



Sozioökonomie³

Einwohnerzahl: 11,8 Mio.
Fläche: 30.530 km²
Hauptstadt: Brüssel (2,1 Mio. Einwohner)
Durchschnittsalter: 42,4 Jahre

Wirtschaft: BIP pro Kopf: 60.418 Euro
Arbeitslosenquote: 6,0%
Inflationsrate: 2,8%

Übernachtungsstatistik Deutschland 2025¹

Übernachtungen absolut: 3.074.574 (+0,5%)
Ankünfte absolut: 1.484.575 (+1,0%)
Aufenthaltsdauer: 2,1 Tage

Top 3 Regionen Niedersachsen (nach ÜN):

1. Hannover-Hildesheim 24.953 (+14,4%)
2. GEO* 17.506 (+15,5%)
3. Lüneburger Heide 16.135 (+1,5%)

Übernachtungsstatistik Niedersachsen 2025²

Übernachtungen absolut: 106.260 (+3,08%)
Ankünfte absolut: 52.740 (+4,6%)
Aufenthaltsdauer: 2,0 Tage

Top 3 Städte Niedersachsen (nach ÜN):

1. Hannover 18.672 (+19,5%)
2. Bad Bentheim 6.770 (+12,2%)
3. Bispingen 4.832 (+3,6%)

Reiseverhalten & Urlaubserlebnis³

Auslandsreiseintensität: 214,7% = 2,1 Reisen pro Person

Top 4 Auslandsreiseziele:

1. Frankreich
2. Niederlande
3. Spanien
4. Deutschland

Top 4 Bundesländer:

1. Nordrhein-Westfalen (23%)
2. Rheinland-Pfalz (20%)
3. Baden-Württemberg (16%)
4. Bayern (14%)

Reisezweck der Deutschlandreisen (1,5 Mio. Ankünfte):

76% Urlaubsreisen / 13% Geschäftsreisen / 11% VFR + sonstige Reisen

Urlaubsart bei Reisen nach Deutschland:

38% Städte- und Eventreisen / 28% Urlaub in Feriengebieten / 12% Rundreisen

Buchungsverhalten:

81% Vorausbuchung / 67% via Internet

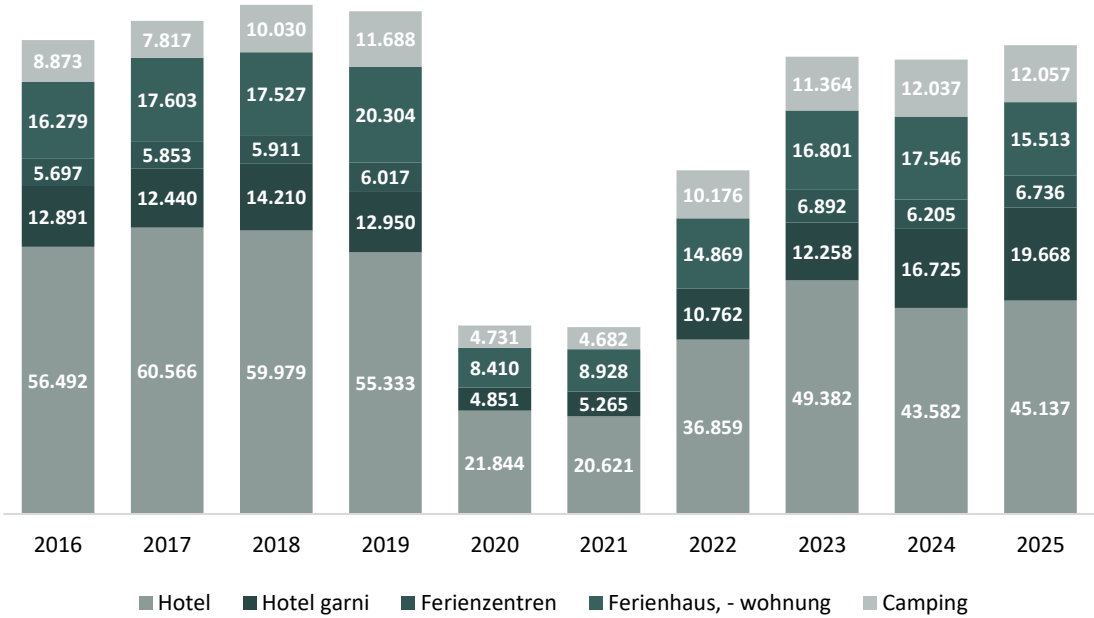
Anreise:

71% PKW, 16% Flug, 13% Bahn, 6% Bus

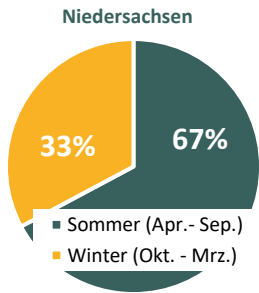
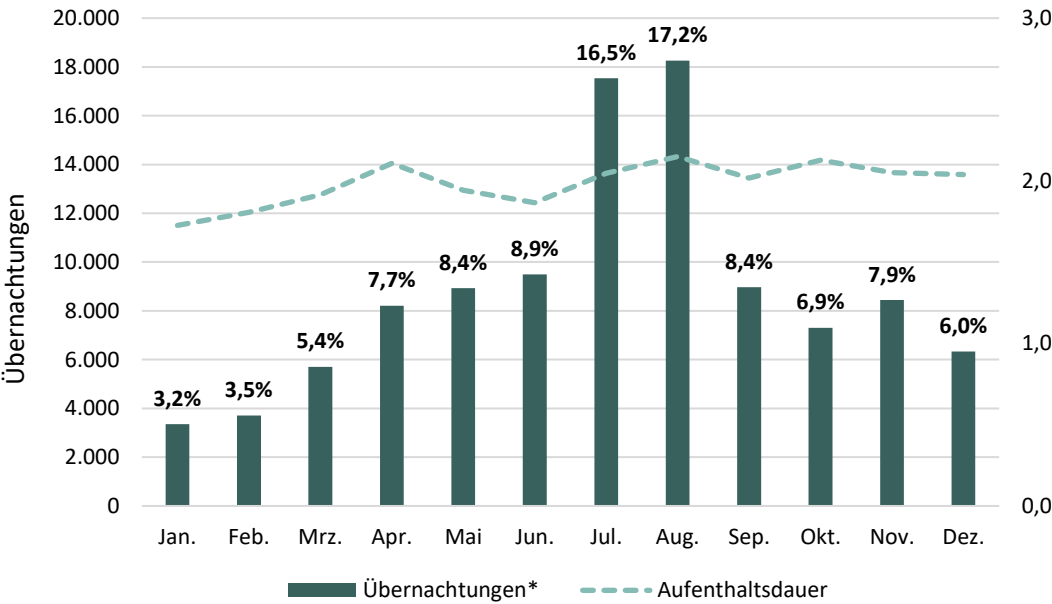
Umsatzvolumen Deutschlandreisen:

1,8 Mrd. Euro

Übernachtungen nach Betriebsart



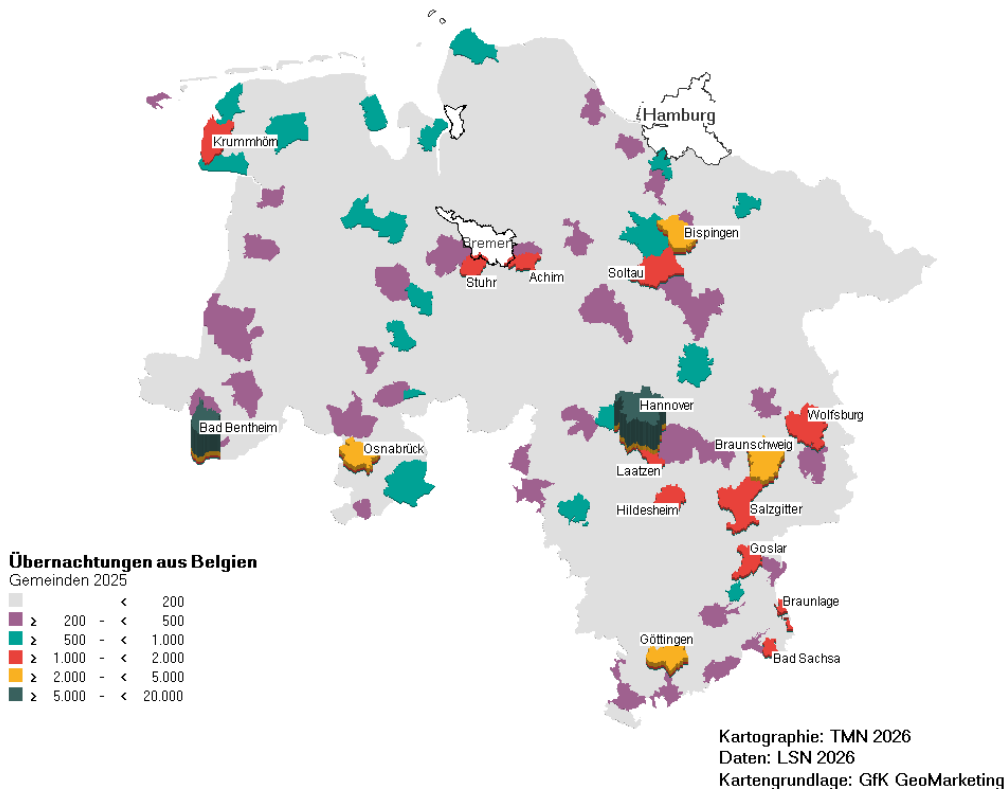
Übernachtungen und Aufenthaltsdauer im Jahresverlauf 2025



*mit Übernachtungsanteil je Monat in Prozent aus Belgien

Zeitraum Sommerferien: ab 01. Juli – 31. August 2025

Übernachtungsziele 2025



Reisemotive

- ✓ Kultur und Sightseeing: Bei Rund- und Städtereisen sind Themen wie Museen, Shopping und Unterhaltung wichtig, ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis ist dabei entscheidend.
- ✓ Naturerlebnisse und Aktivurlaub – insbesondere Radfahren und Wandern – sind beliebte Themen.
- ✓ Genuss und Kulinarik spielen eine wichtige Rolle für Belgier.

Mediennutzung/Informationsquellen

- ✓ Belgier nutzen hauptsächlich das Internet, soziale Netzwerke sowie TV- und Musik-Streamingdienste. Aber auch klassisches Radio und lineares TV werden regelmäßig konsumiert.
- ✓ Empfehlungen aus dem persönlichen Umfeld (Freunde, Verwandte, Bekannte) haben großen Einfluss auf die Reiseentscheidung.
- ✓ Zur Reiseinspiration dienen Websites von Reiseveranstaltern/Reiseportale, Preisvergleichs- und Bewertungsportale, Reisemagazine (Online und Print) sowie Social Media, v.a. YouTube und Facebook.

Besonderheiten der Gäste aus Belgien

✓ **Sprache und Ansprache**

Belgier – besonders die Flamen – erscheinen manchmal beim ersten Kontakt ein bisschen reserviert, persönliche Ansprache ist wichtig. Englisch ist als Fremdsprache weitverbreitet, manchmal sogar Deutsch.

✓ **Besondere Essgewohnheiten**

Sowohl das Frühstück als auch das Mittagessen fallen eher klein aus, während das Abendessen die Hauptmahlzeit des Tages darstellt (3 Gänge inkl. Dessert sind üblich, Brot als Beilage wird erwartet). Die Qualität des kulinarischen Angebots ist sehr wichtig, hierfür ist der Belgier auch durchaus bereit, mehr Geld auszugeben.

✓ **Kulturelle Besonderheiten**

Belgien verfügt über eine lebendige und vielfältige Vereinslandschaft. Vereinsfahrten zu Themen wie Kultur, Natur oder aktiven Freizeitangeboten sind weit verbreitet und erfreuen sich unter den Belgiern großer Beliebtheit.

Die sprachliche und kulturelle Zweiteilung Belgiens – mit dem französischsprachigen Wallonien und dem niederländischsprachigen Flandern – spiegelt sich auch im Reiseverhalten wider. Die Wallonen sind häufiger an Kultur interessiert. Außerdem ist ihnen die Kommunikation in ihrer Muttersprache wichtig, und sie sind insgesamt preisbewusster. Flamen hingegen suchen vor allem nach authentischen Erlebnissen, reisen in der Regel länger und zeigen eine höhere Ausgabebereitschaft. Beide Gruppen eint jedoch ein hoher Anspruch an Qualität.