



SPRÁVA O ČINNOSTI

KRAJSKEJ ORGANIZÁCIE CESTOVNÉHO RUCHU
TURIZMUS REGIÓNU BRATISLAVA / BRATISLAVA REGION TOURISM
V ROKU 2023

OBSAH

ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE	5
ÚVOD	6
A. PREHĽAD AKTIVÍT HLAVNEJ ČINNOSTI	7
1. Marketing a propagácia	7
2. Činnosť TIC / Turistického informačného centra	11
4. Tvorba a podpora udržateľných produktov cestovného ruchu	12
5. Podpora atraktivít danej lokality	14
6. Infraštruktúra cestovného ruchu	15
7. Zabezpečenie strategických dokumentov	15
9. Vzdelávacie aktivity	15
B. ŠTATISTICKÉ UKAZOVATELE	16
C. ROZPOČET, JEHO ČERPANIE A HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE	19

ZÁKLADNÉ INFORMÁCIE

Názov organizácie:	Turizmus regiónu Bratislava / Bratislava Region Tourism / BRT	
Deň vzniku organizácie:	15. 2. 2012	
Právna forma:	krajská organizácia cestovného ruchu	
Zapísaná v:	Registri organizácií cestovného ruchu MCRaŠ SR, č. 08557/2012/SCR	
Sídlo:	Sabinovská 16, 820 05 Bratislava	
IČO:	42259967	
DIČ:	202347665	
Predseda organizácie:	Ing. Tomáš Zajac	(od 01. 06. 2018)
Výkonný riaditeľ:	MUDr. František Stano	(od 01. 09. 2019)
Zakladatelia / členovia:	Bratislavský samosprávny kraj	
	Sabinovská 16, 820 05 Bratislava	(od 13. 02. 2012)
	Bratislavská organizácia cestovného ruchu	
	Primaciálne nám. 1, 814 99 Bratislava	(od 13. 02. 2012)
Členovia:	Región Senec	
	Nám. 1. mája 4, 903 01 Senec	(od 03. 04. 2012)
	Malé Karpaty	
	Štúrova 59, 900 01 Modra	(od 29. 12. 2015)
	Oblasťná organizácia cestovného ruchu Záhorie	
	Obecný úrad Smrdáky, 906 03 Smrdáky 181	(od 19. 12. 2016)

Členské príspevky uhradené v r. 2023:

člen	uhradené členské v EUR	vyjadrené v %
Bratislavský samosprávny kraj	630.000,00	85,699 %
Bratislavská organizácia CR	72.675,00	9,886 %
Región Senec	8.800,00	1,197 %
Malé Karpaty	9.800,00	1,333 %
OOČR Záhorie	13.853,00	1,884 %
SPOLU	735.128,00	100,000 %

Internetové stránky: www.bratislavaregion.travel
www.lennaskok.sk
www.facebook.com/bratislavaregion.travel
www.instagram.com/bratislavaregion.travel

ÚVOD

Krajská organizácia cestovného ruchu Turizmus regiónu Bratislava / Bratislava Region Tourism (ďalej aj „BRT“) je organizáciou destinačného manažmentu. 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 Bratislavskou organizáciou cestovného ruchu (Bratislava Tourist Board). Neskôr pristúpili ako členovia OOCR Región Senec, OOCR Malé Karpaty a OOCR Záhorie. Je registrovaná v Registri organizácií cestovného ruchu vedeného Ministerstvom dopravy Slovenskej republiky (ďalej aj „MD SR“) pod spisovým číslom 08557/2012/SCR zo dňa 15.2.2012. Jej poslaním je vytvárať adekvátne podmienky na rozvoj cestovného ruchu na území kraja/regiónu, chrániť záujmy svojich členov a primerane podporovať ich aktivity. Na základe jej určených práv a povinností vykonávala aktivity, ktoré boli v súlade s koncepcnými materiálmi Bratislavského samosprávneho kraja a s prioritami stanovenými v žiadosti o poskytnutie dotácie na podporu projektov rozvoja cestovného ruchu MDV SR na príslušný rok.

Činnosť organizácie bola zameraná primárne na realizáciu marketingových a PR aktivít, vrátane zvyšovania informovanosti v sieti TIC v celom regióne a vo Viedni a v spolupráci s partnerom aj na Morave. Medzi prioritné aktivity patrí aj podpora rozvoja produktov v jednotlivých subregiónoch v úzkej spolupráci s členskými oblastnými organizáciami ako aj údržba či budovanie turistickej infraštruktúry v spolupráci s vyšším územným celkom.

Rok 2023 predstavoval pre celý sektor i BRT plnohodnotný návrat štandardných aktivít po rôznych obmedzeniach spôsobených pandémiou. Mestský turizmus sa v Bratislave zotavoval pomalšie ako v rurálnych oblastiach, nedosiahol ešte výkony z rekordného roku 2019 a Región Bratislava už druhýkrát za sebou nebol najnavštevovanejšou slovenskou destináciou, ako pred pandémiou.

V roku 2023 sa riadne zasadnutie valného zhromaždenia členov BRT uskutočnilo trikrát, a to 21. februára 2023, 31. mája 2023 a 21. decembra 2023.

Činnosť BRT bola financovaná z členských príspevkov na rok 2023 vo výške 735.128,00 EUR a štátnej dotácie MDV SR schválenej vo výške 503.000 EUR. V prehľade aktivít nižšie je vyčíslené použitie vlastných i dotačných prostriedkov.

Krajská organizácia mala ku dňu 31. decembra 2023 v pracovnom pomere 18 zamestnancov, z toho 12 na dobu neurčitú (z toho 2 na materskej dovolenke) a 6 na čiastkový úväzok resp. na dohodu o pracovnej činnosti.

A. PREHĽAD AKTIVÍT HLAVNEJ ČINNOSTI

V zmysle schváleného rozpočtu a plánu aktivít realizovala organizácia aktivity hlavnej činnosti z dvoch zdrojov – dotácie Ministerstva dopravy SR a z členských príspevkov:

Schválená výška štátnej dotácie:	503.000 EUR
Čerpanie:	100 %
Vlastné zdroje:	633.300 EUR
Čerpanie:	71 %

Jednotlivé aktivity a podaktivity boli realizované v zmysle schváleného plánu aktivít valným zhromaždením a zmluvy o poskytnutí dotácie Ministerstva dopravy SR v nasledovnej štruktúre (číslovanie aktivít vychádza z klasifikácie dotačného systému ministerstva):

1. Marketing a propagácia

Dotácia:	364.100 EUR
Čerpanie:	100,00 %
Vlastné zdroje:	143.800 EUR
Čerpanie:	62,00 %

Edičná a video tvorba

Ťažiskom podaktivity bola *Tvorba audio-vizuálnych diel* predstavujúcich nový komunikačný koncept prezentácie all inclusive destinácie Bratislava Region ako destinácie pre štyri ročné obdobia, kde je všetko len na skok. Podľa plánu sa zrealizovala výroba 4 reklamných videospotov v rôznych formátoch aj s odvodenými statickými vizuálnymi derivátmi pre ďalšie využitie v rôznych grafických aplikáciách. Bola vytvorená séria vizuálov na témy Jar láka - Leto baví - Jeseň chutí - Zima žiari.

Ďalšou aktivitou bolo rozšírenie internej databázy zakúpením autorských fotografií vo vysokom rozlíšení použiteľné aj pre tlačové výstupy.

Grafické a kreatívne služby

V činnosti Kreatívne služby sa v zmysle plánu a v spolupráci s OOCR Malé Karpaty vytvoril kreatívny koncept pre nový kombinovaný produkt destinácie pre rok 2024 Art karta.

Ide o zosieťovanie ponuky kultúrnych produktov členov OOCR do celoročnej zľavovej karty s ambíciou komunikačne prepojiť tému tradičnej malokarpatskej turistiky s "túrou" po kultúrnych ustanovizniach.

Tlač materiálov

S cieľom znížiť spotrebu papiera sa realizovala najmä tlač propagačných materiálov zameraných na konkrétne podujatia členov, pričom väčšia časť (44 %) finančných prostriedkov sa použila na tlač turistických máp, po ktorých stále pretrváva veľký dopyt. Realizovali sa 2 mapy pre pešiu a cykloturistiku a 1 mapa pre destinačnú kartu Bratislava City & Region Card. Druhú najväčšiu položku tvorila výroba papierových reklamných tašiek s farebnou potlačou.

Výstavy, veľtrhy, prezentácie

V rámci podaktivity boli realizované plánované prezentácie na stánku Slovakia Travel na veľtrhoch Ferienmesse Viedeň, Holiday World Praha a TT Waršava a formou samostatnej účasti na veľtrhoch Kemping & Karavaning v Nitre, Seniorenmesse Viedeň a Regiontour Brno.

BRT organizoval dve verejné prezentácie vo Viedni - jednu v spolupráci so slovenským zastupiteľským úradom pri príležitosti 30. výročia SR a druhú ako pozvánku na medzinárodný festival Cirkul'art za účasti zahraničných umelcov - artistov. V oboch prípadoch bola súčasťou podujatí aj prezentácia regionálnych produktov. Na domácom trhu boli aktivity zamerané na kontinuálnu prezentáciu lokálnych producentov, ktoré sa realizovali v koordinácii s členskými OOCR. Z množstva oslovených subjektov v rámci celého regiónu prejavilo záujem o celoročnú spoluprácu iba niekoľko, pričom zámerom bolo zúčastňovať sa dobre navštevovaných podujatí vždy so štyrmi subjektami reprezentujúcimi štyri destinácie regiónu.

Turistický informačný systém, PR, komunikácia

Počas roka 2023 boli realizované plánované dodatočné úpravy webstránky bratislavaregion.travel, ktorých cieľom bolo rozšíriť funkcionality stránky. Úpravy boli realizované v nasledujúcom rozsahu: komplexná optimalizácia webstránky pre zobrazovanie na mobilných zariadeniach, rozšírenie možností filtrovania obsahu webstránky a nasadenie analytických a (re)marketingových nástrojov.

Keďže podľa dlhodobých štatistík viac ako 80% návštevníkov webstránku navštevuje prostredníctvom mobilných telefónov, je komplexná optimalizácia webstránky pre zobrazovanie na mobilných zariadeniach nevyhnutným predpokladom pre jej bezproblémové a pohodlné využívanie. Okrem zlepšenia užívateľského zážitku, bolo súčasťou dodatočných úprav aj nasadenie analytických a remarketingových nástrojov Google Tag Manager a Meta Pixel. Tie umožnia sledovať správanie návštevníkov webstránky a na základe týchto informácií v budúcnosti lepšie cieľiť a plánovať ďalšie marketingové aktivity, prípadne s ohľadom na správanie návštevníkov vyhodnocovať a plánovať potrebu ďalších úprav webstránky v budúcnosti.

V rámci podaktivity smerovali aktivity aj k rozšíreniu contentu o nové videá prezentujúce Senec a Slnčné jazerá a lokálnych producentov v rámci série Spoznaj miestnych. Na podporu inovácii online služieb bolo realizované pilotné nasadenie aplikácie so zdieľaným bez-obslužným požičiavaním e-bikov v Pezinku.

Online marketing

Aktivity v oblasti online marketingu je možné rozdeliť na dve základné oblasti: hlavná sezónna letná kampaň a menšia zimná kampaň a priebežná komunikácia v sociálnych médiách.

Komunikácia na sociálnych sieťach Facebook a Instagram sa realizovala kontinuálne počas celého roku publikovaním vlastných príspevkov k aktuálnym témam, novým produktom, vybraným podujatiam alebo zdieľaním príspevkov našich partnerov a členov. Podľa dôležitosti boli vybrané príspevky aj finančne sponzorované. Korporatívny účet FB má 65 tisíc followerov a IG 6,5 tisíc followerov s rastúcim trendom. Celoročná spolupráca s portálom nazáhorí.sk bola orientovaná na prezentáciu ponuky celého regiónu.

Letná bannerová kampaň bola realizovaná od 8.7.2023 do 30.9.2023 priamymi zadaniami cez Google Ads a prostredníctvom mediálnej agentúry v nasledovných médiách: www.startitup.sk www.fontech.sk www.interez.sk www.odzadu.sk www.babskeveci.sk www.emefka.sk www.imhd.sk www.honline.sk www.brainee.sk www.svetevity.sk.

Cieľom kampane bolo komunikovať široké spektrum produktov cez nový slogan Leto baví, ktorý bol vizuálne spracovaný vo viacerých tematických (produktových) variantoch a reklamné bannery boli prelinkované na hlavný obsah na portáli www.bratislavaregion.travel. Samostatnú vizuálnu identitu mal obsah zameraný na produkt Otvorené vechy, ktorý sme komunikovali súbežne s kampaňou OOCR Malé Karpaty.

Zimná kampaň začala s podtitulom Jeseň chutí a ďalej pokračovala s témou Zima žiari zameraná na vianočné trhy v regióne, lokálne tradície (majolika) a zimné wellness pobyty. Bannerová reklama a 15 sek. videospot boli nasadené na webových stránkach v portfóliu mediálneho domu News Media Holding a prelinkované na destinačný portál. Jeden PR článok bol publikovaný na PLUSke.

Tematické zameranie obsahu ako aj zacielenie bolo výhradne na DCR.

Aj v r. 2023 pokračovala spolupráca s bratislavským letiskom vo forme platenej služby prednastaveného automatického zobrazenia www.bratislavaregion.travel po pripojení sa na wi-fi sieť v priestoroch letiska.

Nákup mediálneho priestoru, reklamné plochy

Komunikácia v tlačенých médiách (44 % výdavkov) a v rozhlase (66 %) bola zameraná na DCR a na český trh s cieľom propagovať región Bratislava ako all inclusive destináciu so širokým spektrom možností a zážitkov, kde je všetko len na skok, ťažiskovo ako súčasť letnej kampane.

Publicita v tlačенých médiách bola realizovaná vždy kombinovane ako PR článok + inzercia a orientovaná na letnú sezónu – na Slovensku sériou v 10 regionálnych novinách MY

(Petit press) v 6 vydaniach každé dva týždne od 10.7 do 18.9 a v 6 vydaniach týždenníka Slovenska pre ženskú cieľovú skupinu. V Českej republike v 3 vydaniach dvojmesačníka PragMoon (máj – október), bezplatnom magazíne s nákladom á 40 tisíc výtlačkov s viac ako 900 distribučnými miestami. Mimoriadna inzercia bola v tematickom reprezentačnom magazíne Dovolená s nápadem – Galérie a café, kde spomedzi galérií v strednej Európe bola na titulnú obálku vybraná bratislavská Danubiana.

Rozhlasová reklama bola súčasťou hlavnej letnej kampane. Od pol. júna do pol. septembra boli vysielané dva 30-sek. rozhlasové spoty v celkovom počte 855 odvysielaní (5x171) v piatich regionálnych rádiách pokrývajúcich územie západného Slovenska - rádio Viva, Bratislavské rádio, SiTy, Trnavské rádio a Záhorské rádio.

Infocesty, fam a press tripy

Táto oblasť bola tri roky jednou z najviac postihnutých pandemickou situáciou a v roku 2023 sa už naplno rozbehla. BRT sa podieľal na realizovaní 6 infociest, z toho 3 presstripy v spolupráci so Slovakia Travel a Bratislava Tourist Board pre maďarských, českých a gréckych novinárov, posledne menovaných z dôvodu otvorenia nového leteckého spojenia z Bratislavou. Jedinečnosťou letnej infocesty maďarských novinárov bol celodenný rozhlasový live prenos Radia Kossuth z ulíc Bratislavy počas korunovačných dní. Špecializované fam tripy boli zorganizované pre českých touroperátorov na incentívny turizmus pre korporátnu klientelu a pre čínskych zástupcov kultúrnej obce v súvislosti s veľkými recipročnými výstavami v Bratislave (na Hrade) a v Šanghaji. Jeden fam trip bol zrealizovaný s významným turistickým influencerom R. Hopejom (Nie je túra bez Štúra) zameraným na menej známe miesta na Záhorí.

Marketing turistickej karty

Turistická karta Bratislava City & Region Card je emitovaná Bratislavskou organizáciou cestovného ruchu (BTB) a na základe zmluvy o združení finančných prostriedkov znáša Bratislava Region Tourism časť nákladov na jej prevádzku a na pokrytie zľavnených vstupov do Malokarpatského múzea v Pezinku a do hradu Červený Kameň. Marketingová podpora karty je zameraná najmä na komunikáciu udržateľnej dopravy, keďže jedným z benefitov karty je aj doprava v rámci systému BID.

2. Činnosť TIC / Turistického informačného centra

Dotácia:	34.000 EUR
Čerpanie:	100 %
Vlastné zdroje:	160.500 EUR

Čerpanie:	91 %
-----------	------

Prevádzkové náklady, nájomné

BRT má od marca 2019 v prenájme od mestskej spoločnosti spravujúcej osobné prístavy vo Viedni priestory pre turistické informačné centrum s nekomerčným nájomným. 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 (niekoľkokometrový signálny nápis Bratislava viditeľný vo dne 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). Priestory TICu poskytujú aj možnosti pre pasívnu prezentáciu - veľkoplošné vizuály na zachytenie pozornosti, stála dostupnosť reklamných tlačovín vrátane logistiky dopĺňania, ako aj veľkoplošná SMART obrazovka. Väčšina nákladov na prevádzku TIC, vrátane personálnych, sa pokrýva vlastnými zdrojmi KOČR, z dotácie sa financuje iba nájom a sprievodné služby. V rámci benchmarku a z pohľadu "hodnoty za peniaze" je vhodné aj porovnanie nákladov na celoročnú prevádzku TICu s prítomnosťou osobnej asistencie 7 dní v týždni, ktoré nedosahujú ani dvojnásobok nákladov na 4-dňovú prezentáciu destinácie vo Viedni počas januárového veľtrhu CR Ferien-Messe. Z tohto pohľadu je aj udržanie etablovaného atraktívneho miesta za nekomerčný nájom počas pandémie a zníženej návštevnosti investíciou do budúcnosti. Po pandemickom období sa situácia stabilizovala už v roku 2022 na takmer predkrízové hodnoty, ale v r. 2023 počet (zahraničných) návštevníkov vo Viedni dosiahol nový rekord. Dotačné prostriedky na tento účel boli použité na nájom a upratovanie priestorov a personálne zabezpečenie bolo kryté z vlastných zdrojov.

Iné

Nákup upomienkových predmetov bol podobne ako v posledných rokoch zameraný výhradne na propagáciu regionálnych produktov s každoročnou obmenou sortimentu. V prevažnej miere boli použité počas verejných prezentácií a veľtrhov, v menšej miere ako ceny v rôznych súťažiach, prípadne na reprezentačné účely. V spolupráci s partnermi, prevažne členmi OOCR, boli zo všetkých destinácií vybraní producenti nasledovne: zo Záhoria včelárske produkty (Včelárstvo Dedinský) , z Malých Karpát sušené slivkové plátky (CF Agro), víno v plechovke (ViaJu), keramické zátky na víno (Slovenská ľudová majolika, Modra), šálky na

kávu (Majolika R, Pezinok), z regiónu Senec čatajské praclíky (Manual Production, Čataj) a sušené hrušky (Dobry ježko, Dunajská Lužná), z Bratislavy-Rače domáce prírodné ovocné sirupy.

4. Tvorba a podpora udržateľných produktov cestovného ruchu

Dotácia:	84.400 EUR
Čerpanie:	100 %
Vlastné zdroje:	113.000 EUR
Čerpanie:	78 %

Cieľom tejto aktivity bola podpora fungujúcich regionálnych produktov CR a ich udržateľnosť, ako aj tvorba nových produktov, ktoré podporujú identitu a tvorbu značky regiónu.

Udržateľný CR vidiecky/zelený

Hlavnými témami v rámci vidieckeho CR sú regionálne tradície a kultúra, gastronómia, pôdohospodárstvo a remeslá v prepojení s pobytom v prírode. Zohľadňujúc potrebu udržateľnej mobility je prioritou BRT spájanie rozvoja vidieckeho CR aj s rozvojom cyklistickej a vodnej turistiky ako aj prepájaním jednotlivých atraktivít udržateľnou hromadnou dopravou s cieľom obmedziť individuálnu motorovú dopravu. Z naplánovaných činností pod účelom *Aktivity na podporu rozvoja udržateľného CR* sa vo Vrakuni pri Malom Dunaji pri príležitosti svetového Dňa Zeme zrealizovalo osvetovo-marketingové podujatie Voda - naše bohatstvo, ťažiskovo zamerané na propagáciu udržateľného rozvoja vodáckeho turizmu. V posledných 2 rokoch sa spolupráca so subjektami poskytujúcimi produkty vodného turizmu pozitívne rozvíja a aj v tomto roku sme zakúpili niekoľko sád sudov a na splavovanie a z vlastných prostriedkov 60 ks kvalitných záchranných viest pre malé deti.

Na podporu produktovej línie pobyt pri vode sa po viacročnej prestávke aktivity zacieleni na zviditeľnenie najvýznamnejšieho letoviska v regióne – Slnčné jazerá a mesto Senec formou spoluorganizovania najvýznamnejších podujatí s vysokou návštevnosťou a nadregiónalnym presahom – Senecké leto a Veľký letný karneval.

V oblasti udržateľného prírodného turizmu sa po oficiálnom vyhlásení (vládou SR) a etablovaní Geoparku Malé Karpaty zintenzívňuje spolupráca s neziskovou organizáciou Barbora. Žiaľ, až v závere letnej sezóny sa pilotne testovali nové produkty vo forme peších okruhov sprevádzaných odborným výkladom geológa a praktickými interaktívnymi ukážkami počas víkendového podujatia Návrat do Budúcnosti.

Na podporu a propagáciu udržateľného rozvoja pokračovala aj v r. 2023 spolupráca s organizátormi najväčšieho environmentálneho filmového festivalu Ekotopfilm-Envirofilm.

Destinačné - regionálne a lokálne produkty

Činnosti tejto podaktivity boli zamerané na produkty podporujúce hlavné atribúty značky s potenciálom čo najdlhšej, ideálne celoročnej ponuky. Malé Karpaty – vinárstvo/ovocinárstvo, husacina, keramika; Záhorie - kapusta, vinárstvo, Bratislava - remeslá.

V rámci *Aktivity a podujatia realizované v spolupráci s členmi BRT na podporu lokálneho produktu* boli v partnerskej spolupráci podporené najmä tradičné podujatia s veľkou návštevnosťou a miestnymi producentmi. Produkt Kráľovstvo husaciny bol podporený kultúrno-propagačnými aktivitami pri zahájení hlavnej sezóny (deň otvorených prevádzok).

Ako spoluorganizátor pôsobil BRT ďalej pri podujatiach Dni zelá v Stupave, Skalické budy (aj s prezentáciou hippoturizmu), Slovanské dni na Devíne. Špeciálnu prezentáciu vybraných regionálnych producentov sme zorganizovali na bratislavských podujatiach Deň zatvorených hraníc v Devínskej N. Vsi, Dobrý trh v Starom Meste a na vianočných trhoch v Novom Meste. V rámci rozvíjania novej produktovej línie „military tourism“ bolo prvýkrát podporené aj podujatie Vatra SNP vo Vinosadoch s prezentáciou vojenskej histórie.

Udržateľný CR mestský / horský

V rámci aktivity *Podpora vlajkových kultúrnych podujatí v mestskom prostredí* sa BRT počas letných mesiacov už tradične podieľal ako spoluorganizátor na najväčšom letnom podujatí vážnej hudby VIVA MUSICA! Festival (3800 divákov), na medzinárodnom festivale pouličného umenia Cikul'art v Stupave, na Bratislavských korunovačných dňoch a na najväčšom dážďovom festivale Bratislavské dážďové dni. Všetky podujatia predstavujú kľúčové kultúrne produkty hlavného mesta so silnou tradíciou a svojou atraktivitou sú schopné prilákať návštevníkov zo širšieho okolia vrátane cezhraničných oblastí.

Prepravné služby - udržateľná mobilita

V rámci podpory a propagácie udržateľnej dopravy aj pri cestovaní za voľnočasovými aktivitami začal BRT po pandémie realizovať viaceré aktivity formou poskytnutia hromadnej dopravy pre zlepšenie dostupnosti lokálneho produktu /atraktivity bez využitia individuálnej dopravy. Predmetom podpory bola vodná turistika (SplavBus), cykloturistika BA (BajkBus z centra Bratislavy do Devína pre rodiny s deťmi), kulinárska turistika v Malých Karpatoch (HusBus, Račanská lokálka). Dopravné služby boli realizované externým dodávateľom.

Súčasťou tejto kapitoly boli aj neplánované výdavky na výmenu sčítacieho zariadenia cyklistických a peších návštevníkov na Moste Slobody po poškodení nákladným vozidlom.

5. Podpora atraktivít danej lokality

Dotácia:	15.000 EUR
----------	-------------------

Čerpanie:	100 %
Vlastné zdroje:	28.500 EUR
Čerpanie:	60 %

Leisure / voľnočasové aktivity

Cieľom podaktivity je koordinovaný rozvoj produktu a vytváranie synergií medzi subjektami v regióne a ich vzájomné prepojenie s cieľom vytvárania komplexných zážitkových balíčkov pre návštevníka, najmä čoraz populárnejšou formou tematických ciest, obsahujúcich široké spektrum ponuky z viacerých oblastí (história, kultúra, pútnictvo, regionálny produkt, vodné, pešie a cyklo cesty). Kľúčovou aktivitou plánovanou pod účelom *Podpora rozvoja tematických ciest (nové témy + aktualizácie Storymapy)* bolo pokračovanie rozvíjania inovatívnych nástrojov e-marketingu na báze moderných technológií - mapových aplikácií, ktoré plnia funkciu prehľadného spracovania komplexnej ponuky vo forme vrstiev na mapovom podklade a špecializovanej aplikácií k tematickej ceste Železná opona. Stanovený cieľ v podobe rozširovania služieb e-marketingu sa z viacerých dôvodov v r. 2023 nepodarilo naplniť v plánovanom rozsahu. Realizovaná bola iba jedna nová „vrstva“ v Storymape – vianočné trhy v regióne, jedna softwarová aktualizácia aplikácie Eurovelo 13 – Železná opona a dve tematické podujatia venované Železnej opone.

V oblasti rozvoja tematických ciest bolo ťažisko podpory v aktivitách Európskej kultúrnej cesty sv. Cyrila a Metoda. Od spoluorganizovania hlavného podujatia - Cyrilometodské dobové slávnosti v Devíne 24.6.2023 cez sériu podporených menších tematických podujatí (Svätý Jur, Modra, Doľany). Novou aktivitou na priblíženie histórie vývoja slovanského osídlenia bolo využitie jedinečného archeologického náleziska v Bratislave-Podunajských Biskupiciach. Na rozsiahlom avarsko-slovanskom pohrebisku z obdobia 7.storočia BRT pripravila v spolupráci s archeológmi nový produkt Hybaj kopat' – aktívnu účasť na archeologických prácach pri odkrývaní nových častí pohrebiska. Súčasťou boli aj bezplatné víkendové prehliadky lokality pre verejnosť.

6. Infraštruktúra cestovného ruchu

Dotácia:	0 EUR
Vlastné zdroje:	100.000 EUR
Čerpanie:	99 %

Medzi pravidelné každoročné aktivity patrí údržba a obnova turistického značenia na peších trasách (v spolupráci s Klubom slovenských turistov) a cyklotrasách (v spolupráci so

Slovenským cykloklubom). V r. 2023 bolo z prostriedkov BRT obnovené značenie na 190 km peších a 125 km cyklistických trás.

Podpora turistickej infraštruktúry smerovala v r. 2023 ťažiskovo do regiónu Senec, konkrétne na Slnčné jazerá. Realizovala sa obnova dvoch informačných bodov na vstupoch do areálu (nové interiérové vybavenie), obnova prvkov navigačného systému v areáli a inštalácia 10 nových prípojok pre karavany v kempingu na južnej strane.

7. Zabezpečenie strategických dokumentov

Dotácia:	0 EUR
Vlastné zdroje:	28.500 EUR
Čerpanie:	29 %

V rámci zberu dát návštevnosti lokálnych a regionálnych atraktivít boli plánované dve aktivity, z ktorých jedna - Inovatívny zber a vyhodnocovanie dát pomocou zaznamenávania špecifického kódu mobilného zariadenia cez wi-fi routre umiestnené na vybraných miestach sa po dvoch rokoch prípravy nezrealizovalo v dôsledku rýchleho vývoja technológií, a plánovaný spôsob získavania dát bol už prekonaný. Druhou aktivitou bol prieskum spotrebiteľského správania domácich a zahraničných návštevníkov Bratislavy počas (pred)vianočného obdobia.

9. Vzdelávacie aktivity

Dotácia:	5.500 EUR
Čerpanie:	100 %
Vlastné zdroje:	12.500 EUR
Čerpanie vyjadrené v %	67 %

BRT sa zapojil ako spoluorganizátor do dvoch regionálnych konferencií – na Záhorí do konferencie Udržateľný cestovný ruch (Smrdáky) a v Malých Karpatoch do Konferencie o histórii Mikroregiónu Červený Kameň (hrad Červený Kameň, .

Menšiu časť výdavkov tvorili náklady na ďalšie vzdelávanie zamestnancov BRT.

B. ŠTATISTICKÉ UKAZOVATELE

BRT získava oficiálne údaje zo Štatistického úradu SR (ŠÚSR) a vyhodnocuje ich za jednotlivé obdobia (kvartálne a celoročné porovnania všetkých relevantných ukazovateľov v cestovnom ruchu). ŠÚ SR poskytuje spracované štatistické podklady o počte prenocovaní domácich a zahraničných návštevníkov v ubytovacích zariadeniach Bratislavského kraja a o tržbách ubytovacích zariadení.

Oficiálne štatistické údaje dokumentujú rozsah negatívneho dopadu pandémie Covid-19 na segment cestovného ruchu ako jedného z najviac zasiahnutých odvetví ekonomiky. Medzi rokmi 2020 a 2019 bol prepád dvojciferný (v %) vo všetkých ukazovateľoch a všetkých štyroch destináciách. Vývoj v roku 2022 v porovnaní s rokom 2021 zaznamenal razantný medziročný rast, ale zďaleka nie priblíženie sa k hodnotám pred pandemiou. Tie neboli dosiahnuté ani v r. 2023 a medziročný nárast už nebol taký markantný ako rok predtým.

Podľa zverejnených údajov Štatistického úradu SR **navštívilo v 2023 Bratislavský kraj celkovo 1.341.851 návštevníkov**, čo predstavuje **medziročný nárast o 23,3 %**, ale ešte stále **pokles o 15,4 %** oproti referenčnému roku 2019. Z toho predstavovali **domáci návštevníci takmer 39 %** a **zahraniční 61 %**, čo **potvrdilo pretrvávanie prekvapivého obratu z r. 2022**, keď bol návrat zahraničných návštevníkov významnejších ako domácich (60%:40%).

Podľa zverejnených údajov Štatistického úradu SR 1.341.851 návštevníkov realizovalo v 2023 v Bratislavskom kraji **celkovo 2.574.966 prenocovaní**, čo predstavuje **medziročný nárast o 26,7 %**, ale ešte stále **pokles o 21,4 %** oproti referenčnému roku 2019. Mierne sa zvýšila priemerná dĺžka pobytu z 1,87 dní na 1,92 dní.

V nasledujúcej tabuľke sú detailné údaje ubytovacej štatistiky za jednotlivé okresy Bratislavského kraja (údaje za okresy Senica a Skalica, ktoré sú súčasťou územia destinácie Bratislava región, sú len na porovnanie, nie sú započítané do súčtových hodnôt):

BRATISLAVSKÝ KRAJ 2015 - 2022 podľa okresov (len BSK, bez časti Záhoria z TTSK)												
	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2023/2022	pr. dĺžka	2023/2019
Počet návštevníkov BSK	1 194 479	1 386 283	1 447 811	1 460 130	1 586 354	500 467	477 897	1 088 352	1 341 851	23,3 %		-15,4 %
Bratislava I-V	1 064 725	1 226 385	1 291 008	1 290 056	1 395 896	405 175	382 888	927 950	1 151 999	24,1 %		-17,5 %
Okres MA	18 054	23 435	24 595	24 034	33 091	15 261	18 431	41 275	47 431	14,9 %		43,3 %
Okres PK	52 787	61 928	63 508	67 880	80 427	35 404	41 848	66 611	82 989	24,6 %		3,2 %
Okres SC	58 913	74 535	68 700	78 160	76 940	44 627	34 730	52 516	59 432	13,2 %		-22,8 %
Okres SK					13 999		7 953	10 000	13 333	33,3 %		-4,8 %
Okres SE					27 512		11 055	13 042	16 232	24,5 %		-41,0 %
BSK - zahraniční	767 107	892 771	930 643	949 468	1 034 189	249 435	218 428	652 288	821 868	26,0 %		-20,5 %
BSK - domáci	427 372	493 512	517 168	510 662	552 165	251 032	259 469	438 044	519 983	18,7 %		-5,8 %
Počet prenocovaní BSK	2 554 879	3 000 449	3 103 541	3 082 284	3 278 025	1 139 586	1 007 875	2 032 821	2 574 966	26,7 %		-21,4 %
Bratislava I-V	2 257 218	2 603 883	2 719 733	2 691 787	2 850 755	916 148	792 822	1 719 409	2 192 925	27,5 %	1,85	-23,1 %
Okres MA	43 129	56 350	54 304	56 945	77 873	32 419	38 817	75 756	94 833	25,2 %	1,84	21,8 %
Okres PK	96 019	112 656	115 207	120 076	134 013	68 382	76 663	111 119	142 956	28,7 %	1,67	6,7 %
Okres SC	158 513	227 560	214 297	213 476	215 384	122 637	99 573	126 537	144 252	14,0 %	2,41	-33,0 %
Okres SK					30 999		15 989	20 000	33 333	66,7 %	0,03	-35,5 %
Okres SE					139 305		73 125	80 286	83 716	4,3 %	0,18	-39,9 %
Priemerná dĺžka pobytu	2,14	2,16	2,14	2,11	2,07	2,28	2,11	1,87	1,92	2,7 %		-7,1 %
Tržby v ubyt. zariadeniach	81 631 250	101 695 273	108 455 947	107 930 157	129 596 538	35 714 736	33 663 025	89 380 817	118 528 352	32,6 %		-8,5 %
Počet návštevníkov BSK+TTSK	1 194 479	1 386 283	1 447 811	1 460 130	1 627 865	500 467	496 905	1 111 394	1 371 416	23,4 %		-15,8 %
Počet prenocovaní BSK+TTSK	2 554 879	3 000 449	3 103 541	3 082 284	3 448 329	1 139 586	1 096 989	2 133 107	2 692 015	26,2 %		-21,9 %

Mimoriadne negatívny dopad pandémie na lokálnu ekonomiku bol zrejmý aj z vývoja tržieb v ubytovacích zariadeniach. Z tohto pohľadu je pozitívne, že **tržby rástli rýchlejšie** ako počty návštevníkov a v r. 2023 dosiahli v Bratislavskom kraji **118.528.352 EUR**, čo je **oproti roku 2022 nárast o 32,6 %**, ale oproti roku 2019 sa prepád znížil už „len“ na -8,5%.

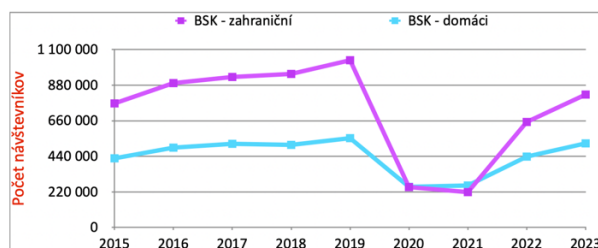
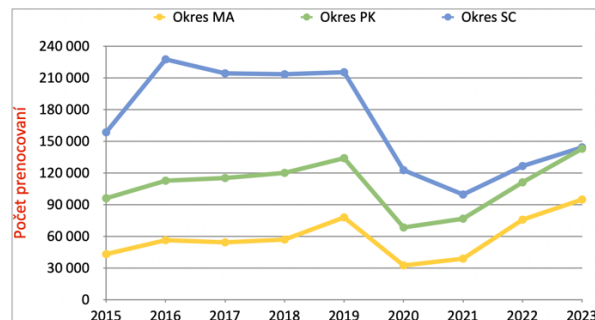
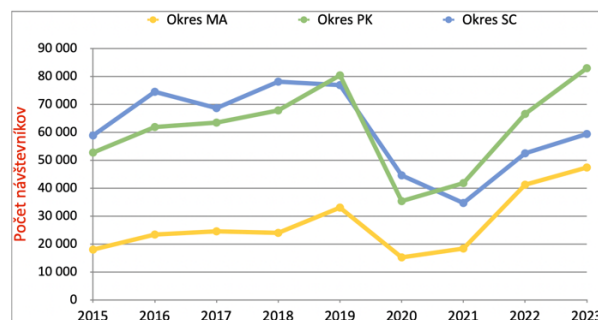
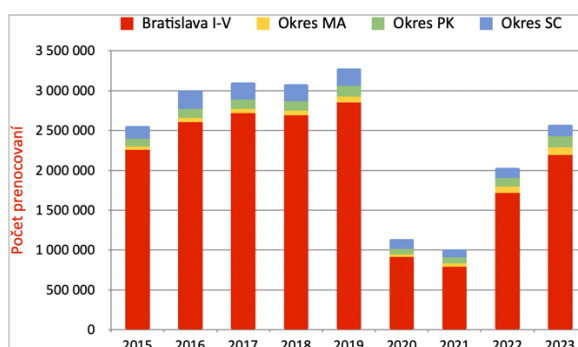
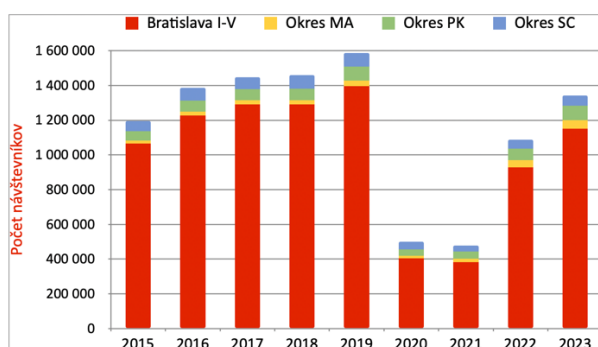
Vývoj v r. 2023 nebol v jednotlivých častiach regiónu rovnaký, zaostával najmä návrat návštevníkov v hlavnom meste a tým aj jeho podiel na výsledkoch celého kraja. V okresoch Malacky a Pezinok už boli preknané rekordné výkony z r. 2019: v okrese Malacky +43,3%(!) v počte návštevníkov a +21,8% v počte prenocovaní a v okrese Pezinok +3,2% v počte návštevníkov a +6,7% v počte prenocovaní. Dosiahnuté výsledky za celý kraj zaostávali za rýchlosťou ožiovania trhu v niektorých ostatných slovenských destináciách.

Podiel na celkovom počte návštevníkov

	2019	2023
Bratislava I-V	88 %	86 %
Okres SC	5 %	4 %
Okres MA	2 %	4 %
Okres PK	5 %	6 %

Podiel na celkovom počte prenocovaní

	2019	2023
Bratislava I-V	87 %	85 %
Okres SC	7 %	4 %
Okres MA	2 %	4 %
Okres PK	4 %	6 %



Absolútne hodnoty a medziročný vývoj z pohľadu vybraných zdrojových trhov zahraničných návštevníkov sú uvedené v nasledovnej tabuľke:

Zdrojové trhy

	2022		Priem dĺžka	2023		Priem dĺžka	Index návštev.	Index prenoc.
	Návštevníci	Prenocovania		Návštevníci	Prenocovania			
CZ	130 338	222 922	1,7	152 491	258 102	1,7	17,0 %	15,8 %
D	68 275	122 857	1,8	81 231	143 287	1,8	19,0 %	16,6 %
PL	47 994	86 015	1,8	66 308	111 861	1,7	38,2 %	30,0 %
A	48 857	73 865	1,5	61 654	91 229	1,5	26,2 %	23,5 %
UK	32 426	60 314	1,9	41 070	79 134	1,9	26,7 %	31,2 %
USA	28 230	50 863	1,8	37 557	61 722	1,6	33,0 %	21,3 %
I	23 246	41 378	1,8	32 715	60 863	1,9	40,7 %	47,1 %
UA	25 988	58 033	2,2	29 528	91 223	3,1	13,6 %	57,2 %
H	19 478	33 847	1,7	24 670	40 900	1,7	26,7 %	20,8 %
F	17 282	31 521	1,8	19 232	34 415	1,8	11,3 %	9,2 %
ES	13 700	28 370	2,1	16 494	34 593	2,1	20,4 %	21,9 %
R	15 506	26 883	1,7	D	D			
NL	13 035	22 984	1,8	15 334	26 628	1,7	17,6 %	15,9 %
HR	10 641	16 981	1,6	13 898	22 246	1,6	30,6 %	31,0 %
SL	7 247	12 278	1,7	10 507	16 960	1,6	45,0 %	38,1 %
CH	D	D		9 371	15 345	1,6		
S	8 137	13 800	1,7	8 622	14 365	1,7	6,0 %	4,1 %
GR	5 735	11 220	2,0	8 183	17 163	2,1	42,7 %	53,0 %
IRL	7 974	19 551	2,5	8 067	17 485	2,2	1,2 %	-10,6 %
BG	6 164	10 768	1,7	7 973	14 680	1,8	29,3 %	36,3 %
Izrael	5 401	10 186	1,9	7 758	14 436	1,9	43,6 %	41,7 %
India	4 234	9 671	2,3	7 595	17 759	2,3	79,4 %	83,6 %
B	7 073	12 676	1,8	7 214	14 428	2,0	2,0 %	13,8 %
SRB	6 865	12 246	1,8	7 864	15 032	1,9	14,6 %	22,8 %
Litva	2 993	4 830	1,6	6 657	12 298	1,8	122,4 %	154,6 %
Čína	4 429	8 688	2,0	6 423	10 735	1,7	45,0 %	23,6 %
TR	4 382	7 114	1,6	6 260	11 150	1,8	42,9 %	56,7 %
FI	3 562	6 323	1,8	5 109	9 785	1,9	43,4 %	54,8 %
CAN	3 241	5 723	1,8	5 704	9 768	1,7	76,0 %	70,7 %

C. ROZPOČET, JEHO ČERPANIE A HOSPODÁRENIE ORGANIZÁCIE

Krajská organizácia cestovného ruchu Turizmus regiónu Bratislava disponovala v roku 2023 v súlade so zákonom č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov finančnými zdrojmi v nasledujúcej štruktúre:


Členské príspevky členov KOČR BRT boli vo výške 735 128 EUR (detailne uvedené v úvode správy). Ostatné príjmy organizácie zahŕňajú dotáciu Ministerstva dopravy Slovenskej republiky vo výške 503.000 EUR, prenesené prostriedky z predchádzajúceho roka vo výške 247 199 EUR, vlastné príjmy vo výške 4.058,87 EUR a refundácia predchádzajúcich výdavkov z Programu Interreg SK-AT vo výške 297 959,79 EUR.

Dotácia Ministerstva dopravy Slovenskej republiky (MD SR) je poskytovaná v súlade so zákonom č. 91/2010 Z.z. o podpore cestovného ruchu v znení neskorších predpisov krajským a oblastným organizáciám cestovného ruchu na základe predloženej žiadosti a projektu na daný rozpočtový rok.


Krajská organizácia žiadala v roku 2023 o maximálnu možnú výšku 503 000 EUR a táto bola aj ministerstvom schválená a aj vyčerpaná na 100 %. Finančné prostriedky pridelené vo forme dotácie od MDV SR môžu byť použité výhradne na aktivity, ktoré sú spojené s hlavným predmetom činnosti krajskej organizácie v súlade s §29 Zákona č. 91/2010 Z.z. v znení neskorších predpisov (oprávnené aktivity na poskytnutie dotácie) a ktoré sú zahrnuté v projekte k žiadosti o poskytnutie dotácie. Prevádzkové výdavky organizácie sú hradené z členských prostriedkov organizácie. Novelou zákona o podpore cestovného ruchu bolo na zmiernenie dopadov pandémie umožnené na prechodné obdobie použitie nevyčerpanej dotácie aj na vybrané prevádzkové výdavky organizácie do maximálnej výšky 15% zo schválenej dotácie. Táto možnosť bola využitá do výšky 11% dotácie.

Ďalšie údaje o hospodárení a nakladaní s majetkom sú uvedené v účtovnej závierke k 31.12. 2023 v súlade so Zákomom 91/2010 Z.z.

Štruktúra príjmov a výdavkov je uvedená v nasledovnej tabuľke:

 2023	Plán	Skutočnosť
Príjmy:	1 718 897,00	1 782 511,90
Zostatok z roku 2022	247 199,00	247 199,00
Členské príspevky	735 978,00	735 128,00
Dotácia MDVRR SR (Max: 10% z vybratej dane za ubyt. 2019)	503 000,00	503 000,00
EÚ fondy - Interreg SK-AT - refundácie predchádzajúcich výdavkov na projekty	231 220,00	288 557,40
Príjmy z vlastnej činnosti	1 500,00	8 627,50
Výdavky:	1 718 897,00	1 480 536,90
Na aktivity	1 136 300,00	994 349,93
Na prevádzku	582 597,00	486 186,97
Prebytok		301 975,00

Štruktúra výdavkov na aktivity hlavnej činnosti je uvedená v nasledovnej tabuľke:

 2023						
Aktivita	ČLENSKÉ		DOTÁCIA		SPOLU	
	plán	skutočnosť	plán	skutočnosť	plán	skutočnosť
1. Marketing a propagácia	143 800,00	88 794,01	364 100,00	337 313,66	507 900,00	426 107,67
2. Činnosť turistického informačného centra	160 500,00	145 482,91	34 000,00	30 270,20	194 500,00	175 753,11
3. Tvorba a prevádzka rezervačného systému	45 000,00	1 440,00	0,00	0,00	45 000,00	1 440,00
4. Tvorba a podpora udržateľných produktov CR	113 000,00	88 331,10	84 400,00	77 643,24	197 400,00	159 342,16
5. Podpora atraktivít lokality	28 500,00	17 075,88	15 000,00	1 963,04	43 500,00	19 038,92
6. Infraštruktúra cestovného ruchu	100 000,00	98 943,20	0,00	0,00	100 000,00	98 943,20
7. Zabezpečenie strategických dokumentov	30 000,00		0,00	0,00	30 000,00	8 700,00
9. Vzdelávacie aktivity zamerané na skvalitnenie a rozvoj destinácie	12 500,00	8 333,53	5 500,00	1 550,00	18 000,00	9 883,53
Povolené výdavky na prevádzku do max. výšky 15% z dotácie				54 259,86		
Ostatné výdavky (samozdanenie DPH za faktúry zo zahraničia, náklady na podnikateľskú činnosť,...)		42 949,30				
SPOLU	633 300,00	491 349,93	503 000,00	503 000,00	1 136 300,00	994 349,93