

# Markttendenzen 2012

# INDIEN

---

11 | 2012



Die Skyline von Bombay

Markttendenzen 2012



Département de l'économie,  
de l'énergie et du territoire (DEET)

Departement für Volkswirtschaft,  
Energie und Raumentwicklung (DVER)

**CANTON DU VALAIS**  
**KANTON WALLIS**

**Hes**·SO  **VALAIS**  
**WALLIS**

# Markttendenzen 2012

## INDIEN

<b>Allgemeines</b>	2
<b>Schlüsseldaten</b>	3–6
<b>Bevorzugte Reiseziele der Inder</b>	7–8
<b>Reisegewohnheiten/-verhalten</b>	9–12
<b>Tourismuseckdaten</b>	13–15
<b>Bedeutung von Bollywood für indische Touristen</b>	16
<b>Indische Touristen</b>	17–18
<b>Indische Touristen im Wallis</b>	19–20
<b>Nützliche Adressen</b>	21
<b>Synthese, Strategie</b>	22–23
<b>Literaturhinweise</b>	24–25

# Allgemeines

## Potenzial

### Wussten Sie, dass:

- ... Indien 1,22 Milliarden Einwohner hat (Juni 2012), von denen ungefähr **140 Millionen** als **potenzielle Besucher** der Schweiz gelten?
- ... eine **Europareise** (vor allem nach Grossbritannien, Frankreich und in die Schweiz) bei der indischen Mittelschicht (mehr als 350 Millionen, also etwa gleich viel wie die Einwohnerzahl der USA) **zu einem besseren Prestige** beiträgt?
- ... Inder äusserst gern ins Kino gehen? Ausserdem werden pro Jahr 15 bis 18 Bollywood-Filme in der Schweiz gedreht. Die Alpen gleichen der Landschaft von Kaschmir.
- ... Indien einer der wichtigsten Exportmärkte der Welt **mit dem grössten Wachstum** ist (jährliches Wachstum bei den indischen Auslands-touristen von 13,2% zwischen 2001 und 2008)
- ... indische Touristen in der Schweiz im Jahr 2011 **460'440 Logiernächte** generiert haben (BFS)? Das entspricht einer Zunahme von **17,2%** verglichen mit dem Vorjahr.
- ... die **Inder** in der Schweiz im Durchschnitt **CHF 300.- pro Tag** ausgeben (2010)? Der Gesamtdurchschnitt aller Märkte beträgt lediglich CHF 182.



## Reiseverhalten und Produkte

### Wussten Sie, dass:

- ... die Inder am liebsten im **Mai** verreisen (**während ihren Schulferien**)?
- .... es für die Inder sehr wichtig ist, im Ausland indisch zu essen?
- .... der grösste Teil der nach Europa reisenden Inder (2/3) aus **Männern** zwischen **25 und 54 Jahren** besteht?
- .... die meisten Reservationen **durch traditionelle Reisebüros getätigt werden**?
- .... Inder, die organisierte Reisen buchen, sich eher für Hotels mit **drei bis vier Sternen** entscheiden, während Individualreisende Hotels einer noch höheren Kategorie aussuchen? **Wohlhabende Familien** mieten gerne eine **Ferienwohnung**.
- .... indische Touristen an Europa insbesondere **das Klima und die Landschaft (Berge)** schätzen?
- .... Inder sehr gerne **Souvenirs** kaufen?
- .... Inder gerne **Zug** fahren?

## Schlüsseldaten

### Schlüsseldaten

#### Bevölkerung und Fläche

Indien zählt 1,22 Milliarden Einwohner (Juni 2012). Somit hat Indien nach China die höchste Einwohnerzahl der Welt. Indiens Fläche beträgt 3'287'590 km<sup>2</sup> und ist rund 80 mal so gross wie die Schweiz.

#### Religionen

Der grösste Teil der Bevölkerung hat den hinduistischen Glauben (83%). Andere Religionen: 11% Muslime, 2% Christen und 2% Sikhs. Ausserdem gibt es zahlreiche weitere Glaubensrichtungen, zum Beispiel den Buddhismus und den Jainismus.

#### Sprachen

Die Amtssprache ist Hindi. 60% der Inder haben jedoch eine andere Muttersprache als Hindi. In der Geschäftswelt und in der Verwaltung ist Englisch weit verbreitet. 180 Millionen Inder sprechen fließend Englisch.

#### Einreisebestimmungen für die Schweiz

Schengenvisum obligatorisch (die Nachbarländer der Schweiz gehören ebenfalls zum Schengenraum).

#### Währung

Die Nationalwährung ist die indische Rupie (INR).

Wechselkurs:

1 CHF ~ 58 INR (Stand im Juni 2012). Die indische Rupie hat unaufhörlich an Wert verloren; im Juli 2007 war der Kurs noch 1 CHF ~ 33 INR.

Die Entwertung der indischen Rupie beim Wechselkurs zum Euro oder zum US-Dollar war jedoch deutlich geringer.

#### Wirtschaftsindikatoren

Indiens Wirtschaft war bis 1990 eher autark und entwickelt sich jetzt immer mehr zu einer freien Marktwirtschaft. Das Land ist einer der grössten Exportstaaten für Dienstleistungen im IT- und Softwaresektor.



## Schlüsseldaten

### Zahlen der indischen Wirtschaft

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
<b>Wachstumsrate (in % des BIP)</b>	10.0	6.2	6.6	10.6	7.2	6.9	7.3	7.5
<b>BIP/Einwohner (USD) (Schweiz 2009: 55'875 USD)</b>	1'009	1'081	1'068	1'342	1'389	1'455	1'583	1'723
<b>Inflationsrate (in %)</b>	6.4	8.3	10.9	12.0	8.6	8.2	7.3	5.5
<b>Arbeitslosenquote (in %)</b>	7.2	6.8	10.7	10.8	10.6	-	-	-
<b>Laufende Rechnung (in % des BIP)</b>	-6.2	-6.6	-4.0	-4.7	-4.3	-4.6	-4.3	-4.3
<b>Verschuldung (in % des BIP)</b>	75.4	74.7	75.0	69.4	68.1	67.6	66.8	-4.3

■ Schätzung

Gemäss Internationalem Währungsfonds (IWF) (April 2012); SECO (2012).

### Wirtschaftswachstum der letzten Jahre

- Indien ist heute eine der dynamischsten Wirtschaftsmächte der Welt
- und hat die globale Wirtschaftskrise relativ gut im Griff. Sogar im Höhepunkt der Krise, im letzten Quartal 2008 und im ersten Quartal 2009, ging das Wachstum kaum zurück, bei rund +6%, während zahlreiche Industriestaaten in dieser Zeit ein negatives Wachstum zu verzeichnen hatten. Das Pro-Kopf-BIP bleibt immer niedrig. Etwa 700 Millionen Menschen müssen mit weniger als USD 2 pro Tag auskommen. Gleichzeitig ist bei der breiten Mittelschicht ein grosser Aufschwung zu verzeichnen (350 Millionen im Jahr 2007), und rund 10% dieser Menschen sind sogar sehr wohlhabend. Für diesen Prozentsatz sind Reiseziele ausserhalb von Asien speziell attraktiv.

### Konjunktur

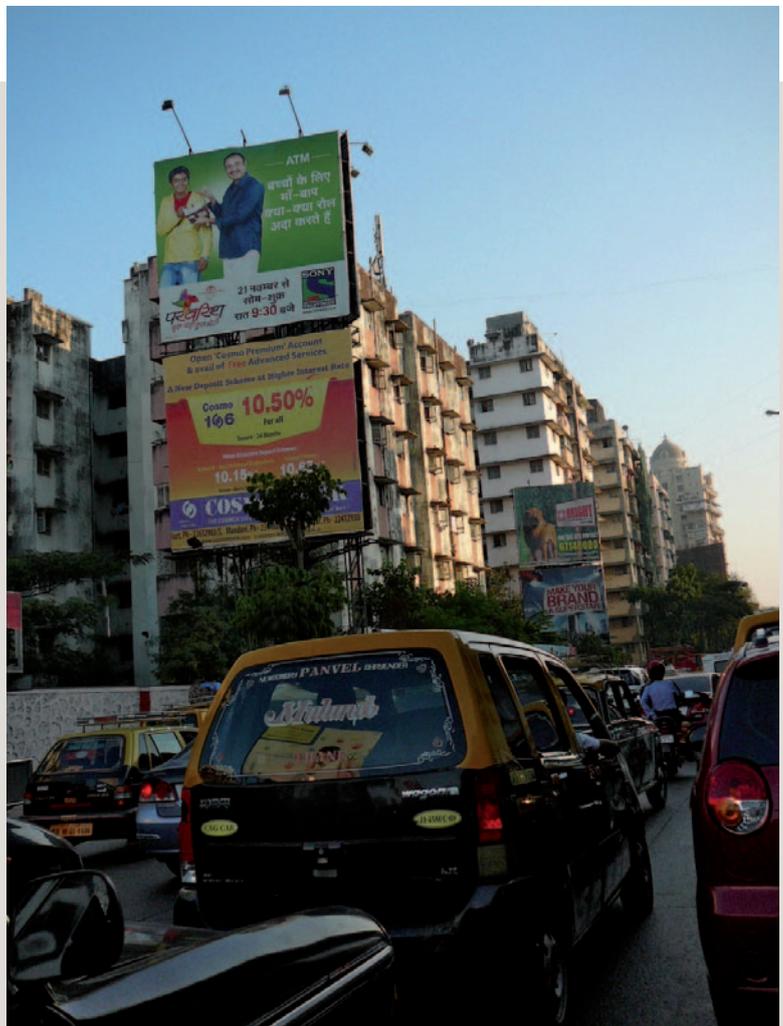
- Im Jahr 2010 erreichte das Wirtschaftswachstum den stattlichen Wert von 10,6%. Im darauffolgenden Jahr 2011 betrug es 7,2%. Für 2012 ist ein Rückgang auf 6,9% prognostiziert. Gemäss Prognosen der Weltbank soll das jährliche Wachstum in den Jahren 2013 und 2014 rund 7,5% betragen.
- Im Jahr 2008 lag die Arbeitslosenquote bei 6,8%. Im Jahr 2009 stieg diese Quote um 3,9 Punkte und nahm in den Jahren 2010 und 2011 kaum zu.
- Der grösste Teil der aktiven Bevölkerung (52%) arbeitet im Landwirtschaftssektor, der jedoch nur 17% des BIP ausmacht. Der Industriebereich beschäftigt lediglich 14% der aktiven Bevölkerung. Im Tertiärbereich (34%) ist zurzeit ein starkes Wachstum zu verzeichnen.
- Im Vergleich zu den Lebensmitteln und insbesondere zu den Dienstleistungen, die günstig sind, sind Konsumgüter für Inder teuer.

## Der indische, ins Ausland reisende Tourist

- Die meisten indischen Freizeittouristen, die ins Ausland reisen, haben ein **jährliches Einkommen von mehr als USD 9000** (Zahl für 2010), und der grösste Teil von ihnen (85%) verfügt über einen **Hochschulabschluss**. Die Menschen mit bescheideneren Gehältern bleiben in Asien, und die vermögendere reisen nach Europa. Für die meisten dieser Inder ist Englisch sozusagen ihre Muttersprache. In Indien leben 56 Milliardäre (in USD) und 126'000 Millionäre (in USD). Die indische Mittelschicht wächst zurzeit sehr schnell (40-50 Mio. pro Jahr) und stellt ein äusserst interessantes Marktpotenzial dar, insbesondere die 140 Mio., die Teil der oberen Mittelschicht sind.
- 75%** der ins Ausland reisenden Inder sind **verheiratet** und haben Kinder, die im selben Haushalt leben.
- Im Bereich des Freizeittourismus **reisen 2/3 der Inder mit ihrer ganzen Grossfamilie** (Schwiegereltern, Eltern, Tanten, Onkel, Brüder, Schwestern...). In Indien ist der Familiensinn stark verankert.
- Gemäss IPK (Indian Outbound Monitor) bleiben **67%** der ins Ausland reisenden Inder (12 Millionen im Jahr 2010) **in Asien** bzw. begeben sich in den **Mittleren Osten**, **19%** fliegen nach **Europa**, 9% nach Amerika, 3% nach Afrika und 2% nach Ozeanien.
- Nach Europa reisen die Inder insbesondere von **Mai bis Juli** und von Oktober bis Dezember, mit einem Höhepunkt im **Mai-Juni in den Alpen**. Sie haben somit kaum die Möglichkeit, Wintersport zu treiben.



Der Strand von Goa bei Sonnenuntergang.



Stadtsicht von Mumbai.

## Auslandreisen

- Im Jahr **2008** unternahmen die indischen Touristen **10,9 Mio.** Auslandsreisen. Im Jahr 2010 stieg diese Zahl sogar auf 12 Mio., während sie im Jahr 2000 nur rund **4,5 Mio.** betrug. Für 2015 werden sogar **20 Mio.** und für **2020 50 Mio.** erwartet.
- Von 2001 bis 2008 nahm die Zahl der Auslandsreisen im Durchschnitt um **13,2% pro Jahr** zu, was deutlich über dem weltweiten Mittel liegt (beispielsweise zwischen 2010 und 2011 eine Zunahme von 5%). Für die Zeit von 2010 bis 2019 wird eine jährliche Zunahme der touristischen Nachfrage um 8,2% erwartet, was Indien für den Anstieg der touristischen Nachfrage auf den **dritten Platz** bringt.
- Im Jahr 2008 gaben Inder bei Auslandsreisen **USD 9,6 Mia.** aus. Im Jahr 2010 stiegen diese Ausgaben auf **USD 14 Mia.**

## Schlüsseldaten

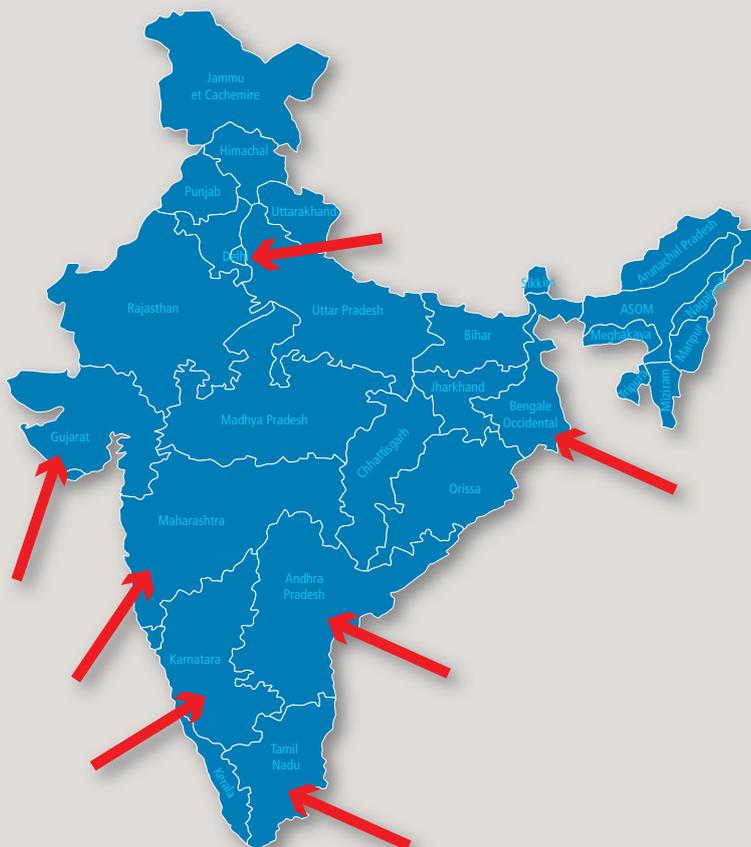
### Herkunftsregionen der Touristen

In Indien herrscht ein grosses Gefälle zwischen den Stadtregionen mit Kontakt zur westlichen Kultur und den ländlichen Gebieten, die im Allgemeinen sehr arm bleiben. Aus diesem Grunde konzentrieren sich die Quellmärkte in Indien rund um die **sieben grössten Wirtschaftszentren**:

- Die Wirtschaftsmetropole **Mumbai (ehemals Bombay)** (einschliesslich Bollywood) und den Staat Maharastra- der weitaus grösste Quellmarkt in Indien.
- **Ahmedabad/Gandhinagar**, Staat Gujarat (Westen des Landes), sehr industriell, führend in der Textilbranche, in der Chemie, der Petrochemie und im Ingenieurwesen (beinahe 100% der Gemeinden haben elektrischen Strom). Die Gujaraten reisen häufig über den Flughafen von Mumbai.
- Die politische Hauptstadt **Delhi**.
- **Bangalore** (Bengaluru) - das Silicon Valley Indiens (Staat Karnataka).
- **Hyderabad**, 1300 IT-Unternehmen (Staat Andhra Pradesh).
- **Chennai** (ehemals Madras) (Staat Tamil Nadu).
- **Kalkutta** (engl. offiziell Kolkata, ehemals Calcutta) (Staat Westbengalen).

Die meisten Logiernächte in der Schweiz generieren Inder, welche aus dem Westen des Landes stammen, hauptsächlich aus den Staaten Maharastra und Gujarat (48% der indischen Logiernächte in der Schweiz).

### Die sieben reiseintensivsten indischen Staaten



## Lieblingsreiseziele der Inder

### Wichtigste Reiseziele (Top Ten Reiseziele nach Ankünften)

Rang	Welt 2004-2008	Europa 2005-2010
1.	Vereinigte Arabische Emirate	Grossbritannien
2.	Singapur	Italien
3.	Bahrain	Schweiz
4.	Kuweit	Frankreich*
5.	Saudiarabien	Deutschland
6.	USA	Österreich
7.	Malaysia	Niederlande
8.	Thailand	Türkei
9.	China	Belgien
10	Grossbritannien	Spanien/Russland*

Nach European Travel Commission (ETC) 2010; Tourmis (2012).  
\*Schätzung des Rangs<sup>a</sup>

a: Die Ränge für die europäischen Reiseziele wurden mit Hilfe der Datenbank Tourmis für die Ankünfte eruiert. Die Ankünfte werden je nach Land anders gezählt (z. B. in Grossbritannien an der Grenze, in Deutschland und Italien in allen Unterkünften, in der Schweiz in Hotels oder hotelähnlichen Betrieben). Der Durchschnitt wurde für die Jahre 2005 bis 2010 erhoben, obwohl bei einigen Ländern für diese Zeitspanne Angaben für ein oder zwei Jahre fehlen. Für Frankreich, Spanien und Russland sind überhaupt keine Angaben vorhanden. Sie wurden mithilfe des ETC-Berichts vom März 2010 geschätzt, in dem diese drei Länder nach Tranchen klassiert werden. So liegt Frankreich zum Beispiel in derselben Tranche wie die Schweiz, Deutschland und Italien.

- Zwischen 2004 und 2008 waren die **Vereinigten Arabischen Emirate** das von den Indern am **häufigsten besuchte** Land. An dritter und vierter Stelle stehen andere Golfstaaten: **Bahrain und Kuweit**. **Saudi-Arabien** steht an fünfter Stelle. Zahlreiche indische Gastarbeiter sind in diesen Ländern tätig. Diese Reisen fallen also hauptsächlich in die Kategorie «**Geschäftsreisen**». Shoppingreisen nach Dubai (Vereinigte Arabische Emirate) machen ebenfalls einen grossen Teil aus. Für die Hälfte der Inder ist der Hauptgrund einer Reise das Einkaufen.
- **Singapur** ist, ähnlich wie Dubai, für **Shoppingreisen** beliebt und steht an zweiter Stelle. Ausserdem gefällt den Indern die Sauberkeit in Singapur. Im Übrigen sind 8% der Einwohner von Singapur **indischer Abstammung**. Deshalb ist die Kultur Singapurs den Indern nicht wirklich fremd.
- Von den zehn beliebtesten Reisezielen liegen nur die **Vereinigten Staaten und Grossbritannien** ausserhalb von Asien. In diesen Ländern werden **oft Freunde und Verwandte besucht**. Viele wohlhabende indische Emigranten leben dort; sie haben häufig ein Hochschulstudium in diesen Ländern absolviert. Die Schweiz liegt bei den Reisezielen weltweit an **14. Stelle** und im europaweiten Vergleich **auf dem dritten Platz**. Zusammen mit Italien ist die Schweiz das von den Indern **in ihrer Freizeit am meisten besuchte Land ausserhalb von Asien**. Am besten gefällt ihnen die Berglandschaft, die sie an den Himalaya erinnert. Unsere Gletscher und der ewige Schnee sind viel leichter zugänglich als in ihren eigenen Bergen. Das belebende Klima ist auch ein wichtiger Faktor. Anders als in Europa wird in Indien Regenwetter positiv aufgenommen. Bei ihrer Wahl spielen ausserdem wie in Singapur die Sauberkeit sowie die legendäre Schweizer Pünktlichkeit eine grosse Rolle.
- **Im Jahr 2008 besuchten 100'000 bis 200'000 Inder Frankreich, Deutschland, Italien oder die Schweiz** (Grossbritannien wurde von 300'000 bis 400'000 Indern bereist). Anders als in der Schweiz ist in Deutschland der Anteil an Geschäftsreisen verglichen mit Freizeitreisen viel grösser.

## Lieblingsreiseziele der Inder

### Traumdestinationen der Inder (Top-Ten-Reiseziele)

Rang	Welt 2006	Europa 2009
1.	USA	Schweiz
2.	Singapur	Frankreich
3.	Grossbritannien	Deutschland
4.	Schweiz	Italien
5.	Australien	Grossbritannien
6.	Malaysia	Griechenland
7.	Europa(-reise)	Österreich
8.	Mauritius/Seychellen	Spanien
9.	Vereinigte Arabische Emirate (Dubai)	Niederlande/Belgien
10.	Thailand	Skandinavien

Nach European Travel Commission (ETC) (2007); Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) (2011).

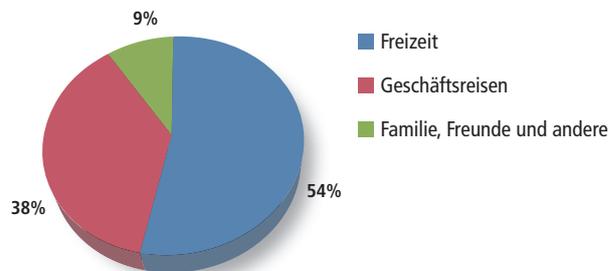
- **67%** der indischen Auslandtouristen reisen geschäftlich oder aus Distanz- und Kostengründen innerhalb von **Asien**; zahlreiche Inder träumen jedoch davon, **Europa und die USA zu bereisen**. Es ist auch eine **Prestigefrage**. Die Tabelle der Traumdestinationen unterscheidet sich folglich von derjenigen weiter oben, welche das Total der Ankünfte von Indern weltweit und in Europa zeigt.
- Die Schweiz ist das einzige nicht englischsprachige Land unter den zehn meistbesuchten Ländern der Welt. Da die indischen Auslandsreisenden (insbesondere Individualreisende) ausgezeichnet Englisch sprechen, schätzen sie es, wenn ihre Gastgeber englischsprachig sind oder sehr gut Englisch können. Die Unterbringung in den USA, in Grossbritannien und in Australien ist im Allgemeinen **nicht sehr kostspielig**, da die Reisenden häufig **bei Verwandten oder Freunden wohnen können** (VFR).
- Unter den europäischen Ländern (gemäss einer Meinungsumfrage aus dem Jahr 2009) **ist die Schweiz für die Inder am attraktivsten (Rang 1)**. Dies wurde vom Leiter von Schweiz Tourismus in Indien, Stephan Heuberger, bestätigt. Er zitiert ausserdem ein wichtiges Kriterium vieler Inder: «I wanna see Switzerland» (ich will die Schweiz sehen). Besonders **beachtenswert** ist der **vierte Platz der Schweiz** bei den attraktivsten Reisedestinationen der Welt auch deshalb, weil eine Reise in die Schweiz teuer ist (kaum Freunde oder Verwandte) und die indischen Besucher eine **Unterkunft finden müssen**. Ausserdem gibt es kaum kulturelle Verbindungen, was die **Attraktivität der Schweizer Landschaft** besonders hervorhebt. Die Schweiz ist exotisch, und viele Jungverheiratete möchten ihre **Flitterwochen** in der Schweiz verbringen. Diese Attraktivität kann zu einem grossen Teil durch das **Bollywood-Kino** erklärt werden. Inder lieben Filme, und seit rund 50 Jahren werden sehr viele indische Filme in der Schweiz gedreht. Im Jahr 2005 zum Beispiel wurden aufgrund der politischen Instabilität in Kaschmir 35 indische Filme in der Schweiz gedreht, als Ersatz für die Berge und Seen von Kaschmir. Der Prestigewert einer Schweizreise ist daher besonders wichtig. In den Reiseprospekten wird die Schweiz als **«Heaven on Earth»** (Himmel auf Erden) angepriesen.
- Die **Zahl der indischen Touristen in der Schweiz nimmt stetig zu, insbesondere im Jahr 2011**, und zwar trotz der ungünstigen Konjunkturlage. Diese Tendenz wird auch dadurch bestätigt, dass das Konsulat in Mumbai und die Botschaft in Delhi von der grossen Anzahl Visagesuchen überfordert sind. Im ersten Halbjahr 2012 wurden Agenturen in neun weiteren indischen Städten (Chandigarh, Kalkutta, Jalandhar, Cochin, Madras, Bangalore, Ahmedabad, Pune und Hyderabad) eröffnet.

# Reisegewohnheiten/ -verhalten

## Gründe der Inder für eine Europareise

54% der Inder bereisen Europa (vgl. Abbildung rechts) in ihrer Freizeit und 38% geschäftlich. Besuche bei Freunden oder Verwandten sowie andere Gründe (Gesundheit, Wallfahrt, Studium usw.) machen insgesamt lediglich 9% aus. Dieses Verhältnis ist je nach Land unterschiedlich; insbesondere in Grossbritannien, dem von den Indern am meisten geschätzten Land, halten sich Freizeit, Geschäft und Besuche bei Freunden und Familie mit je etwa 30% die Waage. Die verbleibenden 10% sind andere Gründe. In Deutschland sind Geschäfts- und Freizeitreisen mit je 45% vertreten. In der Schweiz dagegen hat der Freizeittourismus klar die Oberhand.

## Reiseziele der Inder in Europa in % für 2010



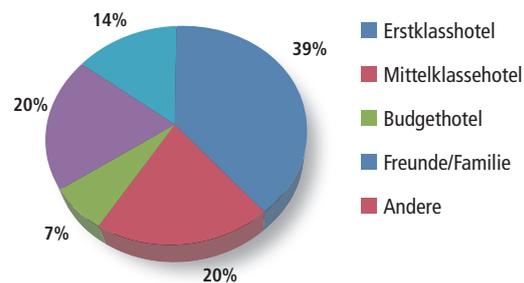
Nach Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) (2011)

## Reisegewohnheiten der Inder in Europa

Aufgrund der geografischen Lage reisen die meisten Inder (98%) mit dem Flugzeug ins Ausland.

2/3 der nach Europa reisenden Inder übernachten im Hotel. Dieses Verhältnis bleibt für die Schweiz gleich, wenn auch die Kurbetriebe berücksichtigt werden. 39% der indischen Touristen übernachten in **Erstklasshotels**, und nur 7% wählen Budget-Hotels aus. Dieses Verhältnis bleibt für die Schweiz gleich, wenn auch die Kurbetriebe berücksichtigt werden. **Die Inder sparen lieber genügend Geld, um dann mit allem Komfort reisen zu können; ist das nicht möglich, verzichten sie lieber auf die Reise.** Die Kategorie «**Unterbringung bei Freunden oder Verwandten**» ist lediglich mit 20% vertreten. Zum Vergleich: In Grossbritannien, wo viele Inder leben, übernachten fast viermal mehr indische Besucher bei Freunden oder Verwandten und doppelt so viele in Miethäusern oder Wohnungen anstatt in Hotels.

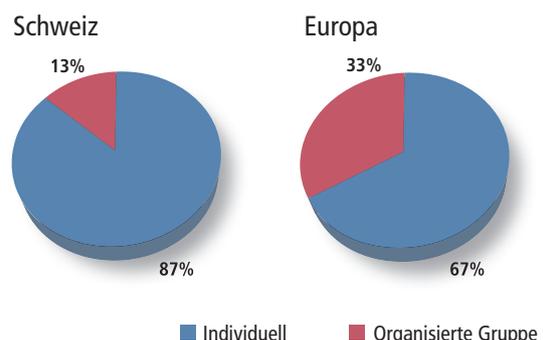
## Unterbringung der indischen Gäste in Europa (in %)



nach Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) (2011)

Aus den Grafiken wird ersichtlich, dass die meisten Inder ihre **Reisearrangements** am liebsten **selbst** machen (rund 87% für die Schweiz). Zu «individuell» gehört auch eine relativ grosse Gruppe mit mehreren Familien (z. B. 10 - 12 Personen), teilweise mit Chauffeur. Indische Freizeittouristen reisen äusserst selten ganz allein. Einige Freizeittouristen wählen Pauschalreisen aus, insbesondere jene ohne Hochschulbildung.

## Organisation der Reise in die Schweiz und nach Europa (%)



Nach Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) (2011); Schweiz Tourismus, STnet (2011b)

## Reisegewohnheiten/ -verhalten

### Was indische Touristen in der Schweiz suchen, Vergleich mit der Gesamtheit der Touristen (Top Ten)

Die zehn beliebtesten Faktoren der Inder (Zahlen in %)	Inder allein	Alle Touristen
Natur	52	51
<b>Klima / angenehmes Wetter</b>	<b>50</b>	<b>41</b>
Gutes Preis-/Leistungsverhältnis	49	47
Berge	47	46
<b>Ruhe und Ausgeglichenheit</b>	<b>43</b>	<b>34</b>
<b>Öffentlicher Verkehr</b>	<b>43</b>	<b>29</b>
<b>Spezielle Naturschauspiele</b>	<b>41</b>	<b>18</b>
<b>Komfort</b>	<b>40</b>	<b>20</b>
Leichter Zugang	39	36
<b>Angebote speziell für Familien</b>	<b>37</b>	<b>27</b>

Nach Schweiz Tourismus, STnet (2011a)

Die für die Inder im Vergleich zu den anderen Touristen besonders wichtigen Faktoren sind fett gedruckt.

Gemäss einer Umfrage von Schweiz Tourismus aus dem Jahr 2010 ist **die Natur** in der Schweiz der wichtigste Faktor für die Inder (Seen, grüne Landschaften und Berge mit ewigem Schnee, wie sie oft in den Bollywoodfilmen gezeigt werden). **Das Wetter und das angenehme Klima** folgen dicht dahinter. Die Inder hoffen manchmal sogar auf Regen und kühle Temperaturen. Dieser Faktor ist für die Inder viel wichtiger als für die anderen Touristen<sup>b</sup>. Die indischen Touristen sind ausserdem äusserst beeindruckt von der **Effizienz des öffentlichen Verkehrs** in der Schweiz (Zug, Postauto, Seilbahnen), da sie hier problemlos Zugang zum ewigen Schnee haben, während es im Himalaya viel schwieriger ist. Viele Inder fassen in der Schweiz zum ersten Mal Schnee an. Des Weiteren sind die **Ruhe und Ausgeglichenheit, die ungewöhnlichen Naturschauspiele, der Komfort und die Angebote speziell für Familien** für die Inder sehr wichtig.

Den folgenden Faktoren dagegen messen die Inder **klar weniger Bedeutung** bei als die anderen Touristen<sup>b</sup>:

- die Möglichkeit einer **sportlichen Betätigung**, also auch **Wandermöglichkeiten**
- die **Freizeitbeschäftigungen** (um sich zu vergnügen, wählen sie andere Reiseziele, z. B. Disneyland Paris)
- die **Schlechtwetterprogramme** (die Inder gehen kaum ins Hallen- oder Thermalbad)
- **wenig Verkehr am Reiseziel** (z. B. keine Autos in Zermatt/Saas-Fee)

<sup>b</sup> Unterschied von mind. 9% zwischen dem Durchschnitt aller Touristen und jenem der indischen Touristen allein

# Reisegewohnheiten/ -verhalten

## Buchungskanäle

**88% der Inder** buchen ihre Europareise im Voraus. Am häufigsten wird über Reisebüros gebucht (56%), am zweithäufigsten direkt beim Hotelbetreiber/Vermieter (35%); davon werden 56% über Online-Buchungsportale getätigt. Für Europareisen nutzen die Inder das Internet häufiger als für andere Auslandsreisen.

Weitaus am häufigsten greifen die Inder für ihre Auslandsreise auf folgende zwei Portale zu (<http://www.buzzom.com/2009/08/indian-travel-portal-makemytrip-com-reigns-over-yatra-com/>):

- **Makemytrip** ([www.makemytrip.com/](http://www.makemytrip.com/))
- **Yatra** ([www.yatra.com/](http://www.yatra.com/))



In der Schweiz buchen etwa gleich viele Inder ihre Unterkunft direkt beim Hotelbetreiber/Vermieter (43%) wie über ein Reisebüro (45%). Das rege genutzte Portal MySwitzerland ist eine Erklärung für die grosse Anzahl Online-Buchungen. Dort besteht nämlich die Möglichkeit, alles von A bis Z zu buchen, einschliesslich Wohnungen oder Chalets, was auf anderen Websites nicht möglich ist. Ausserdem können Individualtouristen bei MySwitzerland über [www.swisstravelsystem.com](http://www.swisstravelsystem.com) Fahrkarten im Stil eines Generalabonnements für beispielsweise 4, 5, 8, 15, 22 und 30 Tage kaufen (Swisspass). Bei diesen Spezialangeboten gibt es Rabatte für Reisende mit Wohnsitz ausserhalb der Schweiz.

Für Ferien in der Schweiz werden folgende Websites am häufigsten genutzt (in absteigender Reihenfolge):

- **MySwitzerland** ([www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com))
- **Makemytrip**
- **Tripadvisor** (um sich über die Erfahrungen anderer Reisender zu informieren: [www.tripadvisor.in](http://www.tripadvisor.in))
- **Swisstouronline** ([www.swisstouronline.com](http://www.swisstouronline.com))
- **Raileurope** (um Swisspass-Fahrkarten zu kaufen wie über [swisstravelsystem.com](http://swisstravelsystem.com): [www.raileurope.co.in/](http://www.raileurope.co.in/))

Das «Timesharing» ist global gesehen noch relativ unbedeutend, gewinnt jedoch stetig an Bedeutung. Es gibt Portale speziell für «Timesharing» (Sterling, TCI, Mahindra).

## Reisegewohnheiten/ -verhalten

### Die wichtigsten Reiseveranstalter aus Indien

Die Top Ten der Reiseveranstalter in Indien in absteigender Reihenfolge sind die folgenden: Prime Travels, Thomas Cook India, SOTC Tours, Raj Travels, Club Mahindra Holidays, Kuoni Travel Group India, Galileo International, GoodWind Travels Pvt Ltd., AirTravel Enterprise India und Compass Tours India.

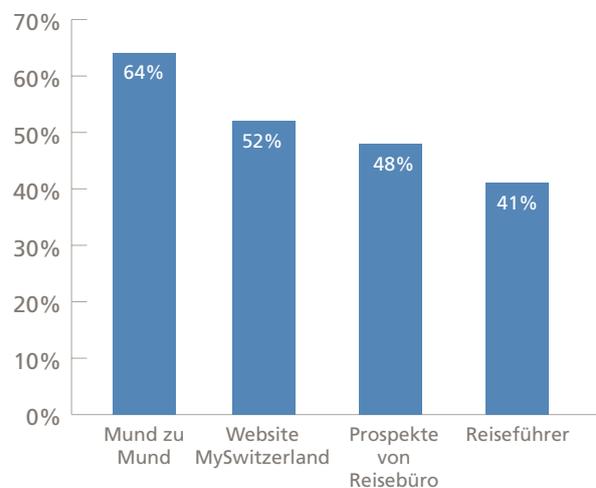
Während Prime Travels vor allem auf Reisen in die USA und nach Grossbritannien spezialisiert ist, organisieren **Thomas Cook Travels India** ([www.thomascook.in](http://www.thomascook.in)), **SOTC Tours** (<http://sotc.in/>), **Raj Travels** (<http://rajtravels.com/>) und **Kuoni Travel Group India** ([www.kuoniindia.com/division.asp](http://www.kuoniindia.com/division.asp)) die meisten Reisen in die Schweiz. Kuoni Travel Group India ist eine Partnerschaft mit SOTC Tours eingegangen und hat sich auf sogenannte Luxuskunden spezialisiert. SOTC Tours wiederum, das grösste Reisebüro für organisierte Reisen ausserhalb von Indien, ist eine Partnerschaft mit der grössten Gruppe des Bollywoodproduzenten Yash Raj Chopra eingegangen ([www.yashraj.com](http://www.yashraj.com)). Das beweist einmal mehr die grosse Bedeutung der Drehorte der Bollywoodfilme; die Wahl dieser Drehorte hat einen grossen Einfluss auf das Reiseprogramm der organisierten Reisen und auf die den Individualtouristen unterbreiteten Vorschläge. Einige Reisen konzentrieren sich auf die Schweiz, andere wiederum kombinieren verschiedene Länder in Europa, meistens einige Nachbarländer (Frankreich, Italien, Deutschland und Österreich).

**Die beliebtesten Schweizer Reiseziele der Inder**<sup>18, 30, 31</sup>, die von den Reiseveranstaltern oder auf den wichtigsten Online-Buchungsportalen angeboten werden, sind oft auch die Drehorte von Bollywoodfilmen. In absteigender Reihenfolge sind dies:

- 1) Interlaken und das Jungfraujoch (manchmal das Schilthorn), Luzern, Engelberg und der Titlis, Zürich, Grindelwald;
- 2) Genf, Lausanne, Montreux mit dem Schloss Chillon, der MOB-Zug, Gstaad-Saanen, der Diablerets-Gletscher, Swiss Chocolate Train, Greizer, der Rheinfall, Zermatt mit dem kleinen Matterhorn, der Glacier Express, der Pilatus;
- 3) Locarno und Suisse Miniature, Bern, Chur, St. Moritz, Rigi, Rochers de Naye.

Die meisten anderen, hier nicht aufgeführten Reiseziele, werden buchstäblich ignoriert. Abgesehen von Zermatt kommen die **Walliser Ferienorte praktisch gar nicht** auf den Reiserouten der Inder vor.

### Informationsquellen der indischen Touristen in der Schweiz



Nach Schweiz Tourismus, STnet (2011b)

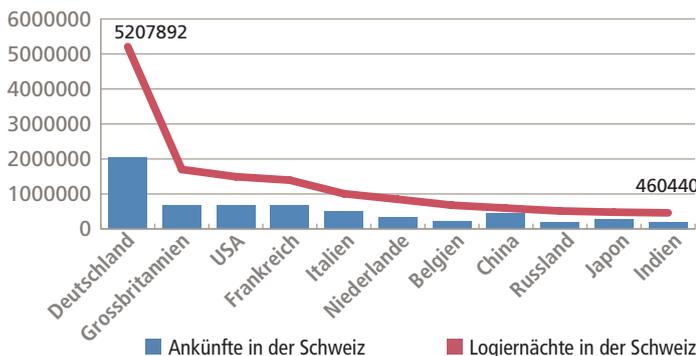
Die effizienteste Informationsquelle für Angaben zur Schweiz ist bei den Indern die Mund-zu-Mund-Propaganda (in mehr als 60% der Fälle). Mehr als die Hälfte der indischen Touristen nutzt das Internet - wie schon bei den Buchungen ist auch hier MySwitzerland.com die meist-besuchte Website. Indische Touristen sind ausserdem sehr auf **persönlichen Kontakt** aus, auch mit dem Reiseveranstalter.

Was die Buchung anbelangt, so besitzen nur wenige Inder eine Kreditkarte (während der Reise im Allgemeinen Travelers Cheques oder Bargeld). Inder lassen sich am liebsten von **einem Reisebüro beraten und bezahlen den geschuldeten Betrag direkt**.

# Eckdaten zu den Indern in der Schweiz und im Wallis

## Der indische Tourismusmarkt

### Die Reisebewegungen der Auslandstouristen in der Schweiz im Jahr 2011

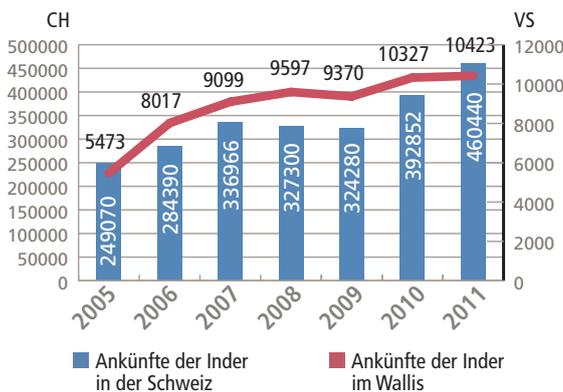


Nach Schweiz Tourismus, STnet (2011b), (2012)

Mit 460 000 Logiernächten und mehr als 200 000 Ankünften im Jahr 2011 (+20,3%) klassiert sich der indische Markt wie folgt:

- auf dem 11. Platz beim Bewegungsvolumen (Grafik links)
- auf Rang 12 beim Umsatz

### Die Ankünfte der Inder in der Schweiz und im Wallis (2005-2011)



Nach Schweiz Tourismus, STnet (2011b), (2012)

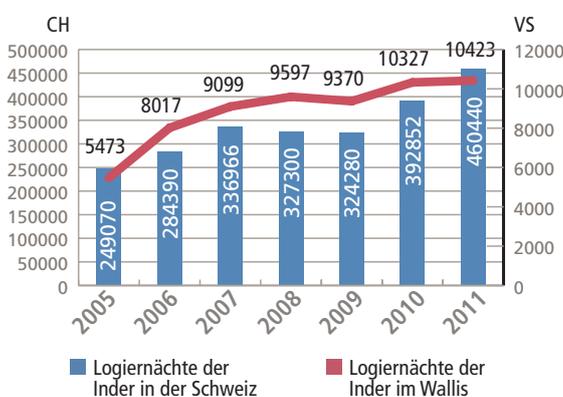
In der Zeit 2005/2011 betrug die durchschnittliche Zunahme der Logiernächte und Ankünfte der Inder in der Schweiz und im Wallis pro Jahr 20% bzw. 14% (vgl. unten stehende Tabellen).

SCHWEIZ	Ankünfte 2005/2011 in % p.a.	Logiernächte 2005/2011 in % p.a.
Indien	19.1	14.1
Übriges Ausland	3.0	1.3

WALLIS	Ankünfte 2005/2011 in % p.a.	Logiernächte 2005/2011 in % p.a.
Indien	20.2	14.7
Übriges Ausland	0.8	-1.4

Nach Schweiz Tourismus, STnet (2012)

### Die Logiernächte der Inder in der Schweiz und im Wallis (2005-2011)

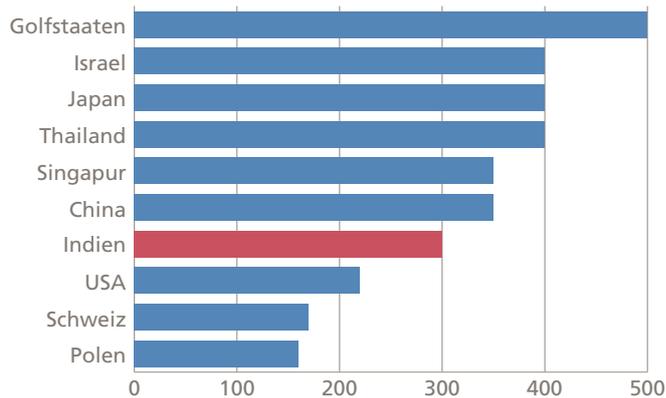


Nach Schweiz Tourismus, STnet (2011b), (2012)

Im schweizweiten Vergleich bleibt die Zahl der Ankünfte und Logiernächte der Inder im Wallis in den letzten sieben Jahren gering (steigt nicht über 3%; vgl. die beiden oben stehenden Grafiken).

# Eckdaten zu den Indern in der Schweiz und im Wallis

## Ausgaben der Touristen in der Schweiz pro Tag für das Jahr 2010 (in CHF)



Nach Schweiz Tourismus, STnet (2010)

- Die Inder geben während ihres Aufenthalts in der Schweiz ziemlich viel Geld aus (im Durchschnitt CHF 300 pro Tag).
- Damit liegen sie bei den täglichen Ausgaben an **siebter** Stelle (Grafik links). Der allgemeine Durchschnitt liegt bei lediglich CHF 182 pro Tag.

### Dauer der Aufenthalte der Inder im Jahr 2011

Schweiz	2,3 Tage
Wallis	2,3 Tage

Nach Schweiz Tourismus, STnet (2012)

## Reisesaison der Inder für Schweiz-Reisen

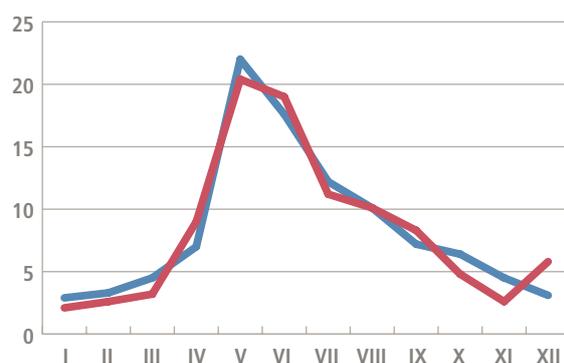
- 43% der indischen Touristen** reisen während ihren Schulferien in den Monaten **Mai und Juni** in die Schweiz.
- Ausserdem ist es zu dieser Zeit in Indien am wärmsten. Wahrscheinlich gefallen ihnen auch die gemässigten Temperaturen in den Alpen.

### Die für Schweizreisen am wenigsten beliebten Monate

Mai	122 157	24.4%
Juni	87 587	19.0%
July	55 826	12.1%

Nach Schweiz Tourismus, STnet (2012)

## Jährlicher Monatsdurchschnitt für Logiernächte der Inder in der Schweiz und im Wallis (in %) für 2005-2011



Nach Schweiz Tourismus, STnet (2012)

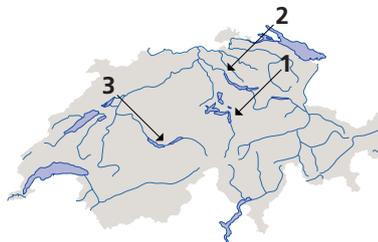
- Durchschnittliche Anzahl Logiernächte der Inder im Wallis 2005/2011
- Durchschnittliche Anzahl Logiernächte der Inder in der Schweiz 2005/2011

## Die attraktivsten Schweizer Tourismusregionen

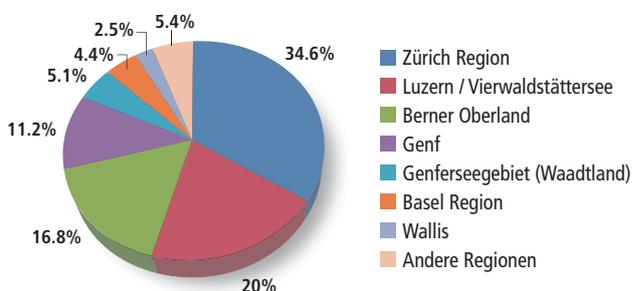
Die drei beliebtesten Tourismusregionen (gemessen an der Zahl der Logiernächte) sind:

1. Luzern/ Vierwaldstättersee,
2. Region Zürich,
3. Berner Oberland

Das Wallis liegt weit hinten (2,6% der Logiernächte im 2011).



## Von den Indern 2011 am häufigsten besuchte Regionen (in %)



Nach Schweiz Tourismus, STNet (2012)

## Die am häufigsten gewählten Orte

- Im Allgemeinen mögen die Inder die **grossen Schweizer Städte** (Zürich, Luzern, Genf, Basel).
- Bei den Reisezielen in den Bergen besuchen die Inder am meisten: **Engelberg, Interlaken, Ormont-Dessus** (für den Diablerets-Gletscher).

## Die 12 meistbesuchten Reiseziele der Inder in der Schweiz 2000-2011

Nach Entwicklung der Logiernächte in Zahlen und in %

Top-Reiseziele	2000	2011	Entwicklung 2000-2011 (in %)	Marktanteil im 2011 (in %)
Engelberg	28'043	70'356	150,9	15,3
Zürich	25'509	59'121	131,8	12,8
Interlaken	14'422	50'385	249,4	10,9
Luzern	14'739	44'517	202	9,7
Opfikon (Kloten)	4'630	34'411	643,2	7,5
Genf	20'357	25'660	26,1	5,6
Basel	2'764	12'606	356,1	2,7
Ormont-Dessus (Diblerets)	1'995	9'298	366,1	2,0
Rümlang (Kloten)	68	8'365	12201,5	1,8
Unterseen (Interlaken)	1'756	7'170	308,3	1,6
Kloten	3'562	6'966	95,6	1,5
Zermatt	1'690	6'655	293,8	1,5

Nach Schweiz Tourismus, STnet (2012)

# Die Bedeutung von Bollywood für indische Touristen

## Die indischen Touristen und Bollywood

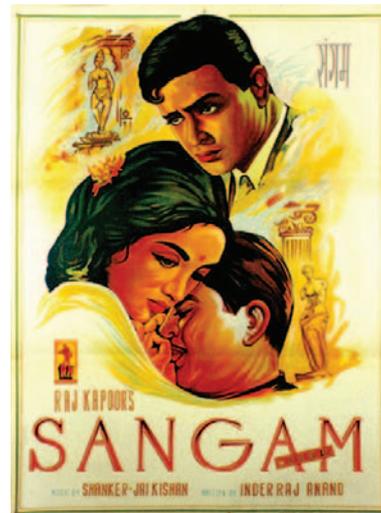
Hauptdrehorte von Bollywood in der Schweiz  
(die beliebtesten sind fett gedruckt)

<b>Interlaken und Umgebung (z. B. Giesbach-/Trümmelbachfälle)</b>
<b>Jungfraujoch</b>
<b>Luzern (Kapellbrücke)</b>
<b>Engelberg/Titlis</b>
Zürich (See, Kirche St. Peter)
Bern (Zytgloggenturm)
Rheinfall
Genf (Leuchtturm Paquis, Rade (Hafengebiet))
Thun (Schloss)
Lausanne/Ouchy
Montreux / Schloss Chillon
MOB Rougemont/Saanen/Gstaad
Glacier 3000 (Diablerets)
Greyerz (Schloss)
Locarno/Melide
Glacier Express

Abgesehen von Zermatt (dem Matterhorn sei Dank), das den Indern jedoch bereits weniger bekannt ist als Interlaken mit dem Jungfraujoch oder Engelberg mit dem Titlis, wird unser Kanton von den indischen Touristen verkannt. Nicht ganz unschuldig daran ist die Tatsache, dass abgesehen von «Glacier Express» aus dem Jahr 2011 praktisch kein Bollywoodfilm im Wallis gedreht wurde. Stephan Heuberger von Schweiz Tourismus erklärt, dass insbesondere beim Kundensegment der jungen «Mobilgeneration» (Smartphones, iPod) durchaus noch Potenzial vorhanden ist, da diese jungen Menschen nicht unbedingt mit Bollywoodfilmen aufgewachsen sind. Ausserdem hebt er hervor, dass viel Zeit und Ressourcen investiert werden müssen, um eine Region als Bollywood-Drehort bekannt zu machen. Die Verantwortlichen der Jungfrau- und der Titlisbahnen und der Stadt Luzern haben diese Investition getätigt (Schulung von Verantwortlichen, Organisation von Workshops usw.).

Die Filmcrews aus Bollywood drehen viele Filme in Schlössern, auf Gletschern, in Zügen und Bahnhöfen, in der Umgebung von Wasserfällen und am Ufer von Seen. Auch wenn das Wallis ein gewisses Potenzial besitzt, verfügen die meisten Drehorte ausserhalb des Wallis über fast 50-jährige Beziehungen zu den Filmproduzenten und können auf deren finanzielle Unterstützung zählen. Im Wallis fehlen die Strukturen und die Mittel, um Drehorte anzubieten. Trotzdem wurden gewisse Bollywood-Produzenten aber bereits ins Wallis eingeladen (laut Wallis Tourismus).

### Der erste, in der Schweiz gedrehte Film (1964)



[www.filmapia.com/published/movies/s/sangam](http://www.filmapia.com/published/movies/s/sangam)

# Die indischen Touristen

## Indisches Lebensgefühl

Die indische Kultur unterscheidet sich grundlegend von der westlichen Kultur.

### Welche Eigenschaften machen die Mentalität eines indischen Touristen aus?

- Die Familie ist ein zentrales Element der indischen Gesellschaft. Der westliche Individualismus wird häufig kritisiert.
- Inder lachen gern. Eine Portion Humor ist deshalb immer besonders willkommen.
- Die Inder sind stolz auf das grosse, zu Beginn der 1990er Jahre eingesetzte Wirtschaftswachstum.
- In der indischen Gesellschaftshierarchie wird älteren Menschen besonderer Respekt gezollt.
- Indische Touristen verlangen für ihren Konsum gute Leistungen, geben aber auch gerne Geld aus, insbesondere auf Shoppingtouren.
- Geschäfts- und Privatleben werden kaum getrennt (der Geschäftsmann nimmt seine Familie mit und kombiniert Geschäft und Vergnügen).
- Inder sprechen manchmal gerne laut.
- Die Gastfreundschaft ist in Indien besonders hoch entwickelt.

### Was ist für Inder im Gastland besonders wichtig?

- Um Informationen einzuholen, bevorzugen die Inder den persönlichen Kontakt vor Ort (Faltblätter und Prospekte sind lediglich ein kleiner Zusatz). Ausserdem tauschen sie gern Visitenkarten aus.
- Die meisten indischen Auslandstouristen sprechen Englisch fast genauso gut wie ihre Muttersprache; sie hoffen, sich in der Schweiz wie sonst auch überall auf der Welt auf Englisch verständigen zu können. Deshalb ist es von grundlegender Bedeutung, Informationen auf Englisch anbieten zu können.
- Der kulinarische Aspekt ist äusserst wichtig, und es muss ein Angebot an indischem Curry geben. Normalerweise sind die Inder der anderen Spezialitäten nach zwei Tagen überdrüssig. Sie essen gerne warmes Frühstück, ein kurzes und leichtes Mittagessen und ein Nachtessen mit vorgängigem, langen Apéro. Dieser Apéro mit reichhaltigen Snacks ist ein gesellschaftliches Phänomen und kann mehr als zwei Stunden dauern, während die eigentliche Mahlzeit manchmal schon nach 20 Minuten zu Ende ist. Nach dem Abendessen verlassen die Inder den Tisch sofort und gehen kurze Zeit später ins Bett. 40% der Inder sind strenge Vegetarier (keine Milchprodukte, kein Fisch und keine Eier für 3/4 dieser 40%).
- Shopping ist ein gesellschaftliches Ereignis. Aus diesem Grunde müssen die Ferienorte über ein breites Angebot an Geschäften verfügen. Die Inder wundern sich häufig über die strengen Ladenöffnungszeiten in der Schweiz (abends ab 18.30 Uhr, am Samstag ab 17.00 Uhr und in der Deutschschweiz sogar schon ab 16.00 Uhr sowie an Sonn- und Feiertagen geschlossen). In Mumbai sind viele Geschäfte rund um die Uhr geöffnet.
- Die Inder lieben die «Swissness»; sie lieben es, traditionelle Schweizer Souvenirs zu kaufen: Messer, Uhren, Käse und vor allem Schokolade.
- Die Inder interessieren sich für die lokale Kultur. Besichtigungsvorschläge sind immer willkommen. Sie lernen gern neue Orte kennen (das Wallis, das sie kaum kennen, kann also hier auftrumpfen).

## Die indischen Touristen

### Dos und Don'ts im Umgang mit indischen Touristen

#### Dos

- Inder lieben Small Talk. Sie interessieren sich für die Schweizer Kultur und haben es gern, wenn man sich auch für ihre eigene Kultur interessiert. Sie schätzen es, wenn ihr Gastgeber den ersten Schritt macht. Sie schätzen einen warmen Empfang.
- In Indien spielt die Hierarchie eine grosse Rolle. Die Besucher des indischen Subkontinents möchten deshalb vom Direktor des Betriebs empfangen werden.
- Anders als bei anderen Asiaten ist es für die Inder kein Problem, ihrem Gegenüber bei einem Gespräch direkt in die Augen zu schauen.
- Die Sauberkeit ist eine der Trümpfe der Schweiz. Die Inder erwarten deshalb, eine besonders saubere Unterkunft vorzufinden.
- Sie trinken viel Hahnenwasser. Es ist empfehlenswert, ihnen einen Krug Wasser ins Zimmer zu stellen.

#### Don'ts

- Andeutungen, die ihre religiösen oder persönlichen Gefühle verletzen könnten, sind zu vermeiden.
- Im Beisein von Indern sollte darauf verzichtet werden, sich die Hand zu geben, insbesondere unter Personen des anderen Geschlechts.
- Die Inder sind stolz auf ihre wirtschaftliche Entwicklung und ihren technologischen Fortschritt (Informatik). Deshalb soll das Image eines «unterentwickelten», armen, schmutzigen und stinkenden Indiens nicht herauf beschworen werden.
- Sie dürfen nicht das Gefühl erhalten, «zweitklassige Besucher» zu sein.
- In Indien hat Sport einen anderen Stellenwert als bei uns (lieber Yoga anstatt Schwitzen und Ausdauer). Inder sollten also nicht auf lange Wanderungen, vor allem nicht bergauf, geschickt werden. So ist beispielsweise der Fussmarsch zum Schloss Valeria für die Inder oft anstrengend.
- Ein «Nein» sollte nicht direkt kommuniziert werden. Viel eher sollte es umschrieben werden mit «Diese Sehenswürdigkeit kann in der jetzigen Jahreszeit leider nicht besichtigt werden, dafür gibt es aber einen anderen Schauplatz, der sogar noch besser ist».

## Indische Touristen im Wallis

Die Inder lieben die Schweiz, besuchen aber eher selten das Wallis.  
Woran liegt das?

### Zugang/Distanz

- Im Vergleich zum Berner Oberland (direkte Zugverbindung vom Flughafen Zürich nach Interlaken), der Zentralschweiz oder der Genferseeregion ist das Wallis relativ weit von den internationalen Flughäfen Genf und Zürich entfernt. Das spielt eine wesentliche Rolle, wenn man bedenkt, dass die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in der Schweiz lediglich zwei bis drei Tage beträgt, insbesondere für Touristen, die ihren Abstecher in die Schweiz mit einer Europareise verbinden.

### Image

- Keine Drehorte von Bollywoodfilmen im Wallis.
- Im Wallis gibt es kaum spezielle Naturschauspiele (z.B. Seen, grüne Landschaften, verschneite Berge), die vom Bus oder Zug in der Talebene aus bestaunt werden können (anders als an der Waadtländer Riviera, am Thuner- und Brienersee, am Vierwaldstättersee). Dies ist auch einer der Gründe, weshalb die Filmcrews aus Bollywood nicht vom Wallis angezogen werden.
- Die meisten Walliser Ferienorte setzen auf Sport (Wandern, Ski usw.) oder Wellness. Diese Beschäftigungen sind aber für die Inder nicht wichtig.

### Klima

- Die Inder kommen in die Schweiz, um ein anderes Klima zu haben als daheim. Sie möchten ein wenig Exotik. Das sonnige, trockene und warme (im Mai und Juni) Klima im Wallis erinnert sie zu stark an ihr eigenes Klima. Sie suchen eher belebende Luft, frische Temperaturen und viel Grünflächen wie im Berner Oberland und in der Zentralschweiz. Regen stellt für sie überhaupt kein Problem dar. Wenn die Berggipfel, die sie besichtigen wollen (Jungfraujoch, Titlis usw.) im Nebel liegen, fahren sie trotzdem hoch, um sagen zu können, dass sie dort gewesen sind.

# Indische Touristen im Wallis

## Tourismusangebote

- Obwohl ein grosses Marktpotenzial herrscht, fehlen die auf Inder ausgerichteten Angebote. Beispielsweise fehlen Unterkünfte speziell für Touristen aus dem indischen Subkontinent, wie zum Beispiel das Hotel Terrace in Engelberg (speziell auf indische Touristen angepasstes Hotel, mit einem indischen Spezialitätenrestaurant). Die indischen Touristen haben sehr spezifische Anforderungen an ihre Unterkunft, die unbedingt erfüllt werden müssen. Sie brauchen einen Wasserkocher, um morgens nach dem Aufstehen Tee oder Kaffee kochen zu können. Des Weiteren benötigen sie: einen Fernseher (damit sie ihre indischen DVD-Filme schauen können), eine WiFi-Verbindung, damit sie «günstig» chatten können, einen Mikrowellenofen und einen guten Temperaturregler (Heizung/Klimaanlage).
- Individualtouristen haben jedoch weniger spezifische Bedürfnisse als Gruppen.
- Indisches Essen ist für diese Touristen äusserst wichtig. Es fehlen aber auf ihre Bedürfnisse ausgerichtete Restaurants; ein gutes Beispiel ist das Restaurant Bollywood auf dem Jungfrauojoch.
- Abgesehen vom Matterhorn und seit neuestem vom Glacier Express kennen die Inder keine Attraktionen im Wallis. Andere Schauplätze, wie das UNESCO-Weltnaturerbe im Aletschgebiet und die Lawinenhunde, könnten zu einer grossen Attraktion werden (gemäss Wallis Tourismus).
- Die Tatsache, dass die Inder insbesondere im Mai und Juni in die Schweiz kommen, ist interessant, da so die während dieser Jahreszeit leeren Betten besetzt werden könnten. Die Tourismusangebote müssen aber angepasst werden (Ladenöffnungszeiten und Fahrzeiten der Bergbahnen). Im Mai und in der ersten Junihälfte ist dies im Wallis kaum der Fall.
- Es besteht eine grosse Konkurrenz mit anderen Regionen in der Schweiz, die bereits allgemein bekannt sind. Viele Informationen werden nämlich durch Mund-zu-Mund-Propaganda weitergegeben.

## Mentalität

- Inder sind sehr lebensfroh und sprechen deshalb lauter als Abendländer oder Japaner, insbesondere, wenn sie in Gruppen sind. Aus diesem Grunde wäre es hilfreich, speziell für Inder reservierte Räume zu haben, wenn sie in grossen Gruppen anreisen, wie dies im Berner Oberland und in der Zentralschweiz praktiziert wird.

## Schengenvisum

- Um ein Schengenvisum zu erhalten, müssen die Inder laut Stephan Heuberger (ST in Indien) in bestimmten Fällen mehrere administrative Hürden bewältigen. So müssen sie beispielsweise über ihre finanzielle Lage usw. Auskunft geben.

## Nützliche Adressen

### Vertretung von Schweiz Tourismus in Indien

#### Switzerland Tourism

Urmi Estate, 10<sup>th</sup> Floor  
95 Ganpatrao mar, Lower parel (West)  
400013 Mumbai, India

#### Kontakt:

Stephan Heuberger  
Telefon: +91 22 6128 2500  
stephan.heuberger@switzerland.com

#### Wallis Tourismus

Maison du Valais  
6, Rue du Pré-Fleuri  
CH-1950 Sion

#### Kontakt:

Madeleine Savioz / Bruno Huggler  
Telefon: +41 27 327 35 72  
madeleine.savioz@valais.ch  
bruno.huggler@valais.ch

### Reiseveranstalter

#### Raj Travels Mumbai Head Office

Chowpatty View Bldg.  
Ground Floor, Opp .Sukh Sagar  
S V P Road, Opera House  
Near Girgaon Chowpatty,  
Mumbai 400007, India  
Tel.: +91 22 2366 5000  
Fax: +91 22 2364 5001  
rajtravels@rajtravels.com  
<http://rajtravels.com/>

#### Swiss Tours Mumbai (Town Office)

Urmi Estate, 10<sup>th</sup> Floor,  
95, Ganpatrao Kadam Marg  
Lower Parel West,  
Mumbai 400 013, India  
Tel.: +91 22 6128 2400, 6743 9990  
Fax: +91 22 6743 9991  
contact@swisstouronline.com  
<http://www.swisstouronline.com/>

#### SOTC and Kuoni Travel Group, India

Urmi Estate,  
95 Ganpatrao Kadam Marg,  
Lower Parel (W),  
Mumbai 400013, India  
Tel.: +91 22 6656 2000  
Fax: +91 22 6656 2059  
<http://sotc.in/>  
<http://www.kuoniindia.com/division.asp>

#### Head - Corporate Communications

Bineeta Mehta  
bineetam@kuoniindia.com  
Navneet Bhamrah, Deputy Manager PR  
navneetb@kuoniindia.com

#### Thomas Cook Travel, India

**Corporate Office**  
Thomas Cook (India) Ltd.  
Thomas Cook Building  
Dr. DN Road, Fort  
Mumbai 400001, India  
Tel.: +91 22 6160 3333  
Fax: +91 22 2287 1069  
sales@thomascook.in  
<http://www.thomascook.in>

#### Medienkontakt

Ms. Suzanne Pereira  
Suzanne.Pereira@in.thomascook.com

#### Corporate Communications

**Thomas Cook (India) Ltd.**  
Thomas Cook Building  
Dr. D. Naoroji Road  
Mumbai 400001, India  
Tel.: +91 22 6160 3333 Extn: 1380  
Fax: +91 22 6609 1454 / 2287 1069

### Filmproduktionen in der Schweiz

<http://www.filmlocation.ch/contact.php>

#### Film Location Switzerland

c/c Cinésuisse  
Neuengasse 23 / Postfach 613  
CH-3000 Bern 7  
info@filmlocation.ch

# Synthese, strategie

## Synthese

### Ist es rentabel, in den indischen Markt zu investieren?

- Das Potenzial von 140 Millionen Indern der oberen Mittelschicht ist sicherlich sehr interessant. Der Verantwortliche von Schweiz Tourismus in Indien relativiert jedoch und spricht eher von 15 bis 30 Millionen Menschen.
- Indien liegt bei der Zunahme von Auslandsreisen weltweit an dritter Stelle.
- Mehr als 40% der indischen Touristen kommen in der Zwischensaison in die Schweiz (Mai und Juni).
- In Europa ist die Schweiz das absolute Traumziel der Inder. In Indien wird die Schweiz als «Paradies auf Erden» angepriesen.
- Mit CHF 300 pro Tag geben die Inder in der Schweiz deutlich mehr aus als die anderen Touristen im Durchschnitt (CHF 182). Sie kaufen viele Souvenirs und bevorzugen Erstklass-hotels.
- Gemeinsam mit Italien steht die Schweiz bei den Ankünften indischer Touristen im europaweiten Vergleich an zweiter Stelle hinter Grossbritannien.
- Bollywood dreht seit rund 50 Jahren zahlreiche indische Filme in der Schweiz und trägt so zur grossen Beliebtheit der Schweizer Landschaften in Indien bei.
- Im Gegensatz zu anderen Asiaten sprechen die Inder hervorragend Englisch.
- Dank der Website My Switzerland reservieren viel mehr Inder ihre Schweiz-Reisen übers Internet als ihre Reisen in andere Länder.
- Die indischen Touristen in der Schweiz interessieren sich insbesondere für die Natur (Berge, Gletscher, ewiger Schnee, Bergseen); und all das hat das Wallis zu bieten.
- Die Inder bleiben nicht lange in der Schweiz, durchschnittlich zwei bis drei Nächte.
- Um von den indischen Touristen im Mai und Juni profitieren zu können, müssen die touristischen Angebote angepasst werden (die Bergbahnen und Geschäfte sind in diesen Monaten geschlossen).
- Im Wallis wurde praktisch kein einziger Bollywoodfilm gedreht. Die Reiseveranstalter und Internetportale haben diese Region also kaum im Angebot, abgesehen von Zermatt, vom Matterhorn und seit kurzem vom Glacier Express. Dabei besitzt das Wallis ein grosses Potenzial (Schlösser, Burgen, Berge).
- Die Marketingmassnahmen müssen verstärkt werden, um das Wallis in Indien bekannter zu machen.
- Die sportlichen Aktivitäten und Wellness sind im Wallis gut ausgebaut, interessieren die Inder aber nicht. Es müssen Angebote geschaffen werden, die speziell auf indische Touristen angepasst sind (nicht zu grosses Gewicht auf die sportliche Seite).
- Die Inder suchen einen Umgebungswechsel. Das feuchte, frische Klima und die grüne Landschaft in der Zentralschweiz und im Berner Oberland gefallen ihnen besser als das trockene, warme Klima im Wallis. Das sonnige Klima im Wallis sollte somit bei der Werbung speziell für indische Touristen nicht hervorgehoben werden.
- Inder lieben Shopping; die Ladenöffnungszeiten sind jedoch verglichen mit anderen Ländern sehr rigide.
- Inder, die nach Europa reisen möchten, müssen zahlreiche administrative Hürden überwinden, um ein Schengenvisum zu erhalten; beispielsweise müssen sie über ihre finanzielle Lage Auskunft geben.
- Die Nahrung stellt das grösste Problem dar, da die Inder unbedingt die Möglichkeit haben müssen, die ihnen vertrauten Speisen zu essen. Im Wallis fehlen Restaurants und Hotels, die hauptsächlich auf indische Touristen ausgerichtet sind (ein gutes Beispiel ist das Restaurant Bollywood auf dem Jungfrauojoch).
- Es gibt keine Unterkünfte, die all ihren Bedürfnissen gerecht werden (insbesondere betreffend Wasserkocher, Mikrowellenofen und WIFI-Verbindung im Zimmer).
- Die Konkurrenz mit anderen, seit langem insbesondere als Drehort für Bollywoodfilme bekannten Regionen (Berner Oberland, Zentralschweiz und Zürich) ist gross.
- Für die Inder, die nicht sehr viel Zeit in der Schweiz verbringen, ist das Wallis relativ weit von den internationalen Flughäfen Zürich und Genf entfernt.

## Strategie

Das Wallis kann die Chance wahrnehmen, mehr Individualtouristen anzuziehen, die weniger spezifische Bedürfnisse haben als Touristen in organisierten Gruppenreisen (gemäss Bruno Huggler, Wallis Tourismus). Dieser Meinung ist auch Stephan Heuberger von Schweiz Tourismus. Er empfiehlt eine Zusammenarbeit mit Swiss Tours, das sich hauptsächlich an Individualtouristen richtet (vgl. Kapitel nützliche Adressen). Er sieht für die Walliser Ferienorte auch ein Potenzial bei einer Positionierung als «Reiseziel für Flitterwochen». Ausserdem nehmen die Inder gerne ihre gesamte Familie mit und möchten Schnee anfassen, was im Wallis sehr einfach zu bewerkstelligen ist.

Gemäss Bruno Huggler könnten Workshops für indische Reiseveranstalter in der Schweiz und das Empfangen indischer Journalisten im Wallis dazu beitragen, mehr Inder ins Wallis zu locken. Des Weiteren müssten den Tourismusfachleuten im Wallis spezielle Schulungen rund um den Empfang indischer Touristen angeboten werden. Wallis Tourismus arbeitet gemeinsam mit Schweiz Tourismus an einem Marketingprogramm zur Förderung des Wallis, das auch zu einem grossen Teil in Indien lokalisiert sein wird.

Schweiz Tourismus organisiert in der Schweiz jedes Jahr den «Schweizer Ferientag». Die nächste Veranstaltung findet am 28. Mai 2013 in Bern statt und ist insbesondere für das Networking äusserst wertvoll. Vom 31. Mai bis 2. Juni 2013 findet in Bern der «Switzerland Travel Mart» statt (detaillierte Informationen unter [www.stnet.ch](http://www.stnet.ch)). Diese Messe ist eine einmalige Gelegenheit, um Vertreter aus rund 40 Ländern zu treffen, so auch aus Indien. Dort werden auch Anschlussreisen organisiert, um den ausländischen Partnern die verschiedenen Tourismusregionen der Schweiz zu zeigen. Diese Gelegenheit könnte von den Walliser Tourismusfachleuten beim Schopf gepackt werden.

Betreffend MICE-Reisen hebt Stephan Heuberger hervor, dass ein lukratives Potenzial besteht, jedoch viel Zeit und viele Ressourcen investiert werden müssen. Er empfiehlt Schweiz Tourismus ausserdem, Partnerschaften mit indischen Reiseveranstaltern einzugehen, denn viele dieser Reisebüros haben nicht genügend finanzielle Mittel, um in die Schweiz zu reisen und sind deshalb von den Informationen durch die Verantwortlichen aus der Schweiz abhängig.

In der Region um Goa im Westen Indiens gibt es viele Katholiken, die sich für Pilgerreisen interessieren. Sie besuchen die Wallfahrtsorte Lourdes und Fatima und machen einen Abstecher in die Schweiz. Nun wäre es in diesem Fall ja relativ naheliegend, das katholische Wallis zu besichtigen (z. B. den Kreuzweg in Longeborgne).

Indische Touristen übernachten manchmal in Jugendherbergen. So kamen zum Beispiel die ersten Gäste der neu eröffneten Jugendherberge in Interlaken aus Indien. Sie konnten von der vorhandenen Infrastruktur profitieren und eigene Mahlzeiten zubereiten.

Stephan Heuberger nennt auch das Tool «AdWords» als Online-Marketinginstrument. AdWords wird von Google zur Verbreitung von Anzeigen angeboten. Nach Eröffnung eines Kontos können alle Länder ausgewählt werden, in denen die Anzeigen geschaltet werden sollen. Dieser Dienst ist jedoch kostenpflichtig.

Laut Aussagen indischer Touristen sind diejenigen Inder, die nach Europa reisen, deutlich vermöglicher als der indische Durchschnittsbürger. Sie suchen ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis und würden auch 10% mehr bezahlen, wenn sie dafür den erwarteten Komfort erhalten. Mindestens in einem oder zwei Walliser Ferienorten sollten, nach dem Vorbild von Engelberg (Zentralschweiz) und Interlaken (Berner Oberland), auf Inder ausgerichtete Unterkünfte stehen (mit beispielsweise Wasserkocher und Mikrowellenofen im Zimmer usw.). Ausserdem müssten dazu auch Restaurants mit indischer Küche vorhanden sein.

Laut dem Marketingteam von Schweiz Tourismus in Indien werden Sehenswürdigkeiten wie das Unesco-Weltnaturerbe Aletsch und die Bernhardinerhunde sehr wahrscheinlich bald Teil der Reiseroute der indischen Individualtouristen sein. Auch könnte mit weiteren, in Indien bislang unbekanntem Walliser Traditionen, zum Beispiel mit den Ringkuhkämpfen «combats de reines», bei denen die Tiere im Gegensatz zu den spanischen Stierkämpfen respektiert werden, geworben werden. Inder lieben Früchte und kennen das Angebot an frischem Sommerobst aus dem Wallis nicht (Aprikosen, Pfirsiche, Heidelbeeren, Erdbeeren, Himbeeren).

Die Filmcrews aus Bollywood ins Wallis zu ziehen, ist dagegen schwieriger. Zwar werden indische Filmproduzenten des Öfteren ins Wallis eingeladen. Aber andere Regionen der Schweiz verfügen über eine bessere Infrastruktur, und die traditionellen Drehorte sind bereits bekannt und beliebt.

Am Ende des Jahres 2012 hat Wallis Tourismus gemeinsam mit seinen Partnern die Markt- und Marketingstrategien erneut ausgewertet und dabei ein besonderes Augenmerk auf die Chancen und Möglichkeiten in den Schwellenmärkten im Wallis gelegt.

# Bibliographie nach Kapitel

## Allgemeines

European Travel Commission, Market Insights. India (March 2010), [www.etc-corporate.org](http://www.etc-corporate.org)

Hotellerie Suisse / Suisse Tourisme: Know-how. Inder zu Gast in der Schweiz (2012), [www.hotelleriesuisse.ch](http://www.hotelleriesuisse.ch)

Huser Ch., Suisse Tourisme, STnet, Research Report India. Market Analysis and Insights (May 2012), [www.stnet.ch](http://www.stnet.ch)

Swissinfo et agences de presse: Gäste aus Indien stimulieren Schweizer Tourismus (21. März 2007), [www.swissinfo.ch](http://www.swissinfo.ch)

## Schlüsseldaten

Censky A., India's economic growth slows sharply (May 2012), [www.money.cnn.com](http://www.money.cnn.com)

Central Intelligence Agency (CIA), The World Factbook. India (2012), [www.cia.gov](http://www.cia.gov)

Eidgenössisches Departement für auswärtige Angelegenheiten (EDA)/ Département fédéral des affaires étrangères (DFAE), Visa for people living in India/Bhutan (2010), [www.eda.admin.ch](http://www.eda.admin.ch)

European Travel Commission, Market Insights. India (March 2010), [www.etc-corporate.org](http://www.etc-corporate.org)

Hofer Ch., Staatssekretariat für Wirtschaft (seco), Bilaterale Wirtschaftsbeziehungen Asien/Ozeanien. Länderinformationen. Indien (Januar 2012), [www.seco.admin.ch](http://www.seco.admin.ch)

Huser, Ch., Suisse Tourisme, STnet, Research Report India. Market Analysis and Insights, May 2012, [www.stnet.ch](http://www.stnet.ch)

India International Travel Mart, Indian Outbound Travel, 2009. Salient Features and Potential, [www.iitmindia.com/india-outbound.html](http://www.iitmindia.com/india-outbound.html)

Index Mundi, Unemployment Rate. India (2012), [www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=in&v=74](http://www.indexmundi.com/g/g.aspx?c=in&v=74)

International Monetary Fund, World Economic Outlook Databases (April 2012), [www.imf.org](http://www.imf.org)

Visit Britain, Indian Market and Trade Profiles (April 2012), [www.visitbritain.org](http://www.visitbritain.org)

World Travel Monitor (Travel daily news), A pretty good year for outbound travel demand (2012), [www.traveldailynews.com](http://www.traveldailynews.com)

## Bevorzugte Reiseziele der Inder

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Marktinformation Indien, (November 2011), [www.germany.travel/de/](http://www.germany.travel/de/)

D'souza L., Switzerland partners with VFS Global to open 10 regional visa application centres across India (05.03.2012), [www.travelbizmonitor.com](http://www.travelbizmonitor.com)

European Travel Commission (ETC), Market Insights. India, (March 2007), [www.wissen.dsft-berlin.de](http://www.wissen.dsft-berlin.de)

European Travel Commission (ETC), Market Insights. India, (March 2010), [www.etc-corporate.org/market-intelligence/market-insights.html](http://www.etc-corporate.org/market-intelligence/market-insights.html)

Heuberger S., Suisse Tourisme en Inde, Interview par téléphone (3 août 2012)

Office fédéral de la statistique, Banque de données des nuitées hôtelières et établissements de cures par pays d'origine, (2102) <http://www.bfs.admin.ch/bfs/>

Switzerland Tourism (ST), Switzerland for movie stars (2012), [www.filmlocation.ch/uploads/indian\\_films.pdf](http://www.filmlocation.ch/uploads/indian_films.pdf)

Tourmis, (2012), [www.tourmis.info](http://www.tourmis.info)

## Bevorzugte Reiseziele der Inder

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V., Marktinformation Indien, (November 2011), [www.germany.travel/de/](http://www.germany.travel/de/)

European Travel Commission, Market Insights. India (March 2010), [www.etc-corporate.org](http://www.etc-corporate.org)

Heuberger S., Suisse Tourisme en Inde, Interview par téléphone (3 août 2012)

Huser, Ch., Suisse Tourisme, STnet, Research Report India. Market Analysis and Insights, (May 2012), [www.stnet.ch](http://www.stnet.ch)

India International Travel Mart, Indian Outbound Travel, Salient Features and Potential, (2009), [www.iitmindia.com/india-outbound.html](http://www.iitmindia.com/india-outbound.html)

Make my trip, plate-forme de réservation, [www.makemytrip.com](http://www.makemytrip.com)

Schweiz Tourismus, STnet, Aktuelles. Neuer Marktleiter für Indien ernannt (2011a)

Suisse Tourisme, STnet, Tourism Monitor Switzerland 2010 (2011b)

Suisse Tourisme, (2012), [www.myswitzerland.com](http://www.myswitzerland.com)

Swisstour online, (2012), [www.swisstouronline.com](http://www.swisstouronline.com)

Travel Companies of India, (2012), [www.bestindiansites.com/top-companies/top-travel/](http://www.bestindiansites.com/top-companies/top-travel/). On y fournit les sites des principaux tours opérateurs présents en Inde: <http://sotc.in/>; <http://www.thomascook.in/>; <http://www.kuoniindia.com/division.asp>; <http://rajtravels.com/>

Trip Advisor, (2102), [www.tripadvisor.in](http://www.tripadvisor.in)

Wallis Tourismus, E-Mail von Madeleine Savioz und Bruno Huggler, Situation des indischen Tourismus im Wallis, einschliesslich Drehorte von Bollywoodfilmen (22. Juni 2012)

Yatra, (2012), [www.yatra.com](http://www.yatra.com)

### Tourismuseckdaten

Suisse Tourisme, STnet, Dépenses journalières de touristes en Suisse, (2010)

Suisse Tourisme, STnet, Tourism Monitor Switzerland 2010 (2011b)

Swiss Tourism, STnet, Market analysis based on Swiss accommodation statistics: India (2012)

### Synthese, Strategie

Heuberger S., Schweiz Tourismus in Indien, telefonisches Interview (3. August 2012)

Switzerland Tourism (ST), Switzerland for movie stars (2012), [www.filmlocation.ch/uploads/indian\\_films.pdf](http://www.filmlocation.ch/uploads/indian_films.pdf)

Trip Advisor, (2012), [www.tripadvisor.in](http://www.tripadvisor.in)

### Die Bedeutung von Bollywood für indische Touristen

Filmapia, (2012) [www.filmapia.com/published/movies](http://www.filmapia.com/published/movies)

Heuberger S., Suisse Tourisme en Inde: Interview par téléphone (3 août 2012)

Molodezhnaja (informations sur films Bollywood tournés en Suisse) (2012), [www.molodezhnaja.ch/india-ch.htm](http://www.molodezhnaja.ch/india-ch.htm); [www.bollylocations.com/Switzerland.htm](http://www.bollylocations.com/Switzerland.htm)

Valais Tourisme, e-mail de Madeleine Savioz et Bruno Huggler, Situation du tourisme indien en Valais, y compris le tournage de films de Bollywood (22 juin 2012)

Diese Studie wurde verfasst von Sandra Bürcher, Marut Doctor, Katarzyna Klimek und Nathalie Stumm.

### Indische Touristen

Hôtellerie Suisse / Suisse Tourisme, Know-how. Inder zu Gast in der Schweiz (2012), [www.hotelleriesuisse.ch/de/pub/verband/publikationen.htm](http://www.hotelleriesuisse.ch/de/pub/verband/publikationen.htm)

Wikipedia, Vegetarianism by country, (2012) [http://en.wikipedia.org/wiki/Vegetarianism\\_by\\_country](http://en.wikipedia.org/wiki/Vegetarianism_by_country)

### Indische Touristen im Wallis

Heuberger S., Suisse Tourisme en Inde, Interview par téléphone (3 août 2012)

Hôtellerie Suisse / Suisse Tourisme: Know-how. Inder zu Gast in der Schweiz, (2012)

<http://www.hotelleriesuisse.ch/de/pub/verband/publikationen.htm>

Huser, Ch., Suisse Tourisme, STnet, Research Report India. Market Analysis and Insights, (May 2012) <http://www.stnet.ch/>

Suisse Tourisme, STnet, Tourism Monitor Switzerland 2010 (2011b)

Switzerland Tourism (ST), Switzerland for movie stars (2012), [www.filmlocation.ch/uploads/indian\\_films.pdf](http://www.filmlocation.ch/uploads/indian_films.pdf)

Valais Tourisme, e-mail de Madeleine Savioz et Bruno Huggler, Situation du tourisme indien en Valais, y compris le tournage de films de Bollywood (22 juin 2012)

## Impressum

### Herausgeber

Walliser Tourismus Observatorium

### Fotos

Marut Doctor (s. 5)

Keith Levit - [www.123rf.com](http://www.123rf.com) (titelbild)

### Institut für Tourismus

Technopôle 3

3960 Siders

T +41 27 606 90 01

F +41 27 606 73 56

