

Hlavné mesto má nový propagačný spot, Bratislavu predstaví tak ako ju nepoznáte

Bratislava, 15.10.2018 – Organizácia Bratislava Tourist Board (BTB) pripravila nové prezentačné video a sériu reklamných spotov určenú pre propagáciu mesta doma a vo svete. Osloviť chce všetkých, od ľudí obľubujúcich relax v meste, cez rodiny s deťmi a športovcov, až po milovníkov divokej prírody. Bratislavu prezentuje tak, ako ju nepoznáte.

„Bratislave sa darí a zažíva doslova turistický boom. Už 3 roky po sebe evidujeme viac ako milión návštevníkov a za uplynulé 4 roky ich tu bolo cez 4,5 milióna. V roku 2017 sa nám podarilo z dane za ubytovanie získať takmer 5 miliónov eur čo je o vyše 39 % viac ako rok predtým. Získali sme prestížneho „Oscara v turizme“ ocenenie Golden Apple, umiestnili sme sa vo viacerých turistických rebríčkoch na vysokom mieste a potešilo nás najmä hodnotenie Bratislavy ako 3. najzelenšieho mesta sveta. Nové video spoty sú oslavou prírody v meste a jeho okolí, kde máte doslova na skok, kde môžete zažiť dobrodružstvo v divokej prírode, ale aj oddychové voľné chvíle s rodinou,“ uviedol primátor Bratislavy Ivo Nesrovnal.

„Našou výhodou je blízkosť mesta k prírode, môžeme sa pochváliť Malými Karpatami, veľtocom Dunaja a prítokom Moravy, ale aj európsky významným územím Natura 2000 a to priamo v Bratislave. Minulý rok sme publikovali brožúrku Zelená Bratislava podporenú špecializovanou webovou stránkou, teraz sme vďaka mestu spoločne pripravili aj unikátne video s touto výnimočnou témou. Hlavné video je všeobecné, ďalšie video spoty propagujú 4 vybrané témy a to rieku Dunaj, aktivity pre rodiny s deťmi, možnosti pre šport a divokú prírodu,“ predstavila predsedníčka predstavenstva BTB A. Melicharová.

Video predstavuje faunu a flóru Mestských lesov v Bratislave, panenské zákutia Železnej studničky, Kačina a Koliby. Ukazuje Bratislavu a jej okolie ako jednu z najvýznamnejších lokalít na pozorovanie vtáctva (birdwatching) na Slovensku. Bratislava má na svojom území lužné lesy, dubové lesy, hrabové lesy aj bukové lesy. Dunaj v Bratislave je pre vodné vtáctvo veľmi významnou migračnou trasou a zimoviskom. Kamera ponúka malebné pohľady vynárajúce sa v Horskom parku, či v sade Janka Kráľa. Zachytáva najkrajšie prírodné scenérie, aj obľúbené voľnočasové lokality a atrakcie priamo v hlavnom meste Slovenska. Nechýbajú ani domčeky v korunách stromov a rozhľadňa pri Kamzíku. Video podprahovo odporúča potenciálnym návštevníkom možnosti relaxu pri vode, okolo mestských jazier, trasy pešej a cykloturistiky na nábregí rieky Dunaj alebo Morava ako aj možnosti využitia vodných plavidiel pre tých, ktorí hľadajú aktívny oddych. Dynamika týchto obrazov sa strieda s unikátnymi zábermi chránených území Bratislavy. Tie je možné spoznávať prechádzkou po náučných chodníkoch v prírodných oblastiach Dunajské luhy, Devínska Kobyla a v povodí rieky Morava.

Pripravené video spoty sú súčasťou aktivít, ktoré sa BTB zaviazalo robiť v rámci novej Marketingovej a komunikačnej stratégie Bratislavy 2018 – 2022. Stratégia vymenúva hlavné prednosti mesta, spôsob i nástroje propagácie do budúcnosti. BTB už tento rok realizovalo rozsiahlu kampaň pred letnou turistickou sezónou na zahraničných trhoch v Rakúsku, v Česku, v Nemecku a Veľkej Británii, ale aj prvú kampaň zameranú na slovenského návštevníka. Aj tvoje hlavné mesto (uviesť presný názov). Preferenciu má online komunikácia pred klasickou outdoorovou reklamou.

„Výsledky prvej domácej kampane v histórii BTB dokazujú, že Bratislava ako turistická destinácia zaujíma Slovákov. Návštevnosť webu visitbratislava.com dosiahla v lete rekordné čísla, pričom návštevnosť zo Slovenska stúpila 313 % a zo zahraničia o 180 % oproti minulému roku, o 30 % stúpol aj predaj Bratislava Card,“ doplnila A. Melicharová.

Neustále rastúca návštevnosť prináša do mestskej kasy finančné zdroje, ktoré Bratislava používa na investície do rozvoja mesta. Približne tretinu z nich vracia mesto priamo späť do cestovného ruchu prostredníctvom členského do organizácie Bratislava Tourist Board. Tieto finančné prostriedky organizácia BTB investuje do zlepšenie turistickej a informačnej infraštruktúry, kvality služieb, ale aj na propagáciu a marketing. Výsledkom je rast povedomia o destinácii Bratislava vo svete, kvalitnejší život obyvateľov a komfort návštevníkov mesta.

Linky na video spoty:

<https://youtu.be/XrpgykBboUo>

<https://youtu.be/KkX4Irn0Dg>

Kontakt pre médiá: Maroš Plitko, +421908755661, plitko@visitbratislava.com