



POLSKA
ORGANIZACJA
TURYSTYCZNA

**ZAGRANICZNY OŚRODEK
POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ
W WIEDNIU
SPRAWOZDANIE
ROK 2019**



Move Your Imagination

Spis treści

1. Trendy społeczno-gospodarcze.....	3
2. Wyjazdy turystyczne.....	4
3. Przyjazdy do Polski.....	6
4. Połączenia.....	8
5. Popyt na polskie produkty turystyczne.....	10
6. Analiza wybranych działań.....	13
7. Analiza zachowań konkurencji.....	18
8. Mierniki działań promocyjnych.....	22
9. Współpraca w realizacji działań promocyjnych.....	23
9.1. Środki zaangażowane przez podmioty współfinansujące działania promocyjne realizowane przez ZOPOT. Dane w EUR.....	23
9.2. Najaktywniejsi, na rynku działania ZOPOT, przedstawiciele polskiej branży turystycznej.....	23
10. Załączniki.....	24

1. Trendy społeczno-gospodarcze w Austrii

	2017	2018	2019
PKB nominalnie w mld EUR	369,9	386,09	398,5
PKB per capita w EUR	42034	43680	43829
Poziom bezrobocia (w %)	5,6	4,9	4,5
Inflacja – CPI	2,08 %	2,10%	1,5%
Kurs PLN/ EUR	4,17	4,30	4,29

Źródła: Statistik Austria, Federalna Izba Gospodarcza, Austria Werbung, NBP

Austria zajmuje powierzchnię 83,9 tys. km² i zamieszkała jest przez 8,9 mln ludności. To neutralny kraj federalny, składający się z dziewięciu krajów związkowych. Władza ustawodawcza sprawowana jest przez dwuizbowe Zgromadzenie Federalne.

Austria jest jednym z najbardziej rozwiniętych gospodarczo państw Unii Europejskiej, silnie uzależnionym od eksportu i współpracy międzynarodowej. Duży wpływ na osiągnięcie ekonomicznej, społecznej i politycznej stabilizacji ma konsekwentnie prowadzona polityka partnerstwa społecznego oraz współpracy z krajami Europy Środkowej i Wschodniej.

Austria przeżyła w 2019 roku polityczne trzęsienie ziemi związane z aferą korupcyjną, w którą był zamieszany Wice Kanclerz Heinz Christian Strache. Afera doprowadziła do zerwania koalicji Austriackiej Partii Ludowej (ÖVP) z Wolnościową Partią Austrii (FPÖ) i wotum nieufności dla rządu kierowanego przez Sebastiana Kurza. Prezydent Republiki Alexander Van der Bellen zaprzysiął w dniu 30 maja 2019 r. premiera tymczasowego rządu Panią Brigitte Bierlein i rozpisał przedterminowe wybory parlamentarne.

We wrześniu 2019 r. wybory zakończyły się zwycięstwem Austriackiej Partii Ludowej i na nowego Kanclerza został ponownie desygnowany Sebastian Kurz, który w koalicji z Partią Zielonych stworzył nowy rząd.

Polityczne turbulencje nie doprowadziły do spowolnienia gospodarki. Wszystkie zaplanowane na 2019 rok wskaźniki ekonomiczne zostały zrealizowane. Zgodnie z prognozami na lata następne będą one nadal rosnąć pomimo kłopotów powodowanych przez napięcia w handlu światowym i znaczną niepewność polityczną, w tym sytuację związaną z Brexitem.

Dla gospodarki Austrii bardzo duże znaczenie ma turystyka, która wnosi do budżetu państwa 15,3% dochodów i daje zatrudnienie dla ponad 500 tysięcy ludzi.

Ministrem ds. turystyki w nowym rządzie została Pani Elisabeth Köstinger z partii ÖVP, która kieruje Federalnym Ministerstwem Zrównoważonego Rozwoju i Turystyki Austrii.

Austria ze względu na swoje liczne atrakcje turystyczne i wysoce nowoczesną infrastrukturę jest zaliczana do najbardziej interesujących pod względem turystyki miejsc na świecie.

W 2019 roku zanotowano w Austrii: 46,1 milionów przyjazdów (przyrost o 44% w ciągu ostatnich 10 lat); 152,6 miliony noclegów; 42,5 miliardy euro wpływów, co daje 13 miejsce w światowym rankingu. Wpływy od turystów zagranicznych wyniosły 19,5 miliarda USD, prawie 2 600 USD w przeliczeniu na jedną osobę plasując Austrię w pierwszej światowej piątce.

Duży niepokój wzbudziła w 2019 roku ogłoszona we wrześniu upadłość biura Thomas Cook i firm powiązanych. Linie lotnicze Condor, sieć hoteli na całym i rzesza współpracujących z Thomas Cook pracowników branży turystycznej straciła nie tylko miejsce zatrudnienia, ale i wiele lat budowane zaufanie. Doprowadziło to również do rozwiązania Thomas Cook Austria AG i powiązanego z grupą biura Neckermann-Reisen. Austriackie oddziały koncernu prowadziły płynną i bardzo udaną działalność na rynku obsługując duży odsetek podróżujących Austriaków. Po ogłoszeniu upadłości część wysoko wykwalifikowanych pracowników upadłego biura została zatrudniona w biurze Gruber Reisen, gdzie będzie podtrzymywać kontakty z dawnymi klientami.

Niespokojna sytuacja polityczna i związane z nią zamachy terrorystyczne w Europie i na świecie nie zmieniła jednak znacząco zachowań turystycznych w Austrii. Zmniejszeniu uległa grupa podróżujących do najbardziej zagrożonych krajów Afryki, Turcji czy Tajlandii, ale nadal na wysokim poziomie utrzymały się wyjazdy do Francji i Hiszpanii.

Austriacy w większości deklarują gotowość zagranicznych wyjazdów urlopowych. Korzystają przede wszystkim ze zorganizowanych przez touroperatorów wyjazdów gwarantujących bezpieczeństwo i opiekę w czasie pobytu w destynacjach uznawanych nie do końca za bezpieczne. Austriackie Ministerstwo Spraw Zagranicznych w zależności do rozwoju sytuacji w poszczególnych regionach wydaje komunikaty dotyczące stanu bezpieczeństwa w poszczególnych krajach, które są wykorzystywane przez organizatorów wycieczek do przygotowania lub korekty specjalnych ofert.

W wypowiedziach Austriaków prezentowanych w mediach lokalnych oraz prasie branżowej dominuje przekonanie, że rozwój podróży turystycznych będzie się rozwijał i w latach następnych, a planowane wydatki urlopowe nie ulegną zmniejszeniu.

2. Wyjazdy turystyczne z danego kraju

	2016	2017	2018
Uczestnictwo w wyjazdach z co najmniej 1 noclegiem (w %)	59,9%	59,7%	60,1%
Uczestnictwo w wyjazdach zagranicznych z co najmniej 1 noclegiem (w %)	67%	68%	Brak danych

Grupy o najwyższym poziomie uczestnictwa	Do najliczniej wyjeżdżających należą osoby w wieku 15- 24 lata (88,7% wszystkich wyjazdów), a następnie osoby powyżej 65 roku (59,1%)		
Liczba wyjazdów z co najmniej 1 noclegiem (w tys.)	19683	19601	21059
Liczba wyjazdów zagranicznych z co najmniej 1 noclegiem (w tys.)	9620	9752	10388
Liczba wyjazdów zagranicznych 1+ nocy w celach turystycznych (liczba lub w %)	10100	9986	10846
Liczba wyjazdów zagranicznych 1+ nocy w celach służbowych / biznesowych (liczba lub w %)	3878	3484	3332
Liczba wyjazdów zagranicznych 1+ nocy w celach VFR – odwiedzający krewnych i znajomych (liczba lub w %)	3808	3878	2638

W 2019 roku 5,8 mln osób mieszkających w Austrii, tj. 66 % ogółu, odbyło przynajmniej jedną krajową lub zagraniczną podróż urlopową. Najwięcej podróży odnotowano w przedziale wiekowym od 15 do 24 lat (88,7%) i wśród osób powyżej 65 roku (59,1%). Wszystkie podróże urlopowe w 2019 wyniosły 21,1 miliona, z czego 50,7% stanowiły podróże krajowe. Długość trwania wyjazdów krajowych wyniosła 3,5 dnia, a w przypadku wyjazdów zagranicznych 6,6 dnia. Najchętniej wybieranym kierunkiem zagranicznych wyjazdów, z co najmniej jednym noclegiem, były Włochy (21,1%), Niemcy (15,2%), Chorwacja (12,7%) i Hiszpania (5,7%). Najwięcej wyjazdów zorganizowano w trzecim kwartale (7,7 mln) i drugim kwartale (5,2%).

Najchętniej wykorzystywanym środkiem transportu przy wszystkich podróżach był własny samochód 62,6%. Przy wyjazdach krajowych udział ten wynosił 78,5%. Wyjazdy zagraniczne odbywały się samochodem w przypadku 46,3% podróży i transportem lotniczym 36,7%. Na podróże autokarowe przypada prawie 7% wszystkich wyjazdów, Stale wzrasta udział podróży pociągiem i bardzo modne rejsy statkami wycieczkowymi.

Głównym motywem krajowych wyjazdów urlopowych są odwiedziny u znajomych (25,4%), wypoczynek (18,1%), wypoczynek aktywny (17,9%), turystyka miejska i kulturowa (16%). W odniesieniu do wyjazdów zagranicznych głównym nurtem jest turystyka miejska i kulturowa (24%), która ma największy wpływ na wzrost wyjazdów do Polski, a dalej 19% odwiedziny u znajomych, 17% wypoczynek na plaży i turystyka aktywna.

Przy urlopowych podróżach zagranicznych preferowane są przez Austriaków pakietowe wyjazdy organizowane przez biura podróży. W odniesieniu do krótkich wyjazdów najczęściej wykorzystywany jest transport lotniczy organizowany we własnym zakresie z wykupieniem pakietów pobytowych. W grupie młodszej generacji przy organizacji

krótkich wyjazdów zagranicznych znacząco rośnie stopień wykorzystania kwater prywatnych Airbnb oraz przelotów tanimi liniami lotniczymi. W tym segmencie powstają nowe biura wyspecjalizowane w tego typu ofertach dla młodzieży. Do takich biur możemy zaliczyć bardzo popularne wśród młodego pokolenia biuro Urlaubsguru działające w Austrii, Szwajcarii, ale z główną siedzibą w Niemczech i szwajcarskie biuro Surp.Travel. Decyzje o wyborze kierunku wyjazdów podejmowane są w wyniku informacji internetowych (w przypadku młodzieży), prasowych, uzyskiwanych w biurach podróży oraz Narodowych Ośrodkach Informacji Turystycznej.

Duże znaczenie mają również podróże służbowe, których w 2019 zorganizowano łącznie 3,3 mln. Prawie 1,3 mln. mieszkańców Austrii powyżej 15 roku życia przebywała przynajmniej jeden raz w krajowej lub zagranicznej podróży służbowej. Ponad połowę (55,1%) stanowiły służbowe wyjazdy zagraniczne, z czego 76,5% nie trwała dłużej niż trzy noce. Do najczęstszych kierunków podróży służbowych należą wyjazdy do Niemiec (42,1%), Włoch (9,4%) i Szwajcarii (5,7%).

3. Przyjazdy do Polski

	2017	2018	2019
Liczba wyjazdów do Polski (w tys.)	469 / 389	478,4 / 397,6	492,6 / 409,0
Przyjazdy ogółem/ w tym turystyczne	Austria 193 / 167	Austria 201,8 / 173,1	Austria 207,2 / 177,1
	Szwajcaria	Szwajcaria	Szwajcaria
Liczba wyjazdów do Polski obejmujących co najmniej 1 nocleg (w tys.)	469	478	Brak danych
Liczba wyjazdów do Polski 1+ nocy w celach turystycznych (liczba lub w %)	389	398	52,9
Liczba wyjazdów do Polski 1+ nocy w celach służbowych / biznesowych (liczba lub w %)	Brak danych	Brak danych	Brak danych
Liczba wyjazdów do Polski 1+ nocy w celach VFR (liczba lub w %)	Brak danych	Brak danych	Brak danych

Źródła: POT, MSiT

Od roku 2010 obserwujemy w Polsce stale wzrastającą ilość przyjazdów turystycznych z Austrii oraz ze Szwajcarii. Rozpoznawalność Polski i zainteresowanie wyjazdami do naszego kraju na rynkach austriackim i szwajcarskim miało w 2019 roku stabilny poziom.

W 2019 roku zanotowano 492,6 tysięcy przyjazdów, w tym 409 przyjazdów turystycznych z Austrii i odpowiednio ze Szwajcarii 207,2 i 177,1 tysięcy.

W ubiegłym roku zaobserwowaliśmy zmniejszenie ilości oferowanych zorganizowanych wyjazdów autokarowych. Było ono spowodowane przekształceniami własnościowymi i organizacyjnymi wielu austriackich biur oferujących tego typu podróże.

Najliczniejszą grupą odwiedzającą Polskę stanowią obywatele Austrii podróżujący w celach biznesowych. Znane na europejskim rynku takie austriackie firmy, jak Porr, Strabag czy Warimpex inwestują w Polsce od wielu lat oraz prowadzą stąd swoją działalność biznesową skierowaną na inne kraje Europy Wschodniej. Znajduje to odzwierciedlenie w rosnącym biznesowym ruchu turystycznym. Dla tej grupy przyjeżdżających charakterystycznym jest podróżowanie transportem lotniczym oraz zakwaterowanie w hotelach wysokiej klasy. Przedstawiciele tej kategorii podróżujących bardzo korzystnie wpływają na obroty i wpływy przewoźników oraz branży hotelarskiej. Negatywnym skutkiem jest ustanowienie wysokich cen przelotów, które spowalniają rozwój masowej turystyki wśród młodszej generacji turystów indywidualnych i zbiorowych.

Drugą dominującą w przyjazdach do Polski grupą są turyści austriaccy z kategorii wiekowej 50 plus. Te osoby są zainteresowane najbardziej turystyką miejską i kulturową. Podróżują najczęściej transportem autokarowym w zorganizowanych przez biura podróży grupach, korzystając z zakwaterowania w 3 i 4 gwiazdkowych hotelach. W tym segmencie odczuwalny jest wzrost zainteresowania i chęć poznania kolejnych atrakcji turystycznych w Polsce. Typowe dla tej grupy turystów są 5-9 dniowe podróże objazdowe obejmujące zwiedzanie miast połączone z krótkim pobytem na Mazurach. Zorganizowane podróże grupowe wpływają również pozytywnie na wzrost zainteresowania prywatnymi wyjazdami do odwiedzanych wcześniej miast, w tym Warszawy, Krakowa, Wrocławia czy Gdańska. Motywem takich podróży jest chęć dogłębnierzego poznania tradycji i kultury charakterystycznej dla poszczególnych miast i regionów.

W wyniku zapytań kierowanych do ZOPOT obserwujemy duży wzrost zainteresowania indywidualnymi podróżami urlopowymi organizowanymi z wykorzystaniem własnego transportu lub transportem kolejowym. Podobną tendencję obserwujemy w odniesieniu do typowo wypoczynkowych wyjazdów na Mazury i Pomorze. Wynika to z dogodnego, bezpośredniego połączenia kolejowego z Wiednia do Gdańska. Coraz większym zainteresowaniem w Austrii i Szwajcarii cieszą się również indywidualne podróże samochodami kempingowymi.

Konkurencją dla ofert wyjazdowych, zarówno indywidualnych, jak i grupowych do Polski są w Austrii propozycje podróży urlopowych do krajów naszych sąsiadów: Czech, Rumunii, Słowacji i na Węgry. Ceny oferowanych przez lokalne biura pakietów podróży urlopowych i poznawczych jak i pobyków w Pradze, Budapeszcie, nad Balatonem czy w delcie Dunaju są zbliżone do cen w proponowanych ofertach wyjazdów do Polski.

Porównywalne są również oferowane przez te kraje produkty turystyczne. Polska wygrywa w tej konkurencji większą różnorodnością oferowanych produktów

turystycznych, ale przegrywa ze względu na koszty transportu (przede wszystkim lotniczego) i mniej dogodną sieć połączeń komunikacyjnych.

ZOPOT Wiedeń w celu podniesienia atrakcyjności podróży do Polski często współpracuje przy promocji z naszymi partnerami - „konkurentami” z Czech, Słowacji i Węgier organizując wspólne imprezy, akcje promocyjne czy wyjazdy prasowe. W wyniku takiej działalności doprowadziliśmy do uruchomienia przez biura podróży Sabtours, Urlaubsguru, Vital plus Reisen sprzedaży katalogowej łączonych ofert wyjazdowych do Czech (Ostrawa) i na Śląsk.

Turyści z Austrii i Szwajcarii w czasie pobytów w Polsce korzystają, przede wszystkim, z zakwaterowania w hotelach. Osoby odwiedzających rodzinę lub znajomych wykorzystują kwatery prywatne, a przedstawiciele młodej generacji chętnie korzystają z popularnego zakwaterowania w ramach Airbnb. W ZOPOT Wiedeń nie dysponuje dokładnymi danymi dotyczącymi skali wydatków ponoszonych w czasie podróży do Polsce, ale turyści austriaccy znani są z chęci wydawania większych kwot na usługi wybiegające ponad oferty biur.

Z otrzymanych danych statystycznych dotyczących turystów z rynku austriackiego „Podróże nierezydentów do Polski. Ruch pojazdów i osób na granicy Polski z krajami Unii Europejskiej” wynika, że w 2018 roku granicę z naszym krajem 30,4% turystów przekroczyło drogą powietrzną, 69,5% lądową i 0,1% morską. Motywem wyjazdów wg tych badań były dla 51,1% turystów odwiedziny u krewnych lub znajomych, 21% wypoczynek, rekreacja, wakacje, 22,8% miało charakter służbowy, 5,1% inne prywatne, w tym religijne, edukacyjne i zdrowotne. 57,6% stanowili przyjeżdżających stanowili mężczyźni, a 42,4% kobiety. Najlicniejszą grupę wiekową stanowiły osoby w wieku 35-44 i 45-54 lat, a najmniejszy udział miały osoby w wieku powyżej 65 lat. Dla 50,9% ankietowanych głównym miejscem zakwaterowania był pobyt u rodziny i znajomych, 45,8% wybierało zakwaterowanie w hotelach. Długość pobytu to dla 52,9% był okres od 1 do 3 noclegów, a dla 43,7% od 4 do 7 noclegów. 79,9% stanowiły przyjazdy zorganizowane samodzielnie, a tylko 20,1% korzystało z organizacji przyjazdu przez pośrednika. Ankietowane osoby wydały w czasie pobytu w Polsce w 2018 roku kwotę 719,1 mln PLN.

4. Połączenia

4.1. Lotnicze

Uruchomione w 2018 roku tanie połączenia lotnicze obsługiwane przez linie Wizz Air i Laudamotion wpłynęły na wzrost wyjazdów turystycznych z Wiednia do Gdańska, Warszawy oraz Krakowa spowodowały znaczącą obniżkę cen biletów lotniczych oferowanych przez głównych przewoźników z grupy Star Alliance, czyli LOT-u i Austrian Airlines.

Średnia cena biletów oferowanych przez linię Wizz Air kształtowała się w ubiegłym roku w granicach 48.- EUR, przy przelotach bez bagażu. Główni przewoźnicy dostosowując się do konkurencji oferowali również okresowo bilety na przelot do Warszawy w granicach 150 EUR. Połączenie do Gdańska obsługiwane przez Wizz Air okazało się być połączeniem sezonowym związanym z okresem letnim. Nowa strategia Ryanair, który jest właścicielem Laudamotion doprowadziła do zawieszenia połączenia z Wiednia do Krakowa, ale planowane są loty z Wiednia na lotnisko w Modlinie od marca 2020 roku.

Zwiększona intensywność połączeń z Warszawą wynikająca z gospodarczej atrakcyjności naszej stolicy oddziałuje również na wzrost zainteresowania wizytami weekendowymi ludzi młodych. Kraków, natomiast, cieszący się największym zainteresowaniem na rynku turystycznym, odczuwa jednak brak odpowiedniej ilości połączeń.

Wykorzystując fakt nowych, tanich połączeń lotniczych z naszymi miastami ZOPOT Wiedeń obok promocji tego ruchu w mediach społecznościowych i na imprezach promocyjnych zawarł umowę o współpracy z biurem Urlaubsguru, w ramach której, na stronach internetowych tego młodzieżowego biura podróży zorganizowano „Polski tydzień z Urlaubsguru”, poświęcony promocji Gdańska, Krakowa, Warszawy i Katowic szczególnie ze względu na dogodne połączenia kolejowe. Popularność na rynku austriackim i szwajcarskim ww. portalu pozwoliła na uzyskanie znakomitej oglądalności zbliżonej do 8 milionów odbiorców.

Na rynku szwajcarskim bezpośrednio połączenia lotnicze z Zurychu, Bazylei i Genewy do Gdańska, Wrocławia, Krakowa i Warszawy wpływają na wzrost zainteresowania przyjazdem do Polski. Obok Urlaubsguru na rynku szwajcarskim pozyskaliśmy do współpracy biuro Surp.Travel oferujące weekendowe wyjazdy do Polski.

Liczymy, że efektem uruchomienia tanich połączeń lotniczych z Polską będzie znaczący wzrost wymiany turystycznej między naszymi krajami.

4.2. Kolejowe

Turystyka kolejowa ze względu na ekologię i relatywnie dobre połączenia z Austrii do Polski wpływa pozytywnie na rozwój ruchu turystycznego. Połączenia realizowane przez PKP we współpracy z Austriackimi Kolejami Państwowymi ÖBB pozwalają dotrzeć pociągiem do Katowic, Krakowa, Gdańska, a ostatnio również do Opola, Wrocławia i Zielonej Góry dzięki uruchomieniu nocnego połączenia z Wiednia do Berlina.

Relatywnie długo trwająca podróż pociągiem spowodowana jest regulacjami Unii Europejskiej, które wymagają w zamian za inwestycje w infrastrukturę kolejową obsługę lokalnego ruchu pasażerskiego. Pociągi muszą się zatrzymywać na większej ilości małych stacji.

Koszt podróży pociągiem z Wiednia do naszych miast jest stosunkowo niewysoki i waha się w granicach od 19 do 35 EUR w ramach programu „Sparschiene”, pozwalającego przy wcześniejszym zakupie biletu przejechać trasę z Wiednia do Gdańska za 35 EUR. Nie bez

znaczenia dla turystycznych podróży ma fakt, że dzieci do 15 lat podróżujące pod opieką dorosłych korzystają z darmowych przejazdów.

Ze względu na koszt podróży i możliwość bezpośredniego dotarcia do głównych atrakcji turystycznych promujemy taką formę wyjazdów wśród ludzi młodych. Brakuje niestety możliwości przejazdu z własnym rowerem, co jeszcze bardziej uatrakcyjniłoby wycieczki wśród młodzieży zainteresowanej aktywnym wypoczynkiem.

„Odzyskane” w 2019 roku bezpośrednie połączenie z Wiednia do Krakowa i uruchomienie wraz z nowym rozkładem jazdy połączenia z Graz do Przemyśla będzie wpływać na dalszy wzrost przyjazdów do Polski.

ZOPOT Wiedeń ściśle współpracuje z Austriackimi Kolejami Państwowymi ÖBB organizując wspólne prezentacje, akcje reklamowe i inne działania promocyjne. Logo POT jest zamieszczone na rozkładach jazdy drukowanych w ilości około 300 tysięcy egzemplarzy.

4.3. Inne

Autobusowe połączenia z Wiednia do Krakowa, Wrocławia czy Warszawy są obsługiwane przez niemieckiego przewoźnika Spółkę Flixbus, który zastąpił działających na rynku przewoźników Jordan czy Polski Bus. Linie autobusowe cieszą się sporym powodzeniem, ale głównie wśród pasażerów z Polski. Koszt podróży autokarowej do Polski kształtuje się na poziomie 50-100 EUR.

Wiele przewozów z Austrii do Polski wykonywane jest przez małe firmy transportowe, których nie możemy oficjalnie polecać turystom. Z ich usług chętnie korzystają Polacy pracujący i mieszkający w Wiedniu.

5. Popyt na polskie produkty turystyczne

Od kilku lat obserwujemy na rynku austriackim stały wzrost zainteresowania wyjazdami do Polski. Turystyka miejska i kulturowa, wyjazdy do naszego kraju mające na celu poznanie bogactwa historycznego i kulturalnego są najlepiej sprzedającymi się ofertami w kategorii wiekowej 50 plus. Z taką ofertą do lokalnej społeczności występują biura z całej Austrii i Szwajcarii. W katalogach miejscowych biur podróży takich jak np. Gegg-, Kastler-, Kneissl- Mitterbauer-, Sabtours- Weiermair Reisen zawsze zamieszczona jest oferta kilkudniowej wycieczki autokarowej połączonej ze zwiedzaniem Wrocławia, Poznania, Torunia, Gdańska, Malborka, Warszawy, Częstochowy i Krakowa. W programie tego typu wyjazdów proponowany jest również krótki pobyt na Mazurach.

Ww. biura oferują podobne wycieczki również do innych krajów europejskich, w tym do Niemiec, Francji, Czech czy Rumunii. Klientom oferowany jest przejazd komfortowymi

autobusami, zakwaterowanie w hotelach 3 i 4 gwiazdkowych, zwiedzanie poszczególnych atrakcji z lokalnym przewodnikiem, wyżywienie, a także dodatkowy program kulturalny.

Oferty cenowe są w poszczególnych krajach bardzo zbliżone i dlatego ważna jest jakość oferowanych usług turystycznych. W tej konkurencji Polska zyskała sobie miano kraju czystego, przystępnego cenowo z bardzo dobrym standardem bazy hotelowej. Jednym z zastrzeżeń zgłaszanych nam przez osoby prywatne i biura podróży organizujące wyjazdy jest poziom usług przewodnickich oferowanych w poszczególnych miastach. Przypadki takich zażaleń kierujemy na bieżąco do Regionalnych Organizacji Turystycznych i miast.

Programy wycieczek nie ulegają od lat zasadniczym zmianom. Bardzo trudne jest wprowadzenie nowych atrakcji. Do naszych sukcesów możemy zaliczyć rozbudowanie tras wycieczkowych o zwiedzanie zabytków szlaku architektury drewnianej czy przemysłowej, Muzeum Papiernictwa w Dusznikach Zdroju, Kopalni Guido w Zabrze, Huty Szkła Julia i kilku innych obiektów wyróżnionych Certyfikatem POT. Do programów włączono zwiedzanie Bydgoszczy, Lublina, Kielc, Szczecina. Te bardzo czasochłonne zabiegi zakończyły się powodzeniem dzięki wytrwałości i profesjonalizmowi naszych partnerów z polskiej branży turystycznej, dzięki którym stopniowo wpływamy na zmianę upodobań austriackich i szwajcarskich turystów.

Potrzebę rozszerzenia palety oferowanych usług turystycznych przy wyjazdach zagranicznych do Polski i innych europejskich krajów odczuwają również lokalni animatorzy turystyki, którzy w poszukiwaniu nowych bardziej efektywnych rozwiązań łączą się w grupy i współpracują przy przygotowaniu i sprzedaży produktów. Do takich przykładów możemy zaliczyć powstanie konsorcjum „Bus Dich Weg”, połączenia biur Pflieger i Mitterbauer Reisen jak i wiele innych działań zapewniających synergii i lepsze wykorzystanie miejsc w autokarach poszczególnych biur podróży. Problemy związane z rozbudową, uatrakcyjnieniem ofert wyjazdowych dotyczą wszystkich większych destynacji europejskich.

Dużym zainteresowaniem cieszą się na rynkach Austrii i Szwajcarii wyjazdy związane z uczestnictwem w wydarzeniach muzycznych i sportowych. Przedstawienia operowe we Wrocławiu, Krakowie, festiwale muzyki klasycznej, sakralnej, klezmer oraz rockowej oferowane są przez biura w ramach sprzedaży pozakatalogowej. Specjalizują się w tego typu wyjazdach biura Kastler- Kneissl, Sabtours Reisen z Austrii, a w Szwajcarii biuro Bichsel Musik Reisen. Te biura przygotowują dla swoich klientów wyjazdy muzyczne na terenie całej Europy.

Sukcesem ZOPOT Wiedeń jest wprowadzenie do sprzedaży w biurach Sabtours, Club 50, Vital Plus Reisen i Urlaubsguru wyjazdów na Śląsk. Łatwa dostępność tego regionu z Austrii w powiązaniu z bardzo bogatą paletą produktów turystycznych i wysokiej jakości standardem usług pozwoliły rozpocząć promocję tego przemysłowego regionu jako dużej atrakcji turystycznej. Oferta została skierowana do grupy seniorów oraz do odbiorców z młodego pokolenia korzystających z usług biura Urlaubsguru. Oferta

wyjazdów na Śląsk transportem autokarowym i kolejowym powstała przy współpracy z Czeskim Ośrodkiem Informacji Turystycznej w Wiedniu i przewiduje również pobyt w Ostrawie.

Dużym zainteresowaniem na rynku austriackim i szwajcarskim cieszą się zorganizowane wyjazdy pielgrzymkowe. Tego typu wyjazdy są oferowane przez wyspecjalizowane biura podróży, takie jak np. Biblische Reisen, Moser Reisen, Lowen Touristik czy Blaguss Reisen. Wiele wyjazdów pielgrzymkowych jest organizowanych przez polskich księży sprawujących posługę duszpasterską w lokalnych parafiach. Podróże do miejsc kultu religijnego oferowane są wszystkimi rodzajami transportu, również lotniczym, z zakwaterowaniem w hotelach wysokiej klasy, jak i noclegami na kwaterach prywatnych.

Bardzo ważnym segmentem jest turystyka biznesowa. Korzystając z dobrej koniunktury ekonomicznej i zainteresowania inwestycjami w Polsce bardzo dużo firm z Austrii i Szwajcarii otworzyło w Polsce swoje filie, co powoduje przyrost przyjazdów służbowych. Obok już istniejącego segmentu turystyki biznesowej obserwujemy na rynkach naszego działania tendencję prezentującą infrastrukturę konferencyjno-kongresową w naszym kraju. Wiele służbowych podróży zorganizowanych w ostatnim czasie przez austriackie biuro Reisewelt dla przedstawicieli gospodarczych z Austrii wpłynęło wzrost zainteresowania świadczonych usług w tym sektorze.

Kolejnym ważnym segmentem w turystyce wyjazdowej do Polski są podróże poznawcze, dydaktyczne i sportowe organizowane przez biura podróży na specjalne zamówienie szkół, organizacji i stowarzyszeń. Popularnością cieszą się w Austrii wyjazdy „Matura Reisen” organizowane od wielu lat do Chorwacji i Turcji. Poznawcze wycieczki na Słowację (opera w Bratysławie), Czech (czeski Krumlov), do Słowenii (Portoroż), Węgier (Budapeszt, Balaton), ale również do Paryża, Londynu, Brukseli czy Szkocji, które oferowane są przez prawie wszystkie biura na rynku. W odniesieniu do Polski najczęściej wyjazdów dla młodzieży ze szkół jest organizowanych do Krakowa w połączeniu z Auschwitz-Birkenau oraz na zimowe, sportowe obozy do Zakopanego i Beskidów.

Cieszą nas również coraz częstsze wyjazdy indywidualne i rodzinne do Polski. Oferty zakwaterowania sprzedaje z powodzeniem na naszych rynkach biuro Novasol posiadające w swojej ofercie ponad pięćset prywatnych obiektów turystycznych. Licznie wyjeżdżający do Polski klienci indywidualni otrzymują od ZOPOT Wiedeń wsparcie w postaci adresów, map, katalogów i prospektów. Największym zainteresowaniem cieszą się wyjazdy na Mazury. Liczymy na dalszy wzrost wyjazdów urlopowych nad morze przy wykorzystaniu bardzo dogodnego i taniego połączenia kolejowego z Wiednia do Gdańska.

Austriackie biura podróży Rad Reisen, Eurobike, Mitterbauer Reisen Blaguss wprowadziły już do sprzedaży katalogowej wyjazdy związane z aktywnym wypoczynkiem w Polsce, w tym turystyczne wyjazdy rowerowe. Bardzo dobre opinie

uzyskane po powrocie pierwszych zorganizowanych grup pozwalają mieć nadzieję na jeszcze szerszy krąg zainteresowanych tą formą wypoczynku.

6. Analiza wybranych działań

Do najważniejszych działań promocyjnych ZOPOT Wiedeń w 2019 roku należy zaliczyć na rynku austriackim dalszą promocję Śląska jako destynacji turystycznej, a na rynku szwajcarskim szereg działań promujących polskie miasta.

Rozpoczęta w ubiegłych latach promocja Śląska we współpracy ze Śląską Organizacją Turystyczną, Urzędem Miasta Zabrze, biurami podróży Travel Projekt z Warszawy i Simply Poland z Krakowa oraz Czeskim Ośrodkiem Informacji Turystycznej z Wiednia doprowadziła do dalszego rozwoju współpracy z austriackim biurem podróży Sabtours z Linz. Sabtours wprowadził do sprzedaży katalogowej wyjazdy dla grup seniorów na Śląsk. Program pobytu w Polsce przewidywał zwiedzanie Kopalni Guido, Sztolni Luiza, Parku Śląskiego w Chorzowie, katowickiej Strefy Kultury, dzielnicy robotniczej Nikiszowiec, browaru w Tychach, zamku w Pszczynie, ogrodów Kapiasa w Czechowicach Dziedzicach i Bielska Białej. W początkowym okresie zrealizowano przyjazd siedmiu autokarów z turystami reprezentującymi Kluby Seniora z Górnej Austrii.

Dzięki współpracy z biurem Sabtours obrendowaliśmy jeden autokar turystyczny wizerunkami z Polski (Kraków, Warszawa i Mazury). Autokar ten będzie woził nie tylko grupy udające się do Polski, ale będziemy mogli cieszyć się promocją naszego kraju w całej Europie tam, gdzie docierają zorganizowane grupy biura Sabtours. W 2019 roku biuro to zorganizowało sprzedaż pięciu grup katalogowych oraz dwóch wyjazdów organizowanych na specjalne zamówienie. Przed rozpoczęciem swojego kursowania autokar został, na prośbę przewoźnika, poświęcony. Uroczystość chrztu została zorganizowana w Zabrzu, a matką chrzestną została Prezydent Miasta Pani Małgorzata Mańka-Szulik. W ceremonii, którą celebrował ksiądz Stanisław Puchała, kapelan Kopalni Guido, uczestniczyli przedstawiciele Zarządu Sabtours, władz Górnej Austrii, Travel Projekt z Warszawy, ZOPOT Wiedeń, Śląskiej Organizacji Turystycznej.



Kolejnym biurem podróży, które udało się zachęcić do sprzedaży ofert wyjazdowych na Śląsk jest Urlaubsguru, które oferuje weekendowe wyjazdy dla młodzieży. Ze względu na odległość, niskie koszty przejazdu pociągiem i pobytu w Katowicach biuro wprowadziło na swoją stronę internetową (prawie 9 milionów obserwujących) materiał filmowy nakręcony w czasie podróży studyjnej, co dobrze rokuje dalszej sprzedaży tych ofert.

Następnym partnerem pozyskanym dla tego projektu są biura Vital Plus Reisen i Club 50, które również od 2019 roku wprowadziły do sprzedaży ofertę wyjazdów do Katowic.

Część ofert przewiduje zwiedzanie Ostrawy i jest potwierdzeniem ponadgranicznej współpracy z Czeskim Ośrodkiem Informacji Turystycznej w Wiedniu.

Śląska Aglomeracja jest dużym magnesem na przyciągnięcie turystów z Austrii. Obiekty turystyki przemysłowej, w tym nagrodzone Certyfikatami POT Kopalnia Guido, Sztolnia Luiza, Kopalnia Srebra w Tarnowskich Górach w połączeniu z katowicką Strefą Kultury, osiedlem Nikiszowiec, browarem w Tychach, Bielsko Białą i Pszczyną oraz zamkami z Jury Krakowsko Częstochowskiej są interesującą, łatwo dostępną z rynku austriackiego atrakcją turystyczną. Miasto Zabrze otrzymało w 2019 roku nagrodę Dziedzictwa Europejskiego - Europa Nostra za rewitalizację Sztolni Luiza, co czyni ten produkt jeszcze bardziej interesującym.

Bardzo ważnym elementem promocji regionu jest „Śląski szlak kulinarny” prezentujący bogactwo tradycji i folkloru. W 2019 roku wspólnie z Czeskim Ośrodkiem Informacji Turystycznej z Wiednia i austriacką telewizją ORF zorganizowaliśmy podróż prasową dla ekipy telewizji w wyniku, której powstał półgodzinny film „Der Geschmack Europas – Schlesien” wyemitowany na antenie programu ORF 2 11 listopada 2019 r.

Podróż samochodem, autokarem czy pociągiem na Śląsk jest nie tylko krótka, ale i tania.

ZO POT Wiedeń jest przekonany, że przy dalszej aktywnej promocji tej oferty będziemy pozyskiwać dla niej kolejnych zainteresowanych w biurach podróży, jak i wśród klientów indywidualnych.

Drugim ważnym wydarzeniem promocyjnym realizowanym przez ZOPOT Wiedeń w 2019 roku była promocja polskich miast na rynku szwajcarskim.

Rozpoczęliśmy promocję uczestnictwem w targach FESPO w Zurychu, gdzie wspólnie z Pomorską Regionalną Organizacją Turystyczną, Urzędem Miasta Krakowa i Urzędem Marszałkowskim Dolnego Śląska zapraszaliśmy do skorzystania z oferty bezpośrednich połączeń z Zurychu do Gdańska, Krakowa i Wrocławia.

Nowe połączenie na trasie Zurych-Gdańsk wzbudziło na tamtejszym rynku spore zainteresowanie i wykorzystując szansę promowaliśmy województwo pomorskie w prasie turystycznej i branżowej oraz szwajcarskich biurach podróży. W czasie targów przeprowadziliśmy wiele interesujących rozmów z biurami: Hofer Reisen, Kira Reisen, Twerenbold, Surp.Travel. Naszymi medialnymi partnerami były portale Travel News i Travel Inside. Nasze wspólne reklamy ukazały się w magazynie Imagine, Travel Inside oraz pokładowym wydawnictwie Swiss Magazine.

W wyniku rozmów targowych zorganizowaliśmy wyjazd do Gdańska dziennikarzy z Travel Inside oraz przedstawicieli Swiss Magazine. Do Wrocławia i Warszawy wyjechała siedmioosobowa grupa pracowników biura Surp.Travel.

Kolejnym etapem była organizacja „Wieczoru polskiego” w firmie Melzer Mobile w Schaffhausen. Ponad stuosobowa publiczność zapoznała się z atrakcjami turystycznymi naszego kraju.

Po wakacyjnej przerwie ponowiliśmy nasze akcje promocyjne organizując w ramach Swiss Connection (Narodowe Ośrodki Informacji Turystycznej z siedzibą w Wiedniu, które prowadzą działalność również na rynku szwajcarskim) konferencję prasową w Zurychu. Brało w niej udział 22 przedstawiciele lokalnych mediów i blogerów. Wspólnie z koleżankami z Belgijskiego i Czeskiego Ośrodka Informacji Turystycznej przedstawiliśmy zebranych szlaki kulinarne w naszych krajach.

Zaprezentowaliśmy szlaki kulinarne, tradycję i folklor w połączeniu z ofertami miast przedstawicielom branży turystycznej w ramach warsztatów Swiss Travel Day. Brało w nich udział ponad 1500 reprezentantów biur podróży i młodzieży ze szkół turystycznych. ZOPOT Wiedeń w ramach TTW zorganizował stanowisko informacyjne, na którym wspólnie z przedstawicielem biura Jan-Pol z Krakowa prezentowaliśmy oferty wyjazdowe do Polski. Przyjeliśmy na stanowisku 120 reprezentantów (Hosted Agent) biur, którzy obok podstawowych informacji otrzymali od ZOPOT pakiet reklamowy przygotowany we współpracy z Małopolską Organizacją Turystyczną i biurem Jan-Pol. Jednym z punktów programu była prezentacja audiowizualna o Polsce, którą przygotował i przedstawił dyrektor ZOPOT. Obejrzało ją 60 przedstawiciele branży. Na uroczystości z okazji wręczenia wyróżnień za wybitne osiągnięcia na rynku turystycznym w Szwajcarii pokazano film promocyjny Polska, a ZOPOT Wiedeń zorganizował degustację polskich produktów kulinarnych. W wydaniu turystycznej gazety Travel Inside, organizatora warsztatów zamieściliśmy reklamę promującą turystykę rowerową, nasz temat wiodący w promocji na 2020 rok.

W serwisie internetowym Travel News zorganizowaliśmy miesięczną kampanię promującą miasta /Gdańsk, Kraków, Wrocław i Warszawę/ z bezpośrednim połączeniem lotniczym ze Szwajcarii. Z naszą kampanią zapoznało się prawie 150000 osób.

Główne przeloty realizowane są przez linie Swiss i LOT, ale na trasie Bazylea – Kraków pojawił się tani przewoźnik easyJet.

W ramach wiodącego w 2019 roku tematu promocji Krakowa jako Europejskiej Stolicy Kultury Gastronomicznej ZOPOT Wiedeń zrealizował w ciągu roku szereg interesujących imprez promocyjnych, które cieszyły się bardzo dużym zainteresowaniem klientów indywidualnych, jak i przedstawiciele branży i mediów turystycznych Austrii i Szwajcarii. Już pod koniec 2018 roku zamieściliśmy płatne reklamy informujące o programie Kraków ESKG w mediach w Austrii (Traveller) i Szwajcarii (Travel Inside).

Kolejnymi etapami kampanii były:

1. Promocja na targach FERIE Messe w Wiedniu, które zwiedziło ponad 150 tysięcy osób. W czasie targów na Stoisku Narodowym we współpracy z kucharzami z firmy Food

& Friends zrealizowaliśmy warsztaty kulinarne i Happy Hour, a w ramach prezentacji światowej kuchni na estradzie targowej „Genuss Welt” kucharze z Krakowa prezentowali polskie potrawy.

2. Promocja na targach FESPO w Zurychu, które zwiedziło 65 tysięcy zwiedzających. Na stoisku informacyjnym rozdawaliśmy ulotki, prospekty i specjalnie przygotowane gadżety nawiązujące do akcji.

3. Informacje na powyższy temat były przedstawione w ramach prezentacji w biurach podróży Sabtours, Mitterbauer Reisen, Moser Reisen, Reisemobile Melzer.

4. Wspólnie z Instytutem Polskim w Wiedniu zorganizowaliśmy śniadanie prasowe i stanowisko informacyjne na Jubileuszu 45-lecia Instytutu.

5. W czasie XXXV Festiwalu Chopinowskiego w Gaming na zorganizowanym stanowisku informacyjnym prezentowaliśmy materiały o akcji, a melomanii w czasie koncertu Diner otrzymali zestawy promocyjne przygotowane wspólnie z Urzędem Miasta Krakowa, Małopolską Organizacją Turystyczną i biurem podróży Jan-Pol z Krakowa.

6. W czasie śniadania prasowego zorganizowanego w ramach Swiss Connection przedstawiliśmy specjalnie przygotowaną prezentację multimedialną wręczając uczestnikom spotkania pakiety promocyjne (jw.).

7. W czasie warsztatów turystycznych Swiss Travel Day w Zurychu promowaliśmy kampanię na stanowisku informacyjnym, prezentacjach multimedialnych dla biur podróży oraz poprzez zestawy gadżetów promocyjnych.

8. Promocja kampanii Kraków ESKG była naszym hasłem przewodnim na imprezach organizowanych przez Corps Touristique Austria dla przedstawicieli austriackiej branży turystycznej – Summer Lounge i Gala Abend.

9. ZOPOT Wiedeń przygotował w ciągu 2019 szereg informacji prasowych, newslettery i wpisy w mediach społecznościowych promujące naszą kampanię na rynku.

10. Przez cały 2019 rok w przestrzeni miejskiej Wiednia na 26 Videoplakatach było prezentowane zdjęcie reklamujące Kraków Europejską Stolicę Kultury Gastronomicznej. Ten sam wizerunek był zamieszczony na autobusie miejskim kursującym w południowej części Wiednia od stacji Himberg do Dworca Głównego.

Wraz z uruchomieniem nowych tanich połączeń lotniczych z Wiednia do Gdańska, Warszawy i Krakowa, a z Zurychu do Gdańska, Wrocławia i Krakowa pojawiła się duża szansa na pozyskanie młodych ludzi chętnie korzystających z ofert popularnego biura Urlaubsguru i Surp.Travel. ZOPOT Wiedeń zorganizował na stronie internetowej www.urlaubsguru.at/ch kampanię reklamową „Polski tydzień” promującą nasze miasta. Kampania cieszyła się bardzo dużą oglądalnością i liczymy, że już w najbliższej przyszłości spowoduje wzrost przyjazdów do Polski przedstawicieli młodego pokolenia odkrywającego sekrety świata.

Dla pracowników szwajcarskiego biura SurpTravel zorganizowaliśmy z Urzędem Marszałkowskim Dolnego Śląska i partnerami z Regionalnych Organizacji Turystycznych

podróż studyjną, która zaowocowała wprowadzeniem do sprzedaży wyjazdów do Gdańska, Wrocławia i Warszawy. Kolejnym etapem będzie prezentacja atrakcji Krakowa.

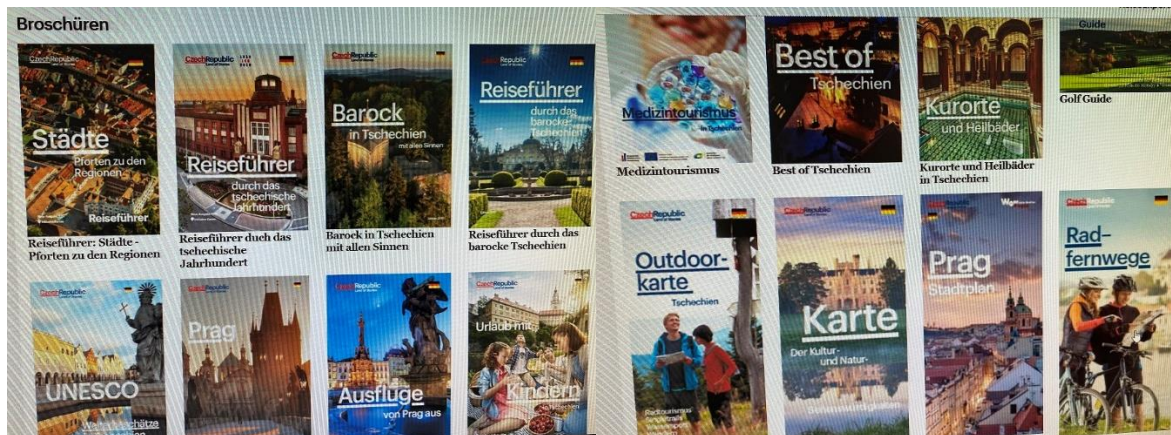


7. Analiza zachowań konkurencji

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. Zamknięcie w Austrii biur promocji przez Węgry i Rumunię doprowadziło do znaczącego spadku sprzedaży i wyjazdów na te rynki. Węgrzy próbują odzyskać utracone wpływy poprzez bezpośrednią promocję prowadzoną z Budapesztu, ale nie znajduje to na razie większego zainteresowania wśród lokalnych biur podróży, które przy organizacji wyjazdów współpracują z dotychczasowymi partnerami.

Dużą konkurencją dla Polski jest rynek czeski. Czech Tourism prowadzi na rynku austriackim bardzo silną kampanię promocyjną, która pozwoliła odbudować utracony potencjał po zamknięciu na dwa lata swojego przedstawicielstwa w Wiedniu. Czesi organizują w ciągu roku wiele podróży prasowych i studyjnych, które są finansowane przez poszczególne regiony. Podobnie finansowane przez regiony są duże imprezy

promocyjne organizowane na terenie Austrii i Szwajcarii. Czech Tourism, przygotował pod kątem rynków niemiecko-języcznych nowe prospekty i mapy promujące poszczególne atrakcje turystyczne i regiony. Turystyka miejska i kulturowa, aktywna, w tym rowerowa to tylko niektóre przykłady tych wydawnictw.



Ze względu na niewielką odległość oraz znakomitą siatkę połączeń z Austrii i Szwajcarii wyjazdy do Czech cieszą się dużą popularnością.

Dużą grupę stanowią turyści indywidualni, którzy mają do dyspozycji sieć ekspresowych połączeń kolejowych do Pragi, Brna z Grazu i Wiednia obsługiwanych przez Koleje Państwowe OBB i Czeskie Drahy. Na rynku austriackim coraz prężniej działa prywatny przewoźnik kolejowy firma Regio Jet. Autobusowe firmy Regiobus i Flixbus gwarantują siatkę połączeń autobusowych, która obejmuje praktycznie cały teren Czech. Koszt podróży zarówno koleją jak i autokarami kształtuje się na poziomie 20-40 EUR.

Czeski Ośrodek Informacji Turystycznej na rynku austriackim i szwajcarskim wykorzystuje 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 to zazwyczaj krótkie 3-4 dniowe wyjazdy oferowane w cenie około 150-300 EUR. Najczęściej sprzedają się oferty wyjazdów do Pragi, Brna, Budziejowic, Czeskiego Krumlova, Mariańskich Łaźni czy Ostrawy. Koszt pobytu w Pradze obejmujący transport, zakwaterowanie w 3 lub 4 gwiazdkowym hotelu, to ca. 200 do 600 EUR. Wycieczka objazdowa 3 -5 dniowa do Młada Bolesław, Liberec, Jablonec itp. to koszt rzędu 500 EUR.

Ze względu na odległość, zwiedzanie kulturalnych atrakcji Czech jest o wiele tańsze w porównaniu z wyjazdami do Polski, gdzie siedmiodniowa objazdowa wycieczka przez główne miasta kosztuje w granicach 800 - 1600 EUR.

Od kilku lat ZOPOT Wiedeń wykorzystując położenie geograficzne, wspólną historię i tradycję oraz dobrą współpracę, promuje Polskę na rynku austriackim wspólnie z

Czechami, co przynosi wymierne korzyści. Wspólne prezentacje i promocje Śląska, w tym wyjazdów do Ostrawy i Katowic są tutaj bardzo dobrze odbierane. W 2019 roku zaangażowaliśmy się wspólnie w produkcję filmu o szlakach kulinarnych na Śląsku dla telewizji państwowej ORF.

Wymierne korzyści osiągamy również współpracując z Czech Tourism na rynku szwajcarskim, gdzie organizujemy wspólnie konferencje prasowe i imprezy promocyjne w ramach nieformalnej grupy Swiss Connection.

Porównując działania konkurencji możemy zauważyć, że podstawą ruchu turystycznego do państw Europy południowo-wschodniej pozostają nadal wyjazdy do miast, w których Austriacy poszukują śladów bogactwa historycznego i kulturalnego.

Celem wyjazdów do Rumunii realizowanych transportem lotniczym lub autokarami jest zwiedzanie Siedmiogrodu, Bukaresztu czy delty Dunaju. Dużą popularnością cieszą się oferowane przez wyspecjalizowane biuro podróży wyjazdy motocyklowe na piękne trasy w górach.

Węgry znane z wyjazdów medycznych (kliniki dentystyczne przy granicy w Szopron) i wypoczynkowych w licznych obiektach SPA są w większości realizowane przez klientów indywidualnych. Według informacji Stowarzyszenia Biur Podróży ORV obserwuje się w ostatnich latach tendencję spadkową tych wyjazdów.

Wyjazdy do Chorwacji, Słowenii czy Włoch nie stanowią na tutejszym rynku konkurencji dla naszej oferty ze względu na inny cel wyjazdu. Podobnie nieporównywalne ze względu ich charakter są oferty podróży do krajów Beneluksu, Francji czy Niemiec.

Przykładowo w jednym z największych biur oferujących wyjazdy do krajów europejskich – Fischer Touristik znajdziemy 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.


W biurze podróży Mitterbauer - Pfleger Reisen oferowane są cztery 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. Brak jest oferty wyjazdowej do Rumunii i na Węgry.

ZOPOT Wiedeń w ramach stowarzyszenia Corps Touristique Austria, zrzeszającego 28 przedstawicielstw turystycznych z całego świata podejmuje wspólne działania promocyjne pozwalające optymalizować wydatki promocyjne oraz wykorzystać synergię w dotarciu do klientów o podobnych zainteresowaniach. Organizacja wspólnych prezentacji, szkoleń dla przedstawicieli branży turystycznej, łączone wyjazdy prasowe pozytywnie wpływają na wzrost zainteresowania i sprzedaż zbliżonych tematycznie ofert.

Home - Corps Touristique X

www.corps-touristique.at

LÄNDER THEMENBROSCHÜREN PRESSE CT AWARDS CT EVENTS KONTAKT



CORPS TOURISTIQUE (CT)
 Vereinigung der internationalen
 und nationalen
 Tourismusorganisationen und
 Vertretungen, die für den
 österreichischen Markt
 zuständig sind.

Agypten	Israel	Polen	Tunesien
China	Italien	Portugal	Ungarn
Deutschland	Jamaika	Russland	USA
Dom. Rep.	Katalonien	Schweiz	Zypern
Flandern-Brüssel	Kroatien	Slowakei	
Frankreich	Kuba	Slowenien	
Griechenland	Malta	Spanien	
Großbritannien	Marokko	Thailand	
Hong Kong	Mexiko	Tschechische Republik	
Irland	Österreich	Türkei	

Diese Website benutzt Cookies. Wenn Sie die Website weiter nutzen, gehen wir von Ihrem Einverständnis aus.

8. Mierniki działań promocyjnych

L.p.		Rok 2018	Rok 2019	
1.	Podróże prasowe i studyjne			
	Liczba przyjętych dziennikarzy	12	22	
	Liczba przyjętych przedstawicieli zagranicznych touroperatorów	84	56	
	Liczba blogerów/influencerów lub innych (2018 grupa VIP)	85	1	
2.	Touroperatorzy			
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy posiadają w swoich katalogach polską ofertę turystyczną – stan na koniec 2019 r.	A 117 CH 56	A 99 CH43	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy w 2019 r. wprowadzili do swoich katalogów polską ofertę turystyczną	A 4 CH 13	A 8 CH 2	
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy w 2019 r. wycofali ze swoich katalogów polską ofertę turystyczną	A 4 CH 3	A 26 CH 16	
	Liczba przedstawicieli zagranicznych/polskich touroperatorów uczestniczących w warsztatach turystycznych	Z	P	Z
		5	61	5
3.	Liczba adresów w bazie newslettera			
	system CRM	268	228	
	inne niż CRM			
4.	Liczba wejść na strony internetowe ZOPOT	124534	119915	
5.	Media społecznościowe - liczba osób, które to lubią			
	Facebook	3876	4178	
	inne* XING, Twitter, LinkedIn	1847	1961	
	blog**	0	0	
6.	Liczba uczestników seminariów i prezentacji na temat Polski	174000	277039	
7.	Wartość artykułów i audycji radiowych i telewizyjnych publikowanych/emitowanych w 2019 roku, liczona według ceny reklamy w EURO, w tym:	1 964 232	2 326 717	
	o na skutek organizacji podróży prasowych	770 818	128 4312	
	o na skutek wszystkich działań PR Ośrodka, z wyłączeniem podróży prasowych	1 193 414	1 042 405	

* należy wymienić inne platformy społecznościowe, na których ZOPOT jest obecny oraz podać łączną liczbę fanów/obserwujących w 2019 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	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Branża	5600	16000	110660	23000	X	x	116260	66000
Regiony	X	25500	44571	59390	X	8000	44571	92890
Placówki dyplomatyczne	X	0	37000	17500	X	10000	37000	27500
Inne	X	30000	108700	114000	X	x	108700	144000
Razem	5600	98500	300931	213890	X	18000	306531	330390

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

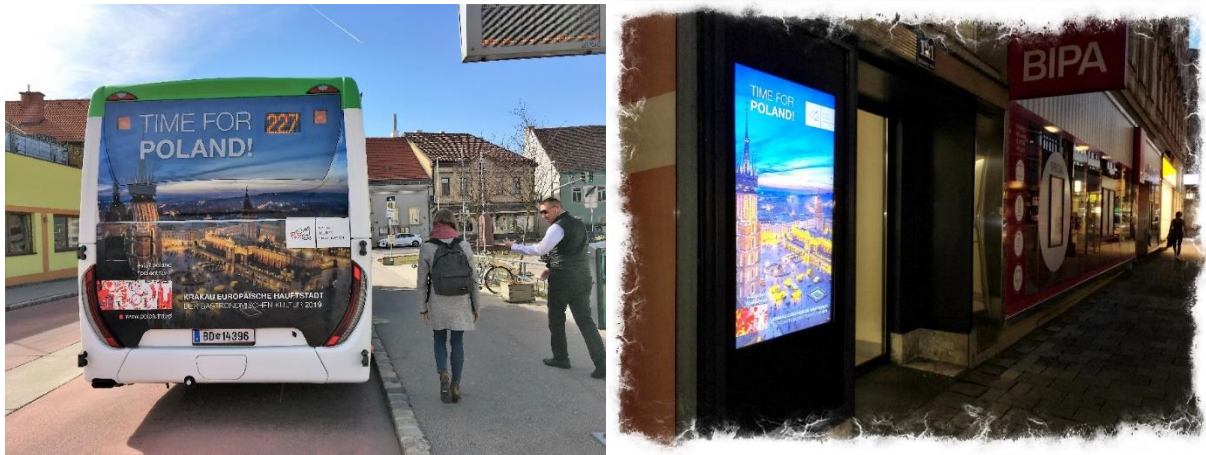
Lp.	Nazwa podmiotu
1.	Travel Projekt Warszawa
2.	Jan-Pol Incoming Kraków
3.	Simply Poland Kraków

10. Załączniki

1. Część tabelaryczna – uzupełnione tabele za IV kwartały 2019 roku
2. Wykaz touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy w 2019 roku posiadali w swoich katalogach polską ofertę turystyczną (według załączonego wzoru)
3. Wzory reklam stosowane przez ZOPOT w 2019 roku (skan)
4. Press book zawierający kopie publikacji, jakie ukazały się w 2019 roku w mediach (prasa drukowana i online) na skutek działań PR Ośrodka – wersja elektroniczna

Wzory reklam użytych w 2019 roku:

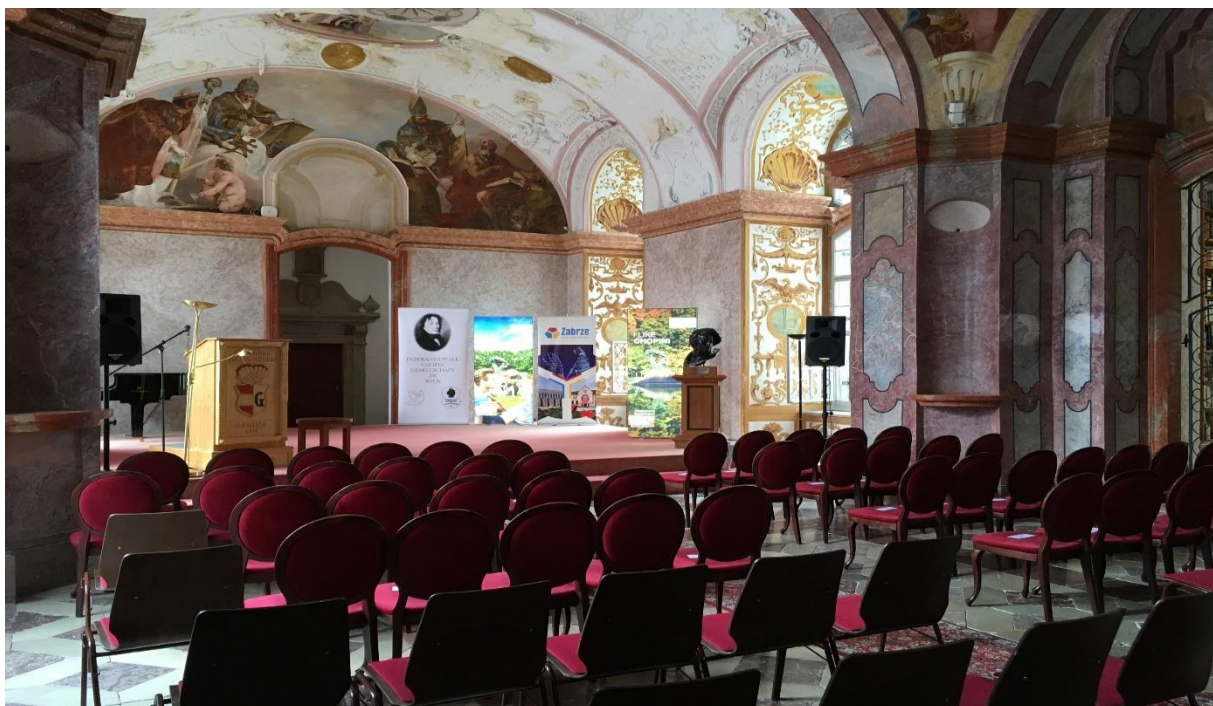
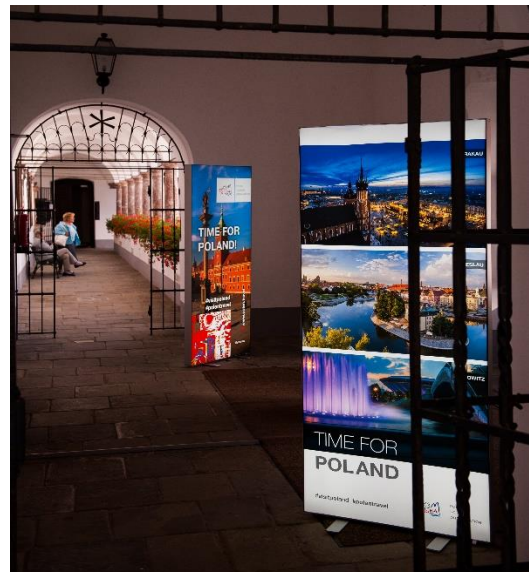
- Reklama Krakowa, jako Europejskiej Stolicy Kultury Gastronomicznej 2019 na autobusie miejskim w Wiedniu i wideo-plakatach w 28 punktach Wiednia. Kampania trwała cały 2019 rok.



- Branding autokaru biura podróży SABTOURS z Linz i jego oficjalny „chrzest” w Zabrzu w sierpniu 2019. Autokar będzie woził turystów przez najbliższe cztery lata.



- XXXV Festiwal Chopinowski w Gdingu. Roll-up, Led-up prezentujące miejsca związane z Fryderykiem Chopinem w Polsce oraz miasta reklamowane przez cały rok na reklamie zewnętrznej biura ZOPOT w Wiedniu.





 POLISH
TOURISM
ORGANISATION

I LIKE
CHOPIN!

#visitpoland
#polentravel



Move Your Imagination

www.polen.travel



 POLISH
TOURISM
ORGANISATION

I LIKE
CHOPIN!

#visitpoland
#polentravel



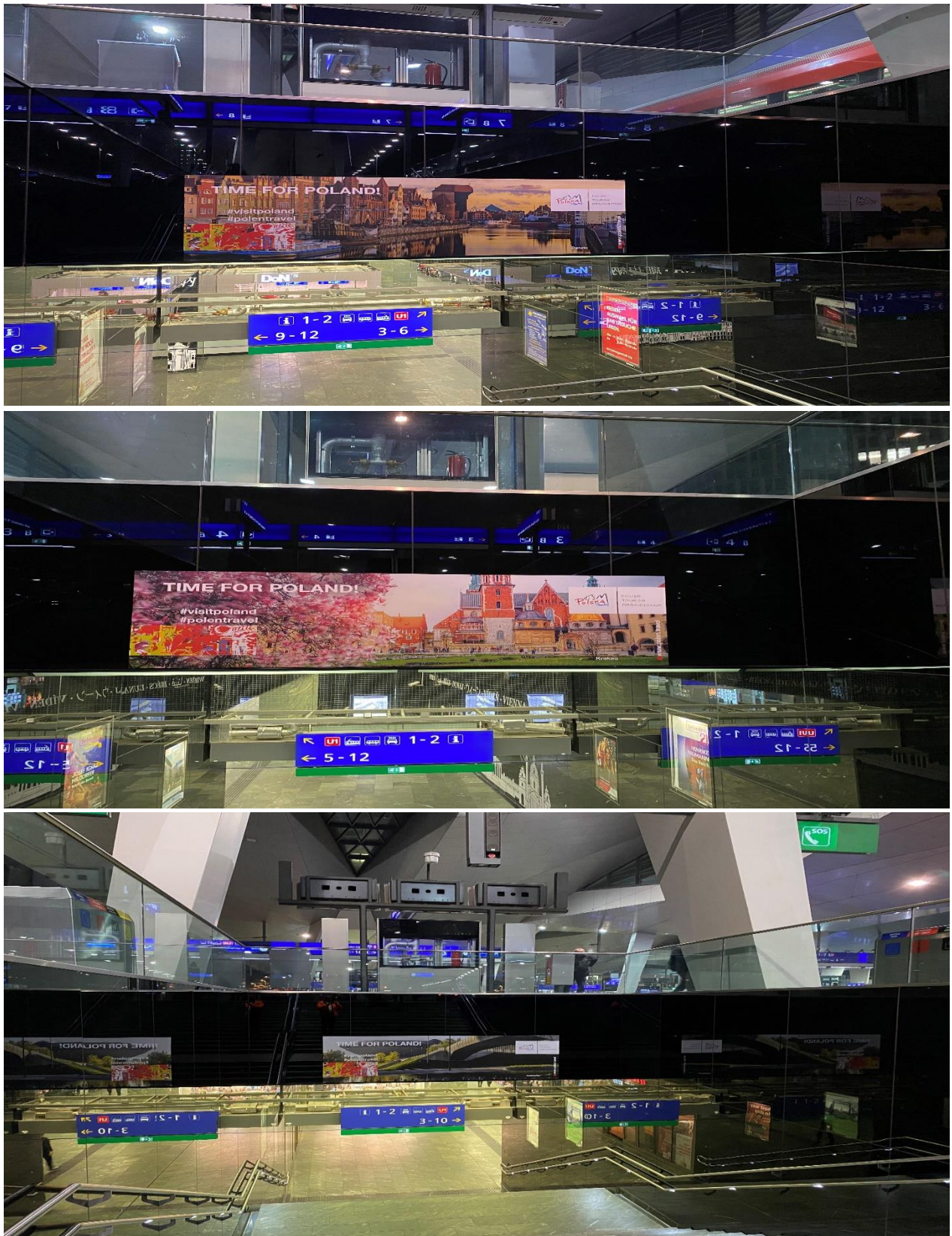
Move Your Imagination

www.polen.travel

- Reklama na budynku siedzibie biura ZOPOT Wiedeń, 1130 Wien, Fleschgasse 34



- Reklama na Dworcu Głównym w Wiedniu. Na pięciu peronach zaprezentowaliśmy miasta: Gdańsk, Katowice, Kraków, Warszawa, Wrocław, które mają bezpośrednie połączenia kolejowe z Wiedniem (Wrocław pociąg nocny Nighthjet)

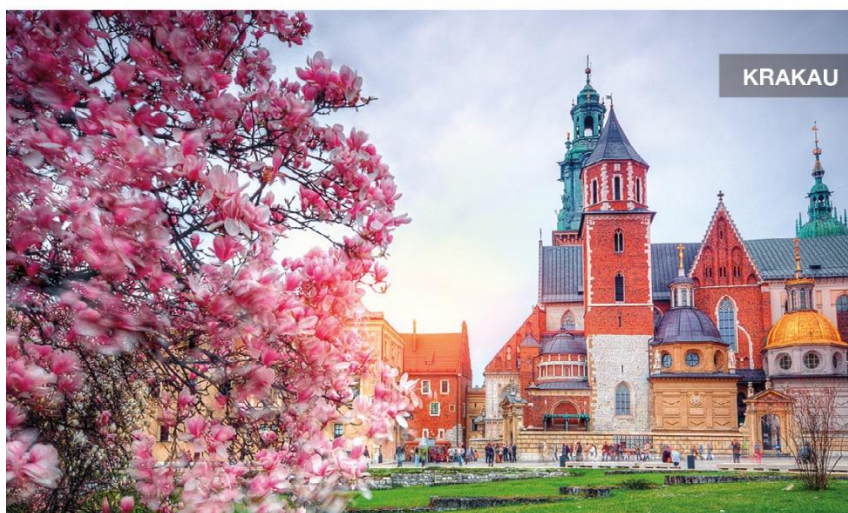


- FESPO MESSE ZURYCH ścianka na stanowisku informacyjnym



- Prezentacja – „Wieczór Polski” - w firmie Reisemobile Melzer w Schaffhausen/Jesteten





TIME FOR POLAND

#visitpoland #polentravel



POLISH
TOURISM
ORGANISATION

- Reklama w prasie związana z ESKG KRAKOW 2019



KRAKÓW



European Capital
of Gastronomic
Culture
Kraków 2019



POLISH
TOURISM
ORGANIZATION

TIME FOR POLAND



ŁÓDŹ



WROCLAW

