

## **Správa zo zahraničnej pracovnej cesty**

### **Ferien Messe Viedeň**

**Zahraničná pracovná cesta sa uskutočnila do štátu:** Rakúsko

**Miesto konania:** Messe Wien, Messeplatz, Viedeň

**Termín konania:** 11.-14. 1. 2018

**Účastníci:** Mgr. Barbara Csibreiová (13.1.2018), Ing. Silvia Renácsová (13.1.2018)

#### **Účel a cieľ pracovnej cesty:**

Bratislava Tourist Board aj v tomto roku bol medzi 800 vystavovateľmi z 80 krajín, ktorí sa zúčastnili najväčšieho rakúskeho veľtrhu cestovného ruchu Ferien Messe Viedeň. V termíne od 11. do 14. januára 2018 veľtrh navštívilo 153.224 návštevníkov, čo podľa organizátorov bolo o 3200 viac ako minulý rok. V dvoch halách sa predstavila turistická ponuka – t.j. zahraničné destinácie, rakúske regióny, cestovné kancelárie, hotely, dopravcovia, atrakcie a rôzni poskytovatelia služieb cestovného ruchu. Okrem destinácií a zájazdov sa veľtrh venoval aj vybraným témam ako cykloturistika Bike Village, gastronómia Genuss-Welt a počas štyroch dní prebiehali viaceré sprievodné programy ako cestovateľské kino, hudobné a kultúrne predstavenia z rôznych krajín, prezentácie a odborné fóra. Zvýšenú návštevnosť podporila aj súbežná výstava Vienna Autoshow.

Podľa prieskumu realizovaného organizátormi veľtrhu, 86,9 % návštevníkov bolo veľmi spokojných s ponukou, 97 % odporúča návštevu veľtrhu, 79 % predpokladá úžitok/zisk z návštevy, 21,9 % využili veľtrh na objednávku zájazdu/programu priamo na mieste a 40,7 % predpokladá objednávku neskôr, ale na základe získaných informácií na veľtrhu.

Najväčší záujem medzi opýtanými návštevníkmi bol o krátke city breaky (29,6 %), Wellness a kúpele (21,2 %), kultúrne a študijné/jazykové pobyty (19,3 %), exotické a exkluzívne pobyty (17,8 %), individuálne cesty (16,0 %), plavby (13,4 %), šport - golf, cyklistik, jazda na koni, turistika (9,8 %), outdoor, trekking (9,4 %), šport a voľnočasové aktivity (9,1 %), cesta za vínom a gastronómiou (8,2 %)

Expozícia hlavného mesta Bratislavy v organizácii Bratislava Tourist Board bola po prvý krát plošne aj vizuálne spojená s národnou expozíciou Slovenska v organizácii Ministerstva dopravy a výstavby SR, čo pozitívne podporilo jednotnú prezentáciu krajiny a atraktivnosť stánku. Časť expozície pre Bratislavu bola prevedená v moderných líniách a v červeno-bielej farebnej kombinácii, doplnená o videoprezentácie a o informačné dotykové stojany s tabletmi. Okrem BTB sa priamou účasťou a vlastným pultom predstavili aj členovia BTB, a to: Flora Tour, Tour4U, Blue Danube Tours, SATUR TRAVEL, Hotel River Park, a Luxury Collection

Hotel a v rámci spolupráce aj Turizmus regiónu Bratislava. Ďalší členovia boli zastúpení nepriamo prostredníctvom propagačných materiálov na pulte BTB.

V súlade s hlavným claimom prezentácie Bratislavy „Sei kein Tourist, sei ein Geniesser“ o prilákanie návštevníkov sa postarala aj ochutnávka malokarpatských vín, bratislavského remeselníckeho piva a bratislavských rožkov. Súčasťou sprievodného programu bola aj prezentácia 100. výročia vzniku Československa prostredníctvom hudby, dobového oblečenia a pozvánky na návštevu Bratislavy. Vo vstupnej hale boli umiestnené veľkoplošné reklamné nosiče s pozvánkou na stánok Bratislavy.

Pri pulte BTB informácie podávali odborne aj jazykovo kvalifikovaní sprievodcovia. Návštevníci mali možnosť si vybrať z viacerých tematických propagačných letákov. Najväčší záujem bol o mapy, podujatia, programy divadiel kultúrnych inštitúcií, plavby, turistické lákadlá, múzeá, detské podujatia, ale aj možnosť cyklotúr. Zaujala aj korunovačná história, pozornosť detí upúťali papierové korunky.

Výrazná väčšina návštevníkov bola z vekovo strednej až staršej generácie, ktorí poznali Bratislavu a aj viackrát navštívili. Z toho dôvodu hľadali novinky, aktuálne podujatia a ďalšie inšpirácie na opakovanú návštevu. Vzhľadom na blízkosť, tieto návštevy Bratislavy sú najmä jednoduchové, preto je dôležité, aby v ponuke sa objavili také programy, ktoré zdržia návštevníka. Je potrebná aj spolupráca s regiónom nadviazaním ponuky okolia Bratislavy s možnosťou predĺženia pobytu návštevníka. Dôležité je aj nasmerovanie ponuky na mladšiu generáciu, mladých ľudí bez záväzkov alebo rodiny s deťmi, ktorí nemajú ešte „históriu“ vypestovaný vzťah k susednej krajine a k Bratislave, ale znamenajú veľký potenciál. Nosnými témami je aj zábava, gastronómia, podujatia, športové aj adrenalínové programy a zelená Bratislava.

Návštevy:

13.1. stánok Bratislavy navštívili zástupcovia Magistrátu hl. mesta Bratislavy a BKIS.

V Bratislave dňa 22.1.2018

Plnenie:





Vypracovala:  
Silvia Renáčsová