

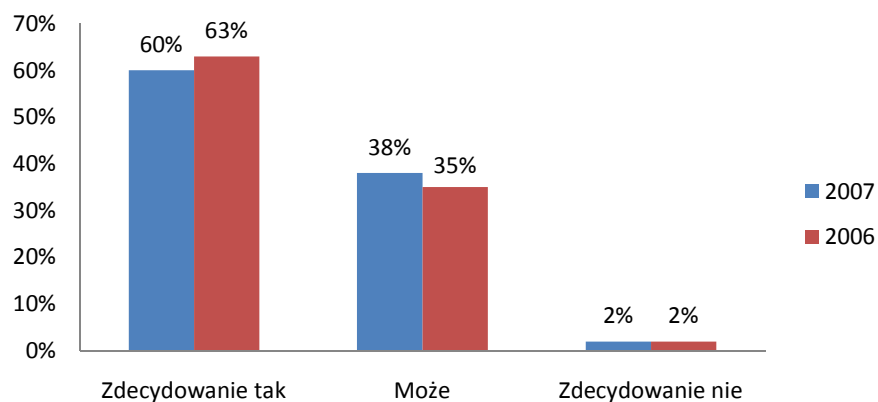
# Obcokrajowcy ocenili krakowskie skarby

Gazeta Krakowska, 17.01.2008  
Małgorzata Stuch

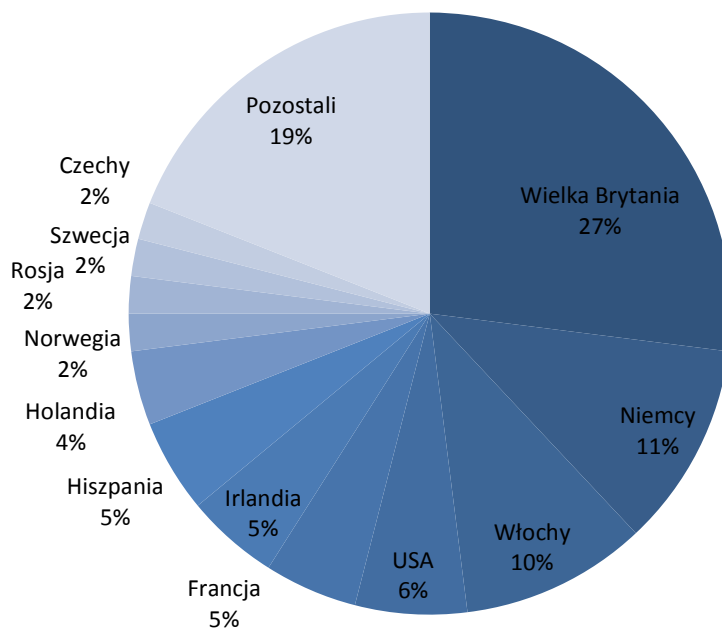
**Największym skarbem naszego miasta, według obcokrajowców, wcale nie jest wzgórze wawelskie, Rynek Główny czy dziedzictwo kulturowe lecz unikalna atmosfera kulturalnej stolicy Polski. Tak wynika z badań firmy Wirtualny Turysta, która prowadzi internetowe serwisy turystyczne. Badania przeprowadzone zostały wśród obcokrajowców, którzy w ubiegłym roku odwiedzili Kraków.**

- Ankietowaliśmy osoby, które zarezerwowały nocleg poprzez portal CracowOnline.com i spędziły w Krakowie przynajmniej jedną dobę. Było to 770 osób - mówi Dagmara Plata z Wirtualnego Turysty. Zdecydowaną większość przybyłych do Krakowa gości stanowili turyści z Wielkiej Brytanii (27 proc.), na dalszych miejscach uplasowali się Niemcy (11 proc.) i Włosi (10 proc). Wyniki przeprowadzonej ankiety są dość zaskakujące.

## Czy odwiedzisz Kraków ponownie?

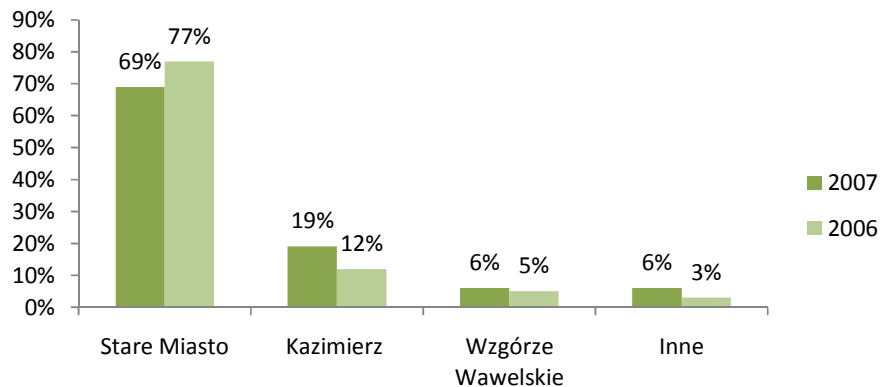


## Struktura respondentów sondażu według miejsca zamieszkania, 2007

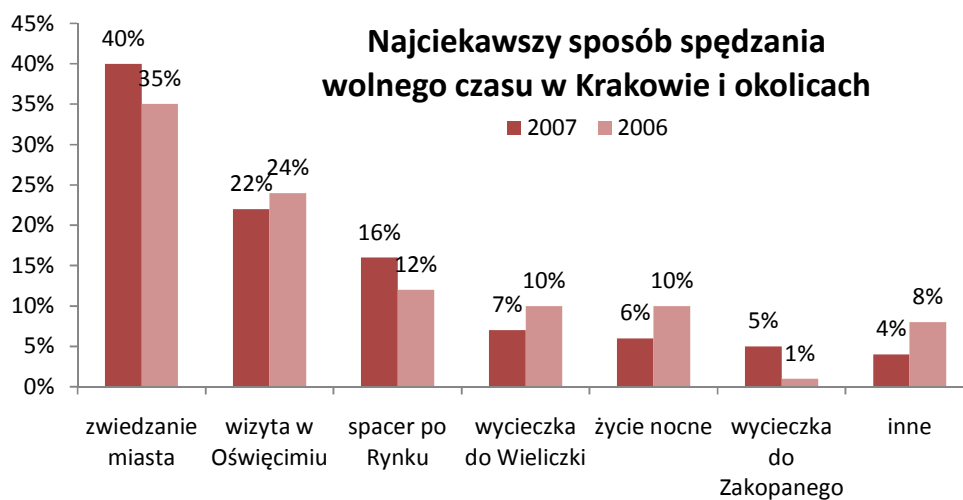


Według nich rośnie popularność Kazimierza kosztem obleganego do tej pory Starego Miasta. W 2006 roku Rynek i jego okolice był ulubionym miejscem odwiedzin 77 proc. turystów z zagranicy, w roku ubiegłym tylko 69 proc. wskazało go jako najchętniej odwiedzany rejon Krakowa. Mniejszą popularnością cieszy się również Wawel, dotąd uważany za najważniejszą turystyczną atrakcję. Nadal najciekawszym sposobom spędzania wolnego czasu pozostaje zwiedzanie zabytków.

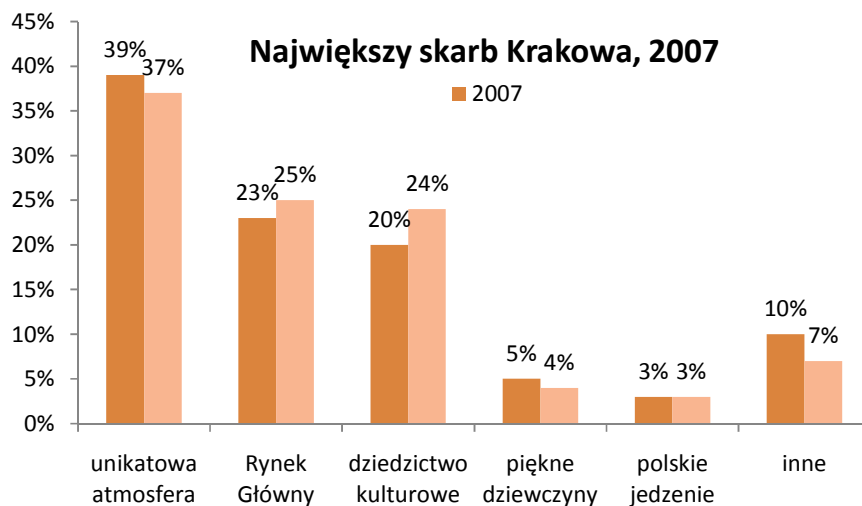
### Ulubiony obszar Krakowa, 2007



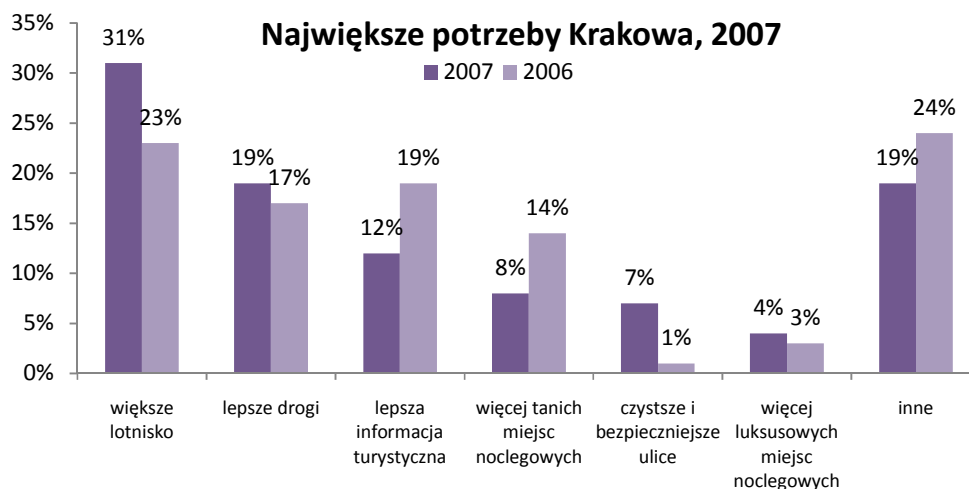
### Najciekawszy sposób spędzania wolnego czasu w Krakowie i okolicach



### Największy skarb Krakowa, 2007



Zdecydowanie mniej turystom podoba się jakość informacji turystycznej w Krakowie i stan naszych dróg. Obcokrajowcy narzekają też na ścisk na podkrakowskim lotnisku. Ta ostatnia okoliczność może spowodować, że część z nich wybierze inne miasta jako miejsce wypoczynku czy krótkiego urlopu. - Może dobrze - zastanawia się Izabela Helbin, dyrektor magistrackiego biura promocji i marketingu.



- Zmienia się strategia promocji miasta. Chcemy przyciągnąć nie tylko weekendowych turystów, ale też i tych z zasobniejszym portfelem, takich, którzy przylecą na bardziej ambitne wydarzenia kulturalne, jak festiwale Misteria Paschalia czy Sacrum Profanum - dodaje Izabela Helbin.