

# Správa o činnosti

## 2018

OBLASTNÁ ORGANIZÁCIA CESTOVNÉHO RUCHU  
BRATISLAVA TOURIST BOARD





## Obsah

Úvod	3
1. Marketing a propagácia	13
2. Činnosť turistického informačného centra zriadeného organizáciou	46
3. Tvorba a podpora produktov cestovného ruchu	51
4. Podpora atraktivít danej lokality tak, aby sa stali súčasťou stálej ponuky cestovného ruchu	65
5. Infraštruktúra cestovného ruchu	79
6. Zavedenie hodnotiaceho systému kvality	87
7. Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej	89
8. Hospodárenie organizácie v roku 2018	98
9. Orgány BTB a výkonná zložka	108

## ÚVOD

Bratislavská organizácia cestovného ruchu/Bratislava Tourist Board (ďalej len BTB) bola založená v zmysle Zákona č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov zakladateľskou Zmluvou medzi Hlavným mestom SR a fyzickými osobami, ktoré podnikajú alebo právnickými osobami, ktoré podnikajú alebo pôsobia na území mesta Bratislava na základe prihlášky podľa § 21 ods. 1 zákona, pričom ich činnosť alebo pôsobnosť súvisí s cestovným ruchom. Kompetencia hlavného mesta – rozvíjať starostlivosť o cestovný ruch, koordinovať aktivity v oblasti cestovného ruchu a rozvíjať informačné a propagačné služby, bola založením Bratislavskej organizácie cestovného ruchu prenesená na túto organizáciu. Legislatívny rámec vzniku BTB umožňuje rozvíjať na území mesta Bratislava efektívne verejno-súkromné partnerstvo a čerpať nenárokovateľnú dotáciu Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky (ďalej len MDV SR) – výška sa odvíja od vyzbieraných členských príspevkov na účely podpory a rozvoja mesta Bratislava ako destinácie cestovného ruchu. Organizácia bola na MDV SR oficiálne zaregistrovaná dňa 28. decembra 2011.

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

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

BTB rozvíja a propaguje všetky formy cestovného ruchu, podporuje ich prezentáciu, vytvára platformu spolupráce súkromného a verejného sektoru v oblasti cestovného ruchu a riadi, iniciuje a koordinuje rozvoj cestovného ruchu v Bratislave. Plní aj úlohu Bratislava Convention Bureau (BCB) na podporu rozvoja kongresového cestovného ruchu, prostredníctvom oddelenia MICE BTB a zabezpečuje informačný servis pre návštevníkov mesta prostredníctvom turistických informačných centier.

**Cestovný ruch** tvorí 10,4 % globálneho HDP, na celosvetovej zamestnanosti sa podieľa 10 % a je tretím najväčším exportným odvetvím na svete, s podielom 30% na exportovaných službách (zdroj WTTC, 2017). Podľa údajov Satelitného účtu cestovného ruchu SR za rok 2016 vytvorili odvetvia CR na Slovensku 387-tisíc pracovných miest, podiel odvetví CR na zamestnanosti bol 16 %. Výdavky návštevníkov na CR boli v roku 2016 vo výške 5,65 mld. EUR. Z celkového počtu návštevníkov Slovenska pripadá až jedna štvrtina na Bratislavský kraj. Hlavné mesto SR má z turizmu okrem vyššie uvedených prínosov aj priamy príjem v podobe dane za ubytovanie (za rok 2018 v sume **4 748 031,34 EUR**), pomernej časti dane zo zaujatia verejného priestranstva (výška vybratej dane za rok 2017 bola **2 030 500 EUR**), časti dane z nehnuteľností a príjmy z podielových daní fyzických osôb v službách a produktoch cestovného ruchu na svojom území (výška vybratej dane z príjmov FO za rok 2017 bola 132 183 900 EUR, pri podiele odvetví CR na zamestnanosti 16 % pripadá z danej sumy cca **21,1 mil.** EUR na dane z príjmov FO v odvetviach CR.).

BTB ako organizácia destinačného manažmentu a marketingu pre destináciu Bratislava realizovala aktivity zacielené na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácii.

K hlavným úspechom BTB za rok 2018 patrí:

- 100 % implementácia dotácie z MDV SR vo výške 875 050,- EUR
- nárast predaja zľavovej karty Bratislava Card City & Region o 41 % oproti roku 2017
- nárast akceptácií zľavovej karty Bratislava Card City & Region o 50 %
- nárast zabezpečených prehliadok mesta o 6 % oproti roku 2017 (celkovo 1336)
- nárast výberu členských príspevkov od ostatných členov (okrem Magistrátu) o 22,5 %
- nárast príjmov z vlastnej činnosti o 19,5 % oproti roku 2017
- 155 075 zaregistrovaných užívateľov free wifi siete
- 94 044 vybavených osobných, e-mailových a telefonických dopytov v TIC
- 233 B2B stretnutí na MICE veľtrhoch, 50 + RFPs
- 220 účastníkov infociest/famtripov/presstripov
- 114 % nárast unikátnych návštevníkov webu
- 120 a viac podujatí podporených komunikačne
- 33 domácich a zahraničných prezentácií Bratislavy v rámci veľtrhov/výstav/prezentácií
- 20 nových vlogových videí, video spot Zelená Bratislava
- 17 podujatí podporených spoluorganizačne
- 8 infocentier (stále, sezónne, partnerské)
- 4 nové osadené dotykové infopanely v destinácii (5 200 užívateľov)

Za roky 2017 a 2018 získala Bratislava viaceré ocenenia a uznania za svoju prácu. V Londýne si zástupcovia BTB prevzali ocenenie za 4. miesto v rebríčku „Kampaň roka v cestovnom ruchu 2017“, udeľovanom v súťaži Emerging Europe Awards. Na Slovensku sa kampaň Bratislavy umiestnila na 5. mieste v kategórii „Kampaň mesiaca júl“ (Trend). V celosvetovej súťaži „The World’s Best Tourism Organisations 2017“ získala BTB 14. miesto. V prieskume Brand Institute Slovensko obsadila BTB 1. miesto v rebríčku „Štruktúra turizmu Slovenska 2018“. Okrem toho sa nám podarilo získať tzv. „Ad Grant“ v rámci projektu Google for Nonprofits, ktorý sa využíva na podporu nekomerčných atraktivít CR v Bratislave na sociálnych sieťach.

BTB každoročne predkladá projekt na podporu rozvoja cestovného ruchu spolu so žiadosťou o nenáročnú dotáciu na MDV SR. Projektovým zámerom BTB na rok 2018 bol „Efektívny manažment a marketing destinácie, spolupráca s kľúčovými miestnymi partnermi pri propagácii Bratislavy a rozvoji cestovného ruchu. Projektový zámer vychádza a je plne v súlade s výstupmi koncepčného materiálu „Marketingová a komunikačná stratégia destinácie Bratislava na roky 2018 – 2022“. Zároveň BTB pri svojich aktivitách postupuje v súlade s výstupmi strategických dokumentov na úrovni MDV SR, BSK, hl. mesta SR Bratislavy – PHSR a ďalších dostupných materiálov. BTB realizuje 8 oprávnených aktivít v zmysle § 29 Zákona č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov o podpore cestovného ruchu:

1. marketing a propagácia, najmä účasť na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, tvorba webového sídla, tvorba loga organizácie cestovného ruchu, elektronický marketing, tvorba



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

Organizácia si stanovila nasledujúce priority v oblasti destinačného manažmentu a marketingu:

- Zintenzívniť začlenenie miestnych komún, združení a iniciatív do diania v destinácii a spolupráce s BTB
- Venovať sa témam a produktom podporujúcim smart a „green“ riešenia v cestovnom ruchu v destinácii (v infraštruktúre CR, marketingu a pod.)
- Vytvárať znalosť značky a image Bratislavy doma a v zahraničí
- Komunikácia a prezentácia Bratislavy prostredníctvom príbehov
- Partnerstvá a spolupráca v CR (s členmi BTB, partnermi, stakeholdermi)
- Snaha o diverzifikáciu zdrojov financovania BTB a aktivít.

Z hľadiska marketingovej komunikácie destinácie to znamená najmä:

- Zvýšiť znalosť značky (poznateľnosť) Bratislavy vo svete.
- Na zdrojových trhoch vyvolať záujem navštíviť Bratislavu.
- Zvýšiť informovanosť touroperátorov v zahraničí o Bratislave ako atraktívnej destinácii pre ich turistov.
- Prezentovať Bratislavu ako vhodnú destináciu pre organizovanie MICE podujatí.
- V maximálnej miere využiť vybrané historické udalosti a významné športové podujatia na zvýšenie znalosti destinácie.
- Udržiavať, manažovať a rozvíjať Turistický informačný systém v destinácii.
- Začať budovať vzťah obyvateľov mesta k mestu.
- Rozvinúť komunikáciu s aktérmi cestovného ruchu v destinácii.

V oboch prípadoch ide o dlhodobu orientované koncepčné ciele, ktorých napĺňanie nie je jednoročným procesom, ale vyžaduje si komplexný, systematický a kontinuálny prístup vo všetkých realizovaných aktivitách. Na základe predkladaného vyhodnotenia projektu konštatujeme, že sa BTB podarilo naplniť stanovené ciele, ako aj, že organizácia začala byť aktívna v oblastiach, ktoré smerujú k naplneniu stanovených zámerov. Detailné zhodnotenie naplnenia cieľov a priorít je obsahom jednotlivých kapitol vecného vyhodnotenia.

Stručné zhrnutie kľúčových výstupov práce BTB (v spolupráci s členmi, partnermi, stakeholdermi) za rok 2018, ktoré viedli k naplneniu jednotlivých stanovených cieľov:

- **Zintenzívniť začlenenie miestnych komunit, združení a iniciatív do diania v destinácii a spolupráce s BTB**
  - stretnutia a spolupráce s celým spektrom subjektov v destinácii, pracovné skupiny k produktovej ponuke, vzdelávacie aktivity, networkingové stretnutia a i.
- **Venovať sa témam a produktom podporujúcim smart a „green“ riešenia v cestovnom ruchu v destinácii (v infraštruktúre CR, marketingu a pod.)**
  - SMART: dotykové totemy, free wifi, splash screen, globálny monitoring médií, CRM systém, mobilná aplikácia, BC karta inovácie a i.
  - GREEN: brožúra Zelená Bratislava, videoklip a videospoty Zelená Bratislava, vlogové videá k téme, podpora enviro tém
- **Vytvárať znalosť značky a image Bratislavy doma a v zahraničí**
  - sociálne médiá, kampane, veľtrhy, výstavy, prezentácie, infocesty, presstripy, projekt Google for Nonprofits a i.
- **Komunikácia a prezentácia Bratislavy prostredníctvom príbehov**
  - práca s užívateľmi generovaným obsahom (UGC – user generated content), zdieľanie ich zážitkov a príbehov, stanovenie komunikačných tém a dejových línií pre BA a i.
- **Partnerstvá a spolupráca v CR (s členmi BTB, partnermi, stakeholdermi)**
  - pracovné skupiny k produktovej ponuke, stretnutia komôr, sieťovanie subjektov, vzdelávacie aktivity, networkingové stretnutia, CRM systém a i.
- **Snaha o diverzifikáciu zdrojov financovania BTB a aktivít.**
  - neustále vylepšenia produktu BC karta, nárast predaja karty, nárast zabezpečených prehliadok a i.

Prevažná väčšina projektov na podporu rozvoja CR bola realizovateľná vďaka pridelenej nenárokovateľnej dotácii MDV SR. Členské príspevky členov BTB a teda aj členský príspevok od hlavného mesta boli používané najmä na financovanie prevádzkových nákladov organizácie, a to najmä mzdy, odvody, prenájmy priestorov, zabezpečenie chodu organizácie, prevádzku Turistického informačného centra (TIC), sezónnych TIC, údržbu priestorov, na výdavky spojené s outsourcovanými službami (účtovníctvo, právne služby, verejné obstarávanie), vzdelávacie aktivity, služby spojené s činnosťou BTB, úhrada členského v domácich a zahraničných organizáciách a čiastočne na spolufinancovanie aktivít projektu na dotáciu z rozpočtovej kapitoly MDV SR na výdavky nad rámec oprávnených výdavkov v súlade s podmienkami použitia účelovej dotácie. BTB sa snaží každoročne kofinancovať aktivity na podporu rozvoja CR z členských zdrojov v maximálnej možnej miere. Hlavné kofinancované aktivity v roku 2018 boli prevádzka a činnosť TIC, marketing a propagácia, najmä videotvorba a podpora kongresového cestovného ruchu, vzdelávacie aktivity. V roku 2018 bola BTB pridelená dotácia vo výške 826 650,- EUR na pokrytie bežných výdavkov a 48 400,- EUR na kapitálové výdavky.

**Cieľové skupiny** boli v roku 2018 harmonizované s výstupmi Marketingovej a komunikačnej stratégie destinácie Bratislava.



## Cieľové skupiny návštevníkov Bratislavy:

Vychádzajú z Marketingovej stratégie BA, logicky sú prepojené so zadanými cieľovými skupinami, na ktoré sa BTB zameriavala v minulých rokoch.

### *1. Bratislavčan (domáci návštevník z regiónu, rodiny s deťmi):*

Charakteristika: Historické pamiatky mesta nemá dôvod navštevovať, využíva však benefity mesta ako je blízkosť prírody (Železná studnička, Horský park, Chorvátske rameno), či bicyklovanie po hrádzi. A potom tiež nákupné centrá, kluby a hipsterské kaviarne a všetky bistrá a street foody.

### *2. Slovak (domáci návštevník z iných regiónov, rodiny s deťmi):*

Charakteristika: Patrí sa zísť do hlavného mesta, ukázať deťom Bratislavský hrad, parlament, budovu vysokej školy, kde rodičia promovali. Zísť do divadla, previezť sa loďou na Devín, navečerať sa v dobrej reštaurácii, vypiť s manželkou fľašu frankovky. Na druhý deň ísť nakupovať do IKEA. Pozrieť, čo je nové v Poluse. Prejsť sa po korze. Zísť na kávu do Carltonu. Navštíviť príbuzných v Petržalke.

### *3. Relax (mladá generácia cestovateľov, city breaks, rodiny s deťmi, aktívni ľudia)*

Charakteristika: Z času na čas potrebuje vypadnúť zo svojho stereotypu, dva-tri razy do roka sa vyberie na víkend niekam do iného mesta. Hľadá výhodnú ponuku leteniek a ubytovania. O Bratislave toho veľa nevie, od jej návštevy veľa neočakáva, no sľubuje si aspoň relax, „vypnúť“, prísť na iné myšlienky.

### *4. Poznávateľ (návštevníci so záujmom o kultúru, históriu, poznávanie, umenie)*

Charakteristika: Do Bratislavy prichádza, lebo sa zaujíma o históriu Strednej Európy. Už navštívil Prahu, bol vo Viedni i Budapešti. Má za sebou už aj Krakow – teraz je na rade Bratislava. Má toho pomerne veľa naštudovaného – pozná históriu Habsburgovcov, chcel by pochopiť komunizmus. Od návštevy Bratislavy si sľubuje rozšírenie vedomostí.

### *5. Objavovateľ (návštevníci so záujmom o kultúru, mladá progresívna generácia cestovateľov, aktívni ľudia)*

Charakteristika: Urban explorer – vychytáva trendy a miluje zážitky. Od Bratislavy očakáva príbehy, ktoré bude hovoriť kamošom pri pive. Neváha odbočiť z turistických chodníčkov. Pokojne sa vyberie aj do širšieho centra alebo bývalej továrne. Putovanie mestom začína vyhľadávaním slov „secret places“ a „hipster spots“ vo svojom iPhone. Rozhoduje sa na mieste. Keď nadobudne pocit blížiaceho sa zážitku, neváha zaplatiť.

### *6. Príležitostný návštevník (domáci návštevník z iných regiónov, mladá generácia, aktívni ľudia)*

Charakteristika: Bratislavu navštívi pri príležitosti konkrétnej udalosti – Majstrovstvá sveta v hokeji, filatelistická výstava a pod. Návštevu si obyčajne naplánuje vopred – plánovanie sa odvíja od vstupenky na podujatie, potom letenky a nakoniec ubytovanie. Cestuje spravidla s partiou priateľov.

## 7. *Obchodní cestující, účastníci kongresového CR*

Charakteristika: účastníci MICE eventov v destinácii, bonitná klientela, perspektívny trh, vysoké nároky na kvalitu a úroveň poskytovaných služieb. Špičkový servis považujú za samozrejmosť. Vyššie priemerné výdavky ako leisure turisti. Každý z MICE segmentov (meetings, incentives, conferences, exhibitions) si vyžaduje osobitný prístup a špecifiká.

**Ťažiskové formy** cestovného ruchu nadväzujú na predchádzajúce obdobia:

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

## **Vývoj cestovného ruchu v roku 2018 v Bratislave**

K hlavným témam aj vo vzťahu k cestovnému ruchu patrili v roku 2018 významné historické výročia. Rok 2018 sa niesol v znamení tzv. „osmičkových“ výročí, z ktorých dominovalo sté výročie od založenia Československej republiky. Ďalšie výročia späté s Bratislavou a Slovenskom: 25. výročie Bratislavy ako hlavného mesta Slovenska, 150. výročie vzniku Múzea mesta Bratislavy, 240. výročie narodenia hudobného skladateľa Johanna Nepomuka Hummela – rodáka z Bratislavy.

Výkony cestovného ruchu v roku 2018 sa vyznačujú stabilizovaným a vyrovnaným vývojom približne na úrovni roku 2017. Za rok 2018 navštívilo Bratislavu spolu 1 290 056 návštevníkov, ktorí uskutočnili 2 691 787 prenocovaní, čo je v priemere 2,09 noci na návštevníka. V počte návštevníkov oproti minulému roku ide o mierny pokles o 0,07 %, v počte prenocovaní je to pokles o 1,03 %. Zahraničných návštevníkov prišlo 884 646 a uskutočnili 1 563 529 prenocovaní, čo je v priemere 1,77 noci na návštevníka. Počet zahraničných návštevníkov vzrástol oproti minulému roku o 1,53 %, v počte prenocovaní bol nárast o 2,78 %. Domácich návštevníkov prišlo 405 410 a uskutočnili 1 128 258 prenocovaní, čo je v priemere 2,78 noci na návštevníka. U domácich návštevníkov sme zaznamenali mierny pokles oproti minulému roku, a to – 3,40 % v počte návštevníkov, a v počte prenocovaní - 5,86 %. Z hľadiska dominantných zdrojových trhov patrí prvenstvo štandardne Českej republike s 111 863 návštevníkmi (+1,5 %) a 177 883 prenocovaniami (-0,6 %). Nemeckí návštevníci v počte 79 983 (-15,0 %) sú na druhom mieste, s 134 517 prenocovaniami (- 14,7 %). K poklesu návštevnosti u Nemcov prispelo i zrušené letecké spojenie Bratislava – Berlín. Tretia priečka patrí návštevníkom z Rakúska, ktorých prišlo 61 262 (+ 4,2 %) a prenocovali 92 745-krát (+ 7,4 %). Za nimi sa umiestnili návštevníci zo Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska v počte 58 190 (+7,7 %), s 116 003 prenocovaniami (+6,7 %). Mimoriadne nárasty návštevníkov z Číny sa prejavili na ich umiestnení na piatom mieste v rebríčku najpočetnejších návštevníkov. Prišlo ich 53 108 (+ 6,9 %) a prenocovali 66 498-krát (+ 8,4 %).



Mimoriadne výrazné nárasty evidujeme u návštevníkov z Ukrajiny, čo súvisí aj s lepšími leteckými spojeniami s touto destináciou. Počet návštevníkov vzrástol o 33,8 % (z 17 285 na 23 135) a počet prenocovaní o 37,8 % (z 51 492 na 70 964). V top 10 krajín podľa návštevnosti evidujeme rastúce čísla aj u návštevníkov z USA (8. priečka), a to 16 % v počte návštevníkov a 13,6 % v počte prenocovaní.

Tabuľka 1: Porovnanie počtu návštevníkov a prenocovaní v rokoch 2017 a 2018

Obdobie/ Ukazovateľ	2017		2018		Zmena PN %	Zmena PP %
	PN	PP	PN	PP		
Zahraniční	871 316	1 521 290	884 646	1 563 529	<b>1,53</b>	<b>2,78</b>
Domáci	419 692	1 198 443	405 410	1 128 258	<b>-3,40</b>	<b>-5,86</b>
Spolu	1 291 008	2 719 733	1 290 056	2 691 787	<b>-0,07</b>	<b>-1,03</b>
Airbnb	73 300	219 900	110 000	330 000	<b>50</b>	<b>50</b>
Spolu	1 364 308	2 939 633	1 400 056	3 021 787	<b>2,6</b>	<b>2,8</b>

Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠÚSR a Airbnb

Dostupnosť Bratislavy je výrazne podporená blízkosťou medzinárodného letiska Viedeň – Schwechat, ako aj prevádzkou Letiska M. R. Štefánika. Bratislavské letisko v roku 2018 vybavilo historicky najviac pasažierov, spolu 2 292 712 pasažierov, čo je o 18 % viac ako v roku 2017. Otvorilo sa rekordných 12 nových leteckých spojení s Bratislavou, posilnil sa letný (49 pravidelných liniek) i zimný (31 pravidelných liniek) letový poriadok.

K významnému faktoru generovania prenocovaní patria aj platformy zdieľanej ekonomiky (Airbnb). Z údajov, ktoré máme od Airbnb k dispozícii, navštívilo Bratislavu v roku 2018 cca 110 tis. návštevníkov, ktorí v Bratislave strávili v priemere 3 noci, tzn. cca 330 tis. prenocovaní. Najpočetnejšie zastúpenie mali návštevníci z Veľkej Británie (12 %), Slovenska (11 %), Nemecka (7 %), USA (6 %) a Česka (6 %). Airbnb eviduje medziročný nárast turistov o vyše 50 %, čo poukazuje na rastúcu popularitu tejto platformy a zároveň to preukazuje aj rast návštevnosti Bratislavy.

Tabuľka 2: Zdrojové trhy v destinácii Bratislava – porovnanie rokov 2017 a 2018

Poradie/ Krajina	2017		2018		Zmena PN v %	Zmena PP v %
	PN	PP	PN	PP		
1. ČR	110 203	179 036	111 863	177 883	<b>1,5</b>	<b>-0,6</b>
2. Nemecko	94 080	157 777	79 983	134 517	<b>-15,0</b>	<b>-14,7</b>
3. Rakúsko	58 786	86 379	61 262	92 745	<b>4,2</b>	<b>7,4</b>
4. UK	54 009	108 699	58 190	116 003	<b>7,7</b>	<b>6,7</b>
5. Čína	49 666	61 327	53 108	66 498	<b>6,9</b>	<b>8,4</b>
6. Poľsko	46 612	78 540	50 852	86 852	<b>9,1</b>	<b>10,6</b>
7. Taliansko	38 165	67 659	38 855	69 388	<b>1,8</b>	<b>2,6</b>
8. USA	31 573	53 024	36 616	60 243	<b>16</b>	<b>13,6</b>
9. Francúzsko	23 097	38 503	23 918	40 158	<b>3,6</b>	<b>4,3</b>
10. Rusko	22 513	48 718	21 867	49 985	<b>-2,9</b>	<b>2,6</b>

Zdroj: ŠÚSR, 2018

Štatistiky k ubytovacím zariadeniam ukazujú za rok 2018 mierny pokles v tržbách ubytovacích zariadení (- 1,02 %) na hodnotu 98 355 991 Eur. Počet ubytovacích zariadení vzrástol o vyše 11,76 %, zo 153 na 171, počet lôžok klesol o 2,20 % na 16 368.

Tabuľka 3: Porovnanie tržieb za ubytovanie v rokoch 2017 a 2018

Tržby za ubytovanie	2017	2018	Zmena v %
Domáci	26 943 699	25 987 205	-3,5
Zahraniční	72 427 255	72 368 786	-0,08
Spolu	99 370 954	98 355 991	-1,02

Zdroj: ŠÚSR, 2018

Výška vybratej dane za ubytovanie za rok 2018 bola v sume 4 748 031,34 EUR (údaj hl. mesta SR Bratislavy).

Tabuľka 4: Prehľad vybratej dane za ubytovanie v Bratislave

Rok	Skutočne vybratá daň (EUR)	Zmena skutočne vybratej dane v %
2013	2 681 407,85	7,75
2014	2 759 077,00	2,9
2015	3 166 138,35	14,75
2016	3 562 078,78	12,51
2017	4 958 342,43	39,19
2018	4 748 031,34	- 4,2

Zdroj: Magistrát hl. mesta SR Bratislavy

Ďalšie štatistické údaje, ktorými BTB disponuje zahŕňajú dáta z cykloščitáčov, údaje o využití informačných služieb, predajnosť BC karty, prehliadky mesta, štatistiky návštevnosti vybraných kultúrnych inštitúcií a podujatí.

Štatistiky získané z cykloščitáčov umiestnených na strategických miestach: Bratislavská hrádza – smer Berg a Viedenská cesta. Cykloščitáče poskytujú údaje o celkovom prejazde cyklistov v oboch smeroch, vrátane individuálnych údajov o jednotlivých smeroch. Porovnanie rokov 2017 a 2018 dokumentuje pozitívny vývoj a potešujúce čísla z hľadiska rozvoja cyklistiky v meste. Na hrádzi Berg evidovali v roku 2018 cykloščitáče 183 081 prejazdov, čo je o vyše 13 % viac ako v roku 2017. Štatistiky z Viedenskej cesty potvrdzujú tento trend, keďže počet prejazdov bol 395 482, čo je nárast o takmer 20 % oproti minulému roku. Najsilnejšími mesiacmi na oboch lokalitách sú máj, júl a august.

Turistické informačné centrá BTB zaznamenali v roku 2018 v porovnaní s predchádzajúcim rokom 11,5 % nárast návštevnosti. Návštevnícky najsilnejšími mesiacmi boli august, júl a jún. Návštevnícky najsilnejšími dňami boli pondelok, piatok a sobota. Celkový počet dopytov bol 94 044, počet telefonických dopytov bol 2 775 a počet emailových dopytov dosiahol 2 128. Priemerná návštevnosť infocentier v letných mesiacoch dosiahla okolo 400 klientov denne, v zimných mesiacoch okolo 120 až 150 klientov denne. Najčastejšie sa dopyty



orientujú na všeobecnú informovanosť o pamiatkach v meste, autobusové spojenia, otváracie hodiny, odporúčania na gastronomické zaradenia a pod.

K významným službám TIC BTB patrí predaj a distribúcia zľavovej karty – Bratislava Card City & Region. Kartu je možné zakúpiť si i u províznych predajcov a aj v online prostredí na web stránke [visitbratislava.com](http://visitbratislava.com). Za rok 2018 bolo predaných celkovo 5 571 ks kariet, z toho 1 483 jednodňových, 1 664 dvojdňových a 2 424 trojdňových. V roku 2018 tak predaj po prvýkrát od začiatku existencie tohto produktu prekročil hranicu 5 000 ks. V roku 2017 bolo predaných 3 931 ks kariet, čo predstavuje nárast o 41,7 %. Karta čoraz väčšmi oslovuje mladšie vekové kategórie, aj v porovnaní s rovnakým obdobím roku 2017 stále dominuje veková skupina od 26 do 40 rokov. V roku 2018 sú zhodne s rovnakým obdobím roku 2017 dominantnými národnosťami, ktoré si kupujú kartu, Nemci, Rakúšania a Briti. Novinkou v roku 2018 je nárast počtu Izraelčanov a Indov. V porovnaní s rovnakým obdobím roku 2017 sa v roku 2018 zvýšil počet akceptácií karty (využitelnosť karty) o 57,6 %. Kým v roku 2017 dominovala bezplatná pešia prehliadka mesta, v roku 2018 dominuje bezplatný vstup do expozícií Múzea mesta Bratislavy. Top 5 akceptačných miest zahŕňa Hrad Devín, Starú radnicu, Michalskú vežu, pešiu prehliadku mesta a vyhlídku UFO.

V roku 2018 bolo prostredníctvom TIC BTB zabezpečených 1 426 prehliadok mesta, z toho 834 garantovaných prehliadok pre držiteľov Bratislava CARD. Odsprevádzaných bolo celkom 15 061 osôb. V porovnaní s rokom 2017, v ktorom bolo za toto obdobie zorganizovaných 1 338 prehliadok (z toho 666 garantovaných), ide o 6,6 % nárast.

Z dostupných údajov evidujeme aj rastúcu návštevnosť vybraných top atraktivít a kultúrnych inštitúcií v Bratislave. Takmer 42 %- ný nárast návštevnosti zaznamenalo Historické múzeum SNM na Bratislavskom hrade, s počtom 146 590 návštevníkov. Galéria Danubiana eviduje vyše 21 %-ný nárast návštevnosti s 47 850 návštevníkmi. O 10 % viac návštevníkov (316 597) prišlo aj do ZOO Bratislava. Galéria mesta Bratislavy zaznamenala 9 %-ný nárast návštevnosti, keď si expozície v oboch palácoch prišlo pozrieť 24 494 návštevníkov. Mestské múzeum Bratislava (MMB) súhrnne spravuje 9 subjektov na území mesta Bratislava. Celkov expozície v roku 2018 navštívilo 280 485 návštevníkov (- 6,4 %). Napriek miernemu poklesu celkovej návštevnosti, zaznamenali vybrané expozície MMB výrazné nárasty (J.N. Hummel – 126 %, Apponyiho palác – 54 %, A. Fleischmann – 35,9 %, Michalská veža – 11,7 %, Múzeum hodín – 2,9 %).

K nosným kultúrnym podujatiam Bratislavy, ktoré vytvárajú kultúrnu scénu, patria projekty realizované magistrátom hl. mesta SR Bratislavy, resp. mestskými organizáciami a ich partnermi, vrátane BTB. V roku 2018 sa konal už 43.- ty ročník podujatia Kultúrne leto a hradné slávnosti v trvaní tri mesiace. Projekt pozostával z 277 čiastkových podujatí, spolupráce 37 subjektov a 29 krajín. Odohrával sa na 34 scénach v rámci mesta Bratislava. Každoročne si program pozrú tisícky návštevníkov a záujem je rok čo rok rastúci. Ďalšími veľkými projektami sú podujatia Bratislavské korunovačné dni a Vianočná Bratislava. Bratislavské korunovačné dni pozostávali z programov „Historické pochôdzky Starým mestom“, Korunovačný sprievod, Kráľovský rytiersky turnaj, Korunovačný koncert. Záujem o podujatie bol vysoký, jednotlivé inštitúcie zapojené do projektu zaznamenali nárast záujmu oproti minulému roku. Vianočná Bratislava pozostávala z ôsmich súčastí programu

orientovaných na rôzne cieľové skupiny (Hlavné námestie, Koncert z balkóna, Vianočný les, Vianoce seniorov, Charitatívne projekty, Medzinárodný festival adventnej a vianočnej hudby, Vianočná jazda mestskými časťami, Vianoce v Eurovei).

Štatistické dáta za rok 2018 poukazujú na zastabilizovanú situáciu v cestovnom ruchu, ktorá je prirodzeným javom prichádzajúcim po dramaticky stúpajúcich číslach ktoré sme v Bratislave zaznamenali v predchádzajúcich obdobiach. Do budúca bude nevyhnutné brať do úvahy aj platformy zdieľanej ekonomiky v cestovnom ruchu (najmä Airbnb), keďže významne dopĺňa ponuku štandardných ubytovacích zariadení a uspokojuje existujúci dopyt. Stáva sa tak dôležitým faktorom vplyvu na štatistické ukazovatele CR (návštevnosť, prenocovania). Pre efektívny manažment destinácie bude do budúca úlohou zmapovať detailnejšie počty jednodňových návštevníkov Bratislavy, ktorí nie sú aktuálne predmetom skúmania a evidencie zo strany ŠÚSR. Vytvárané partnerstvá a spolupráce v cestovnom ruchu a na ne nadväzujúca produktová ponuka Bratislavy v cestovnom ruchu poukazujú na kvalitatívny rast destinácie, efektívny manažment a marketing zo strany BTB a partnerov a postupné napĺňanie stanovených cieľov.



# 1. MARKETING A PROPAGÁCIA



Marketing a propagácia predstavujú hlavnú a najrozsiahlejšiu oblasť aktivít BTB, pod ktorú spadajú viaceré významné podaktivity. V roku 2018 sa začalo v tejto oblasti aj s implementáciou výstupov a priorít Marketingovej a komunikačnej stratégie Bratislavy na roky 2018 – 2022 a stratégie MICE 2018 – 2020.

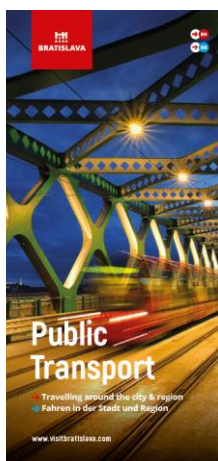
## Edičná tvorba

Aktivita zahŕňa tvorbu, aktualizáciu, grafické a kreatívne služby, tlač, produkciu audiovizuálnych a printových materiálov na účely zabezpečenia informovanosti návštevníkov Bratislavy (distribúcia do stálych a sezónnych TIC BTB, partnerských subjektov a infocentier, zásobovanie turistických bodov a atrakcií v destinácii), zabezpečenie informačnými materiálmi počas veľtrhov, výstav, prezentácií v zahraničí, spoluorganizovaných podujatí a projektov na Slovensku, poskytnutie materiálov partnerským subjektom na rôzne prezentačno-propagačné účely (zahr. zastúpenia MDV SR, Slovenské inštitúty v zahraničí, vzdelávacie inštitúcie, MZVaEZ SR, a pod.). S ohľadom na dopyt po materiáloch boli zabezpečené služby tvorby a tlače brožúr a materiálov v nasledujúcom rozsahu:

### Nové tituly v roku 2018:

Židovská Bratislava – titul vznikol v spolupráci s členom BTB – Židovská náboženská obec (odborná garancia obsahovej náplne brožúry). Materiál približuje najvýznamnejšie židovské pamiatky a históriu v Bratislave. Jazykové mutácie: AJ, náklad: 6 tis. ks. SJ a hebrejská verzia príbudnú v roku 2019.

Dopravná mapa – materiál vznikol na základe vysokého dopytu po sumárnych a prehľadných informáciách o MHD a regionálnej doprave v Bratislave, ako aj s ohľadom na blížiacu sa MS v ľadovom hokeji. Jazykové mutácie: SJ, AJ, NJ, náklad spolu: 35 tis. ks.

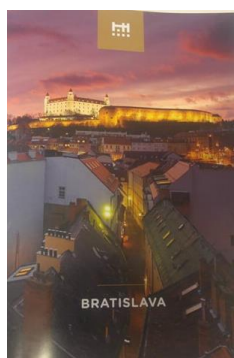


### Aktualizované tituly v roku 2018:

Viaceré brožúry boli aktualizované po grafickej i obsahovej stránke, s doplnením informácií v mapových podkladoch a následnou dotlačou. Ide najmä o tituly: Korunovačný foto



video point, leták a brožúra k BC karte, Múzeá a galérie, A3 trhacia mapa, Zlatá Bratislava, Bus Driver's Guide. Aktualizovala sa aj brožúra Tajné fajné miesta, dotlač je plánovaná v 2019. Na základe partnerskej spolupráce sa BTB podieľala na tlači bulletinu k podujatiu Kultúrne leto a hradné slávnosti (5 tis. ks), plagátu (300 ks), letáku (2 tis. ks) a programu (1 tis. ks) k podujatiu World Music Festival.



Prehľad edičnej tvorby vrátane dotlače financovanej z poskytnutej dotácie:

Titul	Počet ks	Poznámka
Brožúra k BC karte	6 000	AJ, NJ, SJ
Leták k BC karte	8 000	AJ, NJ, SJ
Dopravná mapa	35 000	AJ, NJ, SJ
Leták Korunovačný foto-video point	2 000	SJ
Leták Korunovačný foto-video point	2 000	AJ
Leták Korunovačná Bratislava	8 000	SJ, AJ
Leták Korunovačná Bratislava	8 000	NJ, HU
Leták Malá Bratislava	40 000	AJ
Leták Malá Bratislava	30 000	NJ
Leták Malá Bratislava	a' 10 000	SJ, HU, ESP, FR, IT, RUS, CH
Bus Driver's Guide	4 000	AJ, NJ
Leták Primaciálny palác	2 000	SJ, AJ
Leták Primaciálny palác	2 000	NJ, HU
Brožúra Zlatá Bratislava	3 000	AJ
Brožúra Zlatá Bratislava	a' 1 500	DE, ESP
Brožúra Zlatá Bratislava	a' 1 000	SK, RUS
Brožúra Gastro	3 000	SJ, AJ
Brožúra Múzeá a galérie	2 000	SJ, AJ
Brožúra Múzeá a galérie	2 000	NJ, HU
Leták Zelená Bratislava	2 000	AJ
Leták Zelená Bratislava	2 000	NJ
Turistická mapa skladacia A2	28 000	CH, JAP
Turistická mapa skladacia A2	28 000	FR, IT
Turistická mapa skladacia A2	20 000	ESP, POR
Turistická mapa trhacia A3	170 000	SJ, AJ, NJ

Okrem toho sa realizovala aj tlač vizitiek, nálepiek na rôzne prezentačno-propagačné účely, branding infopointov (letisko, Hviezdoslavovo námestie), označenie, branding a plagáty na prezentácie v zahraničí (napr. Szekésfehervár, Česko-slovenský festival a Česko-slovenský večer), korunky ako propagačný materiál na podporu korunovačnej témy (7 tis. ks) a i.

S tlačou bezprostredne súvisia grafické práce a kreatívne výstupy, služby DTP vzťahujúce sa k tvorbe, aktualizácii a zostaveniu brožúr, tvorbe, úprave a aktualizácii vizuálov, prezentačných materiálov, propagačných nástrojov, výstupov v rámci kampaní a pod. BTB obstarala aj mapové podklady, pre potreby aktualizácie, doplnenia existujúcich a vzniku nových materiálov obsahujúcich mapy a výrezy z máp.

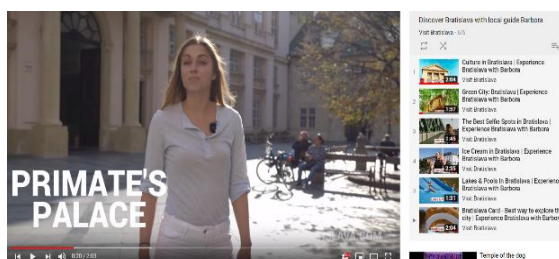
Z licencovaných titulov zakúpila BTB brožúru Bratislava City Guide (250 ks), najmä pre potreby oficiálnych návštev, pre zástupcov médií, VIP hostí v rámci spoluorganizovaných podujatí a projektov, pri zahraničných prezentáciách, ako ceny do súťaží a pod.

## Video tvorba

V roku 2018 sa realizovali viaceré významné videoprojekty, ktorých výsledkom je rozsiahly video obsah šírený a distribuovaný všetkými komunikačnými cestami, ktoré BTB využíva. Pokračovalo sa v projekte vlogových videí z roku 2017, ktorého výstupom je spolu 20



vlogových dvojminútových videí v angličtine, kde je ústredným prvkom dvojica v hlavnej úlohe s mladým, sympatickým dievčaťom, ktoré atraktívnou formou prezentuje zážitky v destinácii. Videá majú divácky atraktívnu formu – hudba, štýlové zábery, dynamické prevedenie a poskytujú potrebné informácie o možnostiach trávenia voľného času a produktovej ponuke Bratislavy a okolí, pričom každé je tematicky inak zamerané.



V roku 2018 vznikli videá na témy: KULTÚRA, PIVO, BRATISLAVA NIGHTLIFE, TOP 10 BRATISLAVA, CORONATION CITY, ROMANTIC LOCATIONS, SENEC, SIGHTSEEING 1 a 2, DANUBIANA, FAMILY, ELESKO, TOP GASTRO, VIANOČNÉ TRHY, HOTELS. Použitie videí: najmä sociálne siete a online

priestor, v rámci projektu boli BTB dodané aj imidžové fotografie, ktoré je možné využiť na online banerovú reklamu, do rôznych printových a online prezentačno-propagačných výstupov a pod.



Veľkým projektom v roku 2018 bol vznik spotu „Zelená Bratislava“. Ide o ústrednú tému komunikovanú v kontexte prezentácie Bratislavy, vyzdvihujúcu prírodné bohatstvo a blízkosť autentických rekreačných oblastí s jedinečným prírodným potenciálom v bezprostrednom okolí

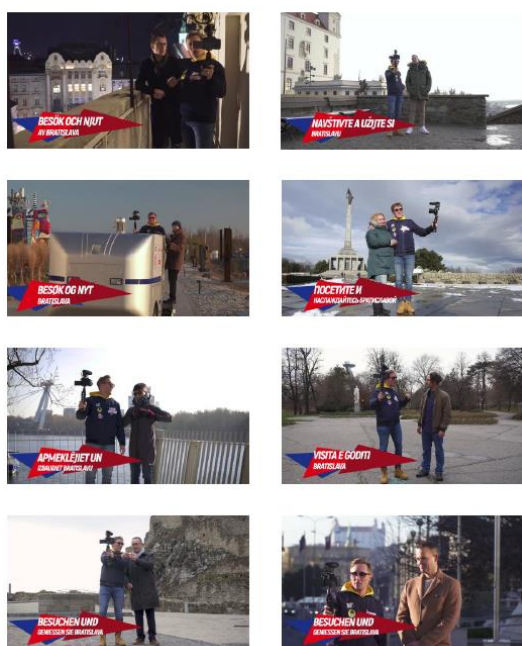
hlavného mesta, ako aj intenzívnu koncentráciu parkov, záhrad a sadov priamo v centre Bratislavy. Okrem toho video prezentuje aj rozsiahle možnosti aktívneho odpočinku a trávenia voľného času v prírodnom prostredí v BA a okolí. Technické parametre: Minimálne rozlíšenie – 4K: 3840 x 2160 px, pomer strán 16:9, minimálne 25 fps, v kodeku H.264 + bitrate min 16 Mbps, audio AAC codec, Stereo, vo formáte MP4.



Celkovo má BTB k dispozícii 3 minútové video, 60 sekundové video a 20 sekundové video v členení: 3 min. video „Zelená Bratislava“ s anglickými, nemeckými, slovenskými titulkami a bez tituliek. 60 sekundové video v dvoch témach: „wild“ a všeobecné video, každé s anglickými, nemeckými, slovenskými

titulkami a bez tituliek. 20 sekundové video v štyroch témach: všeobecné video, šport, rodina, Dunaj, každé s anglickými, nemeckými, slovenskými titulkami a bez tituliek.

V závere roka sa BTB autorsky podieľala na vzniku **vlogových videí k Majstrovstvám sveta v ľadovom hokeji**. Išlo o unikátny projekt v spolupráci so organizačným výborom majstrovstiev a s OOCR Visit Košice, ako dejiskom MS. Ústredným motívom videí je



pozvánka do Bratislavy (a Košíc) na majstrovstvá od ľudí zo zahraničia, ktorí dlhodobo žijú v Bratislave a ktorých hokejové tímy hrajú na MS v Bratislave. Vo videopozvánkach pre Bratislavu účinkujú obyvatelia tých krajín, ktorých tímy hrajú v BA, v pozvánkach pre Košice zase zahraniční obyvatelia Košíc, ktorých hokejové tímy sa predstavujú v základnej skupine vo východoslovenskej metropole. Videá sú ladené humorne, sprevádza nimi populárny moderátor Sajfa a rozhovory prebiehajú v angličtine (s titulkami v rodnej reči účinkujúcich). Videá atraktívnou formou prezentujú aj hlavné dominanty mesta, okolo ktorých je vytvorený humorný príbeh vzťahujúci sa k hokejovej tematike. Prioritne sa videá šíria v online priestore, ako pozvánka na MS v hokeji.

Celkovo má BTB k dispozícii 8 videí v dĺžke 45 sekúnd, s castingom 8 osôb pochádzajúcich z krajín hrajúcich v základnej skupine MS v BA: Česka, Rakúska, Talianska, Ruska, Švédsko, Nórska, Lotyšsko, Švajčiarsko. Vo videu figurujú aj titulky s popisom top atraktivít v rámci jednotlivých lokácií. Technické parametre: Minimálne rozlíšenie – 4K: 3840 x 2160 px, pomer strán 16:9, minimálne 25 fps, v kodeku H.264 + bitrate min 16 Mbps, audio AAC codec, Stereo, vo formáte MP4. BTB disponuje výhradnou licenciou na použitie a šírenie videí ako aj na ich editáciu a úpravu. Zámerom BTB je využiť existujúci videoobsah (s možnými úpravami) na prezentáciu a propagáciu Bratislavy aj mimo témy MS v hokeji, s využitím tohto eventu ako referenčného podujatia, ktoré vzbudilo veľký záujem u nás. To sú potenciálni budúci návštevníci Bratislavy, ktorých má BTB zámer prilákať do Bratislavy, aj s odvolaním sa na fakt, že sa tu diali MS a že je to miesto, ktoré sa oplatí navštíviť (aj mimo tohto podujatia). Hlavný cieľ je využiť referenčný efekt MS a následne poukázať aj na širokú a pestrú ponuku Bratislavy ako turistickej destinácie vhodnej na návštevu.

### **Veľtrhy a výstavy cestovného ruchu**

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

#### Conventa Ljubljana 2018 (23.-24.1.2018)

Conventa je MICE veľtrhom so zameraním najmä na európsky trh a relevanciou pre krajinu marketingovo nazývané tzv. nová Európa („New Europe“). Slúži ako platforma pre B2B stretnutia pre nákupcov (buyers/visitors a hosted buyers) a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty). Komunikačný jazyk je angličtina. Bratislavská organizácia cestovného ruchu sa na podujatí prezentovala ako spoluvystavovateľ spoločne so svojím členom, spol. Emerge. Pred veľtrhom bolo dohodnutých 57 stretnutí v dvoch kalendároch (pre-scheduled meetings), zrealizovalo sa 62 stretnutí s nákupcami podujatí. Súčasťou veľtrhu sú aj tzv. networkingové stretnutia, ktoré sú ideálnou platformou na získanie nových kontaktov a nadviazanie spolupráce.





### Ferien Messe Viedeň 2018 (11.-14.1.2018)

Ferien Messe Viedeň je najvýznamnejší veľtrh cestovného ruchu v Rakúsku. Veľtrh je zameraný na cestovanie, oddych a trávenie dovolení. Svoje služby tu každoročne predstavujú jednotlivé svetové a európske destinácie, tour operátori, cestovné kancelárie, DMOs a komerční vystavovatelia. Prvý deň je určený odbornej verejnosti a ostatné dni sú otvorené pre širokú verejnosť. Súčasne s Ferien Messe prebieha v Messe Wien výstava Vienna Autoshow 2018. Na ročníku



2018 sa zúčastnilo 800 vystavovateľov z 80 krajín. BTB sa na podujatí prezentovala vlastným stánkom v spolupráci s KOCR Turizmus regiónu Bratislava a členmi - Tour4U, Flora Tour, SATUR TRAVEL, Blue Danube Tour, a Best Hotel Properties. Vďaka intenzívnej spolupráci s MDV SR sa v roku 2018 podarilo prepojiť národnú prezentáciu s prezentáciou Bratislavy, čo prispelo k ucelenému dojmu a komplexnému odprezentovaniu Slovenska, s dôrazom na význam jeho hlavného mesta. Súčasťou sprievodného programu bola prezentácia tradičnej lokálnej gastronómie (Bratislavských rožkov), vinárskej a vinohradníckej tradície (ochutnávka vín zabezpečená Národným salónom vín SR) a miestneho remeselného pivovaru Nobel (ochutnávka piva N. Súčasťou expozície boli aj dve postavy v dobových kostýmoch z roku 1918 ako pripomenutie 100 rokov založenia ČSR. Expozícia Bratislavy vytvárala ucelenú prezentáciu spolu s národným stánkom zabezpečeným MDV SR.

### ITF SLOVAKIATOUR 2018 (25.-28.1.2018)



ITF Slovakiatour je najvýznamnejším veľtrhom cestovného ruchu na Slovensku. 24. ročník veľtrhu bol zameraný na cestovanie, oddych a trávenie dovolení. Svoje služby tu predstavili cestovné kancelárie, tour operátori, jednotlivé oblastné a krajské organizácie na Slovensku, ale aj zahraničné destinácie a ďalší komerční vystavovatelia. Celkovo sa na veľtrhu predstavilo 347 vystavovateľov a 70 tisíc návštevníkov. Na veľtrhu zabezpečoval Bratislava Tourist Board tematickú gastronomicko-vinársku prezentáciu Bratislavy a okolia. Pri prezentačnom pulte ponúkali degustáciu svojich produktov vinári z Rače, prezentoval sa remeselný pivovar z Bratislavy a súčasťou bola aj ochutnávka typických bratislavských rožkov. Verejnosť sa na expozícii zaujímala najmä o program a zoznam kultúrnych podujatí, koncertov, vážnej hudby, program opery, cyklotrasy v meste a regióne ako aj o dopravu. Z materiálov bol záujem mapy mesta, program SND, mapy cyklotrás a komplexnú brožúru mesta Bratislavy (zlatá brožúra). Veľmi obľúbenou bola brožúra „Tajné fajn miesta v Bratislave“ a „Malá Bratislava“.

## Holiday World Praha 2018 (15.-18.2. 2018)



Holiday World Praha je najvýznamnejší veľtrh cestovného ruchu v Českej republike so zameraním na cestovanie, oddych a dovolenky. Prezentujú sa tu jednotlivé regióny Čiech, európske a svetové destinácie, ale aj cestovné kancelárie, tour operátori, oblastné a krajské organizácie zo Slovenska a komerční vystavovatelia. Prvý deň je určený odbornej verejnosti a ostatné dni sú otvorené pre širokú verejnosť. Súčasne s Holiday World 2018 prebiehal veľtrh Top Gastro & Hotel. Bratislava Tourist Board na podujatí prezentovala Bratislavu v rámci národného stánku, ktorý s mottom „Dovolenka na Slovensku dobrý nápad“ zastrešovalo Ministerstvo dopravy a výstavby SR. Na pulte Bratislavy sa mali možnosť odprezentovať všetci členovia BTB. Verejnosť

sa na stánku zaujímala najmä o produkt Bratislava Card, o pamiatky v meste, o možnosti ubytovania, o kultúrne podujatia, koncerty, o program pre rodinu s deťmi, o cyklotrasy v meste a regióne, ako aj o dopravu. Z materiálov bol záujem o mapy mesta, mapy cyklotrás a komplexnú brožúru mesta Bratislavy (malá Bratislava) veľmi obľúbenou bola brožúra Múzea a Galérie a Bratislava – mesto chutí.

## Utazás Budapešť 2018 (1.-4.3.2018)

Na 41. ročníku medzinárodného veľtrhu Utazás v Budapešti vystavovalo 280 vystavovateľov z 23 krajín sveta. Zahraničné expozície, cestovné kancelárie ako aj ponuka v rámci caravaningu, pobytu a aktivít v prírode a pešej turistiky sa sústreďovala do najväčšej haly A. Domáce regióny obsadili halu D a v ďalších halách sa konali súběžné tematické výstavy Bringa Expo (zameraná na cykloturistiku), Futó Expo (zameraná na beh), Afrika Expo a Festival

„na nevychodených cestách“ a nechýbala ani gastronómická ponuka. Zahraničným partnerom tohto ročníka bolo Maroko a vybranou domácou destináciou Hévíz. Slovenská expozícia patrila medzi najväčšie, zastrešovalo ju Ministerstvo dopravy a výstavby SR a predstavilo sa v nej 18 spoluvystavovateľov, väčšinou krajské a oblastné organizácie cestovného ruchu, turistické regióny a mestá. BTB spolu s krajskou organizáciou Turizmus Regiónu Bratislava a s Košickou oblastnou a krajskou organizáciou CR mali umiestnené pulty na hlavnej komunikácii, čo podporilo návštevnosť.



## ITB Berlín (6. -12.3.2018)

ITB Berlín je etablovaný veľtrh CR, ktorý patrí medzi najväčšie podujatia svojho druhu na svete (od r. 1966). Zúčastnilo sa ho vyše 10 tisíc vystavovateľov z viac ako 180 krajín a regiónov. Na veľtrhu sa stretávajú odborníci zo všetkých oblastí CR a turizmu, stretáva sa tu

ponuka s dopytom v globálnom meradle. Tiež sú tu organizované najvýznamnejšie odborné podujatia, prednášky, konferencie a semináre v rámci rôznych segmentov medzinárodného cestovného ruchu. Spomedzi návštevníkov tvorí väčšinu odborná verejnosť, pre ktorú je veľtrh otvorený prvé tri dni. Prezentuje sa tu cca 10 000 vystavovateľských subjektov z takmer 200 krajín sveta. Návštevnosť je okolo 180 000. BTB prezentovala Bratislavu v rámci národného stánku, ktorý bol zastrešený MDaV SR a ktorý prezentoval Slovensko sloganom „Good idea Slovakia“. Na pulte Bratislavy sa mali možnosť prezentovať všetci členovia BTB, ostatné propagačné materiály tvorili vlastné brožúry. Spomedzi odbornej verejnosti navštevovali expozíciu BTB najmä zástupcovia outgoingových cestovných kancelárií, tour operátori, blogeri, žurnalisti aj komerční fotografi.



### IMEX Frankfurt (14.-17.5.2018)



IMEX Frankfurt patrí medzi najprestížnejšie MICE veľtrhy vo svete. Slúži ako platforma pre B2B stretnutia pre nákupcov (buyers/visitors a hosted buyers) a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty). Komunikačný jazyk je angličtina. BTB v zastúpení Bratislava Convention Bureau sa na podujatí prezentovala ako spoluvystavovateľ na stánku MDV SR spolu s ďalšími subjektami. Slovensko sa prezentovalo novou expozíciou, dizajn stánku reflektoval aktuálne trendy a komunikoval brand destinácie – Slowakei – Gute Idee/Good Idea Slovakia. Pred veľtrhom bolo dohodnutých viac ako 35 stretnutí. Súhrnne sa realizovalo 43 meetingov s hosted buyers, meeting planners, médiami a subdodávateľmi. Účastníkov destinačných prezentácií bolo spolu 29. V súlade s odporúčaniami MICE Strategy 2018-2020 bola prevažná časť stretnutí zameraná na incentívu, prípadne asociačný biznis. Súčasťou prezentácie bola možnosť hosted buyerov uchádzať sa ako záujemca o účasť na FAM Tripe (poskytnutím kontaktných údajov) organizovanom BTB v auguste 2018. Vďaka uvedeným aktivitám získala BTB relevantnú a hodnotnú databázu kontaktov. Hlavnými výsledkami stretnutí bolo zvyšovanie povedomia o Bratislave ako MICE destinácii, poskytnutie prehľadu o dostupných službách a konkrétnych produktoch pre MICE segment, sprostredkovanie kontaktov na subjekty MICE v Bratislave, výmena a transfer know how, networking, nadviazanie/prehĺbenie spolupráce na konkrétnych plánovaných projektoch a pod.



### World Travel Market London 2018 (5.-7.11.2018)

Veľtrh WTM sa koná každoročne v Londýnskom vystavovateľskom centre ExCeL, Royal Victoria Dock., ako jeden z najvýznamnejších veľtrhov CR vo svete. Každoročne navštívi veľtrh viac ako 51 000 profesionálov, odborníkov v cestovnom ruchu a zástupcov médií. BTB sa zúčastnila 38. ročníka veľtrhu na stánku MDV SR. Zamestnanci BTB absolvovali viac ako 60 stretnutí a získali významnú databázu kontaktov, ako aj ponuky na spoluprácu.



### IBTM World Barcelona 2018 (27. – 29.11.2018)



IBTM World Barcelona patrí k najprestížnejším MICE veľtrhom na svete. Slúži ako platforma pre B2B stretnutia pre nákupcov a poskytovateľov. BTB v zastúpení BCV sa na podujatí prezentovala ako spoluvystavovateľ na stánku MDV SR, spolu so spoločnosťou Tour4U, Enjoy Slovakia, Satur Travel a Enjoy Tatra. Bratislava ako MICE destinácia sa prezentovala

v súlade s komunikačným manuálom v zmysle výstupov MICE stratégie. BTB absolvovalo bolo viac ako 40 stretnutí, výstupom ktorých boli viaceré konkrétne RFPs a kontakty do databázy.

### **Verejné prezentácie Bratislavy v zahraničí**

#### Donausalon (8.3.2018)



Prezentácia podunajských krajín spojená s panelovou diskusiou na tému Kultúra ako hnací motor turizmu v podunajskom regióne. Podujatie sa konalo na zastupiteľskom úrade Baden Württemberg. Termín podujatia korešponduje s veľtrhom ITB Berlín, z dôvodu zabezpečenia relevantnej účasti na podujatí. BTB zabezpečilo prezentáciu Bratislavy (informačno-propagačné materiály) vrátane ukážok regionálnej gastronómie, v spolupráci so zahr. zastúpením MDV SR.



### Prezentácia Bratislavy v Budapešti 2018 (30.5. 2018)



BTB v spolupráci so Zahraničným zastúpením CR MDV SR a Slovenským inštitútom v Budapešti predstavila pred médiami, cestovnými kancelárkami a odbornou verejnosťou v priestoroch Slovenského inštitútu ponuku Bratislavy na sezónu 2018 so zameraním na novinky a podujatia letnej sezóny v Bratislave. Nakoľko maďarská klientela má dobré znalosti o pamiatkach a klasickej ponuke Bratislavy a maďarský trh je pravidelne zásobovaný

tlačovými správami o aktuálnych dianiach v Bratislave, prezentácia sa sústredila na nové investície v oblasti turizmu (skywalk, bikesharing, smart novinky, wifi a pod.), na aktuálne výročia: 25. výročie Bratislavy ako hlavného mesta a 150. výročie Múzea mesta Bratislavy a taktiež predstavila výber najzaujímavejších podujatí nadchádzajúcej letnej sezóny s dôrazom na sériu programov v rámci Kultúrneho leta a hradných slávností a Bratislavských korunovačných dní. V rámci programu pre pozvaných účastníkov BTB zabezpečila umelecké vystúpenie a ochutnávku regionálnej gastronómie (BA rožky).

### Donaukanaltreiben Viedeň (31.5.-4.6.2018)

Rakúsky trh vzhľadom na geografickú blízkosť a relevantnosť ponuky patrí medzi prioritné trhy pri propagácii turistickej ponuky Bratislavy v zahraničí. S cieľom zvýšiť informovanosť obyvateľov a návštevníkov Viedne o turistickej ponuke Bratislavy sa zástupcovia BTB po prvý raz zúčastnili na štvordňovom open-air podujatí s názvom „DONAUKANALTREIBEN“

www.donaukanaltreiben.at vo Viedni. V tomto roku sa uskutočnil už 12. ročník festivalu zameraného

na kultúrnu a gastronomickú prezentáciu pozdĺž nábrežia Dunaja od Spittelau po Franzensbrücke, ktorý bol obohatený o rôzne rodinné programy, súťaže, remeselné trhy. Dôležitou súčasťou programu boli koncerty rôznych žánrov na viacerých miestach, čo pritiaholo najmä mladú generáciu. Prezentácia Bratislavy pozostávala z poskytovania informácií o turistickej ponuke a z interaktívnej aktivity– možnosť fotenia sa v rafte, premietanie videofilmu, balancér (areál vodných športov Divoká voda). Najžiadanejšie informácie návštevníkov podujatia sa týkali prehliadok, podujatí, ubytovania, dopravných spojení a cyklotrás.



### Korunovačné slávnosti Székesfehérvár (17.-19.8.2018)

V maďarskom korunovačnom meste Székesfehérvár sa každoročne konajú Kráľovské dni. Ide o 10-11 dňový open-air historicko-kultúrny festival pre širokú verejnosť plný programov rôznych žánrov pre všetky vekové kategórie. Program zahŕňa koncerty, výstavy, divadelné predstavenia, ukážky remesiel a jarmok, interaktívne hry pre deti a sprievody rôzneho druhu – vlajkonosiči, bubeníci, rytieri vína, lukostrelci a pod. Každý rok je venovaný inému kráľovi, v roku 2018 sa pozornosť sústredila



na život Ondreja II. Festival láka veľký počet návštevníkov z celého Maďarska, ale aj zo zahraničia. Prezentácia Bratislavy pozostávala z poskytovania informácií o turistickej ponuke, ochutnávky miestnej gastronómie, interaktívnych aktivít a súťaží na stánku. Najväčší záujem bol o mapy, praktické turistické informácie – doprava, otváracie hodiny, ceny, o opisy známych turistických pamiatok, zoznam múzeí, reštaurácií. Spoločná korunovačná minulosť dvoch miest tiež zaujala návštevníkov a viacerí si naplánovali návštevu Bratislavských korunovačných dní na budúci rok. Otázky boli aj na pripravované podujatia najmä historického a gastronomického charakteru a bratislavské vianočné trhy sa tešili mimoriadnej obľube.

### Pozsonyi Piknik Budapest' (31.8.-2.9.)



Kultúrny festival „Pozsonyi Piknik“ (Prešporský/Bratislavský Piknik) v Budapešti dostal svoj názov podľa ulice Pozsonyi utca a koná sa na nábřeží Dunaja a v okolitých uličkách. Na 16 000 m<sup>2</sup> sa predstavili vydavateľstvá, divadlá, médiá, rôzne komunity a kultúrne spolky, remeselnícke a gastrostánky. Na 3 pódiumoch sa celý deň konali divadelné predstavenia pre dospelých aj pre deti a hudobné koncerty. Pre verejnosť boli pripravené aj prezentácie vydavateľstiev s autogramiádou

spisovateľov, prednášky a stretnutia s umelcami, hercami, literátmi. Na stánku Slovenska boli umiestnené aj propagačné prvky s dizajnom Bratislavy. Ponúkané prospekty boli zamerané najmä na Bratislavu a región, viaceré z nich boli v maďarskom jazyku, čo je pri podujatiach zameraných na širokú verejnosť nevyhnutnosťou. K dispozícii bol aj program pripravovaných podujatí Slovenského inštitútu v Budapešti. Veľký úspech mali aj papierové korunky a drobný merkantil s logom Bratislavy. V sprievodnom programe zabezpečenom BTB bolo aj umelecké vystúpenie choduliara v dobovom kostýme.

## Česko-slovenský festival v Prahe (7.-9.9.2018)

Prezentácia Bratislavy a ostatných regiónov Slovenska, Prahy i českých regiónov sa uskutočnila v centre hlavného mesta ČR pri príležitosti 100. výročia Československa a 25. výročia vzniku Bratislavy ako hlavného mesta. Cieľom podujatia bolo upriamiť pozornosť na históriu spoločného štátu našich dvoch bratských národov, vyzdvihnúť vzájomnosť Čechov a Slovákov a posilniť sympatie medzi oboma národmi a mladej generácii dať povedomie o výnimočnosti a význame týchto vzťahov nielen v minulosti, ale aj v súčasnosti. Na festivale boli predstavené tradície, kultúra, jedinečné remeslá, národná gastronómia a ďalšie oblasti života v Českej a Slovenskej republike. Český trh pre Bratislavu i celé Slovensko patrí medzi najdôležitejšie trhy už dlhé roky. Česi sa v Bratislave cítia ako doma, nemajú problém s jazykovou bariérou a vyhovujú im aj slovenské služby. Slovenskú prezentáciu pripravila Bratislava v spolupráci so zahraničným zastúpením MDV SR, Slovenským inštitútom v Prahe a KOČR BRT. BTB zabezpečilo na Staromestskom námestí umelecké vystúpenia 9-členného profesionálneho orchestra Fats Jazz Band, módnú prehliadku Prvorepubliková móda pod vedením Marie Létalovej, ľudovej hudby Kuštárovci a tanečné vystúpenie skupiny B-Swing s workshopom tanca Charleston. V spoločnom stánku Slovensko a Bratislava na Staromestskom námestí sa konala prezentácia destinácie s materiálmi o Bratislave, drobným merkantilom, ochutnávkou bratislavských rožkov a promovaním a pozývaním účastníkov na MS v ľadovom hokeji 2019. V ďalšom stánku Bratislavy prebiehala prezentácia tkáčskeho ľudového remesla (ÚĽUV) V Betlémskej kapli bola inštalovaná výstava Bratislava 1918-100-2018 a v kooperácii s KOČR BRT pripravilo BTB gastro prezentáciu (bratislavské rožky, vínnu uličku Bratislavského regiónu, Pivný raj, lokše, halušky).



## Prezentácie CR Slovenska v Nemecku: „Warum nicht mal Urlaub in der Slowakei“, (30.9.-4.10.)

Zahraničné zastúpenie cestovného ruchu Slovenskej republiky v Nemecku, so sídlom v Berlíne, zorganizovalo podujatie s názvom „Prezentácie cestovného ruchu Slovenska v Berlíne“ - („Warum nicht mal Urlaub in der Slowakei“). Podujatie bolo určené pre odbornú verejnosť v cestovnom ruchu, najmä pre pozvaných touroperátorov a zástupcov médií z Nemecka. Prezentáciu destinácie Bratislava zabezpečil poverený zamestnanec BTB, ktorý prítomných informoval o aktivitách BTB a oblastiach možnej spolupráce. Top atraktivity destinácie priblížila účastníkom prezentácií certifikovaná sprievodkyňa v nemeckom jazyku, s dôrazom na spoločné historicko – kultúrne súvislosti medzi Slovenskom a Nemeckom. Témy prezentácie sa orientovali na základné informácie o Bratislave (poloha, dostupnosť), hlavné kultúrno-





historické atraktivity, gastronómiu, podujatia, infraštruktúru pre kongresový cestovný ruch a na podujatie Majstrovstvá sveta v ľadovom hokeji 2019. Súčasťou programu bola tombola a ochutnávka typickej slovenskej gastronómie vrátane degustácie vína z Malokarpatskej a Tokajskej oblasti. Prezentácie v Berlíne sa zúčastnilo cca 30 hostí, v Lipsku cca 15 hostí a v Mníchove cca 30 hostí. Kontaktné údaje účastníkov poskytlo BTB Zahraničné zastúpenie CR SR v Nemecku na možnú ďalšiu spoluprácu. Najčastejším dopytom bol záujem o účasť na infoceste zo strany novinárov.

### Česko-slovenský večer Praha (10.10.2018)

BTB participovalo na organizácii podujatia Česko-slovenský večer, ktorý sa konal v Obecnom Dome v Prahe pri príležitosti 100. výročia Československa. Cieľom podujatia bola prezentácia krás Česka a Slovenska ako aj módna prehliadka slovenských a českých návrhárov ako i tradičných ľudových krojov. Súčasťou podujatia bol krst pamätnej mince k 100. výročiu založenia Univerzity Komenského v Bratislave. Česko-Slovenský večer sa uskutočnil pod záštitou veľvyslanca SR v ČR pána Petra Weissa, primátora Bratislavy pána Iva Nesrovnala, predsedu poslaneckej snemovne pána Radka Vondráčka a predsedu Národnej rady SR pána Andreja Danka. Zároveň, bolo počas podujatia odvysielané video k 70. výročiu časopisu Slovenka. BTB mala zabezpečený priestor na prezentáciu a propagáciu destinácie, v rámci programu zabezpečila BTB ochutnávku regionálnej gastronómie a degustáciu vín a umelecké vystúpenie ľudového súboru.



### **PR a turisticko-informačný systém**

Komplexné zabezpečenie prezentácie a propagácie destinácie Bratislava na Slovensku a v zahraničí prebiehalo v roku 2018 s maximálnou snahou o zohľadnenie priorít a odporúčaní vzniknutej Marketingovej a komunikačnej stratégie destinácie Bratislava na roky 2018 – 2022, ako aj ďalších strategických dokumentov (KOCR BRT, BSK, MDV SR). Zohľadnené boli aj aktuálne trendy v marketingovej komunikácii, s dôrazom na online prostredie, ktoré má BTB k dispozícii vďaka účasti na vzdelávacích a networkingových podujatiach, konferenciách, workshopoch a pod.

Obsahovo nadviazala kampaň a komunikačná stratégia na predchádzajúci rok, kedy boli prezentované slávne historické osobnosti (Einstein, Mária Terézia, Pápež Ján Pavol II.) v kontexte ich zážitkov v Bratislave. Každý z predstaviteľov reprezentoval vybrané tematické ponuky Bratislavy (Einstein – smart, moderná, inovatívna Bratislava, nočný život, nákupy; Mária Terézia – kultúra a história, gastro ponuka, korunovačná téma; Pápež – zelená, priateľská Bratislava, pre rodiny s deťmi, aktívna a športová ponuka). V roku 2018 boli využité tieto motívy a námety, pričom snahou bolo konkretizovať čo najviac ponuku, ktorá sa vzťahuje k danej téme. Potenciálny návštevník sa tak napr. preklikom na webbanerovú reklamu s Máriou



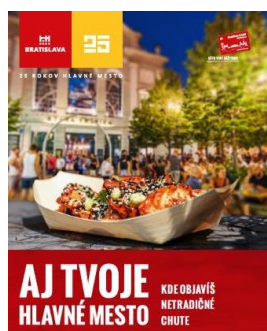
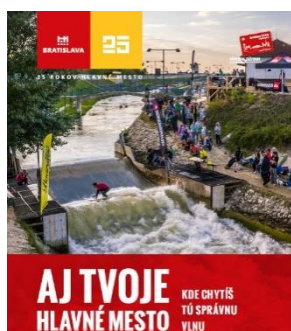
Teréziou presunie priamo na ponuku múzeí a galérií v Bratislave, alebo načítaním QR kódu na offline vizuále s Pápežom je užívateľ priamo presmerovaný na sekciu „Zelená Bratislava“ na stránke [visitbratislava.com](http://visitbratislava.com). Využitie konceptu z roku 2017 malo svoje koncepčné i finančné opodstatnenie, s dôrazom na zachovanie kontinuity komunikovanej témy a vytvorenie silnejšej asociácie osloveného publika s Bratislavou. Ďalším významným faktorom bol úspech a zaznamenané reakcie na kampaň z roku 2017, vrátane vynikajúcich výsledkov, ktoré kampaň dosiahla a pozitívnych reakcií, ktoré sme na kampaň zaznamenali. S ohľadom na vynaložené financie na vznik kampane, bolo opätovné využitie tejto témy efektívnym riešením.

### Zhrnutie kampane v roku 2018:

Hlavné zameranie bolo na dve väčšie kampane, niekoľko menších a celoročných propagácií. V hlavnej letnej komunikačnej kampani sme sa zamerali na 4 zahraničné cieľové trhy – Nemecko, Rakúsko, Anglicko, Česko, kde sa prezentovali tri hlavné témy: „Moderné mesto na Dunaji“ – Einstein; „Korunovačné mesto s bohatou históriou“ – Mária Terézia; „Zelené mesto s množstvom zaujímavých podujatí pre všetky vekové kategórie“ – Ján Pavol II. Dôraz bol najmä na online propagáciu (vyše 60 % aktivít aj rozpočtu), s využitím sociálnych sietí. Pri offline nosičoch sa využili plochy na miestach s vysokým a koncentrovaným výskytom ľudí, kde je predpoklad ich dlhodobejšieho zdržania a teda zaznamenania nosičov – autobusové a vlakové stanice, letiská, metro, dopravné prostriedky a pod. Pri kampani bola využitá spolupráca so spoločnosťou Ryanair, vďaka ktorej bol rozsah a dosah kampane intenzívnejší (detaily ďalej v texte).



Okrem kampane na zahraničných zdrojových trhoch sa v roku 2018 prvý krát realizovala aj propagácia Bratislavy na domácom trhu. Offline kampaň prebiehala vo všetkých krajských mestách na Slovensku prostredníctvom nosičov s nosnou témou – „Bratislava, aj tvoje hlavné mesto“ a podtitulmi zameranými na kultúru, podujatia, gastronómiu, šport a históriu. V spolupráci so ZSSK prebiehala kampaň vo vlakoch, a to primárne na linke medzi Bratislavou a Košicami.



## Zhrnutie kampane v roku 2018 – letná kampaň/Slovensko

### Detaily kampane



**Trvanie kampane:** 1. jún – 7. júl 2018

**Online propagácia:**

Facebook, Instagram, Google,

**Offline propagácia:**

Eurotelevízia: 6x 105 000 ks

Slovenka: 5x 55 000ks

Ženský web: každý týždeň 1 článok

Citilights v krajských mestách: 140 ks

plagáty vo vlakoch: 120ks

Rádio: 65 oznamov

Ostatné: infocesty, user generated content, tlačové správy



Kampaň pred zimným obdobím bola výlučne realizovaná cez sociálne siete v online priestore, s cieľom na Slovensko, Česko, Nemecko, Veľkú Britániu a Rakúsko. Hlavnou témou bolo pozývanie na výnimočnú vianočnú atmosféru a vianočné trhy do Bratislavy.

Okrem dvoch hlavných kampaní prebiehala aktívna celoročná propagácia Bratislavy primárne cez sociálne siete a online prostredie, pričom sa využíval všetok vytvorený obsah: video obsah (vlogové videá, videá osobnosti, zelená Bratislava); tematický obsah k produktovej a eventovej ponuke BA: top 10, podujatia, ročné obdobia, témy (šport, gastro, relax a pod.), propagácia produktov členskej základne BTB, promo BC karty a ďalšie.

### Výsledky a výstupy letnej kampane v roku 2018 v zahraničí:

#### Online kampaň

**Trvanie kampane:** 1. jún – 7. júl 2018

**Cieľové trhy:** Rakúsko, Česko, Nemecko, Veľká Británie, Slovensko

**Offline propagácia/reklama:**

Plochy v metrách (vo vlakoch): plagáty/bannery  
v regionálnej doprave (vlak, autobusy): plagáty, videá, printy

na vlakových staniciach: citylighty/digilighty  
printová kampaň

**Online propagácia:**

Facebook, Instagram, Google, YouTube, Expedia, Ryanair,

Ostatné: spolupráca so spoločnosťou Ryanair a Expedia, infocesty, user generated content, tlačové správy...

**TOP čísla**

- 3 049 408 pozretí videí v službe Youtube a na Facebooku
- 1 436 reklamných outdoor plôch
- 15 279 815 zobrazení reklamy cez Google Ads
- 138 % nárast unikátnych návštevníkov na webe
- 313,19 % nárast návštev na webe zo SR
- 55 % a viac nárast návštev z ostatných cieľových trhov
- 279 926 zobrazení webu visitbratislava.com za jún
- 25 000 a viac adries dostalo newsletter
- 6,5 % organický nárast fanúšikov na Facebooku
- 1 054 242 impresií v rámci spolupráce so rezervačnou službou Expedia
- 4 474 358 impresií v rámci spolupráce s leteckou spoločnosťou Ryanair

## Offline kampaň:

**Celková suma:** 66 546,76 EUR

**Celkový počet reklamných plôch:** 1 436

**Rakúsko (Dolné Rakúsko, Burgenland, Viedeň):**

regionálna doprava - vlaky  
digilighty na staniciach: 109 ks  
citylighty na staniciach: 6 ks

**Veľká Británia (Londýn):**

citylighty v metre: 30ks  
spolupráca s leteckou spoločnosťou Ryanair  
newsletter, homepage banner, Facebook, Instagram  
Spolupráca s rezervačným systémom Expedia  
bannery, landing page

**Česká republika (Praha, celá krajina):**

autobusová doprava + sieť MHD  
počet obrazoviek: 501 ks  
plagáty v metre: 150 ks  
rádio oznamy: 94 ks

**Nemecko (Berlín):**

plagáty v metre: 380 ks

**Inzercia – print:**

magazín Reise Aktuell (AT/DE): 40 000 ks  
magazín Reise Lust (AT) 2x: 80 000 ks  
magazín Leo Express (CZ/AT/DE/PL/UA/SK): 30 000 ks  
brožúra Bratislover (AT): 120 000 ks  
magazín ČSA Fly OK: na všetkých linkách v 46 destináciách  
magazín The View (UK): 120 000 ks

## Výsledky a výstupy letnej kampane v roku 2018 na Slovensku:

**Trvanie kampane:** 1. jún – 7. júl 2018

**Online propagácia:**

Facebook, Instagram, Google,

**Offline propagácia:**

Eurotelevízia: 6x 105 000 ks  
Slovenka: 5x 55 000ks  
Ženský web: každý týždeň 1 článok  
Citilighty v krajských mestách: 140 ks  
plagáty vo vlakoch: 120ks  
Rádio: 65 oznamov

Ostatné: infocesty, user generated content, tlačové správy

## Výsledky a výstupy zimnej kampane v roku 2018:

**TOP čísla**

- **2 413 257** pozretí videí v službe Youtube a na Facebooku
- **6 721 691** zobrazení reklamy cez Google Ads
- **93,51 %** nárast unikátnych návštevníkov na webe oproti rovnakému obdobiu v 2017
- **152,38 %** nárast návštev na webe z Veľkej Británie
- **53,76 %** nárast návštev na webe z Nemecka
- **93,35 %** nárast návštev na webe z ČR
- **33,43 %** nárast návštev na webe z Rakúska
- **432 609** zobrazení webu visitbratislava.com
- za december 2018 (nárast **124,14 %** oproti decembru 2017)
- **37,85 %** nárast fanúšikov (platený aj organický) na FB v období 1.11.-31.12. tj. o **9 536**
- **25 000** a viac adries dostalo newsletter

**Trvanie kampane:** 1. november – 30. december 2018

**Cielové trhy:** Rakúsko, Česko, Nemecko, Veľká Británia, Slovensko, Taliansko, Írsko, Švajčiarsko

**Online propagácia:**

Facebook, Instagram, Google, YouTube,

Ostatné: infocesty a presstripy, user generated content, tlačové správy...

BTB prostredníctvom svojich komunikačných nástrojov komplexne zastrešuje kultúrne, spoločenské, športové dianie v Bratislave a stáva sa vyhľadávaným zdrojom informácií. V rámci spoluorganizácie vybraných produktov a podujatí v destinácii zabezpečuje BTB týmto komunikačnú podporu a propagáciu. V roku 2018 sme promovali nasledovné partnerské



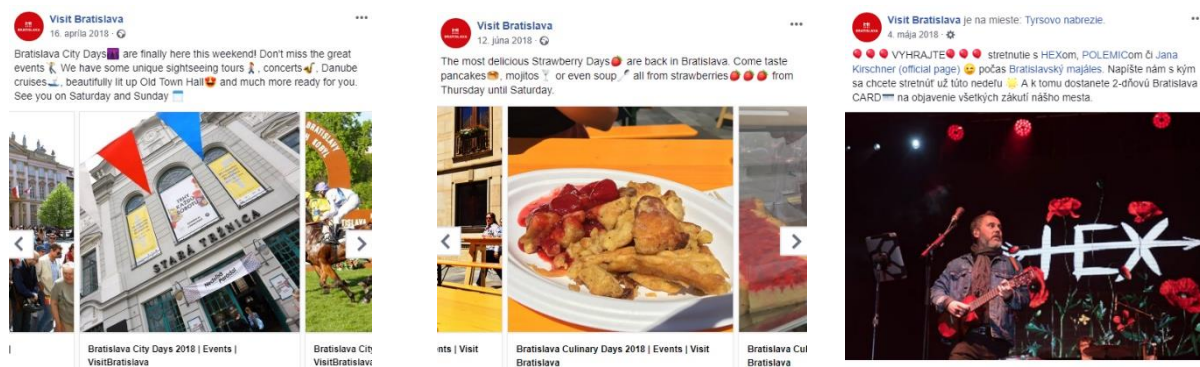
(v spoluorganizácii) projekty: (sponzorované príspevky na Facebook, online inzercia, bannery, prezentačné články, kalendár podujatí na web stránke visitbratislava, kalendár podujatí v platenej printovej inzercii a pod.):



- Bratislavské mestské dni: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Bratislavské korunovačné dni: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Noc múzeí a galérií: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Kultúrne leto a hradné slávnosti: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Rímske hry: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Bratislavský majáles: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Dobový piknik: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Urban Art Festival: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný

a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).

- World Music Festival: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Culinary days: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Korunovačná Bratislava – Staromestské Martinské hody; Vianoce v Bratislave: BTB zabezpečila komunikačnú online podporu (FB, Google, web stránka a pod.). V rámci spolupráce na podujatí mala BTB zabezpečený prezentačný a propagačný priestor vo všetkých výstupoch k podujatiu. BTB zabezpečila vybrané podporné súčasti podujatia (viac v kapitole Tvorba a podpora produktov).
- Iné podujatia v destinácii: v celkovom obsahu komunikácie BTB, či na vlastných kanáloch alebo cez online reklamy je principiálne všetko dianie v meste, a ponuka všetkých podujatí rôzneho charakteru, ktoré sú vhodné aj pre návštevníkov mesta bez ohľadu na to, či na nich BTB participuje ako spoluorganizátor alebo nie.



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





K hlavným témam propagovaným touto formou patrili tematické články prezentujúce ponuku CR Bratislava v delení na rôzne témy – (šport, gastro, kultúra, história, nočný život, móda, nákupy, top 10,), Bratislava v jednotlivých ročných obdobiach, top podujatia v destinácii, ako si užiť BA s BC kartou a i. Okrem online a printových magazínov sa Bratislava (resp. vybrané podujatia) promovala aj v rádiu (rádiospoty: Leto v Bratislave – Fun rádio, BC karta, Kultúrne leto – kampaň v ČR, Bratislava v Praze – kampaň pred Česko-slovenským festivalom) a TV (Fashion TV – naskrútenie a odvysielanie reportáže „BratisLOVE“ a videospoty k nej s Jasmínou Alagič).

Prehľad propagácie Bratislavy v printových a vybraných online médiách:

Zameranie na rakúsky trh	Témy
Reise Aktuell AT	Ročné obdobia, gastronómia, ponuka podujatí v jednotlivých mesiacoch, zelená Bratislava, kultúrna ponuka v BA – múzeá, galérie, opera, filharmónia, Vianoce a vianočné trhy, aktívny oddych v BA, MS v hokeji, rodiny s deťmi, a i.
Newsletter AT	
Reise Lust	
OBB Bratislover	
Zamerania na český trh	Témy
Fly OK ČSA a Leo Express	Podujatia k výročiu založenia Československa, pozvánky na top eventy v destinácii, novinky a aktuality v sezóne 2018, MS v hokeji a i.
Zameranie na domáci trh	Témy
Hotel Guide	Bratislava – aj tvoje hlavné mesto, BC karta, ponuka a kalendár podujatí, kultúra v meste – múzeá, galérie, divadlá, opera a i., food festivaly, trhy, rodiny s deťmi, nočný život, nákupy, voda a vodné plochy v BA, leto v Bratislave, MS v hokeji, tematické zameranie – korunovačná Bratislava, smart Bratislava, zelená Bratislava, športová Bratislava, historická Bratislava, činnosť BTB a podpora cestovného ruchu na Slovensku a i.
Bauer Media - Eurotelevízia	
Magazín Slovenka vrátane online článkov	
SME Potulky	
Magazín Bratislavský región	
Stratégie a Hospodárske noviny	
Cestovný lexikón	
Zameranie na anglický trh	Témy
The View	Ponuka podujatí, Top atraktivity, Vianoce a vianočné trhy, ročné obdobia a i.
Zameranie na taliansky trh	Témy
Newsletter IT	Zelená Bratislava, kultúra v Bratislave, Vianoce a vianočné trhy, MS v hokeji,



**Erleben Sie den einzigartigen Sommer in Bratislava**

Begleiten Sie sich in den Fußtapfen der Geschichte, entdecken Sie die Kunst weltweit und probieren Sie nicht traditionelle, aber doch slowakische Geschmacks aus. Erleben Sie die unergessliche Vergangenheit und zauberhafte Gegenwart während des Kultursommers in Bratislava. Erkennen Sie das Beste, was die Stadt in sich versteckt.

**Verstehen Sie sich in die Kulturlandschaft zurück**  
Der Main Mall in Bratislava, auf den Straßen neben den Kutschhöfen und die Besucher können die Könige hochheben. Möchten Sie Bratislava kennenlernen, was es für Sie bringt, lesen von Maria Theresia oder Die köstliche Geschichte sein sollten die Bratislaver Kulturfestivals (22.-29. Juni 2018) auf. Gehen Sie die historische Atmosphäre mit dem Kultursommer, historischen Musikern oder Kostüme des karitativen Genies.

**Erkennen Sie das größte Stadtfestival**  
Sie wählen von Musik- und Kulturfestivals den lang umstrittenen Kulturfestival Kulturfestival und Burlesque (Juni - September 2018) mit. Die Festival verfügt eine Vielzahl von internationalen Veranstaltungen wie z.B. Shakespeare Sommerfestspiele (2.-26. Juli 2018) oder den Zirkusprogramm von Dovi und Miral auf Dovi (Mitte - September 2018).

**Erleben Sie das Paradies der Kunst und Unterhaltung**  
Die einzigartige Galerie Danubiana bietet die Aussicht der Kunst weltweit. Durch die Erweiterung der städtischen Künstler begibt die Besucher **Nedalka** mit charakteristischen spezifischen Impresario Bratislava auf ein Sommer zum Festival der Unterhaltung und anderen Konzerte. Erkennen Sie **Adrenalin auf dem Wildwasser** und genießen Sie die **Kurfeste**. Frühzeitige Party mit weltberühmten DJs und Wassersport erwarten Sie in **Zlaté písku** in einer Bratislava.

**Genießen Sie das einwöchige Gastronomie**  
Während des bunten Sommerprogramms werden Sie nicht die **Streetartmarkt**, gemütliche **Cafés** oder das immer mehr populäre **Beer Food**, das schmeckt, jedoch qualitativ hochwertige und köstlich serviert bietet. Wozum Sie sich den Besuch mit der Kostprobe der **Adrenalin** oder charakteristischen **Wien aus Kleinparkarten**.

**Bratislava CARD City & Region** ermöglicht Ihnen viel mehr und günstiger zu erleben. Dank der beispielhaften Angebote erkennen Sie nicht nur die Hauptstadt, sondern auch Ihre wahrenste Umgebung. Mehr Informationen finden Sie unter [www.visitbratislava.com](http://www.visitbratislava.com).

**Erleben Sie das einwöchige Gastronomie**  
Während des bunten Sommerprogramms werden Sie nicht die **Streetartmarkt**, gemütliche **Cafés** oder das immer mehr populäre **Beer Food**, das schmeckt, jedoch qualitativ hochwertige und köstlich serviert bietet. Wozum Sie sich den Besuch mit der Kostprobe der **Adrenalin** oder charakteristischen **Wien aus Kleinparkarten**.

**Erleben Sie das einwöchige Gastronomie**  
Während des bunten Sommerprogramms werden Sie nicht die **Streetartmarkt**, gemütliche **Cafés** oder das immer mehr populäre **Beer Food**, das schmeckt, jedoch qualitativ hochwertige und köstlich serviert bietet. Wozum Sie sich den Besuch mit der Kostprobe der **Adrenalin** oder charakteristischen **Wien aus Kleinparkarten**.



**Zažite jedinečné leto v Bratislave**  
Experience a unique summer in Bratislava

**Leto v Bratislave prežívajte unikátne zážitky**  
Leto v Bratislave prežívajte unikátne zážitky. Obdivujte krásy Bratislavy, objavte jej kultúrnu ponuku a gastronomiu. V Bratislave môžete stráviť svoj letný oddych v Bratislave, MS v hokeji, rodiny s deťmi, nočný život, nákupy, voda a vodné plochy v BA, leto v Bratislave, MS v hokeji, tematické zameranie – korunovačná Bratislava, smart Bratislava, zelená Bratislava, športová Bratislava, historická Bratislava, činnosť BTB a podpora cestovného ruchu na Slovensku a i.

**Erleben Sie das einwöchige Gastronomie**  
Während des bunten Sommerprogramms werden Sie nicht die **Streetartmarkt**, gemütliche **Cafés** oder das immer mehr populäre **Beer Food**, das schmeckt, jedoch qualitativ hochwertige und köstlich serviert bietet. Wozum Sie sich den Besuch mit der Kostprobe der **Adrenalin** oder charakteristischen **Wien aus Kleinparkarten**.

**Erleben Sie das einwöchige Gastronomie**  
Während des bunten Sommerprogramms werden Sie nicht die **Streetartmarkt**, gemütliche **Cafés** oder das immer mehr populäre **Beer Food**, das schmeckt, jedoch qualitativ hochwertige und köstlich serviert bietet. Wozum Sie sich den Besuch mit der Kostprobe der **Adrenalin** oder charakteristischen **Wien aus Kleinparkarten**.



**Vychutnajte si kultúrne leto v BRATISLAVE**

**Erleben Sie das einwöchige Gastronomie**  
Während des bunten Sommerprogramms werden Sie nicht die **Streetartmarkt**, gemütliche **Cafés** oder das immer mehr populäre **Beer Food**, das schmeckt, jedoch qualitativ hochwertige und köstlich serviert bietet. Wozum Sie sich den Besuch mit der Kostprobe der **Adrenalin** oder charakteristischen **Wien aus Kleinparkarten**.

**Erleben Sie das einwöchige Gastronomie**  
Während des bunten Sommerprogramms werden Sie nicht die **Streetartmarkt**, gemütliche **Cafés** oder das immer mehr populäre **Beer Food**, das schmeckt, jedoch qualitativ hochwertige und köstlich serviert bietet. Wozum Sie sich den Besuch mit der Kostprobe der **Adrenalin** oder charakteristischen **Wien aus Kleinparkarten**.



**4 Reasons for every Brit to visit Bratislava**

- 1 Modern capital with history of coronations**  
Even the British Queen would feel at home in Bratislava. In the capital of Slovakia ten kings, one queen and seven royal wives were crowned.
- 2 Unique atmosphere**  
Bratislava is known for its unique atmosphere that Brits highly appreciate. Everything you want to see and experience is within easy reach.
- 3 Enticing economy and nightlife**  
Try a delicious local dessert. Bratislava rolls prepared according to a traditional recipe dating back to 16<sup>th</sup> century, with your afternoon tea.
- 4 Convenient and full of surprises**  
You can get to Bratislava faster than from one end of London to another. Use direct flights with Ryanair.

More information on [visitbratislava.com](http://visitbratislava.com)

USA TODAY 10Best  
19. januára 2018

The charming city of Bratislava is located on the shores of the Danube river, bordered by Austria and Hungary, and has served as the capital of Slovakia since 1...  
Zobrazíť viac

10BEST.COM  
Here's what you can see on an afternoon stroll through Slovakia's capital

**Zauberhaft**  
Winter in Bratislava ist voller Überraschungen. Die Pilsenerstadt gibt in dieser Zeit einen besonderen Einblick in die Geschichte und Kultur der Stadt. [Mehr Informationen](#)

S propagáciou a prezentáciou Bratislavy v médiách bezprostredne súvisí umiestňovanie vytvoreného obsahu do **mediálneho priestoru** vo vybraných médiách, ktorých publikum je cieľovou skupinou v oblasti záujmov: kultúra, šport, voľný čas, cestovanie, životný štýl, dovolenka a pod. BTB pri danej aktivite buď priamo vstupuje do obchodných rokovaní s vybranými médiami, alebo spolupracuje v tejto oblasti s agentúrami. Rovnako tak je dôležitá potreba vytvorenia špecifického tematického obsahu s ohľadom na cieľové trhy a skupiny, zámer a publikum, pre ktoré je obsah vytvorený. BTB v rámci svojich kapacít spracúva neustále nové témy a tvorí atraktívny obsah, a tiež využíva spoluprácu s dodávateľmi v rámci autorskej **tvorby a úpravy textov**, a tiež v rámci dodania imidžových fotografií, ev. videí, ktoré súvisia s témami. Vytvorený bol obsah:

Vytvorený tematický obsah

Víkend s Bratislava Card	Malokarpatský región
Korunovačné mesto	Rodiny s deťmi
Zelené mesto	Romantické miesta
Prehliadky mesta	Nočný život
Senec, Aquapark, zážitková gastronómia	Kultúra v meste
Kúpaliská a vodné plochy	Vianočné trhy
Najlepšia zmrzlina	Tipy na ubytovanie v Bratislave
TOP 10 Bratislavy	Lokálna gastronómia podľa miestnych
Loďou do Danubiany a na Divokú vodu	MS v hokeji
Najlepšie miesta na fotky (selfie, Instagram)	Top gastronómia

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

Bratislava Tourist Board  
13. septembra 2018

Vďaka novému nástroju na monitoring médií a sociálnych sietí Meltwater sa nám otvárajú nové možnosti na komunikáciu s novinármi a blogermi. Rakúsky magazín Gute Reise zverejnil článok o Bratislave, ktorému sa skutočne tešíme

**ABENTUER AU DER DONAU**

v roku 2018 aj služby **správy a prístupu do globálnej databázy novinárskych kontaktov, vrátane služieb** globálneho monitoringu médií s rozsiahlejším portfóliom funkcionalít zameraných na získavanie a aktívnu prácu s databázou novinárov. Výstupmi práce s **globálnym monitoringom médií** bolo za rok 2018 vyše 20 tis. e-mailov na nemecké, rakúske, švajčiarske a anglické adresy v rámci získanej databázy so zasielaním aktuálnych newslettrov a pozvánok na realizované infocesty. Vďaka nástrojom monitoringu bolo možné okrem iného zistiť, ktorí medzinárodní žurnalisti sa venujú buď témam blízkym cestovnému ruchu a cestovaniu, alebo témam vzťahujúcim sa všeobecne k Slovensku a adresne ich kontaktovať s relevantným obsahom na potenciálne publikovanie.

Štandardne organizácia komunikuje **newslettromi** na databázu kontaktov v priebehu celého roka, pričom sú zasielané na cca 5 tis. adries v slovenskom, nemeckom a anglickom jazyku. Informácie sa týkajú aktuálnych noviniek, podujatí, projektov v destinácii, pozvánok na akcie a kultúrno- spoločenské dianie v Bratislave.





Na uvedené výstupy, ako aj na ostatné marketingové aktivity (správa webu, edičná tvorba a pod.) nadväzuje potreba disponovať kvalitnou **fotodatabázou** s rôznymi témami, zábermi, imidžovými fotkami. BTB v priebehu roka 2018 zakúpila autorské fotografie od viacerých profesionálnych fotografov, ktoré okrem vlastných výstupov šíri aj na členskú a partnerskú základňu (pri dodržaní copyright), aby sa tak zdvíhala úroveň a kvalita prezentácie Bratislavy doma i v zahraničí. Za rok 2018 sa fotodatabáza BTB rozšírila o takmer 70 ks nových autorských fotografií, okrem toho sme si zabezpečili vo vlastnej réžii (fotenie a komparz – zamestnanci BTB) takmer 200 ďalších nových fotografií.



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

**Správa webu a mobilných aplikácií** zahŕňa komplexné zabezpečenie chodu web stránky [visitbratislava.com](http://visitbratislava.com) a mobilnej aplikácie. V roku 2018 sa primárne realizovali nasledovné úpravy:

- Úprava menu na webe, zmena dizajnu menu, tak aby bol užívateľsky priateľský
- Pridanie zobrazovania Instagram fotiek (z Instagram profilu BTB, aj z profilu iných používateľov) na web
- Programovanie kontaktného formuláru na webe, ktorý slúži na kontaktovanie TIC-u
- Programovanie tzv. „onepager“ dizajnu, kde je možné prehľadnejšie pridávať informácie o nosných témach s preklikmi na podsekcie súvisiace s témami (napr. nosná téma „Veľká noc“, podsekcie: Reštaurácie počas Veľkej noci, Aktivity počas Veľkej noci, Múzeá a galérie počas Veľkej noci)
- Filtrovanie bodov záujmu (POI - napr. reštaurácie, galérie a i.) v rámci sekcie „Miesta“ na webe
- Pridanie možnosti zmeny poradia prevádzok v sekcii *Atrakcie* a *Miesta* na webe
- Mobilná aplikácia – priebežná aktualizácia údajov prevádzok na základe požiadaviek; úprava informácií o Bratislava CARD

Grafy dokumentujúce štatistiky návštevnosti web stránky a profilov na sociálnych sieťach sú súčasťou obrazových príloh vyúčtovania dotácie.



## Podpora predaja a propagačná nástroje

Zabezpečila sa **prezentačná technika** pre informátorov a prezentátorov regiónu, ktorá je určená na využívanie najmä v sezónnych infopointoch ako pomôcka na poskytovanie informácií návštevníkom, a online vyhľadávanie na základe ich dopytov. Zakúpená prezentačná technika umožnila aj vznik technicky náročných videí, ktoré BTB vytvorila vo vlastnej réžii as vlastnými kapacitami (12 min. video zamerané na čínsky trh a prilákanie čínskych turistov do Bratislavy, ako aj prilákanie možných investorov z Číny na Slovensko – viac informácií v kapitole 8). **Prezentačný merkantil** zabezpečený v roku 2018 pozostával z propagačných predmetov s logom destinácie, web stránkou destinácie, ev. so symbolom mesta. Išlo najmä o rozsevový merkantil využitý počas veľtrhov, výstav, prezentácií, na podujatiach, ako darčkové predmety pre zástupcov médií, VIP návštevy, touroperátorov a účastníkov infociest, oficiálne návštevy v rámci partnerských projektov a pod. Išlo najmä o predmety ako perá, šálky, dáždníky, magnetky, zápisníky, tričká s potlačou, degustačné vzorky trvanlivých gastroproduktov a pod. Taktiež bol doplnený branding infopointov jednotným značením. Prezentačný merkantil poskytuje BTB na početné účely aj v rámci partnerskej spolupráce – Magistrát BA vrátane jednotlivých mestských organizácií (oficiálne návštevy v rámci spoluorganizovaných podujatí), MDV SR a zahraničné zastúpenia CR, MZVaEZ SR, Slovenské inštitúty v zahraničí, organizátori veľkých športových podujatí v Bratislave, vzdelávacích podujatí a konferencií a pod.



## MICE

Agendu podpory a rozvoja kongresového cestovného ruchu v Bratislave zastrešuje v rámci BTB oddelenie MICE – Bratislava Convention Bureau. Aktivity v roku 2018 reflektovali výstupy a priority koncepčného materiálu MICE Strategy 2018 – 2020, ktorý vznikol v odbornej spolupráci s konzultačnou spoločnosťou. Zamerali sa na viaceré oblasti, tak v sieťovaní lokálnych partnerov a stakeholderov v destinácii, zabezpečení networkingových a vzdelávacích aktivít pre nich, ako aj v prezentovaní Bratislavy ako kongresovej destinácie na veľtrhoch, výstavách a odborných fórach pre relevantné cieľové publikum (nákupcovia podujatí, asociácie, B2B).

### Implementácia MICE Stratégie 2018 – 2020, konzultačné služby

V roku 2018 BCB v spolupráci s konzultačnou spoločnosťou splnilo všetky stanovené ciele/body vytýčené v stratégii na daný rok.

- Pokračovať s vytváraním platformy kontaktov a relevantnej databázy na základe osobných stretnutí v rámci absolvovaných veľtrhov, B2B podujatí, fam tripov, site inspections a pod.

- príprava dvoch fam tripov v zmysle stanovených odporúčaní stratégie (zameranie na incentivné agentúry (fam trip v auguste) + špecializovaný fam trip pre agentúry v téme Bratislava Motor City). Vďaka konzultačným službám sa podarilo vyselektovať zatiaľ najkvalitnejšiu skupinu nákupcov podujatí.
- Implementácia nového Customer Relationship Management (CRM) systému
- Členstvo v medzinárodnej asociácii SITE (Society for incentive travel excellence)
- Začala sa spolupráca s agentúrou pre akvizíciu a generovanie obchodných príležitostí na poli asociačného trhu (Sarah Fleming Associates)
- Proaktívna práca s lokálnymi partnermi (prehľbovanie vzťahov s členskou základňou + jej rozširovanie)
- Pokračovanie v tvorbe a šírení relevantného obsahu o destinácii na širokú databázu kontaktov, ako aj v rámci ATL a BTL kampaní

Jedným z výsledkov a výstupov spolupráce s konzultantskou spoločnosťou je aj zorganizovanie eventu v Bratislave v roku 2018, na základe predchádzajúcich famtripov – napr. Cardiologist Meeting 2018, v príprave je event pre klientov agentúry Penguins (účastníci fam tripu) v roku 2019. Ide o aktivitu, ktorá je financovaná najmä z členských zdrojov organizácie.

### **Účasť na MICE fórach a B2B podujatiach**

#### ICJ MICE Advantage Marburg, 15.3. – 17.3. 2018



Ide o B2B podujatie (na báze osobných stretnutí) s nákupcami podujatí z regiónu nemecky hovoriacich krajín. Otvorený networking počas celého podujatia je pridanou hodnotou tohto konceptu. Tento formát patrí k top podujatiam na nemecky hovoriacich trhoch. Organizátorom podujatia je magazín ICJ MICE Magazine, ktorý je šírený na viac ako 12 000 adres popredných manažérov s rozhodovacou právomocou

na nemecky hovoriacich trhoch. BCB malo na podujatí počas dvoch dní viac ako 20 stretnutí a ďalšie networkingové nadviazania kontaktov v rámci spoločenských častí podujatia (napr. udeľovanie cien ICJ Hall of Fame 2018). Bratislava sa prezentovala v súlade s komunikačnými posolstvami (innovation, accessibility, execution), účastníkom bol prezentovaný Meeting planners guide a content vytvorený v rámci kampane Bratislava Motor City. Bol zaznamenaný veľký záujem o účasť na fam tripoch. Kontakty boli spracované a následne využívané pre účely ďalšej marketingovej komunikácie, pričom každý z kontaktov obdržal bezprostredne po evente tzv. „follow up“ s najdôležitejšími informáciami, ktoré boli obsahom osobného stretnutia.

#### M&I Forum Dubrovnik (5. – 9.6.2018)

V súlade s prioritami a cieľmi definovanými v Bratislava MICE Strategy 2018-2020, sa BCB zúčastnilo na B2B podujatí Meeting & Incentive Forums, Dubrovnik 2018. Ide o významné a kredibilné podujatie v odvetví. Fórum prebiehalo formou osobných stretnutí s nákupcami podujatí a následným riadeným networkingom. Kvalita



nákupcov je daná prísnymi kritériami výberu a kvalifikácie. Bratislavu okrem BCB prezentoval aj zástupca prvej komory BTB. Celkovo sa absolvovalo 59 stretnutí ako aj networking v rámci spoločenským podujatí (napr. spoločné prehliadky MICE kapacít destinácie a udeľovania cien „Most valuable buyers“).

#### SITE & MPI Global Forum, Rome (11.-15.1.2018)



BTB je od 1.1.2018 členom medzinárodnej asociácie SITE (Society for Incentive Travel Excellence), ktorá okrem iných aktivít pravidelne organizuje aj prezentačno-networkingové podujatia. Po prvýkrát v histórii sa v rámci príprav a organizácie spojili dve najväčšie profesijné asociácie SITE a MPI (Meetings Professionals International), čoho výsledkom bolo podujatie SITE & MPI Global Forum v Ríme. Účasť na tomto stretnutí je tak pre členov, ako aj pre „pozorovateľov“. Obsahom stretnutia boli plenárne zasadnutia, odborné panelové diskusie, workshopy a prezentácie na aktuálne témy v rámci odvetvia. Účasťou na tomto stretnutí získalo BCB cenné kontakty do databázy, ako aj malo možnosť prezentovať Bratislavu ako kongresovú destináciu.

#### FIJET Summer Academy, Izmir (12.-19.8.2018)

FIJET (World Federation of Travel Journalists and Writers) je medzinárodná federácia združujúca novinárov a autorov píšucich o cestovnom ruchu. Jej úlohou je propagovať a kultivovať udržateľný, zelený a ekonomický prospešný cestovný ruch na celom svete. Federácia v rámci svojich aktivít usporadúva každoročne podujatie s názvom FIJET Academy zameranú na aktuálne témy v kongresovom cestovnom ruchu v kontexte práce s médiami a prezentovania destinácií. Podujatie má zároveň asociačný charakter. BTB participuje na aktivitách FIJET Slovakia, ako verejný partnerský subjekt, podporuje presstripy (MICE i leisure) organizované v Bratislave. Účasť na Summer Academy zároveň nadväzovala na spoluorganizovanú tlačovú konferenciu pri príležitosti získania prestížneho ocenenia „Golden Apple“ od FIJET pre Bratislavu ako trvalo udržateľnú mestskú destináciu.

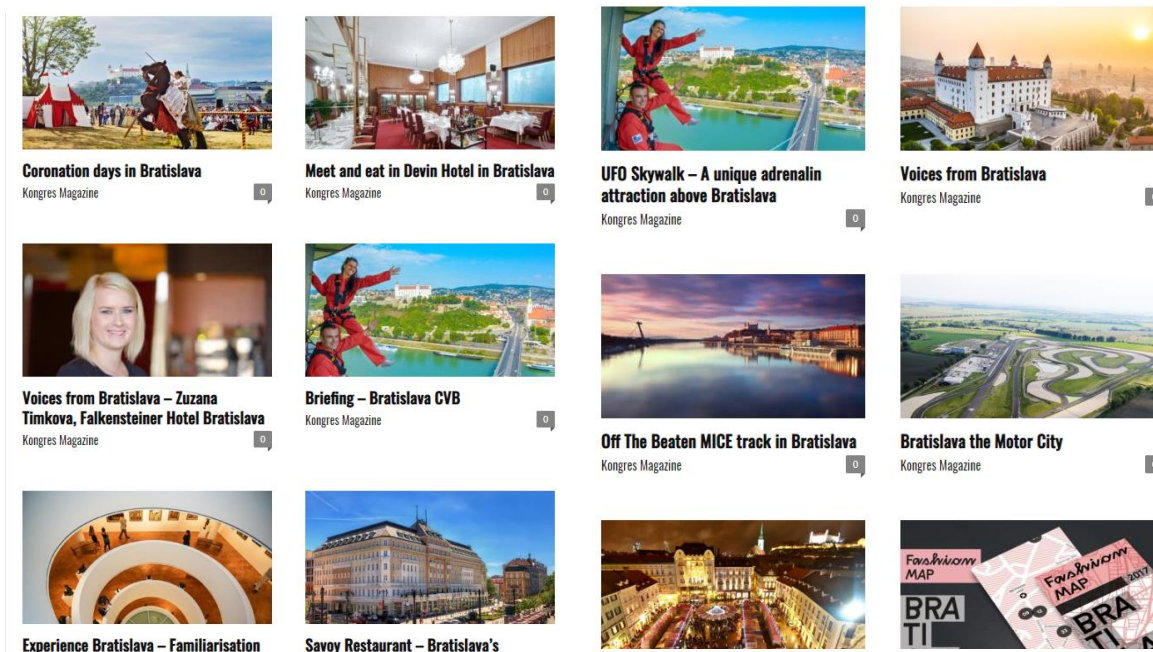


#### **Tvorba tematického obsahu o destinácii pre cieľovú skupinu MICE**

Ako jednu z hlavných oblastí marketingu destinácie vnímame tvorbu odborného marketingového obsahu o destinácii Bratislava pre cieľovú skupinu nákupcov podujatí zo zahraničia. Obsah je tvorený v angličtine a šírený prostredníctvom zazmluvnenej spoločnosti Toleranca Marketing, ktorá vydáva a manažuje špecializovaný MICE magazín a web portál Kongres Magazine. Vytvorený obsah sa šíri cez ich web stránku, sociálne siete, ako aj na databázu 60 tisíc kontaktov v rámci cieľovej skupiny tzv. meeting planners. Primárne



je obsah určený pre európske publikum, s presahom na globálnu úroveň. V rámci dodávaných služieb (tvorba článkov, ich redistribúcia formou microsite, sociálnych sietí, direct mailingu a newstetrov) sú pokryté okruhy ako destinačné news, zaujímavosti, rozhovory s influencermi, inovácie, trendy – v súlade so stratégiou a komunikačnými piliermi accessibility, innovation, execution, ukážky a príklady dobrej praxe a biznis nápadov v Bratislave a pod.



Za rok 2018 bolo vytvorených 62 článkov s dosahom vyše 1,7 mil. videní. Za roky 2017 a 2018 vyšlo spolu 140 článkov s viac ako 3,15 miliónom videní. Najčítanejšie články dosahujú okolo 40 tisíc videní, pričom treba brať do úvahy fakt, že ide o odbornú a úzku komunitu, navyše B2B oblasť, kde takto číslo predstavuje významný úspech. Zoznam článkov je súčasťou obrazových príloh plnenia vyúčtovania. Články sú pravidelne uverejňované tu: <https://kongres-magazine.eu/bratislava-convention-bureau/>

## Spoluorganizácia MICE podujatí a propagácia destinácie a kongresového potenciálu Bratislavy:

### Zlatý klinec (24. - 25.5.2018)

AD AWARDS ASSOCIATION, s.r.o. je organizátorom festivalu kreativity Zlatý Klinec 2018, ktorý sa konal v Bratislave na lodiach River's Club, LOĎ a Istropolis. Na podujatí sa zúčastňujú významní zahraniční speakri z oblasti marketingu a kreatívneho priemyslu, ako aj účasť zahraničných návštevníkov podujatia. Festival kreativity Zlatý klinec 2018 má pre destináciu reputačný charakter, prináša do hlavného mesta odborníkov z oblasti kreatívneho priemyslu. Viacdňové podujatie prispieva k zvýšeniu počtu prenocovaní a výdavkov účastníkov. BTB mala v rámci spoluorganizácie podujatia



zabezpečený priestor na prezentáciu destinácie vrátane komunikačnej podpory a mediálnych výstupov. BTB zabezpečila pre vybraných VIP zahraničných spíkov ubytovanie.

#### EELA 2018 - medzinárodná konferencia pracovného práva (21. - 23.6.2018)



BRAND ADVERTISING s.r.o. je organizátorom medzinárodnej konferencie EELA 2018, ktorá sa konala 21. – 23. júna 2018 v Bratislave v priestoroch Slovenskej Filharmónie. Toto podujatie bolo zamerané na spoluprácu odborníkov z oblasti pracovného práva v Európskej únii. Na podujatí bolo cca 450 zahraničných účastníkov (99 % z celkového počtu účastníkov) a významní odborníci z praxe ako prednášajúci

na evente. BTB mala zabezpečený priestor na prezentáciu destinácie vrátane komunikačnej podpory a mediálnych výstupov. Spoluorganizácia podujatia prebiehala zo strany BTB zabezpečením informačného pultu s informátorom v angličtine a zabezpečením sprievodcovských služieb pre účastníkov konferencie, ktorí absolvovali sprevádzanú prehliadku centra Bratislavy. Taktiež mala BTB priestor na prezentáciu kongresového potenciálu Bratislavy v rámci podujatia.

#### Techsummit (6. - 7.6.2018)

Technologicko-inovatívna konferencia TECHSUMMIT 2018 má pre destináciu reputačný charakter, prináša do hlavného mesta odborníkov z oblasti Smart hospital, Smart Cities, 4 priemyselná revolúcia, Umelá inteligencia, StartUpy, Kybernetická bezpečnosť. Účasť na konferencii za 2 dni je cca 600 účastníkov. BTB mal ako spoluorganizátor podujatia zabezpečený priestor na prezentáciu destinácie a jej

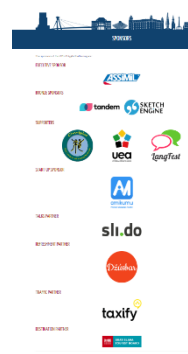


kongresového potenciálu, vrátane PR a mediálnych výstupov. Predmetom spolupráce zo strany BTB bolo zabezpečenie sprievodcovských služieb pre VIP hostí podujatia – prehliadka historického centra mesta, zabezpečenie prezentačných materiálov a predmetov so symbolom destinácie pre VIP hostí, poskytnutie informačno-prezentačných materiálov o Bratislave pre účastníkov podujatia, zabezpečenie infostánku s anglicky hovoriacim informátorom, poskytujúcim informácie o destinácii pre účastníkov podujatia, zabezpečenie prenájmu priestorov na vybrané súčasti podujatia vrátane zabezpečenia slávnostnej recepcie, zabezpečenie prezentácie destinácie vo forme video spotov premietaných počas konferencie.

#### Polyglot Gathering 2018 (30.5. – 3.6.2018)

Občianske združenie E@I je organizátorom podujatia Polyglot Gathering 2018, ktorá sa konalo od 30. mája do 3. júna 2018 v Bratislave v priestoroch Ekonomickej univerzity v Bratislave. Na podujatí sa zúčastnili zahraniční speakri a viac ako 500 zahraničných účastníkov. Podujatie má pre destináciu reputačný charakter, prináša do hlavného mesta mnohojazyčných odborníkov z celého sveta. Mnohí prichádzajú z iných kontinentov práve

za týmto účelom inak by Bratislavu a Slovensko nenavštívili. Päťdňové podujatie predstavuje vysoký turistický potenciál s perspektívou na predĺženie pobytu návštevníkov Bratislavy respektíve opakované návštevy a tým aj počtu prenocovaní a ich výdavkov. BTB ako spoluorganizátor podujatia mala zabezpečený prezentačný priestor na podujatí – prezentácia Bratislavy ako kongresovej destinácie, ako aj PR komunikáciu. Predmetom spolupráce zo strany BTB bolo zabezpečenie bezplatnej dopravy pre účastníkov podujatia bratislavskou MHD na základe menoviek po celú dobu konania podujatia.



### ICHO 2018 (19. – 29.7.2018)

Univerzita Komenského v Bratislave je organizátorom Medzinárodnej chemickej olympiády pod názvom ICHO 2018, ktorá sa konala v dňoch 19. - 29.7. 2018 v Bratislave na Prírodovedeckej fakulte UK. Účasť na podujatí je cca 1000 účastníkov, pričom až 95 % z celkovej účasti tvoria účastníci zo zahraničia. Podujatie ICHO 2018 má pre destináciu reputačný charakter, prináša do hlavného mesta odborníkov z oblasti chémie a toto viacdňové podujatie predstavuje potenciál pre návrat návštevníkov do Bratislavy. V rámci spoluorganizácie podujatia zabezpečilo BTB prezentáciu Bratislavy ako kongresovej destinácie pri úvodnom otvorení recepcie pre výkonný výbor ICHO 2018 dňa 20. 7. 2018 na hrade Červený kameň ako aj sa podieľalo na zabezpečení slávnostného otvorenia a recepcie. Taktiež boli zabezpečení turistickí sprievodcovia pre účastníkov podujatia a výkonný výbor ICHO 2018 na prehliadky Bratislavy v rozsahu 14 sprievodcov v anglickom jazyku.



### Visual Heritage 2018 (15.11.2018)

Mestský ústav ochrany pamiatok Bratislava ako príspevková organizácia hlavného mesta SR Bratislavy, ktorej úlohou je evidencia, ochrana, výskum pamiatok, pamiatkových rezervácií a pamiatkových zón, bol organizátorom podujatia Visual Heritage – post conference tour, ktoré sa konalo dňa 15. 11. 2018 v Bratislave.





Na podujatí sa zúčastnili zahraniční účastníci, odborníci na digitalizáciu, ktorí sa predtým zúčastnili konferencie Visual Heritage 2018 vo Viedni. Podujatie v Bratislave zaznamenalo účasť 50 zahraničných účastníkov. BTB v rámci spoluorganizácie podujatia zabezpečila prezentáciu Bratislavy ako kongresovej destinácie a roly BTB ako DMO, jej poslania, produktov a cieľov a prezentáciu a ochutnávku tradičnej regionálnej gastronómie.

### **Bratislava MICE Days**

Ide o sériu networkingových podujatí, ktorých cieľom je prinášať aktuálne témy a odborníkov na vybrané oblasti v rámci „meeting industry“ do Bratislavy a tak prepájať, sieťovať a vzdelávať miestnu komunitu. V roku 2018 BTB/BCB zorganizovalo tri špeciálne podujatia:

#### Odborný seminár a workshop na tému ochrana osobných údajov – GDPR, 7.2.2018



Ako oficiálna marketingová organizácia pre Bratislavu sme ako jedna z prvých organizácií informovali o nuansách nového zákona o osobných údajoch a zorganizovali školenie pre našich členov na túto tému. BTB má pomerne široké spektrum subjektov od hotelov, cestovných agentúr a sprievodcov až po profesionálnych organizátorov kongresov narábajúcich s dátami

tisícok ľudí pri jednom evente a detailné rozanalyzovanie témy osobných údajov bolo pre nich veľmi prospešné. Seminár absolvovalo takmer 50 účastníkov.

#### Spolupráca v destinácii Leisure a MICE (19. – 20.6.2018)

V rámci Bratislava MICE Day sme usporiadali dva po sebe idúce workshopy pre lokálnu komunitu, ktorých cieľom bolo zvýšiť angažovanosť členov (a partnerov) v rámci aktívnej a profesionálnej spolupráce v destinácii pri oslovovaní potenciálnych klientov i práci s existujúcimi.



Pozvanými zahraničnými spíkrami boli skúsení profesionáli v oblasti destinačného manažmentu a MICE s vyše 30 ročnou praxou v odvetví.

Cieľom autorských workshopov bolo:

- Otvoriť diskusiu naprieč súkromným i verejným sektorom, ako skvalitniť samotný produkt, jeho propagáciu a taktiež úspešný predaj.
- Dozvedieť sa, ako sa menia nároky medzinárodného klienta CR, ktorý mesto navštívi ako organizovaný alebo individuálny turista.

- Navrhnuť, ako tvoriť produkty, ktoré vyhovujú klientovi a ako zefektívniť spoluprácu verejného a súkromného sektora a ako úspešne predávať destináciu a jej služby.

Ďalšie témy workshopu: Zásady na prilákanie medzinárodného biznisu, Profesionálna spolupráca v rámci destinácie, Nároky zahraničného klienta „dneška“ a „zajtrajška“, 2 x best practice a 1 x worst practice príklady z iných destinácií, Ako si získať zákazníka, Destinácia je vždy primárna, Ako predávať našu destináciu a služby, Spoločné zdroje, Ako vytvárať a udržiavať vhodné produkty a služby pre medzinárodného zákazníka, Ako pracovať so zákazníkom a hovoriť jeho jazykom.

Účasť na podujatí bola za oba dni vyše 60 účastníkov, zaznamenali sme veľmi pozitívne ohlasy a spätnú väzbu. Reálne pozitívne výstupy tohto podujatia sú v podobe niekoľkých pracovných stretnutí členov a partnerov BTB, kde sa diskutovalo o produktovej ponuke Bratislavy (leisure, a MICE), ako aj o ďalšej možnej spolupráci a napredovaní v rozvoji CR v Bratislave.

### **Akvizícia asociačných podujatí do destinácie**

V zmysle strategického dokumentu Bratislava MICE Strategy a taktiež v rámci celosvetovej praxe (best practice) je jednou z hlavných aktivít convention bureau vyhľadávanie príležitostí a podpora kandidátúr na kongresové podujatia. Tzv. Lead Generation služby zahŕňajú kvalifikovaný prieskum a vyhľadávanie v databázach asociácií ICCA (prístup iba pre členské subjekty – členom za SVK je iba MDV SR, pozn.), ktoré by mali mať potenciál pre Bratislavu (SR) - (vhodná veľkosť, zameranie, Slováci v radách a výboroch asociácií atď.). Následne prebieha kontaktovanie asociácií a potenciálnych lokálnych hostiteľov (mailing na tieto asociácie, resp. konkrétnych ľudí). Proces zároveň prispieva k zviditeľňovaniu destinácie.

Priebežné výstupy za rok 2018:

- Sektorová analýza – prípravný dokument - zedefinovanie zoznamu sektorov a príbuzných sub-sektorov, v rámci ktorých sa organizujú pravidelné konferenčné podujatia.
- Identifikácia potenciálnych „leadov“ = asociácií a ich podujatí, ktoré boli vyhodnotené ako vhodné pre Bratislavu na základe vyššie uvedeného bodu. Výstup: 80 potenciálnych leadov
- Identifikácia potenciálnych ambasádorov v rámci predmetných sub-trhov na základe vyhodnotenia odborných kritérií – viac ako 60 identifikovaných kontaktov.

### **Customer Relationship Management System (CRM)**

V súlade so strategickým dokumentom Bratislava MICE Strategy 2018-2020 BTB obstaralo online systém na riadenie vzťahov so zákazníkmi za účelom zlepšenia, skvalitnenia a profesionalizácie BTB/BCB a budovania pozitívneho imidžu destinácie Bratislava na medzinárodnom trhu cestovného ruchu a trhu MICE.

Systém je kompatibilný s existujúcimi online komunikačnými nástrojmi BTB/BCB a bude poskytovať nasledujúce benefity pre BTB/BCB a destináciu:

- Zastrešenie celkovej ponuky destinácie relevantnej pre MICE segment na jednom mieste (web stránka BCB), s jednotným dizajnom, obsahom a štruktúrou poskytovaných informácií.
- Komplexný prístup poverených zamestnancov BTB/BCB k správe obsahu informácií v systéme a možnosť spravovať obsah poskytovaný partnerskými subjektami v destinácii k ponuke a kapacitám jednotlivých poskytovateľov, za účelom jednotnej a prehľadnej prezentácie služieb a kapacít destinácie.
- Zabezpečenie prístupu k tvorbe a spravovaniu obsahu pre subjekty v destinácii relevantné pre MICE (hotely, venues a pod.). Ide najmä o informácie týkajúce sa popisu, činnosti, kapacít, poskytovaných služieb, ktoré si budú môcť subjekty sami spravovať a aktualizovať, s dohľadom a kontrolou BCB.
- BCB ako platforma pre manažovanie RFPs v destinácii: prehľadné a adresné spravovanie žiadostí o zaslanie ponuky/RFPs (requests for proposals) od potenciálnych klientov spravované BCB.
- komplexná správa údajov: archivácia komunikácie/jednotlivých aktivít v rámci CRM s cieľom disponovať informáciami o potrebách potenciálnych nákupcov, počte oslovených subjektov v destinácii k vypracovaniu ponuky, počte reakcií zo strany subjektov v destinácii, počte skutočne zrealizovaných podujatí a pod.
- tvorba analýz, reportov, výstupov, na základe ktorých bude možné vyhodnotiť tak aktivity BCB, ako aj reakčnú schopnosť subjektov v destinácii zapojených do CRM. Na základe uvedených dát bude možné nastavovať ďalšie procesy v destinácii v rámci podpory kongresového CR, zintenzívniť spoluprácu medzi stakeholdermi, disponovať relevantnými údajmi pre kompetentné orgány a zložky (P-BTB, miestna samospráva, MDV SR, a i.)

Výsledné výstupy: profesionalizácia práce BCB, zabezpečenie prezentovania ponuky destinácie na jednom mieste, v jednotnej forme, s jednotným vizuálom, jednoduchšia, efektívnejšia a adresnejšia komunikácia klienta s destináciou, nová funkčná platforma prezentácie subjektov v destinácii, úspora času, skrátenie reakčného času na RFPs a pod. V roku 2018 sa začalo s nahrávaním údajov do systému, kontinuálne prebiehajú školenia zamestnancov BTB/BCB k práci so systémom, postupne sú s ním oboznamovaní členovia BTB, aby spolupracovali pri zabezpečení informácií do zadávaných do systému za jednotlivé členské subjekty.

Konštatujeme, že sa podarilo naplniť stanovené ciele a priority na rok 2018 v rámci marketingových a PR aktivít BTB:

- Rast povedomia o značke Bratislava doma a v zahraničí (cieľové trhy)
- Zvýšenie rozpoznateľnosti značky na medzinárodnom trhu CR (účasť na veľtrhoch, výstavách CR)
- Budovanie pozitívneho imidžu a PR destinácie a BTB (doma a v zahraničí)
- Vytvorenie nových asociácií spájateľných s mestom a komunikovaných doma a v zahraničí
- Profilovanie Bratislavy ako MICE destinácie



- Aktívna a cielená komunikácia (media mix, kampane, sociálne siete a pod.) s cieľovými trhmi doma a v zahraničí
- Rast informovanosti existujúcich a potenciálnych návštevníkov o ponuke mesta (edičná a video tvorba)



## 2. ČINNOSŤ TURISTICKÉHO INFORMAČNÉHO CENTRA ZRIADENÉHO ORGANIZÁCIOU



Turistické informačné centrá (TIC) BTB ponúkajú svoje služby 7 dní v týždni. **TIC Klobučnícka** v mesiacoch apríl – október od 9.00 do 19.00 hod. (70 prevádzkových hodín týždenne), v mesiacoch november – marec od 9.00 do 18.00 hod. (63 prevádzkových hodín týždenne). **TIC na Hlavnej stanici** od marca 2018 denne od 9:00 do 17:00 hod. (56 prevádzkových hodín týždenne). Ide o aktivitu v spolupráci so Železničnou spoločnosťou Slovensko a.s., stály infopoint sa nachádza v Zákazníckom centre na Hlavnej stanici. BTB v rámci spolupráce poskytlo recipročne ZSSK priestor v rámci informačného pultu TIC BTB na Klobučníckej ulici. Touto spolupracou došlo k zabezpečeniu komplexnosti služieb na pracoviskách oboch partnerov. Okrem dvoch celoročných infocentier prevádzkovalo BTB aj **tri sezónne infopointy** lokalizované na strategických vstupných bodoch do destinácie, otvorené počas letnej sezóny, a to na Autobusovej stanici (otvorené denne 10:00 - 17:00), Letisku M. R. Štefánika (otvorené denne 9:00 - 17:00) a mobilný infopoint na Hviezdoslavovom námestí (otvorené denne 10:00 - 18:30).



TIC BTB zaznamenali v roku 2018 v porovnaní s rokom 2017 **11,5 % nárast návštevnosti**. Návštevnícky najsilnejšími mesiacmi boli **august, júl a jún**, najsilnejšími dňami boli **pondelok, piatok a sobota**.

Podrobnosti:

- celkový počet dopytov: **94 044**
  - z toho v TIC Klobučnícka: 61 842
  - z toho v TIC Letisko: 1 608
  - z toho v TIC na Hlavnej stanici: 8 293
  - z toho v sezónnom TIC na Autobusovej stanici: 6 112
  - z toho v sezónnom TIC na Letisku M.R. Štefánika: 5 690
  - z toho v sezónnom TIC na Hviezdoslavovom námestí: 10 499
- počet telefonických dopytov: 2 775
- počet emailových dopytov: 2 128
- návštevnosť v letných mesiacoch priemerne: 400 - 430 denne
- návštevnosť v zimných mesiacoch priemerne: 120 - 150 denne

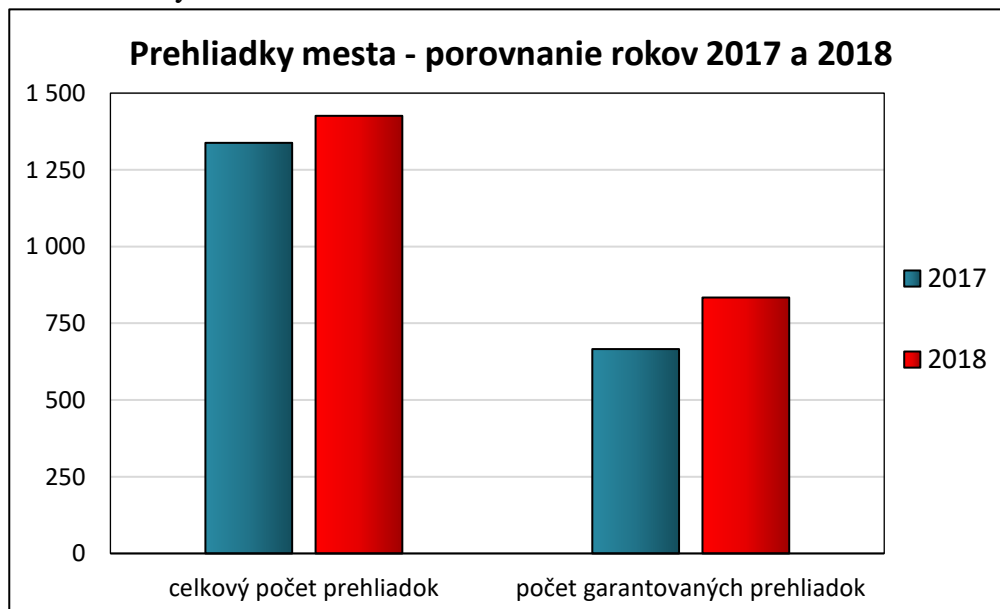




Okrem poskytovania informačných služieb sa pracovníci TIC BTB venujú produktu Bratislava Card City and Region (informácie v kapitole 3. Tvorba a podpora produktov) a tvorbe a rozvoju produktu orientovaného na prehliadky mesta a okolia. V roku 2018 zabezpečili **1 426 prehliadok** mesta, z toho **834 garantovaných prehliadok** pre držiteľov Bratislava CARD.

Odsprevádzaných bolo celkom 15 061 osôb. V roku 2018 bolo s podporou MDV SR zorganizovaných **55 prehliadok** pre domácich a zahraničných návštevníkov mesta počas vybraných podujatí, ako aj **23 prehliadok** pre zahraničných novinárov, blogerov a touroperátorov. V porovnaní s rokom 2017, v ktorom bolo za toto obdobie zorganizovaných 1 338 prehliadok (z toho 666 garantovaných), ide o **6,6 % nárast**. Najvyšší záujem bol o prehliadky v **anglickom, nemeckom, slovenskom, talianskom, španielskom, francúzskom** a ruskom jazyku.

Graf 1: Prehliadky mesta Bratislava



## Zabezpečenie informačno-prezentačných a propagačných služieb v sezónnych infopointoch

S cieľom poskytovať turistom v Bratislave kvalifikované a aktuálne informácie, využíva BTB služby kvalifikovaných informátorov, ktorí zabezpečujú informačno-prezentačné a propagačné služby. Využitie informátorov je efektívne vzhľadom na počet stálych a sezónnych infopointov prevádzkovaných BTB a na to nadväzujúcu potrebu ich personálneho zabezpečenia. Pri existujúcom počte



zamestnancov TIC BTB by tieto služby nemohli byť zabezpečené v požadovanom rozsahu, čo by malo negatívny vplyv na úroveň poskytovania informačných služieb v destinácii najmä v hlavnej sezóne, kedy mesto navštevuje najvyšší počet turistov. Využitie informačno-prezentačných a propagačných služieb v rámci témy „priateľská Bratislava“ je relevantné najmä na miestach dopravných uzlov a vstupov do destinácie a na miestach s frekventovaným výskytom turistov. V roku 2018 to bolo predovšetkým: v sezónnych infopointoch na Hviezdoslavovom námestí, autobusovej stanici a na letisku M. R. Štefánika. Rozsah využitých služieb bol cca 500 hod. na autobusovej stanici, cca 1000 hodín na Hviezdoslavovom námestí, cca 1250 hodín na letisku. Súčasťou služby bolo zaznamenávanie dopytov návštevníkov, vďaka čomu má BTB prehľad a evidenciu najčastejšie kladených otázok od turistov, oblastí záujmu ale aj podnety na vylepšenie služieb v destinácii.

K základnej náplni práce informátorov patrí:

- Informovanie návštevníkov Bratislavy o atraktivitách, pamiatkach, kultúrnych podujatiach a voľno-časových aktivitách na území Bratislavy
- Informovanie o produktoch a aktivitách Bratislavskej organizácie cestovného ruchu (BTB) a členských subjektov BTB – poskytovateľov služieb v cestovnom ruchu
- Informovanie o miestopise a dopravnom prepojení mesta s napojením na regionálnu verejnú dopravu
- Distribúcia propagačných materiálov smerom k návštevníkom informačného bodu
- predaj destinačnej zľavovej karty Bratislava CARD
- Evidencia počtu návštevníkov počas poskytovania prezentačných, propagačných a informačných služieb
- Zber informácií od návštevníkov Bratislavy, priority záujmu, FAQ, spokojnosť resp. nespokojnosť so službami v Bratislave atď.- následne dodať BTB stručný report na mesačnej báze

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

- jazykové schopnosti (min. anglický jazyk na úrovni B2, iný cudzí jazyk je vítaný)
- znalosť pamiatok a atraktivít Bratislavy a Bratislavského regiónu
- prehľad o múzeách a galériách na území mesta a regiónu a o ich ponuke

- základný spoločenský prehľad a orientácia v kultúrnom a spoločenskom dianí v meste a v regióne
- základná orientácia vo voľnočasových aktivitách na území BA a Bratislavského regiónu
- znalosť miestopisu
- znalosť prepojenia Bratislavy verejnou dopravou s napojením na regionálnu dopravu
- zodpovednosť, spoľahlivosť
- príjemné vystupovanie
- komunikatívnosť a zvládanie stresu
- základná technická zručnosť – informátori majú k dispozícii tablety s pripojením na internet, vďaka čomu môžu lepšie zodpovedať dopyty návštevníkov

K najčastejším dopytom turistov za rok 2018 patrilo: dopravné spojenie z centra na rôzne atrakcie, inštrukcie ako cestovať v MHD, požiadavka na mapu, čo robiť v meste, kam ísť mimo centra za zaujímavosťami, ako sa dostať loďou do Viedne, dopravné spojenia s Viedňou, Prahou Budapešťou a pod.

### Nájazdová plošina pre TIC Klobučnícka



**BEZBARIÉROVÝ VSTUP DO  
TURISTICKÉHO  
INFORMAČNÉHO CENTRA**

V záujme zabezpečenia bezbariérového prístupu do TIC Klobučnícka bola zabezpečená nájazdová plošina pre telesne hendikepovaných. Vstupné dvere do TIC sú opatrené elektrickým zvončekom a nálepkou vozíčkara, po zazvonení pracovník TIC vybaví klienta v závislosti od počasia pred vchodom do TIC alebo mu pomôže

s presunom dovnútra. Zabezpečím bezbariérového prístupu do TIC BTB na Klobučníckej ulici boli strany TIC BTB splnené všetky podmienky Medzinárodnej profesijnej (technickej) normy pre činnosť TIC.

Zhodnotením aktivít TIC BTB konštatujeme, že sa podarilo naplniť ciele stanovené na rok 2018:

- Zlepšenie informovanosti návštevníkov o destinácii a jej ponuke
- Rast spokojnosti návštevníkov s návštevou Bratislavy
- Zvýšenie dopytu po službách infocentier
- Zvýšenie dopytu po službách sprievodcov
- Zvýšenie dopytu po produkte Bratislava Card
- Územné rozšírenie možností získania informácií o Bratislave
- Progres v informačno-komunikačných technológiách.





### 3. TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU

[www.visitbratislava.com](http://www.visitbratislava.com)

Tvorba a podpora produktov a podujatí patrí k hlavným a dôležitým úlohám BTB pri vytváraní komplexného produktu CR v destinácii Bratislava. BTB prostredníctvom svojich informačných kanálov (web stránka, profily na sociálnych sieťach, mobilná aplikácia, newsletter, inzercia a pod.) pravidelne informuje o širokej ponuke podujatí, eventov a akcií, ktoré sa v Bratislave konajú (zahrnuté v kapitole 1. Marketing a propagácia). BTB reaguje na žiadosť o komunikačnú podporu podujatí zasielanú organizátormi podujatí, spolupracuje s portálmi ktorých prioritným obsahom je výber podujatí v meste a zároveň aj individuálne vyhľadáva rôzne podujatia, ktoré promuje za účelom rozšírenia programovej ponuky pre návštevníkov destinácie. Promujú sa aj podujatia, ktoré majú svojím rozmerom zatiaľ potenciál osloviť skôr miestneho, resp. domáceho návštevníka, keďže domáci návštevníci sú tiež významným cieľovým trhom pre BTB a rozvoj DCR. Okrem propagovania ponuky podujatí v destinácii sa BTB aktívne zapája do tvorby a podpory produktov CR a to formou sieťovania a spájania poskytovateľov služieb v CR destinácii, ktorého výsledkom je nová alebo vylepšená produktová ponuka, taktiež ide o aktívnu spoluorganizáciu podujatí a o ponuku vlastných produktov (BC karta, Korunovačný foto-video point). Zapojenie BTB do organizácie podujatí prebieha na základe prijatých pravidiel spoluorganizácie, ktoré musia organizátori podujatí dodržať v prípade záujmu o nadviazanie spolupráce s BTB. Je nevyhnutné, aby boli podujatia v súlade s tematickými a produktovými líniami, ktoré organizácia prezentuje a promuje v kontexte s Bratislavou a aby podujatia korešpondovali s prioritami stanovenými v strategických dokumentoch CR (Marketingová a komunikačná stratégia Bratislavy, Stratégia CR MDV SR, Stratégia CR BSK a pod.) Prioritnými podujatiami, na ktoré sa BTB zameriava sú podujatia s priamym prepojením na CR, organizované hl. mestom SR Bratislavou a mestskými organizáciami.

### **Spoluorganizácia podujatí**

V roku 2018 sa BTB priamo podieľala na spoluorganizácii vybraných dôležitých podujatí a produktov v Bratislave. Najvýznamnejšia bola spoluorganizácia podujatí v spolupráci s hlavným mestom SR Bratislava a s mestskými inštitúciami (BKIS, MMBA, GMB, STRZ, MÚOP). Ďalšie spoluorganizované podujatia predstavujú dôležitú programovú ponuku relevantnú z pohľadu oslovenia domácich a zahraničných turistov a týkajú sa nosných tém, ktoré BTB komunikuje pri prezentácii Bratislavy. Systém zapojenia BTB do spoluorganizácie podujatí je koordinovaný v zmysle prijatých pravidiel spolupráce s organizátormi podujatí (zverejnené na web stránke <http://btb.visitbratislava.com/spolupraca-organizatormi-podujati/>).

#### Bratislavské mestské dni (20.-22.4.2018)

Podujatie, kedy mesto Bratislava otvára brány pre domácich obyvateľov, ale aj návštevníkov a sprístupňuje rôzne kultúrne pamätihodnosti, múzeá, galérie a iné zaujímavé atrakcie. (voľné prístupy do Múzea Mesta Bratislavy, Galérie mesta Bratislavy, Zoologickej záhrady, Mestského divadla P. O. Hviezdoslava,





Mestskej knižnici, hrad Devín a mnohých ďalších). BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečil 11 tematických prehliadok v slovenskom jazyku a 6 v anglickom a nemeckom jazyku. Celková účasť bola 1041 osôb, z toho takmer 200 zahraničných účastníkov. Najväčší



záujem bol o prehliadky s tematikou: „V predvečer Veľkej vojny – osudy Habsburgovcov, Po stopách M.R. Štefánika, Mílniky Bratislavského hradu, Bratislavské mosty a nábrežia, Významné sochy a reliéfy Starého mesta. Pri každej z uvedených prehliadok bolo od 90 do 173 osôb. Na Primaciálnom námestí mala BTB svoj informačno – prezentačný stánok, v ktorom boli návštevníkom poskytované informácie k podujatiu a programu, ako aj všeobecné informácie pre návštevníkov o atraktivitách mesta.

Z hľadiska zmluvnej spolupráce s organizátorom podujatia sa organizátor zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako spoluorganizátora podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia (uvedené vyššie) vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.).

#### Bratislavské korunovačné dni (23. – 30.6.2018)

Po nultom ročníku v roku 2017 sa pokračovalo v myšlienke viacdnového podujatia prepájajúceho v spolupráci široké spektrum subjektov - Bratislavské kultúrne a informačné stredisko, Galéria mesta Bratislavy, Mestské múzeum Bratislavy, Mestská knižnica v Bratislave, Archív mesta Bratislavy vrátane Bratislavskej organizácie cestovného ruchu, Mestský ústav ochrany pamiatok), pripravilo multižánrový program na tému Bratislava – korunovačné mesto. Program sa niesol v téme spomienky na prvú bratislavskú korunováciu – Korunovačný sprievod Maximiliána II. Habsburského. Súčasťou programu bola rozsiahla ponuka poskytovaná mestskými a partnerskými organizáciami. BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečil napr. historické pochôdzky ulicami Starého mesta v podaní Tovarišstva starých bojových umení a remesiel (21.6., 22.6., 25.6., 26.6., 29.6.2018), ako aj Kráľovský rytiersky turnaj na Tyršovom nábreží (24.6.2018) a vybrané umelecké vystúpenia v rámci Korunovačného koncertu v Dóme sv. Martina (24.6.2018), spolu uzatvorených 8 zmlúv na zabezpečenie umeleckého výkonu. Zrealizovalo sa 12 špecializovaných tematických prehliadok v termíne 22., 23., 24. a 29. júna 2018 v trvaní 2 hod. v slovenskom, anglickom a nemeckom jazyku, s účasťou takmer 200 osôb. Zabezpečené boli vlajky s korunovačnou tematikou a korunky do slávnostného sprievodu, ktoré sú veľmi populárne najmä medzi





detským publikom. Súčasťou programu bolo aj slávnostné otvorenie Korunovačného foto-video pointu v Michalskej veži 22.6.2018 s bezplatným vstupom.



## BRATISLAVSKÉ KORUNOVAČNÉ DNI

22. – 29. JÚNA 2018

Pestrý program rôznych žánrov  
na tému korunovačníc pod záštitou primátora  
hlavného mesta SR Bratislavy Iva Nesrovňala.



Z hľadiska zmluvnej spolupráce s organizátorom podujatia sa organizátor zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako spoluorganizátora podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia (uvedené vyššie) vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.).

### Kultúrne leto a hradné slávnosti KLHS (06-09/2018)



V roku 2018 sa konal už 43. ročník podujatia, s multizánrovou ponukou hudobných, kultúrnych a umeleckých vstúpení počas troch mesiacov v Bratislave. Program KLHS prebiehal od 2.6. do 15.9.2018, hlavným organizátorom je Bratislavské kultúrne a informačné stredisko. Celkovo sa realizovalo 277 podujatí na 34 scénach, so zapojením 37 partnerov. Partnerská medzinárodná spolupráca sa realizovala s 29 krajinami z celého sveta (Slovensko, Poľsko, Rusko, Španielsko, Argentína, Nemecko, Francúzsko, Česko, Slovinsko, Fínsko, Chorvátsko,

USA, Čína, Maďarsko, Japonsko, Holandsko, Rumunsko, Rakúsko, Švajčiarsko, Indonézia, Grécko, Vietnam, Írsko, India, Litva, Ukrajina, Taliansko, Bosna a Hercegovina, Belgicko.). Zapojili sa tieto mestské časti: Záhorská Bystrica, Vajnory, Lamač, Karlova Ves, Rusovce, Vrakuňa, Staré mesto, Ružinov, Dúbravka, Petržalka, Čunovo, Devín, Devínska Nová Ves. BTB ako spoluorganizátor podujatia mal za cieľ rozšíriť a obohatiť existujúci produkt, doplniť ho o konkrétne



programové súčasti. BTB zabezpečilo vybrané umelecké výkony v rámci programovej ponuky podujatia – Muzika Starého mesta a Fontány ožívajú. V septembri sa konala aj Svätá omša so spomienkou na 455. výročie korunovacie prvých panovníkov v Bratislave Maximiliána II. a Márie Španielskej, kde BTB zabezpečila vybrané umelecké vystúpenia. Súčasťou spoluorganizácie podujatia bolo technicko-realizačné zabezpečenie videoprojekcie na podujatí: prenájom LED TV na Hlavnom námestí v mesiaci jún. Z hľadiska zmluvnej spolupráce s organizátorom podujatia sa organizátor zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako spoluorganizátora podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia (uvedené vyššie) vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.).

### Rímske hry/Limes Days (8.9.2018)



Podujatie, ktoré atraktívnou formou približuje život v antických dobách. XXI. ročník Rímskych hier opäť zabezpečil pestrý a bohatý program pre návštevníkov. Priniesol spektrum zo života Rimanov – civilného aj vojenského. Bohatý program dotváral slávnostný sprievod cisára, cisárovny, Rimanov, Rimaniek a ich detí, legionárov v prevedení Tovarištva starých bojových umení a remesiel. Návštevnosť Gerulaty bola cca 900 návštevníkov. BTB ako spoluorganizátor

zabezpečilo 4 odborných slovensko-anglicko-nemecky hovoriacich sprievodcov, ktorí poskytovali účastníkom podujatia a cestujúcim v archeobusoch a na cyklotúre odborný výklad na tému rímskych pamiatok a histórie mesta Bratislava, s účasťou takmer 160 ľudí. BTB zabezpečilo aj 2 autobusy (archeobus), vrátane sprievodcu. Z hľadiska zmluvnej spolupráce s organizátorom podujatia sa organizátor zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako spoluorganizátora podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia (uvedené vyššie) vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.).





## Korunovačná Bratislava



Propagácia a prezentácia témy Korunovačná Bratislava počas podujatí Staromestské Martinské hody (9.11. – 11.11.2019) a Vianoce v Bratislave (23.11. – 22.12.2018). Súčasťou každoročného programu oboch podujatí sú početné hudobné, umelecké, kultúrne vystúpenia amatérskych i profesionálnych umelcov, hudobníkov, súborov. Program pozostáva aj z ukážok a ochutnávok tradičných gastronomických špecialít a v prípade Martinských hodov aj požehnanie mladých vín. BTB sa ako spoluorganizátor podujatí v roku 2018 sústredila na prezentáciu a propagáciu témy Korunovačná Bratislava, keďže ide o komplexný a kľúčový produkt destinácie a je ambíciou zvyšovať povedomie o jeho existencii. Súčasťou programu bolo v prípade Staromestských Martinských hodov zabezpečenie dvoch vystúpení prezentujúcich korunovačné tradície a osobitosti v prevedení historického umeleckého súboru TOSTABUR.

Počas trvania podujatia Vianoce v Bratislave bol v dňoch 30.11.2018, 7.12.2018 a 14.12.2018 realizovaný dobový sprievod od Rybného námestia až k Michalskej bráne, kde sa odohralo vystúpenie zložené zo šermu, vlajkoslávy a sprievodného slova k histórii korunovácií v Bratislave



v období renesancie a baroka. Zároveň išlo aj o pozvánku do otvoreného Korunovačného foto-video pointu v Michalskej veži. Jednotlivé historické umelecké vystúpenia sa tešili veľkej obľube a záujmu návštevníkov. Z hľadiska zmluvnej spolupráce s organizátormi podujatia sa organizátor zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako spoluorganizátora podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia (uvedené vyššie) vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.).





## Ďalšie spoluorganizované projekty a podujatia v témach: kultúra a história, hudba a umenie, gastronómia, geocaching:

### Noc múzeí (19.5.2018)

14. ročník celoeurópskeho podujatia, do ktorého sa zapojili aj slovenské múzeá a galérie so zaujímavými výstavami, autorskými výkladmi, tvorivými dielňami, animáciami a prehliadkami vo viac ako 100 lokalitách na Slovensku, vrátane Bratislavy, kde sa do akcie zapojilo viac ako 40 subjektov. BTB zabezpečila pre návštevníkov prehliadky so sprievodcom.



### Bratislavský majáles (4. – 6.5.2018)



Open air tradičné podujatie, ktoré je populárne a podobné podujatiam v iných veľkých európskych mestách, ako je napr. Donauinsselfest vo Viedni alebo The Thames Festival v Londýne. Zároveň vo svojom programe akcentuje prevažne formou kultúrno-umeleckej výpovede a občianskeho aktivizmu význam dôležitých udalostí, ktorých výročia pripadajú na dni začiatkom mája, predovšetkým koniec druhej

svetovej vojny v Európe a vstup Slovenska do Európskej únie. Vstup na všetky hlavné, ako aj sprievodné podujatia festivalu Bratislavský majáles je pre návštevníkov bezplatný. BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečila umelecké vystúpenia vybraných hudobných telies. Na podujatí bol umiestnený informačno-prezentačný stánok BTB, kde mali návštevníci komplexný informačný servis k turistickej ponuke Bratislavy. Sprievodné aktivity (v spolupráci s areálom Divoká voda) zahŕňali fotopoint s vodáckou tematikou a ďalšie interaktívne aktivity. Návštevnosť podujatia je každoročne rádovo počítaná v tisícoch návštevníkov. Z hľadiska zmluvnej spolupráce s organizátormi podujatia sa organizátor zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako spoluorganizátora podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia (uvedené vyššie) vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.). Aktivita bola realizovaná z členských prostriedkov BTB.



### Culinary Days (Špargľové dni: 26.-28.4 a Jahodové dni: 14.-16.6.2018)

Prezentácia regionálnej kuchyne, sezónnych receptov zo špargle a jahôd, čerstvých surovín v centre hlavného mesta. BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečil priestor a príslušné povolenia pre uskutočnenie podujatia. Na podujatí boli k dispozícii informácie o turistickej ponuke Bratislavy. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako spoluorganizátora podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)



### Urban Art Festival (30.6. – 1.7.2018)



Podujatie prináša pestrý program a zábavu do Bratislavy. Spája a prepája existujúce podujatia, čím vytvára celomestský festival multizáňrový festival a ponúka možnosť spoznať popri festivale významné miesta Bratislavy. V roku 2018 sa festival konal na 6 pódiov, so 40 vystúpeniami rôznych hudobných žánrov. Okrem toho bolo súčasťou festivalu: handmade zóna, vína pred Starou tržnicou, Dáždniková ulica, detská zóna, pouliční umelci a pod. BTB v rámci festivalu zabezpečilo 4 prehliadky Bratislavy so sprievodcom, ktorých sa zúčastnilo viac ako 50 ľudí. Organizátor podujatia sa v rámci zmluvnej spolupráce zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako spoluorganizátora podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.)

### Dobový piknik (1.7.2018)

Je to projekt, ktorého cieľom je prostredníctvom tematicky zameraného štýlového pikniku ladeného do obdobia rokov 1900-1950 vytiahnuť ľudí a rodiny s deťmi do mestského parku a prostredníctvom dobovo ladených edukačno-kultúrnych aktivít ich vtiahnuť do atraktívneho obdobia veľkých zmien v meste do obdobia



existencie prvej Československej republiky. Piknik zahŕňa v sebe prvky edukácie, kultúry a histórie prenesenej do prítomnosti vo svojej pôvodnej podobe. Podujatie si pripomína 100. výročie vzniku prvej Československej republiky a atraktívnou formou približuje obyvateľom a návštevníkom Bratislavy jej históriu v medzivojnovom období, hudbu, tance, módu a spoločenský život. Pridanou hodnotou podujatia bola zbierka na obnovu historickej pamiatky v Bratislave. Cieľom projektu bolo aj zachovanie jedinečných kultúrnych hodnôt a tradícií mesta Bratislavy. BTB sa ako spoluorganizátor podujatia podieľal na zabezpečení umeleckých vystúpení v rámci programu, pričom išlo o hudobné telesá, ktoré sa orientujú na dobový žáner hudby (swing, retro) a teda koncepčne sa hodili k téme podujatia. Návštevníkom podujatia boli k dispozícii informačno-propagačné materiály o turistickej ponuke destinácie. Z hľadiska zmluvnej spolupráce s organizátormi podujatia sa organizátor zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako spoluorganizátora podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia (uvedené vyššie) vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.).

#### Výstava fotografií Premeny Bratislavy (08 – 09/2018)

Ide o projekt spolupráce BTB a Múzea mesta Bratislava. Cieľom projektu bolo pri príležitosti 100. výročia založenia Československej republiky priblížiť návštevníkom i obyvateľom mesta premeny, ktorými mesto prešlo za toto obdobie. Výstava taktiež reflektuje 25. rokov od vyhlásenia Bratislavy za hlavné mesto, ako aj 150. rokov Múzea mesta Bratislava.



Dvojice fotografií zobrazujú vybrané atraktívne miesta v Bratislave, tak ako vyzerali v roku 1918 a 2018. Fotografie zachytávajú vybrané architektonické stavby a pamiatky v ich súdobej podobe a súčasnosti. Výstava bola inštalovaná na Hviezdoslavovom námestí a po jej ukončení sa presunula na nábrežie Dunaja, na mólo v rámci promenády obchodného centra Eurovea. Pozitívne ohlasy verejnosti potvrdzujú atraktivitu tohto formátu. Výstava bola bezplatná a dostupná pre verejnosť vzhľadom na jej umiestnenie na verejných priestranstvách.

#### Slovak Geoawards – Za pokladmi starej Bratislavy (7.-9. 9. 2018)

3. ročník geocachingového eventu sa konal v Sade Janka Kráľa a na Tyršovom nábreží v Bratislave v dňoch 7. – 9. septembra 2018. Cieľom rodinného festivalu je hravou formou predstaviť rodinám s deťmi a mládeži geocaching ako zmysluplnú aktivitu na trávenie voľného času, pri ktorej môžu spoznávať mesto a okolie. Podujatie bolo bezplatné, súčasťou bol atraktívny





kultúrno program v podobe umeleckých hudobných vystúpení. BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečil umelecké vystúpenia hudobných skupín. Na podujatí boli pre účastníkov k dispozícii informačno – prezentačné materiály o Bratislave. Z hľadiska zmluvnej spolupráce s organizátormi podujatia sa organizátor zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako spoluorganizátora podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia (uvedené vyššie) vrátane intenzívnej komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.).

### Geocacheing – poklady Bratislavy.

Zabezpečenie interaktívnej hry s názvom „Objavuj poklady Bratislavy“ fungujúcej na princípe geocachingu – lúštenie zadaných otázok a indícií a spoznávanie vybraných atraktivít Bratislavy. Hra bude slúžiť ako podpora produktov CR, na zviditeľnenie vybraných atraktivít Bratislavy pre domácich a zahraničných turistov, domácich obyvateľov ale aj pre účastníkov infociest a aktivít na podporu atraktivít destinácie.



### World Music Festival (13. – 16.9.2018)

Ide o viacdňový festival venovaný world music, ľudovej hudbe a fúziám s inými žánrami. Od roku 2016 sa festival koná v centre Bratislavy a rozšíril svoj program o medzinárodnú konferenciu, verejné diskusie, detský program, galakonzert a ďalšie sprievodné akcie. Festival prináša kvalitný program s dôrazom na dialóg medzi kultúrami, rešpekt k vlastnej tradícii a budovanie porozumenia medzi ľuďmi prostredníctvom umenia. Festival ponúka priestor začínajúcim skupinám, ale aj účastníkom zo zahraničia, pozýva zahraničných hudobných žurnalistov a promotérov. V roku 2017 bol festival prijatý do združenia European Forum of Worldwide Music Festivals. BTB ako spoluorganizátor podujatia zabezpečil program pre zahraničných novinárov a špeciálnych hostí podujatia, vrátane prezentačných predmetov pre VIP hostí. Zabezpečila aj jazykové mutácie a tlačené materiály k programu podujatia. Z hľadiska zmluvnej spolupráce s organizátormi podujatia sa organizátor zaviazal k zabezpečeniu dramaturgie a produkčnej realizácie podujatia vrátane všetkých parciálnych súčastí, k poskytnutiu výstupov pre BTB (napr. fotografie, videá, z podujatia, PR výstupy, a pod.) a k prezentácii a propagácii BTB ako spoluorganizátora podujatia, ktorý zabezpečil vybrané súčasti podujatia (uvedené vyššie) vrátane intenzívnej



komunikačnej podpory a distribúcie informácií o podujatí prostredníctvom svojich distribučných ciest (TIC BTB, partnerské TIC a pod.).

## Podpora vlastných produktov

### Bratislava Goes Classical (BCG)



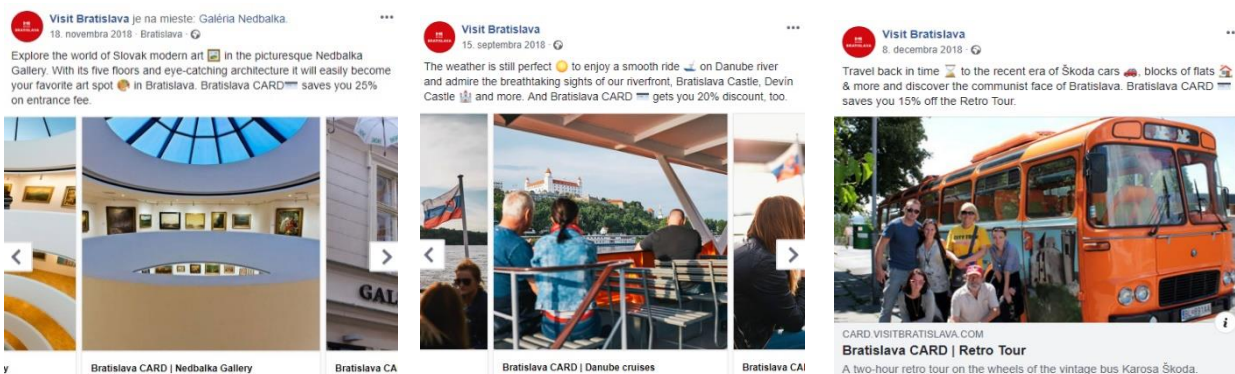
BGC je viacročný projekt BTB, ktorý je svojím obsahom zameraný na prezentovanie ponuky klasickej hudby a umenia v hlavnom meste v podobe hudobných, koncertných, umeleckých podujatí, operiet, baletu a pod. Je určený pre náročné publikum, ktoré oceňuje tzv. vysoké umenie. Z dôvodu komplexnejšej ponuky na jednom mieste bol portál

BCG začlenený na web stránku [visitbratislava.com](http://visitbratislava.com). BTB zabezpečuje pravidelnú aktualizáciu obsahu sekcie vrátane prekladov obsahu do jednotlivých jazykových mutácií. BTB spolupracuje s odborníkom, ktorý sa zaoberá danou problematikou, disponuje širokým prehľadom o dianí na kultúrnej scéne Bratislavy. Vytvorený obsah (balet, opera, SND, komorná hudba a i.) je šírený okrem sekcie na web stránke aj ďalšími komunikačnými cestami, ktoré má BTB k dispozícii, obľúbené sú aj súťaže o vstupenky a lístky organizované na FB profile BTB.

### Bratislava Card – City and Region

Jedinečný produkt zľavovej mestskej karty každoročne kvalitatívne rastie pridávaním nových benefitov, zapojením nových partnerov do spolupráce, rozšírením akceptačných miest aj miest, kde je možné si kartu zakúpiť. Štatistiky predaja (+ 41,7 %) a akceptácie karty (+ 57,6 %) potvrdzujú tak kvalitatívny rast BC karty, ako aj efektívnosť marketingovej komunikácie, ktorou BTB spolu s partnermi kartu promuje. V roku 2018 bola karta propagovaná pri všetkých komunikačných výstupoch, spoluprákach, kampaniach, kde to bolo tematicky vhodné a možné. Spolupráca s mestom Bratislava, KOČR BRT, IDBSK, BSK vytvorila silný regionálny produkt, ktorý podporuje predlžovanie pobytu návštevníkov v destinácii a návštevu rôznych atraktivít v meste a regióne. V súčasnosti je v projekte zapojených vyše 70 partnerov, ktorí poskytujú pre držiteľov karty benefity do výšky 100%. Držitelia tejto karty si môžu uplatniť zľavu vo viac ako 100 zariadeniach a službách. K hlavným benefitom karty patria neobmedzené využívanie verejnej dopravy, bezplatný vstup do 14 múzeí a galérií v hlavnom meste a regióne a bezplatná prehliadka mesta. Súčasťou VO na licenciu softvéru bolo aj VO na dodávku a konfiguráciu 8000 ks plastových destinačných kariet a komunikačného softvéru API. K hlavným novinkám v roku 2018 patrí zakúpenie dvojročnej licencie a termotlačiarne, komunikačný softvér API na prepojenie oficiálnej aplikácie Bratislava City s e-shopom BTB (Ide o kapitálové výdavky, súčasť osobitného vyúčtovania).





Najviac navštevované zariadenia a využívané služby v roku 2018 (TOP20):

Akceptačné miesto	Počet akceptácií	Počet akceptácií v %
Hrad Devín	2332	15,5%
Múzeum Stará radnica	2132	14,1%
Múzeum zbraní	1623	10,8%
TIC BTB - prehliadka mesta	1080	7,2%
UFO	1054	7,0%
SNM Bratislavský hrad	968	6,4%
Múzeum farmácie	945	6,3%
Múzeum historických interiérov	849	5,6%
Múzeum hodín	552	3,7%
GMB Mirbachov palác	544	3,6%
GMB Pálffyho palác	486	3,2%
Primaciálny palác	438	2,9%
Bratislavská reštaurácia Flagship	255	1,7%
ZOO Bratislava	218	1,4%
Slovenská plavba a prístavy	198	1,3%
Galéria Danubiana	194	1,3%
Múzeum dopravy	193	1,3%
Galéria Multium	182	1,2%
Múzeum Arthura Fleischmanna	157	1,0%
SNM Prírodovedné múzeum	149	1,0%

Dôležitou súčasťou plynulej prevádzky funkcionalít BC karty je aj zabezpečenie marketingovej a technickej podpory karte. Za týmto účelom využíva BTB služby zahŕňajúce napr. administráciu software systému pod ktorým funguje karta, marketingovú podporu a získavanie nových distribučných ciest, spracovanie vyúčtovacích protokolov, komunikácia so zmluvnými partnermi, zostavovanie pravidelných reportov, spracovanie jednoduchých manuálov a metodických pokynov pre nových užívateľov, kontrola systému pri jeho implementácii a prípadných updateoch, vykonávanie školení, inštalácia a servis u zmluvných partnerov, spracovanie offline údajov, pravidelné stretnutia s manažérom projektu a pod.



carberg			
8.562	20.806	0	397
Výstavných kariet	Akciepísk	Návštevných dobových súblov	Kariet na sklade
<b>Zoznam kariet / Hľadať</b>			
Dátum vystavenia karty	Číslo	Miesto a jazyk vizuálu	Dátum narodenia
05-04-2019, 05:33	0302917	24b BC	
05-04-2019, 05:36	0332976	24b BC	
05-04-2019, 07:06	0332988	24b BC	
05-04-2019, 07:06	0305086	24b BC	
05-04-2019, 07:06	0348917	24b BC	
05-04-2019, 10:46	0376291	72b BC	
05-04-2019, 10:46	0391970	72b BC	
05-04-2019, 10:46	0395713	72b BC	
05-04-2019, 10:46	0398165	72b BC	
05-04-2019, 10:45	0356320	32b BC	
05-04-2019, 10:45	0380724	72b BC	
05-04-2019, 08:19	0306437	48b BC	
05-04-2019, 08:19	0391374	48b BC	

carberg				
37	5	14.000	8.995	
Príloha odstavčovníkov	Výstavných kariet	Prerazných kariet	Kariet na sklade	
<b>História objednávok</b>				
Zariadenie	Spôsob doručenia	Dátum	Číslo	
Austria Thron Hotel	Osobný odber	04.04.2019	1	
Cena: 22 EUR				
<b>Zoznam prevzatých kariet / Hľadať</b>				
Zariadenie	Výstavné karty	Prerazné karty	Kariet na sklade	Cena za svezosť
Austria Serviced Apartments	88	79	39	1418 EUR
Austria Thron Hotel	128	128	0	1776 EUR
Hotel Pevnost	13	43	39	791 EUR
Bratislava Tourist Board	1	0	0	47 EUR
Bratislava Tourist Board	0	3	1888	343 EUR
Bratislava Tourist Board 2	0	0	0	12 EUR
Čestlivosť Upraviteľské služby	0/7	0/7	0	633 EUR
Falkenschanz Hotel Bratislava	88	128	40	2359 EUR
F. Konec & spol. s r.o. Bratislava	0	0	0	-158 EUR
Flora Tour	389	440	57	7392 EUR
Grand Hotel Tower Park	19	40	38	748 EUR
Hotel Apollo	295	314	99	6882 EUR

## Korunovačný foto-video point

Od r. 2017 je návštevníkom mesta Bratislava k dispozícii jedinečná turistická atrakčivita v podobe korunovačného foto-video pointu umiestneného v Michalskej veži. Je to projekt spolupráce BTB s Mestským múzeom Bratislava (MMB) a ďalšími mestskými inštitúciami, s podporou MDV SR. Korunovačný foto-video point reprezentuje Bratislavu ako Korunovačné mesto, prepája historické priestory a nové moderné technológie. Korunovačný foto-video point poskytuje možnosť odpísať/natočiť sa v dobovom kostýme s tematickým pozadím a získať fotku resp. video zaslané e mailom a fotku aj fyzicky na mieste s mottom „Staň sa kráľom“. V roku 2018 boli zrealizované aj viaceré doplnkové a podporné aktivity, ktoré zvyšujú atraktivitu foto-video pointu a rozširujú produkt. Ide o zakúpenie dobového kostýmu v barokovom štýle, ktorý je využiteľný okrem aktivít v rámci foto-video pointu aj na výstavy, prezentácie, ako vhodná rekvizita k umocneniu dobového zážitku. Taktiež boli navrhnuté a zakúpené ručne robené obálky s korunovačnými symbolmi, ktoré budú slúžiť ako spomienkové tematické obaly na fotografie zhotovené vo foto-video pointe. Taktiež boli vyrobené vrecká s ručne maľovanými motívmi zobrazujúcimi korunovačné symboly. Tie sa viažu na ďalšiu novinku zabezpečenú do foto-video pointu, ktorou je jedinečná, ručne robená historická raznica mincí. Odliatok vyrazenej mince si návštevníci môžu odniesť v týchto tematických ručne maľovaných vreckách.



Prevádzka foto-video pointu prebiehala počas letnej sezóny v mesiacoch jún až september, od utorku do piatku, od 10:00 hod do 17:00 hod a v sobotu a nedeľu od 11:00 hod do 18:00 hod. V rámci foto-video pointu boli využité prezentačno-propagačné služby v téme „korunovačná Bratislava“ v rozsahu, ktorý pokrýval otváracie hodiny foto-video pointu. Slávnostné otvorenie foto-video pointu v júni 2018 za účasti pozvaných hostí bolo sprevádzané ochutnávkou tradičných bratislavských rožkov, prezentáciou destinácie a pozývaním okoloidúcich do otvorených priestorov dobovo oblečenými hosteskami. Počas letnej sezóny navštívilo foto-video point vyše 450 záujemcov. Okrem toho sa v rámci celoročného

prezentovania témy Korunovačná Bratislava otvoril foto-video point aj počas adventných dní, a to od 23.11.2018 do 22.12.2018. Otvorenie foto-video pointu bolo intenzívne propagované aj počas podujatia Vianoce v Bratislave priamo na LED TV obrazovke na Hl. námestí, ako aj vo všetkých na to vhodných komunikačných výstupoch organizácie. Organizované historické predstavenia umeleckého súboru Tostabur počas adventných dní, pripomínajúce slávu korunovácií, tiež pozývali divákov predstavení do foto-video pointu. Za tento čas navštívilo foto-video point 110 ľudí.

Zhodnotením aktivít v rámci kapitoly Tvorba a podpora produktov konštatujeme, že sa podarilo naplniť ciele na rok 2018:

- Vytvorenie komplexnej ponuky tematických produktov v súlade s komunikačnými líniami destinácie.
- Podporovanie podujatí v meste s cieľom zabezpečiť celoročný bohatý program pre návštevníkov mesta, podnietiť potenciálnych návštevníkov k návšteve Bratislavy, predĺžiť dobu ich pobytu.
- Spájanie a sieťovanie subjektov cestovného ruchu za účelom vytvorenia synergického efektu v CR a vytvorenia konkurencieschopných komplexných produktov CR.
- Podporovanie kultúrneho bohatstva destinácie, snaha o udržanie a zveľadenie kultúrneho dedičstva (hmotných i nehmotných pamiatok).
- Podporovanie kľúčových tém a komunikačných posolstiev cieľového miesta formou ich pretavenia do reálnej produktovej ponuky destinácie (v spolupráci s členmi, partnermi a ďalšími stakeholdermi).





# 4. PODPORA ATRAKTIVÍT – INFOCESTY, PRESSTRIPY, FAMTRIPY



## Leisure

Organizovanie inšpekčných ciest, infociest, presstripov, študijných ciest, fam tripov a pod. pre relevantné cieľové skupiny, za účelom zviditeľnenia a spropagovania vybraných atraktivít destinácie je dôležitou súčasťou prístupu tourist boardov/DMOs k budovaniu povedomia o destinácii a k jej propagovaniu. Cieľové skupiny sú prevažne zahraniční žurnalisti a zástupcovia mienkotvorných médií (prípadne médií s obsahovou náplňou týkajúcou sa cestovania, životného štýlu, poznávania, dobrodružných ciest a pod.), touroperátori a zástupcovia CK a CA, blogeri, ale aj oficiálne návštevy v rámci partnerských miest, VIP hostia/VIP účinkujúci/ pozvaní renomovaní novinári vybraných podujatí, ktoré BTB v priebehu roka spoluorganizuje a i. Cieľom realizovaných poznávacích ciest je sprostredkovať ich účastníkom výnimočný zážitok a osobnú skúsenosť s mestom tak, aby ich následný mediálny výstup pôsobil autenticky, sprítomňoval atmosféru mesta a mal potenciál prilákať do destinácie nových návštevníkov. Ide aj o pozitívny referenčný efekt destinácie, šírenie dobrého mena a reputácie (najmä v prípade oficiálnych návštev a pozvaných hostí v rámci spoluorganizovaných podujatí, kedy nejde primárne o zástupcov médií). Osobitnou skupinou sú tzv. influenceri v rámci sociálnych médií (najmä blogeri, vlogeri), ktorých výstupy majú silný efekt na cieľové publikum, častokrát predstihujú i tradičné médiá. Oslovenia k spolupráci prichádzajú buď zo strany zástupcov médií/blogerov, vlogerov, CK a CA, alebo BTB cielene oslovuje tieto skupiny s ohľadom na získané kontakty z absolvovaných veľtrhov, výstav a prezentácií v zahraničí. BTB pravidelne reaguje na početné žiadosti o partnerskú spoluprácu a zapojenie sa do organizovania podpory atraktivít destinácie. K hlavným partnerom v rámci spolupráce v roku 2018 patrili MDV SR vrátane zahraničných zastúpení CR, KOCR BRT, Hl. mesto SR Bratislava a jeho mestské inštitúcie, MZVaEZ SR, ako aj členské subjekty a vybrané medzinárodné súkromné spoločnosti pôsobiace v cestovnom ruchu (letecké spoločnosti, rezervačné portály a pod.). Na žiadosť o spoluprácu od týchto partnerov reagovala BTB vo všetkých prípadoch pozitívne, pričom sa zapojila v rôznom rozsahu a forme, s ohľadom na relevantnosť pozývanej skupiny účastníkov, ako aj s ohľadom na ďalšie faktory (schválený plán práce, alokované zdroje na túto aktivitu a pod.).

Prehľad projektov, ktoré BTB zabezpečila na základe individuálnych dopytov, kontaktov z veľtrhov, výstav a prezentácií alebo v rámci partnerskej spolupráce s ďalšími subjektami.



*Blogeri:*

Termín	Národnosť	Meno/názov	Počet osôb	Plnenie	Partneri
2.-4.1.2018	Ukrajina	Svitforyou.com	1	BC	BTB
5.-8.1.2018	Slovensko	Nie je túra bez Štúra	1	BC	BTB
8.-11.1.2018	Taliansko	Cocco on the road blog viaggi e lifestyle di Marika	4	BC	BTB
7.2.2018	Holandsko	indorotterdamert.nl	1	BC	BTB
7.-8.3.2018	Španielsko/Mexiko	El Giroscopo	2	BC	BTB
19.3.2018	USA	Todd Tadashi Hatakeyama	1	BC	BTB
23.-27.5.2018	Taliansko	Ryanair - taliani	6	Prehliadka mesta, ochutnávka, ubytovanie	BRT
4.6.2018	USA	Michael Demmons	1	BC	BTB
18.-19.6.2018	USA	Waqon The Wild Side	2	BC	BTB
21.-22.7.2018	Portugalsko	Alma de Viajante	1	BC, ubytovanie	BTB
24.-25.7.2018	Rumunsko	Mihai Luca	1	BC	BTB
30-31.7.2018	Taliansko	Scorci di Mondo	1	BC	BTB
2.8.2018	India/Poland	Wander With Jo	2	BC	BTB
25.-27.8.2018	USA	TheWayAway	2	BC, ubytovanie	BTB
5.-8.8.2018	Taliansko	Presi al Volo	2	BC	BTB
21.-28.9.2018	Rusko	V4 bloggers	7	ochutnávka regionálnej kuchyne	MDV SR
3.10.2018	Germany/France	Noé Pierre Gräbner	1	BC	BTB
5.-8.10.2018	Gibraltar	teawithgi.com	1	BC	BTB
11.10.2018	Európa	BKIS – majitelia lodných spoločností	6	prehliadka mesta	BKIS
16.-18.10.2018	Taliansko	travelfashiontips.com	1	BC	BTB
19.-20.10.2018	Brazília	Bellasontheroad.com	2	BC	BTB
20.-22.10.2018	Anglicko	Wanderers & Warriors	2	BC, ochutnávka, ubytovanie, letenky, doprava v BA	BTB
28.-30.10.2018	Austrália	EURAIL - austrálski blogeri	2	BC, ubytovanie	Eurail
25.-28.11.2018	Bulharsko	Bulharská blogerka sunshine.bg/privateguidebulgaria.com	2	BC, ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie	BTB
18.-20.11.2018	Anglicko	The wigan runner	1	BC	BTB
7.-9.12.2018	Anglicko	Anglickí blogeri	3	BC, prehliadka mesta, Prešporáčik ochutnávka, ubytovanie, Bon Manufaktur	BTB

Údaje z tabuľky sumarizujeme:

- Ukrajina: 2.-4.1.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- Slovensko: 5.-8.1.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- Taliansko: 8.-11.1.2018, 4 osoby (poskytnutie BC karty)
- Holandsko: 7.2.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- Španielsko/Mexiko: 7.-8.3.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty)
- USA: 19.3.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- Taliansko: 23.-27.5.2018, 6 osôb (sprevádzaná prehliadka mesta, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania). V spolupráci s BRT.
- USA: 4.6.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- USA: 18.-19.6.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty)
- Portugalsko: 21.-22.7.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty, zabezpečenie ubytovania)
- Rumunsko: 24.-25.7.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- Taliansko: 30.-31.7.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- India/Poland: 2.8.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty)
- USA: 25.-27.8.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty, zabezpečenie ubytovania)
- Taliansko: 5.-8.8.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty)
- Rusko: 21.-28.9.2018, 7 osôb (ochutnávka regionálnej kuchyne). V spolupráci s MDV
- Germany/France: 3.10.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- Gibraltar: 5.-8.10.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- Európa: 11.10.2018, 6 osôb (sprevádzaná prehliadka mesta). V spolupráci s BKIS.
- Taliansko: 16.-18.10.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- Brazília: 19.-20.10.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty)
- Anglicko: 20.-22.10.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania, leteniek a dopravy v destinácii)
- Austrália: 28.-30.10.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty, zabezpečenie ubytovania). V spolupráci s Eurail.
- Bulharsko: 25.-28.11.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania)
- Anglicko: 18.-20.11.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- Anglicko: 7.-9.12.2018, 3 osoby (poskytnutie BC karty, sprevádzaná prehliadka mesta, jazda Prešporáčikom, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania, návšteva Bon Manufaktur)



**Presstrip  
ruských  
bloggerov**





Presstripy:

Termín	Národnosť	Meno/názov	Počet osôb	Plnenie	Partneri
8.-11.2.2018	Írsko	The Irish Sun	2	BC, ubytovanie	BTB
15.-16.2.2018	Kanada	TravelindustryToday.com	1	BC, prehliadka mesta	Grand Hotel River Park
17.-19.2.2018	Brazília	mauricioescritor.wixsite.com/jornalista	2	BC, ubytovanie	BTB
22.2.2018	Česko	České lifestyle médiá	5	Ochutnávka regionálnej kuchyne	BTB
15.-17.3.2018	Nemecko	WDR rádio (100. ČSR)	1	BC, ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie	BTB
16.-17.3.2018	UK	Great Destinations Radio Show	2	BC	BTB
23.-26.3.2018	UK	Group leisure and travel	2	BC, ubytovanie	BTB
23.-28.4.2018	Gruzínsko	Gruzínske médiá	9	Prešporáčik, ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie	MDV SR
15.-17.5.2018	Česko	Českí - golf	6	Prehliadka mesta	BRT, Ryanair
24.-25.6.2018	Maďarsko	MTV a MICE novinár	3	Ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie	MDV SR HU
16.-18.7.2018	Nemecko	Hubert-Burda-Media / SUPERillu	2	BC	BTB
23.-24.7.2018	Taliansko	Touring Guide IT	1	BC	BTB
26.-30.8.2018	India	sudhamenon.com	3	BC	BTB
28.8.2018	Taliansko	www.uberti.eu	2	BC	BTB
21.-23.9.2018	Anglicko	Bent magazín	1	BC, ubytovanie	BTB
28.-30.10.2018	Maďarsko	M1 - Biela noc živé vysielanie	3	Ochutnávka regionálnej kuchyne	MDV SR ZZCR Budapešť
10.-12.11.2018	Česko	Lidové noviny/mesiac fotografie	1	BC, ubytovanie	BTB
22.-25.11.2018	Anglicko	Nickes.Com Sport Trips	1	BC, ubytovanie	BTB
16.-18.11.2018	Česko	TIM, novinky.cz	2	BC, ubytovanie	BTB
5.-7.12.2018	Grécko	TravelGuide24	2	BC, prehliadka mesta, ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie	BTB



Grécka internetová TV TravelGuide24 v Bratislave



novinár z Nickes.com

Údaje z tabuľky sumarizujeme:

- Írsko: 8.-11.2.2018, 2 osoby, írské médiá (poskytnutie BC karty, ubytovanie)
- Kanada: 15.-16.2.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty, sprevádzaná prehliadka mesta). V spolupráci s Grand Hotel River Park.
- Brazília: 17.-19.2.2018, 2 osoby, (poskytnutie BC karty, ubytovanie)
- Česko: 22.2.2018, 5 osôb, české médiá (ochutnávka regionálnej kuchyne)
- Nemecko: 15.-17.3.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty, ochutnávka, ubytovanie)
- UK: 16.-17.3.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty)
- UK: 23.-26.3.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty, zabezpečenie ubytovania)
- Gruzínsko: 23.-28.4.2018, 9 osôb, gruzínske médiá (jazda Prešporáčikom, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania). V spolupráci s MDV SR.
- Česko: 15.-17.5.2018, 6 osôb, novinári píšuci pre médiá so zameraním na golf (sprevádzaná prehliadka mesta). V spolupráci s BRT a Ryanair.
- Maďarsko: 24.-25.6.2018, 3 osoby, novinári z MTV a MICE (ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania). V spolupráci s MDV.
- Nemecko: 16.-18.7.2018, 2 osoby, nemecké médiá (poskytnutie BC karty)
- Taliansko: 23.-24.7.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty)
- India: 26.-30.8.2018, 3 osoby (poskytnutie BC karty)
- Taliansko: 28.8.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty)
- Anglicko: 21.-23.9.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty, zabezpečenie ubytovania)
- Maďarsko: 28.-30.10.2018, 3 osoby z M1 (ochutnávka regionálnej kuchyne). V spolupráci s MDV SR a ZZCR Budapešť.
- Česko: 10.-12.11.2018, 1 osoba, český novinár (poskytnutie BC karty, ubytovanie)
- Anglicko: 22.-25.11.2018, 1 osoba (poskytnutie BC karty, zabezpečenie ubytovania)
- Česko: 16.-18.11.2018, 2 osoby, české médiá (poskytnutie BC karty, ubytovanie)
- Grécko. 5.-7.12.2018, 2 osoby, grécke médiá (poskytnutie BC karty, sprevádzaná prehliadka mesta, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania)



Press trip čínskych novinárov



Vianočný presstrip maďarských novinárov

RENÁCS SZILVIA

Infocesty:

Termín	Národnosť	Meno/názov	Počet osôb	Plnenie	Partneri
27.4.2018	Európa	Sharpes conference & festival	50	Prešporáčik	BTB
27.-29.4.2018	Maďarsko	Maďarskí novinári	8	Prehliadka mesta, ubytovanie	MDV SR HU
12.6.2018	Rusko	Veľvyslanectvo SR v Moskve	2	Prehliadka mesta	BTB
24.6.2018	Maďarsko	Delegácia Székesfehérvár	4	Prehliadka mesta, ochutnávka regionálnej kuchyne	Hl. mesto
16.-21.9.2018	Švédsko	Škandinávski novinári - Vagabond	2	BC, ubytovanie	BTB
27.9.2018	Slovensko	EUBA - študenti	100	Prehliadka mesta, Prešporáčik, ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie	EUBA
4.-6.10.2018	Nemecko	Abenteuer & Reisen	2	BC, ubytovanie	BTB
26.-30.10.2018	Kanada	TRIO orange	4	BC, prehliadka mesta, ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie, doprava v BA	BTB
23.-26.11.2018	Írsko	Irish Independent	2	BC, ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie	BTB
30.11.-2.12.2018	Maďarsko	Maďarskí novinári/Vianoce	10	BC, prehliadka mesta, Prešporáčik, ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie, doprava v BA	MDV SR ZZCR Budapešť
8.-11.12.2018	Ukrajina	Ukrajinský novinár vokrugsveta.ua/tripmydream.com	2	BC, ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie	BTB
11.-16.12.2018	Čína	Čínski novinári/Shanghai	2	BC, prehliadka mesta, Prešporáčik, ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie, letenky	MZV/MD V/BRT/B T B
7.-9.12.2018	Rakúsko	Rakúski novinári	6	Prehliadka mesta, Prešporáčik, ochutnávka regionálnej kuchyne, ubytovanie, Národný salón vín	MDV/BRT /TT





Údaje z tabuľky sumarizujeme:

- Európa: 27.4.2018, 50 osôb zo Sharpes conference & festival (jazda Prešporáčikom)
- Maďarsko: 27.-29.4.2018, 8 osôb, maďarskí novinári (sprevádzaná prehliadka mesta, zabezpečenie ubytovania). V spolupráci s MDV SR.
- Rusko: 12.6.2018, 2 osoby z Veľvyslanectva Slovenskej republiky v Moskve (sprevádzaná prehliadka mesta)
- Maďarsko: 24.6.2018, 4 osoby, delegácia zo Székesfehérváru (sprevádzaná prehliadka mesta, ochutnávka regionálnej kuchyne). V spolupráci s magistrátom mesta Bratislava.
- Švédsko: 16.-21.9.2018, 2 osoby, škandinávski novinári (poskytnutie BC karty, zabezpečenie ubytovania)
- Slovensko: 27.9.2018, 100 osôb, študenti z Ekonomickej univerzity v Bratislave (sprevádzaná prehliadka mesta, jazda Prešporáčikom, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania)
- Nemecko: 4.-6.10.2018, 2 osoby (poskytnutie BC karty, zabezpečenie ubytovania)
- Kanada: 26.-30.10.2018, 4 osoby z TRIO Orange (poskytnutie BC karty, sprevádzaná prehliadka mesta, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania a miestnej dopravy)
- Írsko: 23.-26.11.2018, 2 osoby z Irish Independent (poskytnutie BC karty, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania)
- Maďarsko: 30.11.-2.12.2018, 10 osôb, maďarskí novinári (poskytnutie BC karty, sprevádzaná prehliadka mesta, jazda Prešporáčikom, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania a miestnej dopravy). V spolupráci s MDV SR a ZZCR Budapešť.
- Ukrajina: 8.-11.12.2018, 2 osoby, ukrajinský novinár (poskytnutie BC karty, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania)
- Čína: 11.-16.12.2018, 2 osoby, čínski novinári (poskytnutie BC karty, sprevádzaná prehliadka mesta, jazda Prešporáčikom, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania a leteniek). V spolupráci s MZV, MDV a BRT.
- Rakúsko: 7.-9.12.2018, 6 osôb, rakúski novinári (sprevádzaná prehliadka mesta, jazda Prešporáčikom, ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania, návšteva Národného salóna vín). V spolupráci s MDV, BRT a TT.

## Famtripy:

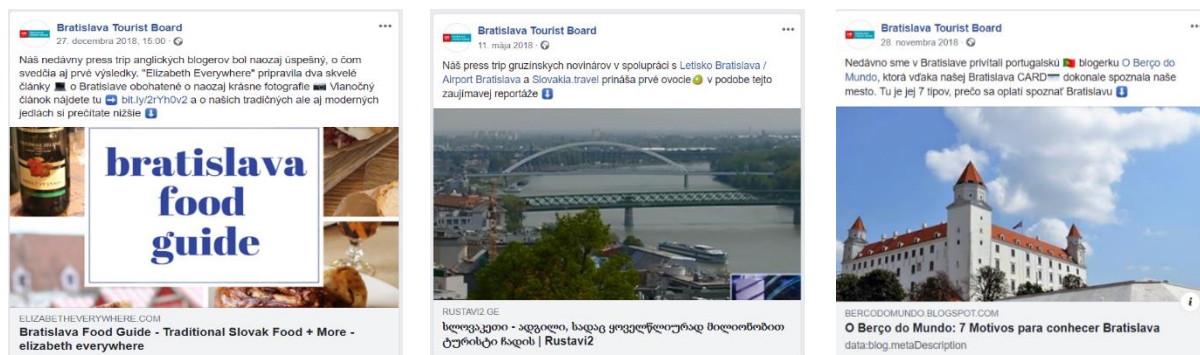
Termín	Národnosť	Meno/názov	Počet osôb	Plnenie	Partneri
6.9.2018	Maďarsko	Maďarskí touroperátori	5	Prehliadka mesta, ochutnávka regionálnej kuchyne	MDV SR ZZCR Budapešť
26.10.2018	Maďarsko	Study Tour, Maďarsko	9	Prehliadka mesta	MDV SR ZZCR Budapešť
28.10.2018	Čína	Čínski touroperátori	11	Ochutnávka	MDV SR
10.-11.11.2018	Ázia	Ázijskí touroperátori/TK	10	Ochutnávka, ubytovanie, produkčná agentúra	Turkish Airlines



Údaje z tabuľky sumarizujeme:

- Maďarsko: 6.9.2018, 5 osôb (sprevádzaná prehliadka mesta, ochutnávka regionálnej kuchyne). V spolupráci s MDV SR a ZZCR Budapešť.
- Maďarsko: 26.10.2018, 9 osôb (sprevádzaná prehliadka mesta). V spolupráci s MDV SR a ZZCR Budapešť.
- Čína: 28.10.2018, 11 osôb (ochutnávka regionálnej kuchyne). V spolupráci s MDV.
- Ázia: 10.-11.11.2018, 10 osôb (ochutnávka regionálnej kuchyne, zabezpečenie ubytovania a produkčnej agentúry). V spolupráci s Turkish Airlines.

Príklady mediálnych výstupov z realizovaných infociest, presstripov a famtripov:



V rámci podpory atraktivít destinácie a aktivít pre odbornú verejnosť vrátane zintenzívňovania kontaktov so slovenskými médiami, sa v roku 2018 zorganizovala aj oficiálna **verejná prezentácia Marketingovej a komunikačnej stratégie destinácie Bratislava na roky 2018 – 2022**. Bola určená pre odbornú verejnosť, členskú a partnerskú základňu, pozvané médiá. Išlo o významný krok v rámci snahy zjednotiť odbornú verejnosť v CR



v Bratislave vo vnímaní mesta ako turistickej destinácie. Ambíciou verejnej prezentácie bolo nielen komunikovať hlavné posolstvá materiálu, ale aj dať priestor na odbornú diskusiu a posúvanie myšlienok ukotvených v stratégii. Keďže sa na vypracovaní dokumentu podieľalo vyše 100 oslovených kompetentných v oblasti CR, je to materiál, ktorý svojím obsahom komunikuje posolstvo silnej širšej skupiny odborníkov, nie jednotlivca, avšak snahou organizácie je, aby si myšlienky stratégie osvojilo čo najviac zainteresovaných. Ideologicky bola prezentácia prepojená s témou voda, čo vyjadrovalo aj miesto kde sa prezentácia odohrávala - Vodárenské múzeum v Bratislave, v termíne 17.4.2018. Išlo o prezentovanie hlavných posolstiev a výstupov dokumentu, s cieľom, aby si ich osvojila aj širšia zainteresovaná verejnosť. Verejnej prezentácii predchádzala tlačová konferencia zorganizovaná pre médiá, za účasti primátora hl. mesta, zástupcov predstavenstva BTB a spracovateľov dokumentu. Po tlačovej konferencii nasledovala verejná prezentácia, vrátane sprievodného programu, na ktorej autori dokumentu odprezentovali východiská svojej práce, ako aj výstupy stratégie. Na verejnej prezentácii bolo prítomných viac ako 60 hostí. Dokument bol širšou odbornou verejnosťou prijatý pozitívne a BTB postupne pracuje na implementácii jeho výstupov.

Prezentácia a podpora atraktivít destinácie pre odbornú verejnosť sa konala v rámci pracovného **stretnutia partnerských OOCR a KOOR v Bratislave** (24.1.2018). Cieľom stretnutia bolo okrem výmeny pracovných skúseností a poznatkov aj oboznámenie kolegov z ostatných regiónov



Slovenska s atraktivitami hlavného mesta. Súčasťou stretnutia bol aj spoločenský program s prezentáciou bratislavskej gastronómie a príležitosťou na neformálny networking. Celkovo sa stretnutia zúčastnilo viac než 30 zástupcov.



Pri prezentácii atraktivít destinácie pre slovenské médiá (máj 2018) bola zabezpečená prezentácia tradičnej regionálnej gastronómie a počas prezentácie atraktivít destinácie pre maďarské médiá (máj) bol program doplnený o hudobné umelecké vystúpenie. Pre VIP hostí a delegácie vybraných podujatí organizovaných v Bratislave zabezpečila BTB prehliadky mesta so sprievodcom (14.9. 2018 – 26 osôb v rámci World Music Festival)

## MICE

Osobitnou cieľovou skupinou tejto aktivity sú profesionáli v MICE segmente. Ide najmä o nákupcov podujatí a tzv. meeting planners, ktorí majú rozhodovacie právomoci o miestach uskutočnenia budúcich eventov pre svojich klientov (asociácie, korporácie, spoločnosti a pod.). V zmysle MICE stratégie sa BTB zameriava najmä na incentívny cestovný ruch čomu je následne prispôbená aj akvizícia účastníkov fam tripov a program famtripu/infocesty/site inspection. Obdobne ako v prípade podpory atraktivít v leisure segmente, aj MICE oddelenie BTB (BCB) reflektuje na početné žiadosti o spoluprácu v tejto oblasti (Magi BA, MDV SR, MZVaEZ, KOCR BRT a i.). V roku 2018 organizovalo BTB/BCB v spolupráci s partnermi a členmi nasledujúce projekty:



### Fam trip pre incentívne agentúry, august 9-12/8/2018

Fam trip (z anglického familiarisation trip = cesta na oboznámenie sa s destináciou) je jednou z najefektívnejších foriem marketingu destinácie. V zmysle strategického dokumentu Bratislava MICE Strategy 2018-2020 BTB/BCB každoročne organizuje fam tripy pre konkrétnu cieľovú skupinu – incentívne agentúry z Európy. Selekcia nákupcov prebiehala viac



ako dva mesiace, pričom konkrétni záujemcovia boli viacfázovo konzultovaní s odborníkmi v tejto oblasti. Skupina 11-tich nákupcov a 1 zástupcu relevantných médií z veľkej Británie bola do Bratislavy pozvaná na 3-dňový fam trip. Na programe pre účastníkov participovali aj členovia BTB zabezpečením vybraných súčastí programu. Program pozostával z prehliadky viacerých zaujímavých „venues“ a priestorov v Bratislave, vrátane prezentácie regionálnej gastronómie – Stará tržnica, U.F.O, Wiegerova vila. Súčasťou bola návšteva a rafting v areáli Divoká voda, jazda rýchlodňami, návšteva galérie Nedbalka, prehliadka Volkswagen továrne,

stretnutie so zástupcami mesta. Samozrejmosťou bolo zabezpečenie cesty do BA, ubytovania, transferov, stravovania pre účastníkov počas celej doby trvania fam tripu. Na základe spätnej väzby od účastníkov v podobe vyplneného dotazníka hodnotíme podujatie ako úspešné, Bratislava naplnila a vo viacerých prípadoch predčila očakávania hostí a všetci z respondentov by Bratislavu ako destináciu odporúčali klientom a kolegom (prieskum po fam tripe). Zároveň je BTB/BCB v komunikácii s účastníkmi fam tripu ohľadom konkrétnych foriem možných budúcich spoluprác a eventov umiestnených do Bratislavy.

### **Bratislava Motor City fam trip**

Edukatívne podujatia pre cieľovú skupinu nákupcov podujatí sú odbornou verejnosťou v odvetví MICE považované za najefektívnejšie marketingové aktivity. BCB dlhodobo vykazuje snahu o selekciu len tých najrelevantnejších nákupcov, pričom je kladený dôraz aj na neustále zatriktívňovanie programu tzv. educationals alebo



familiarisation trips. Cieľom je okrem oboznámenia sa s destináciou zároveň vybudovať pozitívny vzťah s danou cieľovou skupinou. Výsledkom snáh BCB z predchádzajúcich rokov je už aj konkrétny event, ktorý sa organizoval v Bratislave na základe predchádzajúcej pozitívnej skúsenosti s destináciou v rámci fam tripu organizovanom BCB.

V zmysle strategického dokumentu Bratislava MICE Strategy 2018-2020 BTB/BCB každoročne organizuje fam tripy pre konkrétnu cieľovú skupinu – agentúry z Európy zamerané na podujatia v rámci automotive priemyslu. Selekcia nákupcov prebiehala viac ako dva mesiace, pričom konkrétni záujemcovia boli viacfázovo konzultovaní s odborníkmi v tejto oblasti. Skupina 7 nákupcov z tohto segmentu bola do Bratislavy pozvaná na 2-dňový fam trip. Účinným nástrojom bola aj predchádzajúca Motor City kampaň, ktorá prebiehala na cieľových komunikátoroch, prezentujúca Bratislavu ako inovatívne centrum v oblasti auto – moto priemyslu. Program zahŕňal okrem tradičných atraktívnych súčastí (prehliadka centra historickým vláčikom, vysoká gastronómia v centre, prehľad vybraných ubytovacích zariadení, jazda člmi) aj tematicky špecifický program vo vzťahu k auto-moto, a to návštevu Slovakia Ring, továrne Volkswagen, X bionic – ako multifunkčný rezort. Samozrejmosťou bolo zabezpečenie cesty do BA, ubytovania, transferov, stravovania pre účastníkov počas celej doby trvania fam tripu.



Po fam tripe sa realizoval tzv. post-event prieskumu (sept.-okt.2018) na cieľovú skupinu „meeting planners“ z regiónu Európy. 66 respondentov sa zúčastnilo prieskumu (pričom cieľ bol splnený na 220%) a celková vizibilita dosiahla 205 videní. Taktiež je BTB/BCB v komunikácii s účastníkmi fam tripu ohľadom možných oblastí budúcej spolupráce a umiestnenia eventov do Bratislavy. Počas Fam tripu spracovával mediálne výstupy k tvorbe obsahu a komunikačnej kampani „auto – moto“ zástupca Kongres magazínu – špecializovaného na MICE segment. Video materiál a foto materiál získaný počas famtripu bol ďalej spracovaný a šírený marketingovými komunikačnými nástrojmi BTB/BCB, ako aj autorov obsahu.

### Výsledky:

- 41% by si určite zvolilo BA za destináciu svojho budúceho podujatia, 56% by o tom premýšľalo, 3% nepoznajú BA a najprv by si prišli mesto pozrieť
- Najdôležitejšie faktory pri rozhodovaní o výbere destinácie: Odporúčania a skúsenosti známych + absolvovanie site inspection, famtripu alebo súkromného pobytu v destinácii
- 60% respondentov uprednostňuje prácu na priamo s hotelom alebo venue, 40% cez služby CVB

### Ďalšie press tripy, fam tripy a inšpekčné cesty:

- 7.3 -9.3. 2018, subjekt: Catalyst Global - sieť teambuldingových agentúr, inšpekčná cesta, zabezpečenie ubytovania pre 4 osoby;
- 15.3 - 16.3.2018, meeting planner Vincent Fenollar, kontakt z veľtrhu Conventa, individuálna site inspection, zabezpečenie ubytovania;
- 23.8. - 25.8.2018, subjekt: The Travel Collection, Škandinávsky trh, Fam trip v spolupráci s členom BTB – Enjoy Slovakia, zabezpečenie dopravy pre 10 osôb;
- 27.8. - 31.8.2018, subjekt: HFCC – RTVS: medzinárodná skupina novinárov, zabezpečenie skupinového vstupného do Danubiana Gallery;
- 15.10. – 17.10. 2018, subjekt: DER Touristik Suisse AG, 1 osoba, zabezpečenie dopravy do destinácie, prezentácia lokálnej gastronómie;
- 19. - 20.11.2018, subjekt: AFCEA Europe, inšpekčná cesta pred organizovaním konferencie v roku 2019 pre 300 osôb. (zabezpečenie sprevádzanej prehliadky, ubytovania a transferov);
- 14.11. -16.11. 2018, subjekt: Verlagshaus Gruber – MEP, Thomas Scholtze, presstrip, zabezpečenie dopravy, prehliadky mesta, vstupy do múzeí a galérií, prezentácia lokálnej gastronómie;





Zhodnotením aktivít v tejto kapitole konštatujeme, že sa podarilo naplniť ciele stanovené projekte na podporu CR na rok 2018:

- Zvýšiť povedomie o Bratislave ako cieľovom mieste CR
- Spopularizovať Bratislavu na medzinárodnom trhu CR
- Zabezpečiť pozitívne PR a mediálne výstupy založené na osobnej skúsenosti autorov
- Spropagovať Bratislavu ako MICE destináciu.

A nighttime photograph of a modern city skyline reflected in a river. The buildings are illuminated with warm and cool lights, and their reflections are visible in the water. The sky is dark, and the overall scene is vibrant and urban.

# 5. INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU

[www.visitbratislava.com](http://www.visitbratislava.com)



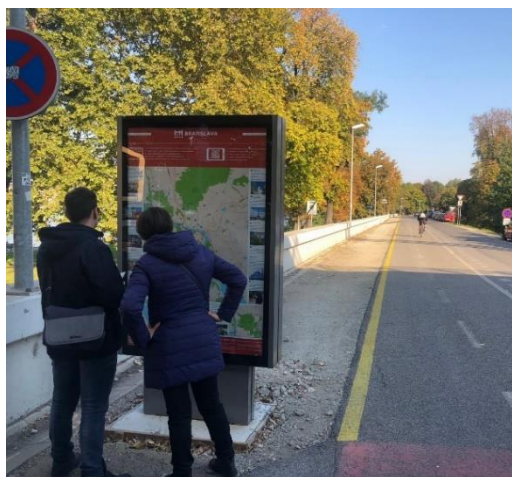
Aktivity BTB v oblasti skvalitňovania a podpory turistickej infraštruktúry v roku 2018 nadviazali na úspešné projekty z predchádzajúcich rokov, ale vznikli aj nové, mimoriadne úspešné iniciatívy s vysokým potenciálom, a to najmä v oblasti SMART infraštruktúry CR. Hlavným cieľom všetkých realizovaných projektov bolo najmä zlepšenie informovanosti turistov tak z pohľadu rozsahu a kvality poskytovaných informácií, ako aj z hľadiska ich dostupnosti pre turistov a jednoduchého prístupu k nim. Ide o aktivity údržby a prevádzky nainštalovaných cyklosčítačov, participácia na projekte repasácie a osadenia minismerovníkov v centre mesta, osadenie informačno – navigačných nosičov v destinácii, zabezpečenie informačno – prezentačných služieb turistom prostredníctvom partnerských informačných centier umiestnených na strategických bodoch vstupu do destinácie, pravidelné zásobovanie členov, partnerov, subjektov CR v meste, regióne a prihraničných oblastiach informačnými materiálmi a brožúrami. Projekty, ktoré svojim charakterom spĺňajú kritériá SMART riešení pre turistov a zabezpečujú jednoduchý a rýchly prístup k informáciám sú: osadenie dotykových interaktívnych infopanelov, tzv. totemov a projekt bezplatného prístupu na wifi sieť v centre mesta – tzv. free WIFI.

### **Cyklosčítače**

Projekt monitorovania frekvencie prechodu cyklistov a peších chodcov prostredníctvom inštalovaných cyklosčítačov prebieha od novembra 2014. Dva cyklosčítače sú umiestnené na strategických miestach: Bratislavská hrádza – smer Berg a Viedenská cesta. Poskytujú údaje o celkovom prejazde cyklistov v oboch smeroch, vrátane individuálnych údajov o jednotlivých smeroch. Porovnanie rokov 2017 a 2018, ale aj predchádzajúcich rokov, dokumentuje pozitívny vývoj cyklistiky v meste. Na hrádzi Berg evidovali v roku 2018 cyklosčítače 183 081 prejazdov, čo je o vyše 13 % viac ako v roku 2017. Štatistiky z Viedenskej cesty potvrdzujú tento trend, keďže počet prejazdov bol 395 482, čo je nárast o takmer 20 % oproti minulému roku. Najsilnejšími mesiacmi na oboch lokalitách sú máj, júl a august. Je potrebné zohľadniť tak sezónnosť ako i vhodnosť poveternostných podmienok, ktoré ovplyvňujú štatistiky, všeobecne však evidujeme nárast záujmu obyvateľov i turistov o cyklistiku v Bratislave. Náklady na projekt zahŕňajú získavanie pravidelných štatistických dát, údržbu a kontrolu prístrojov priamo v teréne, ako i údržbu softvéru a jeho aktualizáciu.

### **Informačno-navigačná infraštruktúra v meste**

BTB sa podieľala na projekte osadenia tzv. minismerovníkov v centre Bratislavy, čo je projekt MČ Staré mesto a Slovenskej spoločnosti sprievodcov cestovného ruchu. Osadených bolo spolu zatiaľ 35 smerovníkov na 10 miestach. BTB poskytla súčinnosť pri pasportizácii stavu a vytypovaní najdôležitejších priorít z hľadiska potrieb turistov. Vlastný projekt BTB je osadenie informačno-navigačných nosičov v destinácii, s umiestnením mapy Bratislavy vrátane dôležitých kontaktných údajov a top atraktivít mesta.





Postupne sa BTB v spolupráci s partnermi (Hl. mesto Bratislava, STARZ, ZOO, Divoká voda, Danubiana a pod.) darí umiestňovať nosiče na miesta, kde pomáhajú turistom s orientáciou. Zároveň poskytujú priestor aj na uverejnenie nekomerčných informácií o ďalších turistických atrakciách a ponuke. S projektom sa bude pokračovať aj v roku 2019, pričom ide o aktivitu hradenú z členských zdrojov BTB.

### **Zabezpečenie informačných služieb prostredníctvom rozširovania informačnej infraštruktúry**

BTB vlastnými kapacitami zabezpečuje 7 infopointov (stále a sezónne) v destinácii. Intenzívny dopyt po informáciách aj na ďalších vstupných miestach do destinácie bol podnetom na zabezpečenie poskytovania informácií turistom prostredníctvom rozširovania informačnej infraštruktúry na ďalších vstupných

bodoch do destinácie. Ide najmä o prístupové body dostupné z výletných lodí prichádzajúcich do Bratislavy, konkrétne pontón Huma 6 v Twin City Gate a Osobný prístav v Bratislave. Cestovná agentúra FLORA TOUR spol. s r.o. vykonáva informačnú činnosť v **Twin City Gate na pontóne HUMA 6** pri moste SNP. Do Bratislavy prichádza Twin City Linerom viac ako 150 000 osôb, na kabínkových lodiach cca 150 000 osôb a autobusmi partnerov cca 12 000 osôb.



Pontón HUMA 6 v Twin City Gate je jedinečné informačné centrum, nachádzajúce sa na pontóne, kde priamo zastavujú lode a slúži ako vstupná brána pre turistov prichádzajúcich do Bratislavy Twin City Linerom. Predpokladom uzatvorenia zmluvy o poskytovaní turisticko-informačných služieb s CK Flora Tour bolo splnenie stanovených kritérií (uvedené na webe BTB <http://btb.visitbratislava.com/obchodne-podmienky-zabezpecenie-tic/>). Infocentrum pontón Huma 6 bolo v období apríl – október v prevádzke denne od 9 hod do 18:30 hod. Celkovo navštívilo infocentrum vyše 82 tis. návštevníkov z rôznych európskych i mimoeurópskych krajín. Najčastejšie dopyty sa týkali odporúčaných možností na stravovanie a zábavu v centre, orientáciu v meste (UFO, hrad, Devín), dostupnosť vybraných pamiatok s MHD, možnosti ubytovania, taxislužby a pod. Celkovo konštatujeme rastúcu spokojnosť turistov a návštevníkov s návštevou Bratislavy. BTB pravidelne kontroluje kvalitu a úroveň poskytovaných služieb, ako aj plnenie povinností CA Flora Tour v zmysle uzatvorenej zmluvy. Súčasťou povinností poskytovateľa informácií je aj pravidelné poskytovanie reportov a štatistík pre BTB o dopytoch turistov.

Ďalším dôležitým strategickým bodom je **Osobný prístav v Bratislave**. Slovenská plavba a prístavy – lodná osobná doprava, a.s. (SPaP-LOD), je operátor bratislavského Osobného prístavu a vedúci prevádzkovateľ lodnej osobnej dopravy na rieke Dunaj v Bratislave a okolí, zabezpečujúci širokú ponuku vyhlídkových plavieb, prepravy osôb na pravidelných linkách a plavieb na objednávku. Odchody lodí v Bratislave sú priamo z Osobného prístavu, ktorý sa nachádza na bratislavskom nábreží rieky Dunaj, medzi mostmi SNP a Starým mostom, len niekoľko krokov od historického centra Bratislavy. Bránami prístavu prechádza cca 300 000 osôb ročne. Predpokladom uzatvorenia zmluvy o poskytovaní turisticko-informačných služieb s SPaP-LOD bolo splnenie stanovených kritérií (uvedené na webe BTB <http://btb.visitbratislava.com/obchodne-podmienky-zabezpecenie-tic/>). Infocentrum v rámci



osobného prístavu Bratislava bolo v prevádzke od 1.4.2018 do 31.10. 2018, v čase od 8:00 hod do 17: 30 (resp. do 16:00 v mesiacoch september, október). Navštívilo ho takmer 125 tis. návštevníkov, a to najmä z EÚ, (prevažne zo Slovenska, Rakúska, Nemecka, Spojeného kráľovstva Veľkej Británie a Severného Írska, Česka, a mimo EÚ najmä z USA, Kanady, Ruska, Číny a pod.) Najväčší záujem bol o informácie o lodnej doprave, mapy Bratislavy, jazdy vláčikmi po centre, cestovnom poriadku, otváracích hodinách vybraných atrakcií a pod. BTB pravidelne kontroluje kvalitu a úroveň poskytovaných služieb, ako aj plnenie povinností SPaP-LOD

v zmysle uzatvorenej zmluvy. Súčasťou povinností poskytovateľa informácií je aj pravidelné poskytovanie reportov a štatistík pre BTB o dopytoch turistov.

### Zabezpečenie služieb zásobovania v destinácii

Zvyšujúci sa počet partnerských subjektov, rastúci dopyt po informáciách, potreba disponovania poskytovateľov služieb informáciami o turistickej ponuke vyústila do zabezpečenia služby zásobovania destinácie informačno-propagačnými materiálmi. BTB prostredníctvom poskytovateľa uvedených služieb na pravidelnej báze, ako aj na základe individuálnych dopytov subjektov, doručuje propagačné materiály a brožúry na vyše 60 miest v destinácii, vrátane regiónu a prihraničných oblastí (napr. Schlosshof). Frekvencia zásobovania miest je pravidelná a realizuje sa na dennej báze, s ohľadom na harmonogram prác, ako aj dopytov chýbajúcich materiálov. Miesta sú zásobované inimálne 1-krát mesačne (cca 20 lokalít), väčšina lokalít je zásobovaná 2-krát mesačne, Bratislavský hrad 3-krát mesačne, hlavné odbytiská (TIC



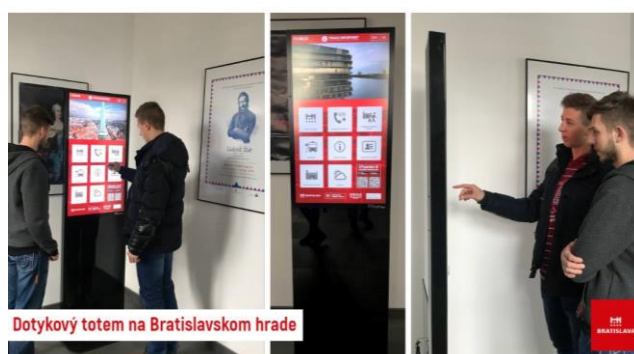
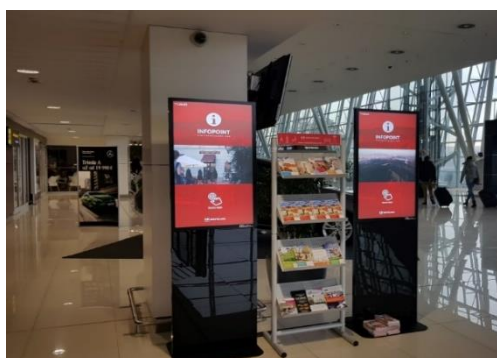
Klobučnícka a Primaciálny palác) sú zásobované 8 krát mesačne. Okrem konkrétnych lokalít sa ráta aj s ad hoc zásobovaním v zvislosti od aktuálnych potrieb a spoluorganizovaných projektov. Za účelom zisťovania úrovne kvality poskytovaných služieb bol zásobovaným subjektom zasielaný dotazník spokojnosti so službami zásobovania. Spätná väzba od subjektov na poskytované služby bola pozitívna, a všetci respondenti prejavili záujem o uvedenú službu aj do budúcnosti. Služba je zabezpečovaná na báze zmluvne dohodnutých podmienok s dodávateľom.

### Dotykové infopanely – totemy



Zámerom BTB bolo inštalovať na strategických miestach – vstupných bránach do mesta dotykové interaktívne infopanely, tzv. totemy. Dotykové totemy slúžia na vyhľadávanie praktických a užitočných informácií o destinácii, zároveň prezentujú top ponuku Bratislavy a jej najväčšie lákadlá. Navigácia v hlavnom menu je rozdelená podľa kategórií (napr. doprava, ubytovanie, stravovanie, podujatia a pod.). Totemy poskytujú praktické informácie pre turistov, ako napr. MHD spojenia, taxislužby, požičovne áut, zdravotnícke strediská či úschovne batožiny a pod. Súčasťou ponuky sú aj informácie o turistickej zľavovej karte Bratislava Card – City & Region a o možnostiach dopravy a trávenia voľného času v bratislavskom regióne. Informácie na totemoch sú dostupné v slovenskom a anglickom jazyku, s rozšírením o nemecký jazyk (I.Q 2019). V roku 2018 boli dva totemy osadené na letisku M. R. Š.

v Bratislave, 1 totem na Hlavnej železničnej stanici a 1 totem na Bratislavskom hrade, pri vstupe do múzea. Technické parametre totemov: 2“ dotykový indoor totem TM MS 4280, slim PC na prehrávanie obsahu. Súčasťou spustenia a zabezpečenia prevádzky bola konfigurácia úvodného grafického menu, pričom obsah totemov je usporiadaný lokálne ich osadenia. Znamená to, že návštevník si nájde informácie o dopravných spojeniach z daného miesta, najbližšie lekárne a ďalšie služby občianskej vybavenosti, najbližšie atrakcie vzťahujúce sa k danej lokalite. Projekt bude aj predmetom vyúčtovania poskytnutých kapitálových zdrojov. Bežné výdavky požadované na zabezpečenie projektu zahŕňajú najmä náklady na prenájom plochy na letisku M.R.Š. v Bratislave (mesačné nájomné cca 360 EUR). Okrem prenájmu priestorov sú bežné výdavky určené na správu, údržbu prístrojov, aktualizáciu obsahu, výjazdy a kontrolu zariadení, grafické práce súvisiace s aktualizáciou obsahu.





Od roku 2019 budú súčasťou aj pravidelné štatistické výstupy k používaniu totemov. Disponujeme však aj vybranými číslami za rok 2018, za totemy umiestnené na letisku a na železničnej stanici. Štatistiky sledujú počet otvorených stránok, pri kvalifikovanom odhade 3 otvorených stránok na 1 užívateľa, tak totemy od začiatku prevádzky do konca roka využilo vyše 5250 užívateľov, čo preukazuje opodstatnenosť a význam tohto projektu. Ambíciou BTB je pokračovať v aktivite a rozšíriť aj počet osadených totemov v destinácii.

Štatistiky využitia nainštalovaných totemov:

Totemy	Obdobie	Celkový počet otvorených stránok za dané obdobie	Obdobie október-december	Celkový počet otvorených stránok (okt.-dec.)	Celkový počet otvorených stránok za rok 2018
ZSSK SK	1. 6. 2018 – 30. 9. 2018	182	1. 10. 2018 – 31. 12. 2018	221	403
ZSSK EN	1. 6. 2018 – 30. 9. 2018	921	1. 10. 2018 – 31. 12. 2018	912	1833
Letisko totem 1 SK	25. 1. 2018 – 29. 9. 2018	951	1. 10. 2018 – 31. 12. 2018	160	1111
Letisko totem 2 SK	25. 1. 2018 – 25. 9. 2018	808	1. 10. 2018 – 31. 12. 2018	111	919
Letisko totem 1 EN	26. 1. 2018 – 30. 9. 2018	5273	1. 10. 2018 – 31. 12. 2018	2088	7361
Letisko totem 2 EN	25. 1. 2018 – 30. 9. 2018	3183	1. 10. 2018 – 31. 12. 2018	963	4146
<b>Spolu</b>	<b>15773 celkovo otvorených stránok za rok 2018</b>				

## Free Wifi

Ide o jedinečný projekt z pohľadu smart riešení tak pre turistov ako i obyvateľov mesta, do ktorého sa BTB zapojilo v spolupráci s hl. mestom SR Bratislava a poskytovateľom telekomunikačných služieb, spoločnosťou O2. Hlavný princíp je v poskytnutí bezplatného pripojenia na internet v centre mesta. Pôvodne projekt prevádzkovala MČ Staré mesto (obdobie SK PRESS 2016), avšak bolo potrebné nájsť nové riešenia a partnerov projektu, aby bol udržateľný aj v ďalších obdobiach. BTB vstúpilo do projektu vzhľadom na skutočnosť, že ide o jedinečný a veľmi aktuálny spôsob (vzhľadom na trend smart riešení v CR), ako prezentovať turistickú ponuku a dôležité informácie návštevníkom, ale i obyvateľom mesta. Cieľom spolupráce zainteresovaných partnerov na projekte je rozvoj turistickej informačnej infraštruktúry, propagácia produktov cestovného

/captive.pygmalios.com  
**BRATISLAVA** SK  
**VISITBRATISLAVA WIFI**  
 Pre získanie prístupu na Internet, prosím, odpovedzte na nasledujúce otázky.  
 Odkiaľ pochádzate?  
 Slovakia (Slovensko)  
 Váš vek  
 Prosím vyberte  
 Trvanie pobytu v Bratislave  
 Prosím vyberte  
**ZÍSKAŤ PRÍSTUP NA INTERNET**

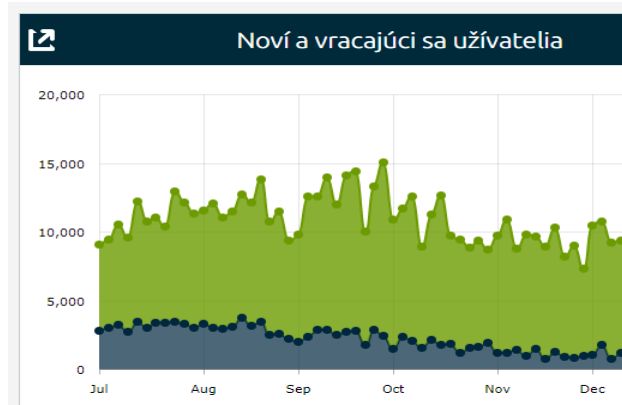
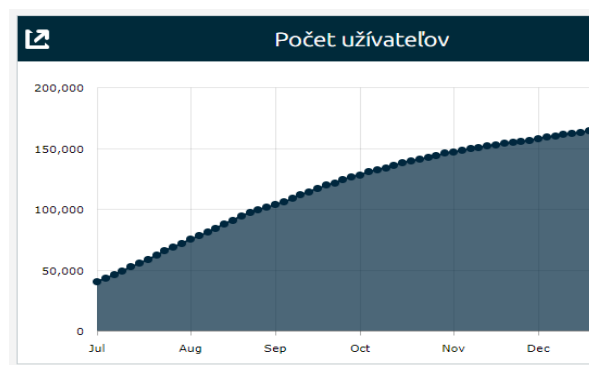
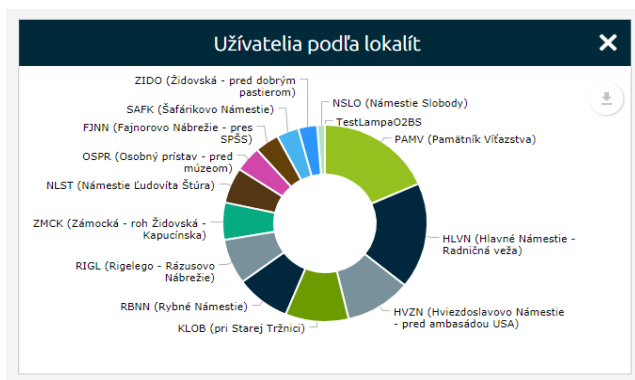
ruchu v destinácii ako aj

propagácia samotnej destinácie. Pripojenie je možné vďaka 13 uzlom lokalizovaným v jednotlivých častiach centra mesta (rozpis uzlov v obrazovej prílohe v časti 5. Infraštruktúra CR). Projekt spĺňa podmienky platnej európskej legislatívy v zmysle tzv. GDPR.

BTB v rámci projektu zabezpečuje:

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

Od spustenia projektu v máji 2018 do konca roka využilo pripojenie vyše 270 tisíc užívateľov. Ďalšie vyhodnotenie je súčasťou obrazových príloh vyúčtovania.



Vyhodnotením aktivít v rámci kapitoly Infraštruktúra cestovného ruchu konštatujeme, že sa podarilo naplniť ciele stanovené v danej oblasti na rok 2018 a dodávame, že sa výrazne zintenzívnili aktivity v oblasti smart riešení pre turistov (i obyvateľov mesta):

- Kvantitatívny a kvalitatívny rozmach informačno-navigačného systému pre domácich a zahraničných návštevníkov
- Efektívne sprostredkovanie žiadaných informácií návštevníkom
- Zvýšenie kvalitatívnej úrovne infraštruktúry CR
- Sprístupnenie menej známych/frekventovaných atraktivít CR návštevníkom
- Zlepšenie informovanosti návštevníkov o ponuke destinácie.





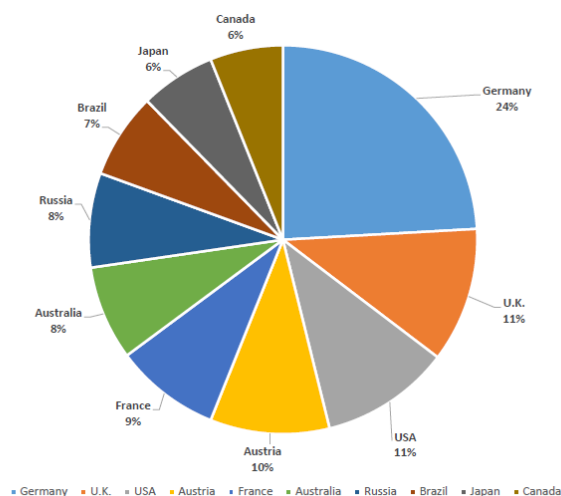
# 6. ZAVEDENIE HODNOTIACEHO SYSTÉMU KVALITY SLUŽIEB

BTB obstarala koncom roka 2016 systém „splash screen“ ktorý je nadstavbou free wifi siete v priestoroch TIC Klobočnícka a slúži na efektívne zisťovanie vybraných údajov od užívateľov wifi siete, vrátane možnosti zisťovania ich spokojnosti s kvalitou a úrovňou poskytovaných služieb v destinácii. Dáta, ktoré systém získava, BTB pravidelne spracúva a vyhodnocuje. Systém prešiel harmonizáciou v súlade s platnou európskou legislatívou o ochrane osobných údajov (GDPR) a slúžil ako vzorová platforma pri spúšťaní projektu free wifi v centre mesta. Oba projekty predstavujú smart riešenia pre návštevníkov Bratislavy, a zvyšujú dostupnosť informácií ale i komfort turistov pri zisťovaní potrebných údajov. K základným údajom, ktoré má BTB prostredníctvom tohto zariadenia k dispozícii patrí: počet prihlásených užívateľov, krajina pôvodu, veková kategória, dĺžka pobytu. Okrem toho zariadenie sleduje počet minút strávených online, opakované vrátenie mobilných zariadení do priestoru TIC, intenzitu návštevnosti v rámci dní v týždni a mesiacov v roku, ale aj počas jednotlivých hodín dňa a ďalšie štatistiky. Systém pred pripojením užívateľa na free wifi v TIC BTB zisťuje základné dôležité údaje o užívateľovi (krajina pôvodu, veková kategória, dĺžka pobytu) resp. o jeho spokojnosti s návštevou Bratislavy a so službami CR. Na základe vyhodnotenia týchto informácií má BTB cenné údaje o návštevníkoch, s ktorými môže pracovať a ktoré môže poskytnúť aj svojim partnerom za účelom zvyšovania kvality služieb CR.

#### Hlavné zistenia:

- Dominantnou skupinou zahraničných návštevníkov v TIC sú návštevníci z Nemecka a UK – 25%,
- Dominantnou skupinou z hľadiska veku je veková kategória 18-30, priemer - 41%,
- Najväčšia intenzita návštevnosti počas dňa je medzi 11:00 až 14:00,
- Priemerný čas strávený vo vnútri TIC je viac ako 15 min.,
- Najväčšia Intenzita návštevnosti v dňoch počas týždňa: piatok, utorok, sobota,
- Pokles návštevníkov z Rakúska, zvýšenie USA, v porovnaní s údajmi z 2017,
- Návštevníci z UK – vysoký podiel prenocovania 3+ noci.

Graf: Top krajiny pôvodu návštevníkov







# 7. VZDELÁVACIE AKTIVITY

[www.visitbratislava.com](http://www.visitbratislava.com)



Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a CR v nej sa orientovali tak na zamestnancov BTB, ako aj na externé prostredie organizácie, t. j. členov, partnerov, poskytovateľov služieb v CR, sprievodcov CR a pod. Zahŕňame sem vzdelávanie zamestnancov, odborné semináre a konferencie – vrátane konferencií v rámci členstva v ECM, vzdelávanie subjektov CR v destinácii, pracovné stretnutia a výmena poznatkov a skúseností v rámci partnerských OOCR, KOOCR a ďalších subjektov CR. Dôležitou oblasťou je členstvo BTB v medzinárodných a národných organizáciách CR, hradené z členských zdrojov. Ide o organizácie na národnej úrovni (Zväz cestovného ruchu, KOOCR BRT, AOOCR, AICES) a na medzinárodnej úrovni (Danube Competence Center, European Cities Marketing, Society for Incentive Travel Excellence).

### **Vzdelávacie aktivity pre zamestnancov, členov, partnerov BTB**

#### Seminár pre sprievodcov CR (6. - 7.2. 2018)

Zamestnanci TIC BTB organizačne zabezpečili dvojdňový tréning pre sprievodcov cestovného ruchu v oblasti komunikačných zručností a riešenia konfliktov. Program sa realizoval formou praktických cvičení a bol orientovaný na riešenie prípadových situácií, s ktorými sa môže sprievodca stretnúť pri výkone svojej práce. Vzdelávacieho programu sa zúčastnilo 28 sprievodcov cestovného ruchu, prejavili veľkú spokojnosť s úrovňou a kvalitou semináru.



#### Seminár pre pracovníkov TIC BTB (13. – 14.3.2018)

Zamestnanci TIC BTB absolvovali dvojdňový tréning vedený medzinárodne uznávanou expertkou na vzdelávanie pracovníkov TIC, s 15 ročnou praxou ako riaditeľka odd. služieb zákazníkom v organizácii Visit Berlin. Tréning bol rozdelený do 4 modulov:

- Modul č. 1: Kvalita služieb – orientácia na zákazníka a motivácia personálu
- Modul č. 2: Interkultúrna komunikácia v zákazníckom servise (profesionálne správanie v TIC)
- Modul č. 3: Manažment kvality a manažment riešenia sťažností
- Modul č. 4: Podpora predaja v turistických informačných centrách

Zamestnanci TIC BTB získali mnohé cenné poznatky a skúsenosti, ktoré môžu pretaviť do dennej praxe vykonávania pracovnej agendy.



### Komunikačný seminár pre pracovníkov BTB (21. – 22.3.2018)

Zamestnanci BTB absolvovali špecializovaný vzdelávací seminár v oblasti komunikačných zručností a techník. Seminár bol osobitne určený pre pracovníkov TIC a pre pracovníkov backoffice BTB. Bol vedený formou praktických ukážok a cvičení a orientoval sa tie oblasti, ktoré sú kľúčové v dennej praxi zamestnancov BTB.



### Chinese Tourist Welcome Training Bratislava

Dvaja zástupcovia BTB absolvovali špecializovaný seminár venovaný problematike správneho a interkultúrne kompetentného poskytovania služieb/komunikovania v obchodných vzťahoch s návštevníkmi z Číny. Vzhľadom na výrazné kultúrne odlišnosti je v obchodnom styku (resp. poskytovaní služieb pre čínskych turistov) nevyhnutné poznať a rešpektovať osobitosti spojené s kultúrnymi rozdielmi. Kurz bol vedený certifikovanou spoločnosťou COTRI v spolupráci s veľvyslanectvom Číny na Slovensku a každý účastník získal certifikát o jeho absolvovaní. Na tému pripravenosti Bratislavy na čínskych návštevníkov nadväzujú aj ďalšie aktivity BTB, a to stretnutie so zástupcami samosprávy mesta Xiamen v Bratislave a účasť na konferencii Blue Economy Conference v čínskom meste Qingdao.



### Stretnutie so zástupcami mesta Xiamen (7. február 2018)

Stretnutie sa konalo na podnet delegácie tohto čínskeho mesta, ktorá mala záujem oboznámiť sa s možnosťami spolupráce s Bratislavou v oblasti cestovného ruchu. Na stretnutí sa okrem BTB zúčastnili aj zástupcovia vybraných pozvaných súkromných poskytovateľov služieb CR v Bratislave. Prebehla prezentácia mesta Xiamen a následne bola diskusia kde sa zúčastnené subjekty navzájom informovali o možnostiach spolupráce a následne si vymenili kontakty na možnú budúcu spoluprácu.



### Blue Economy Conference, World MICE Day (20.-29.10.)

BTB obdržala oficiálne pozvanie od zástupcov z Číny na konferencie Blue Economy Conference-World Small Town Economy Forum a World MICE Day 2018 v čínskom meste Qingdao. Na oboch



konferenciách bola príležitosť prezentovať Bratislavu ako destináciu pre čínsky trh – leisure a MICE. Počas prezentácií bolo použité aj unikátne video v čínskom jazyku, ktoré BTB pripravila v rámci vlastných personálnych kapacít. Video prezentuje Bratislavu ako destináciu vhodnú nielen pre turizmus, ale aj pre podnikateľské aktivity a nové spolupráce spojené s Čínou. Na produkcii sa podieľalo veľvyslanectvo Čínskej ľudovej republiky na Slovensku, Slovenská agentúra pre rozvoj investícií a obchodu, odborníci na cestovný ruch, hotelieri, ale aj čínska učiteľka žijúca v Bratislave či čínski turisti. Video zožalo na oboch konferenciách veľký úspech. Účasť na konferenciách predstavovala jedinečnú príležitosť nielen na predstavenie Slovenska a Bratislavy ako vhodnej destinácie pre čínskych turistov, ale bola to aj vynikajúca možnosť získať nové obchodné kontakty na tomto trhu a bližšie spoznať dopyt z čínskej strany ako aj jeho osobitosti. BTB si plne uvedomuje, že Čína je momentálne veľmi dôležitý trh pre celú Európu a teda aj pre Slovensko a Bratislavu.

### Emerging Europe Awards (21.-23.6.2018)

BTB bola začiatkom roka 2018 nominovaná v súťaži Emerging Europe Awards v kategórii destinačná kampaň roka 2017 s kampaňou „Osobnosti v Bratislave“. Súťaž každoročne zastrešuje organizácia Emerging Europe (EE). Koncom apríla informovala organizácia EE BTB, že kampaň „Osobnosti v Bratislave“ sa dostala medzi 10 najlepších kampaní. Súčasťou bola pozvánka na slávnostné vyhodnotenie spojené s odborným vzdelávacím workshopom a prezentáciou, ktoré sa konali v Londýne. Na tejto prezentačno-vzdelávacej aktivite sa zúčastnili dvaja zástupcovia BTB. BTB sa podarilo umiestniť s kampaňou „Osobnosti v Bratislave“ na skvelom štvrtom mieste. Účasťou na tomto podujatí sme taktiež získali cenné kontakty a inšpiratívne poznatky.



### **Účasť na konferenciách a vzdelávacích seminároch organizovaných European Cities Marketing (ECM)**

#### ECM Spring Meeting Reykjavik - Hack the City (21.2. – 24.2. 2018)

Pravidelná jarná konferencia organizovaná ECM sa koná vždy v inom členskom meste a venuje sa vybranej aktuálnej problematike v oblasti destinačného manažmentu a marketingu. Názov Hack the City odkazoval na aktuálne trendy a problematiku organizácií destinačného manažmentu a marketingu (DMOs) v rýchlo sa meniacom prostredí medzinárodného CR s dôrazom na európsky priestor. Súčasťou programu sú aj stretnutia pracovných skupín tzv. „Knowledge groups“ zamerané na parciálne témy v destinačnom manažmente: Research





and Statistics, City Marketing, Digital Destinations, Meetings Industry a Tourist Information Centres. Prezentácie z konferencie sú po jej ukončení sprístupnené pre všetkých členov, a tak majú aj zamestnanci BTB prístup k týmto aktuálnym informáciám. Osobná účasť na konferencii je jedinečnou príležitosťou na získavane cenných kontaktov a výmenu poznatkov a skúseností.

#### ECM 32nd Summer School Thesaloniki (24.-29.8.)

V roku 2018 sa konal 32. ročník ECM Summer School - intenzívny vzdelávací program a komplexné školenie pre mladých profesionálov v oblasti Meetings Industry, ktorý ponúka príležitosť uviesť sa do problematiky kongresového cestovného ruchu, ukážky a analýzy konkrétnych prípadov zo skúseností Európskych organizácií CR, DMC a PCO, návrhy



riešení a konkrétne dopyty z praxe, účasť medzinárodných expertov a speakrov z oblasti MICE, prednášky, workshopy a interaktívne panelové diskusie. Účastníkov programu (študentov) bolo 62 z celého sveta, najmä predstavitelia európskych mestských či celonárodných convention bureaus a 16 prednášajúcich. Po úspešnom absolvovaní letnej školy a záverečného testu získali účastníci potvrdzujúci certifikát o účasti.

#### ECM City Cards Expert Meeting, Zürich (4. – 5.10.2018)

Stretnutie pracovnej skupiny ECM, ktorej hlavným cieľom je zvyšovanie kvality destinačných produktov mestskej (resp. regionálnej) karty a ich spoločná propagácia a podpora predaja prostredníctvom Facebook stránky „We love citycards“. Aktuálne má pracovná skupina 35 členov – 35 európskych miest, za BTB je



v pracovnej skupine aktívna vedúca TIC BTB. Hlavnou témou dvojdňového stretnutia boli marketingové a produktové riešenia destinačných turistických kariet. Je to výborná platforma na výmenu skúseností, zdieľanie príkladov dobrej praxe a inšpirácie pre vlastnú destináciu. Hostujúce mesto vždy prezentuje svoju organizáciu a činnosť (členovia, princíp a podmienky členstva, financovanie, podmienky fungovania, legislatíva), s dôrazom na konkrétne riešenia v oblasti poskytovania zľavových mestských kariet.

### TIC Expert Meeting Lvov, (24. – 26.10.2018)

Stretnutia expertnej skupiny TIC ECM sa zúčastnilo 72 zástupcov TIC zo 42 miest a 26 krajín Európy. Zástupcovia TIC BTB sa zúčastnili v poradí už 5. stretnutia tejto expertnej skupiny. Stretnutia sú mimoriadnou príležitosťou pre networking a zbieranie skúseností. Každoročne má 1 vybraný pracovník TIC možnosť absolvovať stáž v TIC v hostiteľskom meste. V tomto roku bola na tomto stretnutí ocenená za vynikajúcu prácu a proklientský prístup pracovníčka TIC BTB, ktorá absolvovala dvojdnovú stáž v TIC Lvov. Téma stretnutia sa venovala novému konceptu hospitality servisu, tzn. novému spôsobu ako poskytovať hospitality servis, informácie a služby. Okrem prezentácií a diskusií prebehli kreatívne workshopy Hackathon. Počas prípravy prezentácií bola využitá možnosť užitočnej výmeny skúseností a informácií so zástupcami TIC z rôznych európskych miest.



absolvovať stáž v TIC v hostiteľskom meste. V tomto roku bola na tomto stretnutí ocenená za vynikajúcu prácu a proklientský prístup pracovníčka TIC BTB, ktorá absolvovala dvojdnovú stáž v TIC Lvov. Téma stretnutia sa venovala novému konceptu hospitality servisu, tzn. novému spôsobu ako poskytovať hospitality servis, informácie a služby. Okrem prezentácií a diskusií prebehli kreatívne workshopy Hackathon. Počas prípravy prezentácií bola využitá možnosť užitočnej výmeny skúseností a informácií so zástupcami TIC z rôznych európskych miest.

### Digital Tourism Think Tank Global, Helsinki (29.-30.11.2018)

Konferencia, ktorej spoluorganizátorom je asociácia *European Cities Marketing* bola zameraná na spôsoby prezentácie a marketingu destinácií prostredníctvom digitálnych prostriedkov, ako aj prezentovanie rôznych technológií slúžiacich na zvýšenie povedomia o destinácií či netradičných technik marketingových kampaní. Na konferencii prezentovalo vyše 20 spíkrov a odborníkov z európskych (Helsinki, Kodaň, Eindhoven, Amsterdam a i.) ako aj svetových (Dubaj, Portoriko, San Diego, Grónsko a i.) organizácií cestovného ruchu, zástupcov firiem spolupracujúcich s destináciami či ponúkajúcimi produkty a služby v oblasti cestovného ruchu.



### **Pracovné stretnutia s partnerskými OOCR a KOOR**

#### Tourism X Games (5.4. – 7.4.2018)

Pri príležitosti 100. výročia založenia Československej republiky sa zimné športové hry CR organizovali v úzkej spolupráci českej národnej agentúry Czech Tourism, MDV SR, partnerských OOCR a KOOR z Čiech i Slovenska na Štrbskom plese. BTB sa akcie zúčastnila v počte 10 zamestnancov, s aktívnym zapojením do súťaží, ako aj spoločenského





programu, vrátane vzdelávaco – prezentačných aktivít. Podujatie prepojilo českých a slovenských zástupcov organizácií CR a bolo vhodnou platformou na neformálny networking.

#### Pracovné stretnutie s partnerskými OOCR a KOOCR na Slovensku (6. – 9.6. 2018)

Na základe pozvania od partnerských OOCR na Slovensku, v zastúpení OOCR Severný Spiš Pieniny, sa kolektív zamestnancov BTB zúčastnil vzdelávacieho a poznávacieho semináru v regióne Pieniny, v ktorom pôsobí OOCR Severný Spiš Pieniny. Cieľom semináru bolo vzájomné stretnutie zástupcov OOCR, diskusia na tému rozvoja cestovného ruchu v regiónoch



na Slovensku, porovnanie skúseností, výmena know – how a príkladov dobrej praxe. Dôležité témy boli aj produktová ponuka v CR a príklady produktov CR priamo v regióne. Zamestnanci BTB mali okrem odbornej časti semináru možnosť navštíviť vybrané atraktivity cestovného ruchu v regióne, vrátane absolvovania stretnutia so zástupcami týchto atraktivít, ktorí BTB bližšie priblížili svoju činnosť a fungovanie. Išlo o Kúpele Červený Kláštor, Hrad Stará Lubovňa, združenie Goralov Pieniny, Nestville Hniezdne. Okrem zástupcov OOCR Severný Spiš Pieniny absolvovali zamestnanci BTB stretnutie so zástupcami OOCR Tatry Spiš Pieniny a KOOCR Severovýchod Slovenska. Zúčastnili sa aj na Vzdelávací seminár významne prispel k rozšíreniu vedomostí, schopností a zručností zamestnancov BTB v oblasti rozvoja cestovného ruchu v mimomestských destináciách na Slovensku.

#### Pracovné stretnutie so zástupcami poskytovateľov služieb a OOCR, Vysoké Tatry

Zástupcovia BTB boli pozvaní na pracovné stretnutie s partnermi v regióne Vysoké Tatry, kde boli prezentované aktuálne novinky v oblasti CR a kde sa prezentovali eventové agentúry so svojou ponukou a zaujímavým programom.





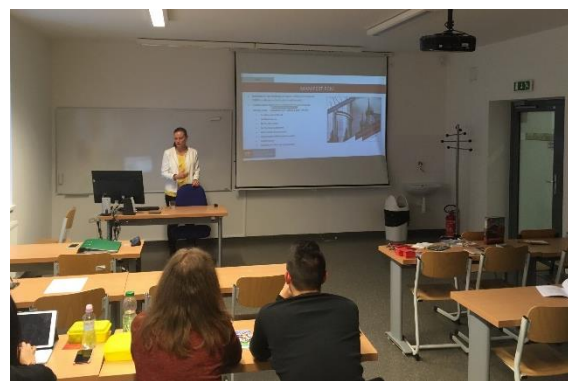
## Prezentácia MICE stratégie v meste Košice (25. – 26.4.2018)

Visit Košice pozvalo oddelenie MICE BTB na pracovné stretnutie k téme rozvoja kongresového cestovného ruchu. Cieľom bolo predstaviť prípadovú štúdiu Bratislavy formovanie Bratislava Convention Bureau a tvorba stratégie rozvoja MICE. Vedúca oddelenia MICE (BCB) prezentovala aktivity BTB/BCB s dôrazom na MICE segment, priblížila vývoj formovania BCB a jeho manažment. Prezentovala vytvorenie identity BCB, spoluprácu s miestnou komunitou, ako aj proces tvorby strategického materiálu MICE Strategy. Výstupom stretnutia bolo zadefinovanie potreby častejších a intenzívnejších dialógov komunity, ako aj možná zmena smerovania marketingových aktivít viac na tzv. softvér ako na hardvér destinácie. Účasťou na stretnutí sme ako DMO zdieľali naše osobné pracovné skúsenosti s komunitou profesionálov z iného regiónu, ktorý ma veľký potenciál pre rozvoj MICE (obzvlášť „M“ a „C“).



### **Prezentácie pre študentov cestovného ruchu**

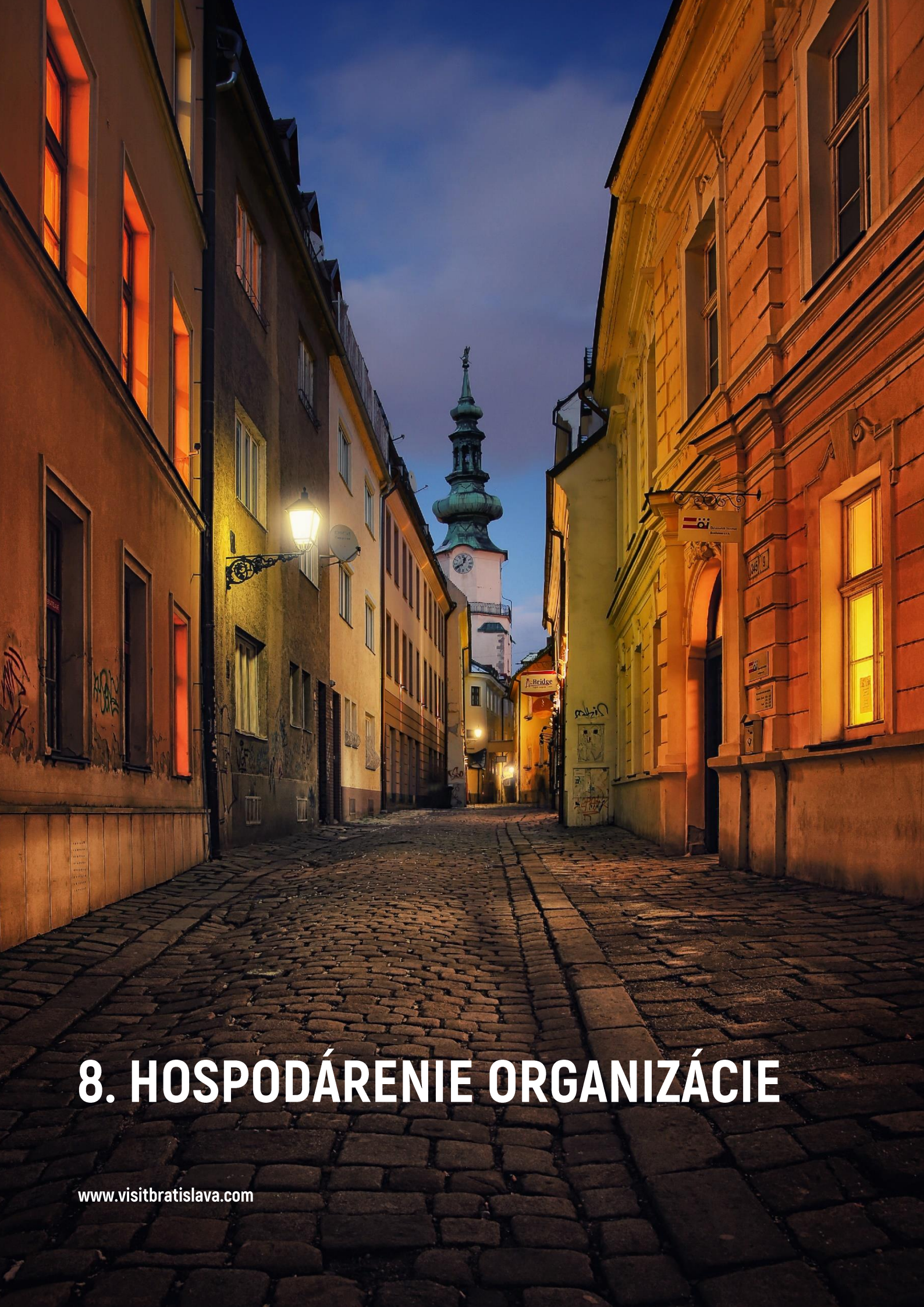
Zamestnanci BTB zabezpečili v priebehu roka 2018 niekoľko prezentácií činnosti organizácie pre potreby rôznych vzdelávacích inštitúcií v oblasti CR. BTB pravidelne dostáva žiadosti o takúto formu prezentácií a to nielen zo Slovenska, ale aj zo zahraničia. Zabezpečili sme prezentáciu činnosti TIC BTB a Bratislava CARD študentom Obchodnej fakulty Ekonomickej univerzity Bratislava, prezentáciu Bratislavy pre zahraničných študentov programu Erasmus na Obchodnej fakulte EUBA, prezentáciu činnosti BTB pre študentov cestovného ruchu na Univerzite Konštantína Filozofa v Nitre. Bratislavu a činnosť BTB sme prezentovali aj študentom CR z Viedne (Tourismusschule HLTW13 Wien), USA a Holandska. Okrem toho poskytuje BTB krátkodobé i dlhodobé stáže študentom CR, (v roku 2018 absolvovalo v BTB stáž 6 študentov), vrátane študentov zo zahraničia (Poľsko – program Erasmus, Francúzsko – program Erasmus plus, Česká republika – Vysoká škola hotelová v Prahe). BTB poskytuje konzultačnú činnosť študentom v rámci písania záverečných prác, vyplňa dotazníkové prieskumy a poskytuje riadené rozhovory študentom na vybrané témy.



Na základe zhodnotenia aktivít v rámci tejto kapitoly konštatujeme, že sa podarilo naplniť stanovené ciele na rok 2018:

- Zvýšenie povedomia o dôležitosti CR v národnej ekonomike.
- Zvýšenie odbornosti a kvalifikovanosti zamestnancov BTB.
- Zvýšenie povedomia a kompetencií v CR členov BTB, partnerov BTB, pracovníkov CR.
- Zosilnenie postavenia BTB v medzinárodných štruktúrach CR.
- Nadviazanie strategických partnerstiev.





# 8. HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE



## Činnosť riadiacej a výkonnej zložky BTB

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

„Výkonný riaditeľ je povinný raz za tri mesiace predkladať predstavenstvu na jeho rokovaní správu o činnosti organizácie, jej jednotlivých úsekoch, sekciách a zoznam zmlúv a iných právnych úkonov, ktoré uzatvoril a podpísal za predchádzajúce tri mesiace. Výkonný riaditeľ je povinný poskytnúť predstavenstvu na jeho vyžiadanie potrebné podklady a informácie i kedykoľvek medzi zasadnutiami predstavenstva.“ Spravidla raz za dva týždne sú organizované spoločné porady výkonnej zložky BTB.

Výkonná zložka predkladá na námatkovú kontrolu dokumentáciu k aktivitám a prevádzke aj DR BTB. Predseda DR BTB sa zúčastňuje na rokovaní predstavenstva.

Sporadicky sa vedúci jednotlivých oddelení, výkonný riaditeľ a predseda predstavenstva BTB zúčastňujú na rokovaní komôr, kde informujú členov o parciálnych úlohách a aktivitách, ktoré BTB priebežne realizuje a o ktoré sa jednotliví členovia intenzívne zaujímajú a na mnohých aktívne participujú.

Jednotlivé oddelenia BTB (back office i front office - TIC) vypracúvajú pre Predstavenstvo BTB na pravidelnej báze plán marketingových aktivít pozostávajúci z čiastkových aktivít oddelení vrátane predpokladaných finančných nákladov na každú aktivitu. Predstavenstvo následne na zasadnutí stanovuje priority realizácie plánu marketingových aktivít. Výkonná zložka organizácie sa stretáva na pravidelných pracovných poradách raz týždenne, kde sa prechádzajú všetky projekty a aktivity za jednotlivé oddelenia, stanovujú sa úlohy na najbližšie obdobie vrátane termínov plnenia a zodpovedných osôb za plnenie úloh. Z porad sa vypracúvajú zápisy obsahujúce úlohy spolu s personálnou zodpovednosťou a časovým harmonogramom plnenia, čím sa zabezpečuje priebežná adresná kontrola a efektívny chod organizácie.

Zamestnanci absolvovali počas roka 2018 v rámci skvalitnenia ich práce a osobného rozvoja rôzne druhy školení napr. o komunikácii, BOZP či o zákone o verejnom obstarávaní a procesoch s tým súvisiacich.

Na pravidelnej báze BTB informuje o stratégiách a realizácii plánu aktivít aj komisiu CRMS, zástupcovia sa zúčastňujú rokovaní komisie. Vzájomná intenzívna spolupráca predstavenstva BTB a komisie CRMS pomáha k dosahovaniu stanovených cieľov a výsledkov. Cieľom BTB je premietnuť do svojej činnosti i priority komisie CRMS v oblasti rozvoja cestovného ruchu v Bratislave.

BTB v roku 2018 hospodárila s rozpočtom v celkovej výške 2 072 503,- EUR. Z toho výška dotácie od MDaV SR bola vo výške 826 650,- EUR. Zvyšná časť príjmovej časti rozpočtu pozostáva z členských príspevkov a príjmov z podnikateľskej aktivity BTB. Organizácia efektívne využila 100 % pridelenej dotácie Ministerstva dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja SR (826 650,- EUR), pričom zdroje boli využité na oprávnené aktivity na podporu rozvoja CR v zmysle zákona č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov.

### **Financovanie a hospodárenie BTB**

Príjmy BTB pozostávajú z členských príspevkov členov BTB (hl. mesto SR Bratislava a ostatní členovia), z nenárokovateľnej dotácie MDV SR a z vlastných príjmov organizácie v rámci zdaňovanej činnosti.

BTB v roku 2018 hospodárila s rozpočtom v celkovej výške 2 072 503,- EUR. Výška pridelenej dotácie MDV SR na realizáciu aktivít BTB na podporu rozvoja CR v Bratislave udelená na základe vypracovaného projektu bola 826 650,- EUR. Zvyšná časť príjmovej časti rozpočtu pozostáva z členských príspevkov (hl. mesto: 1 020 000,- EUR a ostatní členovia – 28 700,- EUR), príjmov z podnikateľských aktivít BTB. Plán aktivít a rozpočet BTB bol schválený Valným zhromaždením z dňa 11.12.2017 na základe uznesenia č. 5 a č. 6. Organizácia efektívne využila 100% pridelenej dotácie MDV SR (826 650,- EUR), pričom zdroje boli využité na oprávnené aktivity na podporu rozvoja CR v zmysle zákona č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov.

Bratislava Tourist Board hospodárila v roku 2018 podľa nasledovného rozpočtu:

<b>Analýza príjmov a výdavkov BTB</b>		
	<b>2018</b>	<b>2017</b>
<b>Príjmy (výnosy)</b>	<b>EUR</b>	<b>EUR</b>
Tržby za služby 602	211 915,58	177 398,66
Tržby za predaný tovar 604	37	0
Pokuty 641	0	0
Úroky 644	0	7,68
Kurzové zisky 645	10,29	23,57
Prijaté dary 646	0	3156
Ostatné výnosy 649	5 906,96	1 161,41
Tržby z predaja materiálu 654	75	0
Členské príspevky 664	1 048 700	992 450
Dotácia 691	826 650	738 121
Dotácia 691 (odpis majetku)	6 047	0
Dotácia 691 opravná položka voči roku 2016	-26 838,74	0
<b>SPOLU</b>	<b>2 072 503,09</b>	<b>1 912 318,32</b>

<b>Výdavky (náklady)</b>	<b>2018</b>	<b>2017</b>
Spotreba materiálu 501	113 625,63	143 919,85
Spotreba energií 502	8 110,52	5 973,41
Predaný tovar 504	37	0
Opravy a udržiavanie 511	4 807,98	7 181,63
Cestovné 512	43 884,45	29 001,51
Náklady na reprezentáciu 513	5 395,93	3 495,19
Služby 518	917 722,37	774 923,01
Mzdové náklady 521	542 639,91	497 425,17
Zákonné SP a ZP 524	185 939,52	161 879,57
Ostatné SP 525	780,34	725,12
Zákonné sociálne náklady 527	17 130,65	15 531,09
Daň z MV 531	64	68,8
Ostatné dane a poplatky 538	1 301,06	1 079,96
Zmluvné pokuty a penále 541	0	4,99
Ostatné pokuty a penále 542	17,91	28,46
Odpísanie pohľadávky 543	5 236	12
Kurzové straty 545	314,11	104,16
Osobitné náklady 547 (presstrip, famtrip)	58 122,86	53 410,49
Manká a škody 548	135,01	327,75
Iné ostatné náklady 549	3 178,40	2 737,78
Odpisy 551	21 101	15 060
Poskytnuté príspevky iným ÚJ 562	110 410	108 420
Daň u úrokov 591	0	1,44
<b>SPOLU</b>	<b>2 039 954,65</b>	<b>1 803 311,38</b>

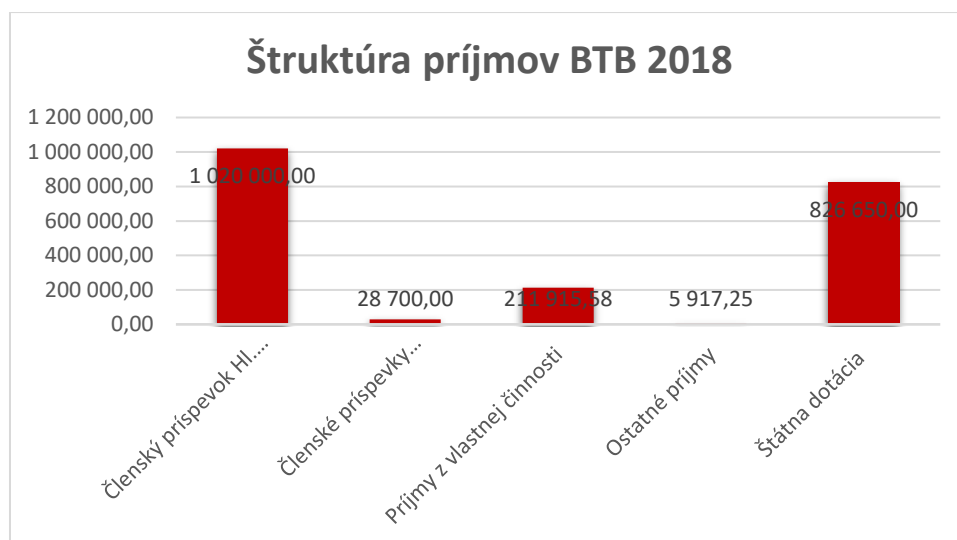
<b>HV z nezdaňovanej činnosti</b>	<b>37028</b>	<b>114684,16</b>
<b>HV zo zdaňovanej činnosti</b>	<b>-4479,56</b>	<b>-5677,22</b>
<b>Celkový HV</b>	<b>32548,44</b>	<b>109006,94</b>



Hospodársky výsledok zo zdaňovanej činnosti Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za rok 2018 predstavoval stratu 4479,56 EUR, čo bolo spôsobené zvýšenými nákladmi na služby spojené s podnikateľskou činnosťou, mzdy a zákonné ZP a SP. Náklady súvisiace s podnikateľskou činnosťou boli vo výške 216 922,27 EUR.

Štruktúru príjmov organizácie ilustruje nasledujúci graf č. 8.

Graf č. 8: Štruktúra príjmov BTB 2018



Zdroj: Vlastné zdroje

Príjmy z vlastnej činnosti dosiahli oproti roku 2017 nárast o 34 516,92 EUR čo v percentuálnom vyjadrení predstavuje 21%. Príjmy z podnikateľskej činnosti v roku 2018 dosiahli výšku 211 915,58 EUR, v prevažnej miere ide hlavne o poskytovanie sprievodcovských služieb v rámci hlavného mesta, nárast počtu predaja BC kariet a začlenenie partnerov do financovania karty, príjem za propagačnú a informačnú činnosť v TIC na Klobočnickej ulici a na letisku M.R. Štefánika a iné parciálne aktivity počas roka 2018.

Tabuľka č. 8 Prehľad výnosov BTB za rok 2018

Názov účtu	Účet	Suma v EUR
Predaj BC kariet	60210	89 578,77
Tržby za sprevádzanie turistov	60220	34 255,74
Tržby z nájomného	60230	2 654,00
Tržby z reklamy	60240	60 798,68
Ostatné tržby	60250	24 628,39

Zdroj: Vlastné spracovanie

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

BTB bola počas roka 2018 členom viacerých národných i medzinárodných organizácií CR: na národnej úrovni Zväz cestovného ruchu – ročné členské 3 000,- EUR, KOČR Bratislava Region Tourism – ročné členské 99 245,- EUR, Asociácia organizácií cestovného ruchu – ročné členské 3 000,- EUR, Asociácia informačných centier Slovenska – 165,- EUR a na medzinárodnej úrovni Danube Competence Center – ročné členské 3 000,- EUR, European Cities Marketing – ročné členské 3 000,- EUR, Society for Incentive Travel Excellence – ročné členské 420,- EUR, ARGE – Strasse der Kaiser und Könige – ročné členské 3 000,- EUR.

V roku 2018 uhradila BTB členské do KOČR BRT vo výške 99 245,- EUR podľa dohodnutého splátkového kalendára nasledovne:

1. 31.1.2018 30 000,- EUR
2. 15.4.2018 30 000,- EUR
3. 30.6.2018 39 245,- EUR

Významné položky nákladovej časti rozpočtu organizácie boli v roku 2018 najmä náklady na marketingové a PR služby, outsourcing služieb, mzdy, prevádzkové náklady organizácie, infocesty a ďalšie. Celkové mzdové náklady BTB (back office plus front office, odmeny predstavenstvo a dozorná rada) za rok 2018 predstavovali sumu 542 639,91 EUR pri stave 8 členov predstavenstva a 4 členovia dozornej rady, 24 zamestnancov na TPP (z toho 1 rodičovská dovolenka, 1 dlhodobá PN) a 1 zamestnanec mimo TPP, 44 dohodárov za rok 2018. Priemerná hrubá mzda zamestnanca BTB k 31.12.2018 bola vo výške 1458,80 EUR (vypočítané zo zamestnancov na TPP a mimo TPP).

Doplnkové dôchodkové poistenie bolo vo výške 780,34 EUR a náklady na pracovný fond dohodárov a brigádnikov boli vo výške 21 042,35 EUR. Bližšie členenie je uvedené v nasledujúcej tabuľke.

Tabuľka č. 5: Mzdové náklady BTB za rok 2018

	TIC		Marketing		Dohodári	Dohodári TIC
	Cena práce	DDP	Cena práce	DPP	Cena práce	Cena práce
Január	16 877,35 €	55,10 €	31 333,64 €	0,00 €	896,63 €	595,44 €
Február	16 036,99 €	54,74 €	30 013,24 €	0,00 €	81,12 €	587,89 €
Marec	16 454,06 €	60,95 €	32 963,74 €	0,00 €	0,00 €	1 363,52 €
Apríl	17 003,45 €	69,40 €	31 276,32 €	0,00 €	162,24 €	1 606,85 €
Máj	15 864,13 €	54,14 €	32 495,63 €	0,00 €	101,39 €	1 100,80 €
Jún	27 993,50 €	95,84 €	55 368,02 €	0,00 €	101,39 €	1 561,44 €
Júl	16 593,14 €	55,29 €	34 133,13 €	0,00 €	60,83 €	2 337,72 €
August	17 020,60 €	60,89 €	33 256,68 €	0,00 €	81,12 €	2 968,67 €
September	16 405,89 €	54,55 €	31 231,82 €	0,00 €	359,58 €	2 589,80 €
Október	15 929,37 €	54,19 €	32 652,89 €	0,00 €	699,77 €	1 470,55 €
November	27 062,77 €	108,78 €	57 685,06 €	0,00 €	101,39 €	810,36 €
December	16 240,61 €	56,47 €	33 138,86 €	0,00 €	40,55 €	1 363,30 €

Zdroj: Vlastné spracovanie

Na nákup spotrebného materiálu a energií vynaložila BTB v roku 2018 celkovo 121 736,15 EUR. Suma vynaložených výdavkov na hlavnú nezdaňovanú činnosť predstavovala z celkovej výšky 108 586,34 EUR a na zdaňovanú činnosť 13 149,8 EUR. Nezdaňovaná činnosť – súvisiaca s hlavnými aktivitami BTB zameranými na podporu rozvoja CR

v Bratislave – pozostávala najmä z edičnej a video tvorby (tvorba a tlač nových edičných titulov, aktualizácia existujúcich titulov, dotlač materiálov, máp, letákov, brožúr, bulletinov a pod.), tvorba tematických prezentačných videospotov určených na propagačné účely. Merkantil je významným nástrojom podpory prezentácie destinácie. Ide o tematicky zamerané drobné predmety s logom destinácie využívané na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, infocestách, pre oficiálne návštevy, návštevníkov, do súťaží a pod. Súčasťou sú aj náklady na výpočtovú techniku a elektroniku, PR aktivity, čiastkové náklady spojené s veľtrhmi a výstavami a pod. Finančné prostriedky boli vynaložené najmä na inováciu kancelárskych zariadení, tonerov, kancelárskych potrieb, hygienických a čistiacich potrieb a iné.

Tabuľka č. 6 Nákladové položky (spotreba materiálu a energií)

Názov účtu	Účet	Suma v EUR
Edičná a video tvorba	501011	26 519,56
Výstavy a veľtrhy CR	501012	5 829,43
PR tur. Inform. systém	501013	3 946,80
Podpora predaja. propag. nástroj	501014	24 071,00
MICE	501015	37,68
Tvorba a podpora produktov CR	501031	5598,22
Infraštruktúra CR	501051	0,00
Spotreba kanc. materiálu	50120	7577,67
Ostatné (spotreba materiálu)	501	40 045,27
Spotreba energie / elektrina	50210	1 520,32
Spotreba energie / voda	50220	751,91
Spotreba energie / teplo	50230	5 838,29

Zdroj: Vlastné spracovanie

Celková výška vynaložených prostriedkov na služby bola 917 722,37 EUR. Z toho suma výdavkov na podnikateľskú činnosť je vo výške 83 249,10 EUR. Výdavky na služby v rámci hlavnej nezdaňovanej činnosti v celkovej výške 834 473,27 EUR. Najväčšia časť týchto výdavkov bola vynaložená na služby v rámci marketingových aktivít v zmysle schváleného plánu práce. Ide o služby súvisiace so zabezpečením aktivít na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácii: preklady, grafické práce, kreatívne práce, účastnícke poplatky na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, poradenské služby, sprievodcovské služby, zabezpečenie infociest (preprava, ubytovanie, stravovanie, program a pod.), umelecké výkony a vystúpenia (ako partnerské plnenie na projektoch, v ktorých je BTB partner/spoluorganizátor), mediálne kampane, reklamný priestor, monitoring médií, online marketingové aktivity (kampane na sociálnych sieťach a pod.), prenájom priestorov, inzercia a pod.



Tabuľka č. 7 Ostatné služby

Názov účtu	Účet	Suma v EUR
Edičná a video tvorba	518011	67 064,66
Výstavy a veľtrhy CR	518012	85 536,64
PR tur. Inform. systém	518013	271 976,72
MICE	518015	84 890,86
Činnosť TIC	518021	22 303,62
Tvorba a podpora produktov CR	518031	77 666,65
Infocesty	518041	43 350,15
Infraštruktúra CR	518051	30 518,69
Vzdelávacie aktivity	518081	14 184,48
Ostatné náklady (prevádzka)	518	219 151,07
Sprievodcovské služby	518080	42 460,70
Ostatné služby/majetok do 2400 EUR	51890	1 409,28

Zdroj: Vlastné spracovanie

V rámci marketingových aktivít a činnosti BTB boli v priebehu roka 2018 uskutočnené viaceré pracovné cesty súvisiace s účasťou na veľtrhoch, konferenciách, workshopoch, seminároch.

Za rok 2018 sa na tuzemské a zahraničné pracovné cesty vynaložilo 43 884,45 EUR. Prostriedky boli použité na letenky, ubytovanie, stravné a iné náklady v zmysle schváleného plánu práce BTB. Výdavky súvisia so zabezpečením personálnej účasti prezentácie destinácie na medzinárodných fórach CR – veľtrhy, výstavy, konferencie, semináre, workshopy a pod. So zabezpečením veľtrhov a výstav sú spojené náklady na expozíciu, veľtržnú plochu, vystavovateľské poplatky, výstavnícke služby (súčasť nákladov na služby), ako aj personálne náklady na zamestnancov zúčastňujúcich sa na veľtrhoch (ubytovanie, cestovné náklady, poistenie, diéty, sprievodné náklady) a pod. S členstvom BTB v národných a medzinárodných inštitúciách s pôsobnosťou v CR sú spojené náklady na účasť na stretnutiach, konferenciách, seminároch a školeniach organizovaných týmito inštitúciami (účastnícke poplatky, sprievodné náklady - ubytovanie, cestovné, diéty a pod.).

Ďalšou významnou zložkou nákladovej časti rozpočtu sú výdavky na reprezentáciu, ktoré za rok 2018 predstavovali sumu 5 395,93 EUR. Výdavky na reprezentáciu zahŕňajú náklady na pracovné stretnutia, zasadnutia predstavenstva, občerstvenie, káva, doprava atď. Je to jedna z položiek, ktorá prezentuje efektívne a hospodárne vynakladanie s finančnými prostriedkami.

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

Hospodársky výsledok podnikateľskej činnosti BTB bol pred zdanením - 4479,56 EUR. Hlavný vplyv na záporný výsledok hospodárenia z podnikateľskej činnosti BTB majú zvýšené náklady na personálne zabezpečenie a ostatné náklady súvisiace s podnikateľskou činnosťou. V nepodnikateľskej činnosti, ktorá je hlavnou nezdaňovanou činnosťou BTB, organizácia dosiahla hospodársky výsledok pred zdanením 37 028,- EUR. Hospodársky výsledok je odrazom úsporného hospodárenia s financiami organizácie a účelného vynakladaniu finančných prostriedkov na aktivity smerujúce k celkovému zlepšeniu fungovania BTB.

K 31.12.2018 BTB bilancovala so záväzkami z obchodného styku vo výške 28 469,43 EUR. Ide o záväzky, ktoré sú za obdobie 12/2018 a boli uhradené v splatnej lehote. BTB k 31.12.2018 neeviduje záväzky z minulých období.

Tabuľka č. 9 Záväzky z obchodného styku:

Názov účtu	Účet	Suma v EUR
Dodávateľa/tuzemsko	32110	14 746,47
Dodávateľa/minulé obdobie	32111	0,00
Dodávateľa/sprievodcovia	32120	2 580,00
Dodávateľa/zahranície	32199	2 882,21
Prijaté preddavky	32410	3 333,34
Nevyfakturované dodávky 2018	32618	4 927,41

Zdroj: Vlastné spracovanie

Pohľadávky z obchodného styku organizácie k 31.12.2018 sú vo výške 17 436,16 EUR. Tvoria ich neuhradené faktúry za poskytnuté služby za obdobie 12/2018, ktoré boli Bratislavskej organizácii cestovného ruchu uhradené v lehote splatnosti. Až 70 % pohľadávok tvoria zálohové faktúry, ktoré budú vyúčtované po ukončení predmetnej akcie. BTB k 31.12.2018 neeviduje pohľadávky z minulých období.

Tabuľka č. 10: Pohľadávky z obchodného styku

Názov účtu	Účet	Suma v EUR
Odberateľa/tuzemsko	31110	3 588,60
Odberateľa/minulé obdobie	31111	0,00
Odberateľa/zahraniční	31199	1 616,50
Poskytnuté preddavky	31410	0,00
Poskytnuté preddavky/zahranície	31499	12 231,06

Zdroj: Vlastné spracovanie

BTB bilancovala k 31.12.2018 s dlhodobým hmotným majetkom po odpisoch vo výške 106 500,60 EUR

Tabuľka č.11: Dlhodobý hmotný majetok BTB k 31.12.2018

Názov majetku	Zaradenie	Nadobúdacia hodnota v EUR	Ročný odpis v EUR
Info. Stánok - Letisko	12/2013	22 497,60	3 756,00
Pódiový set – PRO STAGE	7/2014	5 743,80	960,00
Sčítač. Cyklistov - EcoCounter	9/2014	9 598,00	1 608,00
Svetelná info-tabuľa 2 ks	6/2016	3 498,00	588,00
Exterierový stan	8/2016	1 831,20	468,00
Dotykové monitory Samsung	9/2016	18 000,00	4 524,00
Dotykové totemy	12/2018	32 748,00	3 351,00

Zdroj: Vlastné spracovanie

### Členská základňa BTB v roku 2018:

V priebehu roku 2018 zaniklo členstvo v BTB (požiadanie o vystúpenie z BTB, zánik členstva z dôvodu nezaplatenia členského poplatku, zmena právnej formy) šiestim subjektom. Na základe žiadosti o členstvo v BTB boli v roku 2018 prijatí traja členovia, z toho v jednom prípade išlo o zmenu právnej formy člena z komory č. 1. K 31.12.2018 bol stav členskej základne nasledovný: obec: 1 člen – mesto Bratislava, podnikateľské subjekty: 53 členov, ostatní: 24 členov.

### Personálne zabezpečenie organizácie bolo k 31.12. 2018 v nasledujúcej štruktúre:

Stav zamestnanosti v BTB k 31.12.2018 bol v nasledovnej štruktúre: Na trvalý pracovný pomer boli v BTB back office zamestnaní 14 zamestnanci a v TIC BTB 10 zamestnanci. Mimo trvalého pracovného pomeru bol v BTB zamestnaný 1 zamestnanec. V priebehu roku 2018 využila BTB dohodu o výkone pracovnej činnosti, dohodu o vykonaní práce a dohodu o brigádnickej práci študenta celkovo u 44 osôb. Išlo najmä o zabezpečenie informátorov a prezentátorov regiónu na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách destinácie doma i v zahraničí, ako aj informátorov v sezónnych TIC zriadených v destinácii a na strategických miestach, sprievodcov CR na príležitostných akciách a podujatiach, ktorých sa BTB zúčastňovala v roku 2018 a pod.



## **Orgány BTB a výkonná zložka:**

### Predstavenstvo:

Ing. Alžbeta Melicharová, predsedníčka predstavenstva

Ing. Soňa Svoreňová, členka predstavenstva

Mgr. Alexander Smik, člen predstavenstva

Mgr. Ján Boucik, člen predstavenstva

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

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

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

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

### Dozorná rada:

Mgr. Marek Farkaš, predseda dozornej rady

Ing. Slavomír Drozd, podpredseda dozornej rady

JUDr. Peter Jakušík, člen dozornej rady

MUDr. Iveta Plšeková, člen dozornej rady

### Trvalý pracovný pomer:

Výkonný riaditeľ – 1 úväzok

Oddelenie marketingu a podujatí – 4 úväzky

Oddelenie stratégie – 1 úväzok

Oddelenie PR a komunikácie – 3 úväzky

Oddelenie MICE – 2 úväzky + 1 materská dovolenka

Oddelenie ekonomické – 2 úväzky

TIC – 9 úväzkov + 1 dlhodobo PN

### Mimo trvalého pracovného pomeru:

Oddelenie PR a komunikácie – 1 úväzok

BTB v roku 2018 efektívne vykonávala aktivity na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácii Bratislava. Zároveň hospodárila s finančnými prostriedkami v súlade s princípmi hospodárnosti, účelnosti, transparentnosti a efektívnosti. Organizácia zverejňovala na svojej web stránke všetky relevantné dokumenty súvisiace s jej aktivitami a podľa zákona (správy o činnosti, zápisy z valných zhromaždení, zápisy z predstavenstiev, zmluvy, objednávky, faktúry atď.). Plnila plán aktivít schválený Valným zhromaždením organizácie vrátane schváleného rozpočtu na plánované aktivity. Organizácia BTB sa rozvíja priamoúmerne s nárastom atraktivity destinácie Bratislava, ktorý dokumentuje udržaný trend návštevnosti a prenocovaní turistov v rekordných číslach z roku 2017. Plní prioritne úlohy zo Zákona o podpore CR a tým obhajuje opodstatnenosť existencie štruktúr organizácií CR a správnosť destinačného marketingu a manažmentu v CR.

**Bratislavská organizácia cestovného ruchu**

## **Bratislava Tourist Board**

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

Č. registrácie: 28351/2011/SCR

Sídlo: Primaciálne nám. 1, 814 99 Bratislava

IČO: 42259088 DIČ: 2023399455

Kontakt: [btb@visitbratislava.com](mailto:btb@visitbratislava.com)  
[www.visitbratislava.com](http://www.visitbratislava.com)