

# Marketingkooperation Polen 2026

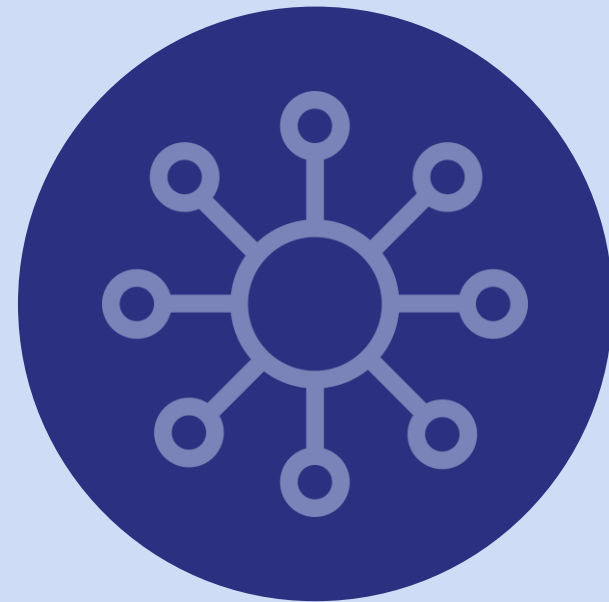


# Inhalt

1. Marktinformationen Polen
2. Beteiligungsangebote
3. Übersicht der Maßnahmen und Kosten

1

# Marktinformationen





# Landesprofil Polen

## Marktübersicht

- Polen seit 15 Jahren stärkster Wachstumsmarkt für Brandenburg
- Spitzenreiter bei Ankünften und Übernachtungen
- Brandenburg ist das Ziel für den Kurzurlaub der Nachbarn
- Hohe Relevanz: Städteurlaub, Burgen & Schlösser, Weihnachten
- Wachsende Nachfrage: Aktivurlaub & Familienangebote
- Fokus: Sehenswürdigkeiten erleben und lokale Kultur entdecken
- Zunehmend interessanter: Abgelegenere Reiseziele abseits der üblichen touristischen Routen und nachhaltige Angebote

Ausführliche Marktinformationen der DZT zum Markt Polen finden Sie [hier](#).

# Polen auf Platz 3 der europäischen Quellmärkte in Deutschland

Quelle: DZT Warschau

809 €

pro Reise

96 €

pro Reise/Tag

4,8 Mrd. €

Umsatz



# Polnische Urlauber bevorzugen die Anreise mit dem Auto

64%

Auto

14%

Bahn

11%

Bus

8%

Flugzeug



# Kultur und Sehenswürdigkeiten im Fokus polnischer Gäste

Geplante Arten von Urlaubsreisen nach Deutschland 2025:

60% Sehenswürdigkeiten

47% Erkundung lokaler Kultur

25% geführte Rundreisen

22% Urlaub auf dem Land/in den Bergen

21% Wellness & SPA-Urlaub

20% Besuch kultureller Veranstaltungen

16% Erlernen einer Fremdsprache

13% Urlaub am Wasser

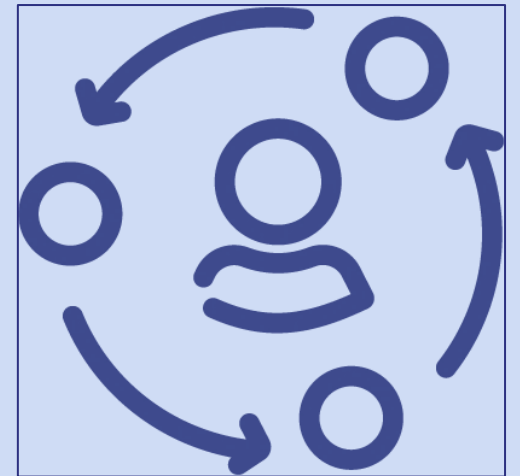
11% Teilnahme an Sportevents

8% Aktivurlaub



# 2

## Beteiligungsangebote





# Beteiligungsangebot

## Data Driven Marketing

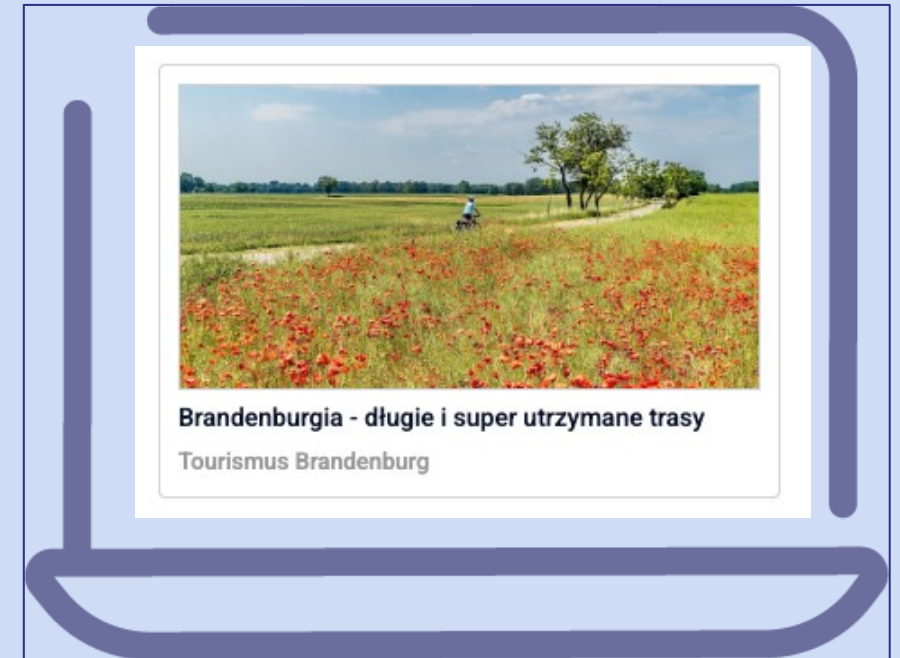
- Präzise Ansprache der Zielgruppe durch datengetriebenes Targeting
- Individuelle Layouts pro Partner – erstellt durch die TMB
- Flexible Werbemittel mit variablen Inhalten zur Optimierung der Performance

### Leistungen

- explizite Ansprache spezifischer Interessenzielgruppen, wie Kultur-, Natur-, Aktiv- oder Familienurlauber
- gezieltes regionales Targeting (Woiwodschaft) und kontinuierliche Optimierung
- Ausspielung auf reichweitenstarken News-Websites
- eine garantierte Anzahl von Klicks

### Zeitraum und Zeitdauer

Vier Wochen, Q1



# Advertorial im Bordmagazin der PKP Intercity

brandenburg

Weiterführung der Kampagne mit PKP Intercity. Der Vertrieb erfolgt in den Express InterCity Premium Zügen und in den Kundenzentren polnischer Bahnhöfe. Online erfolgt die Ausspielung auf den Strecken des Unternehmens.

## Reichweite

- Print-Auflage 20.000 Stück pro Monat
- Online keine Angaben

## Leistungen

Integration Ihres redaktionellen Betrags auf der Brandenburg-Seite

## Zeitraum

tba



©PKP Intercity



# Advertorial in Outdoor Magazyn

Es handelt sich um ein führendes polnisches Outdoor-Magazin, das eine aktive, naturverbundene Zielgruppe erreicht. Sowohl online als auch in der Printausgabe werden hochwertige Inhalte zu Reisen, Abenteuern und Ausrüstung präsentiert.

## Reichweite

- Print-Auflage 15.000 Stück pro Monat
- Online: 45.000 Personen, 8.000 Seitenaufrufe eines Onlineartikels

## Leistungen

Integration Ihres redaktionellen Betrags auf der Brandenburg-Seite

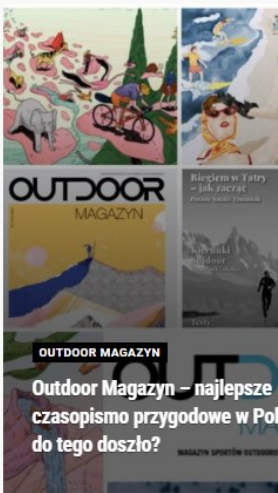
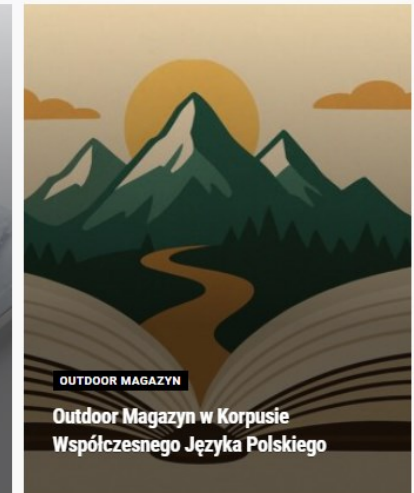
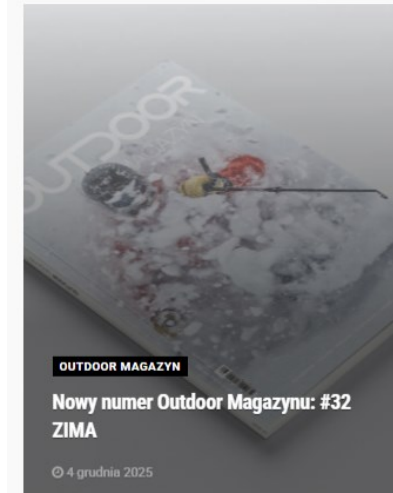
## Zeitraum

März, Juni und September 2026

Angaben gemäß DZT Warschau

brandenburg

START AKTUALNOŚCI ▾ KIERUNKI ▾ PORADNIKI ▾ TESTY ▾ SPRZĘT ▾ LUDZIE KULTURA ▾ PATRON



## Outdoor Magazyn



### Kim jest autor zdjęcia okładkowego 31. numeru OM?

MICHAŁ GURGUL 25 września 2025 0

Jean-Baptiste Liautard jest zawodowym fotografem z Valence w południowo-wschodniej Francji. Fascynują go sporty outdoorowe i podróże. Uwiecznia najlepszych sportowców w...

# Prospektservice für Publikumsmessen

- MTT Breslau vom 27. bis 29. März 2026
- Bike Expo Warschau vom 11. bis 13. April 2026

## Leistungen

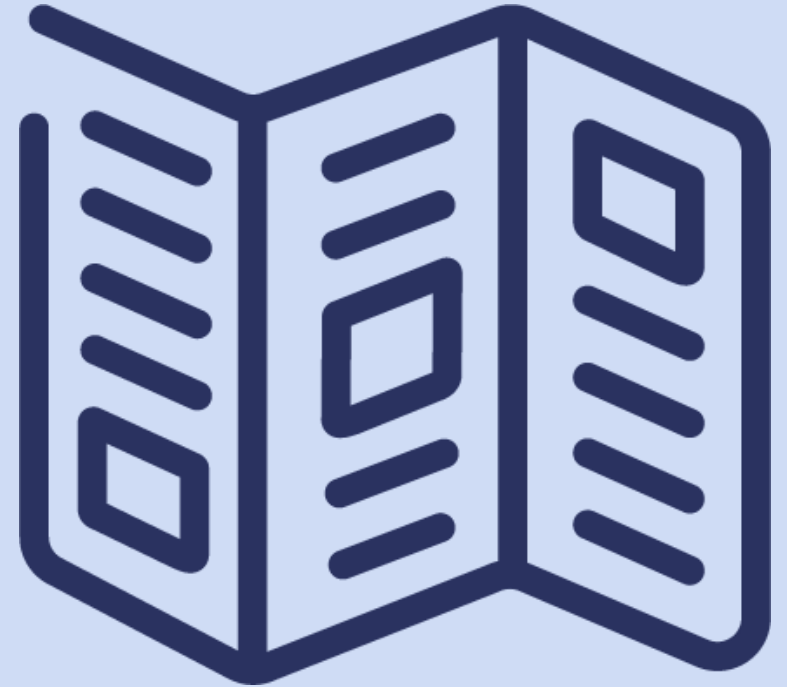
- Versand Ihrer Prospekte zur Messe und Verteilung vor Ort
- Material (bevorzugt Karten) ausschließlich in polnischer oder englischer Sprache\*\*

## Zusatzkosten\*

350 € pro Messe

\*nicht im Paketpreis enthalten

\*\* Bike Expo ausschließlich Radkarten und Tourenangebote





# 3

## Übersicht der Maßnahmen und Kosten

# Aktionsplan 2026

Maßnahme	Zeitraum	Zielgruppe
Data Driven Marketing	Q1	Endverbraucher
Advertorial in PKP	tba	Endverbraucher
Advertorial in Outdoor Magzyn	März, Juni, Sept.	Endverbraucher
Prospektservice	diverse	
		<b>Partnerbeitrag: 1.500 €</b>