

The background image is a misty landscape. In the foreground, there is a field of tall, golden-brown grasses. In the middle ground, a line of trees, including several prominent evergreens, is partially obscured by a thick layer of white mist. The background shows a dense forest of trees under a pale, overcast sky. The overall mood is serene and atmospheric.

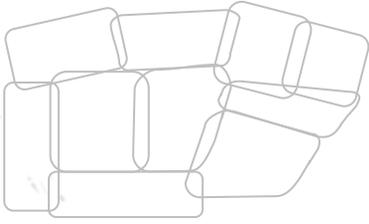
# STECKBRIEFE DER SINUS-META-MILIEUS IN POLEN

**NORD  
RHEIN  
WEST  
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

# POLEN

## BEVÖLKERUNG GESAMT



Sinus-Milieus® International



## REISEVERHALTEN

Ferienhaus noch beliebter als Hotel und Pensionen bei 27 % die häufigste Unterkunft

Die Aktivitäten sind sehr von der Natur geprägt. Aber auch die Familie und Kultur erleben spielen eine große Rolle

## GENERELLE PRÄFERENZEN

1. Bade-, Strandurlaub
2. Urlaub im Ferienhaus
3. Urlaub in den Bergen

## REISEMERKMALE

### UNTERKUNFT

1. Ferienhaus
2. Hotel
3. Ferienanlage mit eigenem Apartment

### MOTIVE

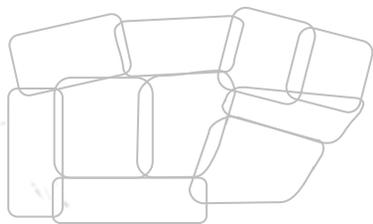
1. Entspannung, keinen Stress haben
2. Abstand zum Alltag gewinnen
3. Natur erleben
4. Sich verwöhnen lassen, sich etwas gönnen
5. Frei sein, Zeit für sich haben

### AKTIVITÄTEN

1. Spazieren gehen
2. Aufenthalt in der Natur
3. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen
4. Aktivitäten am Wasser
5. Besuch von Sehenswürdigkeiten

# POLEN

## BEVÖLKERUNG GESAMT



Sinus-Milieus® International



## GERÄTE FÜRS INTERNET

1. Smartphone
2. Laptop
3. Fernseher

## MEDIENVERHALTEN

Vielseitiges Interesse an verschiedenen Medienkanälen

Nutzen zur Information für Reisen gerne Meinungen anderer, egal ob Portale, Testberichte, Foren oder Infos von Social-Media

## BLOGGER & INFLUENCER

34 % folgen Bloggern oder Influencern

8 % nutzen diese als Informationsquelle zur Reisebuchung

## SPRACHEN AUF WEBSITES

82 % wünschen sich Informationen in ihrer Landessprache

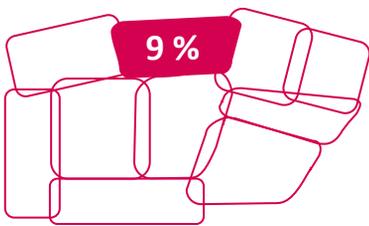


## INFO-QUELLEN

1. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
2. Berichte/ Test im Internet
3. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet

## THEMENINTERESSE

1. Ernährung, Kochen, Rezepte
2. Gesundheit
3. Politik, Zeitgeschehen



Sinus-Milieus® International

# POLEN

## INTELLECTUALS



### Reminder: Intellectuals

Libérale Grundhaltung, weltoffen, kosmopolitische pluralistische Weltsicht, auf der Suche nach Selbstverwirklichung, postmateriell geprägter Individualismus, kulturelle und intellektuelle Interessen, akademisch, Work-Life-Balance

## REISEVERHALTEN

Erholung und Rundum-Sorglos, statt Action & Abenteuer

Im Urlaub Kraft für den Alltag sammeln und mit der Familie in der Natur entspannen

Organisieren gerne individuell

## URLAUBSART

Bade-, Strandurlaub

Urlaub in den Bergen

Urlaub im Ferienhaus

## REISEMERKMALE

### HÄUFIGSTE NENNUNGEN

1. Pension / Bed & Breakfast
2. Hotel
3. -

### POSITIVE ABWEICHUNGEN

Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung

1. Hotel
2. Pension / Bed & Breakfast
3. Ferienhaus

## UNTERKUNFT

## MOTIVE

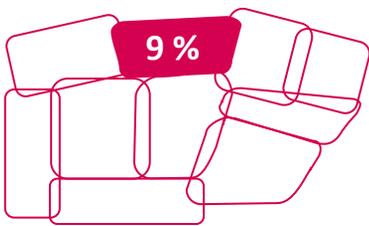
1. Natur erleben
2. Entspannung, keinen Stress haben
3. Abstand zum Alltag gewinnen
4. Zeit füreinander haben
5. Sich verwöhnen lassen, sich etwas gönnen

1. Zeit füreinander haben
2. Natur erleben
3. Besuch von Museen, Ausstellungen
4. Sich verwöhnen lassen, sich etwas gönnen
5. Entspannung, keinen Stress haben

## AKTIVITÄTEN

1. Spazieren gehen
2. Aufenthalt in der Natur
3. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen
4. Aktivitäten am Wasser
5. Besuch von Sehenswürdigkeiten

1. Aktivitäten am Wasser
2. Besuch von Museen
3. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen
4. Besuch von Erlebniseinrichtungen
5. Besuch von Sehenswürdigkeiten



Sinus-Milieus® International

**Reminder: Intellectuals**

Liberale Grundhaltung, weltoffen, kosmopolitische pluralistische Weltsicht, auf der Suche nach Selbstverwirklichung, postmateriell geprägter Individualismus, kulturelle und intellektuelle Interessen, akademisch, Work-Life-Balance

# POLEN

## INTELLECTUALS



### GERÄTE FÜRS INTERNET

#### TOP-NENNUNGEN

1. Smartphone
2. Laptop
3. Fernseher

#### ABWEICHUNGEN

1. Tablet
2. Fernseher
3. Smartphone

### MEDIENVERHALTEN

Social Media vor allem für private Themen & für Produkte

Die Meinung anderer spielt bei der Sammlung von Infos eine große Rolle

Medienallrounder

### BLOGGER & INFLUENCER

30 % folgen Bloggern oder Influencern

10 % nutzen diese als Informationsquelle zur Reisebuchung

### SPRACHEN AUF WEBSITES

80 % wünschen sich Informationen in ihrer Landessprache

### INFO-QUELLEN

#### TOP-NENNUNGEN

1. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
2. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet
3. Berichte/ Test im Internet

#### ABWEICHUNGEN

1. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
2. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet
3. Berichte, Likes, Shares von Social-Media-Nutzern



#### SOCIAL MEDIA

YouTube, Facebook und Instagram gefolgt von TikTok

TikTok, Pinterst und YouTube leicht über-Ø

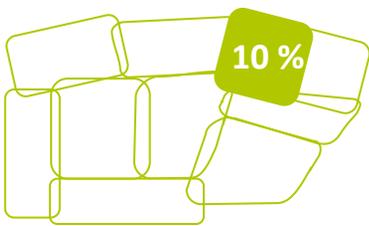
#### TOP-NENNUNGEN

1. Politik, Zeitgeschehen
2. Gesundheit
3. Urlaub und Reisen

#### ABWEICHUNGEN

1. Politik, Zeitgeschehen
2. Urlaub, Reisen
3. Gesundheit

Abweichungen = Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung



Sinus-Milieus® International

# POLEN

## PERFORMERS

### Reminder: Performer

Wettbewerbs- und karriereorientiert, streben nach Selbstverwirklichung und intensivem Leben, flexibel und mobil, Macher-Typ, Leistungswille und Flexibilität, Technik- und IT-Affinität



## REISEVERHALTEN

Sehr hohe Reiseintensität und Erlebnis-faktor durch viele Motive & Aktivitäten

Übernachten gerne in Hotels, kommen auch gelegentlich gerne bei Freunden unter

Individualisten, sind der Pauschalreise jedoch nicht abgeneigt

## URLAUBSART

Urlaub in Ferienhaus/-wohnung

Urlaub in den Bergen

Bad- und Strandurlaub

## REISEMERKMALE

### HÄUFIGSTE NENNUNGEN

### POSITIVE ABWEICHUNGEN

Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung

#### UNTERKUNFT

1. Hotel
2. Unterbringung bei Freunden/ Familie
3. Pension/ Bed & Breakfast

1. Hotel
2. Ferienanlage mit eigenem Apartment
3. Ferienhaus

#### MOTIVE

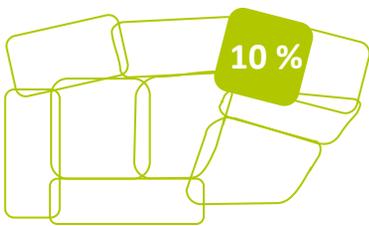
1. Entspannung, keinen Stress haben
2. Abstand zum Alltag gewinnen
3. Natur erleben
4. Sich verwöhnen lassen, sich was gönnen
5. Frei sein, Zeit für sich haben

1. Neue Eindrücke gewinnen, etwas ganz anderes kennen lernen
2. Andere Länder und Kulturen erleben
3. Sich verwöhnen lassen, sich etwas gönnen
4. Kontakt zu Einheimischen
5. Frei sein, Zeit für sich haben

#### AKTIVITÄTEN

1. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen
2. Spazieren gehen
3. Aufenthalt in der Natur
4. Besuch von Sehenswürdigkeiten
5. Aktivität am Wasser

1. Typische Speisen/ Getränke genießen
2. Zeit mit der Familie/ Partner/ Freunden verbringen
3. Besuch von Sehenswürdigkeiten
4. Aktivitäten im/ auf dem Wasser
5. Besuch von Erlebniseinrichtungen



Sinus-Milieus® International

# POLEN

## PERFORMERS



### Reminder: Performer

Wettbewerbs- und karriereorientiert, streben nach Selbstverwirklichung und intensivem Leben, flexibel und mobil, Macher-Typ, Leistungswille und Flexibilität, Technik- und IT-Affinität

## GERÄTE FÜRS INTERNET

### TOP-NENNUNGEN

1. Smartphone
2. Laptop
3. Fernseher

### ABWEICHUNGEN

1. Desktop-Computer
2. Fernseher
3. Tablet

## MEDIENVERHALTEN

Sehr hohe Mediennutzung in vielen Formaten – Mix aus klassisch & modern

Hohe Affinität für Blogger & Influencer

Liegen bei den Anwendungen z.T. deutlich über dem Schnitt

## BLOGGER & INFLUENCER

42 % folgen Bloggern oder Influencern

15 % nutzen diese auch als Informationsquelle zur Buchung

## SPRACHEN AUF WEBSITES

85 % wünschen sich Informationen in ihrer Landessprache

## INFO-QUELLEN

### TOP-NENNUNGEN

1. Berichte & Tests im Internet
2. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
3. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet

### ABWEICHUNGEN

1. Berichte/ Test im Internet
2. Websites von Unternehmen
3. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet

## THEMENINTERESSE

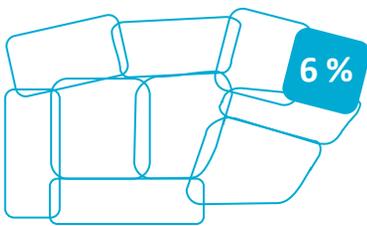
### TOP-NENNUNGEN

1. Urlaub und Reisen
2. Politik, Zeitgeschehen
3. Ernährung, Kochen, Rezepte

### ABWEICHUNGEN

1. Unterhaltungselektronik
2. Sport
3. Urlaub und Reisen





Sinus-Milieus® International

# POLEN

## COSMOPOLITAN

## AVANTGARDE

### Reminder: Cosmopolitan Avantgarde

Individualismus & Nonkonformismus, ohne ideologische Festlegungen, weltoffen, kreativ, geringe Akzeptanz von Autorität und Hierarchie, online und offline global vernetzt



## REISEVERHALTEN

Wünschen sich Erholung, aber dennoch mit Erlebnissen

Denn sie sind immer unterwegs, aktiv, erlebnishungrig & kulturaffin

Großer Anteil an Individualbuchenden

## URLAUBSART

Bade- und Strandurlaub

Urlaub in Ferienhaus/ -wohnung

Urlaub in den Bergen

## REISEMERKMALE

### HÄUFIGSTE NENNUNGEN

1. Hotel
2. Ferienanlage mit eigenem Apartment
3. Ferienhaus

### POSITIVE ABWEICHUNGEN

Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung

### UNTERKUNFT

1. Hotel
2. Ferienanlage mit eigenem Apartment
3. Homestay und auch Ferienwohnung

### MOTIVE

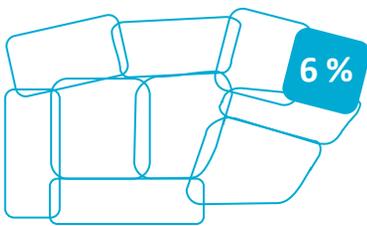
1. Frei sein, Zeit für mich haben
2. Neue Leute kennenlernen
3. Andere Länder und Kulturen erleben, viel von der Welt sehen
4. Kontakt zu Einheimischen
5. Sich unterhalten lassen

1. Entspannung, keinen Stress haben
2. Frei sein, Zeit für mich haben
3. Natur erleben
4. Abstand zum Alltag gewinnen
5. Sich verwöhnen lassen, sich etwas gönnen

### AKTIVITÄTEN

1. Besuch von Sehenswürdigkeiten
2. Spazieren gehen
3. Aktivitäten am Wasser
4. Aufenthalt in der Natur
5. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen

1. Aktivitäten im/ auf dem Wasser
2. Radfahren
3. Nachtleben genießen
4. Besuch von Sehenswürdigkeiten
5. Typische Speisen/ Getränke genießen



Sinus-Milieus® International

# POLEN

## COSMOPOLITAN

## AVANTGARDE



Reminder: Cosmopolitan Avantgarde

Individualismus & Nonkonformismus, ohne ideologische Festlegungen, weltoffen, kreativ, geringe Akzeptanz von Autorität und Hierarchie, online und offline global vernetzt

### GERÄTE FÜRS INTERNET

#### TOP-NENNUNGEN

1. Smartphone
2. Laptop
3. Fernseher

#### ABWEICHUNGEN

1. Fernseher
2. Sprachassistenten
3. Smartphone

### MEDIENVERHALTEN

Vertrauen auf Berichte und Bewertungen von Freunden oder im Internet

Sehr Social-Media affin

Suchen Rabattcodes & folgen auch aus diesem Grund Influencern

### BLOGGER & INFLUENCER

49 % folgen Bloggern oder Influencern

8 % nutzen sie als Informationsquelle zur Reisebuchung

### SPRACHEN AUF WEBSITES

70 % wünschen sich Informationen in ihrer Landessprache

### INFO-QUELLEN

#### TOP-NENNUNGEN

1. Preisvergleichs-/ Bewertungsseiten im Internet
2. Berichte/ Test im Internet
3. Gespräche mit / Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten

#### ABWEICHUNGEN

1. Internetforen
2. Social-Media-Kanäle von Unternehmen, Marken, Händlern
3. Werbung im Internet



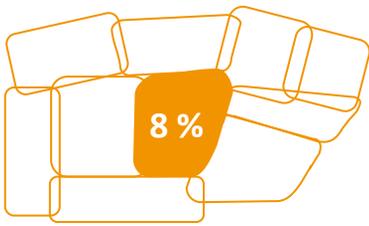
#### TOP-NENNUNGEN

1. Politik, Zeitgeschehen
2. Urlaub und Reisen
3. Unterhaltungselektronik

#### ABWEICHUNGEN

1. Unterhaltungselektronik
2. Sport
3. Urlaub und Reisen

Abweichungen = Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung



Sinus-Milieus® International

# POLEN

## ADAPTIVE NAVIGATORS

### Reminder: Adaptive Navigators

Loyal, leistungs- & anpassungsbereit, erfolgsorientiert, gut organisiert, aber auch konventionell & kompromissbereit, Bedürfnis nach Verankerung, Zugehörigkeit, Sicherheit und Stabilität, Pragmatismus & Nützlichkeitsdenken



## REISEVERHALTEN

Individual- & auch Pauschalreisende, die gerne direkt oder auf Portalen buchen

Urlaub bedeutet Erholung und Abstand vom Alltag, gerne mit kulturellen Erlebnissen

Individual- und Pauschalreisende halten sich die Waage

## URLAUBSART

Urlaub in Ferienhaus/ -wohnung

Bade-, Strandurlaub

Städtereise

## REISEMERKMALE

### HÄUFIGSTE NENNUNGEN

1. Ferienhaus
2. Pension/ Bed & Breakfast
3. Ferienanlage mit eigenem Apartment

### POSITIVE ABWEICHUNGEN

Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung

1. Pension/ Bed & Breakfast
2. Camping – Zelt
3. Hostel/ Jugendherberge

## UNTERKUNFT

## MOTIVE

1. Entspannung, keinen Stress haben
2. Abstand zum Alltag gewinnen
3. Frei sein, Zeit für mich haben
4. Sich verwöhnen lassen
5. Natur erleben

1. Neue Leute kennenlernen
2. Besuch von Events/ Veranstaltungen
3. Zeit für Einkaufsatouren/ Shopping
4. Sich unterhalten lassen/ Animation
5. Kontakt zu Einheimischen

## AKTIVITÄTEN

1. Nachtleben genießen
2. Einkaufen/ Shopping
3. Aktivitäten am Wasser
4. Zeit mit der Familie/ Partner/ Freunden verbringen
5. Aktivitäten im/ auf dem Wasser

1. Spazieren gehen
2. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen
3. Aufenthalt in der Natur
4. Aktivitäten am Wasser
5. Besuch von Sehenswürdigkeiten



Sinus-Milieus® International

# POLEN

## ADAPTIVE NAVIGATORS

### Reminder: Adaptive Navigators

Loyal, leistungs- & anpassungsbereit, erfolgsorientiert, gut organisiert, aber auch konventionell & kompromissbereit, Bedürfnis nach Verankerung, Zugehörigkeit, Sicherheit und Stabilität, Pragmatismus & Nützlichkeitsdenken



## GERÄTE FÜRS INTERNET

### TOP-NENNUNGEN

1. Smartphone
2. Laptop
3. Fernseher

### ABWEICHUNGEN

1. Tablet
2. Fernseher
3. Smartphone

## MEDIENVERHALTEN

Intensive Mediennutzer, die immer online sind

Social Media wird auch für die Reiseplanung und zum Teilen von Fotos genutzt

## BLOGGER & INFLUENCER

54 % folgen Bloggern oder Influencern

20 % nutzen diese als Informationsquelle zur Reisebuchung

## SPRACHEN AUF WEBSITES

85 % wünscht sich Informationen in ihrer Landessprache

## INFO-QUELLEN

### TOP-NENNUNGEN

1. Berichte/ Test im Internet
2. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
3. Preisvergleichs-/ Bewertungsseiten im Internet

### ABWEICHUNGEN

1. Social-Media-Kanäle von Unternehmen, Marken, Händlern
2. Berichte/ Tests im Radio
3. Berichte, Likes, Shares von Social-Media Nutzern



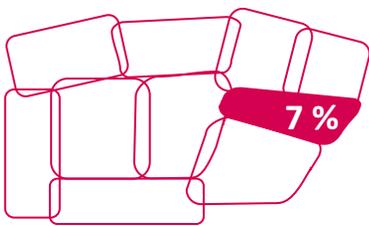
### TOP-NENNUNGEN

1. Gesundheit
2. Ernährung, Kochen, Rezepte
3. Musik, Kultur, Theater, Kunst, Veranstaltungen

### ABWEICHUNGEN

1. Stars, Prominente
2. Wirtschaft, Beruf, Weiterbildung
3. Musik, Kultur, Theater, Kunst, Veranstaltungen

Abweichungen = Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung



Sinus-Milieus® International

# POLEN

PROGRESSIVE

REALISTS

Reminder: Progressive Realists

Impulsgeber der globalen Transformation, nachhaltiger Lebensstil ohne Verzichtsideologie, optimistisch, Verantwortungsübernahme für die Gesellschaft, Party & Protest, Ernsthaftigkeit & Unterhaltung



## REISEVERHALTEN

Suchen im Urlaub Ablenkung vom Alltag und möchten dabei gerne Land und Leute kennenlernen

Durch die Städteaffinität geht man gerne aus und taucht in die Kultur des Urlaubsortes ein

## URLAUBSART

Städtereise

Bade-, Strandurlaub

Urlaub in Ferienhaus/ -wohnung

## REISEMERKMALE

### HÄUFIGSTE NENNUNGEN

### POSITIVE ABWEICHUNGEN

Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung

#### UNTERKUNFT

1. Hotel
2. Ferienhaus
3. Unterbringung bei Freunden/ Familie

1. Homestay, z.B. Airbnb
2. Hotel
3. Unterbringung bei Freunden/ Familie

#### MOTIVE

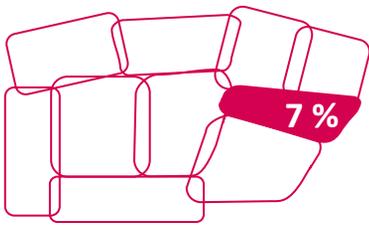
1. Abstand zum Alltag
2. Entspannung, keinen Stress haben
3. Natur erleben
4. Sich verwöhnen lassen, sich etwas gönnen
5. Kraft sammeln, auftanken

1. Andere Länder und Kulturen erleben
2. Abstand zum Alltag gewinnen
3. Neue Leute kennenlernen
4. Kraft sammeln, auftanken
5. Besuch von Events

#### AKTIVITÄTEN

1. Spazieren gehen
2. Aufenthalt in der Natur
3. Besuch von Sehenswürdigkeiten
4. Aktivität am Wasser
5. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen

1. Nachtleben genießen
2. Besuch von Erlebniseinrichtungen
3. Besuch von Museen/ Ausstellungen
4. Typische Speisen/ Getränke genießen
5. Besuch von Sehenswürdigkeiten



Sinus-Milieus® International

# POLEN

## PROGRESSIVE REALISTS



### Reminder: Progressive Realists

Impulsgeber der globalen Transformation, nachhaltiger Lebensstil ohne Verzichtsideologie, optimistisch, Verantwortungsübernahme für die Gesellschaft, Party & Protest, Ernsthaftigkeit & Unterhaltung

### GERÄTE FÜRS INTERNET

#### TOP-NENNUNGEN

1. Smartphone
2. Laptop
3. Fernseher

#### ABWEICHUNGEN

1. Smartphone
2. Laptop
3. Fernseher

### MEDIENVERHALTEN

Hohe Digitalaffinität und intuitives Zurechtfinden

Folgen Bloggern und Influencern überdurchschnittlich

### BLOGGER & INFLUENCER

50 % folgen Bloggern oder Influencern

Für 10 % sind diese auch als Informationsquelle bei der Buchung wichtig

### SPRACHEN AUF WEBSITES

68 % wünschen sich Informationen in ihrer Landessprache

### INFO-QUELLEN

#### TOP-NENNUNGEN

1. Berichte/ Tests im Internet
2. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
3. Preisvergleichs-/ Bewertungsseiten im Internet

#### ABWEICHUNGEN

1. Blogs und Vlogs
2. Werbung im Internet
3. Berichte/ Tests im Internet



#### SOCIAL MEDIA

Facebook, YouTube, Instagram und TikTok

Instagram, TikTok, Snapchat, Facebook, Twitch deutlich über-Ø

#### TOP-NENNUNGEN

1. Politik, Zeitgeschehen
2. Gesundheit
3. Musik, Kultur, Theater, Kunst

#### ABWEICHUNGEN

1. Wissenschaft und Technik
2. Musik, Kultur, Theater, Kunst
3. Geldanlagen, Versicherungen

Abweichungen = Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung

# IMPRESSUM



Tourismus NRW e.V.

## HERAUSGEBER

Tourismus NRW e.V.

Vertretungsberechtigter Vorstand:  
Dr. Achim Schloemer

Geschäftsführung:

Dr. Heike Döll-König

Völklinger Str. 4  
40219 Düsseldorf  
Telefon: 0211 91320-500  
Fax: 0211 91320-555  
E-Mail: [info@nrw-tourismus.de](mailto:info@nrw-tourismus.de)  
Internet: [tourismusverband.nrw](http://tourismusverband.nrw) |  
[www.dein-nrw.de](http://www.dein-nrw.de)

Registergericht Amtsgericht Düsseldorf  
Vereinsregisternummer: VR 10493

V.i.S.d.P. und Verantwortlich gem.  
§ 18 Abs. 2 Medienstaatsvertrag:  
Markus Delcuve, Völklinger Str. 4,  
40219 Düsseldorf

## QUELLE

Eigene Erhebung durch das Sinus-Institut, Basis:  
1.000 Fälle, polnischer Bevölkerung zwischen  
16-69 Jahre; Erhebungszeitraum Feb. / Mrz.  
2022

Aktualisierung der Ergebnisse im Rahmen des  
geänderten Sinus-Metamilieu-Modells 2023

## GESTALTUNG & REDAKTION

Leonie Jasper

## KONTAKT AUSLANDSMARKETING

Julia Bauer

## BILDNACHWEIS TITEL

Beyenburger Stausee, Bergische 3  
© Johannes Höhn, © pangea

## GEFÖRDERT DURCH

Ministerium für Wirtschaft,  
Industrie, Klimaschutz und Energie  
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION  
REACT-EU  
Europäischer Fonds  
für regionale Entwicklung