

POLEN



Wissenswertes zum Markt auf einen Blick



Warum in Polen aktiv werden?

Polen hat 40 Mio. Einwohner und eine stetig wachsende Mittelschicht. Die Bevölkerung ist extrem reisefreudig - im Sommer wie im Winter. Österreich gilt als die Winterdestination Nr. 1 und erfreut sich auch im Sommer stetig steigender Beliebtheit.

Die Top-Headlines in Polen

Die Neuwahlen am 15.10. mit Rekordwahlbeteiligung von knapp 74 %, sorgten für eine voraussichtliche Umbildung der Regierung in Richtung eines liberaleren und positiv zur EU stehenden Koalitionsbündnisses. Die Regierungsbildung ist voraussichtlich mit Jänner 2024 abgeschlossen.



Was beschäftigt die Menschen in Polen? Worüber spricht die Reisebranche?

Die Nähe zur Ukraine und der Grad der Unterstützung des Landes ist eines der größten gesellschaftlichen Themen. Polen profitiert von den zugezogenen Ukrainer:innen in vielerlei Hinsicht (Konsum, Arbeitskräfte, neue Firmenstandorte aus dem Land in Richtung Polen). Gleichzeitig gibt es auch kritische Stimmen aus der Politik.

Man spricht über Sommeralternativen zu Sun- & Beach-Destinationen. Hier kann Österreich mit seinem vielfältigen Angebot punkten.



Wie wirken sich Inflation und Energiekrise auf das Reisen aus?

Unsere Zielgruppe ist von der Inflation bzw. damit verbundenen Krisen wenig betroffen. Dies liegt unter anderem auch an Erhöhungen von Sozialleistungen des Staates wie z.B. der Familienbeihilfe sowie einem guten Ausgleich der Inflation bei vielen Arbeitgeber:innen im Land.



Top-Trends aus Freizeit, Gesundheit und Informationsverhalten

Work-Life-Balance: Erholung ist wichtigstes Urlaubsmotiv und Regionalität wird wichtiger: Sowohl in Bezug auf Kulinarik als auch im Medienkonsumationsverhalten.



Besteht Lust auf Reisen?

Während der Inlandsmarkt eher schwächelt, ist die Reiselust ins Ausland ungebrochen hoch. Davon profitiert auch Österreich. 2023 zeichnet sich als das bisher beste Jahr in Bezug auf die Nächtigungen/Ankünfte aus Polen in Österreich ab.

Wussten Sie schon ...?

... dass Polen zwar kein Nachbarland ist, aber doch näher liegt als man denkt? Von vielen der Hauptherkunftsräume wie Schlessien (Kattowitz und Umgebung) oder Kleinpolen (Krakau und Umgebung) ist man in weniger als vier Stunden in Österreich.



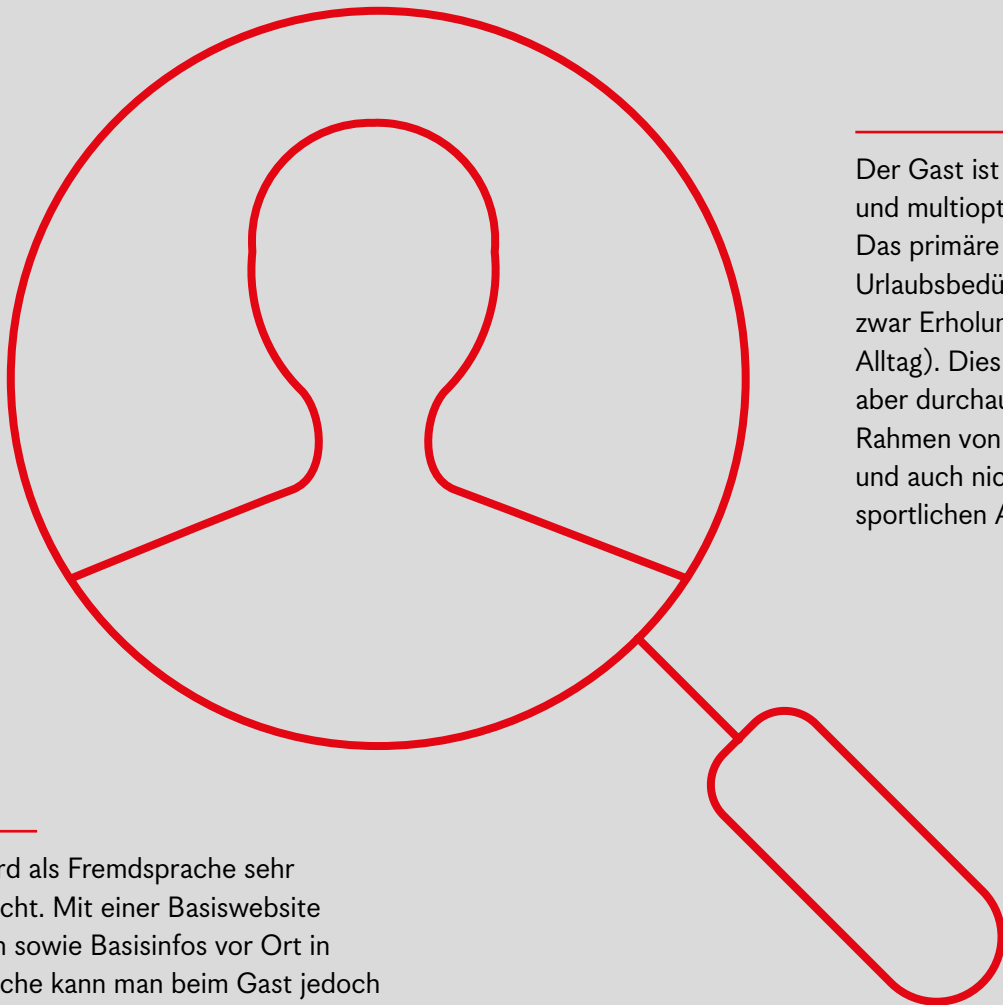
DER GAST



auf den Punkt gebracht

Die Gastgeberqualität in Österreich wird geschätzt. Zu viel persönliche Nähe bzw. Kontakt ist nicht unbedingt gewünscht. Es sollte vermieden werden, das Herkunftsland Polen als Osteuropa zu bezeichnen. Die Polen sehen sich klar als Mitteleuropäer.

Kleine Aufmerksamkeiten zur Begrüßung begeistern. Keine versteckten Preisfallen! Es empfiehlt sich nicht politische Themen anzusprechen, da das Land in den jeweiligen Parteipräferenzen stark gespalten ist.



Der Gast ist sehr offen und multioptional. Das primäre Urlaubsbedürfnis ist zwar Erholung (vom Alltag). Dies passiert aber durchaus im Rahmen von sportlichen und auch nicht-sportlichen Aktivitäten.

Englisch wird als Fremdsprache sehr gut beherrscht. Mit einer Basiswebsite auf Polnisch sowie Basisinfos vor Ort in Landessprache kann man beim Gast jedoch punkten. Hier ist darauf zu achten, dass die Übersetzung eine hohe Qualität aufweist.

IM GESPRÄCH MIT ...



Robert Gröblacher

Welche Entwicklungen beobachtest du auf deinem Markt, die sich auf die Nachfrage nach Urlaub in Österreich auswirken könnten? Könnten sich daraus zukünftige Chancen in der Bearbeitung ergeben?

Gerade im Sommer-Urlaub wird verstärkt nach Alternativen/Ergänzungen zu Sun- and Beach-Destinationen gesucht. Hier hat Österreich mit seinem Angebot extrem gute Karten und weitere Entwicklungschancen.

Was sind derzeit die wichtigsten Marketing-Aktivitäten, um den Gast auf deinem Markt für Urlaub in Österreich zu begeistern? Worin siehst du relevante Marketing-Potentiale der Zukunft?

Es geht immer um die Kombination verschiedener Kanäle und einen optimalen Channel-Mix. In Polen hat neben Social-Media und Online-Marketing in allen Variationen auch der Radio-, (Digital-)Out-of-Home-, VOD- und Printsektor Relevanz.

Welche neuen Interessen und Sehnsüchte zeichnen sich derzeit innerhalb der Zielgruppe am Markt ab, die es zukünftig in (Marketing-)Aktivitäten zu adressieren gilt?

Das Thema Nachhaltigkeit wird bei der Zielgruppe, die meist aus den großstädtischen Ballungsräumen kommt, auch sehr stark mit der intakten Natur und sauberen Luft in Österreich assoziiert. Kultur- und Städteurlaub wird für Gäste aus Polen ganzjährig immer wichtiger.

Sind in letzter Zeit Veränderungen in den Werten oder Lebensstilen der Zielgruppe auf deinem Markt erkennbar, die für Urlaub in Österreich von wachsender Relevanz sind?

Die Work-Life-Balance wird immer wichtiger. Erholung ist laut unseren Reisetudien im Sommer wie im Winter das wichtigste Urlaubsmotiv. Auch wenn Erholung in der Zielgruppe durchaus durch die Ausübung vielfältiger Freizeitaktivitäten erfolgen kann. Individuellere Urlaubserlebnisse nehmen an Bedeutung zu.

Gibt es Geschäftspraktiken auf deinem Markt, die du besonders interessant oder herausfordernd findest? Welches persönliche Learning möchtest du österreichischen Partner:innen in diesem Zusammenhang mitgeben?

Es gibt keine großen Unterschiede zu Österreich im Geschäftsleben. Wichtig ist es den persönlichen Kontakt zu pflegen. Als ausländischer Geschäftspartner sollte man das Gastland nicht kritisieren.

Welche strategischen Maßnahmen planst du gemeinsam mit deinem Team in den kommenden Jahren, um die Nachfrage nach Urlaub in Österreich aus dem Markt heraus nachhaltig zu entwickeln?

Wir werden besonderes Augenmerk auf die Sommersaison legen. Hier ist Österreich trotz sehr guter Zuwächse und Zahlen erst auf Platz 15 in Polen bei der Beliebtheit der Urlaubsdestinationen und es ist noch sehr viel Wachstumspotential nach oben gegeben.



Robert Gröblacher

Head of Market

Polen

robert.groebblacher@austria.info

Mehr Informationen zum Markt Polen finden Sie auf unserer [Märkteseite!](#)