

08.04.2016

Kampania internetowa promująca polsko-niemiecką turystykę przygraniczną

Ponad 40 000 osób ma odwiedzić stronę internetową www.germany.travel/odra i dowiedzieć się o atrakcjach turystycznych po obu stronach Odry i Nysy Łużyckiej. Kampania banerowa oraz google adwords jest prowadzona przez

Niemiecką Centralę Turystyki. Dedykowana strona internetowa powstała dzięki współpracy w ramach projektu „Partnerstwo Odry”, która trwa od 2009 r. Co roku Niemiecka Centrala Turystyki i Polska Organizacja Turystyczna podpisują marketingowy Plan Roboczy. W jego ramach w końcu ubiegłego roku znacząco zmieniono treści na stronie i w tym roku rozpoczęto akcję promocyjną. Odwiedzający stronę internetową dowiedzą się o atrakcjach turystycznych podzielonych na kategorie „Kultura”, „Natura” oraz „Aktywnie”, które znajdują się w 4 niemieckich krajach związkowych (Mekleburgia-Pomorze Przednie, Branenburgia, Berlin, Saksonia) oraz w 4 polskich województwach (Zachodniopomorskie, Wielkopolskie, Lubuskie i Dolnośląskie). „Obchody 25. rocznicy podpisania traktatu o dobrym sąsiedztwie i przyjaznej współpracy zainspirowały nas do przeprowadzenia tej kampanii. Zachęcamy Polaków do odwiedzenia i poznania swoich sąsiadów. Pomagamy także zaplanować urlop tak, by zwiedzić miejsca po obu stronach granicy.” – wyjaśnia Tomasz Pędzik, dyrektor Biura Marketingu i Sprzedaży Niemieckiej Centrali Turystyki w Polsce. Polscy turyści wykupili w Niemczech w ubiegłym roku ponad 2,5 mln noclegów, z czego blisko 28% przypada na regiony przygraniczne. Polacy są obecnie najważniejszym rynkiem zagranicznym w Brandenburgii oraz znajdują się w pierwszej piątce najważniejszych rynków Mekleburgii-Pomorza Przedniego i Saksonii. Najwięcej noclegów Polaków wśród landów Partnerstwa Odry notuje Berlin (ponad 300 000 noclegów rocznie).

13.08.2020 - <http://partnerstwo-odra.eu/aktualnosci/2016/1675>