

**Każdy, kto pośrednio lub bezpośrednio zawodowo związany jest z turystyką, uwzględniam tu: biura turystyczne, hotelarzy, przewodników, pilotów grup wycieczkowych czy przewoźników – doskonale zdaje sobie sprawę z faktu, że bez TURYSTY jego biuro czy hotel mają nikłe widoki na rozwój, a co za tym idzie, materialne korzyści.**

Każdy człowiek związany z branżą turystyczną, gdy zbliża się sezon, staje na głowie, by atrakcyjnymi ofertami zachęcić potencjalnego turystę do skorzystania z niej. Oferta, to jedno. Trzeba przecież ewentualnemu gościowi ją przedstawić. Gdzie? Najlepiej na imprezach branżowych –TARGACH. Miast organizujących takie imprezy jest wiele. Najbardziej znane to: Poznań, Lipsk, Berlin i inne. Pod koniec roku 2023 wybrałem się na targi turystyczne Touristik&Caravanning do Lipska także ja. Jestem przecież branżowcem.

Kto chociaż raz był na targach w Lipsku ten doskonale zna halę zwaną Glasshalle, w której, w najstarszym, światowym ośrodku targowym – Lipsku w dniach 22 – 26.11.2023 odbyły się największe w środkowych Niemczech i jedne z największych niemieckich targów turystycznych Touristik & Caravanning 2023. Udział w nich wzięło ponad 300 wystawców z całego świata, w tym Polska.

Polskie Stoisko Narodowe, przygotowane przez berliński ZOPOT, oprócz wspomnianego ośrodka dodatkowo reprezentowali: Wrocław i Dolny Śląsk wraz z Forum Muzyki oraz Muzeum „Zajezdnia” zlokalizowane w starej, wrocławskiej zajezdni, Bielsko – Biała i Zabrze, Kraków, Biuro Podróży POL REISEN, WydawnictwoTargowe ABC z Poznania, Mazury oraz Hotel Wydma Resort Medical&Spa z Mrzeżyna.

Polskie stoisko, muszę to z zadowoleniem przyznać, cieszyło się dużym zainteresowaniem. Każdego dnia skupiała się koło niego grupa zainteresowanych gości, wpytujących o polską ofertę. Gości Polskiego Stoiska Narodowego oprócz tradycyjnych kierunków takich jak Szczecin, Pomorze, Mazury dużym zainteresowaniem cieszyły się oferty Spływu Dunajcem, turystyka miejska, czy pobyty w polskich górach. Były pytania o Kraków i Małopolskę, czy Kotlinę Jeleniogórską i Karkonosze. Były pytania o rejsy po Kanale Ostródzko – Elbląskim, o możliwości wypożyczenia jachtów, skorzystania z miejsc na campingach i wiele innych. Trzeba przyznać, że niemieccy turyści dosyć dobrze zorientowani są w turystycznych atrakcjach Polski. Gdy z nimi rozmawiałem o ich znajomości miejsc, okazywało się, że byli w naszym kraju wielokrotnie. Chwalili standard ośrodków, obsługę, komunikację, jedzenie i oczywiście – CENY.

Zainteresowała mnie rosnąca z roku na rok, pandemii zaś wyjątkowo liczna – grupa seniorów zainteresowana ofertą pobytów w polskich sanatoriach. Wielu starszych Niemców chwaliło sobie pobyty lecznicze w Uzdrowisku Świnoujście, Kołobrzeg, pobyty lecznicze w Hotelu Lambert Medical Spa w Ustroniu Morskim czy w Cieplicach oraz w Szczawnicy. Zнали Busko, Łądek Zdrój i inne. Jedna z senierek, z którą rozmawiałem, powiedziała: „Mieszkam w Kanadzie, zazdroścę Polakom możliwości korzystania z leczenia sanatoryjnego. U mnie, taka oferta dla przeciętnego emeryta, jest bardzo rzadko spotykana. Jeśli już, kosztuje majątek. Co roku przyjeżdżam do Polski, by podreperować zdrowie.”

Jeden z gości p. Martin powiedział: „Byłem wielokrotnie w Uzdrowisku Świnoujście oraz w Kołobrzegu na pobycie uzdrowiskowym. Polska ma wysoką, porównywalną z naszą jakością usług medycznych, lekarze, pielęgniarki oraz terapeuci prowadzący zabiegi, to profesjonaliści i mówią po niemiecku. Ceny, to jeszcze jeden argument, by leczyć się w Polsce. Mało tego, będąc w polskim sanatorium również otrzymujemy refundację z niemieckiej kasy chorych”.

Niestety, na targach zabrakło stoiska Uzdrowiska Świnoujście, o które było bardzo dużo pytań wśród niemieckich, przyszłych kuracjuszy.

Z kolei młodych gości interesowała głównie turystyka aktywna, w szczególności pytali o szlaki górskie, ścieżki rowerowe, czy turystykę wodną, zwłaszcza kajakarstwo oraz żeglarstwo. Nie zabrakło również zainteresowania turystyką kulturową. Padały pytania o znane festiwale np.: w Sopocie, Opolu, czy Open'er Festival w Gdyni. Wielu Niemców interesowały atrakcje typu.: Forum

Muzyki, czy Hydropolis we Wrocławiu, a rodziny z dziećmi często pytały na stoisku Wrocławia o Kolejkowo. Natomiast fanów turystyki przemysłowej interesowała oferta zabytkowej Kopalni Guido w Zabrze.

To tyle o Polsce, a jak wyglądała oferta międzynarodowa?

Do udziału w tegorocznych targach, po covidowej przerwie, powrócili wystawcy, których brakowało przez ostatnie dwie edycje targów. Należeli do nich np. biuro Podróży Polster & Pohl, które po trzyletniej przerwie wróciło z największym stoiskiem oferującym podróże samolotowe, autokarowe oraz rejsy.

Dużym zainteresowaniem cieszyły się również stoiska armatorów rejsów morskich i rzecznych np.: MSC, Costa, TUI Cruises, czy Arosa. Nie zabrakło również dużych touroperatorów jak np.: Alltours, czy Reudnitzer Reisen.

Inne ciekawe stoiska przygotowały biura podróży: Ullmann Reisen, Weltmeister Reisen, oraz Lang Reisen.

Natomiast ofertę pobytów uzdrowiskowych prezentowało specjalistyczne biuro Selta Med.

Ciesząc się dużym zainteresowaniem, ciekawą ofertę przygotowało biuro podróży Maertens Reisen, proponując wycieczki kolejowe po Europie.

Jak na każdym targach nie zabrakło również stoisk narodowych i regionalnych.

Wśród krajów oprócz Niemców można było spotkać: Austrię, Czechy, Włochy, Bułgarię, Egipt i Słowenię.

Do najciekawszych stoisk regionalnych należały, moim zdaniem, stoiska austriackie, w szczególności z Tyrolu, a wśród regionów niemieckich najciekawsze stoisko przygotował region Gór Erzu w Saksonii, na którym oprócz oferty turystycznej można było zobaczyć, jak powstają regionalne figurki świąteczne i drewniane choinki oraz dokonać ich zakupu. Stoisko Lipska oraz Dolnych Łużyc i Gór Harzu wraz z Wernigerode w regionie Saksonia Anhalt i tym razem nie zawiodło swoich zwolenników

Na każdym targach, także w Lipsku, oprócz merytorycznych stoisk, można było się obejrzeć prezentacje, konkursy i występy artystyczne. Oprócz tego, goście mogli przejechać się oraz dokonać zakupu roweru i innych akcesoriów turystycznych np.: namioty, śpiwory jak również wziąć katalogi z ofertą podróży ze specjalnie przygotowanych regałów.

Odwiedziłem również hale caravaningowe, w których swoją ofertę prezentowali producenci i dealerzy kamperów, przyczep campingowych oraz namiotów i akcesoriów kempingowych.

Oprócz dużej oferty przyczep kempingowych, zwłaszcza takich marek jak: Hobby, czy Adria i dużej oferty kamperów, budowanych na różnej wielkości samochodach – od osobowych przez busy po duże kampery wielkości autobusu lub budowane na samochodach ciężarowych – namioty montowane na lekkich przyczepkach lub samochodach osobowych i busach.

Mimo że to dopiero drugie targi bez obostrzeń pandemicznych, to tegoroczna frekwencja była rekordowa – odwiedziło je ponad 55 000 zwiedzających i przedstawicieli branży turystycznej.

Targi to nie tylko prezentacja oferty na stoiskach i możliwość uzyskania promocyjnej oferty, ale to również możliwość poszerzenia swojej wiedzy poprzez, udział w licznych prezentacjach, warsztatach i szkoleniach oraz konferencjach.

Uważam, że tegoroczne targi turystyczne w Lipsku, to profesjonalnie i merytorycznie doskonale zorganizowana impreza. Życzę wystawcom wielu klientów i nowych kontaktów handlowych, gościom wielu ciekawych podróży, a organizatorom wielu sukcesów podczas kolejnych edycji targów.



*Tekst i zdjęcia: Bartosz Karwacki, Magdalena Kunikowska*