# Hlavné mesto má šance stať sa ozajstnou bránou Slovenska

[Trend 07/05/2015]

Autor: Andrej Kóňa

Strana: 15

Zaradenie: trend top v cestovaní

Hlavné mesto má šance stať sa ozajstnou bránou Slovenska

Text:

Aj cestovnému ruchu môže pomôcť slovenské predsedníctvo v Rade EÚ

Andrej Kóňa

Z pohľadu cestovného ruchu Bratislave veľmi praje jej jedinečná poloha v blízkosti dvoch hlavných miest iných štátov a jedného takmer porovnateľného mesta v treťom štáte. A ak sa o našom hlavnom meste hovorí ako o vstupnej bráne na Slovensko, treba uznať, že skutočne má všetky predpoklady na to, aby touto bránou bolo.

Ako ukradnúť hostí

Najbližšie je do Bratislavy z Viedne a práve rakúska metropola je pre turistov veľkým lákadlom. Je preto logické, že Bratislavská organizácia cestovného ruchu (OCR) – Bratislava Tourist Board (BTB) bude komunikovať svoju destináciu najviac na rakúskom trhu a konkrétne vo Viedni. Expert na značku miesta (place brand) Jeremy Hildreth, ktorý k nám prišiel začiatkom tohto roka na pozvanie Bratislavskej organizácie cestovného ruchu, jej navrhol projekt s pracovným názvom Ako ukradnúť Viedni jeden milión návštevníkov. Tento projekt má obrovský potenciál. Existujú návštevníci, ktorí z Viedne do Bratislavy pricestujú, avšak zotrvajú tu takmer vždy iba jeden deň, aj to bez prenocovania. Ak by sa podarilo týchto návštevníkov udržať v Bratislave aspoň na jednu noc, bol by to výrazný úspech. Minulý rok bratislavská organizácia zorganizovala konferenciu o perspektívach kongresového a incentívneho turizmu (MICE) v Bratislave a na Slovensku, v ktorom sú tu obrovské rezervy. Patrick Delaney a Pádraic Gilligan z Írska, ktorí patria medzi najvplyvnejších ľudí v svetovom kongresovom turizme a boli rečníkmi na tejto konferencii, považujú Viedeň za vítanú výzvu. A výkonný riaditeľ Bratislavskej OCR Martin Horváth zdôrazňuje, že Viedeň je už presýtená nielen turistami, ale aj kongresovým turizmom, a teda je tu veľká šanca, aby sa mnohí turisti a viaceré kongresy mohli presunúť práve na Slovensko. No aby sa tak aj stalo, musí nastať nielen systémová zmena, ale aj zmena v myslení ľudí žijúcich v Bratislave. I zmena postoja riadiacich pracovníkov v podnikoch či cestovnom ruchu ako takom. V prvom rade je potrebné začať vnímať organizácie cestovného ruchu inakšie ako doteraz. Je zatiaľ veľmi malá šanca, že tieto organizácie budú produkovať svoj vlastný zisk. Dostávajú síce peniaze od štátu aj pri vyzbieraní daní, ale ich zatiaľ míňajú na to, aby spropagovali svoj región a zabezpečili väčší prílev turistov. Tí potom prispievajú k rozvoju ekonomiky. Prejavy nepochopenia poslania organizácií cestovného ruchu významnou mierou sťažujú ich prácu.

Iniciatíva 471 dní

Ďalším negatívnym faktorom, s ktorým sa Bratislavská organizácia cestovného ruchu stretáva, je jej vylučovanie z rozhodovaní a ovplyvňovaní turistických faktorov nielen hlavného mesta Bratislavy, ale aj Slovenskej republiky. Za zamyslenie stojí napríklad otázka: prečo sa Bratislavská organizácia cestovného ruchu nepodieľala nejakým spôsobom a ani nebola prizvaná k diskusiám o prípravách na obdobie historicky prvého slovenského predsedníctva v Rade Európskej únie? Na konferencii TREND Horeca manažment 2015 výkonný riaditeľ Bratislavskej OCR M. Horváth podčiarkol významné číslo – 471. To bol počet dní odo dňa 18. marca 2015, keď sa konferencia konala, ktoré zostávajú do dňa, keď sa Slovensko ujme predsedníctva v Rade EÚ. M. Horváth sa pritom zamýšľal nad tým, či je turizmus v hlavnom meste na predsedníctvo pripravený. Desaťtisíce ľudí, ktorí prídu do Bratislavy, sa môžu stať ambasádormi nielen značky Bratislavy, ale i celého Slovenska. Z pohľadu prezentácie značky je tento čas najvhodnejší a naozaj by bolo škola, ak by Bratislava a Slovensko túto príležitosť nevyužili. Do slovenského predsedníctva zostáva stále viac ako rok. Dovtedy môžu nastať rôzne zmeny, pozitívne, ale aj negatívne. Bratislavskú OCR zatiaľ čaká okrem iného ešte jedna letná sezóna a týždeň Bratislavy na EXPO v Miláne, čo sú teraz asi tie najväčšie marketingové aktivity na propagáciu mesta. Ako sa magistrát a rezort diplomacie postavia k organizácii v prípade iniciatívy 471 a či zvolia spoločný postup, minimálne prostredníctvom diskusie? To všetko ukáže čas.

Autor je doktorand na Fakulte masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda.

Prejavy nepochopenia poslania organizácií cestovného ruchu významnou mierou sťažujú ich prácu

-END-