



BRATISLAVA  
TOURIST BOARD

# Správa o činnosti Bratislava Tourist Board 2022

Oblasťná organizácia cestovného ruchu  
BRATISLAVA TOURIST BOARD

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





## Obsah

Úvod	6
Marketing a propagácia	25
Činnosť turistického informačného centra zriadeného organizáciou	67
Tvorba a podpora udržateľných produktov cestovného ruchu	74
Podpora atraktivít danej lokality	98
Infraštruktúra cestovného ruchu	101
Zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických dokumentov	117
Zavedenie a udržanie hodnotiaceho systému kvality	120
Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a CR v nej	134
Hospodárenie organizácie v roku 2022	146
Záver	176

## Použité skratky

AICES	Asociácia informačných centier Slovenska
BC	Bratislava CARD – City & Region
BCB	Bratislava Convention Bureau
BKIS	Bratislavské kultúrne a informačné stredisko
BSK	Bratislavský samosprávny kraj
BTB	Bratislava Tourist Board
BRT	Bratislava Region Tourism
CR	cestovný ruch
ECM	European Cities Marketing
KOCR	krajská organizácia cestovného ruchu
MD SR	Ministerstvo dopravy Slovenskej republiky
MČ	mestská časť
MICE	kongresový a eventový turizmus z anglického výrazu „meetings, incentives, conferences, and exhibitions“
MMB	Mestské múzeum Bratislava
MÚOP	Mestský ústav ochrany pamiatok v Bratislave
MZVaEZ SR	Ministerstvo zahraničných vecí a európskych záležitostí Slovenskej republiky
OOCR	oblastná organizácia cestovného ruchu
SND	Slovenské národné divadlo
SNM	Slovenské národné múzeum
SPŠS	Stredná priemyselná škola strojnícka
ŠÚ SR	Štatistický úrad Slovenskej republiky
TIC	Turistické informačné centrum

## Zoznam tabuliek a grafov

Tabuľka 1: Počet návštevníkov a počet prenocovaní v roku 2022 a porovnanie s 2021	13
Tabuľka 2: Počet návštevníkov počas jednotlivých mesiacov 2022 / 2021	14
Tabuľka 3: Zdrojové trhy. Počet návštevníkov v destinácii Bratislava 2022 / 2021	15
Tabuľka 4: Porovnanie priem. počtu prenoc. jedného návštevníka 2022 /2021	16
Tabuľka 5: Štatistika ubytovacích kapacít	16
Tabuľka 6: Štatistika ubytovacích zariadení	16
Tabuľka 7: Tržby za ubytovanie a priemerná cena za ubytovanie/noc	17
Tabuľka 8: Porovnanie % nárastu tržieb za ubyt. a priem. ceny za ubyt./noc 2022/2021	17
Tabuľka 9: Prehľad skutočne vybratej dane za ubytovanie v Bratislave 2013 až 2022	17
Tabuľka 10: Porovnanie vybraných merateľných ukazovateľov	18
Tabuľka 11: Návštevnosť atrakcií destinácie Bratislava	20
Tabuľka 12: Prehľad tlače v roku 2022	33
Tabuľka 13: Evidencia fotodatabázy pre marketingové účely	45
Tabuľka 14: Najvyužívanejšie cieľové jazyky na preklady	46
Tabuľka 15: Press tripy a infocesty Leisure a MICE	49
Tabuľka 16: Inzercia	51
Tabuľka 17: Vysielač čas v RTVS	52
Tabuľka 18: Zoznam propagačných nástrojov	57
Tabuľka 19: Vybrané príklady tém článkov z roku 2022	65
Tabuľka 20: Otváracie hodiny v priebehu roka 2022	69
Tabuľka 21: Zoznam podporených akcií počas Bratislavského kultúrneho leta	77
Tabuľka 22: Zoznam lokalít / uzlov	108
Tabuľka 23: Zoznam vzdelávacích aktivít pre verejnosť v roku 2022	138
Tabuľka 24: Prehľad doškolovacích aktivít pre sprievodcov CR	141
Tabuľka 25: Výnosy BTB za roky 2018 – 2022 (EUR)	152
Tabuľka 26: Náklady BTB v roku 2022	161
Tabuľka 27: Podaktivity v rámci aktivity Marketing a propagácia	164
Tabuľka 28: Mzdy a odvody zamestnancov front office TIC a back office BTB	171
Tabuľka 29: Mzdy a odvody v roku 2022 – podnikateľská činnosť	173
Tabuľka 30: Dlhodobý majetok a oprávky BTB k 31. 12. 2022	175



Graf 1: Počet návštevníkov 2022	13
Graf 2: Počet prenocovaní v roku 2022	14
Graf 3: Porovnanie prehliadok mesta v rokoch 2021 a 2022	70
Graf 4: Porovnanie predaja Bratislava CARD 2021 a 2022	96
Graf 5: Porovnanie mesačného predaja Bratislava CARD 2021 a 2022	96
Graf 6: Top 10 akceptačných miest v roku 2022	97
Graf 7: Mapa uzlov	108
Graf 8: Operačné systémy pripojených jedinečných zariadení	109
Graf 9: Štatistika návštevnosti – údaje z ovládacieho portálu MAXIFI	110
Graf 10: Registrácia jedinečných zariadení v roku 2022	111
Graf 11: Počet nových zariadení a ich návratov do siete	111
Graf 12: Prehľad výkonov zásobovacích služieb 2022	118
Graf 13: Top 10 – Krajiny pôvodu návštevníkov Bratislavy	125
Graf 14: Veková štruktúra návštevníkov Bratislavy	125
Graf 15: Dĺžka pobytu návštevníkov v Bratislave	126
Graf 16: Hodnotenie úrovne služieb	126
Graf 17: Spôsob dopravy do Bratislavy	127
Graf 18: Dôvod návštevy Bratislavy	127
Graf 19: Krajiny pôvodu návštevnosti TIC	128
Graf 20: Top 10 krajiny pôvodu	129
Graf 21: Top 5 krajiny – dĺžka pobytu	129
Graf 22: Top 5 krajiny – veková štruktúra	130
Graf 23: Spokojnosť so službami v Bratislave	130
Graf 24: Oblasť služieb s najnižšou spokojnosťou v Bratislave	131
Graf 25: Návštevnosť lesoparku počas roka	133
Graf 26: Počet prejazdov cyklosčítačom Berg (2019 – 2022)	133
Graf 27: Počet prejazdov cyklosčítačom Viedenská cesta (2019 – 2022)	134
Graf 28: Porovnanie výnosov a nákladov BTB za roky 2018 – 2022	150
Graf 29: Porovnanie výsledkov hospodárenia BTB za roky 2018 – 2022	150
Graf 30: Štruktúra výnosov BTB za rok 2022	153
Graf 31: Členský príspevok Hlavného mesta do BTB za roky 2018 – 2022	154
Graf 32: Členské príspevky do BTB – ostatní členovia za roky 2018 – 2022	155
Graf 33: Výška poskytnutej bežnej dotácie z MD SR za roky 2018 – 2022	157
Graf 34: Výnosy z podnikateľskej činnosti v BTB za roky 2018 – 2022	158

Graf 35: Štruktúra výnosov z podnikateľskej činnosti BTB v roku 2022	159
Graf 36: Hlavné zložky podnikateľskej činnosti v BTB za roky 2018 – 2022	160
Graf 37: Štruktúra nákladov BTB podľa aktivít za rok 2022	162
Graf 38: Organizačná štruktúra BTB platná od 1. 12. 2022	176



## 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. BTB bola na Ministerstve dopravy Slovenskej republiky (ďalej len „MD 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 štyroch komôr podľa Stanov BTB.

- Komora č. 1: Hotely a reštaurácie
- Komora č. 2: Cestovné kancelárie a sprievodcovia
- Komora č. 3: MICE
- Komora č. 4: Ostatní členovia

Začiatok roka bol pre cestovný ruch náročný, vzhľadom na pretrvávajúcu pandémiu COVID19, preto bolo veľmi ťažké predpovedať a plánovať aktivity BTB. Ihneď po odznení pandémie, prišiel konflikt na Ukrajine. Napriek tomu BTB reagovala flexibilne a naplánovala aktivity, ktoré postupne oživilo cestovný ruch a pripravili destináciu na letnú sezónu. Bolo dôležité po dvoch pandemických rokoch naštartovať cestovný ruch v Bratislave, zmeniť vnímanie Slovákov na Bratislavu ako na destináciu, ktorá je vhodná na citybreak, a zabezpečiť tzv. brand awareness aj v zahraničí.

SWOT analýza turizmu destinácie Bratislava predstavuje súhrn faktorov z pohľadu aktérov CR. Medzi hlavné ohrozenia destinácie možno zaradiť nestabilnú politickú, finančnú a bezpečnostnú situáciu v súvislosti s vojnovým konfliktom na Ukrajine, závislosť od verejných zdrojov a energetickú krízu. Ako nové príležitosti môžeme vyzdvihnúť flexibilnú ponuku produktov a služieb ako reakciu na nové potreby návštevníkov, návrat kongresového CR, adekvátny rozbeh CR a orientáciu na cieľové skupiny a cieľové trhy z hľadiska vývoja strategického zamerania. Nové možnosti vnímame v rozvoji MICE aktivít, v rozvoji digitalizácie, SMART technológií a online prostredia. Slabé stránky destinácie zasiahla kríza hlavne ekonomického a finančného charakteru, nárast cien tovarov a služieb, energií. Medzi silné stránky stále môžeme zaradiť dostupnosť destinácie, nové letecké linky, stály rozvoj, podpora a udržiavanie kvalitných produktov a služieb, udržiavanie a obnovovanie infraštruktúry destinácie, interná príprava destinácie vzhľadom na neustále meniacu sa situáciu.

Napriek nepriaznivej situácii BTB postupne implementovala aktivity schválené v projekte 2021 a 2022 a pláne aktivít 2021 a 2022 v rozsahu, ktorý dovoľovala bezpečnostná situácia. Čo sa týka realizácie aktivít BTB v letnej turistickej sezóne v destinácii, tá sa rozbehla naplno až 8. júla 2022, kedy bola na účet BTB pripísaná dotácia na bežné výdavky z MD SR. Hlavnými prioritami boli partnerstvá, networking, spolupráca, SMART dáta a

technológie, intenzívne využívanie sociálnych sietí a online prostredia; dôraz na kvalitu života a vzťah k mestu; branding destinácie; šírenie obsahu generovaného návštevníkmi a využívanie dát pri nastavení kampaní, promo a propagácia destinácie cez online/off-line na obdobie mimo hlavnej turistickej sezóny, dôraz na online komunikáciu, spolupráca s vedením mesta a členskou základňou, implementácia strategických materiálov BTB, bezbariérovosť, príprava na spustenie novej sezóny Bratislava CARD – City and Region, vzdelávanie zainteresovaných subjektov a iné.



## ČÍSLA A TOP FAKTY V ROKU 2022

**19 podujatí**

podpora a organizácia  
podujatí v meste

**50 distr. bodov**

miesta distribúcie  
propagačných  
materiálov pre turistov

**1,1 mil. Eur**

získaná dotácia  
MDV SR pre rozvoj CR  
v Bratislave

**51 000 klientov**

obsluha klientov  
v info pointoch  
(1 stály a 2 sezónne)

**260 300**

počet zhliadnutí  
nového  
MICE HERO SPOTu

**15 prezentácií**

prezentácií účasť Brati-  
slavy na zahraničných  
veľtrhoch, výstavách  
a B2B fórach

**viac ako 5 mil.**

dosah všetkých  
influencerov, s ktorými  
BTB spolupracovala

**5 projektov**

projekty infraštruktúry  
(3 ukončené,  
2 v procese)

**4 nové dokumenty**

štúdie zamerané  
na podporu a rozvoj  
cestovného ruchu

**viac ako 1 mil.**

počet návštevníkov  
na webe  
visitbratislava.com

**14 videí**

nový HERO SPOT,  
produkcia a publikovanie  
ďalších imidžových videí

**6 kampaní**

72 hodinové mesto  
(zima, jar, jeseň a advent),  
Na vlastné nohy,  
Bratislava je aj moje mesto

**27 uzlov WiFi**

správa verejnej WiFi  
v meste, viac ako  
115 tis. užívateľov

**viac ako 420**

PR články, inzercie a tla-  
čové správy v domácich  
a zahraničných médiách

**3 konferencie**

MICE Days  
Na jednej lodi  
Dunajské inšpirácie

## ČÍSLA A TOP FAKTY V ROKU 2022

**107 prehliadok**

bezplatné prehliadky  
(rodiny s deťmi, ľudia so  
špeciálnymi potrebami,  
cykloprehliadky i štandard)

**6 659 účastníkov**

komerčné i bezplatné  
prehliadky

**405 000 tlačovín**

tlačené propagačné  
materiály poskytnuté  
turistom

**234 B2B stretnutí**

odborné stretnutia  
s B2B partnermi

**23 itinerárov**

nová ponuka prehliadok  
pre základné a stredné  
školy

**1 festival BKD**

organizácia festivalu  
Bratislavské korunovačné  
dni: 250 účinkujúcich  
zo 4 krajín

**3,9 mil. dosah**

organické a propagované  
príspevky na Facebooku  
– prezentácia Bratislavy

**15 školení**

vzdelávanie a odborné  
prezentácie pre  
partnerov a členov BTB

**2,5 mil. videní**

sledovanie videí  
na Youtube

**2 online projekty**

nový koncept pre web  
visitbratislava.com,  
digitálna hra pre deti  
a mládež

**viac ako 130**

presstripy, famtripy  
a infocesty, hlavne  
zahraníční účastníci

**viac ako 1 800**

počet obslužených  
autobusov dopravnými  
asistentmi parkovania  
počas sezóny 2022

**3 nové obsahy**

Bus Driver´s Guide,  
USE IT – mapa,  
Korunovačná brožúra

**16 rokov**

16. sezóna  
BRATISLAVA CARD  
City & Region

**4 700 kusov**

predaj  
BRATISLAVA CARD  
City & Region



## Odpočet kľúčových ukazovateľov výkonnosti – KPI BTB za rok 2022

**Cieľ:** Marketingové kampane naprieč spektrom médií naviazané na Bratislavu ako cieľové miesto návštevy

Ukazovateľ	Cieľová hodnota	Dosiahnutá hodnota	% odpočet k 31.12.2022
• nové natočené videá a ich publikovanie	10	14	<b>140 %</b>
• výstupy cez tlačové správy doma a v zahraničí	310	317	<b>102 %</b>
• printové/online inzercie a výstupy v médiách doma a v zahraničí	100	105	<b>101 %</b>
• nové koncepty a kampane pre cieľové skupiny - domáci cestovný ruch	1	1	<b>100 %</b>

**Cieľ:** Podpora podujatí ako produktov cestovného ruchu a spolupráca s mestskými inštitúciami a magistrátom

Ukazovateľ	Cieľová hodnota	Dosiahnutá hodnota	% odpočet k 31.12.2022
• verejné podujatia (organizácia, finančná podpora, propagácia)	10	12	<b>120 %</b>
• rozšírenie konceptu a rozsahu Bratislavských korunovačných dní (v r. 2021 boli 4 hlavné projekty)	6	7	<b>116 %</b>
• spolupráca s organizáciami/inštitúciami mesta ev. sekciami magistrátu	5	5	<b>100 %</b>

**Cieľ:** Online propagácia pre komunikáciu značky mesta, produktov CR a informačný servis pre návštevníkov

Ukazovateľ	Cieľová hodnota	Dosiahnutá hodnota	% odpočet k 31.12.2022
• počet návštevníkov na webe visitbratislava.com	755 000	1 031 159	<b>130 %</b>
• počet nových organických fanúšikov na Instagrame	2 000	6 124	<b>300 %</b>
• počet sledovateľov na Facebooku na konci roka	52 000	52 321	<b>101 %</b>
• dosah príspevkov na Facebooku	3 800 000	3 915 247	<b>101 %</b>
• počet zhladení videí na Youtube	2 500 000	2 554 134	<b>101 %</b>
• počet nových followerov na LinkedIn	150	230	<b>150 %</b>

**Cieľ:** Zber dát a následná komunikácia a sieťovanie prostredníctvom vytvorených databáz (B2B a B2C)

Ukazovateľ	Cieľová hodnota	Dosiahnutá hodnota	% odpočet k 31.12.2022
• počet B2B kontaktov relevantných zahraničných a domácich partnerov	320	322	<b>100 %</b>
• počet nových registrovaných užívateľov verejnej WiFi siete	60 000	117 872	<b>196 %</b>
• počet získaných emailových adries z registrácie do verejnej WiFi siete	16 000	16 407	<b>102 %</b>
• tematických zaslaných newsletterov	8	12	<b>150 %</b>
• nových emailových kontaktov cez online prieskumy	1 500	1 513	<b>100 %</b>

**Cieľ:** Prezentácia BA ako atraktívnej city-break destinácie doma a v zahraničí s dôrazom na variabilnosť tém

Ukazovateľ	Cieľová hodnota	Dosiahnutá hodnota	% odpočet k 31.12.2022
• účasť na veľtrhoch CR a prezentáciách (naživo alebo online)	10	10	<b>100 %</b>
• účasť na zahraničných B2B podujatiach live/online	5	5	<b>100 %</b>
• nové témy propagačných materiálov	3	3	<b>100 %</b>
• počet vytlačených ks propagačných materiálov a ich distribúcia	230 000	405 000	<b>176 %</b>

**Cieľ:** Komunikácia značky Bratislava („Surprisingly close, exceptionally smart“) ako kongresovej destinácie na podporu využitia potenciálu v oblasti „meeting industry“

Ukazovateľ	Cieľová hodnota	Dosiahnutá hodnota	% odpočet k 31.12.2022
• počet účastníkov MICE DAYS (organizácia/spoluorganizácia networkingového podujatie BCB)	120	100 + 1 033 (YT)	<b>100%</b>
• B2B stretnutia one-to-one s nákupcami podujatí live/online	130	234	<b>180%</b>
• dopĺňanie databázy nákupcov podujatí v CRM systéme	180	343	<b>191%</b>
• počet relevantných RFP' s a kvalifikovaných leadov a ich administrácia	22	29	<b>132%</b>
• PR článkov publikovaných na MICE relevantných online platformách	60	60	<b>100%</b>
• počet nových followerov na LinkedIn	150	340	<b>227%</b>
• MICE relevantné príspevky na sociálnej sieti LinkedIn	145	146	<b>101%</b>

**Ciel':** Turisticko-informačné centrum ako „informačná brána do destinácie“ spolu so smerovaním návštevníkov po meste

<b>Ukazovateľ</b>	<b>Ciel'ová hodnota</b>	<b>Dosiahnutá hodnota</b>	<b>% odpočet k 31.12.2022</b>
• nadviazanie nových profesijných kontaktov/partnerstviem TIC	50	50	<b>100 %</b>
• nové produkty/tovary/služby určené na povízny predaj v TIC	10	10	<b>100 %</b>
• počet účastníkov prehliadok, vzdelávacích a osvetových podujatí	3 000	6 659	<b>221%</b>
• počet dopytov v TIC počas hlavnej sezóny (jún - september)	25 000	29 255	<b>117%</b>

**Ciel':** Destinačný manažment, zatraktívnenie turistickej ponuky, kultivácia prostr. CR a strategické plánovanie

<b>Ciel'ová hodnota</b>	<b>Ciel'ová hodnota</b>	<b>Dosiahnutá hodnota</b>	<b>% odpočet k 31.12.2022</b>
• projekty drobnej turistic. infraštruktúry v spolupráci s magistrátom a MČ	3	5	<b>166 %</b>
• analytické, strategické a koncepčné materiály	3	4	<b>133 %</b>
• vzdelávacie aktivity pre sprievodcov CR a pracovníkov prvého kontaktu	10	11	<b>110 %</b>

## Štatistické ukazovatele

Cestovný ruch je odvetvím, ktoré bolo pandémiou COVID 19 jedným z najzasiahnutých. Pre mestský turizmus a hlavne destináciu Bratislava to platí ešte výraznejšie.

Po zrušení všetkých obmedzení začala byť situácia v cestovnom ruchu v Bratislave postupne priaznivá. Bratislavu za rok 2022 navštívilo spolu 927 950 návštevníkov, ktorí uskutočnili 1 719 409 prenocovaní. V počte návštevníkov oproti roku 2021 to predstavovalo nárast o 142,36%, v počte prenocovaní to bol nárast o 116,87%. Priemerný počet prenocovaní za 2022 predstavoval 1,90 noci.

**Tabuľka 1:** Počet návštevníkov a počet prenocovaní v roku 2022 a porovnanie s 2021

	Počet návštevníkov	Počet prenocovaní	Priemerný počet prenocovaní	Percentuálny nárast/pokles	
				Počet návštevníkov 2022/2021	Počet prenocovaní 2022/2021
<b>Domáci návštevníci</b>	324 008	651 632	2,00	77,48%	56,67%
<b>Zahraniční návštevníci</b>	603 942	1 067 777	1,80	201,48%	183,31%
<b>Spolu</b>	<b>927 950</b>	<b>1 719 409</b>	<b>1,90</b>	<b>142,36%</b>	<b>116,87%</b>

\*Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠÚSR, 2022 a 2021.

**Graf 1:** Počet návštevníkov 2022



\*Zdroj: Vlastné spracovanie.



**Graf 2:** Počet prenocovaní v roku 2022


\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

Positívne môžeme konštatovať, že počet návštevníkov za rok 2022 oproti roku 2021 rástol vo všetkých mesiacoch.

Percentuálny nárast v mesiacoch január, február a december roka 2022 dosiahol viac ako 500% a v apríli 2022 bol nárast návštevníkov dokonca viac ako 700% oproti roku 2021.

V letných mesiacoch dosiahla aj vďaka aktivitám BTB návštevnosť Bratislavy 70% úroveň v porovnaní s rokom 2019.

**Tabuľka 2:** Počet návštevníkov počas jednotlivých mesiacov 2022 / 2021

Mesiac	Počet návštevníkov		
	2022	2021	Percentuálny nárast/pokles 2022/2021
<b>I.</b>	29 707	4 666	536,67%
<b>II.</b>	32 247	5 278	510,97%
<b>III.</b>	44 397	8 381	429,73%
<b>IV.</b>	64 443	7 861	719,78%
<b>V.</b>	84 531	17 756	376,07%
<b>VI.</b>	95 594	35 031	172,88%
<b>VII.</b>	99 137	46 186	114,65%
<b>VIII.</b>	105 845	70 953	49,18%
<b>IX.</b>	99 373	69 820	42,33%
<b>X.</b>	98 534	60 732	62,24%
<b>XI.</b>	85 043	41 939	102,78%
<b>XII.</b>	89 099	14 285	523,72%
<b>Spolu</b>	<b>927 950</b>	<b>382 888</b>	<b>142,36%</b>

\* Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR, 2022 a 2021.

Bratislava je dlhodobo závislá na zahraničných turistoch. Pozitívum bolo, že počet zahraničných turistov rástol zo všetkých krajín.

Už tradične evidujeme najviac návštevníkov z Českej republiky, Nemecka, Rakúska, Poľska, Spojeného kráľovstva. Najvyšší nárast počtu zahraničných turistov v Bratislave bol zaznamenaný zo Spojeného kráľovstva až 535%, druhí boli návštevníci z Chorvátska 462%. Viac ako 200% nárast návštevníkov destinácia Bratislava zaznamenala z krajín Rumunsko (253%), Rakúsko (235%), Spojené štáty americké (242%) a Írsko (234%).

**Tabuľka 3:** Zdrojové trhy. Počet návštevníkov v destinácii Bratislava 2022 / 2021

Top 15	Krajina	Počet návštevníkov		Nárast/Pokles 2022/2021 (%)
		2022	2021	
1.	Česká republika (CZ)	106 458	39 395	170,23%
2.	Nemecko (DE)	64 221	22 481	185,67%
3.	Rakúsko (AT)	46 453	13 853	235,33%
4.	Poľsko (PL)	43 985	18 798	133,99%
5.	Spojené kráľovstvo (GB)	32 008	5 039	535,21%
6.	Spojené štáty americké (USA)	27 833	8 146	241,68%
7.	Ukrajina (UA)	24 390	8 203	197,33%
8.	Taliansko (IT)	22 621	8 283	173,10%
9.	Maďarsko (HU)	17 999	6 292	186,06%
10.	Francúzsko (FR)	16 758	6 073	175,94%
11.	Rumunsko (RO)	14 464	4 093	253,38%
12.	Španielsko (ES)	12 652	6 343	99,46%
13.	Holandsko (NL)	12 539	4 834	159,39%
14.	Chorvátsko (HR)	10 329	1 838	461,97%
15.	Írsko (IRL)	7 868	2 356	233,96%

\* Zdroj: Štatistický úrad SR, 2022 a 2021.

Taktiež štatistika prenocovaní zahraničných návštevníkov počas 2022 rástla. Najviac prenocovaní mali návštevníci z Českej republiky, Nemecka, Poľska, Rakúska a Spojeného kráľovstva. Najvyšší nárast prenocovaní zahraničných turistov v Bratislave bol zaznamenaný zo Spojeného kráľovstva až 537%, druhí boli návštevníci z Chorvátska 438%. Viac ako 200% nárast návštevníkov destinácia Bratislava zaznamenala z krajín Rumunsko (263%), Rakúsko (249%), Spojené štáty americké (240%), Írsko (236%), Maďarsko (205%) a Nemecko (204%).

**Tabuľka 4:** Porovnanie priemerného počtu prenocovaní jedného návštevníka 2022 / 2021

Top 15	Krajina	Počet prenocovaní		Nárast/Pokles 2022/2021 (%)
		2022	2021	
1.	Česká republika (CZ)	169 981	65 550	159,32%
2.	Nemecko (DE)	113 719	37 425	203,86%
3.	Poľsko (PL)	77 329	32 880	135,19%
4.	Rakúsko (AT)	69 628	19 928	249,40%
5.	Spojené kráľovstvo (GB)	59 016	9 262	537,18%
6.	Ukrajina (UA)	54 930	28 374	93,59%
7.	Spojené štáty americké (USA)	50 008	14 729	239,52%
8.	Taliansko (IT)	39 929	14 793	169,92%
9.	Maďarsko (HU)	31 142	10 219	204,75%
10.	Francúzsko (FR)	30 401	10 952	177,58%
11.	Rumunsko (RO)	25 101	6 924	262,52%
12.	Španielsko (ES)	24 359	15 092	61,40%
13.	Holandsko (NL)	22 066	8 237	167,89%
14.	Írsko (IRL)	19 320	5 754	235,77%
15.	Chorvátsko (HR)	16 379	3 043	438,25%

\* Zdroj: Štatistický úrad SR, 2022 a 2021.

Podľa štatistiky zo ŠÚSR počet ubytovacích zariadení za rok 2022 poklesol z 278 na 272 zariadení, čo predstavuje 2,5% pokles.

**Tabuľka 5:** Štatistika ubytovacích kapacít 2022

	Počet ubytovacích zariadení	Počet izieb	Počet lôžok
<b>Ubytovacie zariadenia spolu</b>	<b>272</b>	<b>10 321</b>	<b>24 276</b>

\* Zdroj: ŠÚ SR, 2022.

**Tabuľka 6:** Štatistika ubytovacích zariadení

	Počet návštevníkov	Počet prenocovaní	Priemerný počet prenocovaní
<b>Hotely, motely, botely</b>	749 079	1 253 475	1,7
<b>Penzióny</b>	33 475	62 253	1,9
<b>Ostatné inde nevedené</b>	145 396	403 681	2,8
<b>Ubytovacie zariadenia spolu</b>	<b>927 950</b>	<b>1 719 409</b>	<b>1,9</b>

\* Zdroj: ŠÚ SR, 2022.

Podľa štatistiky Štatistického úradu SR k ubytovacím zariadeniam vyplýva, že v roku 2022 nastal nárast tržieb, ale aj priemerných cien ubytovania vo všetkých sledovaných hodnotách.

**Tabuľka 7:** Tržby za ubytovanie a priemerná cena za ubytovanie/noc

	Tržby za ubytovanie			Priemerná cena za ubytovanie na noc		
	Spolu	Domáci návštevníci	Zahraníční návštevníci	Spolu priemerne	Domáci návštevníci	Zahraníční návštevníci
<b>1. kvartál</b>	8 473 769 €	3 147 083 €	5 326 686 €	39,10 €	30,30 €	47,30 €
<b>2. kvartál</b>	20 960 235 €	6 578 881 €	14 381 354 €	47,60 €	37,60 €	54,10 €
<b>3. kvartál</b>	25 454 101 €	6 938 599 €	18 515 502 €	44,30 €	35,30 €	49,00 €
<b>4. kvartál</b>	23 273 292 €	6 994 847 €	16 278 445 €	47,70 €	39,60 €	52,30 €
<b>Spolu</b>	54 888 105 €	16 664 563 €	38 223 542 €	43,67 €	34,40 €	50,13 €

\* Zdroj: ŠÚ SR, 2022

**Tabuľka 8:** Porovnanie % nárastu tržieb za ubytovanie a priem. ceny za ubyt./noc 2022/2021

Nárast/Pokles (%)	Tržby za ubytovanie			Priemerná cena za ubytovanie na noc		
	Spolu	Domáci návštevníci	Zahraníční návštevníci	Spolu priemerne	Domáci návštevníci	Zahraníční návštevníci
<b>1. kvartál 2022/2021</b>	533,56%	268,80%	1000,23%	38,16%	16,09%	42,04%
<b>2. kvartál 2022/2021</b>	367,34%	219,43%	598,28%	38,37%	28,77%	24,37%
<b>3. kvartál 2022/2021</b>	99,35%	29,09%	150,44%	35,89%	27,44%	31,37%
<b>4. kvartál 2022/2021</b>	160,68%	106,83%	193,51%	19,25%	24,53%	10,34%
<b>Porovnanie rokov 2022/2021</b>	184,03%	96,57%	252,01%	25,84%	23,53%	23,30%

\* Zdroj: ŠÚ SR, 2022 a 2021.

Podľa Magistrátu hl. mesta SR Bratislava výška skutočne vybratej dane za ubytovanie za rok 2022 bola v sume 3 548 516 eur, čo predstavuje nárast oproti roku 2021 o takmer 100%. Výška sadzby dane za ubytovanie v roku 2022 zostala nezmenená 1,70 eur.

**Tabuľka 9:** Prehľad skutočne vybratej dane za ubytovanie v Bratislave 2013 až 2022

	Skutočne vybratá daň (EUR)
<b>2013</b>	2 681 408
<b>2014</b>	2 759 077
<b>2015</b>	3 166 138
<b>2016</b>	3 562 079
<b>2017</b>	4 958 342
<b>2018</b>	4 748 031
<b>2019</b>	4 738 616
<b>2020</b>	2 173 433
<b>2021</b>	1 793 043
<b>2022</b>	3 548 516

\*Zdroj: Magistrát hl. mesta SR Bratislavy.



## Merateľné ukazovatele

Bratislava Tourist Board dlhodobo pracuje podľa strategických a koncepčných materiálov. Počas svojej činnosti si každoročne nastavuje strategický plán a kľúčové merateľné ukazovatele, ktoré priebežne aktualizuje a vyhodnocuje. Z porovnania rokov najdôležitejších merateľných ukazovateľov možno vidieť rastúci trend z roka na rok.

**Tabuľka 10:** Porovnanie vybraných merateľných ukazovateľov

Merateľné ukazovatele	2021	2022
Počet návštevníkov na webe visitbratislava.com	746 000	1 031 159
Počet videní videí na YouTube	2 527 764	2 554 134
Dosah príspevkov na sociálnych sieťach	3 816 587	3 915 247
Počet printových/online inzercií a výstupov v médiách doma a v zahraničí	90	105
Počet B2B stretnutí one-to-one s nákupcami podujatí live/online	122	234
Navýšenie databázy nákupcov podujatí v CRM systéme	119	343
Počet nových emailových kontaktov z WiFi siete a iných zdrojov	13 852	16 407
Počet nových B2B relevantných domácich a zahraničných partnerov	304	322
Počet účastníkov prehliadok, vzdelávacích a osvetových podujatí	2 741	6 659
Počet dopytov v TIC počas hlavnej sezóny	22 106	29 255
Počet predaných Bratislava CARD City & Region	1 090	4 761
Návštevnosť TIC (počet obslužených klientov)	34 200	50 985

\*Zdroj: Vlastné spracovanie

## Rôzne štatistiky

Letisko M. R. Štefánika po dvoch náročných rokoch pandémie dosiahlo 1,4 milióna prepravených pasažierov vrátane odletov a príletov v roku 2022. Presnejšie to bolo 1 406 284 cestujúcich, čo predstavuje takmer trojnásobok pasažierov oproti roku 2021. Za rok 2022 v rámci pravidelnej dopravy letisko vybavilo 1 000 831 pasažierov, čo je oproti minulému roku vyše dvojnásobný nárast. V nepravidelnej doprave bratislavské letisko vybavilo 405 453 cestujúcich, čo predstavuje nárast o 150% v porovnaní s rokom 2021. Za mesiac december bolo spolu na prílete a odlete odbavených 71 635 pasažierov. Miera obnovy počtu cestujúcich z roku 2019 tak dosiahla za december 65%.

Najsilnejším mesiacom v roku 2022 bol júl, kedy letisko prepravilo 256 447 pasažierov na odletoch a príletoch. Deň kedy sa prepravilo najviac cestujúcich bol 23. júl 2022. Bratislavské letisko tento deň vybavilo 9 348 cestujúcich na odletoch a príletoch. Keď

prišiel konflikt na Ukrajine, všetky lety z a do Ukrajiny ako aj Ruskej federácie boli zrušené. Ukrajina patrila dovtedy medzi top spojenie a tento výpadok zobral približne 200-tisíc pasažierov.

Za rok 2022 sa uskutočnilo na Letisku M. R. Štefánika 24 283 vzletov a pristátí, pričom v samotnom decembri to bolo 1 182 letov. Top destinácie za rok 2022 boli Antalya, Londýn (Stansted, Luton), Miláno, Dublin, Hurghada.

V roku 2022 zabezpečovali pravidelnú dopravu na letisku nasledujúce letecké spoločnosti: Ryanair, Smartwings, Wizz Air a Air Cairo. Leteckí dopravcovia prevádzkovali v minulom roku 42 pravidelných liniek do 37 destinácií v 16-tich krajinách. Na porovnanie v roku 2019 leteckí dopravcovia prevádzkovali 55 pravidelných liniek do 50 destinácií v 18-tich krajinách (pozn.: pri výpočte rovnakou metodikou).

Najviac cestujúcich za rok 2022 prepravila opäť letecká spoločnosť Ryanair. Za ňou nasleduje letecký dopravca Smartwings, Wizz Air, Air Explore a Corendon Airlines. (\*Zdroj: Letisko M. R. Štefánika Bratislava, a. s.)

### **Štatistické údaje získané z cyklosčítačov a osobným sčítaním**

Štatistiky získané z cyklosčítačov umiestnených 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. Na hrádzi Berg evidovali v roku 2022 cyklosčítače 188 516 prejazdov, čo je 36% nárast v porovnaní s rokom 2021. Štatistiky z Viedenskej cesty zaznamenali mierny pokles prejazdov oproti roku 2020 a to na 416 971, čo predstavuje minimálny pokles o 0,32% (1 324 prejazdov) oproti minulému roku.

### **Štatistické údaje atraktivít destinácie Bratislava**

Z dostupných údajov, ktoré boli BTB poskytnuté, je možné konštatovať vysoký nárast návštevnosti aj v oboch atrakciách t. j. ZOO Bratislava aj Galérii Danubiana. V ZOO Bratislava tento nárast predstavuje takmer 14% oproti roku 2021 a v Galérii Danubiana je to až skoro 75% viac návštevníkov ako v roku 2021. V tabuľke č. 11 je aj percentuálne porovnanie návštevnosti roku 2022 s rokom 2019 (pred pandémiou COVID19), tam je vidieť, že návštevnosť ZOO Bratislava sa postupne už dostáva na rok 2019 a v Galérii Danubiana bola už táto návštevnosť v roku 2022 prekonaná o 21,65%.

Návštevnosť MMB v roku 2022 prekonala hranicu 250-tisíc návštevníkov a návštevníčok, čo sa blíži, ako uvádza MMB vo svojej výročnej správe, návštevnosti pred obdobia pandémie (2017, 2018) a je viac ako dvojnásobná oproti roku 2021. Najvyššia návštevnosť MMB bola zaznamenaná v mesiaci august, ktorý predstavuje aj vrchol turistickej sezóny. Najnižšia návštevnosť bola v mesiaci január, čo súvisí aj s niekoľkodňovým uzatvorením MMB pre verejnosť v rámci protipandemických opatrení.

**Tabuľka 11: Návštevnosť atrakcií destinácie Bratislava**

Atrakcia v Bratislave	Počet návštevníkov 2019	Počet návštevníkov 2020	Počet návštevníkov 2021	Počet návštevníkov 2022	% nárast 2022/2021
<b>MMB</b>	351 397	112 037	398 794	784 924	<b>96,82%</b>
<b>ZOO Bratislava</b>	315 008	252 565	246 204	280 423	<b>13,90%</b>
<b>SND</b>	236 103	89 944	38 719	185 990	<b>380,36%</b>
<b>Galéria Danubiana</b>	50 981	33 444	35 484	62 017	<b>74,77%</b>
<b>SNG v Bratislave</b>	47 709	21 434	17 954	24 639	<b>37,23</b>

\*Zdroj: MMB, ZOO, SND, Galéria Danubiana, SNG v Bratislave.

## Cieľové skupiny a trhy

Pri svojich aktivitách BTB postupuje v súlade s výstupmi strategických dokumentov na úrovni MD SR, BSK, hlavného mesta SR Bratislava i ďalších dostupných materiálov a zároveň sa snaží realizovať aktivity na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácií Bratislava.

BTB aktívne participovala na pripravovanej stratégii Programu rozvoja hlavného mesta SR Bratislavy 2022 – 2030, ktorý sa týka rozvoja cestovného ruchu v Bratislave s cieľom zvyšovania kvality života miestnych obyvateľov a uspokojovania potrieb návštevníkov mesta. Dokument so skráteným názvom Bratislava 2030 bol prijatý a schválený Mestským zastupiteľstvom v júni 2022. Bratislava 2030 predstavuje základné východisko pre koordináciu rozvoja CR v rámci celého konceptu rozvoja mesta v časovom horizonte 2030. Cestovný ruch má interdisciplinárny (prierezový) charakter a je previazaný s rôznymi ekonomickými aj spoločenskými činnosťami, ktoré majú pridanú hodnotu pre život v meste. Politika cestovného ruchu v hl. meste SR Bratislava vychádza z princípov udržateľnosti a primeranej mierky. Špecifikom udržateľnosti cestovného ruchu je rozšírenie troch základných pilierov – environmentálneho, ekonomického a sociálno-spoločenského – o pilier kultúry a digitalizácie. (\*Zdroj: Bratislava 2030)

Z hľadiska vývoja strategického zamerania, sa organizácia orientovala na cieľové skupiny a cieľové trhy v súlade s Marketingovou a komunikačnou stratégiou destinácie Bratislava na roky 2018 – 2022.

### Cieľové skupiny:

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

- Príležitostný návštevník (domáci návštevník z iných regiónov, mladá generácia, aktívni ľudia);
- Obchodní cestujúci, účastníci kongresového CR.

**Dominantné cieľové trhy:**

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

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

- z hľadiska veku návštevníkov: mládežnícky, rodinný, seniorský CR
- z hľadiska prevažujúce miesta pohybu: mestský, poznávací, kultúrny, umelecký, kongresový CR
- z hľadiska ročného obdobia: sezónny a mimosezónny CR s cieľom rozložiť návštevnosť destinácie počas celého roka
- z hľadiska dynamiky: pobytový CR s cieľom predĺžiť pobyt (najmä domácich) návštevníkov.

**Kľúčové priority v roku 2022 boli nasledovné:**

- **Reakcia na COVID-19:** prispôbenie väčšiny aktivít projektu BTB vzhľadom na aktuálne protipandemické opatrenie a zároveň zabezpečenie prostriedkov na ochranu návštevníkov destinácie a zamestnancov BTB;
- **Reakcia na vojnový konflikt na Ukrajine:** príprava ponuky pre odídcov z Ukrajiny;
- **Zdravotne znevýhodnení návštevníci a alebo návštevníci so špeciálnymi potrebami:** postupná fyzická a informačná debarierizácia;
- **Marketing** s dôrazom na online marketing a video s ohľadom na témy ako napr. cyklistika, vinárstvo, Dunaj, historická, kultúrna a kreatívna Bratislava, Vianoce a pod.;
- **Imidž a brand destinácie:** sociálne médiá, kampane, veľtrhy, výstavy, prezentácie, inzercie, infocesty, press tripy, projekt Google for Nonprofits, European Capital of Smart Tourism a i.;
- **Sezónnosť v marketingovej komunikácii:** vyššia koncentrácia marketingových aktivít na jar a jeseň, aktívna podpora produktov v týchto obdobiach, manažment pohybu návštevníka v destinácii, propagácia regiónu;
- **User Generated Content:** 72 hodinové mesto, Turistom vo vlastnom meste, Na vlastné nohy, bloggeri, vloggeri, sociálne siete – šírenie obsahu tvoreného návštevníkmi;
- **Kultúra a verejný priestor:** odlíšenie sa od okolitých metropol;
- **Partnerstvá a spolupráca:** pokračovanie v národných a medzinárodných spoluprákach v oblasti cestovného ruchu. Spoluorganizovanie podujatí, networkingové stretnutia, vzdelávacie aktivity, pracovné skupiny, projekty, cezhraničná spolupráca, BC karta a iné.
- **Kvalita destinácie:** modernizácia a obnova turistickej infraštruktúry v destinácií;



- **Dôraz na miestne obyvateľstvo:** užšia spolupráca s mestom, dobrovoľnícke aktivity; budovanie pozitívneho vzťahu k mestu implementácia strategických materiálov;
- **Implementácia strategických materiálov:** odpočet plnenia Marketingovej a komunikačnej stratégie a jej ďalšia implementácia, implementácia MICE stratégie;
- **Dáta a technológie:** spolupráca na Open Data Bratislava, free WiFi dáta, Google analytics data;
- **MICE a kongresový cestovný ruch:** využitie potenciálu Bratislavy v oblasti „meetings industry“, CRM systém, prezentácia kongresovej Bratislavy, práca s partnermi v destinácii, tvorba a šírenie tematického obsahu, B2B prezentácia na sociálnych sieťach, fam trip.

## Zhrnutie a hlavné úspechy 2022

Činnosť BTB bola v súlade s § 29 zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov orientovaná na tieto hlavné oblasti: marketing a propagácia (edičná a video tvorba, veľtrhy, výstavy, prezentácie, PR a komunikácia, podpora predaja a propagačné nástroje, podpora kongresového CR, infocesty, press tripy, fam tripy); aktivity TIC v destinácii; tvorba a podpora udržateľných produktov a podujatí; podpora atraktivít lokality; infraštruktúra cestovného ruchu; zabezpečenie strategických a koncepčných materiálov, štatistík, prieskumov; zavedenie a udržiavanie hodnotiaceho systému kvality služieb; vzdelávacie aktivity.

Aktivity marketingu a propagácie sa zamerali hlavne na podporu prezentácie destinácie. Natočilo sa 70 videí a pripravil sa nový Hero Spot pre segment turistov MICE, BTB sa zúčastnila 15 prezentácií na zahraničných veľtrhoch, výstavách a B2B fórach, vytvorila vyše 350 výstupov vo forme PR článkov, inzercií a tlačových správ v domácich a zahraničných médiách, viac ako 405 000 tlačených propagačných materiálov a máp, plus vznikli 3 nové tematické obsahy (Bus Driver's Guide, mapa USE IT a Korunovačná brožúra). Okrem toho zrealizovala dva nové online projekty – nový koncept webstránky visitbratislava.com a online virtuálne hry a digitálne kvízy pre deti a mládež.

Aktivity a komunikácia BTB sa zameriavali na komunikáciu a propagáciu destinácie, jej značky a produktov. BTB v roku 2022 pokračovala komunikáciou prostredníctvom kampane 72 hodinové mesto (zima, jar, jeseň a advent) a zároveň spustila 2 nové kampane Na vlastné nohy, Bratislava je aj moje mesto. Kampane boli zacielené na domáci trh i zahraničie.

Prostredníctvom videí a online plánovača na webe 72hodinovemesto.sk ponúkala BTB Slovákom trojdňový program zostavený podľa ich preferencií. Táto aktivita nadviazala na produkt Bratislava CARD, ktorý má BTB v ponuke.

V roku 2022 sa zrealizovala významná propagácia a komunikácie destinácie cez sociálne siete BTB. Organické a sponzorované propagované príspevky na Facebooku ako prezentácia Bratislavy predstavovali dosah 4 milióny videní. Videá BTB na YouTube kanáli VisitBratislava mali za rok 2022 až 2,5 milióna videní. Dosah viac ako 5 miliónov videní zaznamenala BTB prostredníctvom spolupráce s influencerami v priebehu roka 2022.

Počas sezóny 2022 BTB podporila strategické podujatia mesta napr.: Bratislavské mestské dni, Kultúrne leto, Bratislavské korunovačné dni 2022, Letné Shakespeareovské slávnosti, L'etape Slovakia By Tour de France, Bratislavské jazzové dni, One Day Jazz, Uprising Festival, Biela noc, Rímske Dni, Rytieri na Devíne a iné.

V marci 2022 BTB zorganizovala konferenciu „Na jednej lodi“, na ktorej sa zúčastnila široká odborná verejnosť, ktorá diskutovala na tému - Rieka Dunaj a jej potenciál s možnosťou ďalšieho využitia. V novembri 2022 na aktivitu nadviazala konferenciou „Dunajské inšpirácie“.

BTB zabezpečila a zorganizovala 15 tematických infociest, press a fam tripov pre viacerých účastníkov z rôznych krajín sveta (IT, CZ, HU, PL, AT, FR, CH, DX, IZ, SL a i.).

Za oblasť MICE možno spomenúť úspešne zorganizovaný fam trip (15. - 18. 8. 2022) pre 8 zástupcov relevantných MICE médií z UK, DE, PT, NL, ES, HU, IT a BE a natočenie nového MICE Hero spotu, ktorý mal za rok 2022 – 260 300 videní.

V oblasti turistickej infraštruktúry cestovného ruchu BTB spravuje už 27 uzlov WiFi v hl. meste a v roku 2022 pripravila pokrytie hradu Devín, kde bude v roku 2023 spustených do prevádzky ďalších 6 uzlov. Zároveň sa ukončili aktivity drobnej turistickej infraštruktúry ako obstaranie a osadenie uvítacieho banneru na amfiteátri v Devíne, revitalizácia oddychových zón na Šancovej ulici a dobudovanie infraštruktúry pre ZOO Bratislava v mestskej časti Karlova Ves. Začiatkom roka 2022 prebehla údržba, repasácia a obnova turistického informačného značenia v destinácií. Taktiež sa z kapitálových výdavkov podarilo dokončiť projektovú dokumentáciu na stavbu cyklochodníka v úseku Jarovce – Kittsee, ktorej prínosom bude vybudovanie cyklotrasy na intenzívne využívanom rekreačnom úseku spájajúceho dve krajiny. Rovnako bol v spolupráci s MČ Staré Mesto realizovaný projekt osvetlenia dvoch turistických atraktivít, historických objektov na nábreží Dunaja v centre mesta, kde BTB zabezpečila technologické zariadenia pre osvetlenie na základe dohody s MČ Staré Mesto, Hl. mestom a BSK. Ide o budovy národnej kultúrnej pamiatky budovy Strednej priemyselnej školy strojníckej na Fajnorovom nábreží a budovy prístaviska Propeleru na Rázusovom nábreží.

V roku 2022 BTB vypracovala analýzu, v ktorej sa zamerala na identifikovanie bariér cestovného ruchu v Bratislave, ktoré sú dlhodobým problémom destinácie a hľadala odpoveď na otázku prečo hl. mesto SR Bratislava stále čelí častému negatívnemu imidžu domácich návštevníkov.

V oblasti kvality služieb v destinácií bola vypracovaná analýza, ktorej obsahom bolo vyhodnotenie kvality služieb v subjektoch cestovného ruchu v hl. meste SR Bratislava podľa jednotlivých kategórií služieb cestovného ruchu. Tento prieskum kvality poskytovaných služieb v destinácii nadviazal na strategický dokument BTB – Pilotný projekt hodnotenia kvality: Metodika vyhodnocovania kvality podľa jednotlivých služieb CR v destinácií.

TIC BTB v roku 2022 zorganizovalo 107 prehliadok, komentovaných cyklovýletov a klasických prehliadok mesta, 4 vzdelávacie a odborné aktivity pre domácich a zahraničných návštevníkov mesta, partnerov a členov BTB. Obľúbený produkt CR BTB Bratislava CARD zaznamenal 16. sezónu, do ktorého bolo zapojených 66 partnerov v destinácii.

Detailný prehľad aktivít a podaktivít BTB je uvedený v nasledujúcich kapitolách a dokumentuje plnenie stanovených priorít a cieľov. Kompetencie a právomoci organizácie destinačného manažmentu a marketingu sú obmedzené z hľadiska komplexného rozvoja destinácie, preto je neopomenuteľná úloha miestnych samospráv a ďalších partnerov, ktorí spoluvytvárajú podmienky na život v meste pre miestnych obyvateľov a tak i návštevníkov.





# MARKETING A PROPAGÁCIA



Marketing a propagácia predstavujú hlavnú a najrozsiahlejšiu oblasť aktivít BTB, pod ktorú spadajú viaceré významné podaktivity. Pri implementácii jednotlivých projektov BTB postupuje v súlade s výstupmi a odporúčaniami Marketingovej a komunikačnej stratégie destinácie Bratislava na roky 2018 – 2022, MICE stratégie, Programu rozvoja hlavného mesta SR Bratislavy 2022 – 2030 (Bratislava 2030) a Marketingovej stratégie destinácie Bratislavský región pre roky 2018 – 2022.

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

Aktivity v roku 2022 boli orientované s ohľadom na pandémiu COVID19 a vojnový konflikt na Ukrajina a s ním súvisiace opatrenia na cieľový trh Slovenská republika a zároveň na príslušné regióny: Česká republika, Rakúsko, Nemecko a Spojené kráľovstvo.

V zmysle aktuálnych trendov ťažisko propagácie sa čoraz viac posúva z off-line do online platformy, na využívanie SMART technológií, zdôraznenie autenticity a lokálnosti, diverzifikáciu kampaní so zameraním na mimosezónne obdobie, zapojenie interaktivity a kreatívne riešenia obsahu a prezentačných foriem.

### **Ciele BTB, ktoré sú dosahované realizáciou aktivít v oblasti marketingu a propagácie:**

- Rast povedomia o značke Bratislava doma a v zahraničí s orientáciou na cieľové trhy (formou video tvorby, spravovaním webstránok a sociálnych sietí a pod.);
- Zvýšenie rozpoznateľnosti značky na medzinárodnom trhu cestovného ruchu (účasť na veľtrhoch, výstavách CR aj online prezentáciách);
- Budovanie pozitívneho imidžu a PR destinácie a BTB doma a v zahraničí (účasť na veľtrhoch, výstavách CR aj online prezentáciách, organizácia press tripov, fam tripov, infociest, správa sociálnych sietí, marketingové kampane);
- Vytvorenie nových asociácií spájateľných s mestom a komunikovaných doma a v zahraničí (organizácia press tripov, fam tripov, infociest);
- Profilovanie Bratislavy ako kongresovej/ MICE destinácie (tvorba obsahu, správa sociálnych sietí, B2B fóra, akvizícia, fam tripov);
- Aktívna a cieleňá komunikácia (médiá mix, kampane, sociálne siete ap.) s cieľovými trhmi doma a v zahraničí;
- Rast “user generated” obsahu zdieľaného v online priestore;
- Rast informovanosti existujúcich a potenciálnych návštevníkov o ponuke mesta (edičná a video tvorba);
- Budovanie vzťahu Slovákov a miestnych obyvateľov k Bratislave (marketingové kampane);
- Tvorba hodnoty v cestovnom ruchu;
- Multiplikačný efekt cestovného ruchu v príbuzných a nadväzných odvetviach;

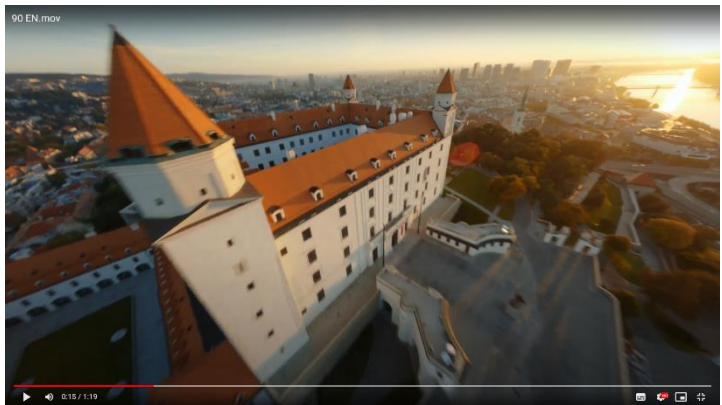
- Nárast v počte a kvalitatívnej úrovni mediálnych výstupov;
- Rast ukazovateľov viažucich sa na mediálne a PR aktivity organizácie (návštevnosť stránky, čítanosť príspevkov, sledovanosť videí, nárast v počte fanúšikov na sociálnych sieťach a pod.).

## Edičná a video tvorba

Cieľom tejto podaktivity bolo zaujať potenciálnych domácich ale aj zahraničných návštevníkov najefektívnejším a najsilnejším marketingovým nástrojom, akým je v súčasnosti predovšetkým video. Primárnym cieľom v roku 2022 bolo vytvoriť nové hlavné propagačné video, nakoľko pôvodné bolo ešte z roku 2015. Taktiež, vzhľadom na rôzne cieľové skupiny a ich segmentáciu záujmov, sa BTB snažila pokryť viaceré témy špecifickými videami, ktoré sú priamo prepojené na destináciu.

### REALIZOVANÉ VIDEÁ Z DOTÁCIE 2022:

- **BRATISLAVA – NOVÝ HERO SPOT-** vzhľadom na neaktuálnosť v súčasnosti používaného hero spotu (napr.: mnohé stavby boli rekonštruované alebo novopostavené, pri filmovaní sa používa nový a modernejší štýl strihu a používajú sa nové filmárskej techniky) bolo potrebné natočiť hlavný imidžový spot na propagáciu aktuálnej tváre hlavného mesta.



Všetky spoty boli natáčané profesionálnou produkčnou spoločnosťou s využitím najmodernejšej techniky a FPV dronov. Video spot sa natáčal počas troch ročných období – leto, jeseň a zima, s cieľom zabezpečiť propagáciu destinácie aj mimo hlavnej turistickej sezóny s dôrazom na to, že Bratislava je vhodná na celoročnú návštevu. Hero spot bol vytvorený v troch jazykoch – slovenčina, nemčina a angličtina a vo viacerých dĺžkach a formátoch na rôzne typy použitia.

#### Dodané videá HERO SPOTu:

- 100 sekundový video spot vo formáte 16:9 na šírku v 3 jazykových mutáciách – Slovenčina, Nemčina, Angličtina.

#### Dodané prestrihy HERO SPOTu:

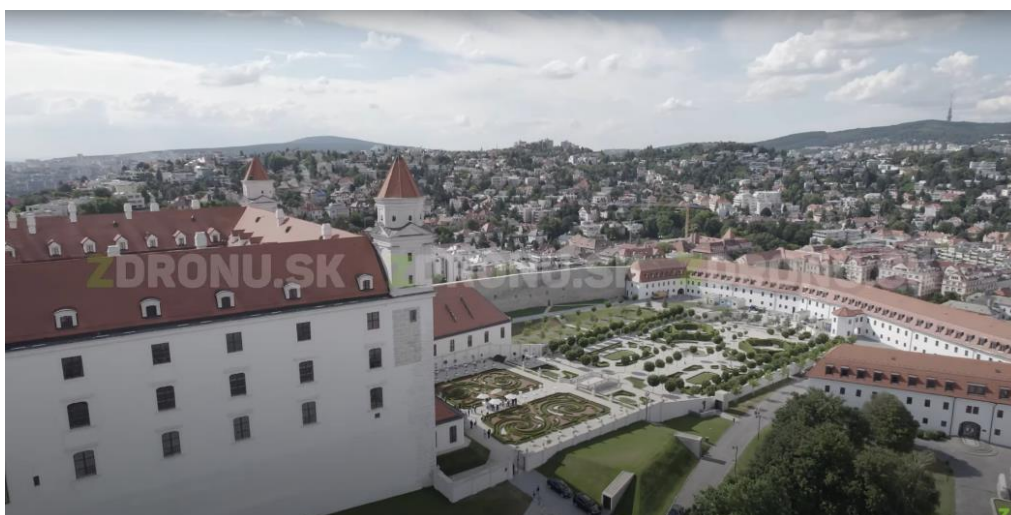
- Video dĺžke 60 sekúnd vo formáte 16:9 s len FPV dronovými zábermi v troch jazykových mutáciách – Slovenčina, Nemčina, Angličtina;
- Video približnej dĺžke 60 sekúnd vo formáte 9:16 s len FPV dronovými zábermi v troch jazykových mutáciách – Slovenčina, Nemčina, Angličtina;

- 60 sekundový video spot vo formáte 16:9 na šírku v 3 jazykových mutáciách – Slovenčina, Nemčina, Angličtina;
- 30 sekundový video spot vo formáte 16:9 na šírku v troch jazykových mutáciách – Slovenčina, Nemčina, Angličtina;
- 2 x 15 sekundový video spot vo formáte 16:9 na šírku v troch jazykových mutáciách – Slovenčina, Nemčina, Angličtina;
- 2 x 15 sekundový video spot vo formáte 9:16 na výšku v troch jazykových mutáciách – Slovenčina, Nemčina, Angličtina;
- 2 x 6 sekundový video spot vo formáte 16:9 v troch jazykových mutáciách – Slovenčina, Nemčina, Angličtina.

Všetky videá boli dodané v 4K v kodeku H.264 + bitrate 16 Mbps, audio AAC codec, Stereo, komplexné spracovanie vo formáte MP4.



- **DRONOVÉ VIDEÁ** – zakúpenie 58 profesionálnych dronových videí najdôležitejších atrakcií Bratislavy v rôznych ročných obdobiach. Videá sú všeobecne použiteľné na vlastnú produkciu, na externú produkciu ako aj na poskytnutie domácim aj zahraničným partnerom, či médiám na odprezentovanie Bratislavy.



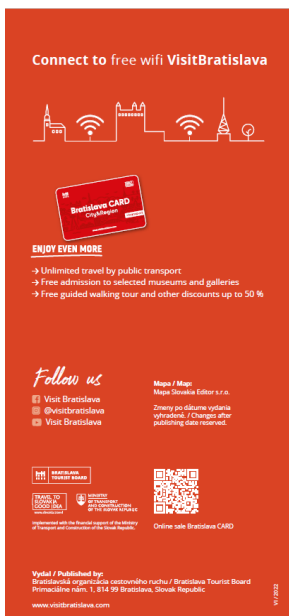
# Grafické a kreatívne služby

## Zabezpečenie grafických a kreatívnych služieb

So všetkými informačno-komunikačnými výstupmi BTB bezprostredne súvisia grafické a kreatívne služby, ktoré sú poskytované externými dodávateľmi (na základe výsledkov verejnej súťaže). Grafické a kreatívne služby zahŕňajú vizuálne prevedenie obsahového marketingu (koncept, obsah, idej, komunikačné témy a posolstvá), grafické služby (stvárnenie, modifikácia a vizualizácia grafických výstupov), tvorbu vizuálov k brožúram a iným edičným titulom BTB, tvorbu vizuálov k projektom a podujatiam z dielne BTB, zalamovanie propagačných článkov, textov na účely inzercie, tvorbu grafiky pre informačné bulletiny, bannery, rollupy, reklamné vlajky – beachflagy, stánky, plagáty a podobné grafické práce na marketingové a PR/komunikačné účely BTB.

## AKTIVITY V TEJTO OBLASTI V ROKU 2022:

- **Bus Driver's Guide** – materiál bol vypracovaný v spolupráci s Hlavným mestom SR Bratislava oddelením dopravy a marketingovým oddelením centra Nivy, ktoré spravuje aj autobusovú stanicu Nivy a slúži ako sprievodca pre vodičov turistických autobusov, ktorí potrebujú dostať jasné a zreteľné informácie týkajúce sa parkovania v Bratislave. Parkovania predstavuje jednak krátkodobé, čiže len výstup a nástup turistov ale zároveň aj dlhodobé počas dňa resp. noci. Materiál obsahuje textové informácie spolu s mapou Bratislavy a jednotlivými optimálnymi trasami pohybu turistických autobusov, mapu mesta a mapu centra Nivy s popisom navigačných detailov spracovanými v kontexte dizajnu manuálu mesta Bratislava. Materiál bol vypracovaný v jednej štvorjazyčnej verzii a to slovensko-anglicko-nemecko-maďarskej.



Connect to free wifi VisitBratislava

Unlimited travel by public transport  
Free admission to selected museums and galleries  
Free guided walking tour and other discounts up to 50 %

Follow us  
Visit Bratislava  
Visit Bratislava

Map / Map  
Map Bratislava

Map Bratislava

Online sale Bratislava CARD

Printed / Published by:  
Bratislavská organizácia cestovného ruchu / Bratislava Tourist Board  
Princípale nám. 1, 814 99 Bratislava, Slovak Republic  
www.visitbratislava.com

### PARKOVISKÁ PRE TURISTICKÉ AUTOBUSY

**Platnosť**  
Autobusová stanica Nivy, Bratislava  
www.doprava.sk/bus/parking\_maximalna\_kapacita\_10\_autobusov  
Parkovisko Osloby prístav, Fajnorovo nábrežie 2  
www.parkoviska.sk/parkovisko-osloby-pristav  
Prinóme určenie pre týchto turistov, kapacita je 10 autobusov.

**Negativné**  
Parkovanie na Litovskej ulici, Slávičie údolie  
kapacita 9 autobusov  
otvorené nonstop, max. doba vjazdu 3 hodiny  
Dopravný z. center po nábreží Dunaja cez Mlynský dolinu alebo po Prážskej a Brnenskej ulici cez Bratislavu a Mlynský dolinu.

**Zastávky pre nástup a výstup cestujúcich**  
Zastávka prvú minútu a výstup cestujúcich max. 10 min.  
Madrásova ulica - Bratislavský hrad  
Ráuzovo nábrežie - pred a oproti Hotelu Park Inn Danube  
Hurbanovo námestie - zastávka MHD  
Nábrežie arm. gen. L. Svobodu - v blízkosti Botely Pressburg a komplexu River Park  
Na Slávine - pamätník Slávin  
Máľá Scéna - pred divadlo Máľá Scéna  
Chlapárska - pri Slovenskom národnom divadle

**Dôležité telefónne čísla**  
112 Tlačiareň vyzvania  
158 V prípade krádeže alebo vykradnutia autobusu  
159 V prípade sťaženia zlámaný autobus  
02/16 186 Turistické informácie

### PARKING LOTS FOR TOURIST BUSES

**Paid**  
Central Bus Station Nivy, Bratislava  
www.doprava.sk/bus/parking\_Capacity - 10 buses  
Parking lot Passenger Port (Osloby prístav), Fajnorovo nábrežie 2  
www.parkoviska.sk/parkovisko-osloby-pristav  
Mlýny for cargo passengers, capacity - 10 buses.

**Free**  
Parking lot Litovská ulica (street), Slávičie údolie  
capacity - 9 buses  
open nonstop, max. standing time 3 hours  
Accessibility from the center along the Danube embankment through Mlynský dolina or along Prážskej and Brnenskej Street through Bratislava and Mlynský dolina.

**Bus pick-up & drop-off points**  
Standing for a maximum of 10 minutes is permitted at these stops:  
Madrásova ulica - Bratislavský hrad (Bratislava Castle)  
Ráuzovo nábrežie - in front of and opposite of the Hotel Park Inn Dan uba  
Hurbanovo námestie - local transport stop  
Nábrežie arm. gen. L. Svobodu - near the Botel Pressburg and River Park complex  
Na Slávine - Slávin Memorial  
Máľá Scéna - in front of Máľá Scéna theatre  
Chlapárska (street) - near Slovak National Theatre

**Important telephone numbers**  
112 Emergency calls  
158 Police - in the event of theft and loss  
159 City police - if the bus is immobilized by a parking boot  
02/16 186 Tourist information

### PARKPLÄTZE FÜR TOURISTENBUSSE

**Gehörfähliche Parkplätze**  
Busbahnhof Nivy, Bratislava  
www.doprava.sk/bus/parking\_die\_kapazitat\_betragt\_10\_Busse  
Parkplatz am Passagierhafen (Osloby prístav), Fajnorovo nábrežie 2  
www.parkoviska.sk/parkovisko-osloby-pristav  
Bestimmt vor allem für Schiffspassagiere, die Kapazität beträgt 10 Busse.

**Gehörlose Parkplätze**  
Parkplätze an der Litovská ulica (Strasse), Slávičie údolie  
Diese Parkplätze sind nonstop zugänglich, haben beschränkte Kapazität - 9 Busse.  
Erreichbar aus dem Zentrum: entlang des Donauufers über Mlynské doliny oder auf den Straßen Prážská und Brnenská über Bratislava und Mlynský dolina.

**Haltstellen für Ein- und Ausstieg von Reisenden**  
Zustopgebotort an den Haltestellen max. 10 Minuten  
Madrásova ulica - Bratislavský hrad  
Ráuzovo nábrežie - vor und gegenüber dem Hotel Park Inn Danube  
Súchý myto - Haltestelle des Stadtverkehrs  
Nábrežie arm. gen. L. Svobodu - in der Nähe des Botel Pressburg und des River Park - Komplexes  
Na Slávine - Denkmal Slávin  
Máľá Scéna - vor dem Theater Máľá Scéna  
Chlapárska ulica (Strasse) - am Slowakischen Nationaltheater

**Wichtige Telefonnummern**  
112 Notruf  
158 Polizei - im Fall von Diebstahl oder Verlust  
159 Stadtpolizei - polisieho radpárne  
02/16 186 Auskunftsdienst für Touristen

### PARKOLÓHELYEK TURISTABUSZOK RÉSZÉRE

**Free-let**  
Buszállomás Nivy, Pozsony  
www.doprava.sk/bus/parking\_kapacitas\_10\_busz  
Parkolás a személygépkocsóké, Osloby prístav, Fajnorovo nábrežie 2  
www.parkoviska.sk/parkovisko-osloby-pristav  
Érdéghelyek a hajós turisták elvételére, kapacitás 10 busz.

**Noni fészék parkolás**  
Parkoló a Litovská utcában, Slávičie údolie  
9 hely áll rendelkezésre autóbusszok számára nonstop nyitva, maximális parkolási idő 3 óra  
A képtelenség megközelítését a Dunai rakpart mentén a Mlynský dolinán keresztül, vagy a Prážská és a Brnenská utcán át a Patrónka és a Mlynský dolinán keresztül.

**Megállóhelyek az utazók fel- és leszállása idejére**  
A megállóhelyeken legfeljebb 10 percet engedélyezett a parkolás.  
Ráuzovo nábrežie rakpart - a Hotel Park Inn Danube szálloda előtt és szembe fordított  
Hurbanovo námestie tér - a Quo Vadis épületnél  
Nábrežie arm. gen. L. Svobodu rakpart - a Pressburg hotel és a River Park épületegyüttes közelében  
Na Slávine - Slávin emlékmű  
Máľá Scéna - a Máľá Scéna színház előtt  
Chlapárska - a Szlovák Nemzeti Színházban

**Fontos telefonszámok**  
112 Segélyhívó szám  
158 Városi rendőrség - a lopás vagy a károkozás megközelítése esetén  
159 Rendőrség - a busz immobilizálásával kapcsolatban  
02/16 186 Turisták információját



BRATISLAVA

Bus Drivers' Guide 2022

Plati do / Valid until / Gültig bis 31.12. 2022

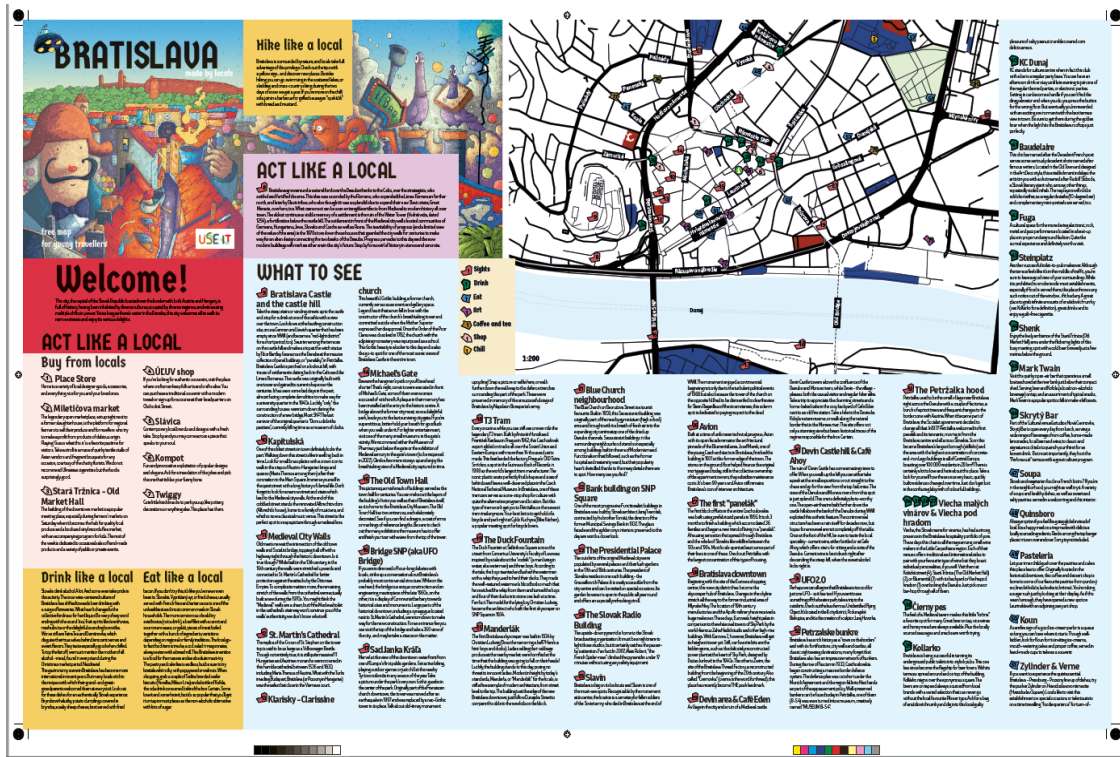
- Parkovanie v meste
- Parking in the city
- Parken in der Stadt
- Parkolás a városban

BRATISLAVA TOURIST BOARD www.visitbratislava.com



• **Mapa USE IT – Mapa pre mladých cestovateľov USE IT**

BTB sa podieľala na príprave turistickej mapy európskej siete USE IT pre mladých v angličtine, ktorú vytvorili dobrovoľníci už v štyridsiatich mestách (<https://www.use-it.travel/home>). BTB zároveň podporila tlač 10 000 ks predmetnej mapy a distribuuje ju v TIC, kde bol o ňu veľký záujem. Zameraním mapy je rozšírenie tematickej ponuky miestnych obyvateľov o typy na autentické miesta destinácie, zážitky, gastronómiu a špecifiká pre mladých ľudí zo zahraničia.



- **Korunovácia v Bratislave** – dvojjazyčná plnofarebná brožúra v slovensko-anglickej mutácii na formáte A3 preloženom napoly na hrubšom papieri. Obsah brožúry zhrňa základný popis korunovácií v Bratislave – história Bratislavy ako korunovačného a kráľovského mesta, zoznam panovníkov a ich manželiek korunovaných v Bratislave spolu s podobizňami a rokmi ich korunovácie. Záverečná strana brožúry zároveň slúži ako informácia, upútavka a neoficiálna pozvánka na hlavné podujatie k tejto téme – každoročne organizované Bratislavské korunovačné dni.
- **Tematický merkantil, prezentačno-propagačné nástroje** – grafické návrhy vizuálov (potlač reklamných predmetov, grafická príprava potlače pre reflexné vesty a šiltovky BUS koordinátorov a i.), tričká a iné.
- **Príprava vizuálov, zalomenie, návrh na fotostenu o veľkosti štyroch metrov s témou korunovačnej Bratislavy** – výsledkom aktivity bolo zaobstaranie nového vizuálu na potlač fotosteny.
- **Grafické a kreatívne návrhy pre PR výstupy** – počas roka 2022 sa využívali grafické práce na množstvo PR výstupov ako napríklad grafika ku kampaniam, PR článkom a inzerciami v printe aj na online, prezentáciami a tlačovým konferenciami a grafika na web a sociálne siete. Okrem toho sa pripravovali viaceré poukazy, prezentácia k podujatiu Bratislavské korunovačné dni, pohyblivé html5 bannery, či grafika do citylightov. Pri



príprave obsahu na web bolo potrebné vytvoriť upravené formáty grafičiek pre špecifické použitie k projektom a podujatiam BTB ako Bratislavské mestské dni, Bratislavské korunovačné dni, Dunajská inšpirácie (konferencia), Vianočné trhy a pod. Grafické práce boli využité aj pri príprave novej digitálnej Bratislava CARD.

- **Update existujúcich letákov, brožúr a máp**, ako napríklad:  
Brožúra a leták k BC karte, Korunovačná Bratislava (HU/DE), 6DL leták „Malá Bratislava“ (UKR) – kompletne nová verzia, 4DL Zelená Bratislava (SK, DE, ENG), Turistická mapa A3 „Trhacia“, 4DL BA hrad (SK, DE, ENG, IT,HU) - aktualizácia, 4 DL Rodina a deti (UKR) – kompletne nová verzia, 4 DL Šport a relax (UKR) – kompletne nová verzia a iné.
- **MICE výstupy:** napríklad – pozvánky a program na fam tripy, inzercia, floor tiles IBTM World, bannery na sociálne siete.
- Príprava nálepiek, plagátov, tabuliek a iných menších grafických výstupov.
- Príprava vizuálov pre konferencie Na jednej lodi a Dunajské inšpirácie: roll-upy, pozvánky, program, kľúčový vizuál, menovky a iné.
- Príprava obálky na Bratislava City Guide.
- Príprava vizuálov / plagátov do „Crystal boxov“ v TIC, Klobočnícka.
- Zalomenia a príprava stručného slovníka UKR – SK.
- Návrh a grafická príprava letáku Prehliadky mesta v ukrajinskom jazyku počas Mestských dní v Bratislave.
- Príprava vizuálov do LCD obrazoviek v TIC – pravidelné prehliadky so sprievodcom v ENG a SK jazyku.
- Vizuály k Bratislavským korunovačným dňom – fotostena, citylighty, leták.

Pre potreby tlače jednotlivých printových titulov boli zakúpené mapové licencie na použitie aktualizovaných mapových podkladov ako napr. Trhacia mapa A3, BC CARD leták, Mala Bratislava (Best of Bratislava), Šport a relax a iné.

## Tlač materiálov

V roku 2022 pribudli do edičnej tvorby BTB viaceré nové tituly, ktoré doplnili a rozšírili portfólio informačno-prezentačných materiálov. Okrem toho sa aktualizoval obsah i grafický vzhľad viacerých už existujúcich materiálov a pridávali sa nové jazykové mutácie materiálov.

### NOVÉ TITULY:

- **Leták 4DL Bus Driver´s Guide** – tlač letáku, vyšiel v spoločnej slovenskej, anglickej, nemeckej a maďarskej jazykovej mutácii.
- **Skladacia mapa USE IT** – tlač mapy Bratislavy, bola vydaná v anglickej jazykovej mutácii. Mapa určená pre mladých turistov v Bratislave, mapu tvoria lokálni obyvatelia.

## AKTUALIZOVANÉ TITULY:

- Korunovačná Bratislava (HU/DE), 6DL leták „Malá Bratislava“ (UKR) – kompletne nová verzia, 4DL Zelená Bratislava (SK, DE, ENG), Turistická mapa A3 „Trhacia“, 4DL BA hrad (SK, DE, ENG, IT,HU) - aktualizácia, 4 DL Rodina a deti (UKR) – kompletne nová verzia, 4 DL Šport a relax (UKR) – kompletne nová verzia a iné.
- **Brožúra Bratislava CARD** – aktualizácia brožúry s ohľadom na novinky v podobe nových zapojených partnerov a prevádzok v Bratislave a regióne.
- **Bratislava CARD leták 4DL** – aktualizácia letáku v nadväznosti na zmeny v Brožúre Bratislava CARD.

## OSTATNÉ TLAČOVINY:

- Informačné nálepky na vchodové dvere TIC;
- Nálepky na predajné miesta a vozidlá MHD s informáciou o možnosti využitia BC CARD;
- Informačné tabule a plagáty k turistickým prehliadkam v SK a ENG jazyku;
- Nálepky s otváracími hodinami Informačných centier BTB;
- Nálepky s logami MD SR;
- Fotografie na výstavu v galérii Umelka dňa 22.2.2022 „Bratislava v hľadáčku: Výber fotografií roku 2021“;
- Plagáty do súťaže o Bratislava CARD.



**Tabuľka 12:** Prehľad tlače v roku 2022

Titul	Počet kusov	Poznámka
BC CARD brožúra	4 000	ENG/DE/SK
4DL BA CARD leták	6 000	ENG
4DL Keltsko-rímska BA	2 000	SK
Skladacia mapa USE IT	10 000	ENG
A3 Trhacia mapa	100 000	SK/ENG/DE
6DL Malá BA	20 000	ENG
6DL Malá BA	10 000	UKR
4DL Rodina a deti	10 000	UKR
4DL Šport a relax	6 000	UKR
Bus Driver's Guide	2 000	SK/ENG/DE/HU
4DL Šport a relax	2 000	DE
4DL Židovská BA	2 000	DE
4DL BA hrad	8 000	SK

4DL BA hrad	4 000	IT
4DL BA hrad	8 000	ENG
4DL BA hrad	4 000	HU
4DL BA hrad	8 000	DE
4DL hrad Devín	4 000	HU
3DL leták Františkánsky kostol	2 000	SK
3DL leták Františkánsky kostol	4 000	ENG
3DL leták Františkánsky kostol	2 000	DE
4DL Židovská BA	2 000	SK
4DL hrad Devín	4 000	DE
6DL Zelená BA	2 000	DE
6DL Zelená BA	2 000	ENG
Skladacia mapa A2	20 000	ENG/DE
4DL hrad Devín	4 000	SK
4DL hrad Devín	4 000	ENG
4DL Židovská BA	4 000	ENG
6DL Korunovačná BA	2 000	HU/DE
6DL Zelená BA	2 000	SK
4DL Rodina a deti	4 000	SK
4DL Rodina a deti	4 000	ENG
6DL Malá BA	10 000	SK
6DL Malá BA	10 000	DE

\*Vlastné spracovanie (skratky: SK – slovenčina, ENG – angličtina, DE – nemčina, HU – maďarčina, RUS – ruština, ESP – španielčina, FR – francúzština, IT – taliančina, UKR - ukrajinčina).

## Veľtrhy, výstavy a prezentácie

Účasť na veľtrhoch, výstavách a prezentáciách cestovného ruchu prispieva k zviditeľneniu destinácie medzi odbornou i laickou verejnosťou, k lepšiemu prístupu k cieľovým trhom a skupinám, k získavaniu a udržiavaniu profesionálnych kontaktov v odvetví a má veľký význam v oblasti nadväzovania partnerstiev a spolupráce. BTB v rámci veľtrhov a výstav spolupracuje najmä s MD SR a KOČR



BRT. Pri zahraničných prezentáciách BTB spolupracuje so zahraničnými zastúpeniami MD SR, Slovakia Travel, Kultúrnymi inštitútmi, ale aj inými inštitúciami, ktoré BTB oslovujú za účelom spolupráce. Pri aktivite sú zohľadnené odporúčania a priority Marketingovej a komunikačnej stratégie Bratislavy i MICE stratégie.

### VELTRHY A VÝSTAVY LEISURE:

- **Prezentácia na veľtrhu EXPO Dubaj (30. 1. – 3. 2. 2022)**

Účasť BTB na veľtrhu EXPO Dubaj zabezpečili predseda predstavenstva BTB, Ing. Vladimír Grežo spolu s podpredsedom predstavenstva BTB, Mag. Martinom Volekom, MBA, PhD.

Zástupcovia BTB na podujatí absolvovali destinačnú marketingovú prezentáciu BTB, zúčastnili sa marketingovej prezentácie OOCR a KOČR Košice, rôznych B2B a networkingových stretnutí so slovenskými partnermi z oblasti CR. Potenciálnymi partnermi do budúcnosti sú cestovná kancelária Al Rostamani, p. Sushant Pilankar a p. Olvoer Vermug, Adrenaline Travel, p. Sophia Tamanang.

- **Virtual Counter Days (22. 2. – 23. 2. 2022)**

Tretí ročník veľtrhu sa uskutočnil vo virtuálnom priestore a bolo možné absolvovať online stretnutia a rozhovory, ktoré boli technicky riešené cez portál counterdays.fvw.de, prostredníctvom ktorého bolo zároveň účastníkom umožnené absolvovať aj virtuálne prezentácie a webináre v počte približne tridsať.

Veľtrh cestovného ruchu bol organizovaný spoločnosťou FVW Medien, Hamburg, Nemecko. Destináciu Bratislava zastupovala Bratislava Tourist Board, prostredníctvom virtuálneho pultu. Vďaka účasti na veľtrhu, BTB získala dvadsaťpäť hodnotných kontaktov na cestovné kancelárie a touroperátorov a mediálne spoločnosti (takmer výhradne z Nemecka), ktoré prejavili záujem o Bratislavu.

- **B2B Discover Central Europe Networking Day Budapešť (23. 2. – 24. 2. 2022)**

Akciu zorganizovala spoločnosť Visit , ktorá uhradila aj všetky náklady spojené s dopravou a ubytovaním pozvaných hostí. Za BTB, podobne ako za každú inú organizáciu, sa podujatia mohol zúčastniť len jeden zástupca. Prezentácia začala priamo na vlakovej stanici v Budapešti, odkiaľ sa účastníci presunuli do hotela, kde nasledoval networkingový obed a neskôr program pokračoval prehliadkou parlamentu. BTB na podujatí rokovala prevažne s Rumunskom, Talianskom, Ruskom, Nemeckom – dovedna sa realizovalo trinásť stretnutí. Uskutočnila sa aj krátka prezentácia destinácie Bratislava, týkajúca sa možnosti ponuky destinácie, plavieb loďou a blízkosti okolitých destinácií (Praha, Viedeň, Budapešť). Výsledkom uvedených stretnutí bolo získanie množstva relevantných kontaktov so záujmom o destináciu Bratislava.

- **Veľtrh UTAZÁS Budapešť (3. 3. – 6. 3. 2022)**

Na 45. ročníku najvýznamnejšieho veľtrhu cestovného ruchu v Maďarsku patrila slovenská expozícia medzi najväčšie. Zastrešovalo ju Ministerstvo dopravy SR a predstavilo sa v nej dvanásť vystavovateľov. Väčšinou to boli krajské a oblastné organizácie cestovného ruchu, turistické regióny a mestá. Popri centrálnej národnej expozícii sa na veľtrhu prezentovali aj ďalšie samostatné stánky Nitrianskeho samosprávneho kraja, centrálny pult Slovakia Travel či pult s ochutnávkou vín. Výstavné pulty Žilinského kraja a Tatier sa spolu s pultom BTB a BRT nachádzali v blízkosti jedného zo vstupov, čo podporilo záujem návštevníkov o ponuku Bratislavy a regiónu. Individuálni návštevníci mali záujem najmä o cyklobrožúry, Bratislavský hrad a hrad Devín, korunovačnú tému, gastronómiu, ubytovacie možnosti, rodinné programy, prehliadky v maďarskom jazyku. Na akciu prišlo aj množstvo seniorov, ktorí Bratislavu poznajú a majú k nej pozitívny vzťah. Tým sa páčil najmä receptár kuchyne z Bratislavy a okolia v maďarčine. Rovnako aj ďalší materiál v maďarčine o ponuke vína a piva v kraji mal znamenitý úspech.

- **Veľtrh ASTA Global River Cruise EXPO (16. 3. – 19. 3. 2022)**

Svetová premiéra ASTA Global River Cruise Expo bola usporiadaná spoločnosťou ASTA Global, ktorá združuje cestovných poradcov tzv. „travel advisorov“ z celého sveta, ale predovšetkým z USA. Cestovný poradca je zjednodušene predajca produktov v turistickom ruchu. Primárnym cieľom akcie bolo odprezentovať okružné a riečne plavby tzv. „river cruises“ v Európe cestovným poradcom z USA, tí tvorili takmer 90% všetkých prítomných na evente, a zároveň im fyzicky umožniť zážitok plavby po Dunaji v režime „zaži a predaj“. Podujatie synchronne poskytlo účastníkom príležitosť pre nadviazanie nových obchodných kontaktov s cestovnými poradcami, lodiarskymi spoločnosťami, poskytovateľmi produktov v cestovnom ruchu, DMC spoločnosťami, organizáciami destinačného manažmentu, ubytovacími zariadeniami, touroperátormi a cestovnými kancelárkami zo strednej Európy a Európy.

- **City Fair (9. 6. 2022)**

Veľtrh VR City Fair 2022 sa uskutočnil vo virtuálnom priestore takže bolo možné virtuálne absolvovať stretnutia a elektronický chat, čo bolo technicky riešené cez portál



virtual.etoa.org/cityfair22/, zároveň bolo možné virtuálne absolvovať prezentácie sponzorských organizácií medzi jednotlivými stretnutiami. Online veľtrh CR bol organizovaný spoločnosťou ETOA (European Tour Operator Association), London, UK v spolupráci s City Destination Alliance. Veľtrh sa uskutočnil vo formáte B2B s finálnym kolom absolvovaných dvadsiatich dvoch virtuálnych stretnutí s účastníkmi / nákupcami podujatí.

- **Prezentácia na festivale Pozsonyi Piknik 2022, Budapešť, (3. 9. 2022)**

Festival „Pozsonyi Piknik“ (Prešporský/Bratislavský Piknik) 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 gastro stánky. Na troch pódiiach 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.

Vzhľadom na súlad s názvom podujatia (maďarský názov Bratislavy), ponuka slovenského stánku bola zameraná najmä na prezentáciu turistickej ponuky Bratislavy a jej okolia. Úspech mali aj merkantilové predmety, najmä papierové korunky a zástavky pre deti propagujúce korunovačné dni.

- **Prezentácia Vinohradské Vinobraní (9. – 10. 9. 2022)** je open-air akcia so zameraním na degustáciu vín a gastronomických špecialít, ktoré sa koná v Prahe na námestí Jiřího z Poděbrad, vo Vinohradoch. Ide o medzinárodnú akciu, ktorej sa zúčastnili vinári z celej Európy, vrátane Rakúska, Slovenska, Maďarska, Talianska, Bosny a Hercegoviny, Slovinska, Chorvátska, Rumunska, Srbska, Ukrajiny a Poľska. Akcia je podporená hudobnou produkciou (samostatné hudobné pódium aj so slovenskou produkciou) a širokým programom pre deti. Na tomto ročníku sa zúčastnilo viac ako päťdesiatpäť vinárstiev a stánkov s gastronomickou ponukou špecialít.

- **Travel Market, Praha (25. – 26. 10. 2022)**

Veľtrh CR sa koná každoročne v Prahe, ako jeden z veľtrhov CR v Českej republike, v priestoroch PVA EXPO Praha vo forme tzv. stolových modulov. Veľtrh bol určený výlučne pre B2B. CTM 2022 sa konal po dvojročnej pauze spôsobenej pandémiou COVID19, posledný ročník, ktorý sa konal vo fyzickej forme bol v roku 2019.

- **Veľtrh CR World Travel Market, London (7. – 9. 11. 2022)**

Podujatie sa konalo v londýnskom vystavovateľskom centre ExCeL, Royal Victoria Dock ako jeden z najvýznamnejších veľtrhov CR vo svete. Tento rok veľtrh navštívilo približne 50 000 profesionálov, odborníkov v cestovnom ruchu, ministrov a zástupcov medzinárodnej tlače. WTM 2022 sa konal po dvojročnej pauze spôsobenej pandémiou COVID19, posledný ročník ktorý sa uskutočnil vo fyzickej podobe bol v roku 2019.

## VEĽTRHY A VÝSTAVY MICE:

- **IMEX Frankfurt (31. 5. – 2. 6. 2022)** – patrí medzi najprestížnejšie MICE veľtrhy vo svete. Slúži ako platforma pre B2B stretnutia pre nákupcov a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty). Bratislavská organizácia cestovného ruchu v zastúpení Bratislava Convention Bureau sa na podujatí prezentovala ako spoluvystavovujúca na expozícii Slovakia Travel spolu s ďalšími subjektami: Emerge, Enjoy Slovakia DMC a Tripito. Pred veľtrhom bolo dohodnutých viac ako dvadsaťpäť vopred naplánovaných stretnutí vrátane päť destinačných prezentácií pre skupiny medzinárodných hotelových reťazcov. Súhrnne sa realizovalo cca štyridsať stretnutí s hosted buyers, meeting planners, médiami a subdodávateľmi. Účastníkov destinačných prezentácií bolo spolu približne dvadsaťpäť.



- **Conventa Ľubľana (23. – 25. 8. 2022)**  
Veľtrh zameraný na konferenčný priemysel, kde sa prioritne prezentujú krajiny „Novej Európy“. Podujatie má tzv. „butikový charakter“, s prevažne regionálnym zameraním, slúži ako platforma na stretnutia pre nákupcov podujatí a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty). Tím BTB zastupovali dvaja zástupcovia, ktorí počas veľtrhu absolvovali dvadsaťpäť B2B stretnutí. Bratislava sa prezentovala prostredníctvom know-how a vedomostného potenciálu, cez inovácie a technológie, ktoré sú pre mesto príznačné. Na veľtrhu boli nadviazané relevantné kontakty aj pre pozývací proces na fam tripy a site inspections.
- **IBTM World Barcelona (29. 11. – 1. 12. 2022)**  
Na obrazovkách stánku bol premietnutý nový MICE spot, ktorý predstavil Bratislavu ako ideálnu MICE destináciu. Pred veľtrhom bolo dohodnutých tridsaťšesť stretnutí (tzv. pre-scheduled meetings), z ktorých sa všetky zrealizovali. Nakoľko bol o Bratislavu záujem, uskutočnilo sa ďalších pätnásť stretnutí dohodnutých nad rámec. Hlavným posolstvom destinačnej prezentácie boli tri piliere destinácie relevantné pre MICE komunitu – accessibility, innovation, execution ako aj centrálny marketingový slogan *Surprisingly close/Exceptionally smart*. Destinačnú prezentáciu dopĺňali všeobecné informácie o Slovensku, Košiciach a Vysokých Tatrách, ako vhodných lokalitách na organizovanie MICE podujatí.

## PR a turisticko-informačný systém

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 podobne. Je to aj efektívny nástroj na sledovanie výstupov k tlačovým správam, ktoré vydáva BTB samostatne alebo s partnermi k vybraným podujatiam, projektom, dôležitým novinkám. Výstupy monitoringu médií majú zamestnanci na dennej báze, pričom na základe zvolených kľúčových slov (napr. Bratislava, cestovný ruch, Bratislava Tourist Board a i.) sú selektované zverejnené články do tematických skupín.

### TLAČOVÉ KONFERENCIE A SPRÁVY

V roku 2022 BTB organizovala alebo spoluorganizovala viacero tlačových konferencií a zaslala 14 tlačových správ k aktivitám a projektom BTB ako aj k daniu CR v Bratislave. Príklady komunikovaných tém: Dunajská konferencia, Bratislavské korunovačné dni, úspešnosť hlavnej sezóny, bezplatné prehliadky mesta, vernisáž výstavy Korunovačná cesta, otvorenie informačného centra v Martineu a podobne. Okrem toho BTB prezentovala tieto témy v rámci samostatných televíznych a rádiových reportáží.

Menšia tlačová konferencia sa uskutočnila k výstave *Rieka v meste*, ktorú BTB otvorila začiatkom mája. V júni 2022 sa BTB zúčastnila tlačovej konferencie, v rámci ktorej boli promovane letné aktivity konajúce sa v Bratislave, ktorá sa konala v Slovenskom inštitúte vo Viedni dňa 28. 6. 2022. Okrem BTB sa tejto tlačovej konferencie zúčastnili viaceré mestské organizácie ako napríklad BKIS, GMB alebo MMB.



Dôležitá bola aj prezentácia letných aktivít na tlačovej konferencii, ktorú organizovalo BKIS pred začatím hlavnej sezóny, na ktorej BTB odprezentovala svoje aktivity počas leta. Ďalšia významná tlačová konferencia sa uskutočnila 27. 7. 2022 na Bratislavskom hrade v súvislosti s najväčším podujatím organizovaným BTB – Bratislavskými korunovačnými dňami. BTB sa zúčastnila aj tlačovej besedy k otvoreniu výstavy Biatec, ktorú pripravila Galéria mesta Bratislava a Mestský ústav ochrany pamiatok v Bratislave.





Okrem toho boli prostredníctvom služby Mailchimp (počas roka bola nahradená službou Salesmanago) pravidelne a na mesačnej báze zasielané na databázu 29 500 kontaktov BTB, newsletter v troch jazykoch s aktuálnou pozvánkou na nadchádzajúce obdobie. V roku 2022 sa celkovo odoslalo jedenásť newsletterov v troch jazykových mutáciách. Témami boli napríklad Bratislavské mestské dni, korunovácie, vinohradnícke tradície, jesenná či vianočná Bratislava, ako aj tipy na podujatia a podobne.

BTB v roku 2022 spolupracovala so zahraničnými PR agentúrami na českom, nemeckom a rakúskom trhu. Prostredníctvom agentúr v Česku a v Rakúsku boli do Bratislavy pozvaní novinári na press trip. Z uvedenej aktivity následne vznikli hodnotné PR výstupy. So všetkými troma PR agentúrami vznikli aj tlačové správy a PR články distribuované na lokálne médiá v zahraničí, ktoré vygenerovali desiatky výstupov. S českou PR agentúrou vznikli tri PR články na tému jesennej Bratislavy, vianočných trhov v Bratislave a Bratislavy pohľadom českej influencerky. Na rakúskom trhu bola prostredníctvom takéhoto príspevku vytvoreného PR agentúrou komunikovaná téma jesennej Bratislavy. Potenciálnych nemeckých turistov pozývala BTB prostredníctvom článku na 72 hodinový program v Bratislave. V rámci spolupráce s PR agentúrami bolo publikovaných dovedna tridsaťdva výstupov v zahraničných médiách, medzi ktoré patria napríklad rakúske terredeuropa.net či monat.at, český Týden a udalostiextra.cz, v rámci spolupráce s nemeckou PR agentúrou vyšli články v nemeckom Reisereporter ale aj vo švajčiarskom prestige-travel.ch.

# EXPERIENCE BRATISLAVA WITH YOUR OWN FEET



 BRATISLAVA

TRAVEL TO  
SLOVAKIA  
GOOD IDEA


[www.slovakia.travel](http://www.slovakia.travel)



## TVORBA OBSAHU VIDEÍ

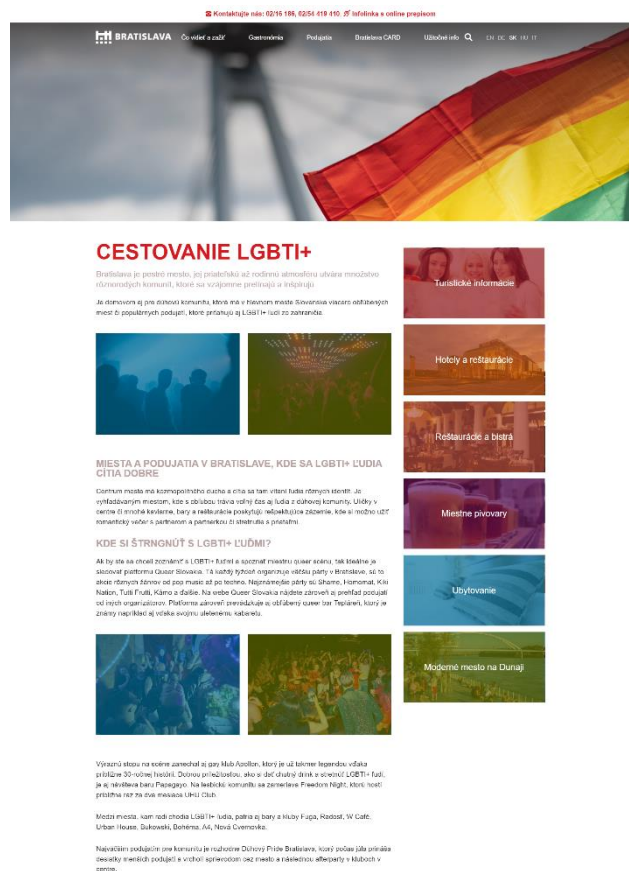
- Bratislava je aj moje mesto (spolupráca s SND)** – séria videí na podporu zlepšenia vnímania Bratislavy zo strany ľudí žijúcich v iných mestách na Slovensku. Z prieskumu BTB, ktorý si dala vyhotoviť agentúrou Median SK, s. r. o. vyplynulo, že Slováci nemajú pozitívny vzťah k svojmu hlavnému mestu. BTB preto pripravila v spolupráci so Slovenským národným divadlom sériu štyroch videí vo viacerých formátoch a dĺžkach, s troma hercami – Gabikou Dzúrikovou, Tomášom Mažalírom, Milanom Ondříkom a operným spevákom Pavlom Bršlíkom. Všetkých protagonistov spája skutočnosť, že Bratislava nie je ich rodné mesto. Napriek tomu v nej dnes žijú alebo pracovne pôsobia a majú ju radi. Prostredníctvom videí predstavujú svoje obľúbené miesta v Bratislave a zároveň pozývajú ľudí do Slovenského národného divadla. Spolu bolo vytvorených 24 videí v rôznych dĺžkach – od 15 sekúnd po 60 sekúnd, a vo formátoch na výšku, šírku aj do štvorca pre rôzne formy použitia. BTB v rámci spolupráce so SND zabezpečila licenciu na použitie a propagáciu videí s hercami a operným spevákom a ich voiceover a SND zabezpečilo videoprodukcii. Videá boli následne nasadené v jesennej kampani na propagáciu Bratislavy a kultúry v Bratislave.
 



- Videá na podporu cykloturistiky** – Česi sú dlhodobo najpočetnejšou skupinou zahraničných návštevníkov v Bratislave. Mnohí prichádzajú na výlet či dovolenku s konkrétnym cieľom. BTB pripravila v spolupráci s českým produkčným tímom dve videá v rôznych formátoch na podporu vnímania Bratislavy aj ako zeleného mesta vhodného na cykloturistiku. Videá boli odvysielané aj v Českej televízii a BTB ich využije aj pre vlastné potreby na propagáciu na sociálnych sieťach. Videom
 

sprevádza známy český moderátor Jiří Hölzel a svetová špička v downhill cyklistike Teodor Kováč.

- **Obsah pre LGBTI+ na webe BTB** – BTB v roku 2022 spolupracovala s organizačným tímom konferencie East Meets West, ktorá bola zameraná na osvetu a podporu tém LGBTI+ komunity na Slovensku a v ďalších európskych krajinách. V rámci spolupráce bola identifikovaná absencia obsahu pre túto cieľovú skupinu. Pre účely BTB bol dodaný špecifický obsah vhodný pre LGBTI+ komunitu, z ktorého bola vytvorená podstránka s informáciami o bezpečnosti a obľúbených miestach danej komunity.



- **Iné aktivity** ako napríklad úpravy, aktualizácie a licencie staršieho video-obsahu hlavne videa z kampane „Na vlastné nohy“, ktorá bola v spolupráci so Slovakia Travel nasadená v škandinávskych krajinách. Zároveň bol upravený obsah s novou licenciou na použitie videí zo série „S Hudbou vesmírnou“ v televíznej kampani. V rámci tejto aktivity využíva BTB aj službu na tvorbu vlastného video a grafického obsahu – Adobe.

## WEB STRÁNKA VISITBRATISLAVA.COM

**Správa webu** zahŕňa komplexné zabezpečenie chodu web stránky visitbratislava.com a microsite 72hodinovemesto, card.visitbratislava.com a ich podstránok. V zmysle zmluvnej dohodnutej spolupráce s dodávateľom služby sa napríklad realizovali:

- a) Implementácia služby GoOut. Je spojenie kultúrno-informačného média, sociálnej siete a systému na predaj vstupeniek. Cieľom platformy je vybudovanie globálnej „on-demand“ služby, ktorá užívateľom poskytne kompletný kultúrny servis. Na GoOut si zákazníci môžu nájsť akúkoľvek akciu, rovno zakúpiť vstupenky, pozvať iných záujemcov, a to všetko buď cez webové stránky, alebo v mobilnej aplikácii.
- b) Implementácia systému Salesmanago je platforma elektronického marketingu slúžiaceho na automatizáciu a personalizáciu webu. Systém využíva softvér, webové alebo smartfónové nástroje na automatizáciu marketingových procesov ako segmentácia a analýza návštevníkov, integrácia zákazníckych dát, ako aj manažovanie reklamných kampaní v stolných počítačoch i prenosných zariadeniach pripojených do internetu.
- c) Úprava webu Bratislava CARD s možnosťou využitia digitálnej karty, vytvorením novej podstránky s obsahom ako kúpiť a využiť Bratislava CARD ako aj iné menšie zmeny na webe.
- d) Migrácia stránky motorscity.com na web visitbratislava.com.
- e) Zmena prvkov redakčného systému podľa požiadaviek BTB a iné.

BTB zároveň naďalej kontinuálne pracovala prostredníctvom služby Salesmanago. Tento projekt je určený na zvýšenie efektívnosti online marketingovej komunikácie BTB nasadením najmodernejších postupov a nástrojov automatizácie s využitím platformy Salesmanago. Implementácia, správne nastavenie a používanie tejto platformy malo za cieľ automatizované zbieranie nových kontaktov cez formuláre na webe a následnú personalizovanú a prispôsobenú komunikáciu na základe individuálnych preferencií konkrétnych návštevníkov a ich online zákazníckych dát správania sa. Prostredníctvom tejto služby BTB odosiela na pravidelnej báze newsletter na približne 22 000 adries a 530 000 zobrazení dosiahli web-push správy tohto systému. Pri nastavovaní automatizácie BTB využívala aj služby a konzultácie externého odborníka na túto platformu. Počas roka boli nastavené viaceré algoritmy na zvýšenie predaja Bratislava CARD (pop up okná, remarketing, email marketing) na prihlásenie sa do newslettera a zvýšenie kontaktov na remarketing a email marketing, ako aj algoritmy na ponuku členov BTB a prehliadok, ktoré poskytuje BTB.

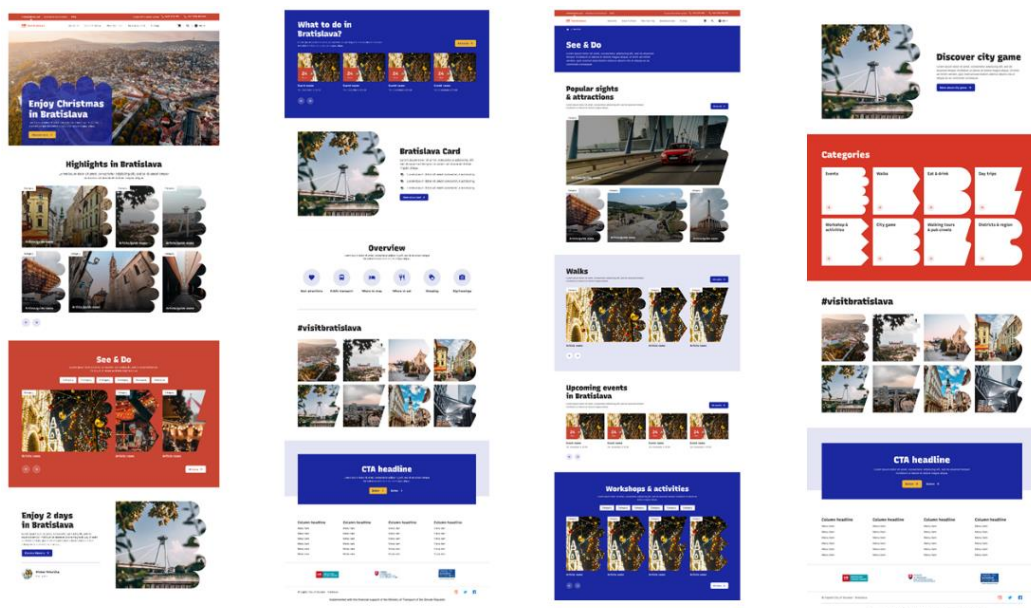
V roku 2022 BTB v spolupráci s externým dodávateľom pripravila digitálnu Bratislava CARD. Je to aplikácia na iOS aj Android, ktorá plnohodnotne a funkčne nahrádza plastovú kartu s brožúrou poskytovaných zliav a benefitov. Prostredníctvom tejto aplikácie si budú môcť návštevníci Bratislavy kúpiť Bratislava CARD a aktivovať si ju priamo v mobilnom telefóne. Zároveň si budú môcť prehliadať zoznam zliav a navigovať sa k vybraným atrakciám destinácie a využiť aplikáciu aj na bezplatnú dopravu.

Vzhľadom k tomu, že aktuálny web visitbratislava.com má už takmer osem rokov, bolo potrebné začať pracovať na tvorbe nového. V roku 2022 BTB v spolupráci s oddelením inovácií Magistrátu hl. mesta Bratislava pripravili návrh nového dizajnu, layoutu a štruktúry



webu, ktorý spĺňa aktuálne moderné trendy a štandardy. Nový návrh webu prešiel viacerými workshopmi a UX testami zahraničných návštevníkov. V rámci spolupráce vznikol dizajn domovskej stránky, menu, Bratislava CARD sekcie, a viacerých hlavných kategórií. Web má byť vyskladaný z komponentov, ktoré sa dajú ľubovoľne využiť pri vybraných sekciách a podstránkach. Následne v roku 2023 je plánovaná druhá fáza a to začiatok vývoja predmetného webu.

BTB využíva na zabezpečenie domén a hostingu služby websupportu. Na plánovanie a bookovanie podujatí využíva služby Bookio.com. Príkladom sú bezplatné prehliadky počas podujatí, plavby loďou počas BMD, turnaj na Bratislavských korunovačných dňoch prípadne ďalšie podujatia, na ktoré je počet účastníkov obmedzený.



## Celkové vyhodnotenie návštevnosti web portálu visitbratislava.com

Počet návštevníkov na webe visitbratislava.com sa po dvoch rokoch pandémie začal približovať výsledkom z roku 2019. Celková návštevnosť webu v roku 2022 bola 1 203 000 návštevníkov. Významný nárast v návštevnosti webu zaznamenali maďarskí, talianski a českí užívatelia, čo predstavovalo nárast v objeme 351%, 251%, resp. 225% v porovnaní s predchádzajúcim rokom. Okrem nich narástol počet návštevníkov aj z ďalších cieľových trhov – z Veľkej Británie (215%), Rakúska (130%), Nemecka (73%), USA (47%), Holandska (42%) Švajčiarska (37%) a Slovenska (34%).

Z hľadiska národností návštevníkov a užívateľov stránky je poradie na prvých piatich priečkach nasledovné:

1. Slovensko: 684 754 užívateľov
2. Rakúsko: 130 259 užívateľov
3. Nemecko: 76 666 užívateľov
4. Česko: 51 183 užívateľov
5. Veľká Británia: 45 619 užívateľov

## DATABANKA FOTOGRAFIÍ A FOTODOKUMENTAČNÉ AKTIVITY BTB

Nároky kladené na marketingové výstupy a komunikáciu destinácie na cieľových trhoch úzko súvisia aj s potrebou zabezpečenia kvalitných fotografií zobrazujúcich rôznorodé výjavy, tak v podobe hlavných turistických dominant mesta, ako aj rôzne obrazy zo života v meste (gastronómia, kultúra, podujatia, zeleň, aktívny oddych, relax, rodiny s deťmi, zima, šport, Vianoce a pod.).



V priebehu roka 2022 obstarala BTB takmer 500 fotografií k rôznym témam a od viacerých dodávateľov s ohľadom na aktuálne potreby a pripravované aktivity. Hlavné objekty fotografii boli najmä: fotky dominant mesta (rôzne ročné obdobia, denné a večerné zábery, Bratislavský hrad, Dunaj, mosty a pod.), fotografie zachytávajúce top podujatia v Bratislave (Bratislavské korunovačné dni, Dunajské inšpirácie a iné) a fotky s ľuďmi pri rôznych aktivitách (Vianočná alebo zimná téma, dronové fotografie, živé mesto podvečer, leto v Bratislave, šport a cykloturistika alebo fotografie z udalostí a podujatí a pod.).

**Tabuľka 13:** Evidencia fotodatabázy pre marketingové účely

Fotografie z roku 2022		počet ks
1.	Michal Lachkovič – Jarná Bratislava	13
2.	Michal Lachkovič – Bratislava a ľudia, živé mesto podvečer	17
3.	Matej Kováč – Bratislava	12
4.	Karol Srnec – Bratislavské korunovačné dni 2022	50
5.	Michal Lachkovič – Bratislavské korunovačné dni 2022	50
6.	Nivy Centrum	8
7.	Michal Lachkovič – Dunajské inšpirácie	50
8.	Karol Srnec – Bratislava	66
9.	Crot Production – dronové fotografie Bratislavy	28
10.	Marián Dekan – Vianoce/zima - komparz	25
11.	Marián Dekan – Bike / bike trasy - komparz	15
12.	Fotografie RTVS kampaň	90

\*Vlastné spracovanie.

## ZABEZPEČENIE JAZYKOVÝCH VERZIÍ PRI PROMOVANÍ DESTINÁCIE

Prekladateľské a tlmočnicke služby využíva BTB na zabezpečenie výstupov a propagácie v cudzích jazykoch. Táto aktivita zahŕňa napríklad preklady brožúr, letákov, informačného materiálu, PR článkov, inzercií, kampaní, titulkov a voiceoverov videí, textov určených na webovú stránku a na sociálne siete, ktoré spravuje BTB, nápisy v rámci turistickej infraštruktúry, legislatívne dokumenty ako zmluvy, podklady pre verejné obstarávanie, opatrenia, oznámenia a pod.



**Tabuľka 14:** Najvyužívanejšie cieľové jazyky na preklady

<b>Cieľový jazyk</b>	<b>Počet prekladov (rozsah jednotlivých prekladov bol rôzny od 1 do 140 pol NS)</b>
Nemecký jazyk	173
Anglický jazyk	165
Taliansky jazyk	36
Maďarský jazyk	24
Český jazyk	0
Španielsky jazyk	20
Francúzsky jazyk	20
Portugalský jazyk	59
Ukrajínčina + Ruština + Poľština	20

\*Vlastné spracovanie.

## Infocesty, fam a press tripy

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

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 špecializovaných prezentácií pre influencerov a novinárov v zahraničí. BTB pravidelne reaguje na žiadosti o partnerskú spoluprácu a zapojenie sa do organizovania podpory atraktivít destinácie. K hlavným partnerom v rámci spolupráce patrí: MD SR vrátane zahraničných zastúpení CR Slovakia Travel, Hl. mesto SR Bratislava a jeho mestské inštitúcie, MZVaEZ SR, ako aj členské subjekty a vybrané medzinárodné súkromné spoločnosti pôsobiace v cestovnom ruchu.

## Oblasť LEISURE:

V roku 2022 BTB zorganizovala 15 info ciest a press tripov. Cieľom väčšiny z nich bola propagácia Bratislavy v krajinách hlavných zdrojových trhov BTB. Začiatkom roka 2022 zorganizovala BTB medzinárodný press trip s využitím prítomnosti zahraničných novinárov na ME v hádzanej mužov 2022, ktoré boli v danej dobe jediným pozitívnym impulzom pre cestovný ruch.

V rámci spolupráce so Slovakia Travel a hľadania nových trhov boli pozvaní novinári a influenceri z Česka, Poľska, Maďarska a Izraela. Vytvorený bol aj press trip pri príležitosti



Bratislavských korunovačných dní, Vianočných trhov a prezentovania Bratislavy ako 72 hodinového mesta. Pri každej aktivite sa vyhodnocuje rozsah participácie a výber vhodných aktivít pre cieľové publikum.

## Oblasť MICE:

- **Organizácia virtuálnej prezentácie Bratislavy 10. 3. 2022** (fam trip) ako kongresovej destinácie bolo spojené s degustáciou slovenských vín pre nákupcov podujatí z Európy (Nemecko, Rakúsko, Taliansko, Benelux a škandinávské krajiny) a ďalších našich cieľových a kľúčových trhov v segment MICE. Online podujatie sa uskutočnilo 10. 3. 2022. Degustácie vína sa prelínali s prezentáciou destinácie zameranou na MICE, ktorá bola zabezpečená anglicky hovoriacim sprievodcom s odbornými vedomosťami v oblasti kongresového biznisu. Počet účastníkov bol dvadsaťdva.





- **Organizácia Fam Tripu pre Helmsbriscoe (14. – 17. 3. 2022)** sa uskutočnilo vzhľadom na zlepšenie pandemickej situácie v marci 2022. Zúčastnilo sa ho šesť zástupcov z Francúzska, Nemecka, Holandska, Fínska, Španielska a Slovinska.

- **Fam Trip (15. – 18. 8. 2022)** Jedným z hlavných a najúčinnějších nástrojov na propagáciu destinácie pre cieľovú skupinu meeting planners je organizácia Fam trip (t. j. „try before you buy“ programu). Účastníci boli vybraní na základe stretnutí, ktoré prebehli na jednotlivých odborných B2B fórach a veľtrhoch v oblasti MICE, ktorých sa MICE za posledný rok oddelenie zúčastnilo (Conventa 2021, IBTM online 2021, Break the ICE Malta 2021, MCE CEE 2022, IMEX 2022, Meeting Space Lisabon 2022). Boli pozvaní nákupcovia podujatí z cieľových trhov, pričom skupina pozostávala z trinástich nákupcov podujatí z krajín Nemecko, Holandsko, Belgicko, Dánsko, Španielsko, Nórsko a Slovinsko.

Počas troch intenzívnych dní účastníci Fam tripu absolvovali prehliadky priestorov vhodných na organizáciu eventov v Bratislave ako aj možnosti incentívnych aktivít v destinácii. V rámci aktivít prebehla networkingová večera v areáli hradu medzi účastníkmi fam tripu a členmi MICE komory BTB ako aj zástupcami



Slovakia Travel a Ministerstva dopravy SR. Networking počas celého fam tripu medzi Bratislava Convention Bureau a jednotlivými nákupcami podujatí je pridanou hodnotou tohto konceptu. Prezentovaný bol sales-deck vychádzajúci z komunikačných posolstiev, ako aj nový video hero spot „*Bratislava – Perfect Destination For Your Event*“.

**Tabuľka 15: Press tripy a infocesty Leisure a MICE**

Termín	Krajina	Názov	Počet osôb
22.1.2022	EÚ	Plavba – bratislavský okruh pre novinárov, ktorí prišli do BA v rámci európskych majstrovstiev v hádzanej.	19
4. 2. 2022	svet	Korunovačná prehliadka pre zahraničných veľvyslancov.	15
16. 2. 2022	IT	Prehliadka pre zástupcu TV Markíza.	1
4. – 6. 2. 2022	ČR	Press trip pre českých novinárov – 72hodinová Bratislava a nové centrum.	6
10. 3. 2022	Nemecko, Rakúsko, Taliansko, Benelux a škandinávске krajiny	Fam trip MICE – virtuálna prezentácia Bratislavy.	22
14. – 17.3.2022	Francúzsko, Nemecko, Holandsko, Fínsko, Španielsko, Slovinsko	Fam trip MICE pre Helmsbriscoe.	6
15. 3. 2022	SK	Prehliadka secesná Bratislava.	20
28. – 29. 3. 2022	SK	Press trip Refresher – predstavenie Bratislavy a možností ako stráviť času pre malých aj dospelých.	4
21. 4. 2022	FR	prehliadka pre francúzskeho bloggera + kamera	2
30. 4. 2022	CZ, PL, HU	Press trip českých, poľských a maďarských novinárov ITF Slovakiatour.	22
27. 4. 2022	AT	Prehliadka – Mária Terézia – Bratislava a Viedeň (Slovenský inštitút).	20
12. 5. 2022	svet	Infocesta – marketingová konferencia CommUnity International v Bratislave.	100
29. 5. 2022	IT	Talianski novinári, influenceri a CK.	10
11. 6. 2022	SK	Prehliadka secesná Bratislava.	20
21. – 23. 6. 2022	CH	Infocesta pre chorvátskeho novinára.	1
7. 7. – 9. 7. 2022	AT	Press trip rakúskych novinárov 72hodinové mesto.	3
22. 7. 2022	EÚ	Prehliadka pre LGBT návštevníkov – East Meets West (východ stretáva západ).	12
29. – 30. 7. 2022	CZ	Press trip pre českých novinárov spolu s Bratislavskými korunovačnými slávnosťami s programom pre rodiny.	5
15. – 18. 8. 2022	EU	MICE Fam Trip.	13



11. 9. 2022	IZ	Press trip pre izraelských novinárov.	10
15.9.2022	DX	Infulencerka s celosvetovým publikom – Whatthechic.	1
18. – 20. 9. 2022	CZ	Infocesta českého štábu k téme zelená Bratislava.	5
11. 9. 2022	IZ	Press trip izraelských influencerov a novinárov (spolupráca s TT)	12
21. 9. 2022	SL	Infocesta pre slovinských zástupcov CR.	10
3. – 6. 11. 2022	CZ	Press trip pre českých novinárov – jesenná Bratislava	10
25. 11. 2022	CZ	Press trip press trip pre českých novinárov – Vianočné trhy.	6
25. 11. 2022	SK	Press trip pre slovenských influencerov – Vianočné trhy	2

\*Vlastné spracovanie.

## Nákup mediálneho priestoru, reklamné plochy

BTB celoročne propaguje Bratislavu prostredníctvom inzercie, televíznych, tlačených aj online médií. Využíva pritom vhodný média mix na oslovenie cieľovej skupiny. V roku 2022 bola propagácia zabezpečená primárne prostredníctvom domácich a sekundárne v zahraničných médií.

Cieľom bolo propagovať Bratislavu, ako aj produkty CR s dôrazom aj na mimosezónne obdobia a udržateľnosť cestovného ruchu. Hlavnými témami boli najmä podpora najnovšej kampane „Na vlastné nohy“, „Bratislava je aj moje mesto“ ale aj sezónne pozvánky do Bratislavy a pozvánky na podujatia. BTB propaguje Bratislavu ako mesto vhodné na 72-hodinový výlet s témami ako korunovačné mesto, moderné mesto, cyklo, rodiny s deťmi, Vianoce a podobne.





**Tabuľka 16: Inzercia**

<b>Zameranie na slovenský trh (online aj printové verzie daných médií)</b>	<b>Témy</b>	<b>Termín</b>
Bratislavské noviny	Korunovácie, gastro a víno, kultúra, jeseň, cykloturistika, Vianoce	25.7., 26.8., 13.9., 10.10., 29.11.
Najlepšie Európske cyklotrasy	cykloturistika	20.3.
Bratislavský kraj magazín	Bratislava CARD, moderné mesto, architektúra	25.3.
Nový Čas	Bratislava je aj moje mesto – kampaň s hercami SND	27.9.
Pravda	Korunovácie, Bratislava je aj moje mesto – kampaň s hercami SND	26.7., 27.7., 23.9.
SME	Korunovácie, Bratislava je aj moje mesto – kampaň s hercami SND	21.7., 24.9.
Týždeň	Bratislava pre všetkých	15.7.
Aktuality	Bratislava je aj moje mesto – kampaň s hercami SND	26.9.
RTVS	Jesenná kampaň, osobnosti Bratislavy	10. – 27.11., 18.12.
<b>Zameranie na český trh (online aj printové verzie daných médií)</b>	<b>Témy</b>	<b>Termín</b>
555 skvelých výletov	Rodiny s deťmi	10.4.
Blesk.cz	Zima a Vianoce v Bratislave	15.12.
Reflex.cz	Zima a Vianoce v Bratislave	12.12.
Maminka.cz	Zima a Vianoce v Bratislave	9.12.
Bleskprozeny.cz	Zima a Vianoce v Bratislave	10.12.
Dáma.cz	Zima a Vianoce v Bratislave	14.12.
Pragmoon	Prečo prísť do Bratislavy, Leto v Bratislave	28.6., 2.7., 22.7.
Epocha	Bratislava CARD, Advent, Prečo prísť do Bratislavy, Romantika v Bratislave. Zima v Bratislave	10.11, 17.11., 29.11.; 10.12.; 18.12.
History Revue	Bratislavský hrad	10.12.
Top 100 cestovateľských a kulinárskych zážitkov	Bratislava CARD, Vianoce, Bratislava včera a dnes	9.11.
<b>Zameranie na rakúsky trh</b>	<b>Témy</b>	<b>Termín</b>
35x Rakúske regionálne noviny NON	Zima a Vianoce v Bratislave	11.12.; 12.12.

\*Vlastné spracovanie.

Vo verejnoprávnej televízii RTVS, ktorá patrí k najsledovanejším na Slovensku sa BTB zamerala na témy: zmena vnímania Bratislavy, destinácia vhodná na citybreak, kultúra, nová tvár Bratislavy – nové centrum mesta. Spolupráca bola postavená na prezentácii Bratislavy prostredníctvom popredných hercov SND, ktorí v kampani prezentovali miesta a aktivity, ktoré majú v Bratislave v obľube. Prezentáciu prostredníctvom vysielacieho času

v reklamnom priestore od 10. 11. do 27. 11. 2022 zabezpečilo dvadsať spotov v dĺžke tridsať sekúnd.

V rámci spolupráce s RTVS vznikol aj približne päťdesiat minútový dokument s osobnosťami žijúcimi alebo pôsobiacimi v Bratislave. Konkrétne to boli Adela Vinczeová, Andrej Bičan, Matej Sajfa Cifra, Ľubomír Višňovský, Nela Pocisková a Kamila Magálová. Vybrané osoby prezentovali svoje obľúbené miesta destinácie s prepojením na cestovný ruch. Vybrané atrakcie a ich miesta záujmu boli najmä: plavby po Dunaji, Bratislavský hrad, Dóm sv. Martina, petržalský bunker, Galéria Danubiana, Prírodovedné múzeum SNM, cykloturistika a moderné mesto, UFO a podobne. Rozhovory s účinkujúcimi boli doplnené imidžovými zábermi a dronovými zábermi z jednotlivých miest. V roku 2023 je naplánovaná repríza vysielania tohto centrály dokumentu na Jednotke.

Zároveň vznikli samostatné videá ku každej osobe v približnej dĺžke šesť minút, šesť imidžových spotov v dĺžke 30 sekúnd, šesť spotov na výšku a šírku v dĺžke 15 sekúnd. Každý účinkujúci taktiež odpovedal na desať rovnakých otázok z čoho vznikol samostatný video-obsah. Videá boli vhodné na Instagram a boli propagované aj samotnými osobnosťami na ich sociálnych sieťach, pred oficiálnym odvysielaním dokumentu v RTVS. Vzniknuté imidžové videá na online propagáciu budú použité pred letnou sezónou na propagáciu Bratislavy.

**Tabuľka 17:** Vysielací čas v RTVS (10. – 27. 11. 2022)

Programová služba	Rotácia	Dĺžka spotu
Jednotka	15x	30
Dvojka	5x	30
Šport	2x	30

\*Vlastné spracovanie.

## Online marketing (celoročne)

BTB sa dlhodobo primárne sústreďuje na propagáciu destinácie prostredníctvom online nástrojov. Využíva pri tom hlavne sociálne siete ako Facebook, Instagram, YouTube a LinkedIn. Taktiež využíva všetky svoje online komunikačné kanály ako SalesManago, web, Google ads, email marketing a podobne. Samozrejmosťou je dôsledné cielenie na cieľové trhy s ohľadom na sociodemografické kritériá (vek, pohlavie, preferované aktivity a pod.). V roku 2022 boli primárne témy online marketingu rozdelené na 2 cieľové skupiny.

Prvá cieľová skupina boli domáci slovenskí návštevníci, ktorých BTB lákala do Bratislavy počas celého roka. Najdôležitejšie kampane boli počas hlavnej sezóny s claimom „Zaži Bratislavu na vlastné nohy“, na jeseň to bola video kampaň „Bratislava je aj moje mesto“, ktorá vznikla v rámci spolupráce so Slovenským národným divadlom. Koncom roka bola ešte spustená online kampaň k adventnému obdobiu a vianočným trhom. Domácich návštevníkov BTB pravidelne počas roka oslovovala aj menšími kampami, súťažami a propagáciou produktov a podujatí CR.

Druhou cieľovou skupinou boli zahraniční návštevníci. BTB sa v roku 2022 zameriavala primárne na okolité krajiny – Rakúsko a Česko, a vzdialenejšie trhy – Nemecko a Veľká Británia, ktoré sú zdrojovými trhmi návštevníkov s prespaním. V rámci spolupráce so Slovakia Travel BTB propagovala Bratislavu aj v Škandinávii. Hlavné nosné kampane a témy boli - Zaži Bratislavu na vlastné nohy, Bratislava 72 – hodinové mesto a adventná Bratislava.

**Príklady nosných tém,** ku ktorým bola realizovaná online propagácia:

- „Bratislava je aj moje mesto“ - spolupráca s SND;
- „Zaži Bratislavu na vlastné nohy“;
- 72 hodinové mesto – jarná a jesenná kampaň;
- Leto v Bratislave;
- Korunovačná Bratislava;
- Výstava Korunovačná cesta;
- Vianočné trhy a advent;
- Propagácia členov BTB;
- Propagácia lokálnych podujatí;
- Zelená Bratislava;
- Bratislava CARD;
- Propagácia produktov cestovného ruchu;
- Súťaže.

Cieľom a prínosom tejto podaktivity bola efektívna propagácia Bratislavy naprieč spektrom online marketingových kanálov v záujme prilákať nových návštevníkov do destinácie, zvýšiť povedomie o destinácii, zlepšiť rozpoznateľnosť a zapamätateľnosť značky „Bratislava“. Za týmto účelom BTB pripravila kampaň prostredníctvom RTB a programatic online propagácie.

## Porovnanie online aktivít v roku 2022 s rokom 2021

### Dosah so stránkami VisitBratislava:

- Na sociálnej sieti Facebook stúpol dosah v porovnaní s rokom 2021 na hodnotu 7 147 654 impresií (90,1 % nárast);
- Na sociálnej sieti Instagram stúpol dosah v porovnaní s rokom 2021 na hodnotu 2 417 351 impresií (77,3 %);
- Na propagáciu cez služby Facebook bolo využitých približne 44 000 EUR. Počet interakcií (kliknutí) predstavoval 269 004.

### Videá:

- YouTube kanál VisitBratislava mal za rok 2022 - 2 554 134 videní, čo predstavuje nárast o 26 370 videní oproti roku 2021;
- Miera interakcií bola 26,33% a počet kliknutí bola 44 006, čo predstavuje mieru kliknutí (CTR) 0,25 %;
- Na propagáciu cez služby Google ads v roku 2022 bolo využitých približne 56 000 EUR, počet interakcií bol 4 696 481, počet klikov 150 000, a počet impresií 35,4 milióna. Najlepšie výsledky dosiahlo video k adventu s viac ako 5 miliónmi impresií a s viac ako 500 tisíc videniami. Kampaňové témy rozpísané vyššie boli propagované prostredníctvom bannerovej reklamy, reklamy vo vyhľadávaní aj prostredníctvom videoreklamy.

### Príklady výsledkov najúspešnejších online kampaní:

- **Bratislava je aj moje mesto (jeseň SK):**  
30,5 mil. impresií;  
34 tis. kliknutí;  
3 269 638 videní.
- **Na vlastné nohy spolu (leto AT, DE, CZ, SK, UK):**  
27,13 mil. impresií;  
66 tis. kliknutí;  
706 939 videní.
- **Advent v Bratislave (zima AT, DE, CZ, SK, UK):**  
12,8 mil. impresií;  
22 889 kliknutí;  
1 067 841 videní.
- **Bratislava 72 hodinové mesto (jeseň AT, DE, CZ, UK):**  
890 tis. impresií;  
2 817 kliknutí;  
112 725 videní.





## Marketingové kampane

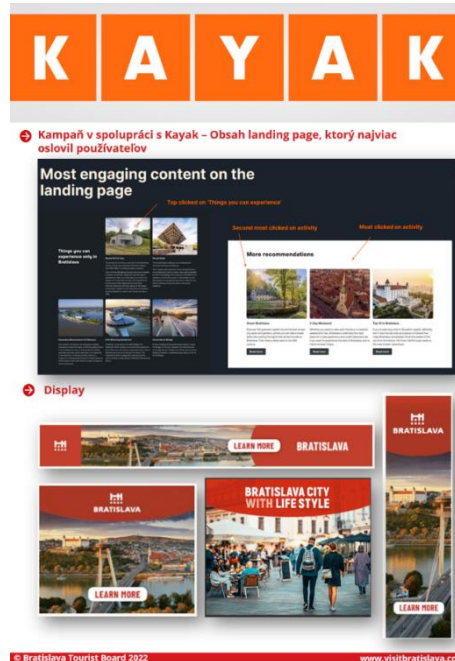
V rámci rozšírenia celého média mixu využila BTB propagáciu prostredníctvom televízie, celosvetového vyhľadávača a jeho sociálnych sietí a rádií. Konkrétne boli kampane realizované prostredníctvom spolupráce s televíziou RTVS, TA3, na portály kayak.com a jeho sociálnych sieťach a prostredníctvom propagácie cez rádio VIVA na Slovensku a rádia Hitrádio City a Blanník v Česku.

Vo mienkotvornej RTVS sme sa zamerali na témy ako zmena vnímania Bratislavy, destinácia vhodná na citybreak, nová tvár Bratislavy – nové centrum mesta, história, kultúra, podujatia, 72 hodinové mesto a podobne. Spolupráca bola postavená na prezentácii Bratislavy natívnym spôsobom vo vybraných reláciách, využitý bol aj vysielač čas v reklamnom priestore. Bratislava bola propagovaná v reláciách *Slovensko v obrazoch*, *Televíkend*, *Kultúra.sk* a *Dámsky klub*. Prezentáciu prostredníctvom vysielačieho času v reklamnom priestore zabezpečilo šesťdesiat opakovaní tridsať sekundového spotu, ktorý vo vysielení rotoval v termíne od 4. 3. do 31. 3. 2022. Jeho témou bola pozvánka do Bratislavy ako 72 hodinového mesta počas turistickej sezóny v spolupráci s populárnou skupinou *Hudba Vesmírna*.



V televízii TA3, ktorá patrí k najsledovanejším na Slovensku sa BTB zamerala na témy: zmena vnímania Bratislavy, Korunovacie, podujatia, dôležitosť cestovného ruchu v Bratislave, Dunaj a Dunajská konferencia. Spolupráca bola postavená na prezentácii Bratislavy natívnym spôsobom, vo vybraných reláciách bola Bratislava propagovaná v spravodajstve, Dobrých správach a Raňajkách TA3.

Bratislava Tourist Board využíva aj alternatívne spôsoby propagácie. Jedným z nich je aj portál na vyhľadávanie hotelov, leteniek, a požičovní áut kayak.com. Tento systém na porovnávanie najlepších cien vyhľadáva prostredníctvom stránok ako booking.com, agoda.com, mimindo.com, či rentalcars.com. Podľa štatistík dosahujú ročne viac ako 6 miliárd dopytov s návštevnosťou webu viac ako 500 miliónov. Na sociálnej sieti Facebook majú viac ako 2,5 milióna sledovateľov. Je to jeden z celosvetovo najnavštevovanejších webov cieľovej skupiny cestovateľov. BTB propagovala Bratislavu cez tento portál v zimnom období prostredníctvom statických a html 5 bannerov, domovskej stránky vytvorenej na webe, a propagácii na sociálnych sieťach. Výhodou portálu je aj cielenie reklám na vyhľadávanie konkurenčných miest. Kampaň bola spustená na anglickom trhu pri vyhľadávaní citybreakov v konkurenčných mestách v Nemecku, Francúzsku, Poľsku, Slovinsku, Maďarsku, Česku a Rakúsku. Reklama prostredníctvom tejto platformy dosiahla viac ako 1 000 000 impresií a 57% nárast bookovaní v porovnaní s predchádzajúcim obdobím. Na reklamu kliklo 6 729 ľudí, z ktorých väčšina bola presmerovaná na vytvorenú landing page.



Prostredníctvom kampane v rádiu VIVA bola propagovaná téma Korunovačná Bratislava a pozvánka na Bratislavské korunovačné dni. Celkovo to predstavovalo vysielač čas v rozsahu 112 x 30 sekúnd spolu s propagáciou prostredníctvom relácií a webu rádia VIVA v termíne od 17.7. do 30. 7. 2022. V rádiách Hitrádio City a Blanník bola zabezpečená propagácia adventného obdobia v Bratislave, Vianočných trhov a kultúry. Vysielač čas bol v rozsahu 102 x 20 sekúnd v období od 9. 12. do 16. 12. 2022.

## Merkantil / Merchandising

**Prezentačný merkantil** zabezpečený z dotácie 2022 pozostával z propagačných predmetov s logom destinácie, web stránkou destinácie, logom MD SR, eventuálne so symbolom mesta. Predmetný merkantil bol využitý počas veľtrhov, výstav, prezentácií a na podujatiach. Zároveň boli zabezpečené darčkové predmety pre zástupcov médií, VIP návštevy, touroperátorov a účastníkov infociest, presstripov famtripov, oficiálne návštevy v rámci partnerských projektov a pod. Boli to predmety: dáždnyky s potlačou, ručne maľované majolikové srdiečka, mentolové cukríky, vianočný merkantil (prosecco a čokoládové pralinky). Súčasťou objednávania merkantilu bolo aj zabezpečenie jeho rozvozu. Taktiež boli zabezpečené reflexné vesty a šiltovky slúžiace na rozlíšenie BUS koordinátorov, ktorých služby zabezpečovalo BTB.

**Z propagačných nástrojov** bola obstaraná nová textília s potlačou na fotostenu s korunovačnou témou, ktorá slúžila ako propagačný nástroj počas prezentácií, a na indoor a outdoor eventoch. Taktiež bola zabezpečená potlač úložných boxov na uloženie Bratislava CARD pre partnerov predaja karty a ruksaky ku kampani „Bratislava na vlastné nohy“. Pre potreby konferencie *Na jednej lodi*, ktorá bola organizovaná BTB boli obstarané dva rollupy, ktoré slúžili na propagáciu a branding priestorov konferencie.

**Tabuľka 18:** Zoznam propagačných nástrojov

Názov položky	Počet kusov
Potlač textilnej fotosteny	1
Reflexné vesty s potlačou 20 ks	20
Šiltovky s potlačou BTB	40
Brandovanie úložného systému pre Bratislava CARD City&Region	15
Červené dáždnyky s potlačou – 20 ks	20
Vianočný merkantil	230
Potlač na ruksaky Bratislava na vlastné nohy	130
Majolikové srdiečka s logom	150
Krabička s mentolovými cukríkmi s potlačou	400
Roll Up Na jednej lodi	2
Zápisník Na jednej lodi	100

\*Vlastné spracovanie.





## MICE (Meeting, Incentive, Conferences, Events)

MICE aktivity prispievajú k zviditeľneniu a vyzdvihnutiu Bratislavy ako kongresovej destinácie medzi laickou a odbornou verejnosťou. Majú veľký význam v oblasti nadväzovania partnerstiev, spolupráce a k získavaniu a udržiavaniu profesionálnych kontaktov v odvetví. Z dôvodu značného ekonomického prínosu podujatí typu business meetings, je nesmierne dôležité pokračovať v ponúkaní a v hľadaní nových možností na potencionálne zorganizovanie nových veľkých podujatí.

### ZAHRANIČNÉ B2B FÓRA:

- MCE Central & Eastern Europe 2022 (27. 2. – 1. 3. 2022)** - B2B podujatie na báze osobných stretnutí s nákupcami business meetings podujatí, prevažne z Európy. Otvorený networking počas celého podujatia je pridanou hodnotou tohto konceptu. Organizátorom podujatia bola spoločnosť Europe Congress, ktorá podujatie tohto formátu organizuje niekoľko ráz do roka a v rôznych častiach Európy. Počas dvoch intenzívnych dní podujatia sa zrealizovalo a absolvovalo tridsaťpäť face-to-face stretnutí s následným neobmedzeným networkingom v rámci spoločenských častí podujatia, ktorými boli večera v priestoroch múzea Museum of Fine Arts a večera v modernom priestore TwentySix. Stretnutia prebiehali pri stoloch jednotlivých vystavovateľov. Prezentovaný bol sales-deck vychádzajúci z komunikačných posolstiev, meeting planners guide a nápady na incentivné aktivity v destinácii Bratislava ako aj regiónu Bratislava. V rámci prvého dňa prebiehali prezentácie jednotlivých zúčastnených. Každá destinácia mala k dispozícii tri minúty, v rámci ktorých mala možnosť na prezentáciu destinácie pred širokým publikom (cca stotridsať účastníkov celého podujatia). Bol zaznamenaný záujem o destináciu Bratislava predovšetkým za účelom incentivných programov a korporátnych meetingov ako aj o účasť na fam tripoch v roku 2022, pričom všeobecné stretnutia s meeting planners boli skôr informačného a edukačného charakteru, kde išlo o prvotné informácie o destinácii. Väčšina nákupcov bola zo sektora incentivných a full-service agentúr a korporátnych meeting planners, menšie zastúpenie mali nákupcovia z asociácií. Podujatie nás presvedčilo o tom, akú nezastupiteľnú úlohu zohráva prítomnosť destinačnej organizácie na tomto type B2B fóra. MCE je zdrojom množstva nových kontaktov a veríme, že sa nám na akcii podarilo presvedčiť meeting plannerov, aby svoje ďalšie podujatie zorganizovali práve v Bratislave.





- **The Meeting Space Summer Lisabon (7. 7. – 9. 7. 2022)** – B2B podujatie (na báze osobných stretnutí) s nákupcami podujatí z regiónu Európy.

Otvorený networking počas celého podujatia je pridanou hodnotou tohto konceptu. Tento formát patrí celosvetovo k top podujatiam. Organizátorom podujatia je spoločnosť The Meetings Space Ltd. , ktorá tento formát organizuje od roku 2012. Počas dvoch intenzívnych dní podujatia BTB/BCB absolvovalo dvadsaťjeden one-to-one stretnutí (z toho dve stretnutia boli virtuálne) a tzv. neobmedzený networking v rámci spoločenských častí podujatia. Stretnutia prebiehali pri stoloch jednotlivých nákupcov. Prezentovaný bol sales-deck vychádzajúci z komunikačných



posolstiev, Meeting planners guide a možnosti incentívnych aktivít v Bratislave. Všeobecné stretnutia s boli skôr informačného a edukačného charakteru, keďže pre väčšinu nákupcov bola Bratislava novou a neznámou destináciou.

- **Meeting & Incentive Forum Autumn Porto (31. 8. – 3. 9. 2022)** – B2B podujatie (na báze osobných stretnutí) s nákupcami podujatí predovšetkým z Európy.

Otvorený networking počas celého podujatia bol pridanou hodnotou tohto konceptu. Meeting & Incentive Forum patrí celosvetovo k top MICE podujatiam. Organizátorom podujatia je spoločnosť Worldwide Events, ktorá tento formát organizuje už viac ako pätnásť rokov. Počas troch intenzívnych dní podujatia BTB/BCB spoločne so zástupkyňou Best Hotel Properties v Bratislave, absolvovali vyše štyridsať face-to-face stretnutí a networking v rámci spoločenských častí podujatia. Prezentovaný bol sales-deck vychádzajúci z komunikačných posolstiev, Meeting planners guide a možnosti incentívnych aktivít v Bratislave. Pri prezentácii incentívnych možností bolo využité čerstvé video z augustového fam tripu. Väčšina nákupcov bola zo sektora incentívnych a full-service agentúr a korporátnych meeting planners.



- The Meeting Space Viedeň (22. – 24. 9. 2022)** – B2B podujatie, ktoré sa pôvodne malo konať v termíne 25. 11. – 27. 11. 2021 vo Viedni ale vzhľadom na nepriaznivú pandemickú situáciu bolo päť dní pred začiatkom podujatia presunuté na 22. – 24. 9. 2022. Fórum prebiehalo formou osobných stretnutí s nákupcami podujatí a následne riadeným networkingom a edukatívnymi stretnutiami. Podujatie je známe vysokou kredibilitou v odvetví, ktoré je organizované špeciálne pre nákupcov podujatí. Počas dvoch intenzívnych dní bolo absolvovaných dvadsaťdva one-to-one stretnutí a tzv. neobmedzený networking v rámci spoločenských častí podujatia. Prezentovaný bol sales-deck vychádzajúci z komunikačných posolstiev, Meeting planners



- MICE Business Day Budapešť 2022 (10. 11. 2022)** – MICE Business Day je B2B podujatie s nákupcami podujatí z regiónu Európy, prioritne s regionálnou relevanciou pre krajiny V4 a slúži ako platforma pre B2B stretnutia pre nákupcov (buyers/visitors a hosted buyers) a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty). Podujatie má vysokú kredibilitu v odvetví na maďarskom trhu. Počas podujatia zamestnanci odd. MICE BTB absolvovali 15 one-to-one stretnutí a tzv. neobmedzený networking v rámci spoločenských častí podujatia. Bol zaznamenaný záujem o účasť na fam tripe, ktorý plánujeme uskutočniť v priebehu roka 2023. Väčšina nákupcov bola zo sektora incentívnych a full-service agentúr ako aj korporátnych meeting planners. The MICE Business Day Budapešť je určite zdrojom kvalitných kontaktov a veríme, že prinesie želané výsledky v krátkej budúcnosti.

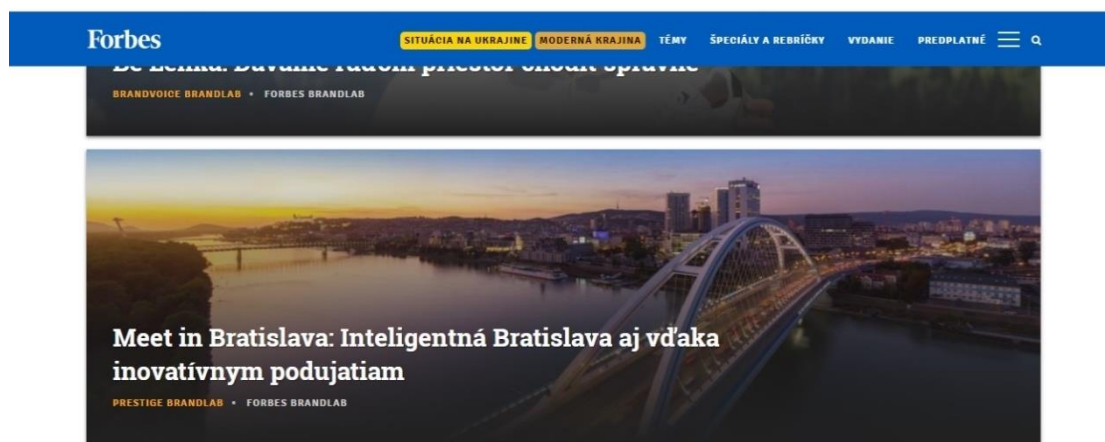


## PROPAGAČNÝ MEDIÁLNY VÝSTUP V MAGAZÍNE „FORBES“

Cieľom inzercie bola prezentácia Bratislavy formou advertoriálu v magazíne Forbes vo vybraných cieľových krajinách (Nemecko, Rakúsko, Švajčiarsko, Maďarsko, Česko, Slovensko), za účelom naštartovania business meetings po zlepšení epidemiologickej situácie, kedy bolo vhodné komunikovať značku Bratislavy na lokálnom trhu pre organizáciu korporátnych stretnutí v hlavnom meste SR. Našou prioritou je komunikácia značky Bratislavy ako kongresovej destinácie „Surprisingly close/Exceptionally smart“. Zároveň BTB využila komunikáciu našich hlavných benefitov pre nákupcov podujatí formou jednoduchých marketingových posolstiev ako sú Accessibility, Innovation, Execution, Health Safety, Price/Quality ratio, Motor city, Virtual Hybrid events a predstavenie činnosti Bratislava Convention Bureau. Plnením bola printová verzia Forbes Slovensko, 1 strana plnofarebnej inzercie, marcové vydanie plus online Brandlab advertoriál na [www.forbes.sk](http://www.forbes.sk). Predmetná inzercia mala 1 336 videní článku.

Mesačník Forbes v printovej verzii (marcové vydanie) vyšlo v náklade 14 000 ks mesačne, z čoho 6 000 ks je smerovaných priamo na predplatiteľov pozostávajúcich z top manažmentu, stredného manažmentu a majiteľov firiem.

Online platforma [www.forbes.sk](http://www.forbes.sk) má mesačnú návštevnosť 1 204 000 z toho 555 000 reálnych užívateľov je rozdelených v pomere 40% muži a 60% ženy vo vekovej kategórii 25+.



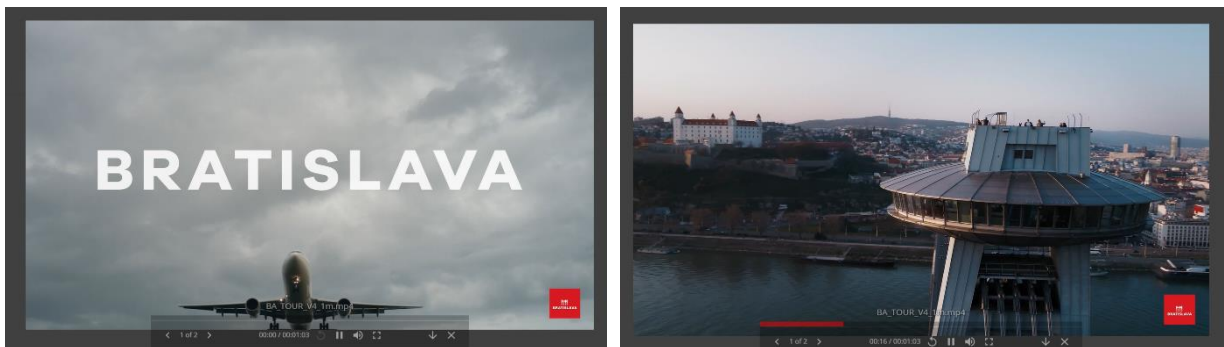
## MICE SPOT A ONLINE PROPAGÁCIA KONGRESOVEJ BRATISLAVY NA GOOGLE ADS

Cieľom videa je odprezentovať Bratislavu ako vhodnú destináciu pre incentívu a pritaľhnúť pozornosť nových klientov a vyvolať na zdrojových trhoch záujem o návštevu mesta. V záujme BTB bolo vytvorenie MICE spotu, ktorý bude dôležitou súčasťou marketingu destinácie na pritaľhnutie pozornosti asociácií a iných dôležitých nákupcov podujatí v rámci MICE. Pri tvorbe videa je jedným zo základných cieľov moderným spôsobom predstaviť odbornej MICE verejnosti a nákupcom podujatí ako aj potenciálnym klientom zo zahraničia a zo Slovenska možnosti, ktoré Bratislava ponúka. Video má interaktívnym spôsobom prezentovať možnosti organizácie eventov v Bratislave ako aj



atmosféru, atraktivitu a čiastočne aj kultúru a incentívne možnosti destinácie. Výsledný produkt má 2 formy video spotov: do 2 minút a do 1 minúty. Z dotácie 2022 bola financovaná doplnková tvorba a postprodukcia MICE Hero spotu - Bratislava ako kongresová destinácia.

Nový hero MICE spot bol propagovaný aj s využitím reklamného priestoru prostredníctvom služby Google Ads. Platená reklama prostredníctvom služby Google Ads zastrešuje najvyužívanejší svetový vyhľadávač (google.com) a najnavštevovanejší video portál (youtube.com) využíva PPC kampane. Platená kampaň prostredníctvom Google Ads prebiehala počas mesiaca september 2022 a bola zameraná na kratšiu 1-minútovú verziu a aj dlhšiu 2-minútovú verziu MICE hero spotu. Celkovo bolo evidovaných na YouTube kanáli viac ako 200 000 videní kratšej verzie spotu a cca 56 000 videní dlhšej verzie spotu.



## ONLINE A OFFLINE PREZENTÁCIA KONGRESOVEJ BRATISLAVY

Online propagácia kongresovej Bratislavy na sociálnej sieti LinkedIn je aktivita, ktorá zahŕňa založenie účtu pre organizácie (BTB) na sociálnej sieti, nastavenie a správu online marketingovej kampane na LinkedIn.

Väčšina kampaní bola cielená na propagáciu destinácie cez novovytvorený MICE spot. Marketingová aktivita garantuje zásah želanej cieľovej skupiny a efektivitu vynaložených prostriedkov. Sociálna sieť LinkedIn sa radí k jednému z najúčinnějších nástrojov pre B2B komunikáciu. Umožňuje profesionálom a spoločnostiam doručiť na mieru šitý obsah s vysokou mierou presnosti v reálnom čase. Založením účtu organizácie má BTB možnosť šíriť obsah a cieľiť komunikáciu aj na publikum, ktoré nie je súčasťou existujúcich spojení. Prostredníctvom tohto účtu je možné implementovať zdroje na podporu príspevkov (platené šírenie obsahu), čím sa zvyšuje dosah šíreného obsahu. Samozrejmosťou je vhodné zvolenie kritérií, na základe ktorých je riešené cielenie. Keďže je možnosť platenej reklamy na LinkedIn novou službou zavedenou v poslednom štvrtroku 2019, využila BTB služby správy a nastavovania platenej reklamy od externého dodávateľa.

### Príklady komunikačnej aktivity:

- Reklama prostredníctvom nasledujúcich typov príspevkov:
  - Post / príspevok s URL linkom smerujúcim na web [www.visitbratislava.com](http://www.visitbratislava.com), za účelom zvýšenia návštevnosti webu;
  - Post / príspevok s URL linkom smerujúcim na relevantný obsah o Bratislave umiestneným mimo webu [www.visitbratislava.com](http://www.visitbratislava.com), za účelom zvýšenia povedomia o destinácii.



- Zadanie reklamy s presným cílením na užívateľov na základe zadenovania demografických údajov akými sú miesto pobytu (s presnosťou na úrovni miest v ktorejkoľvek krajine), vek a pohlavie; záujmov používateľa, akými môžu byť napríklad „corporate meetign planners“, „meetings“, „association business meetings a mnohé ďalšie; chovanie používateľov, ako napríklad cílenie na používateľov, ktorí pravidelne cestujú alebo sa vrátili zo zahraničnej cesty počas posledných dvoch týždňov;
- Reklama slúžiaca na zvýšenie počtu sledovateľov LinkedIn profilu Bratislava Tourist Board prostredníctvom špecializovanej funkcie na tejto sociálnej sieti, smerované na používateľov z kľúčových trhov podľa demografických údajov akými sú miesto pobytu, vek a pohlavie, ako aj záujmy týchto používateľov;
- Využívanie reportovacích funkcií sociálnej siete a funkcií v rámci reklamného rozhrania na zadanie reklamy na používateľov, ktorí prejavili záujem o Bratislavu (na základe ich správania na sociálnej sieti i mimo nej) a tým zefektívnenie dosahu a efektu tejto reklamy;
- Podrobné štatistické údaje o počte oslovených používateľov každej zadanej reklamy, počte užívateľov, ktorí vykonali určitú akciu (akými sú komentár, označenie „páči sa mi to“ a zdieľanie) a počte užívateľov, ktorí sa prostredníctvom tejto reklamy preklikli na web [www.visitbratislava.com](http://www.visitbratislava.com) alebo na iný obsah o Bratislave mimo tohto webu.

K zabehnutým a zaužívaným prvkom online marketingovej komunikácie a propagácie kongresovej Bratislavy patrí uverejňovanie obsahu a správa na sociálnej sieti Facebook na profile Bratislava MICE, aktualizácia obsahu na web stránke [visitbratislava.com/convention](http://visitbratislava.com/convention).

#### **Výber hlavných výstupov z online kampane:**

- Celkový počet impresií: 559 547, z toho 25 394 organických (neplatených) a 534 153 sponzorovaných (platených);
- Počas trvania kampane sa podarilo získať 259 nových followerov, čo znamenalo nárast o 18,46% (z 1403 na 1 662). Počet followerov pomáha v organickom šírení obsahu;
- Počas trvania kampane si viac informácií o BCB na LinkedIn firemnom profile pozrelo 651 ľudí;
- Celkový počet kliknutí: 10 408, z toho 5 711 organických (neplatených) a 4 697 sponzorovaných (platených);
- Počet náhľadov na LinkedIn profil BCB 651, z toho bolo 312 unikátnych návštevníkov.

#### **Konkrétne príklady príspevkov a platených kampaní na LinkedIn:**

- Surprisingly Close & Exceptionally Smart, IMEX Frankfurt 2022;
- Bratislava Convention Bureau Is Organising Familiarization Trip;
- New Video Is Live;
- Bratislava Is Heading to IBTMWorld.

## CELOROČNÁ KOMUNIKÁCIA HLAVNÉHO MESTA AKO MICE DESTINÁCIE

Kontinuálna aktivita z predchádzajúcich rokov zameraná na tvorbu odborného marketingového obsahu o destinácii Bratislava pre cieľovú skupinu nákupcov podujatí zo zahraničia. BTB spolupracuje so spoločnosťou Toleranca Marketing, ktorá vydáva a manažuje špecializovaný MICE magazín a web portál Kongres Magazine. Obsah je tvorený v angličtine a šírený na databázu cca 60 000 kontaktov v rámci cieľovej skupiny tzv. meeting planners. Obsah sa okrem databázy šíri v prvom rade prostredníctvom web portálu a cez sociálne siete Toleranca Marketing. 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 newsletterov) sú pokryté okruhy ako destinačné news, zaujímavosti, rozhovory s influencermi, inovácie, trendy – v súlade so stratégiou a komunikačnými piliermi accessibility, innovation, execution, Bratislava – The Motor City, ukážky a príklady dobrej praxe a biznis nápadov v Bratislave.

Za rok 2022 bolo vytvorených 48 článkov s dosahom cca 1 300 000 videní. Najčítanejšie články dosiahli okolo 40 000 videní. Čísła sú hodnotené veľmi pozitívne, keďže obsah je cielený na odbornú a úzku komunitu, navyše B2B oblasť, kde takéto čísla predstavujú významný úspech. Ukážka článkov je súčasťou obrazových príloh plnenia vyúčtovania. Články sú pravidelne uverejňované na <https://kongres-magazine.eu/bratislava-convention-bureau/>. Súčasťou služby je aj detailný prehľad a štatistiky k uverejňovaným článkom, mapujúce ich úspech na sociálnych sieťach a web stránke (dosah postov, zobrazenia, čítanosť a pod.)



### LATEST STORIES



#### Special Venues: Hradná Restaurant Bratislava

Gorazd Čad

Among countless hidden gems scattered across Bratislava, a restaurant recently given a new lease of life has become synonymous with lavish events and gourmet...



#### Top 10 Most Read Bratislava Stories of 2022

Gorazd Čad

Kongres Magazine is a longstanding media partner of Bratislava Convention Bureau. Numerous stories from the capital of Slovakia amazed viewers and meeting planners alike...



#### Special Venues: Pistori Palace

Gorazd Čad

THE OLD SPIRIT OF THE BUILDING REKINDLED The Pistori Palace was built in the 1890s by Felix Pisztor, a known pharmacist in Bratislava. At that...

**Tabuľka 19:** Vybrané príklady tém článkov z roku 2022

<b>Názov článkov</b>
Bohdana Jelemenska: “Not everything can be replaced by the online and virtual world”
Automotive fair Autosalon 2022 to be hosted in Incheba Expo Bratislava
Bratislava has officially become the seat of the European Labour Authority
Bratislava welcomes the development of the Eurovea Tower skyscraper
GLOBSEC 2022 Bratislava Forum helping Ukrainian voices be heard
Bratislava Organised an Exclusive Helmsbriscoe Fam Trip
Three Slovaks Among the Most Influential Meetings Professionals of New Europe
By Design Conference set to take place in Bratislava
Official certification issued for Slovakia’s pioneering flying car
Slovakia’s Innovative InoBat Auto Secures New Investor
Bratislava to Host Renowned Technology Conference
Special Venues: A4 Studio Bratislava
Autumn in Bratislava filled with international conferences
Interview with the creators of Makery World Bratislava
Bratislava presents unique wine tastings in the dark
Bratislava gears up for the production of Superb and Passat
Special Venues: Pistori Palace
Christmas spirit returns to Bratislava
Danube Equestrian Festival welcomed the top equestrians to Bratislava
European Vegetation Survey Conference coming to Bratislava in May

\*Vlastné spracovanie.

**Štatistika k uverejneným článkom publikovaných v Kongres Magazine – digital:**

- Zobrazenie príspevku predstavovalo hodnotu 1 299 297;
- Na sociálnej sieti Facebook bol dosah 106 629 impresií;
- Na sieti LinkedIn bola dosiahnutá hodnota 16 361 impresií.

## PREZENTÁCIA DESTINÁCIE POČAS IBTM WORLD BARCELONA 2022 (PHYSICAL BRANDING)



V zmysle zadefinovanej stratégie pre podporu Bratislavy ako kongresovej destinácie bola počas veľtrhu IBTM World Barcelona 2022, ktorý sa konal v termíne 29. 11. – 1. 12. 2022 efektívnym spôsobom propagovaná Bratislava ako kongresovú destináciu cez tzv. „Floor tiles“ o veľkosti 1 x 1 m s brandingom. Hlavnými benefitmi tejto prezentácie bolo umiestnenie dlaždíc na kľúčových strategických miestach za cenovo výhodných podmienok, ktoré nasmerovali potencionálnych klientov až k prezentačnému stánku BTB.

## CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT SYSTEM (CRM)

Aktivita pokračuje od roku 2018, kedy BTB obstarala 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. Celkovo je aktivita primárne zameraná na systematizáciu a uchovávanie dát o B2B aktivitách BTB/BCB a v druhom rade na zabezpečenie prezentovania ponuky destinácie na jednom mieste vo forme funkčnej platformy prezentácie subjektov v destinácii.

### Príklady aktivít, ktoré boli realizované počas 2022 v CRM systéme:

- Pravidelné dopĺňanie nových kontaktov zo všetkých veľtrhov a B2B podujatí, ktoré boli počas roka 2022 absolvované;
- Priebežná aktualizácia existujúcich profilov, účtov a kontaktov na základe získania nových informácií;
- Kategorizácia nákupcov podujatí na základe jednotlivých tagov;
- Selekcia nákupcov podujatí pri oslovovaní za účelom organizácie fam tripu;
- Mass mailing na vybraných nákupcov podujatí na základe vytvorených tagov.

V súčasnosti CRM obsahuje relevantné kontakty na lokálnu MICE komunitu. Okrem lokálnych kontaktov obsahuje aj databázu viac ako 2 073 zahraničných kontaktov získaných na relevantných, medzinárodných veľtrhoch, výstavách a B2B fórach. Kontakty z tejto databázy sú využívané na rôzne účely ako napr. selekcia účastníkov famtripov, zasielanie hromadných emailov. Kontakty je možné filtrovať podľa rôznych kritérií ako sú názvy veľtrhov, krajiny pôsobenia nákupcov alebo potencionálneho záujmu nákupcu zúčastniť sa fam tripu. CRM umožňuje zaznamenávanie komunikácie s nákupcami podujatí, prípadne zaznamenanie RFP a jeho preposlanie na relevantné subjekty.





# ČINNOSŤ TIC ZRIADENÉHO ORGANIZÁCIOU



Turistické informačné centrum BTB (TIC BTB) je účelové zariadenie, ktoré v rámci hlavného mesta a Bratislavského regiónu zabezpečuje zber, spracovávanie a poskytovanie informácií z oblasti cestovného ruchu. Jeho úlohou, ako dôležitej súčasti integrovaného informačného systému Slovenska, je kontinuálne informovanie domácich a zahraničných návštevníkov o atraktivitách a produktoch destinácie a zároveň mapovanie atraktivít, produktov, služieb a podujatí cestovného ruchu na území hlavného mesta a Bratislavského regiónu. Turistické informačné centrum týmto zároveň plní substitučnú funkciu, ono samotné sa stáva atraktivitou, ktorú návštevník mesta počas svojho pobytu navštívi a následne, TIC naviguje návštevníkov mesta a reguluje ich pohyb po jednotlivých atraktivitách. TIC BTB v spolupráci s poskytovateľmi produktov a služieb CR získava spätnú väzbu o potrebných zmenách pri navrhovaní trás, nových produktov a služieb CR v destinácii. TIC je zároveň distribučným miestom informačno-propagačných materiálov nielen o destinácii Bratislava a Bratislavského regiónu, ale aj o destinácii Slovensko. Kamenné a aj mobilné (sezónne) prevádzky TIC zabezpečujú na mesačnej báze zber dát od návštevníkov Bratislavy o krajine, z ktorej pochádzajú, o prioritách ich záujmu pri návšteve destinácie, ako aj o ich spokojnosti a nespokojnosti so službami v destinácii.

TIC BTB sa vo svojej práci riadi profesijnými / technickými štandardmi pre činnosť TIC, má vypracované interné štandardy, manuály a pracovné procesy pre fungovanie prevádzky TIC. Personál TIC sa podrobuje preškoleniam z oblasti komunikácie s klientom, podpory predaja tovarov a služieb a v neposlednom rade v oblasti tvorby produktov cestovného ruchu. Aktívne sa zúčastňuje na práci profesijnej organizácie Asociácia informačných centier Slovenska a pracovnej skupiny Turistické informačné centra fungujúcej na pôde medzinárodnej organizácie City Destinations Alliance, kde majú pracovníci TIC možnosť vymieňať si know-how s európskymi kolegami. TIC BTB sa usiluje obslužiť všetky skupiny klientov vrátane zdravotne znevýhodnených, spolupracuje s jednotlivými zväzmi zdravotne znevýhodnených osôb a zapája ich do svojej činnosti. (Pre telesne znevýhodnené osoby je k dispozícii mobilná nájazdová plošina, pre nepočujúcich klientov „tichá linka“ fungujúca na princípe prepisu ako aj na simultánnom tlmočení prostredníctvom znakovkej reči – komunikáciu medzi klientom a pracovníkom TIC sprostredkováva tablet s pripojením na internet, pre slabozrakých klientov TIC sú k dispozícii 2 stolové lupy s LED osvetlením a optickou mohutnosťou 5 a 8 dioptrií a pre nevidiacich návštevníkov TIC pribudla v roku 2021 nástenná haptická mapa a 3 D hovoriace kocky so 6-jazyčnou informáciou k 12 top pamiatkam mesta).

#### **Ciele BTB, ktoré sú dosahované realizáciou aktivít v oblasti činností TIC:**

- Skvalitnenie informovanosti návštevníkov o destinácii a jej ponuke;
- Rast spokojnosti návštevníkov s návštevou Bratislavy;
- Zvýšenie dopytu po službách infocentier;
- Skvalitnenie sprievodcovských služieb a zvýšenie dopytu po službách certifikovaných sprievodcov;
- Zapájanie produktu Bratislava CARD do balíčkov ubytovacích zariadení a dopravných spoločností;
- Územné rozšírenie možností získania informácií o Bratislave;

- Progres v informačno-komunikačných technológiách, digitalizácia produktov a zavedenie SMART noviniek;
- Jednoduchšia prístupnosť k informáciám pre návštevníka;
- Lepšia informovanosť o ponuke mesta a regiónu;
- Získanie informácií o dopyte turistov a ich využitie pri tvorbe ponuky CR;
- SMART karta – vytvorenie mobilnej aplikácie pre predaj a akceptáciu BC;
- Rast spokojnosti návštevníkov s informátormi a s kvalitou informácií;
- Multiplikačný efekt v cestovnom ruchu.

## Podpora produktov cestovného ruchu TIC

Činnosť turistických informačných centier BTB nebola v roku 2022 obmedzovaná pandemiou tak ako predchádzajúce dva roky. TIC Klobučnícka bolo zatvorené pre nepriaznivú pandemickú situáciu len od 1. do 16. januára, ale jeho pracovníci aj napriek tomu nepretržite vybavovali telefonické a emailové dopyty a pripravovali produkty pre letnú turistickú sezónu. Od 17. januára bolo TIC kontinuálne otvorené až do konca roka, s výnimkou sviatočných dní 24., 25. a 26. decembra.

**Tabuľka 20:** Otváracie hodiny v priebehu roka 2022

Obdobie	Pondelok – piatok	Sobota	Nedeľa
január – február	9.00 – 16.00	10.00 – 15.00	zatvorené
marec – máj	9.00 – 17.00	10.00 – 18.00	10.00 – 16.00
jún	9.00 – 18.00	10.00 – 18.00	10.00 – 16.00
júl – október	9.00 – 18.00	09.00 – 18.00	10.00 – 16.00
november – december	9.00 – 17.00	09.00 – 17.00	10.00 – 16.00

\*Vlastné spracovanie

Počas hlavnej turistickej sezóny od júna do septembra mohli návštevníci mesta využiť aj sezónne TIC na Hlavnej železničnej stanici, ktoré bolo otvorené denne v časoch 9:30 – 17:00. Novinkou v roku 2022 bolo prevádzkovanie informačného centra Martineum pri Katedrále sv. Martina v spolupráci s Farnosťou sv. Martina v mesiacoch júl - november 2022.

Turistické informačné centrá BTB zaznamenali v roku 2022 v porovnaní s rokom 2021 nárast návštevnosti o 30,1%. Informátori prvého kontaktu vedia v súčasnosti zodpovedať dopyty návštevníkov v piatich jazykoch, konkrétne v anglickom, nemeckom, francúzskom, ruskom a poľskom jazyku.

- celkový počet osobných dopytov v TIC BTB: 50 985  
z toho:
  - TIC Klobučnícka: 46 242
  - TIC Hlavná stanica: 1 453
  - IC Martineum: 3 290
- počet telefonických dopytov: 3 356
- počet emailových dopytov: 2 004

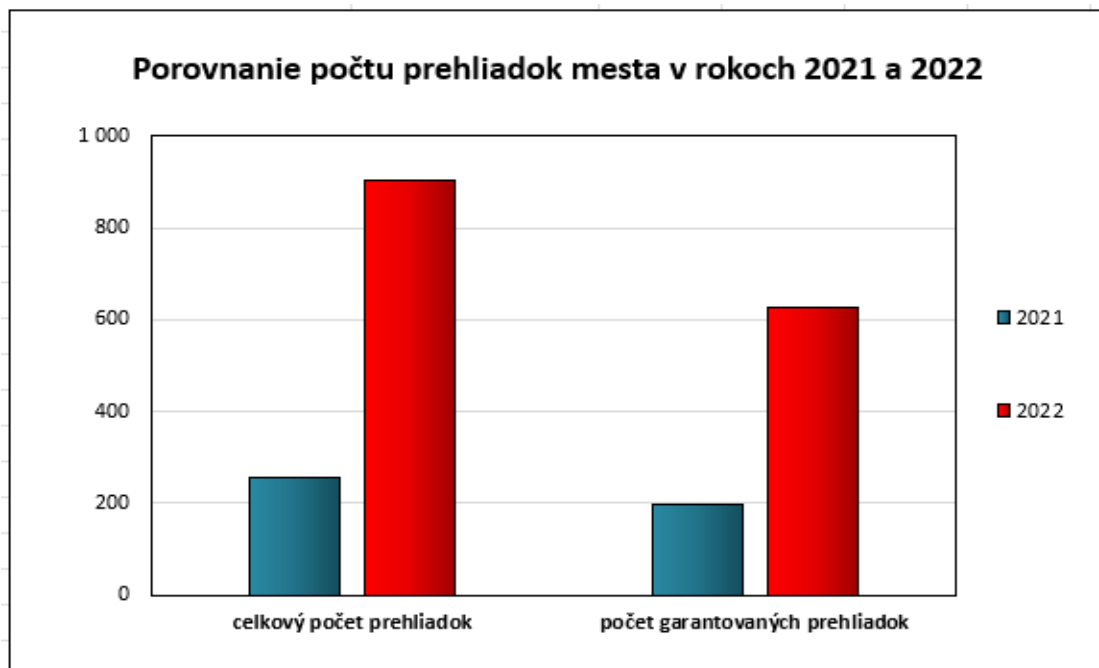
Okrem zberu, spracovania a poskytovania informácií, tvorby produktu a jeho predaja sa TIC BTB venuje v rámci podnikateľskej činnosti aj províznemu predaju produktov a služieb cestovného ruchu svojich zmluvných partnerov, ako aj predaju doplnkového sortimentu – suveníry, suvenírové eurobankovky, cestovné lístky, publikácie a i.

## PREHLIADKY MESTA

Pracovníci TIC sa okrem poskytovania informačných služieb venujú aj tvorbe a rozvoju produktu Prehliadky mesta. TIC BTB je poskytovateľom sprievodcovských služieb takmer 60 rokov, spolupracuje so 105 externými sprievodcami na základe Zmluvy o poskytovaní sprievodcovských služieb a prehliadky mesta je schopné zabezpečiť v 22 jazykoch. BTB využíva výlučne služby certifikovaných sprievodcov, ktorí absolvovali vzdelávací program Sprievodca CR v akreditovanej vzdelávanej inštitúcii. Svoje služby poskytuje verejným a súkromným inštitúciam, ako aj individuálnym návštevníkom mesta. V roku 2023 plánujeme prehľbovať spoluprácu so školami, našu ponuku prehliadok rozšírime o vzdelávacie tematické prehliadky pre žiakov 1. a 2. stupňa ZŠ a študentov SŠ a gymnázií, ktoré plne korešpondujú s príslušnými učebnými plánmi.

V roku 2022 zabezpečilo TIC BTB 905 komerčných prehliadok mesta, z toho 628 garantovaných prehliadok pre držiteľov Bratislava CARD. Odspreádzaných bolo celkovo 7 307 osôb. Najväčší záujem bol o prehliadky v nemeckom, anglickom, slovenskom, talianskom, španielskom a francúzskom jazyku. V porovnaní s rokom 2021, v ktorom bolo zorganizovaných 255 prehliadok (z toho 196 garantovaných), to predstavuje 255% nárast.

**Graf 3:** Porovnanie prehliadok mesta v rokoch 2021 a 2022



\*Vlastné spracovanie.



## INFORMAČNÉ CENTRUM MARTINEUM

V spolupráci s Farnosťou sv. Martina prevádzkovala BTB v mesiacoch júl až november informačné centrum (IC), ktoré sídli v novozrekonštruovanej budove v tesnej blízkosti jednej z hlavných dominánt Bratislavy – Katedrály sv. Martina. IC Martineum je obdobou zahraničných návštevníckych centier, ktoré sú súčasťou pamiatok a turistických atrakcií. Poskytuje zázemie katedrále počas sobášov, kultúrnych podujatí, televíznych prenosov, či pri významných návštevách. Samotné informačné centrum sa nachádza na prvom podlaží budovy Martinea. Otvorené bolo denne vrátane víkendov a sviatkov od 10.00 do 18.00, v prípade konania kultúrnych podujatí v Katedrále aj dlhšie.



Pracovisko ako aj prístup k nemu zo strany Rudnayovho námestia a interiéru katedrály boli v spolupráci s farnosťou viditeľne označené navigačnými šípkami a tabuľami. Prezentátori tohto informačného centra boli identifikovaní logom mesta. Pre zabezpečenie informovanosti návštevníkov Martinea o Katedrále sv. Martina, o aktuálnych otváracích hodinách, vstupnom či kultúrnych podujatiach prebiehajúcich v Katedrále, ako aj celkovo o destinácii Bratislava bola zo strany BTB zabezpečená LCD obrazovka umiestnená na mobilnom stojane v priestoroch Martinea, ktorá je v prípade prezentácií prenosná aj do Katedrály. Zodpovedný pracovník BTB zabezpečoval pravidelné zásobovanie IC mapami a brožúrami v dvanástich jazykoch vrátane ukrajinčiny. Najväčší záujem bol o trhacie a skladacie mapy, brožúry: Vidieť a zažiť, Korunovačná Bratislava a Bratislavský hrad.

Informátori informačného centra poskytovali základný welcome servis pre návštevníkov Katedrály spočívajúci v informovaní o histórii a prístupnosti jednotlivých častí katedrály, predaji suvenírov, požičiavaní audiosprievodcov a sprístupňovaní WC pre návštevníkov. Zodpovedali tiež za bezpečnosť v priestoroch Katedrály a infocentra a monitorovali priestory prostredníctvom kamier. Okrem toho poskytovali individuálnym návštevníkom a turistickým skupinám základné informácie o meste, jeho atraktivitách a službách, fungovaní verejnej dopravy, o prebiehajúcich kultúrnych podujatiach, turistickej destinačnej karte Bratislava CARD City & Region a o prehliadkach mesta.

Prítomní na pracovisku boli vždy dvaja informátori, jeden v informačnom centre a jeden pri hlavnom vstupe do Katedrály. Počas uvedeného obdobia sa vystriedalo celkom 21 informátorov, ktorí odpracovali 3 352,5 hodín, t. j. priemerne 670,5 hodín/mesiac. Za výber informátorov, úvodné školenie a pridelovanie služieb bola zodpovedná Farnosť sv. Martina ako zriaďovateľ informačného centra. BTB zabezpečila preškolenie informátorov z oblasti komunikácie s klientom, znalostí atraktivít hlavného mesta, produktov cestovného ruchu, ako

aj dopravnej orientácii v meste. Každý informátor informačného centra musel ovládať minimálne anglický jazyk na komunikačnej úrovni. Zo strany BTB bol informátorom poskytnutý tlačенý Manuál pre informátorov prvého kontaktu na preštudovanie a doplnenie si základných informácií o meste a jeho atraktivitách. Informátori IC taktiež počas svojho výkonu práce zabezpečovali zber štatistík o návštevnosti IC, národnosti návštevníkov a charaktere dopytov. Tieto boli na mesačnej báze poskytované BTB. Náklady na zabezpečenie služby turistického informačného centra zahŕňali zo strany BTB informačno-prezentačné služby a náklady na LCD obrazovku SONY XR – 75X90J.

Za celé obdobie prevádzky vybavili informátori IC celkom 3 290 osobných dopytov. Návštevnícky najsilnejšími boli mesiace august, september a november. Zo zahraničných návštevníkov dominovali Američania, Maďari, Česi, Taliani a Nemci. Slovenskí návštevníci predstavovali 25% podiel z celkového počtu návštevníkov.

## **SEZÓNNA POBOČKA TIC NA HLAVNEJ STANICI**

BTB prevádzkovala v období od 27. júna do 30. septembra 2022 v spolupráci so Železničnou spoločnosťou Slovensko sezónny infopoint na Hlavnej železničnej stanici. Túto službu zabezpečovala v Zákazníckom centre ZSSK jedna osoba denne v čase od 9.30 do 17.00, teda 7,5 hodiny denne. Navigácia na pobočku TIC bola zabezpečená destinačným bannerom inštalovaným v hlavnej hale stanice. Náplňou práce externistov bolo poskytovanie základných informácií o meste a regióne a jeho pamiatkach a atraktivitách, o dopravných spojeniach v Bratislave a v okolitom regióne (vrátane najdôležitejších spojení do zahraničia), o múzeách a galériách, voľnočasových aktivitách, o produkte Bratislava CARD a pod. Najsilnejšie hodiny (najväčší počet návštevníkov infopointu) boli najmä v závislosti od príchodu medzinárodných vlakov z Viedne, Prahy a Budapešti – hlavne v časoch od 10.30 do 13.00 a od 15.00 – 16.00. Celkový počet klientov infopointu počas obdobia jeho prevádzky bol 1 453. V dňoch od 20. 9. do 30. 9. 2022 bol infopoint z technických príčin zatvorený – z dôvodu vytopenia Zákazníckeho centra ZSSK.

## **SLUŽBA KOORDINÁTOROV PARKOVANIA TURISTICKÝCH AUTOBUSOV**

V období od 20. júna do 30. septembra 2022 poskytovala BTB službu koordinácie parkovania turistických autobusov na Bratislavskom hrade. V dňoch od 20. júna do 31. júla 2022 zabezpečovali túto službu tri osoby v čase od 8.00 do 17.00, t. j. 9 hodín denne, obedňajšia prestávka bola od 11.45 do 12.45. V dňoch od 1. augusta do 30. septembra bola služba zabezpečovaná dvoma osobami denne, rovnako v čase od 8.00 do 17.00, a obedňajšia prestávka bola upravená tak, aby po celý deň bol na danom mieste minimálne jeden človek – t. j. jeden brigádnik mal obedňajšiu prestávku od 11.30 do 12.30 a ďalší od 12.30 do 13.30. Celkovo sa za obdobie od



20. 6. do 30. 9. 2022 vystriedalo v rámci aktivity koordinácie parkovania turistických autobusov 25 koordinátorov.

Práca dopravných asistentov (koordinátorov parkovania) spočívala najmä v informovaní a základnej navigácii šoférov turistických autobusov, ako aj osobných áut v priestore krátkodobého zastavenia autobusov pred Viedenskou bránou Bratislavského hradu. Ich úlohou bolo tiež eliminovať vznik možných kolíznych situácií – t. j. upozorniť vodičov osobných áut, ktorí by na miestach krátkodobého zastavenia autobusov zastavili, vysvetliť im, kde v blízkosti môžu svoje auto zaparkovať. Cieľom tejto služby bolo zabezpečiť optimálnu dopravnú obsluhu pre návštevníkov hradu.

Pre prípad potreby mali koordinátori k dispozícii pracovné mobilné telefóny. Ak vodiči nerešpektovali ich usmernenie, resp. ak došlo k inému dopravnému priestupku, koordinátori vyhotovili fotografiu a cez WhatsApp ju poslali Mestskej polícii. V prvý deň spustenia prevádzky bolo zabezpečené školenie koordinátorov zo strany predsedu Slovenskej spoločnosti sprievodcov CR, Mgr. Mária Bilačiča, ktorý pripravil aj Manuál pre dopravných asistentov. Tento manuál bol následne poskytnutý všetkým ďalším novým brigádnikom počas celého obdobia. Pre brigádnikov bola po dohode s NR SR zabezpečená možnosť odloženia si rozkladacích stoličiek v priestoroch strážnej služby Viedenskej brány (od 29. 6. 2022) a po dohode s Historickým múzeom SNM bolo pre brigádnikov zabezpečené zázemie v priestoroch pokladne múzea (od 1. 8. 2022).

Najsilnejšie hodiny (najväčší počet turistických autobusov) boli od 9.00 do 11.00 a medzi 14.00 a 15.00. Počas mesiacov júl – august bolo vybavených priemerne do 30 autobusov denne a počas mesiacov jún a september priemerne do dvadsať autobusov denne. Celkovo bolo vybavených cca 2 530 autobusov.

Koordinátori ponúkali vodičom autobusov brožúry Bus Driver's Guide, návštevníkom tiež ponúkali viacjazyčné letáky Vidieť a zažiť a leták o Bratislavskom hrade. O tieto materiály prejavili záujem tiež individuálni okoloidúci návštevníci. Títo koordinátori parkovania boli tiež oslovovaní ohľadom ďalších turistických otázok – pýtali sa ich napríklad, kde si môžu kúpiť lístky na turistické autobusy, kde sa nachádza WC, ako sa najlepšie dostanú pešo z hradu do starého mesta, a pod. Náklady na službu koordinátorov parkovania zahŕňali personálne náklady, náklady na štyri mobilné telefóny s paušálom a náklady na reflexné vesty.



A woman with a brown backpack is crouching on a cobblestone street, blowing bubbles for a young boy wearing a blue cap and a dark tank top. The background shows a busy street with historic buildings, a clock tower with a green spire, and people walking. The scene is bright and sunny.

**TVORBA A PODPORA  
UDRŽATELNÝCH PRODUKTŮV ČR**



Tvorba a podpora rozvoja produktov cestovného ruchu patrí k jednej z najdôležitejších oblastí aktivít BTB v spolupráci s členskou základňou a relevantnými stakeholdermi. Dôraz sa kladie najmä na ich udržateľnosť pri implementácii aktuálnych trendov v destinačnom manažmente a marketingu mestského a citybreakového turizmu. Veľkú súčasť produktovej ponuky tvoria podujatia nadregionálneho a medzinárodného významu, ktoré sa počas rokov stali prirodzenou súčasťou sezónnej ponuky mesta.

Pri výbere podporovaných podujatí formou technickej a dramaturgickej spoluorganizácie, PR propagácie prípadne zabezpečenia sprievodného programu BTB vychádzala z princípov marketingovej a komunikačnej stratégie, ako je udržateľnosť, dostupnosť, medzinárodný rozmer, návštevnosť podujatia, rozptýlenie návštevníkov priestorovo do širšieho centra mesta a časovo rozptýl programov v rôznych sezónach.

Pri spolupráci s organizátormi prioritne mestských podujatí, ktoré sa dajú klasifikovať ako produkty cestovného ruchu, sa kladie dôraz na rozšírenie ich dramaturgie s cieľom predĺženia pobytu návštevníka v destinácii, kombinovanie prvkov obsahu ponuky pre rôznorodý typ konzumenta a koncept ochrany životného prostredia a verejného priestoru v meste. Ďalšími sú možnosti ich infraštruktúrneho prepojenia na ďalšie komplementárne produkty a služby, bezbariérovosť prístupu k jednotlivým zložkám programu či aplikovanie nových prístupov smart technológií a marketingovej online komunikácie.

Prioritou pre stanovenie relevantných produktov a podujatí sú aj strategické materiály tak na mestskej, ako aj národnej úrovni. Zároveň musia obsahovo korešpondovať s témami ktoré BTB prepája s prezentáciou Bratislavy počas roka. Na svojich komunikačných kanáloch (webstránka, profily na sociálnych sieťach, mobilná aplikácia, informačný bulletin, inzercia a pod.) organizácia pravidelne propaguje širokú škálu programovej a produktovej ponuky členov ako aj nečlenov BTB v destinácii, s cieľom zachytiť čo najširší diapazón potenciálnych návštevníkov. Taktiež sa čoraz aktuálnejšou stáva spolupráca s inými webovými portálmi, ktoré promujú možnosti trávenia voľného času pre návštevníkov Bratislavy. Obsah komunikácie BTB sa preto stáva omnoho relevantnejším a komplexnejším.

V priebehu roka sa organizácia BTB aktívne venovala aj rozvoju vlastného produktu, ktorým je Bratislava CARD – City & Region ako najkomplexnejšieho a najucelenejšieho produktu v destinácii.

### **Ciele BTB, ktoré dosiahnutých realizáciou aktivít v oblasti tvorby a podpory udržateľných produktov cestovného ruchu:**

- Vytvorenie komplexnej ponuky tematických produktov v súlade s komunikačnými líniami destinácie stanovenými v Marketingovej a komunikačnej stratégii;
- Podpora a spoluorganizovanie podujatí v meste s cieľom zabezpečiť celoročný bohatý program pre návštevníkov mesta, podnietiť potenciálnych návštevníkov k návšteve Bratislavy, predĺžiť dobu ich pobytu v destinácii;
- Budovanie udržateľných produktov cestovného ruchu;

- Spájanie a sieťovanie subjektov cestovného ruchu za účelom vytvorenia synergického efektu v CR a vytvorenia konkurencieschopných komplexných produktov cestovného ruchu;
- Podporovanie kultúrneho bohatstva destinácie, snaha o udržanie a zveľadenie kultúrneho dedičstva (hmotných i nehmotných pamiatok);
- Podpora kľúčových tém a komunikačných posolstiev cieľového miesta formou ich pretavenia do reálnej produktovej ponuky destinácie (v spolupráci s členmi, partnermi a ďalšími stakeholdermi);
- Zlepšenie kooperácie v cestovnom ruchu, upevnenie vzťahov medzi aktérmi v CR;
- Zvýšenie povedomia o destinácii, zlepšenie vnímania značky Bratislava.

## Najvýznamnejšie podujatia mesta ako udržateľné produkty mesta

Najvýznamnejšie podujatia mesta v roku 2022 predstavovali podujatia, ktoré sú udržateľnými produktmi cestovného ruchu. BTB podporila kultúrne aktivity realizované v spolupráci s Hl. mestom SR Bratislava, mestskými organizáciami a inštitúciami, ktoré sú svojím charakterom a činnosťou zamerané na podporu kultúrno-spoločenského diania mesta a regiónu. BTB podporila najmä podujatia na verejných priestranstvách mesta a mestských častí s doplnením o vhodné programy v interiéroch kultúrnych inštitúcií.

### PODPORA PODUJATÍ MESTSKÝCH ORGANIZÁCIÍ

- **Bratislavské mestské dni (22. – 24. 4. 2022)** – spolupráca s Bratislavským kultúrnym a informačným strediskom (BKIS) a Hlavným mestom Slovenskej republiky Bratislava.

Hlavné mesto SR Bratislava si pripomína pridelenie mestských práv symbolickým podujatím „Otvorenie mestských brán“, ktoré bolo spoluorganizované BTB s cieľom zviditeľniť korunovačnú históriu mesta rôznymi atraktívnymi formami pre obyvateľov a návštevníkov hlavného mesta s témou „Korunovačná Bratislava“ a otvorením turistickej sezóny.

BTB prispela do programu BMD bezplatnými prehliadkami mesta a bezplatnými výletmi loďou na Dunaji v spolupráci so spoločnosťou LOD. Plavby po Dunaji boli realizované ako štyri bezplatné výletné plavby medzi bratislavskými mostami. Uskutočnili sa počas soboty, po otvorení mestských brán, v hodinových intervaloch o 10.00, 12.00, 14.00 a 16.00 hod.



- **Bratislavské kultúrne leto (jún – september 2022)** – spolupráca s Bratislavským kultúrnym a informačným strediskom (BKIS).

Ide o najväčší a najznámejší letný festival v hlavnom meste so sériou multižánrových programov. Je atraktívnym produktom turistickej ponuky pre obyvateľov a návštevníkov Bratislavy. Spolupráca BTB s organizátorom Kultúrneho leta, Bratislavským kultúrnym a informačným strediskom spočívala v podpore cyklu hudobných a divadelných predstavení.

**Tabuľka 21:** Zoznam podporených akcií počas Bratislavského kultúrneho leta

Dátum	Podujatie / Atribút
15.7.2022	Hudobný piatok / Pressburger Klezmer Band (koncert)
17.7.2022	Divadlo TUŠ (divadelné predstavenie pre deti)
22.7.2022	Had'áci (koncert)
23.7.2022	Kultúrne leto na hradbách (divadlo, scénické čítanie, koncert, DJ set)
24.7.2022	Theatro Neline (divadelné predstavenie pre deti)
29.7.2022	Zabiť Františka (koncert)
31.7.2022	Divadlo Piki (divadelné predstavenie pre deti)
05.8.2022	Sole 1200 (koncert)
07.8.2022	Divadlo Morgonrock (divadelné predstavenie pre deti)
13.8.2022	Kultúrne leto na hradbách – Ivana Mér (koncert)
13.8.2022	Kultúrne leto na hradbách – Vrana Mariana (koncert)
13.8.2022	Scénické čítanie – SpozaVoza
13.8.2022	SpozaVoza (divadelné predstavenie pre deti)
13.8.2022	DJ Miklej (UA) (DJ set)
14.8.2022	Divadlo Komika (divadelné predstavenie pre deti)
19.8.2022	Kapre (koncert)
21.8.2022	Divadlo Radost (ČR) (divadelné predstavenie pre deti)
26.8.2022	Hudobný piatok Krstní otcovia (koncert)
28.8.2022	Divadlo – Pavel Šmíd (ČR) (divadelné predstavenie pre deti)
02.9.2022	Hudobný piatok Kráľová a problémy (koncert)
04.9.2022	Divadlo Atofri (PL) (divadelné predstavenie pre deti)
14.9.2022	Kultúrne leto na hradbách (divadlo, scénické čítanie, koncert, DJ set)
16.9.2022	Hudobný piatok Biela noc Stroon / Andrea Zimániová (koncert)
30.9.2022	Kultúrne leto na hradbách (divadlo, scénické čítanie, koncert, DJ set)

\*Vlastné spracovanie.

Kultúrne leto podľa vyhodnotení jednotlivých podujatí navštívilo vyše 10 000 návštevníkov, zatiaľ čo počet divákov podujatí financovaných z prostriedkov BTB bolo podľa štatistík odhadnutých na počet 4 500 návštevníkov.

BTB spolupracovala s organizátorom zabezpečením vystúpenia umelcov

a umeleckých zoskupení, sprievodcov zabezpečujúcich odborný historický výklad a PR



podporou jednotlivých programov na komunikačných kanáloch BTB (web, sociálne siete, newsletter) a prostredníctvom TIC BTB.

- Rímske hry – Limes Day (7. – 11. 9. 2022)** spolupráca s Múzeom mesta Bratislavy. Ide o podujatie, ktoré sa koná každý rok v mestskej časti Bratislava-Rusovce. V roku 2022 sa konal 25. ročník festivalu, ktorý upriamil pozornosť návštevníkov na rímske pamiatky na hranici pozdĺž Dunaja, Limes Romanus, ktorú tvorila reťaz rímskych táborov spojených cestami. Kastel Gerulata bol prvým táborom v obrannej línii Carnuntum – Ad Flexum, ktorý chránil ríšsku provinciu Panónia v 1. až 4. stor. n. l. Bol to tábor s najdlhšou históriou a nepretržitým osídlením počas existencie Limesu. 25. ročník Rímskych hier pripravil organizátor v nadväznosti na zápis Dunajského Limesu (západná časť) do Zoznamu svetového kultúrneho a prírodného dedičstva UNESCO. Vďaka podpore umeleckých výkonov zo strany BTB mohli návštevníci pri múzeu Antická Gerulata bezodplatne zažiť sprievod Rimánov, ktorého sa zúčastnilo viac ako sto účinkujúcich zo Slovenska, Česka, Poľska a Nemecka. História a zaujímavosťami nabitý program sa končil večernou premiérou slovenského historického hraného dokumentu Geruca, zo života Rimánov. BTB podporila podujatie aj komunikačne prostredníctvom webu a sociálnych sietí a hlavný organizátor Múzeum mesta Bratislavy distribuoval tlačovú správu aj pre slovenské médiá.

- Obnovenie stálej expozície s názvom BIATEC Keltská mincovňa GMB (september – december 2022)** spolupráca s Galériou mesta Bratislava (GMB).

Projekt sa tvoril od roku 2021 a v roku 2022 sa expozícia stala súčasťou výstavnej dramaturgie GMB na nasledujúce roky.

Expozícia bola pripravená v spolupráci s Mestským ústavom ochrany pamiatok v Bratislave, s cieľom prezentovať verejnosti miestne kultúrne dedičstvo keltskej civilizácie prostredníctvom vizuálnych príbehov. Na území Bratislavy sa našlo od 18. storočia sedem pokladov zlatých a strieborných mincí, statérov, drachiem, didrachiem, tetrdrachiem, obolov a nálezy potvrdzujúce činnosť keltskej mincovne. Bratislavskí Kelti boli výnimoční tým, že okrem rôznych obrazových motívov a symbolov, väčšinou náboženského a mytologického charakteru, nechali na minciach vyraziť aj nápisy. Tieto sú zároveň najstarším svedectvom použitia latinského písma – kapitály – na našom území.



Stála expozícia BIATEC Keltská mincovňa v suteréne Pálffyho pláca bola slávnostne otvorená 7. 9. 2022. V období do 28. 11. 2022 expozíciu navštívilo 2891 návštevníkov, z toho 390 seniorov, 506 návštevníkov z kategórie mládežnícke vstupné, 79 sprievodcov a 399 voľných vstupov. Okrem bežných návštevníkov galérie je expozícia mimoriadne zaujímavá pre návštevníkov z okruhu zberateľov, nadšencov archeológie, numizmatiky a zberateľstva.





Vznikol preto nápad vydať 0 eurovú bankovku s motívom „biatecov“, ktorej vytvorenie a tlač podporila BTB. Predaj bankovky bol zahájený 26. a 27. 11. Počas týchto dní bolo predaných prvých 1 356 kusov eurosúveníru. Pálffyho palác navštívilo kvôli bankovke 180 návštevníkov. Počas prvého

víkendu predaja eurosúveníru to boli vo veľkej miere vášniví zberatelia, vďaka ktorým sa bankovka dostane pravdepodobne aj na zahraničný trh – predaj, výmena a podobne. Spektrum návštevníkov dopĺňali rodiny s deťmi, návštevníci vianočných trhov a významné množstvo zahraničných návštevníkov, ktorí zbierajú tieto typy bankoviek z ciest.

## PODPORA TOP PODUJATÍ



vyše 1 000.

- **One Day Jazz LETO 2022 (22. 6., 29. 6.)** – podujatie sa v súčasnosti radí medzi popredné medzinárodné festivaly, ktoré majú osobitosť a tradíciu. Ponúka nové dramaturgické formáty, ktoré vznikajú špeciálne pre festival. BTB podporila vystúpenie päťdesiatich filharmonikov a etablovaného hudobníka na Bratislavskom hrade. Počet domácich a zahraničných návštevníkov bol spolu

- **Letné shakespearovské slávnosti (júl – august 2022)** – podujatie bolo významnou súčasťou kultúrneho leta v Bratislave a uskutočnilo sa vo verejnom open air priestore nádvorja Bratislavského hradu. Buduje prestíž hlavného mesta Slovenskej republiky a atraktivitu destinácie aj pre turistov z ďalších kútov Slovenska a zahraničia. 22. ročník sa uskutočnil po dvoch pandemických rokoch v plnej sile ako jediný divadelný festival tohto typu na Slovensku. Premiérovým titulom bola dlho pripravovaná premiéra tragédie *Hamlet*, ktorá mala dvanásť predstavení. Festival pokračoval minuloročnou premiérou inscenácie *Dvaja páni z Verony* (sedem predstavení) a zopakoval úspešnú inscenáciu *Komédia omylov* v réžii



Romana Poláka (štyri predstavenia). Hostujúcimi predstaveniami v druhej polovici festivalu bola minuloročná premiéra z Prahy – magická komédia *Bouře* (dve predstavenia) a rozprávkový príbeh *Zimní pohádka* (štyri predstavenia).

Letné shakespearovské slávnosti oživila Bratislavu nielen večernými predstaveniami najväčšieho divadelného autora všetkých čias, ale priniesli aj edukatívny projekt Shakespeare s deťmi. Projekt uviedol rozprávky aj v sade Janka Kráľa – scéna Othello a do dekorácií inscenácií na Bratislavskom hrade. Predstavenia boli pre rodičov a deti bez vstupného. Predstavenia na Bratislavskom hrade boli ponúknuté aj detským centrom a detským domovom spolu s prehliadkou Bratislavského hradu.

BTB podporila predstavenia:

- Hamlet – 12 predstavení: 5. 7. – 16. 7. 2022 – 6 696 divákov;
- Dvaja páni z Verony – 7 predstavení: 16. 7. – 24. 7. 2022 – 4 195 divákov;
- Komédia omylov – 4 predstavenia: 26. 7. – 29. 7. 2022 – 2 412 divákov;
- Bouře - 2 predstavenia: 31. 7. – 1. 8. 2022 – 1 206 divákov;
- Zimní pohádka – 4 predstavenia: 3. – 6. 8. 2022 – 2 416 divákov.

Celkom bolo odohraných 29 predstavení, žiadne z plánovaných predstavení nebolo zrušené, celková návštevnosť festivalu 16 925 divákov.

- **Rytieri na Devíne (6. 8. a 3. 9. 2022)** – BTB a Tostabur v spolupráci s Múzeom mesta Bratislavy zorganizovali v priestoroch areálu hradu Devín podujatie *Rytieri na Devíne* striedavo zamerané na dve obdobia – stredovek a renesancia. Prvé podujatie prinieslo



reálny príbeh zajatia kráľa Richarda Levie srdce, čo ovplyvnilo aj výstavbu neďalekého Hainburgu a druhé zas ukážku dvorských spôsobov či dobových vojenských zvykov. Účelom podujatí bolo umelecky, verne a divácky prítiahľivo, predstaviť históriu prostredníctvom šermiarskeho umenia, rytierskeho turnaja, historických tancov, rozprávok

a poézie, remesiel, dobových scén, rekvizít a prezentácií.

Podujatie malo celodenný charakter a umožňovalo vstup návštevníkom do hradu od 10.00, so záverečnými vstupmi v súlade s otváracími hodinami hradu Devín, t. j. do 19.00 v auguste a do 18.00 v septembri. Obidva termíny podujatí boli úspešné. Návštevníci boli spokojní a najmä pri odchode nešetrili chválou. Mnohé rodiny sa na podujatí zdržali počas takmer počas celého dňa. V oboch termínoch bolo dovedna vyše 2 600 jednotlivcov a vyše 500 rodín, podujatie spolu navštívilo vyše 3 150 osôb zo Slovenska a vyše 900 zo zahraničia.

- **World Music Festival Bratislava (18. – 21. 8. 2022)** sa konal 7. ročník medzinárodného



hudobného festivalu za účasti trinástich zahraničných delegátov. Počas štyroch dní sa uskutočnili koncerty na štyroch miestach v historickom centre mesta Bratislavy. Bohatý program ponúkol divákovi koncerty siedmich zahraničných skupín, siedmich slovenských zoskupení, konferenciu s panelovou diskusiou, dvomi prezentáciami, ktoré viedli zahraniční odborníci Eric van Monckhoven / Music for You (IT) a Duncan Ballantyne / Ballantyne Communications (UK). Témou bola podpora začínajúcich hudobníkov v oblasti PR, budovania značky a medializácie.

Festival spolupracuje s vyše desiatimi európskymi a svetovými festivalmi. Jednou z úloh podujatia bolo posilniť význam Bratislavy ako kultúrnej metropoly, prostredníctvom ponuky kvalitných podujatí podporiť slovenskú scénu a sprístupniť ju aj medzinárodnému

publiku. BTB podporila zabezpečenie ubytovania pre účastníkov konferencie a festivalu, ktorí propagovali podujatia a destinácie v zahraničí, prostredníctvom mediálnych výstupov. Podujatia sa zúčastnilo približne 450 osôb.

- **L'Etape Slovakia by Tour de France (20. – 21. 8. 2022)** sú cyklistické preteky pre širokú verejnosť, ktoré priniesli na Slovensko atmosféru najväčšieho, každoročne sa opakujúceho športového podujatia na svete, legendárnych cyklistických pretekov Tour de France. V roku 2022 sa Bratislava po druhý raz stala centrom cyklistického diania, kde sa na tratiach Race (117 km), Ride (65 km) a Family Ride (20 km) stretli cyklisti zo Slovenska a okolitých krajín a užili si atmosféru a organizáciu pretekov tak, ako sú na ňu zvyknutí profesionáli z Tour de France.

BTB na podujatí podporila profesionálne moderátorské výkony. Na pretekoch organizovaných podľa vzoru etapy na slávnej Tour de France sa zúčastnilo spolu 825 výkonnostných i rekreačných cyklistov, pričom až 25% tvorili cudzinci – prevažne z Českej republiky, Rakúska a Maďarska (celkovo z jedenástich krajín). Podujatie popri cyklistickej trati sledovali tisícky návštevníkov, priemerná denná návštevnosť L'Etape Village na Štrkovci, kde bolo vytvorené zázemie podujatia, bola v dňoch 19. 8. – 21. 8. viac ako 2500 návštevníkov denne.

- **V lete na hrade (20. – 27. 8. 2022)** – podujatie sa konalo pod holým nebom na Bratislavskom hrade, zahŕňalo predstavenia muzikálu Mária Terézia #posledná milosť, predstavenia muzikálu Boyband a galakoncerty Jozef Bednárík a jeho muzikálový svet. Muzikál Mária Terézia #posledná milosť a galakonzert Jozefa Bednáríka boli v sprievode živého orchestra.



Záujem o druhý ročník festivalu bol vysoký a oproti minulému roku prilákal vyšší počet návštevníkov približne 3 000. Podujatie oslovilo aj bežných turistov, nakoľko počas príprav, skúšok a generálok boli priestory hradu sprístupnené verejnosti, teda všetkým návštevníkom.



Zámerom tejto aktivity

bolo prostredníctvom formátov ako sú muzikály či koncerty, prilákať do Bratislavy návštevníkov, ktorí bežne Bratislavu ako turisti nenavštevujú a predstaviť im Bratislavský hrad nielen ako historickú dominantu hlavného mesta, ale aj ako miesto stvorené na zážitky a kultúru. Tento cieľ bol naplnený, keďže všetky podujatia mali maximálnu návštevnosť. Zo strany BTB bola podporená divadelná hra *Mária Terézia #posledná milosť*.

- Bratislavský festival **Uprising Festival (26. – 27. 8. 2022)** – spoločnosť Kulturise s. r. o., je hlavným organizátorom bratislavského festivalu Uprising, ktorý je zaradený medzi najvýznamnejšie hudobné festivaly v krajine. Festival Uprising každoročne priláka

okrem tisícok Slovákov aj zástupy hudobných fanúšikov zo všetkých okolitých krajín. V roku 2022 sa v Bratislave organizoval už jeho 15. ročník, ktorý do Bratislavy priniesol množstvo hudobných veľikánov, ktorým iné festivaly na Slovensku len zriedka dávajú priestor.



Medzi

najvýznamnejšie mená, ktoré na festivale vystúpili určite patria: Lauryn Hill, Sean Paul, Shaggy, UB40, Gentleman, Chase & Status, Nneka, Sugarhill Gang, Jimmy Cliff, Dub Incorporation, Alborosie, The Wailers, Inner Circle, Julian / Kymani Marley.

Podujatie je celou svojou štruktúrou, rôznorodou skladbou návštevníkov, priateľskou atmosférou a profesionálnou organizáciou v Európe unikátnym podujatím. Okrem hlavného pódia, prezentujúceho predovšetkým slovenské a svetové reggae hviezdy, boli na festivale aj ďalšie hudobné pódia, kde zazneli world music vo všetkých svojich podobách. Nosnou myšlienkou festivalu Uprising bolo sprostredkovať priamy kontakt s menšinovými hudobnými žánrami a subkultúrami, posilniť rasovú, kultúrnu a spoločenskú znášanlivosť, búrať zažité predsudky a stereotypy. Ambíciou bolo vytvoriť



priestor, kde sa ľudia cítia príjemne bez ohľadu na vek, pohlavie či farbu pleti. V širšom kontexte bolo cieľom festivalu zlepšiť a pozdvihnúť imidž Slovenska doma i v zahraničí a súčasne zviditeľniť potenciál Bratislavy a Slovenska ako atraktívnej turistickej destinácie.

Na festival Uprising 2022 prišlo približne 7 500 domácich a zahraničných návštevníkov, ktorí mali svoje bydlisko mimo Bratislavy. Vďaka festivalu Uprising tak Bratislavu navštívilo množstvo obyvateľov iných miest a krajín, čo podporilo cestovný ruch hlavného mesta. BTB podporila dve hudobné vystúpenia populárnych miestnych interpretov. Denná návštevnosť festivalu bola 12 700 ľudí.

- **50. výročie mosta SNP (27. 8. 2022)**

V rámci osláv ku 50. výročiu od uvedenia Mosta SNP do prevádzky sa BTB spolu s hlavným mestom, mestskými časťami Petržalka a Staré Mesto, Bratislavským samosprávnym krajom, organizáciou Kultúrne zariadenia Petržalky a BKIS podieľala na podpore tohto výročného podujatia osvetlením mosta a podporou kultúrneho programu.

Program pozostával z diskusií, komentovaných vychádzok, premietania dobových žurnálov, výstavy aj špeciálneho programu pre rodiny s deťmi a mládež. Zároveň bola vydaná príležitostná poštová pečiatka a limitovaná edícia bankoviek zobrazujúca Most SNP. Diskusia sa odohrala v priestoroch amfiteátra – Kultúrnej scény Sadu Janka Kráľa o význame Mosta SNP za účasti prvej námestníčky primátora Tatiany Kratochvílovej, experta hlavného mesta Františka Brliťa, odborníka na mostné konštrukcie z STU – Rudolfa Árocha a odborníka z Krajského pamiatkového úradu Bratislava – Miroslava Hrdinu.



- **Symfónia umenia (1. – 11. 9. 2022)** – je unikátny open-air multižánrový festival v



Ružinove. Tento festival rozmanitých žánrov, veľkých hudobných telies a produkcií, sa týmto ročníkom stal medzinárodným keďže ponúkol okrem veľkých produkcií aj umenie z krajín Vyšehradskej štvorky. Počas festivalu vystúpilo viac ako 650 umelcov. Medzi inými Štefan Kocán, Aga Zaryan, Robi

Botos, Cigánski diabli, Symfonický orchester Slovenského rozhlasu, orchester Slovenskej filharmónie, Maďarský národný zbor, Rozhlasový Big Band Gustava Broma, svetová hviezda José Cura. BTB podporila dve hudobné vystúpenia etablovaných hudobníkov. Spolu sa všetkých podujatí zúčastnilo 10 554 poslucháčov hudby.

- **Bratislavské Jazzové Dni (4. 9. 2022, 21. – 23. 10. 2022)** je medzinárodným jazzovým festivalom, ktorý si už od svojho vzniku vytýčil za cieľ propagovať kvalitnú hudbu z domova a zo zahraničia, najlepšie formou koncertov rozdelených do troch dní.

Posledných dvanásť rokov dáva špeciálny priestor mladým súborom a sólistom, ktorí si môžu formou súťaže zabezpečiť otváranie festivalu na hlavnom pódiu v nasledujúcom ročníku. Víťazi tejto súťaže sa etablovali nielen na slovenskej ale aj medzinárodnej scéne.

Hlavným prínosom projektu bolo zachovanie dlhoročnej tradície tohto kultúrneho podujatia a prezentácia festivalu na špičkovej úrovni, s kvalitnými umelcami a produkciou. Posledné roky festival návštevníkom ponúka aj sprievodné koncerty v podobe otváracích a uzatváracích koncertov.

BTB podporila vystúpenia a umelecké výkony Mareka Szarvaša, zoskupenia Bashavel a vystúpenie AMC Trio plus.



Festival Bratislavské Jazzové Dni je každoročne jednou z najdôležitejších kultúrnych udalostí destinácie. Už z názvu je jasné silné prepojenie medzi podujatím a hlavným mestom. V roku 2022 sa festival mohol vrátiť do rozmerov pred pandémie a prilákal množstvo zahraničných divákov nielen z okolitých krajín ako Maďarsko, Rakúsko, Česko a Poľsko, ale svoje zastúpenie mali aj krajiny ako Francúzsko, Izrael a Švajčiarsko.

BTB podporila v rámci festivalu tri hudobné projekty. Na všetkých koncertných večeroch sa zúčastnilo dovedna 4 900 návštevníkov.

- **Spomienka na Deža (5. – 10. 9. 2022)**

– podujatie bolo venované Dežovi Ursínymu, slovenskému hudobníkovi, dramaturgovi, umelcovi a Dúbravčanovi v parku na Fedákovej ulici v bratislavskej Dúbravke, na mieste bydliska umelca. Podujatie bolo organizované občiansky, dobrovoľnícky, prístupné pre všetkých zadarmo.

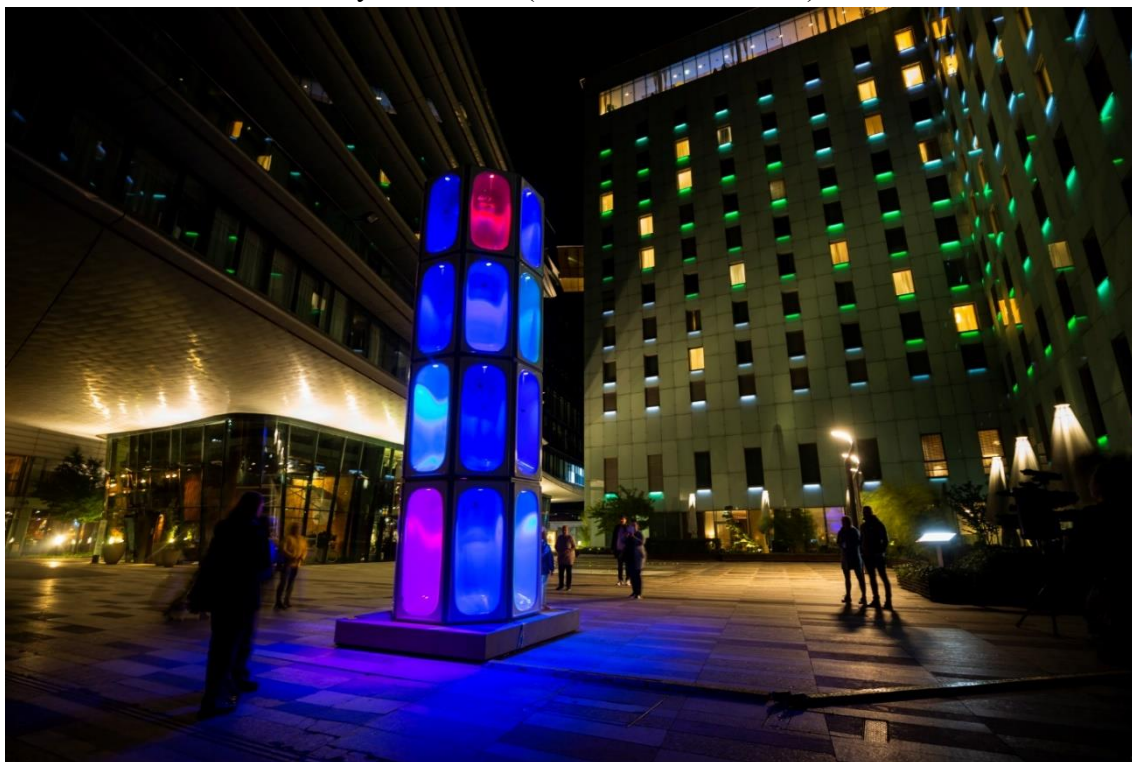


Prepájalo hudbu, literatúru, komunity, obyvateľov. Sprevádzali ho výtvarné aktivity a jeho súčasťou bola aj detská časť podujatia a komunitný projekt s klientmi Centra sociálnych služieb Karola Matulaya. BTB podporila vystúpenie troch hudobných zoskupení. Návštevnosť bola približne 1 200 ľudí.

- **Biela noc (16. – 18. 9. 2022)**, je medzinárodný festival súčasného umenia, ktorý zhmotňuje túžby po (zнову) objavovaní verejného priestoru mesta ako aj známych či menej známych interiérov, nádvorí, mostov, parkov, ktoré prostredníctvom umenia



nadobúdajú nový rozmer. Biela noc mení mesto na interaktívny vizuálny priestor a ponúka jeho obyvateľom a návštevníkom unikátne spojenie umenia, architektúry a zážitku. Cieľom je popularizácia súčasného umenia, redefinícia verejného priestoru mesta, medziodborový dialóg medzi umelcami a kreatívcami, interdisciplinárna spolupráca, podpora vzniku nových diel a sensibilizácia širokej verejnosti k umeniu. Dôležitou súčasťou je rozvoj dobrovoľníctva cez pozíciu kultúrneho mediátora. Už siedmy rok Biela noc aktívne spolupracuje s významnými lokálnymi odbornými inštitúciami (KHB, SNG, SND, GMB, MMB, DPOH, NCD), súkromnými galériami, tretím sektorom či umeleckými školami (VŠVU, VŠMU, STU).



Program tvorí široké spektrum umeleckých žánrov, vizuálnych prejavov subkultúr ako aj inovatívnych foriem intervencií vo verejnom priestore. Súčasne stimuluje spoluprácu medzi kultúrnymi operátormi, mestskými a štátnymi inštitúciami, tretím sektorom, súkromnými galériami, školami či nezávislými centrami, ktoré spolu vytvárajú mestské, umelecko-kultúrne rozhranie.

V publiku boli bohato zastúpené všetky vekové kategórie, od detí po najstarších divákov. Vzhľadom na trojdňový formát festivalu a mnohé lokality vo verejnom priestore a na základe viacerých ukazovateľov odhadujeme účasť počas roka 2022 na približne 100 000 návštevníkov.

- **Bratislava v pohybe (4. – 22. 10. 2022)** je festival súčasného tanca, ktorý sa v Bratislave konal už po 26. krát. Okrem predstavení popredných svetových osobností a súborov súčasného tanca festival ponúkol aj diela mladých začínajúcich tvorcov z Európy a zo Slovenska. Festival priniesol aj bohatý sprievodný program aktivizujúci komunitu. BTB podporila umelecké výstupy podujatia v Slovenskom národnom divadle. Návštevnosť v roku 2022 predstavovala takmer 93%, zatiaľ čo v roku 2021 to bolo 84%. Hlavný program festivalu navštívilo dovedna 1 603 divákov a ďalších takmer 1 200 navštívilo podujatia sprievodného programu.

## Rozvoj potenciálu Dunaja a nábregia pre cestovný ruch

Tematická línia „Rozvoj potenciálu Dunaja a nábregia pre cestovný ruch“ je zameraná na rieku Dunaj a rozvoj jej potenciálu, tiež okolitého nábregia pre cestovný ruch. Toto sú hlavné atribúty pre podporu produktov využívajúcich rieku spojených s celým tokom po vzore iných miest Európy. Rieka Dunaj má v súčasnosti výrazne nevyužitý a poddimenzovaný potenciál pre cestovný ruch v Bratislave a celkovú nadväznosť produktov CR.

- **Hybridná konferencia (24. 3. 2022) – „Na jednej lodi“, ktorej súčasťou je exteriérová výstava s témou rozvoja potenciálu Dunaja a jeho nábregia pre cestovný ruch.**

BTB oslovila o. z. Punkt vo veci spolupráce pri prieskume a komunikácii témy rozvoja potenciálu Dunaja a nábregia pre cestovný ruch a miestnych užívateľov, ako aj pri sieťovaní aktérov (stakeholderov) aktívnych v tejto téme.

O. z. Punkt k tejto téme vykonalo výskum a dodalo zoznam stakeholderov a decision makerov na Dunaji a území mesta Bratislava. Vytipovalo subjekty na oslovenie a následne skúmalo informácie o projektoch pripravovaných na Dunaji v minulosti a súčasnosti. Na základe zistených informácií vytvorili úvod do témy a online obsah, ktorý je zverejnený na platforme CTZN, <https://ctzn.punkt.sk/> v podobe úvodu do témy, piatich článkov v podobe prípadovej štúdie a reportážneho článku. Súčasťou je aj video z diskusie konferencie a sumárny článok so závermi z konferencie *Na jednej Lodi*.



Konferencia *Na jednej Lodi* sa uskutočnila na lodi Harmónia 24. 3. 2022, počas plavby z centra mesta Bratislavy do Čunova a naspäť. Zúčastnili sa na nej sieťoví aktéri a zástupcovia subjektov riadenia spojení s riekou Dunaj, ako napríklad zástupcovia hl. mesta Bratislava a mestských častí, zástupcovia z Ministerstva dopravy SR, Ministerstva životného prostredia SR, Bratislavskej vodárenskej spoločnosti, Verejných prístavov, spoločnosti LOD, ako aj zástupcovia podnikateľov a developerov. Konferenciu otvoril zahraničný hosť z Rakúska, geograf a zároveň odborník na plánovanie dopravy, regionálne plánovanie, rozvoj a koordináciu nadnárodných projektov Andreas Friedwagner.

Nasledovali workshopy – 3 okrúhle stoly, v ktorých sa diskutovalo na tri rôzne témy:

1. Dunaj ako destinácia: Ako by mohla vyzerat' regionálna sieť na Dunaji, kedy návštevníci najčastejšie navštevujú Bratislavu a ako dlho chcú v destinácii



zotrvať, kam všade by návštevník mohol ísť, Dunaj a jeho atrakcie, potenciál nových atrakcií a pod.

2. Udržateľný turizmus – ako málo stačí: Cieľové skupiny návštevníkov a atrakcie Dunaja cez rôznu optiku preferencií návštevníkov, rozvíjanie myšlienky čo funguje pre miestnych, bude účinné aj pre zahraničných.
3. Stratégia mesta a rieky: Ako aplikovať princípy udržateľného rozvoja a turizmu, ukážky pozitívnych príkladov z iných regiónov a miest zaujímavých sa o aktuálnu situáciu na Dunaji.

Nasledovala diskusia, ktorú moderovala urbanistka Milota Sidorová. Na záver sa uskutočnili dialógy na tému *Mesto a rieka*, ktorú viedol spisovateľ Michal Hvorecký so zahraničným hosťom Andreasom Friedwagnerom.

Súčasťou projektu *Potenciál Dunaja* bola aj realizácia výstavy **Rieka v meste** na Rybnom námestí, ktorej cieľom bolo priblížiť informácie o existujúcich a plánovaných projektoch na nábreží Dunaja, na území Bratislavy, ako aj prezentácia zahraničných prípadových štúdií.



Výstava obsahovala dovedna štrnásť projektov, z ktorých šesť bolo v danom časovom období, v štádiu ideového návrhu a na dvoch sa aktívne pracovalo. Výstava bola rozdelená do troch tematických častí. Prvá z nich predstavovala projekty, ktoré navrhli súkromné spoločnosti a developeri. Druhá zobrazovala projekty mesta a verejných inštitúcií a tretia bola zameraná na pozitívne príklady využitia rozvoja potenciálu riek v zahraničných metropolách. Projekty prezentovali napríklad Nové Lido, Eurovea city, Vydricu, rekonštrukciu amfiteátra na Devíne, vodácky areál v Jarovciach, Ekocentrum v Čunove, Bratislavský dunajský park či lávky na Chorvátskom ramene. Šesť reálnych príkladov zo zahraničia priblížilo okoloidúcim breh rieky Isar v Mníchove, Donau-Auen – rakúsky národný park, Antverpy – vodný autobus, Hamburg-Hafen City, pražské náplavky či nábrežia v Paríži a Berlíne. Všetky projekty boli dostupné v slovenskom a anglickom jazyku.

Bratislava Tourist Board otvorila a do budúcnosti plánuje systematicky iniciovať pravidelnú diskusiu o budúcej podobe rieky, súvisiacej infraštruktúre, doprave, turizme a jej využití pre obyvateľov a návštevníkov.

- **Donau Tourismus konferencia Regensburg (4. – 6. 4. 2022)**



Nemecké mesto ležiace na Dunaji bolo miestom najväčšej konferencii o živote na Dunaji obnovenej po pandémie, technických zmenách na rieke, nových projektoch rozvoja, úspešných projektoch cestovného ruchu a lodného priemyslu. Témy konferencie boli spojené s prezentáciami miest na Dunaji, využitím Dunaja pre CR, ukázkami najlepšej praxe – fungujúcimi projektmi na rieke po pandémie a obnovením plavby kabínových lodí, hodnotením prínosov cestovného ruchu a kabínových lodí pre mestá, novými trendmi a projektmi na rieke, hodnotením stavebných diel Rýn – Mohan – Dunaj, progresívnymi

požiadavkami na služby a servis v prístavoch z pohľadu zelenej ekonomiky.

Výsledkom konferencie bola sieť kontaktov, komunikácia s partnermi zaoberajúcimi sa riešením témy Dunaj a ich aplikovanie na projekty BTB spojené s Dunajom, networking a žiadosti o spoluprácu a dodanie štúdie k benefítom kabínových lodí pre cestovný ruch a mestá na rieke od nemeckých autorov.

- **Dunajské inšpirácie v cestovnom ruchu** – konferencia 10. 11. 2022 loď Harmónia.

BTB v spolupráci s o. z. Fijet Slovakia nadviazala na marcovú konferenciu *Na jednej lodi* s cieľom napomôcť rozvoj udržateľného cestovného ruchu na Dunaji a v jeho okolí v Bratislave. Konferencie na lodi Harmónia kotviacej na Dunaji sa zúčastnilo približne päťdesiat stakeholderov a novinárov.

V prvej časti „Dunaj očami novinárov“ vystúpili zahraniční novinári. Títo prezentovali svoje ponímanie Dunaja v destinácii, kde pôsobia, resp. skúsenosti s riečnym cestovným ruchom.

V druhej časti podujatia stakeholderi z ministerstva dopravy, samosprávy a súkromného sektora vystupovali v pozícii panelových diskutujúcich a rozprávali o príležitostiach a prekážkach turizmu na Dunaji. Všetci diskutujúci sa zhodli v názore, že pre tvorbu ponuky atraktívneho produktu cestovného ruchu na Dunaji je potrebné dosiahnuť pokrok v spolupráci všetkých zainteresovaných inštitúcií od vlády, ministerstiev, cez kraje, mestá obce v prepojení na podnikateľské subjekty.

V tretej časti priniesli tri workshopové skupiny výstupy na témy cestovného ruchu na Dunaji v médiách, Networking stakeholderov pre vytvorenie produktu cestovného ruchu „Dunaj v Bratislave“ a Dobrá prax cestovného ruchu na rieke vhodné pre Bratislavu.

Závery z workshopov boli nasledovné:

**Workshop č. 1: Prioritné témy cestovného ruchu na Dunaji v médiách**

Medializácia musí pôsobiť v dvoch rovinách:

a) v rovine informácií a propagovania destinácie Dunaj v Bratislave formou kvalitných koncepčných kampaní,

b) v rovine publicistiky, s dôrazom na strategické dokumenty a manažment rozvoja cestovného ruchu v oblasti Dunaja vo všetkých desiatich krajinách, ktorými Dunaj preteká. Možnosť iniciovať spoločnú komunikáciu Dunaja všetkých krajín je reálna vďaka konkrétnemu projektu, ktorý by mohla iniciovať Bratislava (Slovakia Travel, BTB, MIB).

### **Workshop č. 2: Networking stakeholderov pre vytvorenie produktu cestovného ruchu „Dunaj v Bratislave“**

Podmienky pre tvorbu produktu sú. Absentuje prepojenie, sieťovanie, spolupráca v potrebnom rozsahu a na dostatočnej úrovni. Komunikácia produktu na úrovni BTB má rezervy v možnostiach on-line. Bratislava a Dunaj v Bratislave si vyžaduje pozornosť aj zo strany celoštátneho marketingu. Z aspektu verejnej vodnej dopravy ako súčasti integrovaného systému treba opätovne zaujať stanovisko ku zavedeniu vodnej prepravy v špičkových obdobiach dňa na trase od Devína cez Bratislavu až po Kyselicu s počtom deväť zastávok, ktorý navrhuje networkingové združenie obcí a miest pri Dunaji Pro Danubia.



### **Workshop č. 3: Dobrá prax cestovného ruchu na rieke vhodná pre Bratislavu**

Tri príklady dobrej praxe pre potreby Bratislavy možno podprieť na základe dobrých skúseností v minulosti v Bratislave alebo súčasných skúseností v zahraničí.



- a) Obnovenie prepravy na lodi Propeler.
- b) Príležitostné plavby na Dunaji s dôrazom na korporátnu klientelu.
- c) Podujatia.

Prepojenie kultúrnych podujatí priamo s Dunajom, na lodi, na mostoch a pod. Úspešnosť je už overená aj v podmienkach Bratislavy.

V nadväznosti na konferenciu sa uskutočnil incentívny program pre zúčastnených novinárov zo zahraničia, v rámci ktorého im bolo zo strany BTB poskytnuté ubytovanie a prezentácia destinácie s dôrazom na subjekty a atrakcie užšie späté s Dunajom.



## Historická a korunovačná Bratislava

Tematická línia „**Historická a korunovačná Bratislava**“ zahŕňala v roku 2022 podujatia s korunovačnou tematikou a historické podujatia a aktivity na podporu domáceho cestovného ruchu.

**Podujatia s korunovačnou tematikou – Bratislavské korunovačné dni 2022** (29. – 31. 7. 2022) – podujatie s dlhoročnou tradíciou, ktorého organizáciu prevzalo v roku 2020 BTB ako hlavný organizátor. BKD 2022 sa zúčastnili krajiny V4 a podujatie sa konalo pod záštitou Magistrátu hlavného mesta SR Bratislava, v spolupráci s mestskými inštitúciami Bratislavské kultúrne a informačné stredisko, Múzeum mesta Bratislavy a ďalšími mestskými organizáciami.

Program BKD 2022 bol rozložený do troch dní a predstavoval:

**Hlavný historický sprievod** mestom s približne 250 účinkujúcimi zo štrnástich historických umeleckých skupín zo všetkých krajín V4 – Slovenska, Česka, Maďarska a Poľska. Trasa sprievodu viedla z Bratislavského hradu cez jadro Starého Mesta až na Hlavné námestie. Jednotlivé sekcie sprievodu prezentovali obdobia korunovaných uhorských kráľov Maximiliána, Rudolfa II., Mateja II., Ferdinanda II. a Ferdinanda IV., ktorého korunovácii boli venované BKD 2022.

**Program na Hlavnom námestí** pozostával z: odovzdania zlatej zberateľskej mince s podobizňou kráľa Rudolfa II. a následne pokračoval krátkym sokoliarskym vystúpením a divadelno-šermiarskym vystúpením. V závere zaznela slávnostná salva z replík dobových zbraní na počesť kráľa. Zároveň bol pripravený program pre zástupcov mesta Bratislava, predstaviteľov NBS a VIP hostí v Národnom salóne vín.

**Program na petržalskom brehu Dunaja na Tyršovom nábreží** bol vyvrcholením podujatia, kde sa konal rytiersky turnaj z obdobia stredoveku. Súčasťou predstavenia bolo sokoliarske vystúpenia, kde sokoliar na koni s asistenciou sokoliarov na zemi predstavilo lov lietajúcich dravcov a ďalšie prezentácie.



**Pešie prehliadky s korunovačnou tematikou**, ktoré boli zorganizované v slovenskom, anglickom, ukrajinskom, nemeckom a maďarskom jazyku na témy: Stopy korunovačných sprievodov kráľov a kráľovien, Najvýznamnejšie miesta spojené s korunovaním Márie Terézie, Prečo sa Bratislava stala korunovačným mestom uhorských kráľov a kráľovien a Ako prebiehala samotná korunovácia. Celkovo sa ich zúčastnilo 188 osôb.




- **Plavba rímskej veslice Danuvina Alacris na Dunaji (5. – 8. 8. 2022)** spolupráca s **Mestským ústavom ochrany pamiatok**


Podujatie Plavba rímskej veslice Danuvina Alacris na Dunaji bolo príspevkom Bratislavy k zvýšeniu povedomia verejnosti o rímskom kultúrnom dedičstve na našom území. Antická Gerulata v Bratislave v Rusovciach bola v roku 2021 zapísaná do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO ako prvá bratislavská pamiatka v rámci Hraníc Rímskej ríše – Limes Romanus na Dunaji. Po Dunaji sa preto plavila replika rímskej riečnej veslice typu Lusoria zo 4. storočia. Po dvoch rokoch stavby sa aj vďaka podpore BTB verná kópia antickej lode v polovici júla 2022 vydala na premiérovú plavbu po Dunaji. Na začiatku augusta ju návštevníci videli aj v Bratislave.

BTB podporila realizáciu projektu formou ubytovania účastníkov (devätnásť veslárov z rôznych európskych krajín: Veľkej Británie, Talianska, Nemecka, Švajčiarska, Rakúska, Maďarska, Česka a Slovenska), zabezpečila taktiež kultúrny program, tlač, videofilm, dopravu, prekládku lode v Gabčíkove a sprievodcovské služby. Najviac návštevníkov bolo zaznamenaných v Karloveskej zátokke pri plávajúcej lodenici FTVŠ UK Liptov 6. 8. 2022. Vstup na lodenicu bol kontrolovaný, aby nedošlo k jej preťaženiu a počet návštevníkov, ktorí tam zavítali bol približne 1 300. V piatok 5. 8. 2022 bolo na Devíne približne 500 návštevníkov. V nedeľu bolo v Rusovciach 100 návštevníkov.

## Rozvoj online foriem produktov a atraktivít cestovného ruchu v oblasti genius loci (online virtuálne hry a digitálne kvízy)

Na základe vypracovanej Marketingovej koncepcie pre deti a mládež pripravila BTB súbor kvízov v digitálnej podobe, ktoré prezentujú ponuku hlavného mesta Bratislava pre mládež 15 – 19 rokov. Súčasťou kvízov je kreatívna digitálna hra, ktorá destináciu prezentuje zábavnou formou.



**Rystroňovci** Šifrovacie hry Kvízy Súťaže Blog SVK  Neprihlásený 0 bodov

# Zahraj sa mesto inak ...

Spoznaj Bratislavu netradičným a zábavným spôsobom bez knížiek alebo letákov.  
Vyskúšaj jednu z hier a zabav sa s kamošmi, rodinou alebo spolužiakmi.  
Všetky hry sú úúúplne zadarmo!

Sprevádzať hrami či budeme my...

Jak Paek a Smarta

Zámerom tohto tvorivého riešenia a digitálnych výstupov o destinácii bolo osloviť novú generáciu, vzbudiť jej záujem o destináciu, zvýšiť atraktivitu a návštevnosť hlavného mesta Bratislava a vybudovať pozitívny vzťah detí a mládeže o Bratislavu.

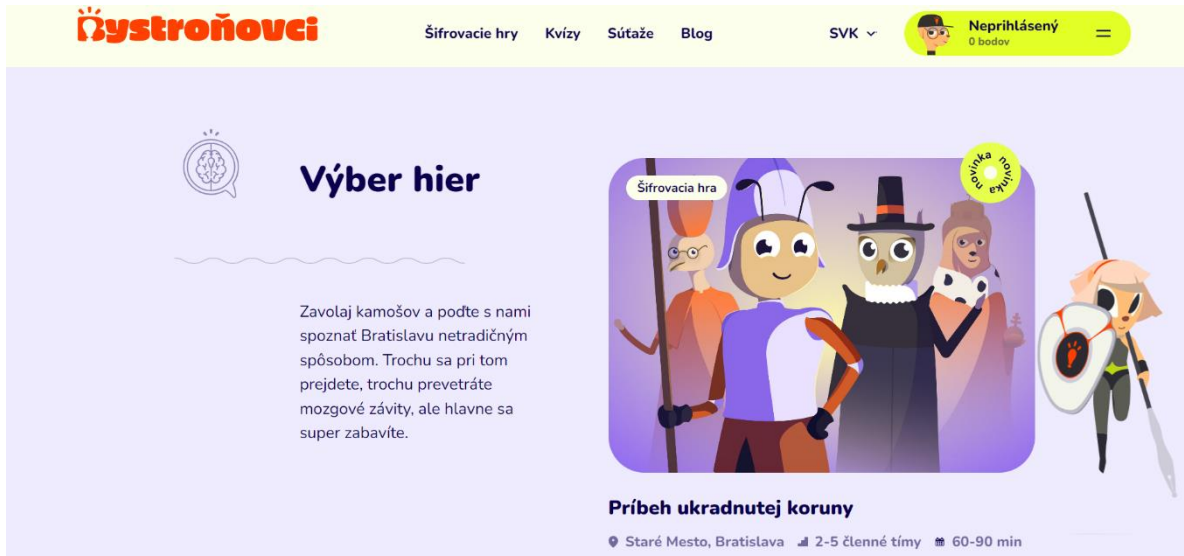
Vzhľadom na menší počet produktov určených primárne pre deti a mládež v destinácii Bratislava sa BTB rozhodla vytvoriť webovú hru určenú pre túto cieľovú skupinu. Zámerom hry je na jednej strane vzdelávať a to prostredníctvom kvízu, ktorý je súčasťou hry a na strane druhej zabaviť rodiny s deťmi, ktoré prichádzajú do Bratislavy prostredníctvom šifrovacej hry, ktorá je súčasťou druhého dielu webovej aplikácie.

Kvíz rozdelený do piatich úrovní obťažnosti tvorí päťsto otázok v troch jazykových mutáciách. Otázky sú zamerané prioritne na mesto Bratislava a týkajú sa týchto okruhov: geografia, história, kultúra, šport, príroda, veda, technika a iné. Medzi jednotlivými kvízovými otázkami sú pridané rôzne zaujímavosti o Bratislave.



Druhou časťou digitálnej hry je mestská šifrovacia hra na tému korunovácia panovníka, ktorá je určená pre 2-5 hráčov. Jej cieľom je prostredníctvom osemnástich šifrovacích úloh spoznať Bratislavu a jej korunovačnú minulosť priamo v historickom centre. Hru môže hrať aj niekoľko tímov naraz. Po registrácii hráča je možné dostať body za všetky splnené úlohy v šifrovacej hre, alebo za odomknutie novej úrovne kvízu, a hráčovi sa zvyšuje celkové skóre a úroveň zvoleného avatara.

Vizuál digitálnej hry je prispôsobený cieľovej skupine a počas hry hráčov sprevádzajú dve hlavné postavy – Jack Pac a Smarta.



Súčasťou kreovania hry bolo aj vytvorenie správcovského rozhrania webovej aplikácie, ktoré zastrešuje proces oboch hier. Pomocou neho je BTB schopná svojpomocne alebo v spolupráci so subdodávateľom, pridávať nové produkty (kvízy, šifrovacie hry), napr. na podporu akcií, výročí atď. Rozhranie taktiež umožňuje úpravu existujúcich produktov a sťahovanie dátových exportov na vyhodnocovanie produktov či súťaží. Zozbierané údaje o registrovaných užívateľoch webu a aplikácie sú následne využité na marketingové účely spojené s propagáciou turizmu v meste Bratislava. BTB má možnosť exportu dát o užívateľoch a o používaní aplikácii, aby bolo možné štatisticky vyhodnocovať náročnosť úloh a otázok v kvíze, prírastok počtu užívateľov a pod.

BTB má záujem o komunikáciu digitálnej hry v prostredí rodín s deťmi, ktoré prichádzajú do Bratislavy, ale aj škôl, letných táborov a podobne. Rovnako bude hra súčasťou programu počas Bratislavských korunovačných slávností ako doplnok k celkovému produktu korunovačného mesta.

BTB má taktiež ambíciu hru v budúcnosti rozvíjať a rozširovať o nové kvízy, šifrovacie hry na nové témy, súťaže, mini hry a kvízy k rôznym udalostiam, podujatiam, projektom. Pri tejto príležitosti sa do budúcnosti plánuje aj s vytvorením nových maskotov, ktorí by boli ďalší rodinní príslušníci aktuálnej dvojice Jacka a Smarty s ohľadom na cieľovú skupinu a potreby BTB. Hlavné postavy hry sa plánujú využívať aj pri iných aktivitách zameraných na rodiny s deťmi, ako napríklad podujatia, brožúrky, web, video obsah, prezentácie v zahraničí, merkantil, predajný merchandising cez plánovaný e-shop. Hry by mali rozšíriť ponuku pre školské výlety, a budovanie vzťahu detí k hlavnému mestu.

## Destinačné – regionálne a lokálne produkty cestovného ruchu

### BRATISLAVA CARD, CITY & REGION

Hlavným produktom BTB je destinačná turistická karta Bratislava CARD zastrešujúca verejných a súkromných poskytovateľov služieb a produktov cestovného ruchu z územia hlavného mesta a Bratislavského regiónu. Tento produkt je pre návštevníkov mesta v ponuke už od roku 2006. BTB tak už viac rokov úspešne sieťuje konkurencieschopnú ponuku na území hlavného mesta a regiónu, s cieľom zatriktívnenia samotnej produktovej ponuky a zvýšenia počtu prenocovaní. Tým, že zapája do svojich aktivít aj subjekty pôsobiace v bratislavskom regióne, dochádza k aktívnej spolupráci s KOOR Bratislava Region Tourism.



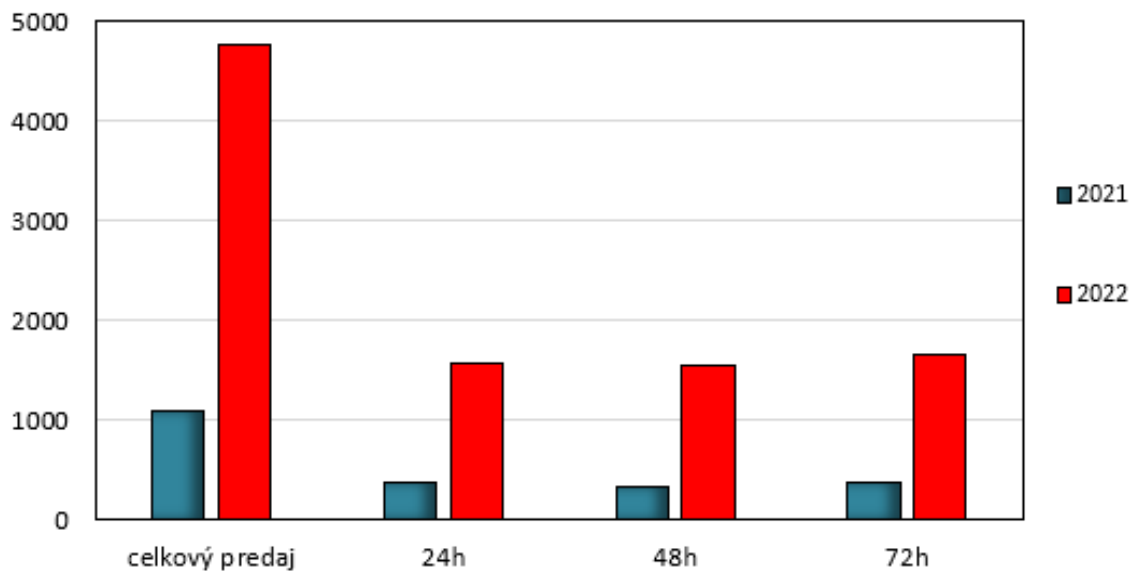
V roku 2022 bolo v projekte zapojených 68 partnerov z verejného a súkromného sektora, ktorí poskytovali pre držiteľov karty 116 zliav na produkty a služby v hlavnom meste a Bratislavskom regióne, z toho 20 zliav vo výške 100%. Karta bola prezentovaná vo všetkých komunikačných výstupoch, spoluprákach a kampaniach spojených s ponukou destinácie Bratislava. Karta sa predávala prostredníctvom TIC BTB a 16 provízií predajcov, ako aj online cez web BTB [visitbratislava.com](http://visitbratislava.com).

V roku 2022 bolo predaných celkom 4 761 ks kariet, z toho 4 256 kariet ponúkajúcich aj verejnú dopravu a 505 ks kariet bez verejnej dopravy. Karty bez verejnej dopravy sa začali predávať 1. mája 2022 a do konca roka sa na celkovom predaji podieľali 10,6 %. V porovnaní s rokom 2021, kedy bolo predaných 1 089 ks kariet, evidujeme nárast predaja o 337 %. Kým pri celkovom predaji, ako aj pri predaji kariet s dopravou, dominovala 72-hodinová karta, pri kartách bez dopravy bol jednoznačne najvyšší záujem o 24-hodinové karty, ktoré z celkového počtu predaných kariet bez dopravy tvorili až 67,5%. Rovnako ako v roku 2021, aj v roku 2022 dominovala veková skupina držiteľov karty od 26 do 40 rokov (41,6 %-ný podiel), za ktorou nasledovala skupina od 41 do 55 rokov (25%-ný podiel). V roku 2022 si kartu najviac kupovali Nemci, Rakúšania, Briti, Taliani, Česi, Slováci a Poliaci. V roku 2022 bolo evidovaných 15 434 akceptácií kariet. V porovnaní s rokom 2021 sa v roku 2022 zvýšil počet akceptácií karty (využitelnosť karty) o 322%. Zhodne s rokom 2021 bolo držiteľmi karty najviac navštevované Historické múzeum na Bratislavskom hrade.



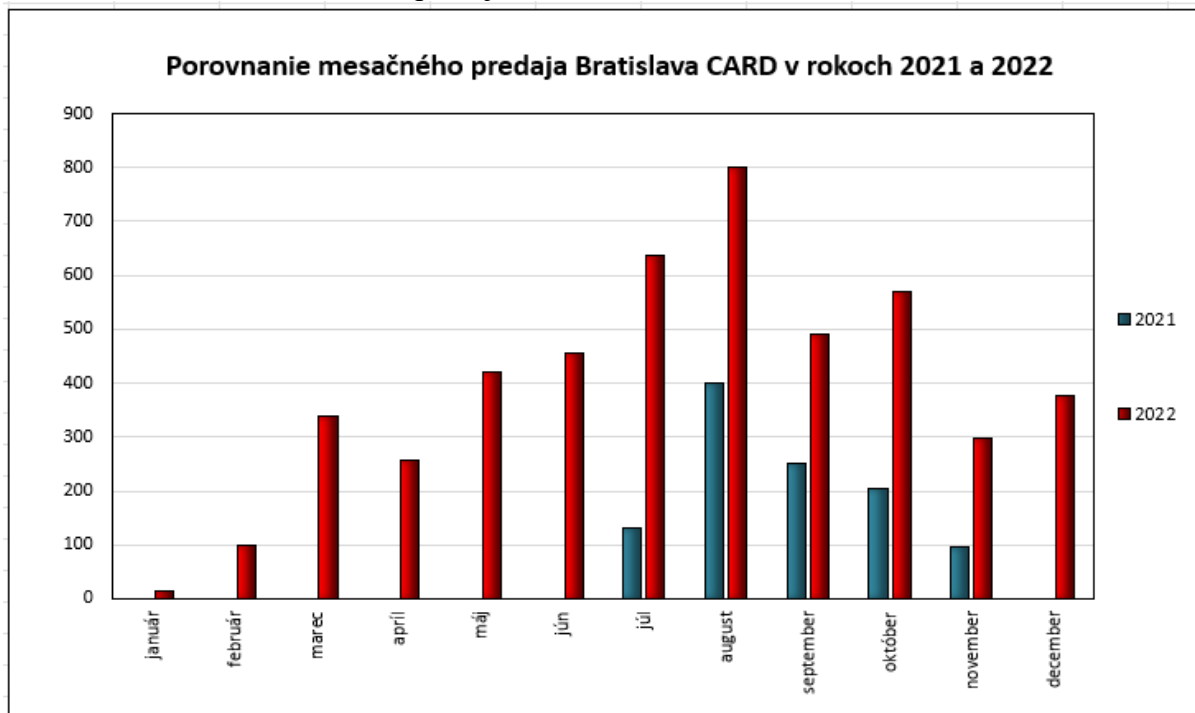
**Graf 4:** Porovnanie predaja Bratislava CARD 2021 a 2022

### Porovnanie predaja Bratislava CARD 2021 a 2022

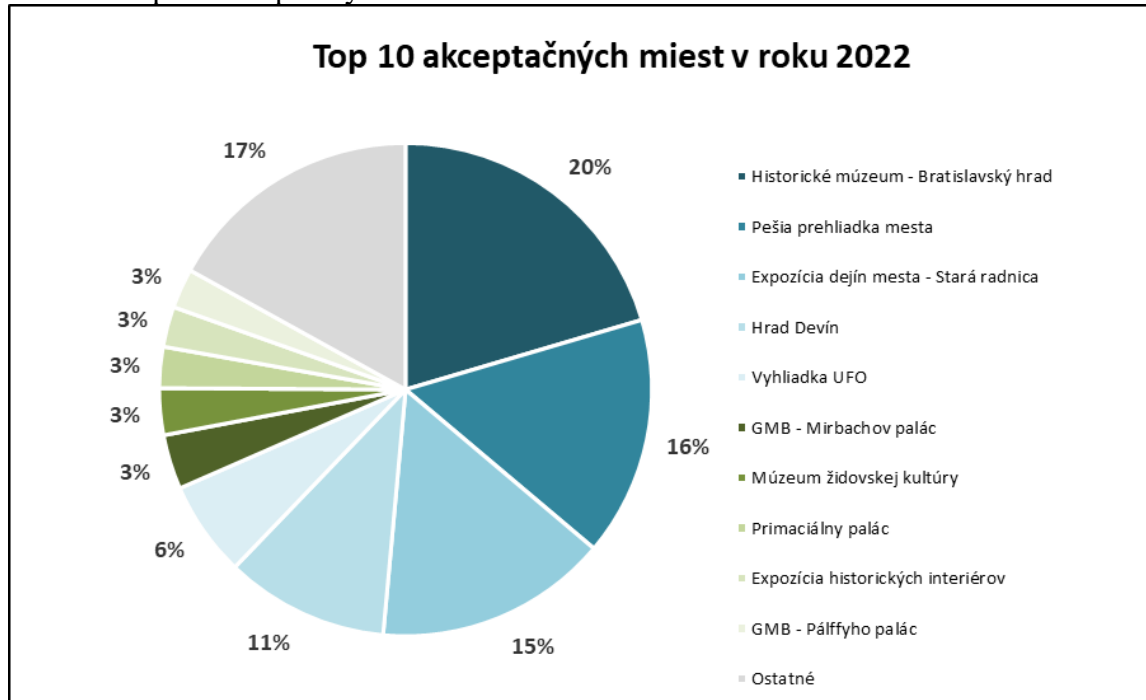


\*Vlastné spracovanie.

**Graf 5:** Porovnanie mesačného predaja Bratislava CARD 2021 a 2022



\*Vlastné spracovanie.

**Graf 6:** Top 10 akceptačných miest v roku 2022


\*Vlastné spracovanie.

Destinačná karta je klasická plastová karta, ktorá má vlastnú expiráciu na základe vopred zadaných časových a hodinových intervalov. Všetky predtlačené karty sú vopred nakonfigurované za účelom zisťovania ich využiteľnosti v jednotlivých zariadeniach a službách, sú kompatibilné so softvérovým vybavením. Ich konfigurácia prebieha v takom formáte, aby bolo v budúcnosti možné, rozšíriť územné vymedzenie platnosti karty a dokonfigurovať nové služby. Karta má svoje ID a čiarový kód. Vzhľadom k tomu, že karta plní aj funkciu cestovného lístka na verejnú dopravu v meste a regióne, tak obsahuje aj informáciu o cene dopravy, ktorú dotlačia na jednotlivé typy kariet pracovník technickej podpory podľa potreby a v závislosti od produkcie 24, 48 alebo 72-hodinových kariet. Karty sa vo verejnej doprave kontrolujú zatiaľ len vizuálne. Náklady na tento produkt zahŕňali v roku 2022 aj konfiguráciu a tlač 4 000 ks kariet, z toho 3 000 ks kariet s verejnou dopravou a 1 000 ks kariet bez verejnej dopravy.

Obdobným spôsobom ako plastová karta funguje aj digitálna Bratislava CARD, v tomto prípade sa však ID karty generuje až po jej kúpe, klient dostane ID karty na svoj email a kartu si môže on sám aktivovať v ľubovoľnom čase pred jej prvým použitím. Digitálnu kartu si jej držiteľ kupuje cez webovú stránku [visitbratislava.com](http://visitbratislava.com). Platnosť karty je vyobrazená na displeji mobilu digitálnym odpočítaním času platnosti. Usilujeme sa o prepojenie aplikácie BTB s aplikáciou IDS BK, tak aby mohla byť platnosť kariet kontrolovaná čítacím zariadením revízora ako bežný cestovný lístok. BTB je v rokovaní a testovaní s IDS BK a jeho externým dodávateľom aplikácie. Akceptáciu digitálnej karty vo verejnej doprave čítacím zariadením IDS BK plánujeme spustiť od 1. apríla 2023.

Produkt Bratislava CARD bol v roku 2022 podporený výrobou trojjazyčnej (SK, EN, DE) 92-stranovej tlačenej brožúry pre držiteľov karty, v ktorej sú tematicky a podľa výšky

zliav uvedení všetci partneri – poskytovatelia zliav. Brožúra bola vydaná v náklade 4 000 ks. Na podporu predaja karty bol vyrobený šesťjazyčný 4 DL leták v náklade 4 000 ks, ktorý sa distribuuje na externých predajných miestach, v miestach dopravných uzlov a na výstavách a veľtrhoch cestovného ruchu.

## **SOFTWARE NA MANAŽOVANIE BRATISLAVA CARD CARDBERG TOURIST INSIGHTS 1.0 A JEHO TECHNICKÁ A MENTORSKÁ PODPORA**

Účinným nástrojom podpory produktu Bratislava CARD je obstaranie predajného a akceptačného softvéru, ktorý v online rozhraní komplexne združuje ponuku destinácie a umožňuje distribúciu produktu až k cieľovému zákazníkovi. Vďaka jeho funkcionalitám získava BTB prehľad o dopyte po službách a produktoch CR, ako aj o cieľových skupinách návštevníkov podľa národnosti a veku. Tento systém podporuje užívateľské prostredie pre predajné a akceptačné miesta, ako aj pre administrátora.

Predmetný softvér generuje vstupy v štruktúre, ktorá je nakonfigurovaná podľa potrieb a požiadaviek BTB (návštevnosť zariadení/využívanie služieb u poskytovateľov zliav, t. z. využiteľnosť 24, 48 a 72-hodinových kariet, kúpa kariet podľa preferencie národností/podľa vekovej skupiny, počet predaných kariet prostredníctvom TIC BTB a províznych predajcov, ako aj stav skladových zásob). Správa dát je vedená na serveroch dodávateľa, systém je flexibilný, umožňuje nahrávanie nových služieb a balíkov v reálnom čase a editáciu služieb/údajov v reálnom čase. Systém poskytuje neobmedzené množstvo vystavených nakonfigurovaných kariet a akceptácií. Pomocou softvérového vybavenia sa vytvárajú destinačné karty s rôznymi platnosťami. Nárok na zľavu je možné overiť na jednotlivých akceptačných miestach priamo v online prostredí cez hyperlink inštalovaný na ploche počítača alebo pomocou čítacieho zariadenia s pripojením na internet alebo s jeho využitím v off-line prostredí formou načítania čiarového kódu na karte. Niektoré akceptačné miesta uprednostňujú evidenciu akceptácií len vizuálnou kontrolou a zapísaním čísla karty. V prípade off-line evidencie je ID karty len evidované, jeho overenie prebieha neskôr po nahratí čísla karty do systému, čo sa realizuje vždy na konci mesiaca. Akceptované karty sa zaznamenávajú v štatistických výstupoch a grafoch s možnosťou filtrovania. Systém zabezpečuje možnosť vystavenia kariet jednotlivo, ako aj hromadne v reálnom čase na viacerých produkčných miestach, rovnako zabezpečuje možnosť blokovania karty pri jej strate alebo zneužití. Systém rieši skladový manažment kariet, ich evidenciu v TIC BTB a u províznych predajcov, tvorbu preberacích protokolov a zostáv pre potreby skladovej evidencie. Technickú podporu systému má na starosti pracovník technickej podpory, ktorý zabezpečuje zber dát, nahadzovanie off-line údajov do systému, komplexné spracovanie všetkých zozbieraných dát, technickú podporu softvéru na predajných a akceptačných miestach 7 dní v týždni, spracovávanie manuálov a metodických pokynov pre užívateľov softvéru, vyhotovovanie mesačných, štvrťročných, polročných a ročných reportov s grafmi, dotlač predtlačených plastových kariet na termotlačiarňu v súlade s dobou platnosti – 24 h, 48 h alebo 72 h a i. Výkon pracovníka technickej podpory riadi projektový manažér produktu. Získané výstupy sú dobrým nástrojom pri nastavovaní produktu v jeho ďalšej sezóne a informujú o tom, na ktoré krajiny sa zamerať v marketingových kampaniach BTB.





**PODPORA ATRAKTIVÍT  
DANEJ LOKALITY**



Činnosti v rámci tejto aktivity sú zamerané na kongresový (MICE) cestovný ruch. V roku 2022 bola činnosť realizovaná formou MICE Days stretnutia pre odbornú verejnosť.

Cieľom a prínosom aktivity je predovšetkým networking, rozvoj marketingových, obchodných a praktických vedomostí a zručností členov, partnerov a zainteresovaných subjektov BTB a zároveň aj modernizácia online prezentácie vybraných miest, ktoré sú vhodné na organizáciu MICE podujatí. Aktivita je prospešná nielen pre destináciu Bratislava, ale aj pre samotnú organizáciu BTB/BCB, ktorá sa snaží vyprofilovať ako odborný a kvalitný trend-setter a nositeľ odbornosti a kompetentnosti v oblasti konferenčného priemyslu.

### **Ciele BTB, ktoré sú dosahované realizáciou aktivít v oblasti podpory atraktivít danej lokality:**

- Zvýšenie povedomia o Bratislave ako cieľovom mieste pre kongresový cestovný ruch;
- Spopularizovanie Bratislavy na medzinárodnom trhu konferenčného priemyslu;
- Zabezpečenie pozitívnej propagácie a mediálnych výstupov vychádzajúcich z osobnej skúsenosti autorov (novinárov a influencerov, populárnych blogerov a vloggerov);
- Spropagovanie Bratislavy ako kongresovej destinácie;
- Prezentácia hotelových kapacít a priestorov (venues) na organizovanie kongresových podujatí v bratislavskom regióne;
  - Zlepšenie rozpoznateľnosti Bratislavy na trhu kongresového cestovného ruchu;
  - Nárast počtu kvalitných mediálnych výstupov o Bratislave ako o kongresovej destinácii;
  - Popularizácia Bratislavy formou netradičných médií (sociálne siete, videá).

## **MICE / kongresové aktivity**

Bratislava Convention Bureau BTB v roku 2022 zorganizovala B2B workshop pre odbornú verejnosť pod názvom MICE Days. Podujatie sa venovalo aktuálnym otázkam v cestovnom ruchu a bolo realizované hybridnou formou. Vysokou pridanou hodnotou stretnutí bola prítomnosť renomovaných a medzinárodne uznávaných rečníkov. Pozvánky na MICE Days sú adresované celej databáze členov a partnerov BTB, včítane zástupcov samosprávy (predstavitelia hlavného mesta SR Bratislavy, zástupcovia komisie cestovného ruchu a medzinárodnej spolupráce), zástupcov MD SR. Vysoká účasť na každom z organizovaných podujatí, ako aj pozitívna spätná väzba od zúčastnených, potvrdzujú, že takáto aktivita má svoje opodstatnenie i význam a prináša želaný efekt.

## Bratislava MICE Day – Budúcnosť Hybridných Eventov (23. 3. 2022)

Hlavné témy workshopu prebiehali v dvoch diskusných paneloch:

**Panel 1: Ako môžu inovatívne riešenia transformovať podujatia do digitálnej formy;**

**Panel 2: Ako pandémia zmenila segment podujatí.**

Úvodný príhovor mal Ing. Vladimír Grežo, predseda predstavenstva Bratislava Tourist Board, ktorého uviedla moderátorka podujatia Petra Ševčíková, šéfredaktorkou časopisu Stratégii.

Prednášajúci panelisti na workshope boli Peter Petrovič, konateľ spoločnosti Guarant International, Štefan Kozák, zakladateľ a výkonný riaditeľ Creative Pro group, Miroslav Marko z korporátnej

komunikácie Slovenskej sporiteľne, a. s., Marek Farkaš, riaditeľ cestovnej kancelárie Enjoy Slovakia DMC, Matej Drlička, generálny riaditeľ Slovenského národného divadla a Jozef Pukalovič, riaditeľ cateringovej spoločnosti Becool. Na live workshope v priestoroch hotela AC by Marriott Old Town sa zúčastnilo viac ako 40 účastníkov. Podujatie bolo zároveň možné sledovať aj online na [HNtelevizia.sk](https://HNtelevizia.sk).







INFRAŠTRUKTÚRA  
CESTOVNÉHO RUCHU



Realizácia aktivít spojená s rozvojom turistickej infraštruktúry je nevyhnutným faktorom, ktorý vplýva na návštevníkov Bratislavy. Na rozvoji a údržbe má najvýraznejší podiel samospráva, hlavne Magistrát hlavného mesta SR Bratislava spolu s mestskými časťami Bratislavy a Bratislavský samosprávny kraj.

Dopravná infraštruktúra v rámci príjazdov do destinácie je rozvinutá na kvalitatívne dostatočnej úrovni (letisko M.R. Štefánika, Letisko Schwechat, Dunaj, diaľnice z ČR, AT, SR), na ktorej financovaní sa podieľa výraznou mierou aj štát. Samostatnou problematikou sú samotní dopravcovia, ktorí reálne zabezpečujú najčastejšie komerčný výkon služieb pre privázaných klientov na letisko, železničnú či autobusovú stanicu, ev. ich prepravujú individuálnou dopravou. Správa nadväzujúcej mestskej hromadnej dopravy ako súčasť Bratislavskej integrovanej dopravy je založená na spolupráci samospráv mesta Bratislava a Bratislavského samosprávneho kraja spolu s Ministerstvom dopravy SR. Adekvátnosť jej nastavenia (množstvo spojov, zrozumiteľnosť cestovného poriadku, nadväznosť liniek, kvalita dopravných prostriedkov, wifi siete na staniaciach a v spojoch, cenová politika atď.) je veľmi dôležitá. Presun domácich obyvateľov, ako aj návštevníkov okrem bežnej denne rutiny aj za produktami cestovného ruchu v centre mesta, do mestských častí, či Bratislavského regiónu v rámci diverzifikácie ich pohybu a rozptylu. BTB do tohto systému vstupuje okrem iného prostredníctvom Bratislava CARD, zľavovej destinačnej karty, ktorej držiteľia majú dopravu v meste a regióne bezplatnú. Tiež sa angažuje v optimalizácii celkového dopravného poriadku, aby mali návštevníci mesta čo najväčší komfort pri presunoch. Sekundárne je tento celok prepojený s predĺžením pobytu v destinácii a zvýšením príjmov samospráv a podnikateľov z cestovného ruchu.

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

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



V rámci aktivity infraštruktúra cestovného ruchu BTB v spolupráci s mestskými časťami a mestskými inštitúciami zrealizovala projekty obnovy turistickej infraštruktúry.

### **Ciele BTB, ktoré sú dosahované realizáciou aktivít v oblasti infraštruktúry cestovného ruchu:**

- Kvantitatívny a kvalitatívny rozmach informačno – navigačného systému pre domácich a zahraničných návštevníkov;
- Efektívne sprostredkovanie žiadanych informácií návštevníkom;
- Zvýšenie kvalitatívnej úrovne turistickej infraštruktúry cestovného ruchu;
- Sprístupnenie menej známych/frekventovaných atraktivít CR návštevníkom;
- Zlepšenie dostupnosti vybraných atraktivít aj pre znevýhodnené skupiny obyvateľov;
- Zlepšenie informovanosti návštevníkov o ponuke destinácie;
- Zvýšenie atraktívnosti destinácie;
- Zásobovanie na vstupných bodoch do destinácie materiálmi;
- Nárast spokojnosti návštevníkom so službami CR v meste;
- Rast kvality života miestneho obyvateľstva aj návštevníkov;
- Zlepšenie vizuálneho imidžu mesta;
- Zvýšená informovanosť návštevníkov;
- Lepší komfort a prístup k informáciám vďaka SMART riešeniam.

## **Inovatívne SMART/ IT technologické riešenia**

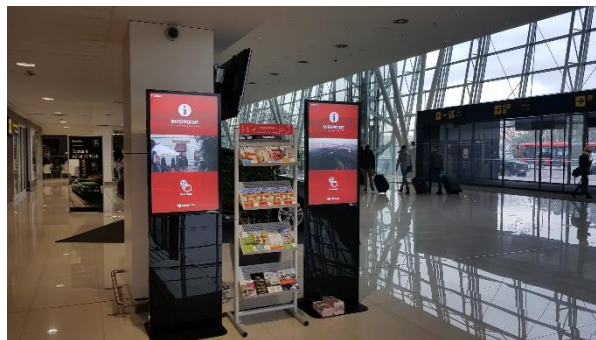
### **DOTYKOVÉ INFOPANELY – TOTEMY**

**SMART dotykové panely** bol veľmi úspešný projekt, ktorý začal už v roku 2017, kedy prebehla inštalácia a spustenie prvých 2 dotykových infopanelov (totemov) na strategických miestach Hl. mesta Bratislava. Dňa 31.01.2017 boli osadené 2 totemy vo vestibule letiskovej haly na letisku Milana Rastislava Štefánika. Na Hlavnej železničnej stanici v Zákazníckom centre bol dňa 18.07.2018 osadený tretí totem a ku koncu roka 2018 (17.12.2018) pribudol štvrtý totem na Bratislavskom hrade, pri vstupe do múzea.

V roku 2020 BTB rozšírila digitálne služby a zakúpila ďalšie dva totemy. Jeden je umiestnený v Osobnom prístave na Fajnorovom nábřeží v Bratislave, ktorý je vstupnou bránou do mesta s vysokou koncentráciou turistov, druhý bol umiestnený a nainštalovaný na železničnej stanici Petržalka dňa 7. 10. 2020.

Obsah totemov je usporiadaný ich umiestneniu, t. j. obsah menu je prispôsobený lokalite, informuje o okolí s ohľadom na infraštruktúra a občiansku vybavenosť, dopravné spojenia, obchody, taxi služby a pod. Totemy ponúkajú prelinkovanie na web stránky partnerov, informujú, kde sú umiestnené ďalšie totemy, zároveň monitorujú atraktivity a podujatia konajúce sa v meste a aktuálne informácie, ktoré sa dopĺňajú online na web, ktoré sú dôležité pre turistov navštevujúcich naše mesto.

V priebehu roka 2022 boli uhrádzané náklady za nájom priestorov, kde sú osadené dotykové totemy, poplatky za servisné služby pre 6 dotykových totemov počas celého roka 2022, profylaktika všetkých totemov a presťahovanie jedného z totemov kvôli rekonštrukcii priestoru, v ktorom bol umiestnený.



V priebehu roka 2021 a 2022 prebehol kompletný update informácií na všetkých šiestich infototemoch, vo všetkých jazykoch v ktorých sa informácie podávajú t. j. slovenský, anglický a nemecký jazyk. Aktivita prebehla nasledovne: informácie boli „stiahnuté“ do formy pdf, následne boli skontrolované, všetky linky boli odkontrolované a upravené/aktualizované. Informácie ohľadom otváracích hodín, dopravných informácií, trás boli skontrolované a nahradené aktuálnymi informáciami. Je nutné dodať, že informácie sa v každom zo šiestich infototemoch líšia a treba k nim pristupovať individuálne.

BTB prevádzkuje v priestoroch TIC Klobočnícka tri obrazovky alebo infopanely slúžiace na zobrazovanie digitálnych plagátov, tak statických ako aj dynamických. Slúži na prezentáciu aktuálnych eventov v Bratislave, na prezentáciu/promo oficiálnej mestskej karty Bratislava CARD, špecializovaných turistických prehliadok, Dní Majstrov ÚEUV, Bratislavských Korunovačných Dní, prezentáciu subjektov v cestovnom ruchu ako napr. Bratislava Region Tourism, BTS a pod.

## SMART Infraštruktúra – verejná WIFI sieť

Cieľom projektu je zabezpečiť kvalitnú turistickú infraštruktúru, aktuálnosť poskytovaných informácií, propagáciu produktov a podujatí cestovného ruchu a ďalších atraktivít a služieb, vrátane turistickej karty Bratislava CARD, obyvateľom a návštevníkom mesta. Projekt realizuje BTB v spolupráci s Hl. mestom SR Bratislavou a spoločnosťou O2 Business Services. Hlavný princíp je v poskytnutí bezplatného pripojenia na internet v centre mesta.

### **Bezplatná wifi sieť – rozšírenie – doplnenie wifi vysieláčov tzv. access pointov**

V roku 2021 a 2022 BTB participovala na rozširovaní verejnej wifi siete formou vybudovania hlavného uzla a wifi vysieláčov tzv. access pointov na hradnom kopci v MČ Devín s cieľom pokrytia územia areálu hradu Devín. Verejná wifi sieť je v mestách už takpovediac samozrejmosťou. Čím väčšie územie je pokryté, čím viac uzlov je v prevádzke, tým viac sa zvyšuje informovanosť verejnosti a dobrý imidž Bratislavy. Verejná wifi sieť sa počas uplynulých rokov stala jedným z najdôležitejších komunikačných kanálov BTB z hľadiska navigácie turistov k produktom a atraktivitám Bratislavy. Prínosná je však nielen pre zahraničných a domácich turistov, ale aj pre miestne obyvateľstvo.

Od mája 2018 BTB participuje na prevádzke bezplatnej verejnej wifi siete VisitBratislava v centre Bratislavy, v spolupráci s Hlavným mestom SR Bratislava. V súčasnosti (1/2023) je prevádzkovaných 27 stálych funkčných vysielacích uzlov wifi VisitBratislava (celkovo je inštalovaných 71 vysielacích zariadení tzv. „Access Pointov“).

Zámerom projektu bolo doplnenie vysieláčov wifi na hradnom kopci v MČ Devín, kde je vybudovaný hlavný uzol. Projekt sa uskutočňuje v úzkej spolupráci s Hlavným Mestom SR Bratislava (s oddelením IT) a Múzeom Mesta Bratislavy (MMBA), ktoré je správcom areálu hradu Devín.

Očakávaným efektom projektu je zvýšenie atraktívnosti lokality a rozšírenie komfortu pre zahraničných a domácich návštevníkov. Tento projekt navyše zabezpečí dostupnosť kvalitného signálu pre zamestnancov hradu Devín a plánovaných technických zariadení inštalovaných v areáli, ktoré vyžadujú kvalitné a stabilné pripojenie k internetu.

Participácia BTB na tomto projekte spočívala v nasledovných okruhoch činností:

- Nastavení základných parametrov projektu, t. j. kde a koľko vysieláčov wifi bude inštalovaných tak, aby pokryli najfrekventovanejšie lokality areálu hradu Devín.
- Komunikácii a zladení všetkých hlavných participujúcich subjektov ako aj Krajského pamiatkového úradu v Bratislave.
- Zabezpečení procesu verejného obstarávania pre obstaranie technických zariadení a ich inštalácie. Inštaláciu technických zariadení zabezpečilo a financovalo Hl. mesto Bratislava zo svojich zdrojov.

Finančná participácia BTB spočívala v obstaraní, prostredníctvom verejného obstarávania, technických zariadení nevyhnutne potrebných na šírenie signálu.

Jedná sa konkrétne o deväť ks zariadení: Ruckus T610s Outdoor 802.11ac Wave 2 4x4:4 Wi-Fi Access Point.

Celý projekt rozšírenia wifi siete VisitBratislava v areáli hradu Devín je väčším a náročným projektom. Finančná participácia Hlavného mesta SR Bratislavy bola značná a plnohodnotná, pričom je dôležité vziať do úvahy aj technické, konzultačné, projektové vstupy zamestnancov IT oddelenia, vďaka ktorým je projekt vo finálnej fáze.

Dôležitým bol prístup správcu pozemku areálu hradu Devín a to MMBA. Ten sa s myšlienkou tejto aktivity stotožnil a umožnil projekt dostať do finálnej fázy, predovšetkým v zmysle faktu, že areál je pod prísny dohľadom ochrany historického dedičstva a vstupy projektu boli prediskutované a odkonzultované aj s ohľadom na cennú historickú hodnotu stavby hradu Devín.

Projekt rozšírenia wifi siete na hrade Devín prinesie vo výsledku pokrytie takmer celého areálu wifi signálom, prioritne najexponovanejších častí ako sú:

- parkovisko pred hlavným vstupom,
- okolie hlavnej (Moravskej) brány do areálu,
- komunikácie v areáli,
- dvorný priestor stredného hradu,
- Garayovský palác,
- Horný hrad a citadela Horného hradu,
- unimobunky pracovníkov správy hradného areálu,



- čiastočne aj komunikácia pod hradom, pri nábreží Dunaja.

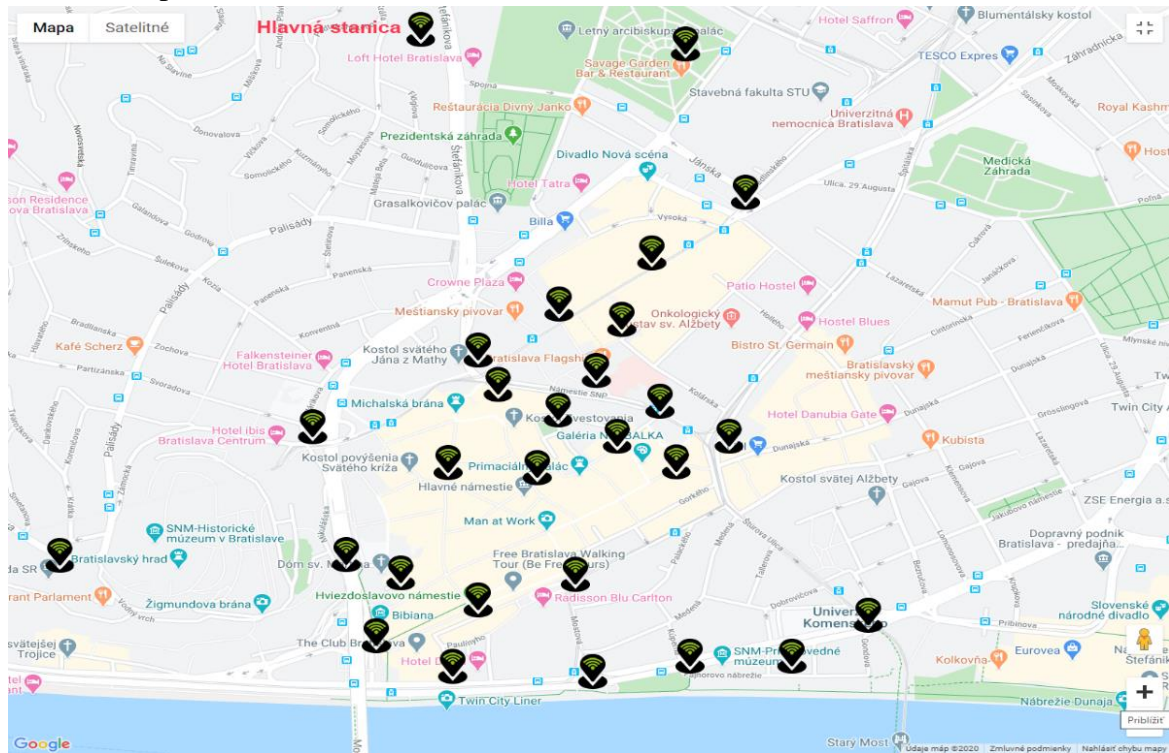
Dôležité je aj zabezpečenie kvalitného signálu pre pracovníkov MMBA, ktorí mali doteraz relatívne slabé a nestabilné pripojenie na internet.

Ďalšou výhodou je potenciálna možnosť využiť kvalitný, stabilný a vysokorýchlostný signál na edukatívne aplikácie pre návštevníkov hradu, ktoré umožnia moderný výklad historických faktov a informácií o minulosti hradného areálu. Celý proces zároveň umožní spustenie online predaja vstupeniek do areálu hradu a ďalších vymožeností online prostredia.

Zo samostatného technického riešenia pokrytia areálu hradu Devín wifi signálom sú nasledovné významné body:

- šesť uzlov na šírenie signálu, dvanásť samostatných vysielačov so širokým uhlom šírenia signálu,
- ukotvenie vysielačov bude realizované priamo do hradných múrov v relatívne vysokých výškach – nutné budú práce profesionálov vo výškach,
- sofistikovaná spolupráca medzi jednotlivými vysielačmi, t. j. vysielače sú schopné signál aj preposlať ďalej a pokryť tak aj horšie dostupné miesta,
- všetky káble a technické zariadenia budú kamuflované, zakryté omietkou v pôvodnej farbe, návštevník hradného areálu si zariadenia takmer nepovšimne. Táto podmienka vychádzala z požiadaviek MMBA a Krajského pamiatkového úradu BA,
- vstupný signál a dátové pripojenie zabezpečuje Hl. mesto svojimi kapacitami tak, aby bolo finančne realizovateľné z hľadiska čerpania verejných financií,
- celý projekt bude mapokon kompatibilný s wifi sieťou VisitBratislava, čiže registrácia, prihlásenie, čerpanie dát bude 100% totožné so sieťou, ktorá je v prevádzke v centre mesta Bratislavy.
- Verejná wifi sieť je v mestách dnes už samozrejmosťou. Čím väčšie územie je sieťou pokryté, čím viac uzlov je v prevádzke, tým väčší je prístup verejnosti k informovanosti a dobrému imidžu Bratislavy. Verejná wifi sieť sa počas uplynulých rokov stala jedným z najdôležitejších komunikačných kanálov BTB z hľadiska navigácie turistov k produktom a atraktivitám Bratislavy. Prínosná je však nielen pre zahraničných a domácich turistov, ale aj pre miestne obyvateľstvo a jednoducho pre všetkých. Propagované produkty a atraktivity sa tak stávajú udržateľnými aj počas roka mimo hlavnej sezóny a aj mimo centrum mesta.

Vďaka wifi sieti VisitBratislava má BTB navyše možnosť zbierať dáta, a to vyplnením dobrovoľného dotazníka zo strany užívateľov. BTB tak získava hodnotné štatistiky o veku, krajine pôvodu, hodnotení služieb, dĺžky pobytu a spôsobe dopravy/príchodu návštevníkov do destinácie.

**Graf 7: Mapa uzlov**


\*Vlastné spracovanie.

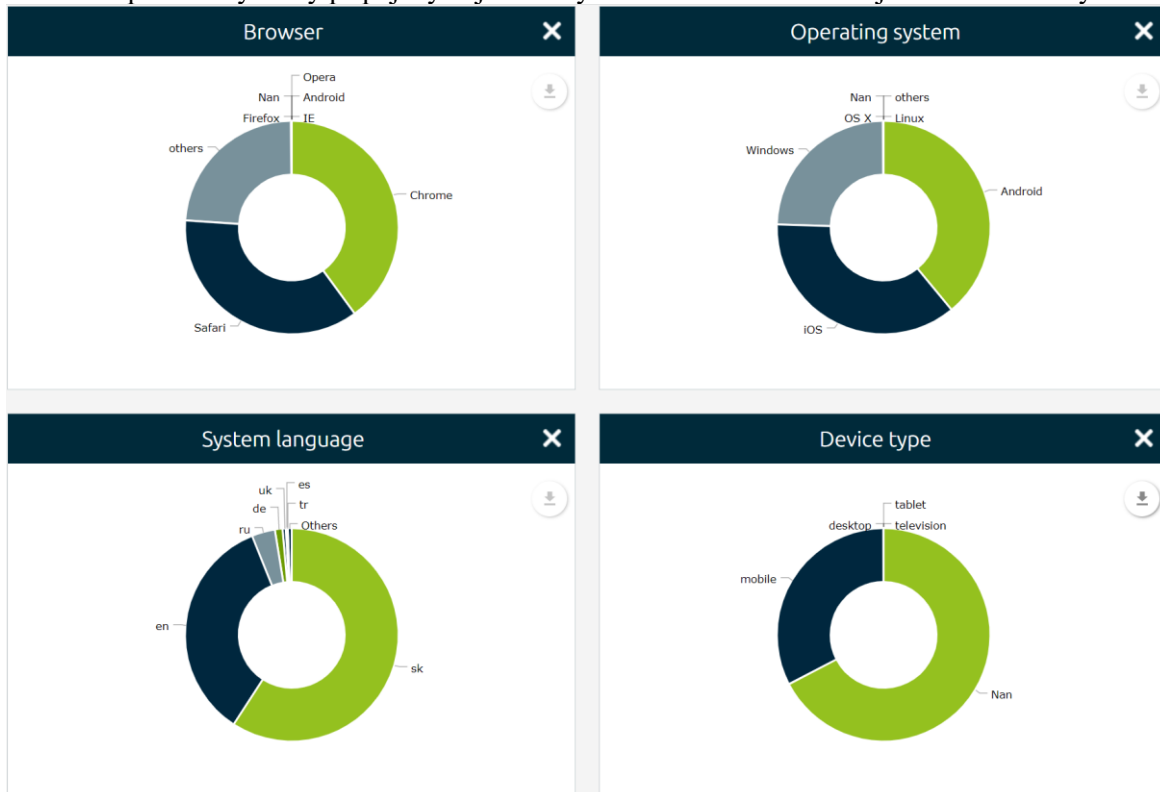
**Tabuľka 22: Zoznam lokalít /uzlov**

P. č.	Počet vysielateľov	Uzol
1.	3	PAMV (oblasť Pamätníka Víťazstva pred SND)
2.	3	RBNN (oblasť Rybného Námestia)
3.	3	KLOB (oblasť Klobočnickej a Námestia SNP pred Starou Tržnicou)
4.	4	HLVN (oblasť Hlavného nám., Františkánskeho nám. a Starej Radnice)
5.	3	ZMCK (oblasť rohu Židovskej a Kapucínskej ulice)
6.	2	HVZN (oblasť Hviezdoslavovho námestia v okolí ambasády USA)
7.	3	RIGL (oblasť Rigeleho a Rázusovho nábrežia)
8.	3	HURN (oblasť Hurbanovho nám.)
9.	3	NLST (oblasť Námestia Ľudovíta Štúra)
10.	3	POST (oblasť križovania ulíc Poštová – Obchodná)
11.	3	SAFK (oblasť Šafárikovho Námestia pri UK)
12.	3	KOLN (oblasť spodnej časti Kollárovoho námestia)
13.	3	VNTU (oblasť križovania ulíc Ventúrska – Michalská – Sedlárska)
14.	2	ZIDO (oblasť Židovskej ulice pri dobrom pastierovi)
15.	3	NSNP (oblasť Námestia SNP)
16.	2	OBCH (oblasť Obchodná ulica stred)
17.	2	FJNN (oblasť Fajnorovho Nábrežia pred SPŠS)
18.	3	NSLO (oblasť parku Námestia Slobody)
19.	3	OSPR (oblasť Osobného prístavu a pred SNM)
20.	2	KNPM (oblasť Jedlíkovej ulice)
21.	1	CTUR (Čítareň u Červeného raka)

22.	2	NRSR (Národná rada – Námestie A. Dubčeka)
23.	2	DPOH (Laurínska ulica okolie DPOH)
24.	2	MAGB (Primaciálne námestie a Františkánska záhrada)
25.	3	STTR (Nedbalová – Klobučnícka – Stará tržnica indoor)
26.	2	RUDN (Rudnayovo námestie)
27.	3	KAMN (Kamenné námestie križovatka)
28.	3	HLST (Hlavná stanica – Námestie Franza Liszta)

\*Vlastné spracovanie.

**Graf 8:** Operačné systémy pripojených jedinečných zariadení v delení na jednotlivé atribúty



\*Vlastné spracovanie.

Proces pripojenia k WIFI VisitBratislava bol upravený od mesiaca február 2021 a to nasledovne: pri registrácii nového zákazníka je nutné zadať emailovú adresu, spätne príde potvrdzovací email, ktorý užívateľ musí potvrdiť. Počas procesu užívateľ určuje či môže byť jeho emailová adresa využitá pre marketingové účely alebo nie. S výnimkou emailovej adresy (výlučne s potvrdením) nie je nutné zadávať žiadne osobné údaje, používateľ len potvrdí súhlas s Všeobecnými obchodnými podmienkami. Pri registrácii je možné vyplniť dobrovoľný anonymný dotazník. V systéme je zaevidovaná len MAC adresa zariadenia. Tento proces je v súlade so smernicou GDPR. Emailové adresy s povolením na využívanie pre marketingové účely sú používané BTB na zasielanie emailov s informáciami o destinácii Bratislava.

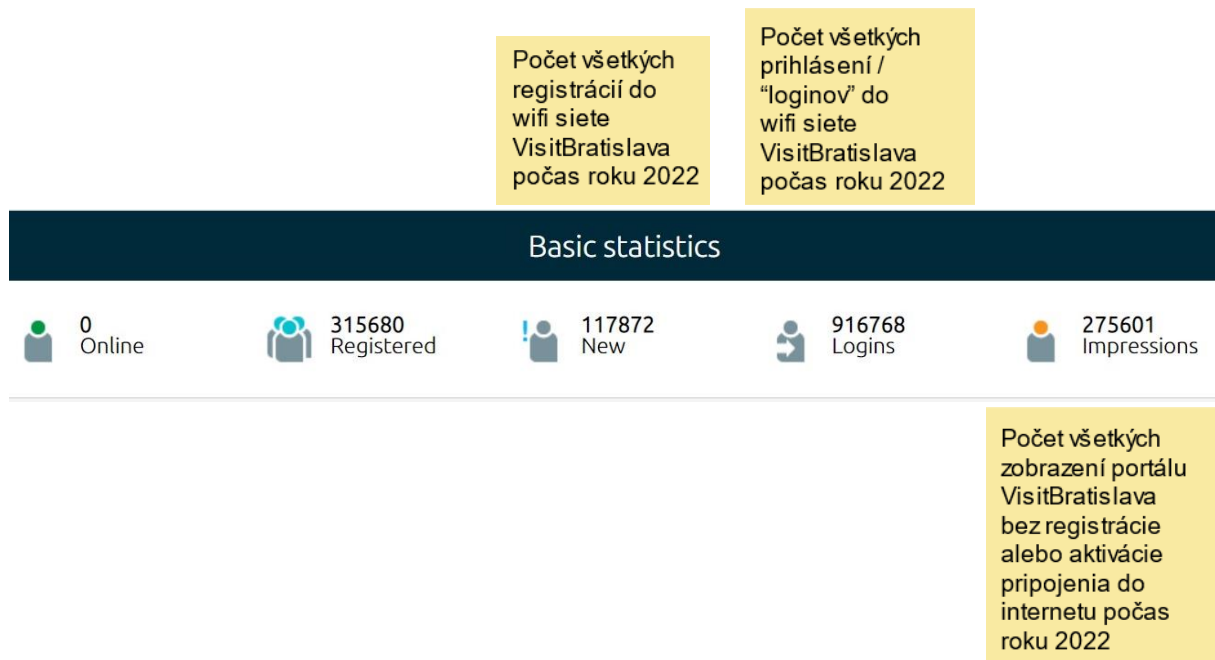
Proces registrácie resp. pripájania (ak je už užívateľ registrovaný) končí na stránke [www.visitbratislava.com](http://www.visitbratislava.com) na podstránke / top10 – táto podstránka je lokalizovaná pre daný konkrétny uzol a ponuka je špecifická pre danú lokalitu, tzv. „lokalizovaná landing page“.



**Súčasná kapacita:** Download **40 Mbps**, Upload **10 Mbps**

**Štatistika využitia:** wifi VisitBratislava a prepojenia na web stránku visitbratislava.com.

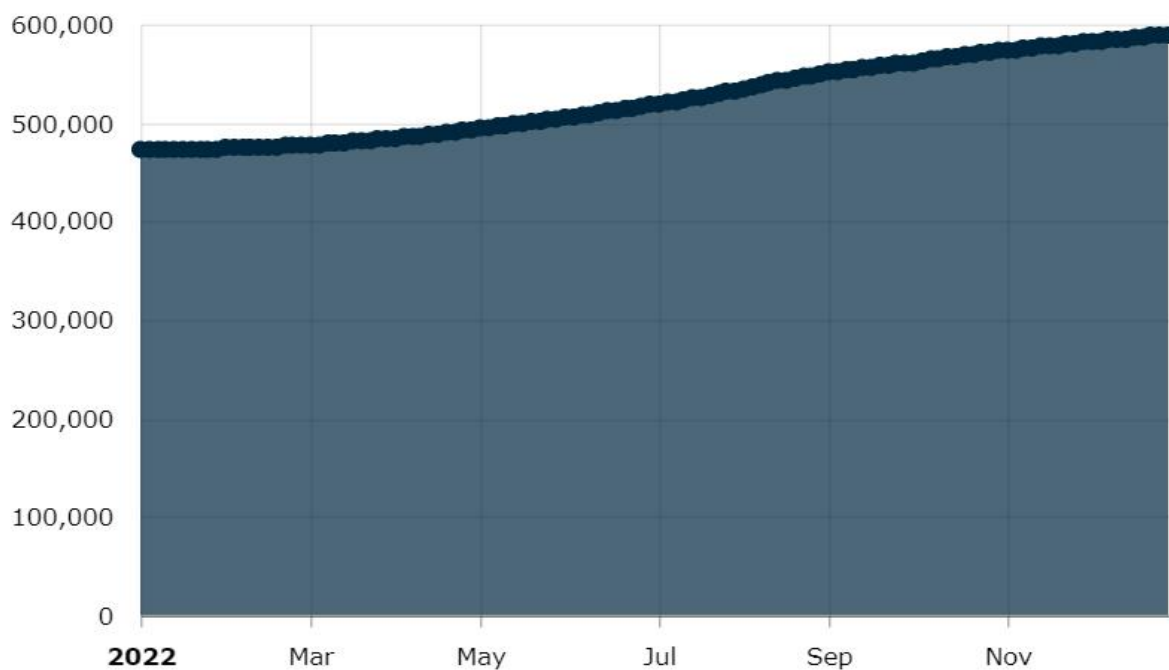
**Graf 9:** Štatistika návštevnosti – údaje priamo z ovládacieho portálu MAXIFI s popisom



Oblasti, ktoré BTB v rámci projektu zabezpečuje:

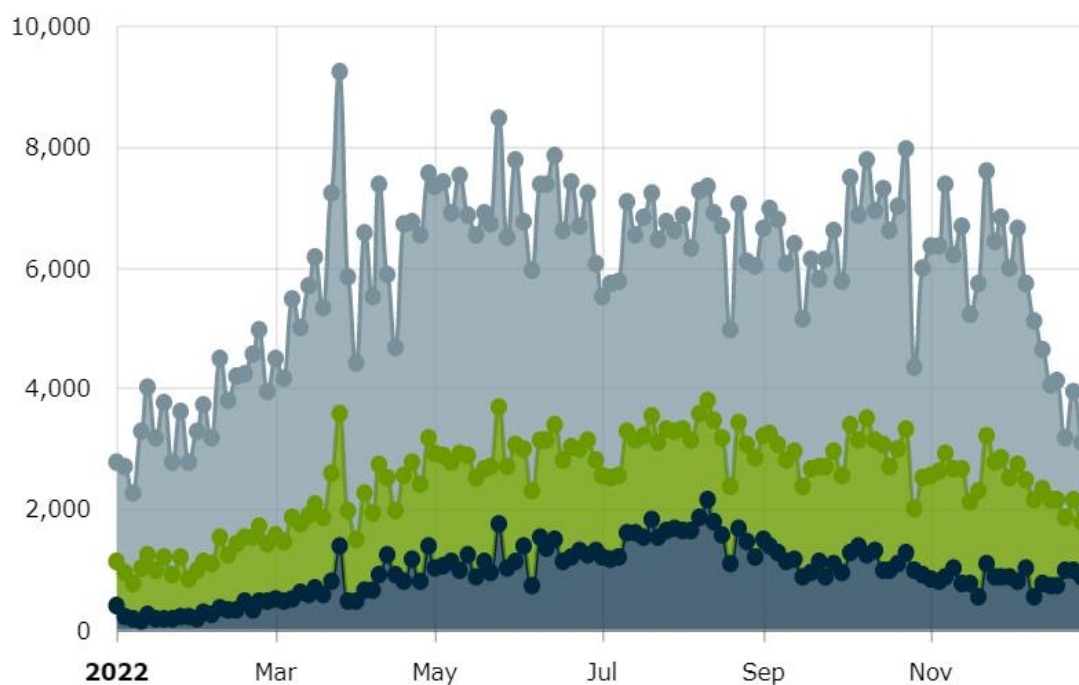
- stály prístup a administráciu/úpravu obsahu prístupového portálu MAXIFI,
- správu a vizuál obsahovej časti všetkých stránok prístupového portálu MAXIFI,
- prístup a vyhodnocovanie štatistických a iných informácií portálu a ich využitie v súlade s platnou legislatívou týkajúcou sa ochrany osobných údajov GDPR,
- súčinnosť od Hlavného mesta a O2 Business Services pri vybavovaní práv dotknutých osôb a komunikácii s dozornými orgánmi,
- 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, Bratislava CARD, 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“.

**Graf 10:** Registrácia jedinečných zariadení v roku 2022, (ktorých bolo 117 872).



\*Vlastné spracovanie.

**Graf 11:** Počet nových zariadení a ich návratov do siete



\*Vlastné spracovanie.

### Záver analýzy:

- Pripojenie ma bezplatnú verejnú wifi sieť je možné vďaka 28 uzlom umiestnených v jednotlivých častiach mesta;
- Registrácia jedinečných zariadení v roku 2022 - 117 872;
- Počet všetkých prihlásení – loginov počas 2022 – 916 768;
- Najväčšmi využívaným prehliadačom pri pripájaní sa na wifi sieť bol Chrome;
- Najviac využívaným operačným systémom bol v daných prípadoch Android;
- Najfrekvencovanejším jazykom bola slovenčina;
- Pri registrácii mal užívateľ možnosť vyplniť anonymný dotazník, kde BTB mala možnosť zistiť krajinu z ktorej respondent pochádza, jeho vek, dĺžku pobytu, hodnotenie úrovne služieb v destinácii, spôsob dopravy do destinácie či dôvod návštevy.

## Značenie, navigačný systém

K dobrej orientácii v destinácii patria správne, funkčné a inovatívne navigačné prvky. Aj v roku 2022 BTB nadviazala na dopĺňanie turistickej infraštruktúry o účelné navigačné prvky/smerovníky/minismerovníky. Reagujeme tak na podnety partnerov z turistickej branže, predovšetkým hotelierov, v niektorých prípadoch aj na nespočetné sťažnosti návštevníkov mesta na chýbajúce, či poškodené značenie.

- **Obnova minismerovníkov.** V prvej polovici 2022 sa zrealizovala obnova a oprava minismerovníkov umiestnených v rámci Starého mesta, zreštaurovaných bolo 26 ks minismerovníkov, niektoré boli značne poškodené a niektoré bolo potrebné kompletne vymeniť. Cieľom bolo zachovávať jednotnú vizuálnu identitu týchto prvkov a nadväzovať na už existujúce. Minismerovníky slúžia v meste predovšetkým na navigáciu turistov, kde v rámci nich sú umiestnené dôležité body záujmu a uľahčujú ich pohyb po meste. Po týchto opravách boli všetky minismerovníky na území Starého mesta obnovené do pôvodného stavu.
- **Prekrytie amfiteátra na hrade Devín veľkoplošnou plachtou.** Projekt dočasného prekrytia chátrajúcej budovy starého Amfiteátra sa realizoval v spolupráci s MČ Devín, formou veľkoplošného banneru, na ktorom bola vyobrazená grafika budovy v čase, keď ešte naplno fungovala. Autorom vizuálu je Ondrej Bódiš, grafický dizajnér Magistrátu hl. mesta Bratislava. Keďže z bezpečnostných dôvodov nebolo možné prekrytie celej budovy, spodné časti a výklenky na streche boli natreté novým antigraffiti náterom.





## **Cykloprojekt: Projektová dokumentácia na stavbu cyklochodníka v úseku Jarovce – Kittsee**

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

Hlavným cieľom cyklotrás je odľahčenie preťaženej dopravnej infraštruktúry v meste a mestských častiach a to najmä znížením podielu využívania individuálnej automobilovej dopravy v prospech cyklistickej dopravy a dosiahnutie stavu, aby všetky mestské časti a štvrte v meste boli prístupné na bicykli pre všetkých (obyvateľov aj návštevníkov), bez ohľadu na vek.

Projekt realizácie dokumentácie k vybudovaniu cyklotrasy spájajúcej MČ Jarovce a rakúsku obec Kittsee bol realizovaný BTB s dôrazom na udržateľný cestovný ruch. Rozvoj cyklodopravy je zároveň jednou z priorít Hl. mesta Bratislava. BTB úzko konzultovala a spolupracovala na príprave a tvorbe zadania tejto požiadavky a taktiež na celkovej realizácii projektu so zástupcami a koordinátormi Hl. mesta Bratislava.

Cieľom projektu bola príprava projektovej dokumentácie vo forme zlúčeného projektu pre územné rozhodnutie, stavebné rozhodnutie a finálny realizačný projekt bezpečnej cyklotrasy spájajúcej MČ Jarovce a obec Kittsee. Na základe predpokladanej hodnoty zákazky na realizáciu projektovej dokumentácie bolo zistené, že plné financovanie projektovej dokumentácie cyklotrasy z rozpočtu na kapitálové výdavky nebolo možné, nakoľko by bol vo vysokej miere prekročený pôvodne plánovaný rozpočet projektu. Z toho dôvodu bola zrealizovaná projektová dokumentácia vo forme technickej štúdie. Tá bola odovzdaná oddeleniu cyklodopravy Magistrátu Hl. mesta Bratislava a bude v ďalších krokoch využitá:

- Na pripomienkovanie mestskou časťou Jarovce, odbornými oddeleniami magistrátu Hl. mesta Bratislava a Národnou diaľničnou spoločnosťou, a. s., na poklade pripomienok sa stanovil variant riešenia.
- Na základe vhodného variantu dal Magistrátu Hl. mesta Bratislava vypracovať dokumentáciu pre územné rozhodnutie a podnikol príslušné právne kroky na získanie územného rozhodnutia.
- Následne rozdelil stavbu na úseky, ktoré boli stavebne a majetkovo-právne celistvo riešiteľné a boli pre tieto úseky spracované dokumentácie pre stavebné povolenie, zároveň podnikol príslušné právne kroky na získanie stavebného povolenia.
- Na základe rozpočtov pre jednotlivé úseky boli tieto predložené do rozpočtu Magistrátu Hl. mesta Bratislava a následne sa na základe pridelených finančných prostriedkov konkrétne úseky začali realizovať.

Zámerom projektu bola realizácia cyklotrasy hlavného mestského okruhu číslo 8 v úseku Jarovce – Kittsee, dlhého približne 4,0 km. Cieľom projektu bolo vytvorenie bezpečnej

a spojenej cyklistickej komunikácie spájajúcej MČ Jarovce a Kittsee v nadväznosti na okolité pešie a cyklistické trasy. Prejazd cyklistov bol zabezpečený spojito obojsmerne po celej dĺžke. Projektová dokumentácia zahŕňala logické napojenie na už spracované a plánované pešie a cyklistické komunikácie v území. Vedenie cyklotrasy vychádzalo z vedenia hlavného mestského okruhu číslo 8, definovaného v Územnom genereli dopravy hlavného mesta SR, s variantným riešením v oblasti križovania diaľnice D4 a D1.

Účelom a prínosom projektu bolo vybudovanie cyklotrasy na intenzívne využívanom rekreačnom úseku spájajúci dve krajiny. Tento úsek môže zároveň zabezpečiť aj prípadnú cyklo dopravnú funkciu pre obyvateľov Kittsee dochádzajúcich do Bratislavy za prácou. Cyklochodník je posilnením cykloturizmu a cyklo-segmentu návštevníkov hlavne zo zahraničia, s napojením na existujúce medzinárodné a regionálne cyklotrasy, s dôrazom na rozvoj potenciálu prihraničnej spolupráce s Rakúskom. Zvýšenie návštevnosti Bratislavy a posilnenie pozície Bratislavy ako cyklodestinácie, môže podporiť zmysuplné trávenie voľného času v prírode a vzájomné spoznávanie prihraničných oblastí susedných krajín.

Prínosom bude zlepšenie podmienok aktívnej rekreácie v tejto oblasti, čím vzniká, multiplikačný efekt na rozvoj doplnkových služieb – ubytovanie, gastroslužby, atrakcie, požičovne a pod. Dôležitým bodom je taktiež blízkosť Jarovskej Bažantnice ako obľúbeného miesta Bratislavčanov v tomto okolí. Cieľom projektu bola aj podpora vzťahov medzi obyvateľmi Kittsee a Bratislavčanmi, ako cezhraničného územia s veľkým počtom obyvateľov pôvodom z Bratislavy.

## Obnova turistickej infraštruktúry

V 2022 bola v spolupráci s mestskými časťami a mestskými inštitúciami obnovená a čiastočne vybudovaná nová turistická infraštruktúra k novým alebo existujúcim atrakciám na podporu turizmu mesta.

- **Obnova a doplnenie turistickej infraštruktúry na Šancovej ulici.** V spolupráci s Magistrátom hl. mesta Bratislava a MIB sa BTB pokúsila zatriktívniť verejný priestor na Šancovej ulici (nárožie zastávky Pod stanicou v MČ Staré Mesto), relaxačná zóna v rámci mesta bola doplnená a zatriktívnená prvkami drobnej turistickej infraštruktúry ako sú historické lavičky, smetnými košmi, cyklostojanmi a inými prvkami drobnej turistickej infraštruktúry. Projekt bol realizovaný v synergii s revitalizáciou prostredia v centre mesta aj v nadväznosti na existujúcu drobnú turistickú infraštruktúru.

BTB zvyšuje štandard služieb a komfort priestoru vytvorením oddychového miesta pre turistov v centre s frekventovaným pohybom návštevníkov tak, aby mali možnosť jednoduchšej orientácie v lokalite, ktorá je jednou z najviac frekventovaných prestupných oblastí v Bratislave. Osadenie bolo realizované v zmysle platného manuálu verejných priestorov a jeho jednotlivých princípov a štandardov a ako ukážka moderného rýchlo rastúceho mesta. Bol taktiež obstaraný mobiliár a opláštenie rozvodovej skrine na osadenie na Šancovej/Štefanovičovej ulici.

- **Turistická infraštruktúra ZOO** – BTB nadviazala na podporu budovania infraštruktúry z roku 2021. V spolupráci so ZOO Bratislava BTB participovala na obnovení a doplnení drobnej turistickej infraštruktúry, materiálno-technického vybavenia, ktoré má slúžiť návštevníkom ZOO. Po vzájomnom odsúhlasení pristúpila BTB k obstaraniu dvoch detských lavičiek bez operadla a šiestich lavičiek pre dospelých bez operadla (rok 2021). Na spríjemnenie horúcich letných dní BTB rovnako obstarala šesť kusov hmlových brán (2021).

V roku 2022 BTB verejným obstarávaním zabezpečila doplňujúcu infraštruktúru – čerpadlá a príslušné vybavenie pre desať hmlových brán pre spríjemnenie pobytu návštevníkom v hlavnej sezóne a pre zvýšenie návštevnosti v čase horúčav. Zatraktívením verejného priestoru v destinácií prispieva BTB k zlepšeniu kvality zážitkov a komfortu trávenia voľného času.



### **Budovanie turistickej infraštruktúry v meste**

V spolupráci s MČ Staré Mesto sa BTB podieľala na vybudovaní slávnostného architektonického osvetlenia budovy Strednej priemyselnej školy strojníckej na Fajnorovom nábreží a budovy Propelleru na nábreží Dunaja v centre mesta. Zámerom projektu bolo vhodne navrhnutým a zvoleným osvetlením zvýrazniť historické objekty tak, aby sa upozornilo na rozmanité prvky architektúry a aby v plnej miere a bez rušivých vplyvov, vynikol osvetľovaný objekt. Prechádzka nočným mestom býva vyhladávaným zážitkom v každom väčšom meste. Práve v noci dostávajú historické budovy a pamiatky, ale i moderná

architektúra, osobitné čaro, ktoré zdôrazňuje ich majestátnosť a hodnotu aj pre budúce generácie.

### 1. Slávnostné osvetlenie Strednej priemyselnej školy strojníckej na Fajnorovom nábreží

Objekt školy je situovaný v centre Starého Mesta, na ľavom brehu Dunaja, na Fajnorovom nábreží, v turisticky atraktívnej lokalite a v susedstve významných historických pamätihodností ako je Slovenské národné múzeum, Filozofická fakulta Univerzity Komenského a Osobný prístav. Budova je so špecificky tehlovou fasádou, slávnostné osvetlenie rieši ilumináciu pre hlavné pohľady od nábrežia – priechelie budovy a nárožia z Prešnerovej a Múzejnej ul.

Riešenie slávnostného osvetlenia je naviazané na osvetľovaciu sústavu verejného osvetlenia – svietidlá boli inštalované na stožiare verejného osvetlenia a napájané z rozvodu verejného osvetlenia. neprišlo k žiadnemu rušivému zásahu do budovy.

### 2. Budova Propeleru na Rázusovom nábreží

Objekt sa nachádza v blízkosti Slovenskej národnej galérie a ďalších historicky a kultúrne významných budov ako napr. národná kultúrna pamiatka Reduta, Esterháziho a Dežöfiho paláca. Bola postavená v roku 1931 a pôvodne slúžila ako zastávka kyvadlového plavidla Propeler.

Navrhované slávnostné osvetlenie prispelo k zvýrazneniu objektu v priestore pri stredných a blízkych pohľadoch od Mostovej ulice, resp. Námestia Ľudovíta Štúra a z nábrežnej promenády na Rázusovom nábreží, zo strany od Dunaja, v pohľadoch z Petržalského nábrežia, z mostu SNP, resp. od Starého mosta.

Prirodzeným prínosom aktivity bolo zatriaktívnenie verejného priestoru v centre mesta, oživenie dunajského nábrežia, čo synchronne súvisí so zvýšením návštevnosti a zlepšením kvality zážitkov a komfortu trávenia voľného času návštevníkov. V celostnom meradle ide o zvýšenie cestovného ruchu a podporu regionálneho rozvoja.





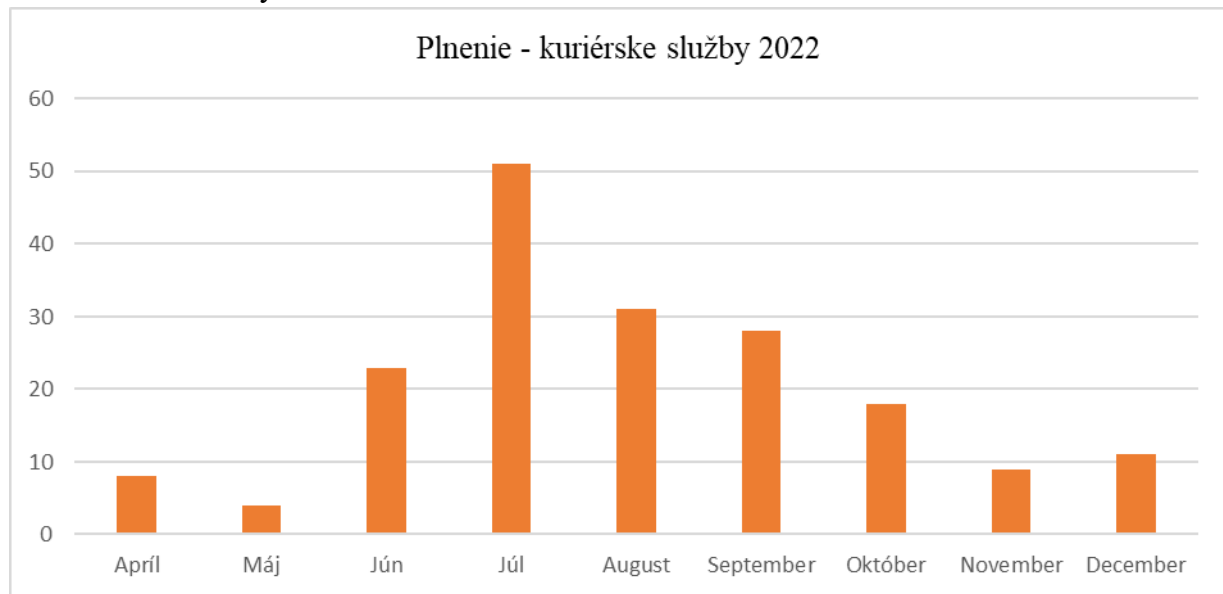
## Zásobovanie – informačná infraštruktúra

V roku 2022 pokračovala BTB v aktivite priameho zásobovania turistických bodov podľa záujmu tlačnými propagačnými materiálmi. Tieto body sú predovšetkým ubytovacie zariadenia, múzeá, galérie, informačné centrá ako aj zásobovanie stojanov na tlačné propagačné materiály. Situáciu ovplyvnila končiaca sa pandémia COVID-19, z dôvodu ktorej prišlo k istej redukcii „štandardných“ výkonov a reálne výkony boli čiastočne znížené.

Rozvozy propagačných materiálov boli vykonávané primárne v Bratislave a v centre Bratislavy, vo väčšej miere boli zariadenia cestovného ruchu a iné body zásobované na ich adresnú a konkrétnu požiadavku. Napríklad: Bratislavský hrad, Hlavná železničná stanica, spoločnosť LOD, Hotel Lindner, Primaciálny palác, Hraničný prechod Jarovce – Kittsee, Hostel Patio, Areál Divoká voda, Flora Tour, Blue Danube Tour, Twin City Liner, Letisko M. R. Štefánika, Martineum, Galéria Danubiana, Františkánsky kostol, SNM, Double Tree by Hilton, AC Hotel by Marriot, Hotel Matyšák, Hotel Devín, Hotel Premium, Hotel Tatra, River Park, Sheraton a iné. Pravidelne bolo zásobované aj turistické informačné centrum vo Viedni, ktoré prevádzkuje BRT.

Na základe zmluvy z verejného obstarávania sú v nákladoch aj skladovacie služby, manipulácia s propagačným materiálom a samotné výkony zásobovacích služieb. Vzhľadom na post-pandemickú situáciu boli rozvozy riešené v menšej frekvencii vo vyššom počte.


**Graf 12:** Prehľad výkonov zásobovacích služieb 2022



\* Vlastné spracovanie.

Centrálny sklad propagačných materiálov je na Prievozskej ulici 34, a ďalší na Uršulínskej ulici 6, Bratislava. V rámci tejto služby boli zabezpečované všetky preberania propagačných materiálov na sklad, ich zdokumentovanie a denná evidencia.



A woman in historical attire, including a black cap and a brown patterned jacket with a white ruffled collar, is riding a white horse. She is waving her right hand. The horse is equipped with a black harness and a saddle. In the background, a large white castle with a red roof and several towers is visible. A crowd of people is gathered behind a fence in the foreground. A banner with a coat of arms is also visible on the right side of the image.

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



Nevyhnutným predpokladom na cielené, koncepčné, systematické a výsledkovo orientované riadenie destinácie z manažérskeho a marketingového hľadiska, je existencia strategického materiálu, ktorý vychádza z analýzy interného a externého prostredia, pričom sa zohľadňujú faktory s priamym vplyvom na cestovný ruch, ako aj faktory vplývajúce na všeobecnú situáciu na trhu, ktoré majú tiež výraznú schopnosť ovplyvňovať dianie v cestovnom ruchu.

Strategické analýzy, dokumenty, štúdie sú podstatné pre strategické plánovanie dlhodobých strednodobých aj krátkodobých činností BTB. V roku 2022 bola zrealizovaná analýza, týkajúca sa postoja a nastavenia domáceho obyvateľstva k hlavnému mestu ako destinácie na trávenie dovolenky.

### **Ciele BTB, ktoré sú dosahované realizáciou aktivít v oblasti strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistík a prieskumov:**

- Zabezpečenie zberu dát a údajov;
- Získanie zatiaľ nepoznaných údajov o výkonoch cestovného ruchu v Bratislave;
- Získanie argumentov pre diskusie s kompetentnými orgánmi o potrebe podpory cestovného ruchu;
- Získanie podkladov, na základe ktorých je možné kvalifikovane hodnotiť trh cestovného ruchu (leisure a MICE) v Bratislave;
- Získanie relevantných informácií pre podnikateľské subjekty v CR, partnerov a členov, združenia a asociácie v CR, miestne, regionálne samosprávy;
- Lepšie negotačné postavenie organizácie vo vzťahu ku kompetentným orgánom;
- Lepšia východisková situácia organizácie v obhajovaní potreby podpory MICE aj leisure segmentu;
- Existencia kľúčových smerodajných východísk pre inštitúcie a subjekty zainteresované na rozvoji cestovného ruchu;
- Generovanie rôznorodých a štruktúrovaných dát pre destinačný manažment.

## **Koncept pre domáci cestovný ruch**

Predmetom projektu bolo vypracovanie analýzy – Konceptu pre domáci cestovný ruch zameranej na identifikovanie bariér cestovného ruchu v Bratislave, ktoré sú dlhodobým problémom destinácie. Hl. mesto SR Bratislava stále čelí častému negatívnemu imidžu domácich návštevníkov, ktorí uprednostňujú okolité krajiny alebo iné časti Slovenska.

Koncept pre domáci cestovný ruch vychádza zo silných negatívnych bariér domáceho cestovného ruchu v hlavnom meste SR Bratislave, kde neustále pretrváva negatívny vzťah obyvateľov Slovenska k svojmu hlavnému mestu Bratislava. Je logické, že následne hlavné mesto nie je uvažované, hľadané a ani vyberané ako dovolenková destinácia, či city break. Tento fakt vzťahu hlavného mesta a krajiny je známy aj z početných miest sveta a Európy, ale môže mať rôzne korene.

Zámerom Konceptu pre domáci cestovný ruch bolo posúdiť a nastaviť zmenu vzťahu formou zisťovania dát a následne vytvoriť ich analýzu. Obsahová štruktúra dokumentu bola

realizovaná formou primárneho prieskumu medzi domácimi turistami a následne boli výsledky primárneho prieskumu spracované s cieľom stanoviť a profilovať hlavné bariéry DCR z negatívneho vnímania, príčiny, ktoré zhoršujú pozíciu Bratislavy a dôvody prečo obyvatelia Slovenska uprednostňujú okolité krajiny, príp. iné destinácie v SR pred Bratislavou. Súčasťou analýzy bolo aj identifikovanie zásadných a dominantných tém, ktoré by mali byť prezentované a asociované s Bratislavou a taktiež určenie cieľových skupín, na ktoré je potrebné sa orientovať s efektívnymi komunikačnými nástrojmi, ktoré majú potenciál zaujať a osloviť.

Výskumná metóda bola stanovená formou skupinových diskusií, ktorá spočívala vo voľnej diskusii účastníkov pod vedením moderátora s cieľom získať postoje, potreby a názory účastníkov k danej téme.

Cieľovou skupinou pre skupinové diskusie boli obyvatelia Slovenska s výnimkou Bratislavského kraja, ktorí majú neutrálny alebo negatívny postoj k Bratislave a zároveň ju považujú za neatraktívne (skôr, úplne) miesto pre trávenie dovolenky či pobytu. Celkovo bolo zrealizovaných 6 online skupinových diskusií, trvanie jednej bolo približne 90 minút. Respondenti boli rozdelení do skupín na základe bydliska – východ (Košický a Prešovský kraj), stred (Žilinský a Banskobystrický kraj) a západ (Trnavský, Nitriansky a Trenčiansky kraj).

V skupinových diskusiách boli rozoberané jednotlivé témy či postoje viac do hĺbky a viac boli skúmané dôvody prečo je to tak, bariéry či motivácie. Ide o názory jednotlivcov (celkom 36), na základe ktorých nie je možné zovšeobecniť postoje k pobytu v Bratislave či vzťahu k Bratislave na širšiu populáciu.

Záver z diskusií naznačili, že takmer všetci respondenti už absolvovali pobyt v Bratislave, v rôznej dĺžke, niektorí využili komerčné ubytovanie, iní mali možnosť prespať u známych. Uvádzali, že hlavné pamiatky už majú navštívené a až tak ich neláka opätovná návšteva Bratislavy. Tu je nutné podotknúť, že u väčšiny respondentov je viac v oblúbe príroda alebo wellness, čo je hlavný dôvod, prečo nie je pre nich až tak atraktívna. Na otázku opätovného pobytu prevažovala negatívna odpoveď.

Negatíva Bratislavy videli respondenti hlavne v samotnom meste, je podľa nich uponáhľané, príliš rušné, hlučné, preplnené, s hustou zástavbou. Vytýkali komplikácie s dopravou, parkovaním, ale aj finančnú náročnosť v ubytovaní, službách, gastronomickom sektore, atrakciách. Ďalším negatívom sú podľa respondentov ľudia, často spomínali arogantných šoférov, ale aj ostatých, ktorí sú povýšeneckí a z mesta sa vytráca ľudskosť.

Respondentom boli ukázané obrázky TOP atrakcií v Bratislave. V každej skupine najviac zaujala Danubiana, ktorú považujú atraktívnu hlavne kvôli krásnemu prostrediu v prírode. Niektorí respondenti o tejto galérii ani nevedeli či nikdy o nej nepočuli. Z ostatných atrakcií ešte zaujal hrad Devín, opäť kvôli prostrediu. Viacerí uviedli, že dané atrakcie už videli, resp. ich navštívili a neláka ich opätovná návšteva, niektorí by sa ešte radi pozreli na vyhladku Mosta SNP, či na Tyršák.

Bratislava bola porovnávaná s Košicami, alebo okolitými hlavnými mestami. Oproti iným mestám jej chýba pompéznosť, viac možností – atrakcií, pamiatok, a hlavne atmosféra, duša. Bratislava má smolu v tom, že nemá veľké centrálné námestie či ulicu, všetko je v nej rozkúskované.





GALÉRIA NEDBALKA



GALÉRIA

NEDBALKA

ZAVEDENIE A UDRŽIAVANIE  
HODNOTIACEHO SYSTÉMU  
KVALITY SLUŽIEB



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

Napriek tomu organizácia BTB reaguje na potrebu hodnotenia kvality služieb a vynakladá nemalé úsilie na zavedenie a účinné prevádzkovanie efektívneho systému hodnotenia kvality služieb. BTB založila svoj vlastný systém hodnotenia služieb na poskytovaní verejnej WIFI siete v centre mesta a v turistickom informačnom centre. Súčasťou aktivity je aj pravidelné sčítavanie návštevníkov v miestach najväčšieho pohybu návštevníkov destinácie.

V roku 2022 BTB pokračovala v projekte z roku 2021 – Sčítanie návštevníkov v Mestskom lesoparku, kde boli zmapované mesiace apríl, máj, jún 2022.

Taktiež sa BTB v roku 2022 podarilo nadviazať na strategický dokument BTB z januára 2022 – Pilotný projekt hodnotenia kvality: „Metodika vyhodnocovanie kvality podľa jednotlivých služieb cestovného ruchu pre BTB“, ktorý popisuje všeobecnú analýzu hodnotenia kvality služieb so špecifikáciou v podmienkach jednotlivých segmentov poskytovaných služieb.

Analýza bola realizovaná a spracovaná formou vyhodnotenia kvality služieb, ktoré poskytujú subjekty cestovného ruchu v hl. meste SR Bratislava podľa jednotlivých kategórií služieb cestovného ruchu. Dokument poskytuje reálnu kompletnú analýzu poskytovaných služieb subjektov cestovného ruchu podľa jednotlivých kategórií služieb.

### **Ciele BTB, ktoré sú dosahované realizáciou aktivít v oblasti zavedenia a udržiavania hodnotiaceho systému kvality služieb:**

- Zvýšenie kvality poskytovaných služieb CR v destinácii;
- Šírenie osvedy o význame kvality poskytovaných služieb medzi subjektami CR;
- Funkčné a technologické zefektívnenie poskytovania služieb v TIC;
- Rast kvality služieb v CR;
- Rast povedomia o potrebe zabezpečenia kvalitných služieb;
- Rast spokojnosti návštevníkov v destinácii;
- Rast spokojnosti návštevníkov TIC;
- Získanie osobného názoru užívateľov na účely skvalitnenia služieb.

## Analýza verejnej free WiFi siete v centre mesta a 3D scanner v TIC

BTB poskytuje free WiFi signál v TIC na Klobučníckej ul., ktorý dopĺňa verejnú WiFi sieť. Nadstavbou je systém splash screen, na získavanie informácií na účely hodnotenia kvality služieb a 3D scanner – analytický nástroj na snímanie prichádzajúcich/odchádzajúcich návštevníkov, zaľudnenosti, distribúcie návštevnosti v čase, počtu vstupov a pod.

Na základe týchto informácií získava BTB cenné údaje o návštevníkoch, s ktorými môže pracovať a ktoré môže poskytnúť aj svojim partnerom na účely zvyšovania kvality služieb v cestovnom ruchu. V záujme skvalitňovania a vylepšovania získavaných údajov organizácia BTB rozšírila moduly zariadenia, skvalitnila obsah v rámci jednotlivých jazykových mutácií a zabezpečila monitorovací systém v priestoroch TIC.

BTB sa finančne spolupodieľa na prevádzke a promovaní verejnej WiFi siete VisitBratislava v centre mesta Bratislavy formou 21 „uzlov“ alebo vysieláčov signálu na pripojenie k internetu (od 1. 11. 2022 je uzlov 28!). Viac informácií sa nachádza v časti Infraštruktúra CR. BTB spustila dňa 24.5.2019 do ostrej prevádzky dobrovoľný dotazník, ktorý môže užívateľ WiFi siete pri úvodnej registrácii vyplniť. Dosah signálu je od 300 do 500 metrov, avšak v zastavanej časti mesta to môže byť menej, tzv. rádiový tieň.

Pri úvodnej registrácii do WiFi siete VisitBratislava môže užívateľ na dobrovoľnej báze vyplniť dotazník, ktorý obsahuje 5 otázok buď v slovenskom jazyku alebo v anglickom jazyku.

1. Krajina pôvodu návštevníka;
2. Vek návštevníka (kategórie na výber: 17-, 18-30, 31-45, 46-60, 61+);
3. Aký dlhý čas návštevník strávi/l v Bratislave (kategórie na výber: 1 deň, 1 noc, 2 dni, 3 noci +, žijem tu);
4. Hodnotenie úrovne služieb v Bratislave (kategórie na výber: najlepšia, dobrá, stredná, zlá, najhoršia);
5. Dopravný prostriedok, ktorým sa turista dostal do Bratislavy (autobus, auto, bicykel, lietadlo, loď, vlak);
6. Dôvod príchodu do Bratislavy (MICE/biznis, Relax, Pamiatky a kultúra, Párty, Rodinný výlet, Šport);

Respondent má na výber 5 možností od 1 (najlepšia) po 5 (najhoršia).

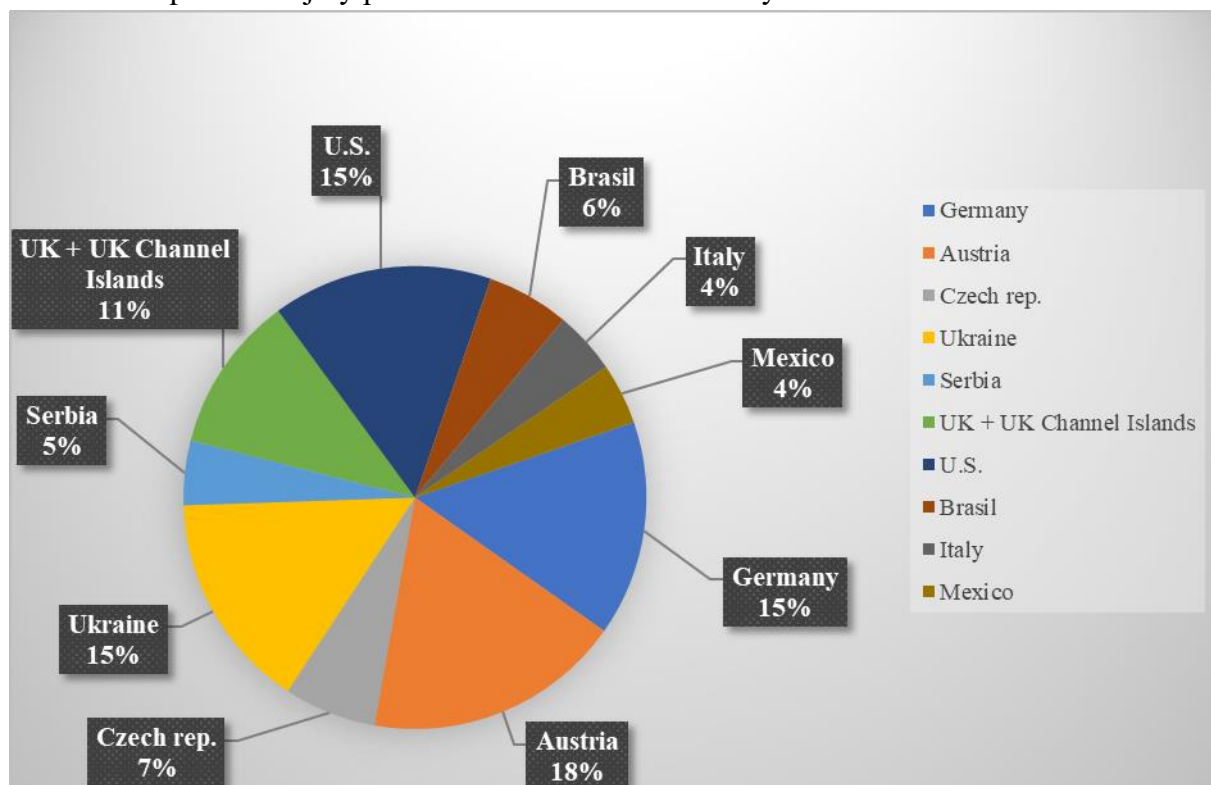
Štatistická vzorka pozostáva zo 48 054 osôb. Táto vzorka je plne anonymná, ide výlučne o zahraničných návštevníkov. Systémovo nie je možné priradiť žiadnu relevantnú osobnú informáciu ku konkrétnej osobe v rámci GDPR. Z tejto vzorky sú vylúčení obyvatelia Bratislavy a slovenskí návštevníci Bratislavy, z dôvodu nejednoznačnosti určenia jednej alebo druhej skupiny. Zo vzorky boli taktiež vylúčení aj užívatelia so slovenským operačným systémom zariadení pripájaných do WiFi siete VisitBratislava ako aj užívatelia, ktorí nevyplnili jednu alebo viac z otázok v dotazníku. Do výslednej vzorky sú zahrnutí užívatelia



registrovaní vo WiFi sieti VisitBratislava v danom období, ktorí vyplnili kompletne dotazník, nie sú slovenskej štátnej príslušnosti a sú anonymní.

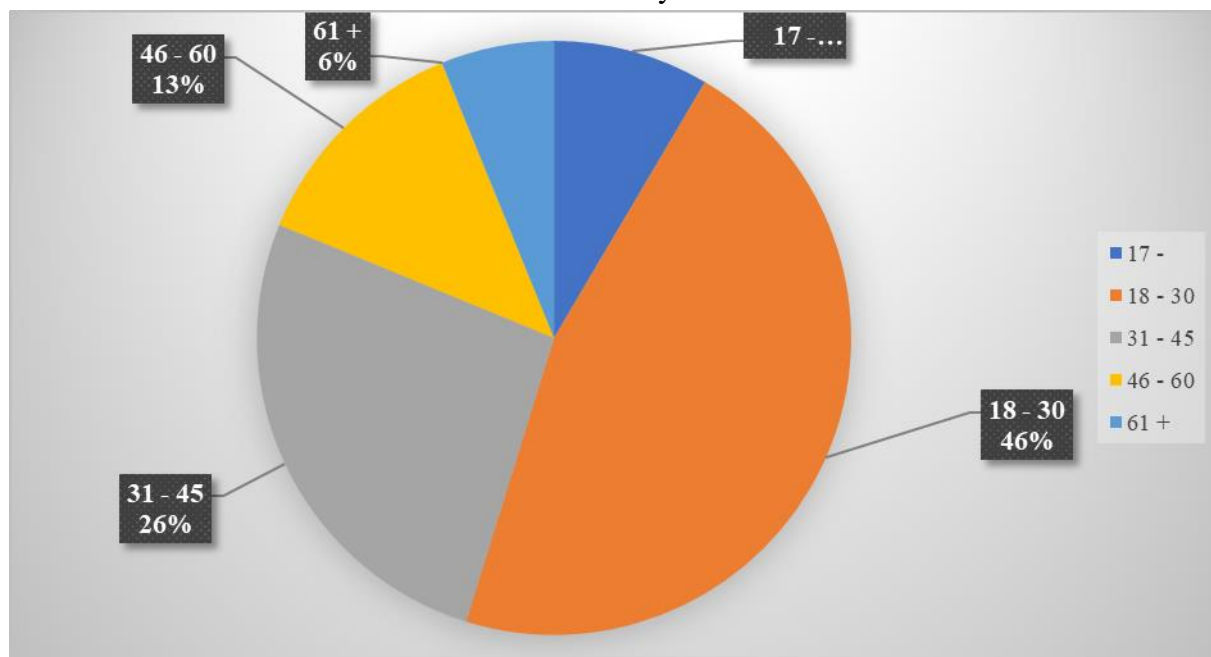
**Výsledky z dotazníka pri úvodnej registrácii do WIFI siete VisitBratislava za obdobie 1.1.2022 – 31.12.2022**

**Graf 13: Top 10 – Krajiny pôvodu návštevníkov Bratislavy**



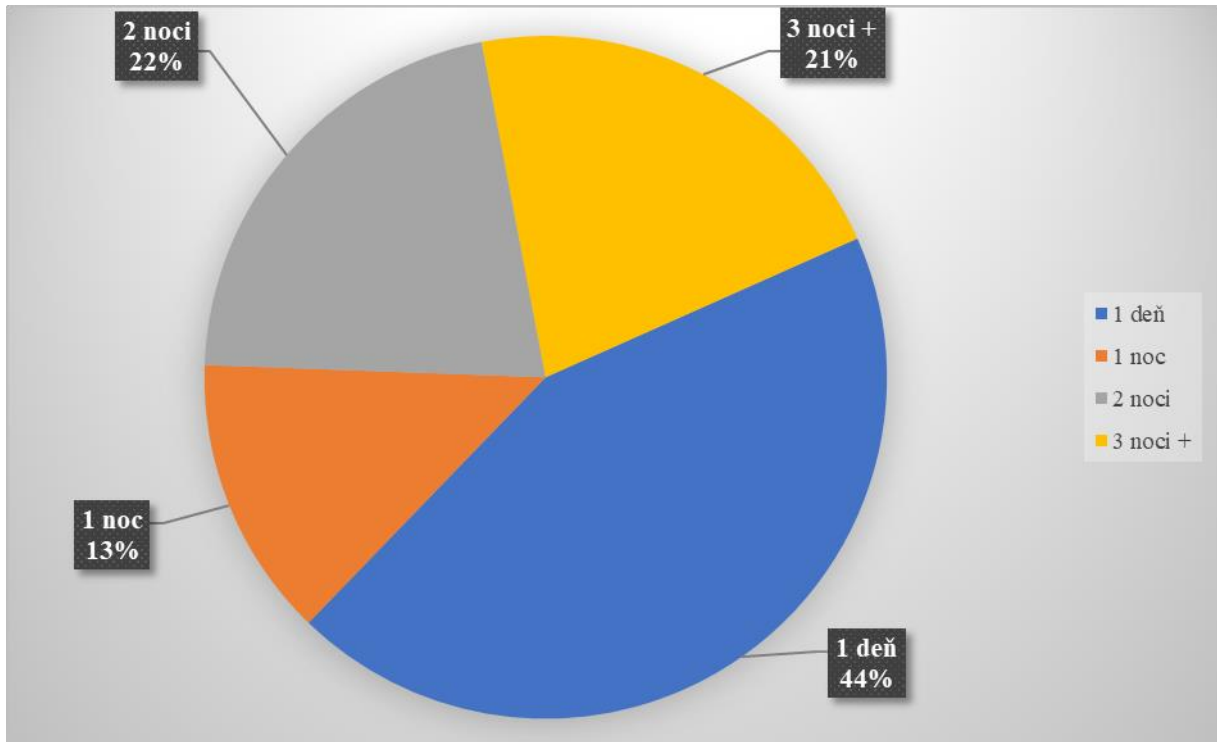
\*Vlastné údaje: Analýza dotazníka pri registrácii do wifi VisitBratislava, 1. 1. – 31. 12. 2022.

**Graf 14: Veková štruktúra návštevníkov Bratislavy**



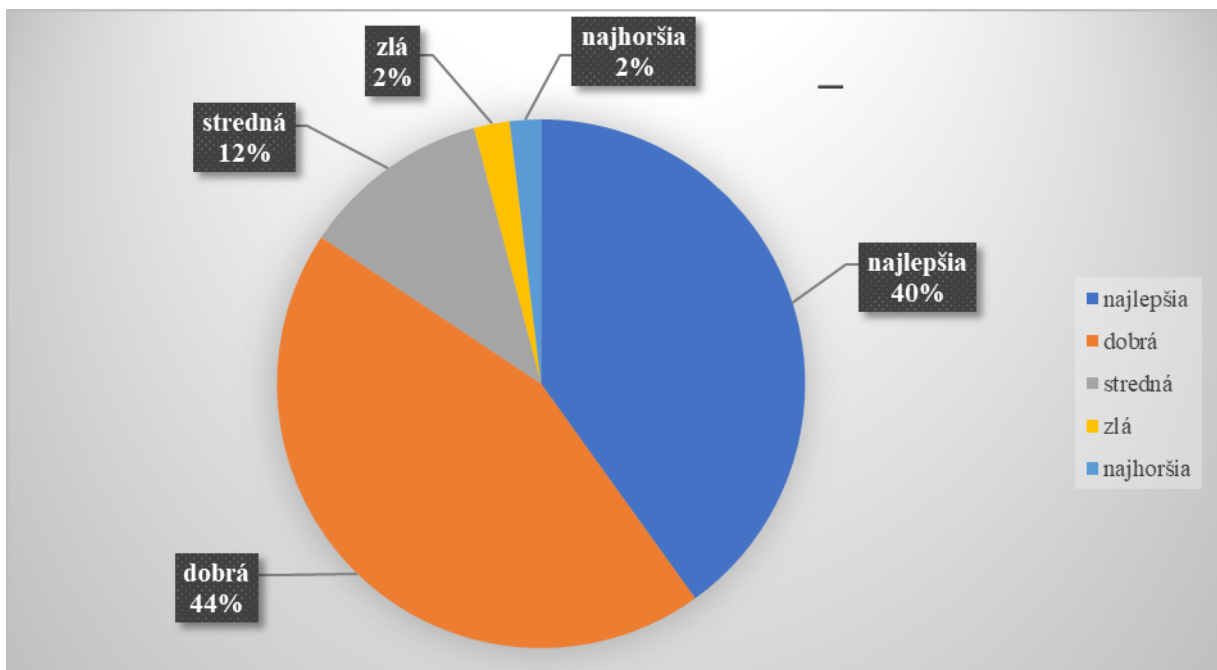
\*Vlastné údaje: Analýza dotazníka pri registrácii do wifi VisitBratislava, 1. 1. – 31. 12. 2022.

**Graf 15:** Dĺžka pobytu návštevníkov v Bratislave



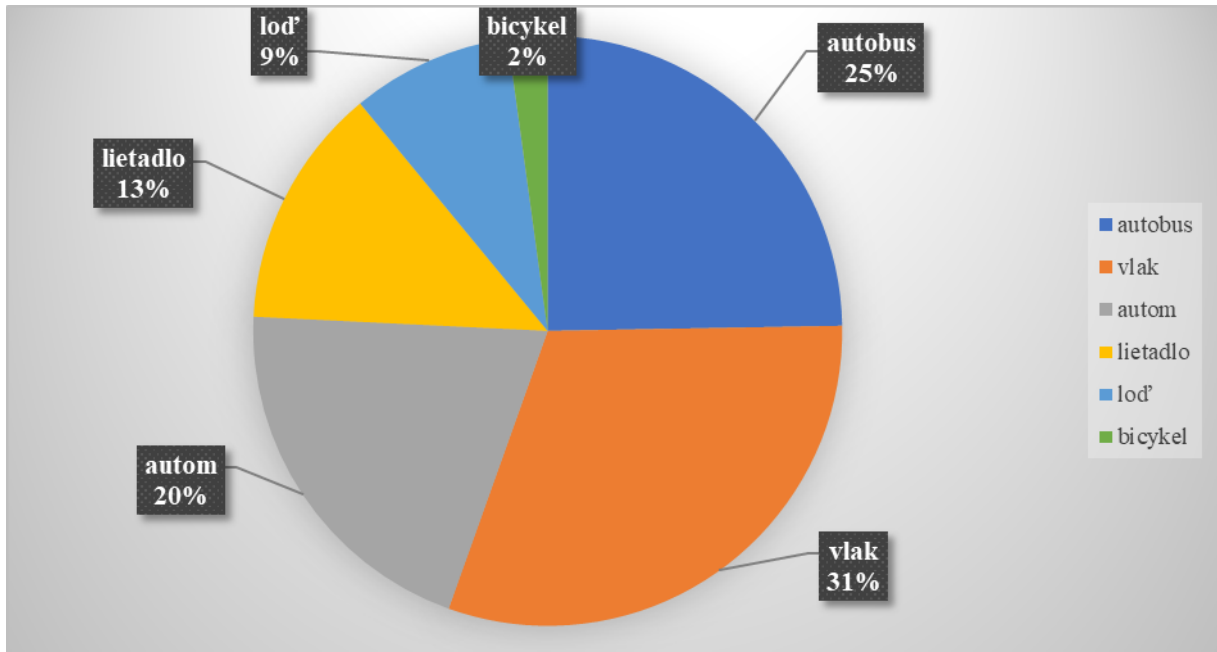
\*Vlastné údaje: Analýza dotazníka pri registrácii do wifi VisitBratislava, 1. 1. – 31. 12. 2022.

**Graf 16:** Hodnotenie úrovne služieb v Bratislave



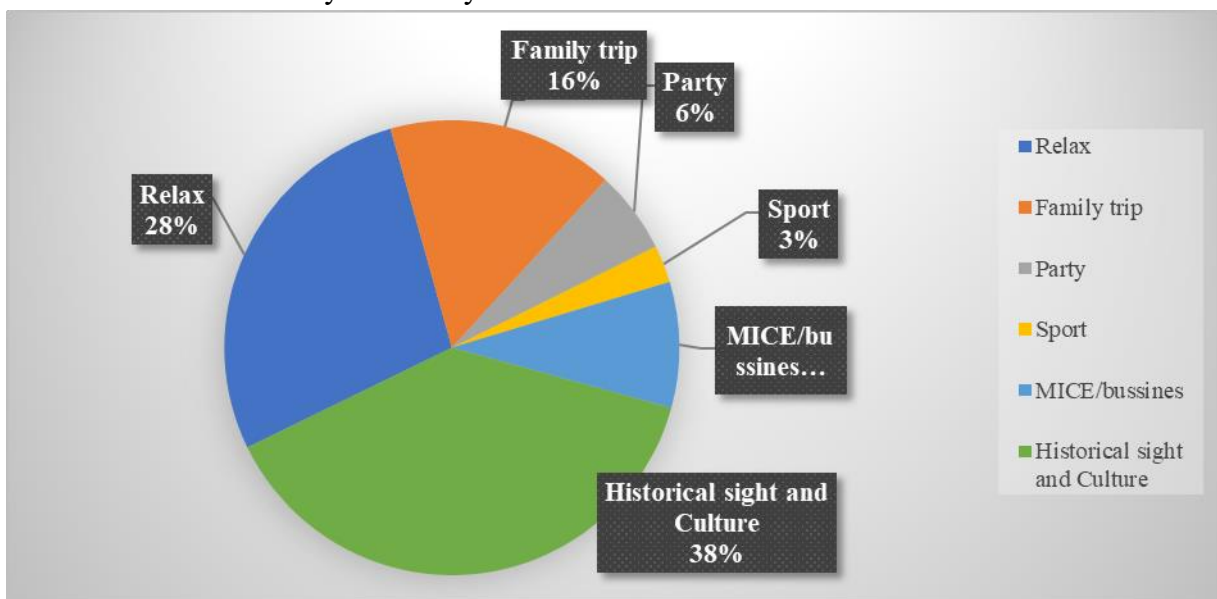
\*Vlastné údaje: Analýza dotazníka pri registrácii do wifi VisitBratislava, 1. 1. – 31. 12. 2022.

**Graf 17:** Spôsob dopravy do Bratislavy



\*Vlastné údaje: Analýza dotazníka pri registrácii do wifi VisitBratislava, 1. 1. – 31. 12. 2022.

**Graf 18:** Dôvod návštevy Bratislavy



\*Vlastné údaje: Analýza dotazníka pri registrácii do wifi VisitBratislava, 1. 1. – 31. 12. 2022.



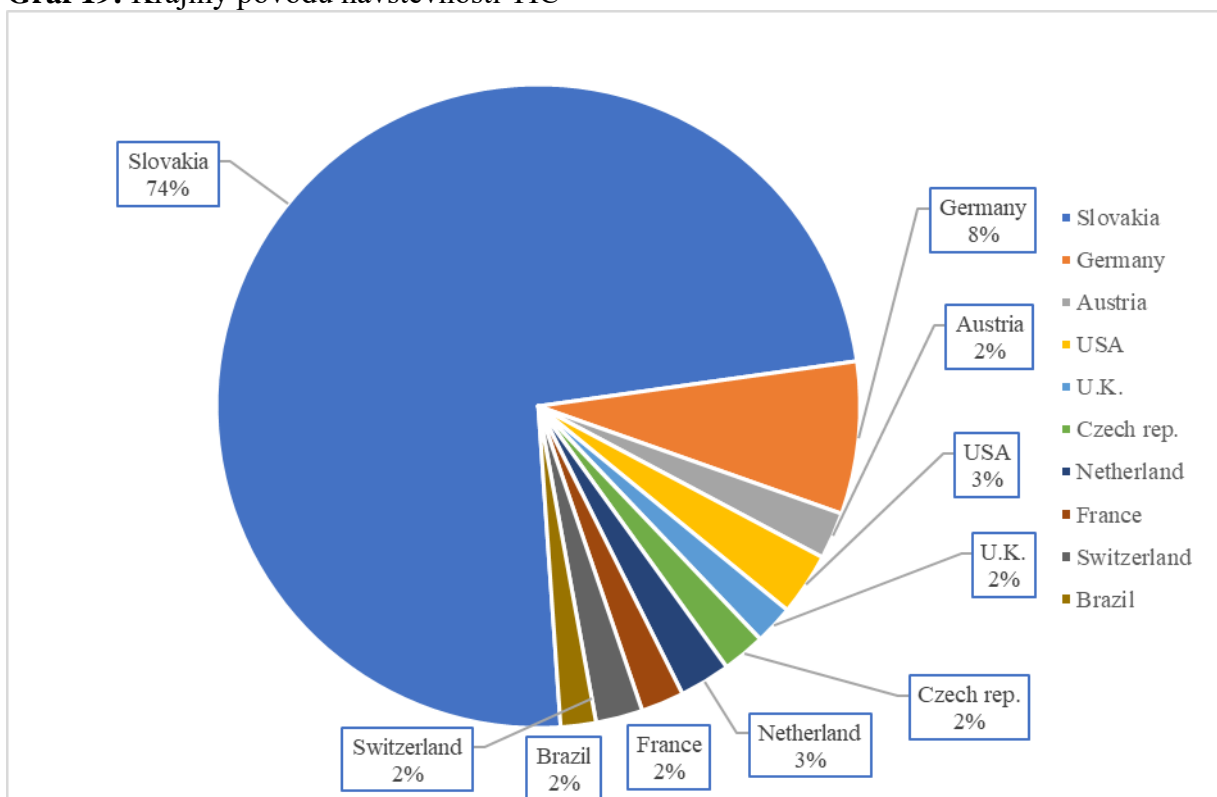
BTB zároveň poskytuje WiFi signál v Turistickom informačnom centre na Klobučnickej ulici. Analyzované obdobie bolo obdobie od **1. 1. 2022 – 31. 12. 2022**, pri prihlásení sa do WiFi siete VisitBratislava v TIC musí návštevník vyplniť krátky dotazník ohľadom svojho pobytu. Zároveň je meraná hustota pohybu cez tzv. WiFi šum, tzn. že je možné identifikovať návštevnosť v TIC počas otváracích hodín či mieru návštevnosti informačného centra vzhľadom na počet ľudí, ktorí prechádzajú okolo prevádzky. Vstupnými informáciami pre analýzu sú teda údaje poskytnuté návštevníkmi TIC prostredníctvom tzv. splash screenu (ako podmienka) pre pripojenie k WiFi free signálu v TIC.

Údaje sa týkajú:

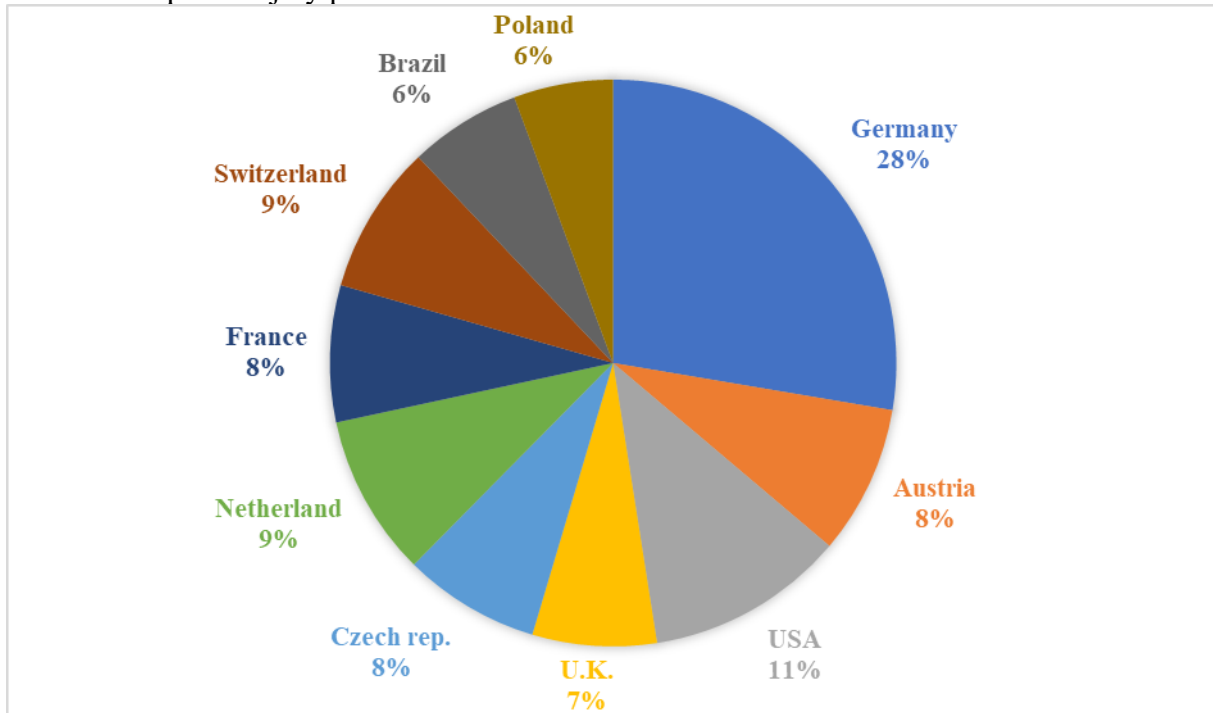
1. Krajinu pôvodu;
2. Vekovú kategóriu (17-, 18-30, 31-45, 46-60, 61+);
3. Dĺžka pobytu v BA (1 deň, 1 noc, 2 noci, 3+ noci);
4. Ako ste spokojný so službami v cestovnom ruchu? (hodnotenie od 1 do 5);
5. S ktorými službami ste najmenej spokojný v Bratislave? (výber z nasledovných: Doprava, Gastro, Informovanosť, Ľudský faktor/ochota, Nemá skúsenosť).

Celkovo bolo počas roka zozbieraných 601 prihlásení s kompletným vyplnením dotazníka, z toho Slovensko 376 klientov a cudzinci 225 osôb. Ďalšou sledovanou kategóriou bol WiFi signál mobilných zariadení v TIC a v bezprostrednom okolí TIC.

**Graf 19:** Krajiny pôvodu návštevnosti TIC

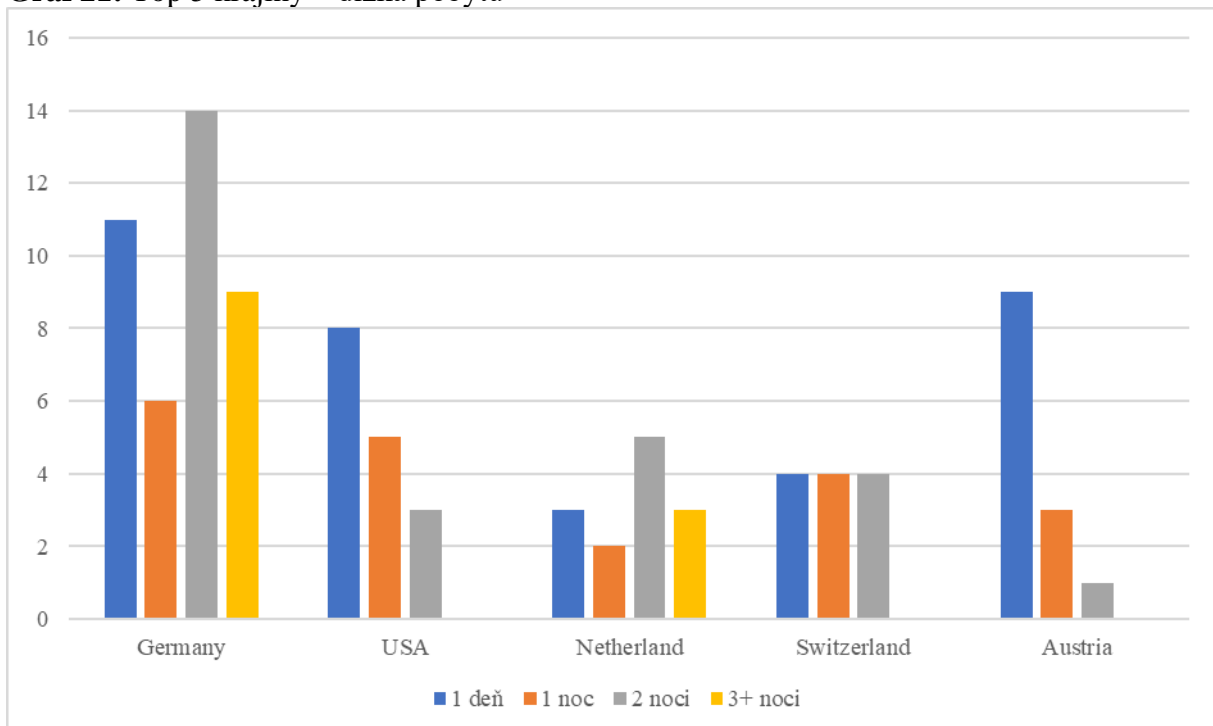


\* Vlastné dáta: Analýza návštevnosti TIC prostredníctvom wifi signálu a zariadenia 3d skener „people counter“.

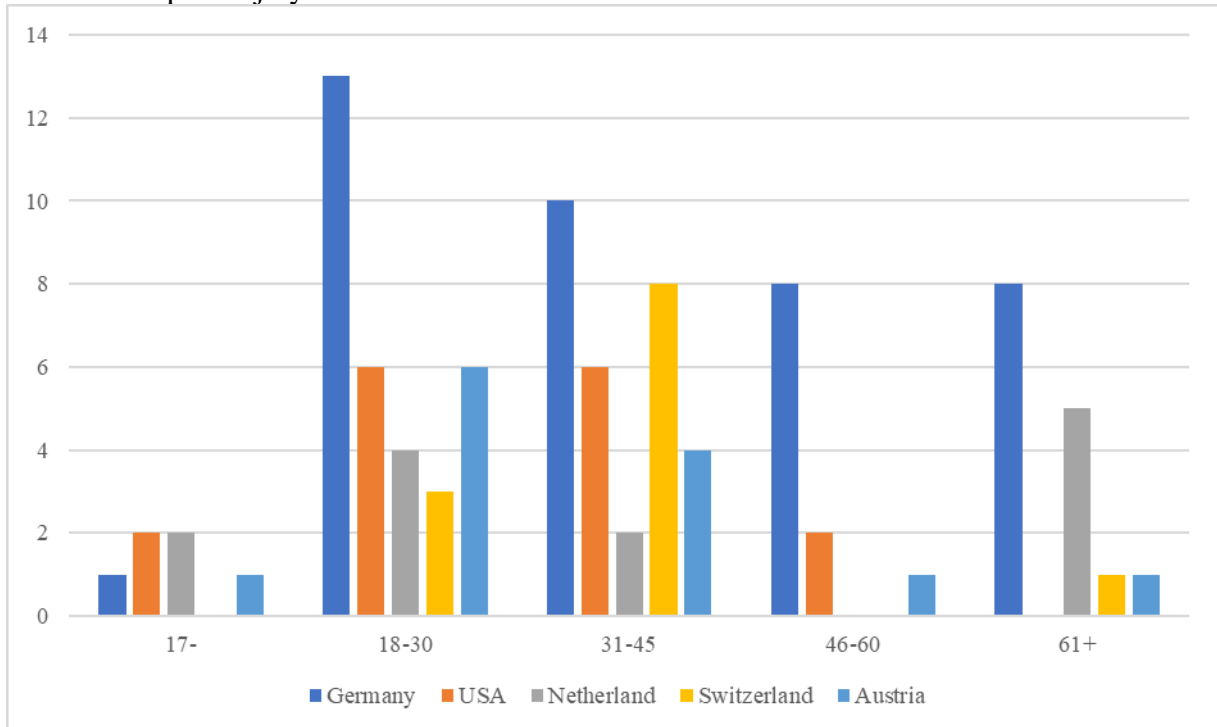
**Graf 20: Top 10 krajiny pôvodu**


\* Vlastné dáta: Analýza návštevnosti TIC prostredníctvom wifi signálu a zariadenia 3d skener „people counter“.

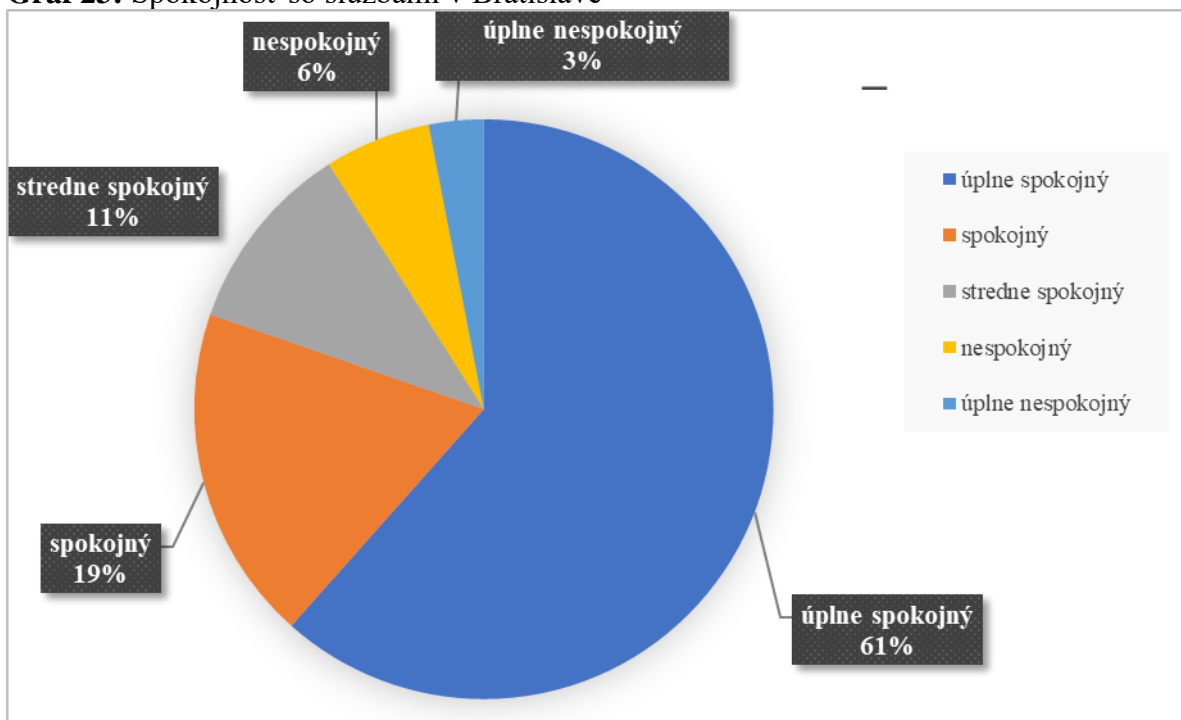
- Dominantnou skupinou zahraničných návštevníkov v TIC sú návštevníci z Nemecka a USA: 39%

**Graf 21: Top 5 krajiny – dĺžka pobytu**


\* Vlastné dáta: Analýza návštevnosti TIC prostredníctvom wifi signálu a zariadenia 3d skener „people counter“.

**Graf 22: Top 5 krajiny – veková štruktúra**


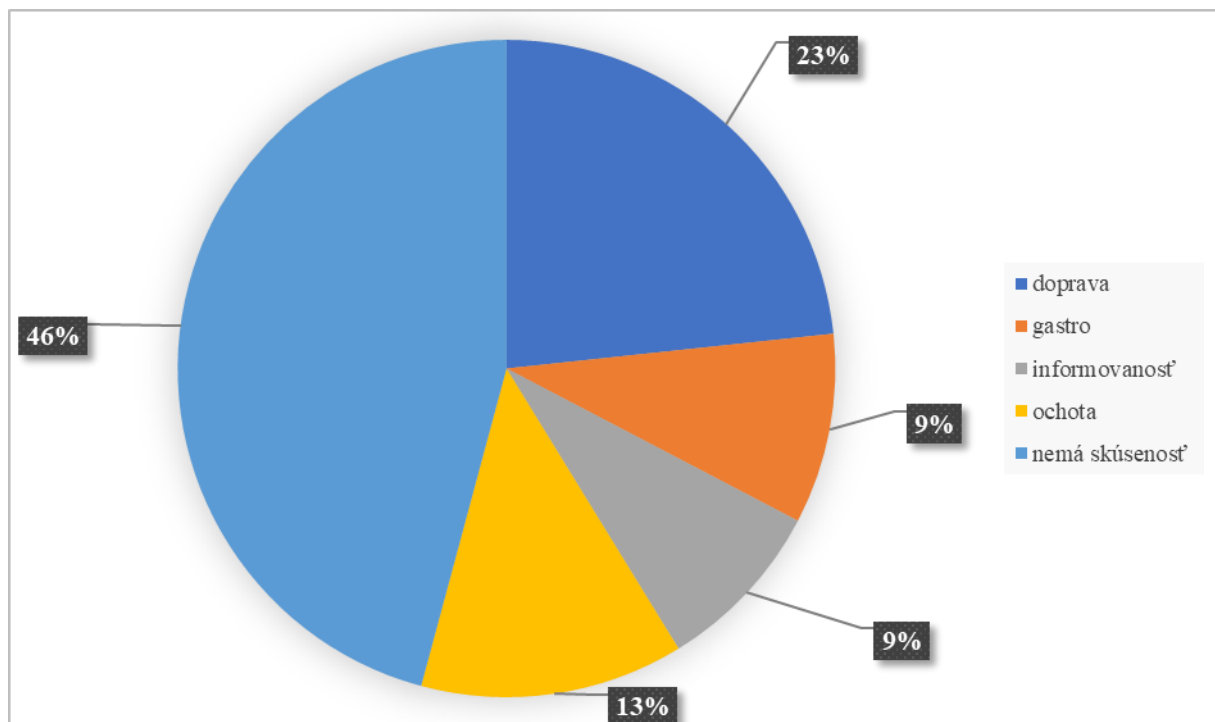
\* Vlastné dáta: Analýza návštevnosti TIC prostredníctvom wifi signálu a zariadenia 3d skener „people counter“.

**Graf 23: Spokojnosť so službami v Bratislave**


\* Vlastné dáta: Analýza návštevnosti TIC prostredníctvom wifi signálu a zariadenia 3d skener „people counter“.



**Graf 24:** Oblasť služieb s najnižšou spokojnosťou v Bratislave



\* Vlastné dáta: Analýza návštevnosti TIC prostredníctvom wifi signálu a zariadenia 3d skener „people counter“.

#### Záver analýzy:

- Počas roka 2022 navštívilo TIC Klobučnícka 73 398 návštevníkov;
- Dominantnou skupinou zahraničných návštevníkov v TIC sú návštevníci z Nemecka; USA, Rakúska a Holandska: 56%;
- Dominantnou skupinou z hľadiska veku je veková kategória 31 – 45, priemer – 31% (informácia môže byť skreslená, keďže smartphone vlastní predovšetkým mladšie vekové kategórie, staršie sa spoliehajú na verbálne informácie);
- Najväčšia intenzita návštevnosti počas dňa je medzi 13.00 až 14.00 hod, po obedňajšej prestávke;
- Priemerný čas strávený vo vnútri TIC je viac ako 8 min.;
- Najväčšia intenzita návštevnosti v dňoch počas týždňa je utorok, piatok, sobota;
- Návštevníci z Nemecka majú najvyšší podiel prenocovania 3+ noci.

Od 1. 1. 2020 je nasadený modul people counter – veľmi presné merania počtu návštevníkov a taktiež je doplnený dotazník o meranie spokojnosti so službami v Bratislave a najhoršou službou v Bratislave.

## Sčítanie návštevníkov v mestskom lesoparku

Prieskum návštevnosti Bratislavského lesoparku (ďalej len Lesopark) bol uskutočnený v spolupráci s Mestskými lesmi v Bratislave. Organizácia Mestské lesy v Bratislave (ďalej len MLBA) stanovila základné parametre získania dát/prieskumu, resp. sčítavania návštevníkov Lesoparku.

Parametre, ktoré MLBA stanovili boli: skupiny návštevníkov (peší návštevníci, cyklisti a pod.), presné lokality (miesta vstupov) návštevníkov do Lesoparku, konkrétne dni, v ktorých sčítanie má prebehnúť, konkrétne časy (periódy), kedy má sčítavanie prebehnúť, ak bolo nutné, tak aj určenie smerov vstupov, odkiaľ a kam návštevník vchádza do Lesoparku.

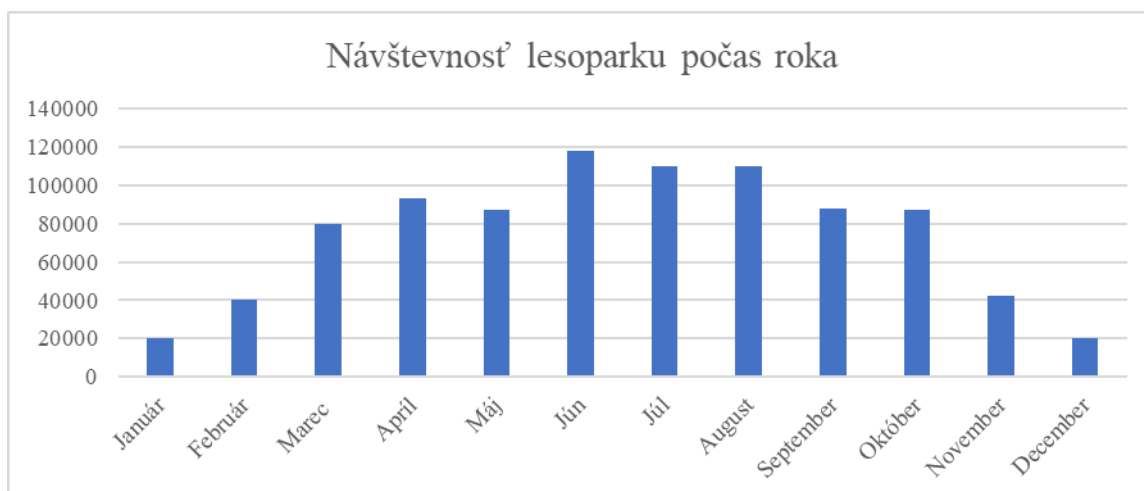
Samotný výkon sčítavania zabezpečila BTB prostredníctvom spoločnosti Colours, s. r. o., ktorá bola vybraná v riadnom procese verejného obstarávania. Zber dát bol vykonaný počas jesenných mesiacov v roku 2021 a jarých mesiacov 2022.

Vzhľadom k jednotlivým mesiacom, v ktorých prieskum prebiehal, bolo zvolené, pre agregované dáta obdobie roka t. j. od septembra 2021 do augusta 2022, spolu 12 mesiacov, nie konkrétny kalendárny rok. Spracovanie získaných dát sa riešilo dvoma spôsobmi: reálnym odčítaním dát z prieskumu a kvalifikovaným odhadom na základe reálnych (čiastkových) dát na dlhšie časové úseky, mesiac a rok.

Záver zistenia z prieskumu návštevnosti:

- Lokality Cesta mládeže a Železná studnička sú hlavnými vstupnými bránami do Bratislavského lesoparku (42 %);
- Majoritnou kategóriou návštevníkov Bratislavského lesoparku sú peší návštevníci (61%);
- Druhou najväčšou kategóriou návštevníkov sú cyklisti, tvoria až celú štvrtinu návštevníkov;
- Z prieskumu vyplýva, že dominantou lokalitou pre cyklistov je Biely Kríž, z hľadiska vstupu do Bratislavského lesoparku je Potočná ulica;
- Najnižšia návštevnosť (kvalifikovaný odhad) je v zimných mesiacoch;
- Najvyššia návštevnosť je v mesiaci jún;
- Zaujímavou lokalitou je Kačín, v ktorom je väčšie zastúpenie kategórií psíčkari, bežci aj cyklisti;
- Z hľadiska sezónnosti sú silnými mesiacmi marec až máj, na jeseň september a október, dosahujú cca. 80% najsilnejšieho mesiaca jún;
- Vzhľadom k metodike spracovania dát z prieskumu návštevnosti Bratislavského lesoparku, ktorý bol dopočítavaný konzervatívnym spôsobom a výsledok bol 897 321 návštevníkov za jeden rok, môže opatrne konštatovať, že ročne navštívi Bratislavský lesopark až jeden milión návštevníkov.

**Graf 25:** Návštevnosť lesoparku počas roka



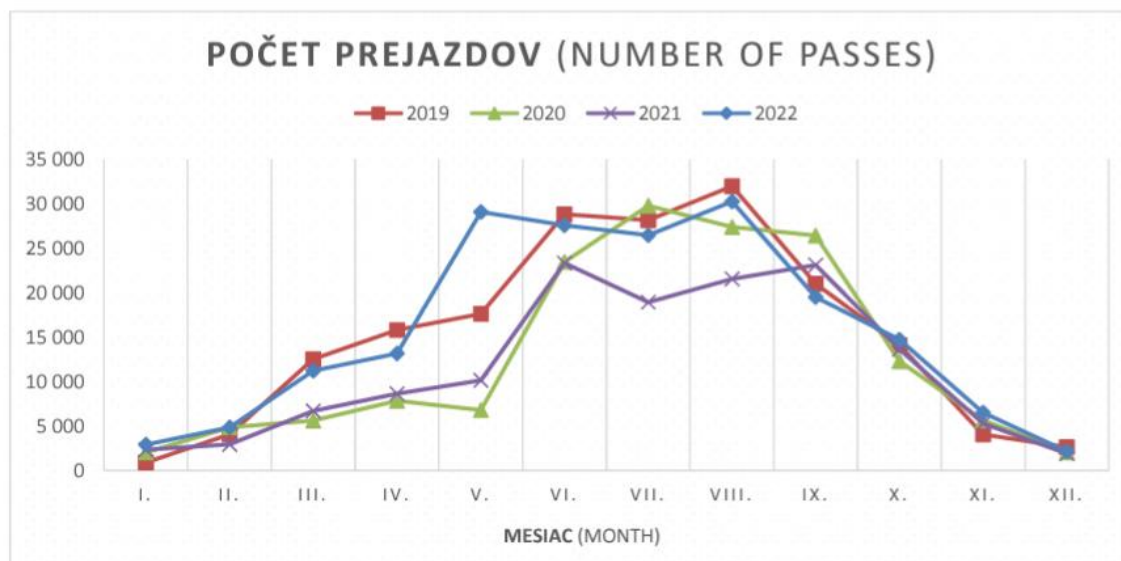
\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

## Cyklosčítače

V roku 2021 bola uzavretá servisná zmluva na pravidelnú ročnú údržbu cyklosčítačov, ktoré sú v prevádzke BTB. Údržba a prevádzka cyklosčítačov pokračovala aj v roku 2022. V rámci údržby bola realizovaná výmena batérií a zaplatenie ročného poplatku za licenciu programu Eco-Visio, vrátane automatického prenosu dát prostredníctvom siete GSM a funkcií SmartSensor a EcoAlert na cyklosčítačoch na Viedenskej ceste v Bratislave a na hraničnom priechode Berg.

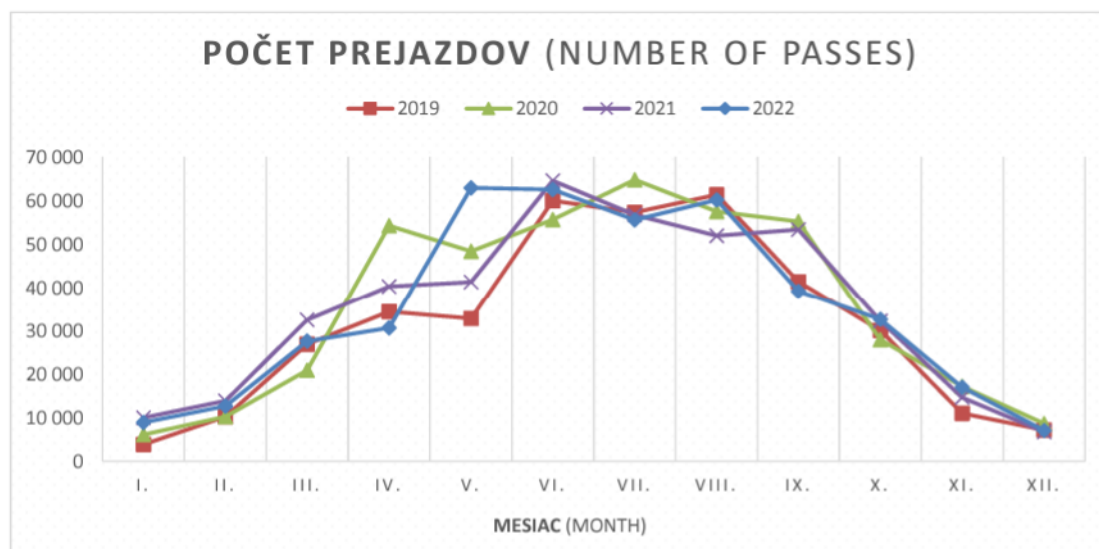
BTB zbiera dáta z cyklosčítačov od novembra 2014. Od spustenia cyklosčítača Berg, dňa 20. 11. 2014, týmto cyklosčítačom prešlo už 1 312 406 cyklistov (ku dňu 31. 12. 2022). Od spustenia cyklosčítača Viedenská cesta, dňa 22.11.2014, týmto cyklosčítačom prešlo už 2 941 757 cyklistov (ku dňu 31. 12. 2022).

**Graf 26:** Počet prejazdov cyklosčítačom Berg (2019 – 2022)





**Graf 27:** Počet prejazdov cyklosčítačom Viedenská cesta (2019 – 2022)



## Vyhodnotenie kvality služieb cestovného ruchu v destinácii

Cieľom projektu *Vyhodnotenie kvality služieb cestovného ruchu v destinácii* bola analýza vybraných subjektov CR, ktoré boli hodnotené na základe vopred stanovených identifikátorov.

Oblasti skúmané v rámci projektu:

- a) Ubytovacie služby – 10 subjektov – rôzne kategórie ubytovacích zariadení  
Zhodnotenie technickej kvality a funkčnej kvality;
- b) Stravovacie služby - 10 subjektov - rôzne kategórie stravovacích zariadení  
Zhodnotenie technickej kvality a funkčnej kvality;
- c) Služby cestovných kancelárií a cestovných agentúr – 10 rôznych CK alebo CA  
Zhodnotenie poskytovaných služieb (proces predaja zájazdu zákazníkovi);
- d) Sprievodcovské služby – 10 rôznych pozícií sprievodcovských služieb  
Zhodnotenie vedomostí, organizačných a komunikačných schopností;
- e) Prepravné služby – 5 druhov prepravných služieb  
Zhodnotenie podľa rôznych ukazovateľov a parametrov, zároveň posúdenie integrovaného systému dopravy v hl. meste a zavádzanie SMART prvkov v doprave;
- f) Informačné služby – služby TIC;  
Zhodnotenie kvality poskytovaných informačných služieb v TIC;
- g) Spoločensko-kultúrne služby – 5 druhov spoločensko-kultúrnych služieb  
Zhodnotenie poskytovania služieb v oblasti kultúrneho, poznávacieho a zážitkového cestovného ruchu;
- h) Športovo-rekreačné služby – 5 druhov športovo-rekreačných služieb  
Zhodnotenie poskytovania služieb v oblasti športovo-rekreačného cestovného ruchu z pohľadu aktívnej a pasívnej účasti;

- i) Kongresové služby a iné – 5 druhov kongresových alebo eventových služieb  
Zhodnotenie efektívnosti služieb kongresového cestovného ruchu.

Dokument analyzuje a hodnotí každú kategóriu poskytovaných služieb v destinácií, pričom každá z kategórií obsahuje vyhodnotenie sekundárnych zdrojov, a to stručný popis každého subjektu poskytujúceho služby cestovného ruchu. Ku každej kategórii je vytvorený prehľad recenzií jednotlivých subjektov, pričom v rámci analýzy boli využité bežne dostupné hodnotiace portály (napr. Google vyhľadávanie, Google maps, Tripadvisor, Facebook, Foursquare, Zlavomat a pod.). Okrem skúmania sekundárnych zdrojov, bol uskutočnený aj primárny výskum, a to podľa vopred stanoveného metodologického postupu v rámci každej kategórie (napr. mystery shopping, dotazník, odborné pozorovanie). Zmluvne stanovené indikátory, ktoré boli v tomto prípade skúmané boli: umiestnenie a visibilita subjektu, rozpoznateľnosť subjektu, technická kvalita, funkčná kvalita, dostupnosť služieb, predaj, platba a reklamácie.

Vypracovaný dokument Vyhodnotenie kvality služieb cestovného ruchu v destinácií je kombináciou klasických prístupov vyhodnocovania kvality služieb cestovného ruchu a digitálneho vyhodnocovania. Dokument obsahuje jasné kritéria, ukazovatele a parametre, na základe ktorých bola vyhodnotená reálna kvalita uvedených služieb v subjektoch poskytujúcich služby cestovného ruchu. Dokument taktiež sumarizuje zhrnutia zistení v rámci každej kategórie cestovného ruchu. V závere je sumár odporúčaní a návrhy riešení výskumom zistených nedostatkov.





**VZDELÁVACIE AKTIVITY  
ZAMERANÉ NA SKVALITNENIE  
A ROZVOJ DESTINÁCIE A  
CESTOVNÉHO RUCHU V NEJ**



Aktivity v oblasti vzdelávania zamerané na skvalitnenie ľudského kapitálu v cestovnom ruchu a rozvoj destinácie zahŕňajú vzdelávanie, rozvoj zamestnancov BTB, členskej základne, partnerov BTB a zainteresovaných subjektov. Súčasťou aktivity je aj členstvo BTB v národných a medzinárodných organizáciách cestovného ruchu a aktivity s tým súvisiace, a zasadnutia riadiacich orgánov organizácie.

Dôležitou oblasťou je členstvo BTB, ktoré je hradené z členských zdrojov, v medzinárodných a národných organizáciách CR: City Destinations Alliance a Society for Incentive Travel Excellence. Význam účasti na týchto vzdelávacích aktivitách je veľký najmä z hľadiska zdieľania know-how a príkladov dobrej praxe, získavania nových kontaktov a projektov spolupráce, presadzovania spoločných záujmov a priorit v diskusiách s relevantnými orgánmi, ale aj možnosti zúčastniť sa organizovaných vzdelávacích seminárov, konferencií a workshopov.

### **Ciele BTB, ktoré sú dosahované realizáciou aktivít v oblasti vzdelávania:**

- Zvýšenie povedomia o dôležitosti cestovného ruchu v národnej ekonomike;
- Zvýšenie odbornosti a kvalifikovanosti zamestnancov BTB, členov, partnerov, zainteresovaných subjektov;
- Zvýšenie povedomia a kompetencií v cestovnom ruchu členov BTB, partnerov BTB, pracovníkov cestovného ruchu;
- Zosilnenie postavenia BTB v medzinárodných štruktúrach cestovného ruchu;
- Nadviazanie strategických partnerstiev;
- Kompetentné riadenie organizácie destinačného manažmentu a marketingu, s využitím aktuálnych poznatkov;
- Prenos know-how a príkladov dobrej praxe zo zahraničia prostredníctvom BTB do koordinácie destinačného manažmentu a marketingu na úrovni mesta a členskej základne
- Presadzovanie spoločných záujmov a priorit v komunikácii s relevantnými orgánmi na národnej a medzinárodnej úrovni;
- Kvalifikovaný a vzdelaný personál BTB;
- Rast kvality poskytovaných služieb cestovného ruchu.

### **Vzdelávacie aktivity**

Vzdelávanie zamestnancov BTB, členskej základne BTB, partnerov, pracovníkov prvého kontaktu, sprievodcov CR ako aj ďalších pracovníkov v cestovnom ruchu je cielene orientované na oblasť činností, ktorej sa venujú, s cieľom zvýšiť ich profesionálne zručnosti a kompetencie.

### **VZDELÁVACIE AKTIVITY ORGANIZOVANÉ TIC BTB**

#### **Prehliadky**

V rámci projektu Turistom vo vlastnom meste bolo pre obyvateľov mesta a odídencov z Ukrajiny s podporou Ministerstva dopravy SR zorganizovaných 72 bezplatných peších

prehliadok. Zúčastnilo sa ich celkom 1 446 osôb. Cieľom týchto prehliadok bolo vytváranie pozitívneho vzťahu k mestu a zvyšovanie povedomia o jeho histórii, atraktivitách, menej známých lokalitách a významných osobnostiach.

Aj v roku 2022 BTB nadviazali na úspešný projekt z roku 2020 – pravidelné víkendové prehliadky historických objektov ako Historické múzeum SNM na Bratislavskom hrade. Tieto prehliadky s komentovaným výkladom v slovenskom a anglickom jazyku sa konali v mesiacoch júl - august.

Cieľom BTB v roku 2022 bolo tiež zapájať do aktivít deti, najmä zážitkovou a hravou formou v spolupráci s OZ Pátrač Tino.

BTB nadviazala aj na úspešný projekt z roku 2021 Prehliadky na štyroch kolesách a zorganizovala štyri prehliadky pre zdravotne znevýhodnené osoby s cieľom sprístupňovať účasť na cestovnom ruchu aj týmto skupinám obyvateľov Bratislavy.

V roku 2022 bolo zabezpečených 20 prehliadok pre účastníkov infociest BTB, z toho 12 pre zahraničných novinárov v anglickom, nemeckom a francúzskom jazyku a 8 pre slovenských a českých novinárov v slovenskom jazyku. Zúčastnilo sa ich celkovo 234 osôb.

Po celý rok 2022 sa BTB zameriavala na zlepšovanie kvality poskytovaných služieb a intenzívnejšiu podporu vzdelávacích prehliadok a výletov – propagáciou a ich publikovaniu na Facebooku, BTB pokračovala v online registrácii účastníkov s cieľom dodržať príslušný počet osôb a získať e-mailové a telefonické kontakty na účastníkov pre ďalší marketing aktivít.

**Tabuľka 23:** Zoznam vzdelávacích aktivít pre verejnosť v roku 2022

Podujatie	Počet prehliadok	Počet účastníkov
Svetový deň sprievodcov	2	67
Bratislavské mestské dni	18	487
Projekt Turistom vo vlastnom meste		
• Prehliadky Bratislavského hradu	18	203
• Prehliadky na 4 kolesách	4	34
Bratislavské korunovačné dni – Po stopách korunovácií	9	188
Svetový deň cestovného ruchu	4	67
Detské prehliadky s Pátračom Tino	17	400
<b>SPOLU</b>	<b>72</b>	<b>1 446</b>

\*Vlastné spracovanie.

### Vzdelávacie podujatia konkrétne:

#### 1. Prehliadky pri príležitosti Svetového dňa sprievodcov CR (19. – 20. február 2022)

21. február je Svetovým dňom sprievodcov cestovného ruchu, v tento deň sa v mnohých krajinách sveta pripomína aj vznik Svetovej federácie



asociácií turistických sprievodcov (WFTGA). Sprievodcovské oddelenie TIC BTB zorganizovalo pri tejto príležitosti pre obyvateľov Bratislavy a jeho návštevníkov 2 tematické prehliadky Bratislavy v slovenskom jazyku v trvaní 1,5 hodiny na témy: Zaujímavosti, rarity, unikáty Bratislavy a Viedenski klasici. Celkove sa prehliadok zúčastnilo 67 osôb.



## 2. Bratislavské mestské dni (23. – 24. apríl 2022)

Počas Bratislavských mestských dní bola prezentovaná obyvateľom a návštevníkom mesta zaujímavá ponuka prehliadok mesta. Prehliadky boli určené pre všetkých účastníkov cestovného ruchu vrátane zdravotne znevýhodnených osôb. TIC BTB celkovo zorganizovalo 18 prehliadok, ktorých sa zúčastnilo 487 osôb. V duchu zviditeľnenia Bratislavy a jej okolia sa realizovali prehliadky a vychádzky s nasledovnou tematikou: Strašidelná Bratislava, Ako vyzerala Bratislava za čias richtára Jakuba, Hrad Devín, Historické centrum Bratislavy, Divadelná Bratislava, Korunovačná Bratislava, Zlatá éra bratislavských kín, Ružinov známy - neznámy, Tajomstvá a poklady

Lamača a bezbariérová prehliadka historického centra mesta. Pre fanúšikov cykloturistiky bol pripravený komentovaný cyklovýlet k Lužnému mostu. Rozmanitý program prehliadok a ich samotnú prezentáciu prijali účastníci všetkých vekových skupín veľmi pozitívne.

## 3. Komentované prehliadky Historického múzea SNM (júl – august 2022)

Prehliadky boli pripravené v spolupráci s Historickým múzeom SNM. Návštevníci mohli v priebehu výkladu obdivovať priestory múzea a jeho zbierkové predmety, rovnako sa dozvedeli cenné informácie o histórii hradu a podhradia. Sprievodcovia odsprevádzali v intervale 1x týždenne celkovo 18 prehliadok múzea v slovenskom a anglickom jazyku a zúčastnilo sa ich 203 návštevníkov Bratislavy.



## 4. Deti spoznávajú mesto – Pátrač Tino (16. júl – 20. október 2022)

Pre rodiny s deťmi BTB v spolupráci s o. z. Pátrač Tino pripravila zážitkové prehliadky a vychádzky spojené so súťažným kvízom. Cieľom týchto aktivít bolo zvýšiť povedomie detí o zaujímavých miestach Bratislavy a umožniť im spoznávať ich hravou formou. Deti dostali brožúrku, v ktorej sú popísané navštívené miesta a po vyplnení úloh dostali odmenu priamo od maskota, Pátrača Tino. Celkove sa uskutočnilo 9 prehliadok s 212 účastníkmi



na témy: Pátrač Tino spoznáva fontány Bratislavy, Bratislavský hrad, Hudba Bratislavy, Veže Bratislavy, Železná studnička. V prípade týchto 9 prehliadok boli deťom bezplatne poskytnuté brožúrky a odmeny, hrazená bola aj odmena pre animátora, v prípade ďalších 8 prehliadok s počtom účastníkov 188 boli pokryté len náklady na sprievodcu. BTB participovala v spolupráci s OZ Pátrač Tino aj na organizácii Vzdelávacieho seminára pre učiteľov, pedagogických pracovníkov a odbornú verejnosť vrátane zabezpečenia občerstvenia a fotografických služieb, ktorý sa konal 30. septembra 2022 v Justiho sieni v Primaciálnom paláci. Súčasťou tohto seminára bola aj prehliadka mesta pre účastníkov podujatia na tému Hudba Bratislavy.

#### **5. Bratislavské korunovačné dni - Po stopách korunovácií (29. – 31. júl 2022)**

V rámci nového produktu BTB Bratislavské korunovačné dni zorganizovala BTB bezplatné tematické prehliadky s korunovačnou tematikou v slovenskom, anglickom, nemeckom, ukrajinskom a maďarskom jazyku. Počas prehliadok v trvaní 2 hodín oboznámili sprievodcovia účastníkov nielen so



samotnou korunovačnou históriou Bratislavy, ale zamerali sa aj na históriu stredovekých sprievodcov a slávností pri príležitosti kráľovských korunovácií.

Trasy tematických prehliadok previedli účastníkov najvýznamnejšími miestami spojenými s ceremoniálom korunovácií uhorských panovníkov a ich manželiek. Štart prehliadok bol od Viedenskej brány Bratislavského hradu a od Dómu sv. Martina. Celkovo sa uskutočnilo 9 prehliadok, ktorých sa zúčastnilo 188 osôb.

#### **6. Prehliadky na štyroch kolesách (september – október 2022)**

Tieto prehliadky boli zorganizované v spolupráci s Organizáciou muskulárnych



dystrofikov SR. Táto aktivita umožnila aj zdravotne znevýhodneným osobám spoznávať históriu a atraktivity mesta a vychutnať si pocit organizovanej slobody. Zrealizované boli 4 komentované prehliadky na témy: Bratislava v čase korunovácií, Perla Slovenska na sútoku dvoch riek, Príbeh bratislavskej kalvárie s veľkolepými

výhľadmi na panorámu mesta a Secesná Bratislava/architektúra 20. stor. Prehliadok sa zúčastnilo spolu 34 osôb.

#### **7. Prehliadky pri príležitosti Svetového dňa CR (24. – 25. september 2022)**

TIC BTB si každoročne pripomína Svetový deň cestovného ruchu organizovaním vychádzok a prehliadok, ktoré podčiarkujú prínos odvetvia cestovného ruchu pre destináciu Bratislava. Cieľom tohtoročných prehliadok a výletu bolo priblíženie histórie

a architektúry obyvateľom mesta, ako aj možností voľnočasových aktivít na brehoch Dunaja. Zorganizované boli 4 tematické vychádzky a prehliadky na témy: Rastlinné a zvieracie motívy v secesnej architektúre, Slávne bratislavské popravy, Petržalské nábrevie a cyklovýlet K podunajskému moru. Zúčastnilo sa ich 67 osôb.



## VZDELÁVANIE SPRIEVODCOV CR

BTB pokračovala aj v roku 2022 vo vzdelávacích aktivitách zameraných na profesionalizáciu výkonov sprievodcov cestovného ruchu. S ohľadom na aktuálnu uvoľnenú epidemiologickú situáciu boli všetky vzdelávacie aktivity uskutočnené prezenčne (vychádzka, inštruktáže v objektoch, návšteva múzea). V roku 2022 sa BTB naďalej venovala téme



sprevádzania po bratislavských kostoloch, sprievodcom bol poskytnutý odborný lektorský výklad k nasledovným objektom: Kostol Notre Dame a Kaplnka sv. Kataríny. Tieto dve vzdelávacie aktivity neboli hradené z dotačných prostriedkov. Predstavená bola aj novo zrekonštruovaná budova Martinea pri Katedrále sv. Martina, ktorá získala ocenenie Fénix kultúrna pamiatka roka, ako aj Rímsky kastel Gerulata – ktorý bol zapísaný v roku 2021 do zoznamu svetového dedičstva

UNESCO. V období január – máj 2022 boli zrealizované celkove 4 podujatia, ktorých sa zúčastnilo 91 sprievodcov.

**Tabuľka 24:** Prehľad doškolovacích aktivít pre sprievodcov CR

Prehľad doškolovacích aktivít pre sprievodcov CR		
Mesiac	Názov prehliadky	Počet účastníkov
Január	Kostol Notre Dame	22
Marec	Kaplnka sv. Kataríny	28
Máj	Múzeum Gerulata	18
Máj	Rekonštrukcia historickej budovy Martineum	23
<b>Celkom</b>		<b>91</b>

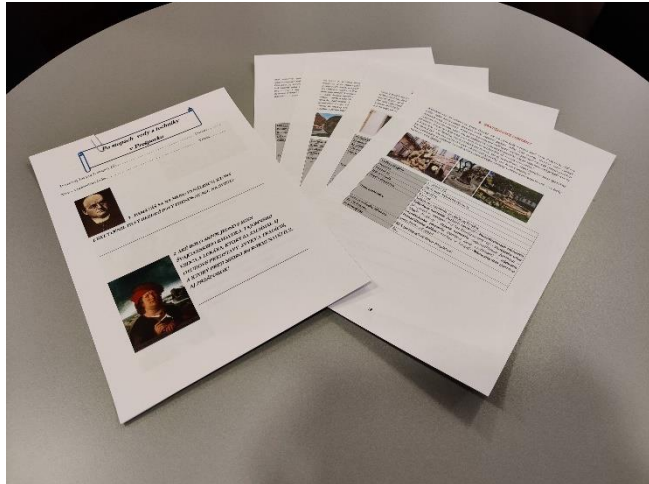
\*Vlastné spracovanie.

## TVORBA ITINERÁROV VZDELÁVACÍCH PREHLIADOK PRE ŽIAKOV ZÁKLADNÝCH ŠKÔL A ŠTUDENTOV STREDNÝCH ŠKÔL

BTB nadviazala na marketingovú koncepciu domáceho cestovného ruchu detí a mládeže a v spolupráci so sprievodcami cestovného ruchu vypracovala na základe analýzy navrhovaných produktových línií a pasportizácie atraktivít mesta **23 itinerárov prehliadok pre žiakov a študentov základných a stredných škôl.**

Hlavným cieľom tejto aktivity bolo kreovanie pozitívneho názoru o Bratislave u mimobratislavských žiakov a študentov a ich iniciovanie na návštevu Bratislavy a zároveň vytváranie pozitívneho vzťahu k mestu a cestovnému ruchu u bratislavských detí a mládeže.

BTB sa snažila vypracovať pre školy produkty šité na mieru, ktoré plne korešpondujú s príslušnými učebnými plánmi, aktivitu podporila tiež



pracovnými listami, ktoré predstavujú hrovú formu opakovania videného a počutého. Ako partnerov si BTB v 1. štádiu vybrala pracovníkov múzejnej a galerijnej pedagogiky, ktorí obohatia ponuku BTB prehliadok o nadstavbový program v podobe špecializovaného vzdelávacieho programu súvisiaceho s témami prehliadok BTB, čím sa podarilo komplexne spojiť vzdelávanie s poznávaním. V ďalšom horizonte vidíme ako partnerov oblasť a krajské organizácie cestovného ruchu v spolupráci, s ktorými by BTB podporila tento významný segment účastníkov cestovného ruchu, rovnako cestovné kancelárie, cez ktoré by sa mohli ponúkať 1 – 2 dňové pobytové vzdelávacie a poznávacie balíčky na Slovensku, neskôr aj v zahraničí. Táto nová ponuka cestovného ruchu bude predstavovať pre deti a mládež zo vzdialenejších regiónov SR väčšinou „nové, nepoznané, neznáme“ prostredie hlavného mesta v prepojení na zážitok a poznanie.

Pre 1. a 2. stupeň základných škôl a stredné školy boli vypracované itineráre prehliadok na témy: Bratislava – hlavné mesto Slovenskej republiky, Architektúra a dominanty mesta, Keltsko-rímska Bratislava, Stredoveká Bratislava, Prešporok ako korunovačné mesto, Mária Terézia a Bratislava, Bratislava v čase osvietenstva, Národné obrodenie a štúrovci, Ako Bratislavu a jej obyvateľov zasiahla 2. svetová vojna, Socializmus, rok '68 a nežná revolúcia, Náboženstvá, rády a cirkevné stavby v meste, Po stopách vedy a techniky v Prešporoku, Umenie v Bratislave, Hudobná história Bratislavy, Výtvarné umenie v Bratislave, Bratislavské fontány, Príroda v meste. Z toho pre 1. stupeň základných škôl bolo vypracovaných 9 itinerárov a pre 2. stupeň základných škôl a stredných škôl 14 itinerárov. K týmto itinerárom bolo vytvorených 8 pracovných listov pre 1. stupeň základných škôl a 1 pracovný list pre 2. stupeň základných škôl.

Itineráre a pracovné listy vytvorili pre BTB na základe zmluvy o dielo 4 sprievodcovia, ktorí pracovali ako jeden tím so zreteľom na vopred stanovenú a dohodnutú metodiku postupu. Sprievodcovia a zodpovední pracovníci TIC BTB sa stretli na 3



spoločných konzultačných hodinách, v rámci ktorých si sprievodcovia navzájom odovzdávali novozískané poznatky a zástupcovia TIC tu vyhodnocovali a schvaľovali už zrealizovanú prácu. Každý sprievodca okrem uvedenia svojho know-how do jednotného formuláru, ktorý im poskytlo TIC BTB, absolvoval navrhovanú trasu osobne z dôvodu, aby vedel stanoviť jej ideálny začiatok, miesto stretnutia, trvanie prehliadky a v neposlednom rade odhadnúť jej náročnosť pre jednotlivé skupiny škôl. Sprievodcovia navrhli k jednotlivým témam prehliadky aj možnosti absolvovania doplnkového programu, a to so zreteľom na vekovú skupinu účastníkov prehliadky, ktorý spočíva v uvedení názvu aktivity a kontaktov na vzdelávaciu inštitúciu.

Komplexne spracované ponuky budú zasielané na bratislavské a mimobratislavské školy v 1. štvrtroku 2023.

### Iné vzdelávacie aktivity:

- **Projekt: Veľvyslanectvo mladých**

Podpora projektu Veľvyslanectvo mladých a zastúpenie v odbornej porote podpredsedom predstavenstva BTB, ktorý bol nielen členom poroty, ale aj garantom podujatia.

Podujatie bolo unikátnou príležitosťou ako využiť kreativitu a potenciál mladých ľudí pri oživení a rozvoji cestovného ruchu. Cieľom projektu je podnecovať mladých ľudí k aktivite, kreativite, k snahe prezentovať sa a svojim pričinením skvalitniť život v obci, v spoločnosti so zreteľom na životné prostredie.



- **Účasť na pracovnom stretnutí členov AOOCR a Valné zhromaždenie AOOCR Banská Bystrica (7. – 8. 4. 2022)**

Dňa 7. 4. 2022 sa konalo pracovné stretnutie výkonných riaditeľov Asociácie organizácií cestovného ruchu (AOOCR) pri príležitosti piateho. výročia AOOCR. Témy pracovného stretnutia sa týkali hlavne problematiky neustálych zmien v turizme – vojna na Ukrajine, pretrvávajúca pandémie COVID19 a dôsledky na cestovný ruch. Súčasťou diskusie boli aj najčastejšie problémy, ktoré sa vyskytli s podávaním žiadostí a projektov o poskytnutie dotácie na rok 2022, problémy počas implementácie projektov 2021, ako aj s vyúčtovaním poskytnutej dotácie 2021.

Na záver sa komunikovali možnosti prepojenia, sieťovania produktov, regiónov, destinácií a vzájomnej spolupráce v oblasti cestovného ruchu. Aktéri sa zhodli na vzájomnej výmene informácií a lepšej komunikácií, aby sa v budúcnosti dokázali implementovať projekty, čo najefektívnejšie.

Dňa 8. 4. 2022 sa konalo Valné zhromaždenie, ktorého hlavné body predstavovali: voľbu orgánov valného zhromaždenia AOOCR, schválenie účtovnej závierky 2021 a schválenie,

prijatie nových členov, ich predstavenie a zoznámenie s činnosťou. Súčasťou Valného zhromaždenia AOCR bola aj tlačová beseda.

- **Prezentácia destinácie a B2B workshop AiCES 2022 Bratislava, (6. – 7. 10. 2022)**

Úlohou AiCES je podporovať vznik a rozvoj siete turistických informačných centier (TIC) na Slovensku a garantovať kvalitu členských informačných centier v súlade s profesijným štandardom pre činnosť TIC v platnom medzinárodnom meradle. AiCES koordinuje činnosť svojich členov v oblasti poskytovania turistických informácií, zaisťuje vzdelávanie TIC, zvyšovanie odbornej úrovne a výmenu skúseností medzi členmi. Zastupuje svojich členov pri prerokovávaní legislatívnych predpisov a koncepčných dokumentov na národnej, regionálnej a lokálnej úrovni za účelom rozvoja cestovného ruchu a služieb obyvateľstvu a návštevníkom.

Dvojdnňové podujatie malo pre destináciu prezentačný charakter, prinieslo do hlavného



mesta pracovníkov prvého kontaktu z celého Slovenska, ktorí na dennej báze prichádzajú do kontaktu s návštevníkmi a odovzdávajú im svoje poznatky o destináciách CR na Slovensku. Stretnutie stakeholderov AiCES zároveň predstavuje bázu, ktorá prináša so sebou prezentácie a príklady dobrej praxe, či už od samotných pracovníkov turistických

informačných centier alebo prizvaných hostí a partnerov z branže CR. Podujatie sa nieslo v duchu podpory udržateľného rozvoja, šetrného cestovného ruchu a ekologickej osvetu v slovenských regiónoch a informačných centrách.

## ÚČASŤ ZAMESTNANCOV BTB NA PODUJATIACH ORGANIZOVANÝCH CITY DESTINATIONS ALLIANCE:

**City Destinations Alliance (City DNA)** je asociácia združujúca mestské organizácie destinačného manažmentu a convention bureaus, ktorej cieľom je zvyšovanie konkurencieschopnosti a výkonnosti európskych mestských destinácií. City DNA vytvára platformu pre segment MICE, ako aj všeobecný manažment a marketing cieľového miesta v segmente LEISURE, prostredníctvom výmeny know-how a zdieľania najlepších ukážok praxe a networkingu medzi marketingovými profesionálmi.

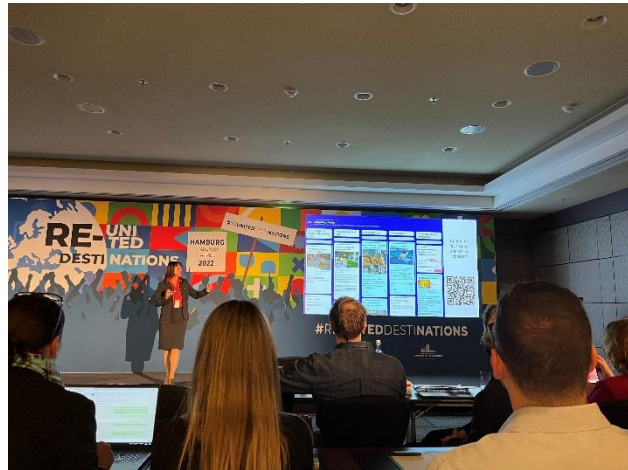
- **Prezentácia destinácie na B2B podujatí ECM Hamburg (30. 3. – 1. 4. 2022)**

European Cities Marketing (ECM) je asociácia združujúca mestské organizácie destinačného manažmentu a convention bureaus, ktorej cieľom je zvyšovanie

konkurencieschopnosti a výkonnosti európskych mestských destinácií. ECM vytvára platformu pre segment MICE, ako aj všeobecný manažment a marketing cieľového miesta v segmente leisure, prostredníctvom výmeny know-how a zdieľania najlepších ukážok praxe a networkingu medzi marketingovými profesionálmi.

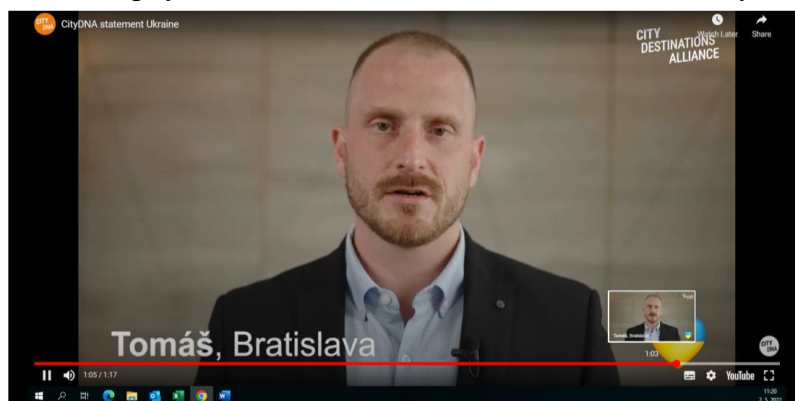
B2B stretnutie ECM bolo organizované asociáciou European Cities Marketing, ktorého je BTB členom.

Cieľom pracovnej cesty bola účasť zástupcov BTB na medzinárodnom odbornom fóre s výmenou významných poznatkov o aktuálnych trendoch v globálnom dianí na medzinárodnom trhu CR. Súčasťou účasti na stretnutí je aj získavanie kontaktov, možnosť výmeny poznatkov a skúseností, transfer know-how, networking a i.



Témami workshopov a diskusných fór boli – nová budúcnosť pre mestské cestovanie a cestovný ruch, Kampaň Viedne, Glasgova, Madridu a iných destinácií, rebranding ECM na DNA, problematika neustálych zmien v turizme - vojna na Ukrajine, pretrvávajúca pandémie COVID19 a dôsledky na cestovný ruch – katalyzátor pozitívnej zmeny, zvýšenie povedomia o význame vody pre regióny, sociálna udržateľnosť, nové ekosystémy podujatí, stav nedostatku kvalitného personálu – personálna kríza a iné. Okrem tém na diskusiu a príkladov z praxe jednotlivých DMO boli prezentované aj spoločnosti zamerané na kvalitatívne a kvantitatívne ukazovatele ako je zber dát, analýzy, grafické a digitálne spracovanie, metodika zberu dát a možnosti spolupráce a nadviazanie partnerstiev.

Počas B2B stretnutia v Hamburgu sa pripojili kolegovia z Ľvova, Lidia Fedchuk, vedúca TIC Ľvov a Sofiya Kayinska, zástupkyňa riaditeľa Lviv Convention Bureau, aby sa podelili o informácie o aktuálnom dianí na Ukrajine a na čo je potrebné sa zamerať, aby im ostatné DMO vedeli pomôcť. Zároveň sa európske destinácie znovu zjednotili a vytvorili spoločné vyhlásenie #standwithukraine.



Účastníkmi fóra boli zástupcovia DMO z európskych mestských destinácií, národných agentúr cestovného ruchu a odborníkov v oblasti CR. Prednášajúci boli z rôznych oblastí CR (výskumné spoločnosti v CR, konzultantské a marketingové spoločnosti, zástupcovia DMO, vzdelávacie inštitúcie apod.).



Účasťou na medzinárodnom stretnutí bolo získanie cenných poznatkov, ktoré je možné aplikovať do praxe destinačného marketingu destinácie Bratislava. Zároveň BTB získala dôležité kontakty na medzinárodnom trhu CR a zapojením sa do aktivít v rámci programu konferencie šírila povedomie o destinácii medzi ostatnými odborníkmi v CR.

- City cards expert meeting – Janov (2. – 3. 6.2022)** - BTB ako člen organizácie City Destinations Alliance sa prostredníctvom svojho TIC aktívne podieľa na činnosti pracovnej skupiny City Cards zloženej zo zástupcov 29 európskych tourist boardov, ktorí majú vo svojom portfóliu činností turistické destinačné karty. Toto dvojdňové profesijné stretnutie sa organizuje každoročne vždy v inom členskom meste a v roku 2022 sa konalo v dňoch 2. – 3. júna **2022** v talianskom Janove. Bolo to prvé osobné stretnutie pracovnej skupiny po 2 pandemických rokoch. V poradí už 11. výročného stretnutia sa za Bratislavu zúčastnili projektový manažér Bratislava CARD a pracovníčka zodpovedná za podporu predaja a distribúciu BC kariet. Jedna časť workshopu bola vyhradená aj na prezentácii Bratislava CARD s dôrazom na spoluprácu s partnermi v regióne a poskytovateľmi verejnej dopravy. Ďalšími témami tohto dvojdňového stretnutia boli témy: mestské karty ako skvelý nástroj pre návštevníkov, digitálne technológie a diverzifikácia produktu. Celkový počet účastníkov tohto stretnutia bol 30 z 21 miest.



- City Destinations Alliance Autumn Conference – Tourism in Transit Tel Aviv (19. – 22. 10. 2022)** – jesenná konferencia City DNA bola organizovaná asociáciou City Destinations Alliance, ktorej je BTB členom. Počas troch dní mali zástupcovia BTB príležitosť na vzdelávanie a vytváranie partnerstiev v komunite profesionálov pracujúcich pre turistické združenia a mestské marketingové organizácie. Toto medzinárodné odborné fórum ponúklo účastníkom výmenu významných poznatkov o aktuálnych trendoch v globálnom dianí na medzinárodnom trhu CR ako opatrenia v oblasti klímy, návratnosť, rastúce náklady na palivo a nedostatok pracovnej sily a pod. Súčasťou účasti na konferencii bolo



aj získavanie relevantných kontaktov, možnosť výmeny poznatkov a skúseností, transfer know-how, networking a pod.

Účasťou na medzinárodnej konferencii získali zamestnanci BTB cenné poznatky, ktoré je možné aplikovať do praxe destinačného marketingu destinácie Bratislava. Zároveň BTB získala dôležité kontakty na medzinárodnom trhu CR a zapojením sa do aktivít v rámci programu konferencie šírila povedomie o destinácii medzi ostatnými odborníkmi v CR.

- **City DNA CEO Meeting 2022 Valencia (20. 11. – 22. 11. 2022)**

Účastníkmi konferencie boli zástupcovia CEO DMO z európskych a svetových mestských destinácií a zástupcovia miest.

Počas tohtoročného stretnutia City DNA CEO Meeting boli diskutované témy na strategickej úrovni o tom, kam sa cestovný ruch presúva a posúva. Účastníci sa zhodli na tom, že je nesmierne potrebné pokračovať v práci na kľúčovej úlohe, ktorú môžu DMO zohrávať pri znovuobjavovaní celého odvetvia CR, ako aj na úlohe, ktorú môžu zohrávať pri formovaní toho, ako sa mestá pozerajú na cestovný ruch.

Jednou z hlavných tém počas stretnutia bola aj podpora regenerácie miest uprostred konkurenčných makro výziev, ktoré ovplyvňujú ekonomiku návštevníkov v hlavných mestách a veľkých mestách v Európe, a ich pravdepodobný vývoj v nasledujúcich rokoch.



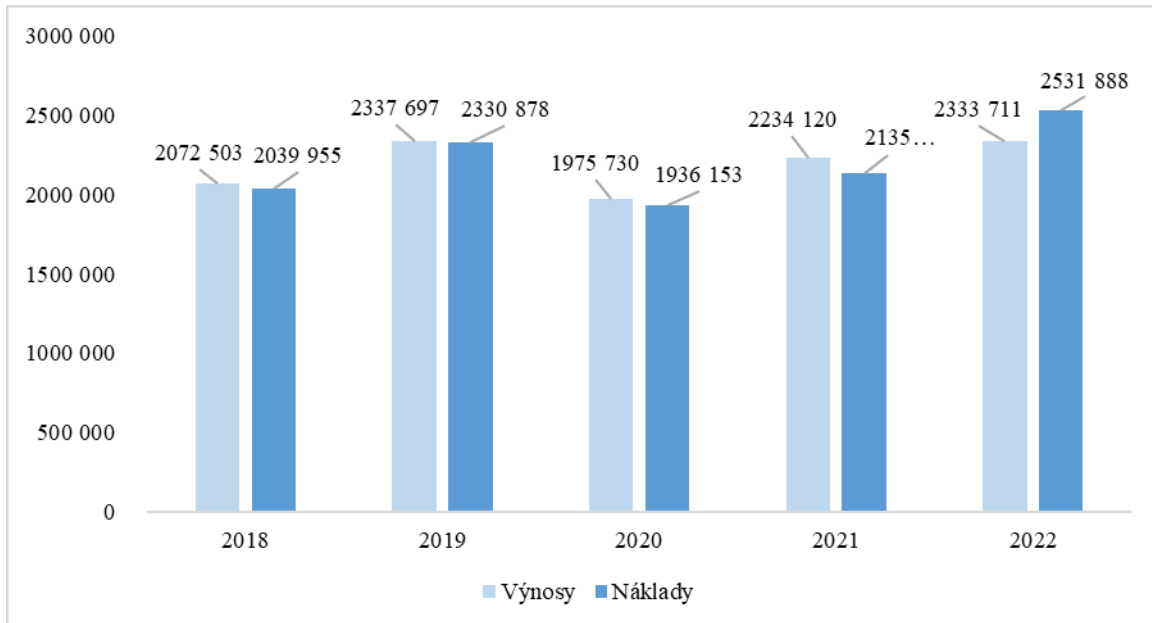


# HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE V ROKU 2022



Schvaľovanie rozpočtu BTB je zásadným hlasovaním pre činnosť organizácie pričom rozpočet schvaľuje najvyšší orgán – Valné zhromaždenie BTB. Rozpočet organizácie je schválený ak za návrh hlasuje viac ako 60% prítomných členských obcí a súčasne viac ako 60% prítomných ostatných členov. Valné zhromaždenie schvaľuje rozpočet najneskôr do 31. decembra kalendárneho roka, ktorý predchádza príslušnému roku. Rozpočet BTB na rok 2022 bol schválený uznesením č. 5 Valného zhromaždenia dňa **17. 12. 2021**.

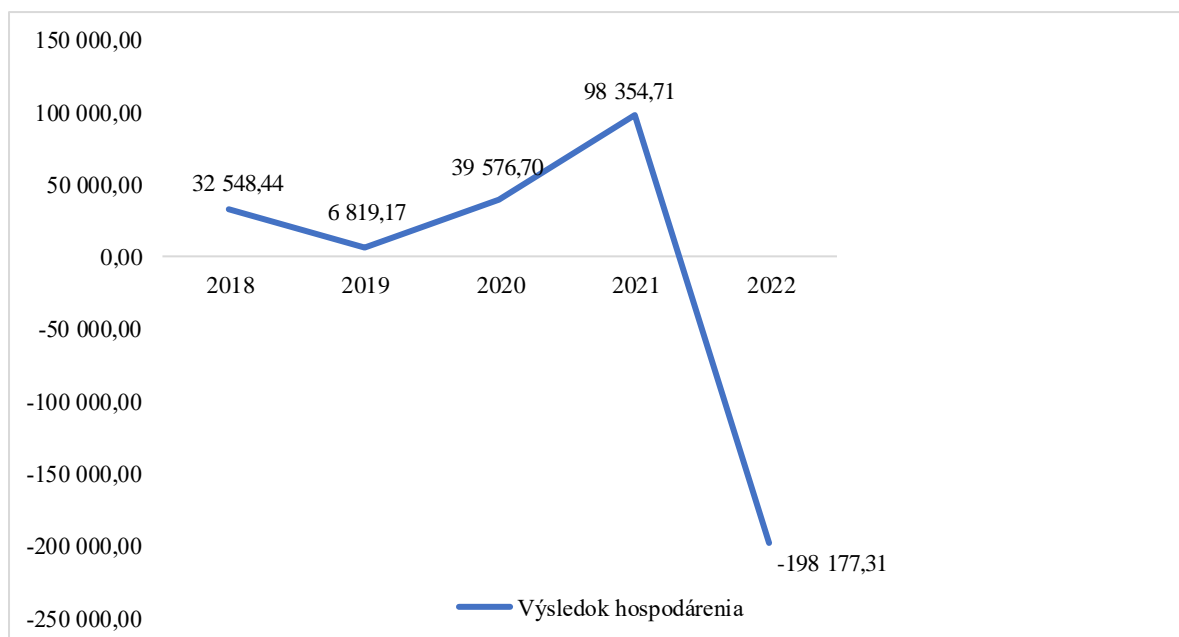
**Graf 28:** Porovnanie výnosov a nákladov BTB za roky 2018 – 2022



\*Zdroj: Register účtovných závierok - <https://www.registeruz.sk/>.

BTB vykázala v roku 2022 celkové výnosy vo výške **2 333 711,06 EUR** a celkové náklady vo výške **2 531 888,37 EUR**.

**Graf 29:** Porovnanie výsledkov hospodárenia BTB za roky 2018 – 2022



\*Zdroj: Register účtovných závierok - <https://www.registeruz.sk/>.

V roku 2022 dosiahlo BTB celkový hospodársky výsledok pred zdanením vo výške - **198 177,31 EUR** (strata). Výsledok hospodárenia v hlavnej nezdaňovanej (verejnoprospešnej) činnosti bola strata vo výške **-200 881,97 EUR** a v výsledok hospodárenia pred zdanením vo vedľajšej zdaňovanej (podnikateľskej) činnosti bol zisk vo výške **2 704,66 EUR**.

**Záporná výška výsledku hospodárenia bola ovplyvnená najmä znížením členského príspevku Hlavného mesta SR Bratislava, ktoré sa v porovnaní s rokom 2021 znížilo o 529 585 EUR (43% zníženie). Napriek tomu dokázalo BTB v roku 2022 vykonávať svoju činnosť bez obmedzovania aktivít.** Dôvodom je, že BTB dosiahlo v predchádzajúcich obdobiach v rámci výsledku hospodárenia pravidelne zisk. Výsledok hospodárenia za predchádzajúce účtovné obdobia (účet 428) bol vo výške 499 840,18 EUR. Stav financovania z roku 2022 je pre BTB do ďalších rokov v súčasnej štruktúre zamestnancov a vykonávaných aktivít neutržateľný.

## VÝNOSY BTB

V roku 2022 boli výnosy BTB vo výške **2 333 711,06 EUR**.

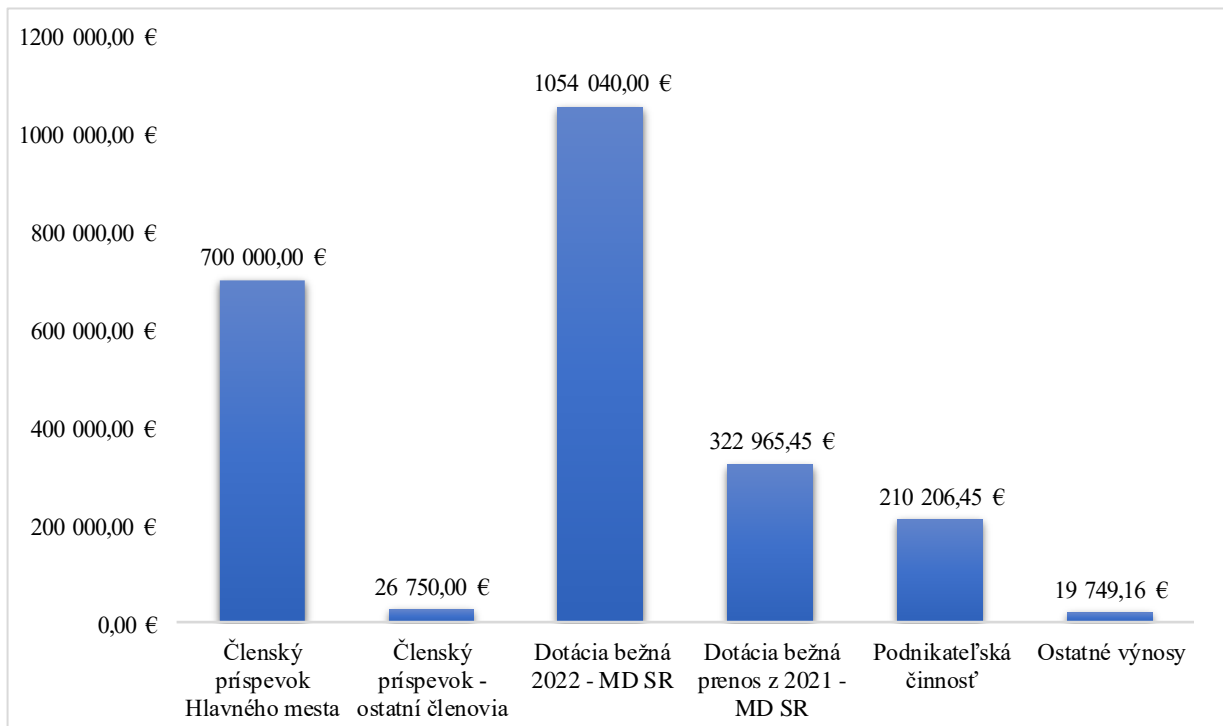
**Tabuľka 25:** Výnosy BTB za roky 2018 – 2022 (EUR)

Položka	Názov	2018	2019	2020	2021	2022
1.1.	Čl. príspevok do BTB – Hl. mesto SR BA	1 020 000,00	1 100 000,00	1 045 000,00	1 229 585,00	700 000,00
1.2.	Čl. príspevok do BTB - ostatní členovia	28 370,00	28 040,00	29 900,00	27 120,00	26 750,00
1.3.	Dotácia z MD SR (bežná)	799 811,26	944 850,00	791 252,33	862 736,51	1 377 005,45
1.4.	Podnikateľská činnosť	212 442,71	247 589,46	88 259,07	73 738,15	210 206,45
1.5.	Ostatné výnosy (odpisy, kurzové rozdiely ai.)	11 879,12	17 217,57	21 318,30	40 940,07	19 749,16
<b>Spolu</b>	<b>Výnosy BTB</b>	<b>2 072 503,09</b>	<b>2 337 697,03</b>	<b>1 975 729,70</b>	<b>2 234 119,73</b>	<b>2 333 711,06</b>

\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

Celkové výnosy BTB v roku 2022 vzrástli oproti predchádzajúcemu roku o 4 %. Dotácia z MD SR sa podieľala na výnosoch BTB vo výške 59 %, členský príspevok Hlavného mesta SR Bratislavy predstavoval 30 % výnosov a podnikateľská činnosť sa v roku 2022 podieľala na celkových výnosoch BTB na úrovni 9 %. V roku 2022 bola BTB pridelená kapitálová dotácia z MD SR vo výške 44 000 EUR. Výnosy z nadobudnutej kapitálovej dotácie nevstupujú do výnosov BTB v roku 2022, po zaradení do dlhodobého majetku BTB budú vstupovať do výnosov počas celej doby odpisovania nadobudnutého kapitálového majetku

**Graf 30:** Štruktúra výnosov BTB za rok 2022



\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

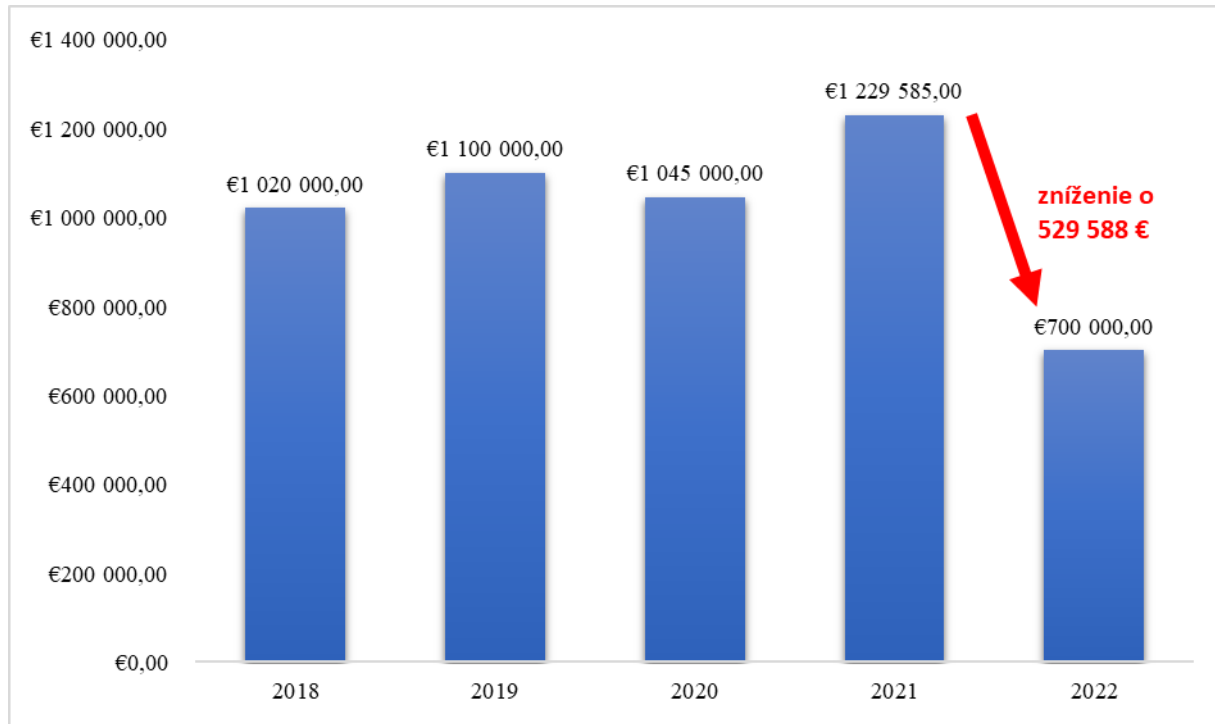
## ČLENSKÝ PRÍSPEVOK DO BTB – HLAVNÉ MESTO SR BRATISLAVA

Členský príspevok z Hlavného mesta SR Bratislavy bol schválený uznesením Mestského zastupiteľstva č. 1066/2021 zo dňa 16. 12. 2021 vo výške 700 000 EUR. Oproti roku 2021 sa jedná o **43 percentný pokles** členského príspevku zo strany Hlavného mesta SR Bratislavy.

Členské príspevky členov BTB a teda aj členský príspevok od Hlavného mesta SR Bratislavy, sú používané najmä na financovanie prevádzkových nákladov organizácie. Medzi najdôležitejšie patria mzdy členov predstavenstva a dozornej rady, mzdy front office (turistické informačné centrá - TIC) a back office (odd. komunikácie, PR a médií; odd. marketingu, eventov a destinačného manažmentu; odd. MICE, kongresového a incentívneho CR; ekonomicko-personálne odd.; právnik BTB; prevádzka), prenájmy priestorov kancelárií a skladov materiálov, zabezpečenie chodu organizácie, náklady na prevádzku stálych a sezónnych TIC, údržbu priestorov, na výdavky spojené s outsourcovanými službami (účetníctvo, verejné obstarávanie, BOZP a PO), vzdelávacie aktivity, služby spojené s činnosťou BTB, úhradu členských poplatkov v domácich a zahraničných organizáciách CR, podporu korunovačnej témy počas roka a Bratislavských korunovačných dní a čiastočne na spolufinancovanie aktivít projektu na podporu rozvoja CR, hradených prioritne z dotácie z rozpočtovej kapitoly MD SR, tiež na výdavky nad rámec oprávnených výdavkov v súlade s podmienkami použitia účelovej dotácie.



**Graf 31:** Členský príspevok Hlavného mesta do BTB za roky 2018 – 2022



\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

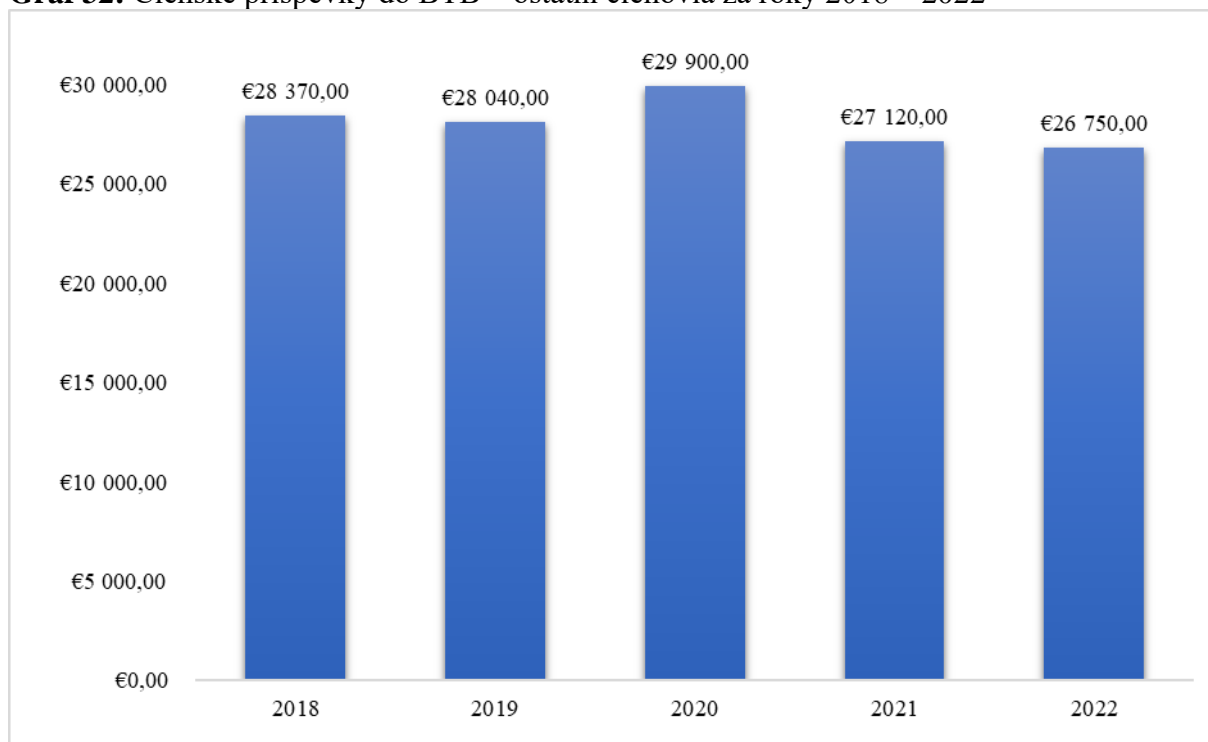
Splátky Hlavného mesta SR Bratislava ako hlavného člena a prispievateľa do rozpočtu BTB boli poskytované priebežne počas roka 2022. Za I. kvartál dňa 25. 2. 2022 – 250 000 EUR, v II. kvartáli v 2 splátkach dňa 26. 4. 2022 – 250 000 EUR a 22. 6. 2022 – 100 000 EUR, v III. kvartáli dňa 19. 8. 2022 – 100 000 EUR.

### ČLENSKÝ PRÍSPEVOK DO BTB - OSTATNÍ ČLENOVIA

Ostatní členovia organizácie sú zafinovaní v stanovách BTB Čl. III. bod. 1, písm. b) ako fyzické osoby, ktoré podnikajú alebo pôsobia na území obce a právnické osoby, ktoré podnikajú alebo pôsobia na území obce. Ostatní členovia sú v závislosti od ich podnikateľskej činnosti, príp. charakteru ich hlavnej činnosti, zaradení do komôr BTB nasledovne:

- Komora č. 1: Hotely a reštaurácie
- Komora č. 2: Cestovné kancelárie a sprievodcovia
- Komora č. 3: MICE
- Komora č. 4: Ostatní členovia

**Graf 32:** Členské príspevky do BTB – ostatní členovia za roky 2018 – 2022



\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

Výška členských príspevkov ostatných členov BTB bola schválená na valnom zhromaždení BTB uznesením č. 3 zo dňa 17. 12. 2021. V roku 2022 predstavovali výnosy z členských príspevkov ostatných členov **26 750,00 EUR**. V porovnaní s predchádzajúcim rokom ostala výška členských príspevkov na približne rovnakej úrovni. Počas roka 2022 vstúpili do BTB 3 noví členovia, 3 členovia z BTB vystúpili.

## DOTÁCIA Z MD SR

Na základe Zákona o podpore CR môže BTB žiadať a následne po schválení čerpať nenárokovateľnú dotáciu MD SR, ktorej výška sa odvíja od vyzbieraných členských príspevkov na účely podpory a rozvoja mesta Bratislavy.

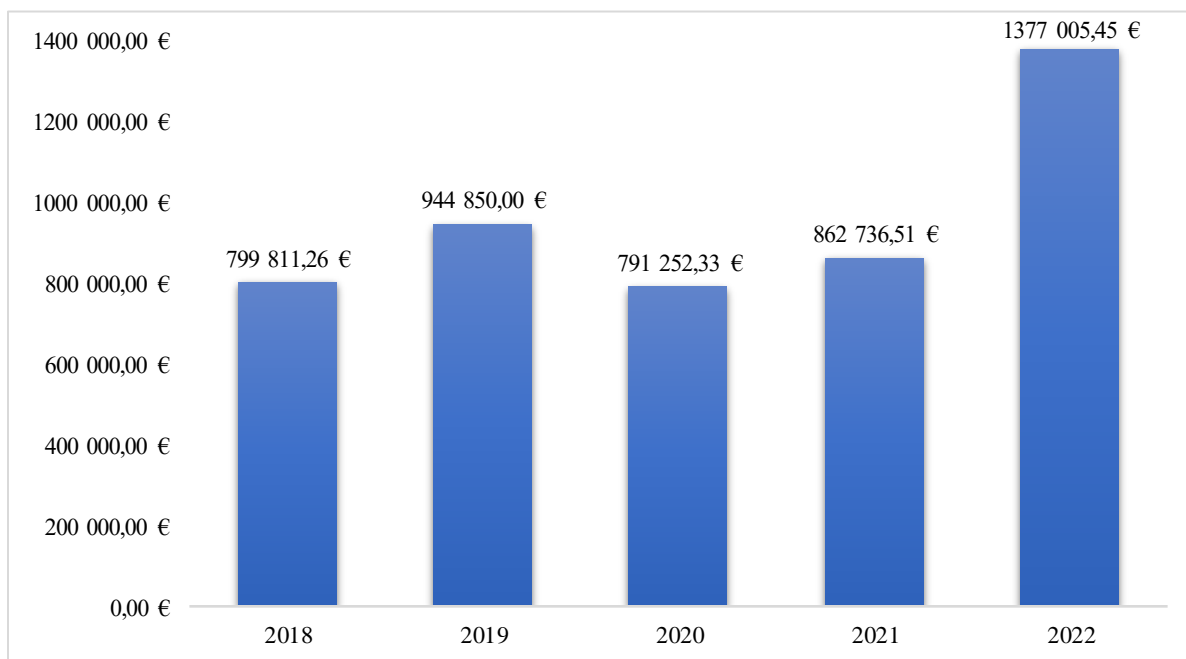
Rozsah použitia dotácie definuje § 29 Zákona o podpore CR. Dotáciu možno použiť na

- marketing a propagáciu, najmä na účasť na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách, tvorbu webového sídla, tvorbu loga organizácie cestovného ruchu, elektronický marketing, tvorbu zľavových produktov, tvorbu propagačných a informačných tlačovín okrem knižných publikácií,
- činnosť turistického informačného centra zriadeného organizáciou cestovného ruchu okrem nákladov na mzdy,
- tvorbu a prevádzku rezervačného systému,
- tvorbu a podporu udržateľných produktov cestovného ruchu,
- podporu atraktivít danej lokality tak, aby sa stali súčasťou stálej ponuky v cestovnom ruchu,

- infraštruktúru cestovného ruchu okrem MDV zariadení určených na ubytovanie,
- zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistík a prieskumov,
- zavedenie a udržiavanie hodnotiaceho systému kvality služieb,
- vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej.

Žiadosť o poskytnutie dotácie BTB schválilo MD SR dňa 31. 5. 2022. Súčasťou žiadosti o poskytnutie dotácie na rok 2022 bol projekt BTB „Rozvoj a podpora cestovného ruchu v destinácií po pandemií s ohľadom na meniacu sa bezpečnostnú situáciu“. Dňa 8. 7. 2022 bola BTB pripísaná dotácia na bežné výdavky vo výške **1 054 040 EUR** a 7. 10. 2022 dotácia na kapitálové výdavky vo výške **44 000 EUR**.

**Graf 33:** Výška poskytnutej bežnej dotácie z MD SR za roky 2018 – 2022 (účtovný stav)<sup>1</sup>



\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

V súlade so zákonom č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve a postupmi účtovania v podvojnóm účtovníctve je do roku 2022 účtovaný prenos nevyčerpanej dotácie z roku 2021 v sume **322 965,45 EUR**. Prenos dotácie do účtovného obdobia bol možný na základe Dodatku č. 1 k Zmluve o poskytnutí dotácie z rozpočtovej kapitoly Ministerstva dopravy Slovenskej republiky č. 523/BC00/2021 zo dňa 27. 12. 2021. Jednalo sa o opatrenie MD SR spojené s pandemiou Covid-19, vďaka ktorému bolo umožnené čerpať dotačné prostriedky určené na rok 2021 aj v období 1. 1. 2022 – 31. 3. 2022. Do výnosov v roku 2022 taktiež patrí poskytnutá bežná dotácia v sume 1 054 040 EUR. Kapitálová dotácia sa stáva v súlade s postupmi účtovania v podvojnóm účtovníctve výnosom (zároveň aj nákladom)

<sup>1</sup> V roku 2020 bola BTB pridelená bežná dotácia vo výške **995 914,29 EUR** – suma 791 252,33 € patrí účtovne do roku 2020 a suma 204 661,96 € bola účtovne prenesená do roku 2021. V roku 2021 bola BTB pridelená bežná dotácia vo výške **1 004 040,00 EUR** – suma 658 074,55 € patrí účtovne do roku 2021 a suma 345 965,45 € bola účtovne prenesená do roku 2022. V roku 2022 bola BTB pridelená bežná dotácia vo výške **1 054 040,00 €**.



nezdaňovanej činnosti BTB vo forme odpisov z nadobudnutého majetku. Suma kapitálovej dotácie vo výške 44 000 EUR, ktorú je možné použiť do 31. 12. 2023, nevstúpila v roku 2022 do výnosov BTB. Výnosy z nadobudnutej kapitálovej dotácie vstúpia do účtovníctva BTB po zaradení do dlhodobého majetku BTB vo forme odpisov postupne počas celej doby odpisovania nadobudnutého kapitálového majetku.

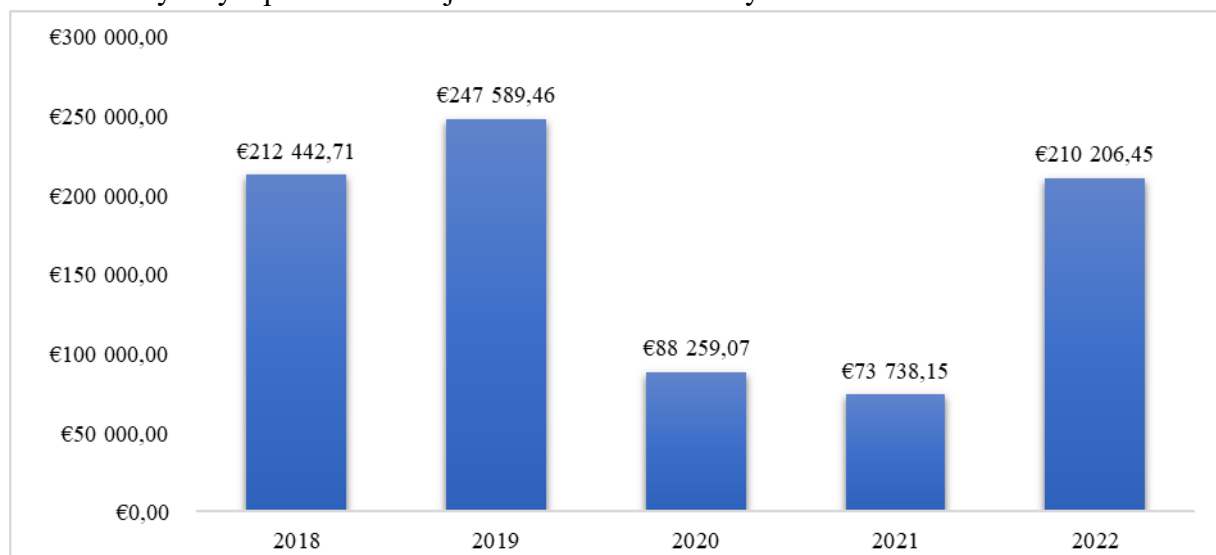
## PODNIKATEĽSKÁ ČINNOSŤ

BTB ako oblastná organizácia cestovného ruchu je na základe Zákona o podpore cestovného ruchu založená na podporu a vytváranie podmienok na rozvoj cestovného ruchu s cieľom vybudovať z Bratislavy významnú a medzinárodne renomovanú destináciu cestovného ruchu.

**Okrem hlavnej činnosti, ktorá má verejnoprospešný charakter, môže BTB vykonávať aj vedľajšiu - t.j. podnikateľskú činnosť.** Podnikateľská činnosť je na základe stanov BTB vykonávaná len za účelom dosiahnutia účelnejšieho využitia svojho majetku a na podporu svojich hlavných (verejnoprospešných) činnosti. BTB má povinnosť vykonávať podnikateľskú činnosť spôsobom, ktorý neohrozuje kvalitu, rozsah a dostupnosť hlavných činností organizácie a účelu, na ktorý bola BTB založená.

BTB vykonáva svoju podnikateľskú činnosť podľa osobitných predpisov (Zákon č. 455/1991 Zb. o živnostenskom podnikaní v znení neskorších predpisov). V súlade so Zákonom č. 431/2002 Z. z. o účtovníctve a Zákonom č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov je podnikateľská činnosť zdaňovanou činnosťou organizácie.

**Graf 34:** Výnosy z podnikateľskej činnosti v BTB za roky 2018 – 2022

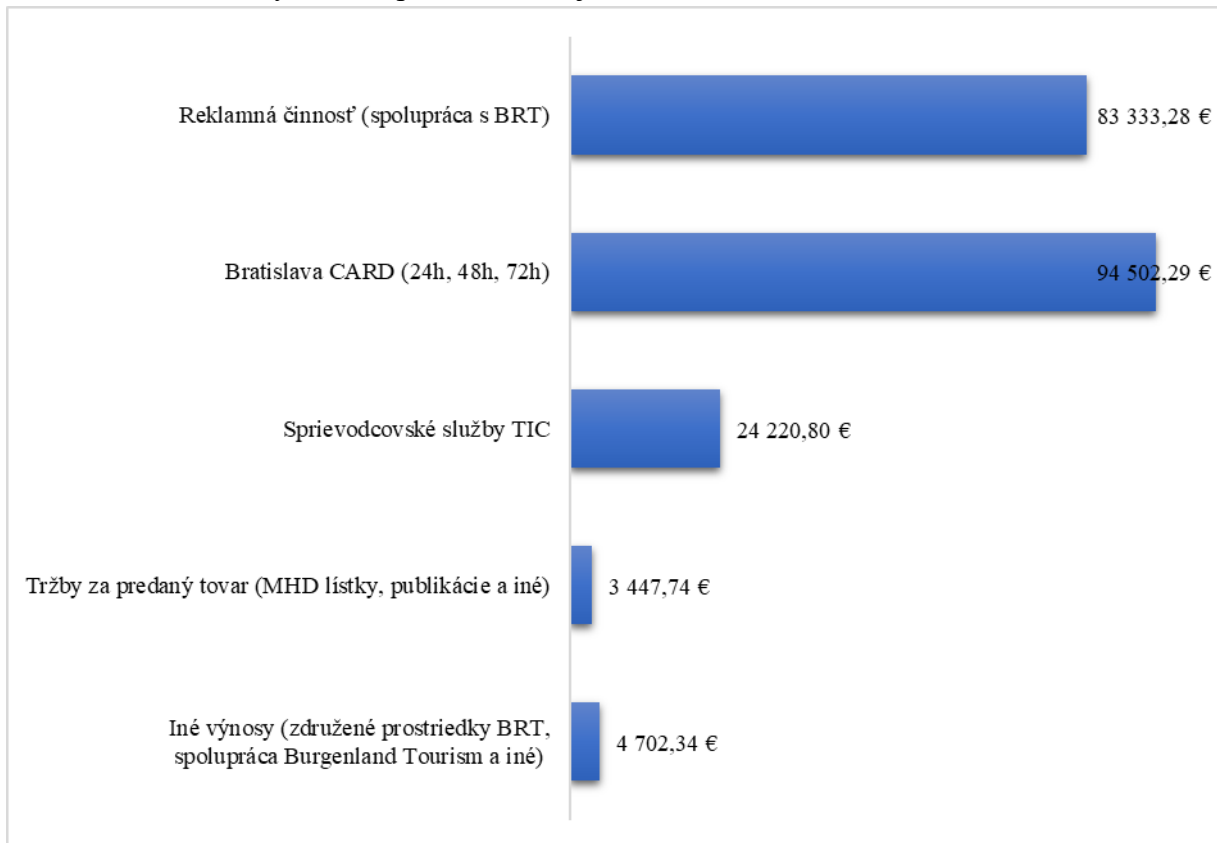


\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

Podnikateľská činnosť BTB je vo veľkej miere prepojená s počtom návštevníkov na území Bratislavy. Celosvetová pandémia Covid-19 veľmi nepriaznivo ovplyvnila oblasť cestovného ruchu - oproti rekordnému roku 2019 sa v nasledujúcich dvoch rokoch v Bratislave znížil počet návštevníkov o viac ako 70%. Rok 2022 bol negatívne ovplyvnený najmä zhoršenou bezpečnostnou situáciou zapríčinenou vojnou na Ukrajine a taktiež doznievajúcou pandémiou

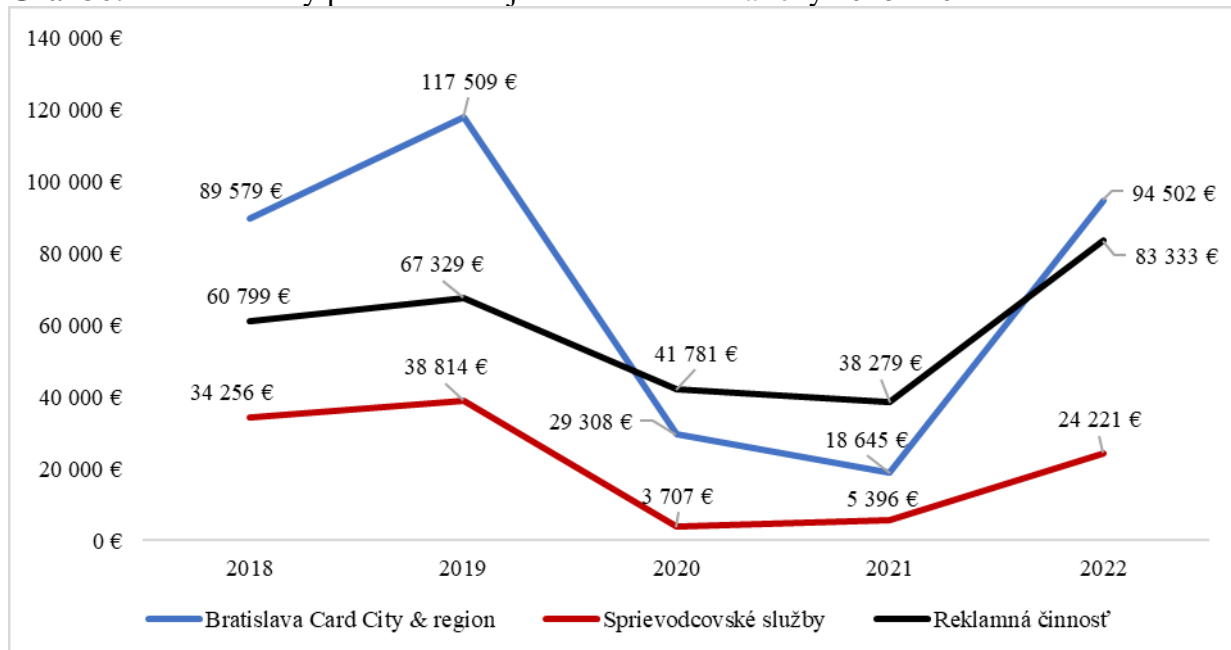
Covid-19. V roku 2022 boli výnosy z podnikateľskej činnosti BTB (zdaňovaná činnosť) vo výške **210 206,45 EUR**. Oproti roku 2021 ide o nárast celkových výnosov organizácie v podnikateľskej činnosti o 185 %; v porovnaní s rekordným predkrízovým rokom 2019 sa dostali tržby z podnikateľskej činnosti na úroveň takmer 85%. V roku 2022 bola z dôvodu pandémie Covid-19 prevádzka front office (TIC Klobočnícka) pre zákazníkov uzavretá v období od 1. 1. 2022 do 16. 1. 2022.

**Graf 35:** Štruktúra výnosov z podnikateľskej činnosti BTB v roku 2022



\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

V porovnaní s rokom 2021 bol najväčší nárast v rámci výnosov pri predaji Bratislava CARD City & Region (ďalej ako „Bratislava CARD“), kde sme zaznamenali nárast na úrovni 407 %. Oproti rekordnému predkrízovému roku 2019, kedy bolo v Bratislave historicky najviac návštevníkov aj prenocovaní, z ktorých plynú do rozpočtu Hlavného mesta príjem vo forme vybratej dane z ubytovania, sa jedná o čísla na úrovni 80%, výnosy v oblasti sprievodcovských služieb boli v roku 2022 oproti rekordnému roku 2019 na úrovni 62 %. Reklamnú činnosť bolo možné vďaka pozitívnemu vývoju pandémie Covid-19 vykonávať počas celého roka, výnosy vzrástli oproti predchádzajúcemu účtovnému obdobiu o 118% na sumu 83 333,28 EUR.

**Graf 36:** Hlavné zložky podnikateľskej činnosti v BTB za roky 2018 - 2022


\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

Destinačná turistická karta Bratislava CARD je hlavným produktom BTB, pričom zastrešuje verejných a súkromných poskytovateľov služieb a produktov CR z územia hlavného mesta a Bratislavského regiónu. Tento produkt je ponúkaný návštevníkom mesta už od roku 2006. BTB dlhodobo úspešne sieťuje konkurencieschopnú ponuku na území hlavného mesta a regiónu s cieľom zatraktívnenia samotnej produktovej ponuky a zvýšenia počtu prenocovaní. Tým, že zapája do svojich aktivít aj subjekty pôsobiace v Bratislavskom regióne, dochádza k aktívnej spolupráci s KOČR Bratislava Region Tourism (BRT). Z grafu č. 9 je zjavné, že najvyššie výnosy v podnikateľskej činnosti boli pred pandémiou Covid-19 dosahované práve prostredníctvom predaja produktu Bratislava CARD (24-hod., 48-hod., 72-hod.). Počas pandemických rokov 2020 a 2021 tieto tržby výrazne prepadli, avšak rok 2022 priniesol v rámci hlavného produktu BTB opätovne pozitívny trend.

## OSTATNÉ VÝNOSY

Ostatné výnosy BTB za rok 2022 boli vo výške **19 749,16 EUR**. Hlavnú časť týchto výnosov tvorili výnosy, ktoré nie sú predmetom dane. Odpisy majetku (interaktívne dotykové totemy, 3D kocky v TIC, haptická mapa v TIC, tlačiareň ZXP7, licencie na BC, herná webová aplikácia pre deti a mládež) ktorý v roku 2022 vstúpili do výnosov boli vo výške 18 562,04 EUR. Do ostatných výnosov taktiež patria výnosy zo “Schémy pomoci v cestovnom ruchu“ z MD SR či kurzové výnosy.



## NÁKLADY BTB

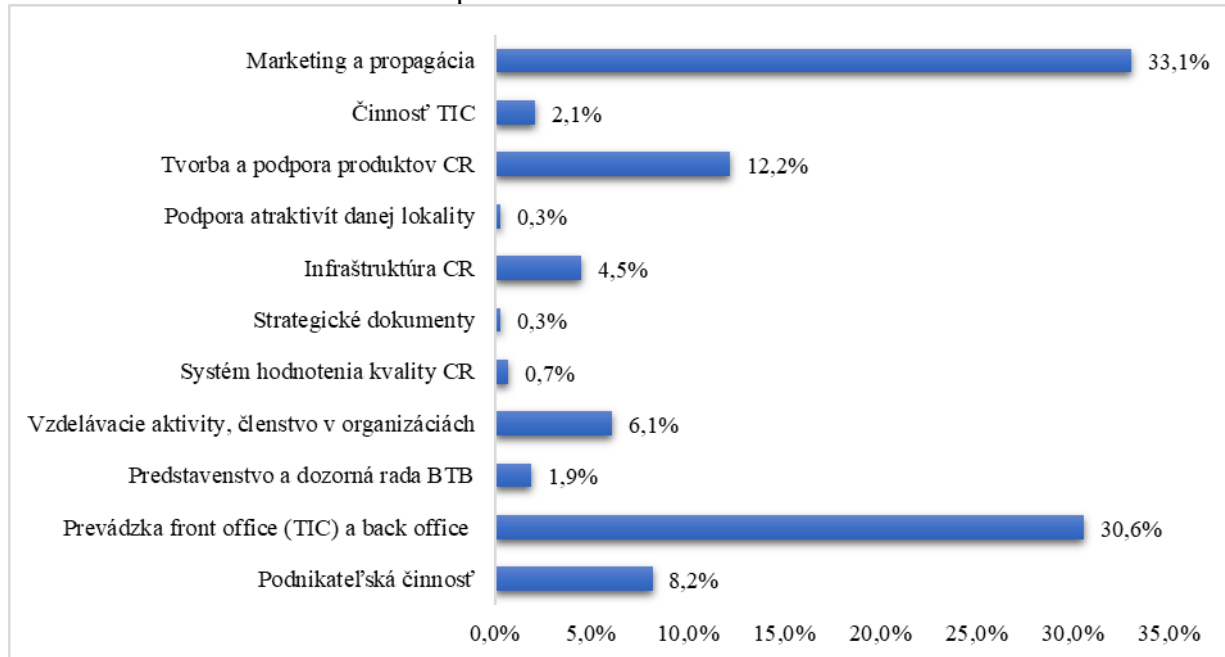
Náklady BTB v roku 2022 boli vo výške **2 531 888,37 EUR**. Náklady boli vo veľkej miere hrazené z poskytnutej dotácie MD SR (**1 377 005,45 EUR**) na aktivity zamerané na podporu rozvoja cestovného ruchu v zmysle oprávnených aktivít definovaných v Zákone o podpore CR a na základe schválených projektov na poskytnutie dotácie z MD SR. Na základe prechodného ustanovenia § 31f Zákona o podpore CR „V kalendárnych rokoch 2022 a 2023 možno poskytnutú dotáciu použiť nad rámec obmedzení ustanovených v § 30 ods. 3 písm. a) aj na prevádzkové náklady žiadateľa o dotáciu zo štátneho rozpočtu, okrem nákladov na mzdy, v rozsahu do 15 % poskytnutej dotácie v príslušnom roku“ bola v roku 2022 použitá časť bežnej dotácie z MD SR v sume **110 489,54 EUR** na úhradu prevádzkových nákladov BTB. Zvyšná časť nákladov na projekty organizácie bola financovaná z vlastných zdrojov, ktoré pokryli povinné spolufinancovanie projektu na rozvoj cestovného ruchu v destinácii a prevádzkové a režijné náklady organizácie.

**Tabuľka 26:** Náklady BTB za rok 2022

Položka	Názov	Suma
2.1.	Marketing a propagácia	839 158,81 €
2.2.	Činnosť TIC	52 622,33 €
2.3.	Tvorba a podpora produktov CR	308 359,19 €
2.4.	Podpora atraktivít danej lokality	6 500,00 €
2.5.	Infraštruktúra CR	114 520,23 €
2.6.	Strategické dokumenty	7 692,00 €
2.7.	Systém hodnotenia kvality CR	18 508,32 €
2.8.	Vzdelávacie aktivity, členstvo v organizáciách	154 712,83 €
2.9.	Predstavenstvo a dozorná rada BTB	47 035,32 €
2.10.	Prevádzka front office (TIC) a back office	775 277,55 €
2.11.	Podnikateľská činnosť	207 501,79 €
<b>Spolu</b>	<b>Náklady BTB</b>	<b>2 531 888,37 €</b>

**Zdroj:** Vlastné spracovanie.

Celkové náklady oproti roku 2021 vzrástli o takmer 19%, hlavným dôvodom bola predĺžená lehota čerpania dotácie z MD SR na rok 2021 – do 31. 3. 2022. Náklady, ktoré za rok 2022 vznikli v rámci fungovania BTB súviseli v najväčšej miere s marketingom a propagáciou destinácie Bratislava (33 %), s prevádzkou front office (TIC) na Klobočnickej 2 + back office na Šafárikovom námestí 3 (31 %) a tvorbou a podporou produktov CR (12%).

**Graf 37: Štruktúra nákladov BTB podľa aktivít za rok 2022**


\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

## MARKETING A PROPAGÁCIA

Účet	Názov	Suma	Podiel (%)
501	Spotreba materiálu	66 687,76 €	7,95
512	Cestovné	5 694,85 €	0,68
513	Náklady na reprezentáciu	155,48 €	0,02
518	Ostatné služby (video tvorba, grafika, veľtrhy a pod.)	731 208,86 €	87,14
538	Ostatné dane a poplatky	58,00 €	0,01
545	Kurzové straty	184,17 €	0,02
547	Osobitné náklady (infocesty, famtripy a presstripy)	35 169,90 €	4,19
549	Iné ostatné náklady (vrátenie poplatkov)	-0,21 €	0,00
<b>Spolu</b>	<b>Marketing a propagácia</b>	<b>839 158,81 €</b>	<b>100,00</b>

Z celkových nákladov v aktivite Marketing a propagácia predstavovali najväčšiu položku Ostatné služby (518). Náklady boli použité v nasledujúcich aktivitách / projektoch. Príklady aktivít:

- **video tvorba** – HERO propagačný spot destinácie Bratislava v 3 jazykových mutáciách, MICE spot, dronové videozábery (58 ks), letecké zábery Vianočných trhov;
- **grafické služby, kreatíva a tlač materiálov** – prevažná časť týchto nákladov pozostávala z vizuálneho prevedenia content marketingu, tvorby vizuálov a následne z tlače informačných materiálov, brožúr, edičných titulov, plagátov, letákov, katalógov, máp, článkov, textov, rollupov, beach flagov, bannerov a pod. V roku 2022 BTB zabezpečila nové edičné tituly – Bus Driver's Guide, Mapa USE IT. BTB taktiež

aktualizovala existujúce brožúry a tematických publikácie - ku koncu roka 2022 sa jedná o 23 brožúr a publikácií v rôznych jazykových mutáciách.

- **účasť na veľtrhoch a výstavách CR a B2B fórach v oblasti Leisure a MICE** – The Meeting Space Summer Lisabon, MICE Business Day Budapešť, Meeting & Incentive Forum Autumn 2022 Porto, The Meeting Space Autumn Viedeň, IMEX Frankfurt, IBTM World Barcelona, Conventa Ljubljana, World Travel Market Londýn, Czech Travel Market Praha, Utazás Budapešť, ECM Hamburg, CityDNA CEO Meeting Valencia a pod.;
- **zabezpečenie a organizovanie infociest, presstripov a famtripov** – BTB zorganizovalo v roku 2022 15 infociest a presstripov, ktorých sa zúčastnilo viac ako 130 (prevažne zahraničných) účastníkov, vytvorený bol press trip pri príležitosti Bratislavských korunovačných dní, Vianočných trhov a prezentovania Bratislavy ako 72 hodinového mesta. V oblasti MICE BTB zorganizovala press trip pre nákupcov podujatí v rámci MICE segmentu zo 7 krajín EÚ;
- **PR, komunikácia, marketingové kampane a online marketing** - náklady spojené s aktualizáciou webu, v spolupráci so **sekciami informatiky, dát a inovácií Hlavného mesta** príprava nového webu, automatizácia a personalizácia webu prostredníctvom SALESmanago, propagácia destinácie prostredníctvom sociálnych sietí ako Facebook, Instagram, YouTube a LinkedIn, programátorskými prácami, prekladateľskými službami, zabezpečím fotografií na rôzne témy, nákupom mediálneho priestoru a reklamných plôch prostredníctvom inzercie, v rádiových, televíznych, tlačných aj online médiách a pod. Marketingové kampane boli realizované najmä prostredníctvom platforiem Google ads, Facebook ads, Managino.
- **podpora kongresového CR** - tvorba špecializovaného obsahu pre MICE komunitu a jeho šírenie pre cieľové publikum v kongresovom CR (o. i. 48 článkov s dosahom viac ako 1 300 000 videní) a zároveň zvyšovanie povedomia o Bratislave ako kongresovej destinácii najmä prostredníctvom mediálnych výstupov a online contentu a taktiež online propagácie kongresovej Bratislavy na sociálnej sieti LinkedIn.

**Tabuľka 27:** Podaktivity v rámci aktivity: Marketing a propagácia

Podaktivita	Názov	Suma	Podiel (%)
2.1.1.	Edičná a video tvorba	95 545,40 €	11,38
2.1.2.	Grafické a kreatívne služby	27 675,30 €	3,30
2.1.3.	Tlač materiálov	47 352,68 €	5,64
2.1.4.	Výstavy, veľtrhy, prezentácie	29 934,85 €	3,57
2.1.5.	Turistický informačný systém, PR, komunikácia	112 997,37 €	13,47
2.1.6.	Infocesty, fam a press tripy	75 778,23 €	9,03
2.1.7.	Nákup mediálneho priestoru, reklamné plochy	118 164,39 €	14,08
2.1.8.	Online marketing	136 180,68 €	16,23
2.1.9.	Marketingové kampane	92 930,90 €	11,07
2.1.10.	Merkantil / merchandising	12 823,87 €	1,53
2.1.11.	MICE (Meeting, Incentive, Conferences, Events)	89 775,14 €	10,70
<b>Spolu</b>	<b>Marketing a propagácia</b>	<b>839 158,81 €</b>	<b>100,00</b>

\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

Druhú najväčšiu položku nákladov tvorila spotreba materiálu (501). Jedná sa o náklady vynaložené najmä na tlač materiálov, brožúr, letákov, máp a propagačných materiálov. Na nákladoch aktivity Marketing a propagácia sa spotreba materiálu podieľala na úrovni takmer 8 %. Viac ako 4 % nákladov predstavovali osobitné náklady. Ide sa o náklady, ktoré vznikli pri zabezpečovaní infociest a presstripov.

Aktivita 2.1. Marketing a propagácia bude podrobne rozpísaná v Správe o činnosti a hospodárení za rok 2022.

### ČINNOSŤ TURISTICKÉHO INFORMAČNÉHO CENTRA (TIC)

Účet	Názov	Suma	Podiel (%)
501	Spotreba materiálu	2 995,02 €	5,69
518	Ostatné služby (prevádzka sezónnych TIC a pod.)	44 203,13 €	84,00
549	Iné ostatné náklady	0,01 €	0,00
551	Odpisy majetku	5 424,17 €	10,31
<b>Spolu</b>	<b>Činnosť TIC</b>	<b>52 622,33 €</b>	<b>100,00</b>

V aktivite Činnosť TIC vznikli náklady spojené so zabezpečením informačných služieb v stálych a v sezónnych TIC. Časť nákladov súvisela s prevádzkou sezónnych TIC a bola použitá na technické zabezpečenie informačných, prezentačných a propagačných služieb destinácie, prenájom stánkov, informačných pultov, ich branding a navigačné prvky. Počas roka 2022 mohli návštevníci využiť aj sezónne TIC na Hlavnej železničnej stanici (27. 6. 2022 – 30. 9. 2022. denne od 9:30 -17:00) a novinkou v roku 2022 bolo sezónne prevádzkovanie informačného centra Martineum pri Katedrále sv. Martina (21. 7. 2022 – 30. 11. 2022, denne od 10:00 – 18:00) a taktiež služba koordinátorov parkovania turistických



autobusov (20. 6. 2022 – 30. 9. 2022, od 8:00 – 17:00, 6-7/2022 denne 3 koordinátori, 8-9/2022 denne 2 koordinátori).

Nosnú časť nákladov aktivity (84 %) tvorili ostatné služby (518). Zvyšné náklady predstavovali odpisy majetku (551) a spotreba materiálu (501).

Aktivita 2.2. Činnosť Turistického informačného centra (TIC) bude podrobne rozpísaná v Správe o činnosti a hospodárení za rok 2022.

## TVORBA A PODPORA UDRŽATEĽNÝCH PRODUKTOV CR

V aktivite Tvorba a podpora udržateľných produktov CR sa BTB venovalo tvorbe udržateľných produktov CR vo forme podpory kultúrnych festivalov, výstav, koncertov, historických a spoločenských podujatí a umeleckých projektov v spolupráci s Hl. mestom a mestskými organizáciami, ktoré sú svojim charakterom a činnosťou zamerané na podporu kultúrno-spoločenského diania v meste s cieľom zatraktívnenia samotnej produktovej ponuky a zvýšenia počtu prenocovaní v destinácií čo prináša do rozpočtu Hlavného mesta príjem vo forme vybratej dane z ubytovania.

BTB sa v roku 2022 podieľala na podpore a organizácii 18 podujatí v Bratislave a zároveň bolo BTB **hlavným organizátorom Bratislavských korunovačných dní**.

Časť nákladov bola použitá na podporu destinačnej karty Bratislava CARD platnej pre územie Hl. mesta a Bratislavského regiónu.

Účet	Názov	Suma	Podiel (%)
501	Spotreba materiálu	21 328,83 €	6,92
512	Cestovné	350,40 €	0,11
513	Náklady na reprezentáciu (občerstvenie veľvyslanci, umelci)	1 123,40 €	0,36
518	Ostatné služby (špecifikované v texte pod tabuľkou)	267 488,44 €	86,75
521	Mzdové náklady	4 400,00 €	1,43
524	Zákonné ZP a SP	871,12 €	0,28
547	Osobitné nákl. (služby spojené s organizovaním konferencie)	7 623,00 €	2,47
551	Odpisy majetku	5 174,00 €	1,68
<b>Spolu</b>	<b>Tvorba a podpora udržateľných produktov CR</b>	<b>307 359,19 €</b>	<b>100,00</b>

Najväčšiu nákladovú položku predstavujú ostatné služby (518), ktoré sa na celkových nákladoch aktivity Tvorba a podpora produktov CR podieľali na úrovni 87 %. Primárne boli tieto náklady spojené so zabezpečením umeleckých výkonov, podpôr podujatí, prezentačných aktivít, sprievodcovských služieb a iných produkčných nákladov počas podujatí ako Bratislavské korunovačné dni, Bratislavské mestské dni, Bratislavské kultúrne leto, Rímske hry a pod. Druhá významná nákladová položka spotreba materiálu (501) pozostávala najmä zo zabezpečenia propagačného materiálu.

Aktivita 2.3. Tvorba a podpora udržateľných produktov CR bude podrobne rozpísaná v Správe o činnosti a hospodárení za rok 2022.

## PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY

Účet	Názov	Suma	Podiel (%)
518	Ostatné služby (zabezpečenie konferencie)	6 500,00 €	100,00
<b>Spolu</b>	<b>Podpora atraktivít danej lokality</b>	<b>6 500,00 €</b>	<b>100,00</b>

V aktivite Podpora atraktivít danej lokality súviseli náklady s organizačným zabezpečením a realizáciou konferencie „Budúcnosť hybridných eventov v oblasti MICE, ktoré sa konalo 23. 3. 2022. Jednalo sa o 16. konferenciu ktorú BTB organizuje od roku 2017 pod značkou tzv. „MICE Days“.

Aktivita 2.4. Podpora atraktivít danej lokality bude podrobne rozpísaná v Správe o činnosti a hospodárení za rok 2022.

## INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU

Účet	Názov	Suma	Podiel (%)
501	Spotreba materiálu	34 418,94 €	30,05
502	Spotreba energie	386,99 €	0,34
518	Ostatné služby (free wifi, zásobovanie a pod.)	71 514,10 €	62,45
551	Odpisy majetku	8 200,20 €	7,16
<b>Spolu</b>	<b>Infraštruktúra CR</b>	<b>114 520,23 €</b>	<b>100,00</b>

V aktivite Infraštruktúra CR boli náklady vynaložené v podaktivite Inovatívne SMART/IT technologické riešenia, IT technológie, Zásobovanie a Obnova turistickej infraštruktúry.

Najväčšiu položku nákladov tvorili ostatné služby (518). Náklady súviseli s prevádzkou free WiFi siete VisitBratislava, ktorú prevádzkuje BTB v spolupráci so **sekciov informatiky, dát a inovácií Hlavného mesta**, s opravou minismerovníkov, prekrytím amfiteátra na Devíne či zabezpečením služieb zásobovania v destinácii.

Druhú významnú položku nákladov tvorila spotreba materiálu (501). Náklady boli vynaložené na materiálno-technické vybavenie ZOO a v spolupráci s **Metropolitným inštitútom Bratislava** sa realizovala revitalizáciu priestoru pod Hlavnou stanicou na Šancovej ulici.

Aktivita 2.5. Infraštruktúra CR bude podrobne rozpísaná v Správe o činnosti a hospodárení za rok 2022.

### ZABEZPEČENIE STRATEGICKÝCH DOKUMENTOV

Účet	Názov	Suma	Podiel (%)
518	Ostatné služby (vytvorenie dokumentu)	7 692,00 €	100,00
<b>Spolu</b>	<b>Zabezpečenie strategických dokumentov</b>	<b>7 692,00 €</b>	<b>100,00</b>

V aktivite Zabezpečenie strategických dokumentov boli náklady spojené s vytvorením dokumentu „Koncept pre domáci cestovný ruch“, ktorý má za cieľ zabezpečiť ciele, koncepčné, systematické a výsledkovo orientované riadenie Bratislavy ako destinácie domáceho cestovného ruchu z manažérskeho a marketingového hľadiska. Súčasťou strategického dokumentu bolo vytvorenie prieskumu prostredníctvom skupinových diskusií vytypovaných respondentov „Focus Groups“ a taktiež vypracovanie záverečnej správy zadefinovania kľúčových faktov, hlavných zistení a odporúčaní.

Aktivita 2.6. Zabezpečenie strategických dokumentov bude podrobne rozpísaná v Správe o činnosti a hospodárení za rok 2022.

### ZAVEDENIE A UDRŽIAVANIE HODNOTIACEHO SYSTÉMU KVALITY SLUŽIEB

Účet	Názov	Suma	Podiel (%)
518	Ostatné služby (prieskum kvality, strategický dokument apod.)	18 508,32 €	100,00
<b>Spolu</b>	<b>Zavedenie a udržiavanie hodnotiaceho systému kvality služieb</b>	<b>18 508,32 €</b>	<b>100,00</b>

V aktivite Zavedenie a prevádzkovanie systému hodnotenia kvality služieb sa v roku 2022 podarilo zabezpečiť vytvorenie strategického dokumentu pre potreby vytvorenia metodológie a vyhodnocovania kvality služieb CR v destináciách. Ďalším dokumentom bola realizácia vyhodnocovania kvality služieb CR v destináciách. Pokračovalo sa v hodnotení kvality služieb cez poskytovanie verejnej free wifi a 3D scanneru v Turistickom informačnom centre, realizovalo sa sčítanie návštevníkov v mestskom lesoparku a taktiež sa prevádzkovali cyklosčítacie na Viedenskej ceste a hraničnom prechode Berg.

Aktivita 2.7. Zavedenie a udržiavanie hodnotiaceho systému kvality služieb bude podrobne rozpísaná v Správe o činnosti a hospodárení za rok 2022.

### VZDELÁVACIE AKTIVITY A ČLENSKÉ PRÍSPEVKY

Účet	Názov	Suma	Podiel (%)
501	Spotreba materiálu	2 660,00 €	1,72
512	Cestovné	1 632,16 €	1,05
518	Ostatné služby (prehliadky, vzdelávania a pod.)	23 004,13 €	14,87
545	Kurzové straty	46,04 €	0,03
562	Poskytnuté príspevky	127 370,50 €	82,33
<b>Spolu</b>	<b>Vzdelávacie aktivity a členské príspevky</b>	<b>154 712,83 €</b>	<b>100,00</b>

V aktivite Vzdelávacie aktivity sa v roku 2022 zabezpečili prehliadky mesta počas významných podujatí a tematických aktivít, vzdelávanie zamestnancov BTB, sprievodcov CR, tvorbu itinerárov vzdelávacích prehliadok pre žiakov základných a stredných škôl, účasť zamestnancov BTB na podujatiach organizovaných City Destinations Alliance a pod. Súčasťou aktivity sú aj členské príspevky do iných organizácií (účet 562), ktorých je BTB aktívnym členom (City Destination Alliance, AOCR, AICES). Najväčšiu položku tvoril členský príspevok BTB do Bratislava Region Tourism (krajská organizácia CR) vo výške 125 670,50 EUR. Výška členského príspevku do BRT sa stanovuje podľa §8, ods. 5 Zákona o podpore CR pričom je stanovený vo výške najmenej 10 % z členských príspevkov získaných oblastnou organizáciou od obcí a podnikateľských subjektov v predchádzajúcom kalendárnom roku.

Aktivita 2.8. Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie bude podrobne rozpísaná v Správe o činnosti a hospodárení za rok 2022.

### ZASADNUTIA RIADIACICH ORGÁNOV BTB

Účet	Názov	Suma	Podiel (%)
513	Náklady na reprezentáciu (zasadnutia VZ-BTB, P-BTB)	612,24 €	1,30
518	Ostatné služby (prenájom priestorov VZ-BTB)	991,70 €	2,11
521	Mzdové náklady (členovia P-BTB, DR-BTB)	33 964,52 €	72,21
524	Zákonné ZP a SP (členovia P-BTB, DR-BTB)	11 466,86 €	24,38
<b>Spolu</b>	<b>Zasadnutia riadiacich orgánov BTB</b>	<b>47 035,32 €</b>	<b>100,00</b>

V aktivite Zasadnutia riadiacich orgánov BTB tvorili väčšinu nákladov (97%) mzdy a zákonné sociálne náklady členov predstavenstva a dozornej rady BTB. Zvyšné náklady súviseli so zabezpečením zasadnutí riadiacich orgánov. Pravidlá vyplácania náhrad členom orgánov BTB sú upravené Uznesením č. 8 Valného zhromaždenia BTB zo dňa 13.12.2016 s účinnosťou od 1.1.2017.



### PREVÁDZKA FRONT OFFICE BTB (TIC) A BACK OFFICE BTB (ŠAFÁRIKOVO NÁM. 3)

Účet	Názov	Suma	Podiel (%)
501	Spotreba materiálu	15 812,02 €	2,04
502	Spotreba energie	4 945,07 €	0,63
511	Opravy a udržiavanie	1 000,14 €	0,13
512	Cestovné	8 361,41 €	1,08
513	Náklady na reprezentáciu	3 915,18 €	0,50
518	Ostatné služby (outsourcing, nájom, internet, mobily a pod.)	131 635,42 €	16,98
521	Mzdové náklady	435 671,43 €	56,20
524	Zákonné ZP a SP	151 573,23 €	19,55
525	Ostatné sociálne poistenie	562,68 €	0,07
527	Zákonné sociálne náklady	15 787,18 €	2,04
531	Daň z motorových vozidiel	122,00 €	0,02
538	Ostatné dane a poplatky	671,59 €	0,09
542	Ostatné pokuty a penále	36,50 €	0,00
544	Úroky	0,03 €	0,00
545	Kurzové straty	44,91 €	0,01
548	Manká a škody	0,03 €	0,00
549	Iné ostatné náklady	2 451,30 €	0,31
551	Odpisy DNM a DHM	2 687,43 €	0,35
<b>Spolu</b>	<b>Prevádzka front office (TIC) a back office BTB</b>	<b>775 277,55 €</b>	<b>100,00</b>

Prevádzka front office BTB (TIC) a back office BTB (Šafárikovo nám. 3) bola v roku 2022 vo výške 775 277,55 EUR a pozostávala z nasledujúcich položiek:

#### Spotreba materiálu (účet 501)

Primárne boli náklady vynaložené na bežnú spotrebu – kancelárske potreby, hygienické a čistiace potreby, drobný majetok a tonery. BTB vlastní osobný automobil Volkswagen UP! ktorý bol BTB darovaný v roku 2015 z Hl. mesta SR Bratislavy. S prevádzkou osobného automobilu sú spojené náklady na pohonné hmoty a iné náklady bežnej spotreby (výmena pneumatík, servis a pod.), v TIC bola zabezpečená výmena starých plagátových boxov za nové crystal backlightboxy. Počas roka 2022 bola obnovená zastaraná výpočtová technika pre zamestnancov BTB – notebooky (3x) s príslušenstvom.

#### Spotreba energie (účet 502)

Náklady súvisia s dodávkami elektrickej energie, plynu, pary, vody. V roku 2022 súviseli najmä s vyúčtovaním energií spojených s prenájom kancelárskych priestorov back office na Šafárikovom námestí 3, kde si BTB **od roku 2015 prenajíma kancelárske priestory od organizácie MARIANUM – Pohrebniectvo mesta Bratislavy**, s prevádzkou totemov a skladových priestorov, ktoré BTB využíva na umiestnenia brožúr, propagačných materiálov, informačných nosičov a pod.

#### Opravy a údržba (účet 511)

Náklady v rámci účtu 511 združujú externé náklady na opravy a udržiavanie majetku a zásob. V roku 2022 boli spojené so servisom osobného automobilu BTB Volkswagen UP!, ktorý bol BTB darovaný v roku 2015 z Hl. mesta SR Bratislavy, s opravami tlačiarne a výdavky vznikli tiež z dôvodu havarijného stavu zatekajúceho WC.

#### Cestovné (účet 512)

Náklady súviseli s tuzemskými a zahraničnými cestami zamestnancov BTB podľa plánu ZPC na rok 2022, schváleného zasadnutím predstavenstva BTB dňa 23.3.2022 a ostatnými cestovnými nákladmi.

#### Náklady na reprezentáciu (účet 513)

Náklady pozostávali prevažne z položiek pre zabezpečenie zasadnutí P-BTB a DR-BTB, komôr BTB, pracovných stretnutí zamestnancov, odborných stretnutí zamestnancov a vedenia BTB, dekoračnej výzdoby v TIC a pod.

#### Ostatné služby (účet 518)

Najväčšou položkou účtu 518 – Ostatné služby bolo v roku 2022 nájomné kancelárskych priestorov na Šafárikovom námestí 3, kde si BTB **od roku 2015 prenajíma kancelárske priestory od organizácie MARIANUM – Pohrebníctvo mesta Bratislavy**. Osobitnú položku Ostatných služieb tvoria outsourcingové služby organizácie – jedná sa o účtovné služby, právne služby a konzultácie v oblasti verejného obstarávania. Ďalšie vzniknuté náklady v roku 2022 boli nájomné v priestoroch TIC, **ktorých vlastníkom je Hl. mesto SR Bratislava**, prenájom externých skladových priestorov, služby mobilného operátora, zabezpečenie internetu v kancelárskych priestoroch, upratovacie služby v priestoroch front office (TIC) a back office, poštovné výdavky, parkovné, notárske poplatky, IT softvéry a licencie, diaľničná známka pre firemné vozidlo, zverejňovanie pracovných ponúk, služby NSG siete v TIC a pod.

#### Osobné náklady (účty 521, 524, 525, 527)

Mzdové a odvodové náklady boli vynaložené na mzdy zamestnancov front officu (TIC) a zamestnancov back office v rámci oddelenia marketingu, eventov a destinačného manažmentu; oddelenia komunikácie, PR a médií; oddelenia MICE, kongresového a incentívneho cestovného ruchu; ekonomicko-personálneho oddelenia; oddelenia stratégie, projektov a destinačného manažmentu; právnik BTB; office manažérky/asistentky PP-BTB BTB a pracovníkov zazmluvnených na dohodu o pracovnej činnosti, dohodu o vykonaní práce resp. dohodu o brigádnickej práci študenta. Súčasťou osobných nákladov sú mzdové náklady, zákonné poisťné a príspevky, ktoré je zamestnávateľ povinný platiť za zamestnancov a náklady vynaložené na vytvorenie pracovných, sociálnych podmienok a na starostlivosť o zdravie zamestnancov.

**Tabuľka 28:** Mzdy a odvody zamestnancov front office TIC a back office BTB v roku 2022

Obdobie	Prijem celkom (521)	ZP/SP zamestnávateľ (524)	Cena práce
Január	34 827,20 €	12 073,71 €	46 900,91 €
Február	34 679,37 €	12 078,39 €	46 757,76 €
Marec	34 843,43 €	12 081,31 €	46 924,74 €
Apríl	34 448,35 €	11 947,51 €	46 395,86 €
Máj	35 144,49 €	12 275,18 €	47 419,67 €
Jún	36 739,08 €	12 631,71 €	49 370,79 €
Júl	36 526,08 €	12 674,44 €	49 200,52 €
August	35 885,73 €	12 504,66 €	48 390,39 €
September	36 412,77 €	12 691,54 €	49 104,31 €
Október	40 232,84 €	13 960,07 €	54 192,91 €
November	40 846,22 €	14 096,34 €	54 942,56 €
December	35 085,87 €	12 558,37 €	47 644,24 €
<b>Spolu</b>	<b>435 671,43 €</b>	<b>151 573,23 €</b>	<b>587 244,66 €</b>

\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

Gro zákonných sociálnych nákladov (účet 527) tvorili zákonne stanovené výdavky na stravovanie zamestnancov BTB. Zvyšné výdavky boli spojené so zabezpečením bezpečnosti a ochrany zdravia zamestnancov a vedenia organizácie, prostredníctvom školení v oblasti BOZP, nákladmi spojenými s tvorbou sociálneho fondu, zabezpečením PCR a antigénového testovania, nákupom ochranných rúšok, dezinfekcie, respirátorov a doplnením lekárničky.

Dane a poplatky (účty 531, 538)

BTB vlastní osobný automobil Volkswagen UP, ktorý bol BTB darovaný v roku 2015 z Hl. mesta SR Bratislavy. V súlade so zákonom č. 361/2014 Z. z. o dani z motorových vozidiel bolo vykonané daňové priznanie k dani z motorových vozidiel. Náklady taktiež súviseli s mesačnými koncesionárskymi poplatkami a poplatkami za komunálny odpad.

Ostatné náklady (účty 542, 544, 545, 548, 549)

Hlavnou nákladovou položkou (36 %) účtovnej skupiny Ostatné náklady boli poplatky za vedenie troch bankových účtov BTB. Išlo o bežné bankové účty, ktoré slúžia ako prevádzkový, dotačný a majetkový (kapitálový) účet. Ďalšie náklady súviseli s poistením majetku BTB vrátane firemného automobilu, poisťným pri služobných cestách, poplatkami za vykonané platby a kurzové straty pri vykonaných zahraničných platbách.

Odpisy (účet 551)

Náklady súviseli s odpismi dlhodobého nehmotného majetku a dlhodobého hmotného majetku BTB. Jednalo sa o odpisy hovoriacich 3D kociek, haptickej mapy, interaktívnych dotykových totemov, ochranných pultových prepážok, tlačiarne ZXP7, hernej webovej aplikácie pre deti, fotoaparátu Sony apod.

## PODNIKATELSKÁ ČINNOSŤ

Účet	Názov	Suma	Podiel (%)
501	Spotreba materiálu	647,47 €	0,31
504	Spotreba energie	3 509,85 €	1,69
512	Cestovné	1,00 €	0,00
518	Ostatné služby	81 439,84 €	39,25
521	Mzdové náklady	87 301,57 €	42,07
524	Zákonné ZP a SP	30 046,87 €	14,48
525	Ostatné sociálne poistenie	29,09 €	0,01
527	Zákonné sociálne náklady	3 047,05 €	1,47
549	Iné ostatné náklady	1 173,69 €	0,57
558	Tvorba a zúčtovanie opravných položiek	305,36 €	0,15
<b>Spolu</b>	<b>Podnikateľská činnosť</b>	<b>207 501,79 €</b>	<b>100,00</b>

### Spotrebované nákupy (501, 504)

Výdavky boli spojené najmä s nákladmi na predaný tovar – spotreba Bratislava CARD, spotreba cestovných lístkov, brožúr Pátrač Tino, suvenírových bankoviek, Wander Books a iných položiek ktoré sa predávajú v Turistickom informačnom centre.

### Ostatné služby (účet 518)

Najväčšie nákladové položky tvorili provízie a refundácie spojené s predajom Bratislava CARD a zabezpečením sprievodcovských služieb v Bratislave. V rámci zvýhodnených služieb, ktoré poskytuje BTB prostredníctvom Bratislava CARD, vznikli v roku 2022 najväčšie náklady (preplatenie vstupov a cestovných lístkov) v spolupráci s **Múzeom mesta Bratislavy** (15 578,00 EUR), **Bratislavskou integrovanou dopravou** (13 700,81 EUR), **Slovenským národným múzeom** (11 471,00 EUR) a **Galériou mesta Bratislavy** (2 402,50 EUR). Medzi ostatné služby patria taktiež náklady spojené so službami mobilného operátora, prevádzkou e-kasy, platby za skrátené čísla a pod.

### Osobné náklady (účty 521, 524, 525, 527)

Mzdové náklady a odvody boli vynaložené na mzdy zamestnancov, ktorí sa podieľali na podnikateľskej činnosti v rámci predaja, tvorby produktov a manažmentu podnikateľskej činnosti.



**Tabuľka 29: Mzdy a odvody v roku 2022 – podnikateľská činnosť**

<b>Obdobie</b>	<b>Príjem celkom (521)</b>	<b>ZP/SP zamestnávateľ (524)</b>	<b>Cena práce</b>
Január	6 070,66 €	2 098,27 €	8 168,93 €
Február	6 315,14 €	2 184,26 €	8 499,40 €
Marec	7 480,74 €	2 625,96 €	10 106,70 €
Apríl	6 916,38 €	2 418,64 €	9 335,02 €
Máj	5 883,34 €	2 062,02 €	7 945,36 €
Jún	6 432,45 €	2 227,74 €	8 660,19 €
Júl	7 512,81 €	2 653,08 €	10 165,89 €
August	7 664,49 €	2 642,73 €	10 307,22 €
September	7 359,75 €	2 550,57 €	9 910,32 €
Október	7 848,70 €	2 719,44 €	10 568,14 €
November	8 037,25 €	2 785,85 €	10 823,10 €
December	9 779,86 €	3 078,31 €	12 858,17 €
<b>Spolu</b>	<b>87 301,57 €</b>	<b>30 046,87 €</b>	<b>117 348,44 €</b>

\*Zdroj: Vlastné spracovanie.

Ďalšie náklady spadajúce pod osobné náklady v rámci podnikateľskej činnosti súviseli najmä zo zabezpečením stravovania zamestnancov.

Iné ostatné náklady (účet 549)

Iné ostatné náklady boli spojené s poplatkami za platobné karty, postterminály a platobnú bránu.

Tvorba a zúčtovanie opravných položiek (účet 558)

Náklad je spojený s vytvorením opravných položiek k nevymožiteľným pohľadávkam.

## DLHODOBÝ MAJETOK BTB

V roku 2022 BTB v rámci kapitálovej dotácie z Ministerstva dopravy SR obstaralo:

- hernú webovú aplikáciu pre deti a mládež,
- vybudovanie WiFi siete v areáli hradu Devín,
- technickú štúdiu cyklotrasy,
- slávnostné osvetlenie budovy SPŠS na Fajnorovom nábreží.

Cieľom obstarania hernej webovej aplikácie pre deti a mládež je prilákať rodiny s deťmi, mladých ľudí ale aj zahraničných turistov do centra Bratislavy a vzdelávať ich o Bratislave zábavnou a interaktívnou formou.

Vybudovanie WiFi siete v areáli hradu Devín má za cieľ v spolupráci so **sekciov informatiky, dát a inovácií Hlavného mesta a Múzeom mesta Bratislavy** rozšíriť signál verejnej WiFi siete VisitBratislava aj mimo centrum Bratislavy. V centre mesta sa BTB finančne spolupodieľa na prevádzke a promovaní verejnej WiFi siete VisitBratislava formou 27 „uzlov“ alebo vysielačov signálu na pripojenie k internetu.

V spolupráci s **oddelením cyklodopravy Hl. mesta SR Bratislavy** bola zabezpečená technická štúdia cykloprojektu, ktorej cieľom bolo vypracovať dvojvariantnú štúdiu cyklotrasy hlavného mestského okruhu v úseku Jarovce – Kittsee.

V spolupráci s **Hl. mestom SR Bratislava, Bratislavským samosprávnym krajom, mestskou časťou Bratislava – Staré mesto a Krajským pamiatkovým úradom** bolo špecifikované a následne obstarané slávnostné architektonické osvetlenie budovy SPŠS na Fajnorovom nábreží. Hlavným zámerom projektu je docieľiť zvýraznenie historického objektu nachádzajúceho sa v blízkosti rieky Dunaj.

Obstaranie dlhodobého majetku v roku 2022 bude podrobne rozpísané v Správe o činnosti a hospodárení za rok 2022.

Celkový stav dlhodobého majetku a stav oprávok k 31. 12. 2022 je uvedený v tabuľke.

**Tabuľka 30: Dlhodobý majetok a oprávky BTB k 31. 12. 2022**

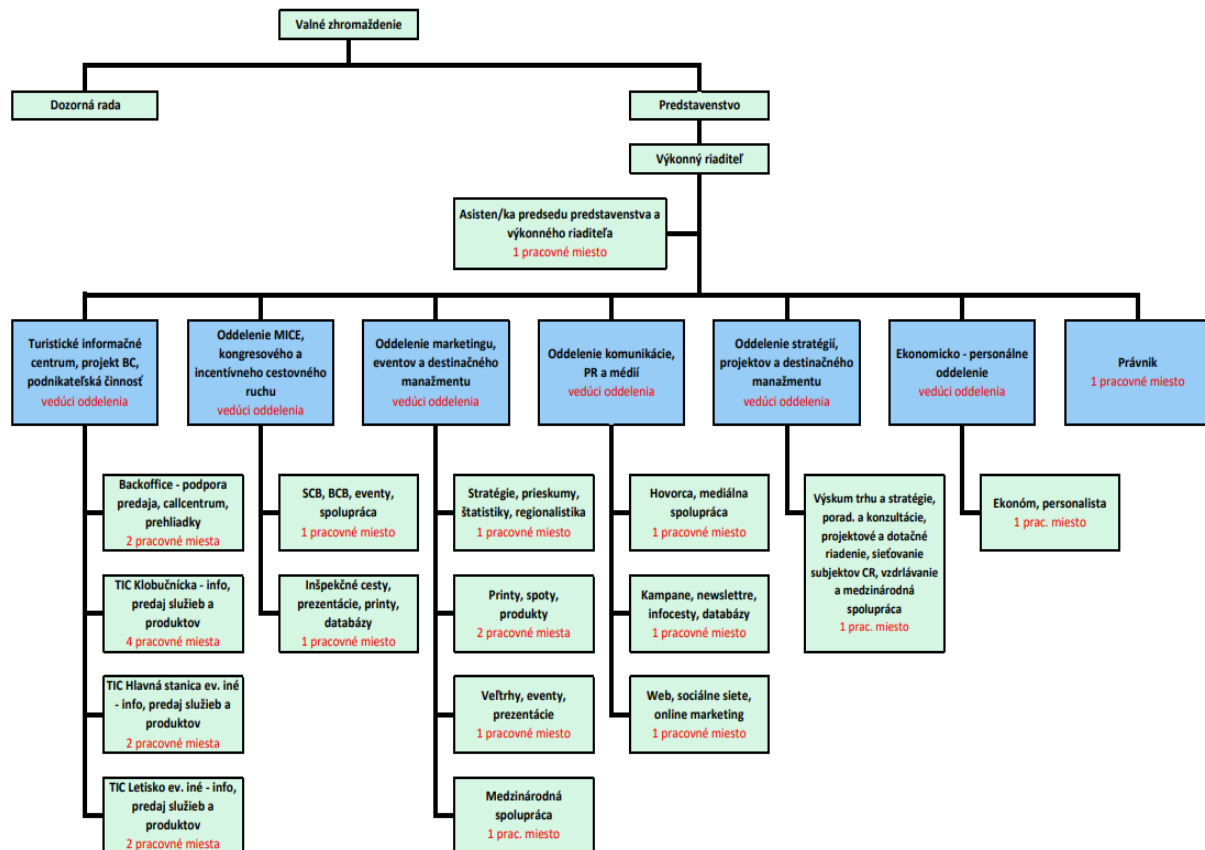
ID	Predmet	Suma	Oprávky
<b>A – Softvér</b>			
01310	Komunikačný nástroj API	1 400,00 €	-1 400,00 €
01320	Herná webová aplikácia	31 800,00 €	-530,00 €
<b>Spolu zostatok softvér</b>		<b>31 270,00 €</b>	
<b>B – Licencie</b>			
01410	Licencia na používanie SV BCC	22 020,00 €	-21 170,00 €
<b>Spolu zostatok licencie</b>		<b>850,00 €</b>	
<b>C - Dlhodobý hmotný majetok</b>			
02210	Informačný stánok Letisko	22 497,60 €	-22 497,60 €
02220	Pódiový set PRO STAGE	5 743,80 €	-5 743,80 €
02230	Sčítač cyklstov - Eco Counter	9 598,00 €	-9 598,00 €
02240	Svetelná info-tabuľa 2 ks	3 498,00 €	-3 498,00 €
02250	Exteriérový stan	1 831,20 €	-1 831,20 €
02260	Dotykové monitory Samsung	21 286,80 €	-19 781,00 €
02270	Interaktívne dotykové totemy	49 201,20 €	-31 468,21 €
02280	Tlačiareň ZXPT	3 004,80 €	-3 004,80 €
02290	Synology Disk Station	2 730,00 €	-2 277,00 €
02291	Pultové prepážky	10 000,00 €	-4 130,34 €
02292	Fotoaparát	3 850,60 €	-1 604,42 €
02293	Haptická mapa	1 920,00 €	-480,00 €
02294	Hovoriace 3D kocky	13 750,00 €	-5 384,38 €
<b>Spolu zostatok dlhodobý hmotný majetok</b>		<b>37 613,25 €</b>	
<b>D - Dopravné prostriedky</b>			
023.10	Osobný automobil Volkswagen UP	12 584,00 €	-12 584,00 €
<b>Spolu zostatok dopravné prostriedky</b>		<b>0,00 €</b>	
<b>E – Obstaranie dlhodobého hmotného a nehmotného majetku</b>			
04101	Technická štúdia – cykloprojekt	11 160,00 €	-
04102	Wifi sieť hrad Devín	15 492,38 €	-
04201	Osvetlenie Fajnorovo nábrežie	25 985,41 €	-
<b>Spolu obstaranie dlhodobého hmotného a nehmotného majetku</b>		<b>52 637,79 €</b>	
<b>Stav dlhodobého majetku k 31. 12. 2022</b>		<b>122 371,04 €</b>	

\*Zdroj: Vlastné spracovanie. Pozn.: Bordovou farbou je označený DM obstaraný v roku 2022.

## ORGANIZAČNÁ ŠTRUKTÚRA BTB

V priebehu roka 2022 sa upravovala organizačná štruktúra BTB. Pozícia „IT“ (1 pracovné miesto) bola nahradená párovanou pozíciou „právnik“ (1 pracovné miesto). Organizačná štruktúra, ktorá je prílohou Smernice 01 Organizačný poriadok bola schválená zasadnutím predstavenstva BTB dňa 2.11.2022, pričom účinnosť nadobudla dňa 1.12.2022. Organizačná štruktúra BTB obsahuje mimo orgánov organizácie 30 pracovných pozícií, pričom k 31. 12. 2023 bolo obsadených 23 pracovných pozícií a 7 pracovných pozícií bolo neobsadených.

**Graf 38:** Organizačná štruktúra BTB platná od 1.12.2022



\*Zdroj: Smernica 01 – Organizačný poriadok BTB.

**Valné zhromaždenie je najvyšší orgán BTB**, ktorý tvoria všetci členovia organizácie. Valné zhromaždenie rozhoduje o všetkých zásadných otázkach organizácie. Jedná sa najmä o schvaľovanie stanov, volebného, rokovacieho, kompetenčného a podpisového poriadku, voľbu členov predstavenstva, dozornej rady a výkonného riaditeľa, schvaľovanie rozpočtu, ročného plánu aktivít, ročnej účtovej závierky a správy o činnosti organizácie, určuje výšku a lehotu splatnosti členských príspevkov. K 31. 12. 2022 malo BTB 71 členov vrátane Hl. mesta SR Bratislavy. Činnosť valného zhromaždenia je definovaná v čl. IX. Stanov BTB.

Podľa stanov BTB je **riadiacim orgánom predstavenstvo BTB na čele s predsedom predstavenstva ako štatutárnym zástupcom organizácie**. Predstavenstvo zabezpečuje činnosť a fungovanie organizácie v období medzi zasadnutiami valného zhromaždenia. Predstavenstvo má 8 členov, 4 členovia sú zástupcami jednotlivých komôr organizácie a 4 členovia predstavenstva sú zástupcami Hlavného mesta SR Bratislavy. Predstavenstvo zasadá



na pravidelnej báze, zvyčajne dvakrát mesačne. Činnosť predstavenstva je definovaná v čl. X. Stanov BTB. Predstavenstvo okrem iného zvoláva zasadnutia valného zhromaždenia, predkladá návrh na zloženie orgánov BTB na ďalšie volebné obdobie, schvaľuje uzavretie zmlúv a objednávok nad 10 000 EUR bez DPH/dodávateľ/rok, vedia zoznam členov organizácie, schvaľuje interné smernice BTB, schvaľuje plán zahraničných a tuzemských pracovných ciest zamestnancov BTB. Predmetom zasadnutí je prerokovanie a schvaľovanie všetkých podstatných náležitostí, dokumentov (plán práce a návrh rozpočtu, projekt na dotáciu z MD SR, koncepcie na rozvoj CR, návrh KPI, správa o činnosti a hospodárení, kvartálne správy VR a pod.), výstupov o činnosti organizácie, plánov práce jednotlivých oddelení na najbližšie obdobie. 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.

**Kontrolným orgánom organizácie je dozorná rada,** ktorá má 4 členov, 2 členovia sú zástupcami hlavného mesta a 2 členovia sú zástupcami ostatných členov. Medzi hlavné činnosti dozornej rady patrí kontrola plnenia uznesení valného zhromaždenia a predstavenstva, preskúmanie ročnej účtovnej závierky a správy o činnosti, kontrola hospodárenia s majetkom BTB, upozorňuje predstavenstvo na zistené nedostatky, porušenie právnych predpisov alebo stanov, vyjadruje sa k návrhu rozpočtu. Predseda DR BTB sa pravidelne zúčastňuje na rokovaní predstavenstva. Činnosť dozornej rady je definovaná v čl. XI. Stanov BTB.

**Orgánom BTB je aj výkonný riaditeľ BTB.** Činnosť výkonného riaditeľa BTB je definovaná v čl. XII. Stanov BTB. Výkonný riaditeľ je oprávnený samostatne konať v mene BTB pri vykonávaní uznesení Valného zhromaždenia BTB, uznesení predstavenstva a pri záležitostiach týkajúcich sa bežného riadenia organizácie. Výkonný riaditeľ zastupuje BTB v pracovnoprávných vzťahoch organizácie, vrátane uzatvárania pracovných zmlúv a skončenia pracovných pomerov, vydáva pracovné príkazy a pokyny jednotlivým zamestnancom organizácie, riadi organizáciu práce a kontroluje činnosť zamestnancov, schvaľuje zahraničné a tuzemské služobné cesty zamestnancov BTB do 1500 EUR na služobnú cestu. Výkonný riaditeľ zastupuje BTB v jednaniach s obchodnými partnermi, štátnymi orgánmi, finančnými inštitúciami a orgánmi územnej samosprávy, uzatvára zmluvy a objednávky do výšky 5000 EUR (vrátane) bez DPH/dodávateľ/rok, nakladá s bankovými účtami BTB, zastupuje BTB v zmysle prijatých uznesení, rozpočtu a plánu činnosti, zastupuje BTB v organizáciách, v ktorých je BTB členom alebo s nimi priamo spolupracuje a pod. Výkonný riaditeľ sa zúčastňuje na všetkých zasadnutiach predstavenstva, kde pravidelne informuje jeho členov o uskutočnených resp. plánovaných aktivitách výkonnej zložky. Tiež pravidelne predkladá a informuje o priebežnom pláne aktivít všetkých oddelení (2 - mesačné podrobné plány), čím je zabezpečená prehľadnosť a kontrola činnosti organizácie. Ten vychádza prioritne zo schváleného predbežného plánu aktivít a rozpočtu, ktoré každoročne schváli VZ a taktiež z projektu, na základe ktorého čerpá BTB nenárokovateľnú dotáciu z MD SR. Hospodárnosť, efektívnosť, účinnosť a účelnosť vynaložených finančných prostriedkov sa preukazuje aj prostredníctvom finančného vyúčtovania a vecného vyhodnotenia poskytnutej dotácie, z ktorej hradí BTB podstatnú časť svojich aktivít počas roka. Výkonný riaditeľ vypracováva a predkladá predstavenstvu kvartálne správy o činnosti BTB, návrh

predbežného plánu práce a rozpočtu, správu o činnosti a hospodárení BTB, projekt na dotáciu MD SR, návrh KPI a iné dokumenty, ktoré vyplývajú z činnosti organizácie a zákonov, ktorým BTB podlieha.

V prípade vyžiadania predsedov komôr, sa výkonný riaditeľ, predseda predstavenstva BTB resp. vedúci zamestnanci jednotlivých oddelení zúčastňujú na rokovaní komôr, kde informujú členov o parciálnych úlohách a aktivitách, ktoré BTB priebežne realizuje a o ktoré sa jednotliví členovia intenzívne zaujímajú, pričom na mnohých aktívne participujú. Najčastejšie prebieha spoločné rokovanie pred koncom roka, kedy sa nastavuje ročný plán aktivít a rozpočet organizácie.

Na pravidelnej báze BTB informuje o stratégiách a realizácii plánu aktivít, stratégiách, KPI, strategických zámeroch a zásadných dokumentov aj komisiu CR a medzinárodnej spolupráce (K-CRaMS), zástupcovia BTB sa pravidelne zúčastňujú rokovaní komisie.

#### Personálne zabezpečenie organizácie k 31. 12. 2022

Na trvalý pracovný pomer boli v BTB v back office zamestnaní 17 zamestnanci a vo front office (TIC) 7 zamestnanci. Priemerná mzda zamestnancov Bratislavskej organizácie cestovného ruchu zamestnaných na trvalý pracovný pomer v roku 2022 bola vo výške 2 015 EUR. V priebehu roku 2022 mala BTB zazmluvnenú dohodu o pracovnej činnosti, dohodu o vykonaní práce a dohodu o brigádnickej práci študenta celkovo u 18 osôb. Išlo najmä o zabezpečenie informátorov a prezentátorov regiónu na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách destinácie doma i v zahraničí, v sezónnych TIC zriadených v destinácii a na strategických miestach, taktiež prácu sprievodcov CR na príležitostných akciách a podujatiach, ktorých sa BTB zúčastňovala v roku 2022 a pod.

## ORGÁNY BTB A VÝKONNÁ ZLOŽKA K 31. 12. 2022:

### **Predstavenstvo BTB (P-BTB):**

Ing. Vladimír Grežo – predseda P-BTB

Mag. Martin Volek, MBA – podpredseda P-BTB (zástupca komory č. 2)

Ing. Róbert Ďurica – člen P-BTB do 20. 12. 2022 (predseda komory č. 1)

Mgr. Peter Petrovič – člen P-BTB (zástupca komory č. 3)

prof. JUDr. Ľudmila Novacká, PhD., – členka P-BTB (zástupca komory č. 4)

Peter Hochschorner – člen P-BTB, nominant Hl. mesta, poslanec MsZ

Ing. Monika Debnárová – členka P-BTB, nominantka Hl. mesta, poslankyňa MsZ

Ing., arch. Lucia Štasselová – členka P-BTB, nominantka Hl. mesta, poslankyňa MsZ

### **Dozorná rada BTB (DR-BTB):**

Mgr. Marek Farkaš – predseda DR-BTB

Radovan Jenčík – podpredseda DR-BTB, nominant Hl. mesta, poslanec MsZ

JUDr. Peter Jakušík – člen DR-BTB

MUDr. Dana Čahojová – členka DR-BTB, nominantka Hl. mesta, poslankyňa MsZ

### **Výkonný riaditeľ BTB (VR-BTB):**

Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD.

### **Trvalý pracovný pomer:**

Oddelenie komunikácie, PR a médií – 4 úväzky;

Oddelenie marketingu, eventov a destinačného manažmentu – 5 úväzkov;

Ekonomicko-personálne oddelenie – 2 úväzky;

Oddelenie stratégie, projektov a destinačného manažmentu – 1 úväzok;

Oddelenie MICE, kongresového a incentívneho CR – 2 úväzky;

Office manažér/asistenka – 1 úväzok;

Právnik – 1 polovičný úväzok;

TIC – 6 úväzkov + 1 materská dovolenka.

## VÝSLEDOK HOSPODÁRENIA BTB

BTB pri zostavovaní účtovnej závierky postupovala v súlade s opatrením Ministerstva financií Slovenskej republiky č. MF/17616/2015-74. Organizácia v zmysle zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov a zákona 213/1997 Z. z. o neziskových organizáciách v znení neskorších predpisov vedie samostatne **hlavnú nezdaňovanú (verejnoprospešnú) činnosť a vedľajšiu zdaňovanú (podnikateľskú) činnosť**.

BTB dosiahlo v roku 2022 z hlavnej nezdaňovanej činnosti stratu vo výške **-200 881,97 EUR**. **Záporná výška výsledku hospodárenia bola ovplyvnená najmä znížením členského príspevku Hlavného mesta SR, ktoré sa v porovnaní s rokom 2021 znížilo o 529 585 EUR (43% zníženie)**. Napriek tomu dokázalo BTB v roku 2022 vykonávať svoju činnosť **bez obmedzovania aktivít**. Dôvodom je, že BTB dosiahlo v predchádzajúcich obdobiach v rámci výsledku hospodárenia pravidelne zisk. Výsledok hospodárenia za predchádzajúce účtovné obdobia (účet 428) bol vo výške 499 840,18 EUR. Stav financovania z roku 2022 je pre BTB do ďalších rokov v súčasnej štruktúre zamestnancov a vykonávaných aktivít neutržateľný.

Vo vedľajšej zdaňovanej (podnikateľskej) činnosti po úpravách hospodárskeho výsledku o pripočítateľné a odpočítateľné položky dosiahlo BTB v roku 2022 zisk vo výške **2 704,66 EUR**. Daň z príjmov po umorení strát z predchádzajúcich rokov vo výške **127,00 EUR** bola uhradená dňa 30.3.2023.

Celkový výsledok hospodárenia po zdanení v roku 2022 sa skladá z výsledku hospodárenia z hlavnej nezdaňovanej (verejnoprospešnej) činnosti, vedľajšej zdaňovanej (podnikateľskej) činnosti a zaplatenej dani z príjmov. Za rok 2022 bol celkový výsledok hospodárenia po zdanení na úrovni **-198 304,31 EUR**.

V súlade s § 19 ods. 2 písm. c) zákona č. 213/1997 Z. z. o neziskových organizáciách v znení neskorších predpisov BTB preúčtuje výsledok hospodárenia na účet **429 – Neuhradená strata minulých rokov** najneskôr do skončenia nasledujúceho účtovného obdobia.

Správa o hospodárení BTB 2022 bude súčasťou Správy o činnosti a hospodárení BTB za rok 2022.



## Záver

Na základe predloženej správy o činnosti na záver konštatujeme, že organizácia Bratislava Tourist Board v roku 2022 efektívne vykonávala aktivity na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácii Bratislava. Naplnila a prekonala väčšinu nastavených KPI, ktoré prešli schvaľovaním predstavenstva a boli priamo naviazané na plán práce a rozpočet schválený valným zhromaždením.

Zároveň hospodárila s finančnými prostriedkami v súlade s princípmi hospodárnosti, účelnosti, transparentnosti a efektívnosti. Organizácia zverejňovala na svojej webovej stránke všetky relevantné dokumenty súvisiace s jej aktivitami. Plnila plán aktivít schválený valným zhromaždením organizácie vrátane schváleného rozpočtu na plánované aktivity. Taktiež napĺňala priebežné lány schvaľované predstavenstvom organizácie. Bratislava Tourist Board plní úlohy zo zákona č. 91/2010 o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov, a tým obhajuje opodstatnenosť existencie štruktúr organizácií cestovného ruchu a správnosť destinačného marketingu a manažmentu v cestovnom ruchu.



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 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)