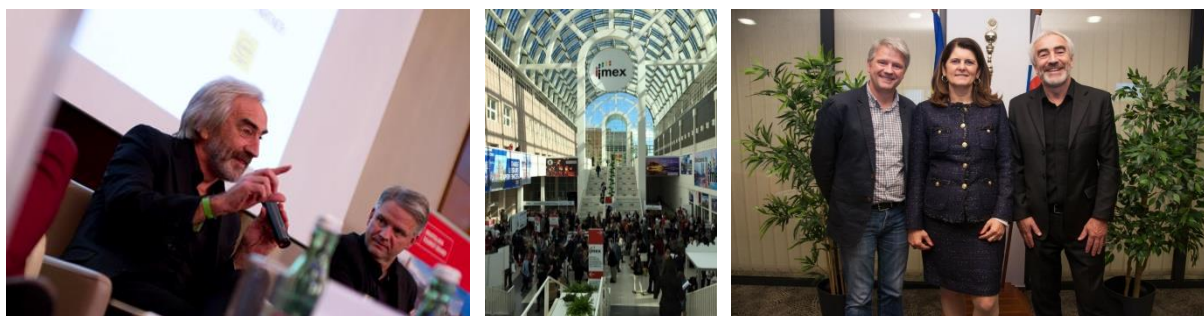
Z pohľadu dôležitosti patrí Veľká Británia medzi kľúčové zahraničné trhy, preto sme sa zúčastnili na WTM v Londýne. Nemecky hovoriace krajiny patria tak z pohľadu čísel ako aj návštevnosti Bratislavy, už tradične k najdôležitejším trhom. V roku 2015 sme sa zúčastnili najvýznamnejších veľtrhov CR medzi ktoré patrí CMT Stuttgart, ITB Berlín, RDA Kolín. Počas medzinárodného veľtrhu CR ITB Berlín, sa už tradične koná aj prezentácia dunajských krajín a destinácií Donausalon, kde sa prezentovala gastronómia a víno lokálnych bratislavských pivníc. Kultúru kompaktného mesta a vôňou bratislavských rožkov sme sa prezentovali na budapeštianskom Pozsony pikniku. Prezentovali sme sa aj na kreatívnom veľtrhu Tourism & Strategie v Paríži, kde sme komunikovali naše nové informačno - prezentačné brožúry.



B, prezentácia zameraná na kongresovo-obchodný a insentívny CR určený pre odbornú verejnosť a business segment. Bratislava Convention Bureau, ako značka prezentujúca MICE oddelenie BTB, prezentovala Bratislavu na jednom z najprestížnejších MICE veľtrhov sveta m na IMEXe vo Frankfurtu. Veľtrhu sa zúčastnilo viac ako 3500 vystavovateľov z viac ako 157 krajín sveta a 3964 nákupcov z viac než 60 svetových trhov. Viac než 9000 nákupcov a návštevníkov MICE veľtrhu uskutočnilo spolu viac ako 6 500 obchodných rokovaní. Pred samotným podujatím IMEX Frankfurt BTB komunikovala značku Bratislava digitálnou kampaňou. Komunikáciu s nákupcami a odbornou verejnosťou zastrešoval aj microsite: www.meetingindustry.sk. + komunikácia na sociálnych sieťach.



V nadväznosti na úspešnú konferenciu "Budúcnosť MICE v Bratislave a na Slovensku", ktorá sa konala v decembri 2014, spustila BTB verejné obstarávanie na získanie kontraktu s MICE expertmi z Írskej konzultačnej spoločnosti Soolnua, ktorú zastupujú: Padraic Gilligan a Patrick Delaney, ktorí pomôžu nastaviť komunikáciu Bratislavy ako destináciu kongresového cestovného ruchu. Oficiálne stretnutie sa konalo 27.-29.10.2015. Spusteniu konkrétnych aktivít predchádzala séria stretnutí, zo zhodnotenia týchto stretnutí a aktuálneho stavu BTB (jej vnútorných i vonkajších vzťahov) vyplynula nutnosť tzv. „nulte fázy projektu“, ktorou je zapojenie a prepojenie všetkých relevantných stakeholderov kongresového cestovného ruchu, štátnej správy, samosprávy a biznis sektora v rámci tohto procesu.



Druhým najdôležitejším európskym MICE veľtrhom je IBTM Barcelona, na ktorom zastupovalo BTB profesionálnu komunitu MICE z Bratislavy. Počas troch dní sa realizovalo viac ako 57 stretnutí (Hosted buyers/médiá/iné subjekty), z toho veľká väčšina podľa predmetom dohodnutého harmonogramu stretnutí. Kľúčové slová prezentácie tvorili Stabilita a bezpečnosť / dostupnosť / prítomnosť sieťových hotelov v destinácii / výhodný pomer cena vs. kvalita a / knowledge economy /

Jedným z kľúčových výstupov so zameraním na prezentáciu Bratislavy bolo zorganizovanie týždňovej prezentácie hlavného mesta na svetovej výstave **EXPO 2015** v talianskom Miláne, hlavnou komunikačnou témou bola ENERGIA. Naším zámerom bolo odprezentovať hlavné mesto Slovenskej republiky – Bratislavu ako mladú dynamickú destináciu, ktorá je sídlom viacerých svetových inovatívnych firiem. Prostredníctvom obľúbenej historickej témy - Korunovačného mesta, sme ponúkli návštevníkom expozície autentickú možnosť zažiť a zdieľať jedinečný zážitok z korunovácie a to v kombinácii tradičných a moderných technológií a komunikácie, nevynímajúc hlavnú tému svetovej výstavy. Na slovenskú i bratislavskú prezentáciu, ktorú navštívilo okolo 25 000 ľudí denne, bola čakacia doba okolo 3 hodín.



V tejto časti aktivít sa hradili z finančných prostriedkov aj prenájmy plôch, účastnícke poplatky, ostatné služby spojené s prenájomom. Ďalej to boli sprievodné programy, umelecké produkcie priamo naviazané hore uvedenú prezentáciu, grafické služby, wifi, nákup prezentačných nosičov, nákup gastronomických špecialít, spracovanie špecifických prezentácií do animácii, CD nosičov na účely veľtrhov, vybavenie stánkov, pozvánky, prenájmy obrazovky, prezentácie národných a lokálnych tradícií,

histórie a ponuky CR prostredníctvom profesionálov a iné náklady súvisiace s prezentáciou destinácie.



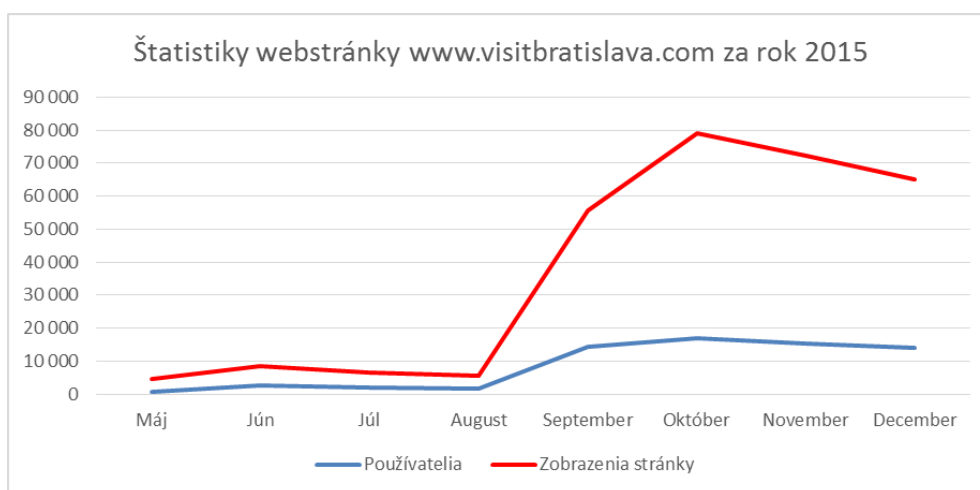
V rámci aktivít pre verejnosť podporilo BTB medzinárodný, jedinečný multižánrový festival miest Viedeň a Bratislava Waves. Waves Bratislava je jediný showcase festival, ktorý sa uskutočnil v kluboch a priestoroch na námestí SNP v Bratislave a v jeho najbližšom okolí. Jeho súčasťou je aj odborná konferencia. Podujatie sa koná od roku 2013 v spolupráci s partnerským podujatím Waves Vienna pod spoločnou značkou Waves Central Europe. Ide o medzinárodný hudobný klubový a showcasový festival mestského charakteru. Podujatie vytvorilo priestor predstaveniu produkcie 128 hudobníkov na prahu svojich medzinárodných kariér z domácej i svetovej scény. Tento ročník podujatia venoval špeciálnu pozornosť hudbe z troch baltických krajín – Estónska, Lotyšska a Litvy. Cieľom odbornej konferencie, ktorá bola súčasťou podujatia a konala sa spoločne pre obidva festivaly, bolo napomôcť profesionalizácii domácej hudobnej scény a zvýšeniu jej šancí uspieť v zahraničí. Hostami a vystupujúcimi na podujatí a konferenciách boli renomovaní odborníci z celej Európy (manažéri, producenti, agenti, promotéri, vydavatelia, pracovníci marketingových a lokálnych mestských organizácií atď.) BTB zabezpečila organizáciu coffee breaku, ktorý sa konal pod názvom „Breakfast by BTB“ a „Coffeebreak powered by visitbratislava.com“, počas trvania konferencie. Obed pre kľúčových hostí Waves Konferencie, zahraničných mienkotvorných delegátov z rôznych národností, so zameraním na hudobný biznis, ubytovanie kľúčových zahraničných panelistov konferencie a kyvadlovú dopravu autobusom v smere Viedeň – Bratislava na podporu smerovania návštevníkov Viedne do Bratislavy.

Ďalším marketingovo podporeným podujatím bola exkluzívna súťaž fotografie Slovak Press Photo. Je to súťaž a jej súčasťou aj následná výstava prinášajúca nezávislé autentické obrazové svedectvo o živote tak, ako ho vidia žurnalisti žijúci na Slovensku a v krajinách východnej Európy. Cieľom súťaže a výstavy je umožniť verejnosti byť očitým svedkom udalostí a javov uplynulého roka. BTB sa rozhodla podporiť toto podujatie v roku 2015 nielen zmluvou o reklame, kde sme získali vysokú vizibilitu v zahraničí, najmä v regióne CENTROPE, ale aj podporou famtripu pre jednotlivých fotografov a novinárov. V dňoch 14.-18. 9. boli na Slovensko pozvaní

hlavní členovia poroty A. Chekmenev, S. Green a V. Prudnikov. Otvorili výstavu, viedli workshopy a zasadnutia poroty k jednotlivým fotografiám. K danému eventu bola realizovaná aj tlačová konferencia za účasti vedenia BTB slovenských ako aj zahraničných novinárov.

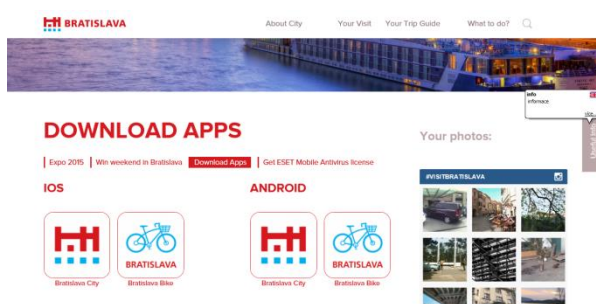
2.7. AUDIOVIZUÁLNA TVORBA A INFORMAČNÉ SYSTÉMY

Strategicky najdôležitejším projektom destinačného marketingu bola príprava a spustenie novej parallaxovej web stránky: www.visitbratislava.com, ktorej súčasťou sú aj originálne video spoty nachádzajúce sa v základnej štruktúre menu web stránky obohatené o hudobno štýlové aranžmány. Podarilo sa nám zrealizovať modernú, responzívnu, jednoducho ovládateľnú web stránku, ktorá je kompatibilná pre všetky mobilné telefóny, zároveň je vizuálne a technologicky naprogramovaná pre široko a rôznogeneračne vyspelú užívateľskú základňu stránka zohľadňuje aj potreby osôb so zrakovým postihnutím. V roku 2015 sme pristúpili aj k čiastkovej aktualizácii mobilnej turistickej aplikácie BTB, tá sa týkala cyklomáp s možnosťou ich stiahnutia pre obe mobilné platformy Android resp. iOS – App Store.



Aj vďaka zánietenosti zamestnancov sme mohli zrealizovať niekoľko dlhodoboplánovaných cieľov organizácie, ktoré prispievajú k systematickému budovaniu pozitívneho imidžu organizácie, no najmä k zviditeľňovaniu destinácie. Vďaka moderným technológiám je zabezpečená vyššia a dostupnejšia úroveň rozpoznania hlavného mesta SR Bratislavy a jej prostredníctvom i celej krajiny.

Technologicky a komunikačne zaujímavou bola aj realizácia jednej z častí interaktívnej prezentácie destinácie na svetovej výstave EXPO 2015 zameraná na fotenie a následné zdieľanie fotografií /s Korunovačným posolstvom a možnosťou výhry pobytu v destinácii. Použitie #Hashtags #visitbratislava prispelo k aktívnemu zviditeľneniu destinácie cez komunikačné sociálne siete (Instagram, Twitter a Facebook)



K audiovizuálnej tvorbe patrí i výroba a produkcia už raz spomenutej komunikačnej kampane, prezentujúcej Bratislavu ako korunovačné mesto na Dunaji, ponúkajúca množstvo voľno časových aktivít pre domácich a zahraničných turistov. Komunikačná kampaň bola obsiahnutá do niekoľkých tematických okruhov, v desiatich 30 sekundových spotoch. Prostredníctvom externej firmy sa využívala autorská podpora a produkčné služby.



2.8. TLAČENÁ PROPAGÁCIA A EDIČNÁ ČINNOSŤ

Cieľom BTB bolo aj v roku 2015 zabezpečenie dostatočného množstva propagačných a informačných materiálov pre prezentačné a informačné účely destinácie na veľtrhoch a výstavách v zahraničí, ako aj pre turistické informačné centrá, hotelové recepcie, cestovné kancelárie a ďalšie subjekty pôsobiace v CR. Sekundárne sme zabezpečovali materiál aj pre žiadateľov z oblasti verejných a štátnych inštitúcií. Propagačné a informačné materiály boli štandardne vyhotovované v niekoľkých jazykových mutáciách, ktoré sa na základe dopytu a potreby priebežne dopĺňajú. V roku 2015 sa zrealizovali, spracovali (grafické práce, textová príprava, nákup mapových podkladov, jazykové preklady s korektúrami, úprava fotografií) a tlačili viaceré propagačné materiály. Jazykové preklady tvorili počas roka veľmi dôležitú a prierezovú, cez takmer všetky marketingovo – komunikačné aktivity prechádzajúcu, súčasť činnosti BTB voči zahraničnej klientele, nakoľko komunikácia musela byť vždy aktualizovaná a sledovaná odborným okom profesionálov z popredných prekladateľských agentúr. Obdobnou činnosťou, ktorá sa dotýka vizuálnych výstupov organizácie v brožúrach ale aj v komunikačných kampaniach bola kontinuálna potreba a následné zabezpečovanie profesionálnych fotografií a na to nadväzujúce grafické služby pre brožúry, web, sociálne siete, kampane, merkantil atď.

Pre sezónu 2015 sme pripravili tri nové publikácie, ktorými rozširujeme portfólio cieľových skupín návštevníkov destinácie. Ubytovanie je kategoricky roztriedený a zoradený zoznam a popis ubytovacích zariadení v Bratislave. Zlatá Bratislava je imidžová brožúra, zámerom ktorej je prilákať na atraktívnu ponuku destinácie. Obsahovo prezentuje tie najzaujímavejšie a najatraktívnejšie miesta Bratislavy. Slúži ako sprievodca prezentujúci historické, korunovačné, postsocialistické a hudobné miesta mesta, zahŕňa ponuku jedinečných múzeí a galérií ale aj zaujímavé tipy pre rodiny s deťmi. Nezabúda na odporúčania reštaurácií, ponúkajúce lokálne gastronomické špeciality, vína, stručný kalendár podujatí, informáciu o ubytovaní a mapu centra. Brožúra bola vydaná v štyroch jazykových mutáciách /SJ, NJ, IT, AJ/. V roku 2016 plánujeme jazykové mutácie rozšíriť.

Tajné fajné miesta mesta, alebo v anglickej verzii Secret doors, je brožúra pre mladú generáciu vychádzajúca z modernej „hipsterskej“ kultúry, ktorá je v tejto vekovej kategórii veľmi rozšírená a populárna. Zahŕňa atraktívnu ponuku nekonvenčných reštaurácií, kaviarní, komunitných a iných zaujímavých miest. Pokračovali sme v úspešnej spolupráci pri príprave Art Plan-u, mapy voľného času o výstavách, prednáškach a akciách v oblasti vizuálneho umenia. Súčasťou cyklu komorných koncertov Bratislava Goes Classical sme k jednotlivým koncertom pripravovali informačno - produktové prezentačné bulletiny, ktoré boli v dvoch jazykových mutáciách/ tie boli distribuované do informačných centier a ubytovacích zariadení. V rámci edičnej činnosti je potrebné uviesť aj editovanie textových súborov a jazykových mutácií web stránky visitbratislava.com, ale aj iných produktových podstránok BTB. Bratislavská organizácia cestovného ruchu tiež participovala na ďalších informačno-propagačných brožúrach ako ÖBB – cestovný poriadok a brožúre Danube Competetion Centre, ktorá propaguje destinácie na rieke Dunaj.

Aj produkt Bratislava City Card priniesol v roku 2015 lepšiu ponuku – súčasťou čoho bola aj produktová brožúra. Dohodli sme sa s viacerými partnermi a priniesli až 95 zliav na produktoch a službách. Obohatili sme ponuky o nové typy prehliadok mesta a čo je najlepšie, karta platila na vybraných miestach v Bratislavskom regióne, Trnave a Skalici ako aj Dolnom Rakúsku. Počas roka boli zabezpečené grafické podklady, mapové podklady a tlač nasledovných brožúr, bulletinov, letákov a plagátov:

Tlač - produktové brožúry vydávané pod hlavičkou BTB	
Brožúra	Ubytovanie - jazyková mutácia – AJ, NJ
Brožúra	Zlatá Bratislava - jazyková mutácia – SJ, AJ, NJ, TJ
Brožúra	Tajné fajné miesta mesta - jazyková mutácia – SJ, AJ
Brožúra	Top podujatia 2015 - jazyková mutácia – SJ, AJ, NJ
Brožúra	Bratislava City Card - jazyková mutácia - SJ, AJ, NJ
Leták	Bratislava City Card - jazyková mutácia - SJ, AJ, NJ, RJ, ŠJ, TJ

Bulletin	Danube Fest
Bulletin	Bratislava Goes Classical - séria koncertov – SJ, AJ, NJ
Plagát	Bratislava Goes Classical - séria koncertov
Leták	Bratislava Goes Classical - séria koncertov
Leták	Bratislavské Menu
Mapa	Mapa rozkladacia - jazyková mutácia – AJ, NJ
Korunka	prezentačná Korunka AJ, NJ, TJ
Mapa	Art plan

MICE CD nosič – Bratislava Meetings Guide s prezentáciou kongresového turizmu v Bratislave. Okrem spomenutých tlačovín vytvorila Bratislavská organizácia cestovného ruchu roll-upy, bannery a beachflagy s témami Bratislavy. V rámci projektu Bratislava Goes Classical boli vytlačené letáky, plagáty a bulletiny, ktoré propagovali a informovali o organizovanom koncerte. Bulletiny boli vytvárané s cieľom informovať účastníkov koncertu o programe a boli voľne distribuované počas koncertu.

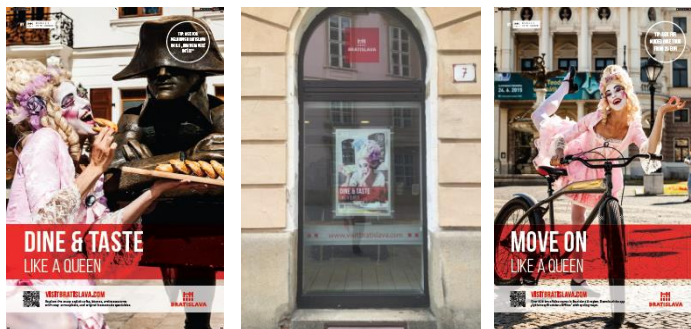




3. ČINNOST TURISTICKÉHO INFORMAČNÉHO CENTRA

V záujme zvyšovania kvality poskytovaných služieb pre návštevníkov mesta priamo v pobočkách Turistických informačných centier BTB na Klobučníckej ulici a na Letisku M. R. Štefánika sme sa v roku 2015 orientovali predovšetkým na aktualizáciu a tvorbu turistických informačných zdrojov, pracovných manuálov a doplnenie informačno – navigačných systémov v priestoroch TIC s cieľom zabezpečenia koordinovaného a plynulého pohybu návštevníkov TIC a ich organizovaného prístupu k požadovaným informáciám. Otváracie hodiny TIC BTB na Klobučníckej ulici boli denne 9.00 – 19.00 (v mesiacoch apríl – október), resp. 9.00 – 18.00 (v mesiacoch november – marec), otváracie hodiny vysunutého pracoviska na Letisku M. R. Štefánika boli prispôsobené letovému poriadku tak, aby zachytili čo najvyšší počet prichádzajúcich turistov.

Návštevnícky najsilnejším mesiacom bol v Turistických informačných centrách BTB mesiac august, následne mesiace júl a jún. Návštevnícky najsilnejšími dňami boli pondelok, piatok a sobota. Celkový počet dopytov predstavoval 85115 (z toho TIC Klobučnícka: 59 805, TIC Letisko: 25 310, telefonické dopyty: 1 895, emailové dopyty: 1 572). Priemerná denná návštevnosť TIC v hlavnej turistickej sezóne bola: 350 – 400 návštevníkov, v zimných mesiacoch: 150 návštevníkov. Okrem poskytovania informačných služieb sa pracovníci TIC BTB venujú tvorbe a rozvoju produktu orientovaného na prehliadky mesta a okolia. V roku 2015 zabezpečili 798 prehliadok mesta, v rámci ktorých bolo sprevádzaných 11 086 osôb. Najvyšší záujem bol o prehliadky v anglickom, nemeckom, francúzskom, slovenskom, ruskom a talianskom jazyku.

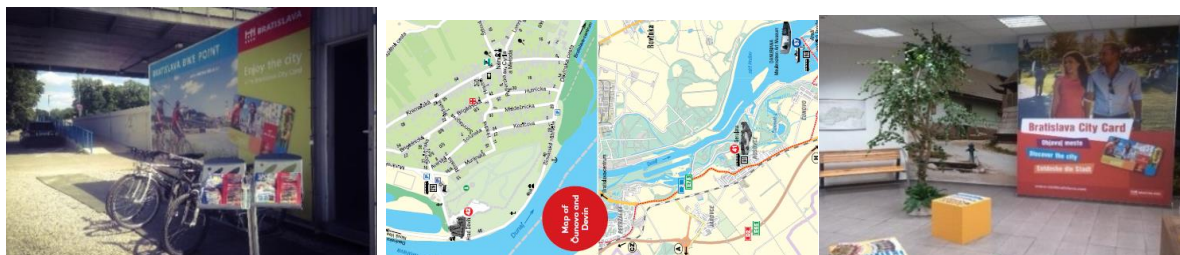


V mesiacoch júl – august sme v spolupráci so Železničnou spoločnosťou Slovensko a.s. zabezpečili pre návštevníkov mesta základný informačný servis formou mobilného TIC na Hlavnej železničnej stanici. Pracovník BTB poskytoval informácie o destinácii Bratislava a pracovník Železničnej spoločnosti Slovensko a.s. informácie o železničnom prepojení Bratislavy s ostatnými mestami na Slovensku a so zahraničím. BTB rovnako zabezpečilo základný informačný navigačný systém aj na Hlavnej železničnej stanici, ktorý umožnil cestujúcej verejnosti ľahšie sa zorientovať v priestoroch stanice a nájsť cestu k mobilnému TIC BTB. Služby tohto

sezónneho TIC využilo viac ako 4500 cestujúcich, najmä: Španieli, Nemci, Rakúšania, Angličania, Íri, Francúzi, Američania, Česi.



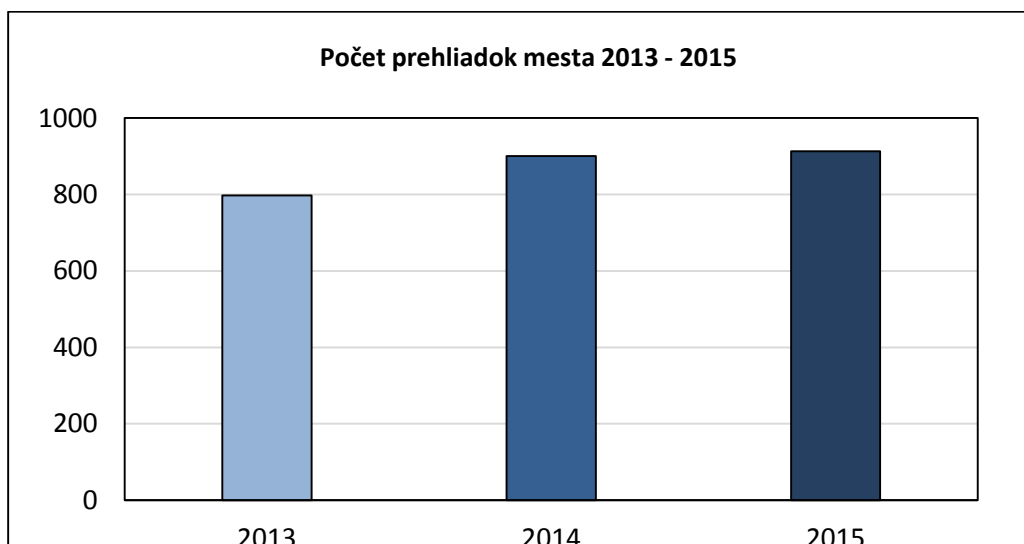
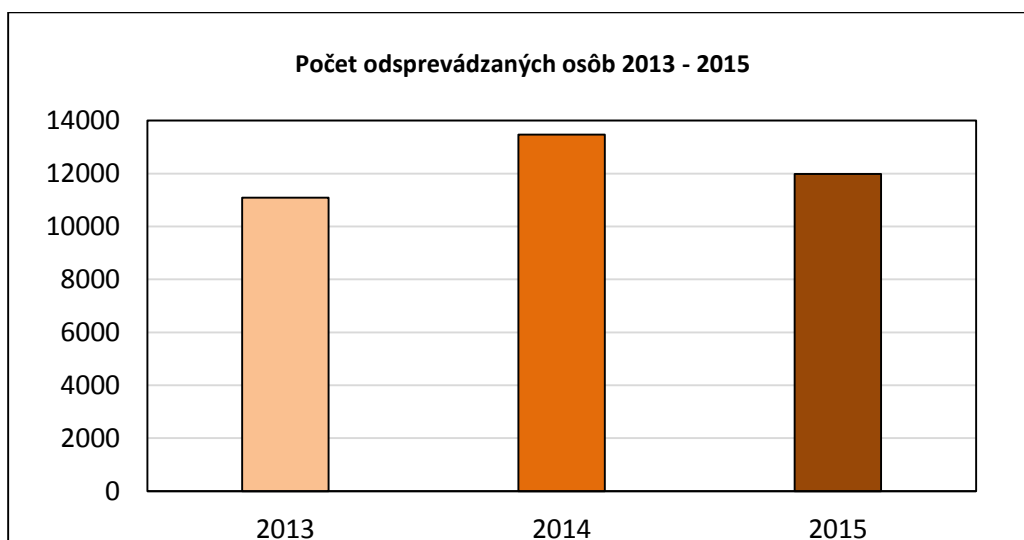
BTB pokračovalo v spolupráci s Informačno-predajnými miestami Národnej diaľničnej spoločnosti (NDS) v Brodskom a Čunove, a tým zabezpečilo informovanosť mototuristov prichádzajúcich do Bratislavy z Českej republiky a Maďarskej republiky. V informačno – predajných miestach NDS získal potenciálny návštevník mesta kontakt na Turistické informačné centrál BTB, mapu mesta a iné informačno-propagačné materiály, ako aj informáciu o destinačnom produkte BTB určenom pre individuálneho návštevníka mesta – Bratislava City Card.



V rámci činnosti TIC – u zameranú na zlepšenie informovanosti návštevníkov mesta a rozširovania osvedy verejnosti sme zabezpečili licenciu na mapové výrezy ako podklad pre tvorbu informačných a prezentačných materiálov, určených pre lepšiu orientáciu a navigáciu domácich a zahraničných návštevníkov mesta. Naším zámerom bola orientácia na jednotlivé zdrojové trhy a vekové skupiny turistov a účastníkov významných európsky podujatí ako napr. SK PRES, Summit EVR. Predmetom licencie boli nasledovné mapové podklady: výrezy mapy širšieho centra mesta, materiál určený pre rodiny s deťmi, cyklomapy, mapa celého mesta, výrez mapy historického centra mesta so zakreslením piktogramov a perokresieb bodov záujmu, mapový materiál pre účastníkov zasadnutí SK PRES 2016, elektronická verzia mapy určená pre portál BTB a digitálna mapa, slúžiaca ako podklad pre marketingové a prezentačné aktivity BTB.

3.1. PREHLIADKY MESTA

V roku 2015 zabezpečilo TIC BTB 913 prehliadok mesta a okolia, v rámci ktorých bolo odsprevádzaných 11985 osôb. V porovnaní s rokom 2014 (počet prehliadok 901) je to 1,3% navýšenie a v porovnaní s rokom 2013 (počet prehliadok 798) je to 14,3% navýšenie. Najvyšší záujem bol o prehliadky v anglickom, nemeckom, francúzskom, slovenskom, ruskom a talianskom jazyku.





4. TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU



Podpora atraktivít a tvorby produktu bola zabezpečená taktiež realizáciou a podporou podujatí pre návštevníkov a aj pre obyvateľov destinácie, ku ktorým BTB pristupovalo permanentne počas roka ako organizátor/spoluorganizátor týchto podujatí. BTB vždy zabezpečovalo parciálnu časť potrebnú pre ich realizáciu, tak aby tvorili základnú a pevnú súčasť programovej a produktovej ponuky destinácie pre svoje cieľové skupiny návštevníkov. Podpora podujatí je dôležitou zložkou CR, nakoľko významné a relevantné podujatia vedia návštevníkov do destinácie prilákať, predĺžiť ich zotrvanie v destinácii, prípadne spríjemniť pobyt v destinácii a zanechať na ňu dobrý dojem, ako na destináciu plnú kultúrneho, spoločenského a športového života.

Zimný festival jedla 2015 je populárny festival, ktorého myšlienkou je predstaviť tie najlepšie reštaurácie zo Slovenska, tých najlepších šéfkuchárov a tiež zaujímavosti a krásy našich regiónov. Cez projekt „Ochutnajte Slovensko“ boli v spolupráci s každou festivalovou reštauráciou preferované predovšetkým regionálne suroviny a špeciality. BTB v spolupráci s organizátormi marketingovo prezentovala destináciu a destinačný portál. .



Projekt Bratislava Goes Classical je novým umeleckým a marketingovým projektom organizácie destinačného manažmentu hl. mesta SR / BTB, ktorého úlohou je prezentovať jedinečnú produkciu z oblasti klasickej hudby, doma ale najmä v zahraničí. Je zároveň prvým spoločným produktom, v ktorom BTB prizvala k spolupráci erbové inštitúcie, akými sú Slovenská filharmónia, Slovenské národné divadlo, Hudobné centrum a ako aj vybraných organizátorov vrcholných festivalov, či hudobných cyklov prezentujúcich jedinečný a bohatý program v oblasti klasickej hudby konajúci sa v hlavnom meste SR – Bratislave. Cieľom projektu je vytvoriť platformu kooperácie najvýznamnejších hráčov na poli klasickej hudby v Bratislave, definovať systém vzájomnej spolupráce týchto subjektov s BTB tak, aby tento systém dlhodobou a obojstranne výhodne jestvoval v záujme zvýšenia efektov v AZCR ako aj v DCR. Rovnako je cieľom pozitívne vplyvať na značku BRATISLAVA a jej spotrebiteľské asociácie odvodené od spravidla vysokého stupňa afinity ku kvalite „klasickej hudby“. Zámerom projektu je na pozadí väčšieho prepojenia produktov klasickej hudby a HoReCa segmentu priniesť do Bratislavy viac bonitných klientov predovšetkým z regiónu CENTROPE so zvláštnym dôrazom na Rakúsko a jeho prihraničnú oblasť. Benefitom projektu je možnosť jeho dlhodobého rozvoja odvodená od faktu, že primárne produkty tohto projektu jestvujú aj samostatne na trhu Bratislavy, ale nie sú zasadené v širšom marketingovom, či skôr medzinárodne - marketingovom rámci. Počas roku 2015 sa v rámci cyklu uskutočnilo 11 unikátnych komorných koncertov, BTB sa ako spoluorganizátor sa podieľal na úhradách spojených s účinkovaním a pobytom výkonných umelcov v destináciách.



Bratislavský maratón je najväčšie bežecké podujatie konajúce sa na území mesta Bratislava, s celkovým počtom viac ako 9500 zaregistrovaných bežcov s medzinárodnou účasťou z viac ako 50 krajín sveta. V roku 2015 sa organizoval jubilejný 10. ročník, ktorý neodmysliteľne patrí medzi nosné podujatia mesta Bratislava. Láka nielen domácich, ale aj zahraničných účastníkov a ponúka atraktívne sprievodné akcie aj pre divákov samotného podujatia. BTB podporila prezentáciu Bratislavy, bežeckého mesta tzv. Running City, ako moderného mesta na Dunaji, ktoré významne podporuje aktivity rozvoja zdravého životného štýlu. BTB zabezpečovalo komunikáciu prostredníctvom svojich kanálov, zabezpečovalo turisticko - informačné stanoviská na ŽSR, autobusovej stanici Ml. Nivy, vrátane povolení a personálneho obsadenia, informačné materiály (mapy, sprievodcov a iných) a propagačné predmety

Cirkul'art je medzinárodným podujatím súčasného divadla a nového cirkusu a je jediným festivalom svojho druhu na Slovensku. Prináša interaktívne formy pouličného divadla založeného na novej tradícii festivalu súčasného umenia, cirkusu a divadla. Zámerom je vyhľadávanie nových talentov doma i v zahraničí, podporovanie netradičných a inšpiratívnych foriem umenia, vytváranie medzinárodných partnerstiev a kultúrnej kooperácie, prinášanie kvalitných a kultivovaných foriem zábavy do viacerých lokalít v centre destinácie. BTB sa ako spoluorganizátor podieľal na uhradení umeleckých autorských honorárov.



Podujatie City Downhill sa každoročne koná v rôznych štátoch a má celosvetový dosah. Je to jediné podujatie svojho druhu konajúce sa na Slovensku ako aj Bratislave v bratislavskom regióne, ktoré sa vyznačuje vysokou návštevnosťou zo strany zahraničných turistov. BTB organizačne participovalo na podujatí Bratislava City Downhill a zároveň využilo vysokú návštevnosť a sledovanosť fanpage podujatia na sociálnych sieťach, podporujúcu a zviditeľňujúcu Bratislavu v hľadácku miest, ponúkajúci atraktívnych a jedinečný športový program.



Festival Divokej vody sa každoročne koná v areáli Divoká voda v Čunove. Podujatie predstavuje 4. ročník športového festivalu, v rámci ktorého si účastníci mohli vybrať z množstva športových i rekreačných aktivít, zapojiť sa a otestovať tak unikátny „majstrovský areál“. Podujatie ponúka množstvo športových aktivít na vode aj na suchu, adrenalín aj relax, nové druhy športov a zábavu pre všetky vekové kategórie. Tento ročník podujatia bol navyše obohatený ďalšími športovými možnosťami, vzdelávacími workshopmi a prednáškami, súťažami pre domácich ako aj zahraničných návštevníkov, nočným programom, wellness službami, oddychovými aktivitami a programom pre deti. BTB zabezpečovalo info cestu zahraničným novinárom a autorské honoráre.

Jednou z kľúčových tém destinácie je práve téma Korunovacie. BTB podporuje túto tému tiež, je v jeho záujem podporiť zvýšenie povedomia a výnimočnosti Bratislavy ako korunovačného mesta, čo bolo schválené na valnom zhromaždení v roku 2014 ako jednu zo základných tém línie rozvoja cestovného ruchu v Bratislave. V dňoch 24.4. – 31.5.2015 sa zrealizovala v priestoroch Primaciálneho paláca v Bratislave výstavu pod názvom: Korunovačná Bratislava v kontexte vojny o španielske dedičstvo, ďalším podujatím, ktoré BTB v tejto línii podporilo je festival Frankovky modrej – korunovačného vína panovníčky Márie Terézie. Zámerom je zvýšiť povedomie a navráť Bratislave prívlastok /destinácie vína. Hlavným každoročným podujatím prezentujúcim výnimočnosť sú Korunovačné slávnosti. Bratislava, ktorá bola miestom korunovačných slávností uhorských kráľov v rokoch 1563 – 1830.

Takýmto spôsobom chceme prispieť k budovaniu dôvery a vzájomnej spolupráce medzi občanmi stredoeurópskeho regiónu, podporiť rozvoj ľudských zdrojov na báze spoločnej histórie a kultúry a uskutočňovať projekty zamerané na turizmus a na spropagovanie hraničného bratislavského regiónu. Atmosféru korunovačných slávností môžete v súčasnosti zažiť každoročne v júni, pričom organizátori prinášajú každý rok novinky a mení sa aj trasa korunovačného sprievodu. Počas korunovácie uhorských kráľov však mala celá ceremónia presne stanovený priebeh. Hlavná časť sa uskutočňovala v Dóme sv. Martina, odkiaľ novozvolený monarcha spoločne so svojím sprievodom prechádzal Bratislavou. Po prvom stretnutí s poddanými na dnešnom Hlavnom námestí sa zastavil vo Františkánskom kostole, aby vybraných mužov pasoval za rytierov Zlatej ostrohy. Ďalšou významnou časťou bolo zloženie prísahy za mestskými hradbami blízko Michalskej brány. Nakoniec samotný sprievod dorazil na korunovačný pahorok (dnešné Námestie Ľudovíta Štúra), kde nový kráľ ukázal mečom na všetky svetové strany, čím symbolicky prisľúbil ochranu svojmu kráľovstvu.



Festival Kultúrne leto a Hradné slávnosti Bratislava 2015 oslávil v roku 2015 40. ročník. Bratislavská organizácia cestovného ruchu sa spolupodieľala na tomto trojmesačnom festivale, ktorý prináša do ulíc Bratislavy zaujímavé multižánrové podujatia spestrujúce každoročnú letnú atmosféru mesta. Festival vytvára prostredie celomestského letného festivalu, ktorý domáci aj zahraniční návštevníci veľmi vítajú. BTB sa spolupodieľalo na festivale podporou autorských honorárov, umeleckú produkciu a komunikáciu podujatia na svojej webstránke, sociálnych sieťach v newsletteroch. Počas trvania Kultúrneho leta prebiehal aj ďalší festival, avšak zameraný na klasickú hudbu Viva Musica! Jedenásty ročník festivalu sa odohrával prvý krát v jeho histórii počas niekoľkých mesiacov – jún až október, kedy sa uskutočnilo 10 koncertov. Festival predstavil koncerty slovenskej i zahraničnej umeleckej špičky. BTB sa spolupodieľalo na festivale najmä nákladmi na umeleckú produkciu a komunikáciu podujatia na svojej webstránke, sociálnych sieťach a v newsletteroch.



Rímske hry a Danube Limes Day je organizovaný v rámci projektu Danube Limes Brand, ktorý má predstavovať jednotnú prezentáciu a zároveň propagáciu rímskeho kultúrneho dedičstva v jeden deň, resp. týždeň vo všetkých podunajských krajinách od Rakúska po Čierne more. Rímske hry predstavili tanec aj život vo vtedajšej spoločnosti – legionári, gladiátori, odievanie, výtvarné umenie. Limes Day obohatilo program o mnohé športové aktivity, akrobatické vystúpenia rope skippingu, splavovanie Dunaja, cyklistickú cestu po stopách Rimanov.

Podujatie „Ubránili sme sa 2015 – 206. výročie obliehania Bratislavy Napoleonom“ je tradičnou rekonštrukciou historickej udalosti bojov o bratislavské predmestie z petržalskej strany a obliehania Bratislavy napoleonskými vojskami z roku 1809.

BTB bolo partnersky a aktivitami zapojené aj do siedmeho ročníka gastronomického festivalu „GURMÁN FEST Bratislava“ prezentujúceho reštaurácie, vinárne, farmárov a predajcov rôznych delikates. Súčasťou podujatia bol bohatý program plný kuchárskych a barmanských šou, workshopov o zdravej výžive a tradičných škôl varenia. Podujatie sa koná už sedem rokov a vyznačuje sa vysokou návštevnosťou. BTB zabezpečovalo fotografie a video materiál z podujatia pre účely ďalšej propagácie destinácie a ubytovanie hostujúcich michelinových kuchárov

Biela noc je prestížny medzinárodný umelecký projekt, ktorý má za úlohu priblížiť širokej verejnosti súčasné formy umenia ako aj netradičné, nepoznané a významné miesta európskych metropol. Biela noc vznikla v Paríži v roku 2002. V roku 2013 ju navštívilo viac ako dva a pól milióna ľudí. Po piatich úspešných košických ročníkoch sa Biela noc rozšírila do hlavného mesta Slovenskej republiky spájajúc tak východ a západ krajiny súčasným umením. Cieľom projektu Biela noc je, okrem iného, podporiť kultúrny turizmus mesta, podporiť rozvoj kreatívneho priemyslu v meste, zviditeľniť netradičné, nepoznané ale aj významné miesta, spojiť prostredníctvom umenia Bratislavu so svetovými metropolami, ktoré sú nositeľmi tejto prestížnej značky WHITE NIGHT. Biela noc ponúka návštevníkom netradičnú umeleckú prechádzku nočným mestom plnú zážitkov a nových vnemov, ktorá trvá od západu až do východu. BTB na podporu tohto podujatia uzatvorila umelecké zmluvy s vybranými umelcami vystupujúcimi na podujatí. Logo BTB bolo prezentované v sprievodných mapách k jednotlivým inštaláciám podujatia.



Danube Festival, Donau Fest, Duna Festival, sú názvy podujatí, ktoré sa organizujú vo viacerých európskych mestách od nemeckého Ulmu až po rumunský IZMAL. Okrem spoločnej rieky Dunaj ich spája aj spoločná myšlienka - prezentovať a poznávať kultúrne fenomény a osobnosti umenia a športu z krajín, ktorými preteká. Bratislavská organizácia cestovného ruchu v tomto roku pod hlavičkou Danube festivalu zastrešila viacero podujatí členov Bratislava Tourist Board konajúcich sa počas septembra v hlavnom meste. Prostredníctvom III. medzinárodného výtvarného podujatia Dunajské bienále, SUP Marathonu 2015 či vystúpením svetoznámeho hudobníka ALBRECHTA MAYERA sa Bratislava stala hostiteľom veľmi zaujímavej a pestrej palety reprezentantov jednotlivých dunajských krajín. Pri tejto príležitosti sa zorganizovali aj spoločné rokovania s vedením mesta ULM a zástupcami magistrátu hlavného mesta, ktorá potvrdila spoluprácu a rozšírenie dôležitých spoločenských tém, medzi ktoré patrí primárne voda ako zdroj života na zemi.





5. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY

Zámerom tejto časti bolo podporenie kľúčových produktov, konajúcich sa a existujúcich v destinácií. Znovu obnovením významných pôvodných atraktivít s cieľom ich celoročného využívania pre potreby programovej ponuky návštevníkov a predĺženia ich pobytu v destinácii. Pri tom nemožno zabudnúť na fakt, že k silným stránkam destinácie patrí stále výhodná a strategická poloha mesta v rámci stredoeurópskeho regiónu jej bohatá história, štatút hlavného mesta členského štátu EÚ (bohaté kultúre a historické dedičstvo, tvoriaci základ a predpoklad turistického záujmu.

Príkladom novo objavených historických miest sú mestské hradby, ich zaujímavo ladený a dramaturgicky pútavý program pre okoloidúcich návštevníkov. BTB podporilo Bratislavské mestské hradby ako destinačný partner, participujúci na príprave grafických podkladov a tlači bannerov. Tie boli umiestnené na hradbách a prezentovali ich historickú opodstatnenosť. Počas letného otvorenia Bratislavských mestských hradieb tak návštevníci, ktorí hradbami prechádzali mali možnosť oboznámiť sa s históriou Bratislavy.



Produkt Wine tour, tvorí súčasť dlhodobého zámeru podpory atraktivít, netradičného a zážitkového pobytu v destinácií spojenú s návštevou a degustáciou lokálnych vinných pivníc. Ktoré sú pod celou časťou historickej Bratislavy vrátane jej dôležitých mestských častí Bratislava – Rača, Devín a Vajnory. Zámerom podpory BTB je predovšetkým prezentovať rozvoj témy a produktu lokálneho vinohradníctva a vinárskych tradícií na území mesta Bratislava. Súčasťou projektu Wine tour je aj festivalu Frankovky modrej a bratislavského vína, ponúkajúci prezentáciu jednotlivých vinárov a domácich vinárstiev.



Medzi atraktivity destinácie, ktoré počas roka 2015 BTB podporilo je aj významný kultúrny dlhodobý happening Viva musica! – festival s viac ako desaťročnou tradíciou s ambíciou vytvoriť letný festival s naozaj hodnotným umeleckým prínosom. Od svojho prvého ročníka ponúka ľuďom to najlepšie z klasickej hudby formou prístupnou pre všetkých – na netradičných miestach, v netradičných kontextoch a bez nutnosti platiť vstupné na niektoré koncerty. Viva Musica! Festival, ktorý svojim návštevníkom každý rok prináša exkluzívne hudobné projekty v podaní špičkových domácich a svetových umelcov, ale aj koncerty plné nenútenej zábavy, bez kravát a tzv. „ušľachtilej“ nudy, ktorej by sa ľudia pri predstave klasickej hudby možno tak trochu obávali. Tento koncept sa stretol s veľkým úspechom: Viva Musica! festival je dnes najväčším medzinárodným letným hudobným festivalom v Bratislave a jeho obľúbenosť a mediálna sila z roka na rok rastie. Jedenásty ročník festivalu sa odohrával prvýkrát v jeho histórii počas niekoľkých mesiacov – jún až október, kedy sa uskutočnilo 10 koncertov. Festival predstavil koncerty slovenskej i zahraničnej hudobnej špičky. BTB sa spolupodieľalo na festivale, ako aj v predchádzajúcom prípade, najmä nákladmi na umeleckú produkciu a komunikáciou podujatia na svojej webstránke, sociálnych sieťach a v newsletteroch.



31.7.
CARLOS PIÑANA:
FLAMENCO SYMPHONY
ORCHESTER MORAVSKÁ FILHARMONIE OLOMOUC DIRIGUJE JAN KUČERA
20.00 HOD. STARÁ TRŽNICA
FLAMENCO V SPRIEVODE SYMFONICKÉHO ORCHESTRA





6. INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU

Za účelom zefektívnenia informačných služieb poskytovaných v Turistickom informačnom centre BTB na Klobočníckej ulici a doplnenia informačno – navigačného systému bolo v roku 2014 inštalované v jeho výkladoch 8 ks podsvietených crystalboxov, ktoré boli v roku 2015 doplnené o technický podporný systém zabezpečujúci odvetrávanie špeciálnych novoinštalovaných transformátorov, rovnako o senzory regulujúce ich dennú a nočnú svietivosť. Účelom tohto systému je zabezpečenie informovanosti návštevníkov mesta o produktoch CR a podujatiach organizovaných členmi BTB a jeho partnermi ako v interiéri TIC, tak aj smerom do exteriéru. S cieľom jednoduchšieho prístupu k informáciám boli opatrené informačné prospektové panely v TIC Klobočnícka tematickým značením v slovenskom a anglickom jazyku, rovnako bola doplnená navigácia na stánku TIC BTB na Letisku M. R. Štefánika. Pre zabezpečenie koordinovaného a plynulého pohybu návštevníkov TIC a ich organizovaného prístupu k požadovaným informáciám bolo do priestoru TIC zakúpené 5 ks vymedzovacích stĺpikov, ktoré sú v súčasnosti už štandardom každého európskeho TIC z dôvodu zabezpečenia diskkrétnej zóny.



6.1. BRATISLAVA CITY CARD V INFRAŠTRUKTÚRE

Aj produkt Bratislava City Card priniesol v roku 2015 lepšiu ponuku. Dohodli sme sa s viacerými partnermi a priniesli až 95 zliav na produktoch a službách. Obohatili sme ponuky o nové typy prehliadok mesta a čo je najlepšie, karta platila na vybraných miestach v Bratislavskom regióne, Trnave a Skalici ako aj Dolnom Rakúsku. Počas roka 2015 sme sa zameriavali na intenzívnu podporu, komunikáciu a rozširovanie ponukového portfólia tohto hlavného produktu a komunikačného nástroja BTB smerom k návštevníkom mesta. Sledovanie a vyhodnocovanie vstupných dát získaných prostredníctvom predaja BCC a ich nasledovnej akceptácie v partnerských zariadeniach nám prinieslo neoceniteľné štatistické výstupy poskytujúce prehľad o národnostnej štruktúre a vekovom zložení držiteľov BCC, ako aj o ich preferenciách služieb využívaných počas ich pobytu v Bratislave cestou BCC. Získané výstupy a poznatky sme kvartálne vyhodnocovali a konzultovali s odborným zástupcom dodávateľa štatistických výstupov, ktorým sa venujeme v osobitnej kapitole. V roku 2015 sa nám podarilo zapojiť do tohto projektu 54 partnerov, ktorí poskytovali zľavy na celkovo 95 zliav v zariadení, tovaroch a službách. Držitelia

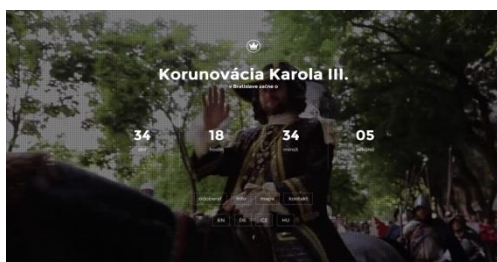


Bratislava City Card mali nárok na bezplatnú pešiu prehliadku mesta a bezplatné využívanie MHD počas doby platnosti karty a ďalej mohli využívať zľavy vo výške 5 – 50% v zmluvných zariadeniach a službách.



6.2. PREVÁDZKA REZERVAČNÉHO SYSTÉMU

V oblasti ďalšieho vývoja rezervačno - informačného systému (Deskline) s ponukou priameho objednania služieb vo forme atraktívnych balíkov k podujatiam, sme spoločne s organizátormi podujatí Korunovačné slávnosti, koncertného cyklu klasickej hudby a vybranými ubytovateľmi vytvorili atraktívne turistické balíčky. Obsahovali: ubytovanie, vstupenku s možnosťou dovozu z daného koncertu na vybrané miesto. Ponuku využilo niekoľko hostí z nemecky hovoriacich krajín. Naším poznatkom je, že prevádzka rezervačného systému musí byť postavená na dobrom produkte s potrebou silnej komunikácie. Podľa dostupných dát je táto forma vhodná najmä pre skupiny a mladšie vekové kategórie turistov. Zámerom bolo čo najviac aktivizovať k návšteve stránky a našich produktových portálov BTB, zároveň podporovať vybrané produkty CR, ktoré slúžili aj ako motivátor k predĺženiu pobytu v destinácii.





7. ZABEZPEČENIE STRATEGICKÝCH, KONCEPČNÝCH A ANALYTICKÝCH MATERIÁLOV A DOKUMENTOV, ŠTATISTÍK A PRIESKUMOV

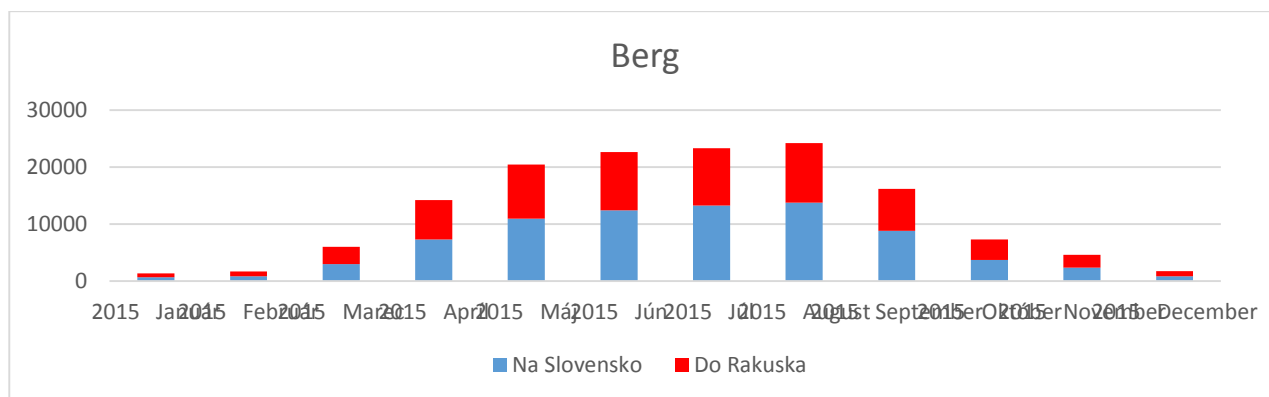
V roku 2015 sme spolupracovali so spoločnosťou Luka Tours s.r.o. prevádzkujúcou BikePointu na petržalskom brehu Dunaja, ktorého cieľom bolo, prezentovať destináciu Bratislava a zabezpečovať welcome servis pre cykloturistov prichádzajúcich do mesta po trase Eurovelo 6. Jeho prevádzka v hlavnej sezóne bola zabezpečovaná denne vrátane víkendov a sviatkov od 10.00 do 18.00 hod. Prevádzkovateľ BikePointu zabezpečoval pre BTB zber štatistických údajov týkajúci sa iných ako domácich cyklistov využívajúcich služby poskytujúce v okolí samotného BikePointu, zber dát bol realizovaný v čase od apríla do polovice októbra 2015. Najvyšší počet respondentov tvorili Angličania, Íri, Nemci, Holanďania, Francúzi, Španieli, Česi. V priemere v destinácii prenocovalo 35% opýtaných respondentov, 65% respondentov uviedlo, že Bratislava je pre nich len tranzitná krajina. Celkove zabezpečili služby pre takmer 680 zahraničných cykloturistov.

K Bike Pointu: Bratislava Bike Point (BBP), ktorý bol prevádzkovaný v spolupráci s BTB bol východným bodom pre cykloprehliadky: 1. Hrad Devín a plavba po Dunaji – Cyklotúra k hradu Devín a Mostu slobody. Návrat do centra mesta vyhlídkovou loďou. 2. Cyklocesta Železnej opony - Cyklotúra územím bývalej Železnej opony a pamiatok 2. sv. vojny. Návšteva bunkra a vojenského cintorína. Cyklojazda rakúskym vidiekom, predmestím veľkomesta a petržalským korzom.

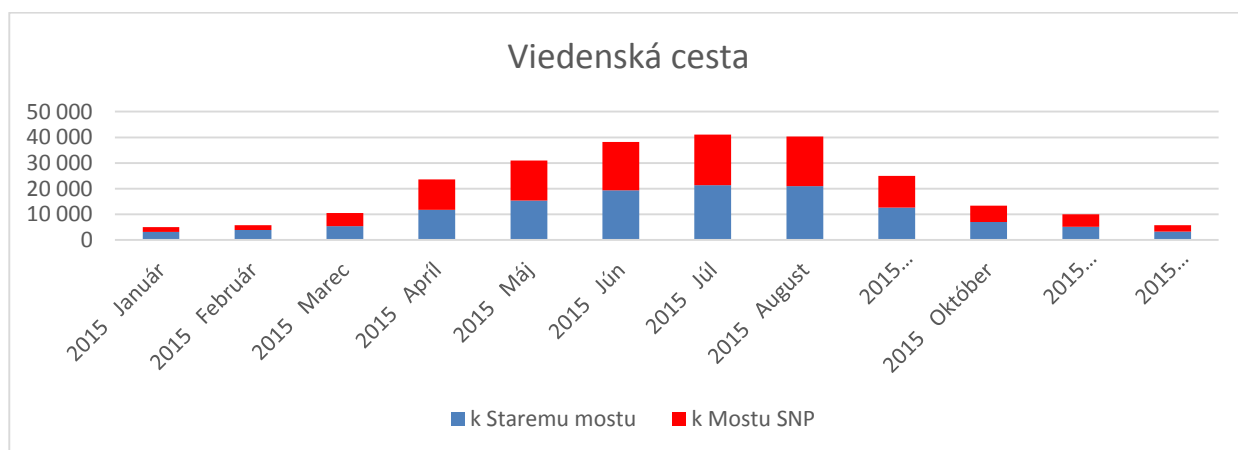
Ukážka štatistických hárkov, ktoré boli počas prevádzky denno-denne napíňané

Zber štatistických údajov – cyklosčítače, bol veľmi dôležitou súčasťou aktivít v kapitole štatistických ukazovateľov. Od Novembra 2014 má BTB v držbe 2 cyklosčítače – na Bratislavskej hrádzi – smer Berg a na Viedenskej ceste. Z týchto cyklosčítačov máme prístup k trom druhom údajov – celkovým prejazdom cyklistov v oboch smeroch a ďalšie dva údaje v jednotlivých smeroch. Aj vďaka financiám z dotácie, vieme každý rok zrealizovať potrebnú údržbu, prípadné malé opravy

na oboch sčítačoch. Na základe kratšej doby fungovania cyklosčítačov (cca 15 mesiacov) ešte nevieme úplne relevantne porovnávať údaje s predchádzajúcimi rokmi, zasielame štatistiky za rok 2015.



Najviac prejazdov v roku 2015 sa uskutočnilo v období jari a leta - sezóny – Apríl – September, najviac v mesiaci júl 2015 - spolu 41.060 z toho 21.367 prejazdov v smere k Starému mostu a 19.693 v smere k Mostu SNP. Najnižšie prejazdy v roku 2015 zaznamenávame v zimnom období – december, január a február, najmenej v mesiaci január – 5.076 celkovo, 3.156 k Starému mostu a 1.920 k Mostu SNP.

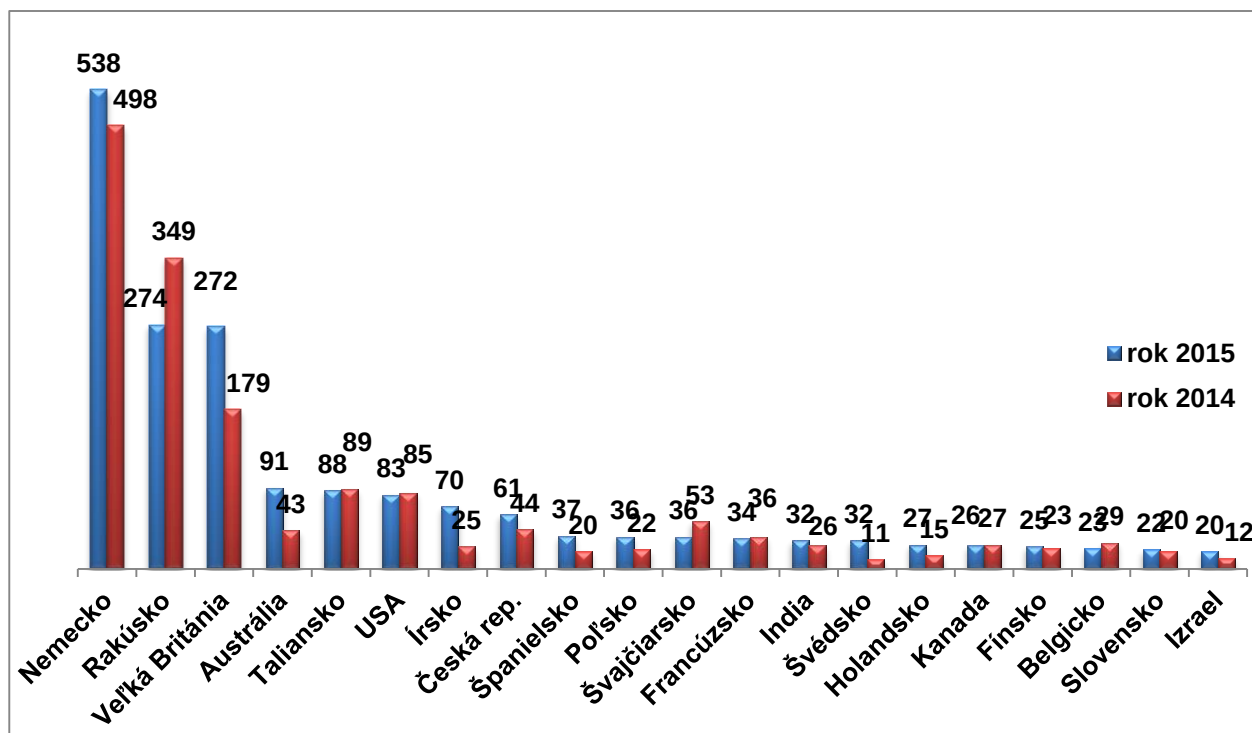


Sledovanie a vyhodnocovanie vstupných dát získaných prostredníctvom predaja BCC a ich nasledovnej akceptácie v partnerských zariadeniach nám prinieslo neoceniteľné štatistické výstupy poskytujúce prehľad o národnostnej štruktúre a vekovom zložení držiteľov BCC, ako aj o ich preferenciách služieb využívaných počas ich pobytu v Bratislave cestou BCC. Získané výstupy a poznatky sme denno-denne operatívne riešili a dlhodobu počas roka vyhodnocovali a konzultovali s odborným zástupcom dodávateľa štatistických výstupov p. Buranovským. Pri zhodnotení výstupov predaja a použitia destinačnej karty Bratislava City Card

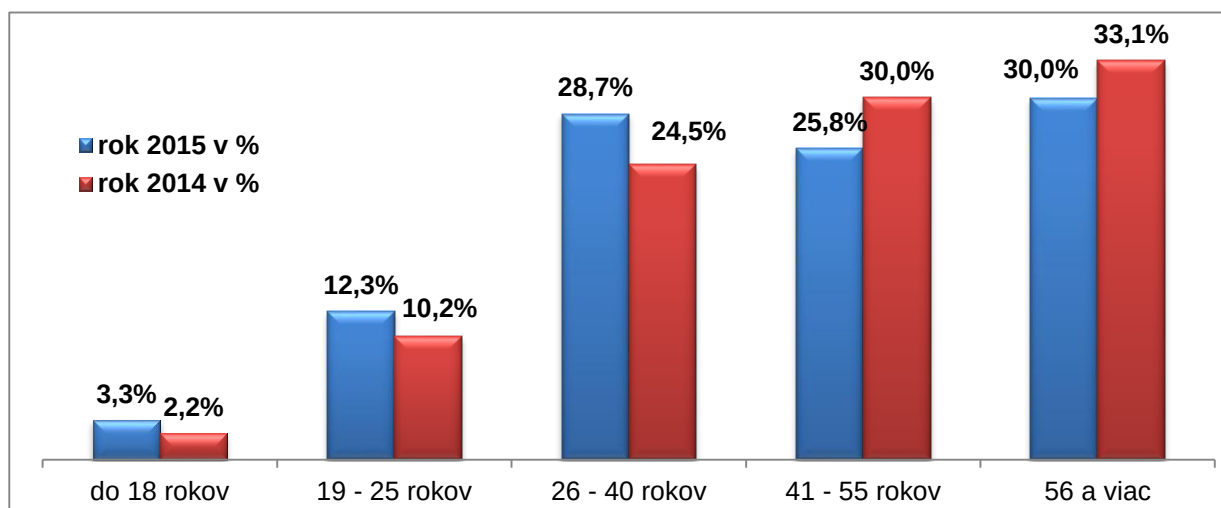
v roku 2015 možno konštatovať v porovnaní s rokom 2014 nárast v 99 % všetkých ukazovateľov vykázaných prostredníctvom softvéru ku karte. V roku 2015 sme prostredníctvom špeciálneho softvéru prepojeného s personifikovaným predajom BCC karty sledovali spotrebiteľské správanie držiteľov BCC karty. Na základe uskutočneného prieskumu sme získali dôležité dáta, výstupom ktorých bola informácia z ktorej krajiny držiteľa BCC karty pochádzajú, ktoré vekové skupiny turistickú kartu preferujú a o ktoré zariadenia a služby zapojené služby je najvyšší záujem.

Pri zhodnotení výstupov predaja a použitia destinačnej karty Bratislava City Card v roku 2015 možno konštatovať v porovnaní s rokom 2014 nárast v 99 % všetkých ukazovateľov vykázaných prostredníctvom softvéru ku karte. Najväčší záujem o kartu mali v prepočte na TOP 10 krajín turisti z Nemecka, Rakúska, Veľkej Británie, Austrálie, Talianska, USA, Írska, Českej republiky a Poľska. Za rok 2015 bolo predaných celkovo 2 074 ks kariet, z toho 1 005 jednodňových, 527 dvojdňových a 542 trojdňových. U provízných partnerov bolo predaných 289 ks kariet (54 jednodňových, 125 dvojdňových a 110 trojdňových). V roku 2014 bolo predaných 1 935 kariet, čo je znamená pre rok 2015 nárast o 7,2 % a v roku 2013 bolo predaných 1283 kariet, čo znamená pre rok 2015 nárast o 61,7%. Najvyšší počet BCC kariet bol vystavený v Turistických informačných centrách BTB, v Zákazníckom centre Hlavnej železničnej stanice a v Cestovnej agentúre Flora Tour. V roku 2015 sme zaznamenali v predajnosti karty v porovnaní s rokom 2014 takmer 20% nárast, najvyšší záujem bol o jednodňovú a dvojdňovú kartu, naproti tomu, v roku 2014 prevyšoval záujem o jednodňovú a trojdňovú BCC kartu. V počte akceptácii, tzn.. v počte využitých služieb, bol v roku 2015 zaznamenaný 35% nárast v porovnaní s rokom 2014. Najviac kariet kupovali návštevníci veku 56 a viac, na 2. mieste to bola kategória 26 – 40 a na 3. mieste kategória 41 – 55. Najčastejšie využívanou službou boli pešia prehliadka mesta, vstupy do expozícií Múzea mesta Bratislavy, Primaciálneho paláca, na UFO, do ZOO, vyhlídkové plavby loďou a jazdy Prešporáčikom. V roku 2015 sa nám podarilo zapojiť do tohto projektu 54 partnerov, ktorí poskytovali zľavy na celkovo 95 zariadení a služieb. Držitelia Bratislava City Card mali nárok na bezplatnú pešiu prehliadku mesta a bezplatné využívanie MHD počas doby platnosti karty a ďalej mohli využívať zľavy vo výške 5 – 50% v zmluvných zariadeniach a službách.

Národnosť držiteľov BCC karty – porovnanie rokov 2014 – 2015



Vekové skupiny držiteľov BCC karty – porovnanie rokov 2014 – 2015





8. VZDELÁVACIE AKTIVITY

Začiatkom roku 2015 sme sa ako team stretli na pracovných workshopoch s popredným svetovým expertom na marketing a tvorbu značky v destináciách. Jeremym Hildrethom, zastupujúci spoločnosť Saffron Brand Consultants, ktorá sídli Londýne. Náš pracovný workshop bol zameraný na viacero kľúčových tém, hlavnou však bola destinácia ako značka, čo sa rozumie pod „značkou“ a prečo je „značka“ pre vývoj a zlepšenie obrazu o destinácii taká dôležitá. Dozvedeli sme sa, ktoré sú najdôležitejšie faktory, určujúce imidž mesta a môžu zlepšiť marketing a tak nenásilne zvýšiť počet turistov – prenocovaní ako aj fakt, že účasťou budovania značky je budovanie silného produktu, ktorý tvorí základ celého marketingu. Na záver nám povedal, prečo sú značky dôležité pre ľudí a prečo ľudia robia svoje rozhodnutia na ich základe.



**VISIT
LONDON**

EST. 50AD
VISITLONDON.COM

LONDON

TEA TIME: 4 O'CLOCK
VISITLONDON.COM

**VISIT
LONDON**

300 LANGUAGES SPOKEN
VISITLONDON.COM

LONDON

GREENEST BIG CITY IN THE WORLD
VISITLONDON.COM

8.1. VZDELÁVACIE AKTIVITY TIC

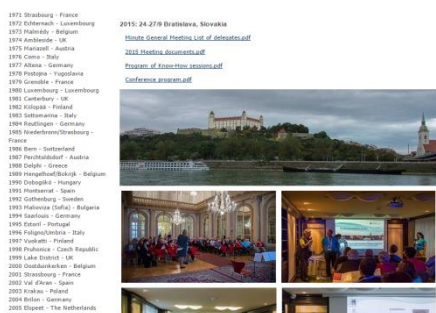
Vzdelávanie pracovníkov TIC a prenos know-how sú dôležitými ukazovateľmi profesijného rastu pracovníkov frontofficu i backofficu TIC a rastu spokojnosti návštevníkov s ponúkanými službami. V roku 2015 sa pracovníci TIC BTB zúčastnili na zahraničných a domácich workshopoch, prezentáciách, konferenciách, seminároch a pracovných stretnutiach z dôvodu prezentácie destinácie Bratislava a výmeny pracovných skúseností na stretnutiach s profesijnými partnermi zo Slovenska a zahraničia. TIC BTB sa zúčastňuje pravidelných aktivít Asociácie informačných centier Slovenska, ako aj výročných stretnutí expertov TIC na európskej úrovni a pracovnej skupiny City Cards, ktorú zastrešuje európska marketingová organizácia European City Cards.

1.-2.10.2015	Stretnutie zástupcov pracovnej skupiny City Cards, ktorej cieľom je marketingová podpora kartových produktov 40 miest z 21 krajín a vzdelávanie projektových manažérov
8.-9.10.2015	Stretnutie zástupcov Turistických informačných centier združených v marketingovej organizácii European Cities Marketing spojené s workshopmi, tréningami a prezentáciou zastúpených krajín.
24.-25.11.2015	Účasť na kolokviu a Valnom zhromaždení AICES v Poprade



8.2. VZDELÁVANIE VEREJNOSTI

TIC BTB pravidelne zabezpečuje bezplatné vzdelávacie tematické prehliadky a vychádzky pre obyvateľov mesta. Ich cieľom je prenos know-how o destinácii na rezidentov a vytváranie pozitívneho prístupu k návštevníkovi mesta, byť voči nemu z pozície každého zamestnanca priateľský, pozitívne naladený a nápomocný. V roku 2015 zrealizovalo TIC BTB 20 vzdelávacích podujatí pre rezidentov mesta pri príležitosti Svetového dňa sprievodcov CR, mestského podujatia Bratislava pre všetkých a Svetového dňa cestovného ruchu, ktorých sa zúčastnilo takmer 1300 záujemcov. Aktivity sa konali v slovenskom jazyku. Počas dvojdňového mestského sviatku Bratislava pre všetkých sme zabezpečili aj 6 bezplatných prehliadok mesta v nemeckom a anglickom jazyku. Témy prehliadok boli: Hudobná Bratislava, Ľudovít Štúr a Bratislava, Veže Starého mesta, Legendy povesti a báje Bratislavy, Korunovačná Bratislava, Bratislava a cestovný ruch, Dunaj – rieka, ktorá spája.



46. výročná konferencia Európskej asociácie turistických organizácií ERA-EWV-FERP 24.-26.9.2015, Bratislava: Klub slovenských turistov (KST), člen európskej asociácie turistických organizácií ERA-EWV-FERP, usporiadal v Bratislave 46.výročnú konferenciu tejto asociácie. Konferencia sa uskutočnila v priestoroch hotela Apollo. Na konferencii sa zúčastnilo ca 60 delegátov z 21 európskych štátov. Programom konferencie boli odborné semináre, tzv. know-how sessions, so zameraním na koordináciu národných turistických organizácií pri cezhraničnom prepájaní

značkových turistických chodníkov; na certifikáciu turistických trás a na porovnanie legislatívnej opory práva ľudí na voľný vstup do prírody v jednotlivých krajinách Európy. Vyvrcholením bolo samotné valné zhromaždenie.

Partnerská podpora organizácií cestovného ruchu BTB, Bratislava Region Tourism (BRT) a Slovenskej agentúry pre cestovný ruch (SACR) umožnila zahraničným účastníkom zoznámiť sa s Bratislavou a jej okolím. Organizačným garantom podujatia bola agentúra Supravia. BTB podporila konferenciu otváracou recepciou s kultúrnym programom pre 80 hostí v Primaciálnom paláci.



Konferencia ECTAA Asociácia SACKA spolu s Bratislava Tourist Board ako destinačným partnerom organizovali konferenciu ECTAA (European Community Travel Agents Association), ktorá sa konala v Bratislave v dňoch 25. až 27. novembra 2015 po prvýkrát. Prvý deň tohto 112. pracovného stretnutia sa začalo pompéznym vystúpením husľového kvarteta, následne ich privítal primátor Bratislavy, pán Nesrovnal a na záver ich čakala prehliadka Primaciálneho paláca.



Počas roka sa BTB zúčastnila na zahraničných a domácich workshopoch, prezentáciách, konferenciách, seminároch ako napríklad ECM odborných stretnutiach, ICCA konferenciách a vzdelávaníach, pracovných stretnutiach sekcie CR MDVRR SR

a jednu aj organizačne zabezpečila. Počas roka 2015 sa pracovníci BTB zúčastnili na nasledovných odborných konferenciách, workshopoch a podujatiach, kde aktívne participovali a podporovali tým aj prezentáciu Bratislavy a BTB:

4.3. – 9.3.	Účasť na medzinárodnom veľtrhu cestovného ruchu ITB Berlín, prezentácia Bratislavy, účasť na odborných workshopoch, organizácia pravidelných prezentácií atraktivít a produktov CR Bratislavy a Bratislavského regiónu v stánku SACR pre novinárov a odbornú verejnosť v spolupráci s Donau Competence Center, participácia na podujatí Donausalon – Bratislava ako hlavné partnerské mesto – v spolupráci so zastupiteľským úradom v Berlíne.
24.4-25.4.	Stretnutie pracovnej skupiny European Cities Marketing – European City Cards orientované na výmenu skúseností projektových manažérov európskych mestských turistických kariet.
7.7. – 10.7.	ICCA Research, Sales & Marketing Programme 2015 (Amsterdam – Holandsko). Konferencia zameraná na výskum, predaj a marketing sektora MICE sa tohto roku uskutočnila za účasti 155 delegátov zo 37 krajín sveta, ktorí absolvovali vzdelávací program prednášok, diskusie, workshopy, okrúhle stoly atď. Témy, ktoré rezonovali na konferencii sa týkali hlavne marketingu destinácie, využitia technológií na podporu predaja destinácie.
11. 9.	workshop TourMIS vo Viedni zameraný na analýzy, štatistiky a trendy v marketingu na nadchádzajúce roky
15.10. – 17.10	Stretnutie zástupcov európskych turistických informačných centier spojené s workshopmi a prezentáciami zastúpených krajín. Podujatie bolo organizované European Cities Marketing.
11.11. – 12.11.	Účasť na kolokviu v Liptovskom Mikuláši na tému Informačné centrá – cesta ku kvalite v 21. storočí venovanom 21. výročiu vzniku AICES a na Valnom zhromaždení AICES.
20.-21.11.	AICES – výročná konferencia a valné zhromaždenie



9. ZHRNUTIE ČINNOSTI

Jedným zo základných cieľov BTB pre rok 2015, bolo úspešné napĺňanie prispelo k nárastu ukazovateľov v celoročnej štatistike, bolo zvýšenie hodnoty značky Bratislava a zabezpečenie jej komunikácie ako destinácie cestovného ruchu v domácom, ale aj medzinárodnom meradle, t.j. na cieľových trhoch. To sa priebežne počas roka odrážalo v nastavení činnosti organizácie ako servisnej agentúry pre propagáciu mesta v kontexte snahy o prilákanie návštevníkov prostredníctvom širokej palety prístupov k prezentácii produktovej a tematickej ponuky.

Ďalšími z cieľov bolo efektívne manažovanie destinácie prostredníctvom tvorby verejno-súkromných partnerstiev, koordinovanie rozvoja cestovného ruchu na území svojej pôsobnosti a podpora tvorby produktov, programov a atraktivít cez základné produktové línie – korunovačné mesto, mesto hudby/kultúry /vína/gastronómie, mesto atraktívne pre mladých/športu/adrenalinu, moderná metropola na Dunaji. Organizácia reflektovala na napĺňanie tohto cieľa spoločnými projektmi na podporu produktov a projektov cestovného ruchu v prvom rade s členskými subjektmi a organizáciami mesta ako aj s ďalšími aktérmi na poli cestovného ruchu v Bratislave. Výsledkom bolo viacero úspešne zrealizovaných a spoluorganizovaných medzinárodných podujatí

Na záver analýzy cestovného ruchu v destinácii Bratislava nemožno zabudnúť na fakt, že k silným stránkam destinácie patrí stále výhodná a strategická poloha mesta Bratislava v rámci stredoeurópskeho regiónu, bohatá história, štatút hlavného mesta členského štátu EÚ a benefity a devízy s tým spojené (bohaté kultúre a historické dedičstvo, sídla národných a medzinárodných inštitúcií, centrály nadnárodných spoločností, centralizovaná zamestnanosť, prostredie vzniku kreatívnych centier a tým podpora vzniku start up firiem, prítomnosť top hotelových značiek, prirodzená vyššia úroveň gastronómie atď.), ekonomický a vzdelanostný potenciál obyvateľstva – mesto s vysokým počtom škôl a univerzít vzdelávacích a výskumných inštitúcií.

K silným stránkam patrí aj rozvinutá sociálna a dopravná infraštruktúra vrátane letiska s leteckým spojením s väčšinou dôležitých destinácií v Európe a dobrej vodnej dopravnej dostupnosti voči Viedni a Budapešti, konkurencieschopnosť a vzrastajúca atraktivnosť aj pre zahraničnú pracovnú silu. Z pohľadu sekundárnej ponuky cestovného ruchu je potrebné zdôrazniť ponuku TOP svetových značiek ubytovacích zariadení v Bratislave, ako aj stravovacích prevádzok globálnych sietí v súlade s franchiseingom. Neustále rozširujúcou súčasťou ponuky je výstavba stále nových nákupných centier a obchodných zhlukov, rozrastanie ponuky cyklociest a dopravnej infraštruktúry, trávenia voľného času a atraktívna antropogénna ponuka širokej škály kultúrnych podujatí počas celého roka (športové podujatia pre amatérov/profesionálov, kvalitné gastronomické a kultúrne podujatia a produkty).

Základným cieľom organizácie zostáva kontinuálne posilňovanie pozitívneho image mesta Bratislavy a jeho brand awareness ako dynamickej, otvorenej a pohostinnej turistickej stredoeurópskej metropoly podporou produktov a projektov cestovného ruchu a tiež na to nadväzujúcimi ucelenými tematickými kampaňami na cieľových trhoch. Okrem toho bude činnosť zacielená na zadefinovanie a identifikáciu konceptu

prezentácie, komunikácie a pôsobenia mesta a členskej základne a stakeholderov v oblasti MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) voči odbornej verejnosti tak doma ako aj v zahraničí.



10. ROZPOČET A HOSPODÁRENIE

Organizácia BTB prešla v roku 2015 turbulentnými zmenami. V lete 2015 sa sťahovala do nových priestorov na Šafárikovom nám. č. 3. Vážne zmeny nastali v manažmente organizácie ako i vo vykonávaní aktivít, ktoré boli plánované v pláne práce BTB na rok 2015 a v rozpočte projektu na dotáciu. Z dôvodu rozpočtového provizória hlavného mesta SR Bratislava zo začiatku roka 2015, ktorý je hlavným financujúcim členom existencie BTB sa postupne organizácia ocitla vo finančnej tiesni a nebola schopná plynule plniť svoje záväzky a realizovať aktivity v súlade so schváleným projektom na dotáciu. Dotačné peniaze boli na účet organizácie pripísané až v júli 2015, organizácia bola v prvom pól roku 2015 v platobnej neschopnosti, čo sa v značnej miere podpísalo na spochybnení je dobrého mena a hrozilo ukončenie činnosti organizácie.

Narušené boli vzťahy medzi predstavenstvom, výkonným riaditeľom a samotnými členmi BTB. Toto sa veľmi negatívne odrážalo na fungovaní výkonnej zložky organizácie. Rozpočet BTB pre rok 2015 vykazoval nedostatky, neboli v ňom uvedené záväzky z predchádzajúcich období, plán práce a rozpočet boli postavené a schválené s niekoľko desaťtisícovým deficitom. Predstavenstvo BTB ani výkonná zložka nemali dlhodobo aktuálny prehľad o čerpaní rozpočtu podľa kapitol projektu na dotáciu, v nepostačujúcom bol i dohľad nad čerpaním zdrojov prevádzkových a mzdových prostriedkov. V roku 2015 boli v BTB vykonané dve kontroly.

BTB hospodárila v roku 2015 podľa nasledovného rozpočtu

	2014	plán 2015	plán 2015	2015
	skutočnosť k 31.12.	pôvodný	1. zmena	skutočnosť k 31.12.
Vybratá daň za ubytovanie v predchádzajúcom roku (v €)	2 759 077,00	2 681 407,85	2 681 407,85	3 166 138,35
Predpokladaná výška celkovej dotácie MDVRR (v €)	397 486,00	552 800,00	552 800,00	552 800,00
Príjmy (v €):	1 405 549,07	1 570 410,66	1 418 300,00	1 483 937,83
Presun nevyčerpaných zdrojov z predchádzajúceho roku	192 575,96	102 688,66	105 000,00	104 148,39
z toho presun dotácie MDVRR* (KV) z predchádzajúceho roku	10 000,00	0,00	0,00	0,00
Členské príspevky obcí	695 000,00	804 422,00	650 000,00	724 921,00
Členské príspevky podnikateľských subjektov	17 550,00	18 000,00	18 000,00	17 800,00
Členské príspevky ostatných subjektov	1 450,00	2 500,00	2 500,00	2 400,00
Príjmy z vlastnej činnosti	59 327,11	90 000,00	90 000,00	72 028,78
Ostatné príjmy	49 000,00	0,00	0,00	9 839,66
Štátna dotácia	390 646,00	552 800,00	552 800,00	552 800,00
Výdavky (v €):	1 302 860,41	1 642 722,00	1 439 965,27	1 335 136,79
Režijné (prevádzkové a mzdové) výdavky	233 278,91	369 696,00	344 791,00	400 242,94
z toho: Prevádzkové výdavky (bez TIC)	47 320,00	86 196,00	76 291,00	140 710,31
Mzdové a ostatné osobné výdavky bez (TIC)	185 958,91	283 500,00	268 500,00	259 532,63
Výdavky na aktivity (vlastné zdroje)		720 226,00	542 374,27	402 354,88
Výdavky na aktivity (vyučtovanie dotácie, detailne nižšie)	1 069 581,50	552 800,00	552 800,00	532 538,97
Príjmy - výdavky k 31.12. v €:	102 688,66			148 801,04
Hospodársky výsledok pred zdanením	-185 354,45			-47 244,47
Hospodársky výsledok po zdanení	-185 445,70			-47 247,17

Plán aktivít a rozpočet BTB bol schválený valným zhromaždením zo dňa 16.12.2014 na základe uznesenia č. 5. V zmysle schváleného rozpočtu bola žiadaná dotácia od MDVRR SR, výška získanej dotácie pre rok 2015 bola 552 800,- EUR. Zmeny rozpočtu na príjmovej strane bolo teda potrebné revidovať v dôsledku neschváleného rozpočtu hl. mesta SR Bratislava v mestskom zastupiteľstve a následne nesplatennej výšky členského príspevku hlavného mesta do BTB. Znížená výška splateného členského príspevku mesta mala za následok taktiež zmeny vo výdavkovej časti rozpočtu, konkrétne na spolufinancovanie marketingových aktivít BTB.

Rok 2015 bol nestabilný aj v organizačnej štruktúre BTB, počas roka došlo k viacerým personálnym zmenám na postoch výkonného riaditeľa, predsedu predstavenstva, podpredsedu predstavenstva, členov predstavenstva ako aj viacerých zamestnancov. Časté presuny kompetencií mali za priamy dôsledok nezrovnalosti v systéme fungovania organizácie a následné diskrepancie vo výkazníctve a ekonomickom fungovaní organizácie.

Na základe poverenia na výkon kontroly č. 20-D130/2015-OKŠDD zo dňa 19. 5. 2015 vykonali zamestnanci odboru kontroly, štátneho dozoru a dohľadu Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR (ďalej „MDVRR SR“) v organizácii BTB následnú finančnú kontrolu zameranú na overenie hospodárnosti, efektívnosti, účinnosti, účelnosti a podmienok použitia verejných prostriedkov poskytnutých na základe Zmluvy o poskytnutí dotácie z rozpočtovej kapitoly MDVRR SR č. 398/B700/2014 (ďalej ako „zmluva o poskytnutí dotácie“). V závere Dodatku k správe o výsledku kontroly zamestnanci odboru kontroly, štátneho dozoru a dohľadu MDVRR SR konštatovali celkovo osem nedostatkov, z toho dve zistenia o porušení finančnej disciplíny celkovo vo výške porušenia 30 929,20 EUR a ostatné nedostatky nevyčíslené. Dôsledkom kontroly bolo vyčíslenie neuznaných výdavkov BTB z dotácie a vrátenie sumy v plnej výške 30 929,20 EUR.

Proces stabilizácie organizácie nastal v októbri 2015, kedy bola za predsedu predstavenstva zvolaná Ing. Alžbeta Melicharová. V riadení BTB boli nastavené procesy vedúce k funkčnosti a efektívnemu nakladaniu s financiami. Taktiež boli implementované odporúčania z kontrol vykonaných v priebehu roka 2015. Poslednou významnou zmenou v organizačnej štruktúre bolo vymenovanie nového výkonného riaditeľa Ing. Mgr. Tomáša Koniara, PhD. v novembri 2015.

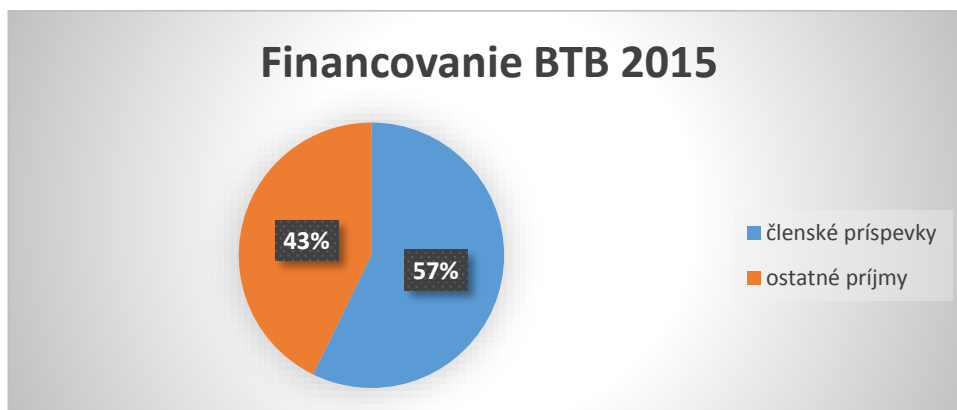
BTB v roku 2015 hospodárila s plánovaným rozpočtom v celkovej výške 1 418 300,00 EUR. Z toho výška dotácie od MDVRR SR bola vo výške 552 800,- EUR, zvyšná časť príjmovej časti rozpočtu pozostáva z členských príspevkov a príjmov z podnikateľskej aktivity BTB. Organizácia vyčerpala z prijatej dotácie na marketingové aktivity z tejto dotácie sumu 532 538,97 EUR, čo predstavuje 96% z celkovej prijatej dotácie. Kapitálové výdavky vo výške 18 000,- EUR z dotácie poskytnutej na rok 2015, BTB presúva na čerpanie do roku 2016 a plánuje ich využiť na vizuálnu prezentáciu verejnosti prostredníctvom moderných technológií - Informačné a orientačné tabule

(dotykové panely v TIC a na miestach vstupu do destinácie). Nevyčerpaná časť dotácie z roku 2015 vo výške 2 261,03 EUR bola vrátená na účet MDVRR SR dňa 07.04.2016.

Z pohľadu vlastných prostriedkov bolo koncom roka na strane príjmov získaných o 12% viac členských príspevkov od hlavného mesta oproti 1.zmene rozpočtu BTB, čo v číselnom vyjadrení predstavuje sumu 74 921 EUR. Zvýšený členský príspevok bol uhradený na účet BTB koncom roka 2015 na základe žiadosti organizácie o jeho poskytnutie. Suma prostriedkov bola účelne poskytnutá na vyrovnanie časti záväzkov BTB z prvého polroku 2015, na úhradu miezd a odvodov, DPH a najnutnejších prevádzkových nákladov. Na strane podnikateľských subjektov bol zaznamenaný menší pokles v percentuálnom vyjadrení 1,5 % čo bolo spôsobené zmenou členov jednotlivých komôr organizácie. Príjmy z vlastnej činnosti dosiahli z predpokladaného plánu len 80%, oproti roku 2014 však zaznamenali nárast o 21%. Príjmy z podnikateľskej činnosti v roku 2015 dosiahli výšku 72 028,78 EUR, v prevažnej miere sa jedná hlavne o poskytovanie sprievodcovských služieb v rámci hlavného mesta a predaju BCC kariet.

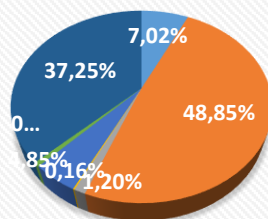
Štruktúra vlastných prostriedkov

členské príspevky	849 269,39
ostatné príjmy	634 668,44



Zostatok z členského z 2014	104 148,39
Členský príspevok obcí	724 921,00
Členské príspevky podnikateľských subjektov	17 800,00
Členské príspevky ostatných subjektov	2 400,00
Príjmy z vlastnej činnosti	72 028,78
Ostatné príjmy	9 839,66
Štátna dotácia	552 800,00

Financovanie BTB 2015



- Zostatok z členského z 2014
- Členský príspevok obcí
- Členské príspevky podnikateľských subjektov
- Členské príspevky ostatných subjektov
- Príjmy z vlastnej činnosti
- Ostatné príjmy
- Štátna dotácia

Minimalizovaním nákladov a výdavkov BTB (upustenie od obstarania nábytku do nových priestorov, kam sa organizácia BTB presťahovala v lete 2015, zrušením všetkých výdavkov na repre fond, na kancelárske potreby, IT techniku, atď) sa podarilo oproti plánu o 104 828,48 EUR minúť menej, čo vytvorilo rezervu na financovanie miezd, odvodov a nákladov na zahraničné služobné cesty a prvé veľtrhy CR na začiatku roku 2016. Výdavky BTB v 2015 boli v prevažnej miere hradené z poskytnutej dotácie, zvyšná časť bola financovaná z vlastných zdrojov a zdrojov nevyčerpaných v predchádzajúcom účtovnom roku 2014. Významné položky nákladovej časti rozpočtu organizácie boli v roku 2015 najmä náklady na služby a mzdy. Celkové mzdové náklady BTB za rok 2015 predstavovali sumu 405 356,75 EUR. Z toho cena práce na zamestnancov BTB bola vo výške 369 702,85 EUR. Doplnkové dôchodkové poistenie bolo vo výške 1 330,53 EUR, náklady na stravné lístky boli vo výške 13 189,80 EUR, sociálny fond (0,6 %) bol vo výške 1 607,14 EUR a náklady na pracovný fond dohodárov a brigádnikov boli vo výške 20 499,97 EUR. Bližšie členenie je uvedené v nasledujúcej tabuľke:

	TIC				Marketing				Dohodári	dohodári TIC
cena práce	cena práce	DDP	stravné	sociálny fond 0.6%	cena práce	DPP	stravné	sociálny fond 0.6%	cena práce	cena práce
január	10 752,11	42,93	522,50	42,49	15 814,06	47,47	476,90	61,29	216,42	767,28
február	10 526,79	42,27	606,10	42,60	14 479,99	45,24	480,70	56,78	461,31	319,64
marec	11 212,42	43,40	585,20	44,61	16 444,50	49,99	539,60	61,76	649,80	211,86
apríl	12 432,55	48,13	699,20	50,52	19 775,15	53,86	642,20	84,13	811,20	793,93
máj	11 927,10	51,00	532,00	53,15	19 177,58	49,63	581,40	85,16	270,40	397,50
jún	12 712,72	57,13	566,20	56,64	34 783,69	61,50	592,80	167,00	270,40	562,32
júl	10 336,44	46,24	630,80	46,09	13 774,70	50,33	596,60	61,47	270,40	2 411,21
august	11 254,05	50,80	524,40	50,17	15 277,14	76,93	524,40	67,89	270,40	2 665,36
september	11 322,23	49,50	520,60	50,51	17 040,70	93,00	459,80	75,73	270,40	2 208,06
október	11 119,43	49,50	615,60	49,57	14 889,33	71,86	467,40	66,59	1 047,77	643,67
november	18 552,61	84,00	581,40	82,68	20 229,26	24,00	524,40	90,81	2 198,97	757,20
december	14 492,76	85,25	528,20	64,58	21 375,56	56,57	391,40	94,93	1 194,44	830,03
SPOLU	146 641,20	650,15	6 912,20	633,61	223 061,65	680,38	6 277,60	973,53	7 931,91	12 568,06

SPOLU TIC
154 837,15 SPOLU MARKETING
230 019,63

Celková výška vynaložených prostriedkov na služby bola 639 168,51 EUR. Z toho suma výdavkov na podnikateľskú činnosť je vo výške 45 634,57 EUR. Výdavky na služby v rámci hlavnej nezdaňovanej činnosti v celkovej výške 593 533,94 EUR zahŕňa výdavky na nájom, telefónne poplatky, internet, účtovnícke služby, právne služby a iné. Najväčšia časť týchto výdavkov bola vynaložená na služby v rámci marketingových aktivít v zmysle schváleného plánu práce. Niektoré členenia nákladových položiek sú rozpisované v tabuľke nižšie:

Členenie nákladov na služby	
telefony	4 530,02
internet	2 478,36
letisko	4 939,85
Hl. mesto - nájom, odpad	1 178,03
právnické služby	14 599,30
účtovné služby	9 620,51
verejné obstarávanie	28 116,00
nájom	19 623,40
Spolu :	85 085,47

V rámci marketingových aktivít a činnosti BTB boli v priebehu roka 2015 uskutočnené viaceré pracovné cesty súvisiace s účasťou na veľtrhoch, konferenciách, workshopoch. Za rok 2015 sa na tuzemské a zahraničné pracovné cesty vynaložilo 26 977,14 EUR. Prostriedky boli použité na letenky, ubytovanie, stravné a iné náklady v zmysle schváleného plánu práce BTB. Ďalšou významnou zložkou nákladovej časti rozpočtu sú výdavky na reprezentáciu destinácie, ktoré za rok 2015 predstavovali sumu 40 371,34 EUR. Marketingové aktivity (infocesty, famtripy, presstripy, stretnutia so zahraničnými novinármi atď.) sa na celkovej výške podieľali sumou 36 994,66 EUR, čo v percentuálnom vyjadrení predstavuje 92 % z celkového objemu použitých prostriedkov. Zvyšná suma 3 376,68 EUR predstavuje náklady na odborné a pracovné stretnutia, zasadnutia predstavenstva, valné zhromaždenia, cestovné a prepravné služby atď.

Hospodársky výsledok podnikateľskej činnosti BTB bol pred zdanením - 10 982,39 EUR, výsledok po zdanení predstavuje rovnakú sumu. V nepodnikateľskej činnosti, ktorá je hlavnou nezdaňovanou činnosťou BTB, organizácia dosiahla hospodársky výsledok pred zdanením -36 262,08 EUR, po zdanení predstavuje tento hospodársky výsledok sumu – 36 264,78 EUR. Hospodársky výsledok je odrazom úsporného hospodárenia s financiami organizácie a účelnému vynakladaniu finančných prostriedkov na aktivity smerujúce k celkovému zlepšeniu fungovania BTB. Oproti predchádzajúcemu roku sa hospodárenie organizácie zlepšilo o 138 198,60 EUR. Najvyššie úspory v hospodárení BTB zaznamenala v nákupe spotrebného materiálu

(cca 26tis EUR), v nákupe služieb (cca 80tis). Na príjmovej strane najvyšší dopad na zlepšení hospodárskeho výsledku mali členské príspevky (cca 30tis) a výška poskytnutej dotácie (cca 162tis).

V priebehu roka sa taktiež podarilo organizácii vďaka efektívnemu a účinnému vynakladaniu so zverenými financiami vysporiadať záväzky z predchádzajúcich období. K 31.12.2014 BTB bilancovala s neuhradenými záväzkami vo výške 73 964 EUR. V roku 2015 sa BTB podarilo vysporiadať až 97% týchto záväzkov. K 31.12.2015 BTB bilancovala s neuhradenými záväzkami v celkovej výške 37 982,- EUR vrátane záväzkov z roku 2014 vo výške 2 435,- EUR, čo v percentuálnom vyjadrení znamená medziročný pokles o 48%.

Samostatnú zložku neuhradených záväzkov k 31.12.2015 tvorí neuhradené členské za rok 2015 voči krajskej organizácii BRT v celkovej výške 71 400,- EUR. V zmysle dohody s krajskou organizáciou bude dlh členského uhradený v splátkach v priebehu roka 2016. Členské za rok 2016 voči krajskej organizácii sa BTB zaviazala splatiť najneskôr do konca roka 2016. Pohľadávky z obchodného styku organizácie k 31.12.2015 sú vo výške 3 418,- EUR. Tvoria ich neuhradené faktúry za poskytnuté služby. BTB bilancuje k 31.12.2015 aj s pohľadávkami z roku 2014 v celkovej výške 1 629,- EUR.

BTB bilancovala k 31.12.2015 s dlhodobým majetkom v obstarávacej cene vo výške 50 423,40 EUR, v členení samostatné hnutelné veci v sume 37 839,40 a dopravné prostriedky v sume 12 584,- EUR. V evidencii hnutelných vecí BTB hospodári s nasledovným majetkom:

- informačný stánok letisko, v obstarávacej cene 22 497,60 EUR s odpisovou dobou 6 rokov, do roku 2018
- pódiový set PRO STAGE, v obstarávacej cene 5 743,80 EUR s odpisovou dobou 6 rokov, do roku 2019
- 2 ks Cyklosčítačov EcoCounter, v obstarávacej cene 4 799,- EUR/ks, celkovo 9 598,- EUR s odpisovou dobou 6 rokov, do roku 2019

V evidencii dopravných prostriedkov BTB hospodári s nasledovným majetkom:

- darovaný automobil Volkswagen UP, v obstarávacej cene 12 584,- EUR s odpisovou dobou 4 roky, do roku 2018

Zostatková účtovná hodnota dlhodobého majetku k 31.12.2015 predstavuje sumu 38 751,40 EUR.

V druhej polovici roka 2015 prešla organizácia štrukturálnymi zmenami a z veľkej časti finančnou konsolidáciou, čo umožnilo začiatok jej stabilizácie. Táto stabilizácia naďalej prebieha v nastavovaní procesov v súlade so zákonom č. 343/2015 Z.z. a 523/2004 Z.z., tvorbou smerníc a racionalizáciou obehu účtovných dokumentov. Organizácia BTB musí v roku 2016 uskutočniť zásadné zmeny najmä v procesnom

a technickom nastavení outsourcingu služieb (služby ekonomicko-účtovné, právne, VO, tlač, preklady, technická podpora webu, ...) a v nastavení procesov riadenia výkonnej zložky a kontroly. BTB prechádza z modelu procesného riadenia výkonnej zložky na model projektového riadenia, čo zabezpečí aktuálny podrobný prehľad o čerpaní dotačných zdrojov a vlastných finančných zdrojov v rámci schváleného rozpočtu, adresnú zodpovednosť za finančné riadenie a dodržania zásad hospodárenia organizácie s verejnými zdrojmi.

Zmeny nastali aj v zložení členskej základne. V priebehu roka 2015 sa z počiatočného stavu 79 členov ukončením členstva BTB na vlastnú žiadosť, vylúčením z BTB z dôvodu nezaplatenia členského príspevku a vstúpením nových členov zvýšil celkový počet členov na 89 (88 + 1). Aktuálny zoznam členov je vždy k dispozícii na webovom portáli MINDOP, resp. v kancelárii BTB (<http://www.telecom.gov.sk/index/index.php?ids=117872>).



11. ORGÁNY BTB A VÝKONNÁ ZLOŽKA

Predstavenstvo:

MUDr. František Stano (do 10.8.2015)
predseda predstavenstva

Ing. Alžbeta Melicharová (10.8. – 1.10.2015 člen, od 1.10.2015 pr. predstavenstva)
predseda predstavenstva

Mgr. Alexandra Bučková (do 15.12.2015)
členka predstavenstva za magistrát mesta Bratislava

Ing. Anna Reinerová (do 10.8.2015)
členka predstavenstva za magistrát mesta Bratislava

Mgr. Alexander Smik (od 10.8.2015)
člen predstavenstva za magistrát mesta Bratislava

Ing. Milan Šindler (do 10.8.2015)
člen predstavenstva za magistrát mesta Bratislava

Mgr. Ján Buocik (od 10.8.2015)
člen predstavenstva za magistrát mesta Bratislava

PhDr. Katarina Lettrichová (do 1.10.2015)
podpredsedníčka predstavenstva/ zástupkyňa komory č.1

Ing. Michal Nad' (od 1.10.2015)
člen predstavenstva/ zástupca komory č.1

Ing. Soňa Svoreňová (celoročne, najskôr komora č. 2, neskôr magistrát)
členka predstavenstva/ zástupca komory č.2, člen za magistrát mesta Bratislava

Mag. Martin Volek, MBA, PhD. (od 15.12.2015)
člen predstavenstva/ zástupca komory č.2

Mgr. Peter Petrovič (celoročne)
člen predstavenstva/ zástupca komory č.3

Ing. František Fabián (do 15.12.2015)
člen predstavenstva/ zástupca komory č.4

Dozorná rada:

JUDr. Peter Jakušík (do 15.12.2015 predseda)
predseda dozornej rady

Mgr. Marek Farkaš (od 15.12. 2015)
predseda dozornej rady

Ing. Slavomír Drozd (celoročne)
podpredseda dozornej rady

Mgr. Peter Pilinský (do 1.10.2015)
člen dozornej rady

MUDr. Iveta Plšeková (od 1.10. 2015)
člen dozornej rady

Mag. Martin Volek (do 15.12.2015)
člen dozornej rady

JUDr. Peter Jakušík (od 15.12.2015)
člen dozornej rady

Výkonný riaditeľ:

Mgr. Martin Horváth (do 9.11.2015)
Mgr. Agáta Mikulová (zastupujúci VR od 10.8. do 15.12.2015)
Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD. (od 15.12.2015)

Organizačná štruktúra výkonnej zložky

K 31. 12. 2015 mal Bratislava Tourist Board 16 zamestnancov v hlavnom pracovnom pomere:

Výkonný riaditeľ – 1 úväzok

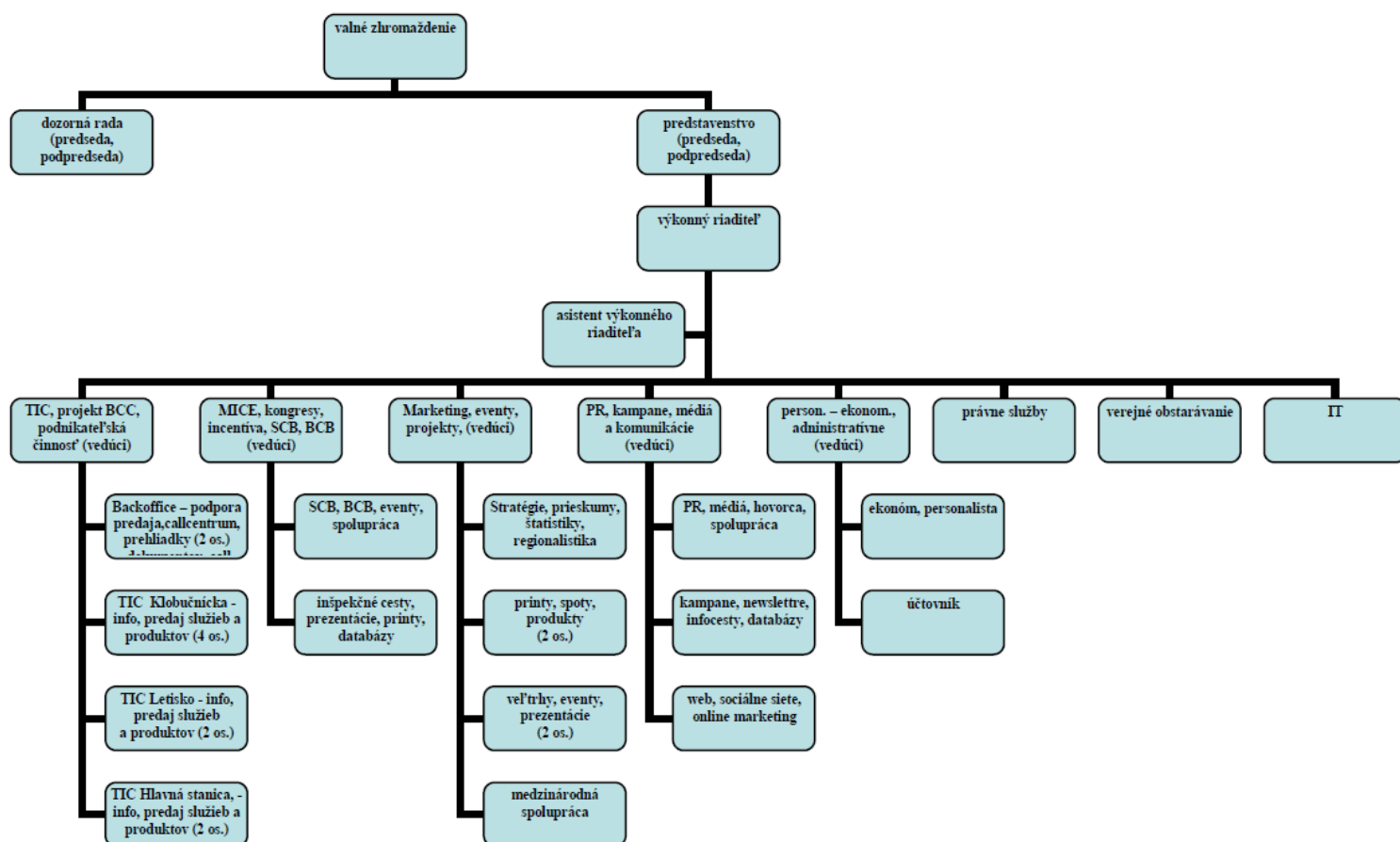
Oddelenie marketingu a podujatí – 3 úväzky

Oddelenie PR a komunikácie – 2 úväzky

Oddelenie MICE – 1 úväzok

Oddelenie ekonomické – 1 úväzok

Organizačná štruktúra BTB





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,
výstavby a regionálneho rozvoja SR,

Č. registrácie: 28351/2011/SCR

Sídlo: Primaciálne námestie 1, 814 99 Bratislava
IČO: 42259088
DIČ: 2023399455

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

ÚČTOVNÁ ZÁVIERKA

neziskovej účtovnej jednotky
v sústave podvojného účtovníctva



zostavená k

. 2 0

Číselné údaje sa zarovnávajú vpravo, ostatné údaje sa píše zľava. Nevyplnené riadky sa ponechávajú prázdne.

Údaje sa vyplňajú paličkovým písmom (podľa tohto vzoru), písacím strojom alebo tlačiarňou, a to čiernou alebo tmavomodrou farbou.

Á Ä B Č D É F G H Í J K L M N O P Q R Š T Ú V X Ý Ž 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Daňové identifikačné číslo IČO SID SK NACE		Účtovná závierka ☐ riadna ☐ zostavená ☐ mimoriadna ☐ schválená (vyznačí sa x)		Mesiac Rok Za obdobie od 2 0 do 2 0 Bezprostredne predchádzajúce obdobie od 2 0 do 2 0	
--	--	--	--	--	--

Priložené súčasti účtovnej závierky

☐ Súvaha (Úč NUJ 1-01) ☐ Poznámky (Úč NUJ 3-01)
☐ Výkaz ziskov a strát (Úč NUJ 2-01)

(vyznačí sa x)

Obchodné meno alebo názov účtovnej jednotky

Sídlo účtovnej jednotky

Ulica Číslo

PSČ Obec

Číslo telefónu Číslo faxu

E-mailová adresa

Zostavená dňa: . 2 0 Schválená dňa: . 2 0	Podpisový záznam osoby zodpovednej za vedenie účtovníctva:	Podpisový záznam osoby zodpovednej za zostavenie účtovnej závierky:	Podpisový záznam štatutárneho orgánu alebo člena štatutárneho orgánu účtovnej jednotky:
--	--	---	--

Záznamy daňového úradu

Miesto pre evidenčné číslo
Odtlačok prezentačnej pečiatky daňového úradu

Strana aktív		č.r.	Bežné účtovné obdobie			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Brutto	Korekcia	Netto	Netto
a	b		1	2	3	4
A. NEOBEŽNÝ MAJETOK SPOLU r. 002 + r. 009 + r. 021	001					
1. Dlhodobý nehmotný majetok r. 003 až r. 008	002					
Nehmotné výsledky z vývojovej a obdobnej činnosti 012-(072+091AÚ)	003					
Softvér 013 - (073+091AÚ)	004					
Oceniteľné práva 014 - (074 + 091AÚ)	005					
Ostatný dlhodobý nehmotný majetok (018+ 019)-(078 + 079 + 091 AÚ)	006					
Obstaranie dlhodobého nehmotného majetku (041-093)	007					
Poskytnuté preddavky na dlhodobý nehmotný majetok (051-095AÚ)	008					
2. Dlhodobý hmotný majetok r. 010 až r. 020	009					
Pozemky (031)	010			x		
Umelecké diela a zbierky (032)	011			x		
Stavby 021 - (081 + 092AÚ)	012					
Samostatné hnutelné veci a súbory hnutelných vecí 022 - (082 + 092AÚ)	013					
Dopravné prostriedky 023 - (083 + 092AÚ)	014					
Pestovateľské celky trvalých porastov 025 - (085 + 092AÚ)	015					
Základné stádo a ťažné zvieratá 026 - (086 + 092AÚ)	016					
Drobný dlhodobý hmotný majetok 028 - (088 + 092AÚ)	017					
Ostatný dlhodobý hmotný majetok 029 - (089 +092AÚ)	018					
Obstaranie dlhodobého hmotného majetku (042 - 094)	019					
Poskytnuté preddavky na dlhodobý hmotný majetok (052 - 095AÚ)	020					
3. Dlhodobý finančný majetok r. 022 až r. 028	021					
Podielové cenné papiere a podiely v obchodných spoločnostiach v ovládanej osobe (061- 096 AÚ)	022					
Podielové cenné papiere a podiely v obchodných spoločnostiach s podstatným vplyvom (062 - 096 AÚ)	023					
Dlhové cenné papiere držané do splatnosti (065 - 096 AÚ)	024					
Pôžičky podnikom v skupine a ostatné pôžičky (066 + 067) - 096 AÚ	025					
Ostatný dlhodobý finančný majetok (069 - 096 AÚ)	026					
Obstaranie dlhodobého finančného majetku (043 - 096 AÚ)	027					
Poskytnuté preddavky na dlhodobý finančný majetok (053 - 096 AÚ)	028					

Strana aktív		č.r.	Bežné účtovné obdobie			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Brutto	Korekcia	Netto	Netto
a		b	1	2	3	4
B. OBEŽNÝ MAJETOK SPOLU r. 030+ r. 037+ r. 042 + r. 051		029				
1. Zásoby	r. 031 až r. 036	030				
Materiál	(112 + 119) - 191	031				
Nedokončená výroba a polotovary vlastnej výroby (121+122)-(192+193)		032				
Výrobky	(123 - 194)	033				
Zvieratá	(124 - 195)	034				
Tovar	(132 + 139) - 196	035				
Poskytnuté prevádzkové preddavky na zásoby (314 AÚ - 391 AÚ)		036				
2. Dlhodobé pohľadávky	r. 038 až r. 041	037				
Pohľadávky z obchodného styku (311 AÚ až 314 AÚ) - 391 AÚ		038				
Ostatné pohľadávky	(315 AÚ - 391AÚ)	039				
Pohľadávky voči účastníkom združení (358AÚ - 391AÚ)		040				
Iné pohľadávky (335 AÚ + 373 AÚ + 375 AÚ + 378AÚ) - 391AÚ		041				
3. Krátkodobé pohľadávky	r. 043 až r. 050	042				
Pohľadávky z obchodného styku (311AÚ až 314 AÚ) - 391AÚ		043				
Ostatné pohľadávky	(315 AÚ - 391 AÚ)	044				
Zúčtovanie so Sociálnou poisťovňou a zdravotnými poisťovňami (336)		045		x		
Daňové pohľadávky	(341 až 345)	046		x		
Pohľadávky z dôvodu finančných vzťahov k štátnemu rozpočtu a rozpočtom územnej samosprávy (346+ 348)		047		x		
Pohľadávky voči účastníkom združení (358 AÚ - 391AÚ)		048				
Spojovací účet pri združení (396 - 391AÚ)		049				
Iné pohľadávky (335AÚ + 373AÚ + 375AÚ + 378AÚ) - 391AÚ		050				
4. Finančné účty	r. 052 až r. 056	051				
Pokladnica	(211 + 213)	052		x		
Bankové účty	(221 AÚ + 261)	053		x		
Bankové účty s dobou viazanosti dlhšou ako jeden rok (221 AÚ)		054		x		
Krátkodobý finančný majetok (251+ 253 + 255 + 256 + 257) - 291AÚ		055				
Obstaranie krátkodobého finančného majetku (259 - 291AÚ)		056				
C. ČASOVÉ ROZLIŠENIE SPOLU r. 058 a r. 059		057				
1. Náklady budúcich období	(381)	058				
Prijmy budúcich období	(385)	059				
MAJETOK SPOLU r. 001 + r. 029 + r. 057		060				

Strana pasív	č.r.	Bežné účtovné obdobie	Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
a	b	5	6
A. VLASTNÉ ZDROJE KRYTIA MAJETKU SPOLU r. 062+ r. 068 + r. 072 + r. 073	061		
1. Imanie a peňažné fondy r. 063 až r. 067	062		
Základné imanie (411)	063		
Peňažné fondy tvorené podľa osobitného predpisu (412)	064		
Fond reprodukcie (413)	065		
Oceňovacie rozdiely z precenenia majetku a záväzkov (414)	066		
Oceňovacie rozdiely z precenenia kapitálových účastín (415)	067		
2. Fondy tvorené zo zisku r. 069 až r. 071	068		
Rezervný fond (421)	069		
Fondy tvorené zo zisku (423)	070		
Ostatné fondy (427)	071		
3. Nevysporiadaný výsledok hospodárenia minulých rokov (+; - 428)	072		
4. Výsledok hospodárenia za účtovné obdobie r. 060 - (r. 062 + r. 068 + r. 072 + r. 074 + r. 101)	073		
B. CUDZIE ZDROJE SPOLU r. 075 + r. 079 + r. 087 + r. 097	074		
1. Rezervy r. 076 až r. 078	075		
Rezervy zákonné (451AÚ)	076		
Ostatné rezervy (459AÚ)	077		
Krátkodobé rezervy (323 + 451AÚ + 459AÚ)	078		
2. Dlhodobé záväzky r. 080 až r. 086	079		
Záväzky zo sociálneho fondu (472)	080		
Vydané dlhopisy (473)	081		
Záväzky z nájmu (474 AÚ)	082		
Dlhodobé prijaté preddavky (475)	083		
Dlhodobé nevyfakturované dodávky (476)	084		
Dlhodobé zmenky na úhradu (478)	085		
Ostatné dlhodobé záväzky (373 AÚ + 479 AÚ)	086		
3. Krátkodobé záväzky r. 088 až r. 096	087		
Záväzky z obchodného styku (321 až 326) okrem 323	088		
Záväzky voči zamestnancom (331+ 333)	089		
Zúčtovanie so Sociálnou poisťovňou a zdravotnými poisťovňami (336)	090		
Daňové záväzky (341 až 345)	091		
Záväzky z dôvodu finančných vzťahov k štátnemu rozpočtu a rozpočtom územnej samosprávy (346+348)	092		
Záväzky z upísaných nesplatených cenných papierov a vkladov (367)	093		
Záväzky voči účastníkom združení (368)	094		
Spojovací účet pri združení (396)	095		
Ostatné záväzky (379 + 373 AÚ + 474 AÚ + 479 AÚ)	096		
4. Bankové výpomoci a pôžičky r. 098 až r. 100	097		
Dlhodobé bankové úvery (461AÚ)	098		
Bežné bankové úvery (231+ 232 + 461AÚ)	099		
Prijaté krátkodobé finančné výpomoci (241+ 249)	100		
C. ČASOVÉ ROZLIŠENIE SPOLU r. 102 a r. 103	101		
1. Výdavky budúcich období (383)	102		
Výnosy budúcich období (384)	103		
VLASTNÉ ZDROJE A CUDZIE ZDROJE SPOLU r.061+ r.074 + r.101	104		

Číslo účtu	Náklady	Číslo riadku	Činnosť			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Hlavná nezdaňovaná	Zdaňovaná	Spolu	
a	b	c	1	2	3	4
501	Spotreba materiálu	01				
502	Spotreba energie	02				
504	Predaný tovar	03				
511	Opravy a udržiavanie	04				
512	Cestovné	05				
513	Náklady na reprezentáciu	06				
518	Ostatné služby	07				
521	Mzdové náklady	08				
524	Zákonné sociálne poistenie a zdravotné poistenie	09				
525	Ostatné sociálne poistenie	10				
527	Zákonné sociálne náklady	11				
528	Ostatné sociálne náklady	12				
531	Daň z motorových vozidiel	13				
532	Daň z nehnuteľností	14				
538	Ostatné dane a poplatky	15				
541	Zmluvné pokuty a penále	16				
542	Ostatné pokuty a penále	17				
543	Odpísanie pohľadávky	18				
544	Úroky	19				
545	Kurzové straty	20				
546	Dary	21				
547	Osobitné náklady	22				
548	Manká a škody	23				
549	Iné ostatné náklady	24				
551	Odpisy dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	25				
552	Zostatková cena predaného dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	26				
553	Predané cenné papiere	27				
554	Predaný materiál	28				
555	Náklady na krátkodobý finančný majetok	29				
556	Tvorba fondov	30				
557	Náklady na precenenie cenných papierov	31				
558	Tvorba a zúčtovanie opravných položiek	32				
561	Poskytnuté príspevky organizačným zložkám	33				
562	Poskytnuté príspevky iným účtovným jednotkám	34				
563	Poskytnuté príspevky fyzickým osobám	35				
565	Poskytnuté príspevky z podielu zaplatenej dane	36				
567	Poskytnuté príspevky z verejnej zbierky	37				
Účtová trieda 5 spolu r. 01 až r. 37		38				

Číslo účtu	Výnosy	Číslo riadku	Činnosť			Bezprostredne predchádzajúce účtovné obdobie
			Hlavná nezdaňovaná	Zdaňovaná	Spolu	
a	b	c	1	2	3	4
601	Tržby za vlastné výrobky	39				
602	Tržby z predaja služieb	40				
604	Tržby za predaný tovar	41				
611	Zmena stavu zásob nedokončenej výroby	42				
612	Zmena stavu zásob polotovarov	43				
613	Zmena stavu zásob výrobkov	44				
614	Zmena stavu zásob zvierat	45				
621	Aktivácia materiálu a tovaru	46				
622	Aktivácia vnútroorganizačných služieb	47				
623	Aktivácia dlhodobého nehmotného majetku	48				
624	Aktivácia dlhodobého hmotného majetku	49				
641	Zmluvné pokuty a penále	50				
642	Ostatné pokuty a penále	51				
643	Platby za odpísané pohľadávky	52				
644	Úroky	53				
645	Kurzové zisky	54				
646	Prijaté dary	55				
647	Osobitné výnosy	56				
648	Zákonné poplatky	57				
649	Iné ostatné výnosy	58				
651	Tržby z predaja dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku	59				
652	Výnosy z dlhodobého finančného majetku	60				
653	Tržby z predaja cenných papierov a podielov	61				
654	Tržby z predaja materiálu	62				
655	Výnosy z krátkodobého finančného majetku	63				
656	Výnosy z použitia fondu	64				
657	Výnosy z precenenia cenných papierov	65				
658	Výnosy z nájmu majetku	66				
661	Prijaté príspevky od organizačných zložiek	67				
662	Prijaté príspevky od iných organizácií	68				
663	Prijaté príspevky od fyzických osôb	69				
664	Prijaté členské príspevky	70				
665	Príspevky z podielu zaplatenej dane	71				
667	Prijaté príspevky z verejných zbierok	72				
691	Dotácie	73				
Účtová trieda 6 spolu r. 39 až r. 73		74				
Výsledok hospodárenia pred zdanením r. 74 - r. 38		75				
591	Daň z príjmov	76				
595	Dodatočné odvody dane z príjmov	77				
Výsledok hospodárenia po zdanení (r. 75 - (r. 76 + r. 77)) (+/-)		78				

Výpis
zo zasadnutia komisie finančnej stratégie a pre správu a podnikanie s majetkom mesta MsZ
konaného dňa 13.06.2016

8. Správa o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015 a účtovná závierka Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015.

Návrh uznesenia:

Komisia finančnej stratégie a pre správu a podnikanie s majetkom mesta MsZ odporúča MsZ

- 1.zobrať na vedomie Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015.
- 2.schváliť účtovnú závierku Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015.

Hlasovanie:

prítomní: 8, za: 8, proti: 0, zdržal sa: 0

Za správnosť opisu : Ing. Henrieta Mičúchová, v.r.
V Bratislave, 13.6.2016

**Výpis
zo zápisnice č. 6
zo zasadnutia Komisie pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu MsZ
zo dňa 15. 06. 2016**

K bodu 2

**Správa o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015
a účtovná závierka Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015**

Komisia pre cestovný ruch a medzinárodnú spoluprácu MsZ po prerokovaní materiálu **odporúča** Mestskému zastupiteľstvu hlavného mesta Slovenskej republiky Bratislavy **zobrať na vedomie** Správu o činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015 a **schváliť** účtovnú závierku Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2015.

Hlasovanie: prítomných: 9, za: 9, proti: 0

Za správnosť opisu: Ing. Zuzana Abelovská, v. r.
tajomníčka komisie

Ing. Soňa Svoreňová, v. r.
predsedníčka komisie

V Bratislave, 16. 06. 2016