



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

**ZAGRANICZNY OŚRODEK
POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ
W WIEDNIU
SPRAWOZDANIE
ROK 2020**



Move Your Imagination

Spis treści

1. Trendy społeczno-gospodarcze.....	3
2. Sytuacja na rynku turystycznym	4
3. Przyjazdy do Polski	8
4. Połączenia.....	8
5. Popyt na polskie produkty turystyczne	9
6. Analiza wybranych działań.....	11
7. Analiza zachowań konkurencji	17
8. Mierniki działań promocyjnych	20
9. Współpraca w realizacji działań promocyjnych	21
9.1. Środki zaangażowane przez podmioty współfinansujące działania promocyjne realizowane przez ZOPOT. Dane w EUR.....	21
9.2. Najaktywniejsi, na rynku działania ZOPOT, przedstawiciele polskiej branży turystycznej oraz regiony.....	21

Błąd! Nie zdefiniowano zakładki.

1. Trendy społeczno-gospodarcze

	2018	2019	2020
PKB w EUR	386,09	398,5	375,5
PKB per capita w EUR	43 680	43 829	42 110
Poziom bezrobocia (w %)	4,9	4,5	5,4
Inflacja - CPI	2,10	1,5	1,4
Kurs PLN/EUR	4,30	4,29	4,29

Źródła: Statisk Austria, Wirtschafts Kammer Österreich, WIFO

Pandemia COVID-19 w Republice Austrii zdominowała w 2020 roku wszystkie dziedziny życia również w Republice Austrii.

Rząd Austrii, podobnie jak i większość innych rządów, skupił się na działaniach mających na celu wsparcie gospodarki. Podejmowane były również prywatne inicjatywy mające na celu pomoc osobom znajdującym się w trudnej sytuacji finansowej. Przewiduje się, że gospodarka światowa będzie od 2021 roku wzrastać, ale w najbliższych dwóch lub trzech będzie się zmagać ze stałym wzrostem stopy bezrobocia.

Według danych WIFO w pierwszym kwartale 2020 roku nastąpił spadek produkcji gospodarczej o 2,9% w porównaniu z rokiem poprzednim. Silny spadek można zauważyć zwłaszcza w konsumpcji prywatnej.

Prawie 590 000 osób (o jedną trzecią więcej w porównaniu z rokiem poprzednim) zostało zarejestrowanych w I kwartale 2020 r. jako poszukujące pracy, a około 1,2 miliona pracowników było zatrudnionych w niepełnym wymiarze godzin. Stopa bezrobocia wyniosła wg. Arbeitsmarktservice (Federalny Urząd Pracy) do 11,4%. Najwięcej bezrobotnych zarejestrowanych było w sektorze turystyki, handlu i budownictwa. Szczególnie dotkniętym wzrostem bezrobocia pozostawał Kraj Związkowy Tyrol, w którym praktycznie zanikła austriacka turystyka. Tyrol został posądzony również przez wiele państw i indywidualnych turystów za dopuszczenie do gwałtownego rozprzestrzenienia się Covid-19.

W 2020 r. prawie nie podróżowano, nie odwiedzano restauracji, ograniczono wydatki konsumpcyjne. Tak więc ci, którzy zachowali swoje miejsca pracy oszczędzali pieniądze. Dlatego też stopy oszczędności gwałtownie wzrosły. Według prognoz OECD w USA stopa oszczędności w 2020 r. wyniosła ponad 25 %, a w Austrii ponad 20 %.

Rząd austriacki ogłosił plan złagodzenia skutków gospodarczych za pomocą odpowiednich pakietów środków pomocowych. Już 15 marca 2020 r. przedstawiono pakiet pomocy w wysokości 4 mld EUR, a minister finansów Gernot Blümel ogłosił, że docelowy zerowy deficyt nie będzie możliwy do utrzymania.

Rząd federalny stworzył szereg różnych narzędzi wsparcia, których nadrzędnym celem jest utrzymanie zatrudnienia i płynności finansowej przedsiębiorstw. Tarcza ochronna w wysokości ponad 50 miliardów była przeznaczona między innymi na ustanowienie krótkiego czasu pracy (skrócenie czasu pracy nawet do 30% i utrzymanie wynagrodzenia na poziomie 80%), fundusz zapomogowy, fundusz pomocowy (dotacje do kosztów stałych), ulgi podatkowe, premie inwestycyjne, odszkodowania za straty finansowe, program inwestycji komunalnych.

Przebieg pandemii w Austrii można podzielić na kilka etapów. W pierwszym okresie od 15 marca 2020 r., kiedy został wprowadzony pierwszy twardy lockdown, zamknięto granice, wprowadzono godzinę policyjną i zakaz opuszczania domów, zamknięte zostały hotele, lokale gastronomiczne i kulturalne, punkty usługowe. Wprowadzono obowiązek używania maseczek i ustalono minimalny odstęp pomiędzy osobami. Otwarte pozostały tylko sklepy spożywcze i apteki, stacje benzynowe. Ten został zniesiony od 1 maja 2020 r.

W ramach walki z drugą falą Covid-19 od 14 września wprowadzono w całym kraju kolejny lockdown i zakazy ograniczające ilości osób uczestniczących w spotkaniach, zamknięto ponownie lokale i hotele. Od 17 listopada do 6 grudnia w ramach „lekkiego lockdown” zaczęła ponownie obowiązywać godzina policyjna i zakaz organizacji wszelkich imprez oraz wprowadzono masowe testowanie ludności (testy w Austrii są bezpłatne, powszechne i dostępne w każdej chwili po wcześniejszym elektronicznym zameldowaniu w specjalnie zorganizowanych punktach).

Od 26 grudnia 2020r. wprowadzono ponownie trzeci „twardy lockdown” z godziną policyjną, który obowiązywał do 7 lutego 2021 r. i po krótkiej przerwie obowiązuje nadal (w Wiedniu, Dolnej Austrii i Burgenlandzie).

Środki podjęte w celu zwalczania pandemii miały ogromny wpływ na ludzi. Podczas gdy solidarność, wsparcie i empatia były na porządku dziennym w pierwszej fali, zauważalne wszędzie poprzez oklaski dla członków zawodów związanych z opieką, pluszowe misie w oknie dla dzieci, aby uczynić wyjście na spacer bardziej znośnym i zwiększoną chęć pomocy sąsiadom, niewiele z tego pozostało w trakcie drugiej i trzeciej fali.

W Wiedniu uruchomiono w pierwszym etapie pandemii wiele środków pomocowych ułatwiających życie w czasie pandemii. Była to pomoc finansowa dla starszych osób powyżej 60 roku życia w postaci kuponów w wysokości EUR 50 na przejazdy taksówkami, w tym do lekarza. Kolejnym wsparciem dla wiedeńskiej branży gastronomicznej i bonusem dla mieszkańców było przyznanie kuponów w wysokości 25 Euro na osobę lub 50 euro na gospodarstwo domowe do wykorzystania w dowolnym lokalu gastronomicznym. W tej akcji brały udział nawet najlepsze wiedeńskie restauracje i kawiarnie. Wszyscy mieszkańcy Wiednia powyżej 60 roku otrzymali z Ratusza 10 gratisowych maseczek FFP2.

Eksperti gospodarczy konsekwentnie oczekują powrotu wzrostu gospodarczego w 2021 roku, ale problem wysokiego bezrobocia pozostanie aktualny jeszcze przez jakiś czas.

Możemy tylko mieć nadzieję, że dotychczasowe kryzysy, a więc i epidemie, zawsze popychały modernizację do przodu, pojawiały się nowe techniki, wypróbowywano nowe sposoby współpracy.

2. Sytuacja na rynku turystycznym

W turystyce, rok 2020 był naznaczony skutkami pandemii Covid-19, a przemysł turystyczny, branża biur podróży, touroperatorów i usług rezerwacyjnych jest jednym z najbardziej dotkniętych sektorów na całym świecie.

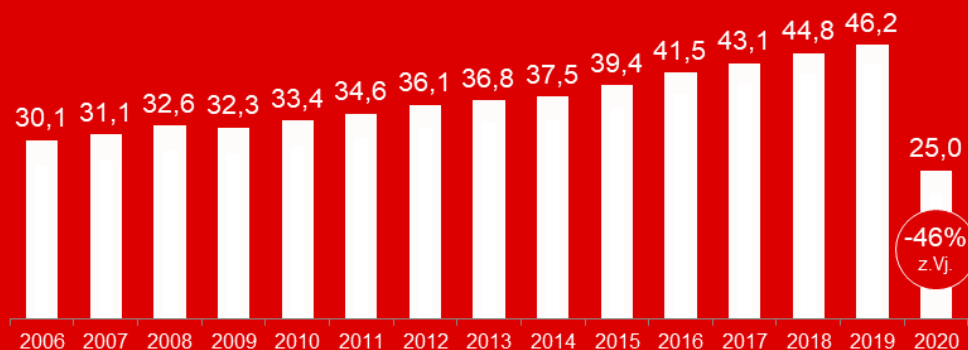
Dekrety rządowe w sprawie zakazów kontaktowania się i ograniczeń wyjazdowych, ostrzeżenia dotyczące podróży krajowych i zagranicznych oraz tymczasowe zamknięcie granic dla podróżnych w znacznym stopniu uniemożliwiły podróżowanie, a tym samym pozbawiły organizatorów wycieczek i biura podróży podstaw do pracy. Sytuacja finansowa w branży jest w związku z tym bardzo ciężka. Często prowadzi to do niewypłacalności. Im dłużej trwa kryzys, tym większe jest zapotrzebowanie na środki finansowe. Klienci niechętnie dokonują nowych rezerwacji w związku z utrzymującymi się ograniczeniami w podróżowaniu, co z kolei ma wpływ na płynność finansową firm.

Turystyka w Austrii odnotowała w 2020 roku dramatyczne spadki obrotów, noclegów czy samych przyjazdów.

Poziom przyjazdów zmalał o 46% i spadł poniżej poziomu osiągniętego w 2006 roku do 25 037,8 tysięcy, w tym z zagranicy 15 092,9 (-52,7%).

Ankünfte im Covid-Jahr 2020: -46%

Entwicklung Ankünfte in Österreich (in Millionen)



Quelle: Statistik Austria

Poziom noclegów osiągnął 97 913,9 tysięcy (- 35,9%), w tym zagranicznych 31 625,6 (-20,8%).

Największe spadki przyjazdów i noclegów zanotowano w Wiedniu (-74%), Tyrolu (-41,3% i 33,4%) i Salzburgu (42,3% i 32,3%). Z Polski do Austrii w 2020 roku przyjechało 46,2% mniej turystów (311,5 tys.), którzy skorzystali z 1 461,5 tys. noclegów (-32%).

Średnia długość pobytu łącznie wyniosła 3,9 dnia, w tym turystów krajowych 3,2 i zagranicznych 4,4 dnia.

NOCLEGI

Noclegi	2017	2018	2019	2020
Przyjazdy	43,1	44,8	46,2	25,0
Noclegi	144,5	149,8	152,7	97,9

Przyzwyczajenia wyjazdowe w tysiącach

	2017	2018	2019	2020 I-III kwartał
Wyjazdy urlopowe	19601	20262	21208	11479
Wyjazdy urlopowe 1-3 dni	9986	10648	11324	6718
Wyjazdy służbowe	3484	3191	3630	1598
Wyjazdy służbowe 1-3 dni	2705	2451	2781	1190

TSA Rachunek satelitarny

	2017	2018	2019	2020 wyniki nie zostały jeszcze opublikowane

Bezpośrednie efekty wartości dodanej w mln.	21631	22872	23545	
Udział w BIP w %	5,8	5,9	5,9	
Łączne wydatki turystów w mln	35287	37002	38091	
Wpływy od turystów zagranicznych	18111	19559	20493	
Wydatki Austriaków za granicą	9454	10143	10297	

W 2020 roku ze względu na ograniczenia związane z wystąpieniem pandemii Covid-19 drastycznie spadła ilość podróży urlopowych i wyjazdów służbowych. Wakacyjne podróże zmniejszyły się prawie o połowę (-42,7%). Spadek nastąpił głównie w II kwartale 2020 roku (-1,3% w stosunku do II kwartału 2019, przy czym liczba podróży krajowych spadła o 27,9%, a zagranicznych o 91,2%). Najpopularniejszym kierunkiem wyjazdów były Włochy, Chorwacja i Niemcy. W pierwszym półroczu Austriacy spędzili ponad trzy czwarte wyjazdów wakacyjnych w Austrii (-21,8% w porównaniu z rokiem poprzednim). W przypadku krótkich wyjazdów wakacyjnych (do trzech noclegów) udział podróży krajowych wyniósł 81,4%.

„Aktywny wypoczynek” był najważniejszym motywem podróży w lecie 2020 r. wzrost do 28,6%. Po raz pierwszy ten rodzaj turystyki zepchnął „wypoczynek rekreacyjny” z pierwszego na trzecie miejsce. Na drugim miejscu, podobnie jak poprzedniego lata, znalazły się „odwiedziny u krewnych i znajomych”. Ponad jedna trzecia wyjazdów wakacyjnych to podróże do krewnych i znajomych. W 44,1% wszystkich wyjazdów wakacyjnych ludzie zatrzymywali się u przyjaciół, krewnych lub w drugim domu (w tym samym okresie ubiegłego roku odsetek ten wyniósł 29,8%). 40,8% wszystkich wyjazdów wakacyjnych spędzono w hotelach lub podobnych obiektach.

Zmniejszył się udział „wczasów kulturalnych i miejskich” proc do 6,8% (2019: 15,1%), a na znaczeniu stracił również motyw „wczasów na plaży w kąpieliskach” (11,0% 2020 i 18,6% 2019).

Znaczące zmiany zaszły również w wyborze środków transportu. Ponad trzy czwarte wyjazdów wakacyjnych odbyło się samochodem (2020: 79,4%; 2019: 63,9%), podczas gdy udział podróży lotniczych spadł do poziomu 4,4% (2019: 19,7%).

Samochód pozostał preferowanym środkiem transportu, ludzie podróżują na krótszych odległościach i rzadko latają samolotem. Jest to związane z poczuciem bezpieczeństwa i kontroli, a także z troską o zrównoważony rozwój. Lokalnie ludzie częściej korzystają z domków letniskowych i kempingów, a długość pobytu również nieco się wydłuża. Dla ludzi, pobyt na łonie natury, zajęcia na świeżym powietrzu są ważne z wielu względów, w tym bezpieczeństwa i zachowania środków ostrożności, elastycznych terminów anulacji, ale przede wszystkim pozwalają utrzymać, a nawet odzyskać dobre samopoczucie.

Latem 2020 r. większość wyjazdów wakacyjnych była organizowana prywatnie, bez wsparcia biura podróży lub touroperatora (83% wyjazdów wakacyjnych ogółem; 77,6% wyjazdów zagranicznych).

Liczba głównych wyjazdów wakacyjnych z co najmniej czterema noclegami spadła o prawie jedną trzecią (-31,2%) do 2,8 mln w porównaniu z latem poprzedniego roku. Wzrosła z kolei ilość

krótkich wyjazdów z 1-3 noclegiem. Tym samym wyrównały się proporcje pomiędzy krótkimi i głównymi wyjazdami.

Intensywność podróży najbardziej zmniejszyła się wśród osób starszych (65 plus do 23,7% - 15,8 pkt. procentowego) i w wieku 15-24 lata. Liczba osób podróżujących na wakacje spadła o jedną piątą.

Przemysł turystyczny jeden z najbardziej dotkniętych pandemią sektorów, musi przygotować się do nowego otwarcia po zakończeniu pandemii. Pilnie powinny zostać podjęte działania dostosowujące turystykę do nowych wymogów.

W wielu przeprowadzanych ankietach pojawiają się wyraźnie wakacyjne preferencje ludzi. Wiele osób odłożyło swój wyjazd wakacyjny z 2020 roku w nadziei, że będzie mogło go odbyć w 2021 roku. Jednak w wielu krajach nadal obowiązują ostrzeżenia dla podróżnych lub prośby o niepodejmowanie podróży. Wydaje się, że im dłużej trwa ta sytuacja, tym większe jest pragnienie podróżowania za granicę. W Europie obserwowane ostatnio zmiany w zachowaniach podróżnych będą kontynuowane w roku 2021 - znaczący wzrost rezerwacji, co jest zgodne z wynikami badań: obawa przed zarażeniem jest w przypadku podróży mniejsza niż obawa przed narażeniem na niebezpieczne warunki podróży.

Ekspert gospodarczy konsekwentnie oczekują powrotu wzrostu gospodarczego już 2021 roku, ale pozostaje problem wysokiego bezrobocia. Ludzie na całym świecie, w tym również w Austrii mają duże zapotrzebowanie na wakacje po okresie ograniczeń, który dla wielu trwa już zbyt długo. Z dzisiejszego punktu widzenia preferowane będą podróże naziemne i przewidywane będą dłuższe pobyty. Wiele osób odkryło w sobie nowe hobby, przede wszystkim jazdę na rowerze. Zajęcia wakacyjne przewidują więcej kontaktów z naturą, której znaczenie ostatnio, na szczęście, zaczyna wzrastać.

Przygotowując się do nowej sytuacji musimy zwrócić dużą uwagę na postępującą cyfryzację i związane z nią systemy rezerwacji i płatności. Kryzys zmusza wiele firm do dalszego rozwoju digitalizacji w portalach rezerwacji online, ale także reorganizacji procesów biznesowych, na przykład poprzez współpracę lub fuzje. Życie zostało przeniesione do sieci i nawet osoby, które wcześniej nie były tym zainteresowane, stały się bystrzymi zoomerami, bywalcami imprez domowych i uczestnikami e-commerce.

Turystyka biznesowa w dłuższej perspektywie będzie prawdopodobnie odbywać się tylko na ograniczoną skalę, ponieważ wprowadziliśmy już alternatywne działania (konferencje online, ZOOM, spotkania z wykorzystaniem nowych kanałów łączności).

Ważnym aspektem na przyszłość pozostaje przyroda i zrównoważony rozwój. Natura zawsze była jedną z najsilniejszych motywacji do podróży. W czasie pandemii, kiedy ludziom pozostało niewiele możliwości spędzania wolnego czasu, przyroda i przebywanie na łonie natury nabrały jeszcze większego znaczenia. Nawet wśród klasycznych podróżników kulturowych można założyć, że nauczyli się oni również bardziej doceniać spędzanie czasu na łonie natury. W życiu codziennym ta bliskość natury widoczna była w gwałtownym wzroście popytu na domki weekendowe na wsi (ucieczka od gęsto zaludnionego miasta). Do tego dochodzą kwestie związane z klimatem i zrównoważonym rozwojem, które rozgorzały na nowo jeszcze przed kryzysem. Początkowo można było przypuszczać, że kwestie takie, jak klimat i środowisko zejną na dalszy plan w obliczu pandemii. Tak się jednak nie stało i obecnie klimat wydaje się być kolejnym wielkim problemem po przezwyciężeniu obecnego kryzysu. Ze względu na ograniczenia w przemieszczaniu się, które zostały wprowadzone jako środki ochronne, emisja zanieczyszczeń, zanieczyszczenie hałasem - wszystko to uległo znacznemu zmniejszeniu, zwłaszcza podczas pierwszej fali. W Austrii od dawna inwestuje się w zrównoważone projekty, w tym w ramach pierwszych pakietów pomocowych. Ochronę klimatu postrzega się jako nowy motor tworzenia

miejsc pracy. Wprowadza się zakaz realizacji nowych projektów związanych z paliwami kopalnymi.

Ludzie są spragnieni urlopu bardziej niż kiedykolwiek wcześniej. Ci, którzy nadal mają pracę i zaoszczędzili wystarczająco dużo pieniędzy będą zapewne chcieli nadrobić zaległości urlopowe, jak tylko będzie to możliwe. Oznacza to, że przez pewien czas wzrośnie dla nich intensywność podróży. Będą tacy, którzy będą chcieli podróżować zaraz po zniesieniu ograniczeń, inni zaś będą czekać, aż odzyskają pewne poczucie bezpieczeństwa. Jednak nadal wielką niewiadomą pozostaje pytanie kiedy będą możliwe wakacje za granicą.

3. Przyjazdy do Polski

	2018	2019	2020
Liczba wyjazdów do Polski (w tys.)	Przyjazdy ogółem 478,4/ turystyczne 397,6 Austria	Przyjazdy ogółem 492,6/turystyczne 409,0 Austria	brak danych
	Przyjazdy ogółem 201,8/ turystyczne 173,1 Szwajcaria	Przyjazdy ogółem 207,2/ turystyczne 177,1 Szwajcaria	
Liczba wyjazdów do Polski obejmujących co najmniej 1 nocleg	56,1%	52,9%	53,7%
Wydatki w mln. zł	702,7	719,1	748,3

Źródła: POT

Rok 2020, rok pandemii Covid-19, całkowicie zmienił obraz turystyki wyjazdowej z Austrii do Polski. Odnotowywany w ostatnich latach stały, utrzymujący się na wysokim poziomie trend przyjazdów do Polski uległ załamaniu. Wstrzymano, odwołano lub przesunięto na późniejsze terminy wyjazdy zorganizowanych grup turystycznych wywodzących się najczęściej z kategorii wiekowej 50 plus. Załamała się również turystyka biznesowa. Wiele spraw załatwiano drogą elektroniczną poprzez konferencje online na oferowanych platformach ZOOM itp. Drastycznemu ograniczeniu uległy również prywatne wyjazdy urlopowe, co było związane z wstrzymaniem na długi okres połączeń lotniczych, kolejowych i autokarowych. Wpływ na załamanie wyjazdu miała również niestabilna sytuacja regulacji prawnych w krajach tranzytowych.

Z obserwacji trendów na rynku austriackim można wyciągnąć wniosek, że w kolejnych latach zmaleje tendencja do wyjazdów typu city break na korzyść wyjazdów zapewniających aktywny wypoczynek i spotkanie z naturą.

W związku z nowymi tendencjami podróżniczymi ZOPOT Wiedeń rozpoczął w 2020 roku i będzie nadal intensyfikował w kolejnych latach działania promujące turystykę aktywną – rowerową i wodną na rynku austriackim i szwajcarskim.

4. Połączenia

W odniesieniu do połączeń obsługujących ruch turystyczny z Austrii do Polski należy stwierdzić, że uległy one dużej zmianie. Istniejące przed pandemią połączenia lotnicze, kolejowe i autokarowe w związku z obowiązującymi obostrzeniami, twardego lockdown w Republice Austrii i tranzytowych krajach, tj. Czechy i Słowacja były w 2020 roku całkowicie lub częściowo

wstrzymane. Taki stan utrzymuje się także na początku 2021 roku w związku z trwającymi obostrzeniami związanymi z Covid-19.

Tylko przez trzy miesiące 2020 r., od czerwca do września, można było podróżować z Austrii do Polski. Nie obserwowano w tym okresie wzmożonego ruchu typowo turystycznego, ponieważ cały czas trwała obawa przed powrotem zakazów i ograniczeń podróży. Od podejmowania podróży turystycznych komunikacją publiczną odstraszało z jednej strony zwiększone ryzyko zarażeniem, a z drugiej niejasna sytuacja z testowaniem i obowiązkiem kwarantanny. Z siatki istniejących połączeń lotniczych i kolejowych korzystali zazwyczaj Polacy mieszkający lub pracujący w Austrii.

Do dziś (II kwartał 2021) nie ma jasności, które z połączeń lotniczych pozostaną lub powrócą do siatki lotów. Nie wiadomo jeszcze czy plany taniego przewoźnika Wizz Air nie ulegną zmianie i podjęte w 2019 loty z Wiednia do Warszawy czy Gdańska powrócą na stałe do rozkładu. Nie ma też ostatecznej decyzji odnośnie regularnych lotów realizowanych przez narodowych przewoźników LOT i Austrian. Linie obsługiwane przez tych przewoźników notowały w przeszłości dużą ilość podróżujących służbowo i zapewne w nowej sytuacji ulegnie to zmianie.

Możliwe, że sytuacja wyjaśni się po zniesieniu obostrzeń i ewentualnym wprowadzeniu „zielonego paszportu”.

Dotyczyć to będzie również podróżowania koleją. Znaczące będzie w tych przejazdach stanowisko strony czeskiej w odniesieniu do podróżujących tranzytem. Obecnie zakładane jest utrzymanie połączenia na trasie Wiedeń- Warszawa (Gdańsk) i Wiedeń- Kraków (Przemyśl). Nie ma jeszcze decyzji o przywróceniu nocnego połączenia kolejowego z Bratysławy do Berlina przez Wiedeń, Wrocław, Opole, Zieloną Górę.

Podobnie wygląda sprawa podróży autobusowych realizowanych wcześniej przez niemieckiego przewoźnika firmę Flixbus.

5. Popyt na polskie produkty turystyczne

Obserwowany od kilku lat na rynku austriackim stały wzrost zainteresowania wyjazdami do Polski uległ prawie całkowitemu załamaniu w roku Covid-19. Turystyka miejska i kulturowa była jednym z najważniejszych produktów turystycznych oferowanych przez austriackie biura podróży, przede wszystkim autokarowe. Wyjazdy autokarowe takich biur podróży, jak Gegg-, Kastler-, Kneissl- Mitterbauer-, Sabtours- Weiermair Reisen oferujących kilkudniowe pobyty w Polsce cieszyły się ogromną popularnością wśród austriackich turystów z kategorii 50 plus w 2019 roku oraz ich planach na 2020 rok. Zwiedzanie głównych polskich miast czy pobyt na Mazurach oferowane były również w katalogach tych biur na rok 2020. Dużym wyzwaniem było przygotowanie programu pobytu dla 600-osobowej grupy z biura Senioren Reisen, która miała przebywać przez kilka dni na Śląsku i w Małopolsce. Po stronie polskiej organizacją tego pobytu zajmowało się biuro Travel Projekt z Warszawy i Śląska Organizacja Turystyczna wraz z ZOPOT Wiedeń. Te i wiele innych jeszcze zaplanowanych podróży ze względu na wybuch pandemii i wynikające z tego ograniczenia i zakazy podróży nie mogły być zrealizowane.

Pierwszy twardy lockdown przypadający na I i II kwartał 2020 roku nie zrujnował planów wyjazdowych, które były zazwyczaj realizowane i drugiej połowie roku, ale wprowadził wielki niepokój wśród klientów biur. Wielu z nich próbowało się wycofać z planowanego wyjazdu występując o zwrot poniesionych kosztów lub przystając na propozycje organizatorów dot. zmiany terminu wyjazdu. W okresie pomiędzy pierwszą i drugą falą epidemii udało się

zrealizować zaledwie kilka z zaplanowanych i sprzedanych wyjazdów. Były to grupy organizowane przez biura: Klub 50, Kneissl i Weiermeier Reisen współpracujące w Polsce z biurami Travel Projekt z Warszawy, Simply Poland i Jan – Pol z Krakowa. Odbyła się również podróż grupy organizowanej przez biuro Mitterbauer Reisen i Rad Reisen. Reszta planowanych podróży nie doszła do skutku. Nie osiągnięto tym samym nawet 10% zakładanego planu. Strach przed zakażeniem, niejasne regulacje związane z podróżą, tranzytem, zakwaterowaniem, a w późniejszym okresie wprowadzony całkowity zakaz podróżowania doprowadził do tragicznej sytuacji ekonomicznej wielu austriackich biur. Świadczenia i pomoc udzielana przez rząd austriacki bardzo długo nie mogła dotrzeć do przedsiębiorstw autokarowych i nie mogła też w całości pokryć poniesionych strat finansowych. Wielu stałych klientów wyraziło zgodę na przesunięcie terminów wyjazdu na rok 2021 po pandemii, co jak wiemy z dzisiejszej perspektywy też jest mocno niepewne.

Ww. biura organizowały wyjazdy turystyczne nie tylko do Polski, ale również do Czech, Francji, Niemiec, Włoch, Węgier czy Rumunii. Również te podróże były w większości przypadków anulowane lub przesuwane na inne terminy.

Działania ZOPOT Wiedeń podejmowane w ostatnich latach, które miały na celu rozbudowę i uatrakcyjnienie sprzedawanych ofert wyjazdowych zostały przez Covid-19 wstrzymane na dłuższy czas. Wyjazdy autokarowe, będące jedynym źródłem utrzymania dla wielu austriackich przedsiębiorstw powrócą po pandemii do sprzedaży, ale będą wymagały dalszego uatrakcyjnienia prezentowanych ofert. Typowe podróże z grupy turystyki miejskiej i kulturowej powinny zyskać na rozbudowaniu ich o elementy związane z naturalnym środowiskiem. Mamy jako Polska duży zasób atrakcji, które będziemy mogli wprowadzić do nowej oferty. Połączenie pobytu w Krakowie ze spływem Dunajcem, Poznań z Wielką Pętlą, Gdańsk z Kaszubami czy Borami Tucholskimi, a Wrocław z pobytami w Górach Stołowych czy na Snieżce mogą stanowić alternatywę dla czysto „miejskiej” turystyki.

Duże znaczenie będzie miała promocja i informacja związana z turystyką aktywną- wodną i rowerową. Wyjazdy do nieodległych destynacji własnym środkiem transportu czy pobyty w Polsce kamperem na Mazurach i Podlasiu już znalazły się w ofercie promocyjnej ZOPOT Wiedeń.

Zrealizowane w mediach społecznościowych kampanie promujące turystykę rowerową na Śląsku (www.wirreisenwieder.at), pobyty kamperowe na Podlasiu i Mazurach (www.travelnews.ch, www.tai.at, www.profireisen.at) osiągnęły bardzo duży zasięg i wzbudziły ogromne zainteresowanie podobnie, jak kampania realizowana z Crossmedia Peter Agathakis (www.agathakis.com, www.sonjatravels.at) promująca pobyty w zamkach i pałacach Dolnego Śląska. Mam nadzieję, że pielęgnowane kontakty z austriackimi biurami podróży pomogą w utrzymaniu i szybkiej odbudowie współpracy mającej na celu podtrzymanie zainteresowania polską ofertą turystyczną. Podróże dla młodzieży, seniorów, pielgrzymkowe, poznawcze, dydaktyczne, sportowe i biznesowe, pomimo poniesionych strat w roku 2020, będą możliwe przy stałym utrzymywaniu zainteresowania atrakcjami turystycznymi Polski.

Musimy się liczyć z dużą konkurencją ze strony naszych najbliższych sąsiadów Czech, Słowacji, Węgier, ale możemy wykorzystać elementy synergii i dobrze układającej się współpracy w ramach Stowarzyszenia Narodowych Ośrodków Informacji Turystycznej Corps Touristique Austria, we władzach którego aktywnie działa dyrektor Włodzimierz Szelağ.

ZOPOT Wiedeń, na co dzień utrzymuje ścisłe, biznesowe kontakty z biurami organizującymi wyjazdy do Polski, starając się wspierać przygotowanie nowego produktu, jak i jego późniejszą sprzedaż. Wspólne reklamy prasowe, spotkania/prezentacje wspomagające sprzedaż ofert z nowych katalogów biur podróży, wyjazdy studyjne i prasowe, informacje w mediach społecznościowych to zagadnienia, którymi na co dzień zajmuje się Ośrodek w Wiedniu licząc na

szybkie zakończenie pandemii i powrót do „nowej” normalności. Niestety z powodu konsekwencji wynikających z trwającego kryzysu Covid-19 utraciliśmy już sporo partnerów współpracy.

6. Analiza wybranych działań

W 2020 roku ze względu na restrykcje związane z pandemią Covid-19 wprowadzone w całej Europie narodowe organizacje turystyczne musiały wykazać się dużą elastycznością w realizacji zadań, większość zaplanowanych działań nie mogła zostać zrealizowana z przyczyn od nas niezależnych. Dodatkowym utrudnieniem przy realizacji zadań ZOPOT Wiedeń były wprowadzone zmiany kadrowe i przez ¾ roku dyrektor Ośrodka działań w pojedynkę.

Do najważniejszych działań ZOPOT Wiedeń można zaliczyć:

1. Na rynku austriackim

Uczestnictwo w styczniu 2020 r. w międzynarodowych targach turystycznych Ferien Messe Wien, największej imprezie wystawienniczej w Austrii. Targi, w których swoje oferty przedstawiło 800 wystawców z 80 krajów świata obejrzało ponad 160 tysięcy zwiedzających.

ZOPOT Wiedeń zorganizował stoisko narodowe o powierzchni 62m². W stoisku uczestniczyli reprezentanci miast Bielsko Biała i Zabrze (wraz z Kopalnią Guido i Sztolnią Luizą), Euroregionu Beskidy w ramach Śląskiej Organizacji Turystycznej, Dolnośląskiej Organizacji Turystycznej z Zamkami Czocha i Książ, Małopolskiej Organizacji Turystycznej i Informacji Turystycznej z Tarnowa wraz ze Stowarzyszeniem Winiarzy, Uzdrowisko Świnoujście oraz biura podróży Pol-Reisen promujący spływy Dunajcem i rejsy na kanale Ostróda-Elbląg.

Polskie Stoisko Narodowe w nowej szacie graficznej przygotowane przez POT zostało bardzo dobrze odebrane i ocenione, zarówno przez zwiedzających, jak i podwystawców. Dużym zainteresowaniem zwiedzających cieszyły się nasze materiały promocyjne- w ciągu czterech dni trwania targów ZOPOT rozdał ponad 11 tysięcy egzemplarzy.

Ośrodek przygotował, w ramach pakietu targowego, wiele dodatkowych atrakcji, w tym między innymi: pokaz wraz z warsztatami Kuchni Polskiej – Szlak Kulinaryny Kuchnia Śląska w ramach imprezy Genusswelt – Live Koch-show, spotkanie „Get together” dla zaproszonych gości i partnerów ZOPOT Wiedeń (obecni byli Ambasadorowie RP w Wiedniu i Austrii w Warszawie), prezentacje regionów na estradzie targowej, degustację win z regionu Tarnowa, spotkania robocze z austriackimi partnerami (biura turystyczne i media), specjalny newsletter z informacjami o regionach i kampanię w mediach społecznościowych.

W czasie trwania targów na Wiedeńskim Dworcu Głównym prowadzona była kampania promująca wyjazdy do polskich miast. Grafiki dekorujące wszystkie perony dworca zachęcały do wyjazdów do Gdańska, Krakowa, Katowic, Warszawy i Wrocławia, a w wydany w 300 tysiącach egzemplarzy rozkładzie jazdy znalazły się podstawowe informacje o tych miastach.

Kolejnym elementem działań okołotargowych było uruchomienie promocji pt. „Polen am Fahrrad”. W jej ramach w przestrzeni miejskiej Wiednia autobus rozpoczął kursowanie z reklamą turystyki rowerowej w Polsce. Design reklamy był przygotowany wspólnie z DKI POT i został wykorzystany również w formie banera zawieszono na fasadzie budynku, w którym mieści się siedziba ZOPOT Wiedeń oraz 38 punktach usługowych w Wiedniu.



2. Na rynku szwajcarskim

Drugą imprezą z udziałem publiczności, w której uczestniczyliśmy przed wybuchem pandemii były targi turystyczne FESPO zorganizowane na przełomie stycznia i lutego w Zurychu. Targi, na których swoje oferty prezentowało ponad 600 wystawców z 6 kontynentów i 250 światowych destynacji zwiedziło 60 tysięcy mieszkańców Zurychu.

Na tej międzynarodowej imprezie wystawienniczej ZOPOT Wiedeń zorganizował stoisko informacyjne pod hasłem „Time for Poland”. W stoisku brali udział reprezentanci Pomorskiej Regionalnej Organizacji Turystycznej, Urzędu Marszałkowskiego Dolnego Śląska oraz Zamku Książ i Urzędu Miasta Krakowa.

Obok prezentacji materiałów informujących o poszczególnych Regionach ZOPOT Wiedeń przygotował prezentacje multimedialne zaprezentowane przez dyrektora Ośrodka w kinie targowym. Dwa pokazy zatytułowane „Polen Aktiv Tourismus – Time for Poland” obejrzało ponad 150 zwiedzających. Dużym zainteresowaniem cieszyła się również promocja europejskich szlaków kulinarnych prezentowanych wraz z degustacją przygotowaną przez Travel Bistro. ZOPOT Wiedeń zachęcał do skosztowania specjałów kuchni z województwa podlaskiego.

W czasie trwania targów dyrektor ZOPOT zorganizował dla polskich partnerów spotkania ze szwajcarskimi biurami podróży (Kira Reisen, Surp Travel, Hotelplan) i branżowymi mediami. Relacje z polskiego stoiska były prezentowane na bieżąco w branżowych serwisach internetowych Travel News i Travel Inside, Magazynie Imagine i były dostępne przez cały rok 2020 na platformie targów www.visitfespo.ch.

Niestety zawarte na targach porozumienia dotyczące podróży studyjnych i prasowych, w tym organizowanych wspólnie z PLL LOT Szwajcaria podróży i warsztatów branżowych dla pracowników biura Hotelplan, ze względu na wystąpienie pandemii nie zostały zrealizowane. Odwołano również „Śniadanie prasowe Swiss Connection” i warsztaty Swiss Travel Day, w których planowane było uczestnictwo ZOPOT Wiedeń.



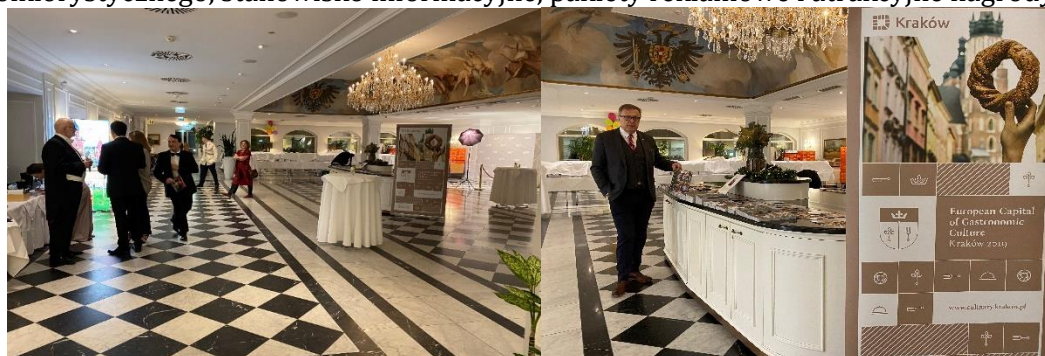


Do ważnych imprez promocyjnych zrealizowanych przez ZOPOT Wiedeń w 2020 r. należy zaliczyć również:

1. Uczestnictwo w styczniu 2020 r. w targach zakładowych biur podróży Mitterbauer- oraz Wiesinger Reisen gdzie z multimedialnymi prezentacjami przygotowanymi i przedstawionymi przez dyrektora ZOPOT zapoznano się ponad tysiąc klientów tych biur.



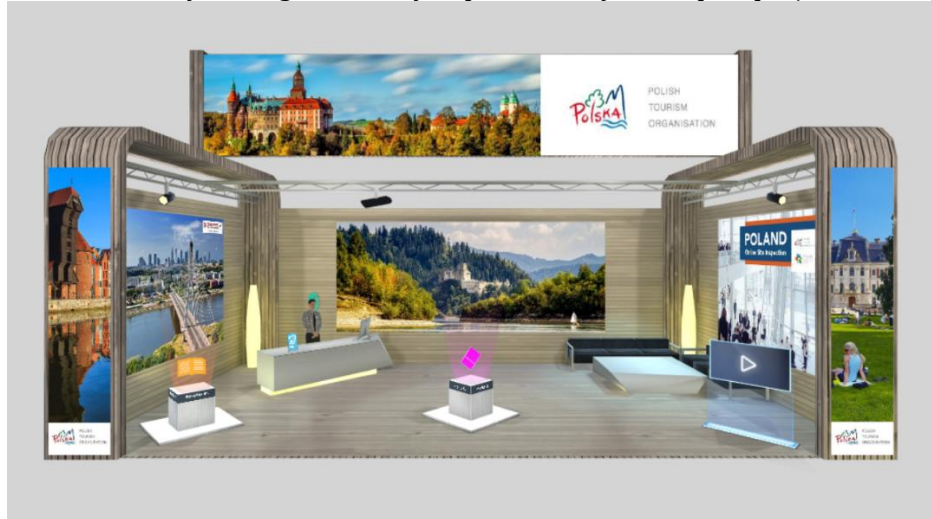
2. Promocja Krakowa w ramach „Burger Bal” organizowanego przez władze dzielnicy Hietzing wspólnie z Ambasadą RP w Wiedniu. W imprezie uczestniczyło około 450 osób, dla których Ośrodek przygotował specjalne atrakcje, w tym występy zespołu folklorystycznego, stanowisko informacyjne, pakiety reklamowe i atrakcyjne nagrody.



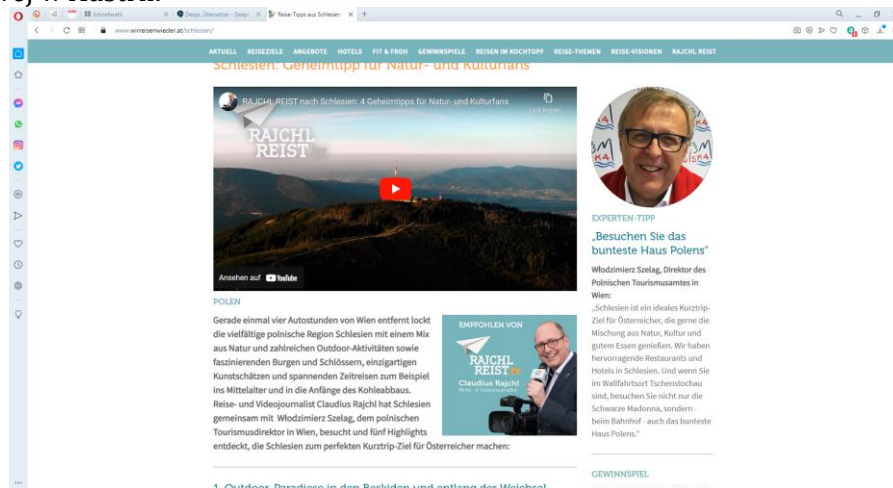
3. Promocja miejsc związanych z Fryderykiem Chopinem w ramach XXXVIII Chopin Festival organizowanego wspólnie z Wiedeńskim Towarzystwem Chopinowskim w Kartuzji Gaming.
4. Spotkanie Prezydenta Miasta Zabrze z władzami Gminy Senfteberg poświęcone przygotowaniu wspólnego projektu w ramach transgranicznych projektów Unijnych.

Przykładowa wizualizacja realizacji zadań oraz reklam:

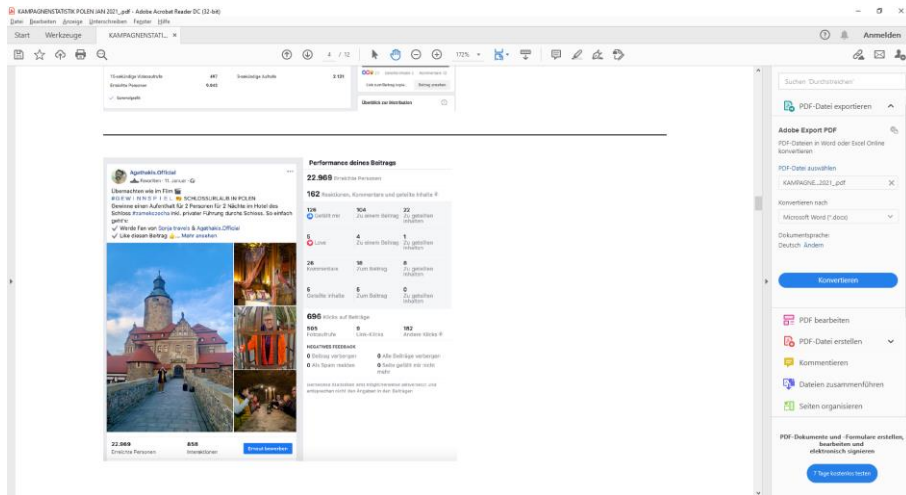
5. Uczestnictwo wspólnie z biurem Travel Projekt z Warszawy w pierwszych wirtualnych warsztatach branżowych zorganizowanych przez firmę Aviareps – projekt stoiska.



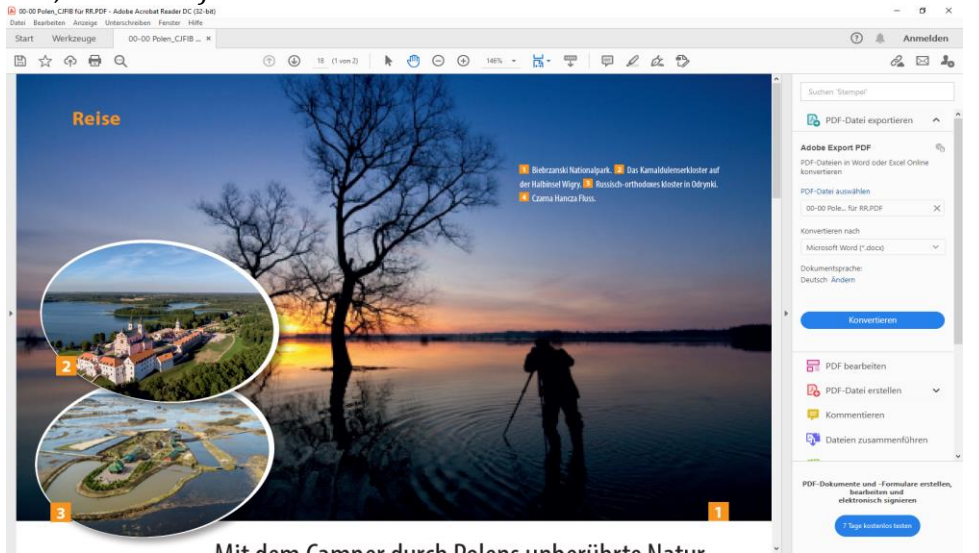
6. Kampania promująca turystykę aktywną - rowerową na Śląsku zrealizowaną z portalem RajchlTv – www.wirresienwieder.at połączona z wyjazdem prasowym. Kampania, która osiągnęła ponad 150 tysięcy odsłon powstała we współpracy ze Śląską Organizacją Turystyczną i prezentowana była w mediach społecznościowych i prasie branżowej w Austrii.



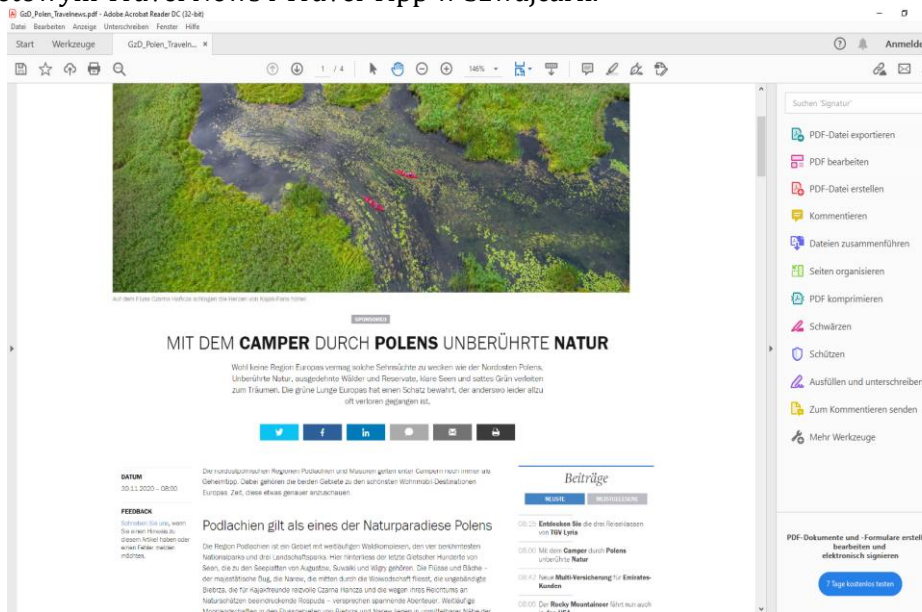
7. Kampania promująca „Zamki i pałace Dolnego Śląska” zrealizowana z agencją Cross Media Peter Agathakis.



8. Kampania promocyjna „Kamperem przez Podlasie i Mazury” w branżowej i specjalistycznej prasie w Austrii (Tourist Austria International, Profi Reisen, Camping Revue, Die Presse).



9. Kampania promocyjna „Kamperem przez Podlasie i Mazury” w branżowym portalu internetowym Travel News i Travel Tipp w Szwajcarii.



Niestety na rynku austriackim większość planowanych imprez z udziałem publiczności została w 2020 roku odwołana. Imprezy Corps Touristique (Gala Abend i Summer Stage, prezentacje i szkolenia dla biur podróży), lokalne prezentacje, targi zakładowe i roadshow poszczególnych biur podróży, kongres austriackich biur podróży ORV, Argus Bike Festival czy też przygotowany już wyjazd 600 osób z biura podróży Senioren Reisen (współpraca z biurem Travel Projekt), jak i wiele innych zaplanowanych działań zostało odwołanych, a tylko niektóre z nich odbyły się w wersji online.

Te wszystkie działania przeprowadzone w jednoosobowej obsadzie biura ZOPOT Wiedeń poświęcone promocji turystyki aktywnej pozwoliły na znaczne przekroczenie założonych w planie wskaźników oglądalności.

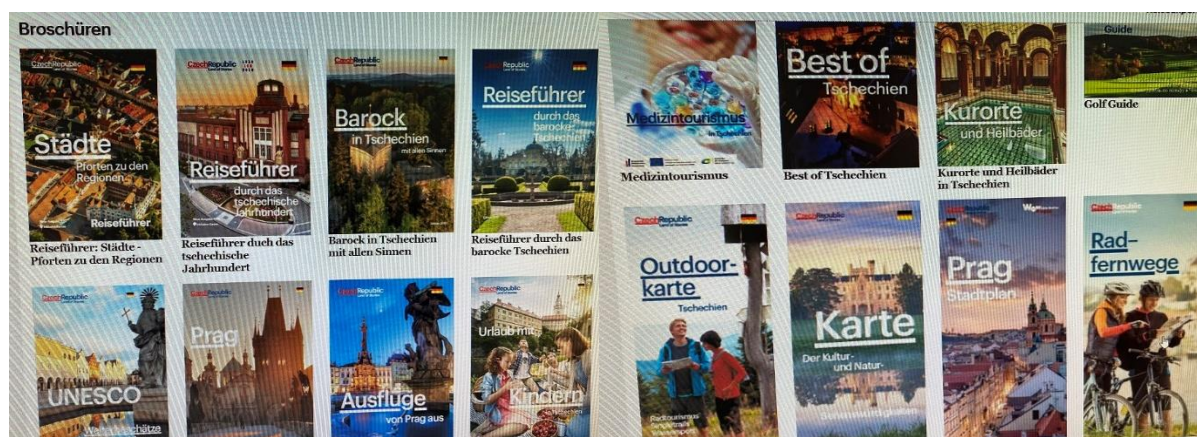
7. Analiza zachowań konkurencji

Na rynku austriackim konkurencją dla ofert wyjazdowych do Polski proponowanych przez lokalne biura podróży są oferty podróży poznawczych i urlopowych do Czech i Rumunii oraz na Węgry.

Rok pandemii Covid-19 był dla wszystkich krajów promujących swoje atrakcje turystyczne w Austrii wyjątkowo trudny. W pierwszym okresie lockdown wszystkie Ośrodki wstrzymały swoją działalność promocyjną w mediach społecznościowych. Dopiero w końcowym jego okresie zaczęły się pojawiać internetowe informacje na kanałach Facebook, Twitter nawiązujące do największych atrakcji, w tym wirtualnego zwiedzania miast czy muzeów.

W okresie krótko trwałej „odwilży” w miesiącach czerwiec-wrzesień, niektórzy z naszych konkurentów organizowali podróże prasowe starając się pokazać i udowodnić bezpieczną dostępność swoich destynacji. Nie odnotowano jednak wielkiego zainteresowania tymi wyjazdami wśród dziennikarzy. Dużym powodzeniem cieszyły się podróże prasowe organizowane w tym czasie przez Czech Tourism, co może tylko potwierdzać tezę o wzroście zainteresowania nieodległymi destynacjami osiągalnymi własnym transportem.

Czech Tourism, dysponuje dużym pakietem materiałów reklamowych w wersji niemieckojęzycznej. Serie prospektów i map prezentujących poszczególne atrakcje turystyczne i regiony. Turystyka miejska i kulturowa, aktywna, w tym rowerowa to tylko niektóre przykłady tych wydawnictw.



Czesi wykorzystywali bardzo dobrze rozwiniętą siatkę połączeń kolejowych i autobusowych, dzięki którym wyjazdy cieszyły się w poprzednich latach dużą popularnością.

Czeski Ośrodek Informacji Turystycznej na rynku austriackim i szwajcarskim wykorzystywał do promocji podróże studyjne, reklamy w prasie i mediach społecznościowych, prezentacje dla branży, młodzieży ze szkół i klientów indywidualnych.

Podróże do Czech oferowane przez austriackie biura podróży w 2020 roku dotyczyły zazwyczaj krótkich 3-4 dniowych wyjazdów sprzedawanych w cenie około 150-300 EUR. Największym powodzeniem w poprzednich latach cieszyły się wyjazdy do Pragi, Brna, Budziejowic, Czeskiego Krumlova, Mariańskich Łaźni czy Ostrawy. Koszt pobytu w Pradze obejmujący transport, zakwaterowanie w 3 lub 4 gwiazdkowym hotelu wynosił w okresie przed pandemią 200 do 600 EUR. Wycieczka objazdowa 3 -5 dniowa do Mlada Bolesław, Liberec, Jablonec itp. kosztowała w granicach 500 EUR.

Zwiedzanie kulturalnych atrakcji Czech ze względu na bliższą odległość, jest tańsze w porównaniu z cenami wyjazdów do Polski, gdzie koszt siedmiodniowej, objazdowej wycieczki do głównych miast Polski wahał się w granicach 800 - 1600 EUR.

Od kilku lat ZOPOT Wiedeń wykorzystując położenie geograficzne, wspólną historię i tradycje oraz dobrze układającą się współpracę, promował Polskę na rynku austriackim wspólnie z Czechami, co przynosiło wymierne korzyści. Wspólne prezentacje i promocje Śląska, łączone wyjazdy do Ostrawy i Katowic cieszyły się na rynku dużym zainteresowaniem.

Porównując działania konkurencji można by stwierdzić, że głównym motywem podróży turystycznych do państw Europy Południowo-Wschodniej była turystyka miejska i kulturowa, pozwalająca Austriakom odnajdywać i odkrywać ślady bogactwa historycznego i kulturalnego dawnej Monarchii.

Celem wyjazdów do Rumunii, które były organizowane transportem lotniczym (tanie linie) lub autokarami było zwiedzanie Siedmiogrodu, Bukaresztu, a także delty Dunaju. Dużą popularnością cieszyły się wyjazdy motocyklowe po znakomicie przygotowanych trasach w górach.

Węgry oferowały na rynku austriackim pakiety wyjazdów medycznych, w tym do cieszących się dużą popularnością klinik dentystycznych w przygranicznym w Szopronie. Sprzedawano również pakiety urlopów wypoczynkowych w licznych obiektach SPA zarówno w biurach podróży, jak i klientom indywidualnym.

Według informacji Stowarzyszenia Biur Podróży ORV, w ostatnich latach, obserwowano tendencję spadkową takich wyjazdów.

Przykładowo jedno z największych biur oferujących wyjazdy do krajów europejskich – Fischer Touristik zamieściło w swoim katalogu propozycje: 7 wyjazdów do Czech (w cenie od 175 do 1.090 EUR), 4 do Rumunii (597-1370), 6 do Polski (497-1790), ale i 35 do Niemiec (299-1870) i coraz częściej pojawiające się oferty wyjazdów do Rosji - 10 w cenie od 947 do 3790.

Biuro podróży Mitterbauer - Pfleger Reisen oferowało krótkie (3-4 dni) wyjazdy do Czech w cenie od 150 do 450 EUR oraz podróż objazdowa po Polsce (8 dni, w tym Wrocław, Poznań, Toruń, Gdańsk, Mazury, Warszawa, Kraków) za 1099 EUR. W katalogu nie było oferty wyjazdów do Rumunii i na Węgry.

ZOPOT Wiedeń od początku swego istnienia aktywnie uczestniczył w działalności stowarzyszenia Corps Touristique Austria, zrzeszającego 28 przedstawicielstw turystycznych z całego świata. Dyrektor Ośrodka jest wieloletnim członkiem zarządu tego Stowarzyszenia podejmującego wspólne działania promocyjne, które pozwalają optymalizować wydatki promocyjne oraz wykorzystywać synergii w dotarciu do klientów o podobnych zainteresowaniach. Organizacja wspólnych prezentacji, interesujących szkoleń dla przedstawicieli branży turystycznej, łączone wyjazdy prasowe pozytywnie wpływały na wzrost zainteresowania i sprzedaż zbliżonych

tematycznie ofert. Niestety w roku 2020 ze względu na pandemię Covid-19 działalność Corps Touristique Austria była praktycznie niemożliwa i skupiła się tylko na wymianie informacji i doświadczeń związanych z regulacjami wprowadzanymi na poszczególnych rynkach. Corps Touristique zmuszony był odwołać imprezy promocyjne (Summer Lounge, Gala Abend), warsztatów MICE, szkoleń dla przedstawicieli austriackich biur podróży. Zarząd CT prowadził w imieniu wszystkich członków rozmowy i działania dotyczące wsparcia dla austriackiej branży turystycznej (Solidaritätsbrief CT, Nothing Live Austria) i przygotowania planu działalności na czasy po pandemii.

8. Mierniki działań promocyjnych

L.p.		Rok 2019	Rok 2020	
1.	Podróże prasowe i studyjne			
	Liczba przyjętych dziennikarzy	22	5	
	Liczba przyjętych przedstawicieli zagranicznych touroperatorów	56	0	
	Liczba blogerów/influencerów lub innych	1	0	
2.	Touroperatorzy			
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy posiadają w swojej ofercie Polskę – stan na koniec 2020 r.	A 99 CH 43	A 89 CH 35	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy w 2020 r. wprowadzili do swojej oferty Polskę	A 8 CH 2	A 1 CH 0	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy w 2020 r. wycofali ze swojej ofert Polskę / którzy, posiadali Polskę w ofercie i zaprzestali działalności w 2020 roku	A 26 CH 16	A 10 CH 7	
	Liczba przedstawicieli zagranicznych/polskich touroperatorów uczestniczących w warsztatach turystycznych	Z 61	P 5	Z 27
3.	Liczba adresów w bazie newslettera			
	system Freshmail	228	228	
	inne niż Freshmail	-	-	
4.	Liczba wejść na strony internetowe ZOPOT	119915	119915	
5.	Media społecznościowe - liczba osób, które to lubią			
	Facebook	4178	4590	
	Instagram	-	-	
	Twitter	1961	3341	
	inne* XING, LinkedIn	1221	1393	
blog**	-	-		
6.	Liczba uczestników seminariów i prezentacji na temat Polski	277039	223100	
7.	Wartość artykułów (w tym w mediach elektronicznych) i audycji radiowych i telewizyjnych publikowanych/emitowanych w 2020 roku, liczona według ceny reklamy w EURO, w tym:	2326717	581041	
	o na skutek organizacji podróży prasowych	1284312	43400	
	o na skutek wszystkich działań PR Ośrodka, z wyłączeniem podróży prasowych	1042405	537641	
8.	Zasięg materiałów opublikowanych w Internecie w efekcie podróży influencerskich	0	0	

* należy wymienić inne platformy społecznościowe, na których ZOPOT jest obecny oraz podać łączną liczbę fanów/obserwujących w 2020 roku (w przybliżeniu)

**dotyczy tylko ZOPOT, które prowadzą własnego bloga

9. Współpraca w realizacji działań promocyjnych

9.1. Środki zaangażowane przez podmioty współfinansujące działania promocyjne realizowane przez ZOPOT. Dane w EUR.

	Projekt 1		Projekt 2		Projekt 3		Razem	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020	2019	2020
Branża	16000	0	23000	2500	0	0	66000	2500
Regiony	25500	0	59390	32750	8000	0	92890	32750
Placówki dyplomatyczne	0	0	17500	2000	10000	0	27500	2000
Inne	30000	2500	114000	5000	0	0	144000	7500
Razem	98500	2500	213890	42250	18000	0	330390	44750

9.2. Najaktywniejsi, na rynku działania ZOPOT, przedstawiciele polskiej branży turystycznej oraz regiony

Lp.	Nazwa podmiotu
1.	Travel Projekt Warszawa
2.	Simply Poland
3.	Janpol Kraków