



Indien Immer mehr jüngere Menschen, die sehr internetaffin sind, vergrößern den Anteil der Individualreisenden.

Bedeutung für Österreich

- Indische Auslandsreisende halten Österreich für das siebentattraktivste europäische Reiseziel.
- Image Österreichs: Attraktivität als Familiendestination, Vielfalt an Möglichkeiten, für Urlaub in mehreren Ländern geeignet, Verfügbarkeit von Urlaubspaketen.
- Direktflüge von Delhi nach Wien mit Air India.
- Ferientermine 2017/18: Sommerferien Westindien 08.04.–05.06.2017, Sommerferien Nordindien 12.05.–01.07.2017, Winterferien 25.12.2017–12.01.2018

Der indische Gast

- Geschäftsleute, höhere und mittlere Angestellte, DINKs zwischen 25 und 35, Eltern zwischen 30 und 50.
- Wichtigste Herkunftsregionen: Delhi, Maharashtra, Gujarat, Tamil Nadu.
- Das Internet wird in hohem Maße als Informationsquelle genutzt, jedoch buchen 75 % über Reisebüro oder Reiseveranstalter.
- Buchung erfolgt erst 3–6 Wochen vor Reisebeginn. Österreich wird vor allem wegen der Landschaftsvielfalt und dem angenehmen Klima als Destination gewählt. Sommerurlaub mit Kindern in Österreich liegt im Trend, die Nachfrage nach Individualreisen ist stark im Steigen. Österreich steht für imperiale Architektur, klassische Musik und intakte Umwelt.
- Es werden hauptsächlich Europarundreisen (55 %) gemacht. Monodestinationsreisen (gesamter Urlaubsaufenthalt in einem Land) sind auf Platz zwei der Beliebtheitsskala (30 %).
Indier verreisen entweder im Familienverband oder mit Freunden.

- Vorrangig Citylife mit Schwerpunkt auf Shopping, Erleben intakter Umwelt, Genuss angenehmer Klimabedingungen, Kennenlernen neuer Kulturen, Interaktion mit der Bevölkerung.

Dos und Don'ts im Umgang mit indischen Gästen

- ☑ Wasser, Cola oder Saft als Welcome-Drink.
- ☑ Liste mit vegetarischen bzw. indischen Restaurants im Hotelzimmer.
- ☑ Kofferträger wird erwartet.
- ☑ Räumliche Trennung der Toilette vom Badezimmer.
- ☑ Toilette mit Waschbecken.
- ☒ Aktives Anbieten von Rind- und Schweinefleisch.
- ☒ Händeschütteln mit indischen Damen, außer auf deren Initiative.

Marktstrategie Indien 2016–2018

Die Vertriebs-schiene Reiseveranstalter/-büros hat in Indien noch immer die größte Bedeutung, daher liegt der Schwerpunkt in der Marktbearbeitung bei der Vermittlung von Produkt-Know-how in Form von Inhouse-Schulungen bei Reiseveranstaltern in den Metropolen Delhi, Mumbai, Chennai und Ahmedabad. Mit Instrumenten der klassischen Werbung und Online-Aktivitäten soll die kulturelle Vielfalt Österreichs vermittelt werden. Die Schwerpunkte reichen von der Wiener Ringstraße, dem Salzburg Museum und dem Goldenen Dachl bis hin zum Donauraum und zu unserer alpinen Bergwelt, die ein perfektes Zusammenspiel von Natur, Kultur und Lebensqualität bieten. Das Spektrum der indischen Reisenden erstreckt sich vom Millionär bis zum einfachen Angestellten. Gemein ist allen das Bedürfnis nach vollkommenem Kulturerlebnis in angenehmem Klima, nach Gastfreundschaft und dem Wunsch zur Flucht von der Hitze in den Monaten April bis Juli. Der Anteil der arbeitsfähigen Bevölkerung wird bis 2026 auf knapp 70 % steigen und dient als Stütze für ein nachhaltiges Wachstum.

Produkt/Markt/Kombinationen

Ergänzung des Stadterlebnisses durch Ausflüge in die Natur. Im B2C-Segment konzentriert sich das Kerngeschäft auf Citypackages mit Tagesausflügen zu Berg- und Seelandschaften, welche sich an das wachsende Potenzial der ca. 10 Mio. Europa-(Erst-)Reisenden wendet und zum Ziel hat, Österreich zu einem fixen Bestandteil einer Europareise zu machen.

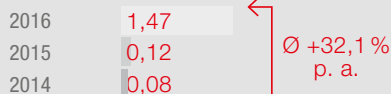


Das Büro der ÖW Indien wurde 1997 eröffnet und befindet sich in Sunder Nagar in New Delhi.

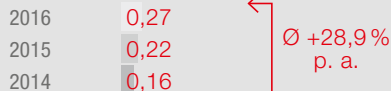
Christine Mukharji, Markt Managerin Indien
Christine.Mukharji@austria.info, T +91 981 004 5992, www.austriatourism.com



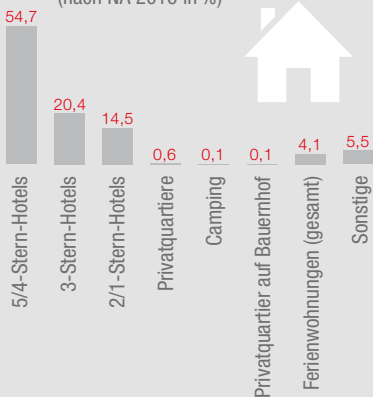
Ankünfte (in Mio.)
und Ø Entwicklung p. a.



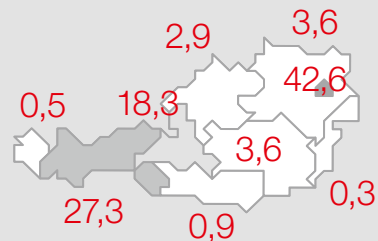
Nächtigungen (in Mio.)
und Ø Entwicklung p. a.



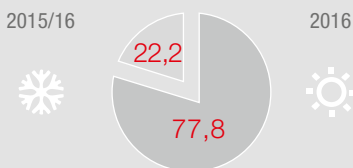
Unterkunftswahl
(nach NÄ 2016 in %)



NÄ nach Bundesländern
(2016 in %)



Verteilung NÄ nach Saison (in %)

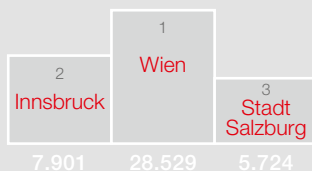


Entwicklung AN u. NÄ nach Saison
(Ø Veränd. 2011–2016 in % p. a.)



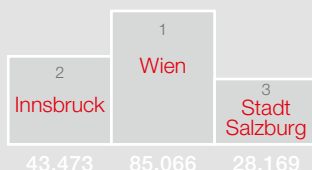
Top-3-Regionen im Winter
(nach NÄ 2015/16)

Ö. gesamt: 59.143 Top 3 = 71,3 %



Top-3-Regionen im Sommer
(nach NÄ 2016)

Ö. gesamt: 207.480 Top 3 = 75,5 %



Reiseintensität und Auslandsreisen 2016

18,2 Millionen, davon 69 % innerhalb Asiens und 31 % nach Europa. Im Jahr 2016 verbrachten die Inder auf ihren Reisen rund 104 Mio. Nächte im Ausland. Dies entspricht einer durchschnittlichen Auslandsreisedauer von 6 Nächten. Betrachtet man die Aufenthaltsdauer indischer Auslandsreisender 2016 nach Reisearten, so ergibt sich folgendes Bild: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei Urlaubsreisen betrug 6 Nächte, Verwandten- und Bekanntenbesuche dauerten durchschnittlich 7 Nächte, und Geschäftsreisen mit Übernachtung hatten eine Dauer von 5 Nächten.

Ø Aufenthaltsdauer 2016

Statistik Austria
1,8 NÄ

Tagesausgaben/Kopf in Österreich € 263

MARKTDATEN

Bevölkerung 2016



Bevölkerungsentwicklung
(Prognose bis 2030)



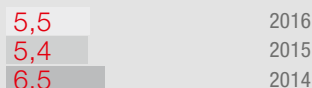
Kaufkraft



BIP-Entwicklung real (in %)



Inflationsrate (in %)



Arbeitslosenrate (in %)

