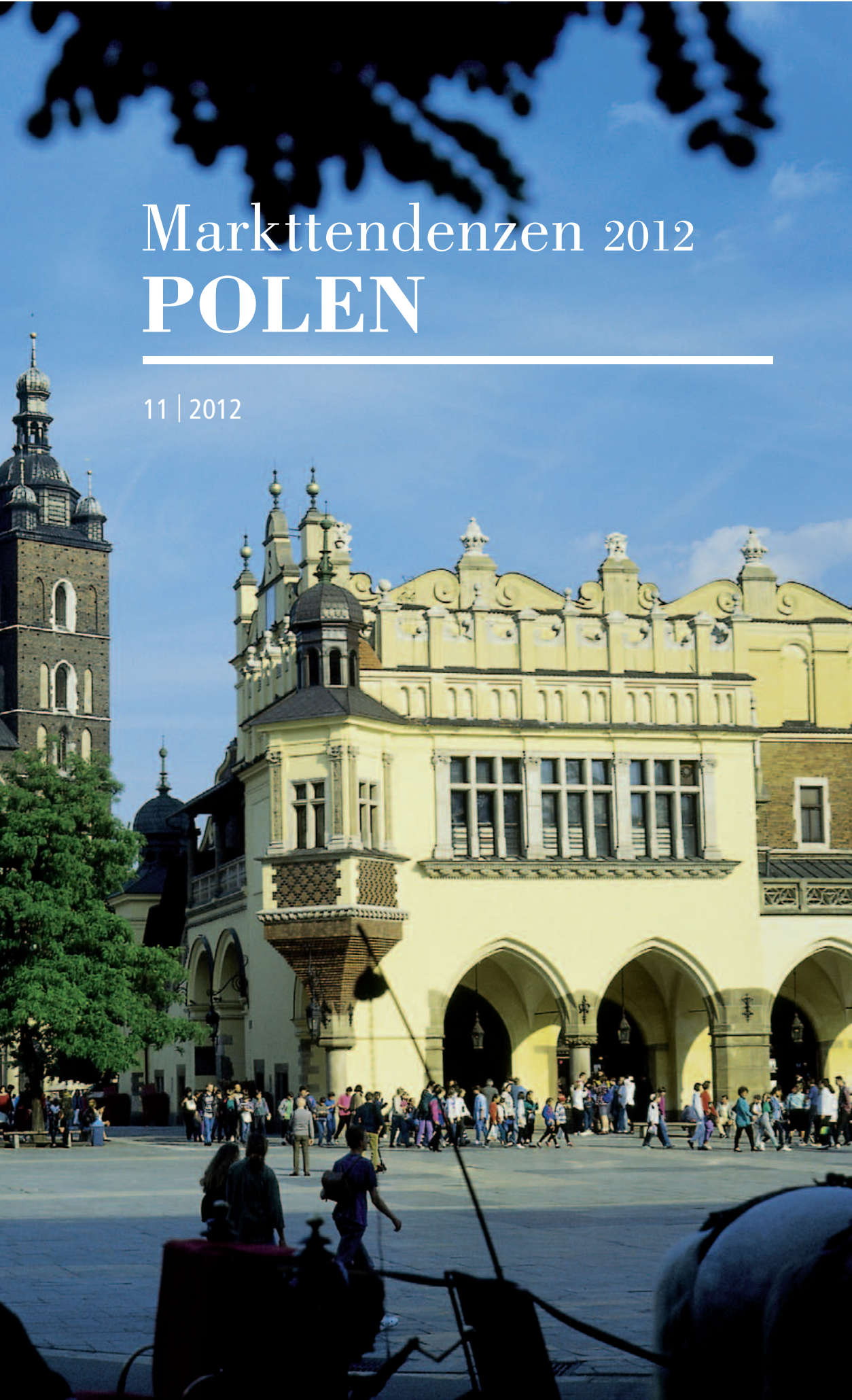


Markttendenzen 2012

POLEN

11 | 2012



Markttendenzen 2012



Markttendenzen 2012

POLEN

Wissenswertes	2
Schlüsseldaten	3–4
Reiseverhalten	5–8
Zielgruppen-Potenzial	9
Touristische Eckdaten	10–13
Polnische Gäste im VS	14–16
Vergleich Schweiz-Österreich	17–18
Synthese	19
Nützliche Adressen	20–21
Hintergrundinformationen	22
Quellen	23–25

Wissenswertes

Potenzial

Wussten Sie schon, dass

- ... Polen **38.5 Mio. Einwohner** zählt und somit einer der grössten Märkte mit potenziellen Kunden in der EU ist?
- ... Polen zu den **25 wichtigsten Wirtschaftsnationen** der Welt gehört?
- ... Polen als einziges Land in der EU während der **Wirtschaftskrise 2009** eine **Rezession vermeiden** konnte?
- ... sich immer mehr beruflich und gesellschaftlich erfolgreiche Polen **Ferien in den Alpen** leisten können und wollen?
- ... der polnische Gast in der Schweiz durchschnittlich **ca. 160 CHF pro Tag** ausgibt?



Destinationen

Wussten Sie schon, dass

- ... gemäss den Daten des polnischen Tourismusinstituts die Schweiz 2010 (zusammen mit anderen Ländern) unter die beliebtesten 15 Auslandsreise-Destinationen fiel (150'000 Besucher)?

1 Deutschland	7 Litauen
2 Grossbritannien	8 Kroatien/Ägypten/ Griechenland
3 Italien	11 Türkei
4 Frankreich	12 Slowakei/Österreich
5 Tschechische Republik/ Spanien	14 Schweiz/Niederlande/ Ukraine/Schweden/ Tunesien/Bulgarien

In Anlehnung an: Institute of Tourism Warsaw (2011)

- ... 15% der polnischen Internetnutzer **Skiferien in der Schweiz** verbringen möchten?

Reiseverhalten und Produkte

Wussten Sie schon, dass

- ... sich **61%** der Polen regelmässig **übers Internet informieren**?
- ... **47%** der polnischen Touristen, die ins Ausland verreisen, in **Hotels**, **33%** bei **Bekannten** übernachten (Zahlen 2010)?
- ... diejenigen, welche im Hotel übernachten, mit Vorliebe **3- bis 5-Sterne** Hotels wählen?
- ... 3.5 Mio. Polen Wintersport betreiben?
- ... **66%** der Polen jedoch eher **im Sommer und im Herbst** ins Ausland verreisen?
- ... knapp **30%** der Polen die Schweiz in der Zwischensaison besuchen?
- ... immer mehr Polen sich für einen Urlaub in einer **intakten Naturlandschaft** interessieren?
- ... bei den Polen ein **Trend hin zu Themenreisen** beobachtet werden kann?

Schlüsseldaten

Schlüsseldaten

Bevölkerung und Fläche

Polen hat mit 38.5 Mio. Einwohnern die sechstgrösste Bevölkerungszahl in der EU. Mit einer Fläche von 313'000 km² ist Polen das siebtgrösste Land Europas.

Konfession und Sprache

95% der polnischen Bevölkerung sind römisch-katholisch. Neben der Landessprache Polnisch sind die wichtigsten Fremdsprachen in Polen Deutsch und Englisch. Insbesondere die jüngere Bevölkerung Polens verfügt über hervorragende Fremdsprachenkenntnisse.

Einreisebestimmungen in die Schweiz

Polen ist seit 2004 in der EU. Polnische Touristen benötigen für die Einreise in die Schweiz nur einen gültigen Reisepass (kein Visum mehr).

Währung

Die polnische Währung ist der Złoty. Umrechnung: 100 Złoty entsprechen etwa 29 CHF, 100 CHF sind etwa 340 Złoty (Stand Oktober 2012). Die polnische Währung ist im Zuge der letzten Krisen (Immobilienkrise, Finanzkrise, Eurokrise usw.) wie viele andere Währungen ebenfalls unter Druck geraten. Trotzdem blieb die polnische Währung insbesondere gegenüber dem Euro relativ stabil.

Wirtschaftliche Schlüsselzahlen

Polen zählt heute zu den 25 wichtigsten Wirtschaftsnationen der Welt. Wie aus der Tabelle auf der nächsten Seite hervorgeht, hat Polen im Vergleich zu vielen anderen europäischen Ländern die aktuellen Krisen sehr gut bewältigt. Das Land befindet sich weiterhin auf einem soliden Wachstumspfad.



Karte von Polen mit seinen existierenden Flughäfen (schwarz) sowie den Flughäfen, welche sich im Jahr 2011 noch im Bau befanden (rot)

Schlüsseldaten

Wachstumsdaten und -prognosen für Polen

	2007	2008	2009	2010	2011	Prognosen		
						2012	2013	2014
Wachstumsrate (in%)	6.8	5.1	1.6	3.9	4.4	2.6	3.2	3.6
BIP/Einwohner (CHF)*	12'300	15'299	12'431	13'546	14'928	15'479	16'146	16'981
Inflationsrate (in%)	2.5	4.2	3.5	2.5	4.3	3.8	2.7	2.5
Arbeitslosenrate (in%)	9.6	7.1	8.2	9.6	9.6	9.4	9.1	8.8
Leistungsbilanz (in% des BIP)	-6.2	-6.6	-4.0	-4.7	-4.3	-4.6	-4.3	-4.3
Verschuldungsgrad (in% des BIP)	45.0	47.1	50.9	54.9	55.4	55.7	55.2	53.4

In Anlehnung an: International Monetary Fund (2012)

*Ursprungsdaten sind in USD angegeben, Umrechnung in CHF erfolgte basierend auf Devisenmittelkurs 0.907 per 30.04.2012

Wirtschaftswachstum der letzten Jahre

- Polen hatte insgesamt **weniger mit den Folgen** der globalen **Finanzkrise zu kämpfen** als seine mitteleuropäischen Nachbarn.
- 2009 war Polen sogar das **einzige EU-Land**, das mit einem **realen Zuwachs seines Bruttoinlandsprodukts** (um 1,7%) aufwarten konnte.
- Im Jahr **2010 beschleunigte** sich das **Wirtschaftswachstum** auf **3,8 %**, **2011** sogar auf **4,4 %**.
- Die **Wachstumstreiber** haben dabei im vergangenen Jahr gewechselt: Anders als 2009 wurde das Wachstum zuletzt wieder vorwiegend von der **Binnennachfrage** getragen.
- Die **Arbeitslosenrate** ist 2011 **markant gesunken**. In der Zukunft soll sich dieser **Trend fortsetzen**.

Konjunktur

- In der Wirtschaftskrise **2009** konnte Polen als einziges Land in der EU eine **Rezession vermeiden**.
- Dies lag einerseits an der **Abwertung der eigenen Währung (Złoty)**,
- andererseits aber auch an der **lange anhaltenden, positiven Konsumentenstimmung** nach Ausbruch der Finanzkrise.

Reiseverhalten

Reiseintensität

- Im Jahr 2010 betrug die **(Netto-)Auslandsreiseintensität** (Zahl der Reisen im Verhältnis zu den Einwohnern) der Polen in der Bevölkerungsgruppe älter als 15 Jahre **39 %**.
- Reisen gehört für **gut verdienende Polen** (ca. 2-3 % der erwachsenen Polen¹⁾) zum Lebensstil.
- Die polnischen Touristen, welche sich eine **organisierte Reise** ins Ausland leisten, verfügen über ausreichend finanzielle Mittel und kommen hauptsächlich aus den mittleren und grossen Städten Polens.
- Davon sind **85 % längere Urlaubsreisen** (über 4 Nächte).
- **Exotische Länder und Kulturen** rücken in der Wunschliste immer mehr nach oben.
- Äusserst beliebt sind **ganzjährige Sonne-Meer-Strand-Destinationen** sowie pulsierende **Städte** für Kurzurlaube.
- Aber auch **Alpenländer, insbesondere im Winter**, sind bei den Polen hoch im Kurs.
- So betreiben **3.5 Mio. Polen Wintersport**, Tendenz steigend. Die Polen betreiben Wintersport im eigenen Land oder fahren mit Vorliebe nach Österreich, Frankreich, Italien oder in die Slowakei.

Herkunftsregionen

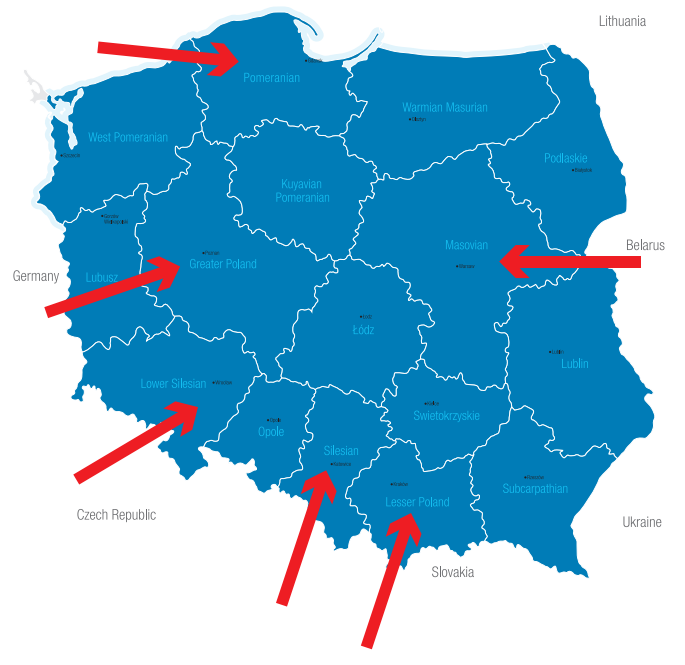
Die reiseintensivsten Regionen Polens sind

- Warschau und Umgebung,
- Nieder- und Oberschlesien (Kattowitz),
- Kleinpolen (Krakau),
- Westpolen mit den wirtschaftlich starken Städten Breslau und Posen,
- sowie die 3 Städte im Norden: Gdynien, Danzig, Sopot.

Dies wird u.a. von den Reisebüros und den Outgoing-Passagierzahlen der polnischen Flughäfen bestätigt.

Auslandsreisen

- Auslandsreisen **2010** gesamt (inkl. Kinder): **7.1 Mio** Polen.
- 2008 waren es sogar **7.6 Mio**.
- Während der Wirtschaftskrise 2009 wurde ein kurzfristiger Rückgang verzeichnet: 6.3 Mio. Polen traten eine Reise ins Ausland an.



Die reiseintensivsten Regionen Polens

¹ Schätzung gemäss einer Studie von Millward Brown. Auf eine Bevölkerung von fast 40 Millionen haben 500.000-600.000 Polen ein Einkommen von mehr als PLN 7.000 (unter Berücksichtigung der Schattenwirtschaft), was ca. 2-3% der erwachsenen Bevölkerung entspricht.

Reiseverhalten

Gewinner 2009-2010 Anzahl Reisen

1 – Litauen
2 – Frankreich
3 – Griechenland
4 – Türkei
5 – Spanien

In Anlehnung an: Institute of Tourism Warsaw (2011)

Verlierer 2009-2010 Anzahl Reisen

1 – Belgien
2 – Niederlande
3 – Irland
4 – Österreich
4 – Schweden

In Anlehnung an: Institute of Tourism Warsaw (2011)

- **Tschechien** konnte als Reisedestination im Jahr 2011 im Vergleich zum Vorjahr den grössten Zuwachs verzeichnen.
- An zweiter Stelle steht **Schweden**.
- Bis 2010 war ein Trend nach Urlaubsreisen, die **Sonne/Strand und interessante Sehenswürdigkeiten** verbinden, zu erkennen. So zogen Spanien mit Andalusien, den Balearen und den Kanarischen Inseln und Italien im Winter vermehrt polnische Touristen an. Aber auch die Türkei, Tunesien und Ägypten standen bis 2010 bei den Polen hoch im Kurs. Aktuellere Daten stehen nicht zur Verfügung, es ist jedoch anzunehmen, dass die arabischen Länder aufgrund der aktuellen Lage auch bei den Polen an Gästen verloren haben.
- Eine beliebte Selbstfahrerdestination im Sommer ist die kroatische Adria.
- **2011** hatten **einige europäische Urlaubsdestinationen** im Vergleich zu 2010 **Rückgänge** zu verzeichnen.
- Den grössten Marktanteil macht Deutschland mit 18,7%, gefolgt von Tschechien mit 10%, den Niederlanden, Österreich und Frankreich mit je 6,6% und der Slowakei mit 5,5% aus.

1 – Deutschland
2 – Tschechische Republik
3 – Niederlande/Österreich/Frankreich
4 – Slowakei
5 – Grossbritannien/Spanien/Irland

In Anlehnung an: Institute of Tourism Warsaw (2011)

- Zahlenmässig liegt **Deutschland** mit **850'000 Besuchern** aus Polen auch in den ersten drei Quartalen von 2011 an der Spitze, gefolgt von der Tschechischen Republik.
- Im Jahr **2010** fiel die **Schweiz** zwar zusammen mit anderen Nationen **unter die 10 beliebtesten Destinationen** (150'000 Besucher), im **2011** figuriert sie jedoch nicht mehr unter den ersten 10.

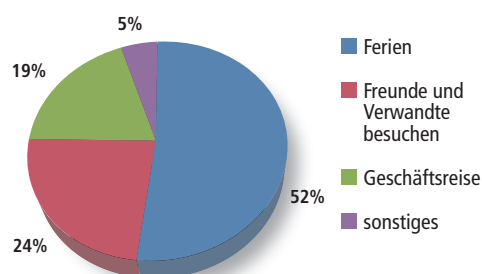
Reiseverhalten

Urlaubsmotive und Transportmittel

Mehr als **die Hälfte der Polen**, die ins Ausland verreisen, verbringen dort ihre Ferien. Knapp ein Viertel besuchen Freunde und Verwandte. 19% verreisen aus beruflichen Gründen ins Ausland.

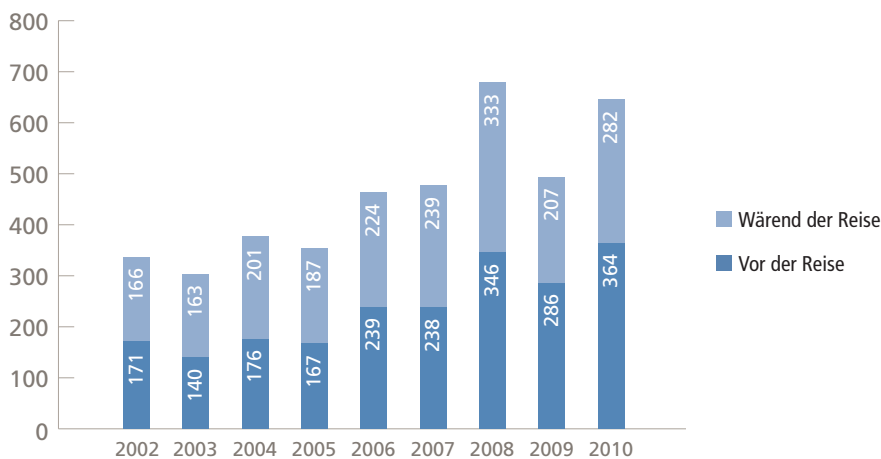
Als **Reisemittel** wählen **39%** der Auslandsreisenden das **Flugzeug**, **39%** das **Auto** und **18%** den **Bus**, **2%** den **Zug**, **1%** das **Schiff**, andere Transportmittel machen 1% aus.

Urlaubsmotive 2010 in%



In Anlehnung an: Institute of Tourism Warsaw (2011)

Reiseausgaben in Euro vor und während der Reise 2002-2010



In Anlehnung an: Institute of Tourism Warsaw (2011)

Polnische Touristen geben **zunehmend mehr aus** für ihre Ferien. Insbesondere im Jahr **2008** aber auch **2010** war die **Zunahme bemerkenswert**.

Durchschnittlich geben die polnischen Touristen **65 CHF pro Tag im Ausland** aus.

In der **Schweiz** sind es **160 CHF** nach Einschätzungen von Schweiz Tourismus.

Im Jahr 2010 betragen die Gesamtkosten für eine Auslandsreise **durchschnittlich 646 CHF** pro Person.

Reiseverhalten

Buchungsverhalten

Skiurlaube und Sonne-Strand-Urlaube im **Winter** werden im **Zeitraum von September bis November** gebucht.

Die **Familiensommerurlaube**, die in den Monaten Juli/August stattfinden, werden von **Februar bis April** gebucht.

Anzumerken ist, dass auch in Polen der **Trend hin zu Online-Buchungen zunimmt**.

Gemäss den polnischen Veranstaltern beträgt der Anteil der **Buchungen über Internet 5% bis 20%**.

Die meisten Polen buchen ihre Reise über folgende **Online-Portale**:

- www.travelplanet.pl
- www.wakacje.pl
- www.traveligo.pl

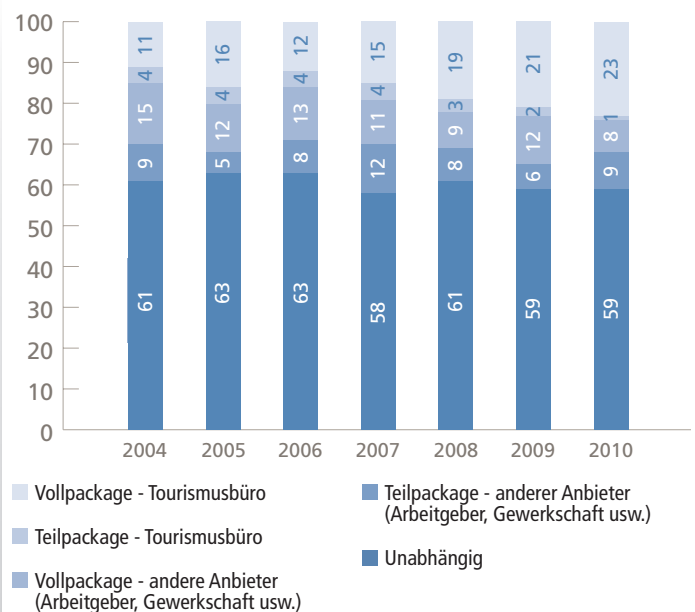
Die wichtigsten polnischen Tour Operators

Zu den wichtigsten polnischen Tour Operators gehören Itaka, Triada, TUI Poland, Rainbow Tours, Neckermann, Alfa Star, Exim Tours, Wezyr Holidays, Oasis Tours, Sun & Fun Holidays.

Nur 5 der 10 grössten polnischen Tour Operators bieten Pauschalangebote für die Schweiz an. Meistens handelt es sich dabei um 7-tägige Busrundreisen. Im Rahmen einer der Rundreisen wird auch Zermatt besucht mit einer Übernachtung in Täsch.

Aufenthalte im Wallis haben nur TUI Polen und Neckermann im Angebot. Dabei handelt es sich hauptsächlich um 3- bis 5-Sterne Hotels in Leukerbad, Ovronnaz, Saas-Fee, Saas-Grund, Saas-Balen, Saas-Almagell, Täsch, Zermatt und Veysonnaz. Die Anfahrt ist mit Ausnahme der Rundreisen nicht in diesen Angeboten enthalten.

Organisation einer Auslandsreise 2004-2010 in %



In Anlehnung an: Institute of Tourism Warsaw (2011)

Im Jahr 2010 **organisierten 59% der Polen**, welche ins Ausland reisen, ihre Reise **selbst** (ohne Unterstützung eines Reisebüros).

24% der Auslandsreisen von polnischen Reisenden wurden 2010 über ein **in Polen ansässiges Reisebüro abgewickelt**. Davon kaufte die grosse Mehrheit ein All-inclusive Angebot, während die restlichen ca. 4% nur einen Teil der Dienstleistungen über das Reisebüro buchten.

18% der Auslandsaufenthalte wurden teilweise (9%) oder komplett (8%) von **Arbeitgebern, Vereinen usw. organisiert**.

Zielgruppen- Potenzial

Zielgruppen-Potenzial

In Polen gibt es derzeit ca. 3.5 Mio. aktive Skifahrer, wobei das in der Zielgruppe auszuschöpfende Potenzial bei etwa 1 Mio. liegt. Da sich jedoch immer mehr beruflich und gesellschaftlich erfolgreiche Polen Winterferien in den Alpen leisten können und wollen, ist das Potenzial sogar noch grösser. Gemäss der «Sinus-Milieu-Forschung»² lassen sich potenzielle polnische Gäste in zwei Zielgruppen einteilen:

Libérale Oberschicht	Erfolgsorientierte Gruppe
Top-Manager	Manager und Unternehmer
Akademische Bildung	Hoher Bildungsgrad
Unter 50 Jahre	Unter 45 Jahren
Urban	Mehrsprachig
Reiselustig	DINKs (Double Income No Kids)
Geniesser	Auslandsreisefreudig
Mehrsprachig	Geniesser
Aktiv (sanfte Bewegung)	Aktiv (Sport)
Ca. 10% der Bevölkerung	15% der Bevölkerung

In Anlehnung an: Österreich Werbung (2012a)

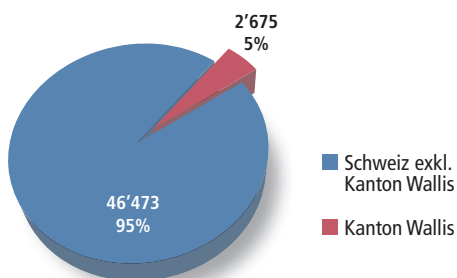


² «Die Sinus-Milieus» verbinden demografische Eigenschaften wie Bildung, Beruf oder Einkommen mit den realen Lebenswelten der Menschen, d.h. mit ihrer Alltagswelt, ihren unterschiedlichen Lebensauffassungen und Lebensweisen“.

Touristische Eckdaten

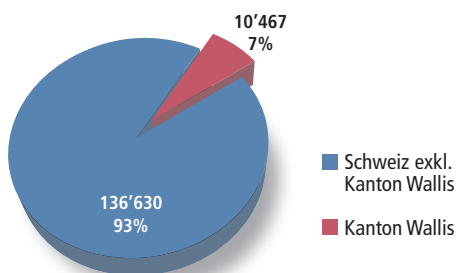
Gäste aus Polen 2011

Ankünfte



Im Wallis kamen im Jahr 2011 2'675 Gäste an. Das sind 5% aller Ankünfte polnischer Gäste in der Schweiz. In Anlehnung an: Bundesamt für Statistik (2011)

Logiernächte

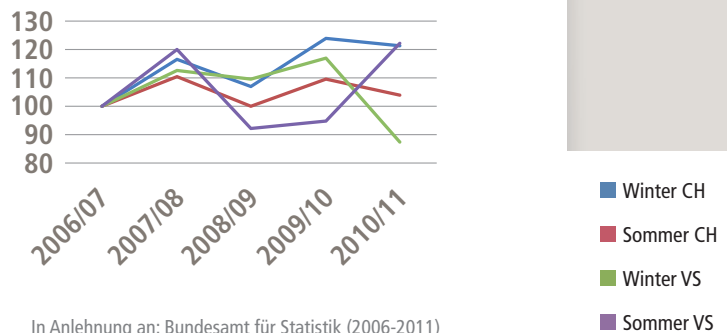


Im Wallis übernachteten im Jahr 2011 10'467 polnische Gäste. Das sind 7% aller Logiernächte der Schweiz. In Anlehnung an: Bundesamt für Statistik (2011)

Die Ankünfte und Logiernächte der Polen sind vom Winter 2009/10 auf den Winter 2010/11 deutlich zurückgegangen.

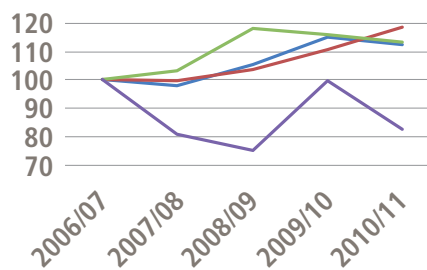
Was die Aufenthaltsdauer betrifft, konnte im Wallis eine deutliche Zunahme vom Sommer 2008 hin zum Sommer 2009 ausgemacht werden. Allerdings nahm diese im darauffolgenden Sommer wieder ab.

Ankünfte Schweiz und Wallis Sommer und Winter 2006-2011 (indexiert)



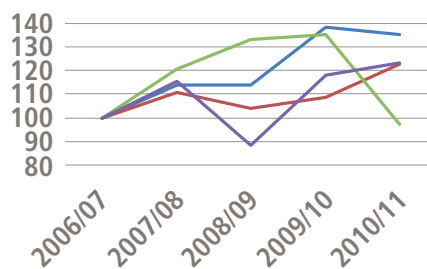
In Anlehnung an: Bundesamt für Statistik (2006-2011)

Dauer des Aufenthalts Schweiz und Wallis (indexiert)



In Anlehnung an: Bundesamt für Statistik (2006-2011)

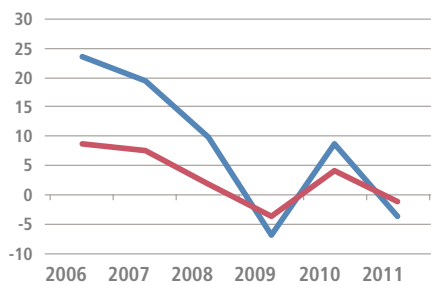
Logiernächte Schweiz und Wallis Sommer und Winter 2006-2011 (indexiert)



In Anlehnung an: Bundesamt für Statistik (2006-2011)

Touristische Eckdaten

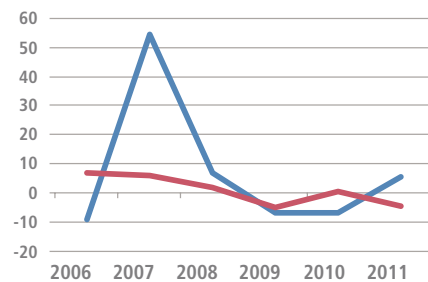
Entwicklung Wachstumsrate in% «Ankünfte ganze Schweiz» 2006-2011



In Anlehnung an Bundesamt für Statistik (2006-2011)

Die Wachstumsrate der Ankünfte polnischer Gäste in der Schweiz nahm im Jahr 2006 im Vergleich zum Vorjahr um knapp 24% zu. Anschliessend nahm die Wachstumsrate rasant ab und erreichte im Krisenjahr 2009 einen Tiefpunkt. 2010 betrug die Wachstumsrate rund 9%, bevor sie 2011 erneut in den negativen Bereich fiel.

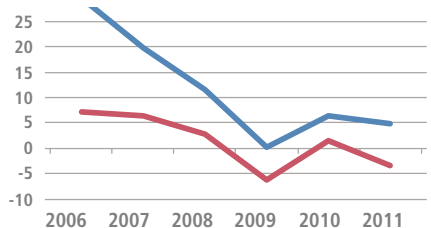
Entwicklung Wachstumsrate in% «Ankünfte Wallis»



In Anlehnung an Bundesamt für Statistik (2006-2011)

Interessanterweise war die Wachstumsrate der Ankünfte polnischer Gäste im Wallis im Jahr 2006 im Vergleich zum Vorjahr negativ, nahm dann aber im Jahr 2007 um mehr als 50% zu, bevor sie in den Jahren 2008 auf ein tiefes Niveau sank und das Wachstum in den Jahren 2009 und 2010 sogar negativ war. Erst 2011 gab es wieder eine leichte Zunahme.

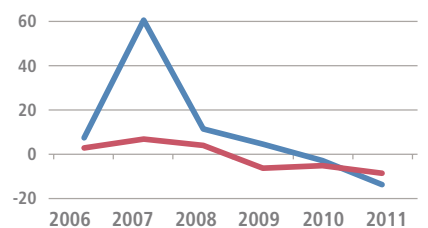
Entwicklung Wachstumsrate in% «Logiernächte ganze Schweiz» 2006-2011



In Anlehnung an: Bundesamt für Statistik (2006-2011)

Was die Logiernächte betrifft, verhalten sich die Wachstumsraten der polnischen Gäste und der Gäste aus dem gesamten Ausland sehr ähnlich. Das Krisenjahr 2009 ist deutlich erkennbar.

Entwicklung Wachstumsrate in% «Logiernächte Wallis»



In Anlehnung an: Bundesamt für Statistik (2006-2011)

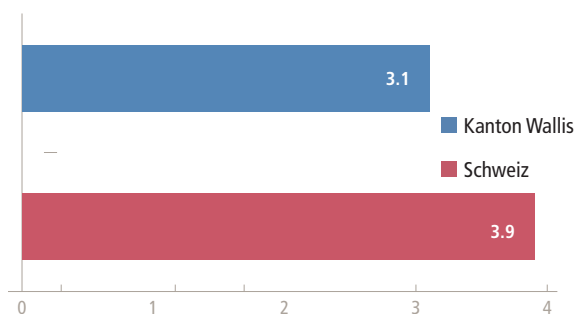
Wie bei den Ankünften nahm die Wachstumsrate auch in Bezug auf die Logiernächte der polnischen Gäste 2007 im Wallis im Vergleich zum Vorjahr extrem zu (+60%). Allerdings verringerte sich das Wachstum daraufhin. 2010 und 2011 wurde sogar ein negatives Wachstum verzeichnet.

■ Polen
■ Ausland gesamt

Touristische Eckdaten

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer polnischer Gäste 2011

Durchschnittliche Aufenthaltsdauer



In Anlehnung an: Bundesamt für Statistik (2011)

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der polnischen Gäste ist in der Schweiz insgesamt mit 3.9 Tagen etwas grösser als im Wallis (3.1 Tage). Im Wallis waren es im Jahr 2010 durchschnittlich noch 4.8, in der Schweiz hingegen nur 2.8.

Saisonverteilung

Logiernächte Winter 2010/11	
Schweiz	80'544 (- 2.2% zu 2009/10)
Wallis	7'143 (- 28% zu 2009/10)

Logiernächte Sommer 2011	
Schweiz	71.576 (13.2% zu 2010)
Wallis	3.342 (4.7% zu 2010)

In Anlehnung an: Bundesamt für Statistik (2010/11)

Auffällig ist, dass die Logiernächte im Wallis im Vergleich zu 2009/10 um 28% zurückgingen.

Die beliebtesten Orte der Polen

Top Destinationen in der Schweiz 2011 (Übernachtungen)

Top Destinationen	2011
Zürich	15'385
Laax	11'918
Genf	8'509
Basel	7'035
Lausanne	5'389
Zermatt	3'698
Täsch	3'452
Emmen	3'388
Opfikon	3'231
Bettlach	3'202
St. Moritz	3'085

STnet (2011), Daten Bundesamt für Statistik (2011)

Top Schweizer Destinationen im Winter 2010/11 (Übernachtungen)

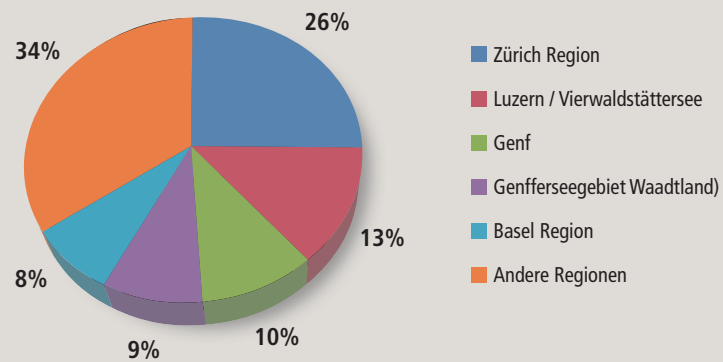
Top Destinationen	Winter 2010/11
Laax	14'125
Zürich	7'063
Genf	4'438
Basel	3'230
Zermatt	2'764
Davos	2'522
Lauterbrunnen	2'511
Lausanne	2'313
Täsch	2'306
St. Moritz	2'142
Opfikon	1'753
Andere Destinationen	21'272

In Anlehnung an: STnet (2011), Daten Bundesamt für Statistik (2010/11)

Touristische Eckdaten

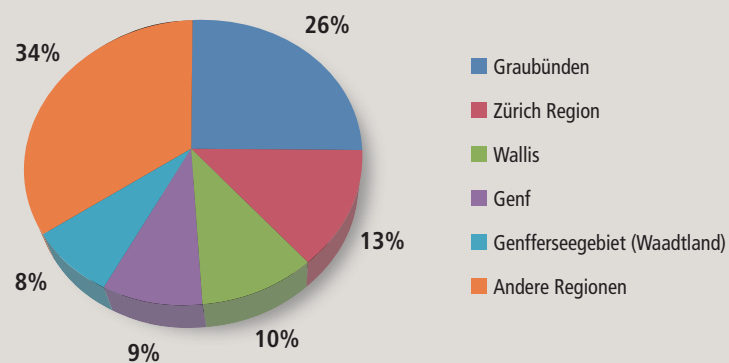
Top Tourismusregionen im Sommer und Winter

Top Tourismusregionen im Sommer 2011 in%



In Anlehnung an: STnet (2011), Daten Bundesamt für Statistik (2011)

Top Tourismusregionen im Winter 2010/2011 in%



In Anlehnung an: STnet (2011), Daten Bundesamt für Statistik (2010/11)

Polnische Gäste im Wallis

Polnische Gäste im Wallis

Während sich die Ankünfte von polnischen Gästen im Sommer und im Winter im Wallis mehr oder weniger die Waage halten, verzeichnet das Wallis im Winter mehr Logiernächte von polnischen Gästen und deren Aufenthaltsdauer ist im **Winter** deutlich länger (durchschnittlich **5,2 Nächte** über den Zeitraum 2006/07 – 10/11, im Sommer hingegen sind es nur 2,6 Nächte über den Zeitraum 2007-2011). Im Vergleich zur Wintersaison 2009/10 **nahmen** die **Logiernächte** von polnischen Gästen im Wallis in der Wintersaison **2010/11** um **28% ab**. Im gesamtschweizerischen Vergleich beträgt der Marktanteil bei ankommenden Gästen aus Polen im Kanton Wallis 5%.

In der Schweiz übernachteten zunehmend mehr polnische Gäste **im Sommer**. Deshalb besteht auch hier ein grosses **Potenzial**. Aber auch im **Wallis** haben die Übernachtungen von polnischen Gästen im Sommer zugenommen, **Tendenz steigend**.

Der polnische Gast hält sich mit Vorliebe in **Orten** auf, welche **weniger bekannt** sind bzw. sich in der Nähe bekannter Ferienorte befinden. **Täsch** beispielsweise liegt in Bezug auf die Anzahl Übernachtungen schweizweit an 7. Stelle (2011). Betrachtet man die Affinität³ der verschiedenen Märkte, erreicht Täsch mit einem Affinitätswert von 9.8 den 10. Platz. Das entspricht einer Überrepräsentation von 880%! Zermatt (Affinität 0.7) und Saas-Fee (Affinität 0.4) belegen diesbezüglich die Ränge 43 bzw. 48. Die Polen sind hier folglich gegenüber dem Marktanteil, den sie insgesamt in der Schweiz einnehmen, unterrepräsentiert.

Diese Auffälligkeit, dass die polnischen Gäste eher touristisch weniger frequentierte Ortschaften zum Übernachten aussuchen, wird auch dadurch untermauert, dass die Walliser Ortschaften **Vouvry** und **Lens** im Wallis unter die 50 Top Schweizer Destinationen im Winter fallen. Das könnte mit den unterschiedlichen Preissegmenten zusammenhängen.

Interkulturelles Know-how

Was für eine Mentalität hat der polnische Gast?

- Der polnische Gast ist selbstbewusst, höflich, emotional und aktiv
- Er fühlt sich als Mitteleuropäer
- Er ist ein Geniesser in allen Bereichen
- Er ist preisbewusst, aber im Urlaub ausgabefreudig
- Er ist informationsinteressiert und liebt Geheimtipps

Worauf legt der polnische Gast Wert?

- Der polnische Gast bevorzugt konkrete Informationen (PR-Texte werden eher skeptisch betrachtet)
- Die Angebote sollten überschaubar und gut kalkulierbar sein, die Polen möchten die Angebote im Voraus zu 100% berechnen können
- Auf Produktehrlichkeit legt er grossen Wert
- Polen verreisen selten ohne Laptop. Deshalb sollte WLAN in den Hotels kostenlos zur Verfügung stehen
- Die Polen schätzen die «Swissness», sie kaufen mit Vorliebe traditionelle Schweizer Souvenirs: Messer, Uhren, Käse und Schokolade

3 Die Affinität eines bestimmten Markts in Bezug auf eine bestimmte Tourismusregion / Destination gibt den Faktor an, um welcher der Marktanteil in dieser Region/Destination (basierend auf ihrem Marktanteil in der Schweiz) über- bzw. unterrepräsentiert ist. Z.B. Affinität von 1.4=40% überrepräsentiert, Affinität von 1.0=Marktanteil der Region / Destination entspricht dem Marktanteil in der gesamten Schweiz, Affinität von 0.8=20% unterrepräsentiert.

Polnische Gäste im Wallis

Dos and Don'ts im Umgang mit polnischen Gästen (B2C)

Dos

- Das Schlüsselwort im Umgang mit polnischen Gästen lautet Wertschätzung
- Der Hotelier begrüsst die Gäste aus Polen, erkundigt sich nach deren Anreise, erklärt die Einrichtungen des Hauses, den Weg zum Lift und lädt den Gast auf einen Willkommensdrink ein
- Der Willkommensbrief ist personalisiert und in polnischer Sprache verfasst
- Flexibilität im Umgang mit spontanen Wünschen ist erwünscht
- Vermitteln Sie den polnischen Gästen das Gefühl, gern gesehene Gäste zu sein
- Die polnischen Gäste mögen warme Getränke. Reichen Sie öfters mal einen Tee zu einer Mahlzeit oder einen Fruchtsaft anstelle von Wasser»
- Die polnischen Gäste schätzen es, wenn die Mahlzeiten reichhaltig sind (grosse Portionen)

Don'ts

- Vermeiden Sie Anspielungen, welche religiöse oder persönliche Gefühle verletzen könnten
- Die junge Generation ist sehr westlich orientiert und hochkapitalistisch aufgewachsen, mit Begriffen wie „Ostblock“ und „Kommunismus“ hat sie wenig am Hut
- Vermitteln Sie den polnischen Gästen nicht das Gefühl, Gäste „zweiter Klasse“ zu sein

In Anlehnung an: Österreich Werbung (2012a)

Was hindert viele Polen daran, in die Schweiz zu reisen?

Zugänglichkeit/Distanz

- Die Distanz Polen – Schweiz ist durchschnittlich dreimal grösser als die Distanz Polen – Österreich
- Mangel an Direktflügen⁴ bzw. Angeboten von low-cost Airlines, welche die grösseren Städte Polens mit der Schweiz verbinden

Preis/Image

- Image der Schweiz als teures Ferienland
- Unvorteilhafter Wechselkurs (CHF/ PLN)

Touristische Angebote

- Zu wenig differenzierte Pauschalangebote, welche z.B. Transport, Skipass, Vorschläge für Aktivitäten im Sommer oder für Familien, Wellness, Besichtigung von religiösem Kulturgut im Wallis usw. enthalten
- Das touristische Angebot der Schweiz ist in Polen wenig bekannt
- Mangelnde Zusammenarbeit zwischen Incoming Agents in der Schweiz und den polnischen Tour Operators
- Konkurrenz aus anderen Ländern, welche teure Ferienkampagnen führen (z.B. Deutschland)

Mentalität

- Gewisse Vorbehalte der lokalen Bergbevölkerung gegenüber Touristen aus Osteuropa, was sich in negativ auf die Gastfreundschaft auswirken kann

⁴ Seit dem Sommer 2012 bietet jedoch EuroLOT neue, günstige Flugverbindungen zwischen Krakau und Zürich an. Auch Airberlin verfügt über günstige Angebote, jedoch mit Zwischenstopp in Berlin.

Polnische Gäste im Wallis

Marketing-Budget für Polen von Wallis Tourismus

Das Marketingbudget von Wallis Tourismus für den polnischen Markt beträgt zur Zeit 50'000 CHF für ein Jahr (Juni 2012). Um eine möglichst grosse Wirkung zu erzielen, wird dieser Betrag in Zusammenarbeit mit Schweiz Tourismus investiert. Der Anteil der Ausgaben für den polnischen Markt am Gesamt-Marketingbudget von Wallis Tourismus macht rund 3%⁵ aus.

Der aktuelle Marketing- und Aktivitätenplan von Wallis Tourismus für den polnischen Markt kann unter www.valaistourism.net abgerufen werden.

Praktische Tipps für eine erfolgreiche Kommunikation (B2B & B2C)

- Online-Kanäle nutzen – Informations-, Buchungs- und Bewertungsplattformen nehmen an Bedeutung zu (61% der Polen informieren sich regelmässig über Internet)
- Nutzung von Social-Web-Plattformen
- Einsatz von Direct Mailings, sms (B2C)
- High-frequency Broschüren als Beilagen sind effizient
- Präsenz in den Katalogen der führenden Veranstalter wie Travelplanet.pl, Wakacje.pl, Travelgo.pl, etc.
- Die Tourismusregionen an Ferienmessen in Polen präsentieren wie z.B. GLOB (Internationale Messe für Tourismus, Sport und Segeln), TOUR SALON (Internationale Ausstellung für Tourismus), TT (Internationale Reismesse).
Siehe auch http://www.eventseye.com/messen/polen/cst2_fachmessen_polen_touristik-reisen.html
- PR-Texte von Profis auf Polnisch übersetzen lassen
- Die Werbung muss kreativ und innovativ sein, um Aufmerksamkeit zu erregen
- Wirkliche „News“ und USPs verkaufen, ein Basiswissen kann den Journalisten durchaus zuge-
traut werden
- Teilnahme an Pressekonferenzen
- Bei Medienreisen darauf achten, dass nicht zu viele organisiert werden, diese aber sehr attraktiv sind und einen einzigartigen Charakter haben
- Zusammenarbeit mit regionalen und nationalen Tourismusorganisationen in der Schweiz (Besucherzahlen der Website von ST „MySwitzerland“ steigen)

Praktische Tipps für eine erfolgreiche Zusammenarbeit mit der polnischen Reisebranche (B2B)

- Eine sorgfältige Aufbauarbeit macht sich bezahlt
- Die Geschäftsbeziehungen kontinuierlich in Form von B2B-Newslettern, Akquisitionsbesuchen und Einladungen zu Studienreisen pflegen
- Die Preise transparent und korrekt gestalten
- Mehrwert bei den Leistungen hervorheben
- Nie das Gefühl vermitteln, dass polnische Reisebüropartner „Lückenbüsser“ für andere Märkte darstellen

⁵ Schriftliche Auskunft Bruno Huggler, Vizedirektor und Leiter Gästemarketing, Wallis Tourismus (Juni 2012).

Vergleich Schweiz- Österreich

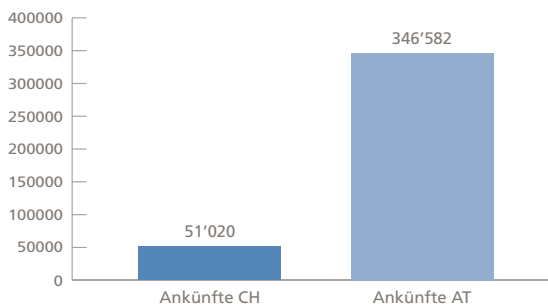
Vergleich Ankünfte und Logiernächte polnischer Touristen Schweiz – Österreich 2010

Aus diesen Grafiken geht deutlich hervor, dass die Schweiz im Vergleich mit Österreich ihr Potential auf dem polnischen Markt bei Weitem noch nicht ausgeschöpft hat. So zählte Österreich im Jahr 2010 346'582 Ankünfte von polnischen Gästen, in der Schweiz waren es im selben Jahr nur 51'020. Auch bei den Logiernächten sind die Unterschiede beträchtlich. In Österreich waren es ca. 1,4 Millionen im Jahr 2010, in der Schweiz nur 143'288.

Vergleich mittlere Aufenthaltsdauer polnischer Touristen Schweiz – Österreich 2010

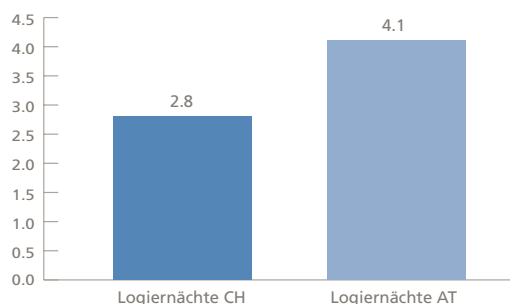
Die polnischen Gäste halten sich in Österreich auch länger auf: Im Durchschnitt sind es in Österreich 4,1 Nächte, in der Schweiz hingegen nur 2,8 Tage im Jahr 2010. Allerdings ist die durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2011 auf 3.1 für die Schweiz gestiegen. Für das Wallis sind es sogar 3,9 Nächte.

Vergleich Ankünfte Schweiz-Österreich 2010



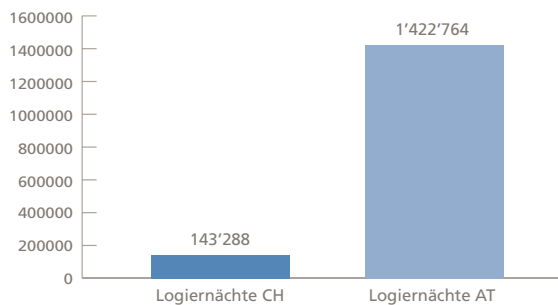
In Anlehnung an:
Österreich Werbung (2012a); Bundesamt für Statistik (2010)

Vergleich Ankünfte Schweiz-Österreich 2010



In Anlehnung an:
Österreich Werbung (2012a); Bundesamt für Statistik (2010)

Vergleich Logiernächte Schweiz-Österreich 2010



In Anlehnung an:
Österreich Werbung (2012a); Bundesamt für Statistik (2010)

Vergleich Schweiz - Österreich

Preisvergleich zweier vergleichbarer Angebote in der Schweiz und in Österreich

Die folgende Tabelle hat das Ziel aufzuzeigen, wie hoch die Preisunterschiede für einen Hotelaufenthalt in einem Hotel der gleichen Kategorie in der Schweiz bzw. in Österreich sind. Dazu wurde eine sogenannte „Mystery Guest“-Perspektive eingenommen; ausgehend von einer Internetrecherche eines potenziellen polnischen Gasts, welcher über beliebte polnische Internet-Plattform auf der Suche nach einem 3- bzw. 4-Sterne-Hotel für seine Sommerferien 2012 bzw. seine Winterferien 2012/13 ist und einen Preisvergleich zwischen Angeboten in Österreich und der Schweiz durchführt. Die Preisunterschiede sind beträchtlich, was teilweise aber auch mit dem starken Franken zusammenhängt.

Schweiz		Österreich		
Gemäss der Studie von Hanser und Partner (Kuster et. al., 2009) aus dem Jahre 2009 sind die Schweizer Hotelangebote durchschnittlich rund 20-30% teurer ⁶ als die österreichischen Hotelangebote (Preise für 2008/09)				
Beispiel: Preisvergleich eines Aufenthalts in einem 4-Sterne Hotel im Sommer 2012 (Preis pro Person für 1 Woche vom 15.-22.07.2012, Transport: privat)				
Leukerbad Lindner & Alpenthal inkl. Frühstück	4050 PLN / 1157 CHF (Wechselkurs 3.5 PLN)	Seefeld Hotel : Aktiv&Spa Resort Alpenpark HP	2777 PLN / 793 CHF (Wechselkurs 3.5 PLN)	Preisunterschied: 31%
Beispiel: Preisvergleich eines Aufenthalts in einem 3-Sterne Hotel im Sommer 2012				
Saas Almagell Hotel : Olympia inkl. Frühstück	2301 PLN / 657 CHF	Zell am See Hotel : Seestrand HP	1350 PLN / 385 CHF	Preisunterschied: 41%
Beispiel: Preisvergleich eines Aufenthalts in einem 4-Sterne Hotel im Winter 2012/13 (Preis pro Person für 1 Woche vom 12-19.01.2013, Transport: privat)				
Zermatt Hotel Ambassador HP	3988 PLN / 1140 CHF	Kaprun Hotel Tauernhof HP	2562 PLN / 732 CHF	Preisunterschied: 36%
Beispiel: Preisvergleich eines Aufenthalts in einem 3-Sterne Hotel im Winter 2012/13				
Veysonnaz Hotel Chalet Royal HP	2263 PLN / 646 CHF	Zillertal Hotel Bergland HP	1368 PLN / 390 CHF	Preisunterschied: 40%

In Anlehnung an die online-Portale: Wakaże, Last Minute, Tui und Neckermann

⁶ Infolge des Wertverlusts des Euros gegenüber dem CHF von rund 20% sind die Preisunterschiede seit dem Sommer 2009 noch beträchtlich angestiegen. Kommt hinzu, dass in den letzten zwei Jahren (2010/11) der CHF gegenüber dem PLN um 25% aufgewertet wurde.

Synthese

Lohnt es sich, in den polnischen Markt zu investieren?



- Die Entwicklungen der Logiernächte in den vergangenen Jahren sind gesamtschweizerisch sehr positiv, es wird ein weiteres Wachstum bis 2016 erwartet
- Grosses Marktpotenzial aufgrund des schnell wachsenden BIP und aufgrund des hohen Anteils von jungen Besuchern und Erstbesuchern
- Fast 30% der polnischen Touristen besucht die Schweiz in der Nebensaison
- Wachsende Mittelklasse und obere Mittelklasse: mehr Polen können es sich leisten, ins Ausland zu verreisen
- 3.5 Mio. Polen betreiben Wintersport



- Relativ grosse Distanz / mässige Erreichbarkeit der Schweiz für die Gäste aus Polen
- Teilweise Mangel an Direktflügen / Angebote von low-cost Airlines
- Zu wenig Pauschalangebote
- Geringe Bekanntheit des touristischen Angebots der Schweiz
- Mangelnde Zusammenarbeit zwischen Incoming-Agents in der Schweiz und den polnischen Tour Operators
- Konkurrenz aus anderen Ländern



- Polen ist (bis jetzt) ein eher kleiner Markt
- Bevölkerungsrückgang seit ca. 1996
- Die Schweiz wird von den Polen als noch teurer wahrgenommen im Vergleich zu den anderen Touristen

Nützliche Adressen

Schweiz Tourismus Landesvertretung Polen

Schweiz Tourismus

c/o Schweizerische Botschaft
Aleje Ujazdowskie 27
PL-00-540 Warschau
Polen

Kontakt Adriana Czapryn
Funktion Market Manager Poland

Telefon 0048 22 628 04 81

(nach der Begrüßungsansage die Nummer 26 wählen, um direkt mit Frau Adriana Czapryn verbunden zu werden)

Fax 0048 22 621 05 48

adriana.czupryn@switzerland.com

adriana.czupryn@eda.admin.ch

Wallis Tourismus Kontaktperson Polen

Wallis Tourismus

Maison du Valais
6, Rue Pré-Fleuri
1950 Sion

Kontakt Daphnée Germanier
Funktion Markets Eastern
Europe & Nordics, Webteam

Telefon 0041 27 327 35 70

Fax 0041 27 327 35 71

daphnee.germanier@valais.ch

Wichtige polnische Tour Operators

Winter/Leisure

Piotr Gałuszka (Besitzer)

Sport Centrum
Piastowska 10
43-300 Bielsko-Biała

Telefon 0048 33 811 97 77

Fax 0048 33 819 31 31

s-c@sportcentrum.pl

www.sportcentrum.in.com.pl

Michał Rembiewski (Besitzer)

Zero Gravity
Al. Jana Rosola 50a
02-786 Warszawa

Telefon 0048 226 482 9 30

m.rembiewski@zerogravity.pl

Dariusz Stanisław (Besitzer)

Otium Polska
Rynek Główny 30
31-010 Kraków

Telefon 0048 12 422 28 47

Fax 0048 12 425 41 30

s.dar@otium.pl

www.otium.pl

Tomaz Woźny (Product Manager)

Air Tours Cracow
Al. Focha 1
30-111 Kraków

Telefon 0048 12 421 53 22

Fax 0048 12 421 94 91

ms@747.pl

www.airtours.cracow.pl

Leszek Janas (Besitzer)

infoski
K. Miarki 6a
42-700 Lubliniec

info@infoski.pl

www.infoski.pl

Stanisław Radek (Besitzer)

Active Travel
Graniczna 4 lok. 5
00-130 Warszawa

Telefon 0048 22 622 61 13

Fax 0048 12 425 41 30

biuro@atavel.pl

www.atavel.pl

Nützliche Adressen

Jarosław Hulboj (MICE & Leisure Travel Department Manager)

AIR CLUB Travel Center
Senatorska 28
00-950 Warszawa

Telefon 0048 22 829 95 83
Fax 0048 505 171 555

jaroslaw.hulboj@airclub.pl

Barbara Szwargolińska (Direktorin)

Barbara
Konwiktorska 9/10
00-206 Warszawa

Telefon 0048 22 831 47 14
Fax 0048 22 831 47 14

barbara@medianet.pl

Aleksander Szymerski (Präsident)

Delta Tour
Czerska 18
00-732 Warszawa

Telefon 0048 22 851 67 05
Fax 0048 22 851 67 04

aleksander@delta-tour.pl

Krzysztof Mietlicki (Managing Director)

Gift
Wąwozowa 18
02-796 Warszawa

Telefon 0048 22 859 90 00
Fax 0048 22 859 90 90

travel@gift.pl, gift@gift.pl
www.gift.pl

Elżbieta Grykałowska (Direktorin)

HOLIDAY TRAVEL
Nowowiejska 10
00-653 Warszawa

Telefon 0048 22 825 95 01
Fax 0048 22 825 91 52

elzbieta@holidaytravel.pl
www.holidaytravel.pl

Dariusz Kędziora (General Manager)

Moje Wakacje
Zgoda 5
00-018 Warszawa

Telefon 0048 22 828 36 35
Fax 0048 22 826 37 68

biuro@mojewakacje.pl
www.mojewakacje.com.pl

Maciej Madej (Product Manager)

NECKERMANN POLSKA
Dubois 9
00-182 Warszawa

Telefon 0048 22 635 06 18
Fax 0048 22 635 96 94

maciej.madej@neckermann.pl
www.neckermann.pl

Marcin Sado

(Sales & Marketing Director)

OPAL TRAVEL
Karmelicka 19
00-168 Warszawa

Telefon 0048 22 636 93 99
0048 22 636 94 32

Fax 0048 22 831 59 34

marketing@opaltravel.com.pl
marcinsado@opaltravel.com.pl
www.opaltravel.com.pl

Jan Węgleński (Direktor)

SIGMA TRAVEL
Marszałkowska 140
00-061 Warszawa

Telefon 0048 22 828 80 90
0048 22 828 80 98

Fax 0048 22 828 66 79

jan_weg@sigma-travel.com.pl
www.sigma-travel.com.pl

Mateusz Maszkiewicz (Product Manager)

TUI POLSKA
Wołoska 9A
02-583 Warszawa

Telefon 0048 22 606 06 57
Fax 0048 22 606 06 61

Mateusz.Maszkiewicz@tui.de
www.tui.pl

Hintergrund- informationen

Das Ziel der vorliegenden Studie besteht darin, allen in der Tourismusbranche Beschäftigten einen Überblick über die derzeitige Situation des polnischen Marktes im Schweizer und Walliser Tourismus zu geben. Einerseits wurde die sekundär-statistische Methode gewählt, in der bereits vorhandene Daten ausgewertet und zusammengefasst wurden, andererseits wurde die Broschüre mit praxisnahen Informationen von Herrn Huggler, dem Vizedirektor und Leiter Gästemarketing von Wallis Tourismus und Frau Adriana Czupryn, der Market Managerin in Polen für Schweiz Tourismus ergänzt.

Das Reiseverhalten der polnischen Gäste wird in diesem Dokument im Detail dargestellt. Informativ Grafiken stellen die Entwicklung der Ankünfte und Logiernächte von polnischen Gästen in der Schweiz derjenigen vom Wallis gegenüber. Ausserdem werden die Motive der Reise, die Reisemittel und das Buchungsverhalten erörtert. Durch Konsultation des Bundesamtes für Statistik und von Schweiz Tourismus konnten die beliebtesten Destinationen und Regionen in der Schweiz und im Wallis ermittelt werden.

Diese Studie wurde verfasst von Sandra Bürcher, Katarzyna Klimek, Patrick Kuonen und Marc Schnyder.

Hinweis: Insbesondere beim Vergleich der Ankünfte müssen die unterschiedlichen Erhebungsmethoden der entsprechenden Länder berücksichtigt werden. So zählt Polen beispielsweise die Gäste bereits an der Grenze (TF: International tourist arrivals at frontiers (excluding same-day visitors)), die Schweiz berechnet die Ankünfte in Hotels und hotelähnlichen Unterkünften (THS: International tourist arrivals at hotels and similar establishments), Österreich und Deutschland wiederum beziehen bei der Berechnung der Ankünfte alle Arten von Unterkünften mit ein (TCE: International tourist arrivals at collective tourism establishments).

Quellen

Literaturverzeichnis

Wissenswertes

- Central Intelligence Agency (CIA), The World Factbook (2012). Verfügbar unter: www.cia.gov
- Institute of Tourism Warsaw (2011). Verfügbar unter: www.intur.com.pl/itenglish
- Österreich Werbung, Marktprofi Kompakt Polen 2012: Marktanalyse und interkulturelles Know-how von den ÖW Marktexperten für die heimische Tourismuswirtschaft (2012a)
- Schweiz Tourismus, Research Report Poland, Czech Republic, Hungary: Market Analysis & Insights (2012)
- Schweiz Tourismus, STnet, Tourism Monitor Switzerland, filtered by market of origin Poland (2011)
- Schweiz Tourismus, STnet, Marktforschung, Trends & market characteristics: Poland (2010)
- Schweiz Tourismus, STnet, Marktforschung, Trends & market characteristics: Poland (2008)

Schlüsseldaten

- Central Intelligence Agency (CIA), The World Factbook (2012). Verfügbar unter: www.cia.gov
- International Monetary Fund, World Economic Outlook Databases (2012). Verfügbar unter: www.imf.org
- Wikipedia, Polen. Verfügbar unter: www.de.wikipedia.org/wiki/Polen

Reiseverhalten

- Brown M., A Portrait of the Affluent in Poland (2012). Verfügbar unter: www.marketresearchworld.net
- Institute of Tourism Warsaw (2011). Verfügbar unter: www.intur.com.pl/itenglish
- Österreich Werbung, Marktprofi Kompakt Polen 2012: Marktanalyse und interkulturelles Know-how von den ÖW Marktexperten für die heimische Tourismuswirtschaft (2012 a)
- Österreich Werbung, Präsentation Markt Polen Warschau (2012 b). Verfügbar unter: www.slideshare.net/oew/der-markt-polen-2012
- Schweiz Tourismus, STnet, Tourism Monitor Switzerland, filtered by market of origin Poland (2011)

Zielgruppenpotenzial

- Österreich Werbung, Marktprofi Kompakt Polen 2012: Marktanalyse und interkulturelles Know-how von den ÖW Marktexperten für die heimische Tourismuswirtschaft (2012 a)
- Österreich Werbung, Präsentation Markt Polen Warschau (2012 b). Verfügbar unter: www.slideshare.net/oew/der-markt-polen-2012
- Sinus, Sinus-Milieus. Verfügbar unter: www.sinus-institut.de/loesungen/sinus-milieus.html

Touristische Eckdaten

- Bundesamt für Statistik (BFS), Hotelstatistik (HESTA), Hotels und Kurbetriebe: Gäste nach Herkunftsland und Kanton (2006-2011). Verfügbar unter: www.bfs.admin.ch
- Schweiz Tourismus (STnet), Marktforschung: Market analysis based on Swiss accommodation statistics Poland (2011)

Polnische Gäste im Wallis

- Huggler B., Wallis Tourismus, Vizedirektor und Leiter Gästemarketing, Schriftliche Auskunft zum Marketing (Juni 2012)
- Österreich Werbung, Marktprofi Kompakt Polen 2012: Marktanalyse und interkulturelles Know-how von den ÖW Marktexperten für die heimische Tourismuswirtschaft (2012 a)
- Schweiz Tourismus, Research Report Poland, Czech Republic, Hungary: Market Analysis & Insights (2012)
- Schweiz Tourismus, STnet, Marktforschung, Trends & market characteristics: Poland, 2010 (2010)
- Schweiz Tourismus, STnet, Marktforschung, Trends & market characteristics: Poland (2008)
- Universität St. Gallen, Medienmitteilung: Polen schätzt „Swissness“ (2012)

Quellen

Vergleich Schweiz – Österreich

- Bundesamt für Statistik (BFS), Hotelstatistik (HESTA), Hotels und Kurbetriebe: Gäste nach Herkunftsland und Kanton (2006-2011). Verfügbar unter: www.bfs.admin.ch
- Kuster J., Plaz P., Hug-Sutter M., Rütimann M., Hotels im Preiswettbewerb, Analyse der Kosten und Preise der Schweizer Hotellerie im internationalen Vergleich. BHP – Hanser und Partner AG (2009)
- Onlineportale Lastminute, Neckermann, Tui, Wakacje. Verfügbar unter: www.lastminute.pl | www.tui.pl | www.wakacje.pl
- Österreich Werbung, Marktprofi Kompakt Polen 2012: Marktanalyse und interkulturelles Know-how von den ÖW Marktexperten für die heimische Tourismuswirtschaft (2012 a)

Nützliche Adressen

- Czupryn A., Schweiz Tourismus. Market Manager Poland. Schriftliche Auskunft zu polnischen Tour Operators (Juni 2012)

Bilderverzeichnis

Titelbild

- <http://fotopolska.pot.gov.pl>

Weitere Bilder

- www.wikipedia.de
- www.istockphotos.com
- www.welt-blick.de
- www.wikipedia.de
- www.istockphoto.com
- www.imagebroker.net
- www.mapsofworld.com
- www.travelplanet.pl
- www.wakacje.pl
- www.traveligo.pl
- www.pitopia.de
- www.internetmarketingmuenchen.de



Impressum

Herausgeber

Walliser Tourismus Observatorium

Institut de Tourisme

Technopôle 3
3960 Sierre

T +41 27 606 90 01
F +41 27 606 73 56