

IM GESPRÄCH MIT ...



Christine Mukharji

Welche Entwicklungen beobachtest du auf deinem Markt, die sich auf die Nachfrage nach Urlaub in Österreich auswirken könnten? Könnten sich daraus zukünftige Chancen in der Bearbeitung ergeben?

Die Mittelschicht und Oberschicht verfügt über immer mehr Einkommen. Die Nachfrage nach Luxusurlaub im Ausland bzw. nach Flügen in der Business Class / First Class ist heuer enorm angestiegen. Sogenannte „Incentive Reisen“ – also Reisen als Dankeschön für gute Arbeit – boomen. Vor allem nach Wien strömen die MICE Gäste aus Indien.

Was sind derzeit die wichtigsten Marketing-Aktivitäten, um den Gast auf deinem Markt für Urlaub in Österreich zu begeistern? Worin siehst du relevante Marketing-Potentiale der Zukunft?

Kooperationen mit den wichtigsten Multiplikatoren. Inhouse Präsentationen bei großen Firmen, um Österreich als MICE Destination zu positionieren. Postings auf unseren Social Media Kanälen - beispielsweise haben wir 76.000 indische Follower auf Facebook.

Welche neuen Interessen und Sehnsüchte zeichnen sich derzeit innerhalb der Zielgruppe am Markt ab, die es zukünftig in (Marketing-) Aktivitäten zu adressieren gilt?

Die meisten Inder:innen arbeiten an sechs Tagen in der Woche, das Leben in den Großstädten wird immer anstrengender und die Luftverschmutzung wird schlimmer. Daher mögen es die Inder:innen in ihrer Freizeit gemütlich. Anstrengende Ausdauersportarten oder ausgedehnte Wanderungen sind nicht besonders beliebt. Sie genießen immer mehr den Aufenthalt in unberührten Naturlandschaften.

Sind in letzter Zeit Veränderungen in den Werten oder Lebensstilen der Zielgruppe auf deinem Markt erkennbar, die für Urlaub in Österreich von wachsender Relevanz sind?

In Indien wird allmählich das Verständnis von Work-Life-Balance als ein Gleichgewicht zwischen beruflichen Anforderungen und Auslandsreisen wahrgenommen. Das Bewusstsein eine der ältesten Kulturen der Welt zu sein sowie die positive wirtschaftliche Entwicklung in den letzten Jahren, erfüllen das Volk neuerdings mit unglaublich viel Selbstbewusstsein.

Gibt es Geschäftspraktiken auf deinem Markt, die du besonders interessant oder herausfordernd findest? Welches persönliche Learning möchtest du österreichischen Partner:innen in diesem Zusammenhang mitgeben?

Die sehr kurzfristigen Buchungen und Umbuchungen der Inder:innen sind eine riesengroße Herausforderung für den österreichischen Incoming Sektor. Indische Reiseveranstalter mit 10.000 Angestellten fordern österreichische Unternehmen, die mit Personalmangel zu kämpfen haben.

Welche strategischen Maßnahmen planst du gemeinsam mit deinem Team in den kommenden Jahren, um die Nachfrage nach Urlaub in Österreich aus dem Markt heraus nachhaltig zu entwickeln?

Ich werde Nischenprodukte mit einer hohen Wertschöpfung entwickeln, die auf den indischen Individualtouristen zugeschnitten sind. Dazu bedarf es der Identifizierung der österreichischen Partner:innen, die gewillt sind, sich mit dem stetig wachsenden Markt und seinen Bedürfnissen auseinanderzusetzen.



Christine Mukharji
Market Representative
Indien

christine.mukharji@austria.info

Mehr Informationen zum Markt
Indien finden Sie auf
unserer [Märkteseite!](#)