



# Herzlich willkommen

 **Tourismusbarometer**  
**Ergebnisse für**  
**Mecklenburg-Vorpommern**





# Ludger Weskamp

Geschäftsführender Präsident  
Ostdeutscher Sparkassenverband



# Birgit Hesse

Präsidentin des Landtages  
Mecklenburg-Vorpommern

Präsidentin  
Tourismusverband  
Mecklenburg-Vorpommern e.V.



# Reinhard Meyer

Minister für Wirtschaft, Infrastruktur,  
Tourismus und Arbeit des Landes  
Mecklenburg-Vorpommern



# Sparkassen-Tourismusbarometer – Ergebnisse für Mecklenburg-Vorpommern

# Die Wettbewerbssituation der ostdeutschen Bundesländer und Destinationen



Jetzt erst recht



Konsum-  
einschränkung

Alarmismus



Reales Handeln

Kurzfristigkeit



Buchungswelle

Weniger Kurztrips



Urlaub mit hoher  
Priorität

# Keine Pleitewelle aber klare Konsolidierung in Mecklenburg- Vorpommern

Veränderung 2022 ggü.  
2019 ohne Camping



Quelle: dwif 2023, Daten Statistische Landesämter, Statistisches Bundesamt, Bild: freepik

# Erstes bundesweite Tui-Suneo-Hotel auf Usedom



# Güstrow mit neuem Zertifikat „Tourismusort Barrierefreiheit geprüft“

12 zertifizierte Angebote:

- Strandhaus am Insee Hotel & Restaurant
- Kurhaus am Insee Hotel & Restaurant
- Hotel am Schlosspark
- Ernst Barlach Museen
- Atelierhaus
- Gertrudenkapelle
- Städtische Galerie Wollhalle
- Stadtmuseum
- Rathaus
- Wildpark MV
- Pfarrkirche St. Marien
- Touristinformation

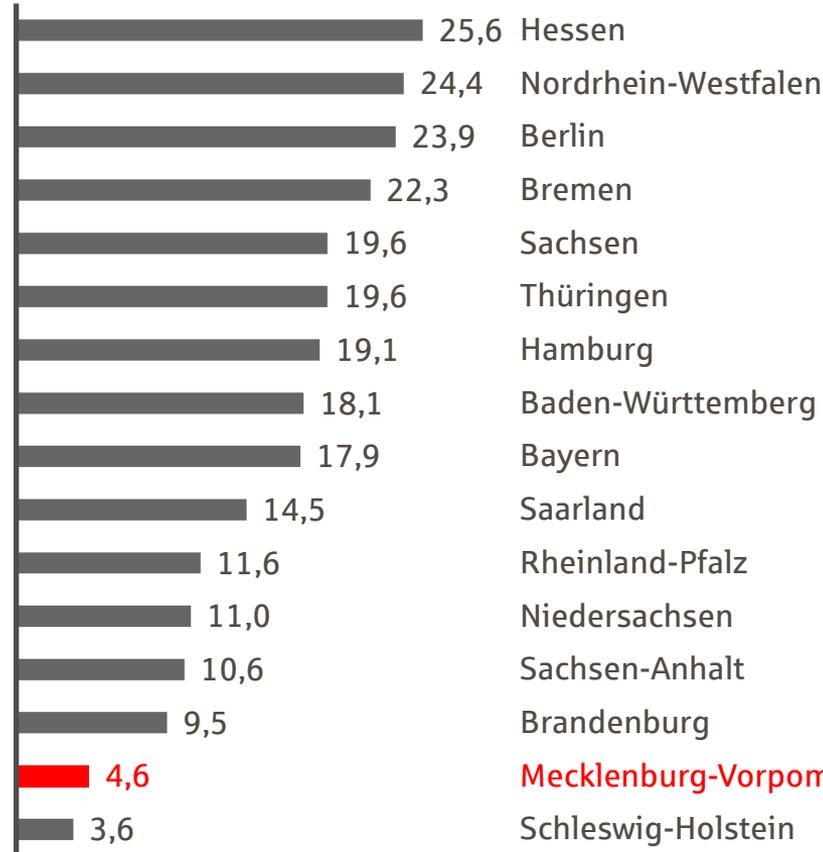


# Bundestrend zieht nach, solide Dynamik in MV

Gewerbliche  
Übernachtungen  
1. Halbjahr 2023 ggü.  
2022 in %

Ost-D +11,4%

D +16,3%



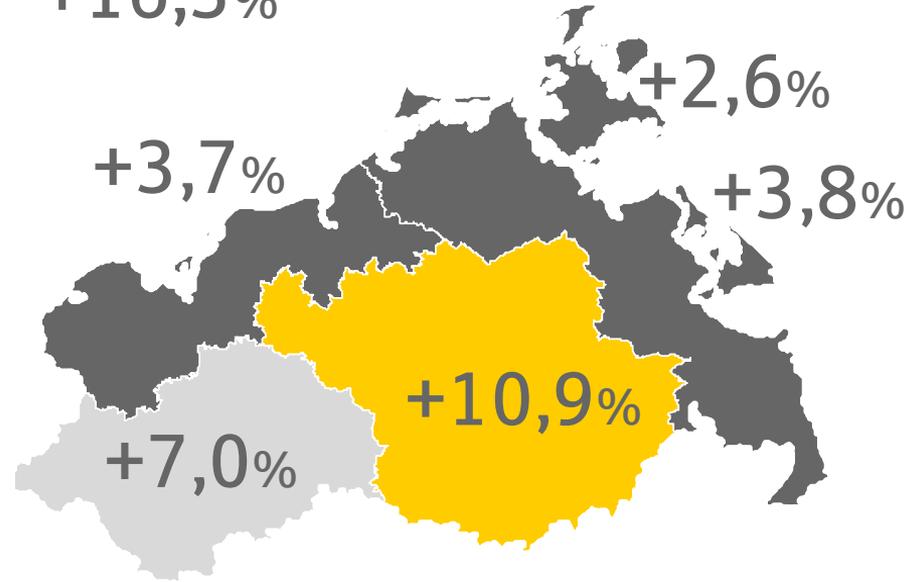
Inland +4,2  
Ausland +25,5

Quelle: dwif 2023, Daten Statistisches Bundesamt, Statistisches Landesamt

# 2023: Binnenregionen mit starker Entwicklung

Gewerbliche  
Übernachtungen  
1. Halbjahr 2023 ggü.  
2022

MV +4,6%  
D +16,3%



Quelle: dwif 2023, Daten Statistisches Bundesamt

# Boom-Segment Camping: MV beliebt

Suchanfragen der letzten  
12 Monate auf Google  
(Stand Juni 2023)

Rang	Urlaubsziel von Campern
7	Rügen
16	Usedom
24	Harz
29	Spreewald
32	Meckl. Seenplatte
44	Sächsische Schweiz
46	Brandenburg
82	Thüringen
92	Sachsen
100	Rhön



# Positive Entwicklung bei allen Destinationstypen

1. Halbjahr 2023 ggü. 2022



Küsten

Ost-D

+4,4%

D

+3,3%



Seen

+10,4%

+11,2%

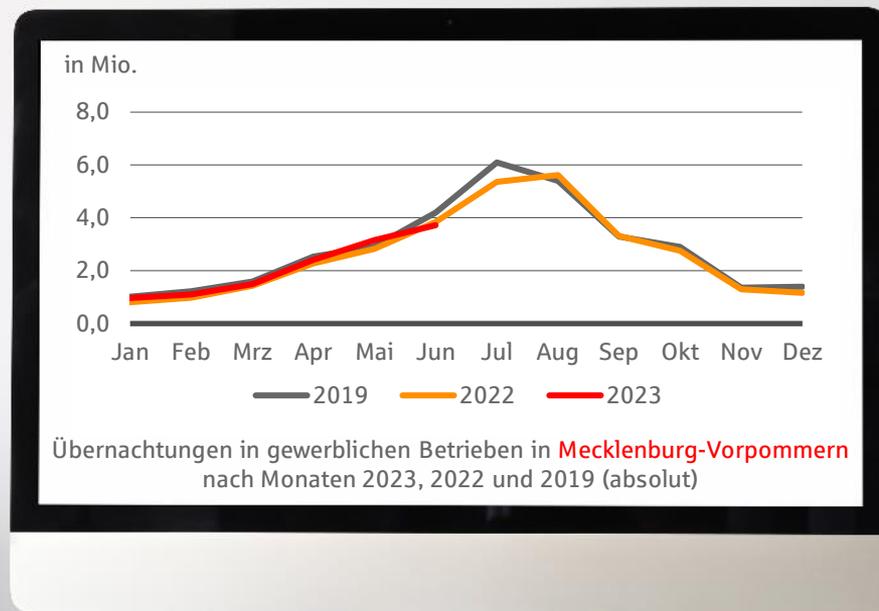


Flach- & Hügelland

+12,0%

+13,9%

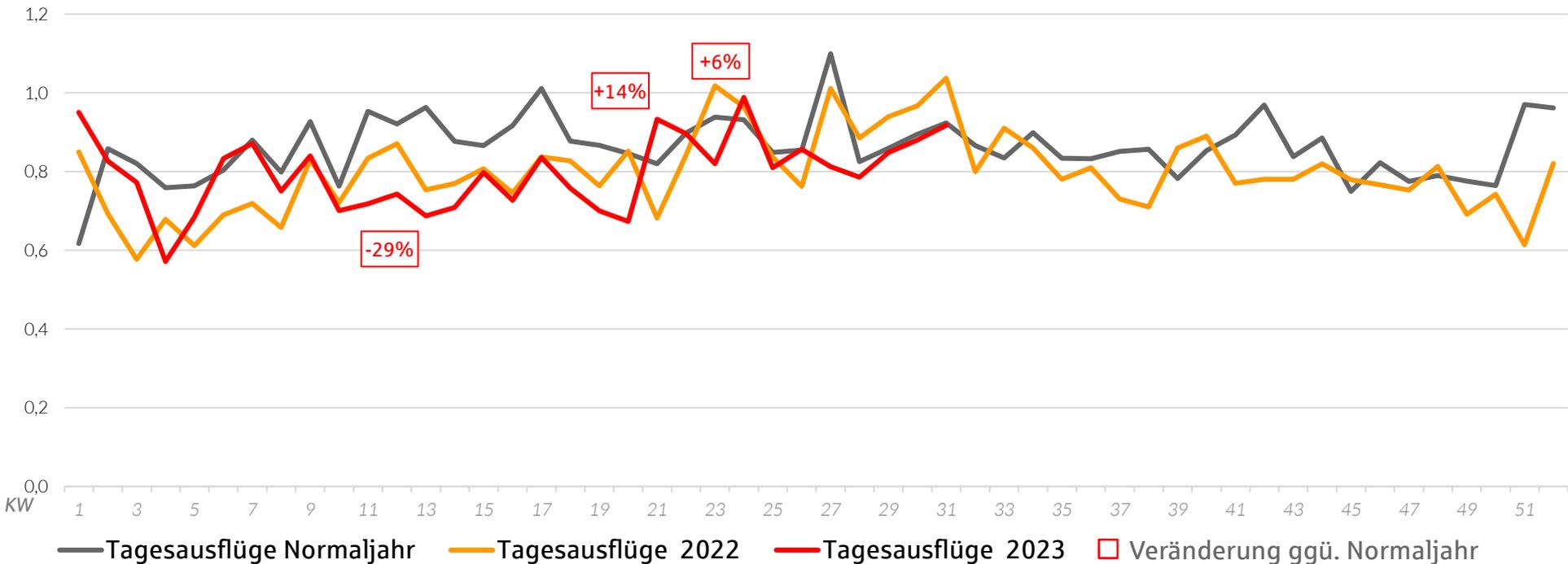
95% des  
Vor-Corona-Niveaus  
erreicht



Übernachtungen in gewerblichen Betrieben in **Mecklenburg-Vorpommern**  
nach Monaten 2023, 2022 und 2019 (absolut)

# Tagesreisen-EKG: Sommer 2023 auf Normalniveau

Tagesausflugsintensität: Durchschnitt der privaten Tagesausflüge pro Kopf in einer Kalenderwoche



# Freizeitwirtschaft in MV übertrifft Zahlen aus 2019

Entwicklung der Besucher-  
zahlen 1. Halbjahr 2023

2023 ggü.	MV	D
2019	+2%	-6%
2022	+24%	+10%



## Bäder/Thermen

2019 +7%

2022 +48%

## Museen/Ausstellungen

2019 -11%

2022 +28%

## Zoos/Tierparks

2019 +4%

2022 -2%

# Neuer Bahnhof bei Karls-Erlebnisdorf Rövershagen





**Auslandsnachfrage  
kommt zurück**



**Küsten und Seen  
mit weniger Dynamik**



**Städte mit Leisure-Fokus  
wieder im Kommen**



**Tagesreisen stabilisieren  
sich, geringere Ausgaben**



**Freizeitwirtschaft  
stabilisiert sich**



**Sommersaison mit weniger  
Spontan- & Zweitreisen**

# Die Lage der Betriebe



Die großen Herausforderungen für die Betriebe sind und bleiben ...



Arbeitskräfte-  
mangel

Energie- &  
Warenkosten

Digitalisierung/  
Prozess-  
optimierung



# Kostenstrukturen eines städtischen 3-Sterne-Hotels

Vollhotel:

107 Betten | 62 Zimmer

56 Beschäftigte (inkl. Azubis)

GuV-Daten für 2017

Annahmen 2023:

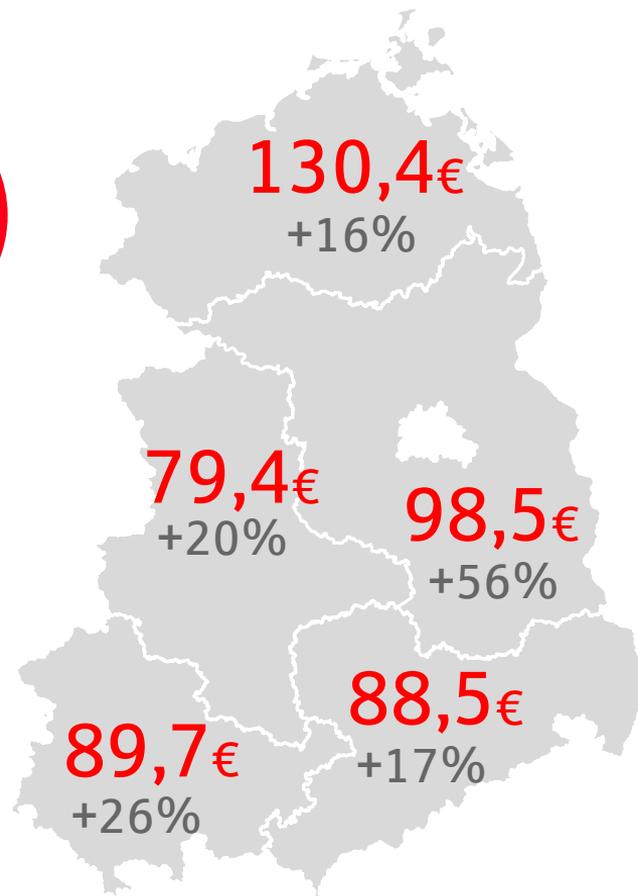
Ø 22% Kostenanstieg  
(inkl. Energiekosten)

Rechenbeispiel	2017	2023
Umsatz	2,8 Mio.€	2,8 Mio.€
Personalaufwand	42%	49%
Warenaufwand	18%	22%
Energie	4%	7%
Sonstiges	28%	34%
<b>Gewinn vor Steuern</b>	<b>8%</b>	<b>-12%</b>



# MV mit höchsten Durchschnittspreisen deutschlandweit

Veränderung  
Jan-Jul 2023 ggü.  
Jan-Jul 2017



Quelle: dwif 2023, Daten STR Global

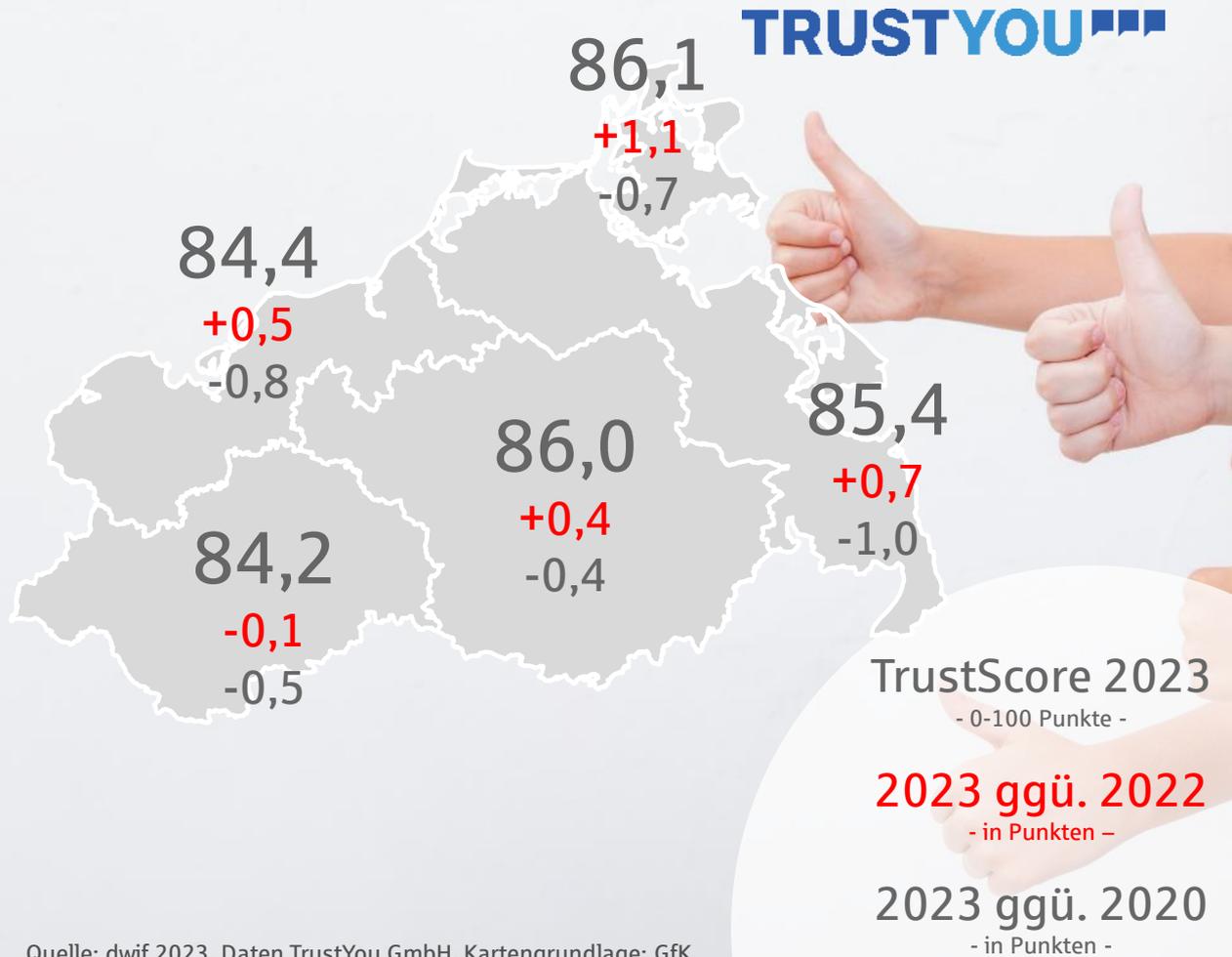
# Gästezufriedenheit: Talfahrt in MV gestoppt

MV D

85,4 86,8

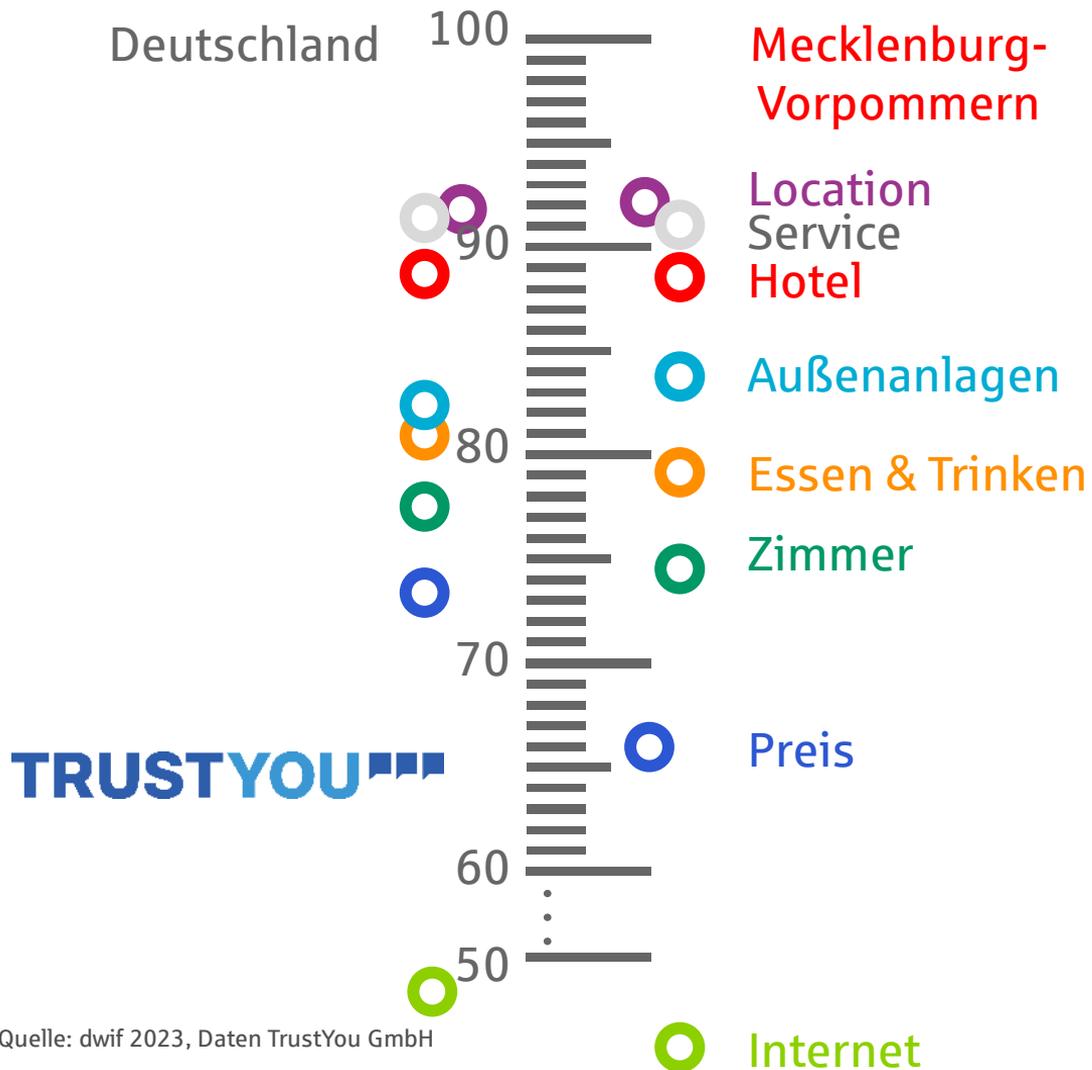
ggü. 2022 +0,7 +/-0

ggü. 2020 -0,7 -0,6



Quelle: dwif 2023, Daten TrustYou GmbH, Kartengrundlage: GfK

# Achtung, Achtung: Preis-Leistungs- Verhältnis



TRUSTYOU

Quelle: dwif 2023, Daten TrustYou GmbH

# Investitionsdruck wächst, Investitionsspielraum da!?

Eigenkapital ↑ Preise ↑  
Investitionen ↓ Zufriedenheit PLV ↓

Ist

Investitionen  
deutlich steigern

Soll

# Gastronomie hat sich schneller erholt als Beherbergung

Touristischer Arbeitsmarkt  
in Mecklenburg-  
Vorpommern:  
Gastgewerbe im Vergleich  
2022 ggü. 2019

Beherbergung

**-4,1%**

Gastronomie

**+2,1%**

GeB **-6,6%**  
SvB **+1,5%**

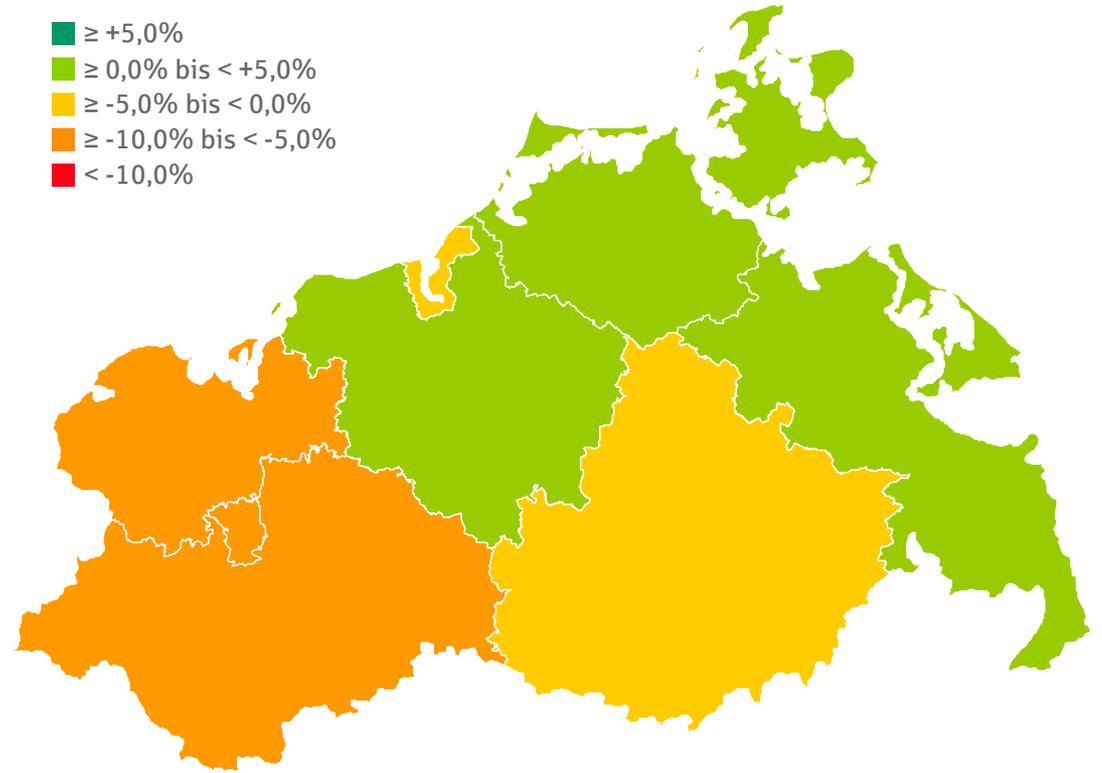
# Leichte Erholung auf dem gastgewerblichen Arbeitsmarkt

Beschäftigte (SvB & GeB)  
nach Landkreisen in  
Mecklenburg-Vorpommern  
2022 ggü. 2019 (%)

MV -0,9%

D -5,0%

- $\geq +5,0\%$
- $\geq 0,0\%$  bis  $< +5,0\%$
- $\geq -5,0\%$  bis  $< 0,0\%$
- $\geq -10,0\%$  bis  $< -5,0\%$
- $< -10,0\%$



Quelle: dwif 2023, Daten: Arbeitsagentur, Kartengrundlage: GfK

# Wenig Nachwuchs in Mecklenburg- Vorpommern

Sozialversicherungs-  
pflichtig Beschäftigte  
und Auszubildende im  
Gastgewerbe im Jahr 2022



**34,2%**  
arbeiten in **Teilzeit**

**13,2%**  
sind unter **25 Jahre** alt



**-34,0%**  
weniger Ausbildungsstellen als  
vor 10 Jahren

# Digitales Self-Service-Angebot statt Personal

Deck Beach Club & Restaurant

zu unseren **Events auf Facebook**



Bestellservice

zu unseren **online Bestellservice** für Speisen,  
Getränke und Tickets

[www.deckbeachclub.com](http://www.deckbeachclub.com)



Gästeszufriedenheit: Talfahrt beendet



Preis – Gratwanderung zwischen  
Notwendigkeit und Nachfrage



Bilder: freepik

Arbeitsmarkt: kurzfristig leichte Entspannung, nicht nachlassen  
Investitionsbedarf bleibt: Prozesse überdenken und neu gestalten (Digitalisierung!)

# Tagestourismus: Ein Milliardengeschäft für Mecklenburg-Vorpommern und Motor für die regionale Entwicklung?

Tagestourismus:  
Volumen 2019 fast  
erreicht, Umsätze  
gestiegen

**67 Mio.**  
Tagesreisen in  
MV 2022

**-1%**  
ggü. 2019

**Umsatz**  
**2,0 Mrd. €**

Quelle: dwif 2023, Daten dwif-Tagesreisenmonitor, Bild: TZRW / Holger Martens

# Tagesausflüge in Mecklenburg-Vorpommern finden immer & überall statt ...

55%

Montag bis  
Freitag



52%

Herbst-/  
Wintermonate\*



\* Nov bis Apr

Großstädte

21%

35%

Klein-/Mittelstädte

44%

ländlicher Raum

# ... mit vielfältigem Aktivitätsspektrum

Aktivitäten der  
Tagesausflügler in  
Mecklenburg-Vorpommern

(Auswahl, aggregiert,  
Mehrfachnennungen)

Besuch von  
Restaurants, Cafés etc.



28%

Shopping



13%



20%

Sehenswürdigkeiten/  
Attraktionen



11%

Veranstaltungen,  
Aufführungen etc.

# Tagesausflüge als wichtiger Erfolgsfaktor für eine ganzjährige Grundauslastung

# Errichtung/Erhalt von Betrieben & Infrastruktur

Einschätzung der DMO



60%

(sehr) starker Beitrag  
des Tagestourismus

„Über das touristische Aufkommen der Tagesgäste erfährt der lokale Einzelhandel eine Nachfrage, die für dessen wirtschaftliches Überleben notwendig ist, allein durch die einheimische Bevölkerung jedoch nicht zu erbringen wäre.“

*Zitat aus Expertengespräch*

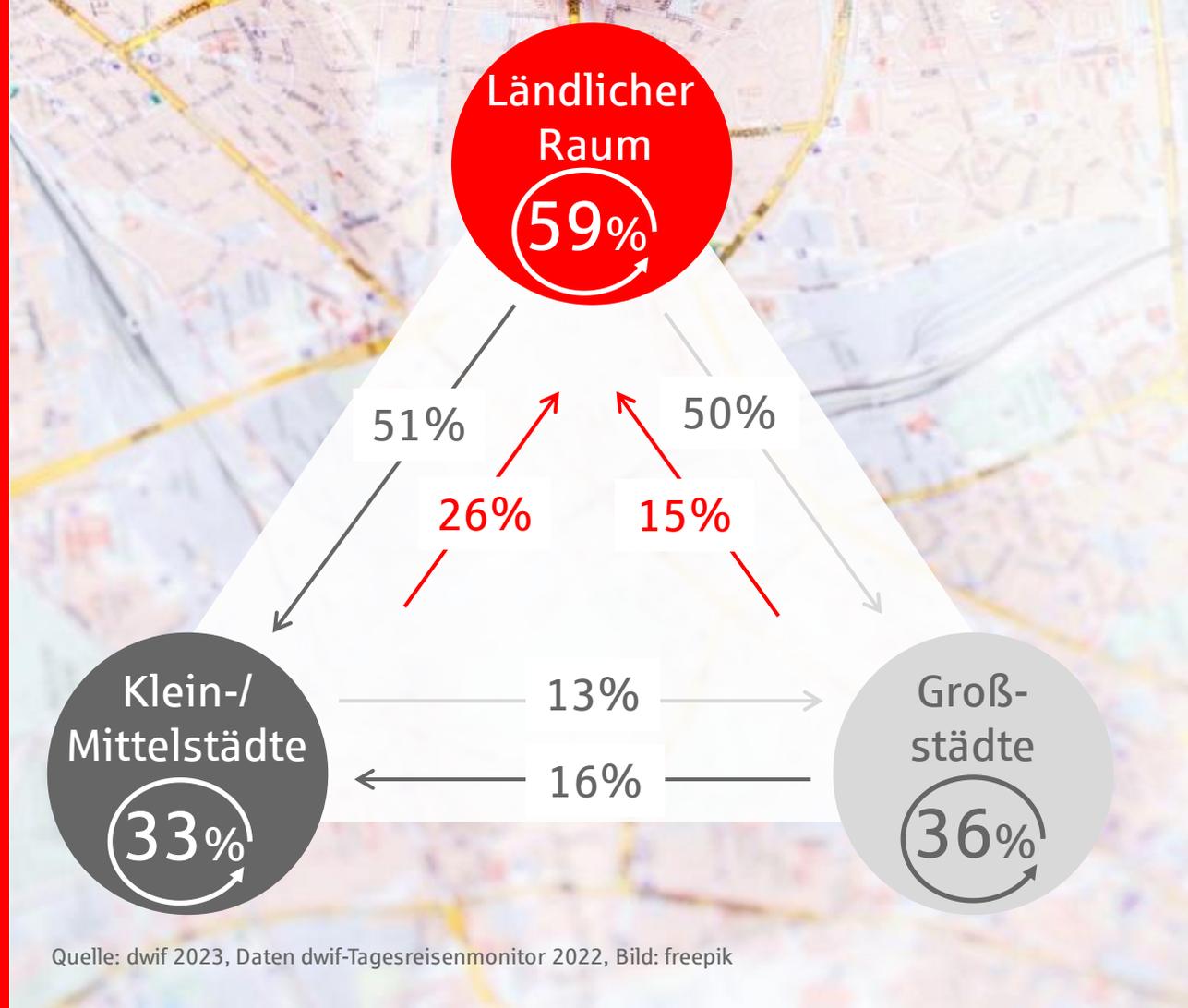


# Symbiose:

Tagestourismus stärkt die Stadt-Land-Verflechtung. Beide Seiten profitieren vom Ausflugsverkehr.

# Verflechtungen zwischen Stadt und Umland – Nutzen für alle

Anteile der  
Herkunftsströme  
nach Raumtypen  
(Tagesausflüge)



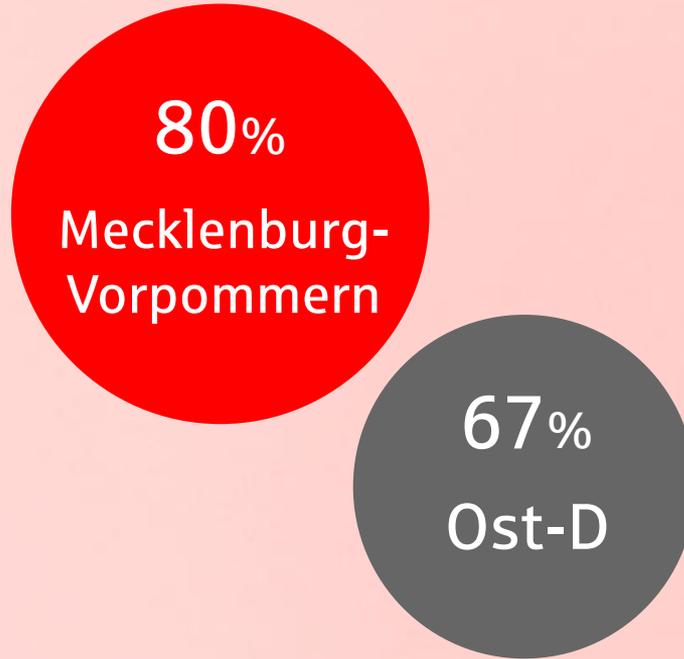
Quelle: dwif 2023, Daten dwif-Tagesreisenmonitor 2022, Bild: freepik

Ambivalenz bei der Bevölkerung:  
Positive und negative Effekte halten sich  
die Waage.

Positive Effekte  
werden in  
Mecklenburg-  
Vorpommern  
häufiger  
wahrgenommen

Einschätzung der  
Einwohner

Meine Region profitiert  
vom Tagestourismus!



# Tagestourismus polarisiert in saisonal geprägten Orten

Viele Angebote ohne  
Tourismus in ihrer Form  
nicht möglich

- ✓ Region profitiert
- ✓ Lebensqualität steigt
- ✓ Umfangreiche Infrastruktur

vs.

- ⚡ Überlasterscheinungen
- ⚡ Höhere Preise
- ⚡ Verkehrsprobleme
- ⚡ Hinterland geht leer aus

# Negative Effekte des Tagestourismus werden in Mecklenburg-Vorpommern häufiger beklagt ...



69%  
nehmen durch  
Tagesausflügler  
in ihrer Region keine  
Beeinträchtigungen  
wahr!

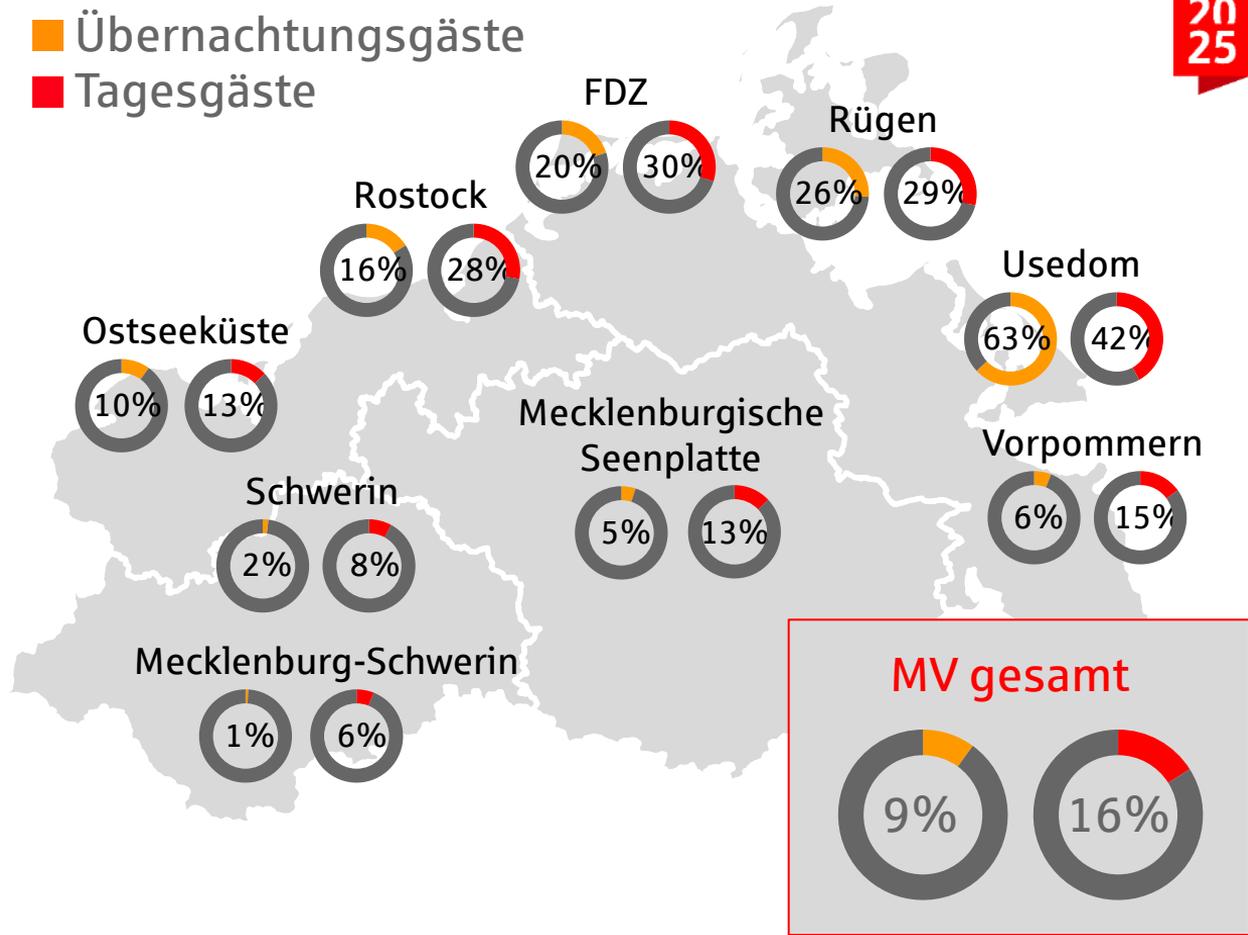


zwar: **saisonal/zeitlich begrenzt**  
aber: **flächendeckend in der Region**

# Einstellung der Bevölkerung zu Tourismussegmenten

Prozentualer Anteil der Bürger\*innen der Regionen in Mecklenburg-Vorpommern, die „zu viele“ Gäste wahrnehmen

- Übernachtungsgäste
- Tagesgäste



Defizite bei  
beeinflussbaren  
Attraktivitäts-  
faktoren,  
Herausforderung  
Mobilität

Zufriedenheit mit dem  
Angebot in der eigenen  
Region



## Hohe Zufriedenheit

Natur/Landschaft  
gute Luft  
Ruhe  
Erholungsmöglichkeiten  
Wander-/Radwege

## Verbesserungsbedarf



Verkehrsinfrastruktur  
ÖPNV & Individualverkehr  
Veranstaltungen  
Freizeiteinrichtungen



Initiative für Mecklenburg-Vorpommern –  
Heimvorteile & #wirsindurlaubsland



# Woche der Kultur-, Stadt- und Naturführungen

Exklusiv und kostenlos für Einheimische. Vom 18. bis 26. Februar 2023.

Aktionsführungen entdecken

Über die Aktion

HeiMvorteile

Quelle und Bild: [www.wirsindurlaubsland.de](http://www.wirsindurlaubsland.de)

MV   
tut gut.

# Tagestourismus in Mecklenburg- Vorpommern ...



Mehrheitlich im  
ländlichen Raum



Kostenlose Naturaktivitäten  
dominieren



Positive Effekte am  
häufigsten wahrgenommen



Hohe Bedeutung:  
Vergünstigungen



Polarisierung in saisonal  
geprägten Räumen



Zielgruppen kennen,  
verstehen und gezielt  
ansprechen

Mobilität in Produkt-  
gestaltung integrieren

Wertschätzung  
erhöhen

## Handlungsfelder im Tagestourismus- management

Besucher  
managen

Produkte und  
Erlebnisse entwickeln

# Zielgruppen kennen, verstehen und gezielt ansprechen

Auch Bevölkerung als  
tagestouristische  
Zielgruppe verstehen

## Wissen über Tagesgäste in Ihrer Destination

- Motive, Erwartungen, Anreise etc.

## Unterscheidung bei Produktentwicklung und Vermarktung

- Übernachtungs- und Tagesgäste
- auswärtige und einheimische Tagesgäste

## Gezielte Ansprache der Einwohner

- Bewusstsein für Freizeit- und Lebensqualität  
vor Ort erhöhen

## Gezielte Marketingmaßnahmen für Ausflügler



Greifswald: Gezieltes Tagesgästemarketing in der Nebensaison

**Greifswald**  
für den  
nächsten  
**Ausflug!**

Unsere historische  
Altstadt wartet  
auf Euch.



VISIT GREIFSWALD.INFO

MV   
tut gut.

[www.greifswald.info](http://www.greifswald.info)

# Produkte & Erlebnisse entwickeln

Spezifische Anforderungen der Tagesgäste berücksichtigen

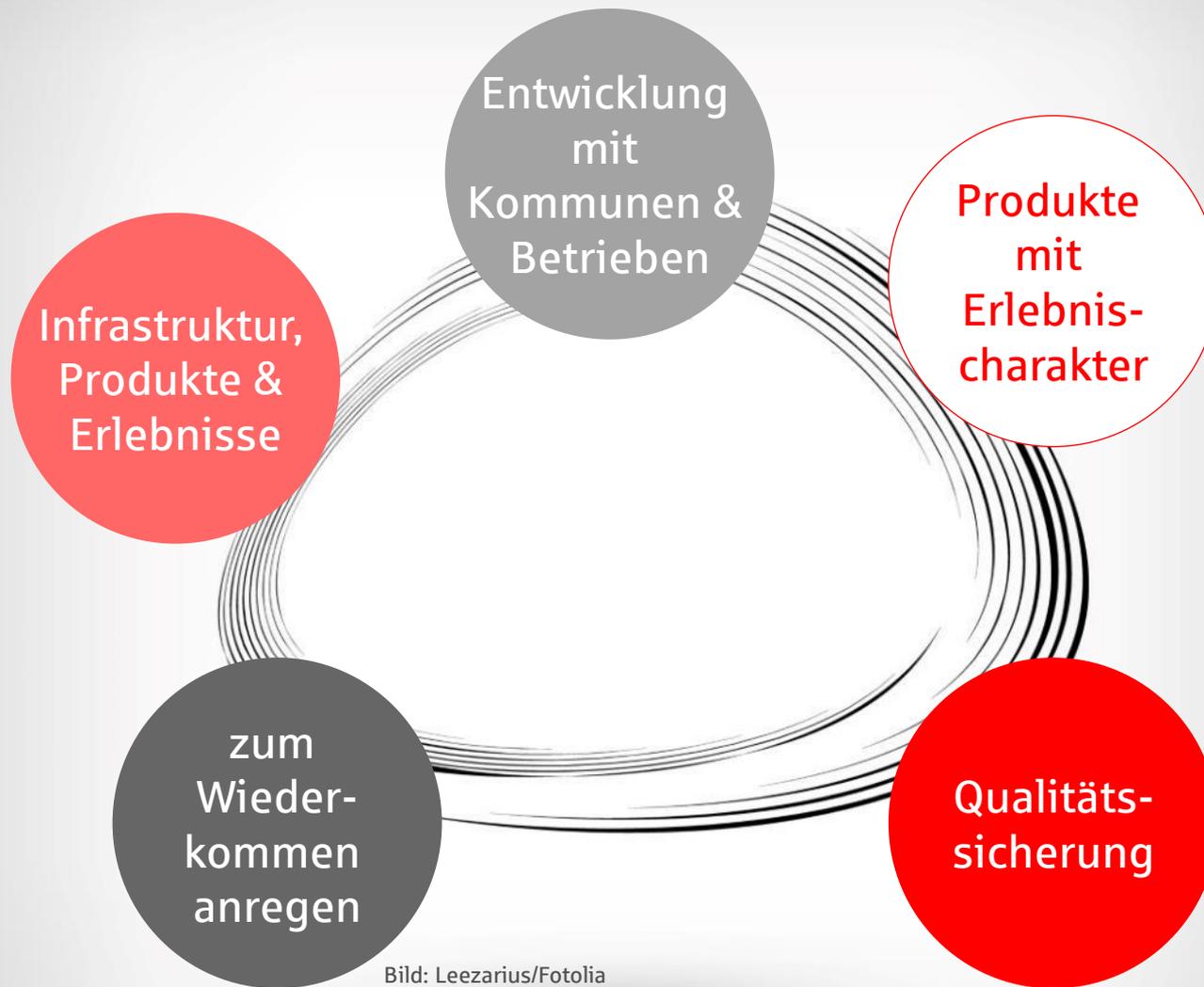
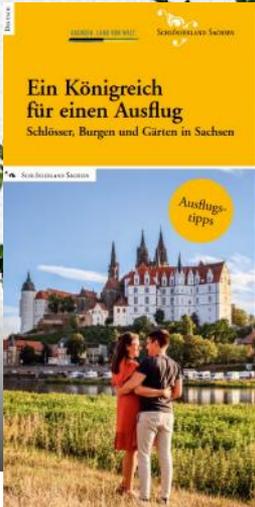


Bild: Leezarius/Fotolia



# Tipps und Planung von Tagesausflügen: App „Schlösserland erleben“ und gedruckte Broschüre

## MACH MEHR AUS DEINEM AUSFLUG



Mobilität in  
Produkt-  
gestaltung  
integrieren

Komfortable  
Erreichbarkeit und  
Minimierung der  
Verkehrsbelastung

# Aktives Mobilitätsmanagement



„letzte  
Meile“  
& ÖPNV

Park-  
raum  
...

Abstimmung der Mobilität  
auf den tagestouristischen  
Bedarf



Sensibilisierung und  
Beratung durch die  
Touristiker

# Tagesausflugsplanung per App und ÖPNV in Niedersachsen



## Finde Ausflugs-Tipps, die mit Bus & Bahn gut erreichbar sind!

- Kategorie und Startort wählen
- Von dort aus gut erreichbare Ziele entdecken
- Direkt oder mit wenigen Umstiegen anreisen

WÄHLE EINE KATEGORIE ↓

# Besucher managen

Steuerung und Lenkung  
der Ausflügler  
als besondere  
Herausforderung

Reduzierung  
punktueller  
Überlastungs-  
situationen



Bewerbung  
alternativer  
Ausflugsziele mit  
weniger Nachfrage

Datenerhebung  
& Monitoring



# Ausflugsticker Bayern: Digitale Gästelenkung in Echtzeit



## Ausflugsticker **BAYERN**

Ihre Vorteile auf einen Blick



**Aktuelle Meldungen - kennen wir**

Wo ist es voll? Was ist geschlossen? Was gibt es für Alternativen?



**Ausflugstipps - liefern wir**

Für Sie passende Ausflugstipps, auch abseits bekannter Pfade!



**Routing - haben wir**

Auf dem bequemsten & schnellsten Weg an Ihr Traum-Ausflugsziel.

#rücksichtsvolldurchbaye



Bevor du startest, informiere dich, ob dein **Ausflugsziel grade sehr gut besucht ist**. Nicht, dass du dich umsonst auf den Weg machst.



Zielgruppen kennen,  
verstehen und gezielt  
ansprechen

Mobilität in Produkt-  
gestaltung integrieren

Wertschätzung  
erhöhen

Tagestourismusmanagement als  
**gemeinschaftliche**  
**Aufgabe**  
in einer Destination verstehen!

Besucher  
managen

Produkte und  
Erlebnisse entwickeln



# Sparkassen-Tourismusbarometer – Ergebnisse für Mecklenburg-Vorpommern



# Praxisbericht – Tagesreisende im Zoo Leipzig

Andreas Rodefeld  
Leiter Marketing  
Zoo Leipzig GmbH



# Sparkassen-Tourismusbarometer – Ergebnisse für Mecklenburg-Vorpommern