

TAIWAN



Wissenswertes zum Markt auf einen Blick



Warum in Taiwan aktiv werden?

Der taiwanische Gast gilt als Qualitätstourist und zeichnet sich durch hohe Tagesausgaben aus. Über 60 % übernachten in 4/5* Hotels. Österreich ist durch Direktflüge mit Eva Air und China Airlines bestens mit Taiwan verbunden und gilt als Drehscheibe im Herzen Europas.

Die Top-Headlines in Taiwan

Es wird erwartet, dass die Zahl der Touristenankünfte in Taiwan 2024 wieder das 2019er Niveau erreichen wird. Von den fast 12 Mio. Besuchern 2019 kamen etwa 23 % aus China, wobei dieser Anteil 2023 bislang auf 3,3 % sank, was vor allem auf die anhaltende Unterbrechung der Reiseverbindungen zwischen Taiwan und China zurückzuführen ist.



Was beschäftigt die Menschen in Taiwan? Worüber spricht die Reisebranche?

Taiwan möchte sich in Zukunft neben seinem Bekanntheitsgrad als Weltinsel der Technologie auch zu einem beliebten internationalen Reiseziel entwickeln. „Produktion“ und „Tourismus“ sollen die beiden wichtigen Säulen der zukünftigen Wirtschaft Taiwans darstellen.

Die taiwanische Reisebranche ist sehr gut über österreichische Destinationen informiert. Geheimtipps mit besonderen Aktivitäten werden vermehrt nachgefragt. Weiters steigt das Interesse an längeren Aufenthalten pro Destination. Die Ressourcenknappheit (Hotels, Flüge) stellt vor allem im Gruppenreisesegment eine Herausforderung dar.



Wie wirken sich Inflation und Energiekrise auf das Reisen aus?

Steigende Lebensmittel- und Energiepreise sind auch in Taiwan deutlich spürbar, beeinflussen das Reiseverhalten der Taiwanerinnen und Taiwaner allerdings noch kaum.

Top-Trends aus Freizeit, Gesundheit und Informationsverhalten

Taiwans Gesundheitssystem gilt als eines der besten weltweit. Aufgrund der Tatsache, dass es nur eine nationale Krankenversicherung gibt, zählen die Verwaltungskosten zu den niedrigsten der Welt. Typischerweise machen sie weniger als 2 % der gesamten Gesundheitsausgaben aus.



Besteht Lust auf Reisen?

Die Reiselust ins Ausland ist seit der Grenzöffnung ungebrochen. Der Wunsch, die Insel zu verlassen, ist immens. Begrenzte Flugplätze stellen jedoch eine große Herausforderung dar.

Wussten Sie schon ...?

Taiwan, oft auch als „Insel der Berge“ bezeichnet, fasziniert durch ein einzigartiges Merkmal: Mehr als zwei Drittel der Gesamtfläche sind von Bergen bedeckt. Dies macht Taiwan zu einer der eindrucksvollsten Gebirgsregionen der Welt.



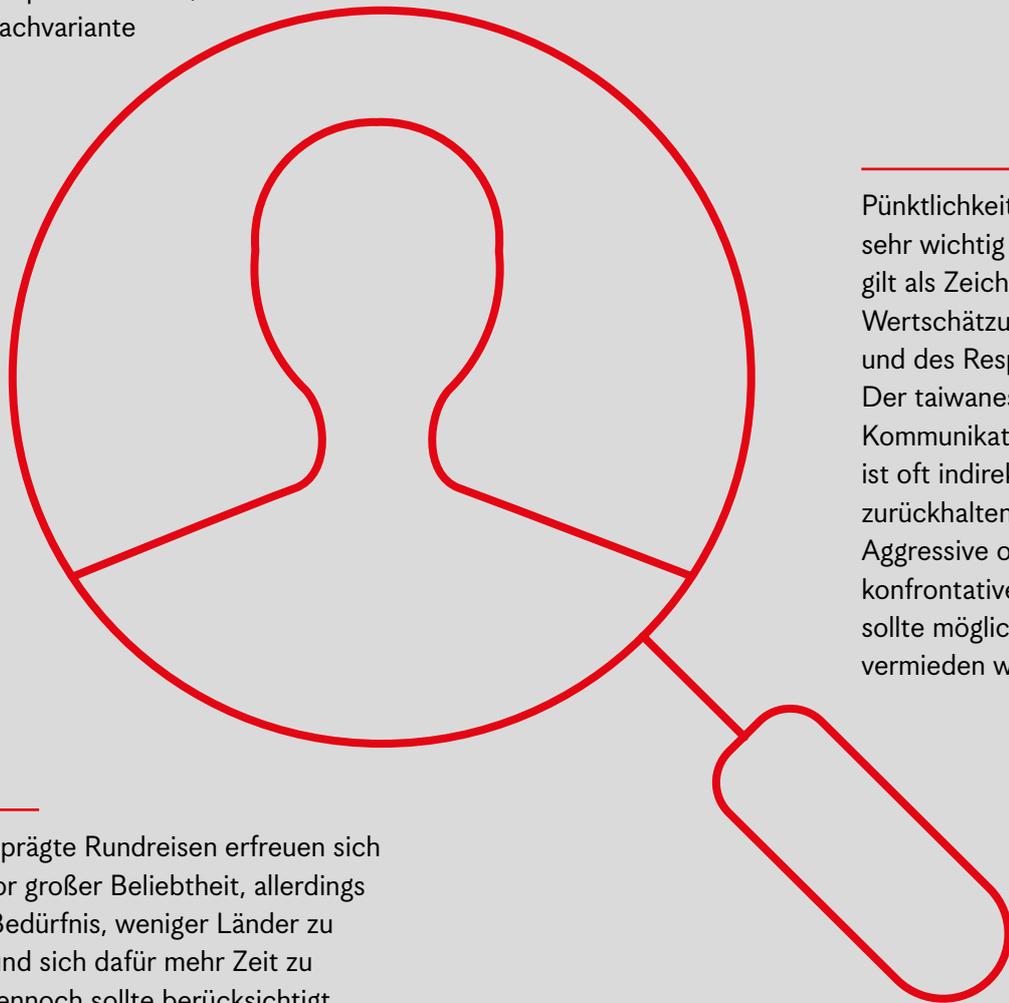
DER GAST



auf den Punkt gebracht

Taiwanesinnen und Taiwanese sind sehr gastfreundlich und offen. Auch im beruflichen Umfeld werden gerne westliche Vornamen verwendet, die man für den Umgang mit ausländischen Kontakten selbst wählt. Informationen in der Landessprache werden sehr geschätzt, sind diese jedoch nur in vereinfachten chinesischen Schriftzeichen vorhanden, empfiehlt es sich, auf die englische Sprachvariante zurückzugreifen.

Taiwanesinnen und Taiwanese lieben es, die österreichische Küche zu probieren, vermissen aber bei längeren Aufenthalten auch schnell ihre lokale Kost. Ein Zwischenstopp in einem chinesischen / taiwanesischen Restaurant ist daher sehr beliebt.



Pünktlichkeit ist sehr wichtig und gilt als Zeichen der Wertschätzung und des Respekts. Der taiwanesischer Kommunikationsstil ist oft indirekt und zurückhaltend. Aggressive oder konfrontative Sprache sollte möglichst vermieden werden.

Kulturell geprägte Rundreisen erfreuen sich nach wie vor großer Beliebtheit, allerdings steigt das Bedürfnis, weniger Länder zu besuchen und sich dafür mehr Zeit zu nehmen. Dennoch sollte berücksichtigt werden, dass taiwanesischer Tourist:innen meist ein sehr straffes Programm haben. Um dem Wunsch nach Entschleunigung dennoch gerecht zu werden, sollten die Aktivitäten möglichst viele Aspekte gleichzeitig abdecken.

IM GESPRÄCH MIT ...



Nicole Kirchmeyr

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?

Das Interesse an stadtnahen Naturregionen nimmt stark zu, ebenso das Interesse an längeren Aufenthaltsdauern. Österreich ist aufgrund seiner zentralen Lage im Herzen Europas bereits eine beliebte Drehscheibe für Rundreisen, hat aber noch großes Potenzial für Reisen mit mehr als zwei Übernachtungen.

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?

Taiwanische Gäste sind viel in sozialen Netzwerken unterwegs, suchen dort nach Inspiration und teilen gerne ihre Urlaubseindrücke und Reiseerinnerungen. Gewinnspiele, die zur Interaktion anregen, erfreuen sich großer Beliebtheit.

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

Das Interesse an stadtnahen, landschaftlich eindrucksvollen Ausflugszielen nimmt zu, aber auch kurze, leichte Wanderungen erfreuen sich großer Beliebtheit. Aktive Bewegung wird wichtiger, man will seinem Körper eine Alternative zum oft sehr passiven Alltag bieten.

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?

Sowohl im FIT-Bereich als auch im Gruppenreisesegment ist der Wunsch nach „entschleunigtem“ Reisen deutlich spürbar. Längere Rundreisen mit längeren Aufenthalten pro Destination werden vermehrt nachgefragt, Europareisen unter zehn Tagen werden kaum mehr verkauft.

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 persönliche Beziehungskomponente wird sehr geschätzt, ebenso das Interesse am taiwanischen Markt. Einladungen zu gemeinsamen Aktivitäten außerhalb von Geschäftstreffen sollten daher unbedingt angenommen werden.

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?

Mit einem möglichst ausgewogenen Marketing-Mix aus B2C- und B2B-Komponenten werden vielfältige Inhalte auf unterschiedlichen Online-Kanälen verbreitet, um Österreich in den verschiedensten Facetten in unterschiedlichen Medien zu präsentieren. Darüber hinaus wird der Kontakt zur heimischen Reisebranche durch Newsletter, regelmäßige Austauschbesuche und Veranstaltungen verstärkt.



Nicole Kirchmeyr
Market Representative
Japan und Taiwan
(Chinesisches Taipei)
nicole.kirchmeyr@austria.info

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