

Indien

Österreich ist als Familiendestination mit reiner Luft und reich an Wasser bekannt. Im Marketing ist es wichtig, die gesellschaftliche Entwicklung zu beobachten und die Bedürfnisse der Zielgruppe genau zu kennen, um das große Potenzial nutzen zu können.

Positionierung

- Österreich positioniert sich als der Spezialist für Familienurlaub mit dem besten Preis-/Leistungsverhältnis sowie der besten Gastgeber- und auch der besten Servicequalität unter allen europäischen Mitbewerbern.

Differenzierungsmerkmale

- Österreich besticht durch Gastfreundschaft und Welt-offenheit. Es ist die Kombination kultureller und landschaftlicher Vielfalt sowie von Tradition und Moderne, Preis-/Leistung der 4/5 Sterne Hotels und die Begegnungsqualität, die sich auch im Interesse an der indischen Kultur manifestiert.

GAST ALS STECKBRIEF

ALTER: 39,3 Jahre

URLAUBSDAUER: 5,6 Nächte

TAGESAUSGABEN: €306

EINKOMMEN/PERSON: €1.201 netto/Monat



REISEBEGLEITUNG: 23% Partner/-in, 18% Weiterer Familienkreis, 17% Freunde.

REISEGRÜNDE: 51% Ortsbild/Architektur/Bauwerke, 51% Berge, 44% Sehenswürdigkeiten/Ausflugsziele, 39% See/Fluss, 37% Landschaft/Natur.

UNTERKUNFTSSUCHE: 62% Internet-Reiseportal/Buchungsplattform, 44% Suchmaschine.

BUCHUNGSVERHALTEN: 27% Airbnb, Wimdu etc., 54% 1-3 Monate im Voraus.

URLAUBSART: 66% Besichtigungsreise/Sightseeing, 45% Erholungsurlaub, 40% Natururlaub.

DOS UND DON'TS

- + Verfügbarkeit einer Liste mit vegetarischen bzw. indischen Restaurants.
- + Räumliche Trennung der Toilette vom Badezimmer.
- Kein aktives Anbieten von Rind- und Schweinefleischgerichten.

ANREISE

Das Hauptverkehrsmittel, das Indien mit Österreich verbindet, ist das Flugzeug. Lufthansa, Emirates, Qatar und Air India sind die beliebtesten Fluglinien bei den indischen Europaulaubern.

Die indische Fluggesellschaft Air India bietet viermal die Woche Direktflüge Delhi-Wien-Delhi an. Weiters soll der Flugverkehr nach Europa um Flüge von LOT und Indigo erweitert werden.

Gruppenreisende verwenden in Österreich den Reisebus. Individualreisende benutzen vor Ort ausschließlich den Schienenverkehr und nur ganz selten werden Fahrzeuge gemietet.

Chancen & Potenziale

- Stark wachsende Mittel- und Oberschicht mit 120 Millionen und einem Gesamtauslandsreisepotenzial von 22 Millionen. Bis 2021 wird eine Verdopplung der Mittelschicht und ein Potenzial für Österreich von circa 15 Millionen erwartet.
- Die Kernzielgruppe besteht aus Familien der urbanen, oberen Mittelschicht und der Oberschicht. Auch mehr und mehr jüngere Menschen, die sehr organisiert und internetaffin sind, vergrößern den Anteil der Individualreisenden. Chancen liegen in der Vermarktung von zielgruppenspezifischen Angeboten (Familien, Weddings, MICE) und Themen wie saubere Luft, Wasserreichtum und perfekte Infrastruktur.



Christine Mukharji

Markt Managerin Indien

christine.mukharji@austria.info, +91 11 9810045992

AUSBLICK UND EMPFEHLUNGEN

Der Wirtschaftsaufschwung setzt sich auch in den ersten Monaten des Jahres 2019 fort. Ein stabiler Wechselkurs und eine problemlose Ausstellung der Visa mit 16 Visaannahmestellen lassen auch heuer auf hohe Zuwachsraten hoffen.

Persönlicher Kontakt mit Reiseveranstaltern: regelmäßige Mailings, Treffen im Rahmen der Workshopserie, unterjährige Sales Calls.

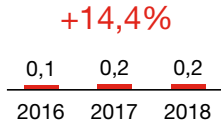
Leichte sportliche Betätigung liegt im Trend: Skikurse und geführte Rad-/Wandertouren anbieten.

Konzentration auf die Kernzielgruppe: Paare mit Kindern, die im Familienverband verreisen, zielgruppenrelevanten Content vermitteln.

TOURISMUS IN ÖSTERREICH

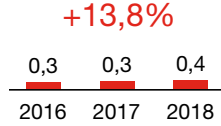
Ankünfte

in Mio. & Ø Entwicklung p.a.



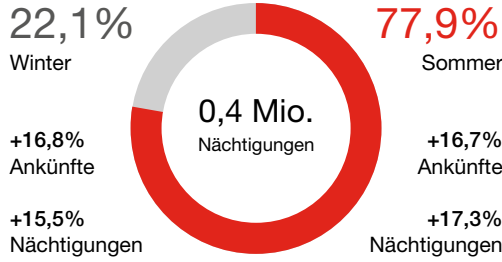
Nächtigungen

in Mio. & Ø Entwicklung p.a.



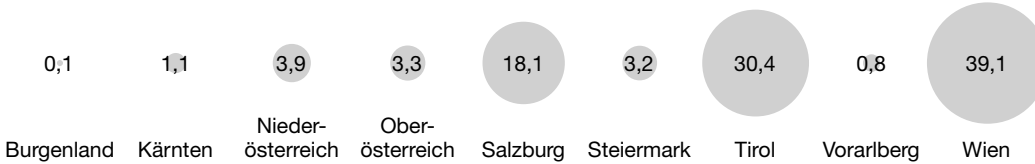
Saisonverteilung der Nächtigungen

Winter 2017/2018 und Sommer 2018 in Prozent und Ø Veränderung 2013–2018 p.a.



Bundesländer-Verteilung der Nächtigungen

2018 in Prozent



Dauer & Ausgaben

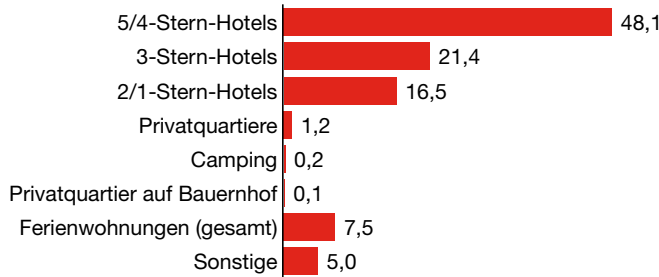
2018



€306
pro Kopf/Tag

Unterkunftswahl in Österreich nach Nächtigungen

2018 in Prozent



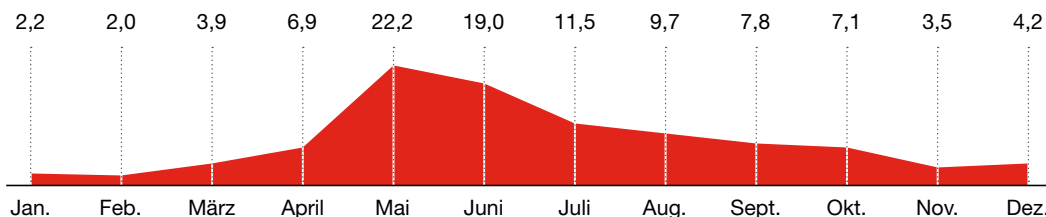
Sommer: Top-3-Regionen nach Nächtigungen

1. Wien	98.430
2. Innsbruck und seine Feriendörfer	52.841
3. Stadt Salzburg	35.959

Winter: Top-3-Regionen nach Nächtigungen

1. Wien	38.075
2. Innsbruck und seine Feriendörfer	8.454
3. Stadt Salzburg	7.781

Zeitliche Verteilung der Nächtigungen in Prozent



INDIEN



ÖKONOMIE

1.354,0 Mio.
Bevölkerung

1.942
BIP/Kopf (in US-\$)

2.600 Mrd.
BIP gesamt (in US-\$)

6,7%
BIP gesamt Entwickl.

3,3%
Inflation

3,5%
Arbeitslosenrate

SOCIAL MEDIA

23%
aktive Nutzer in der Bevölkerung

152 Min.
tägl. aktive Nutzung

Social Media Kanäle nach aktiven Nutzern:

- 1.YouTube.....93%
- 2.Facebook.....89%
- 3.WhatsApp.....82%

TOURISMUSTREND

Absoluter Trend zu Individualreisen im Familienverband, weg von Gruppenreisen. Die Nachfrage für Kultururlaub in Form von Rundreisen im Sommer hat Priorität. Trend zu Soft Sports und Skikursen für Kinder.