

**ZAGRANICZNY OŚRODEK
POLSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ
W WIEDNIU
SPRAWOZDANIE
ROK 2022**

AUSTRIA/SZWAJCARIA

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.....	10
6. Analiza wybranych działań.....	11
7. Analiza zachowań konkurencji.....	14
8. Mierniki działań promocyjnych.....	155
9. Współpraca w realizacji działań promocyjnych.....	17

1. Trendy społeczno-gospodarcze

Austria

	2020	2021	2022
PKB w mld. EUR	381	406,1	447,7
PKB per capita w EUR	37.379	39.280	42.563
Poziom bezrobocia (w %)	9,9	8,0	6,3
Inflacja - CPI	1,4	2,8	8,6
Kurs PLN/ EUR - dane NBP	4,6148 (31.12.20)	4,5994 (31.12.21)	4,6899 (31.12.22)

Źródła: *wko.at; de.statista.com; rss.nbp.pl*

Austria jest krajem położonym w Europie Środkowej. Jej całkowita powierzchnia zajmuje 83.879 km², a populacja tego kraju w 2022 roku wynosiła 8.979.894 mieszkańców, z czego 1.587.251 to osoby nie posiadające obywatelstwa austriackiego. Austria, chociaż nie graniczy bezpośrednio z Polską, to posiada rozbudowaną sieć połączeń kolejowych, lotniczych oraz siatkę dróg i autostrad na terenie Słowacji i Czech prowadzących do Polski.

Według dokumentu opublikowanego na stronie Wirtschaftskammer Österreich (skrót: WKO - Austriacka Federalna Izba Gospodarcza) w 2022 nastąpił wzrost PKB o 4,7% w stosunku do poprzedniego roku. Było to spowodowane ustabilizowaniem się sytuacji w sektorze usług, ale również rozwojem produkcji w pierwszej połowie 2022r. Stopa bezrobocia w Austrii według Arbeitsmarktservice (skrót: AMS - Federalnego Biura Pracy) wyniosła 6,3%. Jest to spadek o 1,7% w stosunku do poprzedniego roku, do czego przyczynił się wzrost zatrudnienia w sektorze turystycznym.

Pomimo stabilizacji w sektorze turystycznym w Austrii oraz po zniesieniu restrykcji covidowych liczba noclegów nie osiągnęła stanu sprzed pandemii. Odnotowano 136,9 miliona noclegów. Jest to o 10,3% mniej w porównaniu z 2019 rokiem.

Z kolei wybuch wojny na Ukrainie oraz światowy wzrost cen energii, żywności oraz paliw, znacząco pogłębił inflację z 2,8% w 2021 do 8,6% w 2022 (dane ze strony WKO).

Rząd austriacki, aby przeciwdziałać skutkom kryzysu wprowadził pakiet jednorazowych wypłat pieniężnych, które miały załagodzić podwyżki cen. Dodatkowo, pod koniec roku 2022, rząd opracował prawo umożliwiające zablokowanie wzrostu energii w Austrii.

Według prognoz WKO austriackie PKB odnotuje lekki wzrost (powyżej zera) oraz nastąpi ożywienie gospodarki w drugim kwartale 2023 roku. Inflacja natomiast powinna spaść do poziomu 6,5% (prognoza WIFO*), a w roku 2024 do poziomu 3,2% (prognoza WIFO). Przewidywany jest również wzrost konsumpcji, będący skutkiem rządowych pakietów pomocowych.

Ruth Rosendorf, specjalistka ds. badania trendów turystycznych w Österreich Werbung**, w artykule o trendach w turystyce w Austrii prognozuje, że *podróże typu all-inclusive będą jedną z chętniej wybieranych form wypoczynku. Ważne dla turystów są wycieczki w stylu slow-travel. Rosendorf stwierdza, że osoby, które nie zostały aż tak bardzo dotknięte przez skutki kryzysu, będą w stanie wydać więcej pieniędzy na organizację wyjazdu lub więcej skosztować podczas jego trwania, jak również skore wydłużyć pobyt. Wypoczynek zimowy, w tym wyjazdy narciarskie, to według prognoz, nadal jedne z najchętniej wybieranych rodzajów urlopu wśród mieszkańców Austrii.*

* WIFO - Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung (Austriacki Instytut Badań Gospodarczych) – niezależny austriacki instytut badawczy zajmującym się analizowaniem rynku. Przygotowane przez nich analizy i wyniki badań mają wpływ na rozwiązywanie wyzwań związanych z gospodarką i polityką Austrii.

** Österreich Werbung (ÖW) jest narodowa organizacją turystyczną zajmującą się promocją rynku usług turystycznych w Austrii na rynkach zagranicznych.

2. Sytuacja na rynku turystycznym

2.1 Analiza rynku turystycznego w Austrii

Dane opublikowane na oficjalnej stronie *Statistik Austria opisują trendy pierwszej połowy roku 2022 oraz okres letni (od lipca do września 2022), jak również dane, dotyczące ilości noclegów obejmujące cały rok.*

W pierwszej połowie 2022 roku podróżowało 46,9% (4,58 mln) mieszkańców Austrii. Są to wyniki porównywalne z pierwszą połową 2019 roku. Wtedy podróżowało 44,3% (4,32 mln). Ulubionymi celami podróży Austriaków były Włochy (24,6%), Niemcy (22,1%) oraz Chorwacja (9,0%). Liczba podróży w celach biznesowych wyniosła 1,71 mln, ale nie osiągnęła wyniku sprzed pandemii (1,90 mln w 2019).

	1 połowa 2019	1 połowa 2021	1 połowa 2022	Zmiany procentowe w stosunku do 1 połowy 2021	Zmiany procentowe w stosunku do 1 połowy 2019
Według czasu trwania wycieczki (w 1000)					
Krótki pobyt (1-3 noce)	5 549	2 981,5	5 542,7	85,9	-0,1

Dłuższy pobyt (od 4 nocy)	4 205,9	1 330,3	4 222,6	217,4	0,4
Całkowita liczba	9 755,8	4 311,7	9 765,3	126,5	0,1
Według czasu trwania wycieczki (w %)					
Krótki pobyt (1-3 noce)	56,9	69,1	56,8	-12,4	-0,1
Dłuższy pobyt (od 4 nocy)	43,1	30,9	43,2	12,4	0,1
Według miesięcy, w których odbyła się podróż (w %)					
1. kwartał	42,1	26,1	36,2	10,1	-5,9
2. kwartał	57,9	73,9	63,8	-10,1	5,9
Rodzaj organizacji podróży (w %)					
Indywidualne	75,7	90,2	75,1	-15,1	-0,6
Przez biuro podróży	24,3	9,8	24,9	15,1	0,6
Kierunek podróży (w 1000)					
Wewnętrzne	5 432,5	3 252,8	5 190,1	59,6	-4,5
Zagraniczne	4 323,3	1 058,9	4 575,3	332,1	5,8
Całkowita liczba	9 755,8	4 311,7	9,756,4	126,5	0,1
Kierunek podróży (w 1000)					
Wewnętrzne	55,7	75,4	53,1	-22,3	-2,6
Zagraniczne	44,3	24,6	46,9	22,3	2,6

Źródło: Statistik Austria

W okresie wakacyjnym (lipiec, sierpień i wrzesień) 2022 liczba podróży była wyższa niż ta z analogicznego okresu przed pandemią COVID-19 (2022: 63,1%; 2019: 57,6%). Nastąpił również wzrost podróży zagranicznych (2022: 34,1%; 2019: 30,08%).

Udział procentowy podróży do 3 dni w 2022 wynosił 43,3%, w poprzednim 43,4%. Obie te liczby pokazują, że udział w podróżach do 3 dni osiągnął stan przed pandemiczny (41,4%). Natomiast udział powyżej 4 dni nie powrócił do stanu sprzed pandemii (2022: 56,7%; 2019: 58,6%).

Najwięcej podróży odbyło się w sierpniu (39,9%) i również w tym przypadku jest to stan lepszy od stanu w tym miesiącu w roku 2019 (38,4%). Rokrocznie spada liczba prywatnie organizowanych wycieczek w okresie letnim (2022: 70,5%; 2021: 79,9%; 2020: 82,3%; 2019: 72,8%). Natomiast zauważalny jest wzrost wycieczek organizowanych przez biura podróży w porównaniu z okresem przed pandemicznym (2022: 29,5%; 2019; 27,2%).

Wycieczki zagraniczne cieszyły się większym zainteresowaniem niż w 2019, z kolei spadło zainteresowanie wycieczkami wewnątrz krajowymi. Było to spowodowane zniesieniem ograniczeń covidowych. Od 1-go kwietnia 2022 został uchylony obowiązek odbywania kwarantanny w razie wystąpienia choroby. W Austrii w pierwszym kwartale roku 2022 nadal obowiązywał nakaz stosowania maski typu FFP2 w transporcie publicznym. Szczegółowe dane dotyczące tego okresu znajdują się w tabeli poniżej.

Wyjazdy wakacyjne w okresie letnim (lipiec, sierpień i wrzesień) 2019 do 2022

	2019	2020	2021	2022
Odsetek osób odbywających przynajmniej jeden wyjazd w stosunku do całego społeczeństwa od 15 r.ż (w %)				
Podróż wewnątrz krajowa	30,8	33,8	35,8	34,1
Podróż zagraniczna	39,1	16,5	34,4	45,7
Całkowita liczna	57,6	43,2	56,1	63,1
Według czasu trwania (w 1000)				
Krótki pobyt (1-3 nocy)	2 914,4	2 965,9	3 462,8	3 933,2
Dłuższy pobyt (od 4 nocy)	4 129,4	2 643,9	4 508,9	5 152,7
Całkowita liczna	7 043,8	5 609,8	7 971,7	9 085,9
Według czasu trwania (w %)				
Krótki pobyt (1-3 nocy)	41,4	52,9	43,4	43,3
Dłuższy pobyt (od 4 nocy)	58,6	47,1	56,6	56,7
Według miesięcy (w %)				
Lipiec	37,7	33,5	34,1	36,7
Sierpień	38,4	42,6	40,9	39,9
Wrzesień	23,9	23,9	25,0	23,4
Rodzaj podróży według organizacji (w %)				
Indywidualnie	72,8	82,3	79,9	70,5
Przez biuro podróży	27,2	17,7	20,1	29,5
Kierunek podróży (w 1000)				
krajowe	3 204,0	3 933,9	4 093,1	3 881,7
zagraniczne	3 839,8	1 675,9	3 878,5	5 204,3
Całkowita liczna	7 043,8	5 609,8	7 971,6	9 086,0
Kierunek podróży (w %)				
krajowe	45,5	70,1	51,3	42,7
zagraniczne	54,5	29,9	48,7	57,3

Źródło: Statistik Austria (tłumaczenie własne kategorii)

W okresie zimowym 2022 roku - liczba noclegów wyniosła 15,69 mln i było to o 67,6% więcej w porównaniu z listopadem i grudniem 2021 roku. Odnotowano wzrost noclegów, zarezerwowanych przez gości z zagranicy o 78,2% (8,44 mln.). Te dane wskazują na

ogromne zainteresowanie Austrią jako kraju z dobrymi warunkami do uprawiania sportów zimowych.

Podsumowanie - całkowita liczba rezerwacji noclegów jest o 10,3% niższa niż w roku 2019, który był rokiem rekordowym pod względem liczby noclegów. Sytuacja turystyczna w Austrii z każdym rokiem się polepsza i coraz mniej odczuwalne są skutki restrykcji covidowych.

2.2 Wpływ pandemii COVID 19 i wojny na Ukrainie na zainteresowanie wycieczkami do Polski w Austrii i Szwajcarii

Wybuch wojny w na Ukrainie oraz skutki pandemii COVID-19 miały ogromny wpływ na pogorszenie się sytuacji na rynku wyjazdowym do Polski ze Szwajcarii i Austrii. Wiele biur podróży zrezygnowało z organizowania wycieczek do Polski. Było to spowodowane obawą, że Polskę również mogą dotknąć skutki wojny, a co za tym idzie zmniejszeniem poziomu bezpieczeństwa w Polsce.

Podczas przeprowadzonych rozmów z właścicielami biur podróży otrzymaliśmy informacje, że Polska nie jest tak atrakcyjnym celem podróży, tak jak kraje basenu morza śródziemnego. Wpływ na to miało zniesienie restrykcji dotyczących podróży lotniczych oraz restrykcji covidowych w krajach nieeuropejskich. Również ciągle napływające informacje medialne dotyczące wojny na Ukrainie wzbudzały w mieszkańcach Austrii i Szwajcarii strach przed podróżami do krajów sąsiadujących z Ukrainą.

Biura podróży: Klub 50 oraz Senioren Reisen, których klientami są osoby powyżej 50 roku życia zrezygnowało z tradycyjnie organizowanych wyjazdów autokarowych, jak i lotniczych ze względu na niepokój o bezpieczeństwo uczestników danej wycieczki oraz z obawy o brak zainteresowania Polską jako celem podróży. Pielgrzymka, która miała być zorganizowana do Polski przez austriackie biuro podróży Erwin Edtbrustner GmbH została odwołana i przeniesiona do innego kraju w Europie Zachodniej. Jako przyczynę podano: wybuch wojny na Ukrainie oraz obawę o bezpieczeństwo uczestników.

Podczas rozmów telefonicznych z ponad 300 biurami podróży na rynkach szwajcarskim i austriackim otrzymaliśmy następującą informację zwrotną o sytuacji na rynku usług turystycznych w Austrii i Szwajcarii: dla właścicieli biur podróży jak i osób zajmujących się tworzeniem oferty turystycznej oraz jej realizacją - Polska jest miejscem wartym odwiedzenia. Jednak informacje, które napływają z austriackich i szwajcarskich mediów na temat wojny na Ukrainie wzbudzają ich niepokój, o to czy będą mogli zapewnić bezpieczeństwo swoim klientom.

3. Przyjazdy do Polski

Austria	2020	2021	2022
L. wyjazdów do Polski (w tys.)	90,6	165,7	264,0
L. wyjazdów do Polski obejmujących co najmniej 1 nocleg (w tys.)	150,3	165,7	264,0
L. korzystających z bazy noclegowej na terenie Polski (w tys.)	150,3	165,7	Brak szczegółowych danych za 2022
L. udzielonych noclegów w bazie noclegowej na terenie Polski (w tys.)	150,3	165,7	Brak szczegółowych danych za 2022

**Dane te są ze statystycznych GUS i nie jest to całkowita liczba. Turysty w obiektach z min. 10 pokojami. Źródła: GUS*

4. Połączenia

4.1. Lotnicze

Uruchomione w 2018 roku tanie połączenia lotnicze linii Wizz Air i Laudamotion, które jeszcze w 2019 miały w swojej ofercie Polskę, nie oferowały już takich połączeń w 2022. Laudamotion została w 2020 przejęta przez Ryanair i jest to jedyna tania linia lotnicza, która wznowiła połączenia pomiędzy Polską a Austrią. Bezpośrednie połączenia to: pomiędzy Wiedniem a Warszawą Modlin i Warszawą Lotnisko Chopina, Wiedniem a Gdańskiem, Wiedniem a Krakowem. Nie ma tanich lotów pomiędzy Polską a Szwajcarią.

PLL LOT oferuje bezpośrednie połączenie pomiędzy Warszawą a Wiedniem oraz Zurychem a Warszawą, natomiast połączenia z innymi większymi polskimi miastami są tylko i wyłącznie z przesiadką w Warszawie.

Austrian Airlines oferuje bezpośrednie połączenie między Wiedniem a Warszawą oraz jedno-dzienne bezpośrednie połączenie pomiędzy Wiedniem a Krakowem. Lot do innych polskich miast odbywa się z przesiadkami w innych krajach europejskich.

Swiss Air oferuje połączenie pomiędzy Zurychem i Warszawą, a połączenie Kraków – Zurych jest realizowane przez Air Baltic. Eurowings oferuje połączenie pomiędzy Polską a Szwajcarią, ale nie są to połączenia bezpośrednie.

4.2. Kolejowe

Podróże kolejowe cieszą się w Austrii w dalszym ciągu dużym zainteresowaniem. Jest to dla wielu podróży ekologiczna i wygodna. Od 2019 Austriackie Koleje Państwowe (ÖBB) realizowało połączenia kolejowe min. pomiędzy Wiedniem, Warszawą, Krakowem, Rzeszowem, Katowicami, Gdańskiem, Gdynią, a także innymi miastami w Polsce.

W 2022 ÖBB również realizowało połączenia z Polskimi miastami oferując połączenia bezpośrednie na trasie: Graz – Przemyśl, Wiedeń - Gdańsk. Podróże tym środkiem transportu są atrakcyjne dla austriackiego turysty z pobudek ekologicznych, wzrostu świadomości związanej z ochroną środowiska, ale również pojawia się trend z podróżami w slow-style, których częścią jest podróż pociągiem.

W związku z powyższym wskazana jest rozbudowa połączeń kolejowych, jak i modernizacja trakcji kolejowych na terenie Polski, co umożliwiłoby szybszą i wygodniejszą podróż.

4.3 Autobusowe – Flixbus

Dzięki rozbudowanym połączeniom autobusowym firmy Flixbus są możliwe podróże pomiędzy największymi miastami w Austrii, Szwajcarii i Polski. Podróż pomiędzy Wiedniem, a Krakowem zajmuje od ok. 6 do 8 godzin jazdy, a koszt podróży wynosi od ok. 15 € do ok 30 € w jedną stronę. Podróż autobusem była najchętniej wybierana przez osoby, które na transport chcą przeznaczyć jak najmniejszą kwotę.

Podróże tym środkiem transportu będą nadal chętnie wybierane przez osoby nieposiadające samochodu lub przez osoby z małym budżetem. Jest wysoce prawdopodobne, że w najbliższym czasie sieć połączeń będzie nadal rozbudowywana.

4.4. Samochodowe

Od 2019 podróże samochodowe były jedną z najchętniej wybieranych form dotarcia do Polski. Restrykcje covidowe jak i wprowadzany dystans społeczny spowodowały zwiększony popyt na ten typ transportu. Turysta mógł podróżować sam lub w małej grupie. Była to bardzo elastyczna forma podróży, pozwalająca na dotarcie w te miejsca, gdzie przy tradycyjnej formie transportu nie byłoby to możliwe. Rozbudowana sieć dróg i autostrad na Słowacji i w Czechach umożliwia bardzo szybkie dotarcie do rejonów południowej Polski.

W 2022 w dalszym stopniu samochód jest najczęściej wybieraną formą transportu. Przykładem tego są podróże samochodowe Polonii do południowych rejonów Polski. Również podróż samochodem do takich miast jak Zakopane, Kraków, Katowice, Cieszyn i innych miast na południu Polski, jest jedną z szybszych form przejazdu i umożliwia elastyczność przebiegu trasy.

Szansą na rozwój związany z transportem samochodowych daje prowadzona od roku 2022 budowa autostrady i drogi szybkiego ruchu na terenie Czech prowadzącej do Cieszyna. Inwestycja ta może być szansą dla rozwoju turystyki na Górnym Śląsku. Natomiast bardzo dobre i wciąż rozbudowywane połączenia autostradowe pomiędzy Austrią, Słowacją i Południową Polską przyczyniają się do dalszego rozwoju turystyki w południowej Polsce.

Podróż autostradami, wymaga opłaty. W tym celu należy wykupić winietę. Zakupu można dokonać na stacjach benzynowych w pobliżu granicy, na granicy danego państwa lub online.

- Czeska strona do zakupu winiety: <https://edalnice.cz/pl/index.html#/validation>
- Słowacka strona do zakupu winiety: <https://eznamka.sk/pl>

5. Popyt na polskie produkty turystyczne

Wojna na Ukrainie jak i pandemia COVID-19 wpłynęły na zmniejszenie zainteresowania podróżami do Polski z Austrii i Szwajcarii organizowanych przez biura podróży. Skutkiem tych wydarzeń były zamknięcia firm związanych z branżą turystyczną w Austrii i Szwajcarii.

Napływające informacje o konflikcie zbrojnym na Ukrainie, o kryzysie uchodźczym na granicy polsko – białoruskiej, jak i informacje o napływie uchodźców w Polski, budowa muru granicznego, wpływały negatywnie na decyzje o przyjeździe do Polski.

W lutym 2022 nastąpił kryzys uchodźczy na granicy polsko-białoruskiej. Zamknięcie granicy, kryzys humanitarny, jak i również coraz częściej pojawiające się informacje o ciałach uchodźców nielegalnie przekraczających granicę znajdujących w Puszczy Białowiejskiej, spowodowały spadek atrakcyjności tego rejonu. Również budowa muru w Puszczy Białowiejskiej, była mocno krytykowana w austriackich i szwajcarskich mediach przez środowiska zajmujące się badaniem i ochroną natury. W wyniku ww. sytuacji m.in. szwajcarskie biuro podróży Wisent organizujące wycieczki i pobyty w tym rejonie było zmuszone do zamknięcia swojej działalności.

Niestety, komunikaty napływające z mediów oraz prasy nie zachęcają do organizowania wyjazdów oraz wypoczynku w Polsce. Dlatego, kampania wizerunkowa oraz promocyjna ZOPOT w Wiedniu, w 2022 grały bardzo ważną rolę w ocieplaniu wizerunku naszego kraju.

W 2022 organizacja pielgrzymek do miejsc świętych na terenie Polski została wznowiona. Znajduje się ona wyłącznie w ofercie dużych biur podróży takich jak np. Tui Reisen czy Columbus.

ZOPOT w Wiedniu otrzymuje dużą ilość maili z prośbą o polecenie miejsc wartych odwiedzenia, dotyczących dojazdu do Polski, ale również prośby o przesłanie ulotek oraz innych materiałów promujących nasz kraj. Te zapytania są najczęściej kierowane od osób prywatnych lub od osób organizujących wycieczki w małej grupie. Zwiększenie podróży organizowanych indywidualnie może być spowodowany niepasującą ofertą biur podróży do potrzeb podróżującego lub brakiem Polski w ofercie tych biur.

Dzięki kampanii promocyjnej ZOPOT w Wiedniu *Poland Soul Travel* wzrasta zainteresowanie podróżami w Slow-Style. Ten styl podróży wpisuje się w obecne trendy i preferencje turystyczne w Austrii związane ze zrównoważonymi podróżami na łonie natury do miejsc mało znanych i unikatowych.

6. Analiza wybranych działań

6.1 Kampania *Poland Soul Travel*



Poland Soul Travel to innowacyjna kampania turystyczna realizowana przez Zagraniczny Ośrodek Polskiej Organizacji Turystycznej w Wiedniu dla odbiorców z Austrii i Szwajcarii. W kampanii promowane jest pięć regionów Polski o szczególnych walorach przyrodniczo-kulturowych: Beskid Niski, Sudety, Podlasie i Suwalszczyzna, Kaszuby i Górny Śląsk. Przewodnikami po każdym z regionów są gospodarze domów gościnnych

prowadzonych z zaangażowaniem i znajomością lokalnego kontentu oraz przewodnicy turystyczni.

Atrakcyjna wizualnie i dopracowana merytorycznie strona internetowa kampanii ruszyła w kwietniu 2022 r. i jest dostępna pod adresem www.polandsoultravel.com.

Częścią kampanii jest program wizyt studyjnych do wyróżnionych regionów dla dziennikarzy i influencerów reprezentujących social media. W ramach projektu w 2022 r. zrealizowano 10 podróży różnego typu.

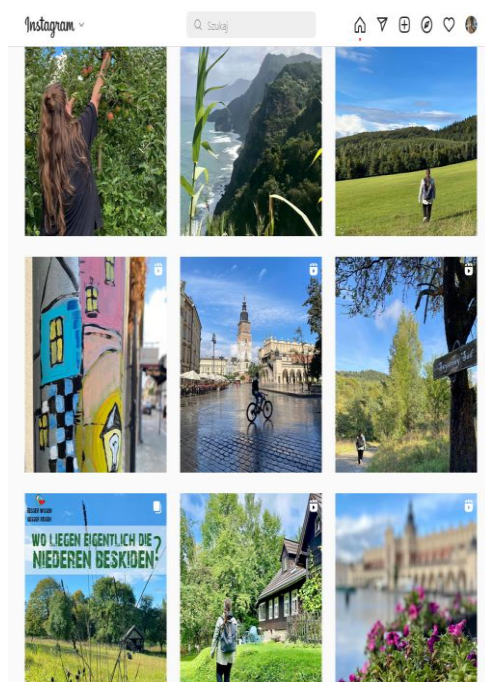
Przykładowy link do filmu wideo z relacją z pobytu:

<https://www.facebook.com/watch/?v=407328614685225>

Linki do artykułów powiązanych:

<https://www.vindobona.org/article/poland-soul-travel-polish-embassy-gives-young-austrians-an-insight-into-krakow>

- **Przykładowe relacje na Instagramie oraz FB:**



- **Podcast Poland Soul Travel**

Dzięki współpracy z doświadczonym austriackim dziennikarzem-freelancerem Peterem Agathakisem kampania Poland Soul Travel doczekała się własnego podcastu. Prowadzący rozmawiał m.in. z dyrektorem Festiwalu Kultury Żydowskiej w Krakowie Januszem Makuchem, przewodnikami oprowadzającymi po wystawach w Muzeum

Śląskiem w Katowicach, Europejskim Centrum Solidarności w Gdańsku i meczecie w Kruszyńianach, spotkał się z właścicielami pensjonatu Stare Gospodarstwo na Kaszubach i odwiedził parę Szwajcarów z Zurychu prowadzących od wielu lat gospodarstwo serowarskie w Bachanowie na Suwalszczyźnie.

Realizacja podcastu znacząco wzmocniła kampanię merytorycznie, a powstałe materiały będą służyć przez lata w indywidualnych kontaktach, promując kulturowe i przyrodnicze dziedzictwo Polski.

Link do podcastu w Spotify:

<https://open.spotify.com/show/03cYcle3dXDW7m3o5ClsEH>

- **KOMOOT**

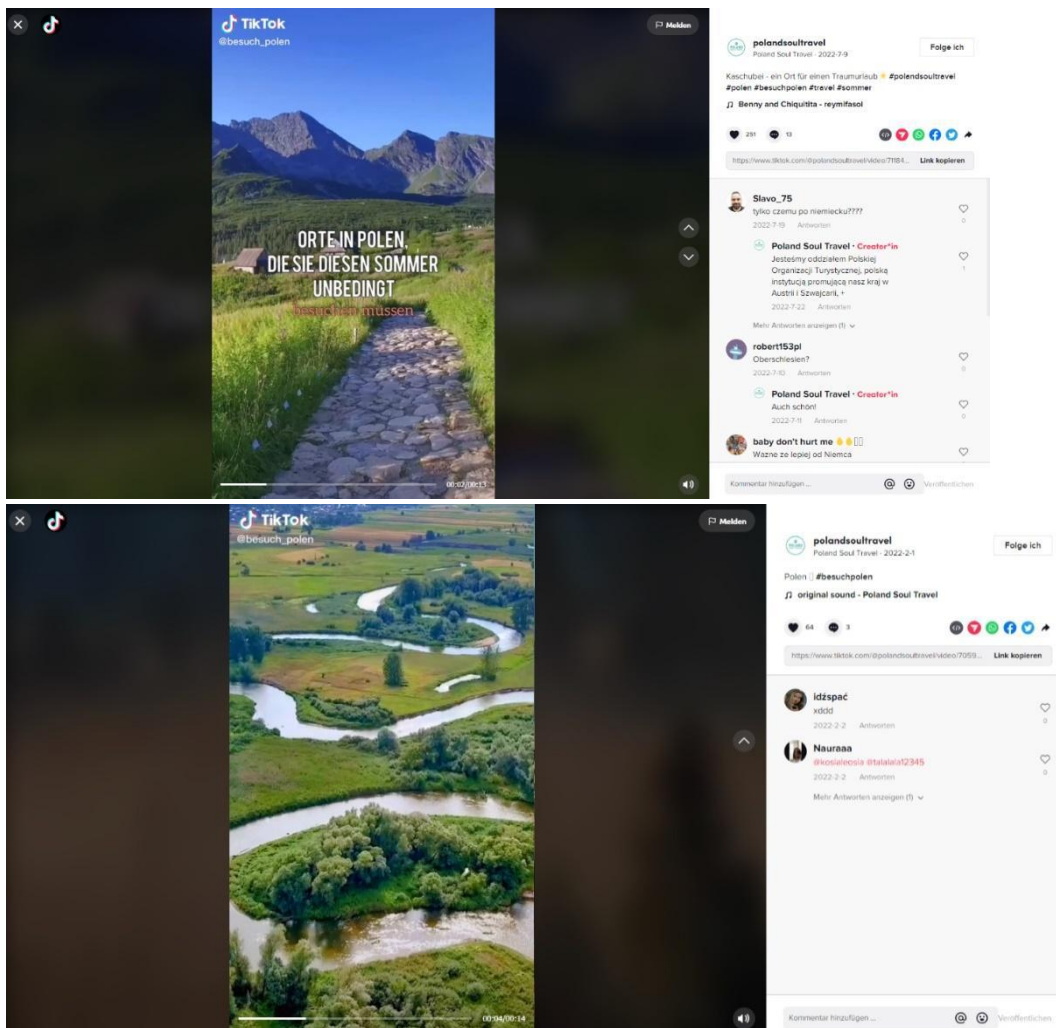
W ramach kampanii Poland Soul Travel 2022 została nawiązana współpraca z popularną w krajach niemieckojęzycznych aplikacją KOMOOT



- **Poland Soul Travel w prasie:**



- **Poland Soul Travel na Tik Toku:**



7. Analiza zachowań konkurencji

Poniżej opisano analizę zachowań konkurencji w aspekcie komunikacji i działań promocyjnych, szczególnie zmiany w związku z pandemią.

Wszystkie narodowe ośrodki promujące turystykę w Austrii, skupiły się na bieżącym informowaniu o aktualnej sytuacji związanej z COVID-19 (początek roku) oraz wojną na Ukrainie (od marca 2022r). Większość ośrodków prowadziła ograniczoną promocję w czasach obowiązującego w Austrii lockdownu oraz zaraz po wybuchu wojny. W promowaniu swoich rynków wykorzystywały głównie kanały internetowe, media społecznościowe, facebook, instagram, linkedin, coraz rzadziej newsletterów.

Ośrodki intensywnie organizują podróże prasowe i studyjne, prezentując swoje destynacje. Duże znaczenie miała działalność Czech, Ungarn i Slowakei Tourismus,

promujące zorganizowane wyjazdy do miejsc nieodległych, dostępnych własnym środkiem transportu. Nie było widoczne duże zaangażowanie w promocję outdoorową czy medialną, a działalność skupiała się głównie w mediach społecznościowych.

Czechy i Węgry, w swoich działaniach przede wszystkim wykorzystywały dobrze zorganizowaną siatkę połączeń kolejowych i autobusowych. W katalogach biur podróży zamieszczane były oferty wyjazdów do Czech, Węgier i Polski, ale jak dotychczas, oferty czeskie były tańsze, ze względu na odległości i możliwość krótszego pobytu. Wyjazdy do Polski, zazwyczaj dłuższe, 5 lub 7 dniowe wycieczki do miast, oferowane były w granicach 1200-1500 euro, kiedy podobne wyjazdy do Czech kosztowały w granicach 600-900 euro. Nie wszystkie zamieszczone w katalogach biur podróży oferty wyjazdowe zostały zrealizowane, z powodu braku pełnego obłożenia. Nadal na rynku austriackim dużym zainteresowaniem cieszą się oferty turystyki miejskiej i kulturowej typu city break. Widoczny jest wzrost zainteresowania ofertami promującymi turystykę aktywną oraz SLOW. Czesi i Słowacy sprzedają na rynku austriackim sporo ofert wyjazdów zdrowotnych (sanatoryjnych) i do obiektów spa. Wyjazdy do Chorwacji, Słowenii czy Włoch cieszą się na tym rynku jak zwykle największym zainteresowaniem, ale preferowany jest tutaj odmienny cel wyjazdów.

Porównanie ofert z katalogu wybranych biur podróży: 9 wyjazdów do Czech w cenie od 350 do 1450 euro, 7 wyjazdów do Polski w cenach od 750 do 2200 euro, 6 wyjazdy do Rumuni w cenach od 850 do 2400 euro i 44 ofert wyjazdów do Niemiec w cenach od 450 do 3900 euro. Rzeczona analiza została wykonana w oparciu o biura podróży: FischerReisen, Miterbauer- Pflieger Reisen, Kneissl Touristik, czy Weiermair Reisen.

8. Mierniki działań promocyjnych

L.p.		Rok 2021	Rok 2022
1.	Podróże prasowe i studyjne		
	Liczba przyjętych dziennikarzy	4	12
	Liczba przyjętych przedstawicieli zagranicznych touroperatorów	0	3
	Liczba blogerów/influencerów lub innych	1	6
2.	Touroperatorzy		
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy posiadają w swojej ofercie Polskę – stan na koniec 2022 r.	AT 71 CH 29	AT 90 CH 41

	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy w 2022 r. wprowadzili do swojej oferty Polskę	0	2
	Liczba touroperatorów z rynku działania ZOPOT, którzy w 2022 r. wycofali ze swojej oferty Polskę/ którzy, posiadali Polskę w ofercie i zaprzestali działalności w 2022 roku	AT 18 / 0 CH 6 / 0	AT 2 / 4 CH 0 / 2
	Liczba przedstawicieli zagranicznych/ polskich touroperatorów uczestniczących w warsztatach turystycznych	Z 86	P 22
3.	Liczba adresów w bazie newslettera		
	system Freshmail	315	0
	inne niż Freshmail	0	300
4.	Liczba wejść na strony internetowe ZOPOT	146 018	190 380
	Liczba wejść na strony internetowe Poland Soul Travel*	0	2 700 000
5.	Media społecznościowe - liczba osób, które to lubią		
	Facebook	4 017	6431
	Instagram	2 136	2629
	Twitter	404	439
	Tik Tok	0	1673
6.	Liczba uczestników seminariów i prezentacji na temat Polski		
7.	Wartość artykułów (w tym w mediach elektronicznych) i audycji radiowych i telewizyjnych publikowanych/emitowanych w 2022 roku, liczona według ceny reklamy w EURO, w tym:	401 858	
	o na skutek organizacji podróży prasowych		
	o na skutek wszystkich działań PR Ośrodka, z wyłączeniem podróży prasowych	8 607 166	
8.	Zasięg materiałów opublikowanych w Internecie w efekcie podróży influencerskich	0	

* Strona internetowa kampanii promocyjnej ZOPOT w Wiedniu. Promuje Polskę <https://polandsoultravel.com/>

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		Razem	
	2022		2022		2022	
Branża	6 500		0		6 500	
Regiony	37 500		0		37 500	
Placówki dyplomatyczne	0		13 500		13 500	
Inne	15 000		40 000		55 000	
Razem	59 000		53 500		112 500	

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

Lp.	Regionalni przedstawiciele	Przedstawiciele polskiej branży turystycznej
1.	Małopolska Organizacja Turystyczna	Jan-Pol
2.	Dolnośląska Organizacja Turystyczna	Travel Projekt
3.	Lubelska Organizacja Turystyczna	Mazurkas Travel