



Marktinformation Belgien

Incoming-Tourismus Deutschland



DZT-Belgien/Brüssel
Stand November 2011

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

Inhalt

1.	Landesprofil	3
1.1	Land und Leute	3
1.2	Politik	3
1.3	Wirtschaft	4
1.4	Besonderheiten	5
1.5	Reiseverhalten allgemein	6
2.	Auslandsreisen	6
2.1	Reisevolumen und -zweck	6
2.2	Auslandsreiseintensität	7
2.3	Herkunftsregionen/Quellmärkte	7
2.4	Auslandsreiseziele	7
2.5	Aufenthaltsdauer	9
2.6	Reiseausgaben	9
2.7	Prognose für das Auslandsreisevolumen	9
2.8	Besonderheiten des Marktes Belgien	10
3.	Deutschlandreisen	11
3.1	Reisevolumen und seine Entwicklung	11
3.2	Reisezweck	13
3.3	Herkunftsregionen/Quellmärkte	13
3.4	Zielgebiete	14
3.5	Urlaubsreisen nach Deutschland	15
3.6	Geschäftsreisen nach Deutschland	16
3.7	Reisebüro-/Veranstalterstruktur	17
3.8	Mentalität und Geschäftsgebahren	17
3.9	Besonderheiten	17
4.	Image, Marktbewertung und Potenzial	18
4.1	Image von Deutschland	18
4.2	Zufriedenheit	18
4.3	Prognose	19
5.	DZT-Auslandsvertretung	20
5.1	Sitz	20
5.2	Mitarbeiter	20
5.3	DZT-Zentrale	21
	Quellenverzeichnis (alphabetisch)	22

1. Landesprofil

1.1 Land und Leute

- 30.528 km² Landesfläche (Weltrang: 140)
- 11 Mio. Einwohner, 341 Einwohner/km² Quelle: CIA – The World Factbook 2011; ONU; FAO
- Föderalistische Staatsstruktur mit drei Amtssprachen: Niederländisch (60%), Französisch (40%) und Deutsch (> 1%)
- Größte Städte: Hauptstadt (Region) Brüssel (1.137.000 Einwohner) Quelle: registre national
Großraum Antwerpen (961.000 EW), Gent (243.144 EW), Charleroi (210.000 EW), Lüttich (200.000 EW)
- Der Großteil der belgischen Bevölkerung (97%) lebt in Städten.
- Religionen: Belgien besitzt keine Staatsreligion. Es gibt 75% Katholiken, 4% Muslime und 1% Protestanten. Der Anteil Konfessionsloser beträgt 20%.

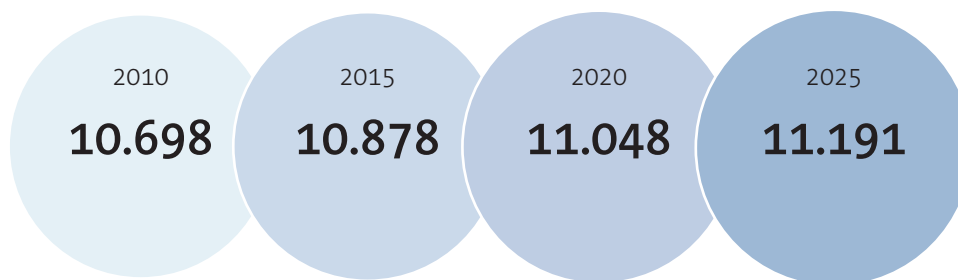
Altersstruktur:

	Belgien	Deutschland
0–14 Jahre	15,9%	13,3%
15–64 Jahre	66,1%	66,1%
65 Jahre und älter	18%	20,6%
Ø Alter	42,3	44,9

Bevölkerungsprognose:

Entgegen dem europäischen Trend wächst die Bevölkerung in Belgien auch in Zukunft.

Jahr, Bevölkerung in 1000



Quelle: UN Population Division 2010

1.2 Politik

- **Staatsform:** Seit der Unabhängigkeit 1831 konstitutionelle Monarchie mit einer föderalen parlamentarischen Demokratie
- **Staatsoberhaupt:** König Albert II. (seit 1993)
- **Regierungschef:** Elio Di Rupo (seit 2011)
- **Politische Aufteilung:** Regionen (Flandern, Wallonien und Hauptstadt Region Brüssel) und sogenannte Gemeinschaften (nach Sprachgruppierungen)

1.3 Wirtschaft

Quellen: CIA – The World Factbook, 2011; Germany Trade & Invest (gtai) – Wirtschaftsdaten kompakt, Mai 2011

	2010/2011
BIP	352,3 Mrd. €
BIP pro Kopf	32.321 €
Wachstumsrate BIP	1,9%*
Inflation	1,9%*
Arbeitslosenrate	8,8%*

* Schätzung für das Jahr 2011

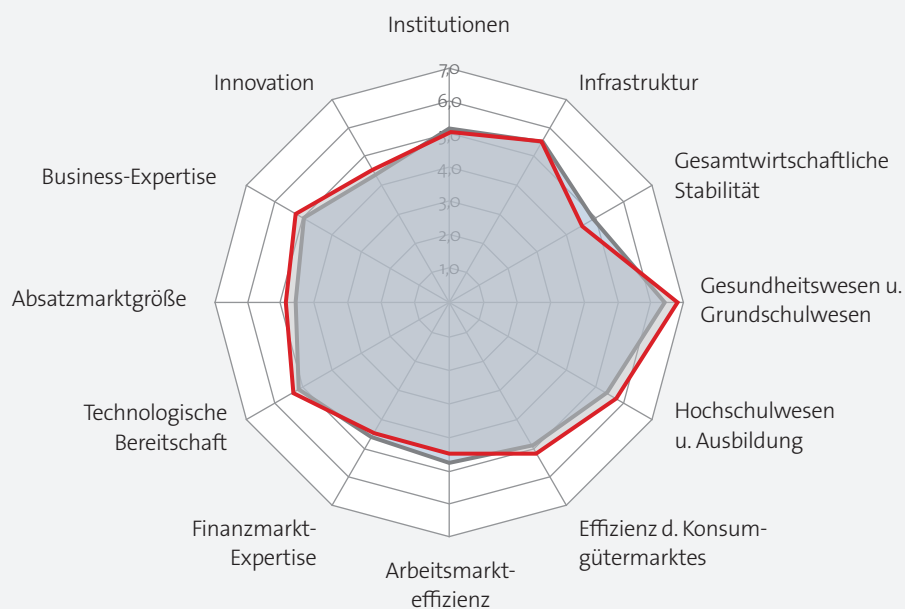
- Anteil der Wirtschaftssektoren am BIP: Dienstleistung 77,4%, Industrie 22%, Landwirtschaft 0,6%
- Moderne Industriekomplexe befinden sich hauptsächlich in Flandern. Antwerpen ist Weltmarktführer im Diamantenhandel. Mit einigen Übernahmen steigerte sich der Braukonzern Inbev zum weltweit größten Bierbrauer.
- Wichtigste Import- und Exporthandelspartner Belgiens sind Deutschland, die Niederlande, Frankreich, Großbritannien, die USA und Italien.
- Währung: Euro

The Global Competitiveness Index (GCI)

Quelle: World Economic Forum, The Global Competitiveness Report 2010–2011

Der GCI vergleicht die Wettbewerbsfähigkeit von 139 Ländern anhand von 12 wirtschaftlichen Merkmalen (s. Diagramm). Aufgrund der Werte werden die Länder in folgende 5 Gruppen unterteilt:

- 1 Factor-driven
- 1–2 Transition
- 2 Efficiency-driven
- 2–3 Transition
- 3 **Innovation-driven**



Belgien belegt den 19. Platz innerhalb des GCI und gehört damit zur Gruppe der am höchsten entwickelten Länder der Kategorie „Innovation-driven“, wie auch z. B. die USA, Deutschland, Frankreich, Italien, Japan und Spanien. Ergebnisse Belgiens im Vergleich zum Durchschnittswert der Gruppe „Innovation-driven“:

- Durchschnittlich großer Absatzmarkt (Rang 27)
- Durchschnittliche Werte bei den Punkten Institutionen, Infrastruktur und Technologische Bereitschaft
- Überdurchschnittliche Werte in den Bereichen Gesundheitswesen/Grundschulwesen (1) und Hochschulwesen/Ausbildung (7)

Einkommen, Verteilung, Entwicklung, Ausgaben

Quellen: OECD 2005, Factbook 2010, UNDP Human Development Report 2009

Verfügbares Einkommen: Das Bruttojahreseinkommen pro Kopf in Belgien liegt mit umgerechnet 35.523 US-Dollar leicht über dem OECD-Durchschnittswert, das Nettojahreseinkommen der Belgier beträgt umgerechnet 29.676 US-Dollar.

Einkommensverteilung: Als Indikator für die ungleiche Verteilung von Einkommen dient der Gini-Koeffizient. Belgien belegt mit einem Gini-Koeffizienten von 0,27 den 9. Rang. Im OECD-Durchschnitt liegt dieser Wert bei 0,31, damit ist die Einkommensverteilung in Belgien ausgeglichener als der Durchschnitt.

HDI (Human Development Index): Der HDI gibt den Entwicklungsstand unter Berücksichtigung des BSP, der Lebenserwartung und der Bildungsmöglichkeiten für die Bürger eines Landes an. Belgien gehört zu den Ländern der Kategorie „Very High Human Development“ und liegt mit einem HDI-Wert von 0,953 weltweit an 17. Stelle.

Die durchschnittlichen Jahresausgaben der Belgier für Erholung und Kultur liegen pro Kopf bei umgerechnet 1.698 US-Dollar, für Restaurants und Hotels werden von ihnen umgerechnet 765 US-Dollar ausgegeben. Zum Vergleich liegt der OECD-Durchschnitt bei 1.795 und 1.373 US-Dollar. Demnach weist Belgien in beiden Bereichen unterdurchschnittliche Werte auf.

1.4 Besonderheiten

Belgien zählt drei offizielle Landessprachen: Niederländisch, Französisch und Deutsch. Die Belgier gelten als Lebensgenießer, die – auch im Urlaub – großen Wert auf gutes Essen und Trinken legen. Das Vereinsleben ist sehr ausgeprägt und ein wichtiger Faktor für den Tourismus.

Brüssel ist Sitz der wichtigsten Entscheidungsgremien der EU. Außerdem ist Brüssel Sitz der NATO, von 120 internationalen, staatlichen Organisationen und von rund 1.400 nichtstaatlichen Organisationen. Die belgische Hauptstadt zählt 159 Botschaften mit 5.000 Diplomaten. Zudem sind in Brüssel 1.750 internationale Verbände ansässig.

Medienzugang

Quellen: Eurostat 2010, OECD Factbook 2010

64% der belgischen Haushalte haben einen Internetzugang, 70% besitzen einen PC. und auf 100 Einwohner kommen 160 Telefone. Gemessen am europäischen Durchschnitt liegt Belgien damit in der oberen Hälfte.

Internetnutzung im Verhältnis zur Bevölkerung

Quelle: Internet World Stats, www.internetworldstats.com, Stand 2011

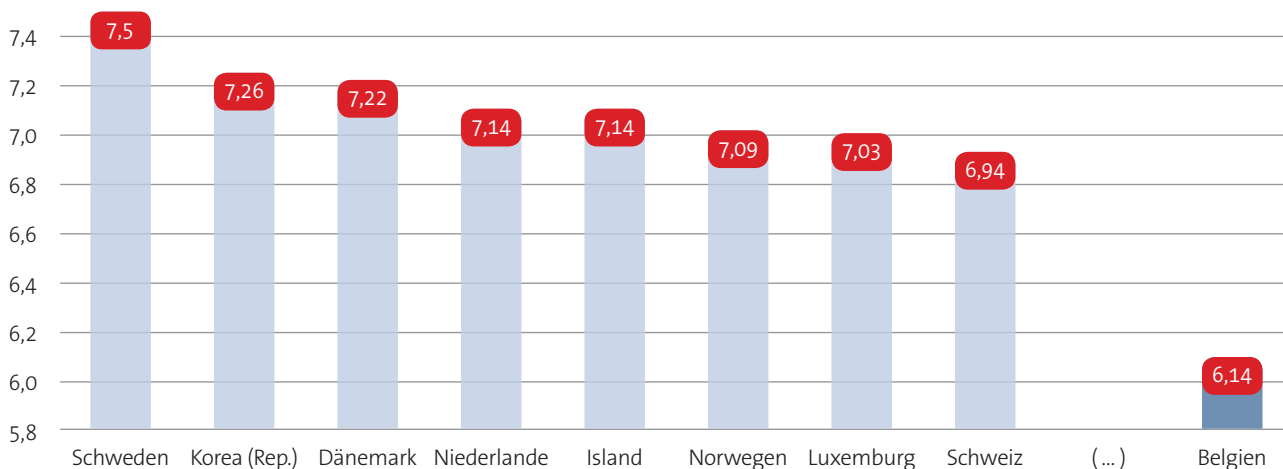
Internetnutzung



Im ICT Development Index (IDI) einem Instrument für das weltweite Benchmarking der Kommunikationsinfrastruktur einzelner Länder, liegt Belgien auf dem 24. Rang, innerhalb Europas nimmt es den 15. Platz ein.

ICT Development Index (IDI)

Quelle: International Telecommunication Union, The ICT Development Index 2009



1.5 Reiseverhalten allgemein

Quelle: EU-Kommission, Flash Eurobarometer, 2011

Für das Jahr 2011 plante ein eher geringer Anteil der Belgier (24,2%), seinen Haupturlaub im eigenen Land (Domestic) zu verbringen. Im Vergleich zum Vorjahr (22,7%) ist der Domestic-Anteil nur leicht gestiegen. Belgien gehört zu den Ländern, in denen die Urlaubsreisen ins Ausland deutlich überwiegen, ähnlich ist es im Vereinigten Königreich und in den übrigen Beneluxländern.

2. Auslandsreisen

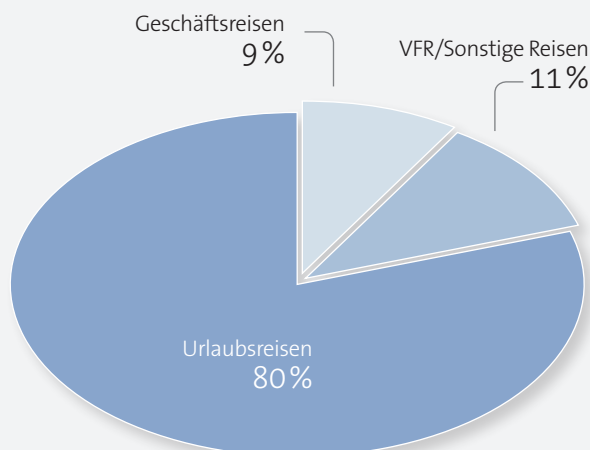
2.1 Reisevolumen und -zweck

Im Jahr 2010 unternahmen die Belgier insgesamt rund 14,4 Mio. Auslandsreisen mit mindestens einer Übernachtung. Davon entfielen 80% auf Urlaubsreisen, 9% bzw. 1,3 Mio. auf Geschäftsreisen und 11% bzw. 1,7 Mio. auf VFR- und sonstige Reisen. Kurzreisen von 1 bis 3 Nächten hatten einen Anteil von 39% (5,6 Mio.) an den gesamten Auslandsreisen der Belgier. Auf längere Reisen von 4 Nächten und mehr entfielen 61% bzw. 10,2 Mio. ihrer Auslandsreisen. Hier lag der Schwerpunkt mit 28% in der Gruppe 4 bis 7 Nächte.

Im Vergleich zum Reisejahr 2009 unternahmen die Belgier 2010 0,3 Mio. Auslandsreisen weniger. Diese Abnahme betraf ausschließlich die Geschäfts- sowie VFR- und sonstige Reisen ins Ausland. Die Anzahl der Urlaubsreisen ins Ausland stieg um 0,2 Mio. Von den 11,5 Mio. Urlaubsreisen der Belgier ins Ausland entfielen 31% auf Kurzurlaube (1 bis 3 Nächte) und 69% auf längere Urlaubsreisen (4 Nächte und mehr).

Reisezweck aller Auslandsreisen der Belgier 2010, Anteil in %

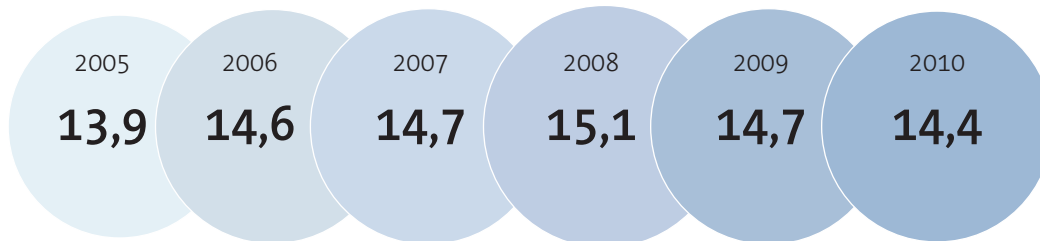
Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International, nur eine Antwort möglich



Die Entwicklung der Zahl der Auslandsreisen der Belgier

Quelle: World Travel Monitor 2005–2010

Anzahl der Auslandsreisen der Belgier (in Mio.)



2.2 Auslandsreiseintensität

Im Reisejahr 2010 haben die Belgier 14,4 Mio. Auslandsreisen mit mindestens einer Übernachtung unternommen. Im Durchschnitt unternahmen die Belgier pro Monat 1,2 Mio. Auslandsreisen. Dies entspricht einer sehr hohen Auslandsreiseintensität von 164% bei der Wohnbevölkerung ab 15 Jahren.

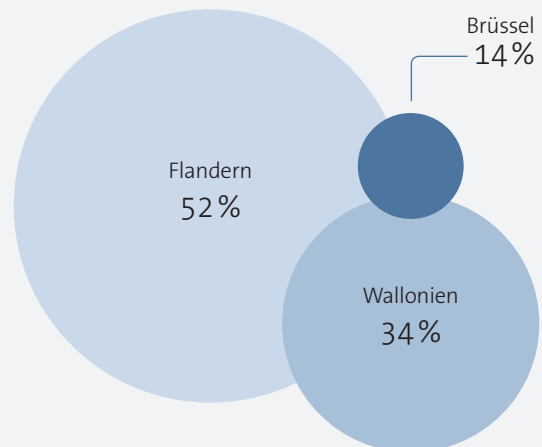
2.3 Herkunftsregionen/Quellmärkte

Der wichtigste Quellmarkt für die Auslandsreisen der Belgier 2010 war mit 52% die Region Flandern.

34% der Auslandsreisen entfielen auf die Quellmarktregion Wallonien, der Raum Brüssel stellte 14% der Auslandsreisen.

Wichtigste Quellmärkte für Auslandsreisen der Belgier 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International



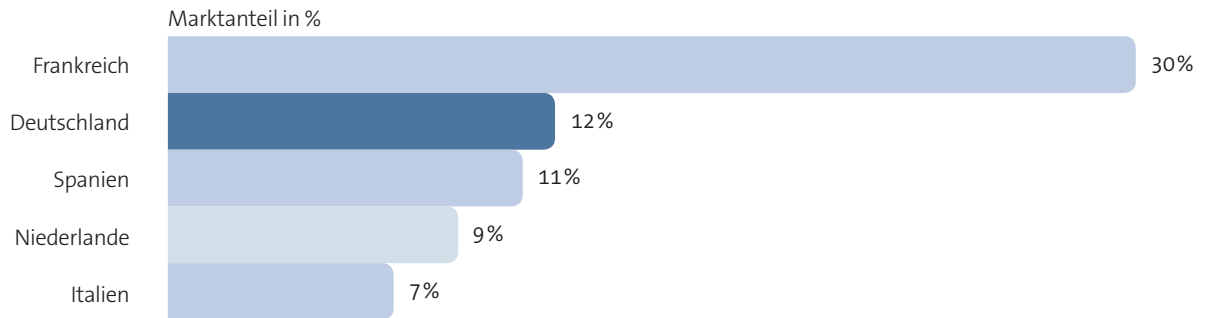
2.4 Auslandsreiseziele

Deutschland lag im Jahr 2010 auf Platz 2 in der Rangfolge der Auslandsreiseziele der Belgier. 1,8 Mio. Reisen führten für mindestens eine Nacht oder länger nach Deutschland. Dies entspricht einem Marktanteil von 12%.

Rang 1 der belgischen Auslandsreiseziele belegte Frankreich mit 4,3 Mio. Reisen, was einem Marktanteil von 30% entspricht. Auf Rang 3 folgte Spanien mit 1,6 Mio. Reisen und einem Marktanteil von 11%, auf Rang 4 die Niederlande mit 1,3 Mio. Reisen und einem Marktanteil von 9%. Platz 5 belegte Italien mit 1,1 Mio. Reisen und 7% Marktanteil.

Die Hauptreiseziele der Belgier bei ihren Auslandsreisen 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International. Mehrere Antworten möglich, d.h., eine Reise kann in mehrere Länder geführt haben.

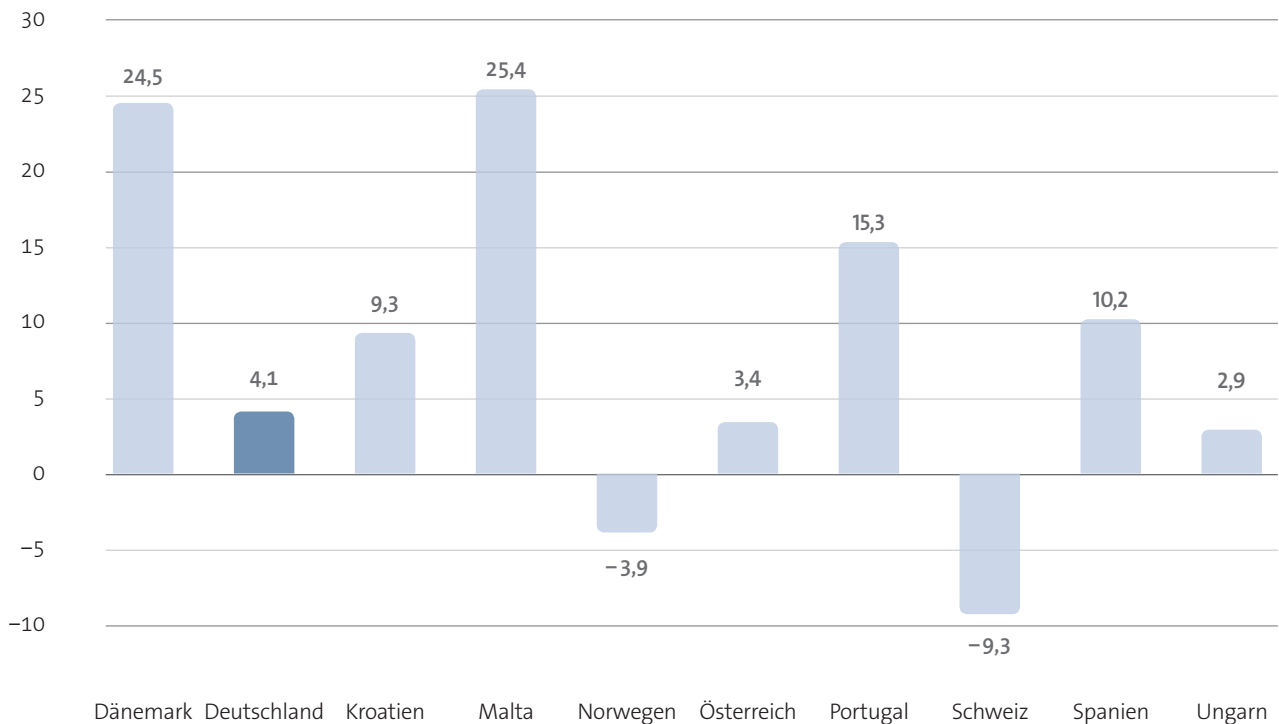


Bei den Urlaubsreisen der Belgier ins Ausland war die Reihenfolge ähnlich. Frankreich belegte Platz 1 mit einem Marktanteil von 28 %, Spanien folgte auf Platz 2 mit 13 %, Deutschland lag mit 12 % auf Platz 3 vor den Niederlanden mit 9 % (Platz 4) und Italien mit 7 % (Platz 5).

Entwicklung der Übernachtungen aus Belgien 2011* in ETC-Ländern, in % im Vergleich zum Vorjahr

Quelle: European Travel Commission (ETC) TourMIS 2011, *Zeitraum Jan.–Juni bis Jan.–Sept.

Für das Jahr 2010 zeichnet sich für Deutschland im Vergleich zu anderen europäischen Destinationen eine erfreuliche Entwicklung bei den Übernachtungen aus Belgien ab.



2.5 Aufenthaltsdauer

Im Jahr 2010 verbrachten die Belgier auf ihren Auslandsreisen durchschnittlich 7,3 Nächte. Differenziert man die Aufenthaltsdauer der belgischen Auslandsreisen nach Reisearten, so ergibt sich folgende Aufteilung: Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Belgier bei ihren Urlaubsreisen im Ausland lag bei insgesamt 8 Nächten. Verwandten- und Bekanntenbesuche im Ausland dauerten durchschnittlich 4,4 Nächte und Geschäftsreisen mit Übernachtung im Ausland 3,5 Nächte.

2.6 Reiseausgaben

Belgische Reisende gaben für ihre Auslandsreisen insgesamt rund 10,5 Mrd. Euro aus. Das entspricht einer Reiseausgabe von 743 Euro pro Auslandsreise bzw. von 100 Euro pro Nacht im Ausland. Diese Angaben enthalten sowohl die Kosten der Hin- und Rückreise als auch alle weiteren Ausgaben, die vor Reiseantritt zu Hause oder am Zielort getätigt wurden.

2.7 Prognose für das Auslandsreisevolumen

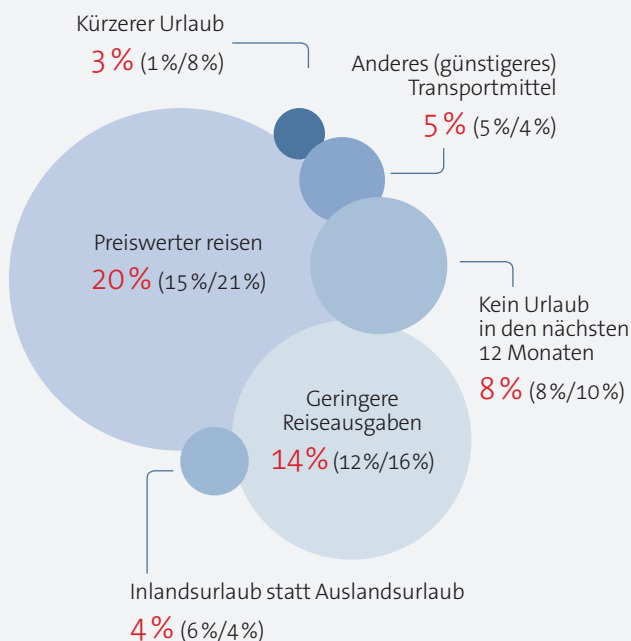
Im September 2011 führte die IPK International zum dritten Mal im Auftrag der DZT eine touristische Marktforschungsstudie in 18 europäischen Märkten durch.

In der Studie „Impact of the Financial and Economic Crisis on European Travel Behavior“ wurde der Einfluss der Finanz- und Wirtschaftskrise auf die einzelnen Märkte untersucht; er äußert sich in Belgien folgendermaßen:

- Die Mehrheit von 59% der befragten belgischen Auslandsreisenden gab an, dass die Finanz- und Wirtschaftskrise keinen Einfluss auf ihr Reiseverhalten habe.
- Bei 41% nimmt die Krise Einfluss auf ihr Reiseverhalten.
- 8% der Belgier mit Auslandsreiseerfahrung wollten aufgrund der wirtschaftlichen Lage auf eine Urlaubsreise in den nächsten 12 Monaten verzichten.
- Weitere 33% wollten ihr Reise- und Urlaubsverhalten ändern, am häufigsten durch preiswerteres Reisen oder durch geringere Ausgaben an der Reisedestination (z. B. beim Essen und Einkaufen).
- Jedoch wollten nur 4% der Befragten aufgrund der Finanz- und Wirtschaftskrise nun im In- statt im Ausland Urlaub machen oder andere bzw. günstigere Transportmittel nutzen (5%).

Reaktionen auf die Finanz- und Wirtschaftskrise (Belgier mit Auslandsreiseerfahrung)

Quelle: Repräsentative Bevölkerungsumfrage 2009–2011, DZT/IPK International, Mehrfachnennungen; Werte in Klammern 2010/2009

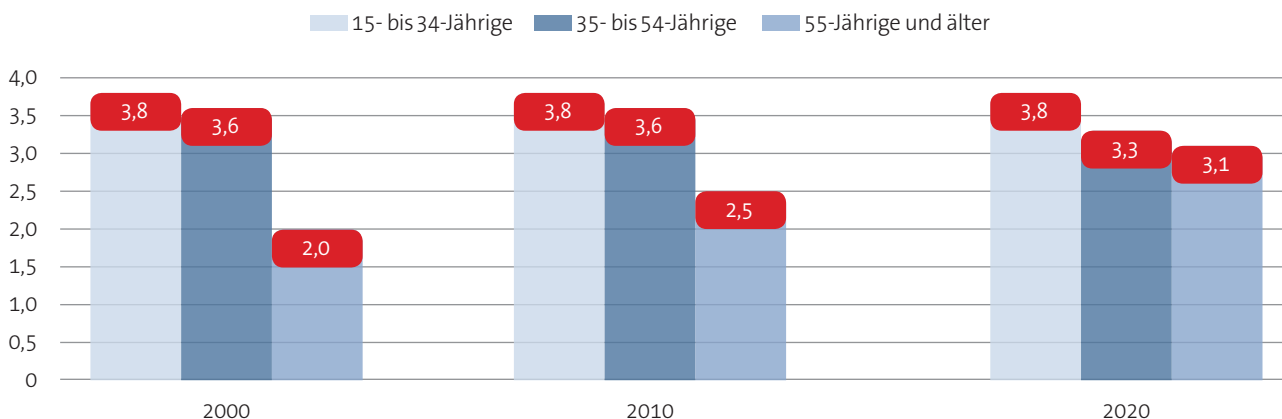


Prognose aufgrund des Bevölkerungswachstums:

Marktuntersuchungen in Belgien (Forecast Study Belgium) aus dem Jahr 2003 prognostizieren Folgendes: Bis 2020 werden die über 55-jährigen Belgier etwa 55% mehr Auslandsreisen unternehmen, während die Reisen der Jüngeren stabil bleiben. Abnahmen werden bei den Reisen der 35- bis 54-Jährigen zu verzeichnen sein.

Auslandsreisevolumen in Mio.

Quelle: IPK, Forecast Study Belgium, 2003



Die Belgier werden bis 2020 ihre Auslandsreisen vermehrt bei den Leistungsträgern direkt buchen (Marktanteil steigt um 4% auf 23%). Die Zahl der Pauschalreisen wird um 5,1 Mio. ansteigen. Der Marktanteil der über die Reiseindustrie gebuchten Reisen wird bei 58% liegen, während Reisen ohne vorherige Buchung 6% ihres Marktanteiles verlieren. 73% aller Auslandsreisen werden im Sommer gebucht. Die Belgier verreisen am liebsten zwischen Mai und August (2020: 60%), das höchste Volumenwachstum versprechen die Monate Januar bis April (+0,2 Mio.). Für die Auslandsreisen mit einer Dauer von 23 Nächten und länger wird ein Volumenwachstum von +24% prognostiziert. Reisen von 4 bis 7 Nächten stehen mit 34% Marktanteil an der Spitze, dieses Segment kann bis 2020 um 20% zulegen. Durchschnittlich werden die Belgier für die Gesamtdauer einer Auslandsreise 800 Euro und pro Nacht 80 Euro investieren.

2.8 Besonderheiten des Marktes Belgien

Belgier sind Lebensgenießer. Der Gast sucht vor allem Sightseeing, Kultur, Erholung in einer schönen Landschaft, Aktivitäten in der Natur (insbesondere Wandern und Radfahren) sowie Shopping und Unterhaltung. Eine gepflegte Gastronomie mit regionalen Spezialitäten sowie freundliche Gastgeber sind von ausschlaggebender Bedeutung bei der Zusammenstellung des Angebots.

Der Belgier ist bereit, für gute Qualität auch den entsprechenden Preis zu bezahlen. Zur Qualität eines Angebots zählen auch der gebotene Service, die Gastlichkeit und das Gefühl, willkommen zu sein.

Im Trend liegen insbesondere die Themen Wandern, Radfahren und Gastronomie. Für Kurzreisen mit dem Auto suchen die Belgier unverändert vor allem Nahziele, hiervon profitieren die benachbarten deutschen Bundesländer. Hauptreisezeiten sind die Schulferien – vor allem die Monate Juli und August – sowie die langen Wochenenden.

Hauptzielgruppen sind Familien und die Generation 50+. Aufgrund der vorhersehbaren demografischen Entwicklung wird die Zielgruppe 50+ an Bedeutung gewinnen, was zu einer wachsenden Bedeutung des Themas Wellness führen wird.

3. Deutschlandreisen

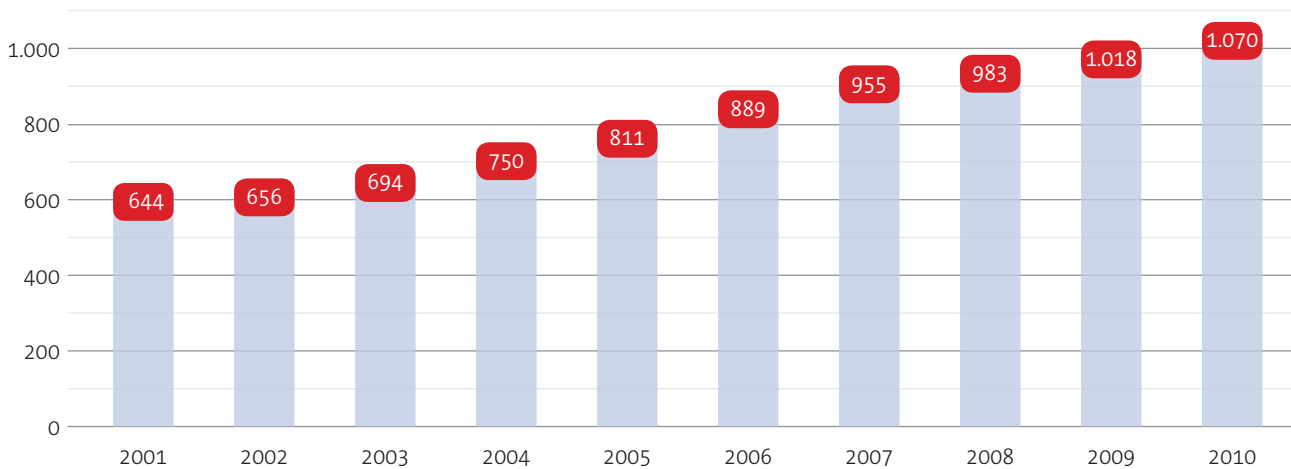
3.1 Reisevolumen und seine Entwicklung

3.1.1 Entwicklung Ankunftsanzahlen

Im Jahr 2010 waren in Beherbergungsstätten (ohne Camping) 1.070.761 und auf Campingplätzen 61.126 Ankünfte aus Belgien zu verzeichnen. Insgesamt (inkl. Camping) belaufen sich die Ankünfte auf 1.131.887 in Beherbergungsstätten mit mehr als 9 Betten und auf Campingplätzen.

Entwicklung der Ankünfte der Belgier in Deutschland 2001–2010, in Tsd.

Quelle: Statistisches Bundesamt, 2002–2011, ohne Camping

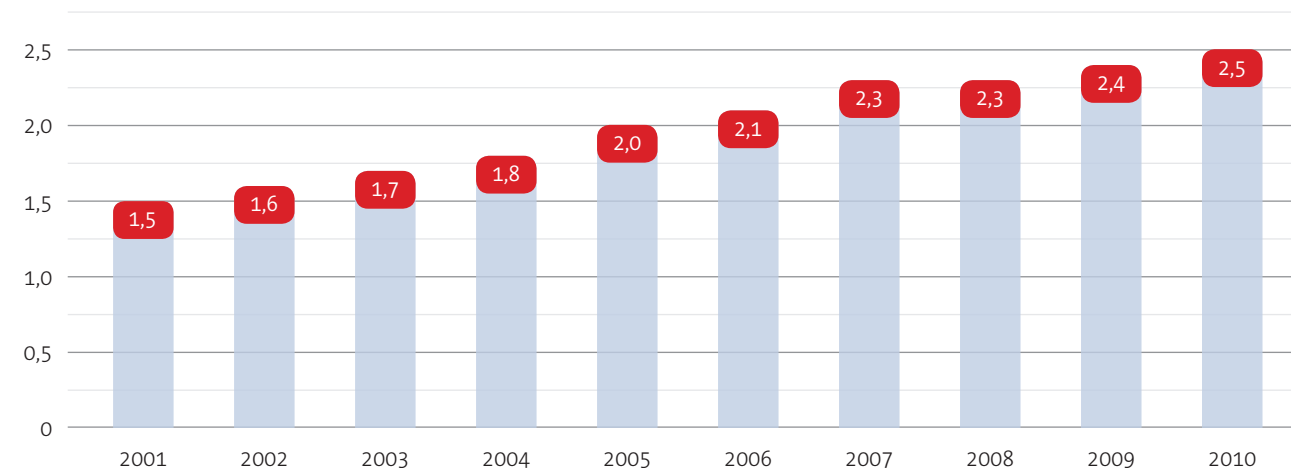


3.1.2 Entwicklung Übernachtungszahlen

Im Jahr 2010 wurden in Beherbergungsstätten (ohne Camping) 2.466.840 und auf Campingplätzen 172.585 Übernachtungen aus Belgien registriert. Insgesamt übernachteten die Belgier rund 2,6 Millionen Mal in Deutschland (inkl. Camping). Damit ist Belgien nach den Niederlanden, den USA, der Schweiz, Großbritannien, Italien, Österreich und Frankreich der achtwichtigste ausländische Quellmarkt für Deutschland.

Entwicklung der Übernachtungszahlen der Belgier in Deutschland 2001–2010, in Mio.

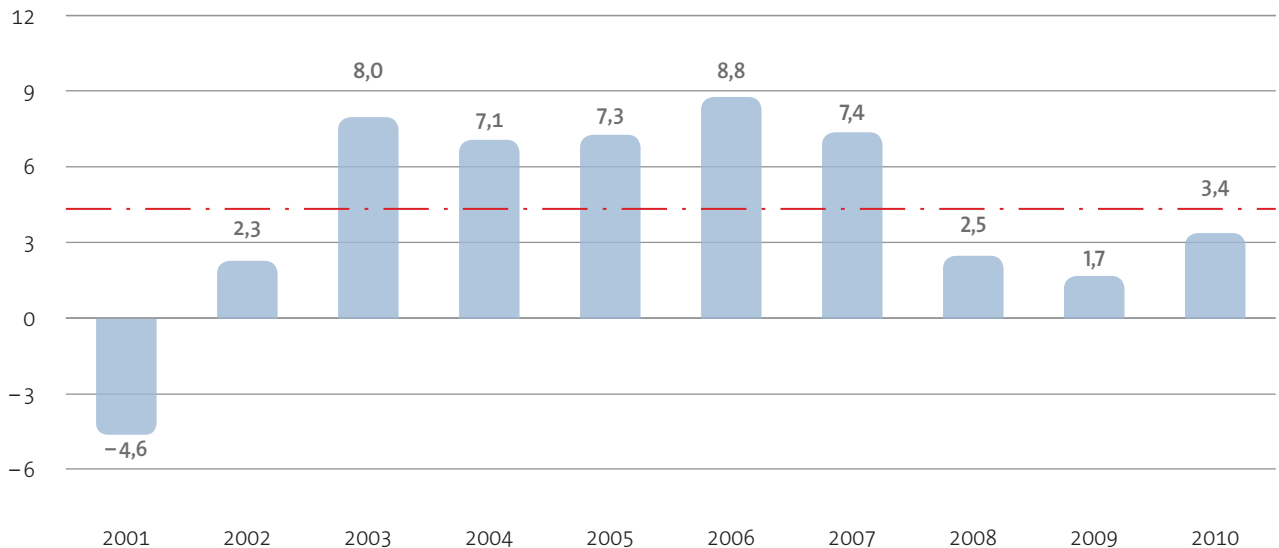
Quelle: Statistisches Bundesamt 2002–2011, ohne Camping



Nach einem Minus von 4,6% im Jahr 2001 erholte sich die Zahl der Übernachtungen im Jahr 2002 wieder und verzeichnete ein Plus von 2,3%. In den folgenden Jahre konnten weitere Steigerungen registriert werden. Von 2001 auf 2010 betrug das Wachstum bei den Übernachtungszahlen insgesamt 60%, durchschnittlich lag es in diesem Zeitraum bei 4,4%. Im Jahr 2010 konnte das Übernachtungsvolumen (inkl. Camping) um weitere 3,4% gesteigert werden.

Wachstum der Übernachtungszahlen von Belgien in Deutschland 2001–2010, in %

Quelle: Statistisches Bundesamt 2002–2011, ohne Camping

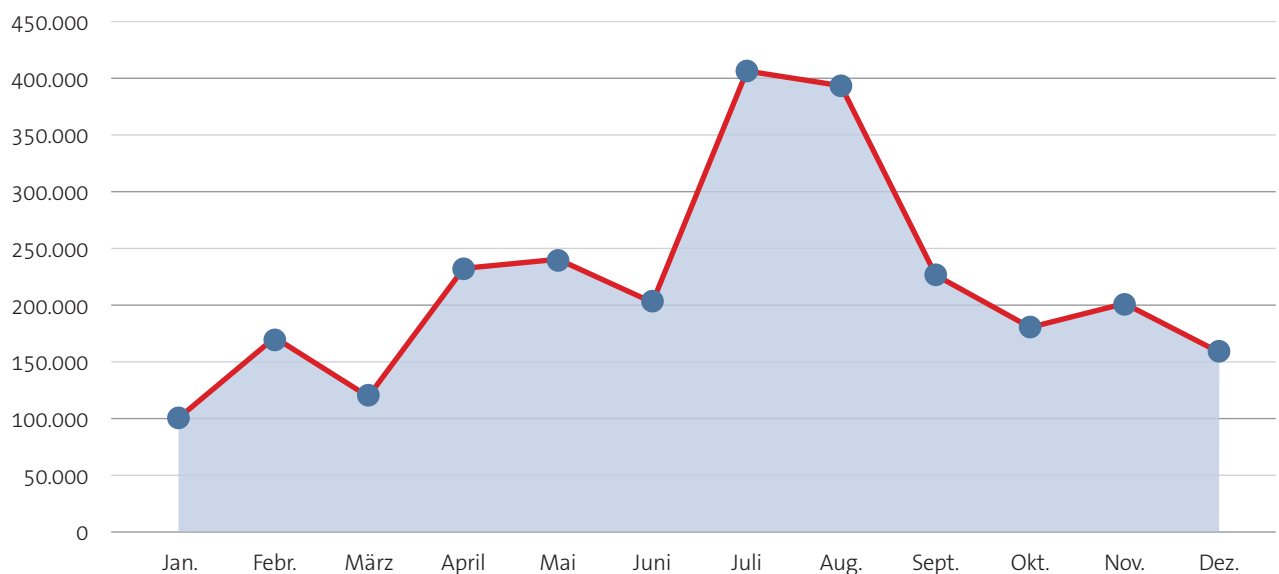


3.1.3 Saisonale Entwicklung Übernachtungszahlen

Für ihre Deutschlandreise 2010 wählten 46% der Belgier unabhängig vom Reisezweck den Zeitraum Mai bis August und 32% den Zeitraum September bis Dezember, 22% reisten zwischen Januar und April.

Monatliche Entwicklung der Übernachtungen aus Belgien in Deutschland 2010

Quelle: Statistisches Bundesamt – Monatsberichte 10



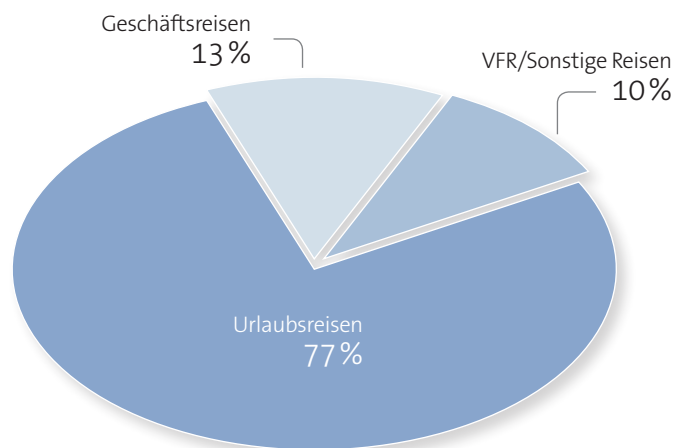
Für ihre Urlaubsreise in Deutschland 2010 wählten jeweils 45% der Belgier den Zeitraum Mai bis August und 34% die Zeit zwischen September und Dezember, 21% reisten zwischen Januar und April.

3.2 Reisezweck

Die Belgier unternahmen im Reisejahr 2010 1,8 Mio. Deutschlandreisen. Davon waren 77% (1,4 Mio. Reisen) Urlaubsreisen, 10% Verwandten- und Bekanntenbesuche und sonstige Reisen (175.000) und 13% Geschäftsreisen (230.000). Bei 125.000 Reisen nach Deutschland handelte es sich um sogenannte Transitreisen. Das heißt, es wurde zwar in Deutschland übernachtet, Deutschland war aber nicht das Hauptreiseziel.

Reisezweck der belgischen Deutschlandreisen 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International



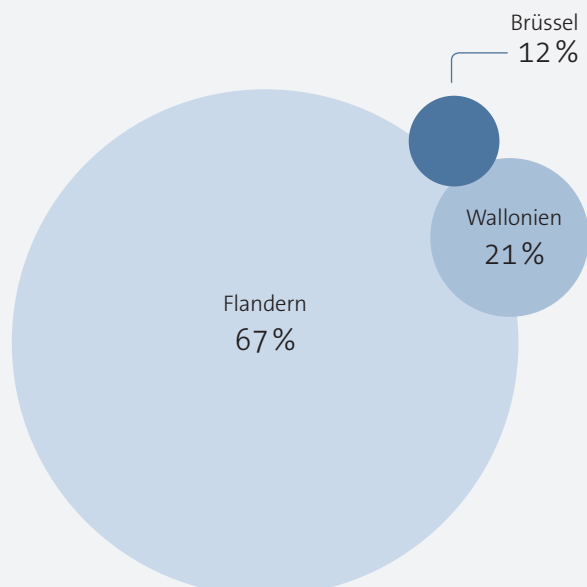
3.3 Herkunftsregionen/Quellmärkte

Der Großteil der Deutschlandreisen der Belgier (unabhängig vom Reisezweck) wurde von den Bewohnern Flanderns unternommen (67%).

Aus Brüssel reisten 12% und aus Wallonien 21% der Belgier nach Deutschland.

Herkunftsregionen der belgischen Deutschlandreisen 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International

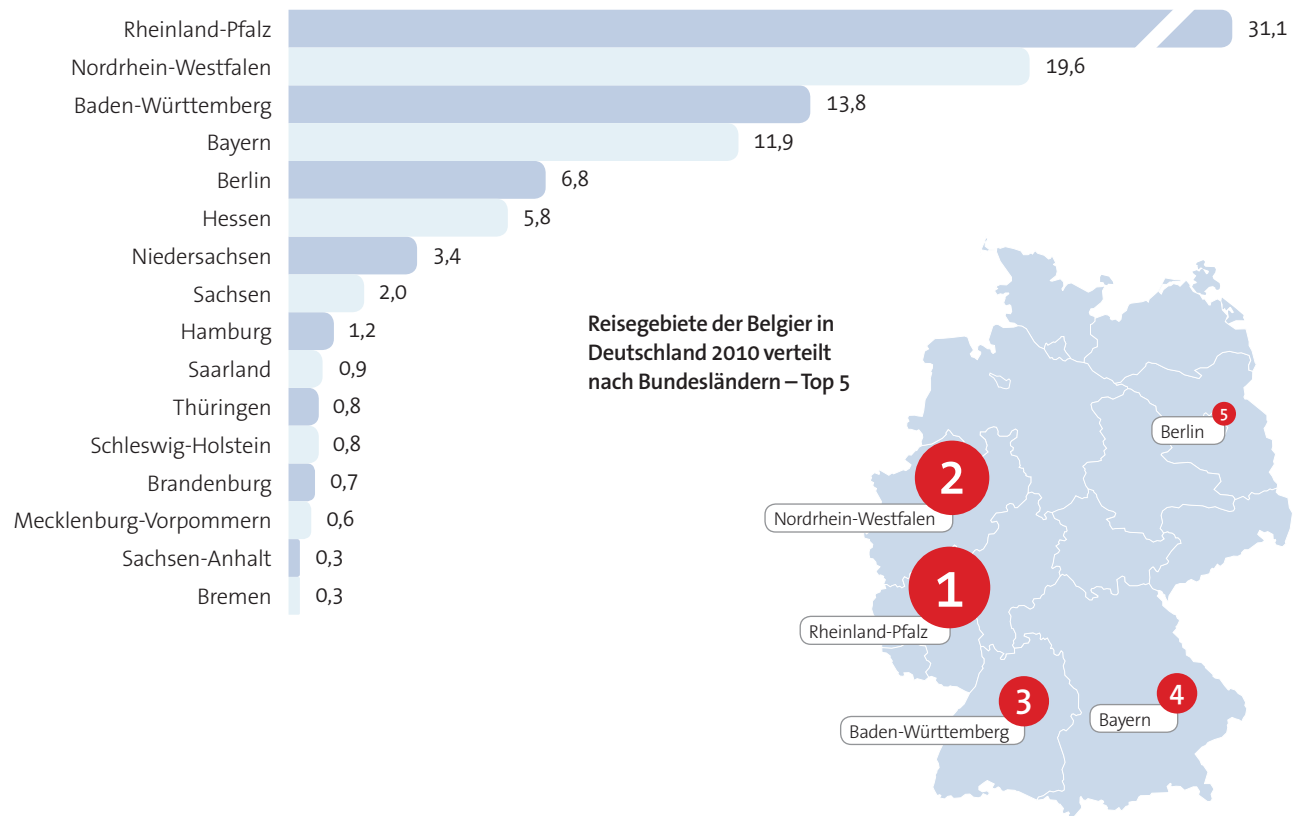


3.4 Zielgebiete

Die folgende Übersicht zeigt die Verteilung der Übernachtungen der Belgier in Deutschland im Jahr 2010:

Reisegebiete der Belgier in Deutschland 2010 verteilt nach Bundesländern, Anteil in %

Quelle: Statistische Landesämter 2011, eigene Berechnungen



Am beliebtesten sind die grenznahen Bundesländer, so fallen fast ein Drittel aller belgischen Übernachtungen in Deutschland auf das Bundesland Rheinland-Pfalz.

Magic Cities

Von den 2.639.425 Übernachtungen der Belgier in Deutschland entfielen im Jahre 2010 489.891 (18,6%) Übernachtungen auf die Magic Cities. Die Rangfolge der Städte nach ihren Übernachtungen war dabei folgende:

Berlin 180.400, **Köln** 82.389, **München** 50.665, **Düsseldorf** 38.017, **Frankfurt** 34.255, **Hamburg** 30.578, **Leipzig** 19.736, **Dresden** 15.682, **Nürnberg** 14.821, **Stuttgart** 12.828 und **Hannover** 10.181.

Weitere bei den Belgiern beliebte deutsche Gemeinden 2010 waren **Ediger-Eller** mit 49.159, **Cochem** mit 40.369, **Winterberg** mit 40.140, **Trier** mit 37.630, **Aachen** mit 35.017, **Willingen** mit 30.548, **Simmerath** mit 27.885, **Medebach** mit 23.646, **Biersdorf am See** mit 23.000 und **Leiwien** mit 22.640 Übernachtungen.

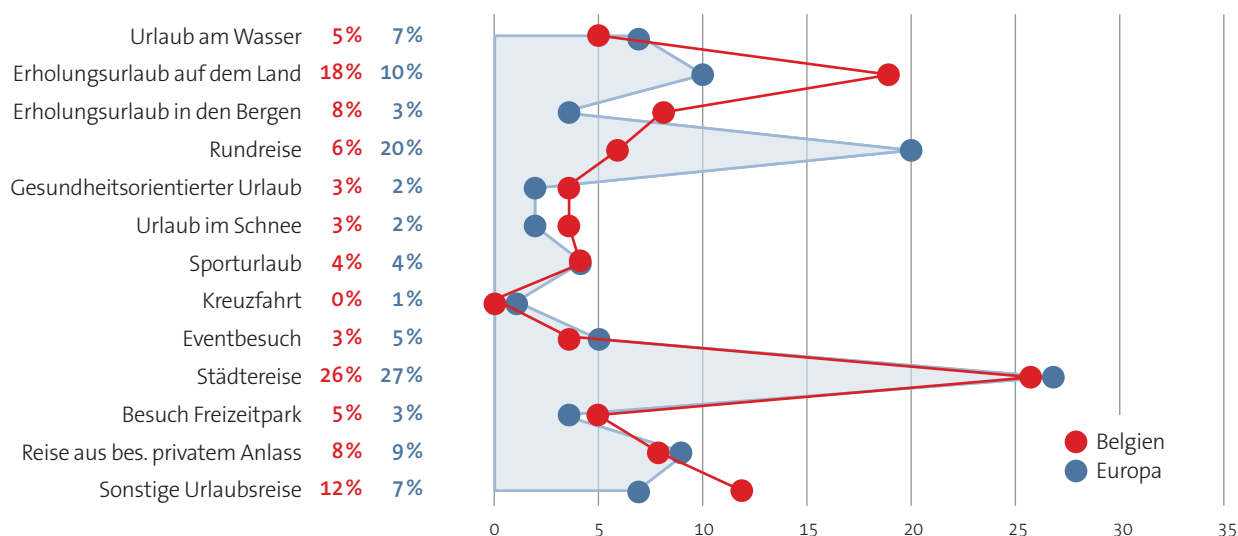
3.5 Urlaubsreisen nach Deutschland

3.5.1 Urlaubsart

Von den insgesamt 1,4 Mio. Urlaubsreisen der Belgier nach Deutschland waren 31% Urlaube in den Feriengebieten (Urlaub am Wasser 5%, auf dem Land 18% und in den Bergen 8%), 35% entfielen auf sogenannte Anschaureisen (6% Rundreisen, 29% Städte- und Eventreisen). 8% aller Urlaubsreisen wurden aus einem besonderen privaten Anlass angetreten. Auffällig am Reiseverhalten der Belgier im Vergleich zum Durchschnitt der Urlaubsreisenden Europas ist, dass sie 2010 deutlich mehr Erholungsurlaub auf dem Land machten. Ebenfalls überdurchschnittlich war der Anteil des Erholungsurlaubs in den Bergen. Rundreisen wurden von Belgiern im Jahr 2010 dagegen unterdurchschnittlich wenig unternommen.

Anteil Urlaubsarten in Deutschland, in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International



3.5.2 Aufenthaltsdauer

Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei den Urlaubsreisen der Belgier in Deutschland betrug 4,1 Nächte. 50% der 2010 von den Belgiern unternommenen Urlaubsreisen nach Deutschland waren Kurzreisen (maximal 3 Nächte).

3.5.3 Buchungsverhalten und Reiseorganisation

Bei 82% der Urlaubsreisen nach Deutschland buchten oder reservierten die Belgier Leistungen im Voraus (Unterkunft, Transport). Keine Leistungen im Voraus buchten sie bei 18% ihrer Urlaubsreisen. Am häufigsten wurde im Internet (54% aller Urlaubsreisen) vorgebucht, gefolgt von der Direktbuchung bei Hotels bzw. einer anderen Unterkunft (21%) und im Reisebüro (20%). Die Unterkunft war mit 91% mit Abstand die am meisten vorab gebuchte Leistung. Platz 2 und 3 belegten das Busticket mit 10% und die Reiseversicherung mit knapp 10%. 73% aller belgischen Deutschlandurlauber nutzten das Internet im Zusammenhang mit ihrer Reise, und zwar 19% nur zur Information und 54% auch für eine Online-Buchung.

3.5.4 Transportmittel

Das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel der Belgier für ihre Urlaubsreisen nach Deutschland war im Jahre 2010 mit einem Anteil von 80% der Pkw (einschließlich Privat-Pkw und Mietwagen), 10% der Belgier nutzten dagegen den Bus und 5% das Flugzeug. Die Bahn nahmen 4% der Belgier, während 54% mit einem traditionellen Flugticket unterwegs waren.

3.5.5 Unterkunftsarten

In der Kategorie der bezahlten Unterkünfte (86%) war das Hotel (hier 4 oder 5 Sterne mit 28%, Mittelklasse mit 31% und Budget-Hotels mit 6% an allen Urlaubsreisen) die wichtigste Unterkunftsform mit einem Anteil von 64,9%. 9% der Belgier übernachteten in der Ferienwohnung, weitere 5% in der Pension und 2% in der Jugendherberge. Dagegen wurden 12% der belgischen Deutschlandurlaubsreisen 2010 in Privatunterkünften oder bei Freunden, Bekannten und Verwandten verbracht.

3.5.6 Reiseausgaben

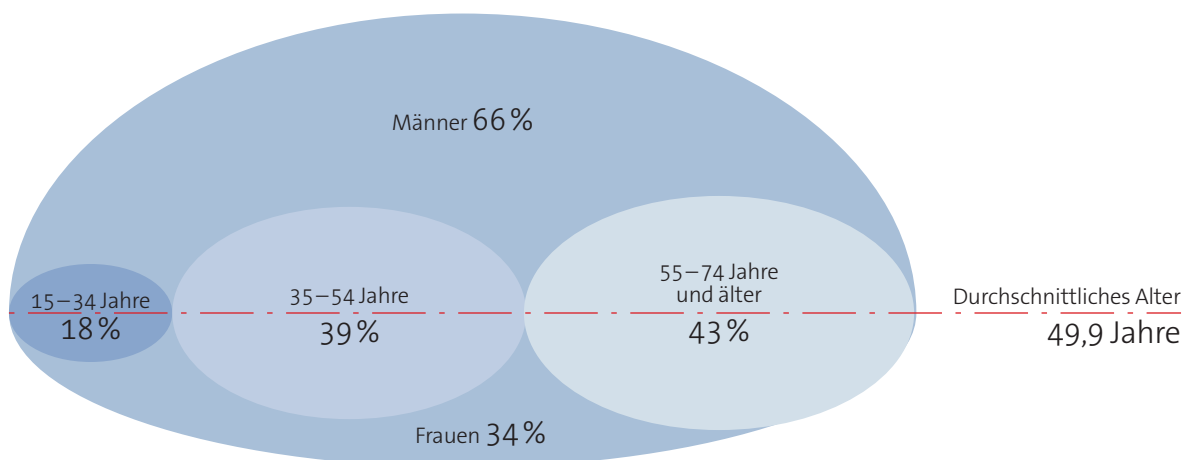
Im Jahr 2010 gaben die Belgier pro Urlaubsreise durchschnittlich 355 Euro aus. Das entspricht einer durchschnittlichen Ausgabe von 86 Euro pro Tag, das gesamte Umsatzvolumen für Urlaubsreisen in Deutschland betrug 0,5 Mrd. Euro. Sämtliche belgischen Auslandsreisen in Deutschland erreichten ein Volumen von 0,6 Mrd. Euro. Die Werte enthalten alle Ausgaben für Unterkunft, Verpflegung, Transport etc.

3.5.7 Altersstruktur

Belgier, die ihre Urlaubsreise in Deutschland verbrachten, waren im Durchschnitt 49,9 Jahre alt. 66% waren Männer und 34% Frauen. 16% hatten Kinder unter 15 Jahren mit im Urlaub.

Altersstruktur der Belgier bei deutschen Urlaubsreisen 2010, Anteil in %

Quelle: World Travel Monitor 2010, IPK International



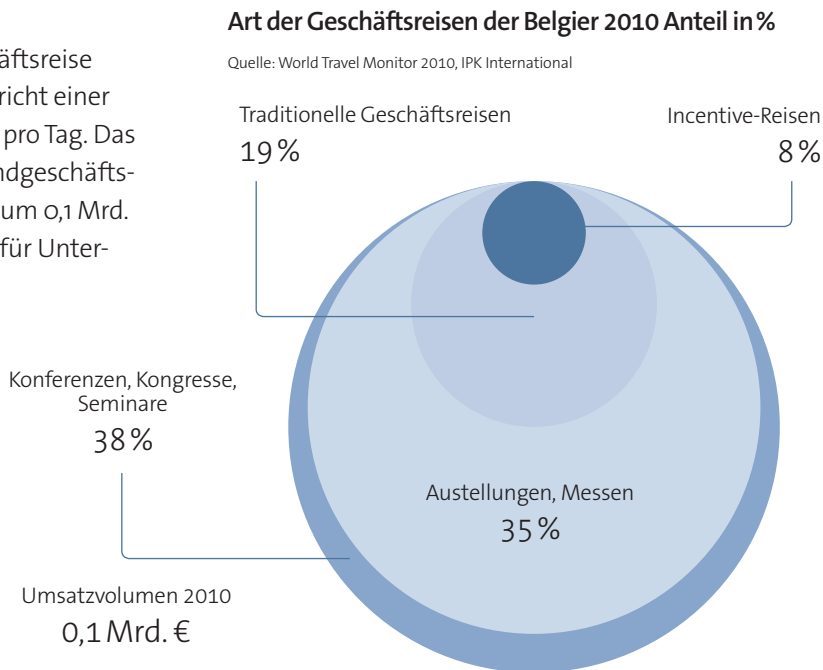
3.6 Geschäftsreisen nach Deutschland

3.6.1 Art der Geschäftsreisen

Von den 230.000 Geschäftsreisen der Belgier nach Deutschland waren 19% traditionelle Geschäftsreisen, wozu Kundenbesuche oder Besuche einer Niederlassung zählen, 81% waren promotable Geschäftsreisen, worunter Kongresse, Konferenzen, Seminare, Messe- und Ausstellungsbesuche sowie Incentive-Reisen fallen.

3.6.2 Reiseausgaben

Im Jahr 2010 gaben die Belgier pro Geschäftsreise im Durchschnitt 247 Euro aus. Dies entspricht einer durchschnittlichen Ausgabe von 137 Euro pro Tag. Das gesamte Umsatzvolumen für Deutschlandgeschäftsreisen der Belgier betrug in diesem Zeitraum 0,1 Mrd. Euro. Die Werte enthalten alle Ausgaben für Unterkunft, Verpflegung, Transport etc.



3.7 Reisebüro-/Veranstalterstruktur

Die belgische Reisebranche organisiert sich in verschiedenen Verbänden. Die „Association of Belgian Touroperators – ABTO“ umfasst die wichtigsten Reiseveranstalter. Die Busreiseveranstalter sind im Verband „Fédération belge des exploitants d’autobus et d’autocars et des organisateurs de voyages – FBAA“ organisiert. Die flämischen Reisebüros haben sich in der „Vereniging Vlaamse Reisbureaus – VVR“ zusammengeschlossen, während die frankophonen Reisebüros dem Verband „Union Professionnelle des Agences de Voyages – UPAV“ angehören.

Die Gruppen Thomas Cook und Jetair World of TUI dominieren den Reiseveranstaltermarkt, sie erwirtschaften zusammen rund 80% des Branchenumsatzes. Insgesamt 80 Reise- bzw. Busreiseveranstalter haben Deutschland im Programm, einen auf die Bundesrepublik spezialisierten Veranstalter gibt es nicht. Für den Tagestourismus allgemein und für den Besuch der Weihnachtsmärkte insbesondere sind die Busreiseveranstalter sehr wichtig.

3.8 Mentalität und Geschäftsgebaren

Die Sommerkataloge der großen Reiseveranstalter erscheinen im Dezember/Januar auf dem Markt, die Winterkataloge im August/September. Der Einkauf für die jeweiligen Broschüren wird rund 6 Monate früher

abgeschlossen. Bei kleineren Veranstaltern liegen die Produktionszeiträume häufig kürzer. Für den Online-Bereich findet der Einkauf ganzjährig statt. Bezüglich der Programminhalte sind die großen Veranstalter in wirtschaftlich angespannten Perioden kaum experimentierfreudig. Für neue Destinationen und Themen können kleinere Veranstalter einfacher akquiriert werden.

3.9 Besonderheiten

Wir gliedern Belgien in die drei Teilmärkte Flandern, Brüssel und Wallonien. Flandern zeichnet sich durch eine hohe Deutschlandaffinität aus und ist mit Abstand der wichtigste Teilmarkt für Reisen nach Deutschland. Die Bundesrepublik steht in puncto Beliebtheit der Auslandsreiseziele bei den Belgiern an dritter Stelle. Sie unternehmen vor allem kürzere Reisen, wobei der Pkw das häufigste Transportmittel ist. Für solche Kurzreisen wählen die Belgier bevorzugt Reiseziele, die weniger als 500 Kilometer vom eigenen Wohnort entfernt liegen.

Deutschland ist ein ganzjährig beliebtes Reiseziel, die stärksten Monate sind Juli und August. Die belgischen Schulferien sind sehr lang und erstrecken sich über diese beiden Monate, dies begünstigt die Tendenz zu Zweitreisen auch während des Sommers.

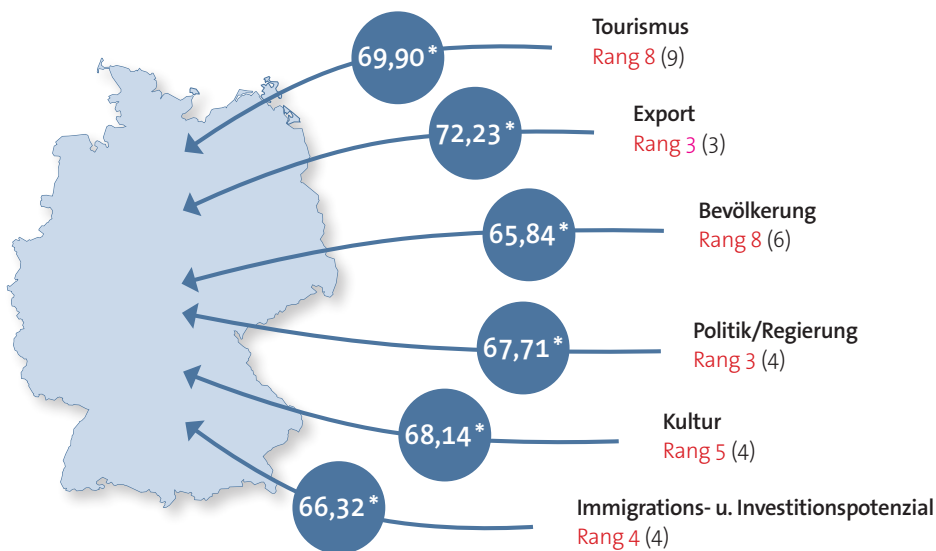
4. Image, Marktbewertung und Potenzial

4.1 Image von Deutschland

Quelle: Anholt-GfK Roper Nation Brands Index 2011 Report, Oktober 2011

In der Umfrage zum GfK-Anholt Nation Brands Index (NBI) 2011¹, einer Imagestudie über 50 Länder, liegt Deutschland im zweiten Jahr in Folge auf Gesamtplatz 2. Tourismus ist einer von 6 wichtigen Standortfaktoren für das Image von Nationen. Bewertungen aus Finnland:

Gesamtranking
2009: Deutschland Rang 3
2010: Deutschland Rang 2
2011: Deutschland Rang 2



* max. 100 Punkte, Werte für 2010 in Klammern

Bewertungen aus Belgien fließen seit 2007 nicht mehr in die Untersuchung ein. Aus belgischer Sicht stand Deutschland im vierten Quartal 2007 auf Rang 5 von 36 Nationen. Insbesondere im Bereich Kultur/Kulturerbe wurde Deutschland von Belgiern überdurchschnittlich hoch eingeschätzt.²

4.2 Zufriedenheit

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, DZT/ERV 2011

Generell waren im Zeitraum Januar 2008 bis April 2011 Gäste aus Belgien mit ihrem Aufenthalt in Deutschland äußerst zufrieden. Besonders gute Bewertungen erhielten die Gastronomie (24% „äußerst Begeisterte“, 64% „Begeisterte“) und die Unterkünfte (18% „äußerst Begeisterte“, 63% „Begeisterte“).

Weiterhin äußerten sich 23% „äußerst begeistert“ und 63% „begeistert“ in ihrer Gesamtzufriedenheit und würden einen Aufenthalt in Deutschland weiterempfehlen.

¹ Quelle: Anholt-GfK Roper Nation Brands Index 2011 Report (Online-Befragung in den 20 international wichtigsten Ländern, je Land rund 1.000 Befragte, Imagebewertung von 50 Ländern aus allen Kontinenten)

² Anholt-GfK Nation Brands Index 2007; DZT 2006/2007. In Belgien findet die Befragung zur Zeit nicht statt.

Generelle Zufriedenheit	Bewertung Belgien	Bewertung alle Herkunftsmärkte
Gesamtzufriedenheit	1,90	1,78
Vielfalt und Qualität des Angebots	2,05	1,87
Unterkunft	2,03	1,81
Gastronomie	1,90	1,87
Öffnungszeiten	2,16	2,03
Preis-Leistungs-Verhältnis	2,17	2,22
Wetter	2,34	2,31
Weiterempfehlung	1,87	1,82

Skala: 1 = „Äußerst begeistert“ bis 6 = „Eher enttäuscht“; X = nicht repräsentativ aufgrund geringer Fallzahlen

Auch mit den Angeboten am Aufenthaltsort waren die Belgier fast ausnahmslos zufrieden. Vor allem gefielen die Landschaft und Natur (33 % „äußerst Begeisterte“, 50 % „Begeisterte“), die Freundlichkeit der Bevölkerung (25 % „äußerst Begeisterte“, 61 % „Begeisterte“) und die Atmosphäre und das Flair (21 % „äußerst Begeisterte“, 64 % „Begeisterte“).

Zufriedenheit mit der Destination	Bewertung Belgien	Bewertung alle Herkunftsmärkte
Landschaft/Natur	1,86	1,77
Spazier-/Wanderwege/ Fußgängerzonen	2,19	1,97
Atmosphäre/Flair	1,96	1,76
Orts-/Stadtbild	2,04	1,85
Beschilderung Region/Stadt	2,22	2,06
Tourismusinfo	2,11	2,07
Freundlichkeit Bevölkerung	1,92	1,81
Architektur/Bauwerke	2,20	1,96
Parks/Grünraum	2,02	1,83
Verkehrsanbindung	2,21	2,14
Öffentliche Verkehrsmittel	2,33	2,12
Radwege/MTB-Strecken	2,15	2,18

Skala: 1 = „Äußerst begeistert“ bis 6 = „Eher enttäuscht“; X = nicht repräsentativ aufgrund geringer Fallzahlen

Der Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus wurde 2007 von der ERV (Europäische Reiseversicherung AG) und der DZT (Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.) aufgelegt. Im Rahmen des Projekts werden in- und ausländische Übernachtungsgäste (Urlauber und Geschäftsreisende) zu ihrem Reiseverhalten befragt.

4.3 Prognose

Trotz der relativ geringen Landesgröße ist Belgien einer der wichtigen Volumenmärkte für Reisen nach Deutschland, das Übernachtungsaufkommen ist mit dem Frankreichs oder Österreichs vergleichbar. Seit 2002 steigen die Übernachtungszahlen kontinuierlich um durchschnittlich 3,4 % pro Jahr.

Für 2012 wird ein leichter Anstieg des Wirtschaftswachstums erwartet, die Arbeitslosenquote sinkt voraussichtlich auf 7,3 %. Die Inflationsrate dürfte 2012 auf 2,2 % zurückgehen. Diese Rahmenbedingungen erlauben einen gedämpften Optimismus. Hinzu kommt das hohe Privatvermögen der Belgier. Laut Allianz Global Wealth Report betrug 2010 das belgische Pro-Kopf-Geldvermögen 86.000 Euro, Belgien gehört damit zu den 10 reichsten Ländern der Welt. Für 2012 und 2013 rechnen wir deshalb mit einer Steigerung der Übernachtungszahlen von 2 bis 4 % pro Jahr.

Bis zum Jahr 2020 rechnet die DZT mit einem Volumen zwischen 2,7 und 4,0 Mio. Übernachtungen.

5. DZT-Auslandsvertretung

5.1 Sitz

Brüssel

Telefonische Kundenberatung von Montag bis Freitag, 9.00 Uhr bis 12.30 Uhr

Duitse Nationale Dienst voor Toerisme

Office National Allemand du Tourisme

Gulledelle 92

1200 Brussel – Bruxelles

Belgium

Zur Veröffentlichung in Informationsbroschüren:

Tel. Kundenservice: +32 2 2459700

Fax: +32 2 2453980

www.germany.travel

5.2 Mitarbeiter

Leiter Belgien/Luxemburg

Jürgen Lettau

Tel.: +32 2 2404581

juergen.lettau@germany.travel

Verkaufsförderung RVAs+RBs;

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (audiovisuelle Medien)

Indra Alex

Tel.: +32 2 2404585

indra.alex@germany.travel

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

(Printmedien); Messen; Sekretariat

Rita Cartois

Tel.: +32 2 2404580

rita.cartois@germany.travel

Kundenservice

Catherine Gastout

Tel.: +32 2 2459700

catherine.gastout@germany.travel

Verkaufsförderung Bus-RVAs;

Administration, Internet

Isabelle Diebolt

Tel.: +32 2 2404583

isabelle.diebolt@germany.travel

Kundenservice; Versand

André Danis

Tel.: +32 2 2404587

andre.danis@germany.travel

5.3 DZT-Zentrale

Deutsche Zentrale für Tourismus e. V.

Norbert Tödter

Leiter strategische Unternehmensplanung / Marktforschung,
Partnermanagement und Themenjahre

Beethovenstraße 69

60325 Frankfurt am Main

Deutschland

Tel.: +49 69 97464-0

Fax: +49 69 751903

info@germany.travel

Quellenverzeichnis (alphabetisch)

- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg, Statistischer Bericht, G IV 1, 2011
- Anholt-GMI Nation Brands Index 2006/2007 Report, DZT 2006/2007
- Anholt-GfK Roper Nation Brands Index 2011 Report, DZT 2011
- Bayerisches Landesamt für Statistik und Datenverarbeitung, Tourismus in Bayern G IV 1, 2011
- CIA – The World Factbook 2011
- Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT), World Travel Monitor (WTM) 2010, IPK International, 2011
- DZT, Special Report – Impact of the Current Financial and Economic Crisis on European Travel Behavior, IPK International, 2009–2011
- DZT, Image von Deutschland in europäischen Nachbarländern, IPK International, 2008
- DZT, Forecast Study, IPK International, 2003
- DZT/Europäische Reiseversicherung AG (ERV), Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, 2011
- European Travel Commission (ETC), TourMIS 2010
- Eurostat 2010
- EU-Kommission, Flash Eurobarometer, 2011
- Germany Trade & Invest (gtai) – Wirtschaftsdaten kompakt, 2011
- Hessisches Statistisches Landesamt, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Information und Technik Nordrhein-Westfalen, Geschäftsbereich Statistik, Statistische Berichte G IV, 2011
- International Telecommunication Union (ITU), The ICT Development Index 2009
- Internet World Stats, www.internetworldstats.com, 2011
- IPK, Forecast Study Belgium, 2003
- Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- OECD 2005, Factbook 2010
- Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) Factbook 2010, 2010
- Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Beherbergung im Reiseverkehr G IV 1
- Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Tourismus in M-V G IV, 2011
- Statistisches Amt Saarland, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Statistisches Bundesamt, Fachserie 6, Reihe 7.1, Binnenhandel, Gastgewerbe, Tourismus, Ergebnisse der Monatserhebung im Tourismus, 2002–2011
- Statistisches Bundesamt, Tourismus in Zahlen, 2010–2011
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg, Beherbergung im Reiseverkehr G IV 1, 2011
- Statistisches Landesamt Bremen, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Statistisches Landesamt des Freistaates Sachsen, Statistische Berichte G IV 1, 2011
- Statistisches Landesamt Rheinland-Pfalz, Statistische Berichte G IV, 2011
- Statistisches Landesamt Sachsen-Anhalt, Statistische Berichte G IV, 2011
- Thüringer Landesamt für Statistik, Statistischer Bericht G IV, 2011
- United Nations Development Programme (UNDP), UN Population Division, 2010
- UNDP Human Development Report 2009
- World Economic Forum, The Global Competitiveness Report (GCI), 2010–2011

Impressum

Herausgeber:

Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT)

Beethovenstraße 69

60325 Frankfurt/Main

www.germany.travel

www.deutschland-extranet.de

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages

Deutschland
Das Reiseland 



Weitere Informationen über unsere Märkte, finden Sie in der Rubrik „Über uns“ auf www.germany.travel



Gefördert durch:

