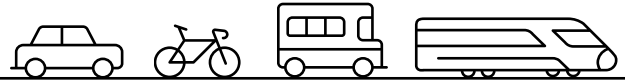


INDIEN



Wissenswertes zum Markt auf einen Blick



Warum in Indien aktiv werden?

Mit einer Wachstumsrate von mehr als 5 % jährlich, ist Indien die am schnellsten wachsende Volkswirtschaft mit einer hohen Dynamik, einem starken Trend zur Urbanisierung und einer rasant wachsenden Mittelschicht.

Die Top-Headlines in Indien

Der Krieg in Israel, Regionalwahlen im November 2023 und die Prognose eines unerwartet hohen Wirtschaftswachstums von 6,3 %, das am 8. Oktober vom IMF bekanntgegeben wurde. Schon in vier Jahren soll Indien, Deutschland und Japan überholen. Menschen, die zuvor ausgewandert waren, kehren zurück in ihre Heimat und bauen in Indien Firmen auf.



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

Alle Fragen rund um das Thema „Schengenvisum“: Wann ist ein Termin bei der Annahmestelle (VFS) erhältlich? Wie lange dauert die tatsächliche Ausstellung (an der Botschaft Delhi)? Erfülle ich alle Anforderungen, um ein Visum genehmigt zu bekommen?

Über die Visa-Situation der Schengen Länder und die höhere Steuer für Auslandsreisen seit 1.10.2023. Über das hohe Wachstum, das zu einer konsumfreudigen Mittelschicht mit 300 Millionen Inder:innen führt, die inzwischen genügend Zeit und Geld haben, um sich einen Urlaub leisten zu können.



Wie wirken sich Inflation und Energiekrise auf das Reisen aus?

Nach Beginn der westlichen Sanktionen wurde Indien zum Großabnehmer für russisches Öl. Allein im Mai und Juni kaufte der Subkontinent Rekordmengen von 2,2 Millionen Barrel täglich ein. Die damit einhergehende niedrige Inflationsrate und niedrige Energiepreise wirken sich positiv auf das Reisen aus.



Top-Trends aus Freizeit, Gesundheit und Informationsverhalten

Städtetrips und Rundreisen sind mit Abstand die beliebtesten Auslands-Urlaubsarten der Inder:innen und repräsentieren mittlerweile insgesamt einen Marktanteil von fast 65 %. Neben Buchungen im Internet nutzen indische Auslandsreisende überdurchschnittlich oft das Reisebüro für ihre Reisebuchungen.



Besteht Lust auf Reisen?

Von Pandemien und Terroranschlägen lassen sich die Inder:innen ihre Urlaubspläne nicht durchkreuzen. Das belegen die Daten der Branche, die eine ungebrochene Reiselust bescheinigen. Niedrige Inflationsraten und Energiepreise beflügeln diese Entwicklung.

Wussten Sie schon ...?

Die Fluggesellschaft Air India bestellte heuer bei Airbus und Boeing auf einen Schlag 470 neue Passagierjets. Indien will mit dem Ausbau der Flotte zum internationalen Flugdrehkreis werden. Dies ist die bisher größte Flugzeugbestellung aller Zeiten.



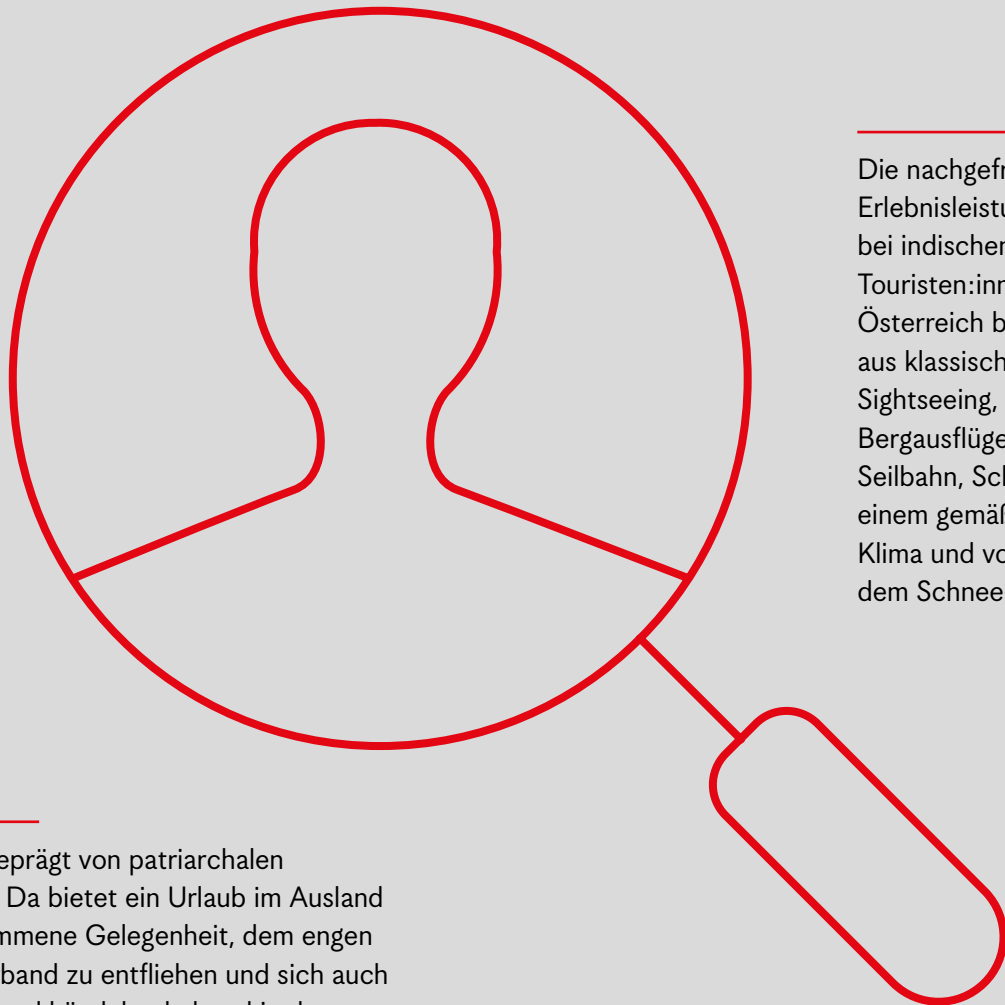
DER GAST



auf den Punkt gebracht

Viele indische Tourist:innen sagen nur ungern Nein und sie hören dieses Wort auch nicht besonders gerne von anderen. Die Kunst in der Kommunikation mit indischen Gästen besteht oft darin, Fragen so zu stellen, dass sie positiv beantwortet werden können.

Inder:innen lachen für ihr Leben gerne und gelegentliche Scherze bzw. humorvolle Bemerkungen kommen gut an. Den meisten Inderinnen ist es unangenehm, einem fremden Mann zur Begrüßung die Hand zu geben, weil dies für sie bereits zur Intimsphäre gehört.



Die nachgefragte Erlebnisleistung bei indischen Touristen:innen in Österreich besteht aus klassischem Sightseeing, Shopping, Bergausflügen mit der Seilbahn, Schifffahrten, einem gemäßigttem Klima und vor allem dem Schnee-Erlebnis.

Indien ist geprägt von patriarchalen Strukturen. Da bietet ein Urlaub im Ausland eine willkommene Gelegenheit, dem engen Familienverband zu entfliehen und sich auch als Paar einmal händchenhaltend in der Öffentlichkeit zu zeigen. Die Inder:innen reisen meist mit ihren Nannys an, die sich um die Kinder kümmern, während sie selbst beispielsweise im Fitnesscenter sind. Häufig gehen auch mehrere Familien gemeinsam auf Reisen.

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!](#)