

Gästabefragung Mecklenburg-Vorpommern 2025

Ausgewählte Ergebnisse für Land und Regionen

Auftraggeber: Tourismusverband MV e. V. |
MV Tourismus GmbH (ab 1.1.2026)
Durchführung: Benchmark Services



©MV-T/Gross

benchmark:services



Inhalt

1. Methodik Gästebefragung
2. Merkmale der Reise
3. Gästeprofil
4. Struktur der Reisenden
5. Reiseentscheidung & Planung
6. Mobilität & Verkehr
7. Unterkunft & Verpflegung
8. Aktivitäten
9. Anforderungen & Zufriedenheit



©MV-T/Gross

Kapitel 1

Methodik

Methodik

Methode: schriftliche Befragung (Online & Print)

Befragungszeitraum: Gesamtjahr 2025

Grundgesamtheit: Übernachtungsgäste ab 15 Jahren, die 2025 einen touristischen Aufenthalt in MV verbracht haben, i. F. beziehen sich alle Aussagen auf die befragten Übernachtungsgäste in MV

Stichprobe: MV gesamt: n = 10.192 Befragte
davon FDZ n=1.826, MS n=413, OS n=3.921, SEEN n=588, RÜG n=1.583, USD n=1.561, VP n=289

Abkürzungen: RÜG = Insel Rügen/Hiddensee, FDZ = Halbinsel Fischland-Darß-Zingst, USD = Insel Usedom, VP = Vorpommern (Festland), OS = Mecklenburgische Ostseeküste, MS = Mecklenburg-Schwerin, SEEN = Mecklenburgische Seenplatte & Schweiz

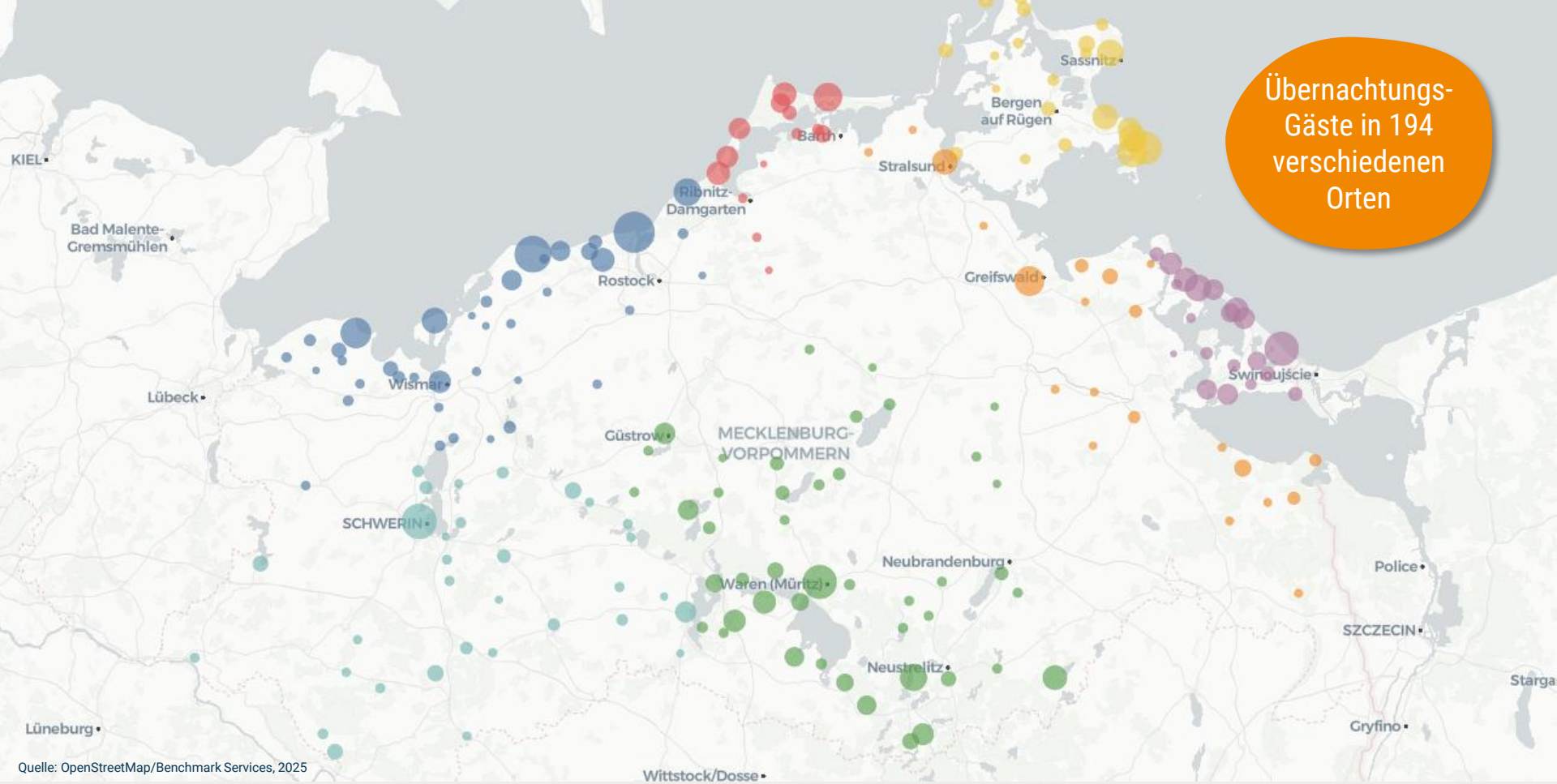
Zeitvergleich: Gästebefragungen in MV aus 2022/2023, Quelle: Benchmark Services; sowie 2009/2010 und 2015/2016, Quelle: ERV/DZT, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

Gewichtung: ex-post durchgeführte Datengewichtung der Struktur der Grundgesamtheit hinsichtlich der Merkmale saisonale und räumliche Verteilung sowie Verteilung auf die verschiedenen Unterkunftsarten

Kapitel 2

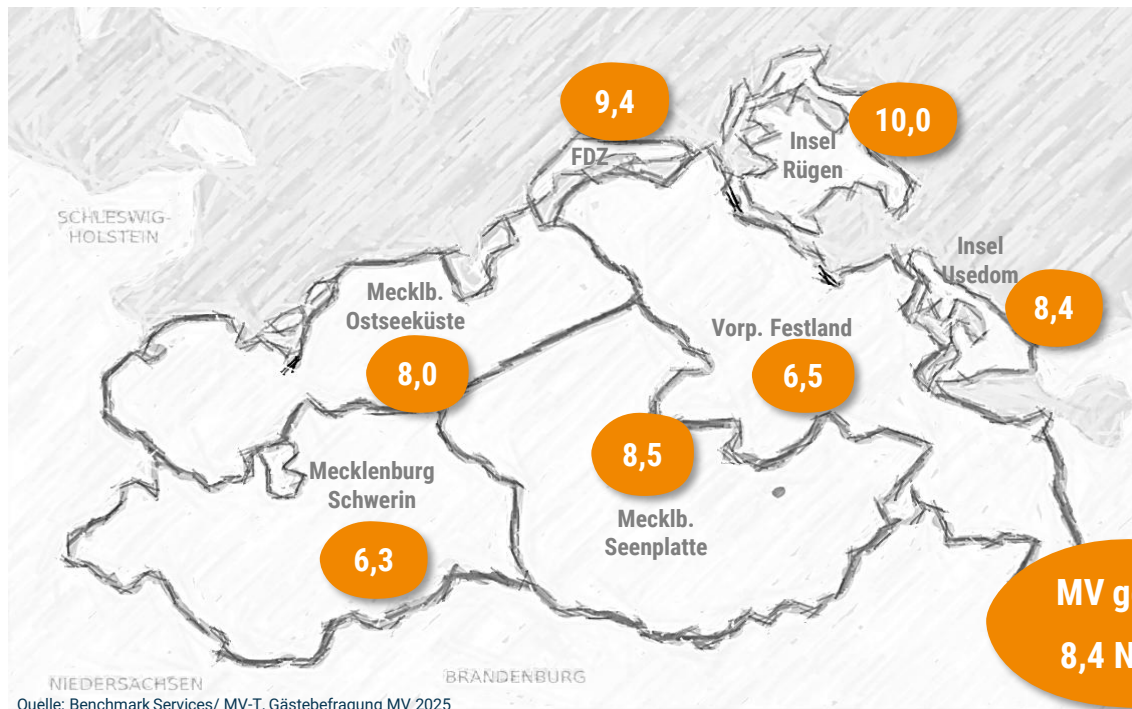
Merkmale der Reise

Übernachtungs-
Gäste in 194
verschiedenen
Orten



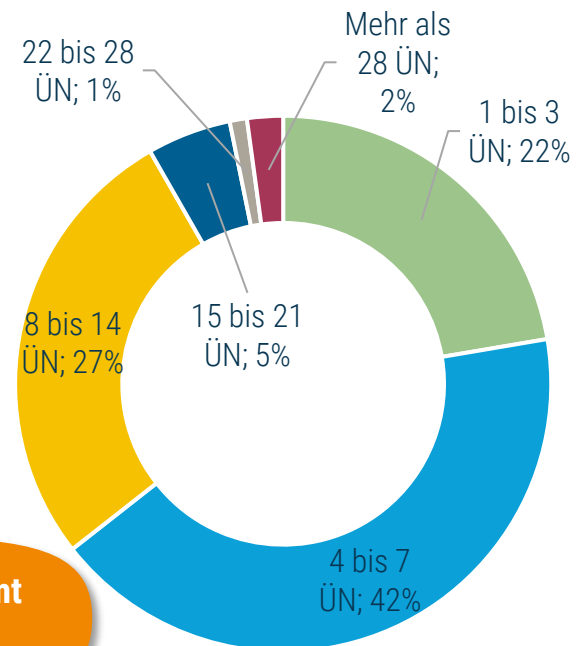
Quelle: OpenStreetMap/Benchmark Services, 2025

Aufenthaltsdauer | Durchschnitt



Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025

Aufenthaltsdauer in MV gesamt

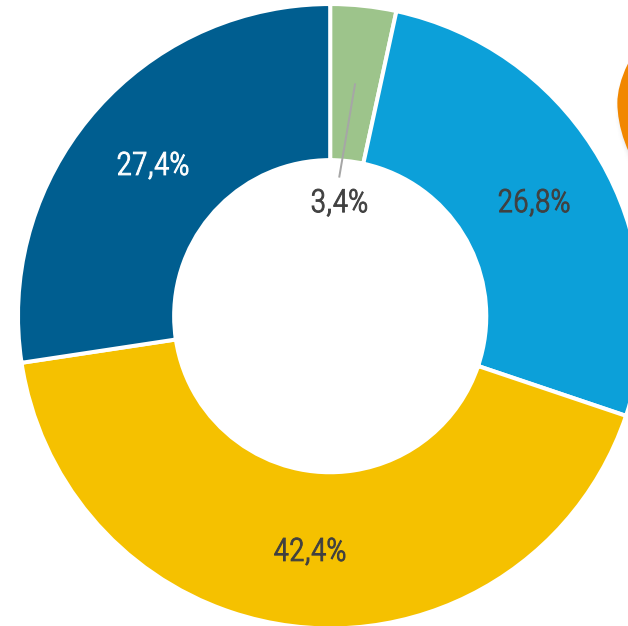


Kapitel 3

Gästeprofil



Altersstruktur | MV gesamt



Durchschnittsalter

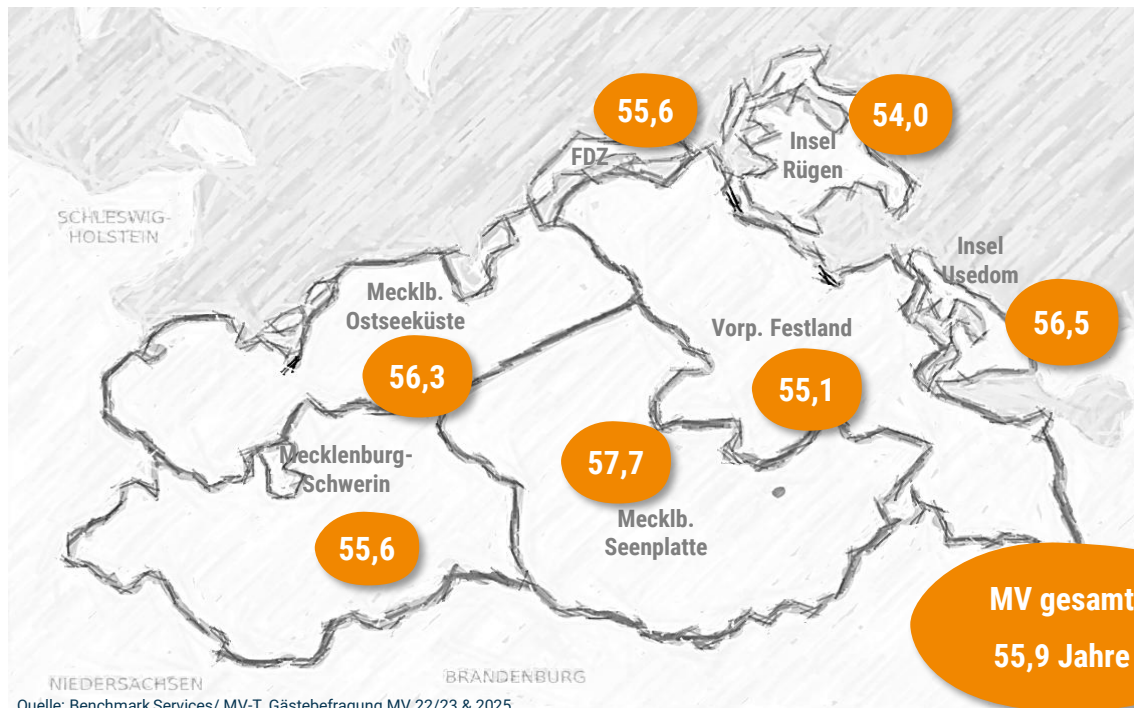
55,9 Jahre

2022/23: 55,0 Jahre

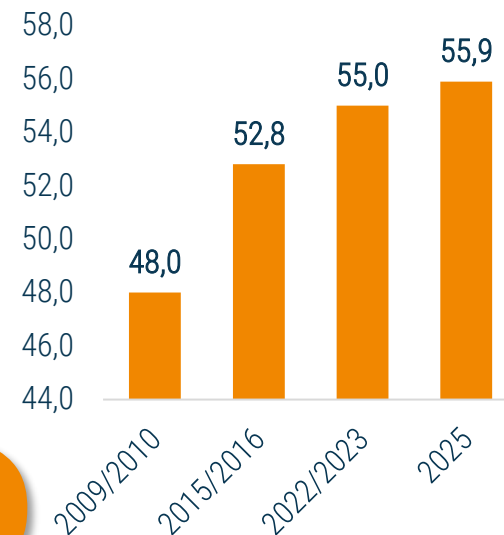
■ 15-29 Jahre ■ 30-49 Jahre ■ 50-64 Jahre ■ 65 Jahre und älter

Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025

Alter | Durchschnitt & Zeitvergleich

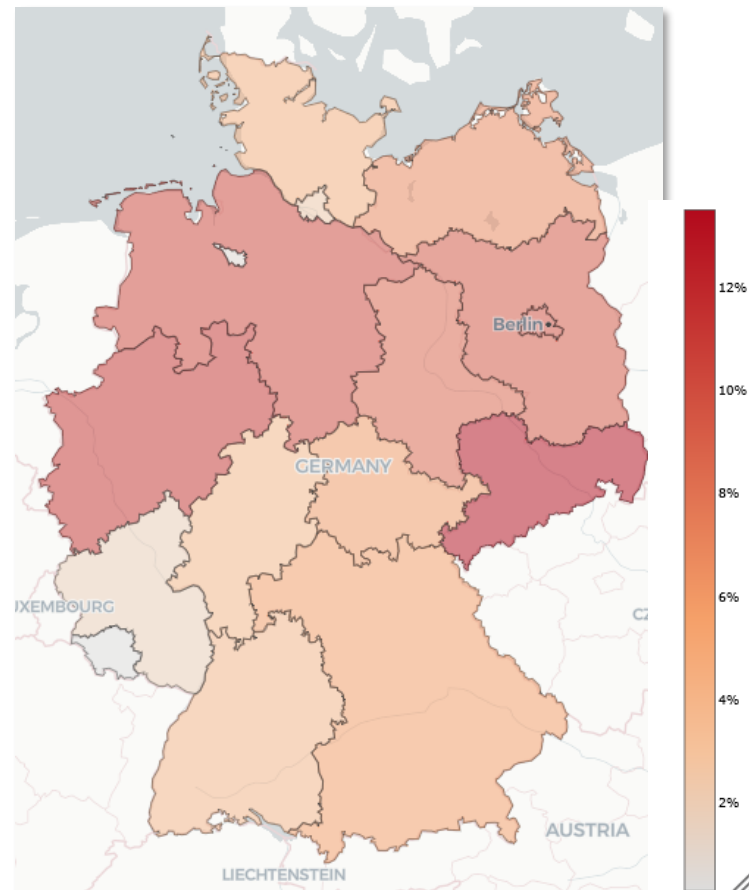
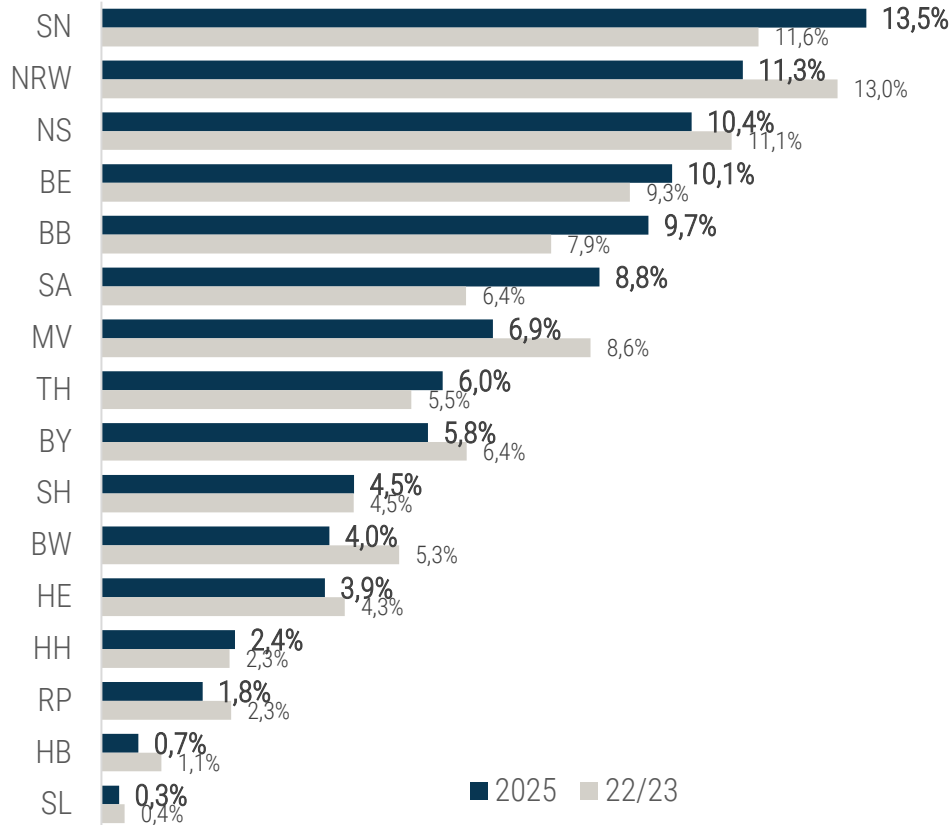


Durchschnittsalter der MV-Urlauber im Zeitablauf



Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, 2010 & 2016

Herkunftsbundesländer | MV gesamt

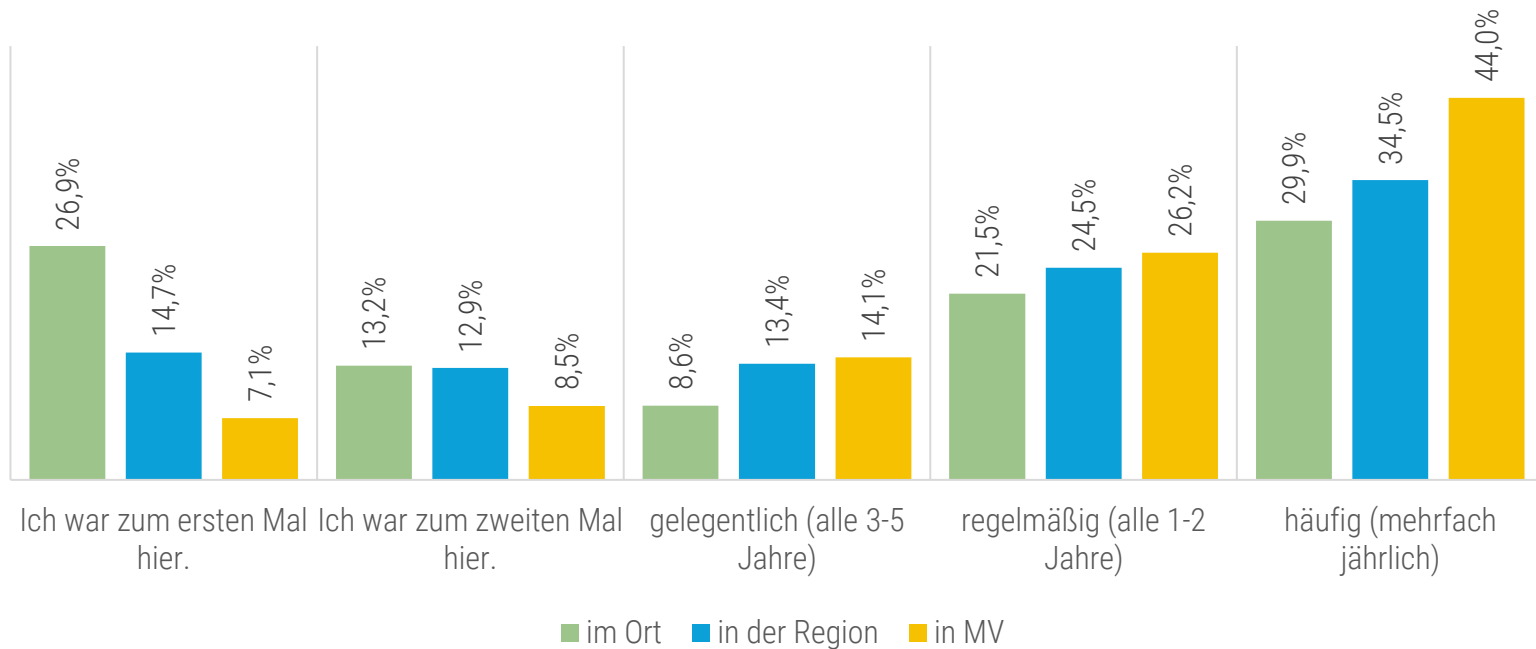


Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2022/2023 & 2025

Kapitel 4

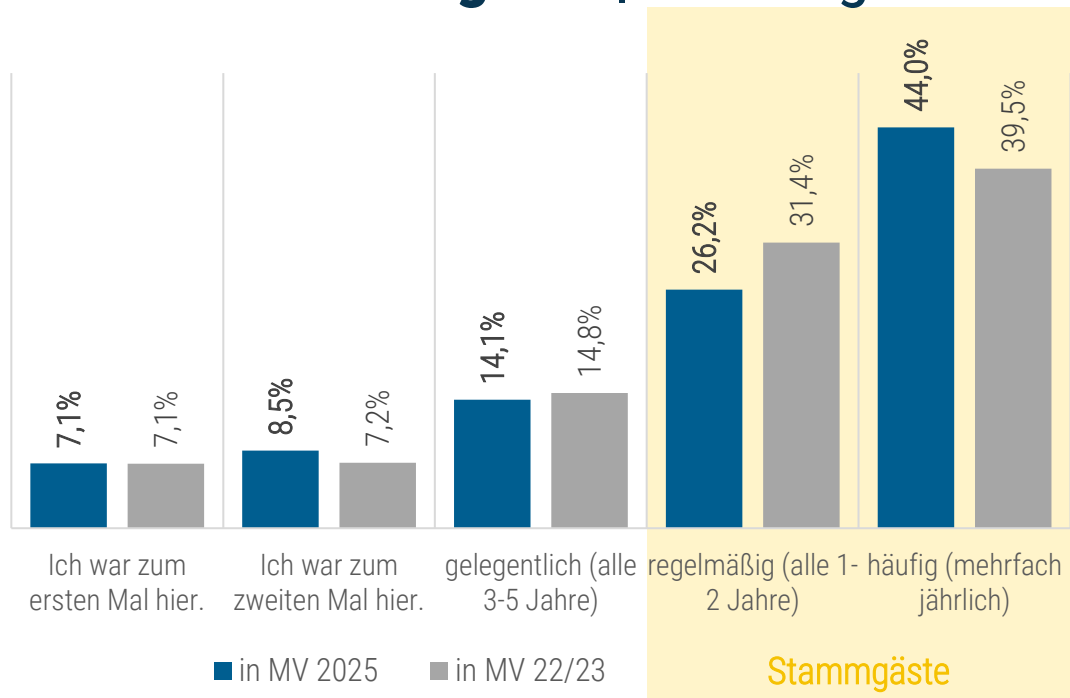
Struktur der Reisenden

Besuchserfahrung | MV gesamt



Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025

Besuchserfahrung MV | Zeitvergleich

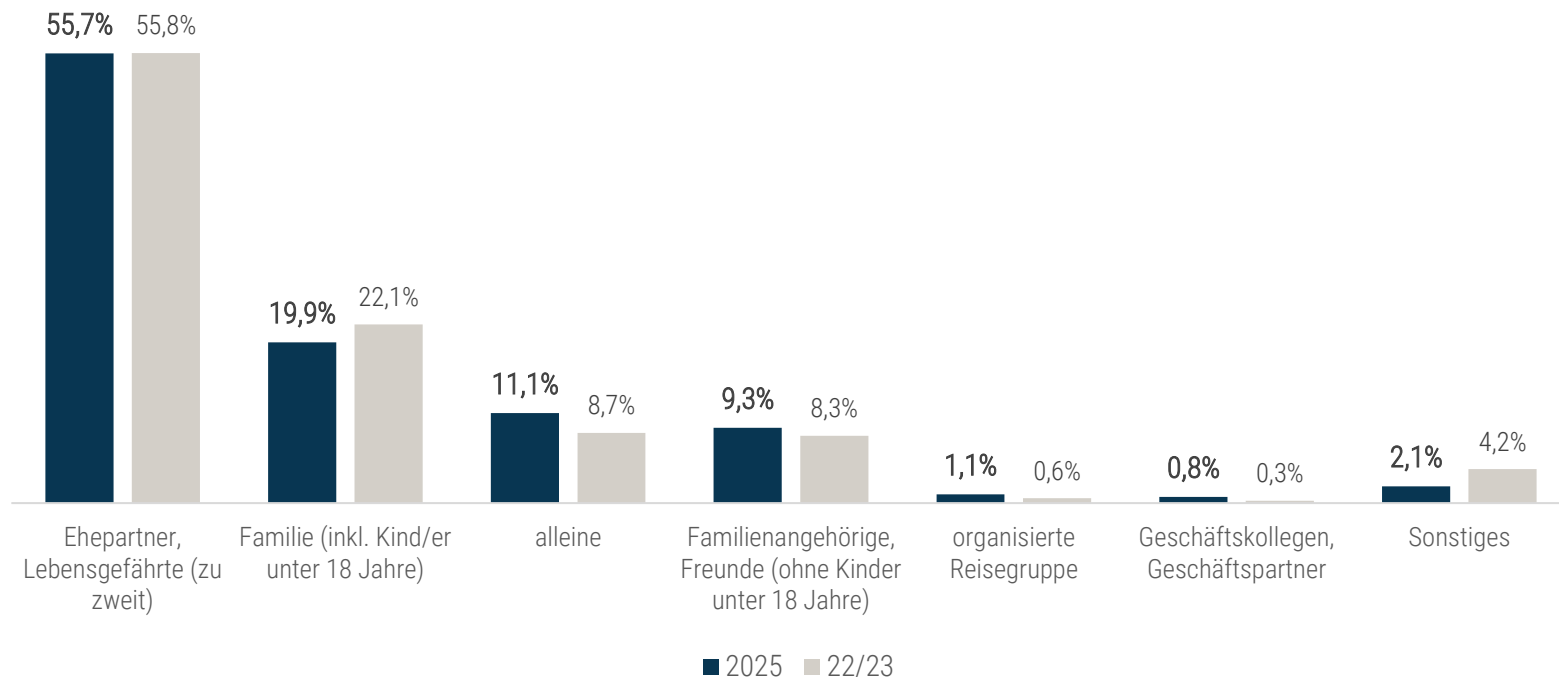


Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2022/23 & 2025



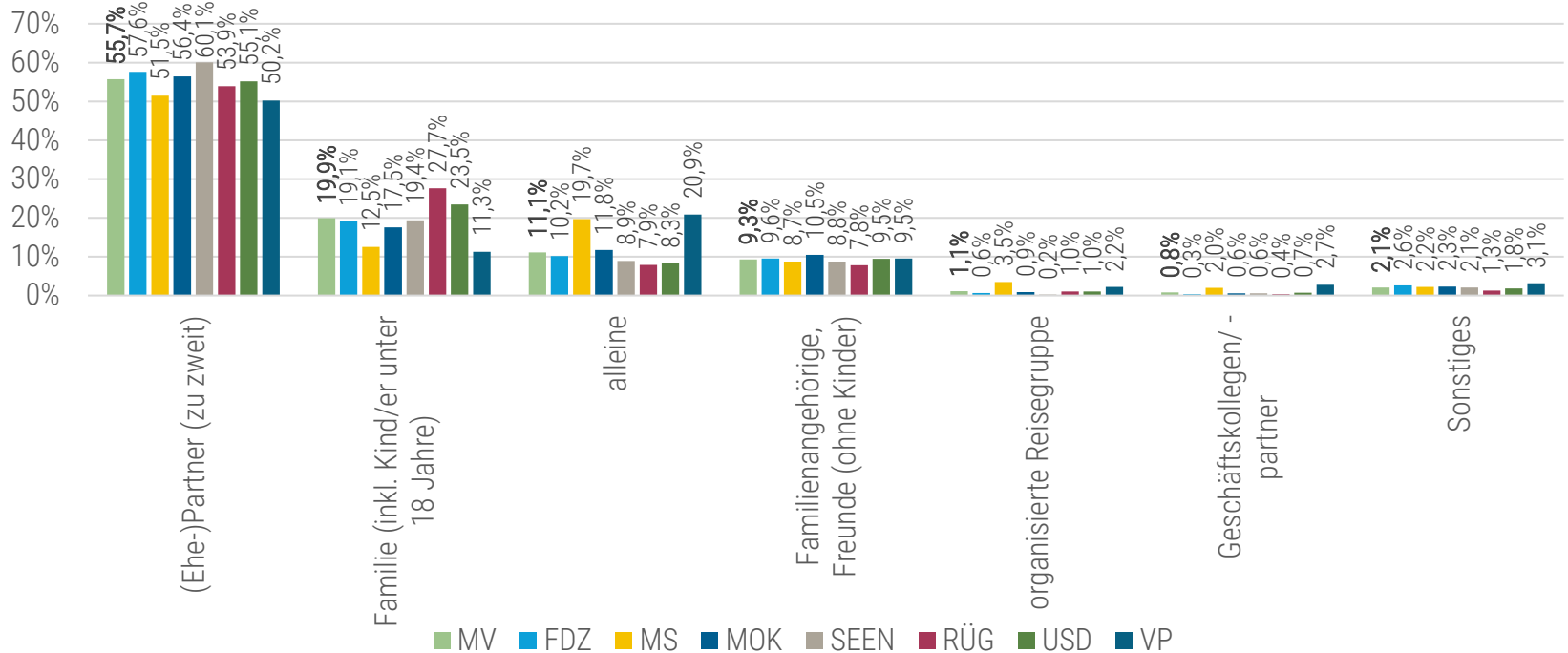
©MV-T/A. Süß

Reisebegleitung | MV gesamt & Zeitvergleich



Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2022/23 & 2025

Reisebegleitung | Regionen



Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025

Kapitel 5

Reiseentscheidung & Planung

Reisemotive | MV gesamt

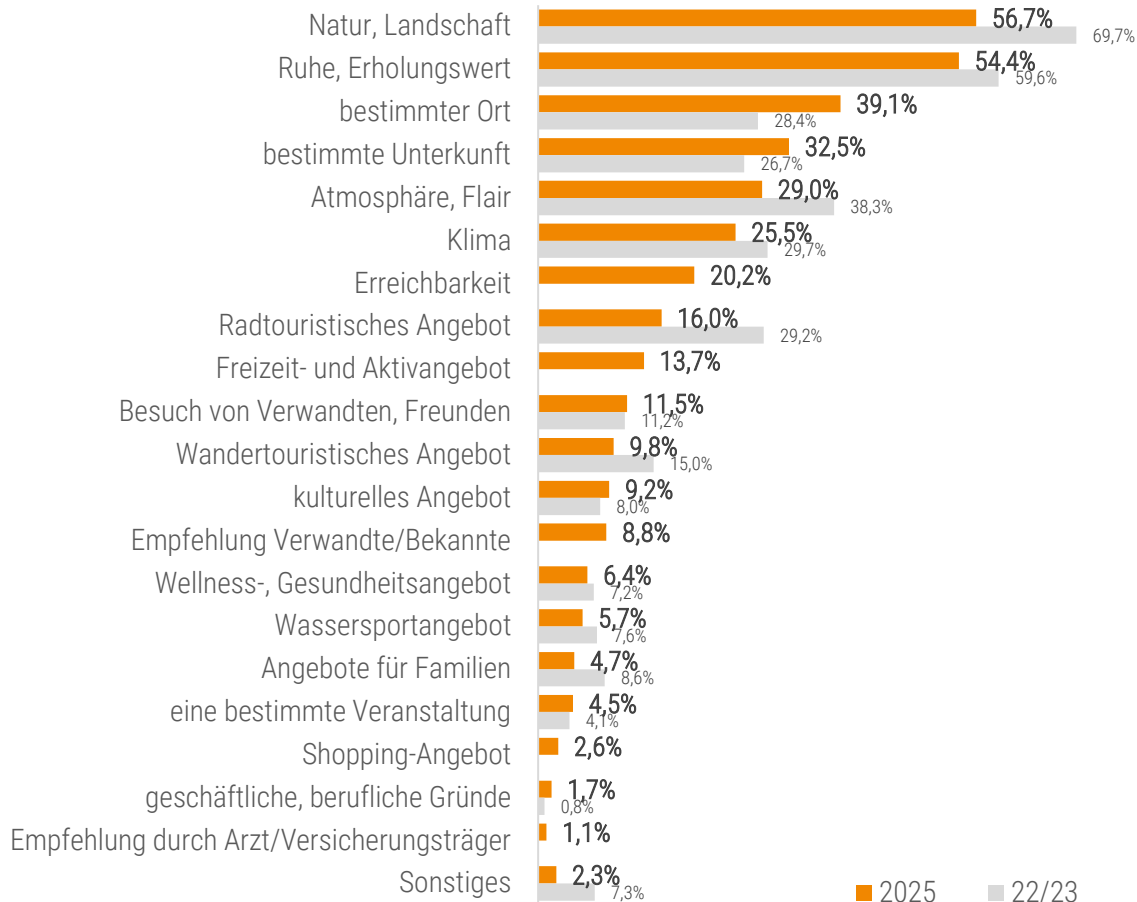


Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025

**Ø 4,3 Reisemotive
je Gast**

Gründe für die Reisezielwahl | MV

Ø 3,6 Gründe für die Reisezielwahl je Gast



Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2022/23 & 2025

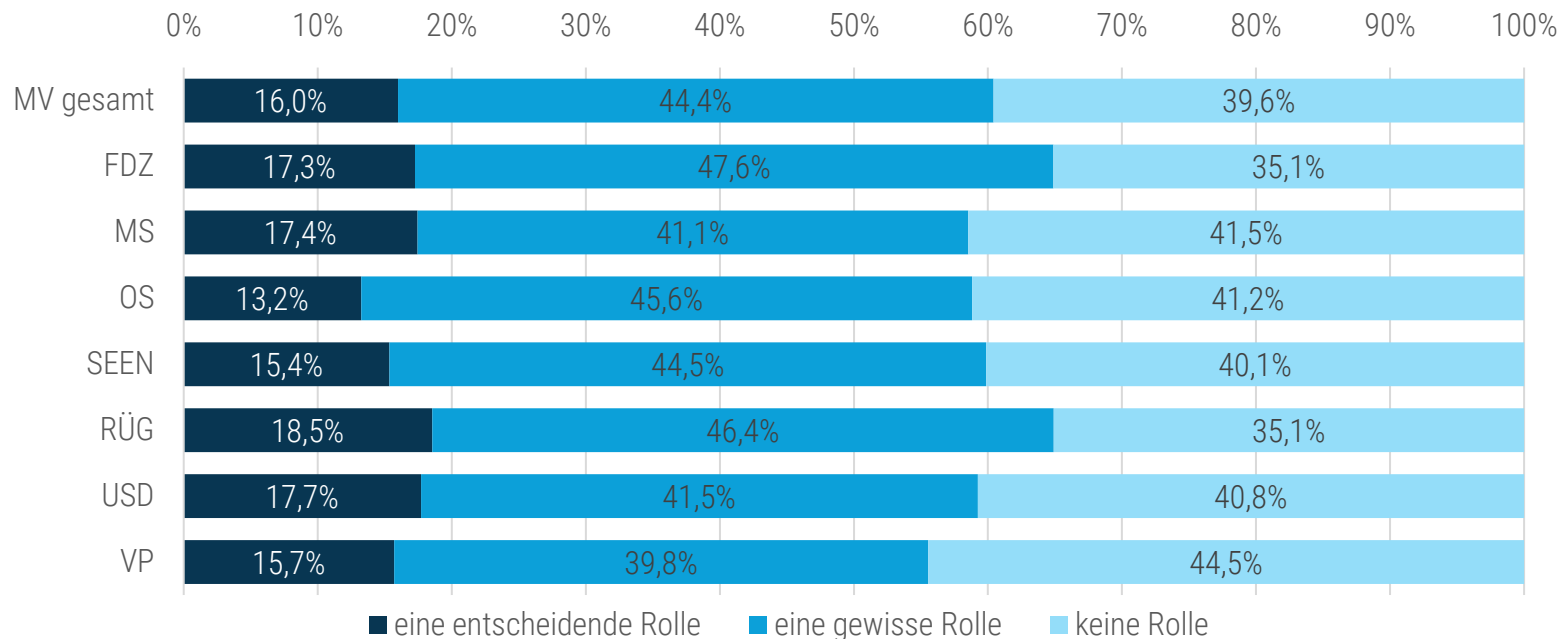
Gründe für die Reisezielwahl | Top-5-Gründe in Städten

Natur & Erholung auch in den Städten in MV wichtig

	Rostock	Schwerin	Stralsund	Greifswald
1	bestimmter Ort 49%	Natur, Landschaft 42%	bestimmter Ort 45%	Besuch von Verwandten, Freunden 54%
2	Natur, Landschaft 42%	bestimmter Ort 41%	Ruhe, Erholungswert 31%	bestimmter Ort 30%
3	Ruhe, Erholungswert 41%	kulturelles Angebot 24%	Natur, Landschaft 29%	Ruhe, Erholungswert 30%
4	Atmosphäre, Flair 33%	Besuch von Verwandten, Freunden 23%	bestimmte Unterkunft 22%	Natur, Landschaft 27%
5	Erreichbarkeit 28%	Ruhe, Erholungswert 23%	Atmosphäre, Flair 20%	bestimmte Unterkunft 19%

Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025

Rolle von Umwelt- & Klimaverträglichkeit bei der Reiseplanung | MV gesamt & Regionen

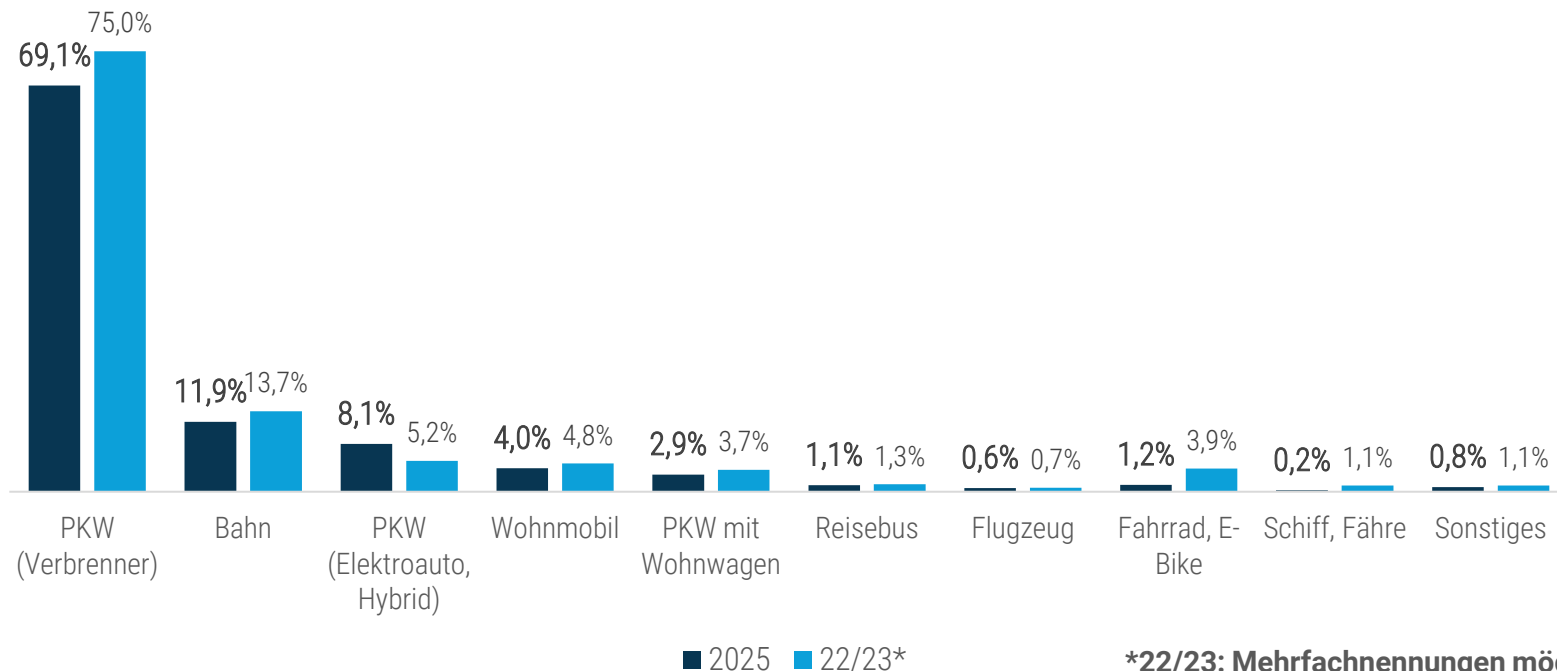


Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025

Kapitel 6

Mobilität & Verkehr

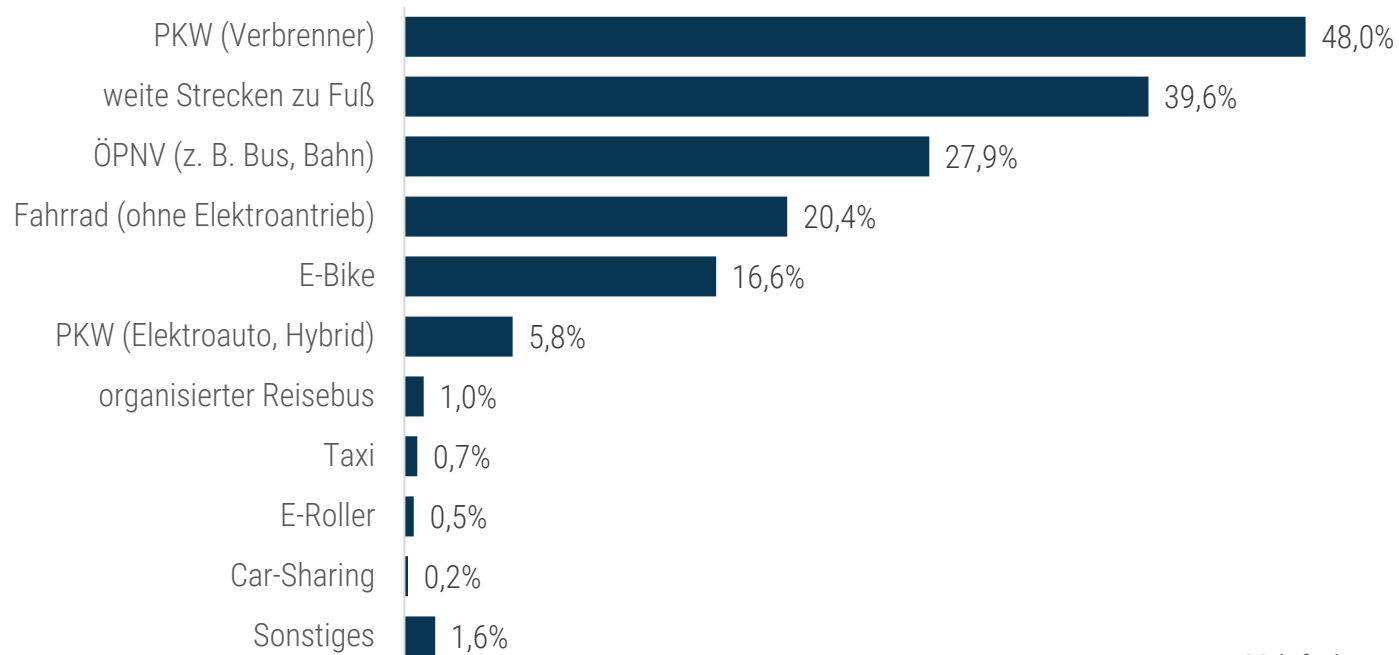
Hauptreiseverkehrsmittel | MV gesamt & Zeitvergleich



***22/23: Mehrfachnennungen mögl.!**

Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 22/23 & 2025

Mobilität vor Ort | MV gesamt



Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025

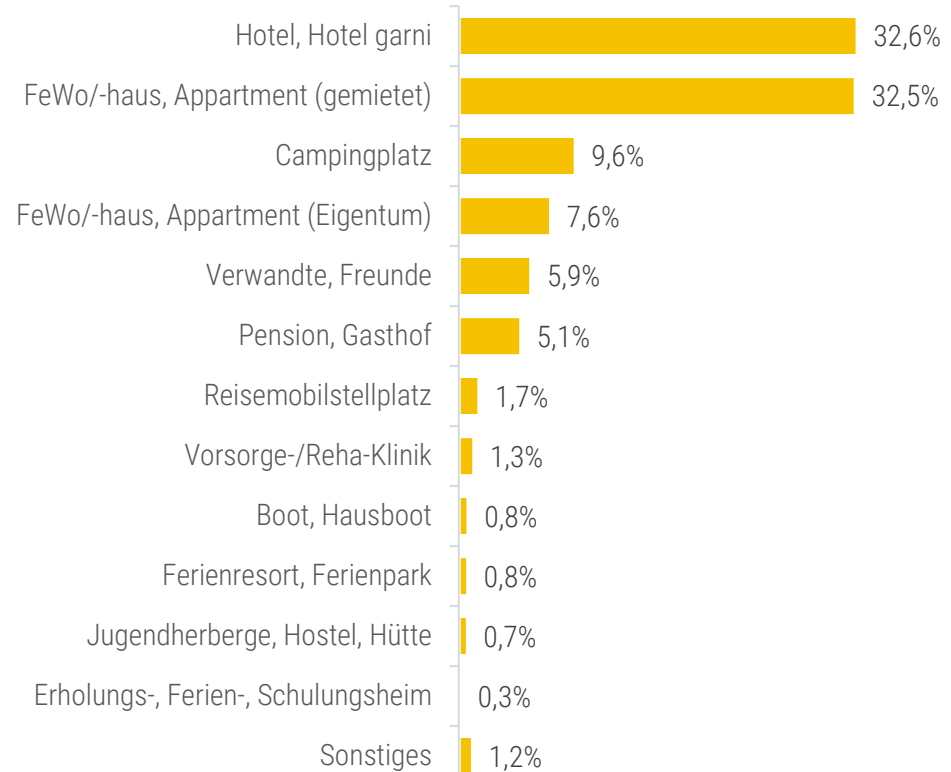
Mehrfachnennungen mögl.

Kapitel 7

Unterkunft & Verpflegung



Gewählte Unterkunftsart | MV

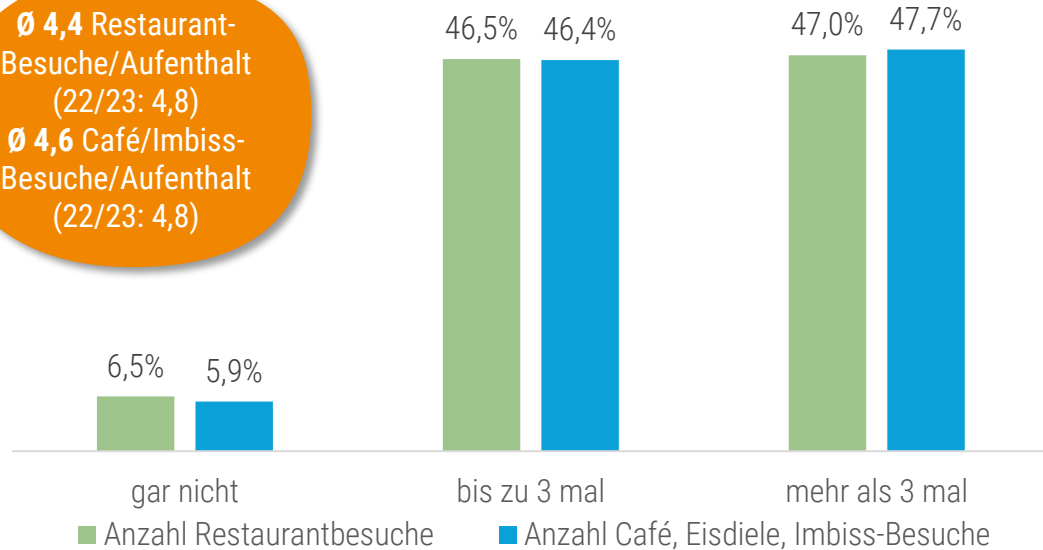


Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025

©MV-T/Kirchgessner

Besuch gastronomischer Einrichtungen | MV gesamt

Ø 4,4 Restaurant-Besuche/Aufenthalt
(22/23: 4,8)
Ø 4,6 Café/Imbiss-Besuche/Aufenthalt
(22/23: 4,8)



Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025



Kapitel 8

Aktivitäten

Urlaubsaktivitäten | MV gesamt

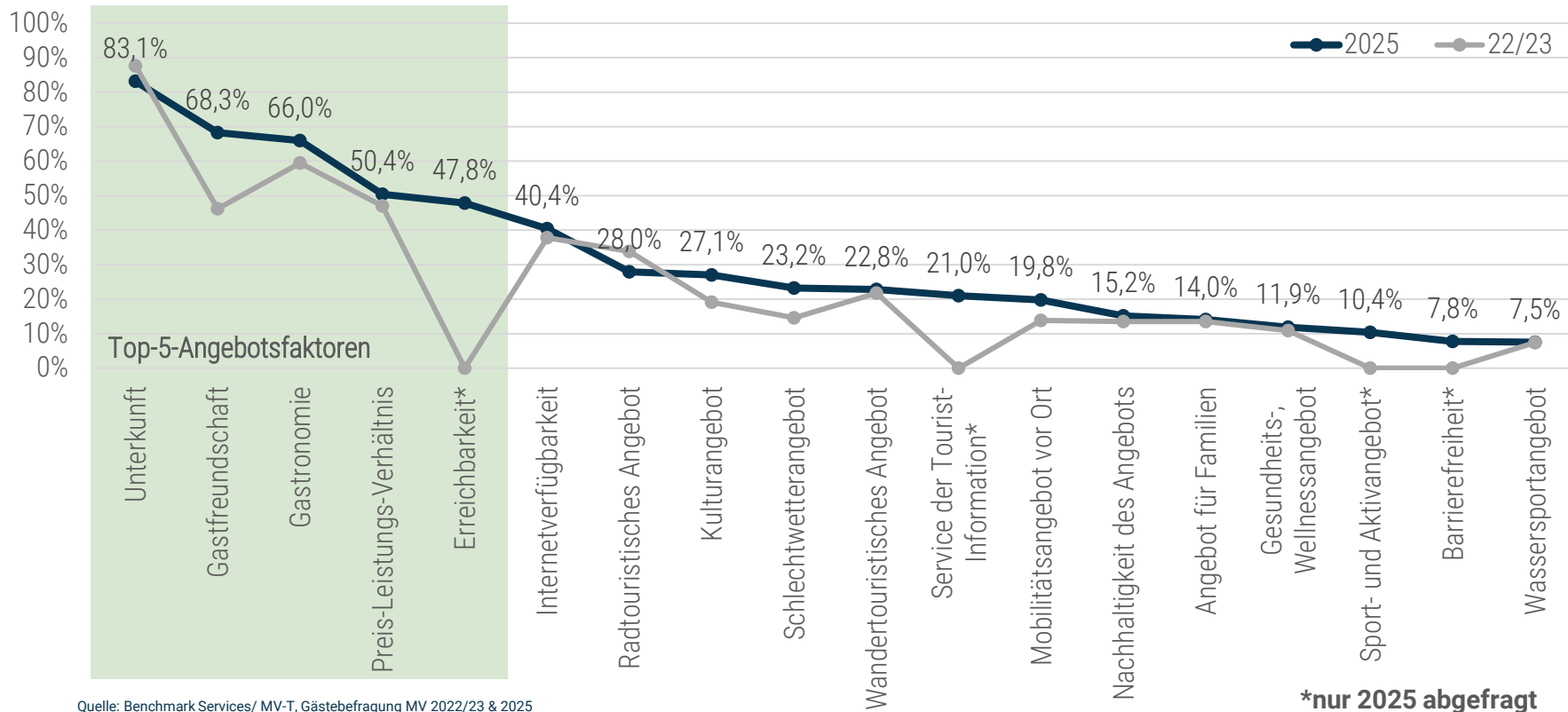


Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025

Kapitel 9

Angebotsanforderungen & Zufriedenheit

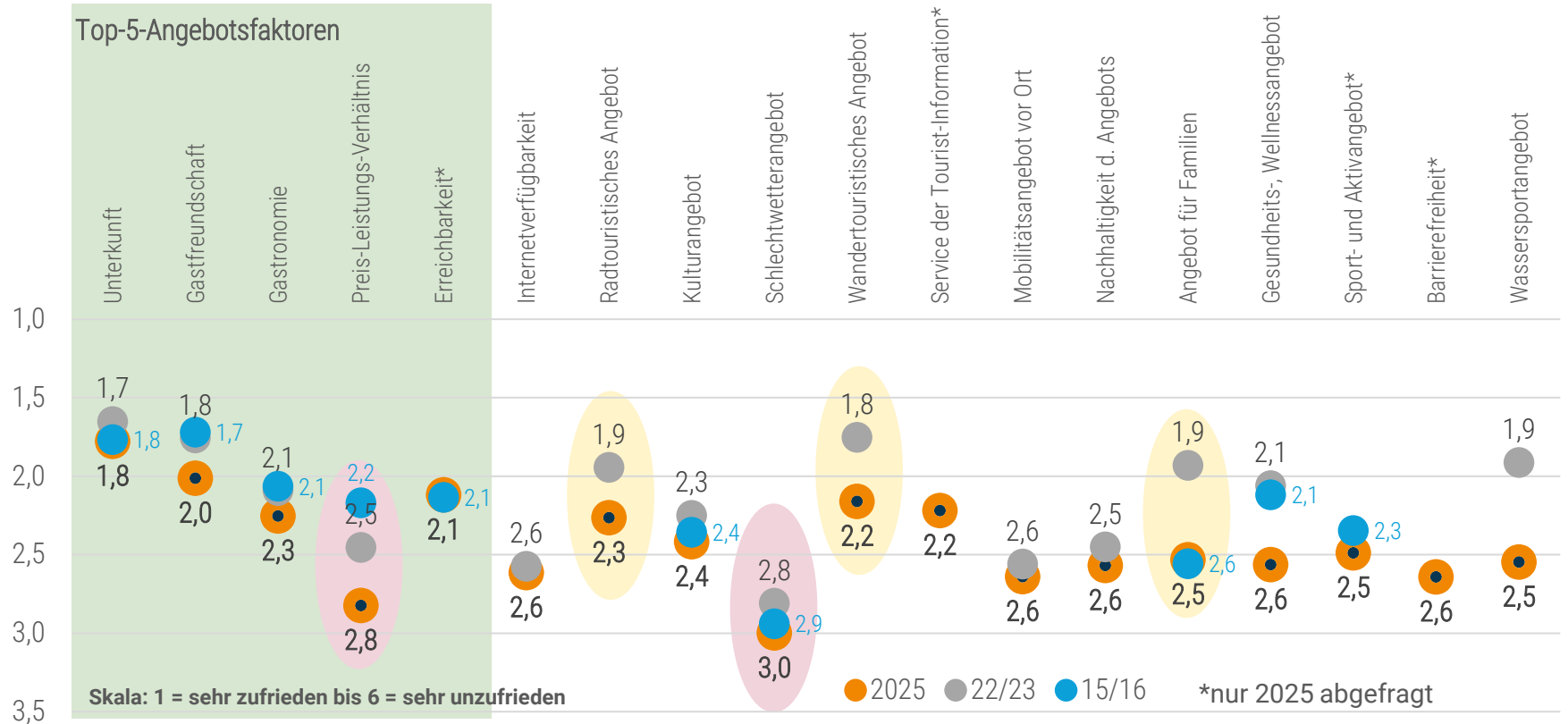
Wichtigkeit von Angebotsfaktoren | MV gesamt



Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2022/23 & 2025

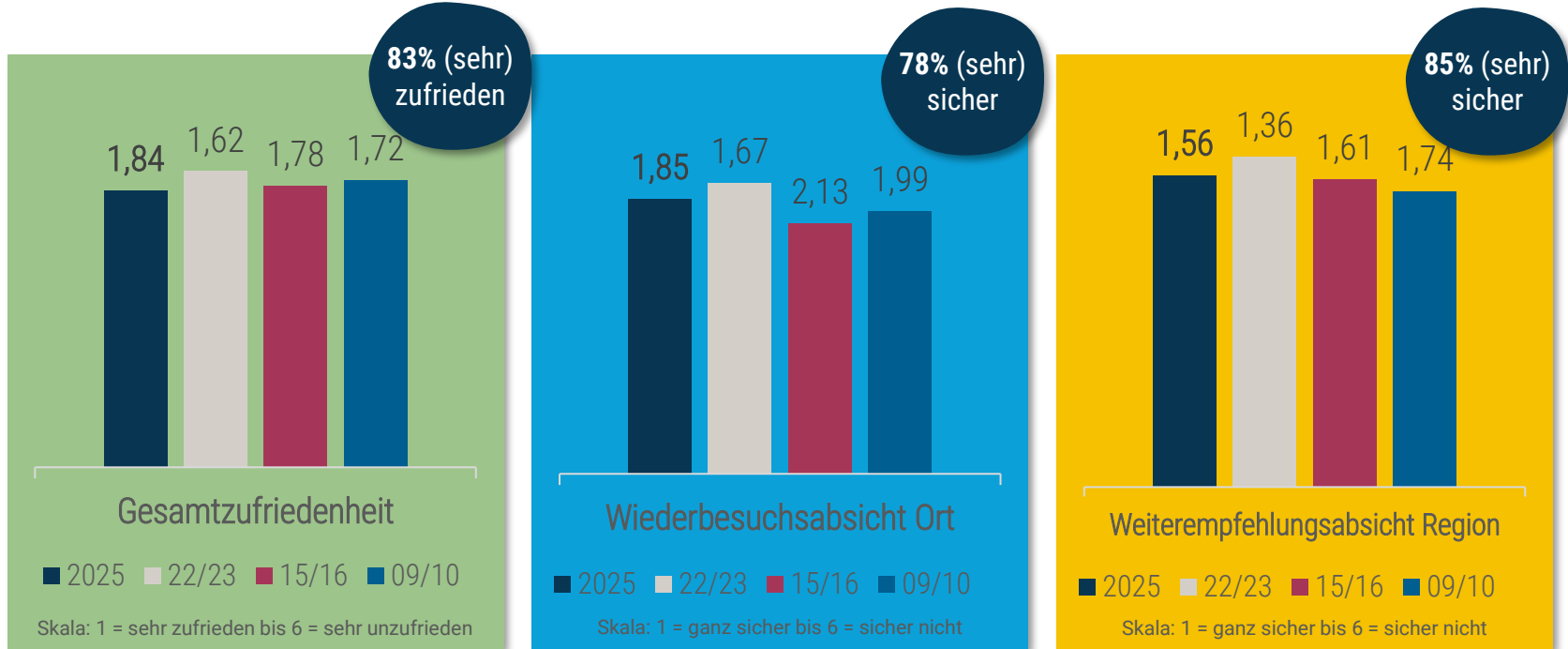
*nur 2025 abgefragt

Zufriedenheit mit den Angebotsfaktoren | MV gesamt



Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2022/23 & 2025

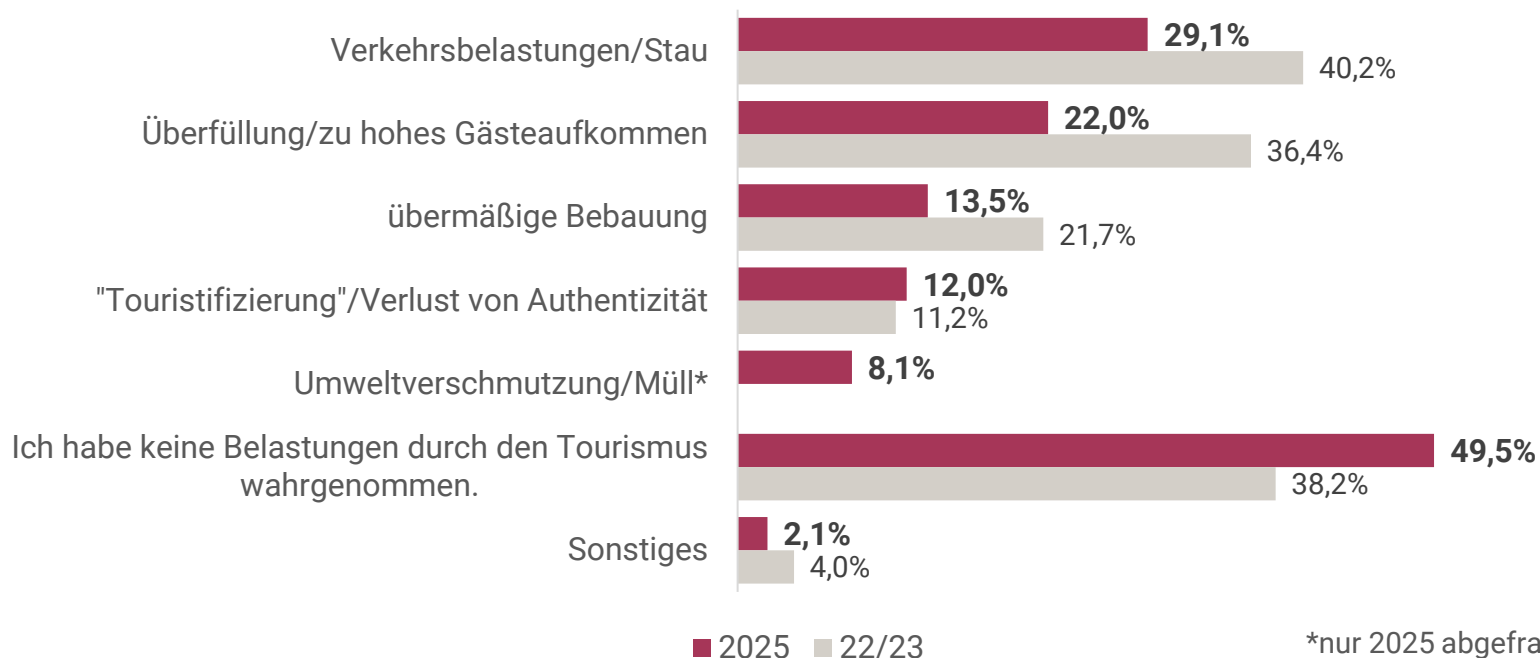
Gesamtzufriedenheit, Wiederbesuchs- & Weiterempfehlungsabsicht | MV gesamt & Zeitvergleich



» Die Gesamtwahrnehmung der Gäste sowie deren Intentionen haben sich nach dem „Corona-Hoch“ wieder auf das Normalniveau eingependelt.

Quellen: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV, 2022/2023 & 2025
ERV/DZT & TMV, Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, 2009/2010 & 2015/2016

Belastungen durch den Tourismus | MV gesamt



Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2022/23 & 2025

Zusammenfassung

- ✓ 7 von 10 Gäste sind 50 Jahre und älter, seit 2010 ist das Durchschnittsalter um fast 8 Jahre gestiegen, Mittel- bis langfristig: mehr jüngere Gäste ansprechen
- ✓ 7 Prozent sind zum ersten Mal in MV, Erstbesucheranteil auf niedrigem Niveau (in Hauptsaison höher) > perspektivisch neue Gästepotenziale akquirieren
- ✓ Rund 70 Prozent sind **Stammgäste** (in Nebensaison noch mehr) > haben hohe Identifikation mit MV und sichern eine solide Grundauslastung
- ✓ Wachsender Anteil **Alleinreisender**, gleichzeitig etwas weniger Familien (demograph. Entwicklung) >> ggf. entsprechende Angebote schaffen, aber **Kernzielgruppe Familie** nicht vergessen (Gäste von morgen)
- ✓ **Natur und Erholung** als zentrale Reisemotive >> Freiraum als Markenkern zahlt darauf ein, besonders die Markenwerte „einladend“ und „entspannt“ werden schon positiv wahrgenommen, Markenwert „achtsam“ ist noch weiter auszubauen
- ✓ Zufriedenheit in allen Bereichen ggü. 2022/23 (Corona-Hoch) gesunken, besonders mit dem **Preis-Leistungs-Verhältnis** (TOP-5-Angebotsfaktor) sowie den Aktiv- & Familienangeboten

Quelle: Benchmark Services/ MV-T, Gästebefragung MV 2025

Befragung 2026
bis 15.01.2027 ONLINE!



Sie möchten die Gästebefragung unterstützen?

Weitere Infos, Links und Werbematerial:

<https://statistik.tourismus.mv/gaestebefragung>



Impressum

Auftraggeber

Tourismusverband MV e. V. |
MV-Tourismus GmbH (ab 1.1.2026)
Konrad-Zuse-Straße 2
18057 Rostock

Für den Inhalt

Benchmark Services
Dr. Alexandra Partale

Büro Rhein-Main
Zur Mark 24
D-65719 Hofheim
T +49-(0)61 92 – 9 55 84 38

Büro Berlin
Seelower Straße 11
10439 Berlin
T +49-(0)30- 46 79 64 85

info@benchmark-services.de
www.benchmark-services.de
www.gaeste-zufriedenheit.de

Hinweise zur Nutzung und Weitergabe der Daten

1. Benchmark Services ist Urheber und die MV Tourismus GmbH (ab 1.1.2026) ist Herausgeber der Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern 2025. Die Beauftragung und Begleitung der Feldphase der Befragung erfolgte durch den Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.
2. Beteiligte Partner haben ein nicht exklusives, nicht übertragbares, einfaches Nutzungsrecht an den Ergebnissen der Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern 2025.
3. Bei den Ergebnissen der Befragung handelt es sich um Aussagen von Gästen zu ihrem Aufenthalt in Mecklenburg-Vorpommern. Die MV Tourismus GmbH haftet für aus diesen Aussagen gezogene Schlüsse und/oder wirtschaftliche Dispositionen nicht.
4. Bei Weiterverwendung der Daten ist als Quelle „Benchmark Services/MV Tourismus GmbH; Gästebefragung MV 2025“ anzugeben.