

Správa zo služobnej cesty

ITB Berlín, 6. – 10. marec 2019

53. ročník veľtrhu ITB Berlín navštívilo celkovo 160.000 návštevníkov, z toho 113.500 profesionálov cestovného ruchu, čo predstavovalo 3% nárast oproti roku 2018. Viac ako 10.000 vystavovateľov zo 181 krajín a regiónov prezentovalo svoje služby v 26 halách. Je pozoruhodné, že aj napriek rozmáhajúcej sa digitalizácii ešte nenahradili hight-tech technológie face-to-face stretnutia a priamu komunikáciu medzi obchodnými partnermi. Aj v minulom roku sme mali možnosť zastupovať BTB na ITB Berlín, a preto môžeme len potvrdiť, že 3% nárast účasti odbornej verejnosti na tomto veľtrhu bol skutočne reálny a citeľný.

Top highlightom ITB bývajú každoročne prednášky, ktoré sú súčasťou podujatia ITB Convention. Aj tento rok sa na tomto trojdňovom podujatí prezentovali renomovaní speakri, hlavnými témami boli overtourism, udržateľný turizmus, klimatické zmeny a požiadavky klienta budúcnosti. Nám sa, žiaľ, nepodarilo participovať ani na jednej prednáške z dôvodu, že sme boli len 2 a museli sme zastupovať destináciu v stánku MINDOP a viesť rozhovory s profesionálnymi partnermi. Navyše sme sa zúčastnili autorskej výstavy BTB, Bratislavské premeny, ktorá bola sprístupnená dňa 5.3. na Slovenskom inštitúte v Berlíne. Organizačne sme zabezpečili aj prezentáciu destinácie Bratislava a Bratislavský región na podujatí Donausalón, ktoré sa konalo vo štvrtok 7.3. na zastupiteľskom úrade Baden – Württemberg. Súčasťou podujatia Donausalón bola malá konferencia na tému Digitalizácia a turizmus, na ktorej zastupovala Slovensko p. Nora Grančay, ako zástupkyňa Slovenskej spoločnosti sprievodcov cestovného ruchu. Druhá časť podujatia bola venovaná cestovnoruchovej a kulinárskej prezentácii podunajských krajín, BTB podporilo túto prezentáciu poskytnutím Devínskeho ríbezláku a Bratislavských rožkov. Najkvalitnejšiu prezentáciu na tomto podujatí zabezpečili Rakúšania, ochutnávku rakúskych vín viedol skúsený someliér, okrem toho ponúkali širokú škálu upomienkových predmetov prezentujúcich destináciu a drobné občerstvenie. Jednotlivé prezentačné stoly boli v kompetencii príslušných zastupiteľských úradov, slovenská prezentácia bola v tomto smere najchudobnejšia, prezentujeme sa ako destinácia vína a kvalitnej gastronómie, ale v porovnaní so silnou konkurenciou podunajských krajín sme nevynikli, hoci Nemci sa každoročne objavujú na poprednom mieste v turistických štatistikách Slovenska.

Samotný stánok MINDOP mal veľmi nešťastnú polohu – za chrbtom mal stenu a zaberá veľmi úzku plochu, nemal vyčlenené samostatné pódium na kultúrny program, prípadne degustačný program (degustovalo sa pri pulte MINDOP). Dvaja folkloristi nemali priestor na svoju prezentáciu, spev bez mikrofónu takmer zanikal v dave prechádzajúcich ľudí. Tmavomodrá farba stánku zaberala príliš veľkú plochu a pôsobila ultmujúco. Pri stánku sa pristavili poväčšine návštevníci, ktorí už na Slovensku boli alebo sa sem práve chystajú, či u ktorých rezonujú také pojmy – ako Bratislava, Tatry a Piešťany. V stánku chýbala interakcia. Naproti tomu český a rumunský stánok žiarili v strede haly s obrovskými podsvietenými billboardami. Vizibilnejší bol dokonca aj samostatný stánok Južných Čiech prezentujúci výstupy spoločného projektu v rámci programu Interreg CZ-AT s mottom Chutná hezky, jihočesky. Títo zvolili kvôli lepšej vizibilite cestu samostatnej prezentácie a veľmi si to pochvalovali, keďže minulý rok boli začlenení do českého stánku, kde o nich nikto záujem neprejavil. Aj Bratislava a Bratislavský región by mohli zvažovať túto cestu prezentácie, tak ako to robia aj iné krajiny, ako napr. Španielsko, Taliansko či Grécko. Laickí návštevníci ITB hľadali zážitok a ten, kto im ho sprostredkoval, tak vyhral.

Počas ITB sme absolvovali niekoľko zaujímavých stretnutí. Najzaujímavejším bolo stretnutie s riaditeľom filmovej produkčnej spoločnosti Filmquadrat z Mníchova – pán Wartmannom, ktorá produkuje kvalitné dokumentárne filmy aj s využitím dronov pre nemecké a medzinárodné televízne stanice. Tento rok plánujú nakrútiť štyri 45-minútové filmy o Dunaji od ústia po deltu, z toho druhý film by zahŕňal aj územie Slovenska. Chceli by od BTB zabezpečiť určité služby pre filmárov a personál, vrátane dopravy a tiež prípadných povolení na filmovanie. Ako protihodnotu by nám nekomerčne poskytli všetky natočené videá pre vlastné použitie a tiež medzinárodnú distribúciu filmu. Ďalšie stretnutia sa dotýkali viac marketingových a PR aktivít BTB, inzercii v inflight magazínoch a online a printovej prezentácii destinácie (vizitky v prílohe). Absolvovali sme aj stretnutie s rakúskou spoločnosťou DOCLX, ktorá je partnerom Vienna Tourist Board v produkte Vienna City Card, ktorí mali záujem spravovať Bratislava CARD cez ich systém. Zástupcovia spoločnosti Scenic Tours Europe AG, ktorá ponúka luxusné plavby a zájazdy, sa zaujímali o ubytovacie kapacity v Bratislave, predovšetkým o nové hotely vyššieho štandardu.

Záver: Účasť BTB na ITB Berlín je veľmi dôležitá, a to nielen z pohľadu prezentácie samotnej destinácie, ale aj z dôvodu získavania inšpirácie a kontaktov, a to v záujme rozvoja destinácie, tvorby konkurencieschopných produktov a v neposlednom rade aj profesionálneho rozvoja samotných pracovníkov BTB. Ako inšpirujúca bola v tomto prípade prezentácia marketingovej organizácie Visit Berlin, ktorá sa vyznačuje vysokými profesionálnymi štandardmi, nielen v tvorbe informačno-prezentačných materiálov, ale aj v strategickom plánovaní a systéme nastavovania duálneho vzdelávania.

Bratislava, 14.3.2019

Eva Mazuchová

Monika Výbochová

Fotopríloha

ITB Berlín - stánok MINDOP



Výstava Bratislavské premeny



Donausalón

