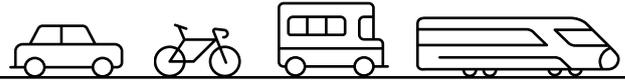


BELGIEN



Wissenswertes zum Markt auf einen Blick



Warum in Belgien aktiv werden?

Mit der Konzentration der Marktbearbeitung auf den flämischen Teil Belgiens erreicht man eine schnelle Marktdurchdringung und kann die richtigen Botschaften bei der Zielgruppe platzieren.

Die Top-Headlines in Belgien

Tirol ist im Sommer 2023 die beliebteste Destination für den Urlaub mit dem Auto. Nicht die Costa Brava, die Provence oder die Côte d'Azur, sondern Tirol in Österreich entpuppt sich als das Lieblingsziel der Belgier:innen.



Was beschäftigt die Menschen in Belgien? Worüber spricht die Reisebranche?

Obwohl die Kaufkraft durch die Indexerhöhung der Gehälter bereits zu Jahresbeginn stabilisiert wurde, sind trotzdem vorherrschende Verteuerungen bei Lebensmitteln, ein Dauerbrenner in den Medien. Davon profitierten vor allem Eigenmarken der Supermärkte. Die politischen Parteien positionieren sich schon im Vorwahlkampf zum „Super-Wahljahr 2024“ (national- und EU).

Obwohl Nachhaltigkeit als Thema an Wichtigkeit und Präsenz in der Marktkommunikation steigt, ist es anscheinend bei der Reise-Buchung noch kein Entscheidungsgrund. Die Reisebranche nimmt ihre Rolle in der Vermittlung des Umweltbewusstseins jedoch sehr ernst.



Wie wirken sich Inflation und Energiekrise auf das Reisen aus?

Die Inflation ist weiterhin gesunken (Ende August auf 4,1 %). Auf den Urlaub wird nicht verzichtet. Verbraucher:innen wünschen sich ein besseres Preis-Leistungs-Verhältnis und versuchen, kostenbewusster zu planen. Gleichzeitig haben sie keine Angst am Zielort mehr Geld auszugeben, um sicherzustellen, dass sie das Beste aus ihrem Urlaub herausholen.



Top-Trends aus Freizeit, Gesundheit und Informationsverhalten

Padel (Mix Tennis / Squash) erfreut sich über großen Zulauf, der viele Vereine und Spielplätze entstehen lässt. Sehr zum Unmut lärmempfindlicher Nachbarn. Engpässe bei dem Diabetiker-Medikament Ozempic, das als Hungerstiller zum Abnehmen in Mode kommt. Stark mediatisierte Diskussion über Fake-News auf Social Media und die Verantwortung der Betreiberfirmen.



Besteht Lust auf Reisen?

Aus der ABTO-Umfrage geht hervor, dass Österreich mit den Niederlanden und Deutschland, das an fünfter Stelle der beliebtesten Reiseziele der Belgier:innen ist. 45 % der Belgier:innen bevorzugen Urlaub mit dem Auto, was Österreich als Urlaubsdestination besonders interessant macht (Quelle: ABTO, 06.2023).

Wussten Sie schon ...?

...dass der Belgier Adolphe Sax das Saxofon erfunden hat? Einige andere der vielen Erfindungen belgischen Ursprungs sind der Globus, der Deo-Roller, die Verhütungspille und das JPEG-Format.



DER GAST



auf den Punkt gebracht

Belgische Gäste aus Flandern wollen gerne ihren Tisch im hoteleigenen Speisesaal selbst auswählen. Bitte weisen Sie Ihre flämischen Gäste nicht an, an einem Tisch mit Niederländer:innen zu sitzen.

Belgische Gäste kommen großteils aus Flandern. Also sprechen Sie Ihren Gast nicht automatisch auf Französisch an, sondern fragen Sie, ob er lieber in Deutsch, Niederländisch / Flämisch oder Englisch angesprochen wird.



Einige Willkommenswörter in der richtigen Landessprache in Verbindung mit dem Familiennamen bei der Ankunft an der Rezeption oder am Zimmer geben einen unvergesslichen ersten Eindruck!

Im Urlaub steht vor allem Bewegung in der freien Natur, und das am liebsten auf dem Berg im Vordergrund. Dabei generell eher weniger sportlich / dynamisch, sondern eher bequem und gemütlich. Ein Beispiel wäre ein Frühstück bei Sonnenaufgang auf dem Gipfel, aber inklusive Berg- und Talfahrt mit der Seilbahn.

IM GESPRÄCH MIT ...



Paul Mayer

Welche Entwicklungen beobachtest du auf deinem Markt, die sich auf die Nachfrage nach Urlaub in Österreich auswirken könnten? Könnten sich daraus zukünftige Chancen in der Bearbeitung ergeben?

Pre-Corona Reisegewohnheiten kehren zurück. Das bedeutet zwei Mal im Jahr Urlaub machen oder wenn möglich sogar zusätzlich einen Kurz- oder City Trip. Um aus dem Alltag und seinen Problemen auszubrechen, wird nach unverwechselbaren und authentischen Erlebnissen gesucht.

Was sind derzeit die wichtigsten Marketing-Aktivitäten, um den Gast auf deinem Markt für Urlaub in Österreich zu begeistern? Worin siehst du relevante Marketing-Potentiale der Zukunft?

Noch überwiegt die Wintersaison, doch der österreichische Sommer mit den beliebten Gästekarten hat Wachstumschancen. Wir empfehlen eine kontinuierliche Marktbearbeitung mit einer Schärfung des saison-spezifischen Angebots, um die Belgier:innen für das Ganzjahresangebot von Urlaub in Österreich zu begeistern. Dabei wollen wir Produkt-Innovationen einbauen und Stories erzählen, um Erstbesucher:innen zu begeistern und Stammgäste gleichermaßen zu überraschen.

Welche neuen Interessen und Sehnsüchte zeichnen sich derzeit innerhalb der Zielgruppe am Markt ab, die es zukünftig in (Marketing-) Aktivitäten zu adressieren gilt?

Bei Millennials steigt die Nachfrage nach Urlaub mit dem Vierbeiner (10 %). Laut einer Automobilclub-Umfrage planen vor allem Junge zwischen 18 und 24 Jahren zu verreisen (72 %): 37 % davon mit Freund:innen; 10 % reisen alleine. Dadurch ändert sich das Buchungsverhalten bei Unterkünften: Single-Angebote sowie Ferienapartments für mehrere Personen werden zunehmend relevanter.

Sind in letzter Zeit Veränderungen in den Werten oder Lebensstilen der Zielgruppe auf deinem Markt erkennbar, die für Urlaub in Österreich von wachsender Relevanz sind?

Belgien ist bekannt für seine hohe Dichte an Firmenwägen, die aufgrund von Steuervorteilen mittlerweile nur noch elektrisch sind. E-Ladestationen sind nicht nur bei der Anreise, sondern auch am Urlaubsort und direkt bei der Unterkunft gefragt.

Gibt es Geschäftspraktiken auf deinem Markt, die du besonders interessant oder herausfordernd findest? Welches persönliche Learning möchtest du österreichischen Partner:innen in diesem Zusammenhang mitgeben?

Ich persönlich finde Incentives bei der Preisgestaltung der Destinationen und Unterkünfte interessant, bei der etwa die nachhaltige Anreise in die Urlaubsdestination mit einem Preisvorteil oder inkludierten Zusatzleistungen vor Ort belohnt wird.

Welche strategischen Maßnahmen planst du gemeinsam mit deinem Team in den kommenden Jahren, um die Nachfrage nach Urlaub in Österreich aus dem Markt heraus nachhaltig zu entwickeln?

„Was Hänschen nicht lernt, lernt Hans nimmer mehr.“ Vom alpinen Skilauf bis zum E-Mountainbiken - Eltern haben auch bei den Urlaubsaktivitäten eine große Vorbildwirkung. Daher setzen wir einen Familienfokus bei saisonalen Kampagnen. Zusätzlich sehen wir für das kulinarische Angebot Österreichs aufgrund der Regionalität großes Potenzial.



Paul Mayer
Head of Market
Belgien
paul.mayer@austria.info

Mehr Informationen zum Markt Belgien finden Sie auf unserer [Märkteseite!](#)