



dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

LANDESWEITE GÄSTEBEFragung NORDRHEIN-WESTFALEN

Ergebnisse für den Quellmarkt Polen – Handout

Sebastian Geiger, Consultant

Düsseldorf, 13.08.2019

NORD RHEIN WESTFALEN Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen

EUROPAISCHE UNION Investition in unsere Zukunft
Europäischer Fonds für regionale Entwicklung

2024 EFRE-NRW Investitionen in Wachstum und Beschäftigung

Bild: freepik

Alle Bestandteile dieses Dokuments sind urheberrechtlich geschützt. © 2019 dwif
Dieses Dokument ist Teil der Präsentation und ohne die mündliche Erläuterung unvollständig.

1

Key Facts: Die Nordrhein-Westfalen-Urlauber*innen aus Polen...

- sind vergleichsweise älter, haben ein durchschnittliches Bildungsniveau und gehören vor allem den niedrigeren Einkommensklassen an.
- kommen mehrheitlich zum ersten Mal nach Nordrhein-Westfalen und reisen vor allem mit dem Partner und/oder Freunden/Bekanntem.
- brauchen dementsprechend häufiger Informationen und nutzen dabei in erster Linie Freunde/Bekanntete, die Internetseiten von Unterkunft sowie der regionalen/lokalen Tourismusorganisationen sowie Reiseliteratur/Reiseführer.
- kommen hauptsächlich aufgrund der Sehenswürdigkeiten und Verwandten/Bekannteten, die in Nordrhein-Westfalen wohnen.
- buchen ihren Urlaub überdurchschnittlich langfristig, meistens online über Internetreiseportalen/Buchungsplattformen
- reisen hauptsächlich mit dem PKW aber auch vergleichsweise gerne mit dem Flugzeug an und verbringen v.a. Städte-Urlaube, Verwandten-/Bekanntetenbesuche sowie Besichtigungsreisen.
- besuchen vor allem Restaurants/Cafés sowie Sehenswürdigkeiten, bummeln und shoppen gerne und genießen typische Speisen und Getränke sowie das Nachtleben.
- bewerten ihren Urlaub insgesamt positiv, einzelne Aspekte hingegen auch etwas kritischer. Zufriedenheit herrscht u.a. mit dem Zahlungskomfort, der Vielfalt und Qualität des Angebots, der gastronomischen Vielfalt den Einkaufsmöglichkeiten und den Flaniermeilen/Fußgängerzonen.
- haben eine unterdurchschnittliche Wiederbesuchsabsicht, werden ihren Aufenthalt aber weiter empfehlen.

Quelle: dwif 2019, Datenbasis: Landesweite Gästebefragung in Nordrhein-Westfalen

Folie 2 Landesweite Gästebefragung NRW 2018/2019 – Quellmarkt Polen

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

2

Handlungsempfehlungen zur Bearbeitung des Quellmarkts Polen - Quellen



Ergebnisse der
landesweiten
Gästabefragung



dwif-Erfahrungen
und Kenntnisse aus
vergangenen
Projekten
(u.a. MEMO
Nordrhein-Westfalen)



Informationen aus
den DZT
Marktinformationen
sowie frei verfügbare
Berichte zum Thema
internationale
Quellmärkte

Quelle: dwif 2019

Folie 3

Landesweite Gästabefragung NRW 2018/2019 – Quellmarkt Polen

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

3

Handlungsempfehlungen zur Bearbeitung des Quellmarkts Polen

- Zielgerichtete B2C-Aktivitäten zu Imageaufbau und weiterer Markterschließung
- Marketing und Vertrieb konkreter Produkte – je nach Bekanntheit und Bedeutung regionale Schwerpunkte (Einstieg in den polnischen Markt z.B. über städtetouristische Destinationen).
- Intensiveres Engagement in Onlinemarketing und Social Media-Aktivitäten um vor allem jüngere Zielgruppen direkt anzusprechen (Nutzerzahlen sozialer Netzwerke nehmen in Polen zu).
- Neben der Mundpropaganda und Internet stehen bei auch Reiseliteratur/Reiseführer weiter hoch im Kurs. Printmedien sollten deshalb als Basis im B2C-Bereich nicht ausgeschlossen werden. Die Maßnahmen sollten sich aber weniger auf einzelne Anzeigen als vielmehr auf größere Advertorials richten.
- Die Bedeutung der Direktbuchungen wächst. Reiseveranstalter und Reisebüros spielen in Polen eine immer kleiner werdende Rolle, nur große und spezialisierte Veranstalter können sich halten (z.B. Busreisen, Städtereisen, Geschäfts- und Messereisen). Kontaktaufbau und -pflege zu klassischen Reiseveranstalter ist in Polen wenig erfolgversprechend (Markt sehr kleinstrukturiert). In den Bereichen MICE und Gruppenreisen kann dies jedoch ein sinnvolles Instrument darstellen (z.B. Pressereisen und ggf. zielgerichtete Fam Trips für spezialisierte Reiseveranstalter).

Quelle: dwif 2019

Folie 4

Landesweite Gästabefragung NRW 2018/2019 – Quellmarkt Polen

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

4

Handlungsempfehlungen zur Bearbeitung des Quellmarkts Polen

- Kurze Reisen an langen Wochenenden sind bei Pol*innen sehr beliebt – entsprechende Angebote für Kurz-Trips schaffen und eine gute Erreichbarkeit (Flugverbindungen) zwischen Nordrhein-Westfalen und Polen garantieren (Kooperationen mit Airports in NRW prüfen).
- Wachsendes Interesse der Pol*innen an NRW-spezifischen Themen wie Aktivtourismus, Städtereisen etc.
- Pol*innen haben u.a. Interesse an Freizeitparks etc. da es in Polen kaum vergleichbare Angebote gibt.
- Ansprache in der Landessprache wird von Pol*innen als große Wertschätzung empfunden (Informationen/-Info-Kanäle, Angebote wie z.B. Führungen auf polnisch) – Informationen ggf. durch Bloggerreisen in Landessprache verfügbar machen.
- Schwerpunkte auf die über Direktflüge angebundenen Ballungsräume und junge, hippe Universitätsstädte legen (z.B. Stettin, Posen, Breslau, Krakau und Warschau – hier wirkt sich der wirtschaftliche Aufschwung auf das Reiseverhalten hauptsächlich junger Pol*innen aus).

Quelle: dwif 2019

Folie 5

Landesweite Gästebefragung NRW 2018/2019 – Quellmarkt Polen

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

5

Ihre Ansprechpartner



**LARS
BENGSCHE**
Geschäftsführer

l.bensch@dwif.de
+49(0)89 / 237 028 9-11



**SEBASTIAN
GEIGER**
Consultant

s.geiger@dwif.de
+49(0)89 / 237 028 9- 17

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Büro Berlin | Büro München
Marienstraße 19-20 | Sonnenstraße 27
10117 Berlin | 80331 München

www.dwif.de

URHEBERSCHUTZ

Alle Rechte vorbehalten. © 2019 dwif
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes und des Vertrags zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer ist ohne Zustimmung des dwif unzulässig und strafbar.

6