



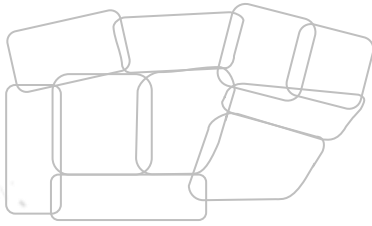
STECKBRIEFE DER SINUS-META-MILIEUS IN BELGIEN

**NORD
RHEIN
WEST
FALEN**

Tourismus NRW e.V.

BELGIEN

BEVÖLKERUNG GESAMT



Sinus-Milieus® International



REISEVERHALTEN

Viele Angaben von Motiven zur Erholung und Entspannung

Vielseitige Aktivitäten rund um Kulinarik, Kultur und Wasser

Buchungsverhalten ausgewogen zwischen pauschal und individual

GENERELLE PRÄFERENZEN

1. Urlaub im Ferienhaus
2. Städtereise
3. Bade-, Strandurlaub

REISEMERKMALE

UNTERKUNFT

1. Hotel
2. Ferienhaus
3. Ferienwohnung

AKTIVITÄTEN

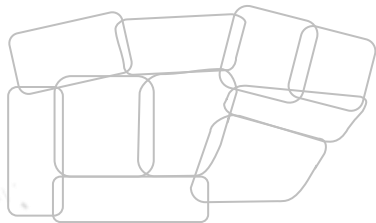
1. Spazieren gehen
2. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen
3. Typische Speisen/ Getränke genießen
4. Besuch von Sehenswürdigkeiten
5. Aktivitäten am Wasser

MOTIVE

1. Entspannung, keinen Stress haben
2. Natur erleben
3. Abstand zum Alltag gewinnen
4. Zeit füreinander haben
5. Frei sein, Zeit für mich haben

BELGIEN

BEVÖLKERUNG GESAMT



Sinus-Milieus® International



GERÄTE FÜRS INTERNET

1. Smartphone
2. Laptop
3. Tablet

MEDIENVERHALTEN

Vielseitiges Interesse an verschiedenen Medien und Kanälen

Breit gefächerte Informationsquellen zur Reisebuchung

BLOGGER & INFLUENCER

23 % folgen Bloggern oder Influencern

5 % nutzen diese als Informationsquelle zur Reisebuchung

SPRACHEN AUF WEBSITES

73 % wünschen sich Informationen in ihrer Landessprache

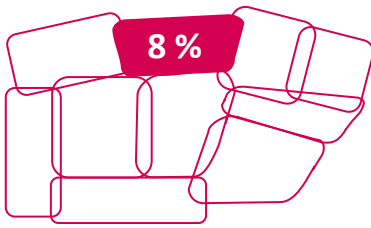


INFO-QUELLEN

1. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
2. Kataloge, Broschüren
3. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet

THEMENINTERESSE

1. Urlaub, Reisen
2. Ernährung, Kochen, Rezepte
3. Gesundheit



Sinus-Milieus® International

BELGIEN

INTELLECTUALS

Reminder: Intellectuals

Libérale Grundhaltung, weltoffen, kosmopolitische pluralistische Weltsicht, auf der Suche nach Selbstverwirklichung, postmateriell geprägter Individualismus, kulturelle und intellektuelle Interessen, akademisch, Work-Life-Balance



REISEVERHALTEN

Hohe Reiseintensität und Individualität

Hoher Erlebnisfaktor durch viele Aktivitäten

Gerne Voraborganisation und direkte Buchung, kaum Pauschalreisen

URLAUBSART

Urlaub im Ferienhaus

Städtereise

Rundreise

REISEMERKMALE

HÄUFIGSTE NENNUNGEN

POSITIVE ABWEICHUNGEN

Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung

UNTERKUNFT

1. Hotel
2. Ferienhaus
3. Ferienwohnung

1. Homestay (z.B. AirBnB)
2. Ferienhaus
3. -

MOTIVE

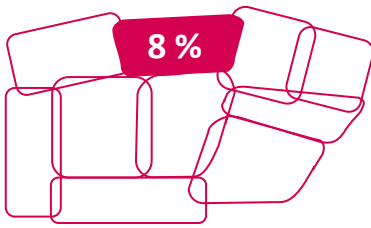
1. Zeit füreinander haben
2. Entspannung, keinen Stress haben
3. Natur erleben
4. Abstand zum Alltag gewinnen
5. Frei sein, Zeit für mich haben

1. Zeit füreinander haben
2. Besuch von Museen, Ausstellungen
3. Neue Eindrücke gewinnen
4. Andere Länder und Kulturen erleben
5. Natur erleben

AKTIVITÄTEN

1. Spazieren gehen
2. Besuch von Sehenswürdigkeiten
3. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen
4. Typische Speisen/ Getränke genießen
5. Aufenthalt in der Natur

1. Besuch von Sehenswürdigkeiten
2. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen
3. Spazieren gehen
4. Typische Speisen/ Getränke genießen
5. Aufenthalt in der Natur



Sinus-Milieus® International

Reminder: Intellectuals

Libérale Grundhaltung, weltoffen, kosmopolitische pluralistische Weltansicht, auf der Suche nach Selbstverwirklichung, postmateriell geprägter Individualismus, kulturelle und intellektuelle Interessen, akademisch, Work-Life-Balance

BELGIEN

INTELLECTUALS



GERÄTE FÜRS INTERNET

TOP-NENNUNGEN

1. Smartphone
2. Laptop
3. Tablet

ABWEICHUNGEN

1. Laptop
2. Smartphone
3. Tablet

MEDIENVERHALTEN

Hohe Mediennutzung in vielen Formaten

Balance zwischen klassischen und modernen Medien

BLOGGER & INFLUENCER

12 % folgen Bloggern oder Influencern

4 % nutzen diese als Informationsquelle zur Reisebuchung

SPRACHEN AUF WEBSITES

62 % wünschen sich Informationen in ihrer Landessprache

INFO-QUELLEN

ABWEICHUNGEN

1. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
2. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet
3. Berichte/ Tests in Zeitungen/ Zeitschriften

TOP-NENNUNGEN

1. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
2. Kataloge, Broschüren
3. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet



SOCIAL MEDIA

YouTube und Facebook gefolgt von LinkedIn und Instagram

Nur LinkedIn über-Ø häufig genannt

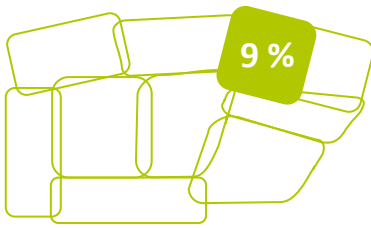
TOP-NENNUNGEN

1. Urlaub und Reisen
2. Politik & Zeitgeschehen
3. Ernährung, Kochen

THEMENINTERESSE

ABWEICHUNGEN

1. Politik, Zeitgeschehen
2. Musik, Kultur, Theater
3. Wirtschaft, Beruf, Bildung



Sinus-Milieus® International

BELGIEN

PERFORMERS

Reminder: Performer

Wettbewerbs- und karriereorientiert, streben nach Selbstverwirklichung und intensivem Leben, flexibel und mobil, Macher-Typ, Leistungswille und Flexibilität, Technik- und IT-Affinität



REISEVERHALTEN

Hohe Reiseintensität und hoher Erlebnisfaktor durch viele Aktivitäten

Pauschalreisen leicht präferiert vor individueller Organisation, Direkt- und Portalbuchungen halten sich die Waage

URLAUBSART

Bad- und Strandurlaub

Urlaub in Ferienhaus/-wohnung

All-Inclusive-Angebote

REISEMERKMALE

HÄUFIGSTE NENNUNGEN

POSITIVE ABWEICHUNGEN

Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung

UNTERKUNFT

1. Hotel
2. Ferienanlage mit eigenem Apartment
3. Ferienwohnung

1. Ferienanlage mit eigenem Apartment
2. Hotel
3. Camping – Bungalow o.Ä.

MOTIVE

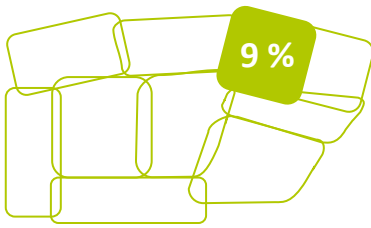
1. Zeit füreinander haben
2. Natur erleben
3. Entspannung, keinen Stress haben
4. Abstand zum Alltag gewinnen
5. Frei sein, Zeit für mich haben

1. Zeit füreinander haben
2. Kraft sammeln, auftanken
3. Sich unterhalten lassen
4. Andere Länder und Kulturen erleben
5. Abstand zum Alltag gewinnen

AKTIVITÄTEN

1. Spazieren gehen
2. Typische Speisen/ Getränke genießen
3. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen
4. Aktivitäten am Wasser
5. Besuch von Sehenswürdigkeiten

1. Aktivitäten am Wasser
2. Aktivitäten im/ auf dem Wasser
3. Typische Speisen/ Getränke genießen
4. Aufenthalt in der Natur
5. Besuch von Erlebniseinrichtungen



Sinus-Milieus® International

BELGIEN

PERFORMERS

Reminder: Performer

Wettbewerbs- und karriereorientiert, streben nach Selbstverwirklichung und intensivem Leben, flexibel und mobil, Macher-Typ, Leistungswille und Flexibilität, Technik- und IT-Affinität



GERÄTE FÜRS INTERNET

TOP-NENNUNGEN

1. Smartphone
2. Laptop
3. Tablet

ABWEICHUNGEN

1. Tablet
2. Desktop-PC
3. Fernseher

MEDIENVERHALTEN

Hohe Mediennutzung in vielen, vor allem modernen Formaten

Fast jeder nutzt Facebook, hohe Nutzung von Social Media im Allgemeinen

BLOGGER & INFLUENCER

Knapp jede:r Dritte folgt Bloggern oder Influencern

7 % nutzen diese auch als Informationsquelle zur Buchung

SPRACHEN AUF WEBSITES

70 % wünschen sich Informationen in ihrer Landessprache

INFO-QUELLEN

ABWEICHUNGEN

1. Kataloge, Broschüren
2. Berichte/ Tests im Fernsehen
3. Verkaufs-/ Kundengespräch im Reisebüro

TOP-NENNUNGEN

1. Kataloge, Broschüren
2. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
3. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet

THEMENINTERESSE

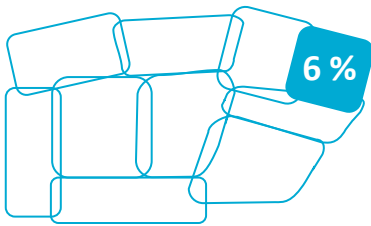
ABWEICHUNGEN

1. Urlaub, Reisen
2. Unterhaltungselektronik
3. Wellness, Schönheit

TOP-NENNUNGEN

1. Urlaub und Reisen
2. Ernährung, Kochen
3. Musik, Kultur, Theater





Sinus-Milieus® International

BELGIEN

COSMOPOLITAN

AVANTGARDE

Reminder: Cosmopolitan Avantgarde

Individualismus & Nonkonformismus, ohne ideologische Festlegungen, weltoffen, kreativ, geringe Akzeptanz von Autorität und Hierarchie, online und offline global vernetzt



REISEVERHALTEN

Neben Hotel und Ferienwohnung ist Couchsurfing eine Alternative. Camping kommt nicht in Frage

Möchten körperlich aktiv sein, Land und Leute kennenlernen

Absolute Individualisten, die digital buchen

URLAUBSART

Städtereise

Rundreise

Urlaub in den Bergen

REISEMERKMALE

HÄUFIGSTE NENNUNGEN

POSITIVE ABWEICHUNGEN

Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung

UNTERKUNFT

1. Hotel
2. Ferienhaus
3. Ferienwohnung

1. Ferienhaus
2. Homestay
3. Ferienwohnung

MOTIVE

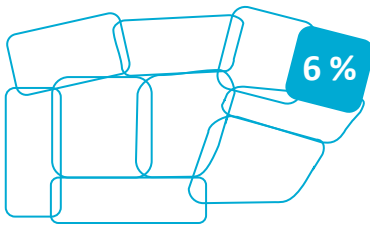
1. Natur erleben
2. Frei sein, Zeit für mich haben
3. Ausruhen, Faulenzen
4. Abstand zum Alltag gewinnen
5. Andere Länder und Kulturen erleben

1. Entspannung, keinen Stress haben
2. Aktiv Sport treiben
3. Sich unterhalten lassen
4. Kontakt zu Einheimischen
5. Besuch von Events

AKTIVITÄTEN

1. Spazieren gehen
2. Typische Speisen/ Getränke genießen
3. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen
4. Besuch von Sehenswürdigkeiten
5. Aktivitäten am Wasser

1. Typische Speisen/ Getränke genießen
2. Wandern
3. Wintersportaktivitäten
4. Besuch von Erlebniseinrichtungen
5. Nachtleben genießen



Sinus-Milieus® International

BELGIEN

COSMOPOLITAN

AVANTGARDE

Reminder: Cosmopolitan Avantgarde

Individualismus & Nonkonformismus, ohne ideologische Festlegungen, weltoffen, kreativ, geringe Akzeptanz von Autorität und Hierarchie, online und offline global vernetzt



GERÄTE FÜRS INTERNET

TOP-NENNUNGEN

1. Smartphone
2. Laptop
3. Tablet

ABWEICHUNGEN

1. Laptop
2. Smartphone
3. Tablet

MEDIENVERHALTEN

Hohe Nutzungszahlen in fast allen Medien

Probieren gerne neue Medien aus und besetzen Nischen in sozialen Netzwerken

BLOGGER & INFLUENCER

Mehr als jede:r Vierte folgt Bloggern oder Influencern

1 % nutzen diese als Informationsquelle zur Reisebuchung

SPRACHEN AUF WEBSITES

54 % wünschen sich Informationen in ihrer Landessprache

INFO-QUELLEN

ABWEICHUNGEN

1. Internetforen
2. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
3. Blogs und Vlogs

TOP-NENNUNGEN

1. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
2. Kataloge, Broschüren
3. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet

THEMENINTERESSE

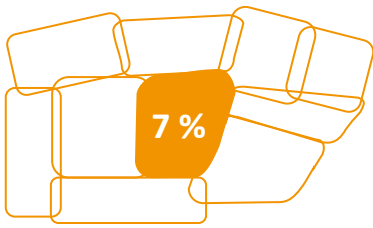
ABWEICHUNGEN

1. Politik & Zeitgeschehen
2. Unterhaltungselektronik
3. Wissenschaft & Technik

TOP-NENNUNGEN

1. Politik & Zeitgeschehen
2. Unterhaltungselektronik
3. Urlaub und Reisen





Sinus-Milieus® International

BELGIEN

ADAPTIVE NAVIGATORS

Reminder: Adaptive Navigators

Loyal, leistungs- & anpassungsbereit, erfolgsorientiert, gut organisiert, aber auch konventionell & kompromissbereit, Bedürfnis nach Verankerung, Zugehörigkeit, Sicherheit und Stabilität, Pragmatismus & Nützlichkeitsdenken



REISEVERHALTEN

Überdurchschnittlich Pauschalreisende, die vor allem online buchen

Gerne Hotel und Ferienwohnungen, Nische für Pensionen/ Bed & Breakfast

Urlaub bedeutet vor allem Erholung und Abstand vom Alltag

URLAUBSART

Rundreise

Städtereise

Bade-, Strandurlaub

REISEMERKMALE

HÄUFIGSTE NENNUNGEN

POSITIVE ABWEICHUNGEN

Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung

UNTERKUNFT

1. Hotel
2. Ferienhaus
3. Ferienwohnung

1. Pension / Bed & Breakfast
2. Ferienhaus
3. Unterbringung bei Freunden

MOTIVE

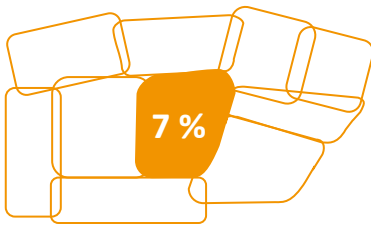
1. Abstand zum Alltag gewinnen
2. Zeit füreinander haben
3. Ausruhen, Faulenzen
4. Natur erleben
5. Entspannung, keinen Stress haben

1. Party machen
2. Besuch von Events
3. Zeit für Einkaufstouren / Shopping
4. Kraft sammeln, auftanken
5. Ausruhen, faulenzen

AKTIVITÄTEN

1. Spazieren gehen
2. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden verbringen
3. Typische Speisen/ Getränke genießen
4. Einkaufen/ Shopping
5. Besuch von Sehenswürdigkeiten

1. Einkaufen/ Shopping
2. Wintersportaktivitäten
3. Besuch von Erlebniseinrichtungen
4. Aktivitäten im/ auf dem Wasser
5. Wellnessangebote nutzen



Sinus-Milieus® International

BELGIEN

ADAPTIVE NAVIGATORS

Reminder: Adaptive Navigators

Loyal, leistungs- & anpassungsbereit, erfolgsorientiert, gut organisiert, aber auch konventionell & kompromissbereit, Bedürfnis nach Verankerung, Zugehörigkeit, Sicherheit und Stabilität, Pragmatismus & Nützlichkeitsdenken



GERÄTE FÜRS INTERNET

TOP-NENNUNGEN

1. Smartphone
2. Laptop
3. Tablet

ABWEICHUNGEN

1. Smartphone
2. Fernseher
3. Tablet

MEDIENVERHALTEN

Sind in allen sozialen Netzwerken überdurchschnittlich vertreten

Folgen gerne Influencern und vergleichen Preise

BLOGGER & INFLUENCER

34 % folgen Bloggern oder Influencern

5 % nutzen diese als Informationsquelle zur Reisebuchung

SPRACHEN AUF WEBSITES

73 % wünschen sich Informationen in ihrer Landessprache

INFO-QUELLEN

TOP-NENNUNGEN

1. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
2. Kataloge, Broschüren
3. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet

ABWEICHUNGEN

1. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
2. Berichte/ Test im Internet
3. Verkaufs-/ Kundengespräche im Reisebüro

THEMENINTERESSE

TOP-NENNUNGEN

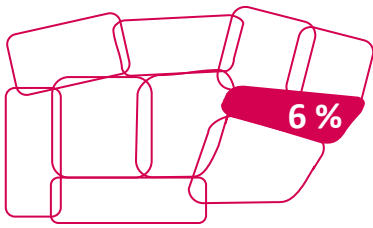
1. Urlaub und Reisen
2. Ernährung & Kochen
3. Gesundheit

ABWEICHUNGEN

1. Wissenschaft & Technik
2. Sport
3. Unterhaltungselektronik



Abweichungen = Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung



Sinus-Milieus® International

BELGIEN

PROGRESSIVE REALISTS

Reminder: Progressive Realists

Impulsgeber der globalen Transformation,
nachhaltiger Lebensstil ohne Verzichtsdeologie,
optimistisch, Verantwortungsübernahme für die
Gesellschaft, Party & Protest, Ernsthaftigkeit &
Unterhaltung



REISEVERHALTEN

Authentische Eindrücke, Bildung beim Reisen wichtig

Urlaub darf gegensätzlich sein; Stadt und Land,
Entspannung und Aktivitäten

Individualisten durch und durch, Pauschalreisen deutlich
unterdurchschnittlich

URLAUBSART

Städtereise

Urlaub in Ferienhaus/ -wohnung

Bade-, Strandurlaub

REISEMERKMALE

HÄUFIGSTE NENNUNGEN

POSITIVE ABWEICHUNGEN

Höchste positive Abweichung zur Gesamtbevölkerung

UNTERKUNFT

1. Ferienhaus
2. Hotel
3. Ferienwohnung

1. Ferienhaus
2. Ferienwohnung
3. Homestay, z.B. Airbnb

MOTIVE

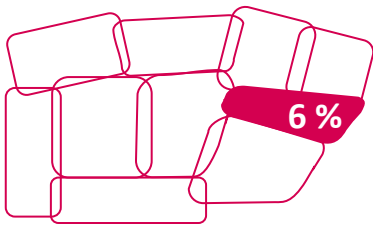
1. Natur erleben
2. Zeit füreinander haben
3. Entspannung, keinen Stress haben
4. Abstand zum Alltag
5. Andere Länder und Kulturen erleben

1. Andere Länder und Kulturen erleben
2. Neue Eindrücke gewinnen
3. Zeit füreinander haben
4. Besuch von Museen
5. Natur erleben

AKTIVITÄTEN

1. Spazieren gehen
2. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden
verbringen
3. Typische Speisen/ Getränke genießen
4. Besuch von Sehenswürdigkeiten
5. Aufenthalt in der Natur

1. Zeit mit Familie/ Partner/ Freunden
verbringen
2. Besuch von Sehenswürdigkeiten
3. Besuch von Museen/ Ausstellungen
4. Typische Speisen/ Getränke genießen
5. Aktivitäten im/ auf dem Wasser



Sinus-Milieus® International

BELGIEN

PROGRESSIVE REALISTS

Reminder: Progressive Realists

Impulsgeber der globalen Transformation,
nachhaltiger Lebensstil ohne Verzichtsideologie,
optimistisch, Verantwortungsübernahme für die
Gesellschaft, Party & Protest, Ernsthaftigkeit &
Unterhaltung



GERÄTE FÜRS INTERNET

TOP-NENNUNGEN

1. Smartphone
2. Laptop
3. Fernseher

ABWEICHUNGEN

1. Laptop
2. Fernseher
3. Smartphone

MEDIENVERHALTEN

Nutzen digitale Medien intuitiv

Breites Themeninteresse, wichtig
sind Hintergründe und
Zusammenhänge

BLOGGER & INFLUENCER

28 % folgen Bloggern oder Influencern

Für 9 % sind diese auch als Informationsquelle
bei der Buchung wichtig

SPRACHEN AUF WEBSITES

61 % wünschen sich Informationen
in ihrer Landessprache



TOP-NENNUNGEN

1. Gespräche mit/ Tipps von Freunden, Verwandten, Bekannten
2. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet
3. Internetforen (Meinungen anderer)

INFO-QUELLEN

ABWEICHUNGEN

1. Preisvergleichs- und Bewertungsseiten im Internet
2. Vermittlungsportale
3. Internetforen

TOP-NENNUNGEN

1. Urlaub und Reisen
2. Politik, Nachrichten
3. Ernährung & Kochen

THEMENINTERESSE

ABWEICHUNGEN

1. Politik, Nachrichten
2. Musik, Kultur, Theater
3. Urlaub und Reisen

IMPRESSUM



Tourismus NRW e.V.

HERAUSGEBER

Tourismus NRW e.V.

Vertretungsberechtigter Vorstand:
Dr. Achim Schloemer

Geschäftsführung:

Dr. Heike Döll-König

Völklinger Str. 4
40219 Düsseldorf
Telefon: 0211 91320-500
Fax: 0211 91320-555
E-Mail: info@nrw-tourismus.de
Internet: tourismusverband.nrw |
www.dein-nrw.de

Registergericht Amtsgericht Düsseldorf
Vereinsregisternummer: VR 10493

V.i.S.d.P. und Verantwortlich gem.
§ 18 Abs. 2 Medienstaatsvertrag:
Markus Delcuve, Völklinger Str. 4,
40219 Düsseldorf

QUELLE

Eigene Erhebung durch das Sinus-Institut, Basis:
1.000 Fälle, belgische Bevölkerung zwischen
16-69 Jahre; Erhebungszeitraum Nov. / Dez.
2021

Aktualisierung der Ergebnisse im Rahmen des
geänderten Sinus-Metamilieu-Modells 2023

GESTALTUNG & REDAKTION

Leonie Jasper

KONTAKT AUSLANDSMARKETING

Julia Bauer

BILDNACHWEIS TITEL

Beyenburger Stausee, Bergische 3
© Johannes Höhn, © pangea

GEFÖRDERT DURCH

Ministerium für Wirtschaft,
Industrie, Klimaschutz und Energie
des Landes Nordrhein-Westfalen



EUROPÄISCHE UNION
REACT-EU
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung