

Koncepcia udržiateľného cestovného ruchu v destinácii Bratislava

Executive Summary

Cieľom tejto koncepcie je ukázať, ako môže Bratislava dosiahnuť dlhodobú udržiateľnosť cestovného ruchu v celej svojej šírke: **ekonomickú, enviromentálnu, technologickú, kultúrnu aj sociálnu.**

Koncepcia ponúka jednoduchý, no zároveň systémovo účinný rámec, ako v najbližších rokoch a dekádach riadiť a rozvíjať udržiateľný cestovný ruch v Bratislave.

Zadanie (v skratke)

Ako posunúť cestovný ruch v Bratislave k celkovej udržateľnosti

- základné princípy udržateľnosti
- ekonomická, sociálna, kultúrna, enviromentálna a technologická udržateľnosť cestovného ruchu

Kto je a čo má robiť Bratislava Tourist Board - základná koncepcia na ďalšie roky

- pozicioning BTB
- zadefinovanie hlavnej činnosti a vedľajšej činnosti BTB
- návrh kompetenčného rámca BTB

Priority BTB na ďalšie roky (rozpočet a komunikácia)

- návrh koncepcie redefinície brandu hlavného mesta
- návrh strategického smerovania marketingových aktivít...
- návrh okruhu marketingových aktivít...

Obsah koncepcie udržateľného cestovného ruchu v Bratislave

①

Čo je to udržateľnosť cestovného ruchu?

Udržateľnosť je rovnováha medzi dlhodobou miestnou prosperitou a zážitkom návštevníkov.

②

Tri nové mandáty pre Bratislava Tourist Board

Misiou modernej DMO je manažment destinácie, nielen jej marketing. DMO organizácie menia posledné roky svoje zameranie z marketingových organizácií na organizácie manažérske.

③

Vizuálne zhrnutie Goodbye Yesterday, Hello Tomorrow

Vizuálne zhrnutie kľúčových bodov koncepcie, pre ľudí, ktorí nemajú čas čítať celú koncepciu, alebo sa len chcú zoznámiť s jej základnými okruhmi.

Koncepcia udržateľného cestovného
ruchu v destinácii Bratislava

Executive summary

Čo je to udržateľnosť destinácie?

**Udržateľnosť destinácie je
rovnováha medzi dlhodobou
prosperitou miesta a zážitkom
návštevníkov**

Definícia udržateľnosti v kontexte destinácie



Ako dosiahnuť udržateľnú rovnováhu v praxi?

Od marketingu k manažmentu destinácie

Od marketingu k manažmentu
destinácie

**Posun od marketingu k manažmentu
destinácie znamená proaktívnejšiu
a strategickejšiu úlohu DMO (po novom
Destination Management Organizácie)
pri formovaní cestovného ruchu.**

BTB ako koordinátor medzi dlhodobou prosperitou mesta a zážitkom návštevníka



Čo vlastne chceme udržať?

**V skratke, nechceme len udržať status quo,
ale vďaka cestovnému ruchu neustále
zveľaďovať a obnovovať naše mesto.**

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

Novou misiou BTB je ucelený manažment destinácie, nielen marketing Bratislavy.

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

Písmeno „M“ v skratke DMO doteraz znamenalo predovšetkým marketing. Nové „M“ znamená posun smerom k systémovejšiemu prístupu – manažmentu. Ten zahŕňa širší rozsah zodpovedností a tri nové mandáty: **rozvoj, facilitácia a celosystémový rast.**

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

① Mandát destinačného manažmentu

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

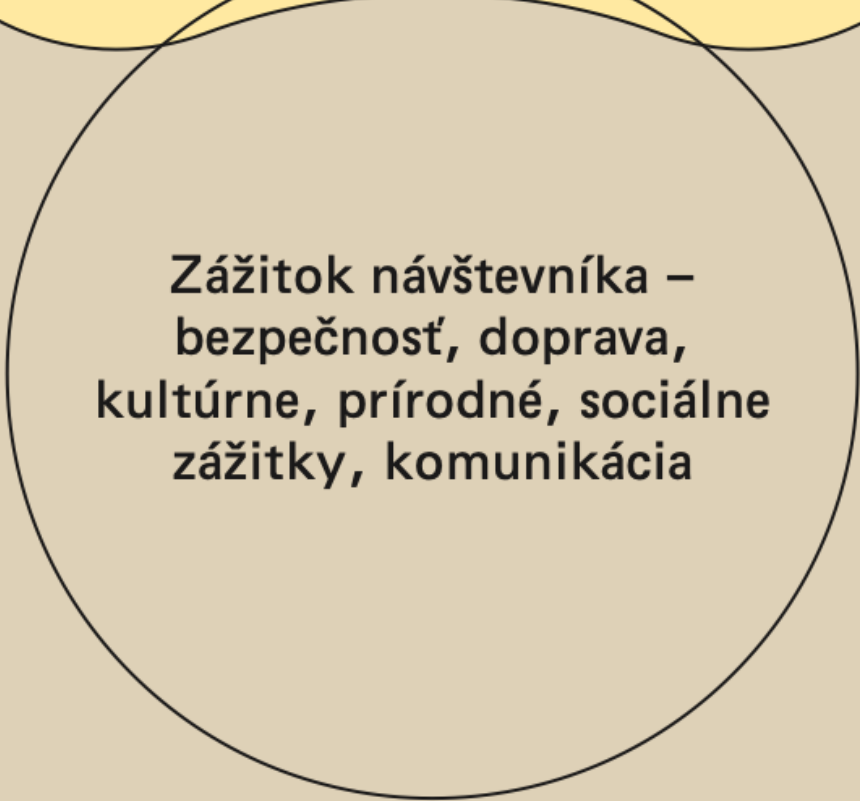
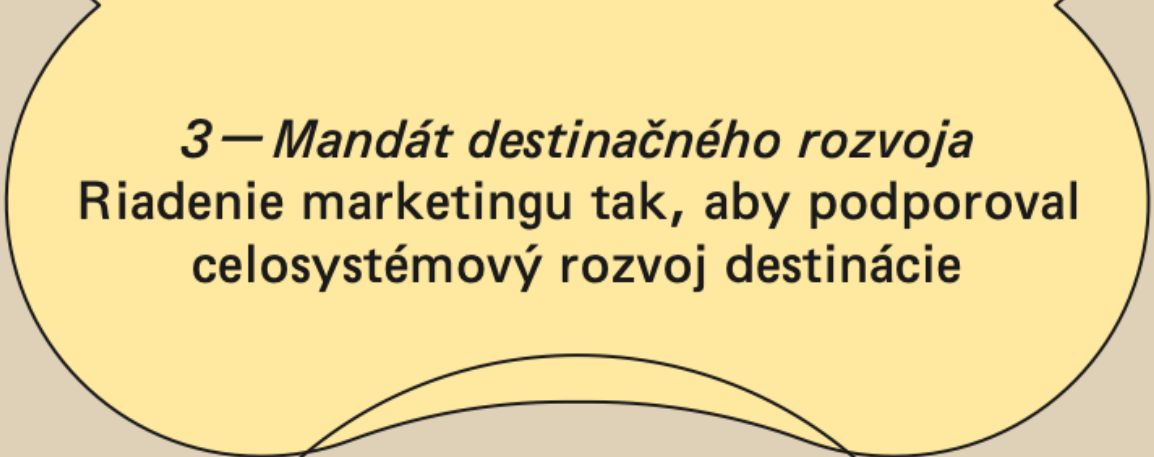
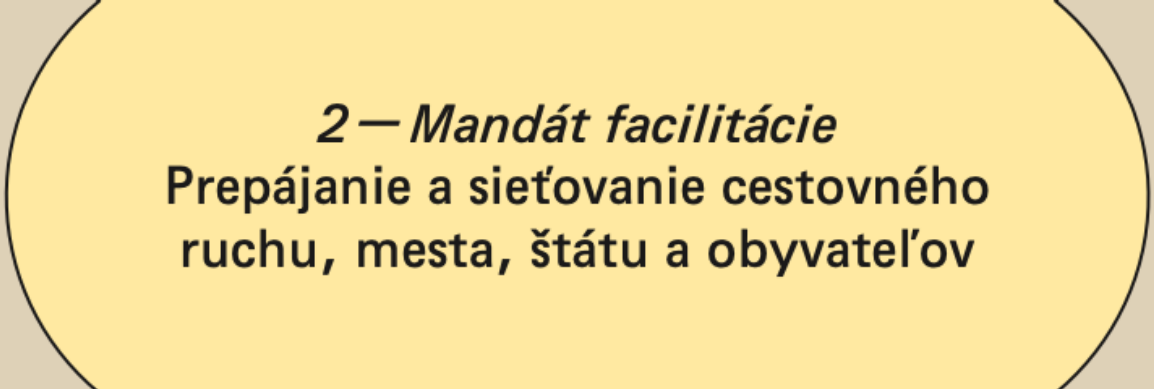
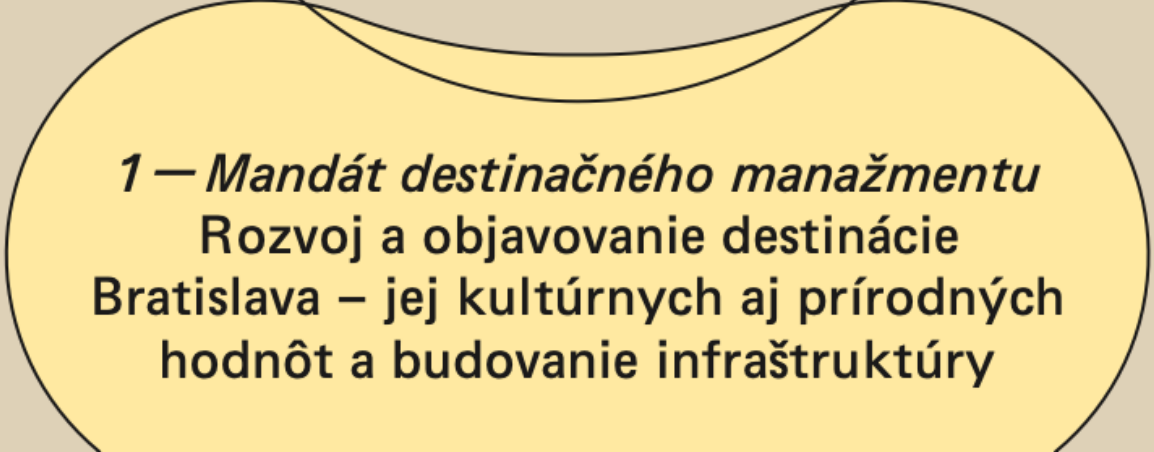
① Mandát destinačného manažmentu

② Mandát facilitácie

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

- ➊ Mandát destinačného manažmentu
- ➋ Mandát facilitácie
- ➌ Mandát destinačného rozvoja

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board



Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

Rozpočtovanie a mandáty idú ruka v ruke.
BTB ako destinačný manažér musí mať
dostatočné zdroje: **tri samostatné viaczdrojové
rozpočty, financované z verejných aj súkromných
zdrojov.**

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

Tri mandáty ako tri samostatné rozpočty BTB

Tri mandáty ako tri samostatné rozpočty BTB

1 Mandát destinačného manažmentu

Cieľom je objavovať, sprístupňovať a rozvíjať spoločenské, kultúrne a prírodné krásy regiónu

1 Rozpočet destinačného manažmentu

Rozpočet určený na investície do infraštruktúry, do kultúrnych a enviromentálnych assetov mesta, a do produktového developmentu.

2 Mandát facilitácie

Cieľom je prepájať a sieťovať mesto, firmy, komunity a organizácie, budovať ich odborné kapacity a zjednocovať ich aktivity.

2 Facilitačný Rozpočet

Rozpočet určený na budovanie prepojení medzi stakeholdermi, na edukáciu členov aj nečlenov BTB, na prepájanie komunít s cestovným ruchom a ďalšie facilitačné aktivity.

3 Mandát destinačného rozvoja

Riadenie a podpora udržateľného rastu (financovaním inovácií, strategickým storytellingom a cielenou propagáciou)

3 Rozpočet destinačného rozvoja

Tento rozpočet obsahuje 4 podkapitoly, a zameriava sa na celostný rast cestovného ruchu v meste:

- Momentum rozpočet na podporu zabehnutých aktivít a trhov
- MICE rozpočet
- New Markets rozpočet - objavovanie nových trhov pre Bratislavu
- Visitor Experience rozpočet - zlepšovanie práce s návštevníkom

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

1 Mandát destinačného manažmentu

1 Mandát destinačného manažmentu

Základný mandát udržiateľnosti.
Ide o objavovanie, uchovávanie,
**sprístupňovanie a rozvoj kultúrnej,
sociálnej a prírodnej krásy mesta,**
zodpovedným a k lokálnemu životu
rešpektujúcim spôsobom.

1 Mandát destinačného manažmentu

V rámci tohto mandátu BTB vykonáva:

- **Prehĺbenie porozumenia Bratislave**
- **Spoluvorba miestnych naratívov**
- **Odhaľovanie skrytých pokladov Bratislavy,
ich rozvoj, ochrana a sprístupňovanie**
- **Rozvoj infraštruktúry**
- **Kultivácia kultúrnych a prírodných assetov:**
 - Kultúrne programy**
 - Iniciatívy v sociálnej oblasti**
 - Environmentálny dozor**

1 Mandát destinačného manažmentu

BTB s rozšíreným mandátom objavuje a rozvíja prírodné a kultúrne krásy Bratislavy, a pomáha budovať infraštruktúru, ktorá ich sprístupňuje a umožňuje.

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

2 Mandát facilitácie

2 Mandát facilitácie

BTB je facilitátorom a katalyzátorom hodnotných, inšpiratívnych spoluprác, medzi aktérmi cestovného ruchu a mestom, medzi biznisom a komunitami, medzi zahraničím a Slovenskom, medzi štátom a mestom.

2 Mandát facilitácie

V rámci tohto mandátu BTB vykonáva:

- **Sprostredkovanie chýbajúcich kontaktov**
- **Vytváranie platforiem pre dialóg**
- **Koordinácia a facilitácia informačných zdrojov o dianí v meste.**
 - Centralizované databázy, open data iniciatívy, Interaktívne kalendáre
- **Vzdelávanie, upskilling a capacity building**
- **Zvyšovanie povedomia o udržateľnosti v celej jej šírke**
 - Upskilling a rozvoj zručností
 - Zjednotenie na úrovni značky
- **Vývoj certifikačných programov a incentívy pre zlepšovanie kvality služieb**

2 Mandát facilitácie

BTB má byť facilitátorom, ktorý prepája a vytvára priestor na vzájomné posúvanie sa a inšpiráciu.

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

③ Mandát destinačného rozvoja

3 Mandát destinačného rozvoja

BTB je zodpovedná nielen za marketing a propagáciu Bratislavy, ale spoluzodpovedá za celkový rast prosperity mesta (ekonomický, enviromentálny, kultúrny, sociálny a technologický rozvoj). Tomu je potrebné prispôbiť rastové stratégie aj v komunikácii a marketingu

3 Mandát destinačného rozvoja

V rámci tohto mandátu BTB vykonáva:

- **Priorizácia a prepájanie kampaní**
- **Strategická alokácia zdrojov**
- **Zoskupovanie kampaní**
- **Spoločné marketingové iniciatívy**
- **Tvorba tematických balíkov**
- **Rešerš a sprostredkovanie finančných inovácií**
- **Kurátorstvo zážitkov a strategický storytelling**
- **Správne zacielený marketing**
- **Digitálne inovácie**
- **Obchodná diplomacia**

3 Mandát destinačného rozvoja

Aj keď marketing a propagácia sú stále kľúčové úlohy tretieho mandátu, **BTB musí v dnešnej dobe myslieť aj pri týchto aktivitách na udržateľnosť celého mesta.**

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

Tri mandáty ako akčné kroky

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

1 Mandát destinačného manažmentu

1 Mandát destinačného manažmentu

Kde začať s mandátom destinačného manažmentu v Bratislave

1

**Vytvorenie
samostatného rozpočtu
na rozvoj destinácie
Bratislava 2025-2035**

2

**Zriadenie/redefinícia
pozície poradcu
primátora pre
udržateľný cestovný
ruch**

3

**Vytvorenie medzi-
sektorového tímu,
s cieľom vytvoriť
jednotný naratív
udržateľného mesta,
a jeho následnú
aplikáciu aj smerom
k cestovnému ruchu**

1 Mandát destinačného manažmentu

Niekoľko ďalších potrieb a nápadov z rozhovorov so stakeholdrami cestovného ruchu, s vyššou prioritou:

- Integrácia rozvoja cestovného ruchu do mestského plánovania
- Ročné plánovanie a rozpočtovanie rozvoja destinácie
- Riešenie nedostatku kvalitatívnych údajov a kvalitatívnych KPI
- Implementácia systému zberu údajov o návštevníkoch
- Zlepšenie prístupových bodov Bratislavy
- Novelizovať súčasnú legislatívu smerom k udržateľnosti a novým úlohám BTB
- Vytvoriť databázu environmentálnych assetov mesta
- Vytvoriť databázu kultúrnych assetov mesta
- Trvalý projektový manažment, ktorý bude prinášať nové možnosti financovania
- Rozvoj infraštruktúry pre cykloturizmus
- Prepojenie iniciatív cestovného ruchu Bratislavy s ďalšími hospodárskymi politikami a exportnými aktivitami v rámci štátu
- Vytvoriť platformu (napr. sériu workshopov so Slovakia Travel) na prepojenie cestovného ruchu v Bratislave so značkou celého Slovenska.
- Zaviesť proces a štandardy pre feasibility štúdie
- Lepšie prepojenie cestovného ruchu a MHD
- Vývoj a spolutvorba flagship podujatia/série podujatí
- Decentralizované informačné body cestovného ruchu

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

1 Mandát destinačného manažmentu

2 Mandát facilitácie

2 Mandát facilitácie

Kde začať s mandátom facilitácie v Bratislave?

1

Lepšie nadefinovať členské benefity BTB

Je potrebné nanovo a s ohľadom na udržiateľný rozvoj cestovného ruchu zadefinovať benefity a dostupné zdroje vyplývajúce z členstva v BTB. Súčasťou by mal byť aj návrh odstupňovaných úrovní alebo balíkov členstva, ktoré uspokojia potreby existujúcich aj vytvoria priestor na akvizíciu nových členov.

2

Vytvorenie „Bratislava Essential Pack“

Tvorba uvítacieho balíčku pre nových aj existujúcich účastníkov cestovného ruchu (hotely, cestovné kancelárie atď.), ktorý obsahuje základné informácie o meste, kľúčové témy, atrakcie, udalosti a prístup k pravidelne aktualizovanej knižnici obrázkov, zdieľanému kalendáru a informačnému hubu.

3

Zriadenie postu koordinátora cestovného ruchu na magistráte

Táto úloha je spojená s dennou operatívnou agendou, nie s poradenstvom primátorovi. Úloha koordinátora cestovného ruchu bude zabezpečiť integráciu cestovného ruchu s ostatnými mestskými procesmi a iniciatívami na dennej a týždennej báze, poradca primátora zase bude zladovať strategické rozhodnutia.

2 Mandát facilitácie

Niekoľko ďalších potrieb a nápadov z rozhovorov so stakeholdrami cestovného ruchu, s vyššou prioritou:

- Aktívny nábor členov návrh viacúrovňového členstva
- Spoločné plánovacie procesy a medziorganizačné komunikačné kanály
- Spolupráca na organizácii strategicky dôležitých eventov
- Prepájanie existujúcich kultúrno-spoločenských aktivít v meste
- Vytvorenie certifikačného programu spojeného s Bratislava card
- Tourist Satellite Account
- Facilitation rozpočet a plánovanie na ročnej báze
- Mestské časti ako spolupracovníci BTB
- Návrh nových turistických trás a optimalizácia existujúcich
- Program „Spoznej svoje mesto“
- Iniciatívy na ochranu prírody
- Zriadenie kontaktnej linky/emailu pre cestovný ruch
- Vypracovanie vzdelávacích osnov pre členov BTB

Tri nové mandáty Bratislava Tourist Board

- 1 Mandát destinačného manažmentu
- 2 Mandát facilitácie
- 3 Mandát destinačného rozvoja

3 Mandát destinačného rozvoja

Kam nasmerovať marketingové výdavky v najbližších rokoch?

1

**Základná priorita:
Zefektívniť to, čo
funguje (Momentum
budget)**

Odrazovým mostíkom k trvalo udržateľnému rozvoju je ďalej zefektívňovať už v súčasnosti funkčné a efektívne aktivity. BTB potrebuje stabilizovať svoj Momentum budget, a naň naviazané procesy a aktivity. Udrží tak záujem návštevníkov, ktorí o Bratislave vedia a vedia sa sem aj pohodlne dostať, čo v súčasnosti znamená najmä ľudí z nemecky hovoriacich krajín či ďalších podobných trhov s dobrou dopravnou dostupnosťou vlakom, autom, autobusom, loďou alebo letecky.

2

**New Markets priorita:
Pilotné kampane na
nové skupiny
návštevníkov**

Bratislava má vynikajúcu trekking infraštruktúru a prírodu dostupnú priamo z mesta. Odporúčame najmä pilotné kampane na získanie tohto typu návštevníka, ktorý môže byť definovaný ako “Urban Trekking” návštevník, alebo “History + Trekking” návštevník, prípadne v letných mesiacoch roka aj cykloturista.

3

**Optimalizovať real-time
visitor marketing
(rozpočtová kapitola
„Visitor Experience”)**

Taktikou je v tomto prípade takzvaný Zero Moment of Truth prístup. Ide o marketingový prístup, ktorý považuje za kľúčové recenzie iných návštevníkov pri formovaní rozhodnutia o cestovaní. Ak tu návštevník zažije/odfotí niečo nadmieru zaujímavé, prináša to prostredníctvom sociálnych sietí, YouTube a vyhľadávačov ďalších podobných návštevníkov.

3 Mandát destinačného rozvoja

Ako lepšie štrukturovať rozpočet s ohľadom na udržiateľnosť, a v rámci jeho novej štruktúry zabezpečiť viaczdrojové financovanie.

1

Rozpočtová kapitola Momentum

Udržať a posilniť prílev návštevníkov z krajín, kde má Bratislava rozvinutý inflow návštevníkov.

2

Rozpočtová kapitola “New Markets Growth”

Rozšírenie záujmu o Bratislavu z krajín, kde je dobrá dostupnosť, ale nízke povedomie o Bratislave. Alternatívne, nemusí ísť o jednu destináciu, ale o niche trhy (jeden vertikálny segment naprieč širším spektrom krajín, napríklad záujemcovia o históriu, urban trekking...)

3

Rozpočtová kapitola MICE komunikácia

Zabezpečiť nárast kongresov a biznis návštev.

4

Rozpočtová kapitola Visitor Experience

Neustále vylepšovanie ponuky a celkového zážitku návštevníkov a real-time komunikácia s aktuálnymi návštevníkmi v Bratislave.

3 Mandát destinačného rozvoja

Niekoľko ďalších potrieb a nápadov z rozhovorov so stakeholdrami cestovného ruchu, s vyššou prioritou:

- Tvorba „Reason to Fly“ dokumentu
- Ročné plánovanie komunikácie (vo všetkých 4 rozpočtových kapitolách komunikácie)
- Vylepšenie Bratislava Card (stratégia)
- Sieť dodávateľov, ktorí rozumejú udržateľnosti
- Zabezpečenie plnohodnotného financovania BTB z mestských daní
- Medzinárodná sieť ambasádorov
- Viac spoznávacích zájazdov
- Zdieľaná databáza kontaktov

Zhrnutie:

Goodbye Yesterday Hello Tomorrow (*vizuálne zhrnutie*)

Goodbye Yesterday, Hello Tomorrow, (vizuálne zhrnutie)

Cestovný ruch je o marketingu.

Cestovný ruch je o udržateľnom manažmente destinácie.

Krátkodobé marketingové ciele.

Uvažovanie v horizonte dekád (účasť na tvorbe vízie mesta a jeho naratívu, rozvoj biznisovej infraštruktúry, ochrane kultúrneho dedičstva...)

Návštevníci, návštevníci, návštevníci, návštevníci!

Dlhodobá prosperita miesta + zážitok návštevníka.

Kvantita.

Kvalita zážitku.

Jednodňové návštevy.

Návštevník je v Bratislave „oboma nohami.“

BTB má jediný mandát:
Komunikovať Bratislavu

BTB má tri mandáty:
1. Rozvoj destinácie,
2. Facilitácia,
3. Udržateľný rast cestovného ruchu.

Jeden (nízky) rozpočet.

Viaczdrojové financovanie, tri rozpočtové kapitoly pre každý mandát.

Spolupráca verejného a súkromného sektora

Spolupráca verejného a súkromného sektora (ostáva, pretože funguje!)

Zhrnutie:

Od marketingu k manažmentu destinácie

Posun od marketingu k manažmentu znamená proaktívnejšiu a strategickejšiu úlohu pri formovaní cestovného ruchu.

Novou misiou BTB je ucelený manažment destinácie, nielen marketing Bratislavy. BTB má byť v takto nastavenej koncepcii katalyzátorom a developerom destinácie, s cieľom podporiť a vybalansovať dlhodobú prosperitu Bratislavy a zážitok návštevníka.

Plné znenie koncepcie udržateľného cestovného ruchu v destinácii Bratislava bude k dispozícii na tomto linku.