

# Polen

## MARKETING ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – Warschau, Krakau, Lodz, Katowice, Gdansk
- Zielgruppe 1: 20–39 Jahre, hohes Bildungsniveau, hohes Einkommen
- Zielgruppe 2: 40–59 Jahre, hohes Bildungsniveau, hohes Einkommen
- LGBT

## ZEITRÄUME

Zeiträume mit besonders hohem Reisepotenzial:

Juli, August

Ziel ist es, Werbe- und Marketingmaßnahmen unter Berücksichtigung des Buchungsverhaltens so zu setzen, dass in diesen Zeiträumen das vorhandene Gästepotenzial optimal ausgeschöpft werden kann.

## RELEVANTE WIEN ASSETS

Imperiales Erbe, Musik- & Kulturangebot, kulinarische Kultur, grünes Wien

## Besonderheiten des Marktes

- Wichtige Informationsquellen für PolInnen sind das Internet, Freunde, KollegInnen und Verwandte.
- Gebucht wird zu 26% im Internet, 40% direkt in der Unterkunft und 14% im Reisebüro.
- Reisen werden meist sehr kurzfristig gebucht. 12% buchen 1–2 Monate vor Reiseantritt, 22% 2–4 Monate und nur 12% buchen 4–6 Monate vor Reiseantritt.
- Dreiviertel der Polen reisen mit dem PKW nach Österreich, 16% mit dem Bus und je 6% mit Bahn und Flugzeug.
- Die Polen reisen meist mit PartnerIn (25%), aber auch mit den Kindern (22%) sowie mit FreundInnen (16%).

Quelle: Handbuch Märkte und Marktstrategien, Österreich Werbung 2017

## Die wichtigsten Online Travel Agencies

esky.pl, easygo.pl, hotele.pl, mojaaustria.pl, nocowanie.pl, podroze.pl, traveligo.pl, travelnet.pl, travelplanet.pl, wakacje.pl, wp.pl, booking.com

## Die wichtigsten Kooperationspartner

Österreich Werbung, TSS

## Geplante Aktionen 2019

### B2C

- OTA-Kooperation
- Suchmaschinenmarketing
- Online Bewegtbild-Offensive inkl. 360° Videos und VR-Einsatz

### MEDIEN

- **NEU:** Medienaktivität zum Jahresthema 2020
- **NEU:** Multinationale Pressegruppe zum Jahresthema 2020
- **NEU:** Multinationale Influencer-Gruppe „Wien das Leben so spielt“
- Gruppenpressefahrt
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten
- Wien Presse Info
- Medienaktivitäten LGBT

### B2B

- **NEU:** Einladung von Key Accounts nach Wien zum Jahresthema 2020 (Herbst 2019)
- Aktivitäten im Rahmen des „Air Service Development“
- Aktivitäten zum „Vienna Experts Club International“