

Belgien Österreich als Ziel für aktive Familien und genussvolle Entdeckungen.

Bedeutung für Österreich

- Belgien liegt als ausländischer Herkunftsmarkt auf dem 6. Platz bei den Nächtigungen.
- Belgier verbinden mit Österreich starke Naturverbundenheit und Vorliebe für Tradition und Kultur. Es wird als gastfreundlich, gemütlich, sportlich/aktiv, erholsam, natürlich, genussvoll und familienfreundlich angesehen.
- Bis zu 7 Flüge tgl. von BRU–VIE (Austrian Airlines, Brussels Airlines). Seit Jänner 2017 3–4 Flüge/Woche BRU–SZG (Eurowings). Im Winter bietet Transavia von grenznahen NL-Flughäfen Direktflüge nach INN und SZG. Anreise mit Skibussen oder Bahn via Thomas Cook und TUI. Direkte Busverbindung von BRU–VIE (Eurolines, Flixbus).
- Ferientermine 2017/18: Frühlingsferien (Krokus/Karneval) 27.02.–05.03., Osterferien 03.04.–17.04., Sommerferien 01.07.–31.08., Nationalfeiertag Belgien 21.07., Herbstferien 30.10.–05.11., Weihnachtsferien 25.12.2017–07.01.2018

Der belgische Gast

- ist 40–49 Jahre alt, mit einem monatl. Haushaltseinkommen von EUR 3.000–6.000 gehört er zu den Besserverdienern mit hohem Bildungsniveau (49 % Hochschul-/Universitätsabschluss).
- Flandern ist die bedeutendste Herkunftsregion.
- Die wichtigste Informationsquelle der Belgier ist das Internet (61 %), gefolgt von Bekannten/Verwandten (19 %).
- Die Reiseentscheidung wird immer kurzfristiger getroffen. Ausschlaggebend dabei sind das Wetter, Last-Minute-Angebote, Sicherheitsaspekte etc. Der Großteil der Belgier (27 %) trifft die Entscheidung für den Urlaubsort mehr als 6 Monate im Vorhinein. 19 % treffen die Entscheidung 2–4 Monate und 17 % 4–6 Monate vor Urlaubsantritt.
- Das Auto ist nach wie vor das beliebteste Transportmittel für Urlaubsreisen. Dennoch verlor das Auto in den letzten Jahren Marktanteile an Flugreisen, Bus und Bahn. Angesichts der Vorkommnisse des letzten Jahres legten vor allem Bus und Bahn stark zu, dank der guten Anbindungen werden Flugreisen weiter steigen.

- 70 % der Belgier reisen mit ihrem (Ehe-)Partner, 42 % mit Familie, 28 % mit Freunden.
- Zu den beliebtesten Aktivitäten gehören, je nach Saison, Skifahren, Après-Ski, Wandern, Schwimmen/Baden, Restaurantbesuche, typische Speisen/Getränke der Region ausprobieren und Sightseeing.

Dos und Don'ts im Umgang mit belgischen Gästen

- 👍 Erstkontakt in Deutsch, fragen, welche Sprache bevorzugt wird (NL, FR, DE, EN).
- 👍 Grußformeln/Redewendungen in der Landessprache erwecken Sympathien.
- 👍 Persönliche Betreuung, Tipps zu Neuigkeiten und lokalen Spezialitäten.
- 👎 Belgier nicht mit Niederländern vergleichen und im Speisesaal nicht zu ihnen setzen.
- 👎 Der Belgier genießt gerne pur, bitte keine Mischgetränke.
- 👎 Deftige Hausmannskost und Innereien sind weniger beliebt.

Marktstrategie Belgien 2016–2018

Im Sommer wird Österreich als die Familiendestination für aktiven Natururlaub in den Bergen positioniert. Mit Entdeckungsreisen zur regionalen Kultur werden Nebensaisonen belebt. Im Winter wird der hohe Gästeanteil durch Betonung der alpinen Winterkompetenz und sanften Aktivitäten für Familien gehalten. Zusätzlich wird das Potenzial für Kurzreisen mit spannendem Tagesprogramm erschlossen.

Produkt/Markt/Kombinationen

Familien, aktiver Sommerurlaub. Familien mit Kindern, bewegungsaktive, erhholungssuchende Paare, Singles, Best Ager urlauben in den Bergen. Aktive Bewegung und Genuss in freier Natur inklusive Gesundheitsaspekt sind vorrangig. Gastgeberqualitäten, lokale Kulinarik und regionale Kultur machen das österreichische Angebot unverwechselbar.

Entdeckungsreise/Best of Austria. Agile Best Ager, Singles und Paare ohne Kinder entdecken in Vor- und Nachsaison – auch in östlichen Bundesländern – Spitzenleistungen wie Wein & Kulinarik, sanfte Aktivitäten in der Natur und kulturelle Höhepunkte.

Familien, Skifahren Plus. Alpiner/sanfter Wintersport, Wiedereinsteiger, wobei Regeneration, Servicequalität, Kulinarik und regionale Kultur wichtig sind.

Wintergenuss, Schneeerlebnis. Unternehmungslustige Singles, Paare und Freundesgruppen suchen individuelle Wintererlebnisse für gehobene Ansprüche. Kennzeichnend sind flexible Planung, kürzere Aufenthalte und abwechslungsreiches Tagesprogramm wie Ski, Wintergenuss und Erholung.



Das Büro der ÖW Belgien wurde 1950 eröffnet und befindet sich auf der Avenue Louise in Brüssel.

Mag. Paul Mayer, Markt Manager Belgien
paul.mayer@austria.info, T +32 2 642 22 16, www.austriatourism.com



Ankünfte (in Mio.)
und Ø Entwicklung p. a.

2016	0,55
2015	0,51
2014	0,51

Ø +3,5% p. a.

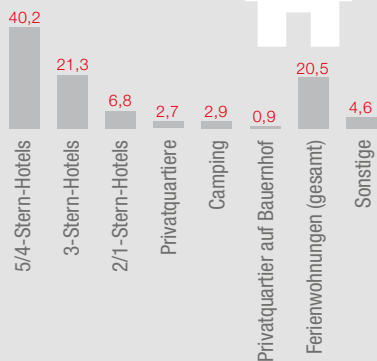


Nächtlungen (in Mio.)
und Ø Entwicklung p. a.

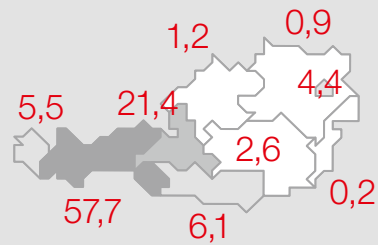
2016	2,74
2015	2,60
2014	2,65

Ø +1,7% p. a.

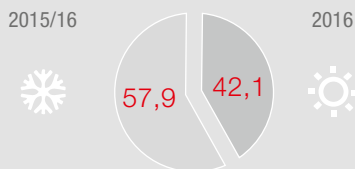
Unterkunftswahl
(nach NÄ 2016 in %)



NÄ nach Bundesländern
(2016 in %)



Verteilung NÄ nach Saison (in %)



Entwicklung AN u. NÄ nach Saison
(Ø Veränd. 2011–2016 in % p. a.)

+2,9	AN	+2,9
+2,3	NÄ	+1,5

Ø Aufenthaltsdauer 2016

Statistik Austria	T-Mona
1,4 NÄ	7,0 NÄ

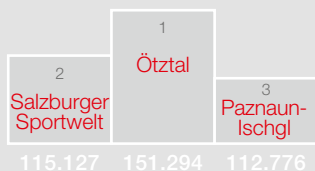
Tagesausgaben/Kopf in Österreich

€ 125

Reiseverkehrseinnahmen in Ö 2015 € 335 Mio. -5,9%

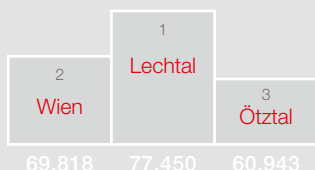
Top-3-Regionen im Winter
(nach NÄ 2015/16)

Ö. gesamt: 1.622.692 Top 3 = 23,4 %



Top-3-Regionen im Sommer
(nach NÄ 2016)

Ö. gesamt: 1.181.749 Top 3 = 17,6 %



Reiseintensität und Auslandsreisen 2016

2016 waren ES und PT die großen Gewinner, dies setzt sich 2017 zusammen mit GR fort. Ein allgemeiner Trend, von dem Österreich aufgrund seines guten Rufes und der hohen Qualität profitieren kann, ist die gesteigerte Nachfrage nach Urlaub in der Natur – „Groene vakantie“, Ferien in intakter Umwelt, fernab vom tourist. „Trubel“. Konkurrenten in diesem Segment sind SI und HR. Der gesamte Tourismussektor geht von einer steigenden Nachfrage verglichen mit 2016 aus. Die Nachfrage nach IT, FR und DE bleibt unverändert. Selbstfahrer-Destinationen profitieren primär in der Hauptsaison Juli/August von unentschlossenen Direktbuchern. Als weitere Trends gelten Single-Reisen ohne Zuschlag und All-inclusive-Urlaub.

MARKTDATEN

Bevölkerung 2016

11,3 Mio.

Bevölkerungsentwicklung
(Prognose bis 2030)

+12,6%

Kaufkraft

BIP/Kopf 2016 (in US\$) 41.548
BIP nominal 2016 (in Mrd. US\$) 468,5

BIP-Entwicklung real (in %)

1,2	2016
1,5	2015
1,7	2014

Inflationsrate (in %)

1,7	2016
0,6	2015
0,5	2014

Arbeitslosenrate (in %)

8,0	2016
8,5	2015
8,6	2014