

Spis treści

Wstęp.....	9
Własne korzenie i inspiracje	13
Rozdział I	
Moja Alma Mater – Politechnika Warszawska	29
1. Studia i praca na Wydziale Geodezji i Kartografii PW	29
2. Działalność społeczna na PW.....	34
Rozdział II	
Zafascynowanie dyplomacją	49
1. Zostałem dyplomatą	49
2. Praca w MSZ.....	49
3. Kontakty w korpusie dyplomatycznym	51
4. „Przygoda” związana z wizytą Michaiła Gorbaczowa w Polsce	54
5. Powódź w apartamencie Ericha Honeckera.....	58
Rozdział III	
Przeżyłem upadek muru berlińskiego i zjednoczenie Niemiec	61
1. Wyjazd do pracy w Ambasadzie w Berlinie.....	61
2. Wizyta premiera Mieczysława Rakowskiego w Berlinie 5 grudnia 1988 r.	64
3. Erich Honecker o NRD w 1989 r.	65

4. Obchody 40. rocznicy powstania NRD	66
5. Upadek muru berlińskiego 9 listopada 1989 r.	70
6. Pierwsze demokratyczne wybory w NRD 18 marca 1990 r.....	75
7. Zjednoczenie Niemiec 3 października 1990 r.....	80
8. Wyprowadzenie wojsk radzieckich z Niemiec Wschodnich.....	93
9. Wyprowadzenie wojsk radzieckich z Polski	99
10. Współpraca regionalna i przygraniczna.....	102
11. Wizyta polskich parlamentarzystów w Berlinie na posiedzeniu Rady Współpracy Paktu Północnoatlantyckiego oraz oficjalna wizyta Prezydenta L. Wałęsy w RFN	108
12. Polskie wybory w Niemczech Wschodnich.....	109

Rozdział IV

Przygoda z turystyką	113
1. Gromada w Berlinie.....	113
1.1. Skąd moja obecność w turystyce?	113
1.2. Odzyskanie hotelu i rozwinięcie działalności turystycznej w Berlinie	115
1.3. Oddłużenie Hotelu Gromada Am Tegeler See	117
1.4. Ewidentny sukces biznesowy Gromady na rynku niemieckim .	119
2. Powrót do kraju i praca w Ogólnokrajowej Spółdzielni Turystycznej Gromada.....	126
2.1. Wyzwania w OST Gromada.....	126
2.2. Wygranie przetargu na operatora turystycznego i logistycznego i obsługa Światowej Wystawy EXPO 2000 w Hanowerze	128
2.3. „Opatrzność” uchroniła nas przed obsługą Narodowej Pielgrzymki Wielkiego Jubileuszu 2000 do Rzymu.....	136
2.4. Moje 50. urodziny w Gromadzie	137
2.5. Dynamiczny rozwój i wzrost znaczenia OST Gromada na rynku krajowym i zagranicznym	144
3. Nowe wyzwania w Polskiej Organizacji Turystycznej.....	155
3.1. Podstawowe zadanie – pokonanie głębokiego kryzysu w turystyce przyjazdowej do Polski i turystyce krajowej.....	155
3.2. Intensyfikacja działań promocyjnych na rynkach wschodnich...	160
3.3. Utworzenie samodzielnego Ośrodka Zagranicznego POT w Moskwie	161

3.4. Overbooking na ukraińskiego Sylwestra w Polsce. Sentymentalny Kijów.....	164
3.5. Utworzenie Ośrodka Zagranicznego POT w Tokio	167
3.6. Pokonanie regresu w turystyce przyjazdowej do Polski. Nowe niszowe obszary działalności promocyjnej.....	173
3.7. Promocja przemysłu spotkań (<i>meeting industry</i>)	175
3.8. Otwieraliśmy polską turystykę na Unię Europejską i wprowadzaliśmy polską turystykę do Unii Europejskiej	178
3.9. Reality show telewizji szwedzkiej na zamku w Grodźcu	185
3.10. Promocja turystyczna Polski na rynku hiszpańskim. Współpraca z linią lotniczą Air Europa	186
3.11. Śmierć i pogrzeb papieża Jana Pawła II a nasze działania promocyjne.....	189
3.12. Rok Polski (2005) i wielki sukces na targach ITB w Berlinie 12–16 marca 2005 r.....	190
3.13. Problemy z promocją i we współpracy z rynkiem chińskim...	192
3.14. Promocja turystyczna Polski na Światowej Wystawie EXPO w Aichi w Japonii i przy okazji Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej w Japonii i Korei Płd.	195
4. Pierwszy zdobywca Mount Everestu promował Polskę	196
4.1. Wizyta Sir Edmunda Hillary’ego w Polsce 16–22 czerwca 2004 r.	196
4.2. Odślonienie tablicy upamiętniającej wizytę Sir Edmunda Hillary’ego w Polsce w Schronisku PTTK nad Morskim Okciem 28 maja 2013 r.	207
5. Sukces odniesiony w promocji turystycznej Polski.....	212
6. Próba koordynacji promocji Polski – projekt W. Olinsa	222

Rozdział V

Koordynacja promocji gospodarczej w RFN.....	225
1. Zadania i „niespodzianki” na placówce w Berlinie.....	225
2. Forum Polskich Przedsiębiorców połączone ze spotkaniem noworocznym	227
3. Nowa przygoda promocyjna – w awaryjnym zastępstwie ambasadora w stroju kucharza promowałem Polskę.....	232
4. Promocja gospodarcza Polski z wykorzystaniem sportu, kultury oraz turystyki.....	235

5. Współpraca z partnerami niemieckimi	239
6. Polska prezentacja na imprezie promocyjnej z okazji podpisania traktatów rzymskich o powołaniu Europejskiej Wspólnoty Gospodarczej (EWG) i Europejskiej Wspólnoty Energii Atomowej (Euratom) – pięćdziesiąt lat UE.....	248
7. Efekty ekonomiczne i wizerunkowe promocji gospodarczej w Niemczech	250
8. Nasze mocne i słabe strony działalności promocyjnej w Niemczech i w Berlinie	252
9. Jak naprawialiśmy wizerunek naszego kraju – podróż studyjna dziennikarzy niemieckich do Polski	254
10. Praktyczne efekty reorganizacji polskiej dyplomacji gospodarczej....	256
11. Przeżyliśmy pożar w mieszkaniu służbowym w Berlinie.....	257

Rozdział VI

Ciąg dalszy przygody z turystyką

1. Kampania promocyjna i reklamowa Polski w kontekście UEFA EURO 2012™	259
1.1. Od Mistrzostw Świata w Niemczech do decyzji UEFA w Cardiff.....	259
1.2. Moje największe wyzwanie promocyjne – koordynacja kampanii promocyjnej i reklamowej Polski w kontekście UEFA EURO 2012™	260
1.3. Podpisanie umowy POT – UEFA	261
1.4. Problemy z finansowaniem kampanii.....	264
1.5. Zespół ds. UEFA EURO 2012™ w POT.....	265
1.6. Współpraca z Polskim Związkiem Piłki Nożnej (PZPN).....	266
1.7. Pozyskaliśmy b. prezydenta Lecha Wałęsę do działań promocyjnych w kampanii	267
1.8. Udział byłych i aktualnych piłkarzy/celebrytów – reprezentantów Polski (a także Niemiec) w kampanii	271
1.9. Byliśmy na WOODSTOCK-u	277
1.10. Prezentacja albumu „Kazimierz Górski i Jego Orły”	280
1.11. Zdarzenia z ministrami Joanną Muchą	282
1.12. Przygotowanie Programu kampanii promocyjnej i reklamowej Polski w kontekście UEFA EURO 2012™	284

1.13. Kampania wizerunkowo-produktowa na trzech rynkach strategicznych (niemieckim, brytyjskim i francuskim) finansowana ze środków unijnych.....	286
1.14. Działania promocyjne w kampanii finansowane ze środków statutowych POT	289
1.15. Narzędzia i instrumenty promocyjne wykorzystywane w kampanii.....	290
1.16. Promocja UEFA EURO 2012™ za granicą w POIT podczas trwania turnieju	330
1.17. Działania promocyjne POT w Polsce podczas trwania turnieju	334
1.18. Koszty kampanii promocyjnej i reklamowej w kontekście UEFA EURO 2012™	336
1.19. Sukces promocyjny Polski	336
Rozdział VII	
Projekt „Od Mistrzostw Europy do Mistrzostw Świata w Piłce Nożnej”	347
Rozdział VIII	
Próby reformowania systemu promocji turystycznej. Zespół ds. „nowego otwarcia”	351
Zakończenie.....	357