



Sozioökonomie³

Einwohnerzahl: 41,0 Mio.
Fläche: 312.685 km²
Hauptstadt: Warschau (1,8 Mio. Einwohner)
Durchschnittsalter: 42,4 Jahre

Wirtschaft: BIP pro Kopf: 22.393 US-Dollar
Arbeitslosenquote: 3,0%
Inflationsrate: 11,1%

Übernachtungsstatistik Deutschland 2024¹

Übernachtungen absolut: 4.185.292 (+0,2%)
Ankünfte absolut: 1.476.207 (+8,5%)
Aufenthaltsdauer: 2,8 Tage

Top 3 Regionen Niedersachsen (nach ÜN)

1. Hannover-Hildesheim 71.887 (-11,4%)
2. GEO* 68.594 (-0,4%)
3. Braunschweiger Land 50.824 (+3,1%)

Übernachtungsstatistik Niedersachsen 2024²

Übernachtungen absolut: 344.276 (-1,5%)
Ankünfte absolut: 91.504 (+1,5%)
Aufenthaltsdauer: 3,8 Tage

Top 3 Städte Niedersachsen (nach ÜN):

1. Hannover 31.123 (+9,7%)
2. Braunschweig 16.889 (+48,5%)
3. Wolfsburg 12.687 (-15,4%)

Reiseverhalten & Urlaubserlebnis³

Auslandsreiseintensität: 66,3% = 0,7 Reisen pro Person

Top europäische Auslandsreiseziele:

1. Deutschland
2. Großbritannien
3. Türkei
4. Spanien

Top 4 Bundesländer:

1. Bayern (19%)
2. Berlin (15%)
3. Nordrhein-Westfalen (11%)
4. Hessen (8%)

Reisezweck der Deutschlandreisen (1,5 Mio. Ankünfte):

54% Urlaubsreisen / 25% VFR + sonstige Reisen / 21% Geschäftsreisen

Urlaubsart bei Reisen nach Deutschland:

39% Städte- und Eventreisen / 23% Urlaub in Feriengebieten / 20% Rundreisen

Buchungsverhalten:

65% Vorausbuchung / 56% via Internet

Anreise:

64% PKW, 14% Bahn, 11% Bus, 8% Flug, 1% Fahrrad

Umsatzvolumen Deutschlandreisen:

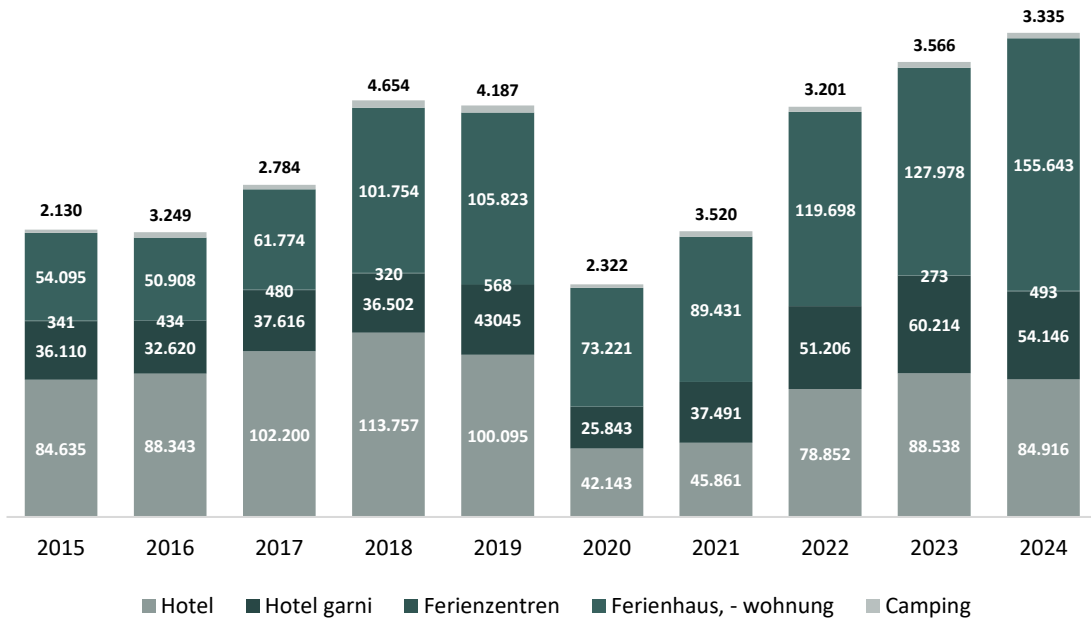
4,8 Mrd. Euro

Stand: Juni 2025

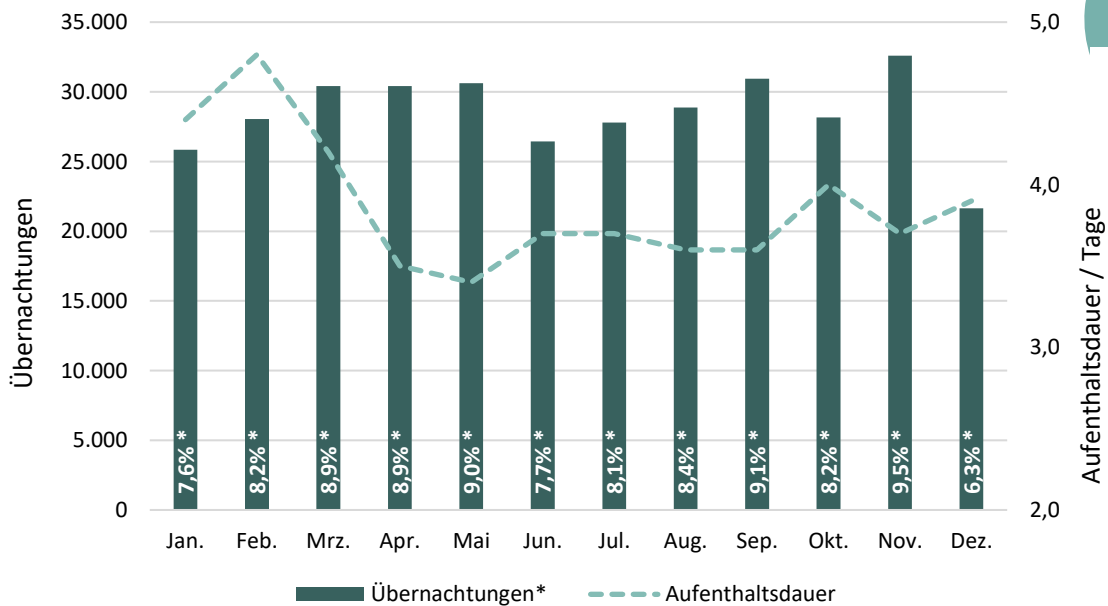
Quelle: ¹Destatis / ²Landesamt für Statistik Niedersachsen / ³ DZT

https://www.germany.travel/media/de/redaktion/trade_relaunch/business_intelligence/marktinformationen_in_kurzfassung/Polen_kurz.pdf

Übernachtungen nach Betriebsart



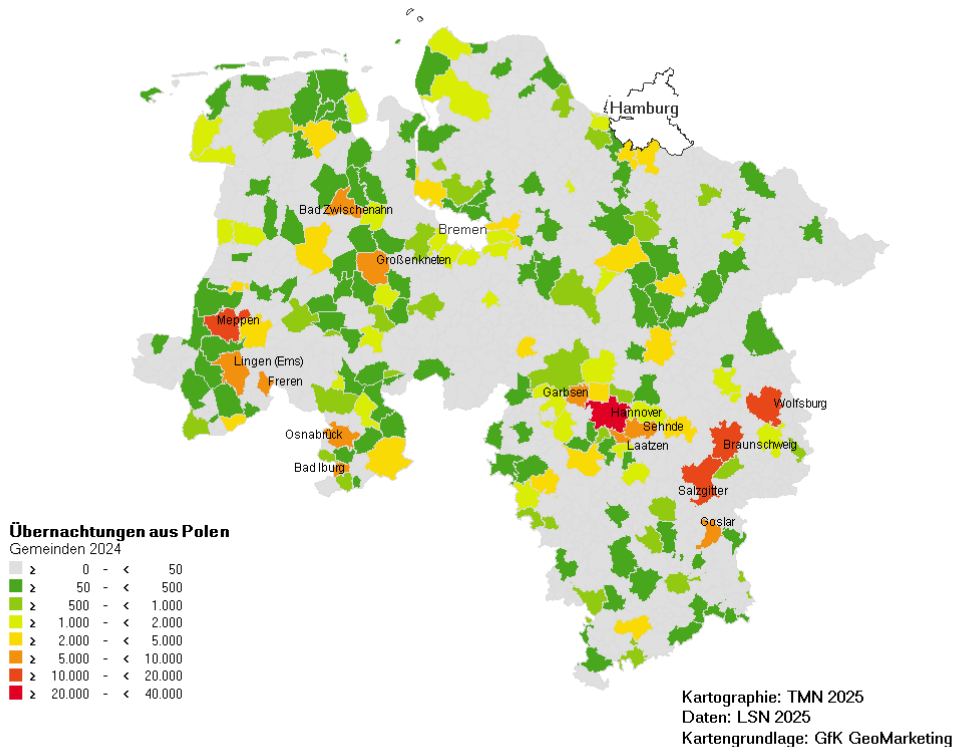
Übernachtungen und Aufenthaltsdauer im Jahresverlauf 2024



*mit Übernachtungsanteil je Monat in Prozent aus Polen

Zeitraum Sommerferien: ab 22. Juni - 23. August 2024

Übernachtungsziele 2024



Reisemotive

- ✓ Hohes Interesse an Städte- und Kulturreisen sowie historischen Sehenswürdigkeiten.
- ✓ Bedürfnis nach Aktivitäten in der Natur (Wandern/Radfahren) steigt → Kombination aus Stadt/Natur hat Potenzial.
- ✓ Familienreisen haben hohe Bedeutung, Themen wie Freizeit- und Ferienparke sind interessant.
- ✓ Besuche von Freunden und Familie → Erfahrungen werden über persönliches Netzwerk in Polen kommuniziert, sind somit indirekte Multiplikatoren und Botschafter.
- ✓ Kulinarik inklusive regionaler Produkte ist wichtig, einhergehend mit einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis (beliebt sind u.a. große Portionen in Restaurants).

Kulturelle Unterschiede:

- ✓ Höflichkeit, Respekt, Bescheidenheit und ein harmonisches Miteinander sind essenzielle Eigenschaften im zwischenmenschlichen Umgang.
 - ✓ Mehrmaliges Ablehnen ist Standard, bevor Geschenke oder Einladungen angenommen werden.
 - ✓ Männer sind besonders zuvorkommend gegenüber Frauen.
 - ✓ Kritik wird gar nicht bzw. kaum direkt geäußert.
- ✓ Religion, insbesondere die katholische Kirche, haben einen hohen Stellenwert → der Namenstag ist für erwachsene Polen relevanter als der Geburtstag.

Besonderheiten der Gäste aus Polen

- ✓ Ältere Polen reisen sehr selten.
- ✓ Persönlicher Kontakt ist sehr wichtig.
- ✓ Die Art der Ansprache unterscheidet sich zu der in Deutschland:
 - ✓ Wie in vielen slawischen Sprachen üblich, besitzen manche Nachnamen eine geschlechterspezifische Endung.
(männliche Form Kowalski/ weibliche Form Kowalska / Plural Kowalscy)
 - ✓ Eine fremde Person mit Du anzusprechen, gilt als respektlos und unhöflich.
 - ✓ Die Ansprache mit Frau/Herr plus Vorname ist wiederum sehr gebräuchlich und höflich.
- ✓ Polen sind überaus spontan bei der Reiseplanung/ -buchung: Kurzreisen werden maximal einen Monat vorab, meist noch kurzfristiger gebucht → bei freien bzw. kurzfristig frei gewordenen Kapazitäten finden sich in Polen häufig dankbare Abnehmer.
- ✓ Polnische Gäste sind sehr preisbewusst und empfänglich für Specials.
- ✓ Die Unterkünfte werden im Internet gebucht, fast ausschließlich über die beiden Plattformen Booking.com und Airbnb → um polnische Gäste anzusprechen, ist eine Präsenz auf diesen Portalen essenziell.
- ✓ Die jüngeren, reisefreudigeren Polen sprechen eher Englisch als Deutsch. Englischsprachige Informationen (u.a. Websites, Speisekarten) sind daher von großer Bedeutung, um polnische Gäste zufrieden zu stellen.
- ✓ Nachhaltigkeit wird ein zunehmend wichtigeres Thema.
- ✓ Polnische Gäste sind hauptsächlich digital unterwegs:
 - ✓ Online-Sichtbarkeit und leichte Buchbarkeit sind essenziell.
 - ✓ Social Media (Facebook, Instagram und zunehmend TikTok) spielt eine große Rolle.
 - ✓ Kreditkartenzahlung ist in Polen Standard und wird auch im Ausland erwartet.

Weiterführende Informationen

- ✓ DZT Webinar-Reihe „Market Insights“ – Aufzeichnung abrufbar unter:
www.germany.travel/de/trade/marktbearbeitung/market-insight-videos/
- ✓ Informationen zur Social-Media-Nutzung:
dataportal.com/reports/digital-2024-poland