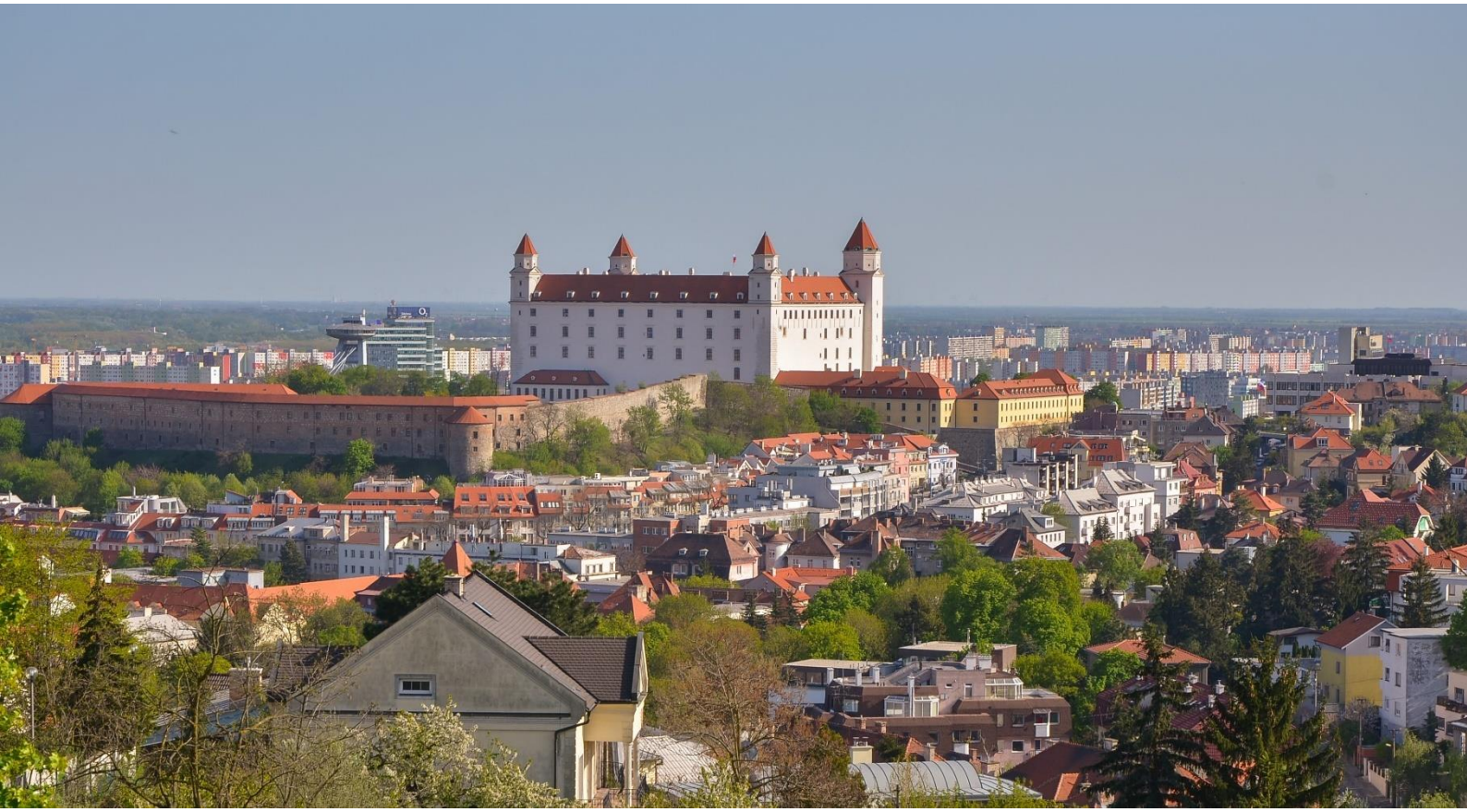
BRATISLAVA

Správa o činnosti 2020

Oblastná organizácia cestovného ruchu
BRATISLAVA TOURIST BOARD

www.visitbratislava.com



Obsah

	Úvod	4
1.	Marketing a propagácia	23
2.	Činnosť turistického informačného centra zriadeného organizáciou	72
3.	Tvorba a podpora udržateľných produktov cestovného ruchu	83
4.	Podpora atraktivít danej lokality	107
5.	Infraštruktúra cestovného ruchu	112
6.	Zabezpečenie strategických dokumentov	128
7.	Zavedenie hodnotiaceho systému kvality	136
8.	Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej	142
	Hospodárenie organizácie v roku 2020	151
	Orgány BTB a výkonná zložka	168
	Záver	170

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
MDV SR	Ministerstvo dopravy a výstavby Slovenskej republiky
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
SNM	Slovenské národné múzeum
ŠÚ SR	Štatistický úrad Slovenskej republiky
TIC	Turistické informačné centrum
WTTC	World Travel & Tourism Council (Svetová rada cestovného ruchu)

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 a výstavby Slovenskej republiky (ďalej len „MDV SR“) oficiálne zaregistrovaná dňa 28. decembra 2011.

Členovia BTB sú v organizácii v závislosti od ich podnikateľskej činnosti, príp. od charakteru ich hlavnej činnosti zaradení do 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

Začiatkom roka 2020 kontinuálne pokračovala zimná kampaň (kultúra, aktivity spojené s vínom a tiež kampane na trávenie city-breaku v zimnej Bratislave), začala sa veľtržná sezóna a prebehla úspešná realizácia spoločnej expozície s Bratislava Region Tourism na veľtrhu Ferien Messe vo Viedni s podlinkovou dopravnej dostupnosti z centra mesta, zároveň sa BTB zúčastnilo na všetkých významných veľtrhoch CR na cieľových trhoch (okrem veľtrhu ITB Berlín, ktorý bol kvôli COVID-19 zrušený).

Od konca februára začal kriticky nabiehať rozmer krízy súvisiacej so šírením vírusu COVID-19 a vláda SR začala prijímať prvé preventívne opatrenia. Od 16. marca do 14. júna a opätovne od 1. októbra až do 31. decembra 2020 platil núdzový stav a s tým súvisiace viaceré celoštátne opatrenia na zmiernenie pandémie. Nanešťastie pre cestovný ruch tieto opatrenia vyústili až do tzv. lockdownu, uzatvorenia hraníc, zákazu voľného pohybu osôb, zákazu civilných letov, zákazu vychádzania, zákazu organizovania verejných hromadných podujatí a iných.

Po spustení karanténnych opatrení sa BTB podarilo natočiť ešte sériu 15 videí na Tému „Turistom vo vlastnom meste“, ktoré postupne BTB nasadzovalo do online prostredia pre obyvateľov Bratislavy ako aj iných častí Slovenska s cieľom upriamiť ich pozornosť na atraktivity v Bratislave a naštartovanie cestovného ruchu po kríze.

Koncom júna 2020 sa začali čiastočne implementovať aktivity BTB s ohľadom na postupné otváranie hraníc a uvoľňovanie opatrení najmä voči návštevníkom destinácie a prevádzkam zariadení poskytujúcich služby v CR. Mierne sa začala rozbiehať aj letná turistická sezóna vzhľadom na priaznivejší vývoj bezpečnostnej situácie spojenej so šírením vírusu COVID-19. Tým sa otvorila aj možnosť znovunastavenia všetkých relevantných

organizačných, propagačných a komunikačných aktivít smerujúcich k postupnému navyšovaniu počtu turistov a návštevníkov zo Slovenska ako aj zo zahraničia. Prirodzenou cieľovou skupinou sa stali obyvatelia Slovenska a tiež okolitých regiónov. Taktiež bola postupne obnovená plnohodnotne činnosť TIC (TIC Klobučnícka zatvorené od 13.3.2020 do 30.5.2020), spolu s predajom Bratislava Card – city and region, či sprievodcovských služieb na úrovni spolupracujúcich sprievodcov CR. TIC na hlavnej ŽST sa otvorilo k 1.8.2020. Obnovila sa spolupráca s mestskými časťami na fotografickom a video obsahu, podujatiach a drobnej infraštruktúre, aktivitách spojených s projektom „Turistom vo vlastnom meste“, komunikácia témy 72-hodinové mesto (plánovač na 3 dni v AJ/NJ/SJ, podstránka 2 + 1 v spolupráci s hotelmi, video obsah atď.), produkcia produktových videí členov a súborných tematických videí a iné.

Od 1. októbra do konca roka 2020 na Slovensku prebiehala II. vlna šírenia vírusu COVID 19 a opätovne boli zavedené celoštátne opatrenia napr.: lockdown, čiastočné uzatvorenie hraníc a opatrení pri ich prechode, zákaz voľného pohybu osôb, zákaz vychádzania, zákaz organizovania verejných hromadných podujatí atď. Práve kvôli tomu bola činnosť TIC BTB pozastavená a prevádzka bola uzatvorená od 24.10.2020 až do konca roka 2020.

K najpodstatnejším aktivitám v závere roka patrilo najmä dotiahnutie všetkých komunikačných aktivít BTB s ohľadom na uzatváranie hraníc, priebeh projektov ako podpora drobnej turistickej infraštruktúry na Devínskej Kobyle, vo Vrakuni, Mestských lesoch, aktivity spojené s projektom „Turistom vo vlastnom meste“ (rozhovory so starostami MČ, riadené prehliadky a cyklovýlety, organizácia a spoluorganizácia podujatí, video a fotografická produkcia a pod.), 55. výročie TIC, KUVYT, Viva Bratislava, spolupráca s „S hudbou vesmírnou“, Susedský Advent (zapojenie 6 mestských častí), Vianoce v meste, Vianoce na Dunaji, spolupráca s mestskými časťami na fotografickom a video obsahu.

Počas celého roka sa zamestnanci BTB pravidelne zúčastňovali odborných webinárov a online konferencií rôznych celoeurópskych platforiem, ktoré riešia opatrenia a návrhy riešení pre DMO v čase krízy COVID-19, bezprostredne po nej až po komplexné navrátenie turizmu do čísiel pred krízou.

Štatistické ukazovatele

V roku 2020 zasiahla Slovensko pandémia COVID19, ktorá vážne postihla všetky oblasti ekonomiky. Výrazne ovplyvnila cestovanie a cestovný ruch na celom svete a úplne zmenila vývoj cestovného ruchu. Rok 2020 zaznamenal výrazný prepad v štatistikách Bratislavy oproti predchádzajúcim rokom, ktoré dovtedy kontinuálne rástli.

Podľa Štatistického úradu SR (ďalej len „ŠÚ SR“) v roku 2020 počet návštevníkov poklesol o 71 % z 1 395 896 na 405 166 návštevníkov a počet prenocovaní zaznamenal prepad o 68 % z 2 850 755 na 916 148 prenocovaní, čo bolo v priemere 2,26 noci na návštevníka.

K významnému faktoru generovania prenocovaní patria aj **platformy zdieľanej ekonomiky, najmä Airbnb**, ktorá taktiež zaznamenala výrazný prepad v štatistikách. Z údajov, ktoré máme od Airbnb k dispozícii, navštívilo Bratislavu v roku 2020 celkovo približne 53 100 návštevníkov, ktorí v Bratislave strávili v priemere 3,2 nocí, čo predstavuje cca 169 920 prenocovaní. V porovnaní s predchádzajúcim rokom, kedy prišlo do Bratislavy cez Airbnb okolo 167 300 turistov a počet prenocovaní bol 435 000, eviduje Airbnb pokles v počte návštevníkov o vyše 68 % a taktiež pokles v počte prenocovaní o vyše 60 %.

Tabuľka č. 1: Porovnanie počtu návštevníkov v roku 2020 s rokom 2019

Porovnanie rokov 2020/2019	Počet návštevníkov		Percentuálny nárast/pokles 2020/2019
	2020	2019	
Domáci návštevníci	185 770	428 045	-56,60%
Zahraniční návštevníci	219 396	967 851	-77,33%
Spolu	**405 166**	**1 395 896**	**-70,97%**
Airbnb	53 100	167 300	-68,26%
Spolu	**458 266**	**1 563 196**	**-70,68%**

** Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR a Airbnb, 2020 a 2019*

Tabuľka č. 2: Porovnanie počtu prenocovaní v roku 2020 s rokom 2019

Porovnanie rokov 2020/2019	Počet prenocovaní		Percentuálny nárast/pokles 2020/2019
	2020	2019	
Domáci návštevníci	496 056	1 105 404	-55,12%
Zahraniční návštevníci	420 092	1 745 351	-75,93%
Spolu	**916 148**	**2 850 755**	**-67,86%**
Airbnb	169 920	435 000	-60,94%
Spolu	**1 086 068**	**3 285 755**	**-66,95%**

** Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR a Airbnb, 2020 a 2019*

Tabuľka č. 3: Porovnanie priemerného počtu prenocovaní jedného návštevníka v roku 2020 s rokom 2019

Porovnanie rokov 2020/2019	Priemerný počet prenocovaní jedného návštevníka		Percentuálny nárast/pokles 2020/2019
	2020	2019	
Domáci návštevníci	2,67	2,58	3,40%
Zahraniční návštevníci	1,91	1,80	6,18%
Spolu priemer	**2,26**	**2,04**	**10,72%**
Airbnb	3,20	2,60	23,08%
Spolu priemer	**2,60**	**2,37**	**9,71%**

** Zdroj: Vlastné spracovanie podľa ŠÚ SR a Airbnb, 2020 a 2019*

V roku 2020 navštívilo destináciu Bratislava 219 396 zahraničných návštevníkov, ktorí uskutočnili 420 092 prenocovaní, čo je v priemere 1,91 noci na návštevníka. Počet zahraničných návštevníkov poklesol oproti roku 2019 o 77,33 %, v počte prenocovaní bol pokles o 75,93 %. Domácich návštevníkov prišlo do Bratislavy 185 770 návštevníkov a uskutočnili 496 056 prenocovaní, čo je v priemere 2,67 noci na návštevníka. U domácich návštevníkov sme zaznamenali taktiež pokles v počte návštevníkov oproti roku 2019 o 56,60 %, aj pokles v počte prenocovaní o 55,12 %.

V súvislosti s negatívnou situáciou spojenou s celosvetovou pandémiou COVID19 destinácia Bratislava zaznamenala výrazný pokles vo všetkých zdrojových trhoch. Z hľadiska dominantných zdrojových trhov ale naďalej patrí prvenstvo Českej republike so 44 354 návštevníkmi (-82,58 %) a 73 143 prenocovaniami (-82,35 %). Nemeckí návštevníci v počte 23 276 sú na druhom mieste (-85,50 %) so 41 621 prenocovaniami (-85,08 %). Tretie miesto patrí návštevníkom Poľska, ktorých prišlo 16 910 (-83,08 %) a prenocovali 28 900 krát (-83,48 %). Za nimi sa umiestnili návštevníci z Rakúska v počte 16 106 (-86,12 %) a 24 221 prenocovaniami (-85,69 %). Na piatom mieste je Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska s počtom návštevníkov 12 145 (-90,00 %) a počtom prenocovaní 23 892 (-90,17 %). Výrazné poklesy v roku 2020 evidujeme u návštevníkov z USA, Čínskej ľudovej republiky, Španielska, Francúzka, Talianska ale aj z Maďarska, Ukrajiny a Ruska.

Tabuľka č. 4: Zdrojové trhy – počet návštevníkov v destinácii Bratislava
Porovnanie rokov 2020 a 2019

Top 15	Krajina		Počet návštevníkov		Nárast/Pokles 2020/2019 (%)
			2020	2019	
1.	**Česká republika**	(CZ)	44 354	254 574	-82,58 %
2.	**Nemecko**	(DE)	23 276	160 552	-85,50 %
3.	**Poľsko**	(PL)	16 910	99 946	-83,08 %
4.	**Rakúsko**	(AT)	16 106	116 012	-86,12 %
5.	**Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska**	(GB)	12 145	121 504	-90,00 %
6.	**Ukrajina**	(UA)	9 802	63 908	-84,66 %
7.	**Taliansko**	(IT)	8 742	86 640	-89,91 %
8.	**Spojené štáty americké**	(US)	6 637	79 404	-91,64 %
9.	**Maďarsko**	(HU)	6 086	48 616	-87,48 %
10.	**Rusko**	(RU)	5 763	59 386	-90,30 %
11.	**Francúzsko**	(FR)	4 913	49 708	-90,12 %
12.	**Španielsko**	(ES)	3 385	48 406	-93,01 %
13.	**Čínska ľudová republika**	(CN)	3 381	94 380	-96,42 %
14.	**Holandsko**	(NL)	3 218	31 696	-89,85 %
15.	**Rumunsko**	(RO)	3 204	35 822	-91,06 %

** Zdroj: ŠÚ SR, 2020 a 2019*

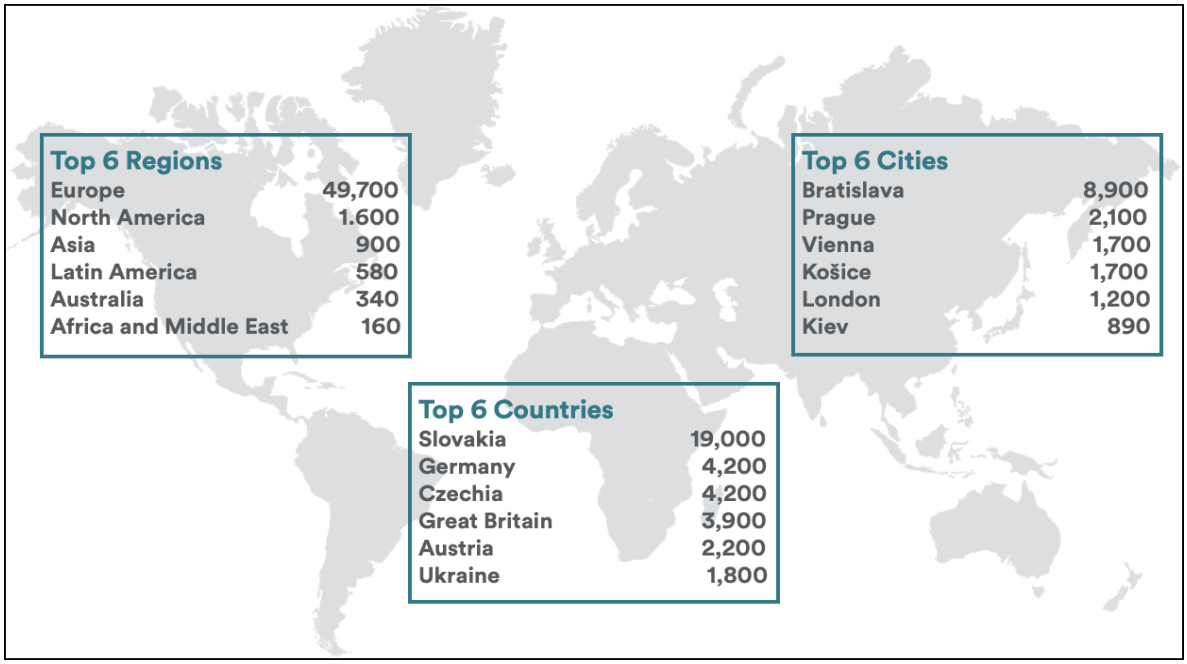
Tabuľka č. 5: Zdrojové trhy – počet prenocovaní v destinácii Bratislava
Porovnanie rokov 2020 a 2019

Top 15	Krajina		Počet prenocovaní		Nárast/Pokles 2020/2019 (%)
			2020	2019	
1.	**Česká republika**	(CZ)	73 143	414 484	-82,35 %
2.	**Nemecko**	(DE)	41 621	278 966	-85,08 %
3.	**Ukrajina**	(UA)	33 947	178 182	-80,95 %
4.	**Poľsko**	(PL)	28 900	174 890	-83,48 %
5.	**Rakúsko**	(AT)	24 221	172 486	-85,96 %
6.	**Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska**	(GB)	23 892	243 084	-90,17 %
7.	**Taliansko**	(IT)	15 770	164 672	-90,42 %
8.	**Spojené štáty americké**	(US)	11 944	130 598	-90,85 %
9.	**Rusko**	(RU)	11 869	119 486	-90,07 %
10.	**Maďarsko**	(HU)	10 531	83 346	-87,36 %
11.	**Francúzsko**	(FR)	8 733	85 670	-89,81 %
12.	**Španielsko**	(ES)	7 608	84 298	-90,97 %
13.	**India**	(IE)	6 640	42 150	-84,25 %
14.	**Srbsko**	(SRB)	6 627	53 432	-87,60 %
15.	**Írsko**	(RO)	6 327	50 374	-87,44 %

* *Zdroj: ŠÚ SR, 2020 a 2019*

Podľa údajov od Airbnb najpočetnejšie zastúpenie mali domáci návštevníci zo Slovenska (36 %) nasledovalo Nemecko (8 %), Česko (8 %), Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska (7 %), Rakúsko (4 %) a Ukrajina (3 %). Najviac návštevníkov bolo z Európy na úrovni okolo 94 % a len niečo okolo 6 % predstavovali návštevníci z ostatných kontinentov.

Graf č. 1: Top 6 krajín z hľadiska zdrojových trhov v rámci Airbnb



**Zdroj: Airbnb.com*

Štatistické údaje zo ŠÚ SR k ubytovacím zariadeniam vykazujú taktiež markantný pokles. Z porovnania roka 2020 s rokom 2019 vyplýva, že v roku 2020 nastal pokles tržieb o 75 %, ale aj priemerných cien ubytovania vo všetkých sledovaných hodnotách. Najväčší pokles bol zaznamenaný v II. kvartáli počas prvej vlny pandémie a silnými celosvetovými reštrikciami.

Tabuľka č. 6: Porovnanie percentuálneho nárastu/poklesu tržieb a priemernej ceny za ubytovanie za noc v rokoch 2020 a 2019

Nárast/Pokles (%)	Tržby za ubytovanie			Priemerná cena za ubytovanie na noc		
	Spolu	Domáci návštevníci	Zahraniční návštevníci	Spolu priemerne	Domáci návštevníci	Zahraniční návštevníci
1. kvartál 2020/2019	-23,90 %	-20,98 %	-25,07 %	-9,51 %	-7,34 %	-6,75%
2. kvartál 2020/2019	-94,14 %	-81,98 %	-97,77 %	-26,47 %	-19,16 %	-17,91%
3. kvartál 2020/2019	-72,15 %	-54,92 %	-78,18 %	-13,91 %	-3,91 %	-14,95%
4. kvartál 2020/2019	-88,37 %	-73,12 %	-93,76 %	-12,29 %	-25,69 %	-3,29%
Porovnanie rokov 2020/2019	**-74,95 %**	**-60,75 %**	**-79,82 %**	**-22,06 %**	**-12,53 %**	**-16,15%**

** Zdroj: ŠÚ SR, 2020 a 2019*

Podľa Magistrátu hl. mesta SR Bratislavy výška skutočne vybratej dane za ubytovanie za rok 2020 bola v sume 2 173 433,00 eur, čo predstavuje pokles o 54 %. Výška sadzby dane za ubytovanie v roku 2020 zostala nezmenená 1,70 eur.

Tabuľka č. 7: Prehľad skutočne vybratej dane za ubytovanie v Bratislave

Rok	Skutočne vybratá daň (EUR)
2013	2 681 407,85
2014	2 759 077,00
2015	3 166 138,35
2016	3 562 078,78
2017	4 958 342,43
2018	4 748 031,34
2019	4 738 616,02
2020	2 173 671,59

**Zdroj: Magistrát hl. mesta SR Bratislava*

Dostupnosť Bratislavy je výrazne podporená blízkosťou medzinárodného letiska Viedeň – Schwechat, ako aj prevádzkou Letiska M. R. Štefánika. Podľa **údajov Letiska M. R. Štefánika** bolo vybavených v roku 2020 spolu na príletoch a odletoch 405 097 cestujúcich, čo je pokles o 82 % oproti roku 2019. Z dôvodu zákazu civilných príletov v období pandémie COVID19, redukcii letov či frekvencií letov prišlo letisko v porovnaní s rokom 2019 celkovo o 1 885 145 cestujúcich, keďže v roku predtým vybavilo 2,29 milióna pasažierov. Vlani sa na letisku uskutočnilo spolu 13 797 príletov a odletov, čo predstavuje pokles o 52 % oproti roku 2019, kedy sa na bratislavskom letisku uskutočnilo 28 745 pohybov lietadiel. Pandémia najviac zasiahla medzinárodné pravidelné a charterové lety, ich počet poklesol približne o 70 %. Najsilnejším mesiacom roka bol mesiac január, kedy letisko vybavilo viac ako 126-tisíc cestujúcich. Najsilnejším letným mesiacom bol august, kedy letiskom prešlo 48-tisíc cestujúcich.

Najviac cestujúcich letelo vlani z Letiska M. R. Štefánika do/z Londýna (spolu dve letiská Londýn-Stansted a Londýn-Luton), ktorý však v porovnaní s rokmi predtým zaznamenal výrazný pokles počtu cestujúcich. Nasledoval Dublin a vďaka letom zo začiatku roka je na treťom mieste Moskva. Do Moskvy sa však od marca do konca roka už viac nelietalo z dôvodu zákazu vstupu cudzincov na územie Ruska, aj z dôvodu zákazu vstupu osôb z tretích krajín (vrátane obyvateľov Ruska) na územie Slovenska za účelom turizmu.

Z pohľadu celkového počtu cestujúcich prepravila najviac cestujúcich z Bratislavy a do Bratislavy letecká spoločnosť Ryanair, za ňou nasledovali dopravcovia Wizz Air, Pobeda, Air Explore a Travel Service. Najviac letov vykonal v roku 2020 práve Ryanair a nákladná spoločnosť DHL, v nepravidelnej doprave letecké školy Seagle Air a JetAge a najviac súkromných letov zabezpečili domáci dopravcovia EliteJet a TatraJet (**Zdroj: Letisko M. R. Štefánika).*

BTB spolupracuje s letiskom M. R. Štefánika, KOCR BRT, MDV SR a leteckými spoločnosťami pri organizovaní spoločných presstripov na podporu záujmu o novovzniknuté linky. Letecká doprava je veľmi dôležitou formou dostupnosti Bratislavy. BTB však okrem leteckej dopravy na prezentáciách, veľtrhoch, v inzerciách a kampaniach komunikuje a zdôrazňuje aj autobusovú, železničnú a lodnú dopravu.

Okrem počtu návštevníkov, o ktorých získavame údaje podľa prenocovania v ubytovacích zaradeniach, výrazne poklesli aj jednodňoví návštevníci. Návštevníci prichádzajúci na jednodňové výlety spravidla z blízkych regiónov alebo majú krátku zastávku v rámci okružných ciest, nie sú aktuálne predmetom skúmania a evidencie zo strany ŠÚ SR. Počet lodných pasažierov bol v roku 2019 približne 590 000, v roku 2020 ich počet markantne poklesol približne až o 85 %. Veľký vplyv na tieto údaje mal fakt, že lodná doprava bola v marci pozastavená a obnovená bola až v júli 2020. Tento údaj je výsledkom interného prieskumu BTB medzi subjektmi cestovného ruchu pôsobiacimi v lodnej doprave.

Pri propagácii destinácie je dôležitá aj komunikácia ľahkej dopravnej dostupnosti, v prípade Bratislavy s dôrazom na všetky druhy dopravy. Bratislava má prepojenie na susedné krajiny v priemere prostredníctvom 74 vlakových spojení, 93 autobusových spojení, 5 lodných spojení denne.

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

Štatistické údaje z cyklosčítačov

Štatistiky získané z cyklosčítačov umiestnených na strategických miestach: Bratislavská hrádza – smer Berg a Viedenská cesta. Cyklosčítače poskytujú údaje o celkovom prejazde cyklistov v oboch smeroch, vrátane individuálnych údajov o jednotlivých smeroch. Od spustenia cyklosčítača Berg, dňa 20.11.2014, týmto cyklosčítačom prešlo už 985 276 cyklistov (ku dňu 31.12.2020). Na hrádzi Berg evidovali v roku 2020 cyklosčítače 154 338 prejazdov, čo je 15,06 %-ný pokles v porovnaní s rokom 2019 spôsobený opatreniami zákazu pohybu z dôvodu pandémie COVID-19 priebežne počas roka 2020. Od spustenia cyklosčítača Viedenská cesta, dňa 22.11.2014, týmto cyklosčítačom prešlo už 2 106 491 cyklistov (ku dňu 31.12.2020). Štatistiky z Viedenskej cesty zaznamenali z doposiaľ sledovaného obdobia najvyšší počet prejazdov v roku 2020 a to až 426 837, čo a predstavuje o nárast o 13,38 % oproti minulému roku.

Štatistické údaje turistických informačných centier (TIC)

Turistické informačné centrá BTB poskytovali tento rok v dôsledku pandémie svoje služby v obmedzenom režime. TIC Klobučnícka bolo v mesiacoch január, február a marec otvorené 7 dní v týždni v čase od 9:00 do 18:00, v mesiacoch jún, júl a október 6 dní v týždni v čase od 9:00 do 17:00. V mesiacoch august a september bola prevádzka otvorená aj v nedeľu, a to v čase od 10:00 do 16:00.

TIC na Hlavnej stanici bolo v mesiacoch január, február a marec otvorené 7 dní v týždni, potom bolo opätovne v prevádzke až v mesiacoch august, september a október, a to na 6 dní v týždni.

K úplnému uzatvoreniu prevádzky TIC Klobučnícka pre zákazníkov došlo počas 1. vlny pandémie v období od 13. marca do 31. mája a pobočky TIC Hlavná stanica v období od 13. marca do 31. júla. Počas 2. vlny pandémie došlo k uzatvoreniu oboch pobočiek od 24. októbra do 31. decembra 2020.

Turistické informačné centrá BTB zaznamenali v roku 2020 v porovnaní s rokom 2019 81,5 % pokles návštevnosti. Pracovníci prvého kontaktu vedia v súčasnosti zodpovedať dopyty návštevníkov v 6 jazykoch, konkrétne v anglickom, nemeckom, francúzskom, talianskom, ruskom a poľskom jazyku.

- celkový počet osobných dopytov: 19 424
  - z toho v TIC Klobučnícka: 17 368
  - z toho v TIC na Hlavnej stanici: 2 056
- počet telefonických dopytov: 2 573
- počet emailových dopytov: 1 831

Okrem poskytovania informačných služieb sa pracovníci TIC BTB venujú tvorbe a rozvoju produktu orientovaného na **prehliadky mesta a okolia**. Po predchádzajúcom úspešnom roku sme vplyvom pandémie od marca 2020 zaznamenali výrazný pokles, ako v návštevnosti, tak aj v predaji produktov a služieb. V roku 2020 sme zabezpečili 376 prehliadok mesta, z toho 227 garantovaných prehliadok pre držiteľov Bratislava CARD (ďalej len „BC“). Odsprevádzaných bolo celkom 3 329 osôb.

V roku 2020 bolo s podporou Ministerstva dopravy a výstavby SR zorganizovaných 82 bezplatných prehliadok pre domácich a zahraničných návštevníkov mesta, zároveň sme v tomto roku zrealizovali aj prvé prehliadky pre zdravotne znevýhodnené osoby. Celkový počet zúčastnených osôb na bezplatných prehliadkach bol cca 1 690. Sedem prehliadok s počtom 22 osôb sa uskutočnilo v rámci infociest pre zahraničných novinárov, bloggerov a touroperátorov.

V porovnaní s rokom 2019, v ktorom bolo za toto obdobie zorganizovaných 1 548 prehliadok, tento údaj predstavuje pokles o 75 % v počte prehliadok. Vzhľadom na pandemickú situáciu sme sa v roku 2020 orientovali prevažne na osvetu domáceho obyvateľstva a spoznávanie mestských častí, preto bol prirodzene najvyšší záujem o prehliadky pre obyvateľov a domácich návštevníkov mesta. Pre zahraničných návštevníkov sme zorganizovali prehliadky v nemeckom, anglickom, talianskom, španielskom a francúzskom jazyku.

Tento rok sme sa zamerali aj na zlepšenie kvality poskytovaných služieb – prehliadkam sme zabezpečili intenzívnu propagáciu, zaviedli sme online registráciu účastníkov s cieľom dodržať počet osôb. Prostredníctvom krátkych online dotazníkov sme získavali spätnú väzbu.

Rozbehli sme intenzívnejšiu spoluprácu s Magistrátom hl. mesta SR Bratislavy, najmä s oddelením sociálnych vecí pri príprave bezbariérových prehliadok a s hlavným cyklokoordinátorom pri realizovaní cykloprehliadok.

Štatistiky návštevnosti vybraných atraktivít destinácie

Z dostupných údajov evidujeme aj pokles návštevnosti vybraných top atraktivít a kultúrnych inštitúcií v Bratislave. Do ZOO Bratislava prišlo v roku 2020 celkovo 252 565 návštevníkov, čo je 19,82 % pokles oproti roku 2019. Až 64,61 % pokles návštevnosti zaznamenalo Historické múzeum SNM na Bratislavskom hrade. Galéria Danubiana eviduje 34,40 % pokles návštevnosti s 33 444 návštevníkmi. Galéria mesta Bratislavy zaznamenala 2/3 pokles návštevnosti v porovnaní s rokom 2019. Mestské múzeum Bratislava (MMB) súhrnne spravuje 9 subjektov na území mesta Bratislava. Celkovo navštívilo expozície v roku 2020 112 048 návštevníkov, čo je pokles o 68,11 % v porovnaní s rokom 2019.

Tabuľka č. 8: Návštevnosť top atraktivít v Bratislave – porovnanie 2019 a 2020

Atrakcia v Bratislave	Počet návštevníkov 2019	Počet návštevníkov 2020	Percentuálny nárast/pokles 2020/2019
ZOO BRATISLAVA	315 008	252 565	**-19,82%**
NKP Hrad Devín	241 332	84 025	**-65,18%**
Historické múzeum SNM na Bratislavskom Hrade	201 625	71 352	**-64,61%**
Galéria Danubiana	50 981	33 444	**-34,40%**
Stará radnica	43 166	9 269	**-78,53%**
Michalská veža	33 874	9 659	**-71,49%**
Galéria mesta Bratislavy	37 921	12 640	**-66,67%**
Antická Gerulata Rusovce	5 288	1 674	**-68,34%**
Múzeum Farmácie	6 393	1 288	**-79,85%**
Apponyiho palác	11 467	3 514	**-69,36%**
JN Hummel	1 465	286	**-80,48%**
A. Fleischmann	1 630	427	**-73,80%**
Múzeum hodín	6 782	1 906	**-71,90%**

** Zdroj: jednotlivé inštitúcie, vlastné spracovanie*

Cieľové skupiny a trhy

Cieľom projektu BTB v roku 2020 s názvom **„Obnova a rozvoj cestovného ruchu v destinácii Bratislava s dôrazom na domáce obyvateľstvo, prihraničné regióny, udržateľnosť a postupnú debarierizáciu produktov a atraktivít cestovného ruchu“** bola realizácia aktivít BTB na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácií Bratislava a zároveň zhodnotenie naplnenia stanovených cieľov a priorít za rok 2020.

Pri svojich aktivitách BTB postupuje v súlade s výstupmi strategických dokumentov na úrovni MDV SR, BSK, Magistrátu hlavného mesta SR Bratislavy a ďalších dostupných materiálov.

BTB aktívne participuje na plnení aktivít a projektov v rámci stanovených strategických rozvojových tém Programu hospodárskeho a sociálneho rozvoja hlavného mesta SR Bratislavy týkajúcich sa rozvoja cestovného ruchu v Bratislave s cieľom zvyšovania kvality života miestnych obyvateľov a uspokojovania potrieb návštevníkov mesta. Priority vedenia mesta sú zhrnuté v programovom *vyhlásení* primátora hlavného mesta SR Bratislavy a poslancov Mestského zastupiteľstva hlavného mesta SR Bratislavy na roky 2019 – 2022. *Programu* hospodárskeho a sociálneho rozvoja hlavného mesta SR Bratislavy na roky 2021 – 2030, s víziou do roku 2050 (Metropolitný program Bratislava 2030) je vo fáze spracovania.

Z hľadiska vývoja pandémie COVID19 a 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):
- Slovák (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.

Z dôvodu výnimočnosti situácie spojenou s pandémiou COVID19 bola BTB nútená prehodnotiť nastavené priority, ktoré mala stanovené začiatkom roka, a upraviť pôvodný projekt predložený na MDV SR dňa 15.03.2020.

Pri nutnosti zachovania činnosti a splnenia si základných prevádzkových povinností BTB sa viacero aktivít muselo obmedziť, resp. pozastaviť a presunúť plánovane do ďalšieho priebehu roka. Ku koncu II. kvartálu 2020 sa začali postupne implementovať aktivity BTB stanovené v upravenom projekte o dotáciu po kríze COVID19, s ohľadom na postupné otváranie hraníc a uvoľňovanie opatrení najmä voči návštevníkom destinácie a prevádzke zariadení poskytujúcich služby v CR.

Poskytnutá dotácia Ministerstva dopravy a výstavby SR na podporu cestovného ruchu na rok 2020 bola použitá v maximálnej možnej miere na aktivity spojené s udržaním a rozvojom CR v Bratislave. Hlavnými prioritami boli partnerstvá, networking, spolupráca, dobrovoľníctvo, SMART dáta a technológie, intenzívne využívanie sociálnych sietí a online prostredia; dôraz na miestne obyvateľstvo, kvalitu života a vzťah k mestu; branding destinácie; šírenie obsahu generovaného návštevníkmi a využívanie dát pri nastavení kampaní, promo a propagácia destinácie cez online/offline 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 stakeholderov a iné.

Kľúčové priority v roku 2020

- **Reakcia na COVID19**: prispôsobenie väčšiny aktivít projektu BTB vzhľadom na aktuálne protipandemické opatrenie a zároveň zabezpečenie prostriedkov na ochranu návštevníkov destinácie a zamestnancov BTB;
- **Hendikepovaní návštevníci**: postupná fyzická a informačná debarierizácia;
- **Marketing** s dôrazom na online marketing a video s ohľadom na témy ako napr. mestské časti, cyklistika, vinárstvo, Dunaj, historická, kultúrna a kreatívna Bratislava a pod.;
- **Imidž a brand destinácie:** sociálne médiá, kampane, veľtrhy, výstavy, prezentácie, ktorých časť bola realizovaná prezenčne ale hlavná časť v online priestore, inzercie, infocesty, presstripy, projekt Google for Nonprofits a i.
- **User Generated Content:** 72 hodinové mesto, Turistom vo vlastnom meste, bloggeri, vloggeri, sociálne siete – šírenie obsahu tvoreného návštevníkmi;
- **Kultúra a verejný priestor**: odlíšenie sa od okolitých metropol v čase COVID19;
- **Partnerstvá a spolupráca**: pokračovanie v národných a medzinárodných spoluprácach v oblasti cestovného ruchu. Spoluorganizácia podujatí (aj online), networkingové stretnutia, vzdelávacie aktivity, pracovné skupiny, projekty, cezhraničná spolupráca, BC karta a iné.
- **Kvalita destinácie**: modernizácia a obnova infraštruktúry v destinácií;
- **Dôraz na miestne obyvateľstvo:** užšia spolupráca s mestom a mestskými časťami, dobrovoľnícke aktivity; budovanie pozitívneho vzťahu k mestu;

- **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 data, google analytics data,
- **MICE** a **kongresový cestovný ruch:** využitie potenciálu Bratislavy v oblasti „meetings industry“, CRM systém, MICE Days, prezentácia kongresovej Bratislavy, práca s partnermi v destinácii, tvorba a šírenie tematického obsahu, B2B prezentácia na sociálnych sieťach.

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

Zhrnutie a hlavné úspechy

Aktivity BTB, ktoré boli realizované s finančnou podporou MDV SR v roku 2020 sú rozdelené podľa ust. § 29 ods. 10 zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov na 8 kategórií:

1. **Marketing a propagácia** v tom vybrané podaktivity:

- **edičná a video tvorba:**
  - 15 približne 3 minútových videí o atraktivitách a pamiatkach v Bratislave v projekte **„Turistom vo vlastnom meste 1“** a ich pravidelné nasadzovanie na online priestor;
  - produkcia 17 približne 3 minútových videí o mestských častiach mesta Bratislava v projekte **„Turistom vo vlastnom meste 2“**;
  - 14 približne 10 minútových **videí rozhovorov so starostami mestských častí** v spolupráci s TV Bratislava;
  - 24 približne 30 sekundových a 4 minútové **imidžové videá**, ktoré sú zamerané **na produkty členov BTB**;
  - 1 približne 3 minútové video na tému **Rytieri na Devíne**;
  - **10 dronových videí najdôležitejších atrakcií Bratislavy** z každého ročného obdobia;
  - spolupráca s **Hudbou vesmírnou** a natočenie videí (cca 2-3 min, cca 30-60 sekúnd a 6 sekúnd), vlogového videa spojenie s kampaňou 72 hodinové mesto, dodanie jesenných fotografií a rádiového spotu. Súčasťou bola aj ambasádorská spolupráca v rámci postov na sociálnych sieťach;
- **tlač materiálov, grafické služby a kreatíva:**
  - sumárne BTB vytlačilo za rok 2020 cca 150 000 ks **letákov** a brožúr určených na prezentáciu Bratislavy tuzemským a zahraničným turistom,
  - BTB pravidelne aktualizuje a vydáva/tlačí **20 druhov máp, brožúr a letákov** v **15 svetových jazykoch** určených tuzemským a zahraničným turistom,

- spracovanie novej témy **keltsko-rímska Bratislava** – formou letáku (vychádza v 4 jazykových mutáciách SK, EN, DE, IT) a tematickej webstránky v spolupráci s MÚOP, MMB, SNM;
- nové jazykové mutácie **letákov** – Bratislavský hrad, Hrad Devín (IT, HU)
- nemecká verzia destinačného **B2B** katalógu;
- aktualizácia **Bratislava City Guide** 2020;
- aktualizácia **máp** používaných v propagačných materiáloch.

- **účasť na veľtrhoch a výstavách CR:**

  v oblasti LEISURE:
  - Veľtrh CR **Ferien Messe Wien** (16.-19.1.2020), spoločná prezentácia (84m^2) BTB a regiónu BRT na rakúskom cieľovom trhu, 5 spoluvystavovateľov, gastroprezentácia bratislavských špecialít,
  - Kontraktačný **networking** v **Paríži** (23. 1. 2020), B2B stretnutie krajín V4 v priestoroch ZÚ ČR v Paríži, Slovensko zastupovalo 8 subjektov, celková účasť na prezentácii 132 účastníkov,
  - Veľtrh CR **ITF Slovakiatour** (23.-26.1.2020), spoločná prezentácia BTB a regiónu BRT gastroprezentácia bratislavských špecialít,
  - Veľtrh CR **Holiday World Praha** (13.–16.2.2020), spoločná prezentácia BTB a regiónu BRT,
  - Veľtrhu CR **Utazás Budapešť** (27.2.-1.3.2020), spoločná prezentácia BTB a regiónu BRT v národnej expozície Slovenska, tlačové správy pre média a touroperátorov
  - **WTM Londýn virtual** (9.-11.11.2020) - BTB sa prezentovalo virtuálne na portáli www.wtm.com prostredníctvom videí, fotografií a textových informácií. Súčasťou veľtrhu boli virtuálne odborné semináre a prezentácie o najnovších trendoch a poznatkoch v oblasti CR.
  - **Prezentácia Vianočná tržnica** – projekt bol realizovaný v Starej tržnici na Námestí SNP v čase od 25. novembra do 18. decembra 2020. BTB zabezpečila propagáciu BTB a propagačno-prezentačný priestor pre členov BTB

  v oblasti MICE:
  - **Conventa Ljubljana** (22.-23.1.2020) - BTB zdieľala vystavovateľský pult s členom Tour4U. Veľtrh svojím konceptom poskytuje priestor na intenzívny networking.
  - **IBTM WORLD VIRTUAL 2020** (8.12.2020 až 10.12.2020) - Bratislava Tourist Board, oddelenie Bratislava Convention Bureau sa prezentoval virtuálne na portáli www.ibtmworld.com – prostredníctvom B2B stretnutí, prezentácie destinácie, ktorá zahrňovala videá, fotografie a textových informácie. BTB absolvovalo **25 virtuálnych stretnutí.**

- **zabezpečenie a organizácia infociest, presstripov**
  - počas roka viac ako 20 organizovaných tematických infociest, presstripov
  - vytváranie vzorových FAM trip programov a itinerárov na 2 noci, 3 noci pre nákupcov podujatí a B2B kvôli použitiu po kríze COVID-19;

- **marketingové kampane, PR a komunikácia, online marketing, merkantil:**

- **Bratislava 72 hodinové mesto -** nosná offline a online kampaň primárne na Slovensku a sekundárne v Česku a Rakúsku. Kampaň bola spojená s akciou 2+1 noc v hoteli zadarmo. Do akcie sa zapojilo 10 členských hotelov BTB, ktoré ponúkali 2 noci a 1 zdarma na kampaňovom webe 72hodinovemesto.sk. Návštevník, ktorý využil túto akciu si mohol zakúpiť 3-dňovú Bratislava CARD za cenu 2-dňovej. Cieľom kampane bolo poukázanie na to, že na Bratislavu jeden deň nestačí, a ideálny čas na návštevu je 72 hodín. Vytvorenie kampaňového webu 72hodinovemesto.sk s nástrojom ktorý generuje špecifika plán 3-dňového výletu podľa vopred zadaných preferencií. Na webe sú aj odporúčané itineráre a podobne. Vytváranie 72hour city komplexného obsahu webu pre kampaň po kríze (tagovanie jednotlivých Places – cca 600 miest (vždy vrátane jazykovej mutácie), kontrola galérií, aktuálnych údajov, tagovanie času a priority miesta, pridávanie chýbajúcich do systému Mappa, ktorý spravuje web visitbratislava a aplikáciu aj dotykové obrazovky).
- vytváranie **textového a fotografického obsahu Leisure** na web visitbratislava nad rámec internej produkcie cez dodávateľskú spoločnosť;
- úprava funkcionalít a servis dotykových kioskov plus webu – integrácia Bratislava Card cez API, tiež CRM systému cez API, vytváranie a úprava webových sekcií (Bratislava pre hendikepovaných a pod.)
- zahraničné kampane **na online médiách** (Facebook, Instagram, YouTube), tiež web-banerová reklama cez Google Ads – cieľové trhy DE, AT, CZ a SR
- implementácia projektov Google for Non- Profits a Google for DMO
- **propagácia destinácie** v online a printových časopisoch, cestovateľských portáloch a weboch na SR, ČR, AT a pravidelná komunikačná podpora podujatí konaných v destinácii, newsletter Leasure a MICE; príprava inzercie v časopisoch, rádiovej kampane na SR, ČR, H, AT trhu; komunikácia s médiami a externými subjektami k témam CR a vývoja, stanoviská atď.
- denná správa a aktualizácia **sociálnych sietí Facebook, Instagram, Youtube** - Leisure a MICE, vrátane nákladov na kontinuálne kampane (Google AdWords, Youtube), správa webového portálu a aplikácie; vytváranie stories, projekt zverejňovania fotiek Bratislavy pred krízou „Throwback Bratislava“, vytváranie obsahu o činnosti BTB počas a po COVID19
- pravidelné zasielanie **newslettrov** cez emailové databázy
- **výroba fotostien a drobného merkantilu** (tričká a merch k 55. výročiu TIC, kľúčenky, žuvačky, odznaky, merkantil k Vianociam a pod.)
- selekcia blogerov, vloggerov, novinárov pre spoluprácu po kríze a komunikácia s nimi
- práce **na frontende webu + POI** bodov na mape pri zobrazenom itinerári, príprava backendu web – správne ťahanie places podľa výberu preferencie návštevníka a pod., nastavovanie responzívnosti, úprava videí k projektu 72 hour city, dodanie iných bannerov, preklady všetkých vstupov do dvoch jazykových mutácií, vytváranie a vkladanie itinerárov Bratislava's Favourites atď.
- ostatná správa webu editácia a pridávanie aktuálnych informácii k sekcii o COVID19, rušenie podujatí a pod., editácie a úprava webu podľa aktuálnej situácie a dopytov,

správa popup okien pri všetkých jazykových verziách, preklady všetkých vstupov do jazykových mutácií

- vytváranie a úprava celej novej **fotodatabázy** pre PR a marketingové účely BTB
- vytváranie **tlačových sprav** – témy: veľtrhy, štatistiky, deň sprievodcov CR, Kampaň Turistom vo vlastnom meste, 72hourscity, Bibiana, bezplatné prehliadky, Kongresové centrum, Hudba vesmírna, BKD, 55. výročie TIC, KUVYT, Specatator, tlačová konferencia pri spustení kampane 72 hodinové mesto.

- **podpora kongresového CR:**
  - prevádzka a napĺňanie CRM systému pre interné potreby BTB – MICE, správa CRM databázového systému a jeho aktualizácia spolu s aktualizáciou Meeting Planner Guide (úprava nekompletných textov + vytváranie textov a obsahu nových subjektov) popup
  - tvorba špecializovaného obsahu pre MICE komunitu a jeho šírenie pre cieľové publikum v kongresovom CR; zvyšovanie povedomia o Bratislave ako kongresovej destinácii – najmä online content;
  - implementácia služieb pre bidding/lead generation services (Sarah Fleming Associates)
  - aktívna komunikácia a správa kampaní na LinkedIn – Bratislava Convention Bureau
  - príprava incentívnej a korporátnej ponuky pre obsah prezentácie pre účely B2B po čase krízy COVID19

2. **Činnosť turistického informačného centra** v tom vybrané podaktivity:

- **prevádzka stálych a sezónnych TIC** na strategických a vstupných bodoch do destinácie (komplexné služby pre návštevníkov Bratislavy), SMART technológie na zlepšenie poskytovania informácií (tablety, dotykové obrazovky, free wifi), predaj zľavovej karty BC, sprostredkovanie prehliadok mesta a pod.
- **organizovanie prehliadok mesta** - okrem štandardných prehliadok na objednávku vrátane pravidelných prehliadok pre individuálnych návštevníkov mesta sme sa venovali obsahovému napĺňaniu projektu Turistom vo vlastnom meste. Pri nastavovaní tohto projektu sme sa preorientovali zo zahraničného návštevníka mesta na účastníka domáceho cestovného ruchu a obyvateľa mesta.
- virtuálna komunikácia s členmi **sprievodcovskej skupiny** pri BTB a nastavovanie pokrízových opatrení;
- spolupráca s Bratislavským dobrovoľníckym centrom: projekt **„Tourist Angels“,** dobrovoľníci poskytovali informácie návštevníkom mesta počas letnej sezóny;
- príprava a návrh atraktivít do mapy pre nevidiacich a trasy prehliadky mesta v téme Bezbariérová Bratislava pre slabozrakých a úprava priestoru TIC pre znevýhodnených;
- vypracovanie **nových interných postupov práce vo frontoffice TIC** s ohľadom na bezpečnosť práce pracovníkov prvého kontaktu (v nadväznosti na situáciu s COVID19 a s možnými ďalšími hrozbami v budúcnosti).
- zabezpečenie prezentačného monitora do klientskeho priestoru TIC BTB a do zasadačky BTB.

3. **Tvorba a podpora udržateľných produktov cestovného ruchu** v tom podaktivity:

- **Kultúrne leto** - najväčší a najznámejší letný kultúrny festival

- **Bratislavské korunovačné dni** – podujatie s dlhoročnou tradíciou, ktorého organizáciu prevzalo v roku 2020 BTB ako hlavný organizátor po prvýkrát;
- spolupráca na umeleckom **projekte KUVYT** - kultúrno-výtvarnej intervencii do mestského exteriéru, veľkorozmernej, audiovizuálnej, interaktívnej inštalácii realizovanej na verejných priestranstvách Bratislavy;
- **Shakespeare koncert** – spolupráca s organizátorom Letných shakespearovských slávností, usporiadanie open-air divadelno-koncertného predstavenia na tému Shakespeare na nábreží Dunaja, sprístupnenie kultúry pre široké publikum a podpora kultúrneho života a podujatí v meste;
- **Rytieri na Devíne** – podpora podujatia zameraného na obdobie stredoveku na hrade Devín;
- **Rímske hry – Limes Day** je podujatie, ktoré sa koná každý rok v mestskej časti Bratislava-Rusovce v lokalite Múzea Antická Gerulata, ktorá je nominovaná na zápis do zoznamu Svetového dedičstva UNESCO a zameriava sa na propagáciu rímskeho kultúrneho dedičstva a histórie mesta Bratislava;
- **Život na Dunaji – Biela noc 2020** - výstava svetelných umeleckých diel (piktogramov) na promenáde pri Dunaji;
- **Kultúrna a umelecká Bratislava** – podpora produktov a podujatí v mestských častiach Bratislavy zameraných na miestne tradície;
- podpora **produktov a podujatí v MČ** - 11 podujatí v 13 zapojených mestských častiach počas roka (Susedský Advent, Kultúrna Bratislava v mestských častiach, Stredovek v Petržalke, Komorné koncerty v Botanickej záhrade, Maľované Vajnory, online koncert k 200. výročiu prvého vystúpenia F. Liszta v Bratislave, Spomienka na Deža Ursínyho, Dni Burčáku v Rači, Spojme sa všetci za umenie – online koncerty a i.);
- **Bratislavské Vianoce** – online Štúdio Klarisky 2020,
- **BIBIANA – Bienále animácie Bratislava** – Festival BAB - medzinárodný festival animovaných filmov pre deti, spoločný projekt BIBIANY a BTB, zalomenie grafiky Bibianou a spustenie súťaže Bratislava očami detí.
- **Eventové kultúrno-umelecké, prezentačné aktivity pre veľvyslanectvá v Bratislave** so zámerom podpory návštevnosti z ich krajín.
- **Ázijský deň v Danubiane** - v spolupráci s Danubianou pre zástupcov 5 ázijských veľvyslanectiev, Ministerstva zahraničných vecí SR, Ministerstva dopravy a výstavby SR a Magistrátu hl. mesta SR Bratislavy na podporu kooperácie a výmeny skúseností v rozvoji turizmu, kultúry a podpora výnimočnosti Bratislavy ako mesta na Dunaji;
- 1 hlavný video spot a 1 kratší v projekte **Viva Bratislava**!;
- sprievodný program ku dňu: **Svetový deň cestovného ruchu a 55. výročie otvorenia 1. Turistického a informačného centra v Bratislave** a na Slovensku
- otvorenie prevádzky **Korunovačného foto-video pointu v Michalskej veži**. V súvislosti s tým zabezpečenie renovácia a čistenie rekvizít používaných pri fotení a nahrávaní videí návštevníkov, oprava raznice, na ktorej došlo k poškodeniu spodnej časti z dôvodu únavy materiálu a zrealizovaná oprava poškodeného pôvodného lustra. Obstaranie nových insígnií.
- pokračovanie v prevádzke populárneho produktu **Bratislava Card – City & Region** - Turistická zľavová karta určená pre návštevníka Bratislavy je projektom BTB. Hlavnými

partnermi projektu sú Bratislavská integrovaná doprava a. s. a KOCR Bratislava Region Tourism. V projekte je zapojených 72 partnerov z oblasti kultúry, cestovného ruchu a dopravy. Držiteľ karty má možnosť využiť viac ako 120 zliav, z toho 19 vo výške 100%. Karta je určená pre osoby staršie ako 16 rokov.

4. **Podpora atraktivít danej lokality** tak, aby sa stali súčasťou stálej ponuky v cestovnom ruchu v tom podaktivita:

- **MICE/ kongresové aktivity**
  - organizácia **Bratislava MICE Days** – (26.2.2020 a online 20.10.2020);
  - v rámci propagácie Bratislavy ako kongresovej destinácie, začala BTB vytvárať **sériu 360° videí obsahovo zameraných na vizualizáciu relevantných MICE priestorov**, kde hlavným cieľom moderným spôsobom predstavuje potencionálnym nákupcom podujatí jednotlivé prevádzky v Bratislave a regióne s ich atraktivitou a využitím pre organizáciu spoločenských podujatí, konferencií, eventov a incentívy.

5. **Infraštruktúra cestovného ruchu** v tom podaktivity:

- **Inovatívne SMART/IT technologické riešenia**
  - prevádzka dotykových interaktívnych infopanelov na letisku, železničnej stanici a na Bratislavskom hrade, osadenie 2 ďalších kusov na ŽS Petržalka a v Osobnom prístave;
  - prevádzka a údržba SMART technológií v TIC (free wifi, dotykové infopanely).
- **IT technológie**
  - prevádzka bezplatnej wifi siete v centre mesta, vrátane správy obsahu landing page visitbratislava, plánované spustenie online dotazníka na remarketingové účely;
- **Značenie, navigačný systém**
  - v priebehu roka 2020 bolo obstaraných 5 ks **Meeting pointov** s textom na šípkach „Vitajte“ v jazykových mutáciách svetových jazykov.
  - BTB v roku 2020 zrealizovalo prvý krok na začatie **repasácie Korunovačnej cesty v Bratislave** a to výskumom súčasného stavu značenia Korunovačnej cesty v Bratislave.
- **Zásobovanie a rozvoz** propagačných materiálov do hotelov, galérií, múzeí a iných prevádzok kultúrneho a turistického charakteru, rozvoz aj do ostatných TIC v rámci SR.
- **Obnova turistickej infraštruktúry**
  - vybavenie drobnej turistickej infraštruktúry v okolí novej rozhľadne **v Devínskej Novej Vsi,** ktorá bola otvorená pre verejnosť 15. 7. 2020.
  - doplnenie vybavenia vinohradníckeho chodníka **v Rači**: vybavenie altánkov stabilným sedením, obstaranie ďalších samostatných lavíc a dreveného držiaku na infopanel, výroba stand-by stolov zo sudových dielov, ich využívanie počas vinárskych podujatí;
  - **oprava 2 historických pivníc – ľadovní** z dôb Ferdinandových kúpeľov z 18. storočia na Železnej studničke pod správou Mestských lesov, prispôsobenie pivníc, aby boli vhodné pre návštevu verejnosti, t. j. vypieskovanie, oprava podlahy, osadenie dverí atď.
  - doplnenie nových informačných tabúľ k vybraným turistickým atrakciám a na náučných chodníkoch v spolupráci s mestskými časťami, napr. vo Vrakuni na nástupom móle pri **Malom Dunaji**,

- v **Mestských lesoch** revitalizácia turistického informačného značenia – osadenia informačných tabúľ s mapkami, a osadenie 3 altánkov na území Mestských lesov.

6. **Zabezpečenie strategických, koncepčných a analytických materiálov a dokumentov, štatistík a prieskumov** v tom podaktivity zamerané na rozvoj udržateľného cestovného ruchu:

- pravidelné získavanie, zisťovanie a spracovanie dát o výkonoch a vývoji cestovného ruchu v destinácii (samostatne spracovaný dokument k dátovej politike BTB k dispozícii);
- **prieskum vnímania Bratislavy** miestnymi obyvateľmi destinácie (Bratislavčanmi) a domácimi turistami (obyvateľmi Slovenska) zameraný na vnímanie imidžu destinácie, preferencie v oblasti turizmu, spokojnosť/nespokojnosť s turizmom a jeho produktmi v destinácii (samostatne spracovaný dokument BTB);
- príprava a zber dát na realizáciu diela **Analýza socio-ekonomických účinkov cestovného ruchu na Bratislavu** voľnočasového CR (leisure), kongresového CR (MICE) a komparácie vybraných festivalov v Európe a ich vplyvu na destináciu v súlade s koncepčnými dokumentmi BTB.
- príprava podkladov strategického dokumentu **Marketingová koncepcia domáceho cestovného ruchu detí a mládeže v Bratislave**.

7. **Zavedenie a udržiavanie hodnotiaceho systému kvality služieb v destinácií** prostredníctvom analýzy verejnej wifi siete v centre mesta a v turisticko-informačnom centre.
8. **Vzdelávacie aktivity** v tom podaktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu v nej:

- zamestnanci BTB sa pravidelne zúčastňovali odborných **webinárov a online konferencií** rôznych celoeurópskych platforiem, ktoré riešia opatrenia a návrhy riešení pre DMO v čase krízy COVID-19, bezprostredne po nej až po komplexné navrátenie turizmu do čísiel pred krízou;
- vzdelávacie aktivity organizované TIC BTB v rámci svojej činnosti;
- realizácia **jazykových a sprievodcovských kurzov** pre zamestnancov BTB relevantných z hľadiska ich náplne práce (AJ, NJ, TJ). Jazykové kurzy boli zamerané na prezentačné zručnosti a terminológiu CR. Vzhľadom na situáciu prebiehali aj online.
- nahranie a publikovanie **10 dielov podcastov** v rozsahu 15-20 min. v anglickom jazyku so zahraničnými veľvyslanectvami v SR o živote v Bratislave s presahom na celoslovenský aspekt, ktoré boli publikované v 2-týždňovej periodicite na webovej stránke BTB (https://visitbratislava.com) a The Slovak Spectator (https://spectator.sme.sk/).
- spolupráca s organizáciou Danube City Center na online kampani „Vianoce na Dunaji“.

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.

1. 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 na roky 2018 – 2020, aktualizovanej marketingovej stratégie Sekcie cestovného ruchu MDVSR na roky 2019 - 2020, stratégie rozvoja turizmu v Bratislavskom kraji do roku 2020.

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 „brand awareness" Bratislavy, zlepšiť informovanosť o meste a jeho 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 2020 boli orientované vzhľadom na pandémiu COVID19 a s ním súvisiace opatrenia na top cieľový trh Slovenská republika a zároveň na priľahlé regióny Českej republiky, Rakúska, okrajovo aj na Nemecko a Spojené kráľovstvo.

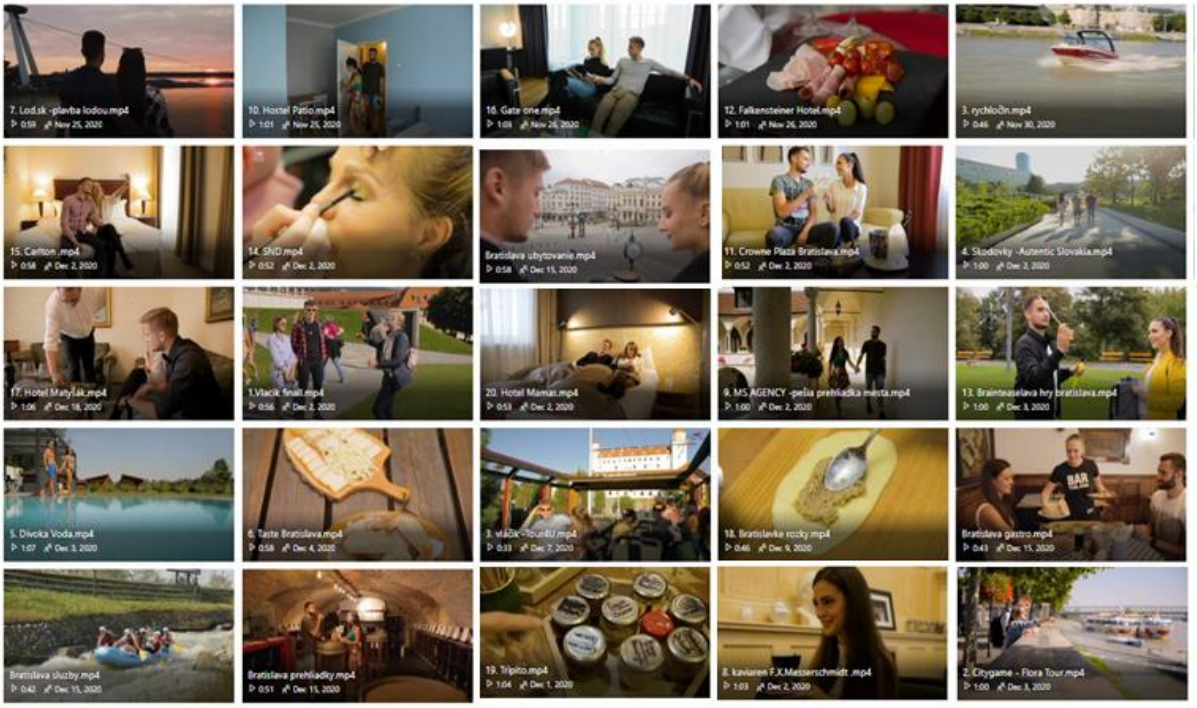
V zmysle aktuálnych trendov ťažisko propagácie sa čoraz viac posúva z offline na online platformy, na využívanie SMART technológií, zdôraznenie autenticity a lokálnosti, diverzifikácia kampaní so zameraním na mimosezónne obdobie, zapojenie interaktivity a kreatívne riešenia contentu a prezentačných foriem.

Edičná a video tvorba

Cieľom tejto podaktivity bolo zaujať potenciálnych domácich ale aj zahraničných návštevníkov najefektívnejšími a najsilnejším marketingovým nástrojom, ktorým je v súčasnosti najmä video. Vzhľadom na rôzne cieľové skupiny a ich segmentáciu záujmov, sme sa snažili pokryť viaceré témy špecifickými videami, ktoré sú priamo prepojené na BTB nosné kampane – Turistom vo vlastnom meste a 72 hodinové mesto.

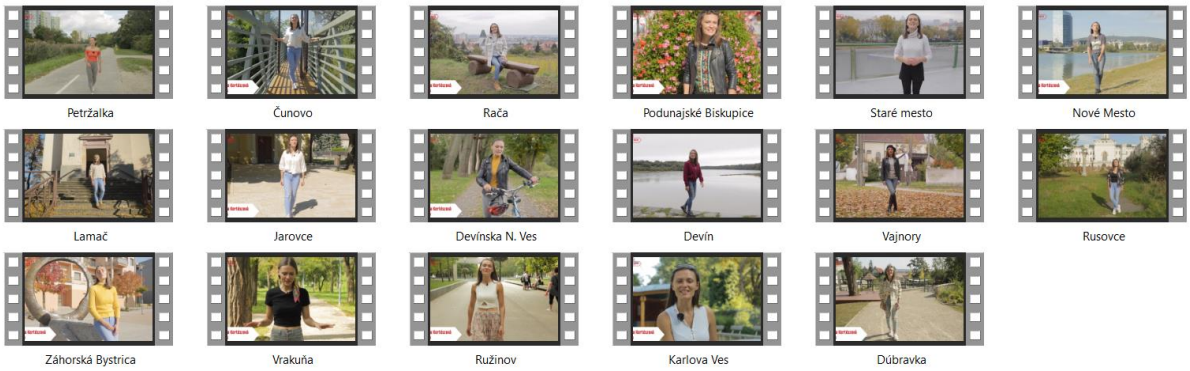
Realizované videá v roku 2020:

- **Produktové videá** - séria imidžových videí s komparzom zameraná na dôležité produkty, služby a prehliadky v Bratislave. Cieľom týchto videí je podpora poskytovateľov služieb ako turistické vláčiky, plavby po Dunaji, atrakcie pre rodiny s deťmi, tematické prehliadky, služby spojené s ubytovaním a gastronómiou ubytovanie a podobne.

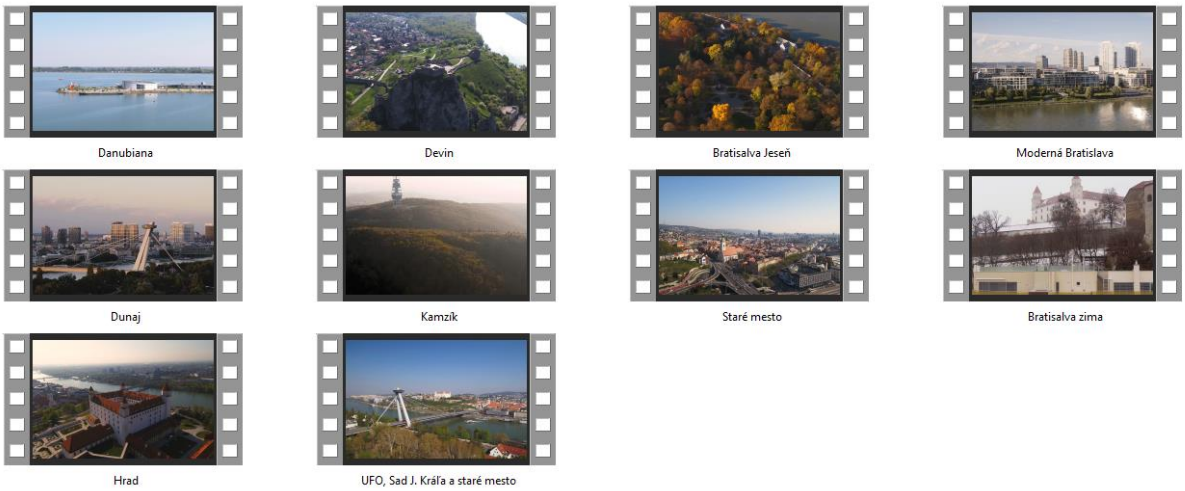


- **Turistom vo vlastnom meste – virtuálne prehliadky atrakcií** - prvá séria videí Turistom vo vlastnom meste bola zameraná na krátke virtuálne prehliadky múzeí, galérií a atrakcií, ktoré boli počas prvej vlny pandémie COVID19 zatvorené. Výsledkom bolo 15 približne 3 minútových imidžových video-prehliadok s moderátorkou. Cieľom bolo motivovať nielen Bratislavčanov a opäť naštartovať cestovný ruch a návštevnosť týchto atrakcií po skončení prvej vlny.

- **Turistom vo vlastnom meste – mestské časti** - druhá séria videí Turistom vo vlastnom meste bola zameraná na prezentáciu všetkých mestských častí v Bratislave. Prostredníctvom 17 približne 3 minútových imidžových videí boli prezentované aj menej známe zaujímavosti a atrakcie v Bratislave. Cieľom tejto série bola diverzifikácia turistov mimo centra mesta a zvýšenie záujmu o spoznávanie svojho (hlavného) mesta. V každej video-prehliadke boli prezentované minimálne 3 interiérové alebo exteriérové atrakcie.



- **Dronové videá** - zakúpenie 10 dronových videí najdôležitejších atrakcií Bratislavy z každého ročného obdobia. Videá sú všeobecne použiteľné pre vlastnú produkciu, pre externú produkciu ako aj pre poskytnutie domácim aj zahraničným partnerom či médiám na prezentovanie Bratislavy.



- **Kampaňové videá s ambasádormi Bratislavy S Hudbou Vesmírnou** - séria letných, jesenných a zimných videí s hudobnou skupinou S Hudbou Vesmírnou zameraná na prilákanie domáceho návštevníka a postupnú zmenu vnímania Bratislavy ako destinácie, ktorá je vhodná na citybreak. Pri každom ročnom období vznikla jedna dlhšia verzia videa (približne do 2 minút), jedna kratšia verzia (približne 30 sekúnd) a jedna 6-sekundová pozvánka vždy s prispôsobeným konceptom. Okrem týchto videovýstupov nám boli dodané aj rádio spoty, fotografie a ambasádorské služby vo forme zverejňovania týchto výstupov na sociálnych sieťach hudobnej skupiny ako aj osobných profiloch jej členov.

- **72 hodinové mesto, slovenská verzia** - doplnenie slovenskej verzie videa 72 hodinového mesta k videám z roku 2019, kedy vznikla séria videí s expatmi žijúcimi v Bratislave, ktorí pozývajú v rodnom jazyku na návštevu Bratislavy. Pre účely propagácie Bratislavy ako celoročnej destinácie vzniklo jesenno-zimné video, jarno-letné a celoročné video v dĺžke do 60 sekúnd. Okrem toho boli pripravené aj štyri 6-sekundové pozvánky. V imidžových videách pozývala na návštevu Bratislavy Žilinčanka žijúca už niekoľko rokov v Bratislave.

72h - celoročné

72h - jesen - 6s A

72h - jesen - 6s B

72h - jesen

72h - leto

72h leto - 6s A

72h leto - 6s B

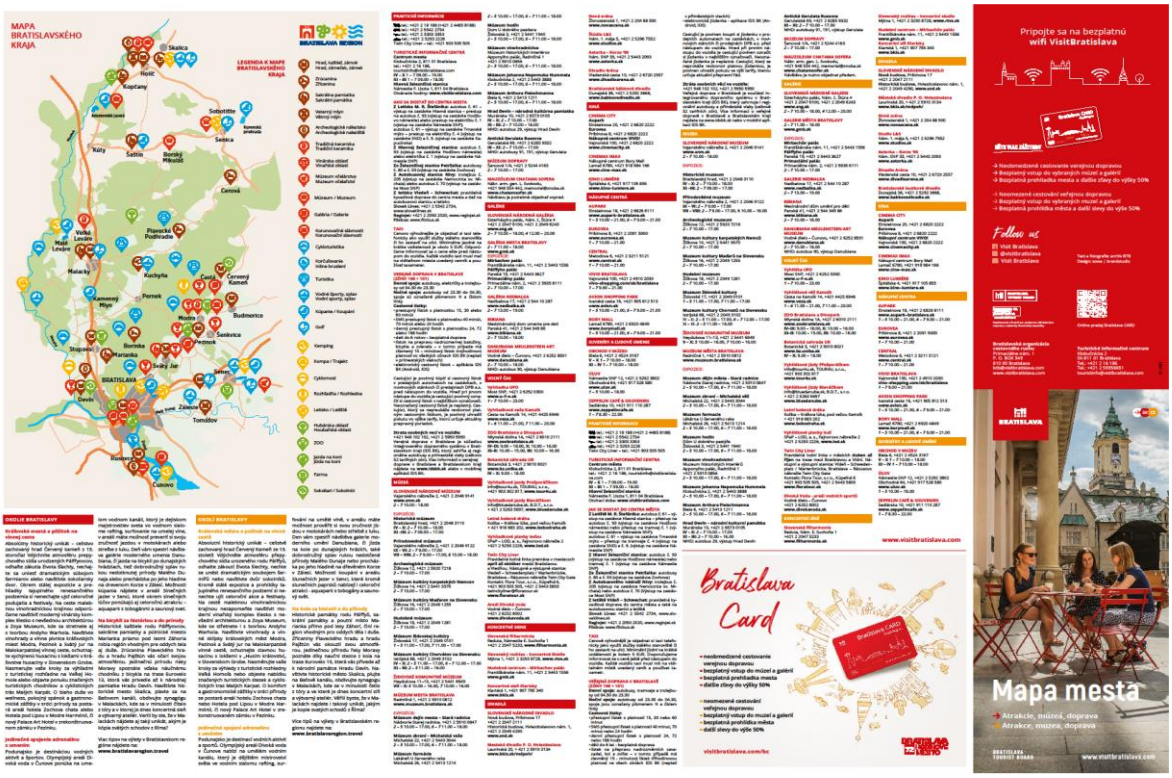
- **Ostatná video činnosť** - v rámci partnerskej spolupráce s Mestským ústavom ochrany pamiatok v Bratislave vznikli videá na tému virtuálnych prehliadok bežne neprístupných miest v Bratislave. Zároveň vznikli videá k podujatiam Limes Days, Korunovačné dni, VIVA Bratislava, starostami mestských častí, 360 stupňové prehliadky vybraných venues pre účely kongresového cestovného ruchu, 72 hodinový influencers camp, ako aj vlastná video činnosť (stavba altánkov a výmene máp v mestských lesoch, reportáž z tlačovej konferencie, Ázijského dňa a podobne). Ostatná video činnosť je podrobnejšie špecifikovaná v nasledujúcich podaktivitách a jej zaradenie v rámci podaktivít závisí od účelu.

Grafické a kreatívne služby

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 content marketingu (koncept, obsah, idei, 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 promo-článkov, textov na účely inzercie, tvorbu grafiky pre newslettre, bannery, rollupy, beach flagy, stánky, plagáty a podobné grafické práce na marketingové, PR a komunikačné účely BTB.

K najvýznamnejším projektom v tejto oblasti v roku 2020 patrili:

- **Skladacia mapa A2** s mapou Bratislavského kraja, mapou mesta a mapou centra mesta s popisom atrakcií vypracovaná v kontexte dizajn manuálu mesta Bratislava. Mapy sú doplnené tzv. PIN-my s vyznačením konkrétnych atrakcií v kraji, v meste aj v centre mesta. V materiáli sa nachádzajú taktiež podrobné informácie o doprave, múzeách, galériách, koncertných sálach, TOP 10 atrakciách a iných bodoch záujmu. Materiál bol vypracovaný v 2 dvojjazyčných verziách, a to slovensko-českej a maďarsko-poľskej.



- **4DL leták Keltsko-Rímska Bratislava** – vypracovaný na základe spolupráce so SNM – Historické múzeum, Mestské múzeum Bratislavy – Hrad Devín a Antická Gerulata a Mestským ústavom ochrany pamiatok. Materiál obsahuje súhrn zaujímavých informácií o dejinách, lokalitách a nálezoch z keltského a rímskeho obdobia súčasnej Bratislavy s prepojením na aktuálnu expozíciu „Kelti na hrade“, pripravovaný projekt Keltskej cesty a opakujúce sa podujatie Rímske hry a Limes Day v Rusovciach. Leták má za cieľ upriamiť pozornosť verejnosti aj na fakt, že lokalita Antická Gerulata je nominovaná na zápis do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO pod názvom Dunajský Limes. Leták vyšiel v slovenskej, anglickej, nemeckej a talianskej jazykovej mutácii.

- **Destinačný katalóg Bratislavy formát 185x230** – nemecká mutácia s uvedením turistickej ponuky, vybraných produktov a kontaktov na členov BTB.

- **4DL leták Bratislavský hrad** – talianska a maďarská mutácia.

- **4DL leták Hrad Devín** – talianska a maďarská mutácia.

- **Tematický merkantil, prezentačno-propagačné nástroje**: návrhy vizuálov (Turistom vo vlastnom meste, 72hours City, 55 výročie TIC, Biela noc a i.), tričká, reflexná vesta, cyklistický dres, farbičky, záložky a iné.

- **Príprava vizuálu, zalomenie, návrh na fotostenu 3 m - téma Bratislava**.

- **Grafické a kreatívne návrhy pre PR výstupy**, zalomenie DTP (inzercie, web banerová reklama k aktuálne promovaným témam a kampaniam ako napr. 72 hours City, Turistom vo vlastnom meste a iné).

- **Update existujúcich letákov, brožúr a máp**, ako napríklad:
  - Brožúra a leták k BC karte, Židovská Bratislava (SK, DE), Korunovačná Bratislava (HU/DE), 6DL leták „Malá Bratislava“ (ENG, SK, ESP, IT,HU, RUS, CHN), 4DL Zelená Bratislava (Sk, DE, ENG), 4DL Šport a relax (SK, ENG, DE), Brožúra 168x238 „Zlatá Bratislava“ (IT), Brožúra 105x165 Múzeá a Galérie, 4DL Rodina a deti (SK, ENG, DE), Turistická mapa A3 „Trhacia“, 4DL Hrad Devín (SK, DE, ENG), 4DL Bratislavský hrad (ENG, DE) a iné.

- **MICE výstupy**: pozvánky a program na fam tripy, MICE Days, inzercia, aktualizácia Bratislava Meeting Planners Guide a iné.

- Príprava nálepiek, pohľadníc, a iných menších grafických výstupov.

BTB obstarala **licencovanú tematickú brožúru Bratislava City Guide**, ktorá sa pravidelne vydáva v edícii Spectacular Slovakia a je najkomplexnejším turistickým sprievodcom hlavného mesta s obsahom základných reálií hlavného mesta pre turistu,

produktovo spracovaných tém s charakteristikami pamiatok a prírodných zaujímavostí, atrakcií a programov, odporúčaných miest a služieb, spoločensko-historických súvislostí, užitočných rád, kontaktov a praktických informácií, noviniek a aktualít s ilustračnými fotografiami v anglickom jazyku. Súčasťou titulu je aj mapa s vyznačenými dôležitými bodmi záujmu a obsah zahŕňa aj aktuálne témy v destinácii súvisiace s predĺžením pobytu. Brožúry sú používané pre zahraničné návštevy, zástupcov médií počas infociest, pre účastníkov medzinárodných podujatí a na účely marketingu destinácie Bratislava. Obsah brožúry bol aktualizovaný v treťom štvrťroku 2020 a tak je tento propagačný materiál využiteľný na prezentáciu destinácie aj v ďalšom roku. Kontingent 1 060 ks Bratislava City Guide sa vydal so špeciálnym adaptovaným vizuálom obálky s klopami s propagáciou produktov BTB (sprievodcovské služby a Bratislava Card) a s prezentáciou kampaňovej témy „Bratislava – 72-hodinové mesto“ s uvádzaním tematických prepojení na web visitbratislava.com. Koncom roka 2020 bola časť nových brožúr distribuovaná B2B partnerom a zástupcom zahraničných veľvyslanectiev na Slovensku.

Tlač materiálov

V roku 2020 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:

- **Bratislava destinačný katalóg – nemecká mutácia:** komplexný sumár produktov a poskytovateľov služieb CR v Bratislave rozdelený do viacerých tematických kapitol určený najmä odbornej verejnosti. Katalóg prezentuje prioritne jednotlivých členov BTB, ich ponuku a služby, ale zahŕňa aj kontakty na ďalšie relevantné subjekty. Okrem toho sú súčasťou publikácie aj tematické sekcie venované užitočným informáciám, pamiatkam a atrakciám, podujatiam, aktívnemu oddychu, gastronómii, múzeám a galériám a pod. Katalóg bude slúžiť najmä na B2B prezentácie a veľtrhy, bude distribuovaný členom a partnerom BTB na účely prezentácie aktuálnej ponuky hl.

mesta. Je k dispozícii v dvoch jazykových mutáciách (SK, ENG), v roku 2020 pribudla nemecká mutácia.

- **Skladacia mapa A2 – Komplexná mapa Bratislavy:** Materiál zahŕňa mapu Bratislavského samosprávneho kraja s vyznačením atraktivít a zaujímavostí s textovým popisom. Zároveň zahŕňa mapu mesta Bratislava s vyznačením a popisom k bodom záujmu resp. atraktivít v každej mestskej časti a mapu centra mesta s perokresbami dôležitých pamiatok, budov, kultúrnych inštitúcií a pod. Pri mape centra sú podrobné popisy tzv. „TOP 10“ atraktivít v meste aj s fotografiami.

  Materiál obsahuje detailné informácie k doprave v meste, detailný zoznam adries a kontaktov múzeí, galérií, obchodných centier, kín, divadiel, hudobných inštitúcií atď.

- **Leták Keltsko-Rímska Bratislava** – vznikol v spolupráci s inštitúciami ako SNM – Historické múzeum, Mestské múzeum Bratislavy – Hrad Devín a Antická Gerulata a Mestským ústavom ochrany pamiatok. Materiál obsahuje súhrn zaujímavých informácií o dejinách, lokalitách a nálezoch z keltského a rímskeho obdobia súčasnej Bratislavy s prepojením na aktuálnu expozíciu „Kelti na hrade“, pripravovaný projekt Keltskej cesty a opakujúce sa podujatie Rímske hry a Limes Day v Rusovciach. Leták má za cieľ upriamiť pozornosť verejnosti aj na fakt, že lokalita Antická Gerulata je nominovaná na zápis do Zoznamu svetového dedičstva UNESCO pod názvom Dunajský Limes. Leták vyšiel v slovenskej, anglickej, nemeckej a talianskej jazykovej mutácii. V budúcnosti bude slúžiť okrem distribúcii návštevníkom Bratislavy aj na prezentáciu na medzinárodných odborných podujatiach, na ktorých sa pravidelne zúčastňuje MUOP.

- **Hrad Devín (IT a HU mutácia):** materiál vznikol v spolupráci s Múzeom mesta Bratislava, ktoré dodalo odborné texty. Leták poskytuje hlavné informácie o NKP Devín vrátane turistických zaujímavostí. Rozšírený materiál (v roku 2020) do dvoch ďalších jazykových mutáciách (IT a HU) vo formáte 4 DL.

- **Bratislavský hrad (IT a HU mutácia):** materiál o najnavštevovanejšej pamiatke Bratislavy vznikol v spolupráci so Slovenským národným múzeom – Historickým múzeom, ktoré poskytlo textové a fotografické podklady. Leták formátu 4 DL o bratislavskom hrade bol doplnený v roku 2020 o 2 jazykové mutácie (IT a HU).

Aktualizované tituly:

- **Trhacia mapa A3, Múzeá a Galérie, Malá BA (**7 jazykových mutácií), **Korunovačná BA** (DE/HU), **Zelená BA** (SK, ENG, DE), **Zlatá BA** (IT mutácia), **Rodina a deti** (SK, ENG, DE), **Šport a relax** (SK, ENG, DE) **a i.** Aktualizácia vybraných tlačených titulov podľa nového dizajnmanuálu brožúr, vrátane aktualizácie vnútorného obsahu – kontaktné informácie, web stránka, otváracie hodiny, nové atrakcie a pod.
- **Brožúra BC Card** – aktualizácia brožúry s ohľadom na novinky v podobe nových zapojených partnerov a prevádzok v Bratislave a regióne, zmena nastavenia karty z 1/2/3 dňovej na 24/48/72 hodinovú a iné.
- **BC Card leták 4DL** – aktualizácia letáku v nadväznosti na zmeny v Brožúre BC Card.

- V rámci partnerskej spolupráce BTB ako spoluorganizátor podujatia **World Music Festival sa podieľalo na tlači propagačných materiálov** (letákov, plagátov, programov), ktoré zahrňovali aj propagáciu destinácie.

Ostatné tlačoviny:

- Tlač tematických plagátov k témam k 55. výročiu TIC a k prehliadkam.
- Informačné nálepky na vchodové dvere TIC, plagáty TIC, fotografie Bratislavy ako plagáty, nálepky office desk a pod.
- Nálepky na predajné miesta a vozidlá MHD s informáciou o možnosti využitia BC karty.
- Kráľovská koruna papierová pre propagáciu na Korunovačných dňoch 2020.
- Nálepky pre označenie zväčšovacích lúp v TIC.
- Tlač letáku 1DL v spolupráci s TOUR 4U – prezentácia Shuttle Bus a Turistom vo vlastnom meste, Ruské kolo a Turistom vo vlastnom meste.

Tabuľka č. 9: Prehľad tlače v roku 2020

Titul	Počet ks	Poznámka
Brožúra k BC karte	**5 000**	ENG/DE/SK
Leták k BC karte	**4 000**	ENG/DE/SK/RUS/IT/FR/ESP/HU
Židovská Bratislava	**2 000**	SK
Židovská Bratislava	**2 000**	DE
Leták Korunovačná Bratislava	**5 000**	DE/HU
Leták Malá Bratislava	**15 000**	ENG
Leták Malá Bratislava	**5 000**	SK
Leták Malá Bratislava	**5 000**	ESP
Leták Malá Bratislava	**15 000**	IT
Leták Malá Bratislava	**5000**	HU
Leták Malá Bratislava	**10 000**	RUS
Leták Malá Bratislava	**10 000**	CHN
Zelená Bratislava	**5 000**	ENG
Zelená Bratislava	**5 000**	DE
Zelená Bratislava	**7 000**	SK
Leták Šport	**6 000**	SK
Leták Šport	**4 000**	DE
Leták Šport	**4 000**	ENG
Brožúra Zlatá Bratislava	**1 000**	IT
Brožúra Múzeá a galérie	**4 000**	SK, ENG, DE
4DL Rodina a deti	**4 000**	ENG
4DL Rodina a deti	**10 000**	SK
4DL Rodina a deti	**4 000**	DE
Turistická mapa skladacia A2	**60 000**	SK/CZ
Turistická mapa skladacia A2	**20 000**	HU/PL
Turistická mapa trhacia A3	**50 000**	SK, ENG, DE
Hrad Devín	**8 000**	SK
Hrad Devín	**10 000**	DE

Hrad Devín	**4 000**	ENG
Hrad Devín	**2 000**	IT
Hrad Devín	**2 000**	HU
Destinačný katalóg	**500**	DE
4DL Bratislavský hrad	**8 000**	SK
4DL Bratislavský hrad	**7 000**	ENG
4DL Bratislavský hrad	**6 000**	DE
4DL Bratislavský hrad	**2 000**	IT
4DL Bratislavský hrad	**2 000**	HU
Keltsko-Rímska Bratislava	**8 000**	SK
Keltsko-Rímska Bratislava	**6 000**	ENG
Keltsko-Rímska Bratislava	**6 000**	IT
Keltsko-Rímska Bratislava	**2 000**	DE

*Vlastné spracovanie (skratky: SK – slovenčina, ENG – angličtina, DE – nemčina, HU – maďarčina, RUS – ruština, ESP – španielčina, FR – francúzština, IT – taliančina, CHN – čínština, PL – poľština)

Veľtrhy, výstavy a prezentácie

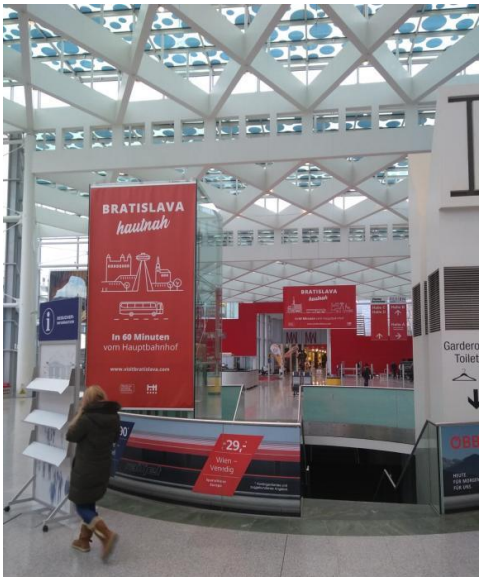
Účasť na veľtrhoch, výstavách a prezentáciách cestovného ruchu prispieva k zviditeľneniu destinácie medzi laickou i odbornou verejnosťou, k lepšiemu prístupu k cieľovým trhom a skupinám, má veľký význam v oblasti nadväzovania partnerstiev a spolupráce, k získavaniu a udržovaniu profesionálnych kontaktov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

Ferien Messe Viedeň (16.1. – 19.1.2020)

Medzinárodný veľtrh cestovného ruchu Ferien Messe Viedeň je medzinárodné podujatie, ktoré patrí k najvýznamnejším veľtrhom cestovného ruchu v Rakúsku. Veľtrh je zameraný na cestovanie, oddych a trávenie dovoleniek. Svoje služby tu predstavili tour operátori, cestovné kancelárie, jednotlivé svetové a európske destinácie, oblastné organizácie cestovného ruchu a komerční vystavovatelia. Prvý deň bol určený odbornej verejnosti a ostatné dni boli otvorené pre širokú verejnosť. Súčasne s Ferien Messe prebiehal v Messe Wien výstava Vienna Autoshow 2020. Na tomto ročníku sa zúčastnilo viac ako 810 vystavovateľov z viac ako 80 krajín.

BTB sa na podujatí prezentovala spoločným stánkom s BRT (Bratislava Region Tourism) pod claimom „Just a few steps to Bratislava Region“. Na dvoch pultoch BTB sa prezentovali bratislavské DMC subjekty (Tour4U, Flora Tour, B.D.T.) a za BTB poskytoval informácie pracovník BTB.

BTB zabezpečovala predovšetkým vystavovateľskú plochu a promovanie Bratislavy vo foyer A. V prvý deň veľtrhu, vo štvrtok 16.1.2021, BTB zabezpečila ponuku tradičných bratislavských rožkov a ponuku bratislavského remeselného pivovaru Nobell.



V hlavnom vstupnom vestibule, pred halou A (v ktorej bol umiestnený stánok Bratislavy a regiónu) bola zabezpečená propagácia mesta Bratislavy prostredníctvom 4 ks veľkých reklamných bannerov s rozmermi 500x300cm, 700x420cm, 850x400cm, 216x435cm s vizuálmi, ktoré pozývajú návštevníkov do Bratislavy s určením času dopravy pre konkrétny dopravný prostriedok s claimom „**Bratislava hautnah**“. Cieľom promo aktivity bolo zdôrazniť blízkosť oboch miest, Viedne a Bratislavy. Bannery boli umiestnené v centrálnej časti, nad pokladnicami, priamo oproti hlavnému vchodu a vertikálny banner s rozmermi 216 x 435cm bol umiestnený na výťahovej šachte nasmerovaný hneď oproti hlavnému. Dva bannery vo forme podlahových nálepiek pri prvých dvoch pokladniach, komunikujúcim čas dopravy do Bratislavy na bicykli.

Verejnosť sa na expozícii zaujímala najmä o program a zoznam kultúrnych podujatí, koncertov, vážnej hudby, program opery a filharmónie, cyklotrasy v meste a regióne ako aj o dopravné možnosti. **Zvýšený záujem bol o cyklomapy Bratislavy resp. regiónu.**__Z materiálov bol záujem o mapy mesta, komplexnú brožúru mesta Bratislavy (zlatá brožúra). Veľmi obľúbenou bola brožúra „Insider Tipps fuer Bratislava“ a „Malá Bratislava“. Veľký záujem bol o brožúru BC card. Približne 55 % návštevníkov predstavovala seniorská klientela zaujímajúca sa o kultúrne pamiatky, hudobné podujatia a plavbu po Dunaji, 15 % skúsení a vzdelaní cestovatelia, ktorí zbierali informácie, aby si organizovali zájazdy sami, alebo ktorí sa zaujímajú o konkrétne múzeá a kultúrne podujatia. Záujem o Bratislavu je väčší, pretože si uvedomujú geografická blízkosť s Rakúskom – v tomto zmysle bola aj orientovaná promo kampaň BTB na Ferien Messe. 15 % boli ľudia s kladným vzťahom k Slovensku a Bratislave, ktorí sa sem radi vracajú, 15 % rodiny s deťmi.

Conventa Ľubľana (22.1. - 23.1.2020)

Tento veľtrh je zameraný na „meetings industry“, kde sa prioritne prezentujú krajiny „Novej Európy“. Veľtrh má tzv. butikový charakter, s prevažne regionálnym zameraním, slúži ako platforma na stretnutia pre nákupcov podujatí a poskytovateľov (destinácie a komerčné subjekty). BTB zdieľala vystavovateľský pult s členom Tour4U. Veľtrh svojím konceptom poskytuje priestor na intenzívny networking a „socializing“, vďaka čomu má BTB možnosť zdieľať si

skúsenosti s porovnateľnými destináciami – v roku 2020 najmä Dubrovník, Záhreb, Srbské Convention Bureau. Tím BTB zastupovali dvaja zástupcovia, ktorí mali zabezpečené ubytovanie. Počas veľtrhu absolvovali 35 B2B stretnutí. Bratislava sa prezentovala prostredníctvom know-how a vedomostného potenciálu, cez inovácie a technológie, ktoré sú pre mesto príznačné. Na veľtrhu sme nadviazali relevantné kontakty aj pre pozývací proces na fam tripy a site inspections.

ITF SLOVAKIATOUR 2020 (23.1. – 26.1.2020)

Je medzinárodné podujatie v cestovnom ruchu, ktoré je najvýznamnejším veľtrhom cestovného ruchu na Slovensku. 26. ročník veľtrhu bol zameraný na prezentáciu portfólia cestovných kancelárií, ako aj turistické informácie sprostredkované zahraničnými centrálami krajín. Svoje služby tu predstavili rôzne cestovné kancelárie, tour operátori, jednotlivé svetové destinácie (napr. Maroko, Rakúsko, Taliansko), oblastné a krajské organizácie a komerční vystavovatelia. Prvý a druhý deň bol určený odbornej verejnosti a druhý až štvrtý deň boli otvorené pre širokú verejnosť. ITF SLOVAKIATOUR v rovnakom termíne dopĺňa veľtrh gastronómie DANUBIUS GASTRO, výstava POĽOVNÍCTVO A ODDYCH a výstava RYBÁRSTVO A VOĽNÝ ČAS.
Celkovo sa na veľtrhu predstavilo takmer 345 vystavovateľov a viac ako 65 tisíc návštevníkov.

BTB sa na podujatí prezentovala ako spoluvystavovateľ na expozícii krajskej organizácie cestovného ruchu Bratislava Region Tourism (BRT).

Expozícia BRT bol umiestnená v strednej časti haly B, BTB bola priamo prítomná na centrálnom okrúhlom pulte, kde sa prezentovala propagačnými materiálmi a informácie podával profesionálny sprievodca. Ďalšími tradičnými spoluvystavovateľmi expozície BRT boli OOCR Malé Karpaty, OOCR Záhorie a OOCR Podunajsko.

Prvý deň veľtrhu 23.1.2021 zabezpečoval Bratislava Tourist Board gastronomickú prezentáciu regiónu Bratislava. Pri prezentačnom pulte ponúkala degustáciu svojich produktov - typické bratislavské rožky, spoločnosť FantastiCo.

Podávanie informácií za informačným pultom zabezpečoval sprievodcovia z členských organizácií BTB, každý deň jeden profesionál.

Verejnosť sa na expozícii zaujímala najmä o program a zoznam kultúrnych podujatí, koncertov, vážnej hudby, program opery, cyklotrasy v meste a regióne ako aj o dopravu. Z materiálov bol záujem mapy mesta, „Malú Bratislavu“, mapy cyklotrás a komplexnú brožúru mesta Bratislavy (zlatá brožúra).

Stručný popis klientely návštevníkov expozície BRT:

- 30 % ľudí, ktorí pochádzajú z Bratislavy, resp. tu žijú a zaujímajú sa o zážitky, šport, gastro, a predovšetkým ich zaujala brožúra „Tajné fajné miesta v Bratislave“ a „Múzeá a Galérie“.
- 25 % seniorská klientela zaujímajúca sa o hudobné a divadelné podujatia, kultúrne pamiatky, čiastočne aj o cyklotrasy resp. cyklomapy.
- 25 % ľudí, ktorí plánujú pozvať do Bratislavy rodinu alebo priateľov zo zahraničia a pripravujú pre nich program.
- 20 % cestovatelia, ktorí zbierali dodatočné informácie o meste, v ktorom sa nachádzajú, ako napríklad zoznam športových a kultúrnych podujatí či typy na gastro prevádzky, reštaurácie a kaviarne alebo kluby.

Holiday World Praha 2020 (13. – 16.2.2020)

Medzinárodné podujatie, ktoré patrí k najvýznamnejším veľtrhom cestovného ruchu v Českej republike. Veľtrh je zameraný na cestovanie, oddych a trávenie dovoleniek. Svoje služby tu predstavili cestovné kancelárie, tour operátori, jednotlivé svetové destinácie, oblastné organizácie a komerční vystavovatelia. Prvý a druhý deň bol určený odbornej verejnosti a víkend bol otvorený pre širokú verejnosť. Súčasne s 29. ročníkom medzinárodného veľtrhu cestovného ruchu a regionálnej turistiky bol otvorený aj veľtrh Pamiatky-múzeá-remeslá.

KOCR BRT prezentovala Bratislavu aj jej región v spolupráci s Bratislava Tourist Board v rámci národného stánku, ktorý s mottom „Dovolenka na Slovensku dobrý nápad“ zastrešovalo Ministerstvo dopravy a výstavby SR. Na pulte Bratislavy a regiónu sa mali možnosť odprezentovať členovia BTB, bratislavský región a zastúpené boli všetky propagačné materiály vlastnej tvorby.

V roku 2020 sa Slovensko prezentovalo v rámci veľtrhu Holiday World ako dovolenková krajina, ktorá je veľmi dostupná, ako po jazykovej stránke, tak po finančnej a kultúrnej. Prezentácia bola skôr všeobecnejšia, návštevníci mali možnosť ochutnať lokálne vína a gastronomické špeciality.

Verejnosť sa na stánku zaujímala najmä o produkt Bratislava Card city & region, o pamiatky v meste, o možnosti ubytovania, o kultúrne podujatia, koncerty, o program pre rodinu s deťmi, o cyklotrasy v meste a regióne, ako aj o dopravu. Z materiálov bol záujem o mapy mesta, o mapy cyklotrás a komplexnú brožúru mesta Bratislavy (malá Bratislava) veľmi obľúbenou bola brožúra Múzea a Galérie, Bratislava – mesto chutí a Tajné fajné miesta v Bratislave. Návštevníci mali záujem o konkrétne informácie a z toho sa dá usúdiť, že Bratislavu poznajú a návštevu mesta si plánujú vopred.

Stručný popis klientely návštevníkov expozície BTB:

- 60 % seniorská klientela zaujímajúca sa o ubytovanie, kultúrne pamiatky, zľavy na vlaky, plán podujatí.
- 20 % rodiny s deťmi, zaujímajúci sa o zelené miesta v Bratislave.
- 10 % ľudia, ktorí majú radi Bratislavu a všeobecne Slovensko a aj pravidelne Slovensko resp. Bratislavu navštevujú.
- 10% vzdelaní a skúsení cestovatelia, ktorí zbierali informácie, aby si organizovali zájazdy sami, alebo ktorí sa veľmi zaujímajú o vecí ako múzeá, kultúrne podujatia a plavby po Dunaji.

Utazás Budapešť, Maďarsko (27.2. – 1.3.2020)

Na výstavisku Hungexpo paralelne s najvýznamnejším veľtrhom cestovného ruchu v Maďarsku UTAZÁS sa súbežne konali aj tematické výstavy ako Budapest Boat Show, Karavan Szalon a Afrika Expo. Aktuálnou témou sprievodného programu bol aj aktívny turizmus a mladšie generácie sa snažili organizátori pritiahnuť atraktívnymi podujatiami ako CheckINN Expo kariéry v turizme, Študentský odborný deň, Blogger Corner a Festival „po nevychodených cestách“ pre adrenalínových cestovateľov. Slovenská expozícia MDV SR patrila medzi tie najväčšie s 11 spoluvystavovateľmi a so sprievodným programom. Na stánku sa konala tlačová konferencia v organizácii MDV SR pre pozvaných zástupcov maďarských médií a cestovných kancelárií. Viaceré subjekty z odbornej verejnosti na mieste obdržali novú B2B publikáciu Bratislava Tourist Board – Destinačný katalóg v anglickom jazyku. Zástupkyňa BTB nahrala rozhovor pre tri rozhlasové stanice (Kossuth Rádió, Trend FM, Katolikus Rádió) o novinkách turistickej ponuky Bratislavy a novej kampani „Bratislava – 72-hodinové mesto“. Ponuku stánku natáčali aj viaceré televízne stanice (M1, Duna TV a regionálne televízie). V čase konania veľtrhu Slovensko sa považovalo za bezpečnú lokalitu s ohľadom na výskyt ochorenia, preto návštevnosť slovenskej expozície bola vysoká. Záujem o Bratislavu bol cielený a konkrétny.

Viacerí organizátori hľadali konkrétne informácie pre skupiny, či už ubytovacie kapacity alebo tipy na programy. Individuálni návštevníci sa zaujímali najmä o mapy, vlakové spojenia, hrad, múzeá, podujatia, korunovačnú tému, gastronómiu, ubytovacie možnosti, rodinné programy, prehliadky v maďarskom jazyku. Veľa požiadaviek sa týkalo plavieb po Dunaji a okrem historického centra boli časté otázky ohľadom výletov do regiónu. Výrazne sa zvýšil počet dopytov na ponuky cykloturistiky.

World Travel Market Virtual 2020 (9.11. – 11.11.2020)

Tento veľtrh sa koná každoročne v Londýne, v roku 2020 bol 41. ročník vyriešený virtuálne, tzn. že bolo možné virtuálne absolvovať stretnutia, ktoré boli technicky riešené cez portál www.wtm.com, zároveň bolo možné virtuálne absolvovať mnoho prezentácií a prednášok prostredníctvom portálu www.wtm.com.

Za BTB sa virtuálne tohto veľtrhu zúčastnili 3 zamestnanci BTB. Súčasťou veľtrhu boli virtuálne odborné semináre a prezentácie o najnovších trendoch a poznatkoch v oblasti CR. Veľká časť bola so zameraním na nové technológie, udržateľnosť, klimatické zmeny a samozrejme téma pandémie COVID19 a jej dopad na cestovný ruch celosvetovo.

Bratislava Tourist Board sa prezentovalo virtuálne na portáli www.wtm.com prostredníctvom videí, fotografií a textových informácií.

Veľtrh IBTM World Barcelona (8.12. - 10.12.2020) sa koná každoročne v Barcelone, avšak tento ročník sa uskutočnil virtuálne, tzn. že bolo možné virtuálne absolvovať stretnutia, ktoré boli technicky riešené cez portál www.ibtmworld.com, zároveň bolo možné virtuálne absolvovať niekoľko prezentácií a prednášok prostredníctvom portálu www.ibtmworld.com.

BCB/BTB sa virtuálne zúčastnila tohto veľtrhu. Súčasťou veľtrhu boli virtuálne stretnutia s nákupcami podujatí z celého sveta ako aj odborné semináre a prezentácie o najnovších trendoch a poznatkoch v oblasti MICE. Veľká časť bola so zameraním na nové technológie, udržateľnosť, klimatické zmeny a samozrejme téma pandémie COVID19 a jej dopad na cestovný ruch. Bratislava Tourist Board, oddelenie Bratislava Convention Bureau sa prezentoval virtuálne na portáli www.ibtmworld.com – prostredníctvom B2B stretnutí, prezentácie destinácie, ktorá zahrňovala videá, fotografie a textových informácie. BTB absolvovalo **25 virtuálnych stretnutí.**

Verejné prezentácie v zahraničných metropolách a väčších mestách s potenciálom osloviť širokú verejnosť:

Kontraktačný networking v Paríži (23.1.2020)

Prezentácia destinácie Bratislava a hlavných aktivít Bratislava Tourist Board na B2B networkingu krajín V4 v priestoroch Veľvyslanectva ČR v Paríži. Organizátorom bol Czech Tourism a jednotliví zástupcovia tourist boardov krajín V4 vo Francúzsku a TourMaGEVENTS. Slovensko bolo zastúpené pracovníkmi zo stálej diplomatickej misie ZÚ SR v Paríži a 8 subjektami cestovného ruchu, z ktorých 6 zastupovalo Bratislavu, celková účasť na prezentácii

132 účastníkov K networkingu bola pripravená špecializovaná web stránka aj s podstránkami každého zúčastneného subjektu so základnými informáciami a kontaktom. Účastníkom úvodom predstavili špecifiká francúzskeho trhu a aktuálne trendy za účasti predsedu TO Alest Voyage a viceprezidenta združenia Enterprises du Voyage. BTB zabezpečila prezentáciu Bratislavy a ponuky členov BTB orientovaných na francúzsky trh vo francúzskom jazyku. Destinácia Strednej Európy na francúzskom trhu zaznamenáva medziročný nárast 15 %. Počas workshopu sa nadviazali kontakty so zástupcami médií, touroperátorov a cestovných kancelárií. Nosnými komunikačnými témami boli história, kultúra, autentickosť, vinohradníctvo a gastronómia.

Webinár V4 pre francúzskych touroperátorov organizovanom ZÚ MZV SR Paríž a MDV SR (9.7.2020) – BTB v spolupráci s MDVSR zabezpečilo prezentáciu o Bratislave vo francúzskom jazyku. Webinár nadväzoval na kontraktačný networking v Paríži (23. 1. 2020), kde BTB zastupovala sprievodkyňa pani Rychlíková, ktorá zabezpečila prezentáciu vo francúzskom jazyku a oslovená bola aj na prezentáciu Bratislavy v rámci webináru. Výstupom prezentácie je video, ktoré bolo natočené v priestoroch prevádzky UFO.

Tradičné verejné prezentácie boli od marca 2020 pre pandémiu COVID-19 zrušené, resp. posunuté na neurčitý termín. BTB sa vzhľadom na možnosti prezentácie destinácie zapojila do projektu:

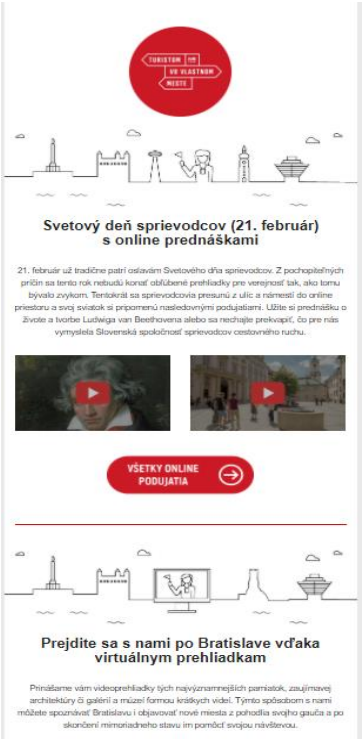
Prezentácia - Vianočná tržnica – Aliancia Stará Tržnica v spolupráci s ďalšími subjektami pôsobiacimi v Bratislave zastrešila projekt Vianočná tržnica so Slovenskou sporiteľnou, ktorý sa realizoval v Starej tržnici na Námestí SNP v čase od 25. novembra do 18. decembra 2020 každú stredu, štvrtok a piatok v čase od 12.00 hod do 20.00 hod. Projekt Vianočná tržnica bol v čase mimoriadnej situácie v SR spôsobenej šírením ochorenia COVID-19 ojedinelou možnosťou poskytnúť obyvateľom a návštevníkom Bratislavy pri striktnom rešpektovaní epidemiologických opatrení špeciálny vianočný trh. V rámci tejto spolupráce BTB podporila projekt Vianočná tržnica tak, že zabezpečila propagáciu destinácie, propagáciu členov BTB a propagačno-prezentačný priestor pre členov BTB.

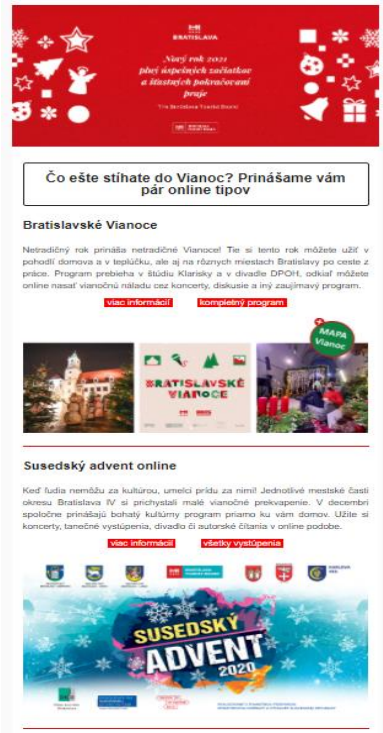
PR a turisticko-informačný systém

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.

Vzhľadom na opatrenia v roku 2020 Bratislava Tourist Board organizovala len jednu tlačovú konferenciu pred spustením kampane Bratislava 72 hodinové mesto, v rámci ktorej vznikol nový kampaňový web 72hodinovemesto.sk, a spolupráca s členskými hotelmi, ktoré poskytovali na ubytovanie akciu pri zakúpení 2 nocí, jednu zdarma.

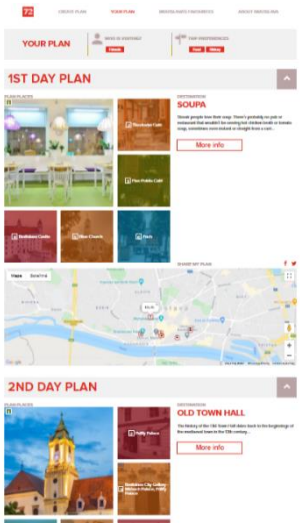
V rámci práce s databázami boli zaslané prieskumy a dotazníky o záujme návštevy Bratislavy Slovákmi ako aj záujem Bratislavčanov o produkty a služby v rámci Bratislavy. Okrem toho boli pravidelne zasielané newslettre na aktuálne témy.





Zlatý Klinec - Turistom vo vlastnom meste - v rámci kampane Turistom vo vlastnom meste vznikli počas prvej vlny pandémie virtuálne video-prehliadky zatvorených múzeí, galérií a atrakcií v Bratislave. Tieto video-prehliadky mali veľmi pozitívny ohlas medzi cieľovou skupinou aj vzhľadom k tomu, že na začiatku pandémie žiaden podobný obsah nevznikol. Prostredníctvom 15 moderovaných prehliadok boli odprezentované známe aj menej známe miesta v Bratislave s cieľom motivovať ľudí na ich návštevu po uvoľnení opatrení. Z dôvodu pozitívnych reakcií na tento obsah sa BTB rozhodlo prihlásiť túto kampaň do mediálnej súťaže Zlatý Klinec a spopularizovať témy cestovného ruchu aj v rámci marketingovej brandže. Kampaň komisiu zaujala a dostala sa na shortlist, avšak vo finálnom hodnotení sa nezaradila medzi víťazné kampane.

Medzi aktivity BTB patrí aj tvorba špecifického tematického obsahu s ohľadom na cieľové trhy a skupiny, zámer a publikum, pre ktoré je obsah vytvorený. BTB v rámci svojich kapacít spracúva neustále nové témy, tvorí atraktívny obsah, pričom využíva spoluprácu s dodávateľmi v rámci autorskej tvorby a úpravy textov, fotografií, ilustrácií a grafík. Texty boli použité v rámci aktualizácie webstránky v sekcii podujatia, ako aj tematické články, do tlačových správ, inzercií a podobne. Vytvorených bolo 20 tematických článkov v 3 jazykových mutáciách, 20 kultúrnych podujatí a 30 všeobecných v 3 jazykových mutáciách na web visitbratislava.com spolu s fotkami a textami.



Vzhľadom na pretrvávajúcu krízu COVID-19 na Slovensku a vo svete, bolo potrebné pripraviť vhodný tematický obsah a prispôsobiť komunikáciu a propagáciu Bratislavy trendom. Z tohto dôvodu sa už koncom roka 2020 začal pripravovať kreatívny návrh a koncept kampane na rok 2021, v ktorom by bolo podprahové posolstvo postavené na bezpečnosti a dostupnosti Bratislavy pre domáci a zahraničný trh.

Tabuľka č. 10: Špecifický obsah vytvorený v spolupráci so Slovak Spectator (The Rock) v roku 2020 a 2021 – témy:

Víno a vínna turistika	Cykloturistika
Fashion a nakupovanie	Turistika
Mesto na Dunaji	Ekologická Bratislava
Kreatívny priemysel	Bratislava bez bariér
Neznáme miesta (Hidden gems)	Architektúra
Zima	Rusovce, Jarovce, Čunovo
Leto	Rača, Vajnory, Nové Mesto
Jeseň	Karlová Ves, Dúbravka, Záhorská Bystrica
Jar	Devín, Devínska nová Ves, Lamač
Ružinov, Podunajské Biskupice, Vrakuňa	Staré Mesto

*Vlastné spracovanie

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 dominánt mesta, ako aj rôzne obrazy zo života v meste (gastronómia, kultúra, podujatia, zeleň, aktívny oddych, relax, rodiny s deťmi a pod.).

V priebehu roku 2020 obstarala BTB 957 fotografií v rôznych témach a od viacerých dodávateľov s ohľadom na aktuálne potreby a pripravované aktivity. Hlavné objekty fotografií boli najmä: fotky dominánt mesta (rôzne ročné obdobia, denné a večerné zábery, Bratislavský hrad, Dunaj, mosty a pod.), fotografie zachytávajúce top podujatia v Bratislave (Bratislavské

korunovačné dni, KUVYT a iné) a fotky s ľuďmi pri rôznych aktivitách (gastronómia – posedenie na káve/víne/pri pive, prechádzka Bratislavou, BC karta, leto v Bratislave, rodiny s deťmi, šport a cykloturistika a pod.).

Dôležitou súčasťou boli aj fotografie všetkých 17 mestských častí Bratislavy. Obstaraný bol aj fotoobsah nadväzujúci na videokampaň „Turistom vo vlastnom meste“. Moderátorka, Michaela Kertészová bola tvárou kampane BTB zameranej primárne na videoobsah s rôznorodými témami súvisiacimi s aktivitami a atrakciami pre obyvateľov hlavného mesta resp. vyžitia v jednotlivých mestských častiach.

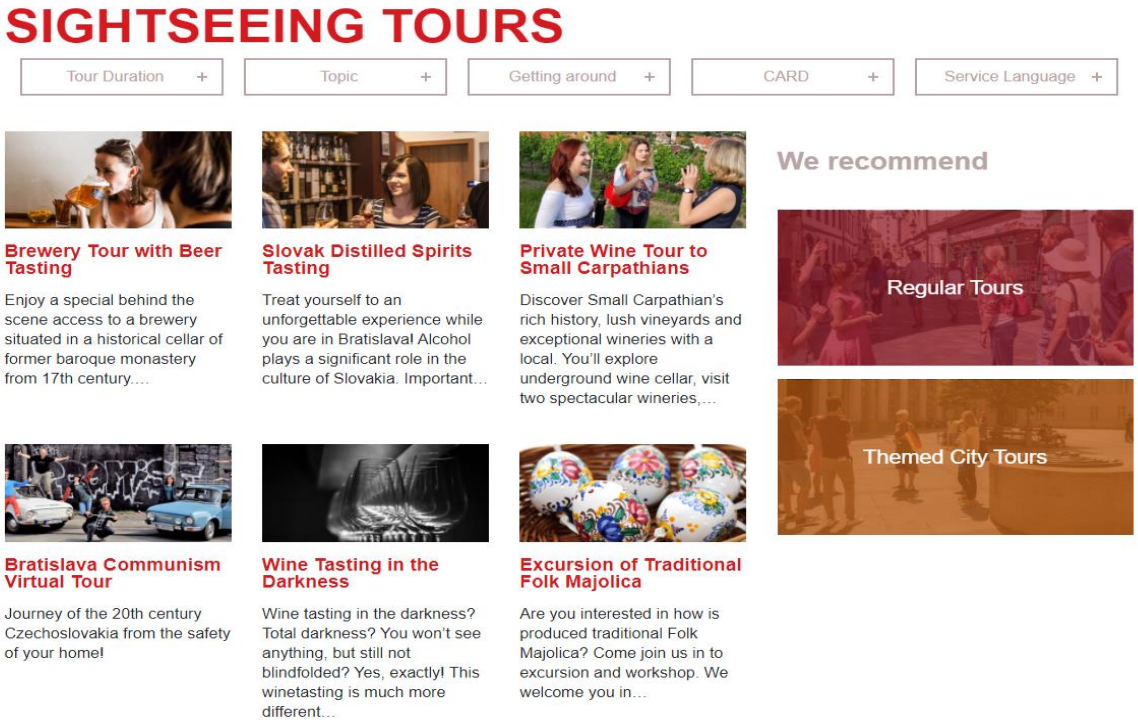
Tabuľka č. 11: Evidencia fotodatabázy pre marketingové účely

Fotografie 2020		**počet ks**
1.	Dulovo námestie/Trenčianska ulica/Štrkovec - **komparz**	10
2.	Botanická záhrada + M.Č. Karlova Ves - **komparz**	14
3.	M.Č. Devín/Devínska Nová Ves/Devín hrad - **komparz**	11
4.	Vajanského nábrežie - Ruské kolo	1
5.	Flagship Restaurant/Primaciálny Palác/Hotel Carlton - **komparz**	13
6.	M.Č. - Záhorská Bystrica	1
7.	Bratislavské Korunovačné dni 2020 - **komparz**	16
8.	Dronové fotografie Bratislavy	36
9.	M.Č. Petržalka - Šport - **komparz**	6
10.	KUVYT - doku./reportážne foto	126
11.	Ázijský deň - doku./reportážne foto	143
12.	KUVYT - (september - október) - dokumentácia/reportážne foto	80
13.	13 Mestských častí - **komparz**	165
14.	New Downtown / New centre - **komparz**	11
15.	Cyklistická téma v M.Č. Lamač a Dúbravka - **komparz**	11
16.	M.Č. Vajnory, Vrakuňa, Pod. Biskup.	70
17.	M.Č. Záhorská Bystrica, Devínska Nová Ves, Lamač	69
18.	M.Č. Dúbravka, Rusovce, Jarovce	73
19.	Adam Kováč Fotografie Bratislavy a mestských častí Bratislavy	32
20.	4 Mestské časti - **komparz**	65
21.	Čunovo kostol	1
22.	Divoká voda - Šport	3

*Vlastné spracovanie

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

1. Úprava responzívnosti webu, jeho podstránok a všetkých microsite, refactoring kódu (Prispôsobenie mobilnej verzie webového sídla visitbratislava.com moderným UX podmienkam. Zjednodušenie menu a navigácie na mobilných zariadeniach. Prispôsobenie vyhľadávania a obsahu prostrediu mobilných zariadení).
2. Vytvorenie plánovača (microsite) 72hodinovémesto.sk v 3 jazykových mutáciách v rámci ktorého si návštevník prostredníctvom vlastných preferencií vytvorý program na 3 dni. Súčasťou je aj plaforma na akciu hotelov pri zakúpení 2 nocí dostane návštevník 1 zdarma.
3. Optimalizácia rýchlosti webu.
4. Úprava systému vyhľadávania.
5. Automatické ťahanie podujatí do aplikácie.
6. Kompletná kontrola a analýza webu s následným odstránením chybných kódov.
7. Vytvorenie 2 nových jazykových mutácií na webe.
8. Úprava a prispôsobenie webu pre nevidiacich.
9. Správa redakčného systému MAPPA na zabezpečenie ťahania dát medzi aplikáciou, webom a dotykovými panelmi.
10. Iné: ďalšie práce súvisiace so zabezpečením grafiky webu v súlade s korporátnou identitou BTB, úprava zobrazenia menu, zjednotenia textov na homepage, doplnenie pokročilých filtrov, vytvorenie nových šablón, úprava existujúcich, zjednodušenie navigácie na stránke, opravy chýb, drobné úpravy v rámci webu a pod.



Celkové vyhodnotenie návštevnosti web portálu visitbratislava.com

Aj napriek COVID-19 bol v roku 2020 počet návštevníkov na webe visitbratislava.com 734 794. Významný nárast v návštevnosti webu bol zaznamenaný slovenskými návštevnými a činil 41,5 % v porovnaní s predchádzajúcim rokom. Zahraničný návštevníci z dôvodu uzatvorených hraníc klesli.

Z hľadiska národnosti návštevníkov a užívateľov stránky je poradie nasledovné:

1. Slovenská republika: 476 000 užívateľov
2. Rakúsko: 53 000 užívateľov
3. USA: 52 000 užívateľov
4. Spojené kráľovstvo Veľkej Británie a Severného Írska: 30 000 užívateľov
5. Nemecko: 38 000 užívateľov.

Prekladateľské a tlmočnícke služby využíva BTB na zabezpečenie výstupov a propagácie v cudzích jazykoch. Táto aktivita zahŕňa 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 na infraštruktúru, legislatívne dokumenty ako zmluvy, podklady pre verejné obstarávanie, opatrenia a oznámenia a pod. V roku 2020 sa pripravovali aj nové jazykové mutácie základných častí webstránky BTB – v maďarskom a v talianskom jazyku. V roku 2020 sa tlmočnícke služby nevyužívali.

Tabuľka č. 12: Najvyužívanejšie cieľové jazyky na preklady

Cieľový jazyk	Počet prekladov (rozsah jednotlivých prekladov bol rôzny od 1 do 107 pol NS)
Nemecký jazyk	340
Anglický jazyk	333
Taliansky jazyk	166
Maďarský jazyk	120
Český jazyk	12
Španielsky jazyk	5
Francúzsky jazyk	5
Japonský, Čínsky, Holandský, Arabský, Hebrejský jazyk	5 x 1

*Vlastné spracovanie

Infocesty, fam a press tripy

Dôležitou súčasťou prístupu tourist boardov/DMOs k budovaniu povedomia o destinácii a k jej propagovaniu patrí organizovanie poznávacích ciest (inšpekčných ciest, infociest, presstripov, študijných ciest, famtripov) 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: MDV SR vrátane zahraničných zastúpení CR, Hl. mesto SR Bratislava a jeho mestské inštitúcie, MZVaEZ SR, ako aj členské subjekty a vybrané medzinárodné súkromné spoločnosti pôsobiace v cestovnom ruchu.

V roku 2020 a v prvom kvartáli roku 2021 prebehli aj špecifické presstripy a infocesty spojené s podujatiami a projektami, ktoré organizácia BTB pripravovala. Počas presstripu s názvom **„Korunovačná Bratislava“** prišlo do Bratislavy 8 významných zástupcov médií a influencerov z cieľových trhov – Nemecko, Rakúsko, Česko a Maďarsko. Trojdňový program bol zameraný na prezentáciu korunovačnej Bratislavy, v kontraste s modernou. Program sa rovnako sústredil na aktivity na Dunaji, gastronómiu a kultúru. Ďalšia dôležitá infocesta bola v spolupráci s najlepšími slovenskými influecermi. Projekt s názvom **72 hodinový camp** sa odvíjal od prebiehajúcej kampane Bratislava, 72 hodinové mesto. Počas troch dní mali možnosti šiesti účastníci zažiť to najlepšie s Bratislavy. V rámci programu pre mladšiu cieľovú skupinu boli napríklad jazda rýchločlnmi na Dunaji, rafting na Divokej vode, umenie v Danubiane, prelet lietadlom ponad Bratislavu, ochutnávka gastronómie a degustácia vín, alebo SKY walk na UFE. 72 hodinový camp mal veľmi pozitívny ohlas v rámci cieľovej skupiny.

Počas roka sa konalo aj viacero spoluprác v rámci projektu **Turistom vo vlastnom meste**, ktorého cieľom je motivovať Bratislavčanov spoznať svoje mesto a využívať pri tom produkty a služby cestovného ruchu. V roku 2021 počas druhej vlny pandémie organizácia BTB zorganizovala aj **virtuálny presstrip** pre vytipované slovenské médiá. Účastníci virtuálneho presstripu spoznali zákutia Bratislavy, ktoré nie sú bežne sprístupnené, dozvedeli sa o významnej korunovačnej histórii, alebo bohatých možnostiach vyžitia a nových projektoch

v mestských lesoch. Výstupom boli natívne články prezentujúce ponuku Bratislavy v roku 2021 v rámci bezpečnostných opatrení.

Tabuľka č. 13: Presstripy a infocesty 2020

Termín	Krajina	Názov	Počet osôb
2.-4.10.2020	Rakúsko	Reise Aktuell	2
2.-4.10.2020	Poľsko	Súťaž s ZZ CR Varšava (MDV SR)	2
24.1.2020	Čína	Association of SME Business owners in China (MDV SR)	1
13.-15.2.2020	Lotyšsko	Passport Magazine	2
14.-16.2.2020	Malta	Charls' Travels	2
14.-16.2.2020	Brazília/AT	Omundomechama	1
17.-21.2.2020	Singapur	Mhykeg	1
27.-28.3.2020	Grécko	Millennial_travellers.gr	2
1.-3.7.2020	Česko	České médiá (MDV SR)	3
4.-10.-13.7.2020	Taliansko	Giordanaquerceto.com	4
11.7.2020	Slovensko	Turistiom vo vlastnom meste	25
25.-26.7.2020	Slovensko	Crazy Sexy Fun Traveler	3
6.8.-9.8.2020	USA	The Brewshow	1
14.-16.8.2020	Maďarsko	Maďarské média (MDV SR)	9
25.-29.8.2020	V4 + DE	Golfový presstrip (MDV SR)	12
14.-16.8.2020	Európa	Coronation Presstrip	8
12.-15.8.2020	Slovensko	72-Hour Camp	6
5.9.2020	Veľká Británia	GB Embassy	5
7.-11.9.2020	Veľká Británia	Josephreaney.com / FODORS	1
9.9.2020	Slovensko	Relácia Nepoznané Slovensko (TA3)	3
24.9.2020	Taliansko	World Mappers	2
27.9.-9.10.2020	Írsko	Munster Express	2
18.-20.9.2020	Slovensko/Taliansko	72 hodín v Bratislave	5
9.-11.3.2021	Slovensko	Bratislava Virtual Presstrip	5

*Vlastné spracovanie

Nákup mediálneho priestoru, reklamné plochy

Prostredníctvom inzercie a propagácia v rádiových, televíznych, tlačných aj online médiách bol zabezpečený vhodný média mix na oslovenie cieľovej skupiny. V roku 2020 a v prvom štvrťroku 2021 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: 72 hodinové mesto, Turistom vo vlastnom (hlavnom) meste, využitie akcie 2+1 noc v Bratislave zdarma, produkty a služby v cestovnom ruchu, atrakcie mimo centra mesta, sezóny v Bratislave a lifestylové témy (zelené mesto, korunovácie, kultúra, šport, gastronómia, Dunaj) a využitie Bratislava CARD – City & Region. Inzercia a propagácia v médiách podporovala online a offline kampane počas roka.

Tabuľka č. 14: Inzercia 2020

Zameranie na slovenský trh (online aj printové verzie daných médií)	**Témy**	**Termín**
SME Ženy	72 hodinové mesto, leto v Bratislave, Bratislava Card	15.7., 27.7., 26.8., 1.9., 20.10.
Nový čas	72 hodinové mesto, Zelené mesto	20.7., 23.7, 28.7., 30.7., 6.8., 13.8.
Cestovný lexikón	72 hodinové mesto, Korunovačné mesto	14.8., 20.9., 1.10.
Slovenka	Leto v Bratislave, Zelená Bratislava, 72 hodinové mesto, Jeseň v Bratislave	20.7., 3.8., 14.9., 12.10., 9.11., 30.11.
SME	Leto v Bratislave; Jeseň v Bratislave	31.7., 12.8.
Život	72 hodinové mesto	29.7., 9.9.
Hospodárske Noviny	Zmena vnímania Bratislavy ako destinácie pre citybreak	22.9., 20.10.
Čarovné Slovensko	72 hodinové mesto, ročné obdobia	23.9., 17.11.,
Plus 7 dní	72 hodinové mesto	15.8.,16.9.
Pluska	72 hodinové mesto, zelené mesto	28.7.,14.8.,15.9.
Hotelguide	Bratislava Card	Ročenka
Prečo Nie?!	Smerovanie Bratislavy ako destinácie cestovného ruchu	1.10.
HN magazín	Zmena vnímania Bratislavy ako destinácie pre citybreak	2.10.
Startitup	Zmena vnímania Bratislavy ako destinácie pre citybreak	8.12.
Denník N	Zmena vnímania Bratislavy ako destinácie pre citybreak	7.12.
Evita	72 hodinové mesto	25.9.
Casprezeny.sk	72 hodinové mesto	24.7.
Fun Rádio	72 hodinové mesto	15.7.-14.8.
Rádio Expres	72 hodinové mesto	15.7.-14.8.
Markíza	72 hodinové mesto	15.7.-14.8.
TV Bratislava	Rozhovory so starostami mestských častí	september – december
Bratislavské noviny	Turistom vo vlastnom meste	8.12.
Bratislavský Kuriér	Turistom vo vlastnom meste	9.12.
Metropola	Turistom vo vlastnom meste	8.11.
TA3	Nepoznaná Bratislava	17.9.
Strossle	72 hodinové mesto	15.7.-14.8.

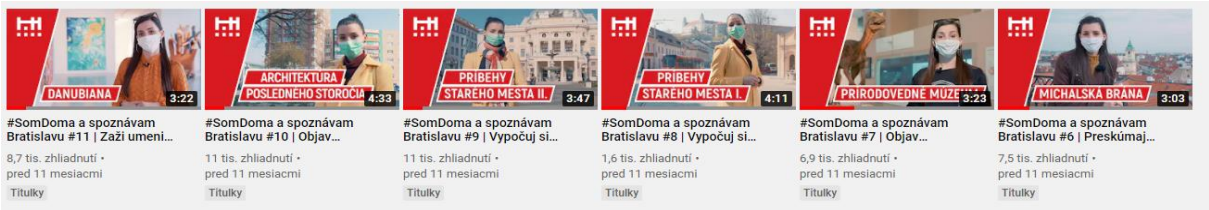
Zameranie na český trh (online aj printové verzie daných médií)	**Témy**	**Termín**
101 Tipů na výlety po Česku	10 dôvodov prečo navštíviť Bratislavu	Ročenka
TOP 100 destinací pro 21. století	BC karta – propagácia	15.12.
Reflex	72 hodinové mesto, 5 vecí, ktoré zažijete iba v Bratislave	4.7., 30.7. 7.8. 13.8. 3.9. 1.10.
Blesk pro ženy	72 hodinové mesto, 5 vecí, ktoré zažijete iba v Bratislave	17.8., 12.8., 31.8. 8.9., 29.9., 5.10.
Epocha na cestách	72 hodinové mesto	6.8.
Epocha	72 hodinové mesto	19.8.
Enigma	72 hodinové mesto	10.9.
History revue	Korunovačná Bratislava	28.8.
Hitrádio city 93,7 FM Praha	72 hodinové mesto	15.7.-7.8.
Expres FM	72 hodinové mesto	15.7.-7.8.
Hitrádio Orion	72 hodinové mesto	15.7.-7.8.
Blaník	72 hodinové mesto	15.7.-7.8.
Hitrádio Vysočina	72 hodinové mesto	15.7.-7.8.
Rádio Evropa 2	72 hodinové mesto	15.7.-14.8.
Rádio Frekvence 1	72 hodinové mesto	15.7.-14.8.
Zameranie na rakúsky trh	**Témy**	**Termín**
Rádio ORF NO	72 hodinové mesto	15.-29.7.
Rádio ORF WIEN	72 hodinové mesto	15.-29.7.
Reise Aktuell	72 hodinové mesto, citybreak, 5 dôvodov prečo sa zamilujete do Bratislavy	16.3., 5.10.

*Vlastné spracovanie

Online marketing (celoročne)

Online propagácia prebiehala najmä na sociálnych sieťach (Facebook, Google, Instagram, YouTube) formou platenej reklamy. BTB šíri všetky informácie aj prostredníctvom svojich komunikačných kanálov: web, FB profil, Instagram profil, YouTube, Newsletter). Dôraz bol kladený na dôsledné nastavenie cielenia na cieľové trhy s ohľadom na sociodemografické kritériá (vek, pohlavie, preferované aktivity a pod.). V roku 2020 a v prvom kvartáli roku 2021 boli primárne témy online marketingu rozdelené na 3 cieľové skupiny.

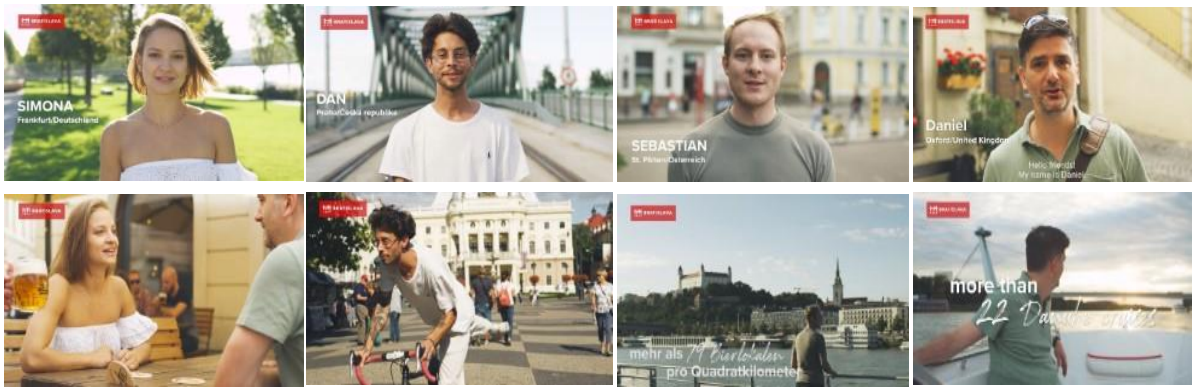
Prvá cieľová skupina boli Bratislavčania, ktorí ako prvý a často jediní mohli využívať služby a produkty a zároveň navštevovať atrakcie v rámci Bratislavy. Celá komunikácia bola zastrešená komunikačnou kampaňou **Turistom vo vlastnom meste**. V rámci tohto projektu boli propagované virtuálne video-prehliadky múzeí, galérií a atrakcií počas prvej vlny pandémie COVID19, po uvoľnení opatrení boli propagované produkty, služby a atrakcie aj mimo centra Bratislavy, bezplatné prehliadky organizované BTB, podujatia, vzdelávacie kvízy a podobne.



Druhá cieľová skupina boli domáci slovenskí návštevníci, ktorí mali obmedzené možnosti cestovania do zahraničia. Komunikácie k tejto cieľovej skupine prebiehala prostredníctvom kampane **Bratislava 72 hodinové mesto** (blízko a bezpečne). V rámci kampane vznikla počas letných mesiacov spolupráca s členskými hotelmi BTB, ktoré ponúkali pri zakúpení dvoch nocí v Bratislave jednu zdarma. Kampaň Bratislava 72 hodinové mesto bola prezentovaná prostredníctvom videí, fotiek a spotov s hudobnou skupinou S Hudbou Vesmírnou, ktorá sa stala aj ambasádorom Bratislavy.

V rámci kampaňového obsahu vzniklo video, v ktorom Žilinčanka žijúca už niekoľko rokov v Bratislave pozýva do hlavného mesta. Tento koncept vychádzal zo série videí, v ktorých zahraniční expati pozývali v rodnom jazyku do Bratislavy. Začiatkom roka 2021 bola spustená kampaň zameraná na brand awareness a pripomenutie Bratislavy ako destinácie vhodnej na návštevu v roku 2021.

Posledná cieľová skupina boli zahraničné trhy – Česko, Rakúsko a Nemecko. Na túto skupinu bola zameraná kampaň **Bratislava 72 hodinové mesto** (blízko a bezpečne) s prispôsobeným video, foto a bannerovým obsahom, v ktorom expati žijúci v Bratislave pozývali na jej návštevu v rodnom jazyku. Potenciálni návštevníci taktiež mohli využiť akciu členských hotelov BTB a pri zakúpení dvoch nocí v Bratislave dostali jednu zdarma. Začiatkom roka 2021 bola spustená kampaň zameraná na brand awareness a pripomenutie Bratislavy ako destinácie vhodnej na návštevu v roku 2021.



Nosné témy, ku ktorým bola realizovaná online propagácia:

- Virtuálne prehliadky bratislavských atrakcií
- Bratislava ožíva (blízko a bezpečne)
- Turistom vo vlastnom meste
- 72 hodinové mesto
- Podujatia v destinácii ktoré bolo možné zorganizovať (napríklad KLaHS, Bratislavské korunovačné dni, podujatia v mestských častiach, KUVYT, Noc múzeí a galérií, a i.)
- Zelená Bratislava
- Bratislava Card
- VIVA Bratislava
- Korunovačná Bratislava
- Bratislavský región
- Jesenná kampaň
- Online advent

Vzhľadom na čoraz väčšiu dôležitosť a postupnú orientáciu primárne na online marketing, je nevyhnutné sa v tejto oblasti vzdelávať, sledovať najnovšie trendy a používať najefektívnejšie nástroje. Z tohto dôvodu BTB spolupracovalo s certifikovaným odborníkom, ktorý prostredníctvom školení, poradenstva a konzultácií pomáhal pri nastavovaní online marketingu cez Facebook, Google, YouTube, Instagram a LinkedIn. Konzultácie boli zamerané na témy ako kľúčové slová, cielenie, zvýšenie organického dosahu, správa kampaní, efektívnosť algoritmov a podobne.

Cieľom a prínosom tejto podaktivity je efektívna propagácia Bratislavy naprieč celým spektrom médií, vnímaných zrakom aj sluchom v záujme prilákať nových návštevníkov do destinácie, zvýšiť povedomie o destinácii, zlepšiť rozpoznateľnosť a zapamätateľnosť značky „Bratislava“. V roku 2020 bolo dôležité opäť naštartovať cestovný ruch v Bratislave a zabezpečiť tzv. brand awareness aj v zahraničí, aby Bratislava zostala na mape obľúbených citybreakov. Propagácia počas najsilnejších kampaní, ktoré sa týkajú návštevy Bratislavy mimo hlavnej sezóny, podporuje aj udržateľnosť produktov a atraktivít CR.

Detaily kampane – Bratislava, 72-hodinové mesto

Video spoty

- Expati z Čiech, Rakúska, Nemecka a Anglicka pozývajú 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

- Spot zameraný na domáci cestovný ruch pozývajúci Slovákov do Bratislavy
- Prezentácia moderného mesta, atraktivít, zaujímavých miest a svetovej gastronómie

Spolupráca S hudbou vesmírnou

- **Druhá fáza kampane 72h mesto**
- Rádiové spoty, foto a video obsah
- Ambasádorská spolupráca na soc. sieťach
- Spoločná súťaž a infocesta jej výhercov

Základný vizuál kampane 2020

Bratislava, 72-hodinové mesto

Sumár a vyhodnotenie ONLINE kampane

Trvanie: 08. 07. – 13. 09. 2020

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

Slovensko

- **YouTube** 1,2 mil. zobrazení; 47,2 tis. kliknutí
- **Google** 2,1 mil. zobrazení; 5,8 tis. kliknutí
- **Facebook** a **Instagram** 10,7 mil. zobrazení, 1,3 mil. interakcií

Česká republika

- **YouTube** 1,7 mil. zobrazení; 16,4 tis. kliknutí
- **Google** 1,2 mil. zobrazení; 1,2 tis. kliknutí
- **Facebook** a **Instagram** 8,2 mil. zobrazení, 740 tis. interakcií

Rakúsko

- **Google** 785 tis. zobrazení; 743 kliknutí
- **Facebook** a **Instagram** 5,9 mil. zobrazení; 499 tis. interakcií

Nemecko

- **YouTube** 653 tis. zobrazení; 11 tis. kliknutí
- **Facebook** a **Instagram** 1,3 mil. zobrazení; 99 tis. interakcií

- 5 kampaňových videí + 6 ich kratších verzií

Návštevnosť kampaňového webu 72hodinovemesto.sk a jeho jazykových mutácií

- 127 tis. unikátnych návštevníkov
- 205 tis. zobrazení stránok všeobecne

- 87 tis. zobrazení stránky 2+1

- 118 tis. zobrazení stránky 72-hour planner

Podporné aktivity – Bratislava, 72-hodinové mesto

Komunikácia s médiami, presstripy

Tlačová konferencia, TS: viac ako 34 výstupov (TA3, Markíza, HN, Nový čas...)

Počet presstripov: 1 hlavný + 11 tematických (subtéma Bratislava, 72-hodinové mesto)

Bratislava 72-hour Camp: 6 slovenských influencerov, vyše 834-tisíc sledovateľov, 200+ Instastories, 25 postov na FB a IG, 130+ fotografií, 2 prezentačné videá, 2 blogy, podpora DCR

Akcia 2+1 noc zadarmo

Spolupráca: 10 členských hotelov

- Podpora ubytovacích zariadení
- Zvýhodnenie pobytu v Bratislave
- Priamy prelink na rezervačný systém

Akcia 2+1 deň zadarmo s Bratislava CARD, City & Region

- Podpora atraktivít a partner. zariadení
- Zvýhodnenie pobytu v Bratislave
- Získanie 72h karty za cenu 48h

72-hour planner – tvorba itineráru

Možnosť vygenerovať si program na 72h v Bratislave podľa vlastného záujmu

1. Výber typu návštevníka a záujmov podľa definovaných preferencií
2. Vygenerovaný program s popisom a polohou na mape
3. Možnosť uložiť si itinerár al. ho zdieľať

Porovnanie online aktivít v roku 2020 s rokom 2019

Dosah so stránkami Visit Bratislava na sociálnej sieti Facebook a Instagram nám v porovnaní s rokom 2019 klesol na hodnotu 3 343 972 používateľov (33,88 % pokles). Má to za následok zmena cielenia reklám na menšie trhy vzhľadom na pandemickú situáciu spojenú s COVID19, namiesto Veľkej Británie a Nemecka sme viac cielili našu reklamu na Slovensko a Česko.

Hoci sme v roku 2020 využili viac financií na propagáciu cez služby Facebooku ako v roku 2019 (z 31 471,55 EUR v roku 2019 na 74 691,58 EUR v roku 2020, čo predstavuje nárast o 137 %), interakcie s príspevkami nám narástli o vyše 275 % (201 164) – rástli teda percentuálne výrazne viac, ako rástol rozpočet (pozn.: Ceny sú uvádzané bez DPH).

Z Facebooku a Instagramu Visit Bratislava nám na web visitbratislava.com takisto prišlo väčšie množstvo používateľov, konkrétne o 44,52 % viac, ako tomu bolo v roku 2019. Medziročne vzrástol i počet relácií a to z 65 879 na 105 328 v roku 2020.

Naše videá na YouTube kanáli Visit Bratislava mali za rok 2020 až 1 807 902 videní a spolu bola doba pozerania videí až 25-tisíc hodín.

Pri iba 1-percentnom náraste výšky rozpočtu sa nám podarilo zvýšiť množstvo interakcií s našim obsahom na YouTube a v kampaniach Google Ads až o 29 %, zo 72 549 na 93 638. Cena za jeden klik sa tak znížila z 0,81 EUR v roku 2019 na 0,63 EUR v roku 2020 (pozn.: Ceny sú uvádzané bez DPH).

V reakcii na pandémiu a novému zameraniu na domáci CR nám v roku 2020 významne narástla slovenská návštevnosť webu visitbratislava.com, ktorá oproti roku 2019 stúpla o 36 percent. Takisto pozorujeme spontánne organické vyhľadávanie značky 72-hodinové mesto na Google Trends aj v období, kedy nám bežala letná kampaň k tejto téme.

Marketingové kampane

Rozsah offline (OOH) marketingových aktivít bol determinovaný dodržaním kritéria vzťahu online a offline komunikácie v pomere 70:30. Offline podporu mala letná kampaň 72 hodinové mesto. Kampaň prebiehala v Rakúsku, Česku a na Slovensku. Forma kampane bola zameraná najmä na citylighty, bigboardy, reklamu v dopravných prostriedkoch a na dopravných staniciach v metropolách cieľových krajín. Kampaňový vizuál odkazoval na 72 hodinovú návštevu mesta spolu s dohodnutou akciou s členskými hotelmi BTB – pri kúpe 2 nocí v Bratislave dostane návštevník 1 noc v hoteli zdarma. Letná OOH kampaň sa konala v termíne od 15.7.2021 do 31.8.2021. Cieľom kampane bola podpora predĺženia pobytu v Bratislave s odkazom na návštevu webu 72hodinovemesto.sk (aj v jazykových mutáciách), s možnosťou vytvoriť si vlastný plán na 3 dni podľa preferencií. V rámci akcie si mohli návštevníci zakúpiť 3-dňovú Bratislava Card za cenu 2-dňovej.

V rámci Slovenskej kampane boli vytypované vhodné lokácie s čo najväčším dosahom na potenciálnych návštevníkov pri oboch nosičoch. Vybrané citylighty boli umiestnené na zastávkach MHD, pri vchodoch a v priestoroch nákupných centier v krajských mestách: Banská Bystrica, Trenčín, Košice, Prešov a Žilina. Bigboardy boli na viditeľných miestach, na hlavných ťahoch medzi vytypovanými krajskými mestami. V Česku a Rakúsku bola propagačná kampaň destinácie primárne orientovaná v rámci MHD a zastávok MHD.

Tabuľka č. 15: Rozsah a charakter OOH propagácie

Forma	Krajina	Počet	Termín
Citylighty – 5 krajských miest	Slovensko	140	15.7.-31.8.2021
Bigboardy – 5 krajských miest	Slovensko	10	15.7.-31.8.2021
Plagáty v metre - Viedeň	Rakúsko	750	1.8.-31.8.2021
Obrazovky v MHD autobusoch	Česko	501	15.7.-31.8.2021
Plagáty v metre - Praha	Česko	250	16.7.-30.7.2021
Digilighty v metre - Praha	Česko	10	16.7.-31.8.2021
Plagáty v električkách a na zástavkách MHD - Praha	Česko	80	16.7.-31.8.2021

*Vlastné spracovanie

Okrem toho boli vybrané projekty a podujatia podporené aj v rámci partnerskej spolupráce s mestom Bratislava, ktoré poskytlo citylightové plochy v Bratislave na prezentáciu a propagáciu projektu Turistom vo vlastnom meste.

Bratislava, 72-hodinové mesto

Sumár a vyhodnotenie OFFLINE kampane

Trvanie: 15. 07. – 10. 09. 2020
Médiá: rozhlas, televízia, print, OOH, bannerová a displejová reklama v MHD

Slovensko

- **Citylighty** (140ks) a **Bigboardy** (10ks) – krajské mestá stredného a východného Slovenska
- **Rozhlasové spoty** – Rádio Expres, Fun rádio
- **Televízie** – TV Markíza – online markiza.sk, TA3 – online aj TV - Nepoznané Slovensko
- **Inzercia** – print + online verzia PR článkov (Plus 7 Dní, Život, SME, Sme ženy, Čarovné Slovensko, Nový čas, Evita, HN magazín, Slovenka)

Česká republika

- **MHD** – Praha: plagáty na električkách (40ks) a na zástavkách (40ks); Brno, Zlín, Olomouc (360 obrazoviek)
- **Rozhlasové spoty** – Evropa 2, Frekvence 1, Expres FM, Hitrádio city, Vysočina, Orion; Blaník Valašsko-Slovácko, Jižní Morava
- **Inzercia** – print + online verzia PR článkov (Reflex, Blesk pro ženy, Enigma, Epocha, History Revue, iSport Life, Top 100 destinací pro 21. století)

Rakúsko

- **MHD Viedeň** – plagáty vo vlakoch a staniciach metra (750ks)
- **Rozhlasové spoty** – Viedeň, Dolné Rakúsko
- **Inzercia** – print + online verzia PR článkov (Reise Aktuell, Reise Lust)

Merkantil / Merchandising

Prezentačný merkantil zabezpečený z dotácie 2020 pozostával z propagačných predmetov s logom destinácie, web stránkou destinácie, logom MDV SR, eventuálne so

symbolom mesta. Išlo najmä o rozsevový merkantil, ktorý bol využitý počas veľtrhov, výstav, prezentácií, na podujatiach. Zároveň boli zabezpečené darčekové predmety pre zástupcov médií, VIP návštevy, touroperátorov a účastníkov infociest, oficiálne návštevy v rámci partnerských projektov a pod. Išlo najmä o predmety ako tričká s potlačou, šnúrky na krk, žuvačky, ochranné rúška s potlačou, degustačné vzorky trvanlivých gastroproduktov a pod. Taktiež boli zabezpečené tričká s jednotným vizuálom (55. výročie otvorenia TIC) pre pracovníkov TIC a brigádnikov v Korunovačnom foto-video pointe, reflexné vesty a cyklistické dresy pre účastníkov tematických cykloprehliadok Turistom vo vlastnom meste, vianočný merkantil (potlač ekologických tašiek, slovenské sypané čaje, agátový med, keramické vianočné ozdoby v darčekových krabičkách).

Z **propagačných nástrojov** bola obstarané fotostena s textilnou potlačou logom Bratislavy, BTB a MDV SR, promostolík s potlačou, ktoré slúžili ako propagačný nástroj počas prezentácií, spoluorganizovaní kongresových podujatí na indoor a outdoor eventoch, webinári a pod. Pre slabozrakých klientov boli v rámci TIC obstarané 2 stolové lupy s LED osvetlením a optickou mohutnosťou 5 a 8 dioptrií, 2 malé lupy, pre všetkých návštevníkov boli obstarané a dávkovače dezinfekcie a dezinfekčný prostriedok.

Tabuľka č. 16: Zoznam propagačných

Názov položky	Počet kusov
Šnúrka na krk	1 000
Žuvačky	8 000
Textilná fotostena 3 m	1
Ochranné rúška trojvrstvové - biele	100
Čokoládky	1 000
Farbičky	1 000
Záložky	1 000
Prezentačný stolík TIC	1
Cyklistický dres – TVVM	4
Reflexná vesta - TVVM	130
Ochranné rúška s potlačou	100
Vianočný darček Chai	200
Vianočný darček Med	200
Vianočný darček darčeková krabička	200
Vianočný darček nálepka na krabičku	200
Vianočný darček Vianočné gule	200
Vianočný darček Vianočné ozdoby	200
Vianočný darček Potlač tašiek	200
Fľaše s potlačou	100
Tričká TVVM	200
Štítky BN na Dunaji	20
Lupa s LED lampou	2
Malá sklenená lupa	2
Dezinfekčný bezdotykový podlahový stojan na dezinfekciu s dezinfekciou	2

*Vlastné spracovanie

MICE (Meeting, Incentive, Conferences, Events)

Online a offline propagácia kongresovej Bratislavy

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

Predmetná marketingová aktivita garantuje zásah želanej cieľovej skupiny a efektivitu vynaložených prostriedkov. Sociálna sieť LinkedIn sa radí k jednému z najúčinnejších 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 cieliť 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 štvrťroku 2019, využila BTB v úvode služby správy a nastavovania platenej reklamy od externého dodávateľa. Išlo najmä o efektívne a profesionálne nastavenie cielenej reklamy a jej ďalšie profesionálne fungovanie a odbornú správu. Súčasťou dodávaných služieb bola aj interpretácia výsledkov a formulácia odporúčaní pre BTB pre strategické nastavenie režimu platenej reklamy na sieti LinkedIn v roku 2020.

Plnenie v rámci aktivity:

- reklama prostredníctvom nasledujúcich typov príspevkov:
  - Post / príspevok s URL linkom smerujúcim na web 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, za účelom zvýšenia povedomia o destinácii
- zadanie reklamy s presným cielením na užívateľov na základe zadefinovania 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 cielenie 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 chovania na sociálnej siete a aj mimo nej) a tým zefektívnenie dosahu a efektu danej 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 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.

Graf č. 2: Počet obsahových platených príspevkov

Popis a ukážky realizovaných kampaní

1. Post 2020-07-30: Meetings Star
2. Post 2020-08-04: Bratislava - COVID-19 safe city
3. Post 2020-08-18: Video - 72hours planner
4. Post 2020-08-25 (darkpost): Web - 72hours planner (link-click strategy)
5. Post 2020-09-09: Walkable Cities
6. Post 2020-09-17: Podcast ambasadors - IRELAND
7. Post 2020-09-29: Slido interview Juraj Holub
8. Post 2020-10-07: Podcast ambasadors - UNITED KINGDOM
9. Post 2020-10-16: GLOBSEC 2020 Recap
10. Post 2020-10-26: Podcast ambasadors - NETHERLANDS
11. Post 2020-11-03: VIDEO - Throwback WONCA & IIW
12. Post 2020-11-12: Virtual Studios in Bratislava
13. Post 2020-11-16: Podcast Ambassadors - GERMANY
14. Post 2020-11-22: IBTM WORLD invitation
15. Post 2020-12-07: Liveable Cities

*Vlastné spracovanie

- Kampaň na LinkedIn mala výrazný vplyv aj na návštevnosť webu www.visitbratislava.com/convention, visitbratislava.com, 72hodinovemesto.sk a pod.
- Počas trvania kampane celkový počet preklikov na pristávaciu stránku z odkazu v príspevku LinkedIn (tzv. web landing page clicks) bol 2 748

Sumárny report obsahujúci 69 strán textu a infografík je súčasťou plnenia ako samostatný dokument.

Prezentácia a propagácia kongresovej Bratislavy

S cieľom šíriť atraktívny a relevantný obsah o Bratislave ako kongresovej destinácii, realizovala BTB v roku 2020 prostredníctvom oddelenia BCB viacero propagačných aktivít, ktoré sa veľmi jasne orientovali na cieľové publikum profesionálov v tzv. „meetings industry". Pred každou aktivitou bol dôsledne monitorovaný dosah aktivity (zásah cieľového publika) a potenciálny prínos pre destináciu.

Propagačný mediálny výstup v magazíne „Headquarters (HQ), The Association Magazine": Ide o médium adresujúce cieľovú skupinu MICE, konkrétne „c" = kongresy a konferencie. Magazín je členom asociácie ICCA (International Congress and Convention Association). Magazín sa radí k popredným „niche" magazínom adresujúcim celosvetový trh asociačných meetingov. Komunikačný jazyk je angličtina. Cieľom aktivity je budovať profil destinácie ako kongresového mesta. Nakoľko rozhodovanie o umiestnení konferencií a kongresov prebieha v dlhodobom predstihu 3-4 roky je v súčasnej neistej pandemickej situácii oslovenie práve asociácií najefektívnejšia forma komunikácie v rámci MICE segmentu.

Cieľom aktivity je budovať profil destinácie ako kongresového mesta a dostať brand Bratislava, Surprisingly Close/ Exceptionally Smart do povedomia plannerov asociačných podujatí. V rámci jednotlivých plnení pôjde o komunikáciu brandu Bratislava, hlavného claimu Surprisingly Close/ Exceptionally Smart a základných pilierov MICE stratégie.

Jednotlivé plnenia:

- Umiestnenie bannera na 1 mesiac na webstránke HQ
- 2 strany plnofarebnej inzercie v digitálnom magazíne, februárové vydanie HQ
- 1 direct mailing na HQ databázu

Banner – komunikácia brandu Surprisingly close / Exceptionally smart (preklik na sekciu Event Planning v rámci BCB webu).

2 strany v digital magazine - komunikácia zameraná na **piliere z MICE stratégie** a predstavenie Bratislavy ako destinácie vhodnej pre usporiadanie kongresov a konferencií, vnímanie destinácie Bratislava ako mesta vhodného na konferencie a kongresy (samozrejme menšieho a stredného rozsahu vzhľadom na absenciu kongresového centra). Komunikačná stratégia MICE – piliere:

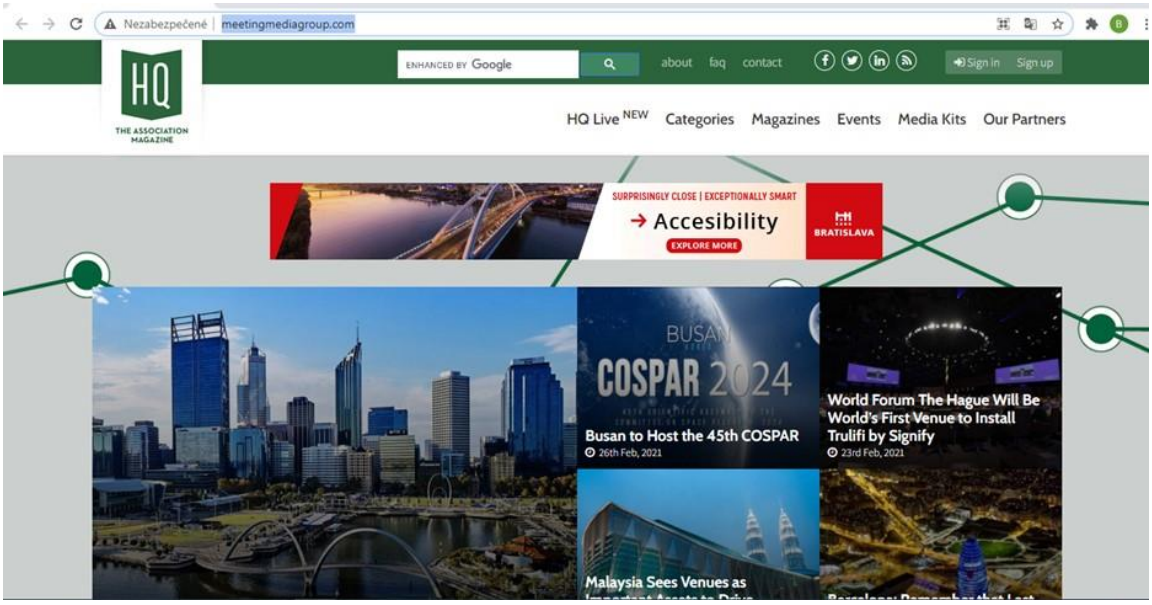
- *Dostupnosť* – logisticky výhodná poloha, dostupnosť bez nutnosti letieť, proximita, veľkosť, bezpečnosť, nepreplnenosť davmi, walking distance
- *Inovatívnosť* - úspešné príbehy z biznisu i lifestylu smerujúce k formovaniu obrazu Bratislavy ako kompetentnej / udržateľnej / odborne zdatnej destinácie zaujímaví ľudia & myšlienky & kreatíva pochádzajúca z BA/SVK, start-up hub
- *Excelentnosť vo výrobe* – automotive, zruční a vzdelaní ľudia (nie lacná pracovná sila)
- *Health safety* – SR kombinujeme curfew, mass testing a vakcináciu v boji proti covid, boli sme prví na svete s mass testingom atď.)

Direct mailing - úvod v podobe predstavenia destinácie (accesibility, innovation, execution) doplnený výberom z aktuálneho obsahu pripravovanom v rámci spolupráce s Toleranca ako napríklad: sme pripravení na novú dobu online a hybridných eventov.

Dôležitou súčasťou boli aj tzv. call to action ako napr. sledujte LinkedIn Bratislava Convention Bureau, sledujte FB, stiahnite si Meeting Planners Guide, vyplňte RFP formulár atď.

K uvedenému plneniu boli ponúknuté ďalšie položky (v celkovej hodnote 3 000 EUR):

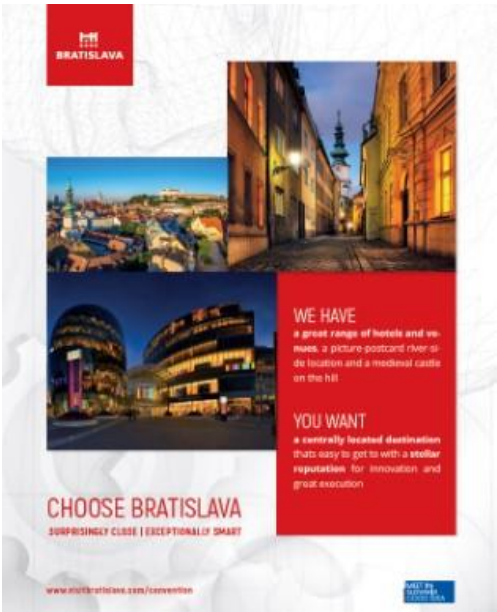
- 3x uverejnenie jedného článku na HQ webovej stránke
- 3x Promovanie článku cez HQ sociálne médiá.



Celoročná komunikácia hlavného mesta ako MICE destinácie

Ide o pokračujúcu aktivitu, z predchádzajúcich rokov, zameranú 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 tisíc 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 newslettrov) 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.

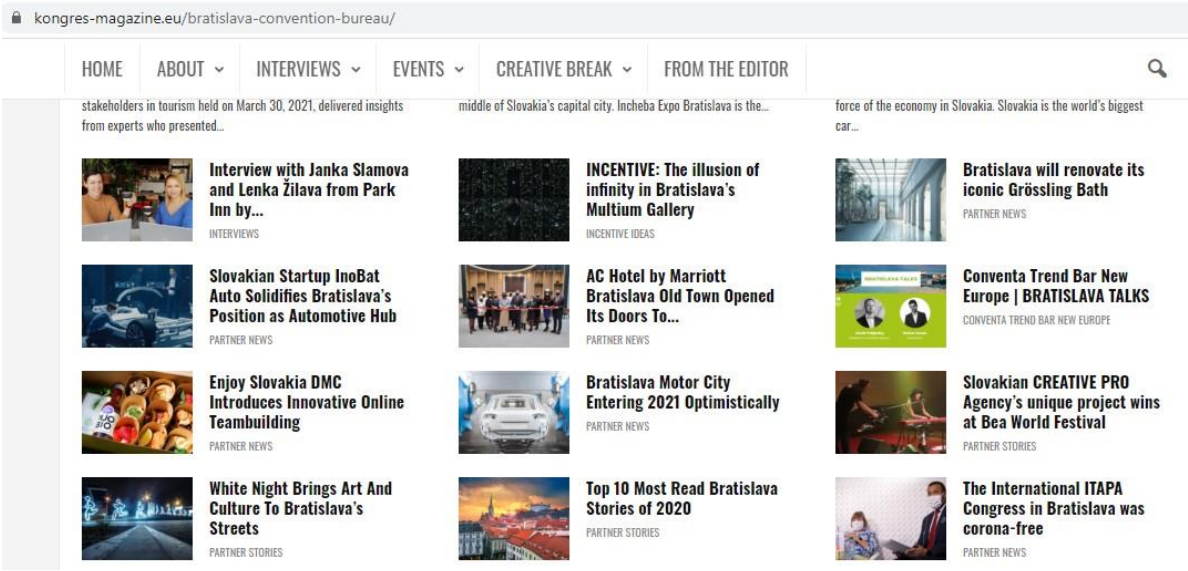
Za rok 2020 bolo vytvorených 40 článkov s dosahom vyše 800 000 videní. Najčítanejšie články dosahujú okolo 30 000 – 35 000 videní. Čísla hodnotíme veľmi pozitívne, keďže obsah je cielený na odbornú a úzku komunitu, navyše B2B oblasť, kde takéto číslo predstavuje významný úspech. Zoznam článkov je súčasťou obrazových príloh plnenia vyúčtovania. Články sú pravidelne uverejňované tu: https://kongres-magazine.eu/bratislava-convention-bureau/.

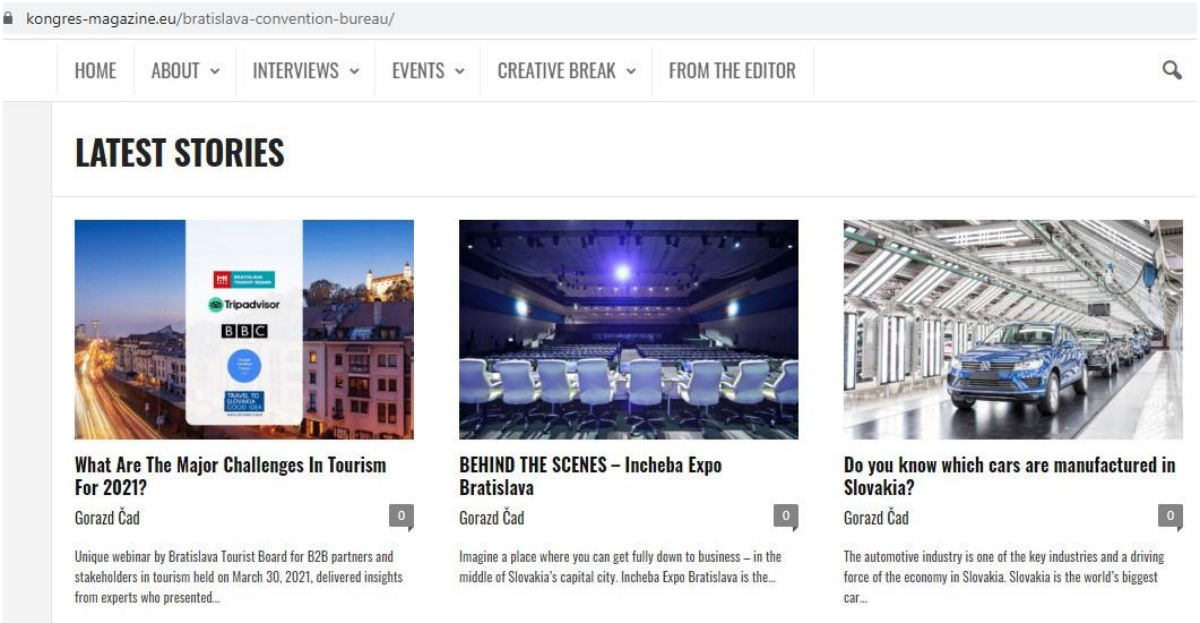


Tabuľka č. 17: Vybrané príklady tém článkov z roku 2020

Bratislava – The "New Normal" Meetings Star – 12.7.2020	Bratislava – Made To The Measure Of Meeting Planners – 14.8.2020
Frantisek Fabian: "We are ready for a gradual restart" – 16.11.2020	Meeting Hubs in New Europe: Walkable Cities - 8.9.2020
Slovakia is one of the safest countries to stay for COVID – 19 – 7.4.2020	The International ITAPA Congress in Bratislava was corona-free – 15.12.2020
Bratislava is hosting the 15th edition of GLOBSEC Bratislava Forum – 5.10.2020	Interview with Bohdana Szuhaj, Director of Sales and Marketing at AC by Marriott Hotel Bratislava Old Town – 15.12.2020
Slovakian start-up Matsuko Holographic communication to change the way we meet – 7.12.2020	Special Venues: Technopol Congress – 24.9.2020
Bratislava: 72-Hour City – 2.8.2020	Bratislava MICE Day was held online for the first time – 29.10.2020
Flying cars and a booming automotive industry – 12.11.2020	David Pobjecky has taken on the leading role in the Bratislava Convention Bureau -19.8.2020
Bratislava goes virtual with ultra-modern virtual studios – 6.11.2020	Interview with Lucia Tomkova, Director of Sales at Sheraton Bratislava Hotel and -Grand Hotel River Park, a Luxury Collection 18.10.2020
(Exclusive Interview) Juraj Holub: "The future of events will be virtual" – 22.9.2020	Top 10 L MTLG Destinations 2020 – 23.8.2020

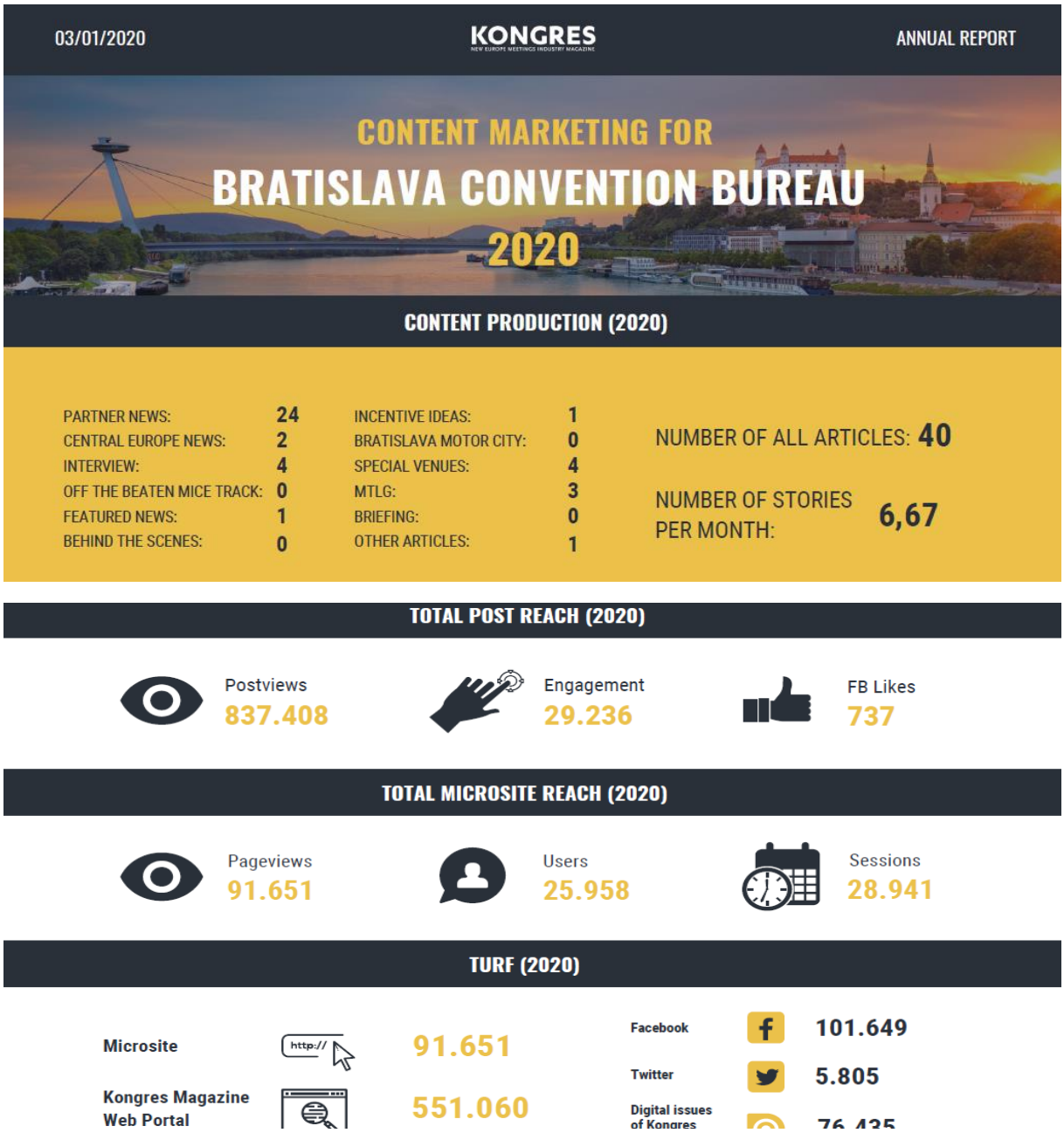
*Vlastné spracovanie





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.).

Graf č. 3: Štatistiky k uverejňovaným článkom, mapujúce ich úspech na sociálnych sieťach a web stránke



*Vlastné spracovanie

Akvizícia (Bidding) asociačných podujatí do destinácie

Aktivita nadväzuje na rok 2018, v zmysle strategického dokumentu Bratislava MICE Strategy Ide o vyhľadávanie príležitostí a podporu kandidatúr Bratislavy na kongresové podujatia. Tzv. Lead Generation služby zahŕňajú kvalifikovaný prieskum a vyhľadávanie v databázach asociácií ICCA (prístup iba pre členské subjekty – členom za SR je iba MDV SR, pozn.), ktoré by mali mať potenciál pre Bratislavu (SR) - (vhodná veľkosť, zameranie, Slováci v radách a výboroch asociácií atď.). Následne prebieha kontaktovanie asociácií a potenciálnych

lokálnych hostiteľov (mailing na tieto asociácie, resp. konkrétnych ľudí). Proces zároveň prispieva k zviditeľňovaniu destinácie.

Vývoj situácie na trhu MICE v priebehu roka 2020 a šírenie COVID-19 ako aj epidemiologické opatrenia prijaté v tejto súvislosti v Európe v období od marca počas celého roka 2020, mali na následok pozastavenie aktivít v kongresovom cestovnom ruchu.

Za tohto stavu bol vysoký predpoklad, že hromadné rušenie a presúvanie MICE podujatí plánovaných v roku 2020 v regióne Strednej a Východnej Európy do 1000 pax bude mať za následok nedostatok MICE kapacít v rokoch 2021/2022. Cieľom BTB je preto aktuálne sa zamerať na monitoring takých potenciálnych eventov (konkrétnych podujatí), v prípade ktorých by ich organizátori mohli Bratislavu zvažovať ako vhodnú destináciu pre ich presun.

BTB vzhľadom na aktuálnu situáciu intenzívne pracovalo na rešerše nielen asociácií, ale aj agentúr PCO/AMC/DMC, ktoré by mohli v budúcnosti prejaviť záujem o usporiadanie MICE podujatia v Bratislave, nakoľko dobrá dostupnosť destinácie a výhodný pomer cena/kvalita (výstupom bude zoznam asociačných klientov a agentúrnych klientov).

Úlohy a výstupy za rok 2020:

a) **Úloha**: Identifikácia potenciálnych „leadov“ = Asociačných business meetings do 1000 pax, ktoré boli plánované pre rok 2020 v regióne Strednej a Východnej Európy a ktoré boli vyhodnotené ako potenciálne vhodné pre Bratislavu v budúcnosti
Výstup: Report v rozsahu 15 strán.
b) **Úloha:** Identifikácia potenciálnych lokálnych ambasádorov v regióne Strednej a Východnej Európy pre business stretnutia do 1000 pax a pre asociácie alebo PCO/AMC/DMC klientov, ktorí môžu Bratislavu považovať za alternatívu pre preložené podujatia z rokov 2020 a 2021.

   Výstup: report v rozsahu 74 dodaných leadov v kategorií A,B,C podľa dôležitosti vrátane kontaktných údajov.

c) **Úloha:** Odovzdanie zoznamu min. 15tich kvalifikovaných „leadov“ do konca roka 2020.

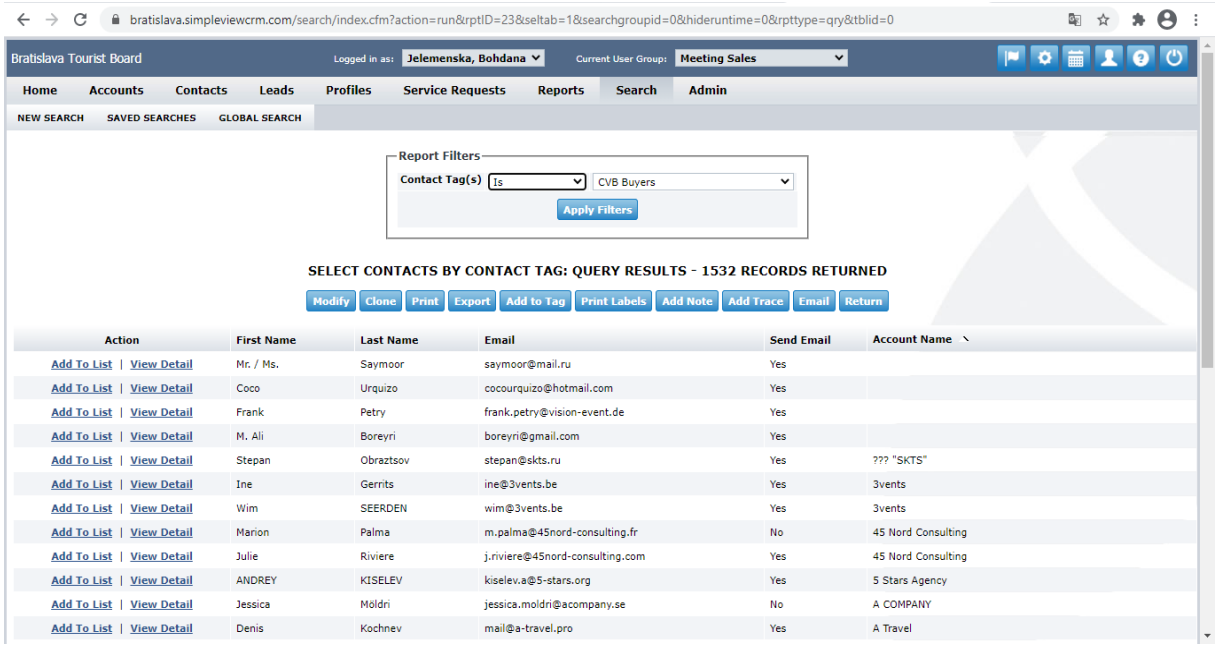
   Výstup: Odovzdanie zoznamu 17 - tich kvalifikovaných „leadov“

Customer Relationship Management System (CRM)

Aktivita pokračuje od roku 2018, kedy BTB obstaralo online systém na riadenie vzťahov so zákazníkmi za účelom zlepšenia, skvalitnenia a profesionalizácie BTB/BCB a budovania pozitívneho imidžu destinácie Bratislava na medzinárodnom trhu cestovného ruchu a trhu MICE. Celkovo je aktivita primárne zameraná na systematizáciu a uchovávanie dát o B2B accountoch a kontaktoch v rámci aktivít BTB/BCB.

V súčasnosti CRM obsahuje relevantné kontakty na lokálnu MICE komunitu ako aj členov a partnerov BTB. Okrem lokálnych kontaktov obsahuje aj databázu viac ako 1500 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.

Graf č. 4: Databáza CVB buyers:



*Vlastné spracovanie

2. ČINNOSŤ TURISTICKÉHO INFORMAČNÉHO CENTRA ZRIADENÉHO ORGANIZÁCIOU

Turistické informačné centrá (TIC) BTB sú vstupným bránou do destinácie Bratislava a nevyhnutnou súčasťou integrovaného informačného systému Slovenska. TIC BTB narábajú s overenou a aktuálnou informáciou, ich systém poskytovania informácií je prepracovaný a efektívny. Personál TIC sa pravidelne podrobuje preškoleniam, či už v oblasti komunikácie s klientom, v zaobchádzaní s hendikepovaným návštevníkom, ako aj v profesionálnych zručnostiach ako sú napr. podpora predaja služieb a produktov CR a internetová komunikácia.

TIC BTB na Klobučníckej ulici je vybavené modernými progresívnymi technológiami, poskytuje bezplatný prístup na wifi a je prístupné pre všetky skupiny návštevníkov vrátane hendikepovaných osôb. Pre telesne znevýhodnené osoby slúži mobilná nájazdová plošina, pre hluchonemých klientov tichá linka, ktoré sprostredkováva komunikáciu medzi pracovníkom TIC a hendikepovaným klientom prostredníctvom tabletu. Pre slabozrakých klientov TIC sú k dispozícii 2 stolové lupy s LED osvetlením a optickou mohutnosťou 5 a 8 dioptrií. Klientsky priestor TIC bol v roku 2020 vybavený aj veľkorozmerným monitorom propagujúcim atraktivity destinácie hlavného mesta a regiónu, ktorý navyše poskytuje informáciu o počasí, dátume a zároveň zabezpečuje aj privítanie návštevníkov v TIC.

TIC zriadené BTB ponúkajú svoje služby štandardne 7 dní v týždni. Ich prevádzka však bola v roku 2020 narušená neočakávaným vývojom pandémie a núdzovým stavom, čo viedlo k uzatvoreniu oboch pobočiek počas 1. a 2. vlny pandémie. K úplnému uzatvoreniu prevádzky TIC Klobučnícka pre zákazníkov došlo **počas 1. vlny pandémie** v období od 13. marca do 31. mája a pobočky TIC Hlavná stanica v období od 13. marca do 31. júla 2020. **Počas 2. vlny pandémie** došlo k uzatvoreniu oboch pobočiek od 24. októbra do 31. marca 2021.

Naplnenie stanovených cieľov v aktivite:

- 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 spoločnosti
- 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

Zabezpečenie a činnosť TIC

Obdobie uzatvorenia pobočiek počas 1. vlny pandémie bolo využité na dezinfekciu a vymaľovanie priestorov TIC Klobučnícka, zabezpečenie ochranných prostriedkov pre pracovníkov TIC a jeho klientov. Najväčšou investíciou bola **inštalácia pevne zabudovaných presklených pultových prepážok** po celom obvode pultu (prekrytie 9 pracovných pozícií), ktoré poskytovali a poskytujú vynikajúcu ochranu zdravia službukonajúcich pracovníkov TIC v období medzi obomi vlnami pandémie. Jednotlivé presklené prepážky vyhotovené z kaleného skla sú pospájané nerezovými prvkami a siahajú do výšky 1 metra od pultu. Potreba vytvorenia zásten bola nevyhnutnosťou z dôvodu, že návštevníci a obyvatelia mesta nevyužívajú služby TIC len na rýchle získanie informácií, ale v priestore sa zdržia dlhšie, či už pri študovaní mapy, ponuky prehliadok mesta a iných produktov CR, pri získavaní informácií o kultúrnych a spoločenských podujatiach, sledovaní videoprezentácie a využívaní bezplatných služieb wifi.

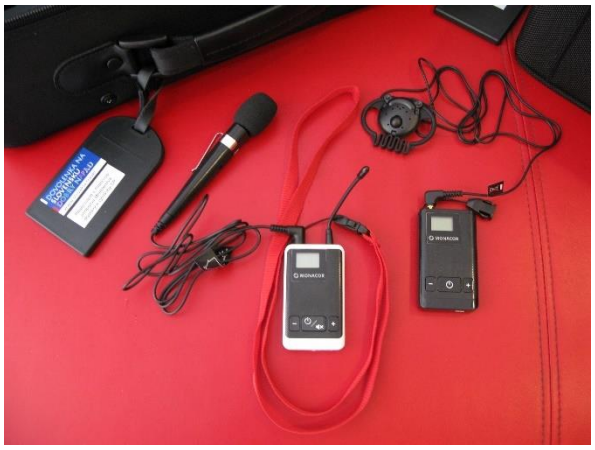
Zakúpené boli:

- **stolové germicídne žiariče v počte 8 ks** na dezinfekciu pracovného a klientskeho priestoru TIC. Germicídny žiarič dezinfikuje, resp. sterilizuje vzduch od rôznych mikroorganizmov pomocou UVC žiarenia, ktoré účinne ničí mikroorganizmy a spôsobuje fotochemický rozpad ich DNA. Žiariče plnia funkciu ochrany pred nákazou vírusovými ochoreniami, ako aj inými druhmi ochorení, ktoré sú prenášané vzduchom.
- **2 automatické stojanové bezdotykové dávkovače na dezinfekciu rúk** v klientskom priestore a zázemí TIC aj s náplňou. Dávkovače dezinfekcie sú v súčasnej dobe bez ohľadu na pandémiu už štandardom v miestach pohybu väčšieho množstva ľudí, a preto sa stali trvalým prvkom interiéru TIC. Automatický dávkovač dezinfekcie šetrí na náplni, zabezpečuje vyššiu hygienu a čistotu klientskeho priestoru TIC.
- **2 ks informačných stojanov s klaprámom** formátu A4 s pokynmi na použitie dezinfekcie rúk, rešpektovanie odstupu 2 metrov, dodržiavanie diskrétnej zóny, informujúce o sanitárnej prestávke a podobne, ktoré sú určené na účely koordinácie a navigácie návštevníkov v priestore TIC.

- **Mobilné ochranné prepážky** – pre mobilné a sezónne TIC v počte 5 ks, ktoré majú ochrannú funkciu počas prevádzky sezónnych TIC.

Pracovníci využívali pri svoje práci ochranné rúška a rukavice, počas prevádzkovej doby bola vyhradená 30 minútová prestávka na zabezpečenie dezinfekcie priestoru TIC. Hneď na vstupných dverách boli zákazníci upozornení na dodržiavanie odstupov a max. počet zákazníkov v priestore.

Sprievodcovské staničky/ zlepšenie informačných služieb



V roku 2020 sme riešili aj **technickú podporu prehliadok mesta**. Pre organizované skupiny turistických a vlastivedných tematických prehliadok sme zakúpili **sprievodcovský systém v celkovom počte 58 kusov staničiek** (3 bezdrôtové UHF vysielače a 55 bezdrôtových UHF prijímačov so 16 kanálmi). Súčasťou sady sú aj 2 nabíjacie kufríky na 35 jednotiek a 1 transportná nabíjacia taška na 12 jednotiek, ktoré umožňujú nabíjanie všetkých zariadení v rovnakom čase. Súčasťou vysielačov sú aj 3 malé ručné a 3 hlavové mikrofóny, ďalšie príslušenstvo tvorí 60 ks šnúrok na vysielače a prijímače a 10 ks náhradných mono slúchadiel k prijímačom. Sprievodcovské staničky sa budú využívať celoročne, ich počet môže využívať 1 väčšia skupina ako aj 2 – 3 menšie skupiny. Turistické informačné centrum BTB je garantom kvality sprievodcovských služieb poskytovaných na území hlavného mesta, a práve na základe tejto preferencie využívajú naše služby verejné a štátne inštitúcie pre svojich oficiálnych hostí, ako aj firmy pre svojich VIP zákazníkov. Využívanie sprievodcovských staničiek nahrádza klasické zosilňovače hlasu využívané pri poskytovaní sprievodcovského výkladu, ktoré pôsobia v otvorenom a uzavretom priestore veľmi rušivo, hlavne, ak počúvajú výklad sprievodcu viaceré skupiny na malom priestore. Staničky budú využívané okrem iného aj v rámci vzdelávacích aktivít pre sprievodcov a pre verejnosť, napríklad počas projektu Turistom vo vlastnom meste a počas prehliadok organizovaných k mimoriadnym podujatiam a významným výročiam.

Prehliadky

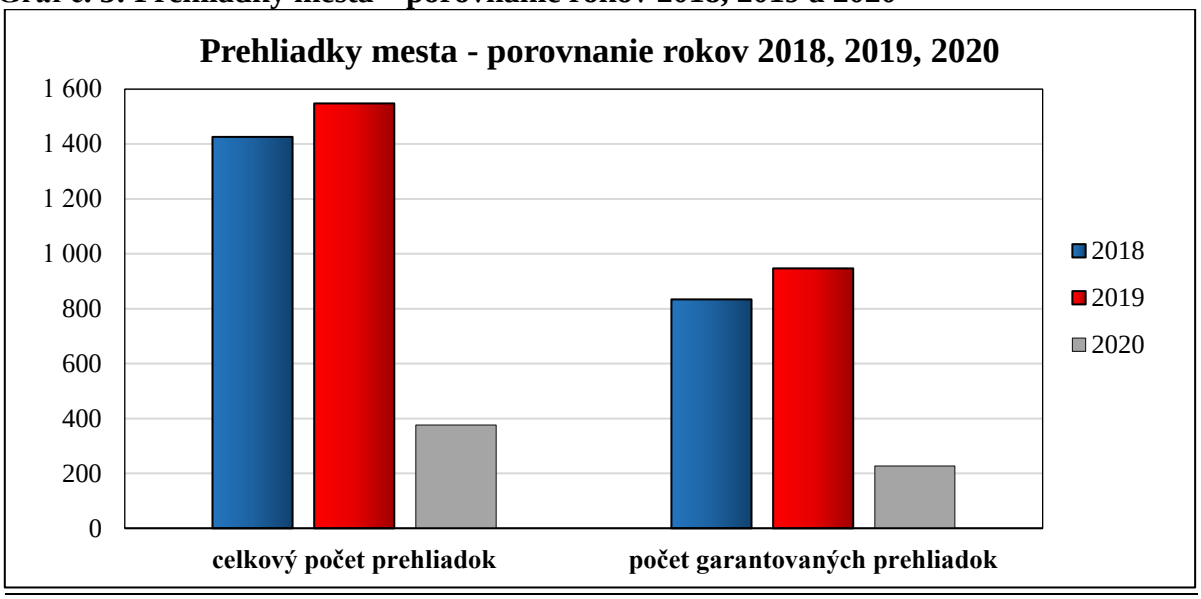
Pandemické obdobie neprialo ani zriaďovaniu sezónnych TIC v miestach dopravných uzlov. Počas hlavnej turistickej sezóny – v mesiacoch júl – september - sme nadviazali na projekt_Tourist Angels, ktorý sme pilotne rozbehli v spolupráci s Bratislavským dobrovoľníckym centrom v roku 2019. Dobrovoľníci zo Slovenska, Litvy a Poľska striedavo zabezpečovali informačné služby v priestore Autobusovej sanice , v historickom centre mesta a na Hrade Devín, a to v dňoch Po – So v čase od 9.00 do 17.00 hod. Projekt Tourist Angels tak spolu s kamennými prevádzkami TIC prispel k väčšiemu komfortu návštevníkov, pomohol predchádzať nepríjemným situáciám, eliminovať negatívnu skúsenosť návštevníka v meste, a naopak dokázal navodiť pozitívny dojem z návštevy destinácie.

Okrem poskytovania informačných služieb sa pracovníci TIC BTB venujú aj tvorbe a rozvoju produktu orientovaného na prehliadky mesta a okolia. Po úspešnom roku 2019 sme v dôsledku pandémie zaznamenali od marca 2020 výrazný pokles, ako v návštevnosti, tak aj v predaji produktov a služieb. V roku 2020 prevažovali v našom portfóliu prehliadky organizované pre individuálnych návštevníkov Bratislavy, pretože organizované skupiny

prichádzali do Bratislavy len sporadicky. Vzhľadom na pandemickú situáciu sme sa prevažne orientovali na osvetu domáceho obyvateľstva a spoznávanie mestských častí, preto prirodzene najvyšší záujem bol o prehliadky **pre obyvateľov a domácich návštevníkov** mesta. Pre zahraničných návštevníkov sme zorganizovali prehliadky **v nemeckom, anglickom, talianskom, španielskom a francúzskom jazyku**.

V roku 2020 sme celkove zabezpečili **376 prehliadok** mesta, z toho **227 garantovaných prehliadok** pre držiteľov Bratislava CARD. Odsprevádzaných bolo celkom **3 329 osôb,** čo predstavovalo 75% pokles oproti roku 2019.

Graf č. 5: Prehliadky mesta – porovnanie rokov 2018, 2019 a 2020



*Zdroj: Vlastné spracovanie

Ako už bolo uvedené, v roku 2020 sa stal naším hlavným klientom obyvateľ mesta , pre ktorého sme v rámci projektu Turistom vo vlastnom meste zorganizovali **82 bezplatných peších prehliadok a komentovaných cyklovýletov** – viď tabuľka nižšie. Mnohé z týchto prehliadok a cyklovýletov boli zamerané na spoznávanie mestských častí hlavného mesta.

Aj v roku 2020 sme nadviazali na úspešný projekt z roku 2019 – pravidelné víkendové prehliadky historických objektov ako Primaciálny palác a Historické múzeum SNM na Bratislavskom hrade. Tieto prehliadky s komentovaným výkladom v slovenskom a anglickom jazyku sa konali v mesiacoch august – september. Naším cieľom bolo zapájať do aktivít aj deti, a to najmä zážitkovou a hravou formou, pri prehliadkach ich sprevádzal pátrač Tino. V roku 2020 sme zorganizovali aj prvé prehliadky pre zdravotne znevýhodnené osoby s cieľom sprístupňovať účasť na cestovnom ruchu aj týmto skupinám obyvateľov Bratislavy. Jednalo sa predovšetkým o prehliadky pre telesne znevýhodnené a sluchovo postihnuté osoby. 1 pešiu prehliadku sme zorganizovali pre Zväz nepočujúcich Slovenska v januári, 1 pešiu prehliadku pre žiakov so sluchovým znevýhodnením zo ZŠI Drotárska v septembri a 2 tzv. prehliadky na štyroch kolesách (invalidných vozíkoch) v spolupráci s Organizáciou muskulárnych dystrofikov počas leta.

Celkový počet zúčastnených osôb na bezplatných prehliadkach bol cca **1 690 osôb.**

Sedem prehliadok s počtom **22 osôb** sa uskutočnilo **v rámci infociest** pre zahraničných novinárov, bloggerov a touroperátorov. Niektoré pravidelné aktivity boli z dôvodu prísnych protipandemických opatrení zrušené.

Tabuľka č. 18: Prehliadky 2020

Podujatia 2020	Počet prehliadok	Počet účastníkov
Svetový deň sprievodcov	4	280
Bratislavské mestské dni – zrušené	0	0
Noc múzeí a galérií – zrušené/iba online	0	0
Turistom vo vlastnom meste: Cykloprehliadky Poznávanie mestských častí Prehliadky Bratislavského hradu a Primaciálneho paláca	 7 14 18 6	 631
Bratislavské korunovačné dni - Po stopách korunovácií	10	279
Limes Day – zrušené/iba online	0	0
55. výročie TIC, Svetový deň cestovného ruchu	14	294
Detské prehliadky s Pátračom Tino	7	183

*Zdroj: Vlastné spracovanie

V roku 2020 sme sa zamerali aj na zlepšenie kvality poskytovaných služieb – prehliadkam sme zabezpečili intenzívnu propagáciu, zaviedli sme online registráciu účastníkov s cieľom dodržať príslušný počet osôb. Prostredníctvom krátkych online dotazníkov sme získavali spätnú väzbu.

Rozbehli sme intenzívnejšiu spoluprácu s Magistrátom hlavného mesta Bratislava pri príprave cykloprehliadok a bezbariérových prehliadok, najmä s Oddelením sociálnych vecí a s hlavným cyklokoordinátorom Hlavného mesta SR Bratislavy.

Svetový deň sprievodcov (22.2.-23.2.2020)

21. február si celosvetovo pripomíname ako Svetový deň sprievodcov. Pri tejto príležitosti v Bratislave a ďalších slovenských mestách poskytujú kvalifikovaní sprievodcovia cestovného ruchu svoje služby a organizujú v spolupráci s turistickými informačnými centrami a profesijnými združeniami bezplatné prehliadky. V Bratislave to bol v poradí už 17. ročník tohto populárneho podujatia a BTB sa do tejto celosvetového podujatia už tradične zapojilo organizovaním štyroch bezplatných cca 1,5-2 hodinových prehliadok. Podujatie bolo možné uskutočniť najmä vďaka aktívnemu prístupu samotných sprievodcov, ktorí si pripravili opäť atraktívne témy a priblížili tak rôzne zaujímavosti o Bratislave a objavovali aj menej známe miesta. V ponuke boli prehliadky: Bratislavské osobnosti, Veľké

lásky Bratislavy, Zakliata Železná studnička s rekordnými 150 účastníkmi, v rámci prehliadky Divadelná tradícia v Bratislave sme jej účastníkom priblížili 100. výročie založenia profesionálneho divadla, SND. Záujem o toto podujatie zo strany verejnosti každým rokom rastie, tento rok sa ich zúčastnilo približne 280 osôb.

<u>Turistom vo vlastnom meste</u> (júl - október)

BTB a Turistické informačné centrum (TIC) sa v roku 2020 venovali intenzívnejšie lokálnym obyvateľom Bratislavy, a to v rámci projektu „Turistom vo vlastnom meste“. V rámci tejto aktivity sme zorganizovali špecializované bezplatné tematické vychádzky, prehliadky mesta a cyklovýlety zamerané na význam a dôležitosť CR pre destináciu, na spoznávanie histórie, kultúrneho dedičstva a atraktivít mesta. Zúčastnilo sa ich vyše 630 osôb. Konkrétne sa uskutočnili tieto vzdelávacie podujatia:

Pravidelné tematické pešie vychádzky a prednášky v slovenskom jazyku v trvaní 1,5 - 2 hodiny 1x v týždni (nedeľa) pre obyvateľov mesta. Zmyslom týchto vychádzok bolo organizované vzdelávanie domáceho obyvateľstva, ich lepšia orientácia v meste a spoznávanie atraktivít jednotlivých mestských častí, mimo historického centra.

Spolu sa jednalo o 14 prehliadok na tieto témy:

- Podoby Petržalky – pravý breh Dunaja
- V erbe skrytá história medzi železnicou a vinicou – MČ Nové mesto
- Pod Devínskou hradnou skalou
- Uličkami starého Lamača
- Prechádzka Horským parkom
- Vajnory – dedina v meste
- Idylická Záhorská Bystrica
- Vrakuňa a zákutia Malého Dunaja
- Devínska Nová Ves a jej premeny v čase
- Spoznávame ružinovské sídliska Rusovce - mestská časť stojaca na antickej Gerulate
- Zaujímavosti Podunajských Biskupíc
- Dúbravka kedysi a dnes
- Nebolo by víno vínom, keby nebol vinár z Rače

MČ Devín

MČ Lamač

MČ Vajnory

MČ Záhorská Bystrica

MČ Podunajské Biskupice

MČ Staré mesto – Horský park

MČ Staré mesto

Pravidelné cykloprehliadky do prírodných zákutí Bratislavy v trvaní 4-6 hodín 2x mesačne (každú sobotu) sa konali v spolupráci s cyklokoordinátorom Hl. mesta SR Bratislava a so skúsenými sprievodcami s cieľom propagovať bezpečnosť cyklistickej dopravy. Absolvovali sme spolu 7 výletov, konkrétne:

- Údolím Vydrice od ústia až k prameňu
- Cyklojazda Ružinovom
- Za tajomstvami biskupických luhov
- Petržalské bunkre
- Po malokarpatskej stráni – od Rače do Svätého Jura
- Na trojhraničie SK-AT-HU
- Záverečná jazda okolo Bratislavy

Biskupské luhy

Devínska kobyla

Petržalské bunkre

Údolím Vydrice

Komentované prehliadky Historického múzea SNM, boli organizované v spolupráci so Slovenským národným múzeom, ktoré na svoje náklady vyškolilo sprievodcov BTB. Sprievodcovia viedli 18 prehliadok múzea v mesiacoch august – september 2020 v SJ a AJ/NJ 1x týždenne.

Komentované prehliadky galérie Primaciálneho paláca sa uskutočnili v spolupráci s Hl. mestom len v obmedzenom množstve v mesiacoch júl - august 1x v týždni v SJ, AJ a NJ. Primaciálny palác je významnou a nedocenenou pamiatkou Bratislavy, touto aktivitou sme chceli podporiť informovanosť o nej a zvýšiť jej návštevnosť.

<u>Bratislavské korunovačné dni - Po stopách korunovácií</u> (august 2020)

Počas tohto podujatia s dlhoročnou tradíciou BTB zorganizovalo bezplatné tematické prehliadky na tému korunovácií v slovenskom, anglickom, nemeckom a maďarskom jazyku. Prehliadky sa konali v dňoch 7.8., 14.8., 15.8. a 16.8. v trvaní 2 hodín.

Na úvod sme ponúkli odbornú prehliadku historika a sprievodcu Mgr. Juraja Poláčka, PhD. na tému Králi v stredovekej Bratislave, kde sme bližšie ozrejmili udalosti, ktoré predchádzali korunováciám uhorských panovníkov v Bratislave v období rokov 1563 – 1830. Za mnohými barokovými a modernejšími prestavbami mesta sa ukrývajú črepky týchto stredovekých príbehov.

Ďalšiu odbornú prehliadku Bratislavy sme venovali korunovácii Márie Terézie za uhorskú kráľovnú. Predstavili sme ju ako nielen výnimočnú, mocnú panovníčku a zdatnú političku, ale aj mladú, krásnu ženu, milujúcu matku a manželku. Aspoň v predstavách sme sa stali hosťami štyroch častí monumentálneho korunovačného ceremoniálu. A tak, ako kedysi sprevádzala korunovácie uhorských kráľov radosť, veselosť a nádej ich poddaných, aj naše spoločné putovanie históriou sme ozdobili spomienkou na niektoré humornejšie stránky vlády Márie Terézie.

Trasy ďalších 8 tematických prehliadok počas víkendu previedli účastníkov najvýznamnejšími miestami spojenými s ceremoniálom korunovácií uhorských panovníkov a ich manželiek. konkrétne: Bratislavský hrad – Beblavého ulica – Rudnayovo námestie (Dóm sv. Martina) –

Kapitulská ulica – Prepoštská – Ventúrska – Sedlárska – Hlavné námestie - Františkánske námestie - Michalská ulica

Celkovo sa prehliadok zúčastnilo takmer 280 záujemcov, najväčší dopyt bol po prehliadkach v slovenskom a anglickom jazyku, avšak oproti minulým rokom sa zvýšil aj počet maďarsky hovoriacich účastníkov.

55. výročie TIC v Bratislave, Svetový deň cestovného ruchu (25.-27.9.2020)

Vzhľadom na nepriaznivú situáciu a obmedzujúce bezpečnostné a hygienické opatrenia v apríli sme toto výročie nestihli osláviť, preto sme zvolili ako možnosť prepojenie tohto výročia so sviatkom všetkých profesionálov v CR, ktorým je Svetový deň CR pripadajúci na 27. september. Program, ktorý sme si pôvodne pripravili pre Bratislavčanov a návštevníkov mesta, sme nemohli realizovať v plnom rozsahu, ale aj takto obmedzene sme predstavili našu činnosť a históriu a súčasnosť Bratislavy. Navyše, dobrovoľníci – „turistickí anjeli“ - sa pohybovali v sobotu 26. septembra v uliciach Starého mesta v čase od 11.00 do 15.00 hod. Okrem informácií rozdávali aj darčeky ako upomienku na 55. výročie otvorenia 1. informačného centra v Bratislave.

TIC BTB si každoročne pripomína Svetový deň cestovného ruchu organizovaním vychádzok a prehliadok po meste, ktoré majú na jednej strane budovať vzťah domáceho obyvateľa k návštevníkovi mesta a na strane druhej, vzdelávať obyvateľa mesta a vytvárať u neho pocit spolupatričnosti s mestom a dianím v meste. Celkove sme pre Bratislavčanov, návštevníkov mesta a expatov žijúcich v Bratislave pripravili 14 podujatí, ktorých sa zúčastnilo 294 osôb. Ponúkli sme tematické vychádzky a prehliadky: Bratislavské korzo, Zdravotná prehliadka Bratislavy o starých špitáloch, nemocniciach a lekároch, Dekadentná secesia o najvýznamnejších pamiatkach tohto štýlu, Barokové sakrálne stavby, Kláštore a rehole, venované spomienke na 70 rokov od akcie K a R, známej ako "barbarská noc", o najvýznamnejších kláštorných komplexoch Starého mesta, ich význame v súčasnosti a osudoch, ktoré ich postretli počas komunistického režimu, na prehliadke Antickí hrdinovia na bratislavských pamiatkach sme sa preniesli do mytológie, Čriepky zo židovskej histórie Bratislavy predstavili pamätné miesta a zvyky židovskej komunity. Prehliadka Po stopách slávnych hudobníkov predstavila tých velikánov hudby, ktorí v našom meste pôsobili a pozdvihli jeho kultúrnu úroveň, prehliadka Nenápadní hrdinovia odhalila ich príbehy prenasledovania počas dvoch totalitných režimov v 20. storočí. Ondrejský cintorín a Medická záhrada boli už príjemnou vlastivednou prechádzkou a zakončením tohto oslavného víkendu.
Pre zahraničných návštevníkov mesta sme zorganizovali garančné prehliadky v nemeckom a anglickom jazyku, pre cudzincov žijúcich v Bratislave sme po prvý krát zorganizovali stretnutie a poznávanie mesta s lokálnym sprievodcom v anglickom jazyku. Záujem bol veľký, zúčastnilo sa 45 expatov.

<u>Deti spoznávajú mesto</u> (2.10.-4.10.2020)

BTB si zaumienilo osloviť aj mladšiu generáciu návštevníkov, preto sa aj táto aktivita pôvodne mala konať na Medzinárodný deň detí. Uskutočnila sa na prelome mesiacov september-október v spolupráci s OZ Pátrač Tino. Cieľom bolo zvýšiť povedomie o zaujímavých miestach Bratislavy a ich spoznávanie hravou a zážitkovou formou. Deti dostali brožúrku, v ktorej sú popísané navštívené miesta a po vyplnení úloh dostali odmenu priamo od maskota, Pátrača Tina osobne. Uskutočnilo sa 7 prehliadok pre rodiny s deťmi s takmer 200 účastníkmi: Pátrač Tino spoznáva SNM – Prírodovedné múzeum, ... fontány Bratislavy, ... paláce Bratislavy, ... Bratislavský hrad, ... hudbu Bratislavy, ... veže Bratislavy, ... Železnú studničku.

Ďalšou aktivitou TIC BTB je sieťovanie subjektov CR v rámci destinačnej karty Bratislava CARD, *City&Region*, ktorých individuálna ponuka služieb má v sebe potenciál vytvoriť komplexný produkt CR. V roku 2020 bolo v projekte zapojených 73 partnerov z verejného a súkromného sektoru, ktorí poskytovali pre držiteľov karty viac ako 120 zliav na produkty a služby vo výške do 100% na území hlavného mesta a regiónu. Účinným nástrojom podpory tohto produktu je obstaranie predajného a akceptačného softwéru, 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

Tourist Angels – Dobrovoľníci v Bratislave

Spolupráca BTB s BDC sa realizovala v rámci projektu Tourist Angels prostredníctvom Letnej turistickej sezóny 2020. Hlavným zámerom projektu bola pomoc turistom pri základnej orientácii v meste. V záujme dobrej vizuálnej rozpoznateľnosti boli dobrovoľníci oblečení do modrých tričiek. V tomto období sa dobrovoľníci pohybovali po meste od 1. 7. – do 15. 9. 2020. Dobrovoľníci označení ako Tourist Angels boli zapojení každú sobotu a sústreďovali sa prevažne v uličkách starého mesta.

3. TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU

Pri výbere podporovaných podujatí formou technickej a dramaturgickej spoluorganizácie, PR propagácie prípadne zabezpečenia sprievodného programu sme vychádzali z princípov marketingovej a komunikačnej stratégie, ako je udržateľnosť, dostupnosť, medzinárodný rozmer, návštevnosť podujatia, rozptýlenie návštevníkov priestorovo z centra mesta a frekventovaných priestorov do mestských častí a časovo rozptyl programov v rôznych sezónach.

Vzhľadom na vývoj pandemickej situácie, meniace sa epidemiologické opatrenia, obmedzenia a neplánovateľnosť hromadných podujatí, niektoré pôvodne plánované podujatia menili počas roka svoj formát, uprednostnili sa menšie eventy prevažne v exteriéroch s prísnym dodržaním bezpečnostných, hygienických opatrení a v od polovice septembra sa presunuli do bezkontaktného online priestoru.

Naplnenie stanovených cieľov v aktivite:

- Vytvorenie komplexnej ponuky tematických produktov v súlade s komunikačnými líniami destinácie stanovenými v Marketingovej a komunikačnej stratégii
- Podporovanie a spoluorganizácia podujatí v meste s cieľom zabezpečiť celoročný bohatý program pre návštevníkov mesta, podnietiť potenciálnych návštevníkov k návšteve Bratislavy, predĺžiť dobu ich pobytu
- 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)
- Podporovanie 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 Bratislavy

Kultúrna a umelecká Bratislava

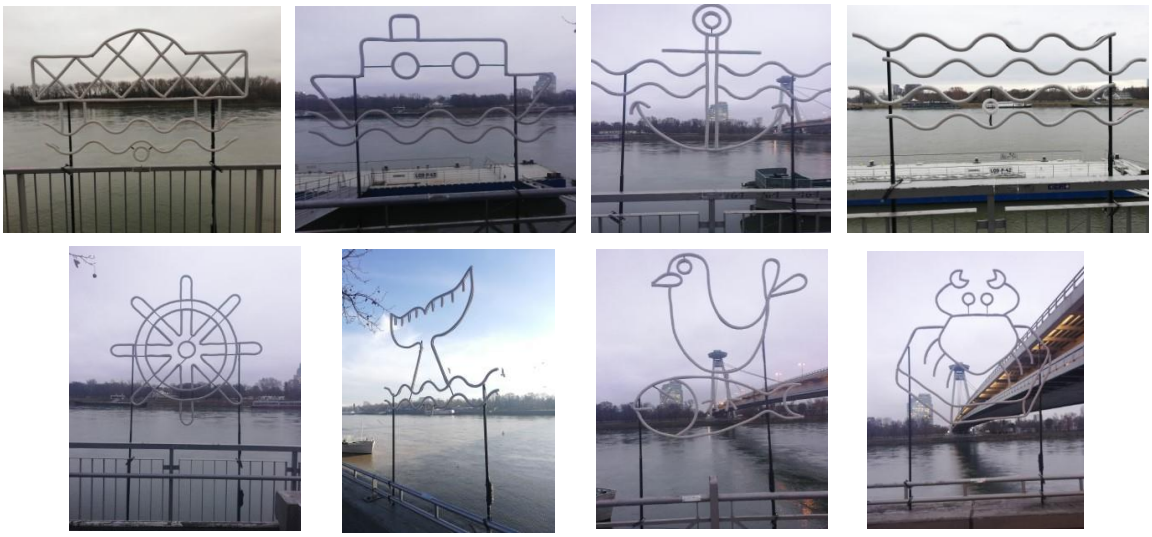
Tematická produktová línia „Kultúrna a umelecká Bratislava“ zahŕňa podporu kultúrnych aktivít v spolupráci s Hl. mestom SR Bratislava, mestskými časťami, mestskými organizáciami a inštitúciami, ktoré sú svojím charakterom a činnosťou zamerané na podporu kultúrno-spoločenského diania mesta a regiónu. Realizované podujatia boli rozdelené do piatich tematických celkov: Hudba na Dunaji/Eventy na Dunaji, Kultúrna Bratislava, Podpora produktu a vytvorenia udržateľných parametrov v mestských častiach, BIBIANA a Eventové kultúrno-umelecké, prezentačné aktivity pre veľvyslanectvá v Bratislave.

Hudba na Dunaji/Eventy na Dunaji – cieľom podujatí bolo posilniť aktivity spojené s výnimočnosťou Bratislavy ako mesta na Dunaji a zakomponovanie témy „Dunaj“ ako

konceptu v umeleckom svete sériou viacerých menších eventov na Dunaji alebo v areáli Danubiany.

- **Hudba na Dunaji - Shakespeare koncert (5.8.2020) -** sprievodným podujatím Letných Shakespearovských slávností Slovensko, ktoré sa pravidelne každé leto organizujú na Bratislavskom hrade, boli v roku 2020 aj Shakespeare koncerty. Shakespeare koncert je autorský divadelno-koncertný program skladieb, archívnych videozáznamov a hereckých výstupov zo shakespearovských inscenácií. V podaní známych hereckých a speváckych osobností ako Ľuboš Kostelný, Tomáš Grega, Alena Pajtinková, David Hartl, Vojtech Geleta, Vladislav Plevčík, Daniel Žulčák, Róbert Mankovecký. Predpremiéru Shakespeare koncert organizovala divadelná producentská agentúra v spolupráci s BTB výnimočne na nábreží Dunaja pri Eurovei. Vstup pre divákov zo širokej verejnosti bol bezplatný a na premiéru boli pozvaní aj zástupcovia veľvyslanectiev, ministerstiev, mesta, mestských organizácií a spolupracujúcich partnerov. Vzhľadom na aktuálne pandemické opatrenia sa podujatie mohlo uskutočniť v exteriéri pri dodržaní bezpečnostných a hygienických opatrení. BTB zabezpečila prenájom priestoru, dramaturgiu a realizáciu, umelecké výkony, technické zázemie a komunikačnú podporu. Zaujímavé spojenie žánrov divadla a koncertu pod holým nebom s výhľadom na Dunaj mal cieľ podporiť kultúrny život v Bratislave a kontaktný zážitok z predstavení po dlhých týždňoch obmedzenia v dôsledku pandemických opatrení.

- **Život na Dunaji - Biela Noc –** spolupráca na projekte z dielne OZ Biela noc, ktorý bol súčasťou podujatia Biela Noc 2020 Christmas edition. Podujatie predstavuje jedinečnú výstavu svetelných umeleckých diel (piktogramov), ktoré vytvorili vizuálni umelci Nina Augustín Šosková a Robo Farkaš. BTB podporila podujatie formou prenájmu 8 umeleckých diel, ktoré boli v období od 06. 12. 2020 do 06. 01. 2021 vystavené na Bratislavskej promenáde pri Dunaji.



Kultúrna Bratislava - cyklus podujatí rôznych žánrov realizovaných v spolupráci s BKIS a ďalšími kultúrnymi inštitúciami.

- **Kultúrne leto (jún – september 2020)** – najväčší a najznámejší letný kultúrny 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 predstavení s názvom „Hudobná história Bratislavy“. Od júla do septembra raz do týždňa mali obyvatelia a návštevníci mesta možnosť spoznať tvorbu jedného svetového hudobníka, ktorý tvoril alebo žil v Bratislave. Okrem hudobných skladieb sa diváci mohli dozvedieť aj zaujímavosti zo života jednotlivých umelcov a histórie mesta z obdobia života týchto umelcov v podaní profesionálnych turistických sprievodcov. Podujatie bolo súčasťou nového programového formátu „Pekné miesta“- koncerty sa konali na menej frekventovaných lokalitách v historickom centre mesta a v mestských častiach. Diela interpretovali známi a menej známi talentovaní umelci a umelecké zoskupenia.

Spoznali sme tvorbu Johanna Nepomuka Hummela v Múzeu J. N. Hummela (16.7.2020), Franza Liszta na Nádvorí Starej radnice (23.7.2020), Josepha Haydna v Klariskách (30.7.2020), Bélu Bartóka na nádvorí Jána Nepomuckého (6.8.2020), Ludwiga van Beethovena, J. Haydna, Alexandra Albrechta, W. A. Mozarta a Svetozára Stračinu na nádvorí Starej radnice (13.8.2020), Ilju Zeljenku v Mirbachovom paláci (20.8.2020), Josepha Kaspara Mertza v Parku Svoradova (27.8.2020), Pavla Zelenaya na Tyršovom nábreží v Petržalke (10.9.2020). Plánovaný koncert Speváckeho zboru mesta Bratislava 6.9.2020 v Klariskách kvôli sprísneniu obmedzení hromadných podujatí v interiéri sa zrušil. Ostatné podujatia sa uskutočnili naživo za účastí obecenstva s prísnym dodržaním aktuálnych hygienických opatrení a rozostupov. 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. Hlavný organizátor, BKIS zabezpečil propagáciu podujatia prostredníctvom plagátov, na svojich online platformách a cez tlačové správy aj v slovenských médiách.

- **Kultúrna Bratislava – Bratislavské Vianoce – online Vianočné štúdio Klarisky 2020 -** pokračovanie spolupráce BTB s Bratislavským kultúrnym a informačným strediskom na spoluorganizácii zimnej série kultúrnych podujatí v Bratislave s dôrazom na podporu kultúrneho diania v hlavnom meste v adventnom období. Vzhľadom na zhoršenie pandémie COVID 19 a obmedzenie live podujatí a zhromažďovania sa osôb, adventná séria podujatia Kultúrna Bratislava bola realizovaná live streamovaním z online štúdia v kostole Klarisky cez sociálne siete. Hlavnými organizátormi novej online formy moderovaného vianočného programu - diskusií s osobnosťami mesta obohatené o hudobné vystúpenia - ktorý bol vysielaný naživo cez Facebook boli Mesto Bratislava a BKIS. BTB podporila Vianočné štúdio vysielané poslednú adventnú nedeľu 20.12.2020 zabezpečením hudobnej produkcie koncertu skupiny Billy Barman.

Podpora produktu a vytvorenia udržateľných parametrov v mestských častiach – miestne tradície (napr. vinárstvo), zaujímavé a nepoznané zákutia.

- **Kultúrna a umelecká Bratislava v mestských častiach (august – december 2020) -** podpora produktov a podujatí v mestských častiach Bratislavy zameraných na miestne tradície a prilákanie návštevníka aj z ostatných mestských častí, ale aj mimobratislavských návštevníkov s cieľom naštartovania lokálneho turizmu a spoznávania svojho mesta v rámci projektu „Turistom vo vlastnom (hlavnom) meste". Zámerom kampane je podporiť lokality mimo turisticky frekventovaných miest, zvýšenie záujmu o návštevu kultúrnych podujatí a inštitúcií v Bratislave, a to tak počas hlavnej turistickej sezóny aj mimo nej, zvýšenie spolupatričnosti lokálnych obyvateľov k mestu, rozptýlenie návštevníkov z centra mesta do mestských častí Bratislavy, prispievajúc tým k udržateľnému cestovnému ruchu, aj kvalite života obyvateľov. Spolupráca s mestskými časťami v roku 2020 sa uskutočnila vo viacerých líniách, jednou z nich je aj podpora oživenia kultúrno-spoločenského života v meste po prvej vlne pandémie COVID19 a podporu kultúry a umenia, umelcov a zoskupení vzhľadom na ich obmedzené možnosti živých vystúpení. BTB oslovila všetkých 17 mestských častí ohľadom spolupráce na podpore produktov, tradícií a podujatí. Viacerí organizátori vyčkávali kvôli meniacim sa obmedzeniam na organizovanie hromadných podujatí – najmä max. počty účastníkov, preto sa spolupráca rozvinula až v mesiaci august, kedy sa konali multižánrové letné festivaly, kultúrne letá a hodové slávnosti v mestských častiach. Snažili sme sa podporiť skôr podujatia, ktoré sa opakujú a majú potenciál napojiť sa aj na propagáciu vybraných tém, napr. víno, zelená Bratislava, historické výročia, spolupráca mestských častí a pod. Viaceré stabilné každoročné podujatia však boli organizátorom zrušené. Pri podpore podujatí v MČ väčšinou išlo o podporu umelcov a umeleckých zoskupení (väčšinou sa vyberali interpreti, ktorí majú nejaký vzťah k príslušnej mestskej časti) v žánroch ako spev, hudobná produkcia, divadelné predstavenie, predvádzanie dobových predstavení – šerm, predvádzanie ľudových remesiel, prednáška o histórii Bratislavy. Plánované spolupráce s MČ na podujatiach od septembra vzhľadom na sprísnenie opatrení po nástupe 2. vlny pandémie boli zrušené, obmedzené alebo presunuté do online priestoru.
  Okrem zabezpečenia umeleckých výkonov a spolupráci BTB poskytla aj komunikačnú podporu cez medializáciu pripravovaných eventov cez web, sociálne siete, články a tlačové správy a informovanie návštevníkov cez TIC.
  V rámci tohto cyklu BTB podporila 11 lokálnych podujatí v 13 zapojených mestských častiach, ako Akcia leta Summer Fest v Jarovciach, Letné Dni Petržalky, Stredovek v Petržalke, Koncerty v Botanickej záhrade v Karlovej Vsi, Deň Rusoviec, Dni burčáku v Rači, Spomienka na Deža Ursínyho v Dúbravke, Koncert k 200. výročiu prvého vystúpenia F. Liszta v Starom Meste, Maľované Vajnory, Spojme sa všetci za umenie v Ružinove. Vzorovým príkladom spolupráce mestských častí bolo spojenie viacerých MČ (v bratislavskom IV. obvode) v rámci podujatia Susedský advent 2020, ktoré bolo vysielané cez lokálne TV stanice a sociálne siete a hodnotné vystúpenia rôznych žánrov z rôznych

mestských častí boli doplnené aj o príhovory starostiek a starostov zapojených MČ a o videoprezentáciu kultúrnej a turistickej ponuky MČ a života ich obyvateľov v rámci podujatí počas celého roka.

Tabuľka č. 19: Prehľad podujatí podporených BTB v mestských častiach

Mestská časť	Názov podujatia	Krátky opis	Podpora BTB	Termín	Miesto
JAROVCE	Akcia leta - Summer Fest	Podujatie Akcia leta je spoločenské podujatie pre všetky vekové kategórie. Program je postavený na kultúre, hudbe a športe.	Hudobná produkcia - Filip Gaál, Robert Dobiáš; Umelecké zoskupenia Delivery a M.Ú.Z.A.	1.8.2020	TJ Jarovce Futbalové ihrisko
PETRŽALKA 1	Letné Dni Petržalky - koncert Fats Jazz Band	Koncert FATS JAZZ BAND je súčasťou Letných Dní Petržalky, ktoré sú alternatívou 23. ročníka Dní Petržalky. Hudobná produkcia oživuje tradíciu hot-jazzu a swingu 20. až 40. rokov minulého storočia.	Skupina Fats Jazz Band (cez o.z. Swingmania)	1.8.2020	priestor pred DK Zrkadlový háj
PETRŽALKA 2	Stredovek v Petržalke	Podujatie „Stredovek v Petržalke“ zahŕňa atraktívne programy ako rekonštrukciu historickej bitky, šermiarske vystúpenia, turnaje, ukážky dobových remesiel a tancov, stredoveké stanové tábory s replikami zbraní a dobového nábytku	Gaston Trg o.z. - prezentácia dobové života v tábore, šermiarske vystúpenie a zápolenie vo veľkej bitke	22.8.2020	pri bunkri B-S4 Lány
KARLOVA VES	Kultúrne a športové leto v Karlovej Vsi / Komorné koncerty v Botanickej záhrade - koncert Fats Jazz Band	Podujatie Karloveský festival / Kultúrne a športové leto v Karlovej Vsi je letným festivalom mestskej časti Bratislava – Karlova Ves s podujatiami rôznych žánrov pre rôzne vekové skupiny. Komorné koncerty v Botanickej záhrade sú kombináciou prírodnej kulisy a tónov majstrov hudobnej scény.	Koncert autentickej hot jazzovej a swingovej hudby obdobia 20-tych až 40-tych rokov minulého storočia - Fats Jazz Band (cez o.z. Swingmania)	22.8.2020	Botanická záhrada

RUSOVCE	Deň Rusoviec	Podujatie „Deň Rusoviec 2020“ je nosnou kultúrno-spoločenskou udalosťou roka v mestskej časti Bratislava-Rusovce. Podujatie svojim návštevníkom, všetkých vekových a záujmových skupín, zaručuje nevšedný kultúrny a spoločensko-umelecký zážitok. Každý rok sa na počesť SNP zapaľuje vatra. Súčasťou podujatia sú aj sprievodné podujatia predovšetkým pre mladé rodiny s deťmi.	hudobno-tanečná produkcia Slovenský ľudový umelecký kolektív (SĽUK), hudobná kapela Pánko a zoskupenie Klobúk dole	29.8.2020	Park kaštieľa
RAČA	Dni Burčáku v Rači	Podujatie dni Burčáku je alternatívne podujatia k tradičnému Vinobraniu. Je to menšie komorné podujatie s komunitným programom a otvorenými dvormi, pivnicami a vinicami račianskych vinárov a vinohradníkov. Program bude rozložený do takmer 20 stanovíšť po celej Rači, kde bude možné ochutnať čerstvý lokálny burčiak a vína z Rače za dodržania všetkých hygienických opatrení	divadelné predstavenie Divadlo na hojdačke, hudobná produkcia Miženko Band,hudobná produkcia Mário Frank, hudobná produkcia a umelecký hrnčiar - predvádzanie remesla Marek Čatloš	12.-13.9. 2020	Vinohradnícky chodník a mestská časť Rača
DÚBRAVKA	Spomienka na Deža	Hudba, umenie, literatúra - pokračovanie v hudobnej spomienke na Deža Ursínyho, podpora kvalitnej hudby, umenia a vážnej hudby uprostred sídliska, oživovanie verejného priestoru. Moderátor -	hudobné zoskupenie – projekt Modrý vrch (Filip Hittrich, Jakub Ursíny, Lenka Molčányiová, Marián Slávka, Tomáš	19.9.2020	park na Fedákovej

		hudobný publicista Oliver Rehák.	Michalčák, Valér Miko, Vladimír Nosáľ)		
STARÉ MESTO	Koncert k 200. výročiu prvého vystúpenia Franza Liszta v Bratislave - online	Podujatie „Koncert k 200. výročiu prvého vystúpenia F. Liszta v Bratislave“ je klavírnym koncertom na pripomienku vystúpenia vtedy ešte len 9-ročného umelca vo vtedajšej Bratislave/Prešporku, ktorý sa konal na Ventúrskej ulici. Podujatie je spojené s prednáškami o živote a tvorbe F. Liszta. Vzhľadom na pandémiu COVID-19 podujatie bolo realizované virtuálne audiovizuálnym záznamom vystúpení s následnou distribúciou cez sociálne siete.	klavírny koncert Mgr. Art. Ladislav Fančovič, Art D., sprevádzanie, prednáška o histórii Bratislavy - Prešporok začiatkom 19. storočia - Zuzana Godárová	26.11.2020	Konzervatórium, Tolstého 11
VAJNORY	Maľované Vajnory - virtuálne návštevy ľudových interiérov s hudobným doprovodom, vajnorský ornament - formou videonavhrávky a streamovanie cez sociálne siete	V súvislosti s pandémiou COVID 19 podujatie boli realizované najmä virtuálnymi návštevami jednotlivých destinácií a hudobným doprovodom – ľudovou piesňou. Jednotlivé zastavenia boli zdokumentované formou videonahrávok a šírené online najmä prostredníctvom sociálnych sietí. Cieľom podujatia „Maľované Vajnory 2020“ je sprístupnenie krásnych ornamentami maľovaných interiérov, klenbových pivníc a súkromných zbierok - vyšívaných a maľovaných vajnorských artefaktov.	folklórna skupina Vajnorský okrášľovací spolok - spev, tanec a ľudové remeslá	10 nahrávacích dní október-december	rôzne zastávky v MČ

		Neodmysliteľnou súčasťou podujatia je vajnorská ľudová pieseň a tanec v podaní folklórnej skupiny Vajnorský okrášľovací spolok. • štúdiová nahrávka 10 ľudových piesní • videonahrávka vystúpenia FS • prezentácia ľudových remesiel – autorská tvorba maľba ornamentov – video nahrávka			
RUŽINOV	Spojme sa všetci za umenie - online	Podujatie "Spojme sa všetci za umenie" malo za cieľ podporiť umenie a umelcov z Bratislavy a regiónu, ktorých zasiahla kríza najviac. Mestská časť Bratislava - Ružinov prostredníctvom Cultus Ružinov poskytla zadarmo prenájom priestoru, techniku, propagáciu a organizáciu vystúpenia. Zároveň im zabezpečila aj honoráre. Vzhľadom na pandémiu, podujatie bolo realizované virtuálne cez live stream prostredníctvom oficiálneho FB profilu Cultus Ružinov (zdieľané MČ Bratislava - Ružinov)	koncert Anka Repková, hudobná skupina The AnyOne	november - december	Dom kultúry Ružinov- online stream
DÚBRAVKA, KARLOVA VES, DEVÍN, DEVÍNSKA NOVÁ VES, LAMAČ, ZÁHORSKÁ BYSTRICA	Susedský advent - online, televízny záznam	Podujatie „Susedský advent 2020“ má za cieľ priniesť predvianočnú kultúrnu atmosféru Bratislavčanom, podporiť kultúrne dianie v Bratislave, zviditeľnenie a spoluprácu mestských častí. Do realizácie programu sú zapojené	DÚBRAVKA - hudobná produkcia skupiny Horehigh, Bigbít & Co., Ponte Pardo a divadelné predstavenie Vianoce s Grinchom cez Prima	november - december	Dom kultúry Dúbravka a mestské časti

		mestské časti zo 4. bratislavského okresu s vlastným programom v rôznych žánroch – koncert, divadelné predstavenie, detské programy, remeselné dielne a pod. a krátkou prezentáciou. Koordinátorom projektu je mestská časť Bratislava Dúbravka. Vzhľadom na pandémiu COVID-19 podujatie bolo realizované audiovizuálnym záznamom vystúpení, pričom tento záznam bol po postprodukcii distribuovaný virtuálne cez sociálne siete a regionálne televízne vysielanie počas adventného obdobia.	Event; KARLOVA VES - hudobná produkcia Gypsy Jazz SK; DEVÍNSKA NOVÁ VES - divadelné predstavenie Mici a Mňa cez Prima Event; DEVÍN - hudobná produkcia Folklórna skupina Rýpesláčik a koncert chrámového zboru AdHoc; ZÁHORSKÁ BYSTRICA - hudobná produkcia Ľudová hudba Dudíci, Spevácky zbor Bystričan a hra na akordeón PaeDr. Milan Púčik/FS Chasa; LAMAČ - hudobná produkcia Mária Podhradská a kapela		

*Vlastné spracovanie

BIBIANA – Medzinárodný festival animovaných filmov pre deti

- **BIBIANA – Bienále animácie Bratislava – „Festival BAB“ (5.-10.10.2020)** - organizátorom je BIBIANA Medzinárodný dom umenia pre deti a je partnerom svetoznámeho podujatia s dlhoročnou tradíciou Bienále ilustrácií Bratislava. Do júla 2020 prebiehala spoločná súťaž kresieb a flipbookov na tému „Moja Bratislava“. Do BIBIANY prišlo 175 ilustrácií, najmladší účastník mal 3 roky a najstarší 18 rokov.

Spoluorganizovanie Festivalu BAB a Geocatching - Lovci pokladov – Lovci BABákov bola hra, ktorá spočívala v hľadaní odmien v podobe rôznych festivalových predmetov ukrytých v reálnom svete, na základe indícií, ktoré boli postupne zverejňované na sociálnych sieťach BIBIANY. BTB projekt podporila tým, že spolufinancovala videá s Jurajom Kemkom, ktorý deťom zadával hádanky alebo indície, kde treba poklad hľadať. Zároveň BTB zabezpečila ceny v podobe vyhliadkovej jazdy Prešporáčikom pre skupinu detí a dozor z materskej školy (pozn. bol poskytnutý voucher).

Eventové kultúrno-umelecké, prezentačné aktivity pre veľvyslanectvá v Bratislave so zámerom podpory návštevnosti z ich krajín sa vzhľadom na pandemické opatrenia presunuli do online priestoru.

- **Ázijský deň v Danubiane (24.9.2020) -** špeciálne podujatie venované odbornej diskusii na aktuálnu tému vplyvu pandémie COVID-19 na cestovný ruch, aktuálny stav vo svete a možnosti spolupráce v oblasti kultúry a turizmu za účasti veľvyslancov šiestich ázijských krajín (Čína, India, Indonézia, Japonsko, Južná Kórea, Vietnam), zástupcov Ministerstva dopravy a výstavby SR a Hlavného mesta SR Bratislavy. Podujatie sa konalo v jedinečnom prostredí na polostrove v Dunaji, v priestoroch múzea moderného umenia Danubiana Meulensteen Art Museum v mestskej časti Bratislava Čunovo. Odborný workshop bol spojený s prehliadkou múzea a so sprievodným programom – vystúpením umelcov zo súboru Lúčnica a ochutnávkou špecialít medzinárodnej kuchyne zúčastnených krajín. BTB zabezpečila prenájom priestoru, umelecké vystúpenie, catering a reklamné a marketingové služby.

Tradičná a udržateľná Bratislava

Tematická línia „Tradičná a udržateľná Bratislava“ zahŕňala v roku 2020 aktivity, na ktorých sa BTB podieľala formou spoluorganizovania a PR propagácie:

- **KUVYT – Kultúrno výtvarná intervencia do mestského exteriéru** - projekt bol realizovaný veľkorozmernou, audiovizuálnou, interaktívnou inštaláciou na báze recyklátov, ready-made prefabrikátov určenú domácim aj zahraničným návštevníkom. Pretvorené lodné kontajnery z dielne sochára Ľuba Mikleho vytvorili priestor na rôzne umelecké intervencie. V súčasnosti sú spojené do jednej kompozície na Tyršovom nábreží. Formálne sa KUVYT skladá zo šiestich kontajnerov, uniformných a pre diváka vizuálne ľahko spracovateľných „oceľových krabíc“. Vznikli tak unikátne industriálne objekty rôznych funkcií a významov. Primárne však symbolizovali otvorené brány alebo „objektívy“, jedinečné nielen miestom svojej inštalácie. Geometria priezorov umožňovala pozorovať rôzne panorámy mesta, ich výseky či súvislosti, alebo pohľad cez objekt opačným smerom. Interiéry symbolikou svojich farieb reprezentujú viaceré témy. Projekt bol rozdelený na 3 fázy. Prvé tri objekty vytvárali kompozične pomyselný trojuholník, v ktorom sa rozprestiera centrum mesta. V druhej fáze boli ďalšie dva objekty umiestnené v turistických atrakciách v mestských častiach mimo centra Bratislavy (Danubiana, Hrad Devín) a tretí objekt bol mobilný po meste. Vo večerných a nočných hodinách sa geometrické priezory objektov automaticky rozsvecovali a umožnili tak návštevníkom pátrať po nových horizontoch genia loci Bratislavy. Projekt realizovaný v rozpätí od 17. 8. 2020 do 30. 4. 2021, s ambíciou postupne obohacovať verejný priestor.

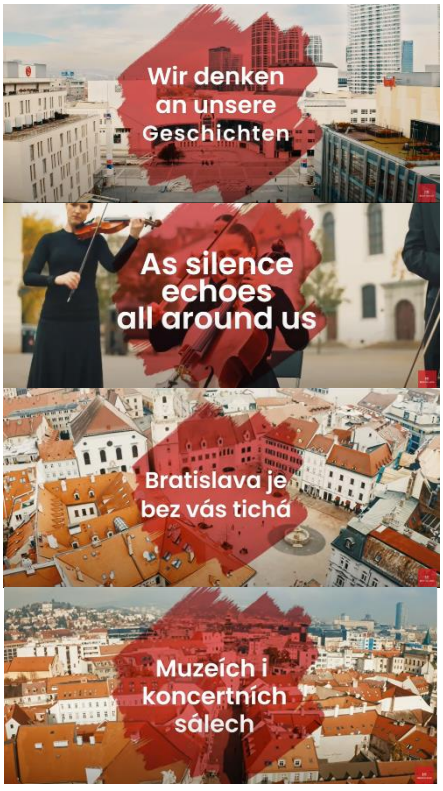
  1. fáza: 3 objekty na 3 lokáciách (1. Tyršovo nábrežie, 2. Slavín, 3. Bratislavský hrad)

  2. fáza: 2 objekty na 2 lokáciách + 1 objekt v pohybe (4. Hrad Devín, 5. Galéria Danubiana, 6. objekt prepravovaný po meste)

  3. fáza: finálna kompozícia zo 6 objektov do tvaru „hviezdy“ na Rázusovom nábreží a neskôr na Tyršovom nábreží. Dielo z Rázusovho nábrežia bolo prevezené vrtuľníkom na Tyršovo nábrežie.

  Zámerom projektu bolo podporiť genius loci Bratislavy a vytvoriť “audio-vizuálno-meditačnú“ zónu pre ľudí s ambíciou zmierniť dopad surovej reality spôsobenej pandémiou.

- **Viva Bratislava!** – pôvodne plánované podujatie, ktoré malo pozostávať z koncertu desiatich svetoznámych slovenských umelcov, bolo vzhľadom na nepriaznivú situáciu a obmedzujúce bezpečnostné a hygienické pandemické opatrenia COVID-19, nebolo možné uskutočniť. Koncertný projekt bol presunutý do online priestoru, realizovaný formou umeleckého videa zameraného na impozantné a ikonické pohľady na Bratislavu v sprievode umeleckého zoskupenia Sinfonietta Bratislava, ktoré hrá melódie skladby Musica Slovaca od hudobného skladateľa Iľju Zeljenku. Video vzniklo v 4 jazykových mutáciách (nemčina, angličtina, slovenčina a čeština) a jeho cieľom bolo pripomenúť potenciálnym návštevníkom krásy Bratislavy (brand awareness kampaň) s cieľom pozvánky do Bratislavy po uvoľnení opatrení. Ide o odkaz na zrušené kultúrne podujatia, nemožnosť sa stretávať s blízkymi i na chýbajúce emócie spojené s umením a návštevnou nášho hlavného mesta. Tieto zábery na jednej strane odzrkadľujú aktuálnu situáciu, na strane druhej ide o inšpiráciu a naladenie sa na nové príbehy v Bratislave. Video zároveň vyjadruje podporu zatvoreným atrakciám, prevádzkam a kultúre.



- **Svetový deň cestovného ruchu a 55. výročie otvorenia 1. Turistického a informačného centra (TIC) v Bratislave a na Slovensku** – BTB pripravilo k tomuto sviatku podujatia dostupné pre všetkých, vrátane hendikepovaných skupín obyvateľov, zároveň si pripomenulo 55. výročie otvorenia TIC (29. apríl 1965), ktoré sídlilo v Zelenom dome na Sedlárskej ulici. BTB k tomuto výročiu pripravilo špeciálny branding v podobe plagátov a špeciálneho polepu výkladov turistického informačného centra. Tematický drobný merkantil pre návštevníkov TIC zabezpečenie tričiek.

Konkrétne realizované prehliadky k 55. výročiu TIC v Bratislave, Svetový deň cestovného ruchu (25.-27.9.2020) - vzhľadom na nepriaznivú situáciu a obmedzujúce bezpečnostné a hygienické opatrenia v apríli sme toto výročie nestihli osláviť, preto sme zvolili ako možnosť prepojenie tohto výročia so sviatkom všetkých profesionálov v CR, ktorým je Svetový deň CR pripadajúci na 27. september. Program, ktorý sme si pôvodne pripravili pre Bratislavčanov a návštevníkov mesta, sme nemohli realizovať v plnom rozsahu, ale aj takto obmedzene sme predstavili našu činnosť a históriu a súčasnosť Bratislavy. Navyše, dobrovoľníci – „turistickí anjeli“ sa pohybovali v sobotu 26. septembra v uliciach Starého mesta v čase od 11.00 do 15.00 hod. Okrem informácií rozdávali aj darčeky ako upomienku na 55. výročie otvorenia 1. informačného centra v Bratislave.
TIC BTB si každoročne pripomína Svetový deň cestovného ruchu organizovaním vychádzok a prehliadok po meste, ktoré majú na jednej strane budovať vzťah domáceho obyvateľa k návštevníkovi mesta a na strane druhej, vzdelávať obyvateľa mesta a vytvárať u neho pocit spolupatričnosti s mestom a dianím v meste. Celkove sme pre Bratislavčanov, návštevníkov mesta a expatov žijúcich v Bratislave pripravili 14 podujatí, ktorých sa zúčastnilo 294 osôb (12 v slovenskom jazyku, z toho jedna pre hendikepovaných na invalidnom vozíku a 2 prehliadky v anglickom jazyku). Ponúkli sme tematické vychádzky a prehliadky: Bratislavské korzo, Zdravotná prehliadka Bratislavy o starých špitáloch, nemocniciach a lekároch, Dekadentná secesia o najvýznamnejších pamiatkach tohto štýlu, Barokové sakrálne stavby, Kláštore a rehole, venované spomienke na 70 rokov od akcie K a R, známej ako "barbarská noc", o najvýznamnejších kláštorných komplexoch Starého mesta, ich význame v súčasnosti a osudoch, ktoré ich postretli počas komunistického režimu, na prehliadke Antickí hrdinovia na bratislavských pamiatkach sme sa preniesli do mytológie, Čriepky zo židovskej histórie Bratislavy predstavili pamätné miesta a zvyky židovskej komunity. Prehliadka Po stopách slávnych hudobníkov predstavila tých velikánov hudby, ktorí v našom meste pôsobili a pozdvihli jeho kultúrnu úroveň, prehliadka Nenápadní hrdinovia odhalila ich príbehy prenasledovania počas dvoch totalitných režimov v 20. storočí. Ondrejský cintorín a Medická záhrada boli už príjemnou vlastivednou prechádzkou a zakončením tohto oslavného víkendu.

Pre zahraničných návštevníkov mesta sme zorganizovali garančné prehliadky v nemeckom a anglickom jazyku, pre cudzincov žijúcich v Bratislave sme po prvý krát zorganizovali stretnutie a poznávanie mesta s lokálnym sprievodcom v anglickom jazyku. Záujem bol veľký, zúčastnilo sa 45 expatov.

Historická a korunovačná Bratislava

Tematická línia „Historická a korunovačná Bratislava“ zahŕňala v roku 2020 nasledovné podujatia:

- **Podujatia s korunovačnou tematikou - Bratislavské korunovačné dni (14. - 16.8. 2020)** – podujatie s dlhoročnou tradíciou, ktorého organizáciu prevzalo v roku 2020 BTB ako hlavný organizátor po prvýkrát. Konalo sa pod záštitou Magistrátu hlavného mesta SR Bratislavy, v spolupráci s mestskými inštitúciami Bratislavské kultúrne a informačné stredisko, Múzeum mesta Bratislavy a ďalšími mestskými organizáciami.

  Podujatie bolo do značnej miery ovplyvnené obmedzeniami spojenými s COVID-19 a bolo potrebné zmeniť tradičné nastavenie podujatia. Z toho dôvodu neboli realizované aktivity v plnej forme (veľký program po sprievode na Hlavnom námestí, sprievodné programy, kde by bolo potrebné znížiť riziko zhromaždenia väčších skupín divákov). Namiesto toho bol program Bratislavských korunovačných dní rozptýlený do celého historického centra mesta a pozostával z menších vystúpení pre menšie skupinky divákov. Bratislavské korunovačné dni sú zaujímavou atrakciou pre domácich aj zahraničných návštevníkov mesta.

Program BKD 2020 bol rozložený do troch dní :

Stála expozícia: Expozícia portrétov uhorských kráľov na hradbách

14.8.2020 10:00 - 17:00 Korunovačný foto-videopoint

17:00 - 19:00 Prehliadka BA "O korunováciách Márie Terézie" - SJ

15.8.2020 11:00 - 18:00 Korunovačný foto-videopoint

11:00 - 13:00 Prehliadka BA "Po stopách korunovácií" - SJ
11:00 - 13:00 Prehliadka BA "Po stopách korunovácií" - NJ
11:00 - 13:00 Prehliadka BA "Po stopách korunovácií" - AJ
14:00 - 14:50 Vystúpenie TOSTABUR
16:00 - 18:00 Prehliadka BA "Po stopách korunovácií" - MJ
18:00 - 19:30 Prehliadka BA "Po stopách korunovácií" - SK
19:30 - 20:30 Korunovačný koncert v Dóme sv. Martina

16.8.2020 11:00 - 18:00 Korunovačný foto-videopoint

11:00 - 13:00 Prehliadka BA "Po stopách korunovácií" - SJ
11:00 - 13:00 Prehliadka BA "Po stopách korunovácií" - NJ
11:00 - 13:00 Prehliadka BA "Po stopách korunovácií" - AJ
14:00 - 15:00 Korunovačný sprievod cez mesto
15:00 - 16:00 Korunovačný sprievod v meste
16:00 - 17:00 Ukončenie sprievodu

Počas všetkých troch dní podujatia BTB zorganizovalo bezplatné prehliadky na tému korunovácií v slovenskom, anglickom, nemeckom a maďarskom jazyku. Trasy prehliadok v trvaní 2 hodiny previedli účastníkov najvýznamnejšími miestami spojenými s ceremoniálom korunovácií uhorských panovníkov a ich manželiek. Celkovo sa 10-tich prehliadok zúčastnilo 279 účastníkov.

Počas celého trvania Bratislavských korunovačných dní bol vstup do Korunovačného foto-video pointu v Michalskej veži bezplatný. Návštevníci (100 – 150 návštevníkov denne) mali možnosť odfotiť sa vo foto-video pointe, alebo si tam urobiť video v dobových kostýmoch s korunovačnými insígniami a vyraziť si aj pamätnú mincu na dobovej raznici mincí. Počas podujatia bol výrazný nárast záujmu návštevníkov o fotenie sa v korunovačnom foto-video pointe, čomu napomohla aj spoločná propagácia na webových stránkach organizátorov a v turistických infopointoch.

Malý korunovačný sprievod sa konal v sobotu (15.08.2020) pred hlavným korunovačným sprievodom. Pohyboval sa v uliciach Starého mesta a začínal aj končil pri Michalskej veži. Účastníci sprievodu propagovali Korunovačný foto-video point a nedeľný veľký korunovačný sprievod. Sprievod predvádzal ukážky dobového bojového umenia, predstavil korunováciu uhorských kráľov. Účastníci sprievodu rozdávali propagačné materiály s korunovačnou tematikou a papierové korunky pre detských návštevníkov.

Korunovačný koncert sa konal v sobotu (15. 8. 2020) o 19:30 v Dóme sv. Martina s účasťou cca 250 ľudí. Korunovačného koncertu sa zúčastnili aj dva presstripy maďarských novinárov a zahraničných novinárov z krajín AT/DE/CZ/HU/UK. Koncert pripravil katedrálny zbor sv. Martina, ktorý pozostával z 38 členov zboru a orchestra.

Hlavný Korunovačný sprievod - v nedeľu (16.8.2020) vyvrcholili korunovačným sprievodom na počesť kráľa Mateja II. Korunovačný sprievod začínal na Bratislavskom hrade, kde od 12:00 prebiehal jeho nácvik a samotný štart bol o 14:00. V sprievode vystupovalo 202 umelcov z 13-tich umeleckých zoskupení. Na záver sprievodu zazneli pozdravné texty v 4 jazykoch a slávnostné fanfáry na počesť kráľa a sprievod sa v

skupinách presunul do uličiek centra Starého Mesta, kde sa skupiny fotili s návštevníkmi mesta, predvádzali súboje, bubnové a vlajkové show a korunovali za kráľov návštevníkov mesta. Po skončení sprievodu boli do Korunovačného foto-video pointu prenesené korunovačné insígnie, ktoré tak mali návštevníci možnosť si prezrieť zblízka.

- **Deň otvorených brán na Devíne - Rytieri na Devíne (5.9.2020)** – BTB v spolupráci s Múzeom mesta Bratislavy, BKIS a umeleckým zoskupením Tostabur (Tovarišstvo starých bojových umení a remesiel) ako organizátorom podporila podujatie zamerané na obdobie stredoveku na hrade Devín. Účelom podujatia bolo umelecky a divácky príťažlivo predstaviť históriu prostredníctvom šermiarskeho umenia, rytierskeho turnaja, historických tancov, rozprávok a poézie, remesiel, dobových scén, rekvizít a prezentácií. Cieľom bola zároveň aj propagácia turistickej atrakcie – hradu Devín v kontexte s poznávaním histórie, so sprievodným programom a interaktívnymi aktivitami na prilákanie návštevníkov a predĺženia ich pobytu. Výstupom z podujatia boli dve audiovizuálne diela s ukážkou programu Rytieri na Devíne v kontexte s turistickou lokalitou hradu Devín, ktoré budú slúžiť na propagáciu destinácie Bratislava, hradu Devín, histórie mesta a ponuky programov pre obyvateľov a návštevníkov Bratislavy.

- **Rímske hry – Limes Day (12.9.2020**) – je podujatie, ktoré sa koná každý rok v mestskej časti Bratislava-Rusovce v lokalite Múzea Antická Gerulata, ktorá je nominovaná na zápis do zoznamu Svetového dedičstva UNESCO a zameriava sa na propagáciu rímskeho kultúrneho dedičstva a histórie mesta Bratislava. V roku 2020 sa 23. ročník s prívlastkom coronaročník uskutočnil s obmedzeným počtom návštevníkov v komornejšej atmosfére, aby sa zabezpečili aktuálne protipandemické opatrenia. Stretnutie súčasníkov z 21. storočia so starovekými ľuďmi pôsobiacimi v minulosti v Gerulate, bolo obohatené o mystické prvky a interaktívne programy pre celú rodinu, ako veľké pátranie detí v Gerulate, ktorá ukrýva poklad. BTB bola spoluorganizátorom cyklu „Mysteriózne prechádzky po Gerulate“ a zabezpečila interaktívne herecké výkony umeleckou personifikáciou Rimanov v autentických dobových kostýmoch, ktorí predniesli príbehy dávnej minulosti. Súčasťou podujatia bolo aj Limes Day, v rámci ktorej v roku

2020 namiesto obvyklých živých sprevádzaných prehliadok a archeobusov premávajúcich medzi Bratislavou a rakúskymi Carnuntom, sa uskutočnila virtuálna cezhraničná cyklotúra po rímskych pamiatkach na trase Bratislava, Devín, Hainburg, Bad Deutsch Altenburg, Petronell Carnuntum, Edelstal, Kittsee a Rusovce. Aktuálne natočený videofilm za účasti bratislavských sprievodcov sa premietal návštevníkom priamo v Gerulate. BTB podporila podujatie aj komunikačne cez web a sociálne siete a hlavný organizátor Múzeum mesta Bratislavy distribuoval tlačovú správu aj pre slovenské médiá. Reportáž o podujatí sa odvysielala aj televízna stanica TA3.

Destinačné – regionálne a lokálne produkty cestovného ruchu

Korunovačný foto-video point

Korunovačný foto-video point tento projekt podporuje tému korunovačnej Bratislavy vďaka možnosti interaktívnou formou spoznávať obdobie korunovačnej minulosti mesta. Návštevníci nájdu v priestoroch Michalskej veže dobovo zariadené priestory, autentický 3D model historického mesta s vyznačením trasy korunovačného sprievodu, dobovú raznicu mincí. Môžu sa odfotiť a nahrať video v dobovom kostýme s rekvizitami na fotenie (koruna, žezlo, jablko) a stať sa tak súčasťou historického výjavu. Fotografiu a video s obsahom zobrazujúcim procesiu a výjav korunovácie je možné vytlačiť alebo zdieľať mailom.

V roku 2020 bola prevádzka Korunovačného foto – video pointu značne ovplyvnená pandémiou COVID-19. Z dôvodu obmedzení bolo otvorenie foto-video pointu posunuté a skrátené na 3 mesiace (august až október). Z dôvodu pandémie sa znížila aj návštevnosť, z minuloročných 4718 na 935, čo je pokles o 80 %. Foto-video point bol v prevádzke denne okrem pondelka v čase od 10 hod. do 17 hod. v pracovné dni a od 11 hod. do 18 hod. cez víkend. Počas Bratislavských korunovačných dní bol vstup zdarma. K dispozícii bol počas celej doby prevádzky vyškolený personál, ktorý obsluhuje zariadenie slúžiace na fotenie a natáčanie videí, ako aj poskytuje turistom informácie o ďalších turistických atraktivitách v meste v rámci zabezpečenia sezónnych propagačných a prezentačných služieb v téme historická a korunovačná Bratislava.

Počas roka 2020 došlo k oprave a obnove rekvizít na fotenie, jeho leštenie, doplnenie chýbajúcich ozdobných kameňov osadených na korunkách (4 ks). Pre zatraktívnenie priestoru a lepšie priblíženie korunovačnej tematiky návštevníkom boli vyrobené napodobeniny Svätoštefanských korunovačných insígnií (koruna, meč, žezlo, jablko), ktoré budú vystavené v priestoroch korunovačného foto-video pointu.

Na konci roku 2020 museli byť priestory foto-video pointu vysťahované z dôvodu rekonštrukcie Michalskej veže. V súčasnej dobe hľadáme vhodné priestory na prevádzku Korunovačného foto-video pointu.

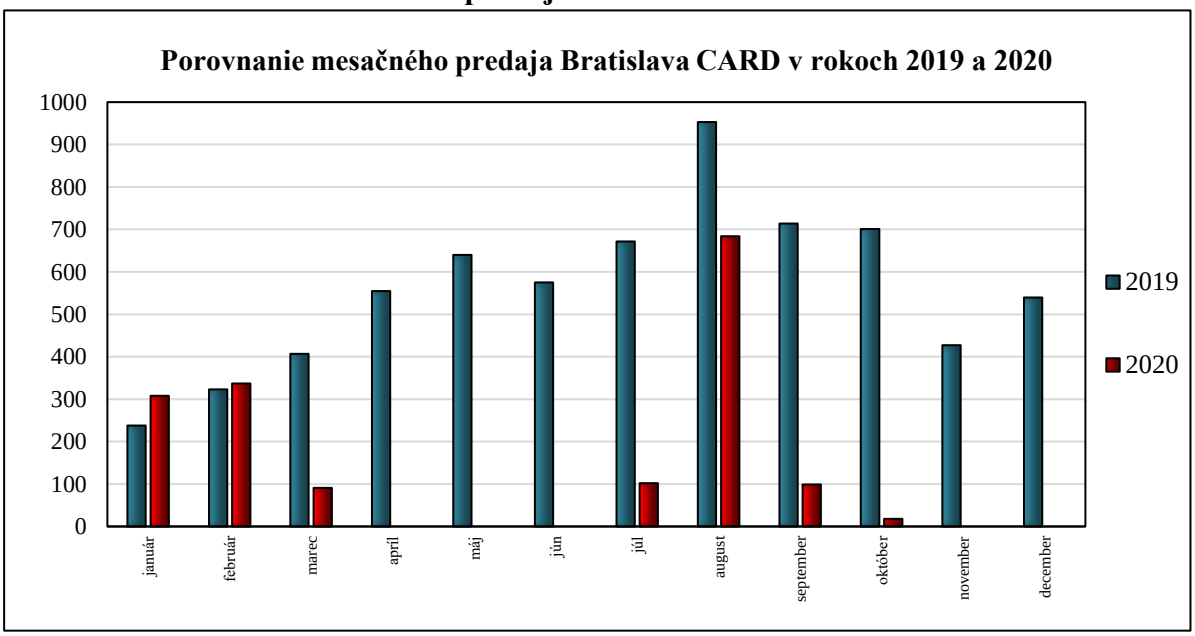
Bratislava CARD, *City & Region*

TIC BTB participuje na tvorbe konkurencieschopnej produktovej ponuke na území hlavného mesta, aktívne sieťuje subjekty CR a zapája ich do tvorby a podpory produktovej ponuky s cieľom navýšenia počtu prenocovaní v destinácii a zatraktívnenia samotnej produktovej ponuky. TIC BTB zapája do svojich aktivít aj subjekty pôsobiace v Bratislavskom regióne, čím dochádza k aktívnej spolupráci s KOCR Bratislava Region Tourism.

Bratislava CARD je dôležitým nástrojom podpory predaja služieb CR v destinácii a zároveň názornou ukážkou spolupráce aktérov pôsobiacich v cestovnom ruchu na území hlavného mesta a regiónu. Vďaka spolupráci s Hlavným mestom, IDS BK a KOCR Bratislava Region Tourism sa nám podarilo vytvoriť silný regionálny produkt, ktorý podporuje záujem návštevníka zotrvať v destinácii viac dní. V roku 2020 bola karta prezentovaná vo všetkých komunikačných výstupoch, spoluprácach a kampaniach spojených s ponukou destinácie Bratislava a Bratislavský región.

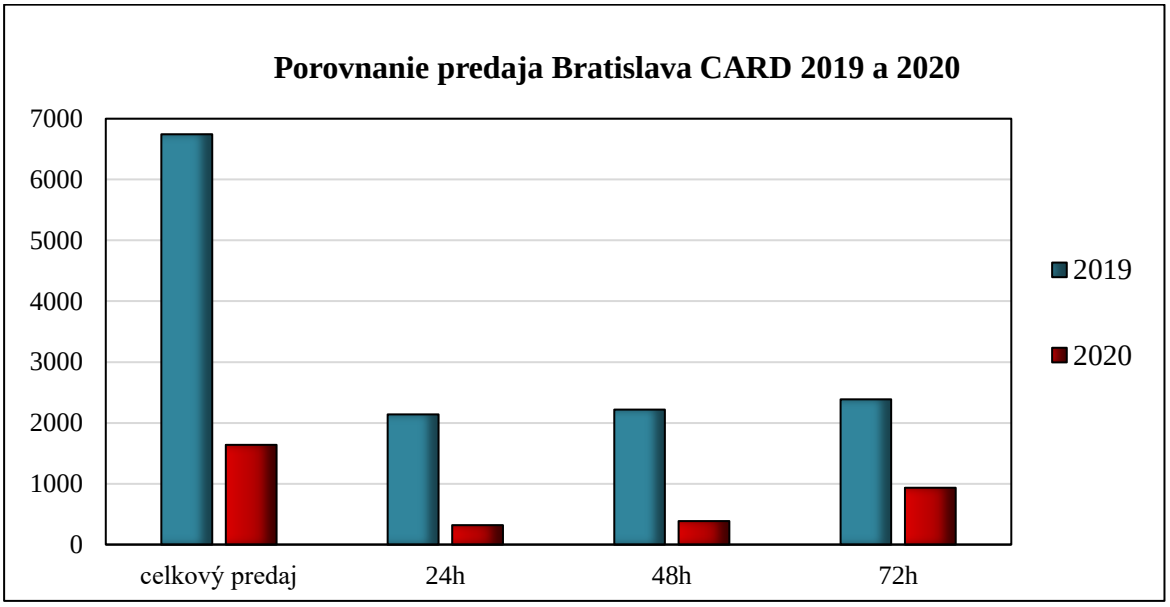
V roku 2020 sa nám podarilo zosieťovať 73 partnerov, ktorí ponúkali viac ako 120 zliav a benefitov pre držiteľov karty v zariadeniach a službách CR, z toho 18 služieb mohol držiteľ karty využívať bezplatne. Karta sa predávala prostredníctvom TIC BTB a 23 províznych predajcov, ako aj online cez web BTB visitbratislava.com a aplikáciu mesta. Záujem o BC zo strany návštevníkov mesta každým rokom narastal, v roku 2019 sme zaznamenali oproti roku 2018 21,1 % nárast v predaji a 55,7 % nárast v jej využiteľnosti. Avšak rok 2020 nás vrátil späť o 10 rokov dozadu. Samotná pandémia a prísne opatrenia znamenali veľkú stratu pre sektor cestovného ruchu, a teda aj pre jeho produktovú ponuku. V roku 2020 sme predali 1 639 ks turistických kariet, z toho 319 ks 24-hodinových, 386 ks 48-hodinových a 934 ks 72-hodinových. Oproti roku 2019, kedy bolo predaných 6 745 ks kariet, to bol pokles o 75,7%.

Graf č. 6: Porovnanie mesačného predaja Bratislava CARD 2019 a 2020



*Vlastné spracovanie

Graf č. 7: Porovnanie celkového predaja Bratislava CARD v rokoch 2019 a 2020

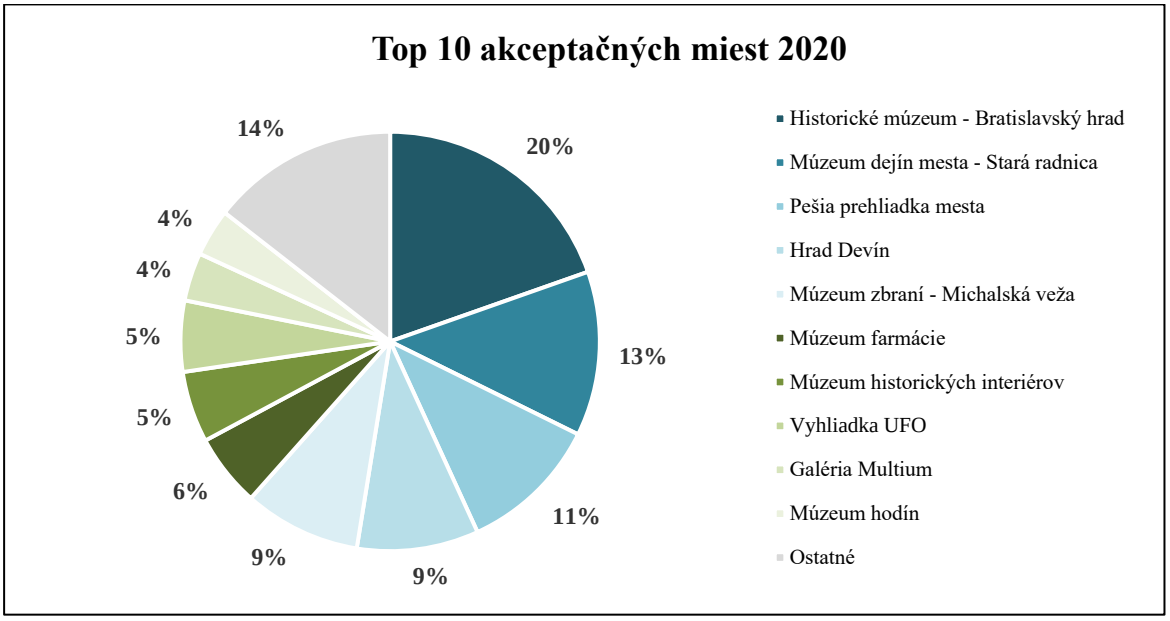


*Vlastné spracovanie

V porovnaní s rovnakým obdobím roku 2019 stále dominuje pri predaji kariet **veková skupina** od **26 do 40 rokov, nasledovaná skupinou od 41 do 55 rokov**. V roku 2020 si kartu najviac kupovali **Nemci, Slováci, Rakúšania, Poliaci a Briti**.

V roku 2020 bolo evidovaných **4 782 akceptácií** kariet. V porovnaní s rovnakým obdobím roku 2019 sa v roku 2020 znížil počet akceptácií karty (využiteľnosť karty) o 79,6 %. Zhodne s rokom 2019 si zachoval svoje prvenstvo benefit **bezplatný vstup do Historického múzea SNM na Bratislavskom hrade**.

Graf č. 8: Top 10 akceptačných miesta Bratislava CARD



*Vlastné spracovanie

Celý systém predaja a akceptácií BC sa manažuje prostredníctvom licencovaného softwéru. Systém podporuje užívateľské prostredie pre predajné a akceptačné miesta, ako aj pre administrátora. Softwér 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 sotfwérového 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 počítače alebo pomocou čítacieho zariadenia s pripojeným na internet alebo s jeho využitím v offline prostredí formou načítania čiarového kódu na karte. Niektoré akceptačné miesta uprednostňujú evidenciu akceptácií len vizuálnou kontrolou a zapísaním čísla karty. V prípade offline evidenicie je ID kariet len evidované, jeho overenie prebieha neskôr po nahratí čísla karty do systému, čo sa realizuje vždy na konci mesiaca. Zakceptované 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, nahodenie offline údajov do systému, ich spracovanie, technickú podporu softwéru na predajných a akceptačných miestach 7 dní v týždni, spracovávanie manuálov a metodických pokynov pre užívateľov

softwéru , štatistické spracovávanie off line údajov a celkovú sumarizáciu online a offline dát do mesačných, štvrťročných, polročných a ročných reportov s grafmi. 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.

Destinačná karta je klasická plastová karta, ktorá má vlastnú expiráciu na základe vopred zadefinovaných časových a hodinových intervalov. Všetky predtlačené karty sú vopred nakonfigurované za účelom zisťovania ich využiteľnosti v jednotlivých zariadeniach a službách, sú kompatibilné so softwérovým 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 dotláča na jednotlivé typy kariet pracovník technickej podpory podľa potreby a v závislosti od produkcie 24, 48 alebo 72-hodinových kariet. V roku 2020 bolo vytlačených a nakonfigurovaných 2000 ks kariet. Karty – plastové i digitálne – sa vo verejnej doprave kontrolujú zatiaľ len vizuálne. Usilujeme sa o prepojenie aplikácie BTB s aplikáciou IDS BK, tak aby mohla byť platnosť kariet kontrolovaná čítacím zariadením revízora ako bežný cestovný lístok. Sme v rokovaní s IDS BK a jeho externým dodávateľom aplikácie.

V roku 2020 sme dokúpili pre potreby akceptačných miest a TIC BTB 4 online a 4 offline čítacie zariadenia, ktoré sú schopné načítať nielen čiarové, ale aj QR kódy. Tieto zariadenia sa využijú v galériách a múzeách so 100% zľavou pre držiteľov BC. Čítacie zariadenia predstavujú pre nás jednoduché technické riešenie na akceptáciu zliav a presnú evidenciu vstupov.

4. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY

Činnosti v tejto aktivite sú zamerané na kongresový (MICE) cestovný ruch a boli realizované formou 2 MICE Days stretnutí a produkciou 360° videí MICE relevantných venues.

Cieľom a prínosom týchto aktivít je predovšetkým networking, rozvoj marketingových, obchodných a praktických vedomostí a zručností členov, partnerov a stakeholderov BTB a zároveň aj modernizácia online prezentácie vybraných venues, ktoré sú vhodné na organizáciu MICE podujatí. Aktivity sú prospešné 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 meeting industry.

Naplnenie stanovených cieľov v aktivite:

- Zvýšenie povedomia o Bratislave ako cieľovom mieste pre kongresový cestovný ruch
- Spopularizovanie Bratislavy na medzinárodnom trhu „meeting industry“
- Zabezpečenie pozitívne PR a mediálne výstupy založené na osobnej skúsenosti autorov
- 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 v počte a kvalitatívnej úrovni mediálnych výstupov
- Popularizácia Bratislavy formou netradičných médií (sociálne siete, videá)
- Autentické mediálne výstupy založené na skúsenostiach influencerov (populárnych blogerov a vlogerov)

Bratislava MICE Days

BTB v roku 2020 zorganizovala 2 MICE Days stretnutia, pričom každé sa venovalo aktuálnej problematike v danej oblasti. Začiatkom roka 2020 sa organizovalo prvé MICE Day stretnutie naživo, avšak ďalšie sme organizovali z dôvodu pandemických obmedzení virtuálnou formou. Vysokou pridanou hodnotou stretnutí bola prítomnosť renomovaných a medzinárodne uznávaných spíkrov, z ktorých každý je odborník vo svojej oblasti. Pozvánky na MICE Days sú adresované celej databáza členov a partnerov BTB, vrátane zástupcov samosprávy (predstavitelia hlavného mesta SR Bratislavy, zástupcovia komisie cestovného ruchu a medzinárodnej spolupráce), zástupcov MDV SR. Vysoká účasť na každom z organizovaných podujatí, ako aj veľmi pozitívna spätná väzba od zúčastnených, sú potvrdením, že aktivita má svoje opodstatnenie, význam a prináša želaný efekt.

- **Bratislava MICE Day, 26.2.2020:** Téma: *„Udržateľný rozvoj cestovného ruchu“* Hlavné témy workshopu:
  - Udržateľný rozvoj cestovného ruchu so špecifickým zameraním na segment leisure a MICE v kontexte mesta Bratislava;
  - Udržateľný rozvoj Overtourism;
  - Pozitívne a negatívne dopady cestovného ruchu;

- Kritériá udržateľnosti;
- Úspešné stratégie udržateľnosti v segmente leisure na príklade vybraných destinácií v Európe a vo svete (komplexný pohľad na rozvoj destinácie, spoluprácu partnerov, SMART marketing, zefektívnenie managementu návštevníkov, využitie nových technológií, vzdelávanie turistov a rezidentov, manažment zdieľanej ekonomiky, zavedenie daní, poplatkov a limitov);
- Meranie a monitoring (vnímanie dopadov cestovného ruchu na rezidentov);
- Green Event – úspešné príklady zo segmentu MICE;
- Dlhodobý udržateľný rozvoj Bratislavy v oblasti leisure a MICE.

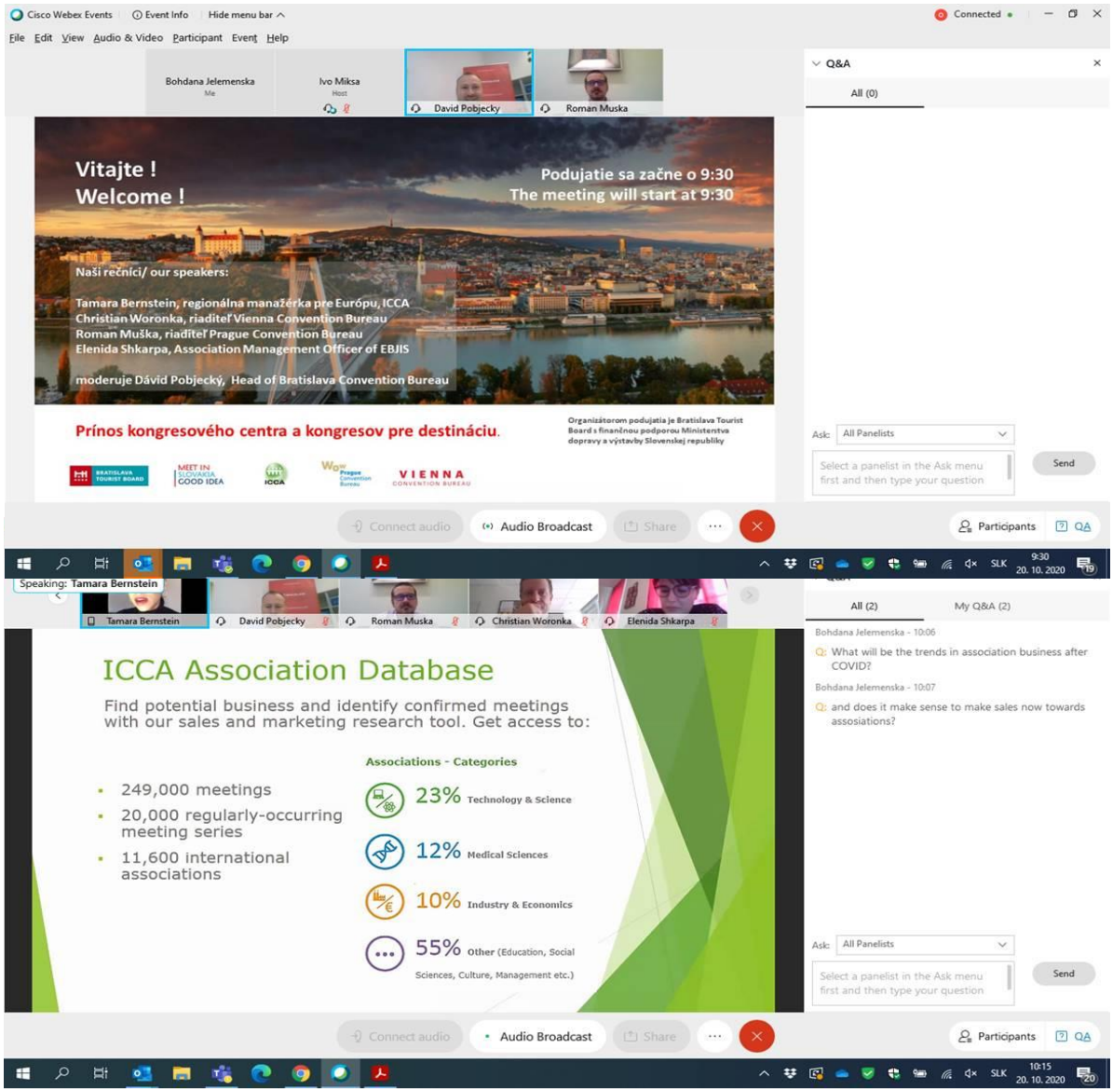
Odbornú garanciu podujatia zaručil výber prednášajúceho - Miroslava Rončáka z Českej Republiky, ktorý v minulosti pôsobil na pozícii riaditeľa českého zastúpenia Czech Tourism v Nemecku a má bohaté skúsenosti v oblasti cestovného ruchu, momentálne sa venuje výskumu a učí na Palackého univerzite v Olomouci. Miroslav Rončák bol oslovený na základe kontaktu, ktorý sme získali počas veľtrhu IBTM v Barcelone. Workshopu sa zúčastnilo 53 účastníkov.

- **Bratislava MICE Day (Virtual), 20.10.2020:** Téma: *„Prínos kongresového centra a kongresov pre destináciu“* Hlavné témy workshopu:
  - Predstavenie ICCA a kongresový priemysel, dôležitosť kongresov a eventov a ich dopad na destináciu;
  - Ekonomická dôležitosť obchodných stretnutí, mimo dosahu cestovného ruchu;
  - Asociačné stretnutia – RFP a bidding, ako sa asociácie adaptujú a menia počas COVID;
  - Aké sú kľúčové prvky, ktoré asociácia hľadá v cieľových destináciách a ako hodnotia výberový proces v budúcnosti (po COVID);
  - Prehľad stretnutí združenia - veľkosť, rotácia, vzdelávanie atď.;
  - Prípadové štúdie a prínosy kongresov pre destinácie Praha a Viedeň.

Prednášajúcimi na workshope boli:

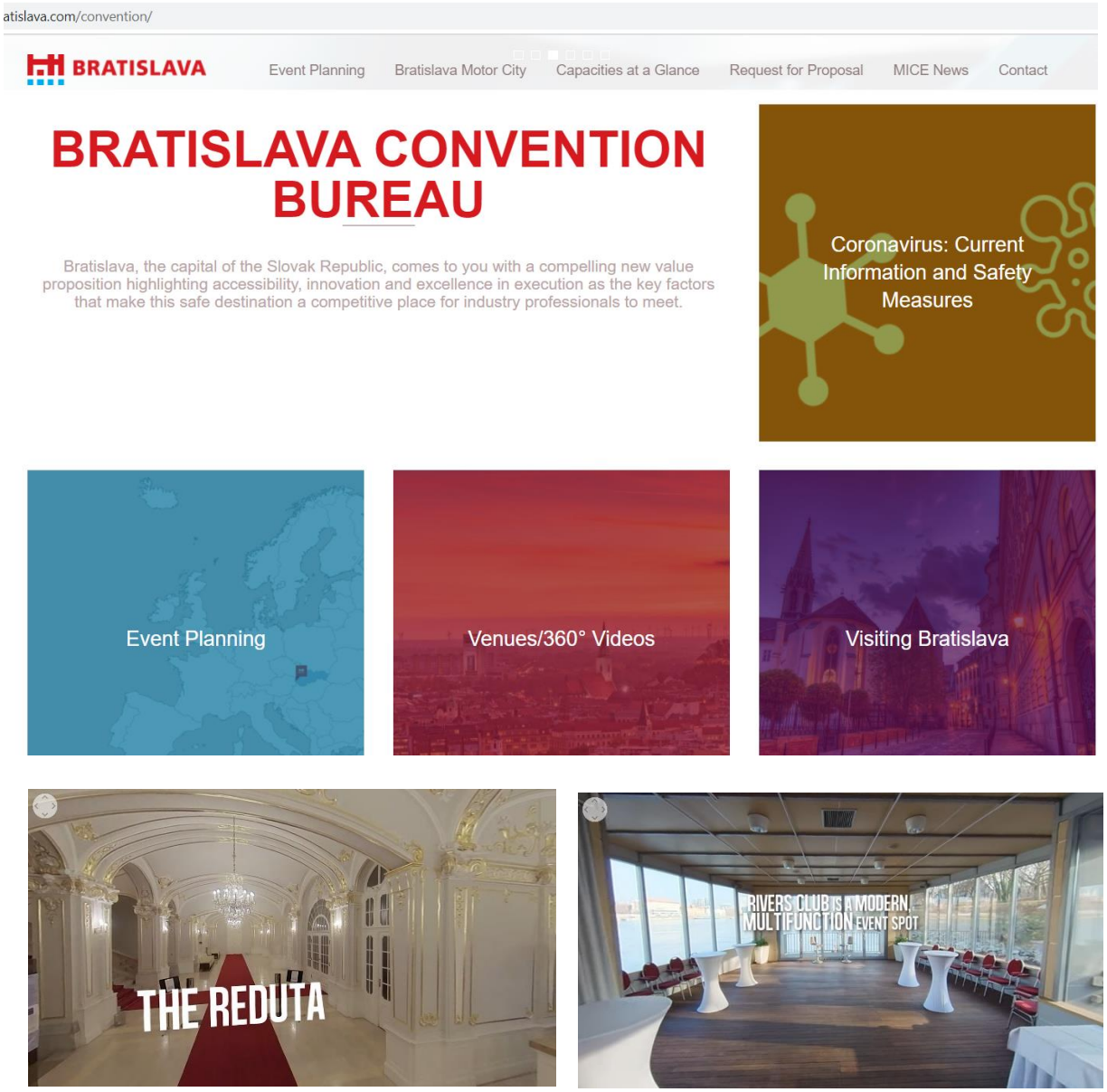
- Tamara Bernstein, regionálna manažérka pre Európu z ICCA (International Congress and Convention Association),
- Christian Woronka z Vienna Convention Bureau,
- Roman Muška z Praha Convention Bureau,
- Elenida Shkarpa z European Bone and Joint Infenction Society zo Švajčiarska (EBJIS).

Workshopu sa zúčastnilo viac ako 40 účastníkov, odozvy na obsah prezentácie boli veľmi pozitívne, publikum aktívne kládlo otázky a zúčastnení prejavili záujem o túto problematiku. BTB okrem prednášajúcich odborníkov z oblasti MICE, zabezpečila aj technické a operatívne služby na plynulý chod workshopu.



Webstránka BratislavaCVB.com – sekcia 360° videí MICE relevantných venues

V súčasnej dobe predstavuje webová stránka Bratislava Convention Bureau subkategóriu webovej stránky www.visitbratislava.com. Na webovej adrese https://www.visitbratislava.com/convention/ sú obsiahnuté všetky podstatné informácie dôležité pre meeting planners a pre ich rozhodovanie pre výber destinácie. V snahe skvalitnenia tohto obsahu sme koncom roka 2020 pripravili vizualizáciu MICE relevantných eventových priestorov v destinácií vo forme 360°videí. Tieto videá sú umiestnené v samostatnej sekcii https://www.visitbratislava.com/convention/venues-360-videos/.



5. INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU

Realizácia aktivít spojených s rozvojom 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 zo 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 privážaných klientov na letisko, železničnú či autobusovú stanicu, ev. ich prepravujú individuálnou dopravou. Správa nadväzujúcej mestskej hromadnej dopravy ako súčasti Bratislavskej integrovanej dopravy je založená na spolupráci samospráv mesta Bratislava a Bratislavského samosprávneho kraja spolu s Ministerstvom dopravy a výstavby SR. Adekvátnosť jej nastavenia (množstvo spojov, zrozumiteľnosť cestovného poriadku, nadväznosť liniek, kvalita dopravných prostriedkov, wifi siete na staniciach 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 – City and Region, zľavovej destinačnej karty, ktorej držitelia 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 docieliť okamžité zdieľanie tých najdôležitejších informácií o produktoch a atraktivitách v bezprostrednom okolí užívateľov.

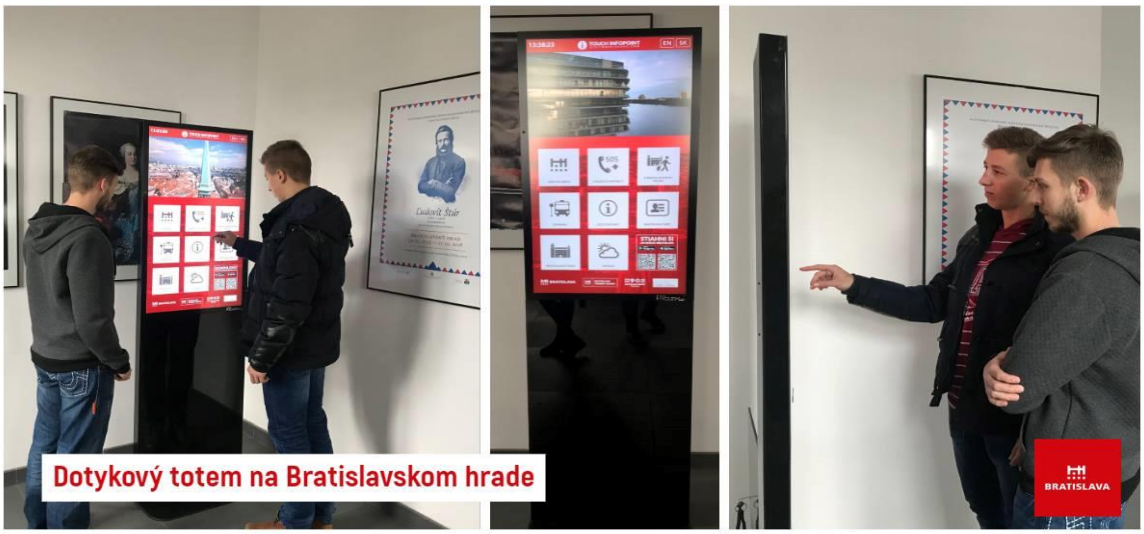
V rámci aktivity infraštruktúra cestovného ruchu BTB v spolupráci s mestskými časťami a mestskými inštitúciami zrealizovala projekty obnovy turistickej infraštruktúry.

Naplnenie stanovených cieľov v aktivite:

- Kvantitatívny a kvalitatívny rozmach informačno – navigačného systému pre domácich a zahraničných návštevníkov
- Efektívne sprostredkovanie žiadaných informácií návštevníkom
- Zvýšenie kvalitatívnej úrovne 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

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 M. R. Š. 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 nábreží v Bratislave, ktorý je vstupnou bránou do mesta s vysokou koncentráciou turistov, druhý bol umiestnený a nainštalovaný na železničnej stanici Petržalka dňa 07.10.2020.

Obsah totemov je uspôsobený 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 2020 boli uhrádzané náklady za nájom priestorov, kde sú osadené dotykové totemy, príprava prípojky pre elektrickú energiu pre dotykový totem na ŽST Petržalka, poplatky za servisné služby pre 4 dotykové totemy počas celého roka 2020 a čiastočne pre dodatočné 2 ks totemov (osadené v októbri 2020).

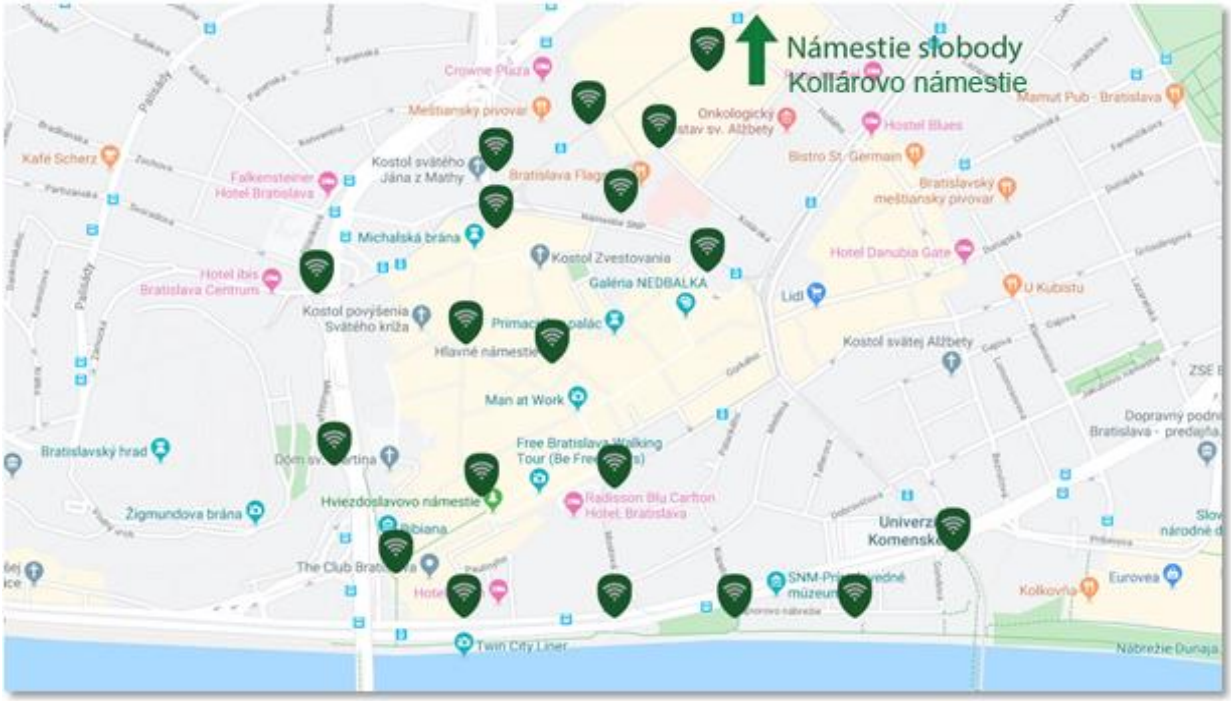
BTB prevádzkuje v priestoroch TIC Klobučnícka dva dotykové infopanely, ktoré poskytujú klientom TIC-u prehľadné a užitočné turistické informácie. Fungujú na princípe interaktívnych obrazoviek s prehľadným menu. Poskytované informácie sa zameriavajú na praktické okruhy typu: mestská hromadná doprava, ako sa kam dostať, otváracie hodiny, taxislužba, zmenáreň ap., na informácie o dostupnosti turistických atraktivít, na výhody a možnosť kúpy BC karty, kalendár podujatí, top 10 Bratislavy a pod. Celý systém je prepojený na aplikáciu Bratislava a na webový portál visitbratislava.com. S prevádzkou infopanelov súvisí neustála aktualizácia obsahu a údržba dotykových infopanelov, aby boli oba softvéry kompatibilné, čiže ten v paneloch, ako aj ten „tailor made“ pre BTB softvérové aplikácie.

Tretia obrazovka alebo infopanel slúži na zobrazovanie digitálnych plagátov, tak statických ako aj dynamických. Slúži na prezentáciu aktuálnych eventov v Bratislave, na prezentáciu/promo oficiálnej mestskej karty Bratislava Card, 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. Hlavný princíp je v poskytnutí bezplatného pripojenia na internet v centre mesta. Pripojenie je možné vďaka 21 uzlom lokalizovaným v jednotlivých častiach centra mesta. Projekt spĺňa podmienky platnej európskej legislatívy v zmysle tzv. GDPR. V budúcnosti sa plánuje uplatniť ešte geolokačný princíp, vďaka ktorému budú poskytované konkrétne informácie o lokalite a pamiatkach v okolí na základe miesta pripojenia. V roku 2020 sa pokrytie verejnou wifi sieťou rozšírilo o 7 uzlov, ktoré sú lokalizované v širšom centre okolo Obchodnej ulice, smerom na Michalskú bránu a okolie Hodžovho námestia a 1 dočastný uzol na Tyršovom nábreží.

Graf č. 9: Mapa uzlov



*Vlastné spracovanie

Tabuľka č. 20: Zoznam lokalít /uzlov:

P. č.	Počet vysielačov	Uzol
1	3	PAMV (oblasť Pamätníka Víťazstva a pred SND)
2	3	RBNN (oblasť Rybného Námestia)
3	3	KLOB (oblasť Klobučníckej 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 Kollárovho 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 (Čitáreň u Červeného raka)

*Vlastné spracovanie

Proces registrácie a analýza výsledkov z dobrovoľného dotazníka pri registrácií do verejnej siete wifi VisitBratislava

Verejná wifi sieť VisitBratislava poskytuje wifi signál pre pripojenie do internetu v centre mesta Bratislavy. 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:

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),

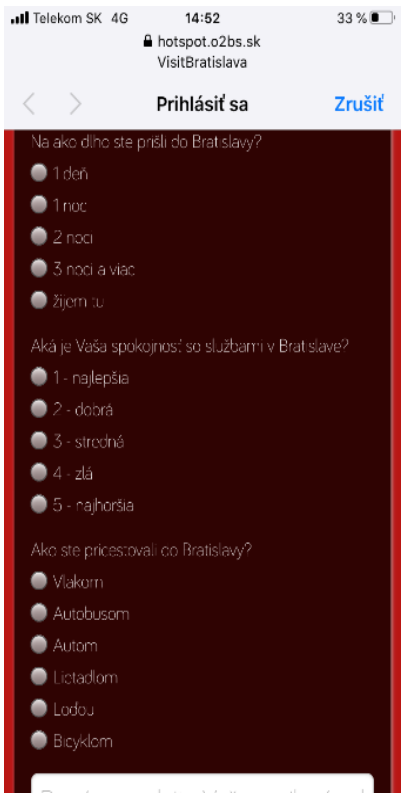
Analýza výsledkov z dotazníka bola spracovaná nasledovne:

Celková štatistická vzorka je 16 077 respondentov. Dáta z dotazníka boli zbierané v priebehu obdobia 1.1.2020 – 31.12.2020, čiže celý kalendárny rok 2020. Táto vzorka je plne anonymná, nevieme priradiť žiadnu relevantnú osobnú informáciu ku konkrétnej osobe. Z tejto vzorky sú vylúčení obyvatelia Bratislavy a slovenskí návštevníci Bratislavy, z dôvodu nejednoznačnosti určenia jednej alebo druhej skupiny. Zo vzorky boli vylúčení aj užívatelia so slovenským operačným systémom zariadení pripájaných do wifi siete VisitBratislava. Zo vzorky boli vylúčení aj užívatelia, ktorí nevyplnili jednu alebo viac z otázok v dotazníku.

- **110 647 unikátnych používateľov**
- **88,04% bounce rate – (okamžitý odchod zo stránky - čím vyššie %, tým horšie)**
- **13 sekúnd – priemerný čas na našom webe**

Telekom SK 4G
16:54
32 %
hotspot.o2bs.sk
VisitBratislava
Prihlásiť sa
Zrušiť
BRATISLAVA TOURIST BOARD
BRATISLAVA
TRAVEL IN SLOVAKIA GOOD IDEA
Pripojenie na internet
Vitajte v Bratislave
Tento prístupový portál slúži pre prihlásenie zariadení užívateľov k službe WiFi Hotspot „VisitBratislava", ktorá poskytuje bezplatný prístup k internetu a k turistickým aplikáciám mesta. Pre väčšiu bezpečnosť v tejto sieti nie je umožnená priama komunikácia medzi pripojenými zariadeniami, nie je umožnené fungovanie nebezpečným aplikáciám a nie je umožnený prístup k nevhodnému obsahu na internete.

Telekom SK 4G
14:51
34 %
hotspot.o2bs.sk
VisitBratislava
Prihlásiť sa
Zrušiť
Postup prihlásenia zariadenia k službe „VisitBratislava"
Vaše zariadenie prihlásite k službe vyplnením krátkeho dotazníka a odsúhlasením podmienok využívania služby WiFi Hotspot „VisitBratislava". Po úspešnom prihlásení k službe, ako aj pri ďalších nasledujúcich prihláseniach k službe, Vám zobrazíme uvítaciu stránku s aktivačným prvkom pre sprístupnenie internetových služieb.
Pre pokračovanie prosím vyplňte nasledujúc formulár
Odkiaľ pochádzate?
Aký je Váš vek?
17 rokov a menej


Telekom SK 4G
14:52
33 %
hotspot.o2bs.sk
VisitBratislava
Prihlásiť sa
Zrušiť
Na ako dlho ste prišli do Bratislavy?
1 deň
1 noc
2 noci
3 noci a viac
žijem tu
Aká je Vaša spokojnosť so službami v Bratislave?
1 - najlepšia
2 - dobrá
3 - stredná
4 - zlá
5 - najhoršia
Ako ste pricestovali do Bratislavy?
Vlakom
Autobusom
Autom
Lietadlom
Loďou
Bicyklom

Telekom SK 4G
14:52
33 %
hotspot.o2bs.sk
VisitBratislava
Prihlásiť sa
Zrušiť
Potvrdiť
BRATISLAVA TOURIST BOARD
DOVOLENKA NA SLOVENSKU DOBRÝ NÁPAD
www.slovakia.travel
Realizované s finančnou podporou Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky.

Telekom SK 4G
14:53
33 %
hotspot.o2bs.sk
VisitBratislava
Prihlásiť sa
Zrušiť
CONNECT TO THE INTERNET
Enjoy even more
Get your BC-card!
Tourist Information Centre
Klobučnícka 2

Telekom SK 4G
16:56
31 %
hotspot.o2bs.sk
VisitBratislava
Prihlásiť sa
Zrušiť
BRATISLAVA TOURIST BOARD
BRATISLAVA
TRAVEL IN SLOVAKIA GOOD IDEA
Dobrý deň, ste úspešne zaregistrovaný, prebieha presmerovanie na východziu stránku.
BRATISLAVA TOURIST BOARD

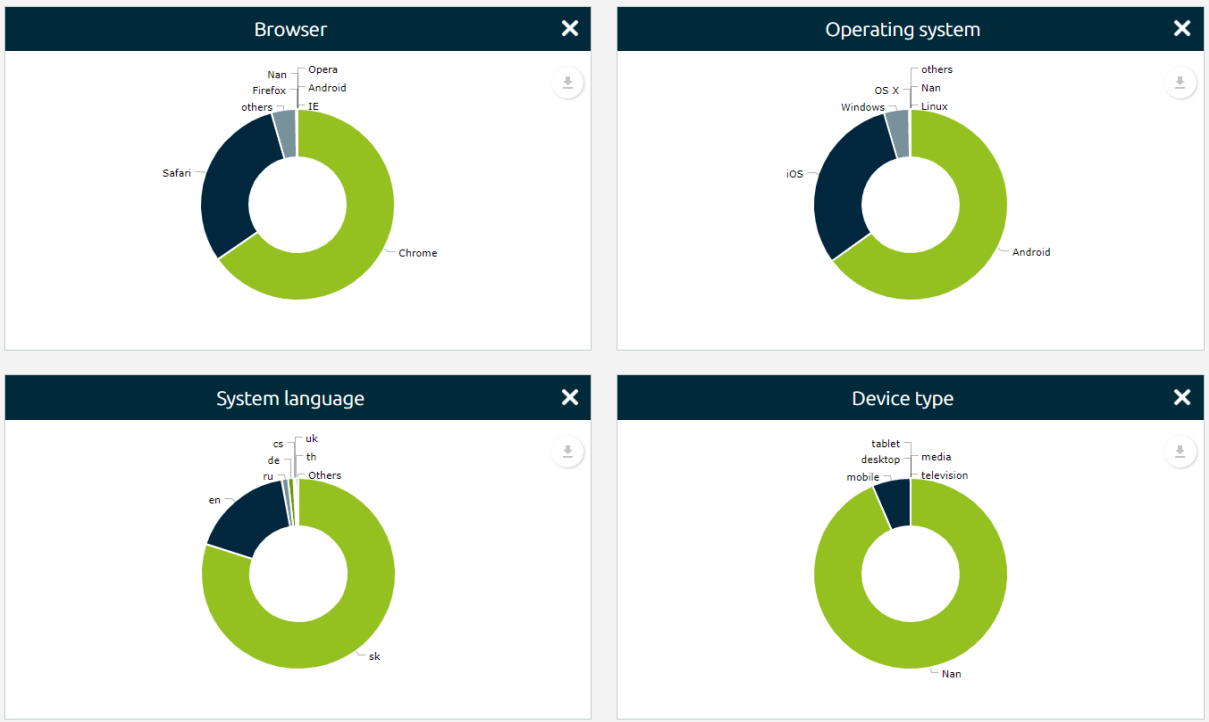
Tabuľka č. 21: Štatistika návštevnosti web stránky visitbratislava.com prostredníctvom wifi VisitBratislava od 1.1.2020 – 31.12.2020 (ako landing page):

Landing Page	Acquisition			Behavior		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration
	93,213 % of Total: 8.64% (1,078,562)	58.01% Avg for View: 66.70% (-13.03%)	54,077 % of Total: 7.52% (719,452)	87.26% Avg for View: 71.25% (22.48%)	1.14 Avg for View: 1.68 (-32.36%)	00:00:11 Avg for View: 00:01:06 (-82.72%)
1. /top-10-around-you-1/	24,866 (26.68%)	60.97%	15,162 (28.04%)	86.95%	1.14	00:00:10
2. /top-10-around-you-4/	23,034 (24.71%)	60.06%	13,835 (25.58%)	88.14%	1.13	00:00:10
3. /top-10-around-you-3/	19,049 (20.44%)	57.52%	10,957 (20.26%)	87.55%	1.13	00:00:11
4. /top-10-around-you-2/	16,786 (18.01%)	54.41%	9,133 (16.89%)	85.90%	1.15	00:00:15
5. /top-10-around-you-5/	9,478 (10.17%)	52.65%	4,990 (9.23%)	87.79%	1.13	00:00:13

Landing Page	Acquisition			Behavior		
	Sessions	% New Sessions	New Users	Bounce Rate	Pages / Session	Avg. Session Duration
	144,468 % of Total: 13.39% (1,078,562)	39.16% Avg for View: 66.70% (-41.30%)	56,570 % of Total: 7.86% (719,452)	88.82% Avg for View: 71.25% (24.67%)	1.12 Avg for View: 1.68 (-33.20%)	00:00:15 Avg for View: 00:01:06 (-77.40%)
1. /sk/top-10-v-okoli-1/	39,114 (27.07%)	36.27%	14,186 (25.08%)	89.41%	1.12	00:00:15
2. /sk/top-10-v-okoli-4/	32,684 (22.62%)	38.89%	12,711 (22.47%)	89.23%	1.12	00:00:15
3. /sk/top-10-v-okoli-2/	29,066 (20.12%)	45.75%	13,298 (23.51%)	87.10%	1.14	00:00:15
4. /sk/top-10-v-okoli-3/	27,849 (19.28%)	38.02%	10,588 (18.72%)	89.53%	1.11	00:00:13
5. /sk/top-10-v-okoli-5/	15,754 (10.90%)	36.73%	5,787 (10.23%)	88.47%	1.13	00:00:16

*Vlastné spracovanie

Graf č. 10: Operačné systémy pripojených jedinečných zariadení v delení na jednotlivé atribúty:



*Vlastné spracovanie

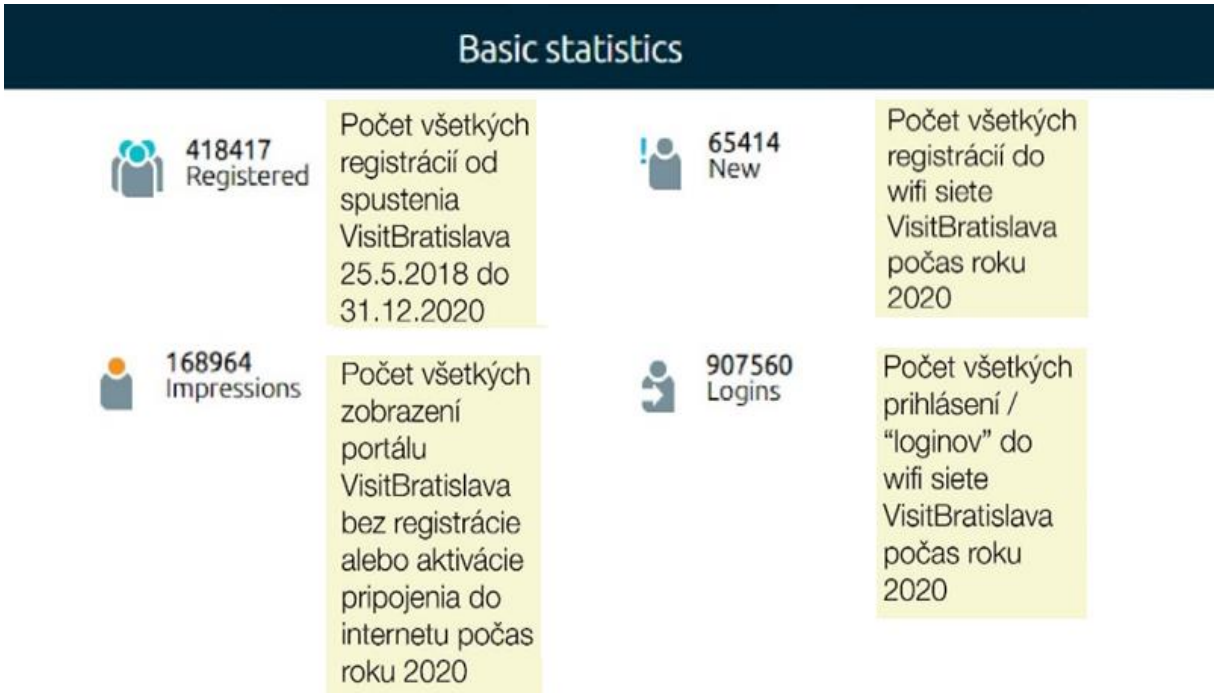
Na pripojenie k wifi VisitBratislava nie je nutné zadávať žiadne osobné údaje, používateľ len potvrdí súhlas s Všeobecnými obchodnými podmienkami. Pri registrácii je možné vyplniť dobrovoľný anonymný dotazník. V systéme je zaevidovaná len MAC adresa zariadenia. Tento režim platí od **25.5.2018 kedy GDPR vstúpilo do platnosti**.

Proces registrácie resp. pripájania (ak je už užívateľ registrovaný) končí na stránke www.visitbratislava.com na podstránke /top10 – Proces registrácie a návštevnosti je popísaný v dokumente nižšie.

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

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

Graf č. 11: Štatistika návštevnosti – údaje priamo z ovládacieho portálu MAXIFI s popisom:

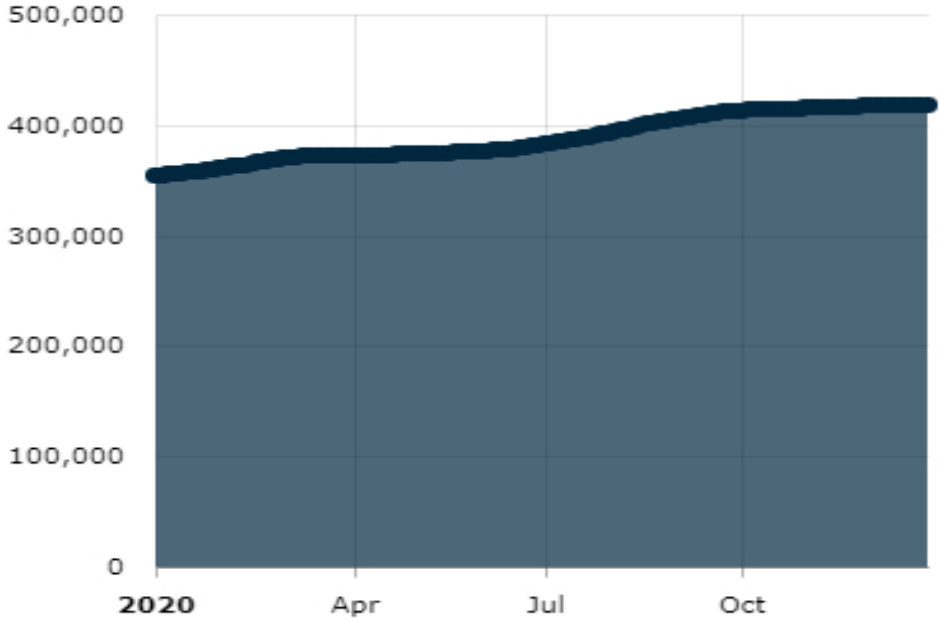


*Vlastné spracovanie

Oblasti, ktoré BTB v rámci projektu zabezpečuje:

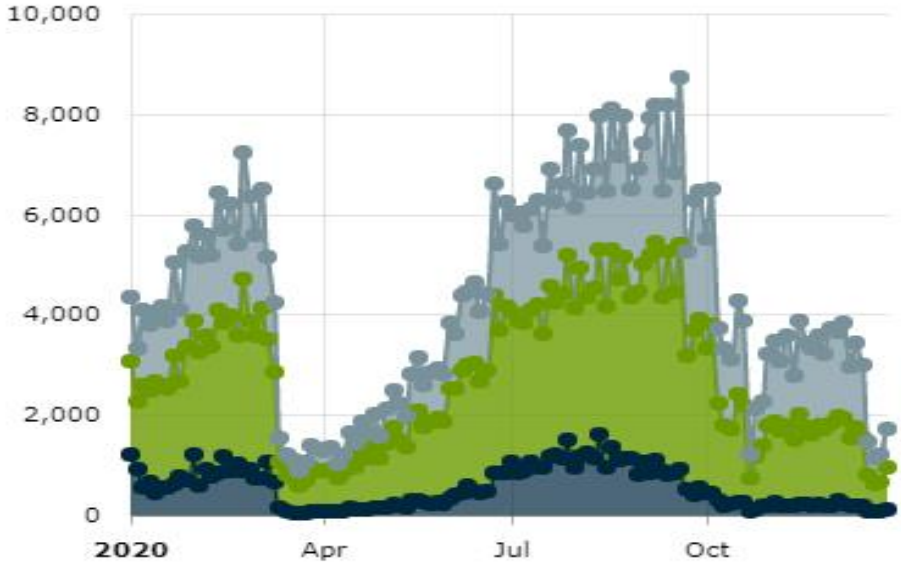
- stály prístup a administráciu/úpravu obsahu prístupového portálu MAXIFI
- správu a vizuál obsahovej časti všetkých stránok prístupového portálu MAXIFI
- prístup a vyhodnocovanie štatistických a iných informácií portálu a ich využitie v súlade s platnou legislatívou týkajúcou sa ochrany osobných údajov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

Graf č. 12: Registrácia jedinečných zariadení v roku 2020, ktorých bolo 65 414



*Vlastné spracovanie

Graf č. 13: Počet nových zariadení a ich návratov do siete



*Vlastné spracovanie

Značenie, navigačný systém

K dobrej orientácii v destinácii patria správne, funkčné a inovatívne navigačné prvky. Aj v roku 2020 sme pokračovali v podpore a údržbe značenia.

Projekty realizované v rámci tejto podaktivity:

- **Meeting pointy** v priebehu roka 2020 prišlo v spolupráci s Útvarom hlavného architekta k finalizácii technickej špecifikácie Meeting pointov t. j. k vyšpecifikovaniu presnému dizajnu, určeniu textov na šípkach (spoločne bolo zvolené riešenie, že text na šípkach bude slovo „Vitajte“ v jazykových mutáciách svetových jazykov) a doplneniu loga Bratislavy. Boli upresnené lokality, kde bude prvých 5 ks meeting pointov umiestnených: Bratislavský hrad, Národná rada SR, Rybné námestie, Námestie Eugena Suchoňa, Župné námestie, Predstaničné námestie. Prostredníctvom verejného obstarávania bol vybraný dodávateľ Meeting pointov a zároveň bolo dodaných prvých 5 ks.

- BTB v roku 2020 zrealizovalo prvý krok na začatie **repasácie Korunovačnej cesty v Bratislave** a to výskumom súčasného stavu značenia Korunovačnej cesty v Bratislave. Značenie korunovačnej cesty je v podobe „zlatých“ koruniek vsadených v dlažbe a prechádza historickým centrom Bratislavy. Toto značenie je v zlom technickom stave a jeho oprava je dôležitá, keďže korunovačná tematika je významnou súčasťou marketingu a imidžu Bratislavy. Výsledkom výskumu je zmapovanie súčasného stavu korunovačnej cesty a návrhy postupov pri revitalizácii ako aj fotodokumentácia značenia a jeho rozdelenia podľa stupňa poškodenia do 4 kategórií od nepoškodenej po chýbajúcu plaketu.

Zásobovanie lokálnych TIC

V roku 2020 nadviazala BTB na aktivitu z roku 2018, kedy bol neustále sa zvyšujúci dopyt po informačno-propagačných materiáloch o Bratislave uspokojený službami zásobovania v destinácii.

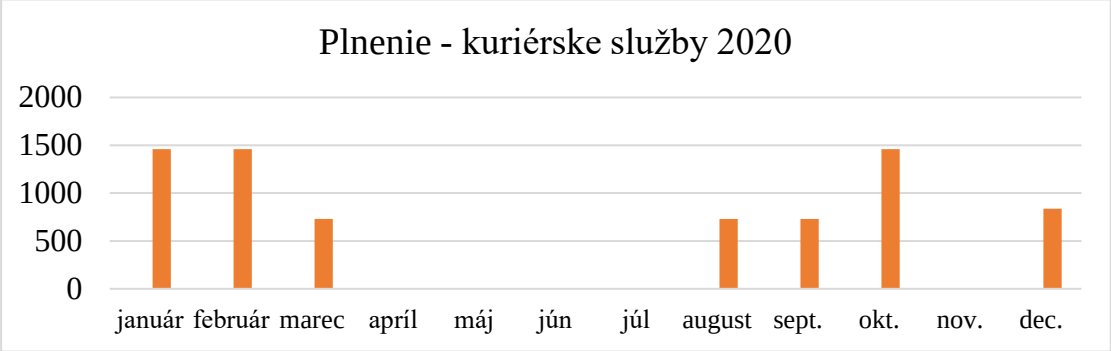
Zásobovanie propagačnými materiálmi prebiehalo v štandardnom režime počas mesiacov január a február 2020. Rozvoz prebiehal v zmysle zmluvy na 59 rozvozných miest, v opakovaní spolu 130 rozvozov mesačne. Počas trvania pandémie COVID-19 bol rozvoz propagačných materiálov znížený a v niektorých mesiacoch až pozastavený. V mesiaci marec bol znížený na 50 %. V mesiacoch apríl, máj, jún, júl bol pozastavený úplne. V mesiacoch august a september bol režim v 50% výkone. Počas mesiaca október bol výkon v štandardnom finančnom rozsahu – boli rozvezené propagačné materiáli po informačných centrách v celej SR. Mesiac november bol pozastavený úplne a december v hodnote mierne cez 50 %.

Tabuľka č. 22: Príklady rozvozu v rámci SR v roku 2020

1. TIC Devínska Nová Ves, Istrijská 49, Devínska Nová Ves
2. TIC Malacky, Záhorácka 1919, Malacky
3. MKIC v Knižnici Ruda Mórica, Hlavná 944, Stupava
4. TIC Skalica, Nám. Slobody 10, Skalica
5. TIC Holíč, Bratislavská 6, Holíč
6. TIC Pezinok, M. R. Štefánika 1, Pezinok
7. TIC Senec, Nám. 1. mája, Senec
8. TIC Malokarpatské múzeum v Pezinku, M. R. Štefánika
9. TIC Modra, Štúrova 59, Modra
10. TIC Senica, Nám. Oslobodenia 17, Senica
11. TIC Starý Smokovec, budova horskej záchr. služby, Starý Smokovec 23
12. TIC Tatranská Lomnica 98, 059 60, Vysoké Tatry
13. TIC Dudince je Kúpeľná 109, 962 71 Dudince
14. TIC Brezno, Nám. M. R. Štefánika
15. TIC Bystrá, obec Bystrá
16. TIC Region Trnava, Trojičné námestie 1, 91701 Trnava
17. TIC Banská Bystrica, Nám SNP 1
18. TIC Nitra, Štefánikova 1
19. Piešťanské informačné centrum,
20. Informačné centrum Liptovský Mikuláš
21. Gate to Bratislava, Schwedenplatz, Franz Josefs Kai 2, Viedeň

*Vlastné spracovanie

Graf č. 14: Prehľad výkonov zásobovacích služieb 2020



* Zdroj: vlastné spracovanie

Centrálny sklad propagačných materiálov je/bol na **Uršulínskej ulici 6, Bratislava.** Priemerne sa denne rozviezlo cca 1 500 ks propagačných materiálov. V rámci tejto služby boli zabezpečované všetky preberania propagačných materiálov na sklad, ich zdokumentovanie, denná evidencia.

Obnova turistickej infraštruktúry

V priebehu roka 2020 bola v spolupráci s mestskými časťami a mestskými inštitúciami obnovená a čiastočne vybudovaná nová turistická infraštruktúra k novým alebo existujúcim atrakciám na podporu turizmu mimo centra mesta:

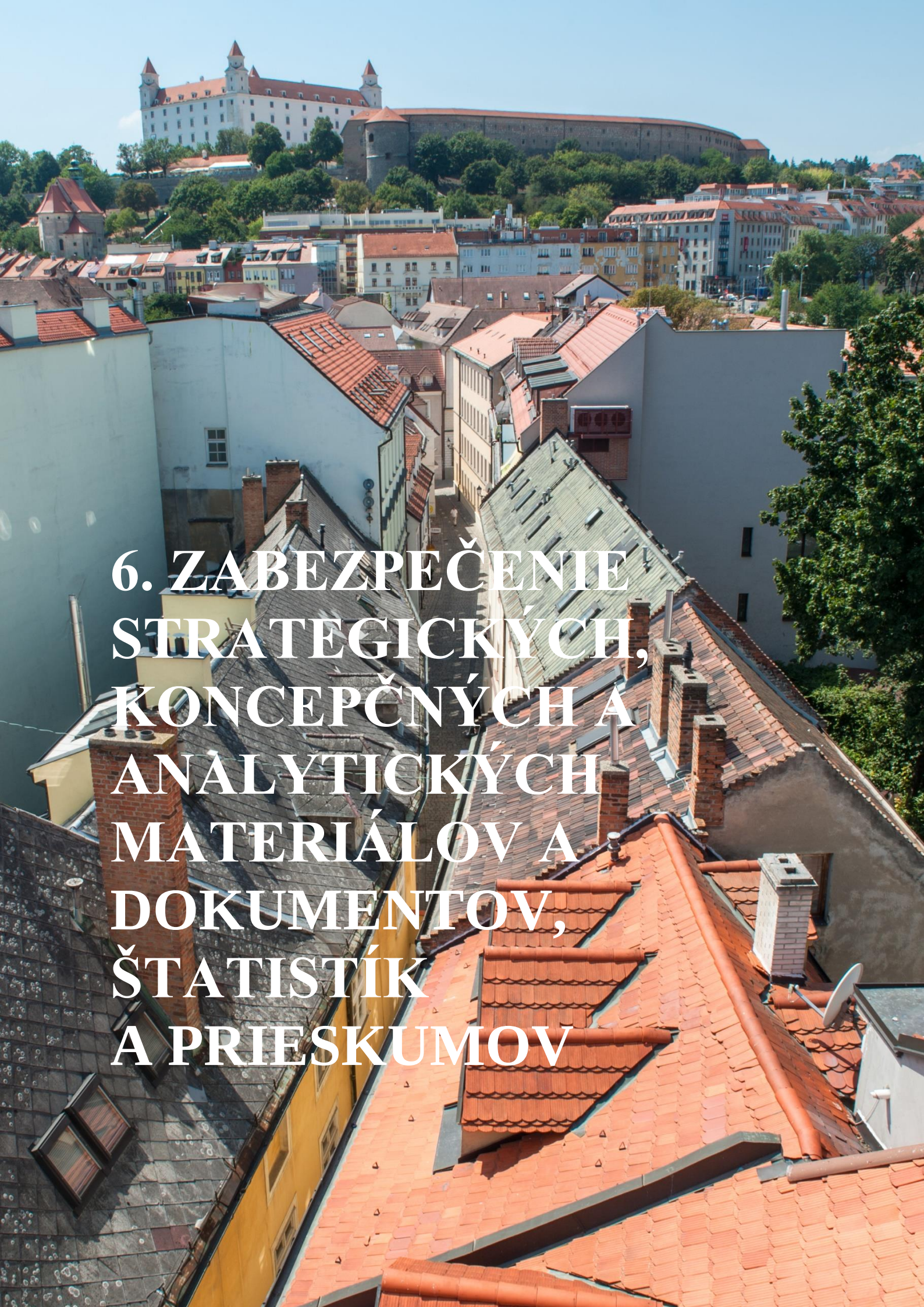
- **Vybavenie drobnej turistickej infraštruktúry v okolí novej rozhľadne v Devínskej Novej Vsi** – nová vyhliadková veža na Devínskej Kobyle bola otvorená v júli 2020. BTB v spolupráci s mestskou časťou Bratislava Devínska Nová Ves zabezpečila vybavenie okolia drobnou infraštruktúrou – bezpečnostnou kamerou, sedením (stôl s dvomi lavičkami) a 2 stojanmi na informačné tabule, kde mestská časť umiestnila tabule s informáciami o veži a turistických zaujímavostiach okolia v troch jazykoch – SK, EN, DE. V rámci opatrení zabezpečenia čistoty okolia veže, BTB umiestnila jeden odpadkový kôš na triedený odpad a novinku tzv. SMART kôš – t. j. odpadkový kôš s lisom na zber komunálneho odpadu (120 l nádoba po zlisovaní pojme štvornásobok až päťnásobok svojho objemu) s pripojením na online dispečing.

- **Doplnenie vybavenia vinohradníckeho chodníka v Rači** - v spolupráci s mestskou časťou Bratislava Rača a OZ Račiansky spolok BTB zabezpečila vybavenie desiatich vinohradníckych prístreškov v mestskej časti Bratislava Rača mobiliárom z dreva, ktoré budú slúžiť variabilne ako pult, stôl alebo lavica (30 ks), mobilnou infraštruktúrou – prenosnými sedeniami – spojený stôl s lavičkami v počte 10 ks, držiak informačnej tabule so sedením z dreva, a štýlové stand-by stoly vyrobené zo sudových dielov v počte 20 ks. Inventár bude slúžiť verejnosti počas vinohradníckych podujatí v mestskej časti a na Vinohradníckom chodníku.

- **Oprava 2 historických pivníc (ľadovní) z dôb Ferdinandových kúpeľov** - opravená bola vstupná fasáda na oboch pivniciach (z vnútornej aj vonkajšej strany), boli vyrobené nové zárubne dverí, aj drevené dvere samotné, v pôvodnom vzhľade s kovovým rámom. Zároveň bolo upravené vstupné „plató“ pred dverami z vonkajšej aj z vnútornej strany. Vo vnútorných priestoroch boli upravené steny, stropy a dlažba, a bola opravená omietka. Zámerom opravy 2 historických pivníc – ľadovní na Železnej studničke bolo prispôsobenie pivníc tak, aby boli vhodné pre návštevu verejnosti a na organizovanie príležitostných eventov.

- **Informačné tabule MČ Vrakuňa Malý Dunaj** - BTB spolupracovalo s mestskou časťou Bratislava – Vrakuňa na doplnení už vybudovanej turistickej infraštruktúry, v nadväznosti na projekt „DANUBE BIKE & BOAT“, ktorý je zaujímavým turistickým produktom v rámci podpory zapojenia mestských častí do kampane „Turistom vo vlastnom meste“. Projekt pozostával z výroby, osadenia, z grafického spracovanie a tlače 3 ks informačných tabúľ na brehu Malého Dunaja na území MČ Vrakuňa.

- **Infraštruktúra Mestské lesy** - v spolupráci s Mestskými lesmi v Bratislave BTB participovalo na oprave a aktualizácii drobnej turistickej infraštruktúry za účelom zlepšenia orientácie turistov v Mestských lesoch a budovania drobnej turistickej infraštruktúry - Máp mestských lesov. BTB zabezpečovalo mapové podklady, preklady textov na mapách, ich grafické spracovanie a tlač 40 ks máp Mestských lesov v Bratislave na komatexové tabule. Súčasťou drobnej infraštruktúry bola aj výroba, dodanie, montáž a osadenie turistických altánkov. Spoločná aktivita s Mestskými Lesmi v Bratislave (ML BA) doplnila turistickú infraštruktúru v ML BA a zatraktívni pobyt v ML BA pre domácich aj zahraničných návštevníkov. Altánky budú využité aj ako navigačné body spolu so smerovými navigačnými tabuľami, ktoré sú súčasťou altánkov.



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

Strategické analýzy, dokumenty, štúdie a prieskumy sú podstatné pre strategické plánovanie dlhodobých strednodobých aj krátkodobých činností BTB. V roku 2020 sme začali pripravovať dve analýzy a síce Marketingová koncepcia cestovného ruchu detí a mládeže v Bratislave a Analýza socio-ekonomických účinkov cestovného ruchu na Bratislavu

Cieľom Marketingovej koncepcie cestovného ruchu detí a mládeže v Bratislave bolo zamerať sa na segment dopytu, ktorý v posledných rokoch nebol stredobodom pozornosti subjektov cestovného ruchu. Súčasne sme potrebovali zmapovať a presné zamerať marketingovú činnosť BTB takým spôsobom, aby podporila a opäť rozprúdila cestovný ruch detí a mládeže v hlavnom meste, v dôsledku čoho možno očakávať aj nárast počtu produktov a služieb, rozmanitosť a kreativitu produktov a služieb, ako aj nárast subjektov CR zameraných na predmetný segment dopytu, čiže deti a mládež.

Analýza socio-ekonomických účinkov cestovného ruchu na Bratislavu predstavuje východisko procesu tvorby vízie mesta pre oblasť cestovného ruchu a nastavenia vzťahov jednotlivých účastníkov v štruktúre mestskej samosprávy, aj mestských organizácií a BTB. Zároveň v časti spoločenské vplyvy je východiskom pre zhodnotenie pôsobenia a dopadov dovolenkového (leisure) a kongresového (MICE) CR na mesto a mestské časti.

Štúdia taktiež bude slúžiť ako vecný argument pre nastavenie systému podpory zo strany relevantných aktérov (miestna a regionálna samospráva, podnikateľské subjekty, národná úroveň a pod.), nastavenia vzťahov, kompetencii a stratégie medzi mestom a mestskými časťami vo sfére cestovného ruchu a jednak na cielený a efektívny destinačný manažment a marketing.

Naplnenie stanovených cieľov v aktivite:

- 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 negociačné 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
- Relevantnosť materiálov pre zdôraznenie vplyvu cestovného ruchu na miestu a národnú ekonomiku
- Rozvoj spolupráce so stakeholdermi pri kooperatívnom manažmente a tvorbe koncepčných analýz

- Podpora osvety o dôležitosti cestovného ruchu pre zamestnanosť a rast životnej úrovne
- Nastavenie činnosti a marketingu BTB v oblasti cestovného ruchu detí a mládeže tak, aby podnietila subjekty cestovného ruchu, najmä organizátorov školských zájazdov a mládežnícke agentúry, ako aj rodiny s deťmi na návštevu hlavného mesta resp. na krátkodobý pobyt v hlavnom meste.

Marketingová koncepcia domáceho cestovného ruchu detí a mládeže v Bratislave

Marketingová koncepcia cestovného ruchu detí a mládeže v Bratislave bude nový dokument, venovaný spoločensky mimoriadne významnému segmentu účastníkov cestovného ruchu v portfóliu BTB. Myšlienka spracovať marketingovú koncepciu špecifikovanú pre segment detí a mládeže má svoje opodstatnenie.

Tento segment dopytu účastníkov cestovného ruchu je aktuálny pre Bratislavu v súčasnosti a perspektívny aj v budúcnosti. Životný cyklus detského a mládežníckeho účastníka cestovného ruchu – návštevníka Bratislavy vytvára podmienky pre jeho viacnásobný návrat. Prvú príležitosť pre návštevu hlavného mesta SR majú deti z rôznych krajov Slovenska, často vďaka organizovaným výletom alebo krátkodobým pobytom zo strany školy, rôznych združení a nadácií, prípadne sponzorských cestovných kancelárií lebo agentúr.

Deti a mládež predstavujú segment, ktorý sa pohybuje v dvoch prostrediach. To podmienilo aj požiadavku BTB, v marketingovej koncepcii cestovného ruchu detí a mládeže sa venovať dvom cieľovým skupinám. Prvá a z hľadiska prvého kontaktu s Bratislavou najdôležitejšia je cieľová skupina detí a mládeže, ktorá veľkú časť dňa prežíva v škole v prostredí spolužiakov a učiteľov. Druhú cieľovú skupinu tvoria **rodiny s deťmi**. Ide o účastníkov cestovného ruchu rodinného prostredia, rodičov, resp. starých rodičov s deťmi vo veku od cca 3 rokov do obdobia, kedy sú deti ochotné cestovať v sprievode svojich rodičov, prípadne starých rodičov.

Marketingová koncepcia bude vychádzať z analýzy, ktorá sa premietla do vyhodnotenia najdôležitejších aspektov ponuky aj dopytu. Realizácia ponuky prinesie spoločenské efekty a ekonomické pre mesto aj pre všetkých aktérov, ktorí sú nositeľmi ponuky. Významnú spoločenskú hodnotu prináša cestovný ruch detí a mládeže účastníkom cestovného ruchu. Insight dopyt je podmienený poznaním myslenia detí a mládeže, ktoré je mimoriadne dôležité pre tvorbu produktu a vhodnú zrozumiteľnú komunikáciu s týmto trhom dopytu.

Obe cielené skupiny Deti a mládež a Rodiny s deťmi preferujú v prostredí hlavného mesta SR zážitok. Tento je možné ponúknuť na území „veľkej“ Bratislavy všetkých 17 mestských častí. Pre aktérov, ktorí tvoria ponuku vyplýva aktuálna výzva, aby kreovali produkt, v ktorom detskí a mladí návštevníci budú mať možnosť užiť si atraktivity v meste s „podcastovým“ cieľom zábavnej, hravej, edukácie.

Analýza socio-ekonomických účinkov cestovného ruchu na Bratislavu

Dokument bude zameraný na identifikovanie ekonomických a spoločenských účinkov cestovného ruchu na destináciu Bratislava v členení na socio-ekonomické účinky dovolenkového (*leisure)* CR a kongresového CR (MICE). Štúdia bude vyjadrovať ekonomickú pridanú hodnotu CR v Bratislave v členení na dovolenkový (leisure) a kongresový (MICE) CR.

BTB dlhodobo vyvíja snahu o zber exaktných analytických dát v sektore leisure a MICE, preto aj hlavným zámerom analýzy bude priniesť expertný pohľad na súčasný stav a význam exaktných dát dostupných tak z verejných, ako aj súkromných zdrojov v kontexte Bratislavy.

Predmetné dáta zhotoviteľ diela primárne dohľadá prostredníctvom národných štruktúr, ktoré majú v kompetencii výkony cestovného ruchu, akými sú Ministerstvo dopravy a výstavby SR, Štatistický úrad SR, Ministerstvo financií SR a pod. BTB v rámci svojho aktívneho pôsobenia v národných i medzinárodných organizáciách destinačného marketingu (KOCR BA, AOOCR, ECM, SITE a pod.) dlhodobo upozorňuje na výzvy pri získavaní a zbere štruktúrovaných dát na Slovensku.

Analýza bude štruktúrovaná nasledovne:

ČASŤ 1: Analýza socio-ekonomických účinkov voľnočasového (leisure) CR v Bratislave bude skúmať priame, nepriame a indukované vplyvy dovolenkového (leisure) CR v Bratislave. Cieľom bude dosiahnuť dôveryhodné údaje s výpovednou hodnotou o socio-ekonomickom vplyve dovolenkového (leisure) CR pre destináciu Bratislava v rokoch 2017-2019.

Štúdia bude vyjadrovať **ekonomický prínos CR** pre Bratislavu v členení podľa **kategórií**:

1. štruktúra a objem výdavkov turistov počas ich pobytu v Bratislave,
2. priama a nepriama zamestnanosť
3. príjmy do rozpočtu hlavného mesta formou daní a poplatkov
4. analýza iných údajov vyjadrujúcich ekonomický prínos dovolenkového (leisure) CR pre Bratislavu
5. vyhodnotenie zvýšenia nákladovej stránky mestskej samosprávy v spojení s rozvojom cestovného ruchu, zvýšenými nákladmi na rozvoj infraštruktúry, bezpečnosti, čistenia a pod.

Vyjadrenie **sociálno-spoločenského vplyvu a prínosu CR** pre Bratislavu v členení podľa **kategórií**:

1. analýza sociálnych a ďalších spoločenských vplyvov dovolenkového (leisure) CR na destináciu Bratislava
2. určenie sociálnych a spoločenských dopadov dovolenkového (leisure) CR na:
    - lokálnych obyvateľov Bratislavy a aj podľa jednotlivých mestských častí,
    - brand a identitu mesta Bratislava,
3. zhodnotenie iných nefinančných vplyvov na pôsobenie dovolenkového (leisure) CR na Bratislavu a sociálny/spoločenský/kultúrny život mesta

4. určenie významu a prínosu mestských festivalov a kultúrno-spoločenských podujatí,
5. stanovenie parametrov mestských festivalov a kultúrno-spoločenských podujatí,
6. vyhodnotenie zvýšenia nákladovej stránky mestskej samosprávy v spojení s povinnosťami mestskej samosprávy pri usporiadaní veľkých športových, kultúrnych podujatí a festivalov organizovaných na pôde mesta súkromnými usporiadateľmi, štátnymi inštitúciami a mestskými organizáciami.

ČASŤ 2: Analýza vplyvu a potenciálu kongresového (MICE) CR v Bratislave, ktorej predmetom budee analýza doterajšieho vplyvu kongresového (MICE) CR v Bratislave na ekonomiku v rokoch 2017-2019, a potenciálneho ekonomického prínosu tzv. business meetings v budúcom v období 2020-2023. Business meetings je v zmysle strategických a koncepčných materiálov BTB ťažiskovou formou cestovného ruchu.

Predmetná časť štúdie bude obsahovať:

1. Zistenia doterajšieho vplyvu kongresového (MICE) CR v Bratislave na ekonomiku, resp. podiel kongresového (MICE) CR v Bratislave na ekonomiku vo vzťahu ku klasickým ekonomickým prvkom: HDP, zamestnanosť, platy, dane do mestského rozpočtu.
2. Určenie počtu, dĺžky a štruktúry MICE eventov v Bratislave (koľko kongresov, malých kongresov, konferencií, seminárov, kurzov, incentívnych eventov a pod.) za predchádzajúce roky 2017 - 2019.
3. Akvizícia meetingov:
4. Určenie očakávaného príjmu ekonomiky mesta Bratislava po vybudovaní plánovaného kongresového centra v Bratislave.
5. Vyhodnotenie zvýšenia nákladovej stránky mestskej samosprávy v spojení s rozvojom cestovného ruchu, zvýšenými nákladmi na rozvoj infraštruktúry, bezpečnosti, čistenia a pod., ako aj náklady spojené s povinnosťami mestskej samosprávy pri usporiadaní MICE podujatí organizovaných na pôde mesta súkromnými usporiadateľmi, štátnymi inštitúciami a mestskými organizáciami
6. Zistenia a analýza iných údajov vyjadrujúcich ekonomický prínos kongresového (MICE) CR pre Bratislavu.

Predloženú štúdiu bude možné považovať za prvý zodpovedný prístup k riešeniu zhodnotenia socioekonomických dopadov voľnočasového (leisure) CR a MICE CR, ktoré neboli pre Bratislavu doposiaľ analyzované, merané, ani vyhodnocované. Táto štúdia poskytne náhľad na určenie podstaty a vplyvu ekonomiky socioekonomického dopadu CR spojenú so segmentami voľnočasového (leisure) a MICE, a taktiež by sa mohla stať dôležitým východiskom na definovanie budúcich strategických marketingových aktivít.

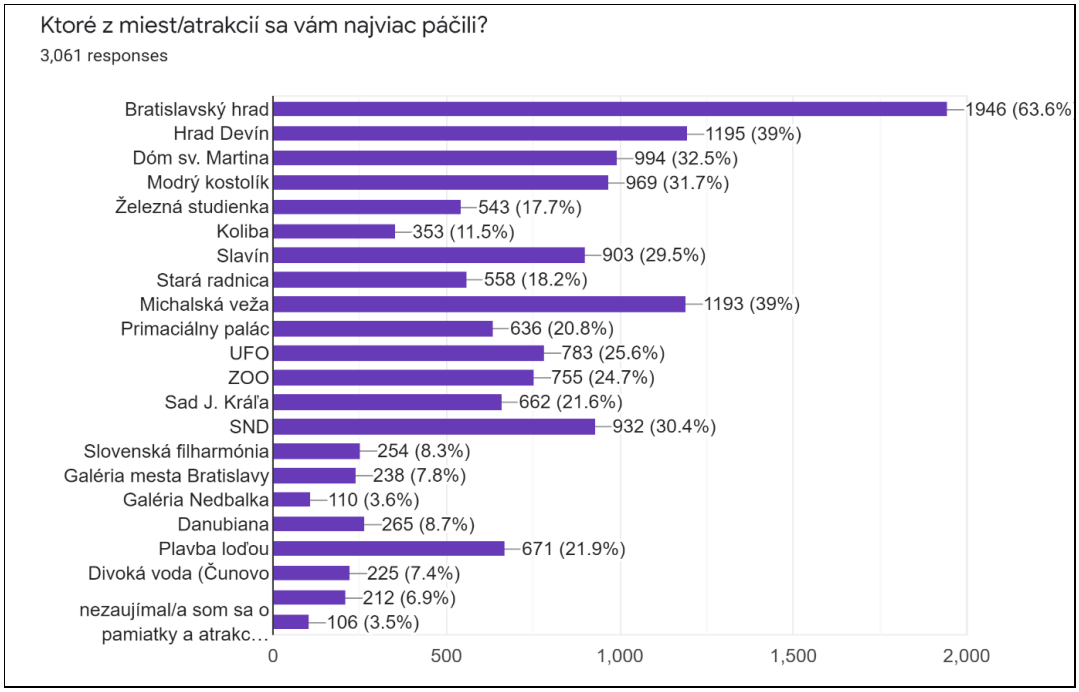
Výsledky analýzy budú mať promočnú a propagačnú hodnotu a budú slúžiť ako argument v prospech veľkého významu odvetvia cestovného ruchu pre ekonomiku Bratislavy resp. Slovenskej republiky, a zároveň v prospech schopnosti, vhodnosti a dostatočnej kapacity Bratislavy ako vhodnej, atraktívnej a bezpečnej destinácie.

Prieskum vnímania destinácie

V júli 2020 bol realizovaný **prieskum vnímania destinácie na tému Čo si myslíte o Bratislave?** Prieskumu sa zúčastnilo 3 157 respondentov od 18 rokov. Prieskum bol zameraný na 7 krajov SR (okrem Bratislavského).

Z prieskumu vyberáme zaujímavé ukazovatele:

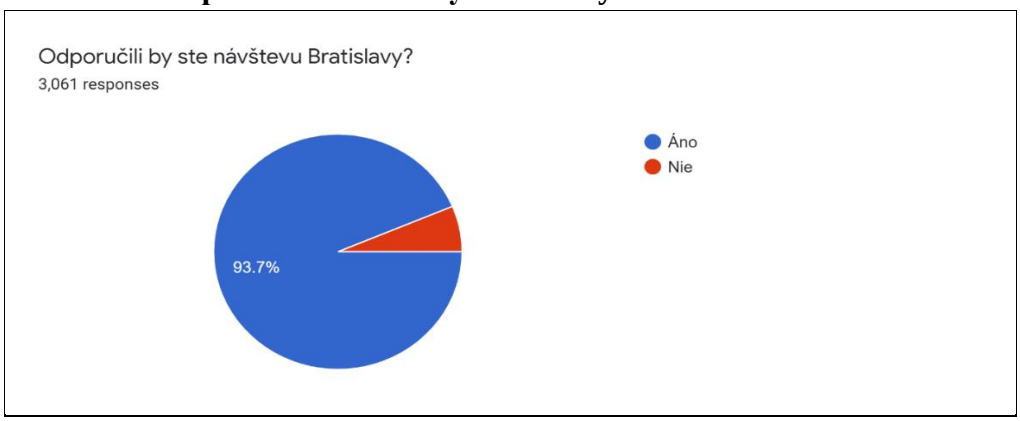
Graf č. 15: Najatraktívnejšie miesta v Bratislave



*Vlastné spracovanie

Najatraktívnejšie miesto v Bratislave, ktoré presiahlo 50% bol Bratislavský hrad, ktorý označilo 63,6%, čo predstavuje 1 946 opýtaných. Nasleduje Hrad Devín a Michalská veža s 39%, následne Dóm sv. Martina, Modrý kostolík, SND a Slavín sú zaujímavé pre cca 30% opýtaných. Najnižšie % atraktívnosti získala Galéria Nedbalka, ktorú označilo ako atraktívnu len okolo 3,6% (110 opýtaných).

Graf č. 16: Odporúčanie návštevy Bratislavy



*Vlastné spracovanie

Návštevu Bratislavy by odporučilo 2 868 opýtaných (93,7%) a ostatných 193 respondentov (6,3%) by návštevu Bratislavy neodporučilo.

K opätovnej návšteve Bratislavy návštevníkov motivuje vlastná skúsenosť z minulosti – 66,5%, osobné rozhodnutie - 49,8%, zľavové portály a zľavy na ubytovanie – 41,6% a odporúčanie známych – 40,2%. Najmenej motivujú k návšteve – billboardy a citylighty (3,2%) a bannerová reklama na internete (2,4%).

Na naplánovanie cesty do Bratislavy najviac láka – história, pamiatky, architektúra - 70,9%, následne zábavné atrakcie, ZOO, výlety loďou predstavujú 57,1%, divadlá, koncerty a kiná - 50% a gastronómia 48,4%.

Najčastejšie ubytovanie bolo označené hotel, penzión 1 503 opýtaných (49,1 %), nasleduje ubytovanie u rodiny, známych 1 015 (33,2 %). Následne návštevníci preferujú prenájom bytu, domu, apartmánu cez AIRBNB, Homestay 287 opýtaných (9,4%). 192 (6,3%) návštevníkom si vyberá hostel, ubytovne a 2% opýtaných si vyberá iné formy ubytovania (couchsurfing, kemping, karavan).

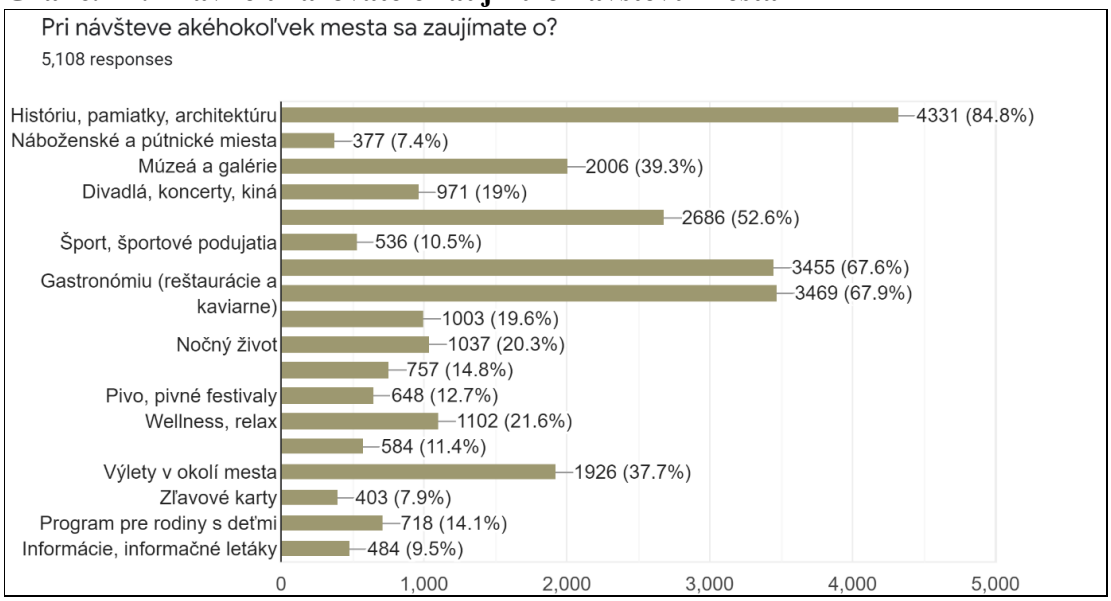
Prevládajú ubytovania na 2 noci (32,8 %) a následne jednodňoví návštevníci Bratislavy bez prenocovania (30,6 %).

Prieskum Turistom vo vlastnom meste

Prieskumu bol zameraný na turistov Bratislavy. Zúčastnilo sa ho 5 108 respondentov od 18 rokov, 52,9% opýtaných (2 703), bolo z Bratislavy a 47,1% (2 405) nepochádzalo z Bratislavy.

Podľa prieskumu najväčší záujem majú návštevníci pri návšteve akéhokoľvek mesta **o históriu, pamiatky a architektúru 84%, nasleduje gastronómia 67,9% a príroda, zeleň, parky a záhrady s 69,6% a zábavné atrakcie, ZOO a výlety loďou s 52,6%**. Najnižší záujem je o zľavové karty 7,9% a náboženské a pútnické miesta 7,4%.

Graf č. 17: Hlavné ukazovatele záujmu o návštevu mesta

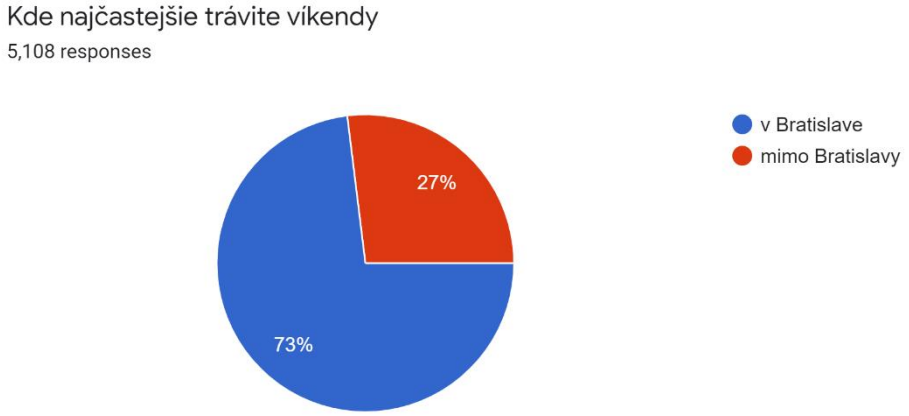


*Vlastné spracovanie

K návšteve destinácie **najviac motivujú - odporúčanie známych 64,8% a príspevky cestovateľov na internete 57,8%.** Okrem osobných rozhodnutí (54,1%) a vlastných skúseností minulosti (36,5%) **k návšteve destinácie motivuje aj reklama na sociálnych sieťach (23,8%), články v tlačených alebo v online médiách (22,4%) a zľavové portály (22%)**. Naopak najmenej motivujú k návšteve destinácie billboardy, citylighty 1,7%, bannerová reklama na internete 2,5% a rádio 4,3%.

Na otázku: „Kde najčastejšie trávite víkendy?“ až **73% opýtaných (3 731) odpovedalo v Bratislave**, mimo Bratislavy víkendy trávi 27 % (1 377). Najviac respondenti trávia víkendy v prírode – 69,9%, oddychovaním doma – 60,9%, prechádzkou po meste – 58,1%, trávením voľného času s rodinou a priateľmi – 53,1%, relaxovaním pri vode, na kúpaliskách - 38,7%, návštevou kultúrnych podujatí, kín a divadiel – 38,4%, gastronómia predstavovala 37,6% a šport 30,6%.

Graf č. 18:

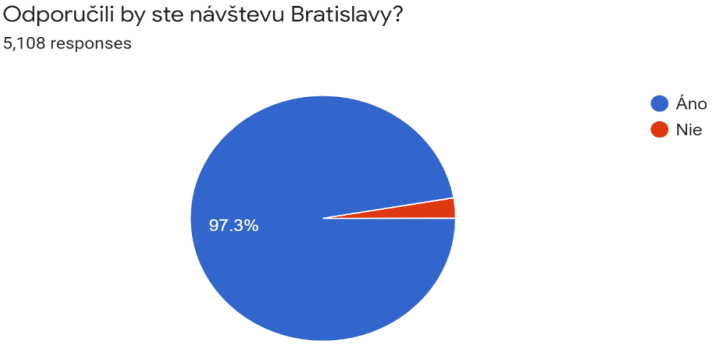


*Vlastné spracovanie

Viackrát navštívili návštevníci Sad J. Kráľa 4 622, Železnú studienku 4 354, Kolibu 4 071, Hrad Devín 3 919, ZOO 3 723, SND 3 544. Naopak opýtaní najmenej využili jazdu turistickým vláčikom v centre mesta - 3 911 a služby TIC – 3 395. Najmenej navštevované atrakcie boli označené Galéria Nedbalka – 3 358 respondentov, Slovenská filharmónia – 2 822 respondentov, Divoká voda – 2 450 a Danubiana – 2 448.

Návštevu Bratislavu by odporučilo 97,3% (4 971) opýtaných a len 137 (2,7%) sa vyjadrilo, že by návštevu Bratislavy neodporučili.

Graf č. 19:



*Vlastné spracovanie

7 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 ruke 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 BTB reaguje na potrebu hodnotenia kvality služieb a vynakladá nemalé úsilie na zavedenie a účinné prevádzkovanie efektívneho systému hodnotenia kvality služieb.

Analýza verejnej wifi siete v centre mesta a v TIC

BTB založila svoj vlastný systém hodnotenia služieb na poskytovaní verejnej wifi siete v centre mesta a v turistickom informačnom centre. Na základe týchto informácií získava BTB cenné údaje o návštevníkoch, s ktorými môže pracovať a ktoré môže poskytnúť aj svojím 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.

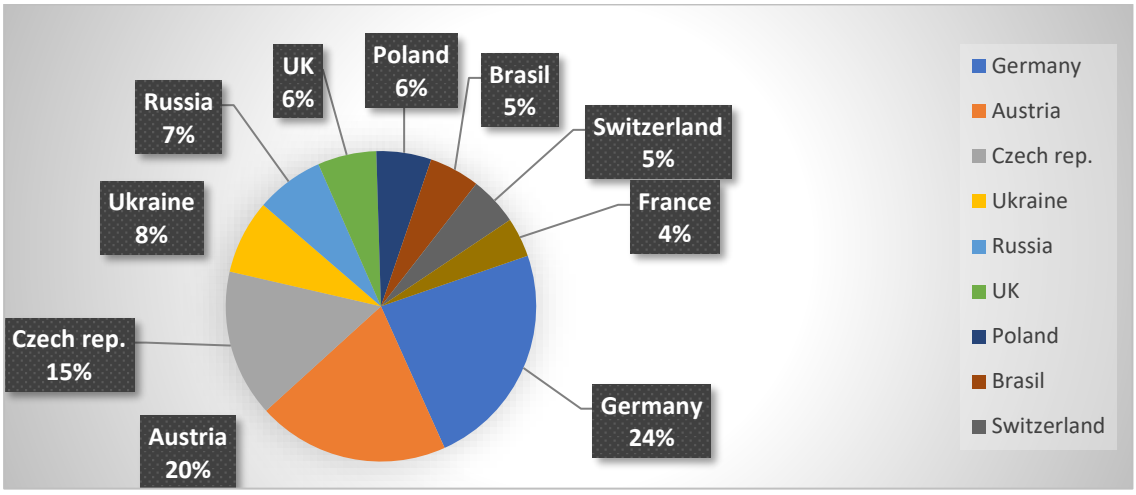
BTB sa finančne spolupodieľa na prevádzke a promovaní verejnej wifi siete VisitBratislava v centre mesta Bratislavy. Viac informácií sa nachádza v časti Infraštruktúra CR. BTB spustila dňa 24.5.2019 do ostrej prevádzky **dobrovoľný** dotazník, ktorý môže užívateľ wifi siete pri úvodnej registrácii vyplniť. 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 (17-, 18-30, 31-45, 46-60, 61+),
3. Aký dlhý čas návštevník strávi/l v Bratislave (1 deň, 1 noc, 2 dni, 3 noci + žijem tu),
4. Hodnotenie úrovne služieb v Bratislave (najlepšia, dobrá, stredná, zlá, najhoršia),
5. Dopravný prostriedok, ktorým sa turista dostal do Bratislavy (autobus, auto, bicykel, lietadlo, loď, vlak),

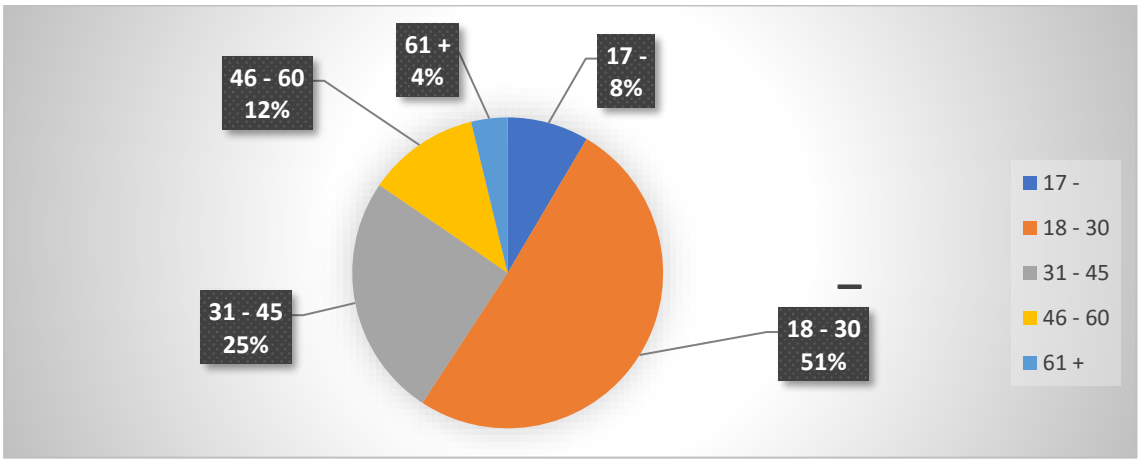
Výsledky z dotazníka pri registrácií do wifi VisitBratislava za obdobie 1.1.2020 – 31.12.2020 sú nasledovné:

Graf č. 20: Krajina pôvodu návštevníka Bratislavy – TOP 10



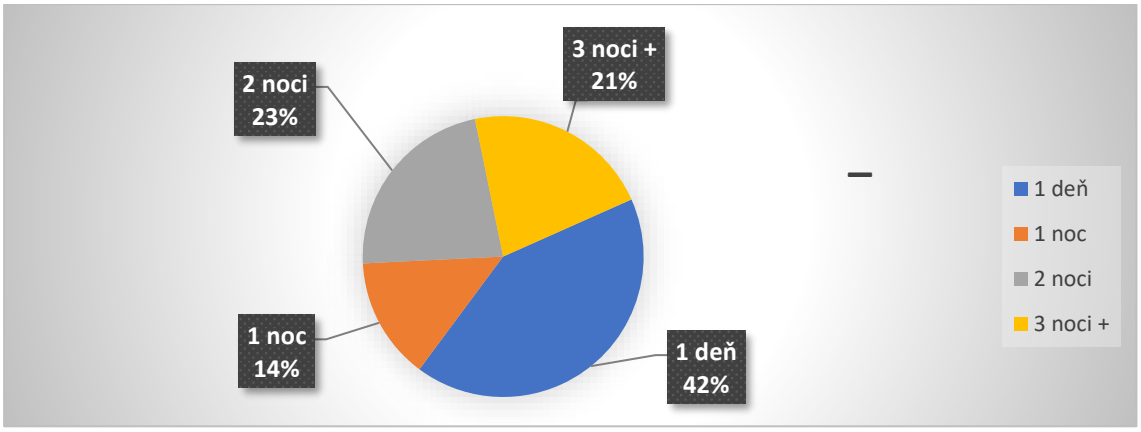
*Vlastné spracovanie

Graf č. 21: Vek návštevníkov Bratislavy



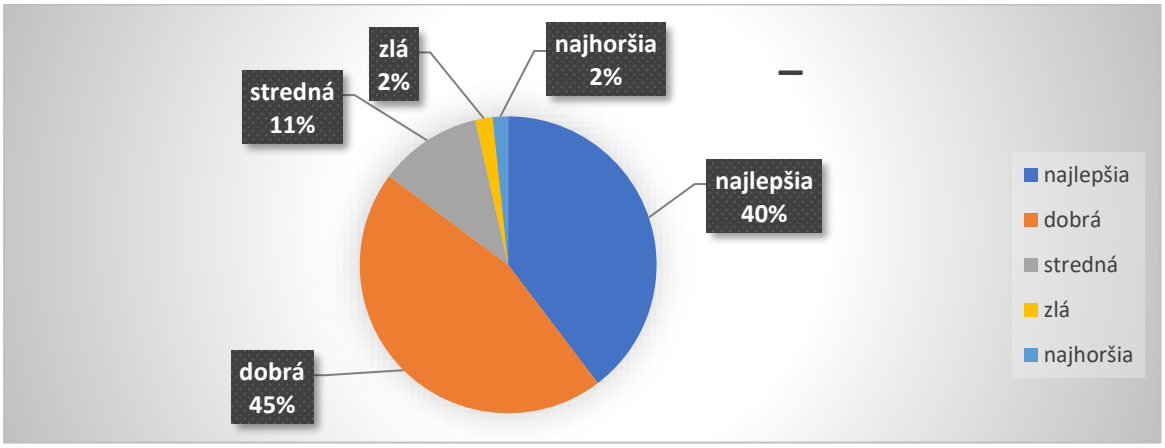
*Vlastné spracovanie

Graf č. 22: Dĺžka pobytu návštevníka v Bratislave



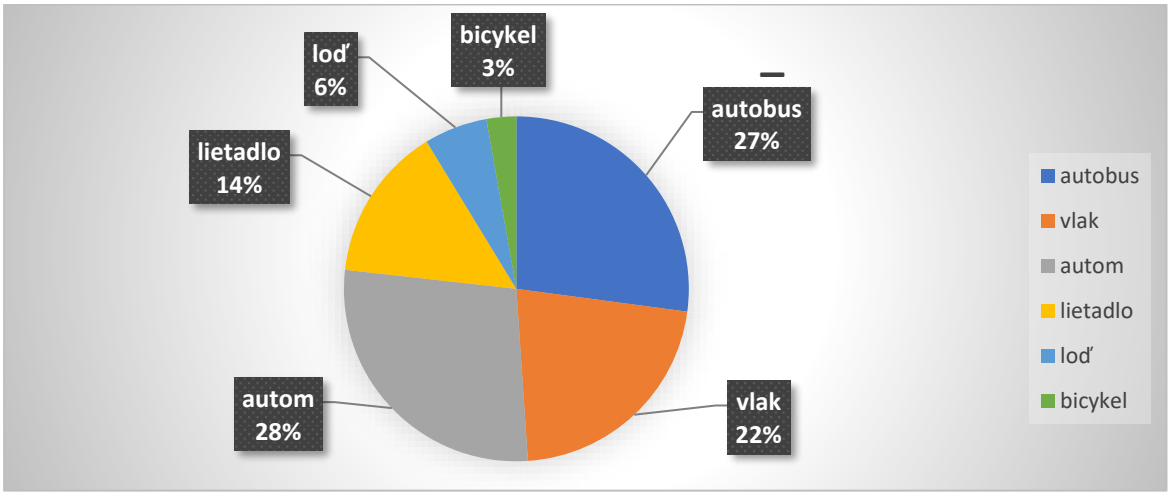
*Vlastné spracovanie

Graf č. 23: Hodnotenie úrovne služieb v Bratislave



*Vlastné spracovanie

Graf č. 24: Spôsob dopravy do Bratislavy



*Vlastné spracovanie

Analýza návštevnosti TIC Klobučnícka ul., prostredníctvom 3D scanneru a wifi šumu za rok 2020

Charakteristika vstupných údajov pre analýzu:

a) údaje poskytnuté návštevníkmi TIC prostredníctvom tzv. splash screenu (ako podmienka) pre pripojenie k wifi free signálu v TIC.

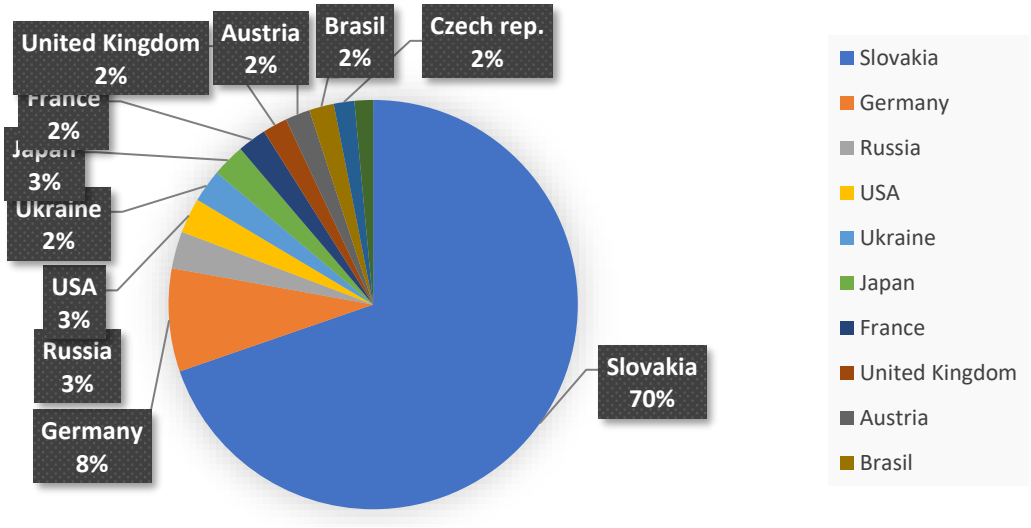
1. krajina pôvodu
2. veková kategória (17-, 18-30, 31-45, 46-60, 61+)
3. dĺžka pobytu v BA (1 deň, 1 noc, 2 noci, 3+ noci)
4. spokojnosť so službami v Bratislave (1 – 5, 1 najlepšie, 5 najhoršie)
5. najhoršie služby (doprava, gastro, ochota, informovanosť, nemá skúsenosť)

Počet údajov celkovo:	**736**
Slovensko:	**428**
Zahraniční návštevníci:	**308**

b) údaje poskytnuté prostredníctvom 3D scannera a wifi šumu, t.j. detekcie mobilných telefónov so zapnutým wifi signálom v TIC a v bezprostrednom okolí TIC. 3D scanner meria návštevnosť TIC s presnosťou 96%. Wifi šum je len doplnkový nástroj.

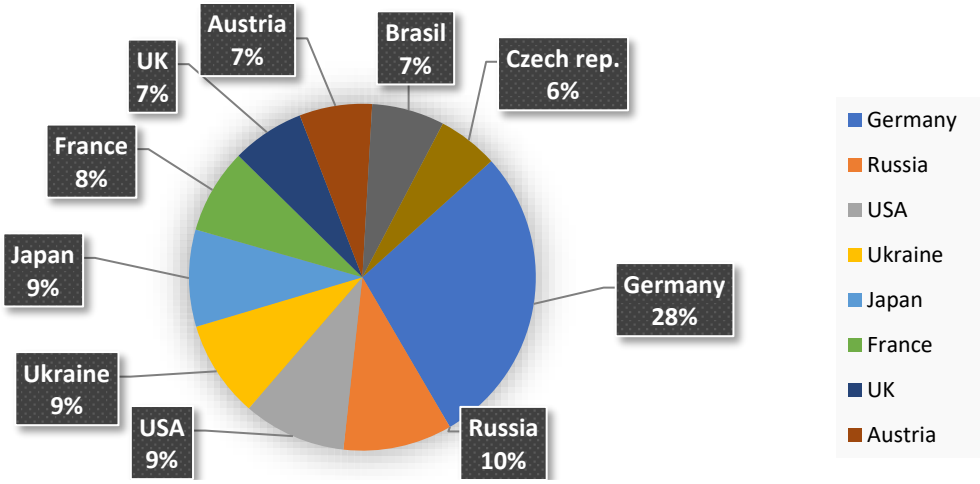
Celkový počet návštevníkov TIC: 34 378

Graf č. 25: Krajiny pôvodu návštevníkov TIC (TOP 10 krajín + Slovensko)



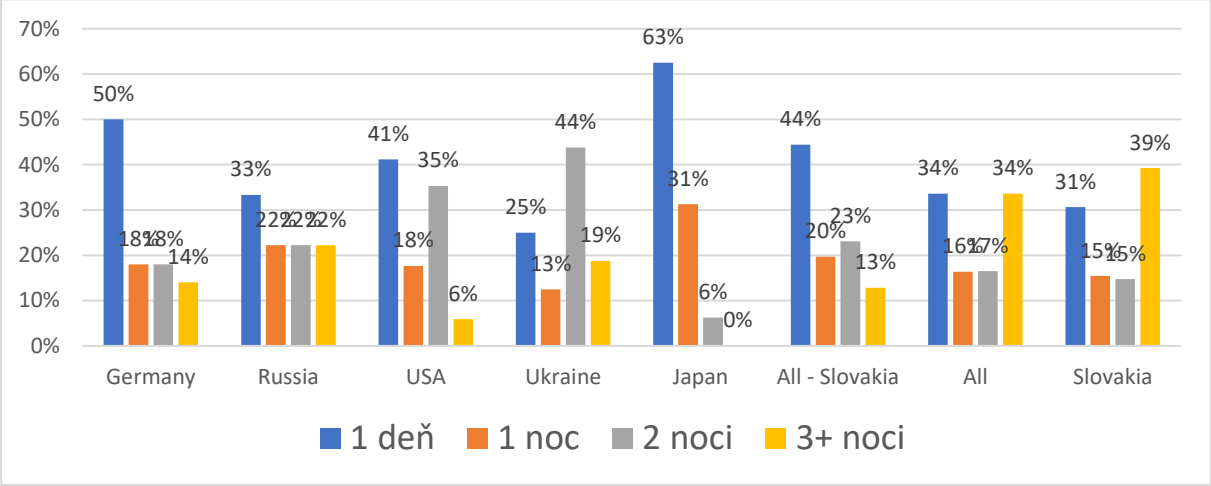
*Vlastné spracovanie

Graf č. 26: TOP 10 krajín pôvodu návštevníkov



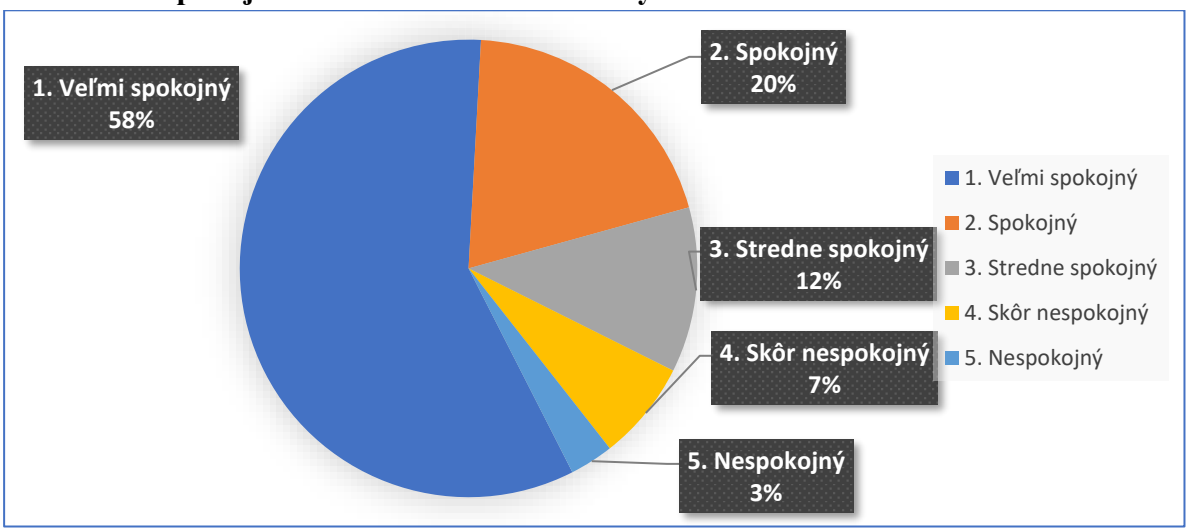
*Vlastné spracovanie

Graf č. 27: TOP 5 krajiny - dĺžka pobytu v BA



*Vlastné spracovanie

Graf č. 28: Spokojnosť návštevníkov Bratislavy so službami



*Vlastné spracovanie

8. VZDELÁVACIE AKTIVITY ZAMERANÉ NA SKVALITNENIE A ROZVOJ DESTINÁCIEA CESTOVNÉHO RUCHU V NEJ

Aktivity v oblasti vzdelávania zamerané na skvalitnenie ľudského kapitálu v cestovnom ruchu a rozvoj destinácie zahŕňajú vzdelávanie a rozvoj zamestnancov BTB, členskej základne, partnerov BTB a stakeholderov, ako 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 v medzinárodných a národných organizáciách CR, hradené z členských zdrojov. Ide o organizácie na národnej úrovni a na medzinárodnej úrovni (najmä Danube Competence Center, European Cities Marketing, 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 priorít v diskusiách s relevantnými orgánmi, ale aj možnosti zúčastniť sa organizovaných vzdelávacích seminárov, konferencií workshopov.

Naplnenie stanovených cieľov v aktivite:

- Zvýšenie povedomia o dôležitosti cestovného ruchu v národnej ekonomike
- Zvýšenie odbornosti a kvalifikovanosti zamestnancov BTB, členov, partnerov, stakeholderov
- 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 priorít v komunikácii s relevantnými orgánmi na národnej a medzinárodnej úrovni
- Kvalifikovaný a vzdelaný personál BTB
- Rast kvality poskytovaných služieb cestovného ruchu

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

TIC BTB sa zameriava aj na profesionalizáciu výkonov pracovníkov v cestovnom ruchu, a preto v roku 2020 zorganizovalo aj vzdelávacie podujatia pre sprievodcov cestovného ruchu a kontaktných pracovníkov mestských organizácií. Zamerané boli predovšetkým na zvýšenie kvality sprevádzania, zabezpečovania welcome servisu pre návštevníkov mesta a danej inštitúcie a zaobchádzanie s hendikepovaným klientom.

TIC BTB v rámci svojej činnosti zorganizovalo nasledovné vzdelávacie workshopy a prednášky pre 2. komoru členov BTB – ktorú zastupujú sprievodcovia CR a cestovné kancelárie a agentúry, ako aj pre ostatných spolupracujúcich sprievodcov CR a zamestnancov TIC:

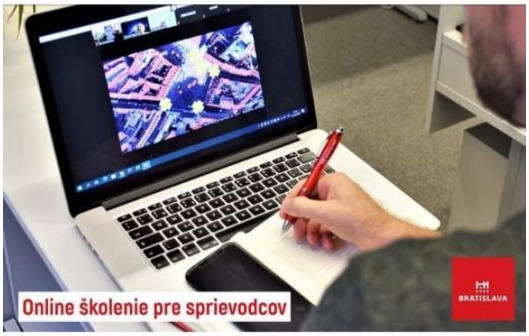
- **Doškoľovanie na Bratislavskom hrade** - vo februári sa uskutočnili dve doškoľovacie stretnutia na Bratislavskom hrade – 12.2.2020 bola zorganizovaná prezentácia k histórií hradu a historického múzea, ktorej sa zúčastnilo 28 sprievodcov a 25.2.2020 praktická prehliadka hradu a historického múzea, vstup do Rímskej stavby II., ktorej sa zúčastnilo 20 sprievodcov. Dvanásť z nich si urobilo aj záverečný test, čím získali oprávnenie na sprevádzanie v interiéri Historického múzea a môžu v ňom aj oficiálne sprevádzať. Išlo o 2x 3 hod. školenie. s lektorom, p. Jurajom Kucharíkom.
- **Doškoľovanie o Primaciálnom paláci** - 3.7.2020 sme priamo v priestoroch Primaciálneho paláca zorganizovali doškoľovanie sprievodcov s Mgr. Janou Lukovou, kurátorkou z GMB. Zúčastnilo sa 13 sprievodcov, ktorí v priebehu leta prezentovali Primaciálny palác návštevníkom v slovenskom, anglickom alebo nemeckom jazyku.

- **Efektívne využívanie priestoru** - dňa 28.10.2020 sa uskutočnilo školenie na tému Efektívne využívanie priestoru pri práci sprievodcov v spolupráci so Slovenskou spoločnosťou sprievodcov cestovného ruchu. Webinár viedol Marián Bilačič, predseda SSSCR. 22 zúčastnených sprievodcov sa dozvedelo, kde sú vhodné miesta stretnutia pre organizované turistické skupiny, kde zastaviť so skupinou kvôli výkladu a kde radšej nechať voľný koridor, ako usmerniť turistickú skupinu v pohybe po Starom meste a jeho úzkych uličkách. Na záver bol vyhradený čas na diskusiu ohľadom zmeny organizácie turistickej dopravy.
- **Ako sprevádzať Vlastivedné vychádzky** - 4.11.2020 sa uskutočnila ďalšia prednáška pre sprievodcov, ktorí majú záujem zdokonaľovať sa vo svojom povolaní a rozšíriť svoje kompetencie o sprevádzanie vlastivedných prehliadok/vychádzok. O svoje dlhoročné skúsenosti a rady sa podelila sprievodkyňa Dagmar Gubová, predsedníčka Asociácie sprievodcov Bratislavy. Veríme, že 14 zúčastnených rozšíri rady sprievodcov v rámci projektu Turistom vo vlastnom meste.

Sprevádzanie návštevníkov so špeciálnymi potrebami

- **Webinár: Komunikácia a sprevádzanie ľudí so zrakovým postihnutím** BTB si dala za cieľ sprístupňovať historicko-kultúrneho dedičstva aj návštevníkom so špeciálnymi potrebami. Sprievodca, ktorý sa venuje skupine ľudí so špeciálnymi potrebami, je povinný sa na prehliadku adekvátne pripraviť a upraviť jej priebeh, vrátane sprievodcovského textu. Vhodné sú haptické (taktilné) modely, pomôcky, kópie zbierkových predmetov, interaktívne prvky. Tiež je potrebné upraviť výklad pre potreby danej skupiny, detailne opísať predmety, priestor. Aj kontaktných pracovníkov v cestovnom je potrebné zaškoliť a vopred pripraviť na poskytovanie služieb pre nevidiacich a slabozrakých návštevníkov. V prvej fáze sme absolvovali webináre špecializované pre tri skupiny: 11.11.2020 sa uskutočnil webinár so zameraním na múzea a galérie s počtom 18 účastníkov, 12.11.2020 so zameraním na sprievodcovskú činnosť s počtom 19 účastníkov a 25.11. a 2.12. pre kontaktných pracovníkov Dopravný podnik BA, cca 55 účastníkov. Praktickú časť školenia absolvujeme hneď ako to dovolia protipandemické opatrenia.

- **Riešenie krízových situácií a predchádzanie konfliktom** - webinár prispôsobený na podmienky v cestovnom ruchu, určený špeciálne pre sprievodcov a zástupcov CK a CA (20 účastníkov) sa konal 2.12.2020 online. Jeho cieľom bolo zlepšiť komunikačné zručnosti účastníkov v krízových a ťažkých situáciách, naučiť sa zdatnejšej kvalifikovanej argumentácii, prijať kritiku, vyjadriť nepríjemné veci a správy klientom, predchádzať konfliktom. Lepšie porozumieť konfliktu a nájsť vhodné riešenie, vedieť zvoliť správnu stratégiu komunikácie. Napriek online prostrediu prebiehal interaktívnou formou, bol rozdelený na viacero častí, účastníci dostali na pár dní prístup k videám a zadaniam, kde účastníci riešili konkrétne príklady.



Iné prednášky, osvetová a vzdelávacia činnosť

- **Virtuálna prehliadka Bratislavy** pre zahraničných študentov Ekonomickej univerzity v Bratislave – 11.11.2020. BTB zabezpečila online prezentáciu najzaujímavejších miest Bratislavy s fotkami, faktov, stručnej histórie a k tomu výklad sprievodcu v angličtine pre cca 50 študentov programu Erasmus plus na Ekonomickej univerzite v Bratislave.

Účasť zamestnancov BTB na podujatiach organizovaných ECM:

- Účasť na vzdelávacom programe letnej školy **ECM Summer school 2020** - Asociácia European Cities Marketing (ECM) je nezisková organizácia združujúca odborníkov

a expertov na marketing a riadenie Európskych destinácií. BTB je členom ECM. ECM realizuje v priebehu roka niekoľko kľúčových podujatí zameraných na vzdelávanie, šírenie know-how, best practices a osvetu v aktuálnom dianí na medzinárodnom trhu CR pre svojich členov. Podujatie je jedinečné svojho druhu na trhu a je zabezpečované výhradným organizátorom, ktorým je ECM. BTB má s ECM uzatvorenú zmluvu o členstve, na základe ktorej má BTB možnosť zúčastňovať sa organizovaných podujatí ECM (za zvýhodnených podmienok).

Špeciálna edícia Letná škola 2.0 vznikla v reakcii na situáciu COVID19 a bola určená pre pokročilých profesionálov v oblasti Meetings Industry. Letná škola prebehla online počas troch dní, 24.8.-26.8.2020 vždy formou blokov dvojhodinových prednášok od 15.00 do 17.00. Z dotácie bol hradený registračný poplatok pre 2 zamestnancov MICE oddelenia BTB.

- BTB zabezpečuje vzdelávanie pracovníkov TIC účasťou na školeniach a workshopoch. V rámci pracovných skupín ECM City Cards a TIC Expert Meetings sa vzhľadom na nepriaznivý vývoj pandémie v roku 2020 absolvovali všetky vzdelávacie aktivity a odborné stretnutia len online formou.

Od 30.9.2020 do 2.10.2020 sa konal **7. ročník ECM TIC EXPERT MEETING**. Táto udalosť je určená výlučne pre manažérov TIC a profesionálov z front office pochádzajúcich z malých a veľkých miest a pracujúcich pre verejné alebo súkromné turistické informačné organizácie. Program bol zameraný na adaptáciu a inovácie v čase krízy COVID 19, best practice ako sa iné TIC vyrovnávali s krízou COVID 19 a iné zaujímavé témy. Za BTB sa stretnutia zúčastnili 4 zamestnanci TIC BTB.

Jazykové a sprievodcovské kurzy pre zamestnancov BTB

- **Jazykové kurzy** - BTB v roku 2020 zabezpečila svojím zamestnancom jazykové kurzy v jazykoch, ktoré sú relevantné z hľadiska ich náplne práce (angličtina, nemčina a taliančina). Kurzy boli zamerané najmä na konverzáciu, gramatiku i business English s cieľom prispieť k profesionálnemu prejavu zamestnancov pri propagácii destinácie v

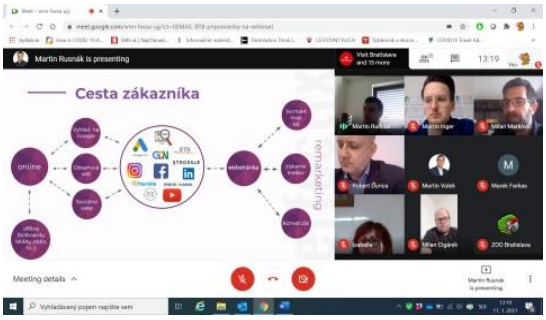
zahraničí (napr. na veľtrhoch, prezentáciách, konferenciách a pod.) a pri bežnej komunikácii so zahraničnými klientmi, partnermi či predstaviteľmi medzinárodných organizácií a asociácií, ako aj zlepšiť úroveň ich jazykových znalostí v záujme zefektívniť a skvalitniť ich prácu pri styku s cudzojazyčnou literatúrou a materiálmi.

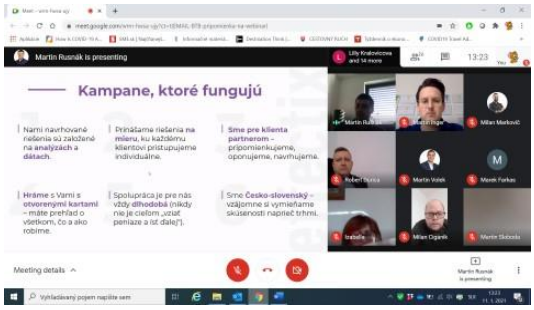
- **Sprievodcovské kurzy** - BTB v roku 2020 zabezpečia 2svojim zamestnancom kurz sprievodcu cestovného ruchu, pričom uprednostnila kurz špecializovaný na históriu a pamiatky Bratislavy, ktorý realizuje Bratislavské kultúrne a informačné stredisko. Vzhľadom na náročnosť kurzu bol tento kurz poskytnutý vybraným zamestnancom TIC, u ktorých je takáto forma vzdelania obzvlášť relevantná. Úspešné absolventky kurzu získali nielen fundované odborné vedomosti o Bratislave, ale aj osvedčenie sprievodcu s celoslovenskou pôsobnosťou, ktoré je veľkým prínosom pre ďalšie vzdelávanie zamestnanca. Zámer činnosti bol splnený keďže absolventky disponujú vedomosťami a schopnosťami, ktoré môžu v mnohých situáciách nahradiť prácu/služby externého dodávateľa (napr. príležitostné sprevádzanie účastníkov infocesty, prezentácie pre B2B a B2C sektor, vecne správna úprava informácií o destinácii na webovej stránke, vecne správna tvorba obsahu, vecná kontrola materiálov vydávaných marketingom a publikovaných PR a pod.). Veľkým prínosom je aj spoznanie destinácie do hĺbky, pochopenie jej historických, kultúrnych, spoločenských súvislostí a zaujímavostí, ktoré môže BTB prostredníctvom absolventiek kurzu následne využiť pri tvorbe nových kreatívnych nápadov a marketingových aktivít.

Iné vzdelávacie aktivity na posilnenie odbornosti a kvalifikovanosti členov BTB a zamestnancov BTB

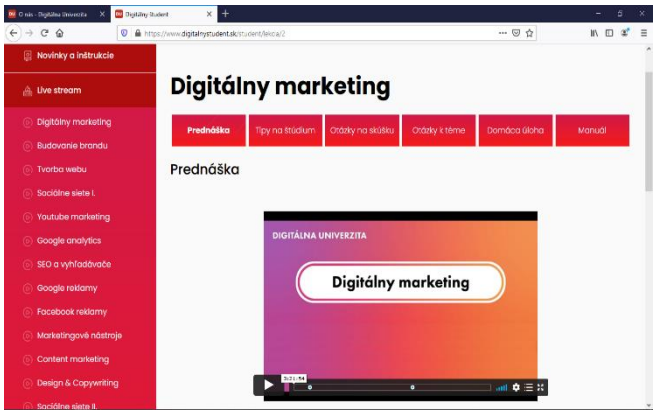
- **Školenie pre členov BTB v oblasti online marketingových nástrojov** – predmetná aktivita bola určená členom BTB na zlepšenie relevantných foriem komunikácie. V zmysle najnovších trendov a efektívneho využitia zdrojov smeruje ťažisko komunikácie do online prostredia. Online marketing je momentálne jedným z najrýchlejšie sa meniacich sa prostredí pre reklamu, a preto je potrebné aj vzhľadom na aktuálnu situáciu prekonzultovať nastavenia a výstupy komunikácie s certifikovanými odborníkmi. Cieľom projektu bolo prispieť k udržateľnosti produktov cestovného ruchu v destinácii prostredníctvom uplatnenia poznatkov zo vzdelávacích aktivít a nastavenie prostriedkov komunikácie „na mieru“ každému členovi BTB, ktorý prejaví záujem.

  Celkový objem obstaraných hodín bol 250 pre 26 členov BTB. Počet hodín bol rovnomerne rozdelený medzi jednotlivých členov podľa analýzy ich potrieb. Vzdelávanie bolo zamerané na nastavenie SEO, digitálnej stratégie počas a po kríze COVID 19, email marketing, Google moja firma. Súčasťou poskytnutých služieb bol pre každého prihláseného člena BTB (26) navrhnutý kreatívny koncept komunikácie počas a po COVID-19 kríze. Konzultačno-vzdelávacie služby boli poskytované individuálne certifikovanými odborníkmi, ktorí napomohli našim členom lepšie prekonať krízu (napr. zapracovanie do existujúceho a nového obsahu marketingovej komunikácie, videá, propagačné materiály, web a iné). Služba bola v prevažnej miere orientovaná na správu profilov na sociálnych sieťach, ako aj platené kampane v Google prostredí a na sociálnych sieťach (Facebook, Twitter, Google a LinkedIn).





- **Vzdelávací kurz pre zamestnancov BTB o digitálnom marketingu** - Digitálna Univerzita je inovatívny vzdelávací projekt Digital Marketing Clubu, ktorý sa už 9 rokov špecializuje na profesionálne vzdelávanie študentov, marketérov a podnikateľov v oblasti marketingu. Okrem odborných prednášok a workshopov pravidelne organizuje konferencie, víkendové vzdelávacie pobyty, inšpiratívne stretnutia s úspešnými podnikateľmi, vzdelávacie pobyty a iné podujatia zamerané na online marketing. Na mnohých projektoch spolupracuje s najväčšími autoritami digitálneho sveta ako s ADMA – Asociáciou Digitálnych Marketingových Agentúr, s Google Slovensko a tiež s väčšinou top digitálnych agentúr. Od 3.10.2020 do 6. 3. 2021 sa konala online forma vzdelávacieho a komplexného kurzu o digitálnom marketingu v rámci projektu „Digitálna univerzita“, ktorý má za úlohu podporiť a prehĺbiť vedomosti zamestnancov v oblasti budovania brandu, tvorby webu a pravidiel user experience, sociálnych sietí, SEO, PPC kampaní, content marketingu a grafického dizajnu. Počas kurzu mali zamestnanci BTB k dispozícii 16 celodenných prednášok, 8 video manuálov, špecializačné štúdium v rámci ktorého vypracuje projekt v spolupráci s mentorom.



- **Interné školenie BTB dňa 30.9.2020** - hlavnými témami workshopu BTB boli pandémia COVID-19, plán práce BTB do konca roka 2020 a príprava aktivít na rok 2021. Stretnutia sa zúčastnilo 20 zamestnancov BTB.

- **Certifikované štúdium IFRS (12.10. - 14.10.2020 (3 dni)** - trojdňový komplexný kurz IFRS bol zameraný na celkový koncepčný rámec medzinárodných účtovných štandardov. Prvý deň bol venovaný všeobecným zoznámením sa s medzinárodnými účtovnými štandardami IFRS ako IAS 1 – účtovná závierka, IAS 7- výkazy peňažných tokov, IAS 8 -

účtovná politika, zmeny v účtovných odhadoch a chyby. Druhý deň bol venovaný IFRS štandardom k dlhodobému majetku : IAS 16, IAS 40, IAS 36, IAS 17, IAS 38, IAS 20, IAS 23, IFES 5 a IFRS 16. Posledný deň bol venovaný porovnaniu IFRS a slovenskej legislatívny. Súčasťou kurzu bola aj praktická časť vo forme príkladov a diskusia. Kurz bol ukončený vedomostným testom a certifikátom. Účastník získal komplexný prehľad o IFRS medzinárodných štandardoch finančného výkazníctva. Predmetného kurzu sa zúčastnil 1 zamestnanec ekonomického oddelenia BTB.

- **Kurz o brandingu v cestovnom ruchu (3.12.2020 od 9:00 – 13:00)** – online kurz bol zameraný na vytváranie, posilnenie a správne komunikovanie značky v cestovnom ruchu. Kurz bol orientovaný na prínosy brandingu, stratégiu značky, cieľové skupiny a persony v brandingu, DNA značky a odlíšenie sa od konkurencie, brand touchpoint a benchmark značky Brno. Kurzu sa zúčastnil 1 zamestnanec BTB.

Podcasty o Bratislave

Nahranie a publikovanie 10 dielov podcastov v rozsahu 15-20 min. v anglickom jazyku so zahraničnými veľvyslanectvami v SR o živote v Bratislave s presahom na celoslovenský aspekt, ktoré boli publikované v 2-týždňovej periodicite na webovej stránke BTB (https://visitbratislava.com) a The Slovak Spectator (https://spectator.sme.sk/).

Súčasťou každého podcastu bol:

- redakčný článok v anglickom jazyku publikovaný na spectator.sk sumarizujúci najzaujímavejšie momenty z podcastu.
- redakčný článok v slovenskom jazyku na sme.sk v rubrike Cestujeme so Spectacular Slovakia,
- post na facebookovej stránke Slovak Spectator,
- zaradenie do emailu s pozitívnymi správami pre slovenské ambasády a slovenských konzulov vo svete,
- zaradenie do týždenného prehľadu kultúrnych a cestovateľských správ o Slovensku publikovaný na internetovej stránke resp. v newsletteri Slovak Spectator

Hlavné body rozhovoru s diplomatmi boli orientované na tradičné a obľúbené turistické miesto a atrakcie v Bratislave, očakávania pred príchodom do Bratislavy, resp. na Slovensko, pozitívne negatívne stránky Bratislavy, porovnanie Bratislavy s mestom odkiaľ diplomat pochádza a pod.

BTB na tomto projekte spolupracovala so Slovak Spectator, ktorý má vlastné podcastové štúdio a má niekoľkoročné skúsenosti s produkciou takéhoto formátu v anglickom jazyku, t. j. pre publikum žijúce na Slovensku a hovoriace po anglicky. Súčasťou plnenia od Slovak Spectator bol aj textový obsah ku každému dielu.

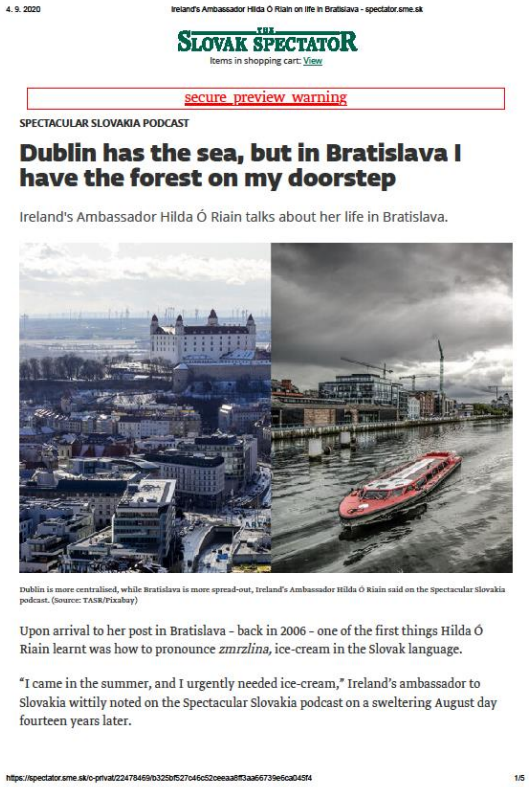
Tabuľka č. 23: Zoznam diplomatov/veľvyslancov v reláciách podľa dátumu

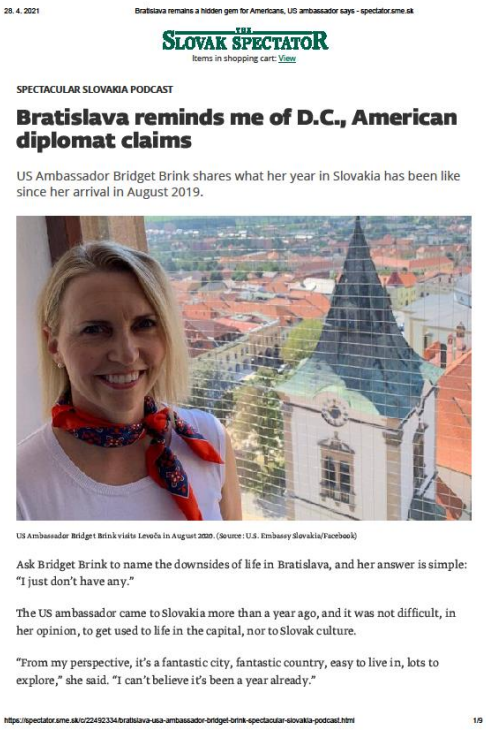
Krajina pôvodu diplomata/veľvyslanca	Dátum publikovania podcastu
Írsko	7.9.2020
USA	21.9.2020
Veľká Británia	5.10.2020
Kanada	12.10.2020
Holandsko	19.10.2020
Nemecko	2.11.2020
Švajčiarsko	16.11.2020
Izrael	30.11.2020
Japonsko	7.12.2020
Rakúsko	14.12.2020

*Vlastné spracovanie

V každom diele podcastov zaznela informácia, že diel vznikol vďaka partnerstvu s BTB a s finančnou podporou Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky.

Cieľom aktivity bolo promovať Bratislavu a jej históriu, atrakcie a zaujímavosti, ako aj vzdelávať a zaujať poslucháčov na tému hlavného mesta Bratislava a jej blízkeho okolia cez porovnávanie Bratislavy očami diplomatov s hlavnými mestami ich vysielajúcich krajín prostredníctvom netradičného, no v súčasnosti čoraz populárnejšieho formátu, ktorým sú audiorozhovory = podcasty. Podcasty mali aj vzdelávací, populárno-náučný a promočný účel.



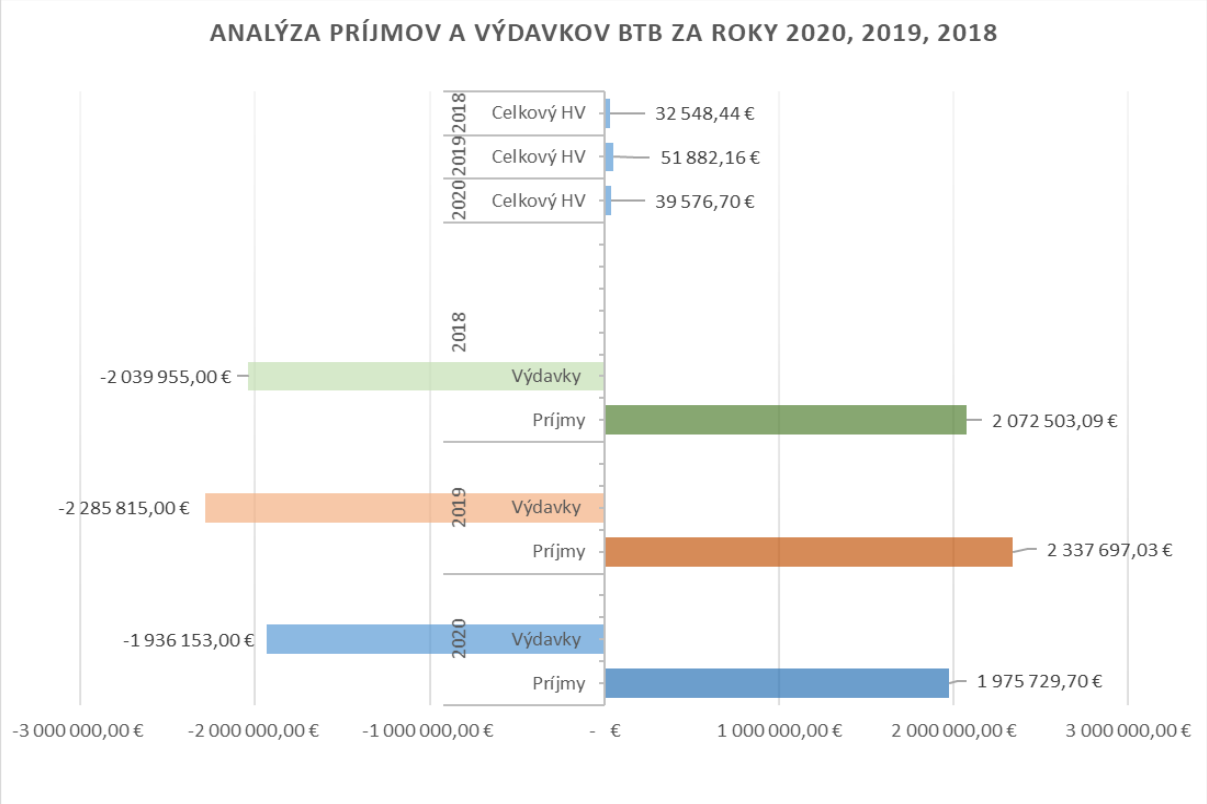


HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE

Rozpočet Bratislavskej organizácie cestovného ruchu bol schválený valným zhromaždením BTB uznesením č. 4 zo dňa 17.12.2019 a aktualizovaný na valnom zhromaždení BTB uznesením č. 6 zo dňa 28.9.2020.

Bratislavská organizácia cestovného ruchu vykázala v roku 2020 celkový hospodársky výsledok vo výške **39 576,70,- EUR** (zisk) s celkovým príjmami vo výške **1 975 729,70,- EUR** a celkovými výdavkami vo výške **1 936 153,00,- EUR**

Graf č. 29: Porovnanie príjmov a výdavkov BTB za roky 2020, 2019, 2018



Zdroj: Vlastné spracovanie

Príjmy Bratislavskej organizácie cestovného ruchu

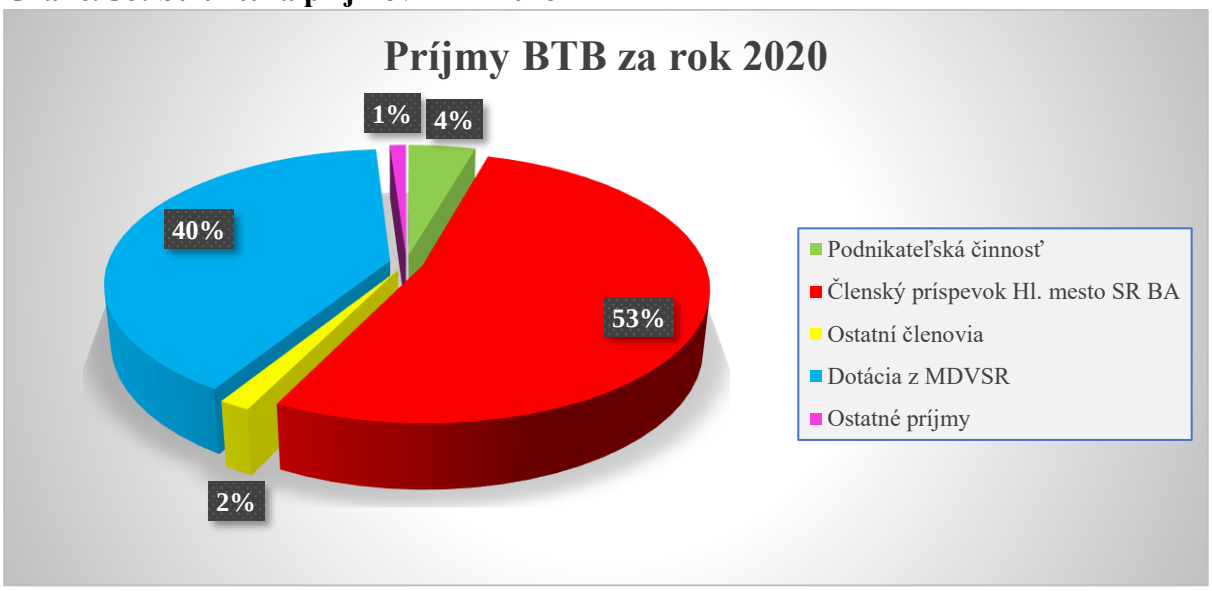
Príjmy BTB v roku 2020 boli vo výške **1 975 729,70,- EUR**.

Tabuľka č. 24: Príjmy BTB podľa aktivít za rok 2020

AKTIVITA	NÁZOV	SUMA
1.1	Podnikateľská činnosť	88 259,07 €
2.1	Členský príspevok Hl. mesto SR BA	1 045 000,00 €
3.1	Ostatní členovia	29 900,00 €
4.1	Dotácia z MDVSR	791 252,33 €
5.1	Ostatné príjmy	21 318,30 €
SPOLU		1 975 729,70 €

Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf č. 30: Štruktúra príjmov BTB 2020



Zdroj: Vlastné spracovanie

Členský príspevok Hl. mesta SR Bratislavy

Členský príspevok z Hl. mesta SR Bratislavy bol pôvodne schválený uznesením MsZ č. 351/2019 zo dňa 12.12.2019 vo výške 1 250 000,- EUR. Po úprave rozpočtu Hl. mesta SR Bratislavy uznesením MsZ č. 423/2020 zo dňa 30.4.2020 bola výška členského príspevku upravená na sumu 1 000 000,- EUR. Poslednou úpravou opatrením primátora hl. mesta SR Bratislavy č. 7 zo dňa 28.10.2020 bola konečná výška členského príspevku Hl. mesta SR Bratislavy na rok 2020 vo výške **1 045 000,- EUR**. Táto suma predstavuje 53 % z celkových príjmov BTB na účtovné obdobie 2020. Oproti roku 2019 ide o pokles členského príspevku zo strany Hl. mesta SR Bratislavy o 5%.

Výška členského príspevku Hl. mesta SR Bratislavy do BTB je stanovená v zmysle platného uznesenia č. 1737/2014 zo dňa 25.9.2014 MsZ, časť A: Princíp výpočtu členského príspevku hlavného mesta SR Bratislavy Bratislavskej organizácii cestovného ruchu pre rok „n“ ako 30 %-ný podiel z vybratej dane za ubytovanie v roku „n-2“).

Ostatní členovia

Ostatní členovia organizácie sú zadefinovaní 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

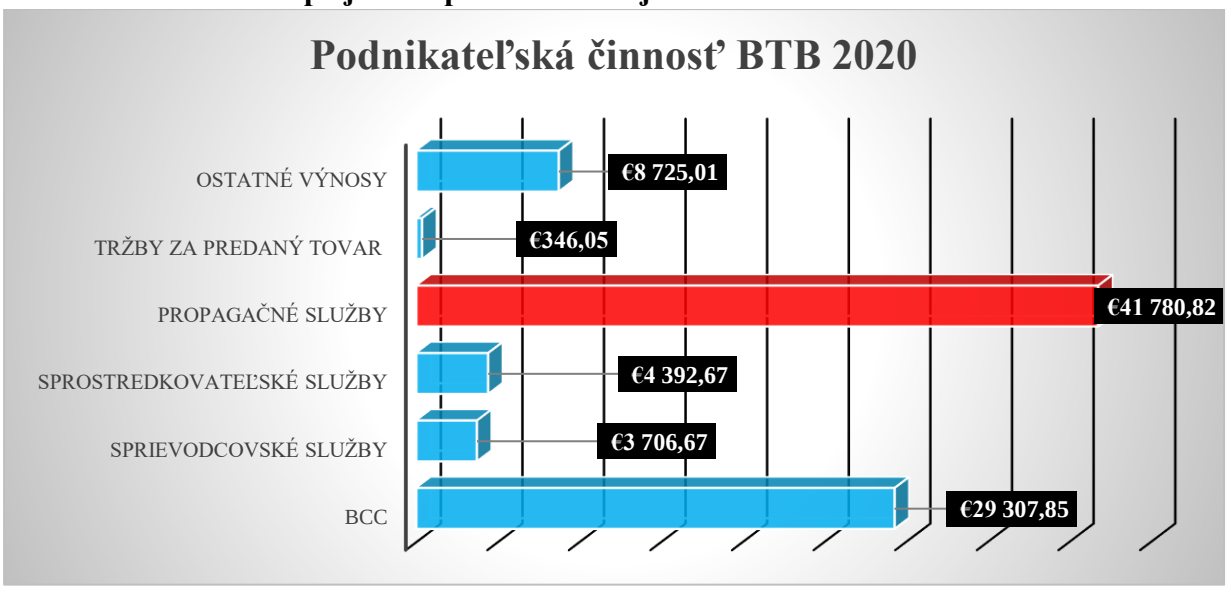
Výška členských príspevkov ostatných členov BTB bola schválená na valnom zhromaždení BTB uznesením č. 5 zo dňa 12.12.2019. V roku 2020 predstavovali príjmy z členských príspevkov ostatných členov **29 900,- EUR**. Oproti roku 2019 sa príjmy

z členských príspevkov ostatných členov zvýšili o 7%. Počas roka 2020 vstúpilo do BTB 7 nových členov a vystúpilo 5 členov.

Podnikateľská činnosť

Bratislavská organizácia cestovného ruchu vykonáva 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 zákona č. 595/2003 Z. z. o dani z príjmov je podnikateľská činnosť vedľajšou zdaňovanou činnosťou organizácie.

Graf č. 31: Štruktúra príjmov z podnikateľskej činnosti BTB 2020



*Zdroj: Vlastné spracovanie

V roku 2020 boli zdaňované príjmy BTB vo výške **88 259,07,- EUR.** Oproti roku 2019 ide o pokles celkových tržieb organizácie o 64%. Tento prepad bol zapríčinený pandémiou COVID19 a následnými opatreniami prijímanými v boji proti tomuto ochoreniu. K úplnému uzatvoreniu prevádzky TIC Klobučnícka pre zákazníkov došlo počas 1. vlny pandémie v období od 13. marca do 31. mája a pobočky TIC Hlavná stanica v období od 13. marca do 31. júla. Počas 2. vlny pandémie došlo k uzatvoreniu oboch pobočiek od 24. októbra do 31. decembra 2020.

Najväčší prepad tržieb oproti roku 2019 bol zaznamenaný pri poskytovaní sprievodcovských služieb, kde pokles predstavoval 90%. Predaj Bratislava CARD sa prepadol oproti roku 2019 o 75%.

Dotácia z MDV SR

Na základe zákona č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov môže BTB žiadať a následne po schválení čerpať nenárokovateľnú dotáciu MDV SR, ktorej výška sa odvíja od vyzbieraných členských príspevkov na účely podpory a rozvoja mesta Bratislavy. Dňa 21.6.2020 bol MDV SR schválený projekt BTB „Obnova a rozvoj cestovného ruchu v destinácii Bratislava s dôrazom na domáce obyvateľstvo, prihraničné regióny, udržateľnosť a postupnú debarierizáciu produktov a atraktivít cestovného ruchu.“. Dňa

5.8.2020 bola BTB pripísaná dotácia na bežné výdavky vo výške **995 914,29,- EUR** a 12.8.2020 na kapitálové výdavky vo výške **35 500,- EUR**.

V súlade so zákonom č. 434/2002 Z. z. o účtovníctve v znení neskorších predpisov a v súlade s postupmi účtovania v podvojnom účtovníctve je do roku 2020 účtovaná dotácia vo výške **791 252,33,- EUR**, nakoľko výsledok hospodárenia musí byť stanovený čo najpresnejšie s ohľadom na bežné účtovné obdobie, a preto sa náklady a výnosy účtujú do obdobia, s ktorým časovo a vecne súvisia. Rozdiel vo výške 204 661,96,- EUR patrí na základe Dodatku č. 1 k Zmluve o poskytnutí dotácie do účtovného obdobia 2021, nakoľko predmetný dodatok umožnil čerpanie bežných výdavkov BTB do 31.3.2021. Kapitálová dotácia sa stáva v súlade s postupmi účtovania v podvojnom účtovníctve príjmom (zároveň aj výdavkom) nezdaňovanej činnosti BTB vo forme odpisov z nadobudnutého majetku.

Ostatné príjmy

Ostatné príjmy BTB za rok 2020 boli vo výške **21 318,30,- EUR**. Hlavnú časť týchto príjmov tvorili príjmy, ktoré nie sú predmetom dane. Odpis majetku, ktorý v roku 2020 vstúpil do príjmov bol vo výške 11 438,48,- EUR. Druhú veľkú položku ostatných príjmov tvoria príspevky „Prvá pomoc“ z UPSVaR a “Schéma pomoci v cestovnom ruchu z MDV SR v celkovej výške za rok 2020 v sume 8 493,43,- EUR.

Výdavky Bratislavskej organizácie cestovného ruchu

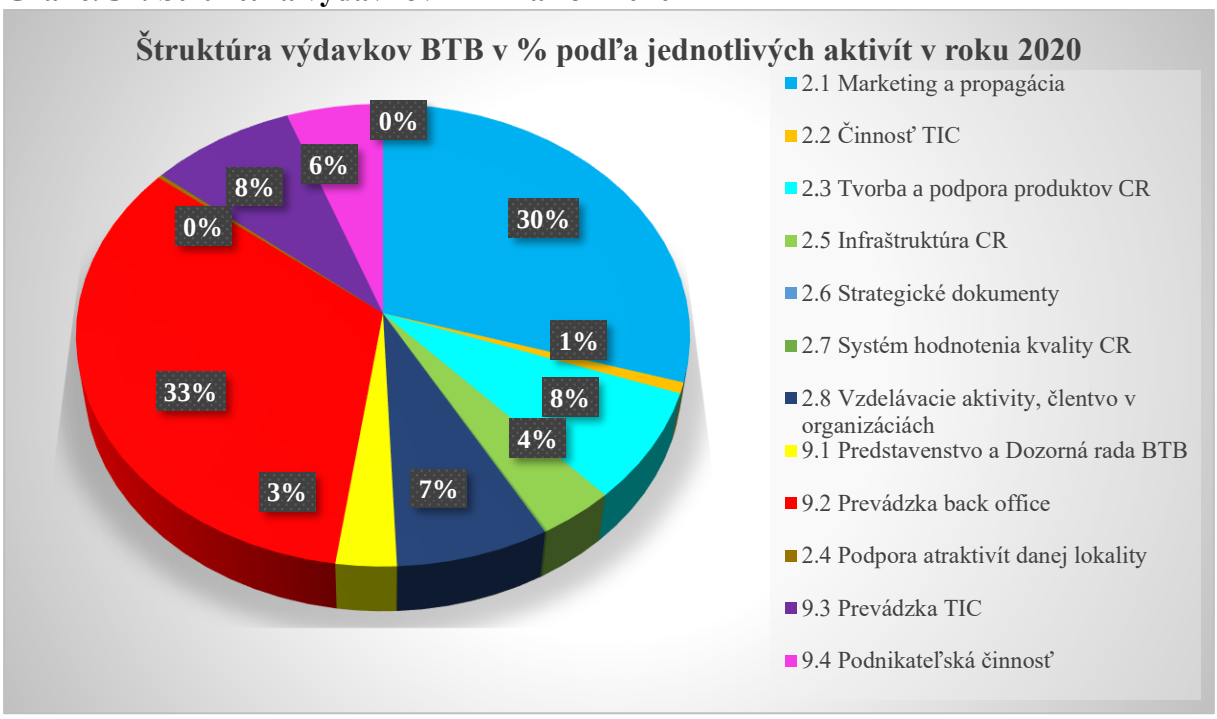
Výdavky BTB v roku 2020 boli vo výške **1 936 153,00,- EUR**. Výdavky boli vo veľkej miere hradené z **poskytnutej dotácie** na aktivity zamerané na podporu rozvoja cestovného ruchu v zmysle oprávnených aktivít definovaných v zákone č. 91/2010 Z. z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov. Zvyšná časť výdavkov 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 č. 25: Výdavky BTB podľa aktivít za rok 2020

AKTIVITA	NÁZOV	SUMA
2.1	Marketing a propagácia	575 698,51 €
2.2	Činnosť TIC	14 693,06 €
2.3	Tvorba a podpora produktov CR	149 081,48 €
2.5	Infraštruktúra CR	69 859,38 €
2.6	Strategické dokumenty	- €
2.7	Systém hodnotenia kvality CR	2 330,20 €
2.8	Vzdelávacie aktivity, členstvo v organizáciách	143 637,82 €
9.1	Predstavenstvo a Dozorná rada BTB	56 493,30 €
9.2	Prevádzka back office	648 957,55 €
2.4	Podpora atraktivít danej lokality	4 864,23 €
9.3	Prevádzka TIC	162 839,24 €
9.4	Podnikateľská činnosť	107 698,23 €
SPOLU		1 936 153,00 €

***** Zdroj: Vlastné spracovanie

Graf č. 32: Štruktúra výdavkov BTB za rok 2020



Zdroj: Vlastné spracovanie

Marketing a propagácia

Účet	Názov	Suma	Percento
501	Spotreba materiálu	49 695,70 €	8,63%
512	Cestovné	5 995,67 €	1,04%
518	Ostatné služby	518 953,91 €	90,14%
521	Mzdy	239,99 €	0,04%
524	Zákonné sociálne poistenie	69,69 €	0,01%
538	Ostatné dane a poplatky	44,20 €	0,01%
547	Osobitné náklady	699,35 €	0,12%
AKTIVITA	**Marketing a propagácia**	**575 698,51 €**	**100,00%**

V aktivite Marketing a propagácia tvorili najväčšiu položku výdavkov: Ostatné služby (518). Tieto náklady boli spojené s:

- **video tvorbou,** kde bolo natočených cca 80 videí na rôzne témy (atraktivity a pamiatky v Bratislave a v mestských častiach v projekte „Turistom vo vlastnom meste“, imidžové videá zamerané na produkty členov BTB, video na tému Rytieri na Devíne, videá spojenie s kampaňou 72 hodinové mesto a pod.)
- **tlačou materiálov, grafickými službami a kreatívou** – prevažná časť nákladov pozostávala z tvorby a tlače informačných materiálov; prípravou nových titulov (brožúra Destinačný katalóg v anglickom a nemeckom jazyku, Gastro); aktualizáciou všetkých druhov brožúr a tematických publikácií BTB (dokopy 20 titulov brožúr/máp/bedekrov/letákov/ katalógov v rôznych jazykových mutáciách);
- **účasťou na veľtrhoch a výstavách CR v oblasti Leisure a MICE;**
- **so zabezpečením a organizovaním infociest, presstripov LEISURE;**

Počas roka bolo zorganizovaných viac ako 20 tematických infociest, presstripov a zároveň boli vytvorené vzorové FAM tripy programov a itinerárov na 2 noci, 3 noci pre nákupcov podujatí a B2B kvôli použitiu po kríze COVID19;

- **PR, komunikáciou, marketingovými kampaňami, online marketingom a merkantilom** kde boli náklady spojené s aktualizáciou webu, programátorskými prácami, prekladateľskými službami, nákupom mediálneho priestoru a reklamných plôch a pod.
- **podporou kongresového CR formou** tvorby špecializovaného obsahu pre MICE komunitu a jeho šírenie pre cieľové publikum v kongresovom CR a zároveň zvyšovanie povedomia o Bratislave ako kongresovej destinácii najmä prostredníctvom online contentu.

Tabuľka č. 26: Podaktivity v rámci aktivity: Marketing a propagácia

AKTIVITA	NÁZOV	SUMA
2.1.1	Edičná a video tvorba	57 297,83 €
2.1.2	Grafické a kreatívne služby	46 943,09 €
2.1.3	Tlač materiálov	27 690,97 €
2.1.4	Výstavy, veľtrhy, prezentácie	8 177,84 €
2.1.5	Turistický informačný systém, PR	54 144,12 €
2.1.6	Infocesty, fam a press tripy	29 812,75 €
2.1.7	Nákup mediálneho priestoru, reklamné plochy	116 228,03 €
2.1.8	Online marketing	135 009,84 €
2.1.9	Marketingové kampane	54 232,38 €
2.1.10	Merkantil	11 977,99 €
2.1.11	MICE	34 183,67 €
SPOLU		**575 698,51 €**

*Zdroj: Vlastné spracovanie

Z celkových nákladov v aktivite Marketing a propagácia predstavovali ostatné služby až 90% podiel. Druhú najväčšiu položku výdavkov tvoril: Spotreba materiálu (501). Ide o náklady vynaložené hlavne na tlač materiálov, brožúr, letákov, máp a propagačných materiálov. Na nákladoch aktivity Marketing a propagácia sa spotreba materiálu podieľala 9%. Zvyšné 1% nákladov predstavovalo cestovné pri veľtrhoch a výstavách, ostatné dane a poplatky a osobitné náklady.

Činnosť TIC

Účet	Názov	Suma	Percento
501	Spotreba materiálu	13 896,06 €	94,58%
551	Odpis majetku	797,00 €	5,42%
AKTIVITA	**Činnosť TIC**	**14 693,06 €**	**100,00%**

V rámci aktivity Činnosť turistického informačného centra boli výdavky spojené so zabezpečením ochranných a dezinfekčných pomôcok, germicídnych žiaričov a navigačných tabúľ pre frontoffice v nadväznosti na situáciu s COVID19. Ďalším nákladom bolo

zabezpečenie sprievodcovských staničiek pre prehliadky ponúkané TIC BTB. 95% výdavkov tvoril: Spotreba materiálu (501) a zvyšné náklady predstavovali odpis majetku.

Tvorba a podpora udržateľných produktov CR

Účet	Názov	Suma	Percento
501	Spotreba materiálu	7 073,06 €	4,74%
518	Ostatné služby	137 371,59 €	92,15%
527	Zákonné sociálne náklady	196,83 €	0,13%
551	Odpis majetku	4 440,00 €	2,98%
AKTIVITA	**Tvorba a podpora produktov CR**	**149 081,48 €**	**100,00%**

V rámci aktivity Tvorba a podpora udržateľných produktov CR boli výdavky spojené s tvorbou udržateľných produktov cestovného ruchu v rámci podpory kultúrnych festivalov, podujatí, výstav, koncertov a spoluprácou na umeleckých projektoch. BTB sa v roku 2020 stalo hlavným organizátorom Bratislavských korunovačných dní. V rámci destinačných produktov cestovného ruchu tvorí náklad BTB aj prevádzka Korunovačného foto-video pointu v Michalskej veži.

Najväčšiu nákladovú položku prestavujú: Ostatné služby (518). Primárne boli tieto náklady spojené so zabezpečením umeleckých výkonov, podpôr podujatí, prezentačných aktivít, sprievodcovských služieb. Ostatné služby (518) predstavujú 92% nákladov aktivity. Druhá významná nákladová položka: Spotreba materiálu (501) pozostávala z merkantilu, IT materiálu a rekonštrukcie insignií do Korunovačného foto-video pointu.

Podpora atraktivít danej lokality

Účet	Názov	Suma	Percento
518	Ostatné služby	3 468,00 €	71,30%
547	Osobité náklady	1 396,23 €	28,70%
AKTIVITA	**Podpora atraktivít danej lokality**	**4 864,23 €**	**100,00%**

V rámci aktivity podpora atraktivít danej lokality boli výdavky spojené s podporou aktivít, ktoré sa stanú súčasťou stálej ponuky v cestovnom ruchu. 71% nákladov tvorili: Ostatné služby (518). Predstavovali náklady súvisiace s organizáciou Bratislava MICE Day (26.2.2020 a online 20.10.2020) v rámci propagácie Bratislavy ako kongresovej destinácie.

Infraštruktúra CR

Účet	Názov	Suma	Percento
501	Spotreba materiálu	14 636,53 €	20,95%
518	Ostatné služby	48 965,04 €	70,09%
551	Odpis majetku	6 257,81 €	8,96%
AKTIVITA	**Infraštruktúra CR**	**69 859,38 €**	**100,00%**

V rámci aktivity Infraštruktúra cestovného ruchu boli náklady vynaložené v rámci piatich podaktivít: Inovatívne SMART/IT technologické riešenia, IT technológie, Značenie, navigačný systém, Zásobovanie a Obnova turistickej infraštruktúry. BTB v rámci aktivity napr. osadilo 2 kusy nových dotykových interaktívnych infopanelov na ŽS Petržalka a Osobnom prístave. Najväčšiu položku nákladov tvorili: Ostatné služby (518). Išlo hlavne o náklady súvisiace s prevádzkou a servisu infopanelov, prevádzkou free wifi, zabezpečenia služieb zásobovania v destinácii. Druhú najvýznamnejšiu položku nákladov tvorila: Spotreba materiálu (501). Náklady predstavovali zabezpečenie obnovy turistickej infraštruktúry v Bratislave, doplnenia a revitalizáciu turistického značenia a navigačných systémov.

Zavedenie a udržanie hodnotiaceho systému kvality služieb

Účet	Názov	Suma	Percento
501	Spotreba materiálu	1 927,00 €	82,70%
518	Ostatné služby	403,20 €	17,30%
AKTIVITA	**Systém hodnotenia CR**	**2 330,20 €**	**100,00%**

V rámci aktivity zavedenie a prevádzkovanie systému hodnotenia kvality služieb boli výdavky spojené s realizáciou dotazníkového prieskumu cez poskytovanie verejnej free WIFI siete v priestoroch TIC Klobučnícka.

Vzdelávacie aktivity a členské príspevky

Účet	Názov	Suma	Percento
513	Náklady na reprezentáciu	82,60 €	0,06%
518	Ostatné služby	25 050,86 €	17,44%
562	Členské príspevky	118 504,36 €	82,50%
AKTIVITA	**Vzdelávacie aktivity a členské príspevky**	**143 637,82 €**	**100,00%**

V rámci aktivity Vzdelávanie boli výdavky použité hlavne na skvalitnenie a rozvoj destinácie a cestovného ruchu. V rámci vzdelávania bola najvýznamnejšou položkou: Ostatné služby (518). Išlo primárne o zabezpečenie vzdelávania zamestnancov BTB, sprievodcov CR, konzultačno-vzdelávacie aktivity pre členov BTB. Súčasťou Vzdelávacej aktivity sú aj členské príspevky do iných organizácií, ktorých je BTB aktívnym členom. Najväčšiu položku tvoril členský príspevok BTB do Bratislava Region Tourism (krajská organizácia cestovného ruchu) vo výške 112 804,- EUR.

Predstavenstvo a Dozorná rada BTB

Účet	Názov	Suma	Percento
521	Mzdy	42 300,00 €	74,88%
524	Zákonné sociálne poistenie	14 128,39 €	25,01%
527	Zákonné sociálne náklady	64,91 €	0,11%
AKTIVITA	**P-BTB a DR-BTB**	**56 493,30 €**	**100,00%**

V rámci aktivity Predstavenstvo a Dozorná rada BTB tvorili 100% nákladov mzdy a zákonné sociálne náklady. Uznesením č. 8 zo dňa 13.12.2016 valné zhromaždenie BTB s účinnosťou od 1.1.2017 upravilo pravidlá vyplácania náhrad členom orgánov BTB.

Prevádzka back office (kancelárie Šafárikovo nám. č. 3)

Účet	Názov	Suma	Percento
501	Spotreba materiálu	13454,06	2,07%
502	Spotreba energie	6093,54	0,94%
511	Oprava a údržba	411,32	0,06%
512	Cestovné	548,93	0,08%
513	Náklady na reprezentáciu	1399,76	0,22%
518	Ostatné služby	119678,29	18,44%
521	Mzdy	357057,07	55,02%
524	Zákonné sociálne poistenie	126465,7	19,49%
527	Zákonné sociálne náklady	16624,94	2,56%
531	Daň z motorových vozidiel	64,66	0,01%
538	Ostatné dane a poplatky	1813,88	0,28%
545	Kurzové rozdiely	357,84	0,06%
549	Ostatné náklady	1998,1	0,31%
551	Odpisy	2989,46	0,46%
AKTIVITA	**Back office**	**648 957,55 €**	**100,00%**

Aktivita Prevádzka back officu pozostávala v roku 2020 zo súboru nákladových položiek:

I. Spotreba materiálu

Primárne náklady predstavovali bežnú spotrebu: kancelárske potreby, hygienické a čistiace potreby, drobný majetok a tonery. BTB vlastí osobný automobil BL401IM, s prevádzkou ktorého sú spojené náklady PHM, náklady bežnej spotreby (napr.: voda do ostrekovačov, výmena pneumatík a pod.). V rámci prevádzky back office bola počas roka 2020 vymenená výpočtová technika pre ekonomické odd. a PR odd., PP-BTB zároveň bolo zabezpečené zariadenie zasadačky, kde sa pravidelne konajú zasadnutia predstavenstva BTB.

II. Spotreba energie

Náklady súviseli s mesačnou fakturáciou energií za prenájom priestorov na Šafárikovom námestí 3, prevádzkou totemov a skladovacích priestorov, ktoré si BTB prenajíma na umiestnenia brožúr, propagačných materiálov, informačných nosičov a iné.

III. Oprava a údržba

Náklady boli spojené s drobnými opravami v kancelárskych priestoroch BTB a servis osobného automobilu BTB.

IV. Cestovné

Náklady súviseli s tuzemskými a zahraničnými cestami zamestnancov BTB (napr.: Utazás Budapešť, Holiday World Praha a pod.) a ostatnými cestovnými nákladmi.

V. Náklady na reprezentáciu

Náklady pozostávali prevažne z položiek (napr.: káva, čaj, cukor, mlieko a iné) pre zabezpečenie zasadnutí P-BTB, komôr a pracovných stretnutí zamestnancov a vedenia BTB.

VI. Ostatné služby

V rámci nákladovej položky uhradilo BTB mesačné služby mobilného operátora, internet, poštovné, nájomné kancelárskych priestorov na Šafárikovom námestí a prenájom skladovacích priestorov, upratovacie služby, parkovné poplatky, notárske poplatky, diaľničnú známku, zverejňovanie pracovných ponúk a iné.

Osobitnú položku v rámci Ostatných služieb (518) tvoria outsourcingové služby organizácie: účtovné služby, právne služby a konzultácie k verejnému obstarávaniu.

VII. Mzdy a odvody

Mzdové a odvodové náklady boli vynaložené v back office na mzdy zamestnancov v rámci oddelenia Marketingu, propagácie a eventov, oddelenia PR a komunikácie, MICE oddelenia, Ekonomicko-personálneho oddelenia, oddelenia Stratégie a destinačného manažmentu, pracovníkov na dohodu, office manažérky/asistentky PP-BTB a výkonného riaditeľa organizácie. Súčasťou nákladov sú mzdy, odvody, zákonné a sociálne náklady.

Tabuľka č. 27: Mzdy a odvody v rámci aktivity: Prevádzka back office

Mesiac	Mzda Brutto	ZP/SP zamestnávateľ	Cena práce
Január	25 991,51 €	9 121,25 €	35 112,76 €
Február	24 605,80 €	8 646,95 €	33 252,75 €
Marec	26 201,07 €	9 170,91 €	35 371,98 €
Apríl	25 135,99 €	8 772,89 €	33 908,88 €
Máj	25 512,06 €	8 906,27 €	34 418,33 €
Jún	25 404,53 €	8 909,29 €	34 313,82 €
Júl	27 254,20 €	10 976,24 €	38 230,44 €
August	31 759,51 €	11 135,89 €	42 895,40 €
September	29 588,99 €	10 371,80 €	39 960,79 €
Október	29 487,12 €	10 316,28 €	39 803,40 €
November	43 942,47 €	15 355,43 €	59 297,90 €
December	42 173,82 €	14 782,50 €	56 956,32 €
SPOLU:	**357 057,07 €**	**126 465,70 €**	**483 522,77 €**

Zdroj: Vlastné spracovanie

VIII. Daň z motorových vozidiel

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.

IX. Ostatné dane a poplatky

Náklady súviseli s mesačnými koncesionárskymi poplatkami, správnymi poplatkami, e-kolkami, miestnymi poplatkami a poplatkami za komunálny odpad.

X. Kurzové rozdiely

Predstavovali kurzové straty, ktoré v priebehu roka 2020 vznikli pri zahraničných subjektoch v mene: CZK, GBP, USD.

XI. Ostatné náklady

Hlavnou nákladovou položkou 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 poplatkami za platby, transakčné poplatky, poplatky za platobné karty, cestovné poistenie, poistenie majetku.

XII. Odpisy

Náklady súvisiace s odpisom dlhodobého nehmotného a dlhodobého hmotného majetku BTB.

Tabuľka č. 28: Majetok a oprávky za rok 2020

ID	Predmet	Suma	Oprávky
013.10	Komunikačný nástroj API	1 440,00 €	- 1 440,00 €
A/ Softvér			**- €**
014.10	Licencia na používanie SV BCC	16 920,00 €	12 870,00 €
B/ Licencie			**4 050,00 €**
022.10	Inf.stánok - Letisko	22 497,60 €	-22 497,60 €
022.20	Pódiový set-PRO STAGE	5 743,80 €	- 5 743,80 €
022.30	Sčítač.cyklistov-EcoCounter	9 598,00 €	-9 598,00 €
022.40	Svetelná info-tabuľa 2ks	3 498,00 €	-2 694,58 €
022.50	Exteriérový stan	1 831,20 €	-1 831,20 €
022.60	Dotykové monitory Samsung	21 286,80 €	-18 137,48 €
022.70	Interaktívne dotykové totemy	49 201,20 €	-15 067,81 €
022.80	Tlačiareň ZXP7	3 004,80 €	-1 510,80 €
022.90	Synology Disk Station	2 730,00 €	-911,88 €
022.91	Pultové prepážky	9 563,94 €	-797,00 €
C/ Dlhodobý hmotný majetok			**50 165,19 €**
023.10	OA Volkswagen	12 584,00 €	-12 584,00 €
D/ Dopravné prostriedky			**- €**
SPOLU MAJETOK :			**54 215,19 €**

*Zdroj: Vlastné spracovanie

Prevádzka TIC – front office (Klobučnícka 2)

Účet	Názov	Suma	Percento
501	Spotreba materiálu	8282,01	5,09%
502	Spotreba energie	269,82	0,17%
512	Cestovné	23,7	0,01%
513	Náklady na reprezentáciu	203,61	0,13%
518	Ostatné služby	14276,66	8,77%
521	Mzdy	91129,3	55,96%
524	Zákonné sociálne poistenie	32455,29	19,93%
525	Ostatné sociálne zabezpečenie	803,26	0,49%
527	Zákonné sociálne náklady	11994,61	7,37%
538	Ostatné dane a poplatky	172,57	0,11%
549	Ostatné náklady	170,93	0,10%
551	Odpisy	3057,48	1,88%
AKTIVITA	**TIC - fornt office**	**162 839,24 €**	**100,00%**

I. Spotreba materiálu

Výdavky v rámci spotreby materiálu v roku 2020 súviseli s nákladmi turistického informačného centra najmä na kancelárske potreby, hygienické a čistiace potreby, ochranné pomôcky súvisiace s pandémiou COVID19, tonery, vybavenie zázemia informačného centra, drobného majetku. V rámci modernizácie výpočtovej techniky v rámci informačného strediska boli zakúpené interné disky a externá pamäť na zvýšenie výkonu súčasných PC zostáv.

II. Spotreba energií

Náklady súviseli s mesačnou fakturáciou energií za prevádzku totemu na letisku M. R. Štefánika v Bratislave.

III. Cestovné

Náklady boli spojené s tuzemskou pracovnou cestou zamestnancov TIC.

IV. Náklady na reprezentáciu

Náklady pozostávali prevažne z položiek (napr.: káva, čaj, cukor, mlieko a iné) a dekoračnej výzdoby turistického informačného centra.

V. Ostatné služby

V rámci nákladovej položky hradilo BTB mesačné služby mobilného operátora, internet, poštovné, nájomné kancelárskych priestorov na Klobučníckej ulici, upratovacie služby, služby spojené s prevádzkou informačného centra, revízia kotla a klimatizácie, poplatky za E-kasu, služby NSG siete a iné.

VI. Mzdy a zákonné odvody

Mzdové a odvodové náklady boli vynaložené na mzdy zamestnancov v rámci front officu a brigádnikov. Súčasťou nákladov sú mzdy, a zákonné sociálne náklady.

Tabuľka č. 29: Mzdy a odvody v rámci aktivity: Prevádzka TIC – front office

Mesiac	Mzda Brutto	ZP/SP zamestnávateľ	Cena práce
Január	9 928,45 €	3 194,68 €	13 123,13 €
Február	10 109,39 €	3 238,25 €	13 347,64 €
Marec	7 039,62 €	2 367,19 €	9 406,81 €
Apríl	5 991,55 €	2 052,25 €	8 043,80 €
Máj	6 404,79 €	2 178,33 €	8 583,12 €
Jún	5 808,99 €	1 922,71 €	7 731,70 €
Júl	6 702,11 €	2 169,51 €	8 871,62 €
August	7 551,76 €	2 338,01 €	9 889,77 €
September	9 274,42 €	2 953,75 €	12 228,17 €
Október	8 203,25 €	4 472,73 €	12 675,98 €
November	6 075,75 €	1 995,03 €	8 070,78 €
December	8 039,22 €	3 572,85 €	11 612,07 €
SPOLU :	**91 129,30 €**	**32 455,29 €**	**123 584,59 €**

*Zdroj: Vlastné spracovanie

VII. Ostatné dane a poplatky

V rámci nákladov turistického informačného centra v roku 2020 išlo o poplatky za komunálny odpad.

VIII. Ostatné náklady

Tieto náklady sa viazali na prevádzkovú činnosť informačného centra. Konkrétne išlo o rozpustenie nákladu budúceho obdobia – poistného informačného centra.

IX. Odpisy

Náklady súvisiace s odpisom dlhodobého nehmotného a dlhodobého hmotného majetku BTB.

Podnikateľská činnosť

Účet	Názov	Suma	Percento
501	Spotreba materiálu	1964,49	1,82%
504	Predaný tovar	346,04	0,32%
518	Ostatné služby	24407,84	22,66%
521	Mzdy	57329,46	53,23%
524	Zákonné sociálne poistenie	19221,16	17,85%
527	Zákonné sociálne náklady	3204,78	2,98%
548	Ostatné náklady na hospodársku činnosť	6,29	0,01%
549	Iné ostatné náklady	991,17	0,92%
558	Odpisy	227	0,21%
AKTIVITA	**Podnikateľská činnosť**	**107 698,23 €**	**100,00%**

I. Spotreba materiálu

Náklady súviseli s nákupom výpočtovej techniky na účely podnikateľskej činnosti. Ďalšia časť nákladov sa viazala na spotrebu Bratislava card zo zásoby.

II. Predaný tovar

Náklady boli spojené s predajom MHD lístkov v rámci Turistického informačného centra

III. Ostatné služby

V rámci nákladovej položky išlo o výdavky spojené s mesačnými službami mobilného operátora, prevádzky e-kasy, platby za skrátené čísla a iné. Najväčšiu nákladovú položku tvorili: provízie z predaja Bratislava card a sprievodcovské služby.

IV. Mzdy a zákonné odvody

Mzdové a odvodové náklady boli vynaložené na mzdy zamestnancov, ktorí sa podieľali na podnikateľskej činnosti (predaj, tvorba produktu, manažment).

Tabuľka č. 30: Mzdy a odvody v rámci aktivity: Podnikateľská činnosť

Mesiac	Mzda Brutto	ZP/SP zamestnávateľ	Cena práce
Január	4 977,73 €	1 711,28 €	6 689,01 €
Február	4 835,89 €	1 651,83 €	6 487,72 €
Marec	3 680,85 €	1 225,73 €	4 906,58 €
Apríl	3 219,47 €	1 091,56 €	4 311,03 €
Máj	4 554,23 €	1 240,60 €	5 794,83 €
Jún	4 563,14 €	1 521,60 €	6 084,74 €
Júl	4 625,91 €	1 535,43 €	6 161,34 €
August	4 591,29 €	1 518,19 €	6 109,48 €
September	5 472,88 €	1 813,52 €	7 286,40 €
Október	4 978,53 €	2 006,64 €	6 985,17 €
November	5 371,99 €	1 750,23 €	7 122,22 €
December	6 457,55 €	2 154,55 €	8 612,10 €
SPOLU:	**57 329,46 €**	**19 221,16 €**	**76 550,62 €**

*Zdroj: Vlastné spracovanie

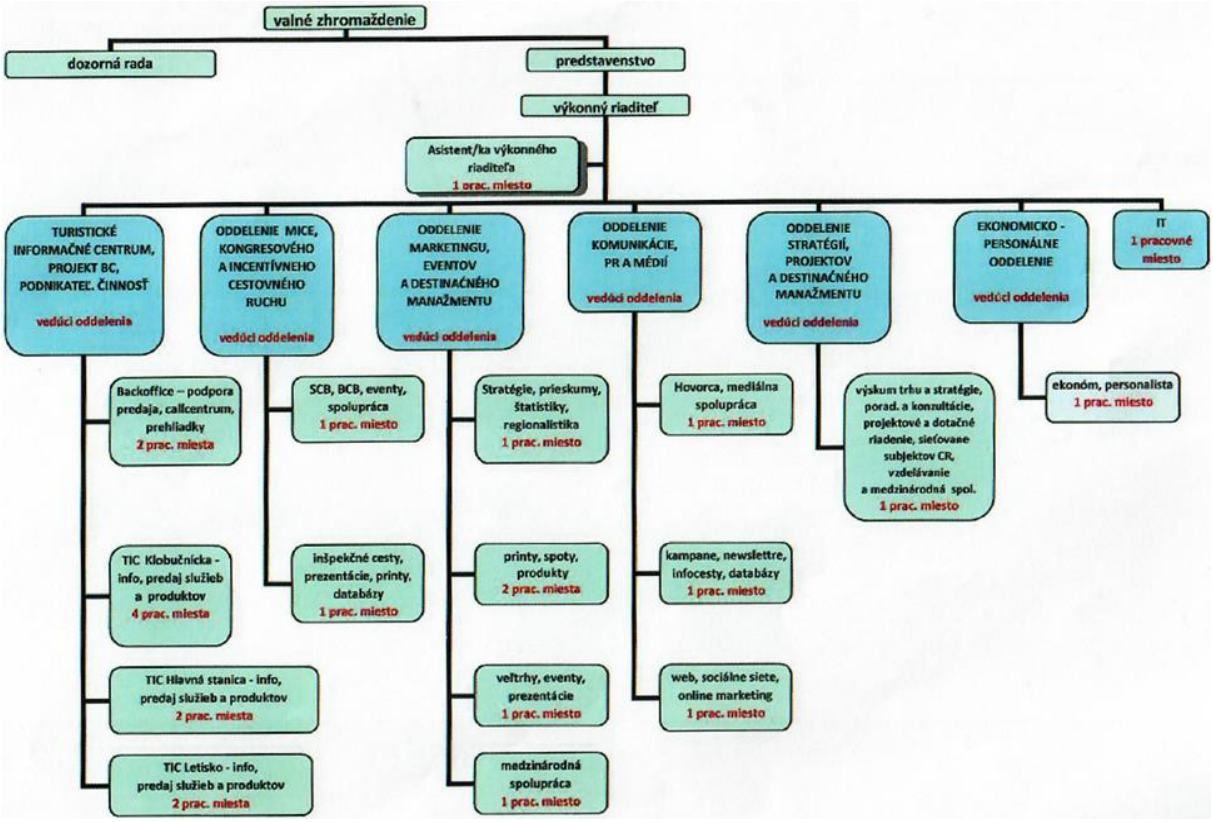
V. Iné ostatné náklady

Iné ostatné náklady boli spojené s poplatkami za platobné karty, posterminály, platobnú bránu.

VI. Odpisy

Náklad je spojený s vytvorením opravných položiek k nevymožiteľným pohľadávkam.

Organizačná štruktúra BTB



*Zdroj: Organizačný poriadok BTB

Riadiacim orgánom BTB je predstavenstvo na čele s predsedom predstavenstva ako štatutárnym orgánom. Predstavenstvo BTB zasadá na pravidelnej báze, zvyčajne dvakrát mesačne. Predmetom zasadnutí je prerokovanie a schvaľovanie všetkých podstatných náležitostí, dokumentov, výstupov o činnosti organizácie, plánov práce jednotlivých oddelení na najbližšie obdobia. Prerokúvajú sa zásadné výstupy zo zasadnutí jednotlivých komôr BTB, prijímajú sa nariadenia upravujúce chod organizácie (jednotlivé procesné zložky prevádzky BTB ap.), rozhoduje sa o členstve záujemcov o vstup do organizácie, prijímajú sa opatrenia na zabezpečenie plynulého a transparentného chodu organizácie. Výkonný riaditeľ sa zúčastňuje na všetkých zasadnutiach predstavenstva BTB, kde pravidelne informuje jeho členov o uskutočnených resp. plánovaných aktivitách výkonnej zložky. Tiež pravidelne predkladá a informuje o priebežnom pláne aktivít všetkých oddelení, čím je zabezpečená prehľadnosť a kontrola činnosti organizácie. Ten vychádza prioritne zo schváleného predbežného plánu aktivít a rozpočtu, ktoré každoročne schváli VZ. Okrem toho predkladá výkonný riaditeľ pravidelne Kvartálnu správu o činnosti BTB na schválenie predstavenstva. Správa je vyhotovená na základe povinnosti výkonného riaditeľa BTB, ktorá vyplýva z čl. XII bod č. 11 stanov BTB v znení: „Výkonný riaditeľ je povinný raz za tri mesiace predkladať predstavenstvu na jeho rokovaní správu o činnosti organizácie, jej jednotlivých úsekov, sekcií a zoznam zmlúv a iných právnych úkonov, ktoré uzatvoril a podpísal za predchádzajúce tri mesiace.

Výkonný riaditeľ je povinný poskytnúť predstavenstvu na jeho vyžiadanie potrebné podklady a informácie i kedykoľvek medzi zasadnutiami predstavenstva.“ Spravidla raz za dva týždne sú organizované spoločné porady výkonnej zložky BTB.

Výkonná zložka predkladá na náhodnú kontrolu dokumentáciu k aktivitám a prevádzke aj DR BTB. Predseda DR BTB sa pravidelne zúčastňuje na rokovaniach predstavenstva.

Sporadicky sa vedúci jednotlivých oddelení, výkonný riaditeľ a predseda predstavenstva BTB zúčastňujú na rokovaniach komôr, kde informujú členov o parciálnych úlohách a aktivitách, ktoré BTB priebežne realizuje a o ktoré sa jednotliví členovia intenzívne zaujímajú a na mnohých aktívne participujú. Najčastejšie prebieha spoločné rokovanie najmä pred koncom roka kedy sa nastavuje ročný plán aktivít a rozpočet organizácie.

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

Personálne zabezpečenie organizácie bolo k 31.12. 2020 v nasledujúcej štruktúre:

Na trvalý pracovný pomer boli v BTB back office zamestnaní 16 zamestnanci a v TIC BTB 8 zamestnanci. Priemerná mzda zamestnancov Bratislavskej organizácie cestovného ruchu bola za rok 2020 vo výške 1771,- EUR. V priebehu roku 2020 mala BTB zazmluvnenú dohodu o pracovnej činnosti, dohodu o vykonaní práce a dohodu o brigádnickej práci študenta celkovo u 19 osôb. Išlo najmä o zabezpečenie informátorov a prezentátorov regiónu na veľtrhoch, výstavách, prezentáciách destinácie doma i v zahraničí, ako aj informátorov v sezónnych TIC zriadených v destinácii a na strategických miestach, sprievodcov CR na príležitostných akciách a podujatiach, ktorých sa BTB zúčastňovala v roku 2020 ap.

Orgány BTB a výkonná zložka:

Predstavenstvo:
Ing. Vladimír Grežo, predseda predstavenstva
Mag. Martin Volek, MBA, podpredseda predstavenstva/zástupca komory č.2
Peter Hochschorner, člen predstavenstva
Ing. Róbert Ďurica, člen predstavenstva/ zástupca komory č.1
prof. JUDr. Ľudmila Novacká, PhD., členka predstavenstva/ zástupca komory č.4
Ing. Monika Debnárová, členka predstavenstva
Ing. Soňa Svoreňová, členka predstavenstva
Mgr. Peter Petrovič, člen predstavenstva/ zástupca komory č.3

Výkonný riaditeľ:
Ing. Mgr. Tomáš Koniar, PhD. výkonný riaditeľ BTB

Dozorná rada:
Mgr. Marek Farkaš, predseda dozornej rady
Mgr. Michal Brat, PhD., podpredseda dozornej rady
JUDr. Peter Jakušík, člen dozornej rady
MUDr. Dana Čahojová, člen dozornej rady

Trvalý pracovný pomer:

Office manažér/asistenka – 1 úväzok
Oddelenie marketingu, eventov a destinačného manažmentu – 3 úväzky
Oddelenie stratégie, projektov a destinačného manažmentu – 1 úväzok
Oddelenie komunikácie, PR a médií – 4 úväzky
Oddelenie MICE, kongresového a incentívneho CR – 2 úväzky + 2 materská dovolenka
Ekonomicko-personálne oddelenie – 2 úväzky
TIC – 8 úväzkov

Výsledok hospodárenia BTB

Bratislavská organizácia cestovného ruchu 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 činnosť** a **vedľajšiu zdaňovanú činnosť**.

Bratislavská organizácia cestovného ruchu dosiahla hospodársky výsledok z hlavnej nezdaňovanej činnosti zisk vo výške 59 009,58,- EUR. V rámci úpravy hospodárskeho výsledku zo zdaňovanej činnosti po pripočítateľných a odpočítateľných položkách a úprave základu dane o odpočet straty z predchádzajúceho obdobia dosiahla Bratislavská organizácia cestovného ruchu v roku 2020 stratu vo výške 19 432,- EUR.

Celkový výsledok hospodárenia Bratislavskej organizácie cestovného ruchu za obdobie 2020 bol na úrovni **39 576,70,- EUR.**

V súlade s § 19 ods. 2 písm. c) zákona č. 213/1997 Z. z. o neziskových organizáciách v znení neskorších predpisov Bratislavská organizácia cestovného ruchu navrhuje preúčtovať výsledok hospodárenia na účet **428 – Nevysporiadaný výsledok minulých rokov** najneskôr do skončenia nasledujúceho účtovného obdobia.

Záver

Na základe predloženej správy o činnosti na záver konštatujeme, že organizácia Bratislava Tourist Board v roku 2020 efektívne vykonávala aktivity na podporu rozvoja cestovného ruchu v destinácii Bratislava. Zároveň hospodárila s finančnými prostriedkami v súlade s princípmi hospodárnosti, účelnosti, transparentnosti a efektívnosti. Organizácia zverejňovala na svojej webovej stránke všetky relevantné dokumenty súvisiace s jej aktivitami. Plnila plán aktivít schválený valným zhromaždením organizácie vrátane schváleného rozpočtu na plánované aktivity. 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 a výstavby SR

Č. registrácie: 28351/2011/SCR

Sídlo: Primaciálne nám. 1, 814 99 Bratislava
IČO: 42259088 DIČ: 2023399455

Kontakt: btb@visitbratislava.com
www.visitbratislava.com