

# Arabische Länder in Asien (V.A.E, Saudi-Arabien, Katar, Kuwait)

## MARKETING ZIELGRUPPEN

- Regionale Schwerpunkte: (Sub)urbaner Wohnraum – Dubai, Abu Dhabi, Kuwait City, Riyadh, Jeddah, Doha
- Zielgruppe: Familien, Fokus Frauen (Entscheiderinnen), 20–59 Jahre, hohes Bildungsniveau, mittleres bis hohes Einkommen

## ZEITRÄUME

Zeiträume mit besonders hohem Reisepotenzial:

Juli, August (Anm.: Ramadan fällt 2019 in den Zeitraum 5. Mai bis 4. Juni)

Ziel ist es, Werbe- und Marketingmaßnahmen unter Berücksichtigung des Buchungsverhaltens so zu setzen, dass in diesen Zeiträumen das vorhandene Gästepotenzial optimal ausgeschöpft werden kann.

## RELEVANTE WIEN ASSETS

Imperiales Erbe, Musik- & Kulturangebot, kulinarische Kultur, moderne, lebenswerte Metropole, grünes Wien

## Besonderheiten des Marktes

- Reisen finden überwiegend im Familienverband statt
- Während des Ramadans wird kaum gereist
- Buchungen werden über lokale Reisebüros getätigt, Trend zur Onlinebuchung
- Visapflicht für Emiratis in den Schengen-Raum wurde im Mai 2015 aufgehoben
- Visapflicht für Reisende aus Saudi-Arabien, Katar und Kuwait – die Abwicklung hat sich durch die 2012 eingeführten Visa Application Center in Saudi-Arabien vereinfacht, aber es kommt vor der Hauptreisesaison zu langen Wartezeiten für potenzielle Gäste
- Wichtigste Kriterien für die Wahl des Urlaubszieles: Sicherheit, Sauberkeit, Akzeptanz von muslimischen Traditionen
- Themen: grünes Wien, Entspannung, gemäßigttes Klima, Spaziergänge, Shopping und Romantik, Familienurlaub
- In der Bewerbung müssen bei Bildsprache und Text kulturelle Besonderheiten beachtet werden (No-Go: Alkohol, Schweinefleisch, Nacktheit, Kirchen, ...)
- Reisende kombinieren Städtereisen oft mit Sommerfrische auf dem Land
- Sehr kurzfristige Reiseentscheidung und Buchung
- Hoher Serviceanspruch und Flexibilität ist gefragt
- Reisen gilt als Statussymbol
- Hohe Markenaffinität
- Wien wurde im Sommer 2018 von allen wichtigen Quellmärkten direkt angefliegen (Dubai/Emirates, Riyadh/SAUDIA, Jeddah/SAUDIA, Kuwait/Kuwait Airlines, Doha/Qatar Airways)

Quelle: Handbuch Märkte und Marktstrategien, Österreich Werbung 2017. Eigenrecherche.

## Die wichtigsten Online Travel Agencies

expedia.com, cleartrip.com, tajawal.com, makemytrip.com, musafir.com, booking.com

## Die wichtigsten Kooperationspartner

Österreich Werbung, Lufthansa, Emirates Airlines, Qatar Airways, Al Tayyar, Al Rais Tours & Holidays, Cozmo Travel, Destinations of the World, DNATA Holidays, ELAF Travel & Tours, Emirates Holidays

## Geplante Aktionen 2019

### B2C

- Teilnahme an den Marktaktivitäten der Österreich Werbung
- Social-Media-Kampagne (Snapchat, Instagram, Facebook)
- OTA-Kooperation
- Suchmaschinenmarketing
- Online Bewegtbild-Offensive inkl. 360° Videos und VR-Einsatz
- Content-Marketing-Kampagne

### MEDIEN

- **NEU:** Medienaktivität zum Jahresthema 2020
- **NEU:** Multinationale Pressegruppe zum Jahresthema 2020
- **NEU:** Multinational Influencer-Gruppe „Wien das Leben so spielt“
- Gruppenpressefahrt
- Individuelle Abwicklung von Medienprojekten

### B2B

- B2B Veranstaltungen in Dubai, Riyadh, Kuwait City, Doha (Herbst 2019)
- Teilnahme an der Workshopserie der Österreich Werbung in Maskat, Kuwait, Jeddah, Riyadh, Abu Dhabi, Dubai (16.–21. Februar 2019)
- Teilnahme an der EuroNet Roadshow in Riyadh, Jeddah, Al Khobar, Dubai, Abu Dhabi (23.–28. Februar 2019)
- Teilnahme am D-A-CH Event der Österreich Werbung in Dubai (26.–27. April 2019)
- Teilnahme am ATM in Dubai (28. April–1. Mai 2019)
- Teilnahme an der Marktgruppe „In Harmony with Austria“ der Österreich Werbung
- Aktivitäten im Rahmen des „Air Service Development“
- Aktivitäten zum „Vienna Experts Club International“