



POLISH
TOURIST
ORGANISATION

MIĘDZYNARODOWE TARGI TURYSTYCZNE
TOURISTIK & CARAVANING INTERNATIONAL
Lipsk, 21-25 listopada 2012

CHARAKTERYSTYKA TARGÓW I RYNKU

Międzynarodowe targi turystyczne **Touristik & Caravaning International** to największe konsumenckie targi turystyczne na terenie wschodnich Niemiec.

Organizator imprezy:

TMS Messen-Kongresse-Ausstellungen GmbH, Bremer Str. 65, D-01067 Dresden

Miejsce i adres imprezy:

Kompleks wystawienniczy Targów Lipskich, Messeallee 1, D-04356 Leipzig

Termin i godziny otwarcia imprezy:

21-25 listopada 2012, codziennie od 10.00 do 18.00

Powierzchnia wystawiennicza targów: 73.000 m²

Dane za 2011 rok:

- liczba wystawców: 1.097 z 42 krajów
- liczba zwiedzających: 69.000 osób

Charakter targów: promocyjno-handlowy

Odwiedzający Polskie Stoisko Narodowe w 2011 roku: osoby prywatne - turyści indywidualni.

Najczęściej zadawane pytania przez odwiedzających PSN w 2011 roku:

1. Ogólne informacje o Polsce: regiony wypoczynkowe nad morzem i w górach, połączenia drogowe i kolejowe, dostępność tanich linii lotniczych, informacje praktyczne o regionach i miastach, bezpieczeństwo, kuchnia, wymiana pieniędzy, ośrodki campingowe, noclegi, przejścia graniczne samochodowe i piesze, baza noclegowa.
2. Szczegółowe informacje: turystyka kulturowa i pobyty w miastach (wydarzenia kulturalne, zabytki, shopping), turystyka aktywna (szlaki wodne, rowerowe i piesze), caravaning i camping, turystyka zdrowotna oraz wellness&SPA, agroturystyka, turystyka młodzieżowa, turystyka autokarowa.

Najbardziej poszukiwane materiały w 2011 roku: wykazy hoteli i pensjonatów, mapy (miasta, regiony, szlaki wodne i rowerowe, campingi), informacje praktyczne o miastach regionach, przewodniki po miastach, cenniki usług, agroturystyka i kalendarze imprez kulturalnych.

Potencjał rynku niemieckiego z uwzględnieniem pozycji Polski

Według analizy wyników badań przeprowadzanych corocznie przez Wspólnotę Badawczą Urlop i Podróże - F.U.R (Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen), w 2011 roku Niemcy odbyli łącznie około 70 mln podróży urlopowych. Jednocześnie nastąpił wzrost wydatków zagranicznych do około 60 mld euro.

Move Your Imagination



Preferencje urlopowe Niemców pozostają od lat niezmiennie. Są oni zorientowani na odpoczynek, odprężenie i regenerację organizmu. Nie zmieniają się także formy wypoczynku: plaża i kąpieliska, turystyka objazdowa, miejska i zdrowotna. Nadal ważną rolę odgrywa urlop rodzinny z dziećmi. Nastąpił wzrost zainteresowania krótkimi urlopami zagranicznymi, ze szczególnym uwzględnieniem turystyki miejskiej oraz noclegami w domkach letniskowych i na campingach.

Polska posiada już ugruntowaną, mocną pozycję na niemieckim rynku turystycznym. Według danych F.U.R jesteśmy jednym z dziesięciu najbardziej ulubionych zagranicznych krajów urlopowych Niemców oraz liderem wśród zagranicznych destynacji wybieranych dla urlopów zdrowotnych. Wg statystyk niemieckiej turystyki autokarowej Polska jest trzecią najważniejszą destynacją, po Włoszech i Austrii.

Według informacji uzyskanych od niemieckiej branży turystycznej sprzedającej ofertę polską, w 2011 roku miał miejsce widoczny wzrost zainteresowania wyjazdami do dużych miast, głównie Wrocławia, Krakowa, Warszawy oraz do miast Wybrzeża - Gdańska, Kołobrzegu, Świnoujścia i Międzyzdrojów. W polskich górach największym powodzeniem cieszyły się Świeradów, Polanica, Kudowa i Łądek Zdrój. Rosnącym zainteresowaniem klientów cieszy się turystyka aktywna, szczególnie rowerowa i wodna. Szukają oni jednak obok Mazur także wypoczynku na Pomorzu oraz nad rzekami. W dalszym ciągu bardzo dobrze sprzedają się wyjazdy do uzdrowisk polskich oraz oferty turystyki objazdowej. Najchętniej odwiedzane regiony to Pomorze, Mazury i Dolny Śląsk. Niemiecka branża turystyczna potwierdza zgodnie, że turyści niemieccy coraz chętniej wyjeżdżają do Polski, organizując podróż samodzielnie.

Ważnym czynnikiem branym pod uwagę przez turystów niemieckich jest siła nabywcza euro w krajach urlopowych. Także pod tym względem Polska jest dla nich interesującym krajem. Według analiz Statistik Austria i Commerzbank Research nasz kraj znajduje się bowiem na czwartym miejscu w rankingu najkorzystniejszych zagranicznych destynacji urlopowych (analiza porównawcza siły nabywczej euro). Bardzo korzystne dla Polski są też analizy niemieckiego klubu automobilowego ADAC (ok. 18 mln członków), dotyczące cen paliw i cen campingów w Europie. Wg tych danych właśnie w Polsce są one najkorzystniejsze. Informacja ta stanowi dla nas bardzo dobrą rekomendację, ponieważ ADAC jest uważany przez Niemców za jedno z najbardziej wiarygodnych i bezstronnych źródeł wiedzy o krajach urlopowych.

Uczestnictwo w Polskim Stoisku Narodowym i oferta

Udział w PSN określa dokument Polskiej Organizacji Turystycznej pt. „Zasady uczestnictwa w Polskich Stoiskach Narodowych organizowanych na międzynarodowych targach turystycznych i przemysłu kongresowego”, opublikowany na stronie www.pot.gov.pl/targi-i-wystawy/. Wystąpienie na targach Touristik & Caravaning International jest przygotowywane przez Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Berlinie, we współpracy z przedstawicielstwem Targów Lipskich w Polsce (www.targilipskie.pl).

Uwaga dla wystawców: Dzięki doskonałym opiniom o atrakcyjności turystycznej Polski oraz gościnności jej mieszkańców, przekazywanym przez media niemieckie w kontekście EURO 2012, uczestnicy PSN powinni być przygotowani na znacznie większe niż w latach poprzednich zainteresowanie ich ofertą.

Informacje dodatkowe:

- targi Touristik & Caravaning International: www.touristikundcaravaning.de
- plany działań Polskiej Organizacji Turystycznej i jej ośrodków zagranicznych: www.pot.gov.pl
- statystyki turystyki przyjazdowej do Polski: Instytut Turystyki, www.intur.com.pl

Opracowanie: Polski Ośrodek Informacji Turystycznej w Berlinie, sierpień 2012

