

**SPRÁVA O ČINNOSTI**  
**KRAJSKEJ ORGANIZÁCIE CESTOVNÉHO RUCHU**  
**TURIZMUS REGIÓNU BRATISLAVA / BRATISLAVA REGION TOURISM**  
**V ROKU 2019**



## OBSAH

ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE.....	5
ÚVOD.....	6
1. MARKETING A PROPAGÁCIA.....	7
1.1. Edičná a video tvorba .....	7
1.2. Výstavy, veľtrhy cestovného ruchu a prezentácie .....	8
1.3. Mediálne kampane na podporu produktov a podujatí .....	10
1.8. Podpora predaja a propagačné nástroje .....	13
2. ČINNOSŤ TIC.....	14
4. TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU .....	15
4.1. Vlastné podujatia a projekty .....	15
4.2. Podujatia a projekty v spolupráci s partnermi .....	16
4.3. Podpora produktov cestovného ruchu.....	18
5. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY .....	19
5.1. Infocesty, presstripy, famtripy, inšpekčné cesty.....	19
5.2. Organizačno-technické zabezpečenie a prezentácie v TIC Viedeň .....	22
INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU .....	24
9. VZDELÁVACIE AKTIVITY ( AKTIVITY, WORKSHOPY A ŠTUDIJNÉ CESTY) .....	24
INÉ AKTIVITY BRT .....	25
ZABEZPEČENIE STRATEGICKÝCH, KONCEPČNÝCH A ANALYTICKÝCH MATERIÁLOV A DOKUMENTOV, ŠTATISTÍK, A PRIESKUMOV .....	25
ROZPOČET, JEHO ČERPANIE A POPIS VÝDAVKOV NA AKTIVITY .....	29

## ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE

**Názov organizácie:** Turizmus regiónu Bratislava / Bratislava Region Tourism

**Sídlo:** Sabinovská 16, 820 05 Bratislava

**Členovia:** Bratislavský samosprávny kraj  
Bratislavská organizácia cestovného ruchu  
OOCR Región Senec  
OOCR Malé Karpaty  
OOCR Záhorie

**Typ organizácie:** Krajská organizácia cestovného ruchu

**Štatutárny zástupca /  
predseda krajskej organizácie:** Ing. Tomáš ZAJAC

**Výkonný riaditeľ:** **Mgr. Andrea Ambrózy** (od 01.01.2019 do 31.8.2019)  
**František STANO** (od 1.9.2019)  
Tel: +421 907 716 518  
Email: frantisek.stano@bratislavaregion.travel

**Asistentka VR:** **Mária KUNDRÁTOVÁ**  
**Oddelenie stratégie:** **Soňa SVOREŇOVÁ**  
**Oddelenie marketingu a eventov:** **Ondrej BEDNÁR**  
**Tamara ČIŽMÁROVÁ**  
**Mária JASEŇÁKOVÁ**  
**Monika KADLEČÍKOVÁ (MD)**  
**Zuzana KRIVOSUDSKÁ**  
**Katarína Koronciová** (od 1.9. 2019 do 31.12.2019)

**Odd. PR a komunikácie:** **Roman USCKÝ**  
**Petra KUČIAK (MD)**  
**Michal ROMAN**  
**Martin RONČÁK** (do 31.12.2019)

**Finančné riadenie a ľudské zdroje:** **Daniela SVETLÍKOVÁ**  
**IT špecialista:** **Aleš KROPÁČEK**

**Internetové stránky a profily:** [www.bratislavaregion.travel](http://www.bratislavaregion.travel)  
[www.facebook.com/bratislavaregion.travel](https://www.facebook.com/bratislavaregion.travel)  
[www.instagram.com/bratislavaregion.travel](https://www.instagram.com/bratislavaregion.travel)

## ÚVOD

Krajská organizácia cestovného ruchu Turizmus regiónu Bratislava/Bratislava Region Tourism (ďalej len „BRT“) je organizáciou destinačného manažmentu, hospodáriaca ako nezisková organizácia. Bola založená Zakladateľskou zmluvou uzatvorenou dňa 13.2.2012 podľa §9 zákona č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších právnych predpisov medzi zakladateľmi Bratislavským samosprávnym krajom a Oblastnou organizáciou cestovného ruchu Bratislava Tourist Board. Je registrovaná v Registri organizácií cestovného ruchu vedeného Ministerstvom dopravy, výstavby a regionálneho rozvoja Slovenskej republiky (ďalej „MDVaRR SR“) pod spisovým číslom 08557/2012/SCR. Rok 2019 predstavoval pre BRT 8. rok svojej existencie od jej založenia.

V roku 2019 sa riadne zasadnutie valného zhromaždenia členov BRT uskutočnilo 3 krát a to, 13. marca, 27. augusta a 18. decembra. Krajská organizácia mala ku dňu 31. decembra 2019 v trvalom pracovnom pomere 9 zamestnancov z toho jedného riadiaceho zamestnanca a dvoch vedúcich zamestnancov. **Štátna dotácia od MDVaRR SR predstavovala v roku 2019 sumu vo výške 515.300 EUR. Čerpanie prijatej dotácie bolo vo výške 95,753 %.** Krajská organizácia na základe zákona č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu vytvárala adekvátne podmienky na rozvoj cestovného ruchu na území kraja a chránila záujmy svojich členov. Na základe jej určených práv a povinností daných zákonom vykonávala aj aktivity v roku 2019, ktoré boli v súlade s prioritami stanovenými v žiadosti o poskytnutie dotácie na podporu projektov rozvoja cestovného ruchu na rok 2019. Činnosť organizácie bola zameraná primárne na realizáciu marketingových a PR aktivít, spoluorganizovanie infociest, prezentácia a participácia na zahraničných výstavách a veľtrhoch a iné. Prínosná bola účasť organizácie na medzinárodných veľtrhoch. Medzi prioritné oblasti podpory cestovného ruchu patrí aj organizovanie a spoluorganizovanie podujatí, ktoré majú nadregionálny dosah a význam. BRT participuje na organizovaní významných podujatí a akcií v regióne, ktoré sú zamerané na kultúru, šport, históriu, aktívne trávenie voľného času, umenie a remeslá, ale aj gastronómiu a vinárstvo.

## 1. MARKETING A PROPAGÁCIA

### 1.1. EDIČNÁ A VIDEO TVORBA

V roku 2019 sme pokračovali v edičnej tvorbe brožúr a rozšírili sme už existujúce brožúry Bratislavský región v skratke, Kam s deťmi, Kempy, Beh, Golf, o ich nemeckú, anglickú, maďarskú mutáciu. Portfólio brožúr sme rozšírili o nový propagačný materiál zameraný na zimu a fašiangy v BA regióne – „ Zima v bratislavskom regióne, ktorý informuje turistov o turistických a gastronomických možnostiach. Tento materiál bol spracovaný a vydaný v slovenskom a nemeckom jazyku a v elektronickej forme aj v anglickom jazyku.

Zabezpečili sme upgrade a tlač turistických máp Bike & Boat, ktoré monitorujú úsek Malého Dunaja a príľahlých cyklotrás v bratislavskom regióne.

Finančné prostriedky z kapitoly Edičná a video tvorba boli využité na tlač novovytvorených brožúr ako aj dotlač existujúcich brožúr a ich jazykových mutácií. Taktiež sa z týchto prostriedkov tlačili iné tlačové materiály slúžiace na prezentáciu jednotlivých aktivít, vyplývajúcich z plánu práce KOBR BRT.

V roku v 2019 BRT realizovala nákup 100ks fotografií pre potreby rozšírenia fotobanky BRT, ktorá je v dnešnej dobe nevyhnutným a jedným zo základných nástrojov propagácie. Išlo o dokumentačné a imidžové fotografie na propagáciu Bratislavy a regiónu.

BRT si pre rok 2019 dala za cieľ zvýšiť imidž regiónu a jeho atraktivít v rámci domáceho cestovného ruchu a zrealizovala nové video spoty a statické vizuály (internetový banner a inzercia). Bolo vytvorených 5 video spotov - 1 spot pre celý región (60s), a 20 sekundové spoty pre Bratislavu, pre Malé Karpaty, pre Záhorie a pre Senec. A zároveň 5 statických vizuálov pre potreby inzercie v tlačenej médiách alebo bannerov v online prostredí.

Z kapitoly Edičná a video tvorba sa použili prostriedky aj na tvorbu grafiky a úpravy vizuálov, napríklad brožúry Kráľovstvo husaciny či upgrade všetkých brožúr (press aj web PDF). Významným krokom k zjednoteniu vizuálnej komunikácie hlavného mesta Bratislava a celého regiónu bola v závere roka dohoda medzi BRT a BTB o spoločnom postupe. BTB vysúťažila v priebehu roka reklamnú agentúru ako spracovateľa a dodávateľa novej vizuálnej komunikácie "72 Hours City", ktorá bude spustená od marca 2020. K autorskému návrhu z dielne Creative Department s.r.o. sa pridala aj BRT a nechala si vypracovať modifikované grafické stvárnenie komunikačného vizuálu "72+ Hours Region" s podtitulom „Je to len na skok“. Cieľom je komunikovať kompaktnosť a dostupnosť (s dôrazom na udržateľnú mobilitu) turistických cieľov v okolitom regióne hlavného mesta.

## 1.2. VÝSTAVY, VEĽTRHY CESTOVNÉHO RUCHU A PREZENTÁCIE

V spolupráci s Ministerstvom dopravy a výstavby Slovenskej republiky, krajská organizácia cestovného ruchu Bratislava Region Tourism v roku 2019 prezentovala bratislavský región na viacerých významných veľtrhoch cestovného ruchu doma aj v zahraničí prípadne sa zúčastnila na veľtrhoch odborných prednášok na témy týkajúce sa cestovného ruchu. V spolupráci s oblastnou organizáciou Bratislava Tourist Board sa BRT prezentovala na viedenskom veľtrhu cestovného ruchu **Ferien-Messe**. BRT v roku 2019 pripravila 2 samostatné prezentácie vo forme expozície na bratislavskom veľtrhu **ITF SlovakiaTour** a na brnianskom veľtrhu cestovného ruchu **GO a REGIONTOUR**, kde v rámci expozície vytvorila priestor pre všetky členské oblastné organizácie a ich členov pod názvom „**Taste the region**“. Koncept expozície bol postavený na chutiach regiónu, kde počas 4-och dní trvania veľtrhu, každý deň patril jednej z členských oblastných organizácií, ktoré pripravili pre odbornú verejnosť, ale aj pre návštevníkov ponuku gastronomických špecialít s dôrazom na tradičné chute daného subregiónu. Priestor dostali mestá, obce a podnikateľské subjekty v oblasti cestovného ruchu zo subregiónov, ktorí sú členmi oblastných organizácií. Úlohou účasti na veľtrhoch je promovanie produktov destinácie, posilňovanie vnímania značky destinácie a informovanie verejnosti o širokej ponuke regiónu. Veľtrhy cestovného ruchu sú zároveň dôležitou platformou na vytváranie a upevňovanie pracovných kontaktov vrátane médií a získavanie prehľadu o nových možnostiach propagácie regiónu, ktoré budú atraktívne a pútavé pre návštevníkov.

**BRT sa v roku 2019 prezentovala resp. zúčastnila na týchto medzinárodných veľtrhoch CR:**

- |   |                    |                    |
|---|--------------------|--------------------|
| ○ <b>Ferien messe Wien</b>                | 10. - 13. január   | / expozícia BTB    |
| ○ <b>GO Region Tour Brno</b>              | 17. - 20. január   | / expozícia BRT    |
| ○ <b>ITF Slovakia Tour Bratislava</b>     | 24. - 27. január   | / expozícia BRT    |
| ○ <b>Holiday World Praha</b>              | 21. - 24. február  | / expozícia MDV SR |
| ○ <b>ITB Berlin, Nemecko</b>              | 05. - 08. marec    | / expozícia MDV SR |
| ○ <b>World Travel Show 2019, Nadarzyn</b> | 18. - 20. október  | / expozícia MDV SR |
| ○ <b>IBTM Barcelona 2019, Španielsko</b>  | 19. - 21. november | / expozícia MDV SR |

### Iné výstavy, veľtrhy a prezentácie

Bratislavský región, jeho atraktivity a najzaujímavejšie podujatia, ponuka ubytovacích kapacít ako aj gastronomické a iné služby súvisiace s cestovným ruchom, boli prezentované nielen na veľtrhoch a výstavách cestovného ruchu ale aj prostredníctvom podujatí (športové a kultúrne eventy, konferencie, súťaže).

V roku 2019 sme pokračovali v prezentácii regiónu formou „Roadshow“, v rámci ktorej sme sa zúčastnili turisticky obľúbených kultúrno-spoločenských podujatí doma i v zahraničí, ale už v menšom počte, ako v predchádzajúcich rokoch. **Prostredníctvom Roadshow po Slovensku BRT navštívila rôzne kraje Slovenska**, na ktorých informovala vo svojom prezentačnom stánku návštevníkov o možnostiach trávenia voľného času v Bratislavskom regióne:

- **Rotenstein – Holíč (Trnavský kraj) / 25. - 26.5.2019**

Rytiersky festival ROTENSTEIN priniesol do holíčskeho zámku atmosféru stredoveku. Festivalu sa zúčastnilo viac ako 250 účinkujúcich zo Slovenska, Čiech, Rakúska a Poľska. KOČR BRT sa prostredníctvom svojej externej expozície sústredila na prezentáciu historických atraktivít, akými sú hrady a zámky na území regiónu ako aj spoločenskými podujatiami, ktoré majú historický podtón.
- **Pohoda Festival – Trenčín (Trenčiansky kraj) / 11. - 13.7.2019**

Festival Pohoda v Trenčíne je najväčším hudobným festivalom na Slovensku a dlhoročne sa teší obrovskému záujmu. KOČR BRT sa už piaty rok stala oficiálnym partnerom tohto najväčšieho slovenského festivalu. V rámci Roadshow so svojím stánkom na Pohode prezentovala ponuku atraktivít a možností trávenia voľného času v Bratislavskom regióne. Komunikáciou a propagačnými materiálmi poskytovala praktické rady a informácie o Bratislavskom regióne. Návštevníkom podujatia tiež pripravila interaktívnu zábavu s kolesom šťastia s rôznymi otázkami a splnila účel, ktorým bolo nalákať záujemcov k informačnému stánku, kde boli informovaní o zaujímavostiach a ponuke Bratislavského regiónu.
- **SIAF Letecké dni – Sliač (Banskobystrický kraj) / 3. - 4.8.2019**

Krajská organizácia cestovného ruchu BRT sa v rámci Roadshow po Slovensku zúčastnila na Medzinárodných leteckých dňoch SIAF 2019 v Sliači. V prezentačnom stánku od 3. do 4.8. 2019 prezentovala ponuku atraktivít a možností trávenia voľného času v bratislavskom regióne. Komunikáciou a propagačnými materiálmi poskytovala praktické rady a informácie o bratislavskom regióne. Pre návštevníkov mala KOČR BRT v našom stánku pripravenú zábavnú vedomostnú hru o bratislavskom regióne. Toto podujatie je súčasťou realizácie úspešného projektu Roadshow, na ktorom sa KOČR Turizmus Regiónu Bratislava snaží priniesť čerstvé novinky, ktoré sa práve v Bratislavskom regióne chystajú, oboznámiť s ponukou cestovného ruchu a poukázať na jedinečnosť Bratislavského regiónu za jeho hranicami.

**Zahraničná Roadshow BRT** prezentovala región v Česku, Rakúsku, Maďarsku, Belgicku na nasledovných podujatiach:

- **Argus Bike Fest / Viedeň, Rakúsko / 30. - 31.3.2019** - Najväčší festival pre nadšencov cyklistiky v Rakúsku ponúka zaujímavý programový mix priamo pred kulisami

Viedenskej radnice. Jedinečná kombinácia programov každoročne priláka viac ako 100.000 návštevníkov. Súčasťou interaktívnej prezentácie BRT boli simulované cyklistické preteky GOLD SPRINT od Bike Labu.

○ **Detský festival Gyorkoc / Gyor, Maďarsko / 5. - 7.7.2019**

12. ročník podujatia v Gyori s programom pre deti aj dospelých. Festival sa s počtom 50.000 návštevníkov radí medzi najväčšie detské festivaly v strednej Európe. Súčasťou nášho prezentačného stánku bola aj aktivita pre deti v spolupráci s OZ BikeLab.

○ **Slovenské dni v Prahe / Praha, CZ / 25. - 26.9.2019** – v spolupráci s OOCR Bratislava Tourist Board, Ministerstvom dopravy a výstavby SR a Zahraničným zastúpením CR v Prahe sa zrealizovala 2-dňová kultúrno-spoločenská a gastronomická prezentácia Slovenska. Na frekventovanom mieste – Pešia zóna Anděl, Nový Smíchov sa v rámci prezentácie bratislavského regiónu zúčastnili producenti gastro-špecialít, Malokarpatský vinári, Husacinári zo Slovenského Grobu a remeselníci. V rámci kultúrneho programu sa predstavili umelci ako Katarína Števlíková a Peter Zajaček, DJ Piggo, skupina M.U.S. a vrchol programu tvorili rapperi so zoskupenia Ulatrazvuk - VEC a Tono S., skupiny Medial Banana a Polemic ako aj tanečné vystúpenie folklórnej skupiny Čarovné ostrohy, ktoré predstavilo slovenský folklór v modernom dynamickom prevedení.

○ **30. výročie pádu Železnej opony / Brusel, Belgicko / 4.12.2019**

Podujatie organizovala KOOCR BRT v spolupráci s Bratislava Region Brussels Office pri príležitosti 30. výročia pádu Železnej opony za účelom prezentácie bratislavského regiónu. Prezentácia odkazovala na kvalitu vína ako produktu, existujúcich kultúrno-spoločenských podujatí so zameraním na vínnu turistiku ako aj na gastronomické špeciality s dôrazom na tradične receptúry.

### **1.3. MEDIÁLNE KAMPANE NA PODPORU PRODUKTOV A PODUJATÍ**

KOOCR BRT sa aj v roku 2019 vo zvýšenej miere zamerala na prezentáciu destinácie prostredníctvom využívania online nástrojov ako najlepšie dostupných a najefektívnejších spôsobov komunikovania s potenciálnymi návštevníkmi. Medzi základné platformy komunikácie patrilo spustenie inovovanej web stránky destinácie s novou doménou [www.regionbratislava.travel](http://www.regionbratislava.travel) na jeseň 2019. Druhým najčastejšie využívaným komunikačným kanálom je fanpage na sociálnej sieti Facebook, prostredníctvom ktorej sú realizované aj jednotlivé cielené platené PR kampane. Tretím zo základných kanálov, ktoré BRT v roku 2019 využívala, je profil na Instagrame, ktorý sme využívali prevažne na šírenie promofotografií z bratislavského regiónu. Okrem webu a profilov na sociálnych sieťach BRT využíva aj svoju



vlastnú mobilnú aplikáciu, ktorá slúži jednak ako nositeľ informácií o bratislavskom regióne pre potenciálneho návštevníka, ale aj ako komplexný bedeker pre návštevníkov a obyvateľov regiónu. Intenzívna online kampaň bola realizovaná v závere roka so zameraním na prezentáciu vianočných trhov v celom regióne a na zimnú ponuku v malokarpatskom regióne (Kráľovstva husaciny, vinárska tematika). Prvýkrát bola použitá inovatívna forma odporúčania produktu influencerom (detailne nižšie).

Okrem online médií BRT v roku 2019 realizovala kampane aj prostredníctvom offline nástrojov, ktorými sú billboardové kampane, inzercie v jednotlivých denníkoch, týždenníkoch a mesačníkoch zameraných na informovanie potenciálnych návštevníkov a obyvateľov kraja, Slovenska a prihraničných regiónov, ako aj kampane v rádiách s regionálnym, ale aj celoslovenským pôsobením. Obsah komunikácie a mediálnych kampaní bol takmer výhradne zameraný na propagáciu konkrétnych produktov a "vlajkových" podujatí podľa návrhov členských OOCR.

Cieľové skupiny:

- mladí ľudia, športovo založení návštevníci
- rodiny s deťmi
- seniori
- obchodní cestujúci, podnikatelia
- návštevníci obľubujúci kultúrne podujatia
- zástupcovia médií
- školské výlety

## Offline komunikácia

Jednou z foriem propagácie je uverejňovanie článkov o zaujímavostiach, podujatiach a možnostiach aktívneho trávenia voľného času v bratislavskom regióne v tematicky orientovaných printových médiách. BRT inzerovala v nasledovných printových publikáciách:

- **MY Trnavské noviny**
- magazín **Príďte k nám na Slovensko**
- magazín **Čarovné Slovensko**
- regionálny dvojtýždenník **Pezinské a Senecké ECHO „Leto volá“**
- magazín **Región Bratislava 2020**
  
- **Billboardová kampaň:**
  - Tlač, výlep a prenájom 17 ks billboardov (júl – september 2019) Otvorené viechy
  - Tlač, výlep a prenájom 25 ks billboardov (august 2019) Kráľovstvo husaciny
  - Tlač, výlep a prenájom 26 ks billboardov (júl – septem. 2019) Jablkové hodovanie
  
- **Rádiová kampaň v regionálnych rádiách**
  - 22.08. - 30.08.2019 Kráľovstvo husaciny

- 31.08. - 05.09.2019 Deň vo vinohradoch
- 30.09. - 04.10.2019 Jablkové hodovanie
- 16.09. - 20.09.2019 Skalické dni
- 10.09. - 12.09.2019 Račianske vinobranie
- 28.10. - 08.11.2019 Otvorené pivnice
- 02.12. - 21.12.2019 Vianočné trhy v BA regióne
- 02.12. - 18.12.2019 Husacina v Slovenskom Grobe

## Online komunikácia

Na propagáciu vlastných a partnerských podujatí využíva BRT stále intenzívnejšie aj online priestor. Nosné projekty v regióne ako Kráľovstvo husaciny, Otvorené viechy, Jablkové hodovanie, Skalické dni, Račianske vinobranie, Otvorené pivnice, Vianočné trhy v BA a regióne, Husacina v Slovenskom Grobe boli promované najmä prostredníctvom publikovania príspevkov na **Facebooku**, podporeného vlastnými súťažami alebo sponzorovaním, v menšej miere aj prostredníctvom iných webov, či už formou platenej alebo neplatenej kampane. Na základe priameho partnerského zapojenia sa do nosných podujatí, zabezpečila BRT aj intenzívnu komunikačnú kampaň prostredníctvom sociálnej siete Facebook a online a offline kampaní. V závere roka bola **intenzívna online kampaň** zameraná na zimnú ponuku v regióne a na teasing nového komunikačného konceptu „Je to len na skok“. Kampaň bola orientovaná na cieľovú skupinu "ženy", ktorá je podľa prieskumov najzaujímavejšia z pohľadu nákupného správania. Ženy sa radi sa inšpirujú reklamou, veľmi radi nakupujú a v 80 %-ách rozhodujú o nákupe. (Zdroj: MML-TGI rozšírená data SR 2. - 3. kvartál 2019 (1.4.2019 - 15.9.2019)). Na základe prieskumu trhu bol oslovený mediálny dom s najväčším zásahom na ženskú cieľovú skupinu. Na jeho 11 ženských weboch je mesačne viac ako 49 miliónov zobrazení stránok a zasiahne viac ako 1,6 milióna reálnych užívateľov mesačne. (Zdroj: <https://monitor.iabslovakia.sk/>). Zadaním pre vytvorenie reklamného formátu bola séria 3 videoblogov mužského protagonistu v roli influencera na definované témy/produkty. Nemalo ísť o veľmi známeho a vyprofilovaného vlogera v inej oblasti, ale skôr o neutrálnu postavu, ktorá dokáže podať tému ponuky v cestovnom ruchu autenticky a uveriteľne. Cieľom kampane bolo dosiahnuť počas decembrovej kampane minimálne 1 milión prehratí na weboch vybraného mediálneho domu (Zivot.sk, Zena.sk, Casprezeny.sk, Dobrejedo.sk, Eva.sk, Emma.sk, iZahradkar.sk, iZdravie.sk, Wanda.sk, Pluska.sk a ďalšie) Súčasne boli 3 vytvorené vlogy podporované aj vlastnými aktivitami BRT na svojom FB profile komunikáciou tejto témy a sponzorovanými príspevkami na domácom trhu s presahom na prihraničné trhy v Rakúsku a na Morave. Kampaň na web stránkach mediálneho domu bola po skončení vyhodnotená nasledovne:

- počet prehratí: 1 009 702
- unikátni diváci: 854 827
- priemerná dopozieranosť: 56 %

Sociálna sieť Facebook je jedným z najdôležitejších kanálov, ktoré BRT využíva na komunikáciu svojich aktivít smerom na obyvateľov kraja, návštevníkov regiónu ale najdôležitejšou cieľovou skupinou sú potenciálni návštevníci. Ku koncu roka 2019 mal profil BRT na svojom konte viac ako 63-tisíc page likes, pričom konto BRT sa stále drží na špici medzi podobnými organizáciami na Slovensku.

Aj v r. 2019 pokračovala spolupráca s bratislavským letiskom, v priestoroch ktorého je doména [www.bratislavaregion.travel](http://www.bratislavaregion.travel) nastavená ako vstupná stránka pri pripojení sa na letiskovú WiFi.

V roku 2015 bola pre potreby BRT vytvorená mobilná aplikácia Bratislava Region, vhodná pre operačné systémy Android a iOS. Aplikácia slúži ako online bedeker o Bratislavskom regióne. Obsahuje aktualizované informácie o možnostiach ubytovania, gastronomických zariadeniach, pamiatkach, športe, aktivitách pre deti, prírodných atrakciách a TOP zaujímavostiach v regióne. Všetky body sa dajú zobrazíť na mape s možnosťou filtrovania daných kategórií. Už v minulosti bola aplikácia rozšírená aj o subkategórie a možnosti filtrovania v nich, prepojenia s vyhľadávaním ubytovacích možností a ich jednoduché rezervácie cez booking, geolokáciu všetkých POI bodov od miesta, kde sa používateľ nachádza a TOPovanie podujatí. Obsahuje ďalej plánovač výletov, export akcií do kalendára užívateľa, sekciu na promovanie udalostí, možnosť konfigurácie obsahu pre užívateľa, možnosť zdieľať jednotlivé položky z aplikácie na sociálnych sieťach. V roku 2018 pribudli nové funkcionality v podobe filtra a manažmentu registrácií užívateľov Maps API ako aj úprava s požívaním cookies vyhľadávania. Nakoľko je aplikácia naviazaná na webové sídlo BRT, bol po jeho úpravách potrebný aj softwarový upgrade aplikácie v závere roku 2019.

## **1.8. PODPORA PREDAJA A PROPAGAČNÉ NÁSTROJE**

Merkantil, čiže darčkové predmety, majú v marketingu destinácie silné postavenie. Sú nositeľmi loga, imidžu destinácie a vedia osloviť všetky cieľové skupiny. Práve z dôvodu zvýšenia atraktívnosti prezentácií BRT zabezpečila výrobu nových propagačných predmetov, ktoré boli zamerané na komunikačnú podporu destinácie bratislavský región a jednotlivých produktov a podujatí.

BRT zaobstarala propagačné nástroje, potrebné pre reprezentatívne účely na veľtrhoch, výstavách a prezentáciách, ako exteriérové bannery, nálepky a tabule s označením. Vyrobil sa koleso šťastia využívané pre interaktívnu komunikáciu a súťaže návštevníkov počas podujatí.



BRT sa pravidelne podieľa na organizácii vybraných podujatí a propagácii regionálnych produktov aj formou zabezpečenia predajno-prezentačných stánkov. V roku 2019 sme tak v rámci projektov Kráľovstvo husaciny v Slovenskom Grobe, Jablkové hodovanie v Modre, Vianočné trhy v Stupave a Slovenské dni v Prahe zabezpečili pre regionálnych producentov tradičných výrobkov a poskytovateľov služieb možnosť prezentovať svoje produkty. Zároveň BRT zabezpečila označenie týchto prezentačno-predajných stánkov.

## 2. ČINNOSŤ TIC

Po niekoľkomesačných rokovaní medzi BSK, BRT a spoločnosťou mesta Viedeň, ktorá spravuje osobné prístavy, bola podpísaná nájomná zmluva o nájme priestorov pre turistické informačné centrum od 28.3.2019 s veľmi výhodným nájomným 240 € /mesiac. Exkluzívna lokalita v centre mesta na Schwedenplatz, významnom prestupovom uzle, v novej prístavnej budove (Schiffsstation). Za 10 rokov jej existencie sa stalo toto miesto symbolom s ikonickou gastronómiou (Motto am Fluss) a prepojením s Bratislavou cez Twin City Liner (niekoľkometrový signálny nápis Bratislava viditeľný vodne i v noci). Budovou prejde ročne do 150 tisíc pasažierov Twin City Linera, desaťtisíce pasažierov lokálnych výletných lodí na okružné plavby po Viedni (väčšinou zahraniční návštevníci Viedne) a do Wachau a desaťtisíce návštevníkov reštaurácie. Priestory TICu sú verejne prístupné deň - noc (do záverečnej reštaurácie). Spolu so susediacou reštauráciou sú vhodným miestom aj pre komorné podujatia v atraktívnom a u Viedenčanov (aj novinárov) obľúbenom prostredí (napr. tematické prezentačné podujatia pre médiá, cestovné kancelárie, verejnosť zamerané na podporu produktu (sezónne), vrátane organizácie tlačových konferencií). Možnosť výhodného využitia pre svoje potreby bola ponúknutá aj pre OOCR a ich jednotlivých členov. (Viac aj v kapitole 2.5.).

Priestory TICu poskytujú aj možnosti pre pasívnu prezentáciu - veľkoplošné vizuály na zachytenie pozornosti, stála prítomnosť reklamných tlačovín vrátane logistiky dopĺňania, 4 obrazovky pre viedospoty a prezentácie (slučky). Z prostriedkov dotácie bol pred otvorením TICu nanovo obrandovaný celý priestor. V závere roka bola plánovaná výmena za novú vizuálnu identitu mesta Bratislava a regiónu, nakoľko sa však jej zverejnenie zo strany hlavného mesta a BTB odložilo až na marec 2020, toto už nebolo možné zrealizovať z prostriedkov pre rok 2019, čo má za následok nedočerpanie tejto rozpočtovej kapitoly.

BRT z vlastných zdrojov zabezpečuje vyškoleným personálom 7 dní v týždni prezentáciu destinácie a informačné služby, aktívne poradenstvo pri organizovaní programu pre skupiny, ktoré si chcú vopred naplánovať program (najmä rakúski seniori), ako aj poskytovanie základných informácií návštevníkom z tretích krajín, ktorí chcú návštevu Viedne spojiť aj s



Bratislavou. V letných mesiacoch je priemerná obslužnosť (aktívna komunikácia s personálom, odpovede na dopyty) cca 100 osôb denne. Aj keď nie je možné zachytiť úplne presné štatistiky, personál vykonáva denné záznamy o počte osôb s aktívnou komunikáciou a ich krajine pôvodu, prípadne zaznamenáva dôležité informácie či spätnú väzbu. Štatistické záznamy za prvý rok (9 mesiacov) činnosti TIC uvádzajú minimálne 13 tisíc osôb, ktorým sa poskytlo osobné poradenstvo. Okrem toho ďalšie tisíce návštevníkov uspokojia svoju potrebu pasívnym spôsobom bez osobného kontaktu - výberom propagačných materiálov, ktoré sú k dispozícii aj mimo pracovného času personálu. V rámci benchmarku a z pohľadu "hodnoty za peniaze" je vhodné aj porovnanie nákladov na 9-mesačnú prevádzku TICu s prítomnosťou osobnej asistencie 7 dní v týždni, ktoré sú takmer v rovnakej výške, ako náklady na 4-dňovú prezentáciu vo Viedni počas januárového veľtrhu CR Ferien-Messe!

## 4. TVORBA A PODPORA PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU

V zmysle strategického rozhodnutia vedenia Bratislava Region Tourism a členmi schváleného plánu činnosti pre rok 2019 sa zmenili prioritné aktivity v tejto oblasti a na rozdiel od predchádzajúcich rokov sa zúžilo portfólio podporovaných podujatí. BRT sa tak aktívne podieľal na partnerských podujatiach už v podstatne menšej miere. Ťažisko predstavovali podujatia, ktoré svojím charakterom rozširujú atraktívnu ponuku pre návštevníkov bratislavského regiónu, resp. ktoré sú dôležité pre členské OOCR z pohľadu zvýšenia atraktivity destinácie, posilnenia pozície tradičných produktov a vytvárania celkového obrazu o destinácii. Pri týchto podujatiach vystupoval BRT ako partner podujatia, resp. destinačný partner. Pri niektorých podujatiach BRT vystupoval ako konzultant a poskytoval odbornú pomoc pri organizácii, resp. pri marketingových aktivitách. Z vlastných projektov ostal v roku 2019 už len jeden - Kráľovstvo husaciny, ktorý sa postupne transformuje od jedného veľkého podujatia do dlhodobejšej série menších podujatí počas roka.

### 4.1. VLASTNÉ PODUJATIA A PROJEKTY

#### ○ **Kráľovstvo husaciny** / od 31. augusta 2019

V spolupráci s Bratislavským samosprávnym krajom sa obec Slovenský Grob už po štvrtýkrát stala korunovaným Kráľovstvom husaciny.

Pri príležitosti 19. ročníka Dňa otvorených dverí Cechu husacinárov v Slovenskom Grobe mohli 31. 8. 2019 návštevníci ochutnať chrumkavú husacinu, šťavnatú kapustu, tradičné lokše či skvelé víno od regionálnych vinárov, a to formou degustačného menu. Popri gastronomickom zážitku sa o kráľovskú zábavu postaral bohatý hudobný a kultúrny program v centrálnej časti Slovenského Grobu, pri známej soche kráľovskej husi. Pre deti bolo k dispozícii zábavné divadielko a detská zóna.



Cieľom projektu Kráľovstvo husaciny je ukázať, že pečenie husí a husacina je top produkt v bratislavskom regióne s vyše 100-ročnou tradíciou, ktorý sa ponúka počas celého roka a nie len od septembra do decembra. Preto sa v tomto roku realizovali aj niektoré ďalšie menšie podujatia v závere roka, ako súčasť komplexnej kampane ponuky na zimnú/fašiangovú sezónu 2019/2020.

## 4.2. PODUJATIA A PROJEKTY V SPOLUPRÁCI S PARTNERMI

V zmysle strategického rozhodnutia vedenia BRT a členmi schváleného plánu činnosti pre rok 2019 sa zmenili prioritné aktivity a na rozdiel od predchádzajúcich rokov sa zúžilo portfólio podporovaných podujatí na také, ktoré svojím charakterom rozširujú atraktívnu ponuku pre návštevníkov bratislavského regiónu, resp. ktoré sú dôležité pre členské OOCR. Organizátori podujatí poskytli pre BRT a jej členov mediálny priestor ako aj plochu na umiestnenie prezentačného stánku BRT s brožúrami, darčkovými predmetmi a profesionálnou agendou. Pri niektorých podujatiach BRT vystupovala ako konzultant a poskytovala tak odbornú pomoc pri organizácii, resp. pri marketingových aktivitách. Na nasledovných podujatiach sa BRT zapojila aktívnou prezentáciou atraktivít regiónu a vytvárala tak aj priestor pre prezentáciu členských OOCR a ich členov.

V roku 2019 išlo o nasledovné podujatia:

### ○ **Veľká noc v Bratislave a regióne / 19. – 22. apríl 2019**

Išlo o spoločný produkt spolu s oblastnou organizáciou Bratislava Tourist Board a Bratislavským krajom. Aktívnou spoluprácou bol vytvorený nový úspešný produkt cestovného ruchu, ktorý podporuje návštevnosť a atraktivnosť hlavného mesta i regiónu aj v období mimo hlavnej turistickej sezóny.

Program tvorili folklórne vystúpenia, ľudové tance a tanečné workshopy. Remeselníci prezentovali výrobu tradičných veľkonočných výrobkov, ktorých výrobu si aj sami návštevníci mohli vyskúšať v kreatívnych dielňach.

Podujatie naplnilo očakávania a záujem domácich i zahraničných návštevníkov o tento produkt. Počas všetkých 4 dní prišlo na Primaciálne námestie viacero organizovaných skupín, ktoré BA navštívili v rámci jednodňového pobytu či už vodnou cestou alebo organizovanou autobusovou dopravou, ako aj rodiny s deťmi a menšie skupinky známych, ktorí si vybrali Bratislavu za svoju veľkonočnú destináciu a zotrvali v nej aj viac dní. Veľmi peknú spätnú väzbu dávali aj domáci obyvatelia, ktorí sa na trhoch príjemné cítili a vracali sa aj ostatné dni.

### ○ **Stupava Winter Trophy 2019 – MTB & RUN / 19 - 20.1.2019**

11. ročník zimného podujatia pre fanúšikov horskej cyklistiky a horského behania v Malých Karpatoch. Toto športovo-kultúrneho podujatie je veľmi pozitívne vnímané nielen priaznivcami športu, ale aj širokou verejnosťou domácich a zahraničných návštevníkov. Každoročne sa podujatia aktívne zúčastňujú pretekári minimálne z



9. krajín nielen z Európy, ale aj USA, Japonska, čo vytvára dobrú príležitosť na prezentovanie turistickej ponuky regiónu.

○ **Stupava Trophy 2019 / 21. – 23. 6.2019**

Na 17. ročníku tohto športovo – kultúrneho podujatia sa aktívne zúčastnili pretekári z 18-tich krajín nielen z Európy (GB, FR, DE, AT, NE, IT a i.), ale aj USA, Japonska, Kanady a i. Kvalitu podujatia podporuje aj skutočnosť, že je zaradené v prestížnej európskej sérii MTB maratónov Inter Mountain Series (IMS)

○ **MFF Ekotopfilm – Envirovilm / 27. – 31.5.2019**

Festival je výnimočným, tradičným, vzdelávacím, spoločenským prínosom na Slovensku s dlhoročnou tradíciou a prestížou. Ide o 5-dňový súťažný festival, ktorý návštevníkom ponúka najnovšie a najpútavejšie dokumentárne filmy z viac ako 50 krajín sveta. Vzájomnou spoluprácou na festivale sme získali veľký potenciál a možnosti ako širokej verejnosti odprezentovať ponuku bratislavského regiónu, informácie a zaujímavosti o produktoch CR v našej destinácii.

○ **Cirkul'Art 2019 / 24. – 26.5.2019**

Festival nového cirkusu Cirkul'art je medzinárodnou prehliadkou kreatívnych a žánrovo pestrých umeleckých produkcií so zameraním na súčasné divadlo a moderný cirkus. Je jediným a unikátnym podujatím svojho druhu na Slovensku a jeho cieľom je kvalitný inšpiratívny program z rôznych kútov sveta. Počas troch dní sa BRT na podujatí zúčastnila aktívnou účasťou formou propagačného stánku s informáciami a propagačnými materiálmi o bratislavskom regióne.

○ **Otvorenie kultúrneho leta v Senci – „Senecké leto“ / 15.6.2019**

Tradičné veľkolepé spoločensko-kultúrne podujatie, ktorým sa od roku 1990 otvára letná turistická sezóna na Slniečnych jazerách. Podujatie nie je zamerané na úzku, vekovú či záujmovú skupinu obyvateľstva, ale má celospoločenský rozmer.

○ **Senické pivné slávnosti - Štramák fest / 6. - 7.7.2019**

„Štramákfest – Senické pivné slávnosti 2019“ (7. ročník) je podujatím, ktoré prezentuje kvalitné remeselné pivovary Západného Slovenska, propaguje pivnú turistiku a napomáha rozvíjať produkt tzv. pivnej cesty na Záhorí a v destinácii Bratislavský región. Podujatie je veľmi pozitívne vnímané nielen v Senci ale aj širšom okolí čo dokazuje jeho vysoká návštevnosť viac ako 5 tis. ľudí. Okrem prezentácie kvalitných pivovarov a regionálnej gastronómie ponúka podujatie návštevníkom pestrý kultúrny a zábavný program pre celú rodinu.

○ **Senecký vínný festival / 26.7. – 3.8.2019**

Cieľom festivalu je spojenie propagácie kvalitných vín a ich producentov so stretnutím širokej verejnosti a priaznivcov vína v prostredí Slniečnych jazier v Senci. Ako produkt cestovného ruchu má význam ako pre domácich tak aj zahraničných návštevníkov, ktorý má potenciál na rozvoj cestovného ruchu v okolí Senca.



- **Viva Musica! Festival / 27.6. – 22.8.2019**

Podujatie Viva Musica! festival vzniklo v roku 2005 s ambíciou vytvoriť letný festival s umeleckým prínosom. Od prvého ročníka ponúka to najlepšie z klasickej hudby na netradičných miestach, v netradičných kontextoch. Festival návštevníkom každý rok prináša exkluzívne hudobné projekty v podaní špičkových domácich a svetových umelcov. Dnes je najväčším medzinárodným letným hudobným festivalom v Bratislave a jeho obľúbenosť a mediálna sila z roka na rok rastie. Svojou pôsobnosťou v rámci celého bratislavského kraja prispieva k posilneniu vnímania regiónu ako atraktívnej turistickej destinácie. Podujatie Viva Musica! v roku 2019 prinieslo 8. koncertov. BRT sa zapojením do projektu stalo jediným Destinačným partnerom projektu, čo umožnilo masívnu propagáciu.
- **Tribute To Freedom - Pocta Slobode 2019 / 16.8.2019**

Podujatie je od roku 2009 neoddeliteľnou súčasťou kultúrneho a spoločenského diania v Bratislave, s presahom na celé Slovensko. Už samotné miesto koncertu - Hrad Devín je jedným z najimpozantnejších historických miest strednej Európy a jednou z top turistických atraktivít Bratislavského regiónu. Podujatie bolo venované 51. výročiu okupácie Československa vojskami Varšavskej zmluvy, 75. výročiu SNP a 30. výročiu pádu Železnej opony. Súčasťou podujatia bola aj "Výstava k 30. výročiu pádu železnej opony".

### 4.3. PODPORA PRODUKTOV CESTOVNÉHO RUCHU

#### Bratislava Card City & Region

Plánované aktivity na podporu predaja a rozšírenia používania destinačnej karty, emitovanej členskou organizáciou Bratislava Tourist Board, sa zamerali na jej propagáciu na kľúčových cieľových trhoch, odkiaľ prichádza najviac návštevníkov (Česká republika, Rakúsko) formou interaktívnej prezentácie na vysoko navštevovaných podujatiach vo Viedni a v Prahe, ale aj v štandardnej komunikácii (napr. inzercie v printoch, komunikácii na internete).

Na základe dohody medzi BRT a BTB sa začalo BRT intenzívnejšie zameriavať v spolupráci s jednotlivými OOCR na rozšírenie ponuky zvýhodnených produktov podporovaných kartou na území bratislavského regiónu a prevezme zodpovednosť za akvizíciu nových partnerov karty a jej propagáciu mimo územia hlavného mesta. Dôležitým predpokladom bolo umožnenie bezplatného cestovania držiteľov karty na celom území Bratislavskej integrovanej dopravy (od r. 2018), čo doteraz nebolo dostatočne propagované a využívané. Z vyššie uvedených dôvodov boli z dotačných prostriedkov zakúpené čítačky kariet pre nasadenie u partnerov karty na území regiónu mimo Bratislavy. Pri rozširovaní počtu partnerov a poskytovaných zliav bude BRT preferovať také subjekty, ktoré budú pripravené evidovať uplatnenie zliav kartou elektronickým spôsobom cez čítačky, čo poskytne BRT zároveň aj hodnotné a exaktné štatistické údaje.





## 5. PODPORA ATRAKTIVÍT DANEJ LOKALITY

Na podporu atraktivít lokality využíva BRT jeden z dôležitých nástrojov marketingu na propagáciu regiónu, infocesty, famtripy, presstripy. Cieľom organizovania infociest je popularizácia, zlepšovanie imidžu destinácie a s tým spojený aj nárast návštevnosti v regióne. Tento cieľ sa BRT snaží dosiahnuť kvalitným výberom lokalít a služieb, ktoré sú predstavené účastníkom infociest a následne sú predmetom mediálnych výstupov jednotlivých účastníkov. Zároveň sa BRT snaží aj selektovať relevantných touroperátorov a zástupcov médií, aby propagácia pre destináciu bola ešte efektívnejšia. V roku 2019 sa podarilo zrealizovať plánované aktivity na 100 %, žiaľ, pri množstve drobných úhrad za čiastkové služby pri organizácii infociest sa viaceré z nich realizovali z nesprávneho bankového účtu (po termíne poskytnutia dotácie) a nemohli byť podľa nových pravidiel účtovania štátnej dotácie zaradené do jej zúčtovania. Preto je percento čerpania dotácie v tejto aktivite nižšie, ako percento zrealizovaných plánovaných aktivít, ktoré boli dofinancované z vlastných zdrojov.

Samostatnou kapitolou aktivity Podpora atraktivít lokality boli prezentácie v turistickom informačnom centre vo Viedni, zriadenom BRT v prenajatých priestoroch od 28. marca 2019. Realizované boli tri podujatia z pôvodne plánovaných štyroch.

### 5.1. INFOCESTY, PRESSTRIPY, FAMTRIPY, INŠPEKČNÉ CESTY

V roku 2019 sa BRT podieľalo na nasledovných **infocestách, famtripoch a presstripoch**:

#### **Maďarsko / novinári, január 2019**

Infocesta, famtrip maďarských novinárov a zástupcov CK. Na Slovensku boli v dňoch 24. - 25.1.2019. Zúčastnili sa veľtrhu cestovného ruchu ITF Slovakia 2019 a v piatok t. j 25.1.2019 navštívili vinárstvo Elesko kde im bola predstavené vinárstvo a ochutnali tematickú večeru - snúbenie jedla s vínom. Infocesta, famtrip bol spoluorganizovaný s Ministerstvom dopravy a výstavby Slovenskej republiky, sekciou cestovného ruchu, ktoré zabezpečilo ostatné služby. Marketingová stratégia krajskej organizácie definuje ako hlavné cieľové trhy návštevníkov zo susedných krajín. Nárast turistov z Maďarska v Bratislavskom regióne každoročne rastie.

#### **Blog - Nie je túra bez Štúra / bloger, február 2019**

Infocesta blogera Radoslava Hopeja, sa konala v dňoch 19.2. - 20.2.2019. Infocesta bola zameraná na oblasť Malých Karpát. Blogerovi boli ukázané tradičné ale aj netradičné miesta mesta Modra a Svätého Jura ale aj netradičná prehliadka vo forme túry v oblastiach Zochovej chaty a Červeného kameňa. Tiež sme nevynechali vinárske tradície Malých Karpát.

#### **Poľsko / blogerky a moderátorky, marec 2019**



Infocesta blogeriek a TV moderátoriek z Poľska, ktorá sa konala v dňoch 9. - 13.3.2019. Infocestu sme organizovali v spolupráci s Ministerstvom dopravy a výstavby Slovenskej republiky – zahraničným zastúpením cestovného ruchu v Poľsku a Bratislava Tourist Board. Počas infocesty bola účastníkom predstavená Bratislava a okolie so zameraním na moderné ale aj tradičné lokality.

#### **Maďarsko / novinári a zástupcovia CK, máj 2019**

Infocesta, famtrip maďarských novinárov a zástupcov CK, sa konala v termíne 23.5. – 26.5.2019. Infocestu, famtrip sme organizovali spolu s Ministerstvom dopravy a výstavby Slovenskej republiky, oddelením cestovného ruchu – zahraničným zastúpením v Maďarsku a Bratislava Tourist Board. Účastníkom bola dňa 23.5.2019 predstavená západná časť Slovenska - Bratislava a región odkiaľ išli na Spiš s programom zameraným na kráľovské mestá a gastronómiu – snúbenie jedla s vínom.

#### **Maďarsko / MICE, jún 2019**

Fam trip zameraný na MICE segment. Fam tripu sa zúčastnila skupina potencionálnych klientov z Maďarska, združených v asociácii UNICEO – združenie eventových manažérov veľkých maďarských firiem. Na Slovensku boli 14.6 - 15.6.2019. 14.6.2019 mali v programe aj bratislavský kraj, kde navštívili hrad Červený Kameň, Sokoliarsky dvor Astur na Červenom Kameni a moderné vinárstvo ELESKO. Spolupráca na fam tripe bola s Tour4u, Bratislava Tourist Board – Convention Bureau a hotelom Grand River Park.

#### **Cyprus / novinári a blogeri, nová letecká linka Cyprus Airways, jún 2019**

Infocesta novinárov a blogerov z Cypru sa konala v dňoch 11.6. - 26.6.2019. Infocesty sa zúčastnili zástupcovia celoštátnych médií, blogeri a zástupca Cyprus Airways z Cypru, ktorí pricestovali na Slovensko pri príležitosti otvorenia novej leteckej linky Cyprus-Slovensko. Novovznikajúca linka bude lietať do Bratislavy aj do Košíc. Účastníci prileteli do Košíc a odtiaľ sa presunuli do Bratislavy a okolia. Zorganizovaním infocesty sme účastníkom chceli ukázať možnosti aktívneho trávenia voľného času nielen v Bratislave ale aj okolí a následne ich spätnou väzbou prilákať nových turistov do destinácie získať významnejšie postavenie a tiež vyšší počet návštevníkov a prenocovaní. Infocestu sme organizovali v spolupráci s Bratislava Tourist Board a Visit Košice.

#### **Bratislavský región / cyklus infociest pre odbornú verejnosť, jún 2019**

4 infocesty, ktoré boli rozdelené na časti: Malé Karpaty časť 1 - 3 a Podunajsko. Všetky 4 sme organizovali pre zástupcov turistických informačných kancelárií, zástupcov oblastných organizácií cestovného ruchu a pracovníkov v cestovnom ruchu aby spoznali a vedeli lepšie propagovať a odporúčať návštevu regiónu potencionálnym návštevníkom.

#### **Zahranční novinári / Festival Pohoda, júl 2019**

Infocesta novinárov z Holandska, Rakúska a Slovenska, ktorá sa konala v termíne 10.7. - 11.7.2019. Infocestu sme organizovali v spolupráci s festivalom POHODA. Novinári išli z



Bratislavy do Bratislavského regiónu a následne do Trnavy. Účastníkom sme chceli ukázať možnosti trávenia voľného času spojením s festivalom a tým využiť ich čas návštevy Slovenska. Prostredníctvom ich mediálnych výstupov na základe osobných skúseností podporiť imidž našej destinácie.

#### **Rusko / vydavateľstvo AJAX PRESS, júl 2019**

Infocesta novinárov z Ruska, ktoré boli na Slovensku v dňoch 22.7. - 27.7.2019. Infocesty sa zúčastnila redaktorka Irina Fatieva a fotografka Ľudmila Fumanova ruského vydavateľstva AJAX PRESS, ktoré sa špecializuje na vydávanie sprievodcov v ruskom jazyku po rôznych krajinách sveta v najpopulárnejšej sérii sprievodcov v Rusku. Vydavateľstvo je už niekoľko rokov za sebou menované najlepším ruským vydavateľstvom v kategórii turistických sprievodcov pri každoročnej prémii spotrebiteľského trhu „Hviezda Travel.RU“ Infocestu sme organizovali v spolupráci s Ministerstvom dopravy a výstavby Slovenskej republiky, Sekciou cestovného ruchu.

#### **Taliansko / televízia, august 2019**

Infocesta talianskej televízie TV RAI3. Televízia bola na Slovensku natáčať dokumentárny film s tematikou tradičné remeslá a gastronómia v trvaní 25 minút. Témou v regióne bolo natáčanie výroby modranskej keramiky a prípravy tradičnej gastronómie – husaciny. V regióne boli dňa 8.8.2019. Infocesta bola organizovaná v spolupráci s Ministerstvom dopravy a výstavby Slovenskej republiky, sekciou cestovného ruchu.

#### **GB, Rusko, Holandsko, Dánsko / MICE, eventové agentúry, august 2019**

Na Slovensku prišli zástupcovia incentívnych a eventových agentúr zo Škandinávie, z Veľkej Británie, Holandska, Dánska a Ruska. Fam trip sa konal v termíne 15.8. - 18.8.2019 a bol organizovaný v spolupráci s Bratislava Tourist Board, MICE oddelením. Bratislavský kraj mali v programe dňa 17.8.2019 a boli im predstavené Malokarpatské múzeum, Zoya múzeum s vinárstvom Elesko a Palace Art Hotel v Pezinku.

#### **World Music Festival / zahraniční novinári, september 2019**

Infocesta, famtrip zahraničných novinárov a delegátov World Music Festivalu (riaditelia festivalov, hudobný publicisti, redaktori rádií, novinári), ktorí navštívili Bratislavu v rámci festivalu World Music Festival, ktorý sa konal v termíne 27.9. - 29.9.2019. Infocesta sa uskutočnila dňa 27.9.2019. Účastníkom sme chceli ukázať možnosti trávenia voľného času v okolí Bratislavy a tým aj rozšírenia programu návštevy festivalu v budúcnosti a ich výstupmi prilákať nových turistov do destinácie získať významnejšie postavenie a tiež vyšší počet návštevníkov a prenocovaní Okrem festivalu im bola predstavená vinohradnícka tradícia v regióne a tradičnú majolika.

#### **Česká republika / novinári, september 2019**

Infocesty novinárov z Českej republiky sa konala dňa 7.9.2019. Infocestu sme pripravili v spolupráci s Ministerstvom dopravy a výstavby, Sekciou cestovného ruchu a zahraničným



zastúpením v Českej republike. Počas infocesty bola účastníkom predstavená aktuálna ponuka produktov cestovného ruchu a tiež vinárska tradícia a tradičná gastronómia.

#### **FIJET / novinári, september 2019**

Infocesta pre novinárov zo združenia FIJET. Infocesta sa konala v dňoch 26.9. - 29.9.2019 v spolupráci Bratislava Tourist Board. Združenie FIJET je členom svetovej federácie novinárov autorov píšucich o cestovnom ruchu. Jej členovia kvalifikovane komentujú skutočnosti v cestovnom ruchu. Základom práce členov FIJET je zvýšenie informovanosti, šírenie nových podnetov a odborných komentárov o cestovnom ruchu

#### **Nemecko / novinári, december 2019**

Infocesta novinárov z Nemecka. Infocesta sa konala v dňoch 5. - 8.12.2019. Infocestu sme organizovali v spolupráci s Ministerstvom dopravy a výstavby Slovenskej republiky, sekciou cestovného ruhu a Bratislava Tourist Board. Novinárom bola predstavená Bratislava a región počas adventu.

#### **Zima a fašiangy v bratislavskom regióne / slovenskí Influenceri, vlogeri, december 2019**

Infocesta publicistov sociálnych médií zo Slovenska dňa 30.12.2019 bola zameraná na prezentáciu tradície pečenia husí a popularizáciu podujatí prezentujúcich mladé vína ako ťažiskového produktu malokarpatského regiónu na zimnú/fašiangovú sezónu 2019/20. Cieľom je predĺženie sezóny produktov, ktoré sa z minulosti spájajú skôr s jesenným obdobím, ale ponuka a špecifické podujatia sa postupne rozširujú aj na obdobie od januára do apríla. Pozornosť sa sústredila aj na výber influencerov, aby svojou vyhranenosťou a známosťou reprezentovali rozličné oblasti - cestovanie, gastronómiu, životný štýl, fotografovanie a pod.

## **5.2. ORGANIZAČNO-TECHNICKÉ ZABEZPEČENIE A PREZENTÁCIE V TIC VIEDEŇ**

V pláne aktivít na rok 2019 boli naplánované 4 prezentačné podujatia v priestoroch TIC Viedeň (Gate to Bratislava) v centre mesta na Schwedenplatz, odkiaľ odchádza pravidelná lodná linka Twin City Liner do Bratislavy. Zrealizované boli tri:

28.3.2019 slávnostné otvorenie za prítomnosti predsedu BSK - orientované najmä na partnerov, ktorí sa na rakúskej aj slovenskej strane podieľajú na tvorbe a predaji ponuky v Bratislave a okolitom regióne. Súčasťou bolo aj spropagovanie nového plavidla Twin City Liner, ktorý od apríla 2019 nahradil s dvojnásobnou kapacitou pôvodné 2 menšie katamarány. Jazda týmto atraktívnym plavidlom je jedným z významných motivačných faktorov pri rozhodovaní sa navštíviť Bratislavu, tak pre Viedňanov ako aj pre návštevníkov Viedne, ktorí čoraz častejšie spájajú pobyt vo Viedni aj s návštevou Bratislavy.



25.6.2019 prezentačné podujatie pred letnou sezónou - orientované na odbornú verejnosť, najmä na médiá a cestovné agentúry. Zapojením rakúskej mediálnej agentúry bola informácia o podujatí a tlačová správa intenzívne distribuovaná cez rakúsku tlačovú agentúru na niekoľko tisíc jej odberateľov, čo sa odzrkadlilo aj na vysokej účasti novinárov. Obsahom prezentácie boli produkty kultúrneho turizmu - kultúrne leto v Bratislave a VIVA MUSICA! Festival, ktorý predstavil na podujatí aj protagonistov otváracieho koncertu festivalu - členov Janoska Ensemble, ktorí ako Slováci v súčasnosti usídlení vo Viedni sú tu mimoriadne populárni a ich prítomnosť bola pre médiá veľmi atraktívna.

28.12.2019 prezentačné podujatie pred zimnou sezónou - orientované na laickú verejnosť. Podujatie bolo súčasťou intenzívnej koncoročnej kampane zameranej na hlavné produkty zimnej/fašiangovej sezóny - husacinu a víno, s cieľom predĺžiť sezónnosť týchto produktov z tradičnej jesennej až do zimnej ponuky. Prvýkrát sa použila komunikácia nového posolstva "Je to len na skok". Podujatie bolo pripravované v náväznosti na linku Twin City Liner, ktorá bola dobre obsadená (cca 200 pasažierov) aj v termínoch pred a medzi vianočnými a novoročnými sviatkami. Vzhľadom na aktuálne počasie - predpovedaný mrazivý vietor - sa na poslednú chvíľu rozdelila prezentácia na dve miesta - na prístavisko vo Viedni, kde nebolo pre nepriazeň počasia možné v rámci ochutnávky na verejnom priestranstve podávať teplé jedlo a podávali sa plnené lokše v miniporciách a na prístavisko v Bratislave, kde bolo možné na pontóne po pristáti lode ponúknuť aj ochutnávku teplých špecialít z husaciny v Twin City Gate. V rámci degustácie v priestoroch TIC vo Viedni a príľahlého nástupiska bola prezentácia prístupná aj pre širšiu verejnosť, nie len pre pasažierov TCL. Súčasťou prezentácie bola aj ochutnávka bratislavského producenta medzinárodne oceňovaných ovocných vín (podľa odporúčania someliéra sa ku husacej pečeni najlepšie hodí sladké víno).



## INFRAŠTRUKTÚRA CESTOVNÉHO RUCHU

Kvalitná infraštruktúra cestovného ruchu je základným predpokladom k rozvíjaniu tohto odvetvia v destinácii a k zvyšovaniu počtu návštevníkov, ktorí sa budú chcieť do regiónu opätovne vrátiť. Budovanie, resp. zvyšovanie úrovne a kvality informačnej infraštruktúry cestovného ruchu zvýši informovanosť domácich a zahraničných návštevníkov, zlepší ich orientáciu a zvýši povedomie o top atraktivitách regiónu. Nevyhnutnou súčasťou infraštruktúry cestovného ruchu sú aj jestvujúce strategicky lokalizované informačné centrá, nielen na území regiónu, ale aj v prihraničných oblastiach.

V rámci vzájomnej spolupráce medzi KOOCR BRT a OOCR Bratislava Tourist Board (člen KOOCR BRT) sa propagovala destinácia Bratislavský región v Turisticko-informačnej kancelárii (TIK) zriadenej (BTB) na Klobučnickej ulici 2 v Bratislave a v Infopointe na bratislavskom letisku. Pre BRT bol vyčlenený priestor na umiestnenie veľkoplošných bannerov, propagačných videí a informačných materiálov, brožúr a letákov. Zároveň školený personál týchto informačných kancelárií poskytoval domácim a zahraničným návštevníkom informácie o možnostiach trávenia voľného času v regióne, o aktuálnych podujatiach v Bratislave a okolí a tým napomáhal k zvyšovaniu povedomia verejnosti o turistickej ponuke regiónu.

## 9. VZDELÁVACIE AKTIVITY ( AKTIVITY, WORKSHOPY A ŠTUDIJNÉ CESTY)

V rámci kapitoly Vzdelávacie aktivity bola v zmysle plánu 2.10.2019 zrealizovaná 4. regionálna konferencia cestovného ruchu pri príležitosti Svetového dňa cestovného ruchu. Spoluorganizátori boli BRT - Bratislavský samosprávny kraj - združenie Slovenský Dom Centrope. Odbornej konferencie v novootvorenom konferenčnom priestore Zámku Šimák Pezinok sa zúčastnili odborníci v oblasti CR, zástupcovia samospráv, akademickej obce, ale najmä podnikatelia, ktorí boli hlavní protagonisti programu, pripraveného v duchu témy vyhlásenej UNWTO pre rok 2019: „Tourism and Jobs: A better future for all“. Hlavným cieľom bolo ukázať na konkrétnych príkladoch a success stories inovačný potenciál v službách zameraných na návštevníkov. Podujatie bolo odbornou verejnosťou prijaté veľmi pozitívne, dôkazom čoho bol aj doteraz najvyšší počet prihlásených účastníkov, nie len z územia bratislavského regiónu. BRT zhodnotilo ako najväčší prínos konferencie veľmi pozitívnu atmosféru podujatia, motivujúce prezentácie podnikateľov (vekovo mladších), odhodlaných splniť si svoj cieľ, bez akéhokoľvek skĺznutia do kritiky, čo všetko je na Slovensku prekážkou v podnikaní.

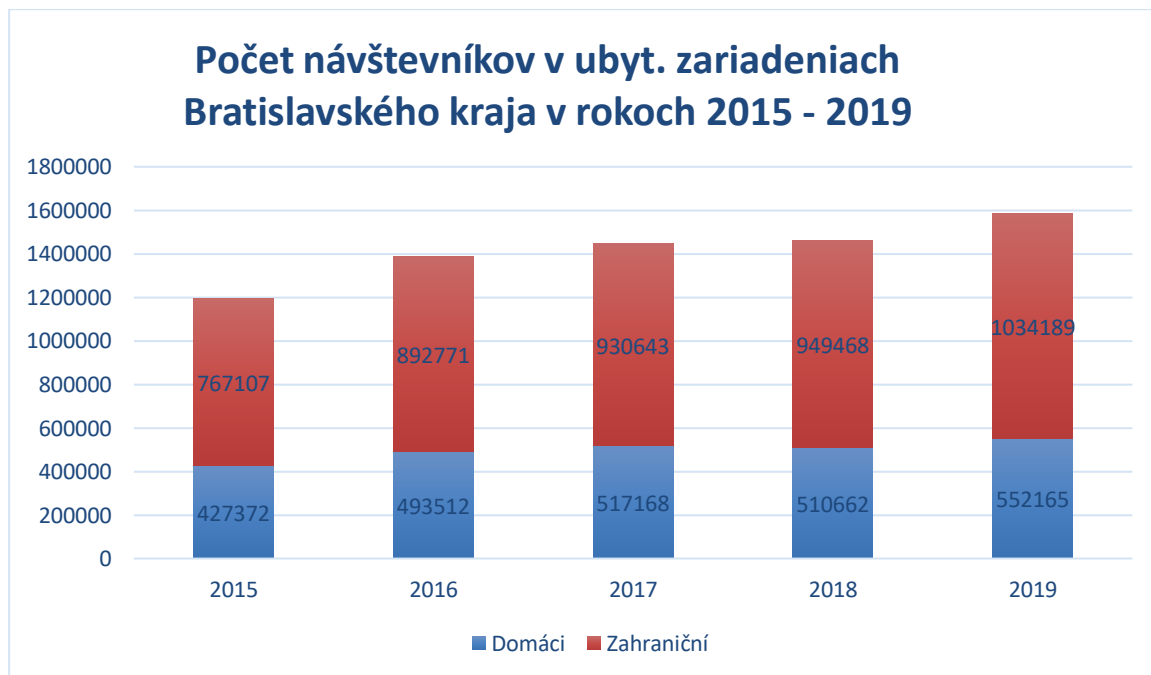


## INÉ AKTIVITY BRT

Poradenská a konzultačná činnosť, BRT poskytuje informácie o inštitucionálnom zabezpečení cestovného ruchu na národnej a regionálnej úrovni (BSK) zainteresovaným subjektom a inštitúciám v cestovnom ruchu, sprístupňuje a zverejňuje štatistiky o cestovnom ruchu v BSK a poskytuje poradenskú a konzultačnú činnosť v oblasti marketingu a rozvoja cestovného ruchu v destinácii. Venuje sa študentom cestovného ruchu, ktorí vypracúvajú záverečné kvalifikačné práce v príbuzných témach, vyplňa anketu a dotazníky, pracovníci BRT absolvujú riadené rozhovory v rámci primárneho prieskumu k záverečným prácam ap. Zároveň BRT poskytuje poradenskú činnosť obciam, mestám a subjektom v regióne, ktoré majú záujem založiť si na svojom území oblastnú organizáciu cestovného ruchu.

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

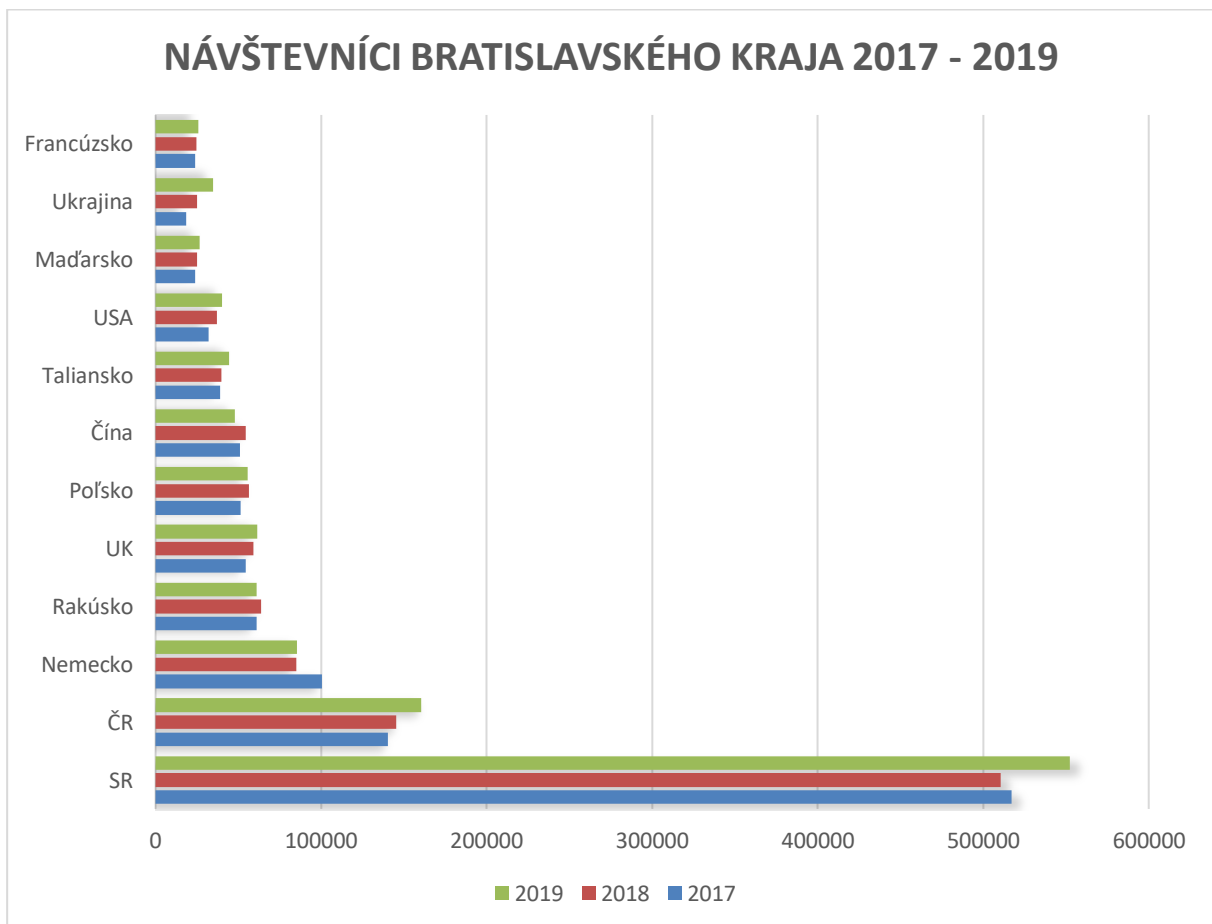
BRT každoročne spolupracuje so Štatistickým úradom SR (ŠÚSR) pri získavaní a vyhodnocovaní štatistických údajov cestovného ruchu za jednotlivé obdobia (kvartálne a celoročné porovnania všetkých relevantných ukazovateľov v cestovnom ruchu). ŠÚ SR poskytol BRT spracované štatistické podklady ohľadom údajov počtu prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach Bratislavského kraja **za rok 2019**.





Podľa zverejnených štatistík **navštívilo Bratislavský kraj celkovo 1 586 354 návštevníkov**, čo predstavuje **8,64 % nárast** oproti referenčnému obdobiu v roku 2018. Celkový počet návštevníkov vieme rozdeliť na domácich a zahraničných návštevníkov. **Domáci návštevníci** predstavujú **35 %** a **zahraniční návštevníci 65 %** z celkového počtu návštevníkov v roku 2019. V roku 2019 počet domácich návštevníkov oproti roku 2018 stúpol o 8,13% a počet zahraničných návštevníkov stúpol o 8,92%.

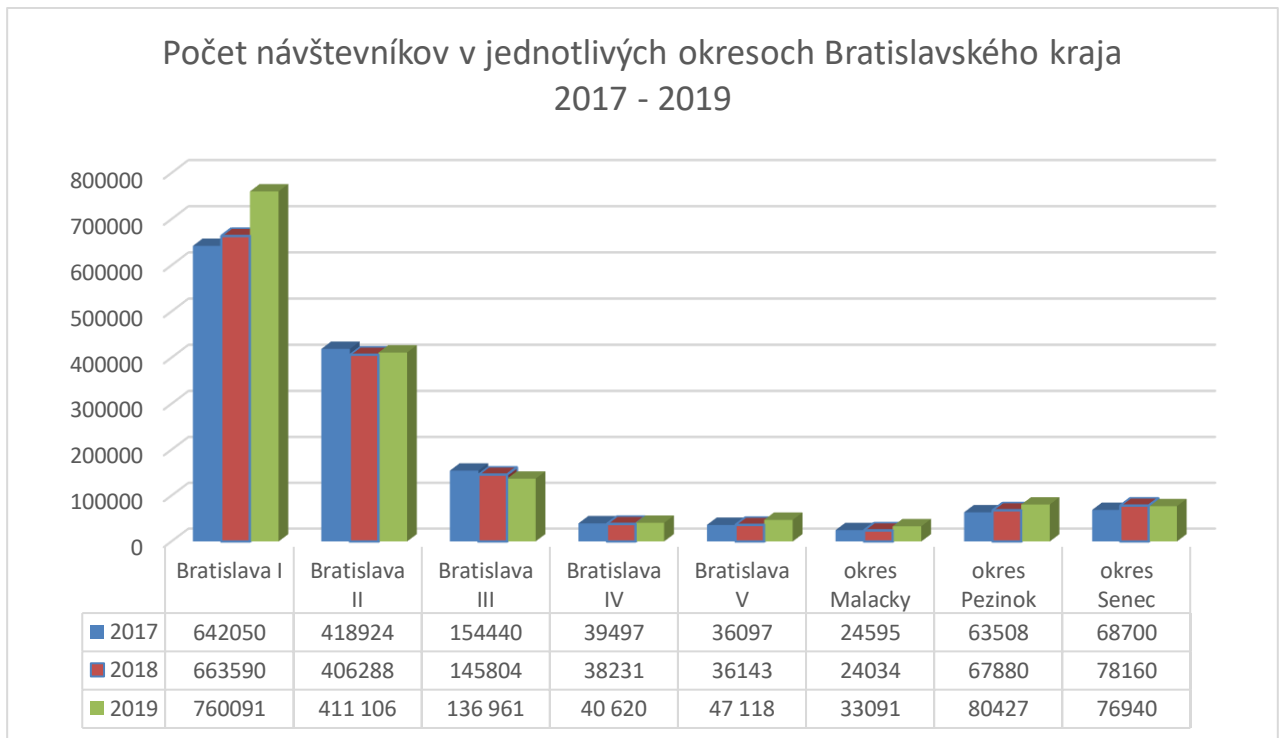
Najvyšší podiel na celkovej návštevnosti v kraji mali **domáci návštevníci zo Slovenska, až 34,80%**. Oproti roku 2018 mierne stúpili. **Druhí v poradí boli Česi – 10,10 %**, ktorí zaznamenali mierny nárast, **tretí Nemci – 5,38 %**, **štvrtí boli návštevníci zo Veľkej Británie a Severného Írska – 3,88%** a **piati boli Rakúšania – 3,85%**.





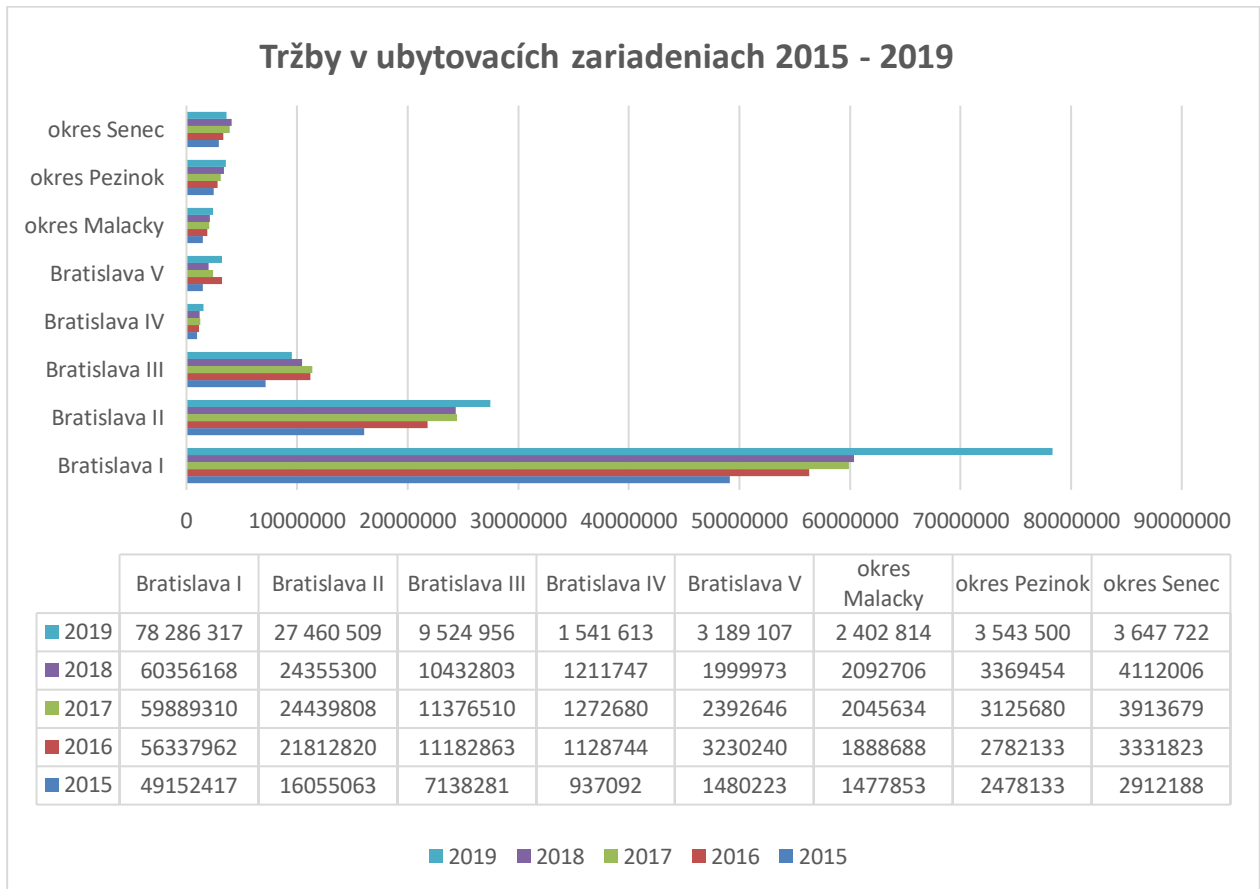


Bratislavský kraj sa administratívne člení na 8 okresov. Bratislava I – V, Malacky, Pezinok a Senec. **Najvyšší počet návštevníkov je už tradične v okrese Bratislava I - historické centrum Bratislavy**, v sledovanom období ho navštívilo až **47,91 % z celkového počtu návštevníkov Bratislavského kraja**. Nasleduje okres Bratislava II (25,91%) a Bratislava III (8,63%), ktoré sú v tesnej blízkosti centra a ponúkajú lacnejšie možnosti ubytovania. Štvrtým najnavštevovanejším okresom je **Pezinok** s vyše 5,07 % , piatym okres **Senec** s 4,85 % z celkového počtu návštevníkov kraja. Posledné miesta patria okresu Bratislava V (Petržalka, Jarovce, Rusovce a Čunovo) a Malackému okresu.





V štatistickom zisťovaní máme dostupné údaje aj za tržby v ubytovacích zariadeniach v Bratislavskom kraji. **Oproti roku 2018 tržby v sledovanom období roku 2019 stúpili o 20,07%.**



Od roku 2014 sa využívajú dáta zo sčítačky nainštalovanej na Cyklomoste Slobody v Devínskej Novej Vsi na monitorovanie a porovnávanie údajov o pohybe cyklistov a peších výletníkov z Devínskej Novej vsi do rakúskeho Zámku Schloss Hof a naopak. Vďaka nainštalovanému softvéru je možné merané údaje zbierať, vyhodnocovať a porovnávať v časových radoch. Prostredníctvom cyklosčítača sa kvantifikuje pohyb cyklistov cezhraničnej lokalite Devínska Nová Ves - Schlossoff. Cyklosčítač eviduje absolútne počty prichádzajúcich návštevníkov (peších a cyklistov) z rakúskej strany a naopak a umožňuje vyhodnocovať dôležité porovnávacie ukazovatele, sezónnosť, využitie mosta a príľahlých cyklotrás v jednotlivých ročných obdobiach, pracovných a mimopracovných dňoch ap. Zistené údaje sú dôležitým východiskom k budúcim aktivitám v oblasti rozvoja cyklickej infraštruktúry v bratislavskom regióne. **V roku 2019 prešlo cez most 275 748 ľudí, čo je o 9,3 % viac peších výletníkov a cyklistov ako 252 240 v roku 2018. Zvýšil sa aj denný priemer, v roku 2018 prešlo cez most v priemere 691 cyklistov a peších, v roku 2019 až 755. Najvyťaženejší deň bol 17.11.2019, keď Cyklomostom Slobody prešlo 7.731 ľudí.**



## ROZPOČET, JEHO ČERPANIE A POPIS VÝDAVKOV NA AKTIVITY

Nižšie uvedené tabuľky obsahujú prehľadné rozdelenie aktivít spolu s rozpočtom a čerpaním jednotlivých aktivít podľa Zákona o podpore cestovného ruchu 91/2010.

Uvedené tabuľky poskytujú prehľad o čerpaní rozpočtu BRT počas roka 2019. Finálna účtovná závierka za rok 2019 bola v súlade so Zákonom 91/2010 Z.z. spracovaná k 31. marcu 2020 a následne bola doručená na Ministerstvo dopravy a výstavby SR.

Krajská organizácia cestovného ruchu Bratislava Region Tourism /Turizmus regiónu Bratislava disponovala v roku 2019 v súlade so zákonom č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov finančnými zdrojmi v nasledujúcej štruktúre:

Rozpočet KOČR BRT 2019			
<b>Príjmy</b>			1 213 951,24
<b>Výdavky na aktivity</b>			805 436,00
<i>Prostriedky:</i>	<i>členské</i>	<i>dotačné</i>	<i>spolu</i>
Marketing a propagácia	40 200,00	346 970,00	387 170,00
Tvorba a podpora produktov	50 000,00	128 000,00	178 000,00
Podpora atraktivít, infocesty	6 200,00	24 900,00	31 100,00
Činnosť TIC	130 000,00	10 100,00	140 100,00
Stratégie, štatistiky	0,00	0,00	0,00
Vzdelávacie aktivity	7 456,00	5 330,00	12 786,00
INTEREG SK/AT	53 580,00	0,00	53 580,00
SPOLU na aktivity	287 436,00	515 300,00	802 736,00
<b>Výdavky na prevádzku</b>			408 515,24
Podiel prevádzkových výdavkov v %			33,65

Členské príspevky členov BRT boli uhradené nasledovne: Bratislavský samosprávny kraj vo výške 460.000 EUR, OOCR Bratislava Tourist Board vo výške, 104.870 EUR OOCR Región Senec vo výške 11.850 EUR, OOCR Malé Karpaty vo výške 5.905,77 EUR a OOCR Záhorie vo výške 2.668,86 EUR. Ostatné príjmy organizácie zahŕňajú prenesené prostriedky z predchádzajúceho roka 2018 vo výške 113 556,61 EUR, dotáciu Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky vo výške 515.300 EUR a vlastné príjmy vo výške 729,62 EUR.

Dotácia Ministerstva dopravy a výstavby Slovenskej republiky (MDV SR), ktorá je pridelená krajským a oblastným organizáciám cestovného ruchu na základe predloženia žiadosti a projektu na daný rozpočtový rok, je nenárokovateľná, tzn. MDV SR rozhoduje o udelení dotácie jednotlivým žiadateľom na základe rozsahu a kvality vypracovanej žiadosti a predloženého projektu k dotácii. Krajskej organizácii BRT v roku 2019, rovnako ako v predchádzajúcich rokoch činnosti, bola pridelená dotácia vo výške 96,39%. Finančné



prostriedky pridelené vo forme dotácie od MINDOP SR môžu byť použité výhradne na aktivity, ktoré sú spojené s hlavným predmetom činnosti krajskej organizácie a ktoré sú zahrnuté v projekte k žiadosti o poskytnutie dotácie v súlade s §29 Zákona č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov (oprávnené aktivity na poskytnutie dotácie). Výdavky organizácie spojené s jej prevádzkou a každodennou činnosťou sú hradené z členských prostriedkov organizácie.