



BRATISLAVA
TOURIST BOARD

SPRÁVA O ČINNOSTI 2022

Bratislava Tourist Board

www.visitbratislava.com





- ➔ **Čísla a top fakty v roku 2022**
- ➔ **Odpočet klíčových ukazovateľov výkonnosti**
- ➔ **Štatistické ukazovatele**
- ➔ **Hospodárenie organizácie**
- ➔ **Príklady činnosti**
- ➔ **Partnerstvá a spolupráca**
- ➔ **Členstvo v organizáciách doma a v zahraničí**
- ➔ **Vedenie organizácie a výkonná zložka**



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 zhladnutí nového MICE HERO SPOTu

15 prezentácií

prezentácií účasť Bratislavy 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 tlačové 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 koronovačné
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
zahraniční účastníci

viac ako 1 800

počet obslužených
autobusov dopravnými
asistentmi parkovania
počas sezóny 2022

3 nové obsahy

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

16 rokov

16. sezóna
BRATISLAVA CARD
City & Region

4 700 kusov

predaj
BRATISLAVA CARD
City & Region



Odpočet klúčových ukazovateľov výkonnosti

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	140 %
výstupy cez tlačové správy doma a v zahraničí	310	317	102 %
printové / online inzercie a výstupy v médiách doma a v zahraničí	100	105	101 %
nové koncepty a kampane pre cieľové skupiny – domáci cestovný ruch	1	1	100 %



Ciel: 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	120 %
rozšírenie konceptu a rozsahu Bratislavských korunovačných dní (v r. 2021 boli štyri hlavné projekty)	6	7	116 %
spolupráca s organizáciami a inštitúciami mesta eventuálne sekciami magistrátu	5	5	100 %



Ciel: 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 webstránke visitbratislava.com	755 000	1 031 159	130 %
počet nových organických fanúšikov na Instagrame	2 000	6 124	300 %
počet sledovateľov na Facebooku	52 000	52 321	101 %
dosah príspevkov na Facebooku	3 800 000	3 915 247	101 %
počet zhliadnutí videí na Youtube	2 500 000	2 554 134	101 %
počet nových followerov na LinkedIn	150	230	150 %



Ciel: 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	100 %
počet nových registrovaných užívateľov verejnej WiFi siete	60 000	117 872	196 %
počet získaných mailových adries z registrácie do verejnej WiFi siete	16 000	16 407	102 %
počet tematických informačných bulletinov	8	12	150 %
počet nových mailových kontaktov cez online prieskumy	1 500	1 513	100 %



Ciel: Prezentácia Bratislavy 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 cestovného ruchu a prezentáciách (naživo alebo online)	10	10	100 %
účasť na zahraničných B2B podujatiach live / online	5	5	100 %
nové témy propagačných materiálov	3	3	100 %
počet vytlačených kusov propagačných materiálov a ich distribúcia	230 000	405 000	176 %



Ciel: 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 podujatia BCB)	120	100 + 1 033 (YT)	100 %
B2B stretnutia one-to-one s nákupcami podujatí live / online	130	234	180 %
dopĺňanie databázy nákupcov podujatí v CRM systéme	180	343	191 %
počet relevantných RFP´ s a kvalifikovaných leadov a ich administrácia	22	29	132 %
počet PR článkov publikovaných na MICE relevantných online platformách	60	60	100 %
počet nových followerov na LinkedIn	150	340	227 %
MICE relevantné príspevky na sociálnej sieti LinkedIn	145	146	101 %



Ciel: Turisticko-informačné centrum ako „informačná brána do destinácie“

Ukazovateľ	Cieľová hodnota	Dosiahnutá hodnota	% odpočet k 31. 12. 2022
nadviazanie nových profesijných kontaktov / partnerstiev TIC	50	50	100 %
nové produkty / tovary / služby určené na provízny predaj v TIC	10	10	100 %
počet účastníkov prehliadok, vzdelávacích a osvetových podujatí	3 000	6 659	221 %
počet dopytov v TIC počas hlavnej sezóny (jún – september)	25 000	29 255	117 %



Ciel: Destinačný manažment, zatraktívnenie turistickej ponuky, kultivácia prostredia CR a strategické plánovanie

Ukazovateľ	Cieľová hodnota	Dosiahnutá hodnota	% odpočet k 31. 12. 2022
projekty drobnej turistickej infraštruktúry v spolupráci s magistrátom a MČ	3	5	166 %
analytické, strategické a koncepčné materiály	3	4	133 %
vzdelávacie aktivity pre sprievodcov CR a pracovníkov prvého kontaktu	10	11	110 %



Vybrané 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 and Region	1 090	4 761
Návštevnosť TIC (počet obslužených klientov)	34 200	50 985



Štatistické ukazovatele



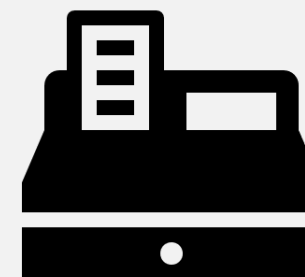
927 950
návštevníkov
142,36 % ↗



1 719 409
prenocovaní
116,87 % ↗



1,9 dňa
priem. dĺžka pobytu
- 8,2 %



3 548 516 €
vybratá DZU
97 % ↗



Počet návštevníkov a počet prenocovaní v roku 2022 a porovnanie s rokom 2021

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

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



Počet návštevníkov podľa mesiacov v roku 2022 a porovnanie s rokom 2021

Mesiac	Počet návštevníkov		
	2022	2021	Percentuálny nárast / pokles 2022 / 2021
I.	29 707	4 666	536,67%
II.	32 247	5 278	510,97%
III.	44 397	8 381	429,73%
IV.	64 443	7 861	719,78%
V.	84 531	17 756	376,07%
VI.	95 594	35 031	172,88%
VII.	99 137	46 186	114,65%
VIII.	105 854	70 953	49,18%
IX.	99 373	69 820	42,33%
X.	98 534	60 732	62,24%
XI.	85 043	41 939	102,72%
XII.	89 099	14 285	523,72%
Spolu	927 950	382 888	142,36%

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



Porovnanie počtu návštevníkov v destinácii Bratislava podľa krajín 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.



Porovnanie počtu prenocovaní podľa krajín 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.



Návštevnosť top atrakcií destinácie Bratislava

Atrakcie v Bratislave	Počet návštevníkov 2019	Počet návštevníkov 2020	Počet návštevníkov 2021	Počet návštevníkov 2022	% nárast 2022/2021
MMB	351 397	112 037	398 794	784 924	96,82%
ZOO Bratislava	315 008	252 565	246 204	280 423	13,90%
SND	236 103	89 944	38 719	185 990	380,36%
Galéria Danubiana	50 981	33 444	35 484	62 017	74,77%
SNG v Bratislave	47 709	21 434	17 954	24 639	37,23%
Botanická záhrada UK	37 944	18 600	44 150	44 550	0,91%

*Zdroj: MMB, ZOO, SND, Galéria Danubiana, SNG v Bratislave, Botanická záhrada UK.



Hospodárenie organizácie

Výnosy, náklady a výsledok hospodárenia 2022

Výnosy (príjmy v EUR)

Tržby z podnikateľskej činnosti	210 206,45
Členské príspevky	726 750,00
Dotácia	1 377 005,45
Ostatné príjmy	19 749,16
Spolu	2 333 711,06

Náklady (výdavky v EUR)

Náklady na hlavnú (nezdaňovanú) činnosť	2 324 386,58
Náklady na podnikateľskú (zdaňovanú) činnosť	207 501,79
Spolu	2 531 888,37

VH z hlavnej (nezdaňovanej) činnosti	-200 881,97
VH z podnikateľskej (zdaňovanej) činnosti	2 704,66
Daň z príjmov	127,00
Celkový VH po zdanení	-198 304,31



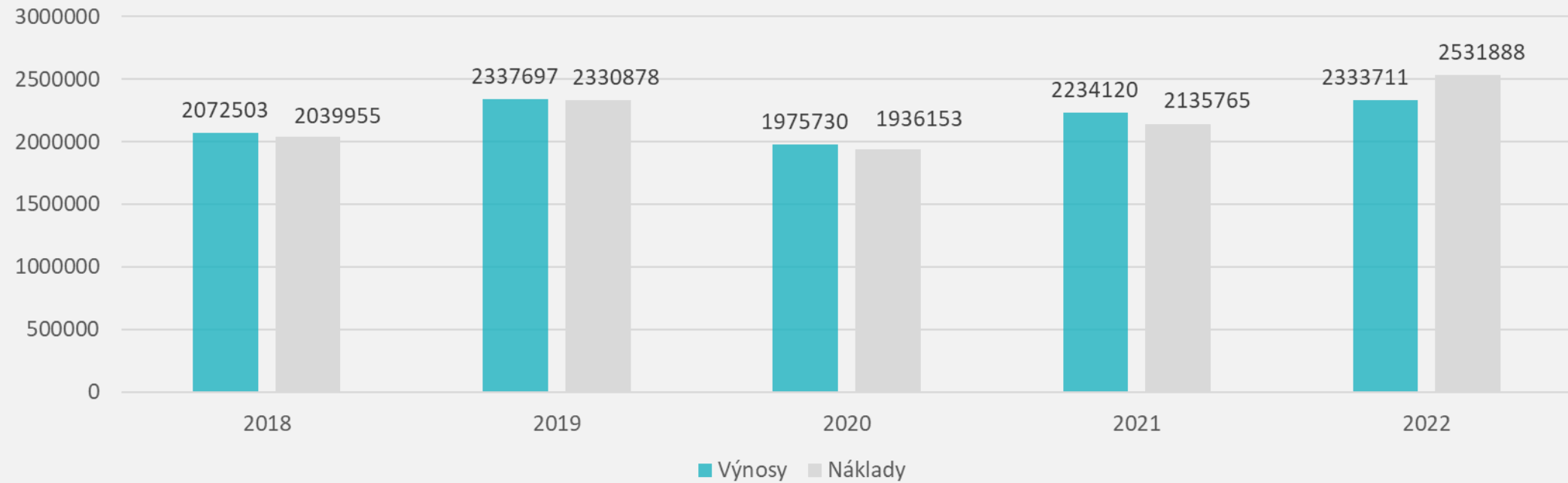
Výnosy BTB za roky 2018 – 2022 (EUR)

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 a.i.)	11 879,12	17 217,57	21 318,30	40 940,07	19 749,16
Spolu	Výnosy BTB	2 072 503,09	2 337 697,03	1 975 729,70	2 234 119,73	2 333 711,06

*Zdroj: Vlastné spracovanie.

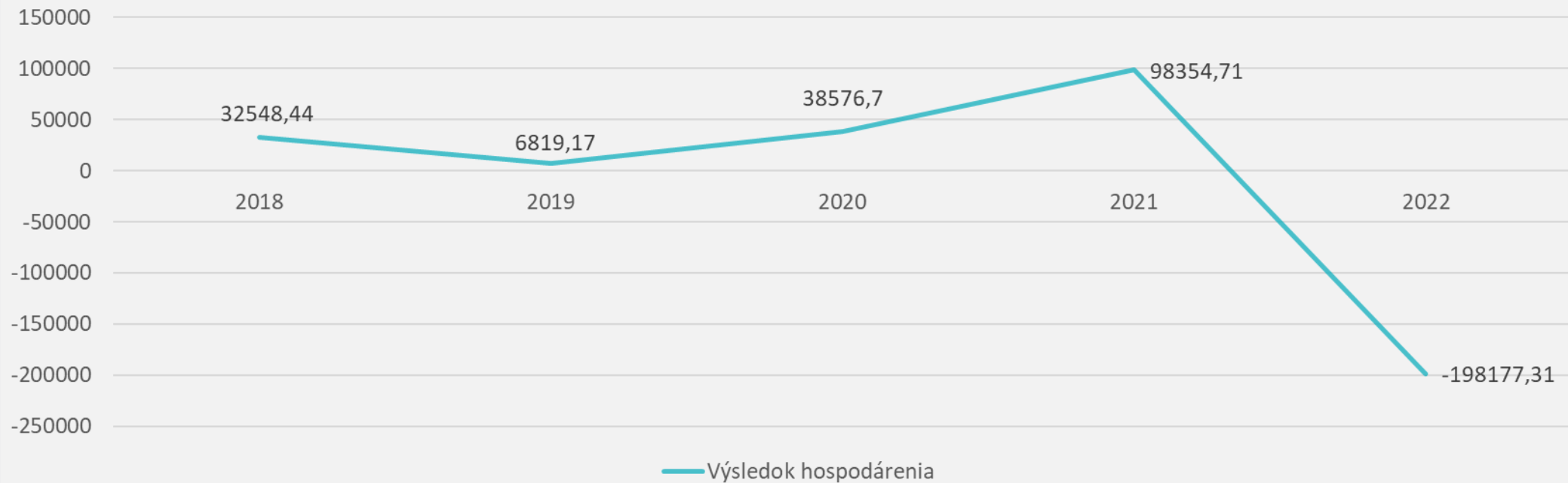


Porovnanie výnosov a nákladov BTB za roky 2018 – 2022





Porovnanie výsledkov hospodárenia BTB za roky 2018 – 2022





Výber z kampaní - „Príd' a zaži Bratislavu“



➔ Sumár a vyhodnotenie ONLINE kampane

Trvanie: september 2022
Médiá: YouTube → visitbratislava.com
Rozpočet: Google 7 583,31 € bez DPH
Výsledky spolu: 890 tis. impresií, 2 817 kliknutí, 112 725 videní

🇨🇪 Česká republika

• **YouTube** 306 tis. impresií; 99 tis. interakcií; 1 288 kliknutí, 41 949 videní, 0,42 % CTR

🇸🇰 Rakúsko

• **YouTube** 322 tis. impresií; 93 tis. interakcií; 749 kliknutí, 38 887 videní, 0,23 % CTR

🇩🇪 Nemecko

• **YouTube** 263 tis. impresií; 77 tis. interakcií; 780 kliknutí, 31 889 videní, 0,30 % CTR



➔ Video spoty



Come and enjoy Bratislava | Visit Bratislava



Come and enjoy Bratislava | Visit Bratislava
Visit Bratislava • 101K views • 4 months ago



Come and enjoy Bratislava | Visit Bratislava
Visit Bratislava • 10K views • 4 months ago



Come and enjoy Bratislava | Visit Bratislava

Video spoty natočené v spolupráci s influencerami z celého sveta prezentujú Bratislavu okom mladého turistu. Influenceri navštívili najlepšie miesta a zažili autentickú atmosféru hlavného mesta práve za tri dni – 72 hodín. Video spoty prezentujú turistom obľúbené miesta a aktivity.



Výber z kampaní - „Bratislava je aj moje mesto“



Bratislava je aj moje mesto

➔ Sumár a vyhodnotenie ONLINE kampane

Trvanie: október - november 2022

Médiá: Facebook, Instagram, YouTube, RTB video, médiá → visitbratislava.com

Rozpočet: Google 7 416,66 € bez DPH, Facebook a Instagram 9 583,32 € bez DPH

Rozpočet - kampaň v spolupráci s Managino: 19 999,20 €

Výsledky spolu: 30,5 mil. impresii, 34 tis. kliknutí, 3 269 638 videní

➔ Bratislava je aj moje mesto - kampaň BTB

- YouTube 1,67 mil. impresii; 718 tis. interakcií; 7 571 kliknutí, 413 713 videní, 0,45 % CTR
- Facebook a Instagram 8,85 mil. impresii, dosah 994,3 tis., 11 270 kliknutí, 0,13 % CTR

➔ Bratislava je aj moje mesto - kampaň v spolupráci s Managino

- 3,99 mil. impresii
- 8 260 kliknutí
- 1 840 705 videní
- 0,21 % CTR

➔ Bratislava je aj moje mesto - kampaň v spolupráci s aktuality.sk

- 161 tis. impresii
- 1 226 kliknutí
- 0,76 % CTR
- Rozpočet: 2 419,20 €



Bratislava je aj moje mesto

➔ Bratislava je aj moje mesto - kampaň v spolupráci s pravda.sk

- 199 tis. impresii
- 2 184 kliknutí
- 1, 10 % CTR
- Rozpočet: 2 398,50 €



➔ Bratislava je aj moje mesto - kampaň v spolupráci so sme.sk

- 150 tis. impresii
- 314 kliknutí
- 0,21 % CTR
- Rozpočet: 2 430 €



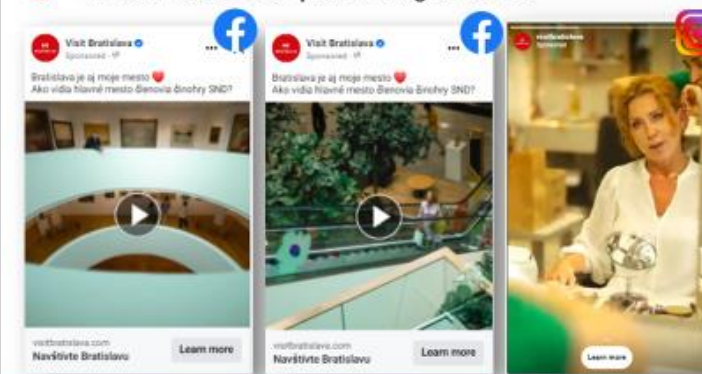
Bratislava je aj moje mesto

➔ Bratislava je aj moje mesto - kampaň v spolupráci s cas.sk

- 209 tis. Impresii
- 3 421 kliknutí
- 1,64 % CTR
- Rozpočet: 2 400 €



➔ Ukážka Facebook kampane a Instagram stories





Výber z kampaní - „72 hodinové mesto“

Vyhodnotenie kampane zima – jar 2022

BRATISLAVA 72 HODINOVÉ MESTO

#72hourcity
72hourcity.com
72stundenstadt.com
72hodinovemesto.sk
visitbratislava.com



Bratislava, 72-hodinové mesto

➔ Sumár a vyhodnotenie ONLINE kampane

Trvanie: február – marec 2022

Médiá: Facebook, Instagram, TripAdvisor, YouTube, Google (vyhľadávanie, bannery) → visitbratislava.com

Rozpočet: Google 18400€ bez DPH, TripAdvisor 8333€ bez DPH, Facebook 750€ bez DPH

🇸🇰 Slovensko

- YouTube 374 tis. zobrazení; 66 tis. interakcií; 616 kliknutí, 2-min. video; view rate 14,83 %

🇨🇪 Česká republika

- YouTube 434 tis. zobrazení; 90 tis.; 841 kliknutí, 2-min. video; view rate 12,42 %
- Google Display 3,9 mil. zobrazení, 19 751 kliknutí, CTR zima 0,36 %, jar 0,88 %
- Google Search 107 tis. Impresii, 1231 kliknutí, CTR 1,15 %
- Facebook a Instagram 20 tis. zobrazení, dosah 10,8 tis., 210 kliknutí

🇸🇪 Rakúsko

- YouTube 247 tis. zobrazení; 35 tis. interakcií; 345 kliknutí, 30-sek. video; view rate 7,83 %
- Google Display 1,89 mil. zobrazení, 5 251 kliknutí, CTR zima 0,21 %, jar 0,48 %
- Google Search 8,4 tis. Impresii, 766 kliknutí, CTR 9,15 %
- Facebook a Instagram 30 tis. zobrazení, dosah 13,8 tis., 383 kliknutí

🇩🇪 Nemecko

- YouTube 335 tis. zobrazení; 45 tis. interakcií; 432 kliknutí, 30-sek. video; view rate 5,91 %
- Google Display 1,84 mil. zobrazení, 7 153 kliknutí, CTR zima 0,32 %, jar 0,6 %
- Google Search 33 tis. Impresii, 418 kliknutí, CTR 1,26 %
- Facebook a Instagram 12,2 tis. zobrazení, dosah 8,9 tis., 167 kliknutí

🇬🇧 Spojené Kráľovstvo

- Google Display 2,87 mil. zobrazení, 12 099 kliknutí, CTR zima 0,39 %, jar 0,51 %
- Google Search 8,7 tis. Impresii, 235 kliknutí, CTR 2,7 %
- Facebook a Instagram 29,9 tis. zobrazení, dosah 13,9 tis., 777 kliknutí



Detaily kampane – Bratislava, 72-hodinové mesto

➔ Video spoty



- Expati z Čiech, Rakúska, Nemecka a Anglicka požívajú svojich krajanov do Bratislavy
- Predstavujú im svoje obľúbené miesta, aktivity, pripomínajú čo je na Bratislave výnimočné



- Príbehy sú dopĺňané zaujímavými informáciami o gastronómii a pamiatkach
- Spoty sú nakrútené v uliciach mesta, na Dunaji, v parkoch, aby ilustrovali rozmanitosť



- Spolupráca s hudbou vesmírnou
- Spot zameraný na domáci cestovný ruch požívajúci Slovákov do Bratislavy
- Prezentácia Bratislavy ako miesta, kde je stále čo robiť – 3 dni utečú ako voda

➔ Kampaň na portáli TripAdvisor

Rozpočet: 8 333€ bez DPH

Bannerová kampaň: mobil + desktop, cielenie na konkurenčné mestá, regióny a krajiny v strednej a východnej Európe

Nemecko, Rakúsko, Švajčiarsko: 172 tis. Zobrazení, 148 kliknutí, CTR 0,09 %

Spojené Kráľovstvo, Írsko, Holandsko, Dánsko: 209 tis. Zobrazení, 128 kliknutí, CTR 0,06 %

Taliansko: 43 tis. Zobrazení, 21 kliknutí, 0,05 %





Výber z kampaní - „Na vlastné nohy“

ZAŽITE BRATISLAVU NA VLASTNÉ NOHY



ZAŽITE
BRATISLAVU
NA VLASTNÉ
NOHY



Zažite Bratislavu na vlastné nohy

➔ **Sumár a vyhodnotenie ONLINE kampane**

Trvanie: jún – august 2022

Médiá: Facebook, Instagram, YouTube, Google (bannery) → visitbratislava.com

Rozpočet: Google 16 666, 67 € bez DPH, Facebook a Instagram 15 000 € bez DPH

Výsledky spolu: 27,13 mil. impresií, 66 tis. kliknutí, čas pozerania videí 47,4 mil. sek. (548 dní), 706 939 videní

Slovensko

- **YouTube** 473 tis. impresií; 105 tis. interakcií; 1 138 kliknutí, 40-sek. video: view rate 15,83 %
- **Google Display** 726 tis. impresií, 6 728 kliknutí, CTR 0,93 %
- **Facebook a Instagram** 1,71 mil. impresií, dosah 292,4 tis., 2 380 kliknutí

Česká republika

- **YouTube** 1,49 mil. impresií; 278 tis. interakcií; 3 667 kliknutí, 40-sek. video: view rate 12,92 %
- **Google Display** 2,64 mil. impresií, 20 163 kliknutí, CTR 0,67 %
- **Facebook a Instagram** 2,24 mil. impresií, dosah 438,5 tis., 2 377 kliknutí

Rakúsko

- **YouTube** 1,26 mil. impresií; 201 tis. interakcií; 2 263 kliknutí, 40-sek. video: view rate 11,24 %
- **Google Display** 1,69 mil. impresií, 10 336 kliknutí, CTR 0,61 %
- **Facebook a Instagram** 1,55 mil. impresií, dosah 365,2 tis., 1 582 kliknutí

Nemecko

- **YouTube** 1,08 mil. impresií; 167 tis. interakcií; 1 522 kliknutí, 40-sek. video: view rate 10,00 %
- **Google Display** 1,05 mil. impresií, 9 619 kliknutí, CTR 0,92 %
- **Facebook a Instagram** 1,25 mil. impresií, dosah 416,6 tis., 1 377 kliknutí



ZAŽITE
BRATISLAVU
NA VLASTNÉ
NOHY



Detaily kampane – Zažite Bratislavu na vlastné nohy

➔ **Video spoty**



- Video spot je pozvánkou a zároveň "výzvou" pre turistov, aby spoznali Bratislavu "na vlastné nohy"
- Video spoty prezentujú turistom obľúbené miesta, aktivity a dávajú do pozornosti to, čo je na Bratislave výnimočné



➔ **Display kampan'**





Príklady ďalšej komunikácie počas roka

→ viac ako 1 000 000 návštevníkov na www.visitbratislava.com

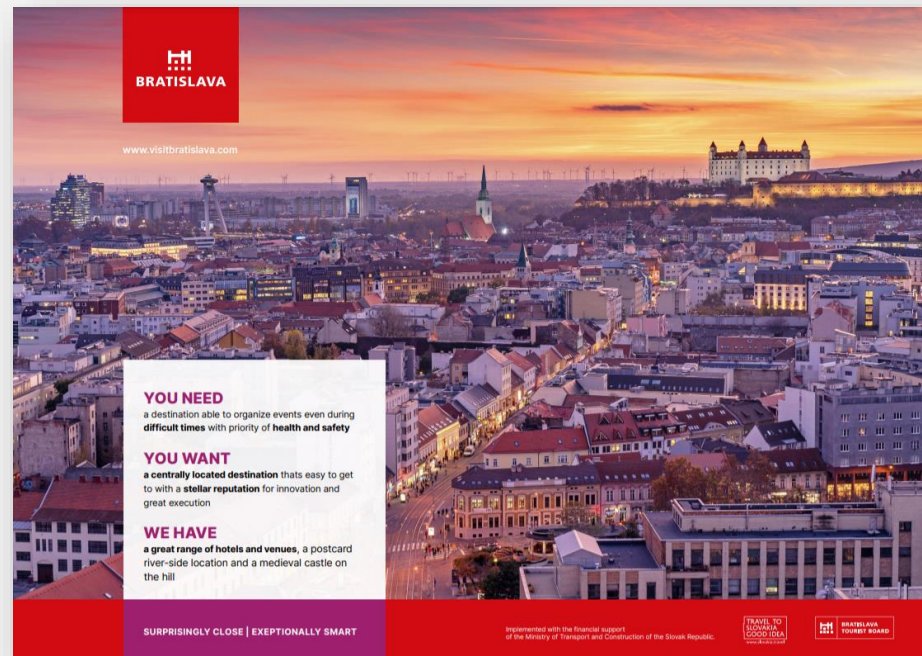
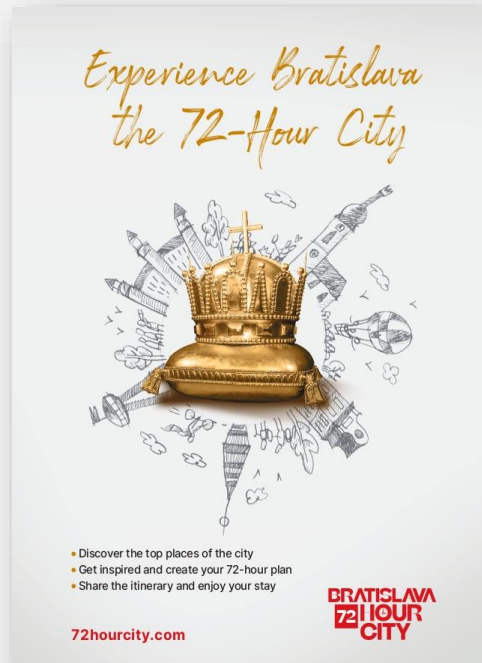
→ 6 sezónnych kampaní ako napríklad:

72 hodinové mesto

Na vlastné nohy

Bratislava je aj moje mesto

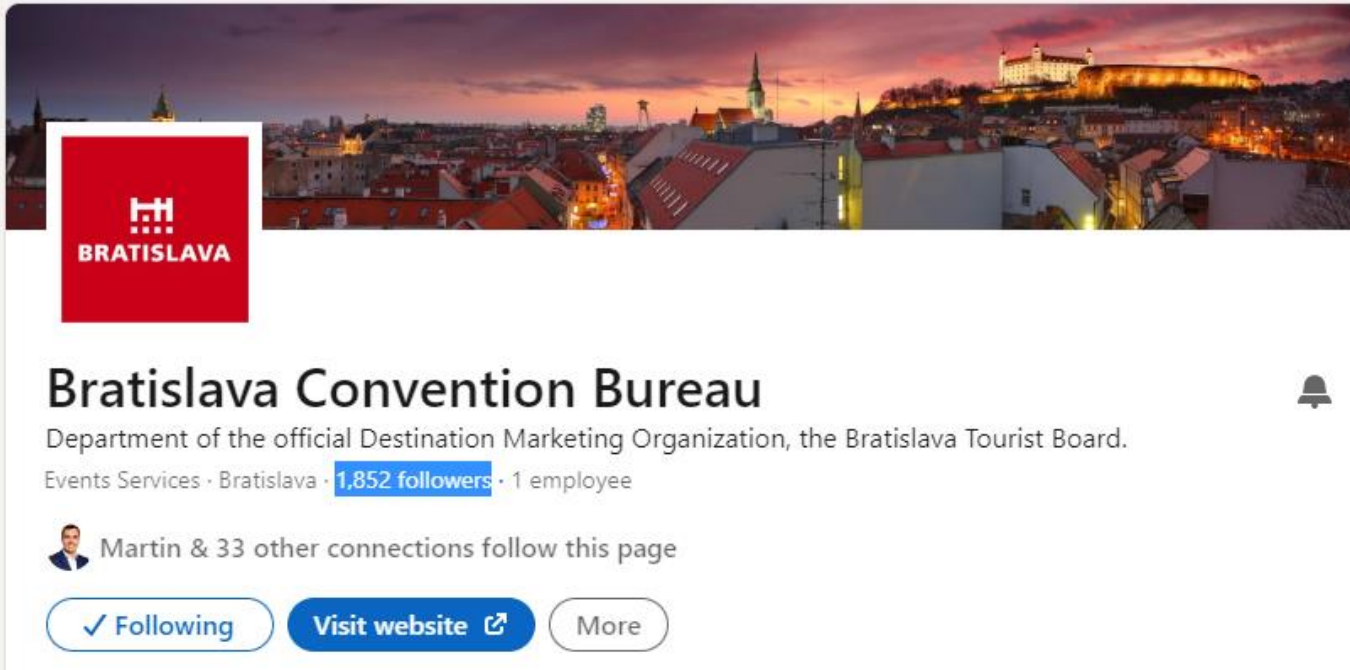
Príd' a zaži Bratislavu





Príklady ďalšej komunikácie počas roka

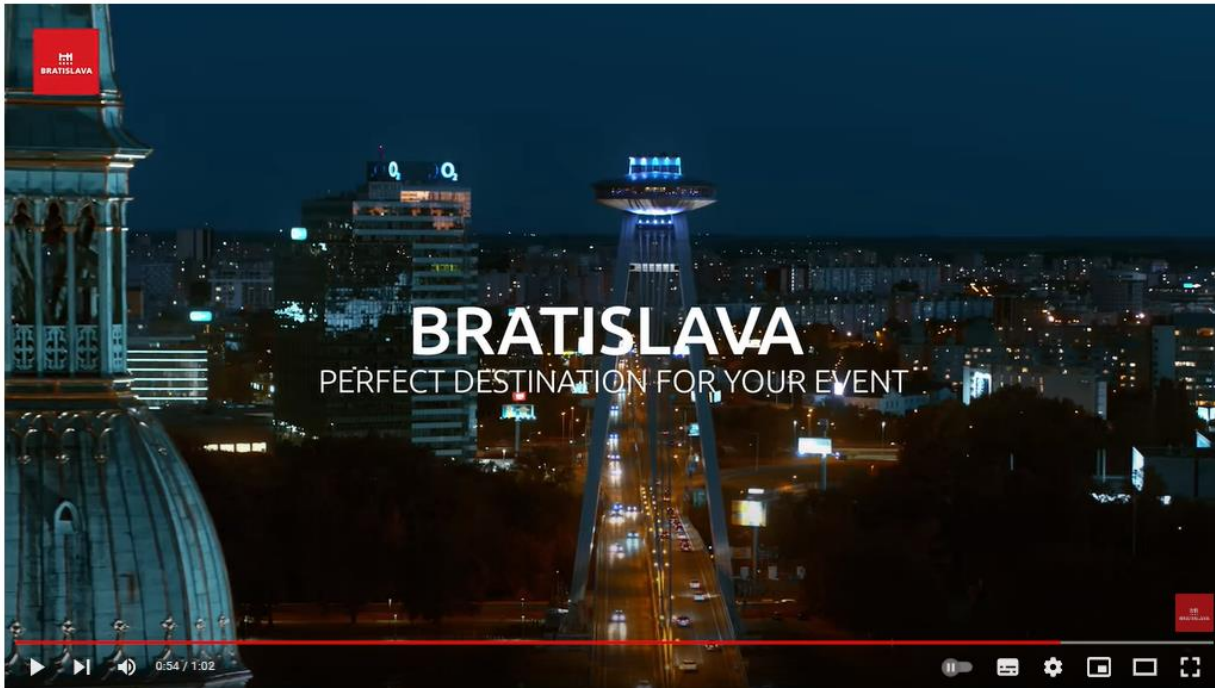
- 12 odoslaných newsletterov v 3 jazykoch
- 343 nových B2B kontaktov v CRM
- 1513 e-kontaktov cez online prieskumy
- 1 852 sledovateľov na LinkedIn (MICE profil)





Príklady ďalšej komunikácie počas roka

- Organické a propagované príspevky na Facebooku s dosahom 3,9 milióna zobrazení
- viac ako 420 PR článkov, inzercií a výstupov
- 260 300 vzhliadnutí nového MICE spotu



BRATISLAVA | Perfect destination for your event

Visit Bratislava
2,35 tis. odberateľov

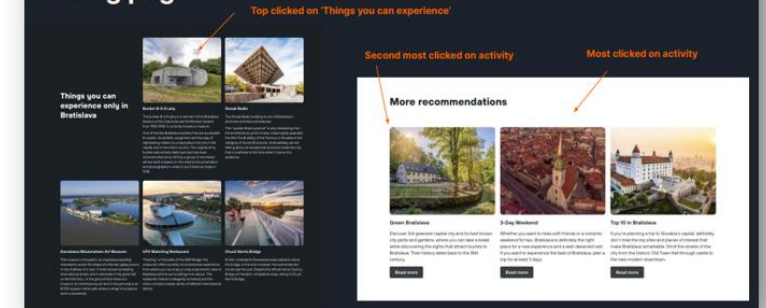
Odoberať

Páči sa mi Zdieľať Stiahnuť Uložiť

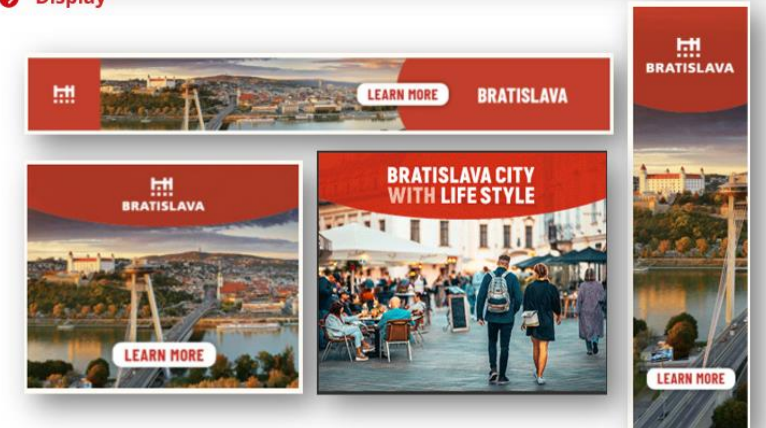


→ Kampaň v spolupráci s Kayak - Obsah landing page, ktorý najviac oslovil používateľov

Most engaging content on the landing page



→ Display





Veľtrhy, výstavy, prezentácie, B2B fóra

- ➔ 234 B2B stretnutí
- ➔ 3 konferencie organizované v Bratislave
- ➔ 15 prezentácií v zahraničí (UK, DE, AT, PL, CZ a i.)
- ➔ viac ako 120 účastníkov podujatia MICE Day





Brožúry, mapy a iný obsah

- ➔ 405 000 tlačených a distribuovaných materiálov
- ➔ 3 nové obsahy brožúr
- ➔ 50 distribučných miest propagačných materiálov
- ➔ digitálna hra pre deti a mládež a online kvíz



Svedkovia korunovácií

V uliciach dnešnej Bratislavy sa nachádzajú kostoly a budovy, v ktorých sa odohrávali historické udalosti, stále tu stoja domy, ktoré lemovali trasu korunovačného sprievodu a existujú námestia, ktoré boli svedkami korunovačného obradu.

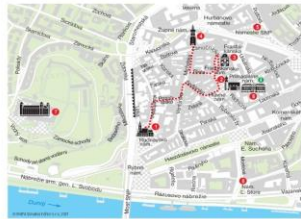
➔ Časť trasy pôvodného korunovačného sprievodu je dnes vyznačená mosadznými korunkami v dlažbe.

Dóm sv. Martina sa stal na takmer tri storočia korunovačným chrámom, čo pripomína dodnes model pozlátenej uhorskej koruny na vrchole veže, neuplynú zoznam korunovačných kráľov a kráľovien namalovaný na stene víťaz od oltára. V kryptách katedrály odpočívajú mnohí biskupi a stáči, ktorí sa zúčastňovali korunovácií.

Hrad bol od roku 1536 rezidenčiou uhorských kráľov a v jeho juhovýchodnej veži do roku 1784 stábil korunovačný klenot.

Hlavnému námestiu dominuje radnica a fontána s podobaťou Máximilána, prvého panovníka korunovačného v meste. **Františkánsky kostol** bol svedkom pasovania rýtlejov novozvoleným panovníkom.

Primaciálny palác bol sídlom arcibiskupa, v ktorom sa ubytovali aj kráľ, pričom sa tam konala korunovačná hostina. **Michalská brána** je poslednou zachovalou bránou z mestského opevnenia, cez ktorú opúšťal korunovačný sprievod mesto. Dnes v jej veži nájdete Múzeum zbraní. (Michalská veža je v rekonštrukcii)



Staňte sa kráľom!

Objavte miesta, ktoré dýchajú históriou a boli svedkami slávnych korunovácií!

Korunovačné prehliadky

Vydajte sa po stopách kráľov a absolvujte časť trasy pôvodného korunovačného sprievodu počas komentovaných korunovačných prehliadok. Korunovačnú trasu môžete absolvovať aj samostatne s pomocou interaktívnej síťovacej hry vo Vašom mobile.

Korunovačné oslavy

Kráľovská menulosť oživa v Bratislave každoročne počas Bratislavských korunovačných dní, kedy sa nadväzujú stáročnými priamymi účasťami zriadenými ceremonie s účasťou hercov a nadšencov v dobových kostýmoch. Nielenže slávnosti spravidla množstvo podujatí, rybné hry, divadelné a hudobné predstavenia, prednášky a výstavy a zábava pre všetkých.



**Korunovačná
Coronation
Bratislava**

➔ Po stopách kráľov
➔ In the footsteps of kings

BRATISLAVA
TOURIST BOARD www.visitbratislava.com



Gerulata Roman Military Camp

The border of the Roman Empire in Central Europe ran along the Danube, forming a natural barrier, and it was here that **Limes Romanus border defence system** - a chain of military camps and watchtowers was built. Founded by the Romans in the 1st century on the territory of current **Rusovce**, the military camp was to protect the eastern wing of the legion in Carnuntum, the capital of the Pannonia Superior province (nowadays in Austria). The camp was a home to a cavalry unit **ala prima Cannanefatum**, surrounded by a civilian settlement. Ancient Gerulata Museum contains foundations of buildings from the 1st to 4th centuries. The best preserved monument is the late antique fortress. Its original mortar floor was left intact. Stone reliefs were later walked into the enclosure wall of the fortress, now are on display in Gerulata Iagidarium. You can also see here a skeleton grave reconstruction, the camp model, and findings from archaeological surveys such as pendants, amulets, coins and ceramics. **Ancient Gerulata is registered on the UNESCO World Heritage List** together with the Iza and Roman monuments on the Danube from Germany and Austria under the name **Danube Limes - western part**.

Ancient Rome comes to life in Bratislava - Rusovce annually during **Roman Games and Limes Day**. The visitors can get an insight into lives of noble Romans and witness gladiator fights.



**Celtic
& Roman
Bratislava**

➔ Acropolis at Bratislava Castle
➔ Secret of Celtic coins
➔ Gerulata Roman Military Camp

BRATISLAVA
TOURIST BOARD www.visitbratislava.com

Výber kvízov

Poznáš Bratislavu, jej históriu, osobnosti a pamätihodnosti? Alebo chceš získať kopec nových poznatkov a zaujímavostí? V našom kvíze ťa čakajú otázky z rôznych oblastí - od ľahkých až po náročné. Prajeme veľa zábavy.

Toto je Bratislava - kvíz
➔ Online ➔ 5 levelov náročnosti ➔ 10 otázok

Zahraj sa mesto inak ...

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

Sprievádzaj kráľa! Ču bednere mý... Jak Park a Smarta

Výber hier

Zavolaj kamošov a podie sa nami spoznať Bratislavu netradičným spôsobom. Trochu sa pri tom prejde, trochu preveríte mozgovú záhybu, ale hlavne sa super zabavíte.

Pribeh ukradnutej koruny
➔ Staré Mesto, Bratislava ➔ 2-5 členné tímy ➔ 60-90 min



Podpora produktu a podujatí

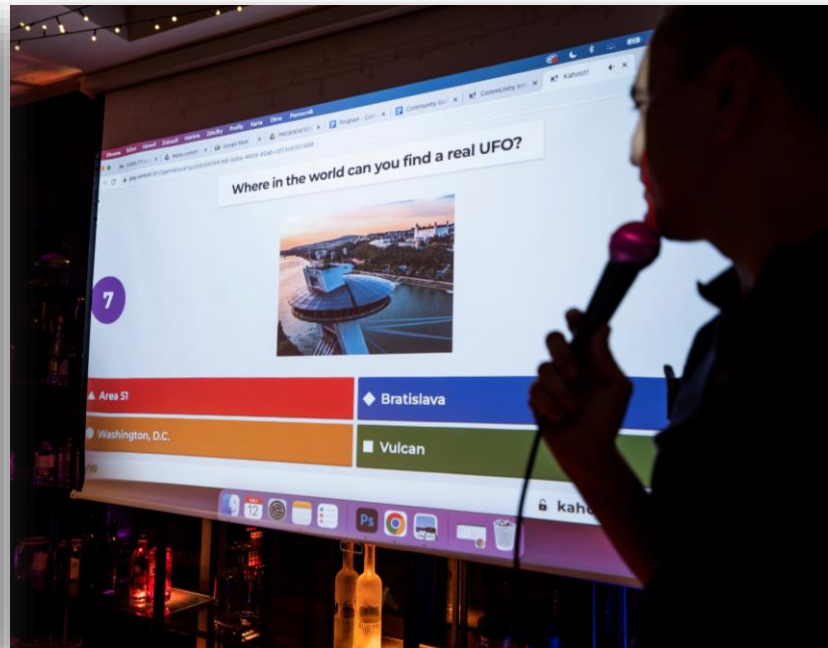
- 19 podporených a spoluorganizovaných podujatí
- Bratislavské korunovačné dni - 250 účinkujúcich zo 4 krajín
- 4761 predaných BA Card, 15 434 akceptácií, 17 predajných miest





Infocesty, presstripy a famtripy

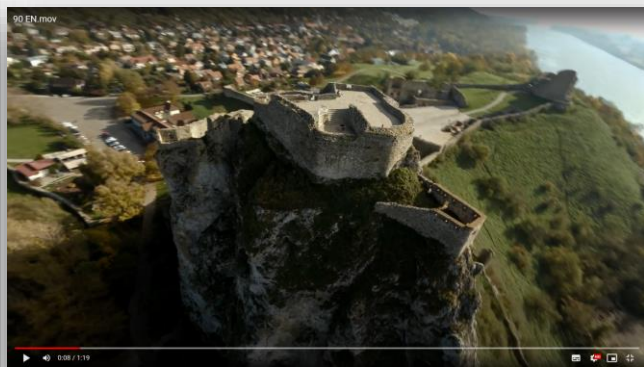
- 130 účastníkov presstripov a famtripov
- 24 presstripov a 3 famtripy (CZ, DE, UK, AT a i.)
- viac ako 5 mil. – dosah participujúcich influencerov
- 60 PR článkov na MICE online platformách





Fotodatabáza a videotvorba

- 424 nových profesionálnych fotografií
- 14 tematických videí a destinačný „hero“ spot
- 2,5 milióna videní na YouTube





Infraštruktúra CR

- 27 uzlov verejnej WiFi a rozšírenie na hrad Devín
- viac ako 115 tisíc nových užívateľov verejnej WiFi
- 16 407 získaných emailových adries do databázy
- 5 ďalších infraštruktúrnych projektov





Vzdelávanie a strategické materiály

- ➔ 6 659 účastníkov komerčných a bezplatných prehliadok
- ➔ 23 itinerárov prehliadok pre základné a stredné školy
- ➔ 15 vzdelávacích aktivít pre členov a partnerov
- ➔ 4 koncepčné a analytické dokumenty





Bratislava CARD - City and Region

- **Platnosť kariet: 24h, 48h, 72h**
- Ceny kariet s verejnou dopravou: 23€, 28€, 32€
- Ceny kariet bez verejnej dopravy: 21€, 24€, 25€
- Benefity:
 - Neobmedzené cestovanie verejnou dopravou v meste a regióne
 - Bezplatný vstup do 23 múzeí a galérií v meste a regióne
 - Bezplatná prehliadka mesta
 - Ďalšie zľavy do výšky 50%
- celkový počet zliav 111
- 65 zapojených partnerov
- 18 províznych predajcov
- Online predaj cez visitbratislava.com



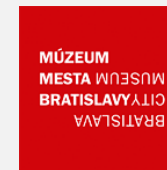
- ➔ 4 761 predaných kariet
- ➔ 15 434 akceptácií karty
- ➔ 17 predajných miest





Partnerstvá a spolupráca

- Hlavné mesto SR Bratislava
- MČ Bratislavy
- Členská základňa BTB (70 členov)
- MD SR, MZVaEZ SR, MK SR
- Slovakia Travel
- Zahraničné zastúpenia MD SR
- Slovenské kultúrne inštitúty Praha, Viedeň, Berlín, Budapešť
- Bratislavský samosprávny kraj
- Bratislava Region Tourism
- Múzeum mesta Bratislavy
- Galéria mesta Bratislavy
- BKIS, MUOP, OLO, STARZ
- ZOO Bratislava
- Slovenské národné múzeum
- Slovenská národná galéria
- Slovenské národné divadlo





BRATISLAVA
TOURIST BOARD

Členstvo v organizáciách doma a v zahraničí

CITY
DESTINATIONS
ALLIANCE

site

Society for
Incentive
Travel
Excellence

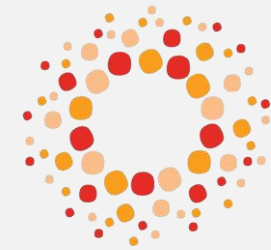


ZČRSR

ZVÄZ CESTOVNÉHO RUCHU SR



AiCES®



BRATISLAVA REGION
TOURISM



Vedenie organizácie a výkonná zložka

Predstavenstvo:

- Ing. Vladimír Grežo – predseda P-BTB
- Mag. Martin Volek, MBA, PhD. – podpredseda P-BTB (zástupca komory č. 2)
- Ing. Róbert Ďurica - člen P-BTB (predseda komory č. 1) (ukončenie k 20. 12. 2022)
- 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
- Ing. Monika Debnárová – členka P-BTB
- Ing., arch. Lucia Štasselová – členka P-BTB

Dozorná rada:

- Mgr. Marek Farkaš – predseda DR-BTB
- Radovan Jenčík – podpredseda DR-BTB
- JUDr. Peter Jakušík – člen DR-BTB
- MUDr. Dana Čahojová – členka DR-BTB

Výkonný riaditeľ

- 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 manažérka/asistentka:
1 úväzok
- Právnička: 1
polovičný úväzok
- TIC:
6 úväzkov + 1 materská dovolenka
Stav k 31. 12. 2022.





BRATISLAVA
TOURIST BOARD



Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD.
výkonný riaditeľ BTB
koniar@visitbratislava.com

Ďakujem
za pozornosť