

# ARABISCHE LÄNDER



Wissenswertes zum Markt auf einen Blick



## Warum in den arabischen Ländern aktiv werden?

Die Nächtigungszahlen aus GCC nach Österreich sind von Januar bis August 2023 um ein Drittel höher als im Vorjahr. Dieser Trend scheint sich weiter fortzusetzen. Reisende aus GCC sind extrem kaufkräftig und sind hauptverantwortlich für die Auslastung unserer 5\* Betriebe, speziell im Sommer.

## Die Top-Headlines in den arabischen Ländern

Bleisure Travel on the Rise: Ein Trend zur Kombination von Business und Leisure Travel fordert neue Unterkunftsmöglichkeiten. Bleisure Travel bringt eine längere Aufenthaltsdauer mit sich und daher werden Apartments mit Work-Space und schneller Internetverbindung bevorzugt.

Nachhaltigkeit und erneuerbare Energien.



## Was beschäftigt die Menschen in den arabischen Ländern? Worüber spricht die Reisebranche?

Der Shift vom Öl-Sektor in die Tourismuswirtschaft bringt Veränderungen am Arbeitsmarkt: Durch das Saudisation Programm und die Vision 2023 müssen zukünftig mindestens 30 % der neu-kreierten Jobs von Saudis besetzt werden. Seit der Übernahme der Regierungsgeschäfte durch den jungen Kronprinzen Mohammed bin Salman Al Saud, dessen Hauptaugenmerk auf der Jugend liegt, werden durch die neuen Megaprojekte viele neue Arbeitsmöglichkeiten geschaffen.

Visaprobleme: Die Nachfrage nach Urlaub in Europa ist größer als die Kapazitäten der Konsulate Schengen-Visa auszustellen. Daher werden speziell bei kurzfristiger Reiseplanung Destinationen wie Türkei, Thailand, Japan, UK (E-Visa möglich) sowie zentralasiatische Länder wie Georgien und Azerbaidjan bevorzugt.



## Wie wirken sich Inflation und Energiekrise auf das Reisen aus?

Die Auswirkungen auf Reisen durch die Inflationserhöhung (2,3 % KSA, UAE 3,6 %) sind vernachlässigbar, da unsere wohlhabende Zielgruppe davon nicht betroffen ist.



## Top-Trends aus Freizeit, Gesundheit und Informationsverhalten

Unsere wohlhabende, jüngere Zielgruppe, vor allem Damen, haben starkes Interesse an einem gesunden Lebensstil und allem, was sich auf ihr Aussehen positiv auswirkt. Daher boomt Gesundheitstourismus: Fastenkuren, Schönheits-OPs, Health Check-Ups, Leberfasten, etc. Informationen holen sie sich aus Social Media (Snapchat, WhatsApp, Instagram und YouTube).



## Besteht Lust auf Reisen?

Die Reiselust ist nach der Pandemie höher denn je. Seit 2019 können Frauen auch ohne männliche Begleitung reisen, womit sich eine komplett neue Zielgruppe ergibt: „Ladies- und Babymoon-Trips“.

## Wussten Sie schon ...?

...dass Saudi-Arabien die am zweitschnellsten wachsende Volkswirtschaft der Welt ist und die größte Bevölkerung auf der Arabischen Halbinsel hat? In der bisherigen Sommersaison ist Saudi-Arabien unter den Top 15 Herkunftsländern mit dem höchsten relativen Nächtigungszuwachs aus den Fernmärkten (Mai-Sep +44,4 %)



# DER GAST

auf den Punkt gebracht

---

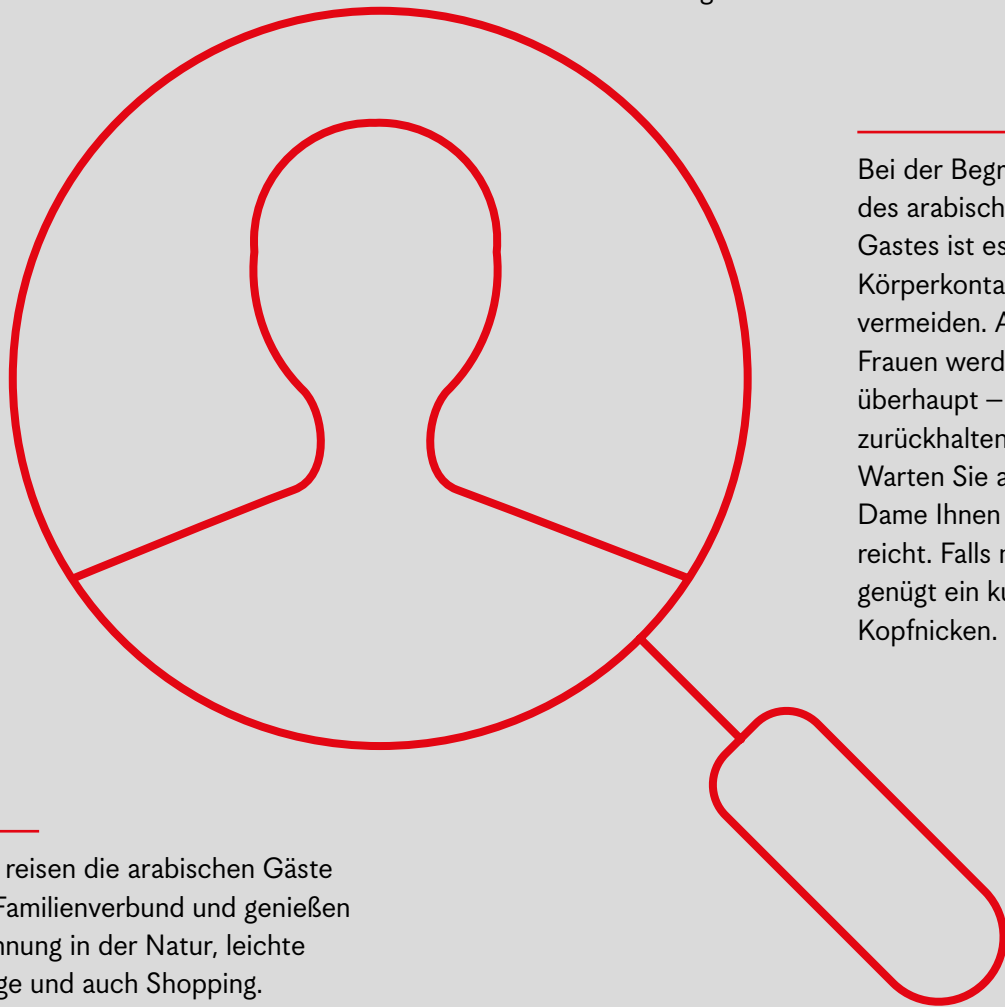


---

Positiv überraschen kann man den Gast mit Glückwünschen zu diversen Feiertagen, z.B. mit der Kommunikation von Eid Greetings (Ende des Ramadan) per WhatsApp. Ist ein Wellness-Bereich vorhanden, dann bitte ausgewiesene Slots nur für Frauen anbieten.

---

Im arabischen Raum ist es üblich, sich mit Kleinigkeiten zu beschenken. Daher können Sie dem Gast mit kleinen Willkommensgeschenken (z.B. Welcome Drink, Süßigkeiten am Zimmer) eine Freude machen. Weitere willkommene Services: Frühstücksangebot bis Mittag, 24/7 Room Service, Rückzugsmöglichkeit für Gebete mit ausgewiesener Himmelsausrichtung.



---

Bei der Begrüßung des arabischen Gastes ist es ratsam Körperkontakt zu vermeiden. Arabische Frauen werden – wenn überhaupt – höchst zurückhaltend begrüßt. Warten Sie ab, ob die Dame Ihnen die Hand reicht. Falls nicht, genügt ein kurzes Kopfnicken.

---

Traditionell reisen die arabischen Gäste im großen Familienverbund und genießen die Entspannung in der Natur, leichte Spaziergänge und auch Shopping. Kinderprogramme mit Animation bzw. Kinderbetreuung werden gerne angenommen. Halal oder vegetarisches Essensangebot wird begrüßt. Die jüngere Generation ist aktiver und betätigt sich gerne sportlich. Wellness Urlaube bei jungen Frauen stehen hoch im Kurs.

# IM GESPRÄCH MIT ...



Michael Tauschmann

---

*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?*

Untern den jungen Arabern und Araberinnen ist es absolut im Trend die Wintersportarten wie Skifahren und Snowboarden zu erlernen und das nicht in Ski-Hallen vor Ort, sondern gerne in der Schweiz bzw. jetzt auch in Österreich. Die Vorweihnachtszeit mit den Adventmärkten ist ein weiterer Magnet für die weibliche Zielgruppe.

*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?*

Sales Calls, Fam Trips, Medienkooperationen, Celebrity Influencer Trips. Großes Potenzial sehen wir für neue Destinationen, abseits der klassischen Route Wien, Salzburg, Zell am See sowie für Wintersport-Destinationen.

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

Frauen wünschen sich romantische Erinnerungen mit ihren Ehemännern und Harmonie in der Familie. Aktivitäten wie Wintersport und der Besuch von Weihnachtsmärkten werden beliebter, genauso wie Foodie Trips und die Selbstdarstellung vor instagramable Foto-Spots.

*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?*

Die Sommerferien werden von vier Monaten auf zwei Monate verkürzt. Durch diese Einschränkung und neue Erwerbstätigkeiten verkürzt sich auch die Aufenthaltsdauer der Zielgruppe in Österreich.

*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 gesamte Kommunikation funktioniert über WhatsApp. E-Mails werden kaum beantwortet. Buchungen erfolgen last-minute. Absolute Flexibilität und Spontanität werden gefordert.

*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?*

Einerseits möchten wir das Wintergeschäft aufbauen: Z.B. in der Riad Season, bei Weihnachtsmärkten in Dubai und durch Fam Trips in Wintersportdestinationen. Andererseits wollen wir neue Sommer-Destinationen durch Fam Trips bekannt machen.



**Michael Tauschmann**

Head of Markets

Middle East & India

michael.tauschmann@austria.info

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