



# Marktprofi Kompakt Arabische Länder 2010

Ein kompakter, aktueller und kostenloser  
Marktüberblick der Österreich Werbung  
für die heimische Tourismuswirtschaft.

Österreich Werbung  
Arabische Länder / Market Office Dubai  
Klaus.Ehrenbrandtner@austria.info

Stand vom Juli 2009

# 1 Einleitung

Liebe Touristikerinnen, liebe Touristiker!

Die Ankünfte aus den arabischen Ländern haben sich im Zeitraum von 2002 bis 2007 mehr als verdreifacht. Im Jahr 2008 ergab sich ein erneutes Plus von 11,8 % bei Ankünften und Nächtigungen. Die Steigerungsraten in Österreich lagen damit in diesem Markt in den vergangenen Jahren deutlich über dem Durchschnitt der internationalen Zuwächse in Österreich. Der Anteil an den Gesamtankünften und Nächtigungen hat sich kontinuierlich gesteigert. Der Markt liegt nach der aktuellen Erhebung von TourMis derzeit an 20. Stelle der Ausländernächtigungen. Innerhalb der Überseemärkte liegen die arabischen Länder nach den USA und Japan an dritter Stelle. Dabei geben die Gäste überdurchschnittlich viel Geld aus – mit 1.850 Euro pro Reise etwa dreimal so viel wie der Durchschnitt – und weisen mit 3,6 Tagen die durchschnittlich längste Aufenthaltsdauer unter den Gästen aus den Fernmärkten auf.

Unter den Ländern des Mittleren Ostens kommen die GCC-Staaten Saudi-Arabien, Vereinigte Arabische Emirate, Kuwait und Qatar für einen Großteil der Auslandsreisen auf und sind somit Fokus unserer Marketingaktivitäten in Middle East.

Araber legen vor allem auf ein familienfreundliches Angebot Wert, sie schätzen die landschaftliche Schönheit und das damit verbundene Naturerlebnis und erwarten sich von den touristischen Leistungsträgern Höflichkeit, Gastfreundlichkeit und eine sehr hohe Servicequalität.

In der Marktbearbeitung gilt es, den Fokus auf diese für den arabischen Markt spezifischen Motive zu lenken, neue österreichische Destinationen am arabischen Markt zu entwickeln und dabei die Marke „Urlaub in Österreich“ klar zu positionieren. Dabei ist einer nachhaltigen Bearbeitung größte Bedeutung beizumessen: Durch den Aufbau von langfristigen Beziehungen und einem gelebten Verständnis für die arabische Kultur jenseits von kurzfristiger Profitmaximierung.

Mit freundlichen Grüßen



Mag. Klaus Ehrenbrandtner  
Markt Manager Middle East

## 2 Marktanalyse

Indikator	Kernaussage															
<b>Einwohner</b>	<p>Saudi Arabien 24 Mio., V.A.E. 5,2 Mio., Kuwait 3,4 Mio. und Qatar 1,2 Mio.</p> <p>Das Durchschnittsalter der Gesamtbevölkerung ist in Saudi-Arabien mit 21,5 Jahren am geringsten, gefolgt von Kuwait mit 26,4 und den V.A.E. und Qatar mit jeweils 30-31 Jahren. Bis auf Saudi-Arabien besteht die Bevölkerung aller Staaten zu mehr als 50 % aus Gastarbeitern, sogenannten Expatriates.</p>															
<b>Wirtschafts-entwicklung</b>	<p>Alle Golfstaaten sind wirtschaftlich sehr stark von ihrem Erdöl- bzw. Erdgasvorkommen geprägt. Mehr als die Hälfte des BIPs wird in allen Staaten durch Industrie, hauptsächlich durch Erdöl- und Erdgasverarbeitung erwirtschaftet. Eine Ausnahme stellt das Emirat Dubai in den V.A.E. dar, das durch die prognostizierte Erdölknappheit seit einigen Jahren auf wirtschaftliche Diversifikation setzt.</p> <p>Das BIP pro Kopf (PPP) ist in Saudi-Arabien überdurchschnittlich und in den anderen Ländern besonders hoch:</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>PPP (in US\$)</th> <th>BIP (in US\$)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td><b>Saudi-Arabien</b></td> <td>19.800</td> <td>376 Mrd.</td> </tr> <tr> <td><b>V.A.E.</b></td> <td>37.000</td> <td>192 Mrd.</td> </tr> <tr> <td><b>Kuwait</b></td> <td>55.900</td> <td>111 Mrd.</td> </tr> <tr> <td><b>Qatar</b></td> <td>87.600</td> <td>67 Mrd.</td> </tr> </tbody> </table> <p>Die Inflationsrate lag 2007 in Saudi-Arabien und Kuwait bei 4-5 % und in den V.A.E. und Qatar um 15 %.</p>		PPP (in US\$)	BIP (in US\$)	<b>Saudi-Arabien</b>	19.800	376 Mrd.	<b>V.A.E.</b>	37.000	192 Mrd.	<b>Kuwait</b>	55.900	111 Mrd.	<b>Qatar</b>	87.600	67 Mrd.
	PPP (in US\$)	BIP (in US\$)														
<b>Saudi-Arabien</b>	19.800	376 Mrd.														
<b>V.A.E.</b>	37.000	192 Mrd.														
<b>Kuwait</b>	55.900	111 Mrd.														
<b>Qatar</b>	87.600	67 Mrd.														
<b>Herkunfts- regionen</b>	70 % der arabischen Gäste stammen aus den GCC Staaten, wobei Saudi-Arabien der stärkste Markt ist, gefolgt von den Vereinten Arabischen Emiraten, Kuwait und Qatar.															
<b>Auslandsreisen 2007 &amp; 2008</b>	Im Zeitraum 2000-2007 stieg der Auslandsreiseverkehr weltweit laut WTO um 4,1 % jährlich. Die größte Steigerungsrate wiesen die arabischen Länder mit einem Plus von 10,6 % jährlich auf.															
<b>Reiseintensität</b>	12,5 Mio. Auslandstrips, wobei 10 % nach Europa gehen.															
<b>Reiseströme</b>	Zwischen 2000-2007 stieg die Reisefrequenz aus den arabischen Ländern nach Österreich im Durchschnitt um mehr als 18 % p.a.															
<b>Gewinner</b>	DE, CH, Südöstl. Asien															
<b>Verlierer</b>	US aufgrund der Bush-Außenpolitik und der strengen Visa-Politik															
<b>Wichtigste Destinationen in Europa</b>	UK, FR, DE															
<b>Reisemotive &amp; Reiseverhalten</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flucht vor der Hitze der Sommermonate</li> <li>• Wichtiges Kriterium für die Wahl der Zieldestination sind bei Familienreisen Sicherheit, Sauberkeit und die Akzeptanz muslimischer Traditionen, die auch am Urlaubsort fortgesetzt werden können. Der arabische Gast erwartet dabei Entspannung in einer beruhigenden Umgebung mit grünen Wiesen, Bergen und Seen in gemäßigtem Klima. Diese Sommerfrische beinhaltet wenig Aktivität (= kein Sport, kein Kulturprogramm, keine „aktive Teilnahme“ an Wellness-Aktivitäten) außer gelegentlichen Ausflügen (Bootsfahrten, Bergausflüge per Seilbahn, Picknicks, Stadtbummel) und Shopping.</li> <li>• Der Sommerfrische-Aufenthalt wird in der Regel mit Ausflügen oder Kurzaufhalten in Städten kombiniert. Hier stehen vor allem Shopping und Spaziergänge durch das romantische Setting der historischen Innenstädte im Vordergrund.</li> </ul>															

Indikator	Kernaussage																																																																																							
<b>Buchungsverhalten</b>	Kurzfristig: 85 % innerhalb eines Monats vor Abflug, wobei 45 % der Buchungen (Package Tours, Airline, Hotel) über Travel Agents getätigt werden, 45 % der Buchungen (Airline, Hotel) erfolgen direkt, meist über lokale Verkaufsbüros. Online-Buchungen werden derzeit nur minimal durchgeführt. 71 % der Hotelbuchungen entfallen auf 4- und 5-Sterne Hotellerie.																																																																																							
<b>Reiseausgaben</b>	Durchschnittlich € 1.850 pro Aufenthalt bei einer Europa-Reise. Der arabische Gast ist Nr. 1 bei der Wertschöpfung für Beherbergung, Shopping und Reiseausgaben.																																																																																							
<b>Zielgruppen-Potential</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 30-60 Jahre, hohes Bildungsniveau</li> <li>• Reisen oft mit Großfamilie, als FIT in großer Gruppe (7-12 pax)</li> </ul>																																																																																							
<b>Österreich 2007, 2008</b> <i>Quelle: Statistik Austria</i>	AN 2008 102.099 (11,8 %) NÄ 2008 365.598 (11,8 %)  AN 2007 91.354 (21,5 %) NÄ 2007 326.892 (20,7 %) <table border="1" style="margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th></th> <th>AN 2003/2008 +/- in % pa</th> <th>NÄ 2003/2008 +/- in % pa</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Ausland gesamt</td> <td>+2,8</td> <td>+1,5</td> </tr> <tr> <td>Arab. Länder</td> <td>+22,1</td> <td>+21,4</td> </tr> </tbody> </table> <p>Verteilung der Nächtigungen 2008: 84 % der Nächtigungen im Sommer, alleine im Juli und August mehr als 70 % des Jahres.</p> <p>Durchschnittliche Aufenthaltsdauer 2008: 3,6 Nächtigungen</p> <p><b>Unterkunftswahl nach Nächtigungen 2008</b></p> <table border="1" style="display: inline-table; margin-right: 20px;"> <thead> <tr> <th>Unterkunftsart</th> <th>In %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>5-/4-Sterne-Hotels</td> <td>68,7</td> </tr> <tr> <td>3-Sterne-Hotels</td> <td>12,6</td> </tr> <tr> <td>2-Sterne-/1-Stern-Hotels</td> <td>1,6</td> </tr> <tr> <td>Privatquartiere</td> <td>1,3</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="display: inline-table;"> <thead> <tr> <th>Unterkunftsart</th> <th>In %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Camping</td> <td>0,1</td> </tr> <tr> <td>Bauernhöfe (privat u. Fewo)</td> <td>0,4</td> </tr> <tr> <td>Ferienwohnungen (n. auf Bauernhof)</td> <td>15,0</td> </tr> <tr> <td>Sonstige</td> <td>0,3</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Bundesländerverteilungen nach Nächtigungen 2008</b></p> <table border="1" style="display: inline-table; margin-right: 20px;"> <thead> <tr> <th>Bundesland</th> <th>In %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Burgenland</td> <td>0,3</td> </tr> <tr> <td>Kärnten</td> <td>0,5</td> </tr> <tr> <td>Niederösterreich</td> <td>1,1</td> </tr> <tr> <td>Oberösterreich</td> <td>1,8</td> </tr> <tr> <td>Salzburg</td> <td>47,7</td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="display: inline-table;"> <thead> <tr> <th>Bundesland</th> <th>In %</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Steiermark</td> <td>0,9</td> </tr> <tr> <td>Tirol</td> <td>8,7</td> </tr> <tr> <td>Vorarlberg</td> <td>1,5</td> </tr> <tr> <td>Wien</td> <td>37,5</td> </tr> </tbody> </table> <p><b>Die beliebtesten Orte 2008</b></p> <table border="1" style="display: inline-table; margin-right: 20px;"> <thead> <tr> <th>Sommer 2008</th> <th>Nächtigungen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Wien</td> <td>106.546</td> </tr> <tr> <td>Zell am See</td> <td>74.576</td> </tr> <tr> <td>Salzburg</td> <td>27.140</td> </tr> <tr> <td>Kaprun</td> <td>25.991</td> </tr> <tr> <td>Bad Hofgastein</td> <td>9.600</td> </tr> <tr> <td><b>Summe Top 5</b></td> <td><b>243.853</b></td> </tr> <tr> <td><b>Nächtigungen gesamt</b></td> <td><b>307.304</b></td> </tr> <tr> <td><b>Anteil Top 5</b></td> <td><b>79,4 %</b></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="display: inline-table;"> <thead> <tr> <th>Winter 2008/2009</th> <th>Nächtigungen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Wien</td> <td>34.690</td> </tr> <tr> <td>Salzburg</td> <td>4.461</td> </tr> <tr> <td>Zell am See</td> <td>3.482</td> </tr> <tr> <td>Lech</td> <td>2.225</td> </tr> <tr> <td>Serfaus</td> <td>1.336</td> </tr> <tr> <td><b>Summe Top 5</b></td> <td><b>46.194</b></td> </tr> <tr> <td><b>Nächtigungen gesamt</b></td> <td><b>69.885</b></td> </tr> <tr> <td><b>Anteil Top 5</b></td> <td><b>66,1 %</b></td> </tr> </tbody> </table>		AN 2003/2008 +/- in % pa	NÄ 2003/2008 +/- in % pa	Ausland gesamt	+2,8	+1,5	Arab. Länder	+22,1	+21,4	Unterkunftsart	In %	5-/4-Sterne-Hotels	68,7	3-Sterne-Hotels	12,6	2-Sterne-/1-Stern-Hotels	1,6	Privatquartiere	1,3	Unterkunftsart	In %	Camping	0,1	Bauernhöfe (privat u. Fewo)	0,4	Ferienwohnungen (n. auf Bauernhof)	15,0	Sonstige	0,3	Bundesland	In %	Burgenland	0,3	Kärnten	0,5	Niederösterreich	1,1	Oberösterreich	1,8	Salzburg	47,7	Bundesland	In %	Steiermark	0,9	Tirol	8,7	Vorarlberg	1,5	Wien	37,5	Sommer 2008	Nächtigungen	Wien	106.546	Zell am See	74.576	Salzburg	27.140	Kaprun	25.991	Bad Hofgastein	9.600	<b>Summe Top 5</b>	<b>243.853</b>	<b>Nächtigungen gesamt</b>	<b>307.304</b>	<b>Anteil Top 5</b>	<b>79,4 %</b>	Winter 2008/2009	Nächtigungen	Wien	34.690	Salzburg	4.461	Zell am See	3.482	Lech	2.225	Serfaus	1.336	<b>Summe Top 5</b>	<b>46.194</b>	<b>Nächtigungen gesamt</b>	<b>69.885</b>	<b>Anteil Top 5</b>	<b>66,1 %</b>
	AN 2003/2008 +/- in % pa	NÄ 2003/2008 +/- in % pa																																																																																						
Ausland gesamt	+2,8	+1,5																																																																																						
Arab. Länder	+22,1	+21,4																																																																																						
Unterkunftsart	In %																																																																																							
5-/4-Sterne-Hotels	68,7																																																																																							
3-Sterne-Hotels	12,6																																																																																							
2-Sterne-/1-Stern-Hotels	1,6																																																																																							
Privatquartiere	1,3																																																																																							
Unterkunftsart	In %																																																																																							
Camping	0,1																																																																																							
Bauernhöfe (privat u. Fewo)	0,4																																																																																							
Ferienwohnungen (n. auf Bauernhof)	15,0																																																																																							
Sonstige	0,3																																																																																							
Bundesland	In %																																																																																							
Burgenland	0,3																																																																																							
Kärnten	0,5																																																																																							
Niederösterreich	1,1																																																																																							
Oberösterreich	1,8																																																																																							
Salzburg	47,7																																																																																							
Bundesland	In %																																																																																							
Steiermark	0,9																																																																																							
Tirol	8,7																																																																																							
Vorarlberg	1,5																																																																																							
Wien	37,5																																																																																							
Sommer 2008	Nächtigungen																																																																																							
Wien	106.546																																																																																							
Zell am See	74.576																																																																																							
Salzburg	27.140																																																																																							
Kaprun	25.991																																																																																							
Bad Hofgastein	9.600																																																																																							
<b>Summe Top 5</b>	<b>243.853</b>																																																																																							
<b>Nächtigungen gesamt</b>	<b>307.304</b>																																																																																							
<b>Anteil Top 5</b>	<b>79,4 %</b>																																																																																							
Winter 2008/2009	Nächtigungen																																																																																							
Wien	34.690																																																																																							
Salzburg	4.461																																																																																							
Zell am See	3.482																																																																																							
Lech	2.225																																																																																							
Serfaus	1.336																																																																																							
<b>Summe Top 5</b>	<b>46.194</b>																																																																																							
<b>Nächtigungen gesamt</b>	<b>69.885</b>																																																																																							
<b>Anteil Top 5</b>	<b>66,1 %</b>																																																																																							

### 3 Überblick ÖW Marktbearbeitung

#### 3.1 ÖW Marktstrategie 2010-2012

Am arabischen Markt ist geplant, in den strategischen Geschäftsfeldern „Entfaltung im Sommer“ und „KulturLand“ durch geographische und zeitliche Diversifikation zusätzliche Marktanteile zu gewinnen:

- 1) 75 % der Nächtigungen werden in den Sommermonaten in nur drei Destinationen (Wien, Zell am See-Kaprun, Salzburg) generiert. Ziel der Österreich Werbung Dubai ist es, weitere Destinationen mit hohem Potenzial am arabischen Markt langfristig zu positionieren, um so einer ständig steigenden Nachfrage eine breitere Produktpalette entgegensetzen zu können. Im Rahmen der Marktgruppe „Best of Austria“ werden seit 2007 elf ausgewählte Destinationen aktiv im strategischen Geschäftsfeld „Entfaltung im Sommer“ („Sommerfrische“ mit Bergen und Seen in Kombination mit Städteaufenthalt) beworben. Voraussetzung dafür ist, dass diese Destinationen am Markt bereits buchbar sind. Die Destinationen der Marktgruppe werden u.a. in der zweisprachigen Image-Broschüre „emotion“, dem Online Schulungstool „ACTS“ und zahlreichen Endkundenkampagnen am Markt präsentiert.
- 2) Der arabische Gast verreist vorwiegend in der Zeit der Sommerferien mit dem Ziel, der Hitze im eigenen Land zu entfliehen. Mehr als 70 % der Nächtigungen aus den arabischen Ländern wurden in den vergangenen Jahren jeweils in den Sommermonaten Juli und August generiert. Die Österreich Werbung Dubai setzt gezielt Maßnahmen, um diese saisonale Konzentration zu entzerren. Dabei werden vor allem zeitlich flexible Zielgruppen (junge Erwachsene ohne Kinder, junge Ehepaare im Zuge der Hochzeitsreise sowie Expatriates) im strategischen Geschäftsfeld „KulturLand“ angesprochen.

### 3.2 ÖW Marketingschwerpunkte 2010

Die Österreich Werbung in Dubai setzt aufgrund der Analysen und Marktforschungsergebnisse auf folgende strategische Schwerpunkttaktionen:

#### **Schwerpunkt: Majlis Talk (Österreich in aller Munde)**

Das Majlis ist eine Institution in der arabischen Welt, die dem Gedanken- und Ideenaustausch innerhalb einer Gruppe, meist den Entscheidungsträgern der Gemeinde, dient. Es steht damit auch für die Tradition des „Word of Mouth“ als effizienteste und sicherste Methode in der arabischen Kultur, um Nachrichten und Ideen zu verbreiten. Dabei wird das – in der arabischen Kultur äußerst wichtige – Thema der Gastfreundschaft in den Mittelpunkt gestellt.

Wir möchten diesen Mechanismus nutzen und die Meinungsmacher im Majlis, in der Familie und im Bekanntenkreis über Österreich erzählen lassen, wobei diese Meinungsmacher von uns für ihre Treue belohnt werden. Teil des Geschenks wird ein personalisierter Videogruß aus Österreich sein, der den hohen Status unseres Testimonials unterstreicht. Und von ihm, z.B. am Handy, stolz seinen Freunden präsentiert werden kann. Der Videogruß ist auch auf der ÖW Website gepostet und kann per E-Mail an Freunde und Bekannte versandt werden.

**Geschäftsfeld:** „Entfaltung im Sommer“

**Sinus Milieu / Zielgruppe/n:** Etablierte Locals

Angebot gilt für Mitglieder der Marktgruppe.

#### **Schwerpunkt: Picture Yourself in Austria**

Wir schenken das persönliche Urlaubsfoto einer Reise, die noch gar nicht angetreten wurde - der kommende Sommerurlaub in Österreich. Das Bild entsteht durch eine eigene – und schon erprobte – Technik an der „Austria Snap Shot Station“ in gut frequentierten Shopping-Malls, den sozialen Zentren am arabischen Markt. Das Urlaubsbild (Person im Vordergrund, Österreich-Motiv im Hintergrund) wird als Postkarte mit unserer persönlichen Widmung direkt an der Snap Shot Station ausgegeben.

Medienpartner in Print und Rundfunk weisen auf die Aktion hin, berichten regelmäßig darüber, zeigen die lustigsten Bilder (Print), berichten live von der Snap Shot Station (Rundfunk) und rufen jeweils zum Wettbewerb für das beste so entstandene Urlaubsfoto auf. Alle Bilder werden auf die Website der ÖW hochgeladen, dort können Sie angesehen, heruntergeladen und an Freunde weitergeschickt werden. Außerdem können alle Bilder bewertet werden und das Bild mit dem besten Voting gewinnt. Der Gewinner erhält einen Österreich-Trip. Damit werden alle Teilnehmer motiviert, ihre Bilder an möglichst viele Freunde zu schicken, um deren „Stimmen“ zu bekommen.

**Geschäftsfeld:** „KulturLand“

**Sinus Milieu / Zielgruppe/n:** Etablierte Locals und Expatriates (Established Post-Materials)

Für ein persönliches Beratungsgespräch zur erfolgreichen Marktbearbeitung stehen wir Ihnen gerne zur Verfügung:

Österreich Werbung

Dubai / Markt Manager: Klaus Ehrenbrandtner

Tel.: +971 4 32188-61

Fax: +971 4 32188-62

E-Mail: [Klaus.Ehrenbrandtner@austria.info](mailto:Klaus.Ehrenbrandtner@austria.info)

B2C: [www.austria.info/ae](http://www.austria.info/ae)

B2B: [www.austriatourism.com](http://www.austriatourism.com)