

# BELGISCHE GÄSTE

## QUALITÄTSBEWUSSTE LEBENSGENIESSER

12,5 % der befragten Leistungsträger sehen Belgien als einen Hauptquellmarkt, 16,7 % als Nebenmarkt. 27,3 % wünschen sich mehr Gäste aus Belgien.

Genussradeln oder -wandern: Verbinden Sie Kulinarik & Aktivthemen miteinander, z. B. mit einem Picknick im Weinberg oder weisen Sie auf Einkheer-möglichkeiten entlang der Strecke hin.

Trotz der vergleichsweise kleinen Größe ist Belgien schon jetzt einer der wichtigsten Incoming-Märkte. 2018 wurden deutschlandweit knapp 3,13 Millionen Übernachtungen belgischer Gäste registriert<sup>16</sup>, davon 419.890 in Baden-Württemberg.<sup>17</sup> Im baden-württembergischen Ranking der wichtigsten Auslandsquellmärkte belegt Belgien damit Platz 8. Auch die Prognose der DZT stimmt positiv: bis zum Jahr 2030 werden 4,5 Millionen Übernachtungen vorausgesagt und entgegen des europäischen Trends wächst die Bevölkerungszahl Belgiens auch in Zukunft.<sup>18</sup>

### BESONDERES BELGIEN

Trotz seiner kleinen Fläche gibt es in Belgien drei offizielle Landessprachen: Niederländisch, Französisch und Deutsch. Man unterscheidet zwischen den niederländisch-sprechenden Flamen (ca. 60 %) und den französisch-sprechenden Wallonen (ca. 40 %). Brüssel nimmt aufgrund der Zweisprachigkeit einen Sonderstatus ein. Deutsch wird von weniger als 1 Prozent der Bevölkerung gesprochen, hauptsächlich in der Grenzregion. Dementsprechend wird Belgien in zwei Teilmärkte gegliedert: Flandern und Wallonien. Im Hinblick auf das Auslandsmarketing zeichnen sich die Flamen durch eine deutlich höhere Deutschlandaffinität aus.

### AKTIV GENIESSEN

Belgier sind Lebensgenießer und das Leben in Belgien überrascht durch eine Art „südländische“ Prägung. Kulinarik hat einen hohen Stellenwert, auch im Urlaub. Gute Gastronomie, freundlicher Service und regionale Spezialitäten werden geschätzt. Für gute Qualität ist der belgische Gast gerne bereit, einen entsprechenden Preis zu zahlen. Luxuriöse Hotels, regionale Spezialitäten, erstklassige Restaurants und exzellenter Wein: Hier kann Baden-Württemberg punkten. Berücksichtigen Sie diese Punkte in Ihrer Produktentwicklung und kommunizieren Sie sie selbstbewusst. Außerdem beliebt sind Aktivthemen wie Radfahren und Wandern. In Belgien fährt man gerne Rad und selbst Busreiseveranstalter bringen oft für die gesamte Gruppe Fahrräder mit. Für die optimale Bildsprache gilt, ähnlich wie für die Niederlande: Auf Helm und Fahrradkleidung verzichtet der Belgier gerne.

„Wollte man belgische Gäste in eine Schublade stecken, hießen diese wohl „kulturaffine Genießer“. Doch nicht nur thematisch ist Belgien ein sehr distinkter Markt. Wichtig ist die Kontaktpflege zu den vielen Vereinen, die maßgeblich die Freizeitgestaltung prägen.“

Team Auslandsmarketing  
Europa, TMBW



<sup>16</sup> Statistisches Bundesamt (Destatis), 2019

<sup>17</sup> Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, 2019

<sup>18</sup> DZT, Marktinformation Belgien, 2018/2019

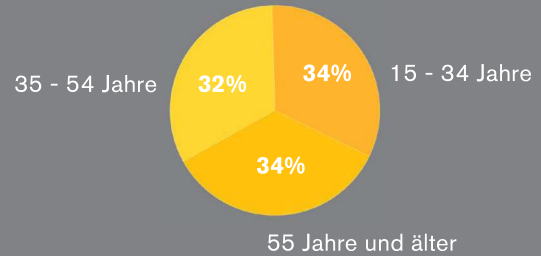
# AUF EINEN BLICK: DER BELGISCHE GAST

## DURCHSCHNITTliche REISEAUSGABEN<sup>1</sup>

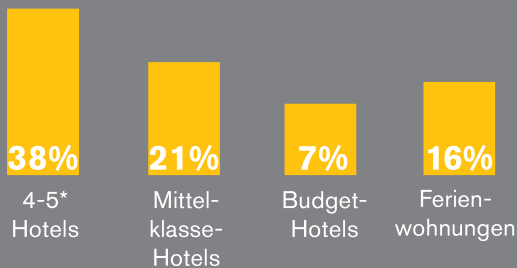


**91 EUR**  
pro Tag

## DURCHSCHNITTsalter<sup>2</sup>



## UNTERKUNFTSARTEN<sup>1</sup>



## TOP 5 ZIELGEBIETE IN BADEN-WÜRTTEMBERG<sup>3</sup>

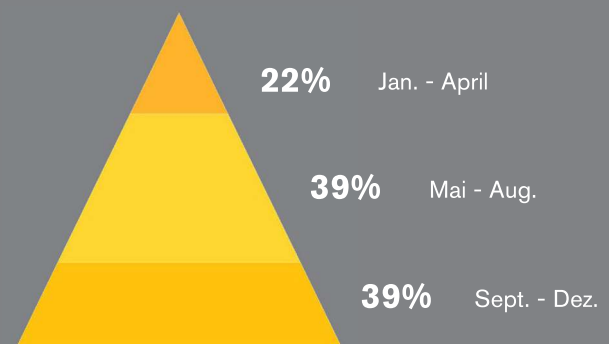


1. Schwarzwald
2. Region Stuttgart
3. Nördliches Baden-Württemberg
4. Schwäbische Alb
5. Bodensee

## BUCHUNGSARTEN<sup>4</sup>



## BELIEBTE REISEZEITEN<sup>2</sup>



## SOCIAL-MEDIA-NUTZUNG<sup>5</sup>



## QUELLMARKTSPEZIFISCHE FEIERTAGE

- 21. Juli: Nationalfeiertag
- 15. August: Mariä Himmelfahrt
- 11. November: Gedenktag zum Ende des ersten Weltkrieges

## GUT ZU WISSEN

Bonjour, welkom, willkommen oder welcome? Fragen Sie Ihren Gast beim Erstkontakt, welche Sprache bevorzugt wird. Besonders Flamen sprechen oft gut Deutsch.

Auch wenn niederländisch und flämisch sehr ähnlich klingt, Ihr belgischer Gast freut sich, wenn Sie ihn nicht mit Niederländern vergleichen.

Sollten Sie kein eigenes Restaurant in Ihrem Haus anbieten können, geben Sie Ihrem belgischen Gast Tipps, wo er gut essen gehen kann.

## TIPPS FÜR DIE ZUSAMMENARBEIT MIT DER BELGISCHEN REISEBRANCHE

Belgien ist ein klassischer Selbstfahrermarkt, allerdings wird noch vergleichsweise oft im Reisebüro gebucht und dementsprechend dienen die Kataloge der Veranstalter als Inspirations- und Buchungsquelle. Die Branche wurde 2018 von den beiden großen Veranstaltern TUI und Thomas Cook dominiert, die zusammen ca. 80 Prozent des Gesamtumsatzes ausmachen.<sup>19</sup> Deutschland und auch Baden-Württemberg sind Bestandteil vieler Reisever-

anstalterprogramme. Die TMBW fasst die Niederlande und Belgien in ihrer Marktbearbeitung zusammen und konzentriert sich insbesondere auf den flämischen Teil Belgiens, da dieser deutlich deutschland-affiner ist als die französischsprachige Wallonie. Auch wenn Flämisch und Niederländisch sprachlich leicht unterschiedlich sind, die allgemein gebräuchliche Schriftsprache ist Niederländisch.

## AUSGEPRÄGTES VEREINSLEBEN UND KULINARISCHE ARRANGEMENTS

Eine Besonderheit des belgischen Marktes ist das ausgeprägte Vereinsleben, das auch im Tourismus eine große Rolle spielt. Es gibt die unterschiedlichsten Vereine und Freizeitverbände, die oft Gruppenreisen für ihre Mitglieder anbieten. Der größte Freizeitverband, Pasar, organisiert Reisen über seinen eigenen Reiseveranstalter und nutzt sein Mitglieder-magazin, um Destinationen vorzustellen. Alleine in Flandern gibt es ca. 300 Wandervereine, die oft Wanderreisen nach Deutschland unternehmen.

Daneben sind kulinarische Arrangements sehr beliebt in Belgien. Bedenken Sie das auch bei Ihrer Angebotserstellung und inkludieren Sie entsprechende Bestandteile. Besonders im Trend liegen in Belgien die Themen Umwelt und Nachhaltigkeit. Urlaub und Erholung in intakter Natur ist dabei ein großes Thema. Nehmen Sie als Leistungsträger Themen wie regionale (Bio-) Produkte aus Baden-Württemberg, Traditionen und Handwerkskunst sowie zertifizierte Unterkünfte o. ä. in Ihre Vermarktung mit auf.

<sup>19</sup> DZT, Marktinformation Belgien, 2018/2019

## GUTE GRÜNDE FÜR BADEN-WÜRTTEMBERG

### Natur, Kultur & Genuss

Überall in Baden-Württemberg findet man entsprechende Angebote.

### Freizeitparks werden immer beliebter.

Auch der Europa-Park steht häufig auf der Agenda der belgischen Deutschlandurlauber.

### Neben den grenznahen Bundesländern

entdecken immer mehr Belgier auch weiter entfernte Bundesländer für sich.

## TOP 3 - URLAUBSAKTIVITÄTEN



Sightseeing/Kultur



Genuss (Essen und Trinken)



Erholung in schöner Landschaft