



Informacja prasowa

PO RAZ PIERWSZY PONAD 5 MILIONÓW UDZIELONYCH NOCLEGÓW W 9 MIASTACH DOLNEJ SAKSONII

Rok 2015 rokiem sukcesu turystyki dla kooperacji marketingowej. Brunzwik, Celle, Getynga, Goslar, Hameln, Hanower, Hildesheim, Lüneburg i Wolfenbüttel przedstawiają pozytywne statystki, z których wynika, że liczba udzielonych noclegów turystom zagranicznym znacznie wzrosła.

9 miast w Dolnej Saksonii odwiedziło w ubiegłym roku więcej turystów niż kiedykolwiek wcześniej. Każde miasto członkowskie prezentuje dodatni bilans. Krajowy Urząd Statystyczny Dolnej Saksonii (Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen) odnotował w miastach ponad 5 milionów udzielonych noclegów. Oznacza to wzrost o ponad 300 tys. noclegów (6,5%) w porównaniu z ubiegłym rokiem. Szczególnie imponujący jest wzrost liczby turystów zagranicznych. Liczba noclegów wzrosła o ponad 9% w porównaniu do 2014 roku. Liczba noclegów udzielonych turystom z zagranicy osiągnęła po raz pierwszy ponad 1 milion. Miasta zyskują na owocnej współpracy dzięki reklamie w europejskich państwach sąsiedzkich. Jak wyjaśnia Hans Nolte, prezes Izby Turystycznej „Hannover Marketing und Tourismus GmbH” i rzecznik kooperacji „9 miast + 1 w Dolnej Saksonii „wieloletnie wspólne działania marketingowe przynoszą rezultaty”.

Kooperacja miast działa aktywnie wraz z miasteczkiem samochodowym Autostadt w Wolfsburgu. Dzięki połączeniu licznych wydarzeń i zabytków miasta partnerskie oferują zagranicznym turystom atrakcyjne możliwości wielodniowych podróży do Dolnej Saksonii. Oprócz wspólnej prezentacji na targach turystycznych i podczas wydarzeń branżowych do głównych działań w ubiegłym roku należały również kontakty z mediami. Dolną Saksonię odwiedziło wielu dziennikarzy i blogerów turystycznych z europejskich państw sąsiedzkich. Wynik mówi sam za siebie. W dziennikach i czasopismach turystycznych ukazywały się liczne artykuły.

Również w 2016 roku partnerzy będą kontynuować swoje działania międzynarodowe. Punktualnie na Międzynarodową Giełdę Turystyczną w Berlinie (ITB) ukazała się broszura zawierająca szczegółowe informacje na temat planowanych wydarzeń, festiwali i imprez tematycznych, która została rozprowadzona w nakładzie 45 tys. egzemplarzy w czasie giełdy, a także na rynkach zagranicznych. Od ubiegłego roku kooperacja próbuje odwołać się do młodszych odbiorców, do których również skierowana jest broszura, w której zostały uwzględnione wydarzenia kulturalne i miejskie.

Plany obejmują m. in. udział w szerokiej kampanii Niemieckiej Centrali Turystyki w całej Skandynawii, przygotowanie specjalnie dla holenderskich gości broszury z ofertami „Rowerem po 9 miastach Dolnej Saksonii”, współpraca z polską kooperacją biur podróży TSS Polska oraz różnorodne publikacje w czasopismach turystycznych w Szwajcarii. „Dzięki wspólnemu finansowaniu zagranicznych działań marketingowych poszczególni członkowie osiągają silną pozycję międzynarodową, która bez kooperacji byłaby prawie niemożliwa” - wyjaśnia Hans Nolte.

Kooperacja 9 miast w Dolnej Saksonii została założona ponad 30 lat temu. Liczba miast nie zmieniła się od tego czasu. W 2011 roku do kooperacji dołączyło miasteczko samochodowe Autostadt w Wolfsburgu.

Szczegółowe informacje dostępne również na stronie: www.9cities.com
the_9 wonderful cities in Niedersachsen, Hannover Marketing & Tourismus GmbH
Vahrenwalder Str. 7, D – 30165 Hannover
Partnerem marketingowym w Polsce jest TSS Polska Touristik Service System.

Kontakt dla mediów:

Katarzyna Borucka-Nadolna, Dyrektor Sprzedaży i Marketingu
Email: katarzyna.borucka@tsspolska.pl Tel: 728 655 557

Informacje o TSS Polska

TSS Polska specjalizuje się w międzynarodowym konsultingu sprzedaży i marketingu dla branży turystycznej. Wraz z centralą TSS Group w Niemczech tworzy kooperację 2900 biur podróży, z czego 600 biur agencyjnych zrzesza w Polsce. Poprzez współpracę, niezależne biura agencyjne tworzą ważną grupę dystrybucyjną, uzyskując preferencyjne warunki współpracy i dostęp do ofert niemieckich organizatorów. Ponadto kooperacja gwarantuje wsparcie technologiczne i szkoleniowe.

W ramach usług marketingowych na rzecz podmiotów zagranicznych w Polsce wspiera sprzedaż B2B i B2C oraz wprowadza nowe produkty turystyczne na rynek polski realizując działania marketingowe dla m.in. Condor, A&O Hotels und Hostels, 9 Staedte Niedersachsen, Magdeburg Marketing Kongress und Tourismus GmbH, Tourismus+Congress GmbH Frankfurt am Main, Leipzig Tourismus und Marketing, Hanse Merkur, Catalunya, Andalucia, Gloria Hotels, AHORN Hotels, Dresden Flughafen, FIT Reisen, AIDA, Holiday Extras, onlineweg.de.

W latach 2010-2015 TSS Polska była generalnym agentem Deutsche Bahn na Polskę. Analogicznie TSS Group z siedzibą w Dreźnie wspiera polskie organizacje i przedsiębiorców na rynku niemieckim.