

Gästekbefragung Mecklenburg-Vorpommern 2022/2023

Ergebnisse für die Insel Rügen

Auftraggeber: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Durchführung: Benchmark Services



EUROPÄISCHE UNION
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



Inhalt

1. Methode
2. Merkmale der Reisen
3. Gästestruktur
4. Reiseentscheidung
5. Reiseplanung
6. Unterkunft & Verpflegung
7. Mobilität & Verkehr
8. Aktivitäten
9. Ausgaben
10. Anforderungen & Zufriedenheit
11. Gästekommentare | ein Auszug



Copyright: TMV/Roth

Kapitel 1

Methode

Methode

Methode: schriftliche Befragung (Online & Print)

Befragungszeitraum: 1. Juli 2022 bis 30. Juni 2023

Grundgesamtheit: Übernachtungsgäste ab 15 Jahren, die 2022/2023 einen privat motivierten touristischen Aufenthalt in MV verbracht haben

Stichprobe: n = 7.152 Befragte für MV insgesamt | n = 1.205 für Insel Rügen/Hiddensee

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

Vergleichswerte: basierend auf Daten des Vergleichenden Gästemonitors (VGM), Differenzierung zwischen den Ergebnissen aller Teilnehmer des VGM 2022, ohne Teilnehmer aus MV (**Benchmark VGM**) und den Ergebnissen der teilnehmenden Inseln und Küstenstandorte (**Benchmark VGM SEE**)

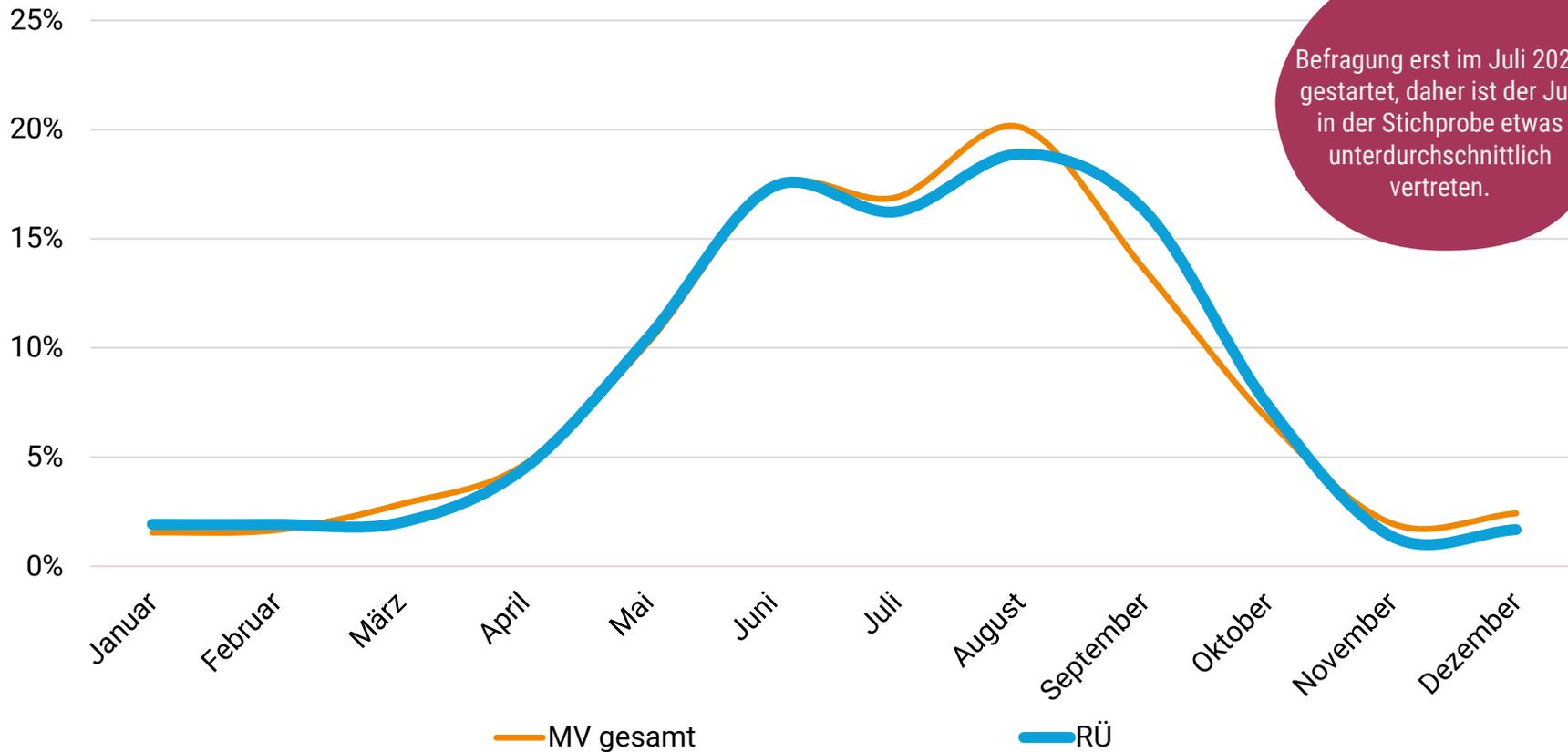
Vergleichsbasis: Bad Mergentheim, Bad Zwischenahn, Bayreuth, Borkum, Cuxhaven, Esens-Bensersiel, Greetsiel, Fischen, Ofterschwang, Bolsterlang, Obermaiselstein, Balderschwang, Juist, Langeoog, Norden-Norddeich, Norderney, Oldenburg, Region Edersee, Speyer, Wangerooge, Wilhelmshaven

Zeitvergleich: Gästebefragungen in MV aus 2009/2010 und 2015/2016, Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus

Kapitel 2

Merkmale der Reisen

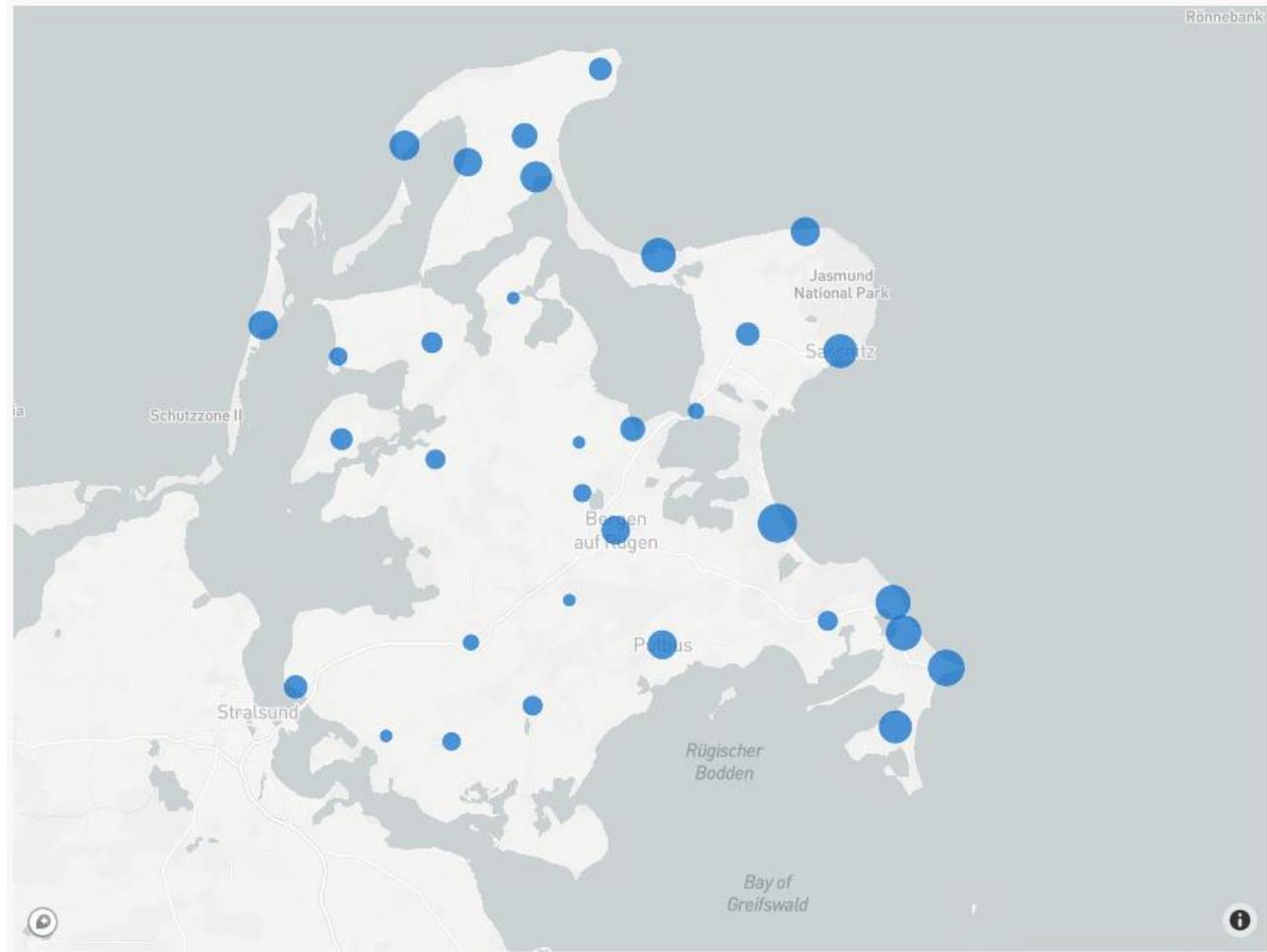
Saisonale Verteilung der Stichprobe



Rügen	
Monat	Anteil
Januar	1,9%
Februar	1,9%
März	2,0%
April	4,5%
Mai	10,5%
Juni	17,4%
Juli	16,2%
August	18,9%
September	16,3%
Oktober	7,4%
November	1,4%
Dezember	1,7%

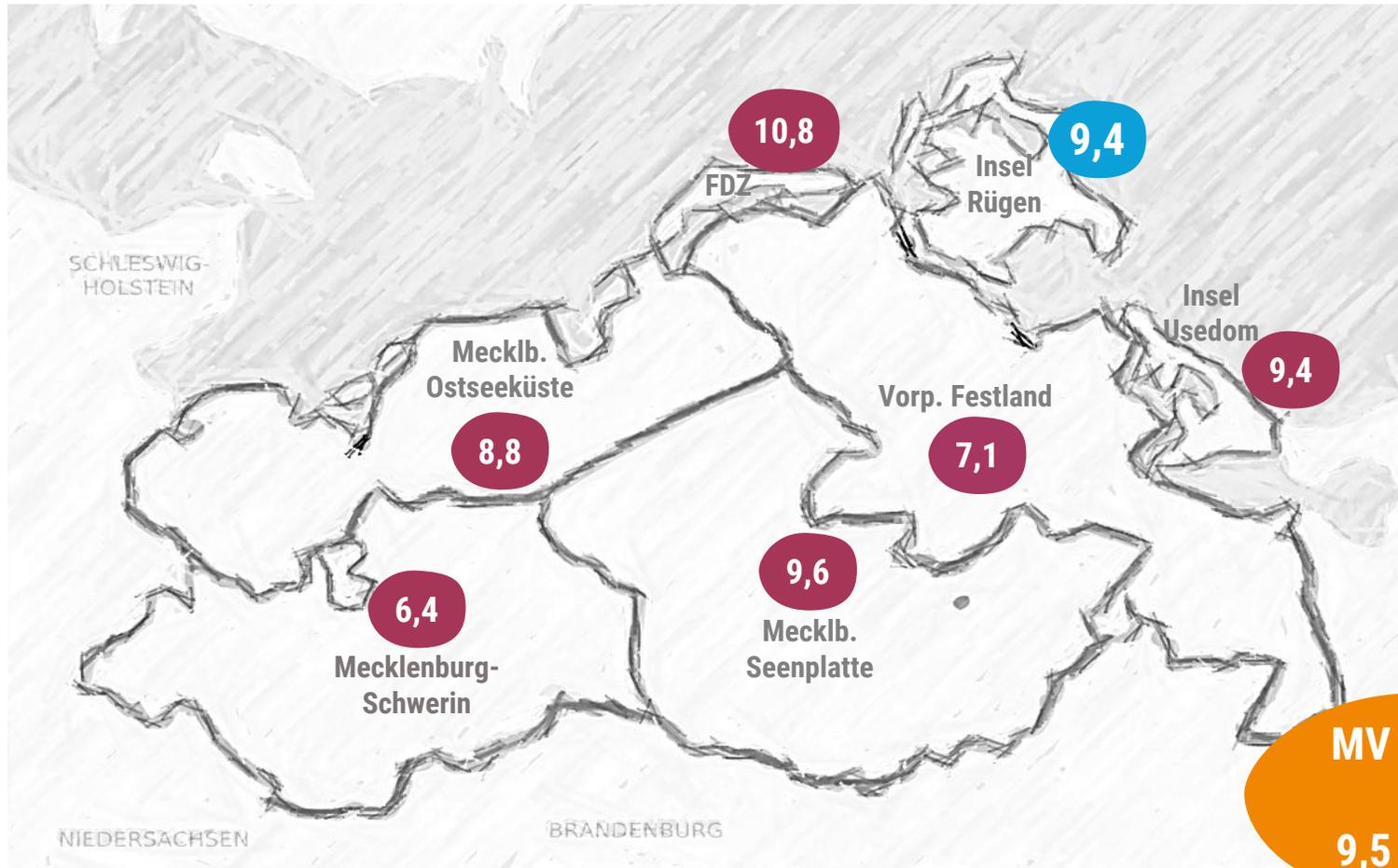
Frage: In welchem Monat fand Ihr Aufenthalt statt? Bitte geben Sie den Monat der Anreise an!

Reiseziel der Übernachtungsgäste | Insel Rügen/ Hiddensee

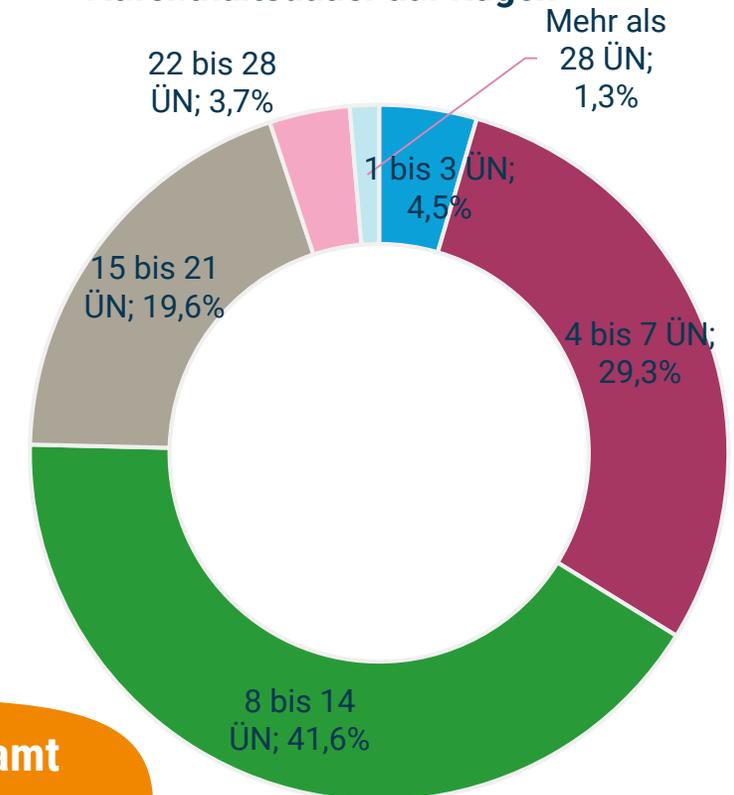


Frage: Welcher Ort war Ihr Reiseziel?

Aufenthaltsdauer | Durchschnitt

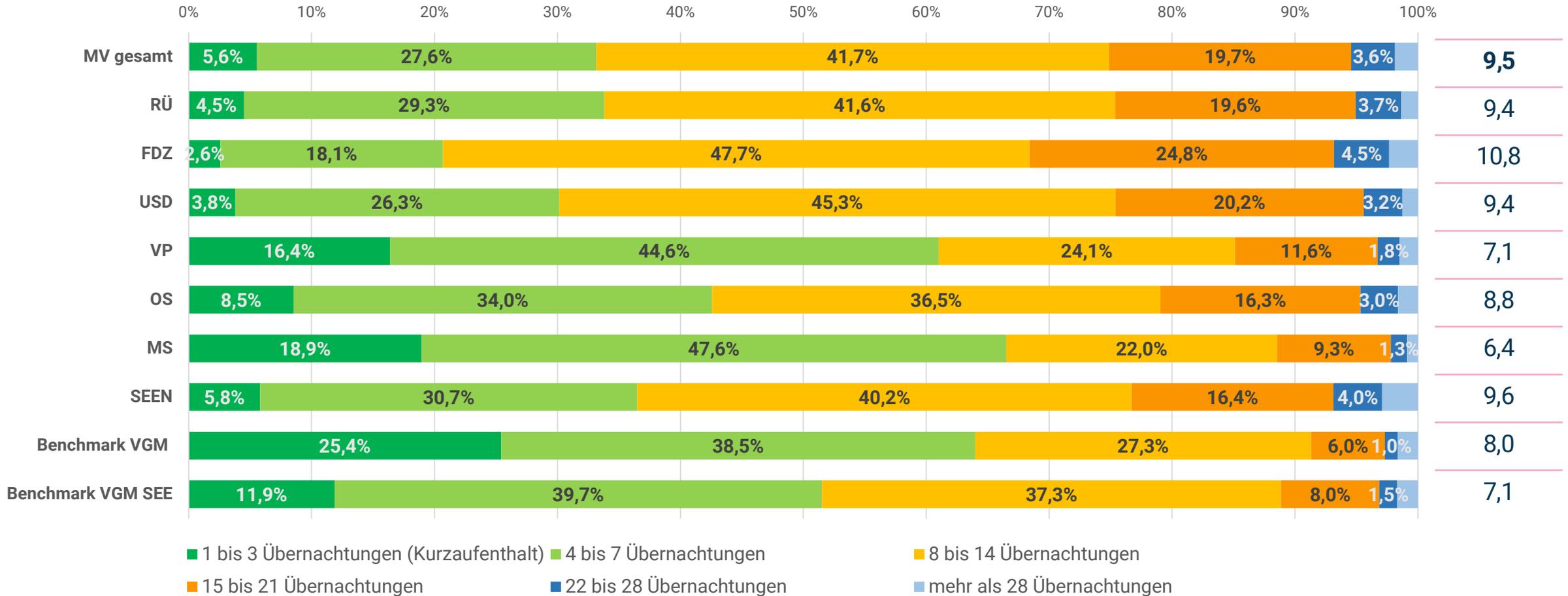


Aufenthaltsdauer auf Rügen



Frage: Wie lange dauerte der Aufenthalt?

Aufenthaltsdauer

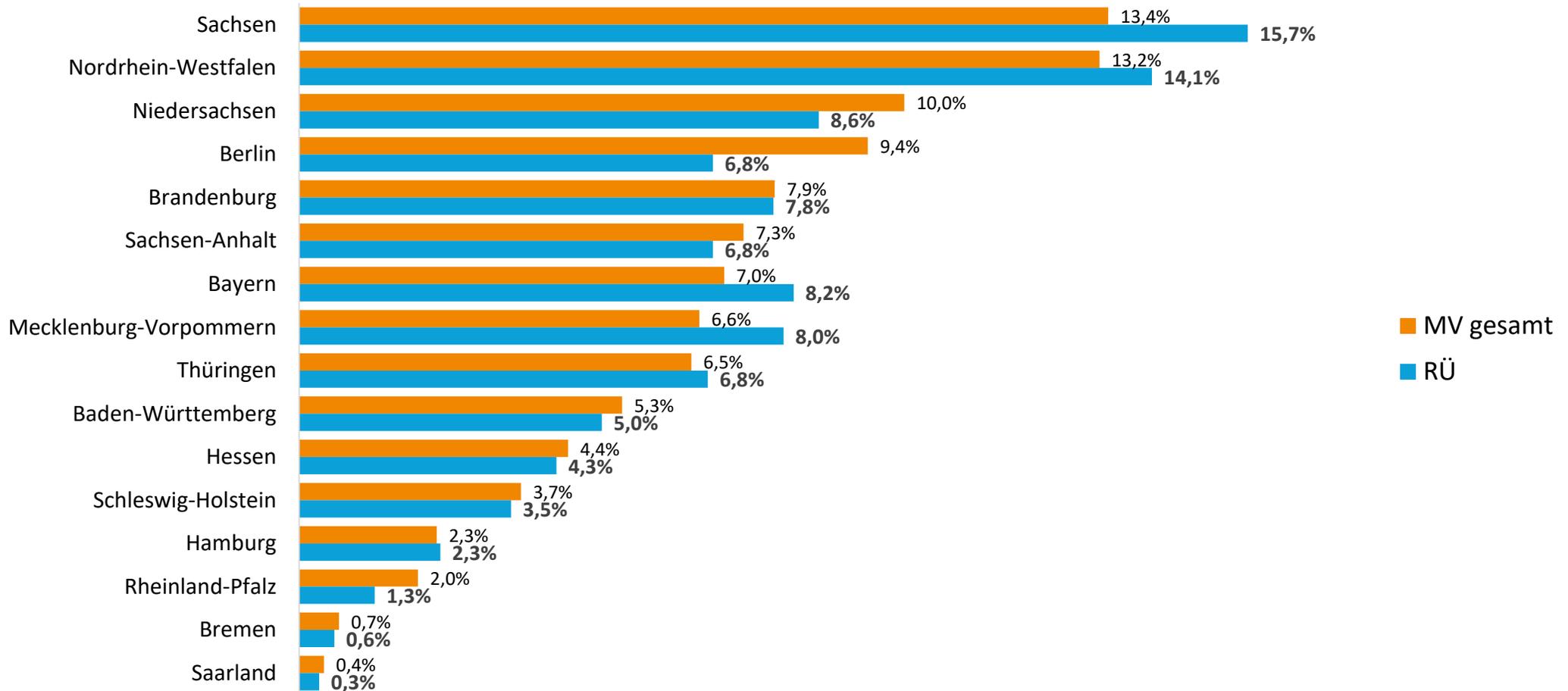


Frage: Wie lange dauerte der Aufenthalt?

Kapitel 3

Gätestruktur

Wohnsitz | Bundesländer



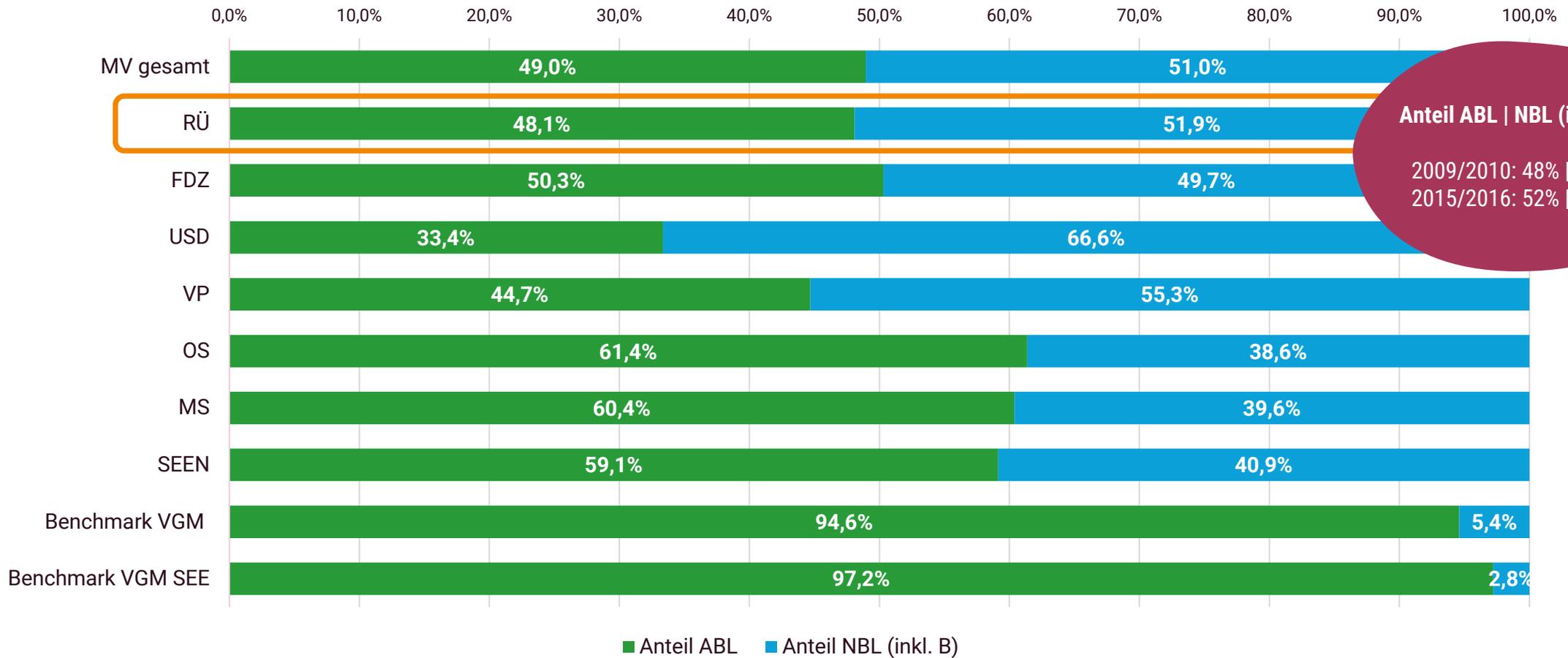
Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

Wohnsitz | Bundesländer (Regionen)

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Sachsen	13,4%	15,7%	14,1%	17,5%	11,9%	6,9%	6,8%	11,2%
Nordrhein-Westfalen	13,2%	14,1%	15,1%	8,3%	10,9%	15,1%	14,5%	14,1%
Niedersachsen	10,0%	8,6%	8,0%	7,2%	9,1%	16,5%	15,0%	13,8%
Berlin	9,4%	6,8%	9,0%	13,6%	13,8%	6,2%	5,3%	10,6%
Brandenburg	7,9%	7,8%	7,0%	12,3%	9,1%	5,5%	8,7%	4,0%
Sachsen-Anhalt	7,3%	6,8%	8,7%	8,3%	3,8%	8,0%	3,9%	4,3%
Bayern	7,0%	8,2%	8,2%	5,7%	5,0%	5,9%	5,8%	7,5%
Mecklenburg-Vorpommern	6,6%	8,0%	4,0%	6,0%	12,8%	6,4%	12,6%	7,5%
	6,5%	6,8%	7,0%	8,9%	4,1%	5,6%	2,4%	3,2%
	5,3%	5,0%	6,4%	3,5%	5,0%	4,9%	6,3%	6,7%
Hessen	4,4%	4,3%	5,2%	3,4%	5,0%	3,9%	4,3%	5,2%
Schleswig-Holstein	3,7%	3,5%	2,2%	1,6%	5,9%	7,8%	6,3%	4,7%
Hamburg	2,3%	2,3%	2,0%	1,8%	2,2%	2,7%	4,8%	2,4%
Rheinland-Pfalz	2,0%	1,3%	2,3%	1,1%	0,9%	2,7%	1,0%	3,2%
Bremen	0,7%	0,6%	0,5%	0,4%	0,0%	1,5%	2,4%	0,6%
Saarland	0,4%	0,3%	0,3%	0,4%	0,6%	0,3%	0,0%	1,0%

Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

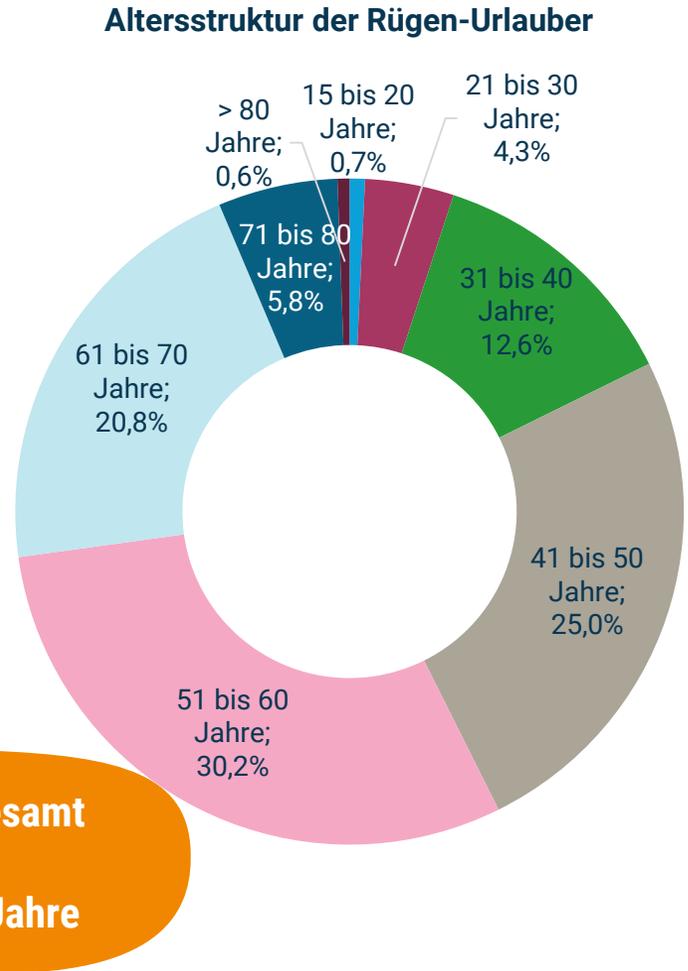
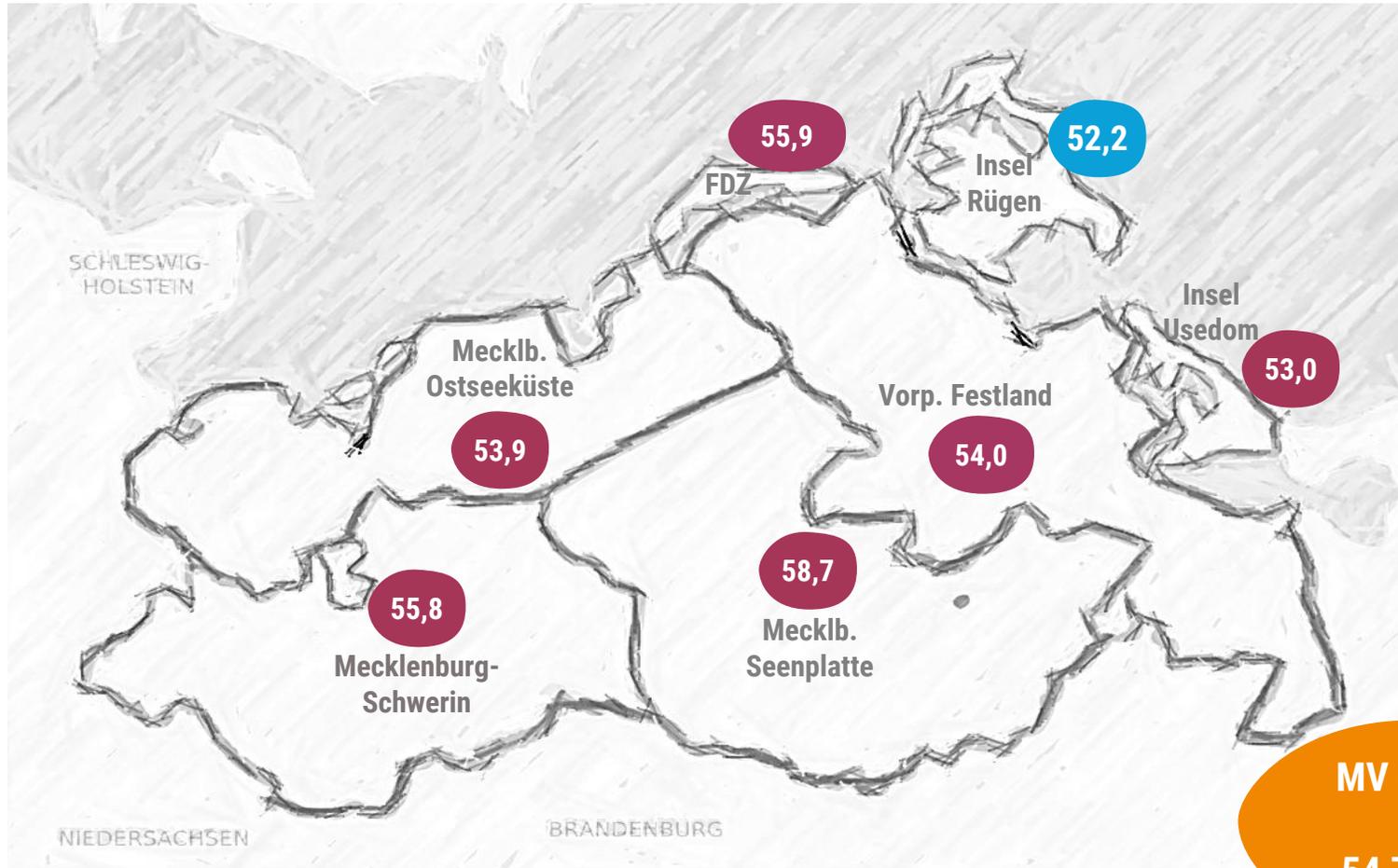
Wohnsitz | Anteil alte und neue Bundesländer



Anteil ABL | NBL (inkl B)
 2009/2010: 48% | 52%
 2015/2016: 52% | 48%

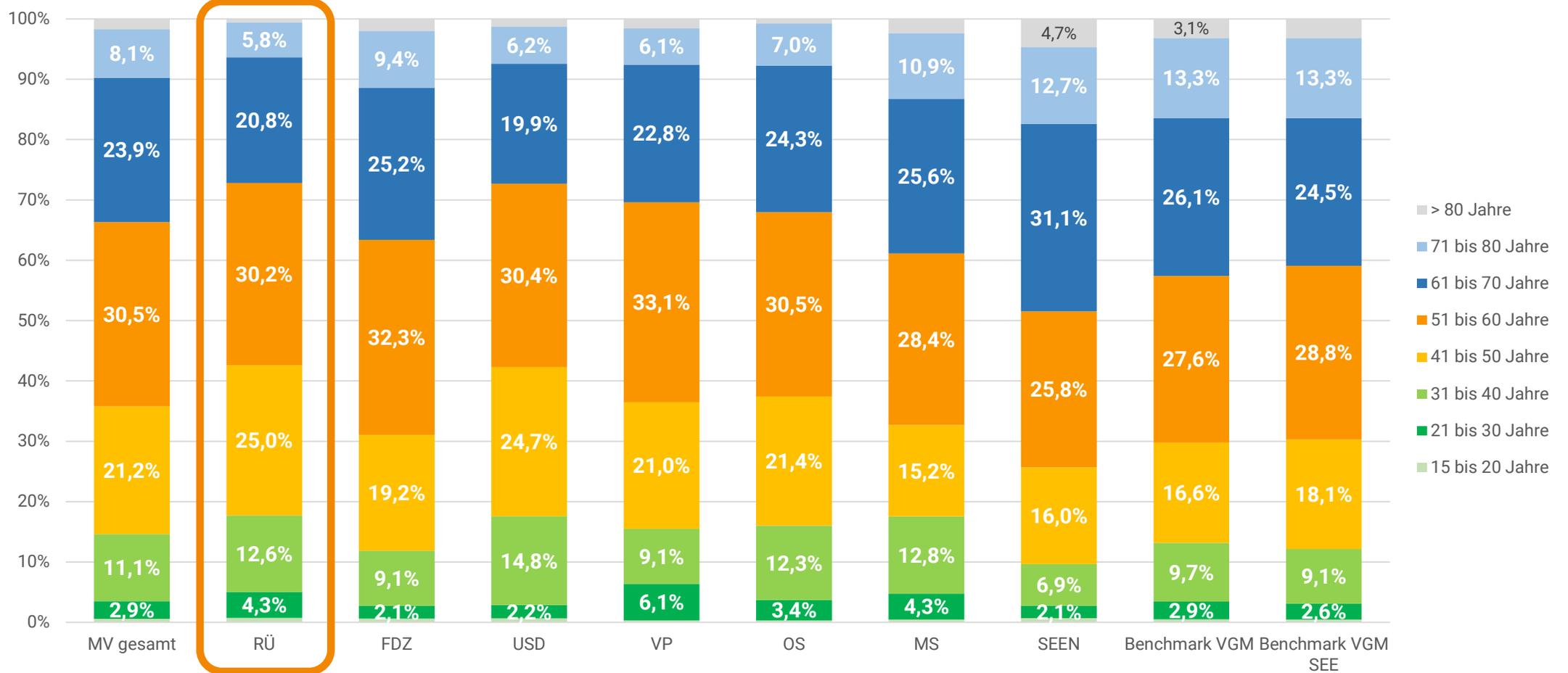
Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

Alter | Durchschnitt



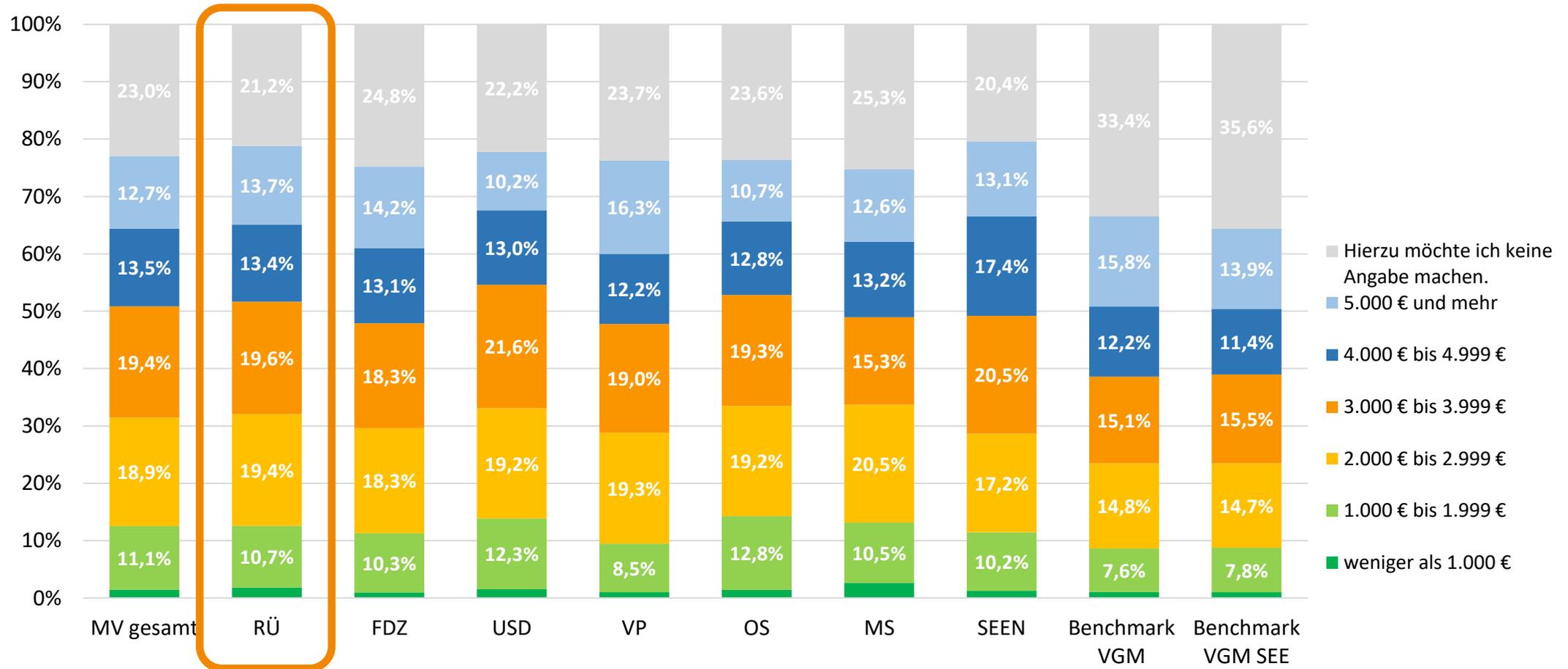
Frage: Wie alt sind Sie?

Alter | Verteilung



Frage: Wie alt sind Sie?

Einkommen | Regionen

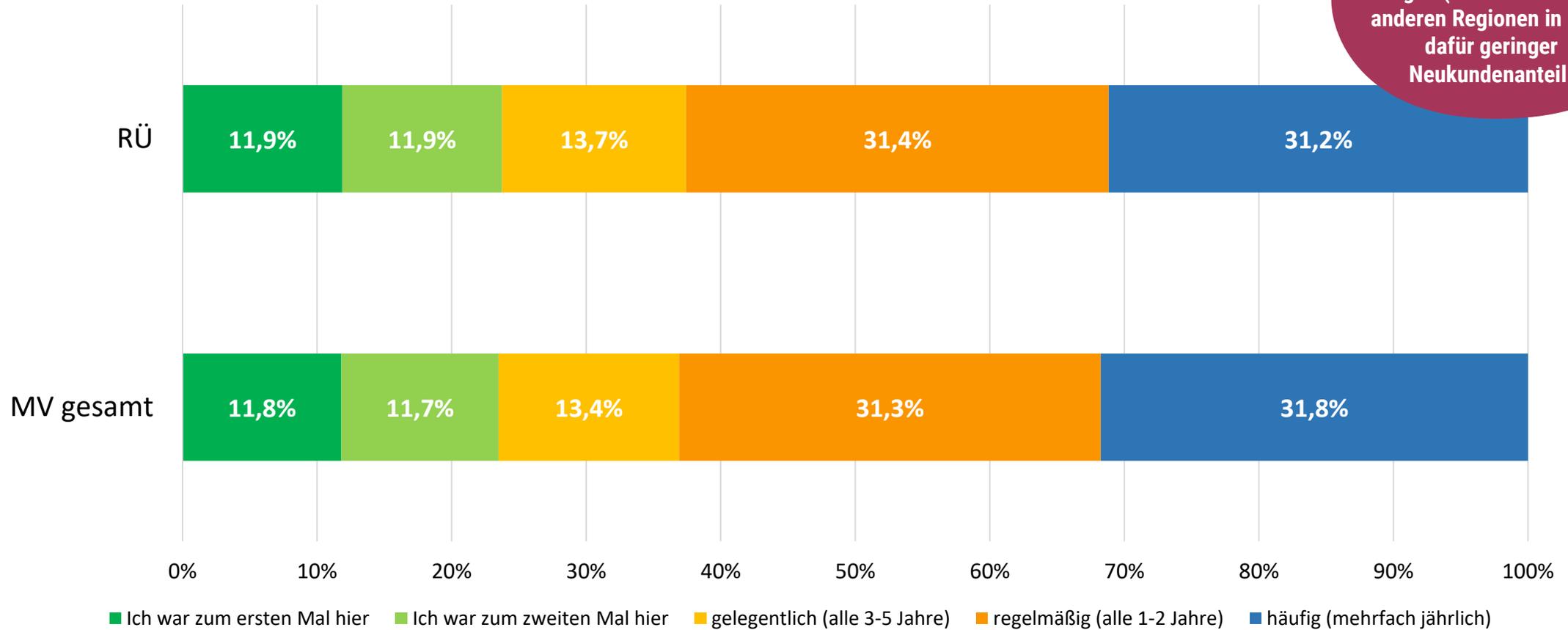


Frage: Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen* insgesamt?

*Nettohaushaltseinkommen = Summe aller Einkommen, die dem Haushalt zur Verfügung steht

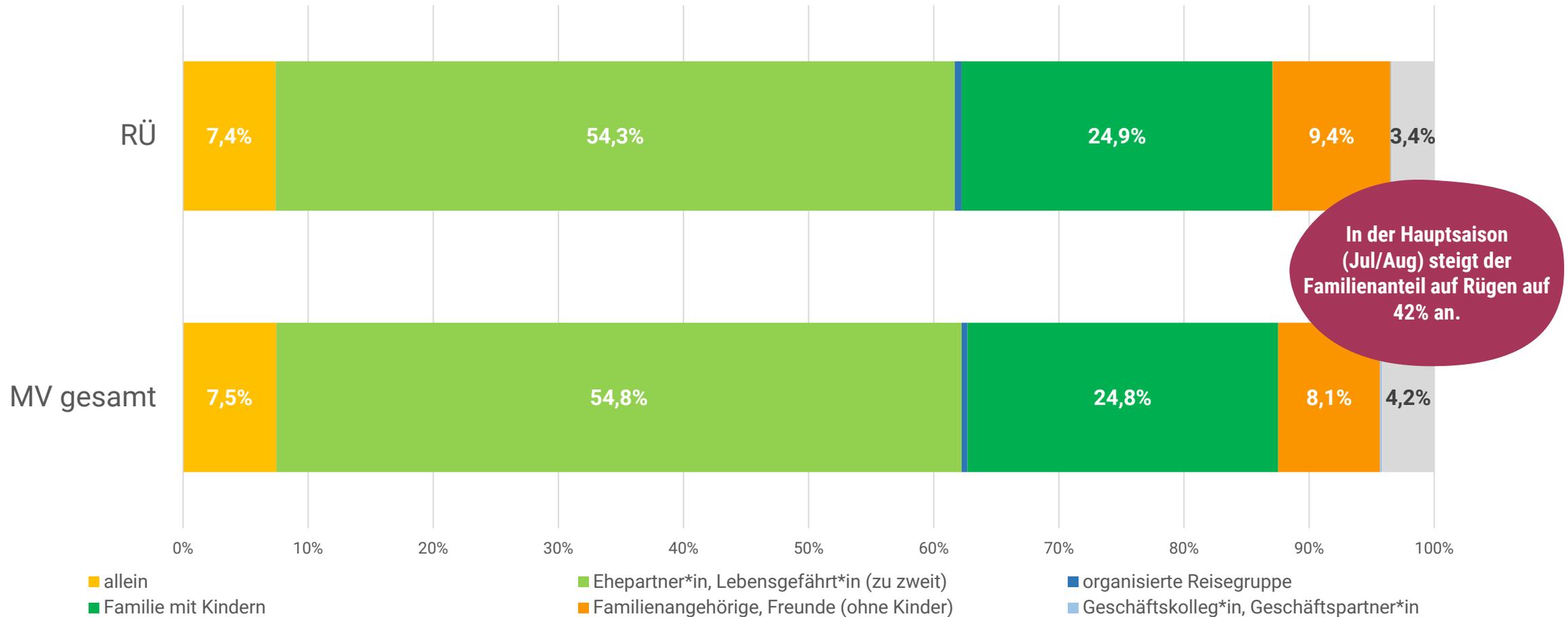
Reiseerfahrung | Zielregion

Hoher Stammgast-Anteil auf Rügen (aber auch in den anderen Regionen in MV), dafür geringer Neukundenanteil.



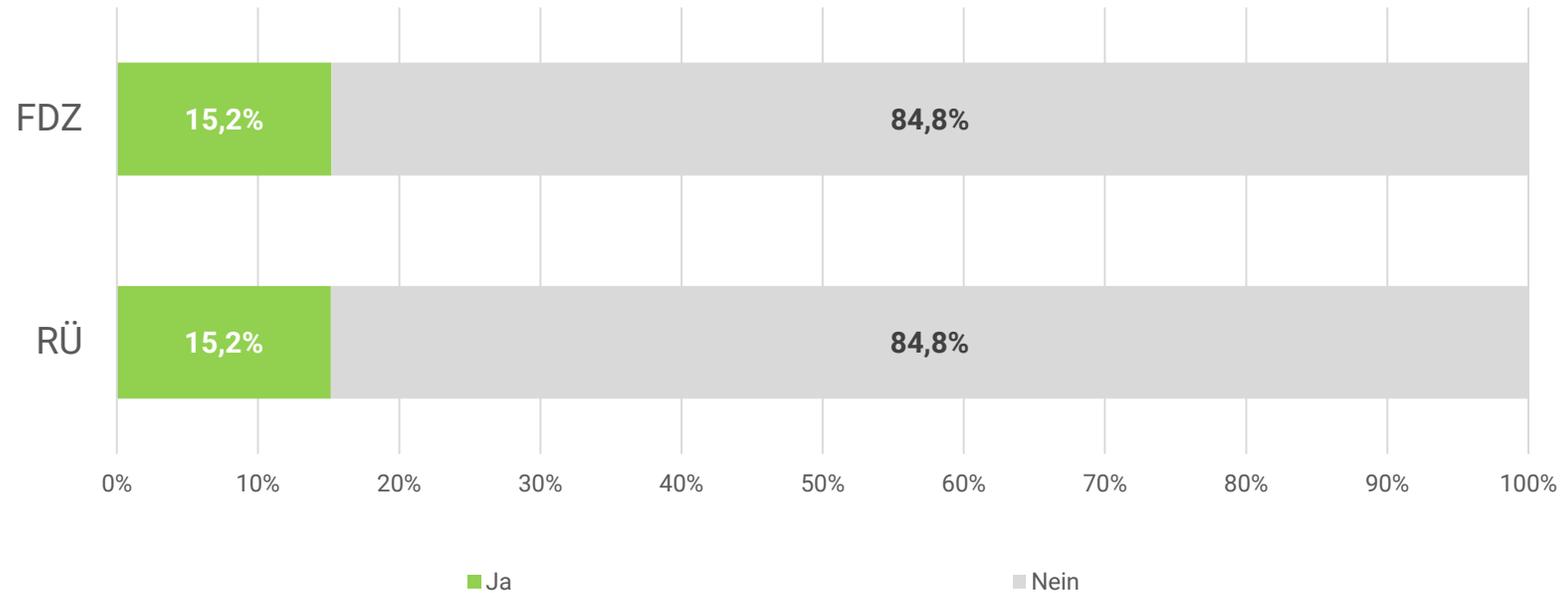
Frage: Wie oft waren Sie insgesamt als Gast in folgenden Gebieten?

Reisebegleitung | MV gesamt & Rügen



Frage: Mit wem sind Sie gereist?

Reisebegleitung | Hunde (nur FDZ & Rügen)

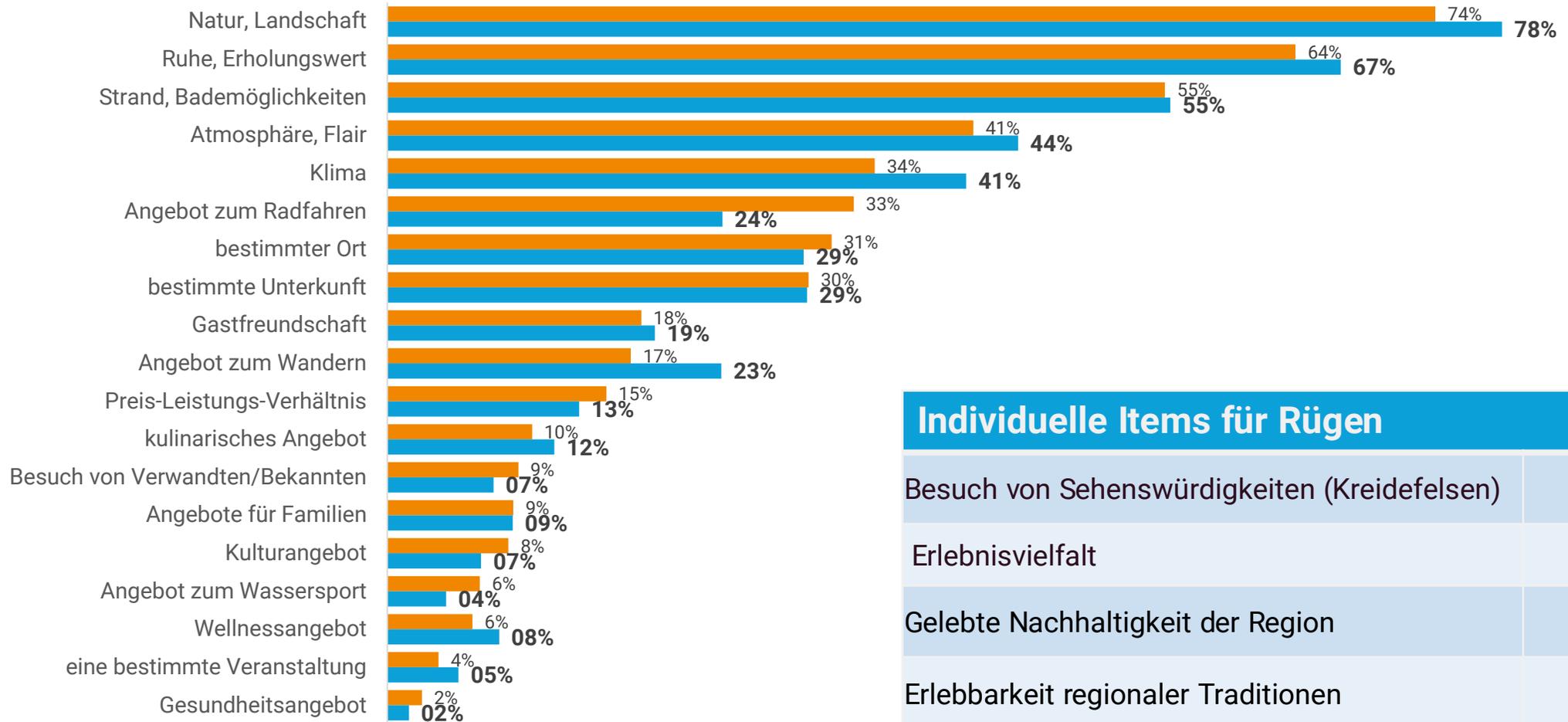


Frage: Sind Sie mit einem Hund gereist? (Basis: nur Gäste auf Rügen/Hiddensee und Fischland-Darß-Zingst)

Kapitel 4

Reiseentscheidung

Reisekriterien | MV gesamt & Rügen

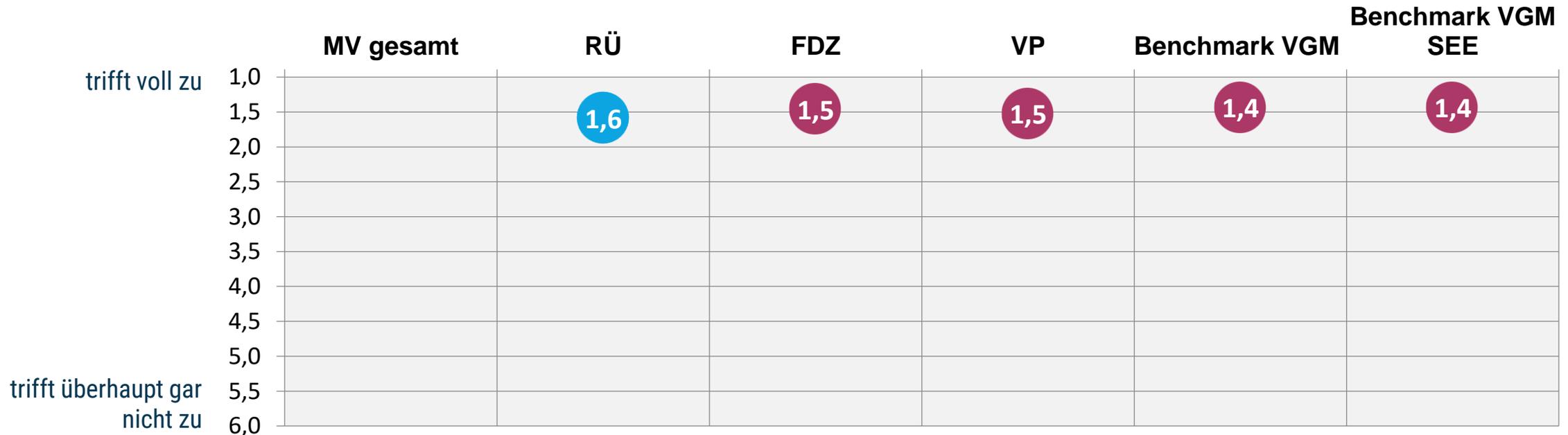


Individuelle Items für Rügen	
Besuch von Sehenswürdigkeiten (Kreidefelsen)	22,5%
Erlebnisvielfalt	20,0%
Gelebte Nachhaltigkeit der Region	6,2%
Erlebbarkeit regionaler Traditionen	5,7%

Frage: Warum haben Sie sich für einen Aufenthalt in der Region entschieden? (Mehrfachnennungen mögl.)

Einstellung zum Umwelt- und Klimaschutz (nur FDZ, Rügen & Vorpommern)

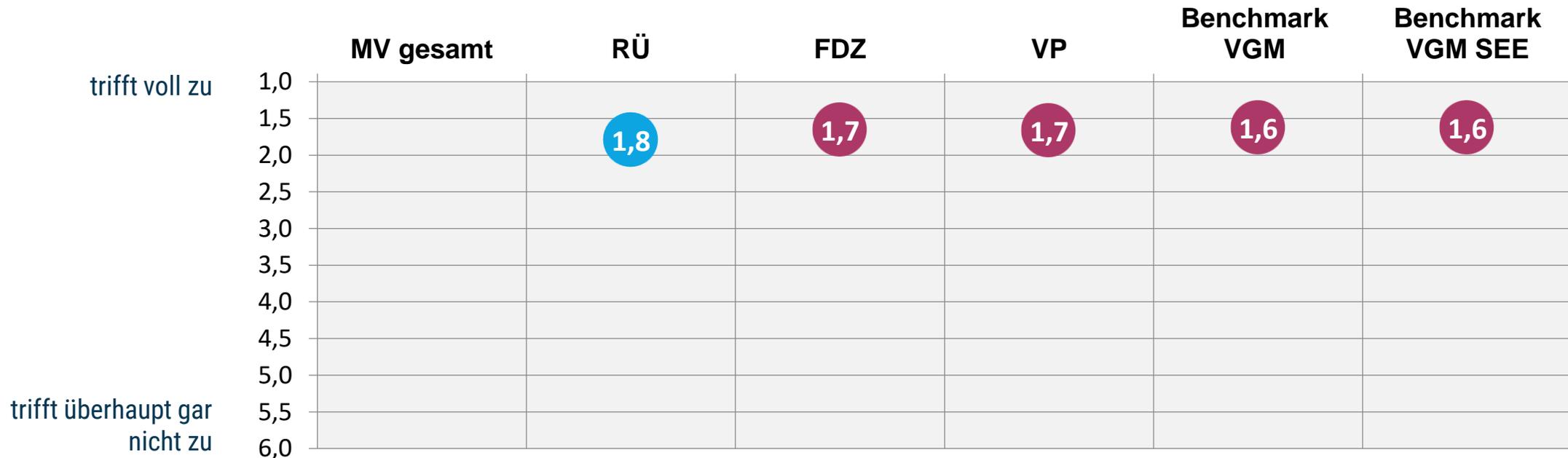
Umwelt- und Klimaschutz sind mir persönlich wichtig.



Frage: Wie stehen Sie zum Thema Umwelt- und Klimaschutz? Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Basis: nur Gäste auf Rügen/Hiddensee, in Fischland-Darß-Zingst und Vorpommern)

Einstellung zum Umwelt- und Klimaschutz (nur FDZ, Rügen & Vorpommern)

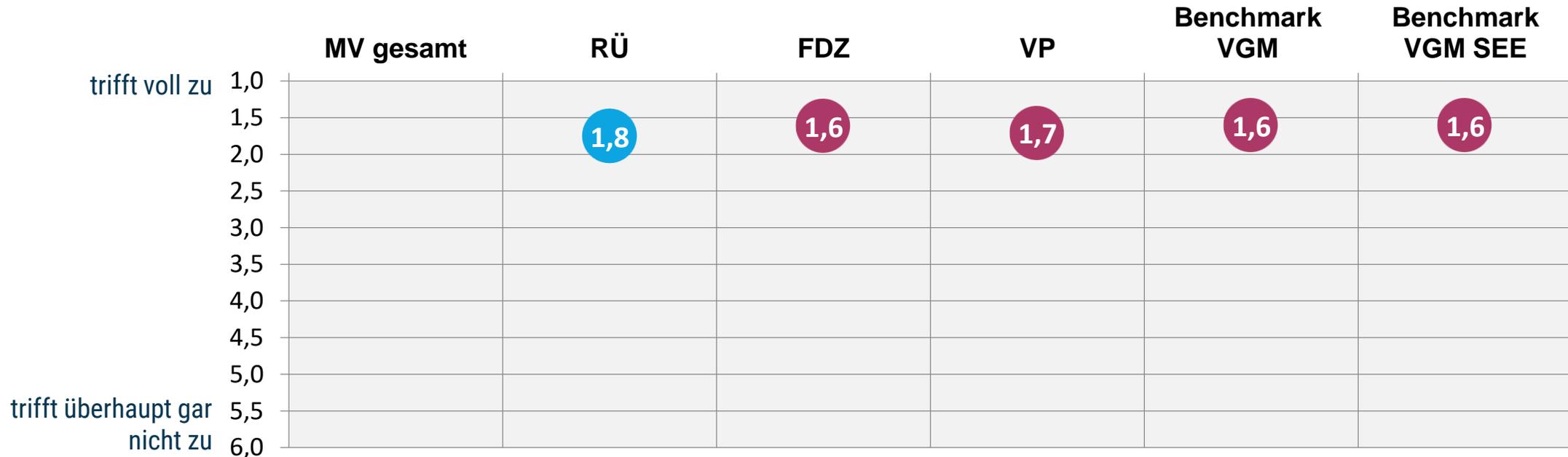
In meinem Alltag achte ich darauf, mich umwelt- und klimagerecht zu verhalten.



Frage: Wie stehen Sie zum Thema Umwelt- und Klimaschutz? Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Basis: nur Gäste auf Rügen/Hiddensee, in Fischland-Darß-Zingst und Vorpommern)

Einstellung zum Umwelt- und Klimaschutz (nur FDZ, Rügen & Vorpommern)

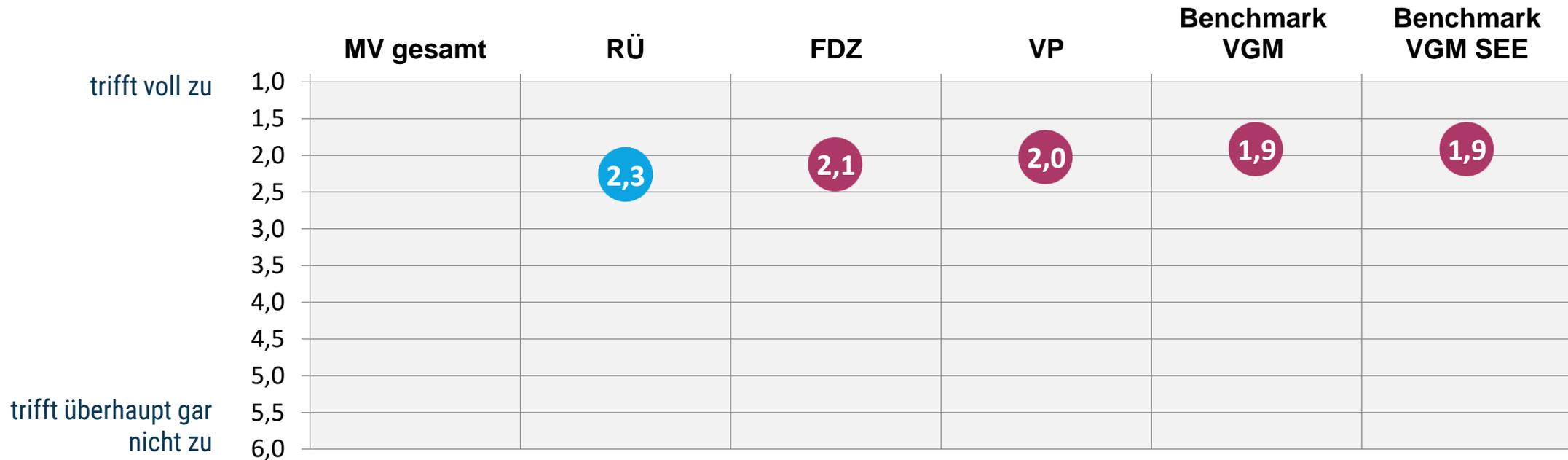
Im Urlaub achte ich im Allgemeinen darauf, mich umwelt- und klimagerecht zu verhalten.



Frage: Wie stehen Sie zum Thema Umwelt- und Klimaschutz? Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Basis: nur Gäste auf Rügen/Hiddensee, in Fischland-Darß-Zingst und Vorpommern)

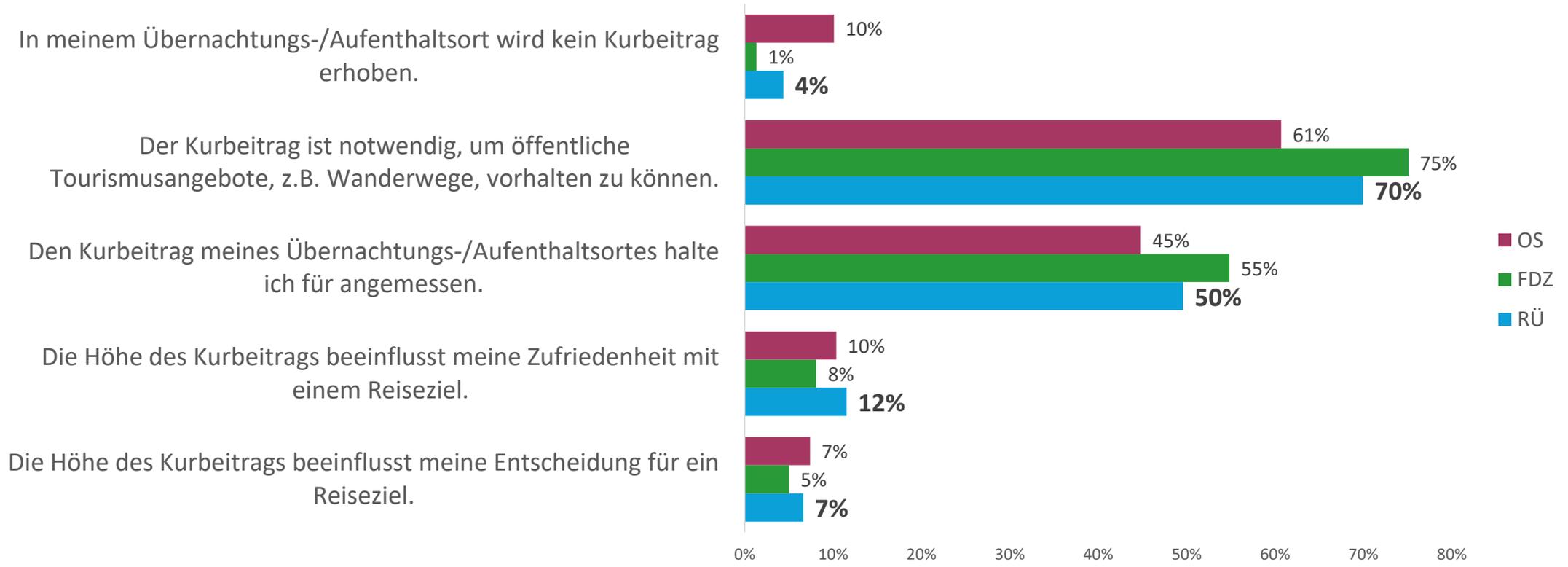
Einstellung zum Umwelt- und Klimaschutz (nur FDZ, Rügen & Vorpommern)

Ich bin bereit, für umwelt- und klimagerechte Urlaubsangebote mehr zu bezahlen.



Frage: Wie stehen Sie zum Thema Umwelt- und Klimaschutz? Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu? (Basis: nur Gäste auf Rügen/Hiddensee, in Fischland-Darß-Zingst und Vorpommern)

Rolle des Kurbeitrags (nur Meckl. Ostseeküste, FDZ & Rügen)

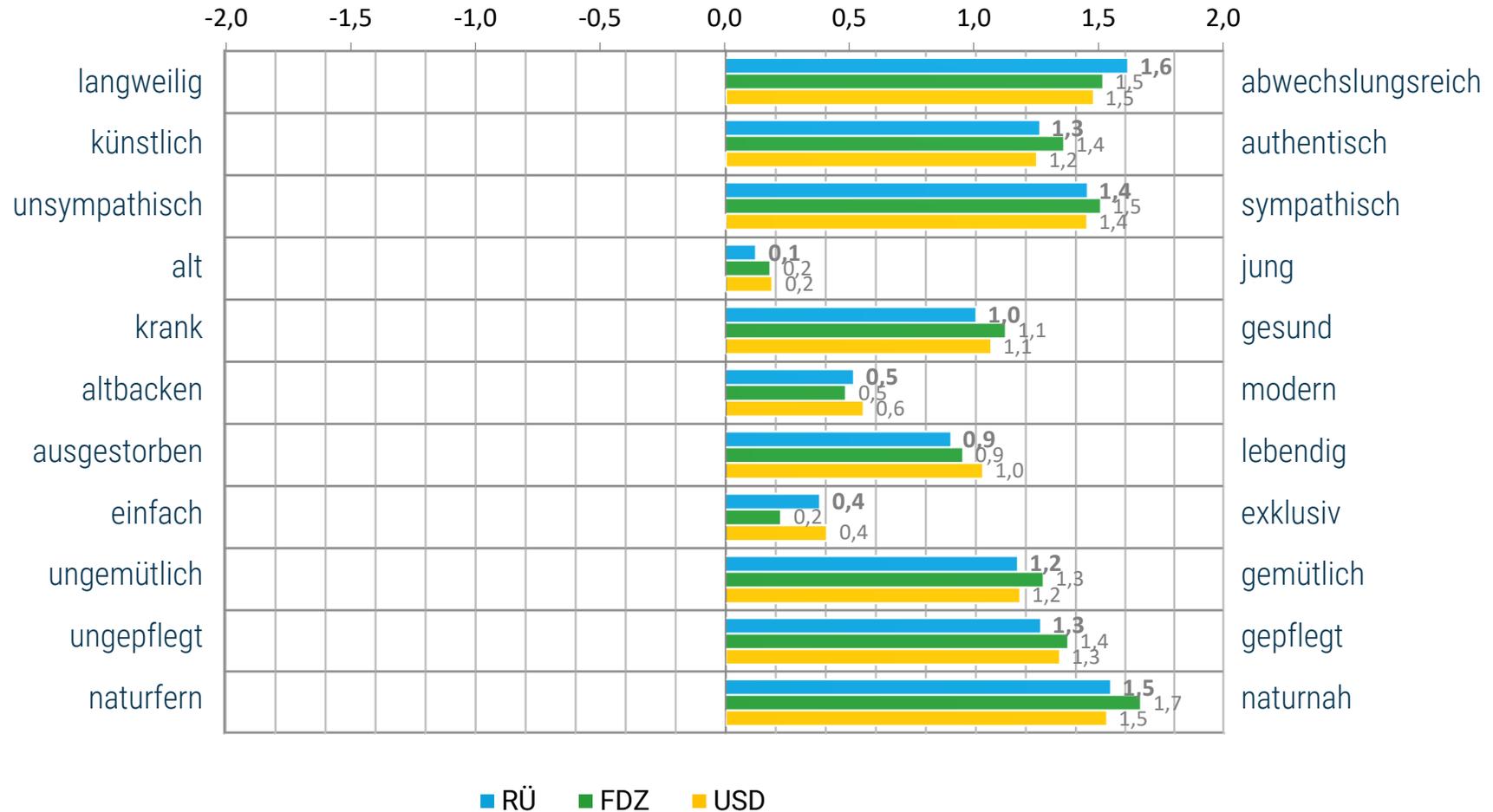


Frage: Welche Einstellung haben Sie zum Kurbeitrag?*
 (Basis: nur Gäste auf Rügen/Hiddensee, Fischland-Darß-Zingst und in der Region Ostsee)

*Anteil der Befragten, welcher der jeweiligen Aussage zustimmt



Image



Frage: Welches Bild haben Sie von der Region insgesamt?*

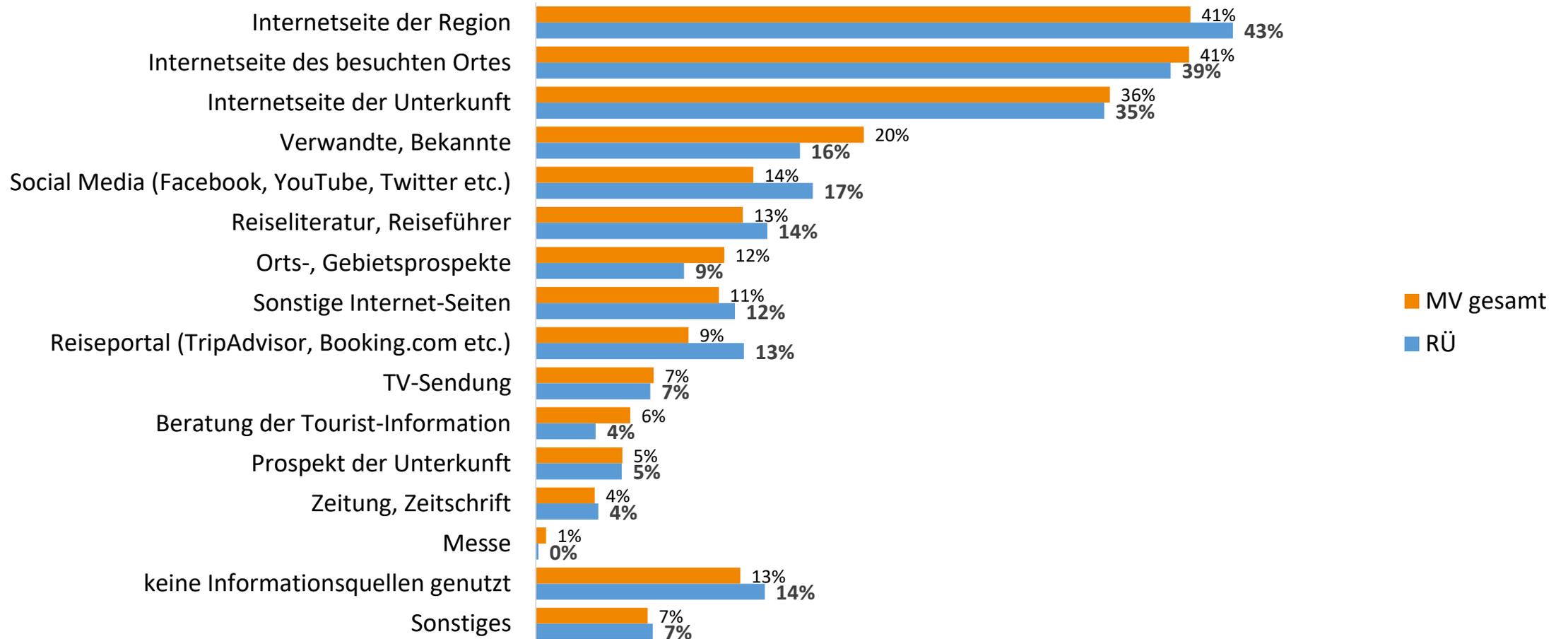
(Basis: nur Gäste auf Rügen/Hiddensee, Fischland-Darß-Zingst und Usedom)

*durchschnittliche Einordnung zwischen den Gegensatzpaaren von -2 (linker Begriff) bis 2 (rechter Begriff)

Kapitel 5

Reiseplanung

Information im Vorfeld | MV gesamt & Rügen



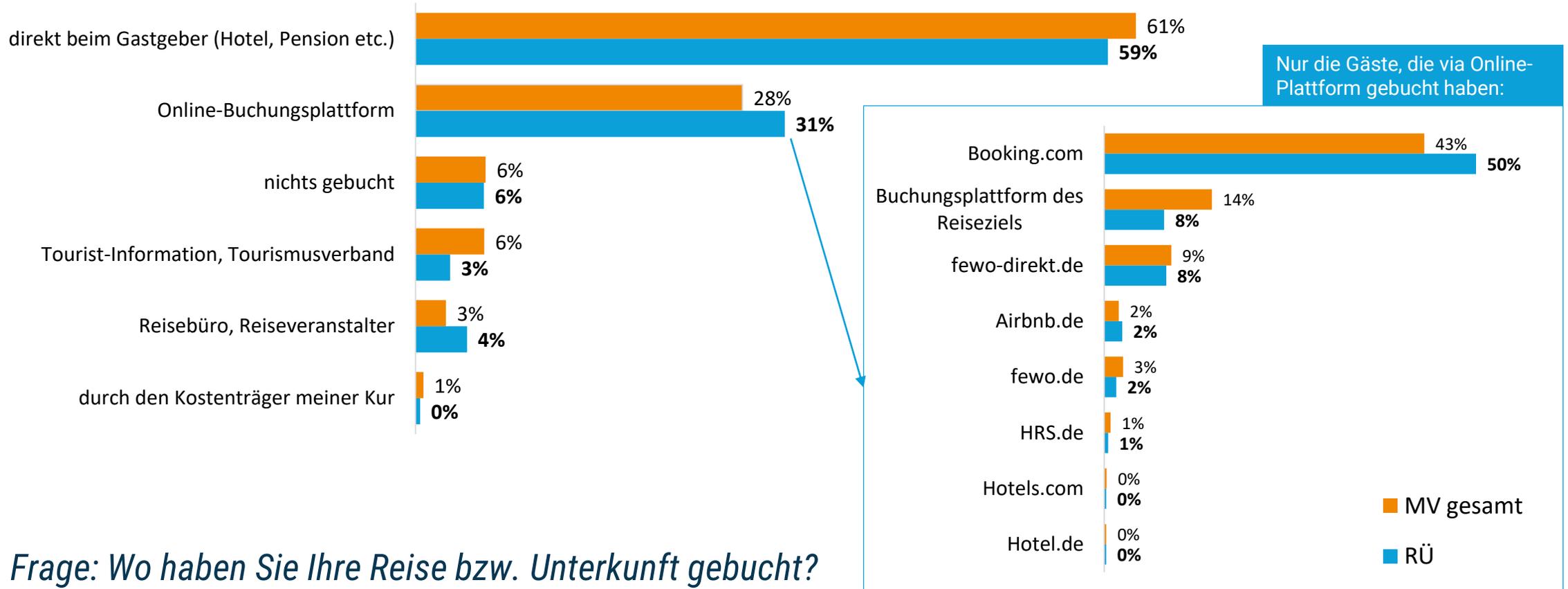
Frage: Wie haben Sie sich im Vorfeld näher über Ihr Reiseziel informiert? (Mehrfachnennungen möglich)

Information im Vorfeld | Regionen

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Internetseite der Region	40,7%	43,3%	41,9%	35,1%	32,3%	40,4%	36,3%	49,2%
Internetseite des besuchten Ortes	40,6%	39,4%	43,7%	36,1%	32,0%	45,8%	38,9%	39,9%
Internetseite der Unterkunft	35,6%	35,3%	34,7%	36,4%	29,3%	40,1%	25,7%	37,4%
Verwandte, Bekannte	20,4%	16,4%	22,1%	19,1%	29,9%	18,3%	31,0%	18,8%
Social Media (Facebook, YouTube, Twitter etc.)	13,5%	17,2%	13,4%	15,4%	9,8%	12,7%	11,1%	7,9%
	12,9%	14,4%	15,5%	8,5%	11,0%	9,7%	11,1%	16,9%
Orts-, Gebietsprospekte	11,7%	9,2%	16,5%	6,9%	6,4%	10,1%	11,5%	16,5%
Sonstige Internet-Seiten	11,4%	12,4%	10,6%	9,4%	11,9%	12,3%	10,6%	13,8%
Reiseportal (TripAdvisor, Booking.com etc.)	9,5%	12,9%	6,6%	9,6%	9,8%	11,0%	11,5%	9,7%
TV-Sendung	7,3%	7,1%	10,1%	5,6%	3,4%	4,5%	6,2%	9,0%
Beratung der Tourist-Information	5,9%	3,7%	5,9%	5,1%	6,4%	5,7%	8,0%	10,1%
Prospekt der Unterkunft	5,4%	5,3%	5,5%	5,0%	2,1%	5,2%	4,0%	7,5%
Zeitung, Zeitschrift	3,7%	3,9%	4,4%	2,6%	5,2%	2,4%	3,5%	4,3%
Messe	0,6%	0,2%	0,4%	0,4%	0,6%	0,9%	1,8%	1,7%
keine Informationsquellen genutzt	12,7%	14,2%	12,6%	16,6%	13,4%	10,4%	9,3%	7,5%
Sonstiges	6,9%	7,3%	7,1%	7,9%	6,7%	6,3%	4,9%	5,4%

Frage: Wie haben Sie sich im Vorfeld näher über Ihr Reiseziel informiert? (Mehrfachnennungen möglich)

Buchung der Reise | MV gesamt & Rügen



Frage: Wo haben Sie Ihre Reise bzw. Unterkunft gebucht?

Frage: Wenn Sie über eine Buchungsplattform gebucht haben, welche Plattform haben Sie genutzt?
 (Basis: nur Gäste, die über eine Buchungsplattform gebucht haben)

Buchung der Reise | Regionen

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
direkt beim Gastgeber (Hotel, Pension etc.)	61,0%	58,6%	60,1%	63,8%	58,5%	62,8%	44,4%	64,9%
Online-Buchungsplattform	27,7%	31,2%	26,2%	28,3%	25,4%	28,7%	32,7%	24,0%
nichts gebucht	5,9%	5,8%	4,5%	3,8%	12,8%	6,0%	15,2%	8,1%
Tourist-Information, Tourismusverband	5,8%	2,9%	9,3%	4,8%	4,5%	5,6%	4,0%	4,2%
Reisebüro, Reiseveranstalter	2,6%	4,4%	1,9%	2,2%	1,2%	2,6%	3,1%	2,6%
durch den Kostenträger meiner Kur	0,7%	0,4%	1,0%	0,9%	0,0%	0,5%	0,0%	0,4%
Sonstiges	3,9%	2,5%	5,8%	2,3%	5,7%	3,2%	4,0%	3,8%

Frage: Wo haben Sie Ihre Reise bzw. Unterkunft gebucht?

Buchung der Reise – genutzte Buchungsplattform | Regionen

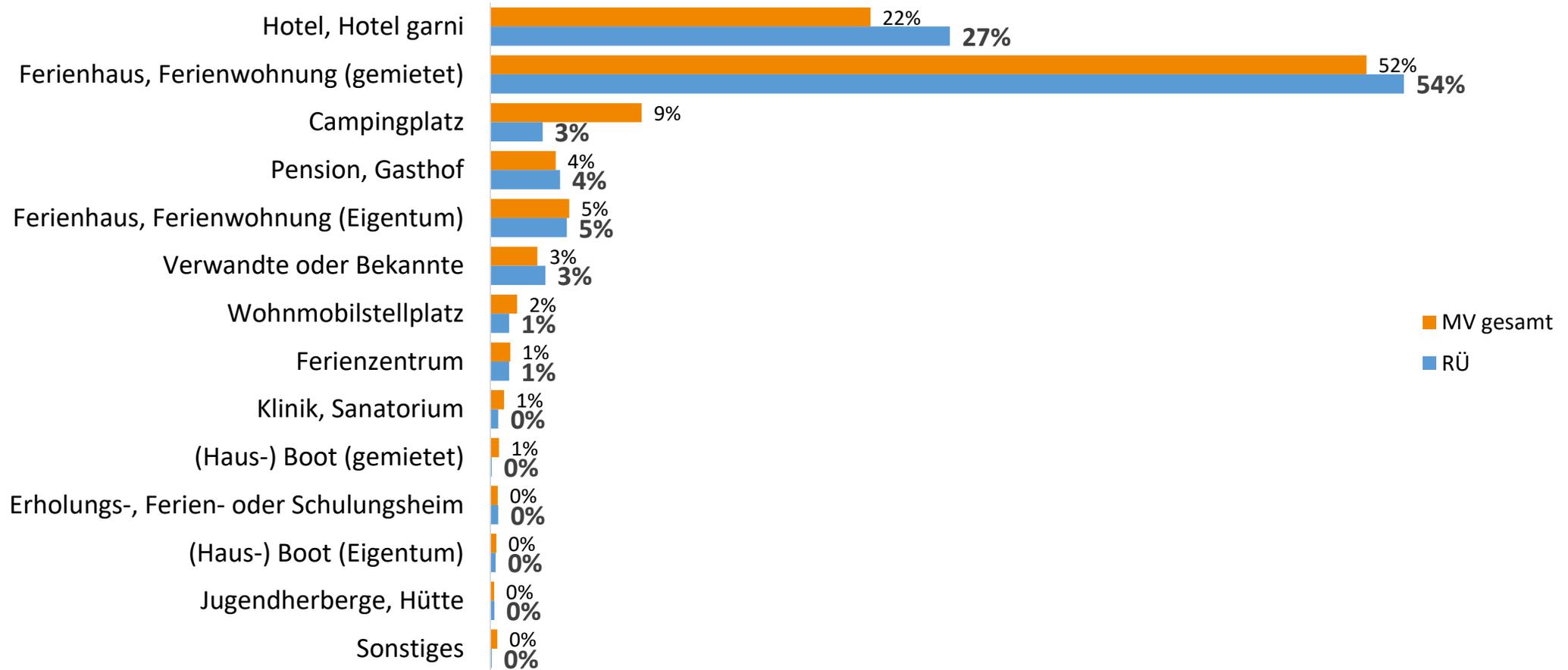
	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Booking.com	42,9%	49,9%	30,7%	43,1%	60,0%	39,4%	68,7%	50,3%
Buchungsplattform des Reiseziels	14,4%	8,0%	21,6%	12,5%	7,5%	22,0%	0,0%	9,6%
fewo-direkt.de	9,0%	8,3%	11,4%	8,6%	2,5%	7,2%	4,5%	11,3%
Airbnb.de	1,9%	2,4%	1,4%	0,5%	6,3%	1,5%	3,0%	4,0%
fewo.de	2,5%	1,6%	3,8%	2,9%	3,8%	2,3%	0,0%	1,1%
HRS.de	0,9%	0,5%	0,4%	1,0%	1,3%	0,8%	1,5%	2,3%
Hotels.com	0,3%	0,3%	0,2%	0,5%	0,0%	0,4%	1,5%	0,0%
Hotel.de	0,3%	0,3%	0,0%	0,5%	0,0%	0,0%	1,5%	0,6%
Sonstige	27,7%	28,7%	30,5%	30,3%	18,8%	26,5%	19,4%	20,9%

*Frage: Wenn Sie über eine Buchungsplattform gebucht haben, welche Plattform haben Sie genutzt?
(Basis: nur Gäste, die über eine Buchungsplattform gebucht haben)*

Kapitel 6

Unterkunft und Verpflegung

Unterkunft | MV gesamt & Rügen



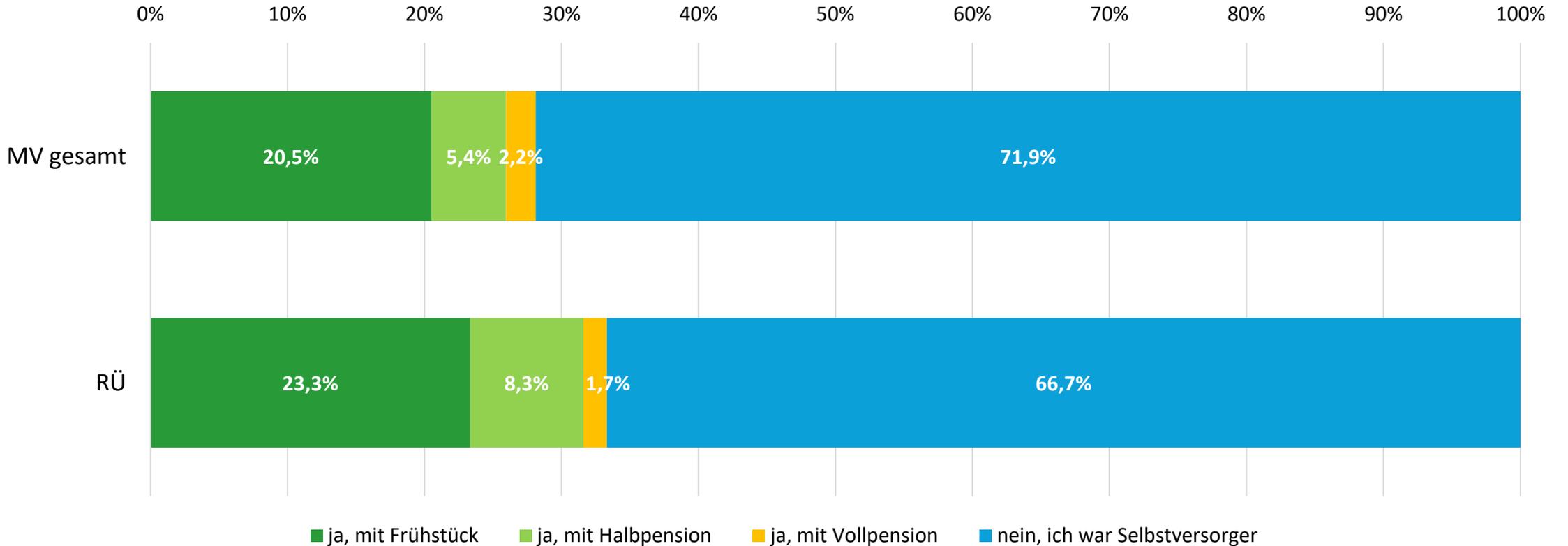
Frage: Wo haben Sie übernachtet?

Unterkunft | Regionen

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Ferienhaus, Ferienwohnung (gemietet)	51,8%	54,0%	70,8%	52,6%	27,1%	38,8%	22,9%	32,8%
Hotel, Hotel garni	22,5%	27,2%	11,7%	29,2%	29,8%	20,4%	36,6%	26,5%
Campingplatz	8,9%	3,1%	4,4%	5,0%	11,9%	25,1%	11,9%	15,1%
Ferienhaus, Ferienwohnung (Eigentum)	4,7%	4,5%	5,1%	5,0%	5,4%	3,6%	3,1%	4,8%
Pension, Gasthof	3,9%	4,1%	3,1%	3,0%	9,5%	2,9%	7,5%	4,2%
Verwandte oder Bekannte	2,8%	3,2%	1,5%	1,7%	7,7%	2,1%	9,3%	3,7%
Wohnmobilstellplatz	1,6%	1,1%	0,6%	0,8%	3,6%	3,0%	5,3%	2,1%
Ferienzentrum	1,2%	1,1%	0,4%	0,6%	0,9%	1,2%	0,4%	4,9%
Klinik, Sanatorium	0,8%	0,5%	1,0%	1,1%	0,0%	0,6%	0,0%	1,1%
(Haus-) Boot (gemietet)	0,5%	0,1%	0,1%	0,2%	1,8%	0,2%	0,9%	2,5%
Erholungs-, Ferien- oder Schulungsheim	0,4%	0,5%	0,2%	0,7%	0,6%	0,6%	0,0%	0,4%
(Haus-) Boot (Eigentum)	0,3%	0,3%	0,2%	0,0%	1,2%	0,3%	0,0%	1,3%
	0,2%	0,2%	0,2%	0,1%	0,0%	0,5%	0,9%	0,0%
Sonstiges	0,4%	0,1%	0,5%	0,1%	0,6%	0,5%	1,3%	0,7%

Frage: Wo haben Sie übernachtet?

Verpflegung | MV gesamt & Rügen



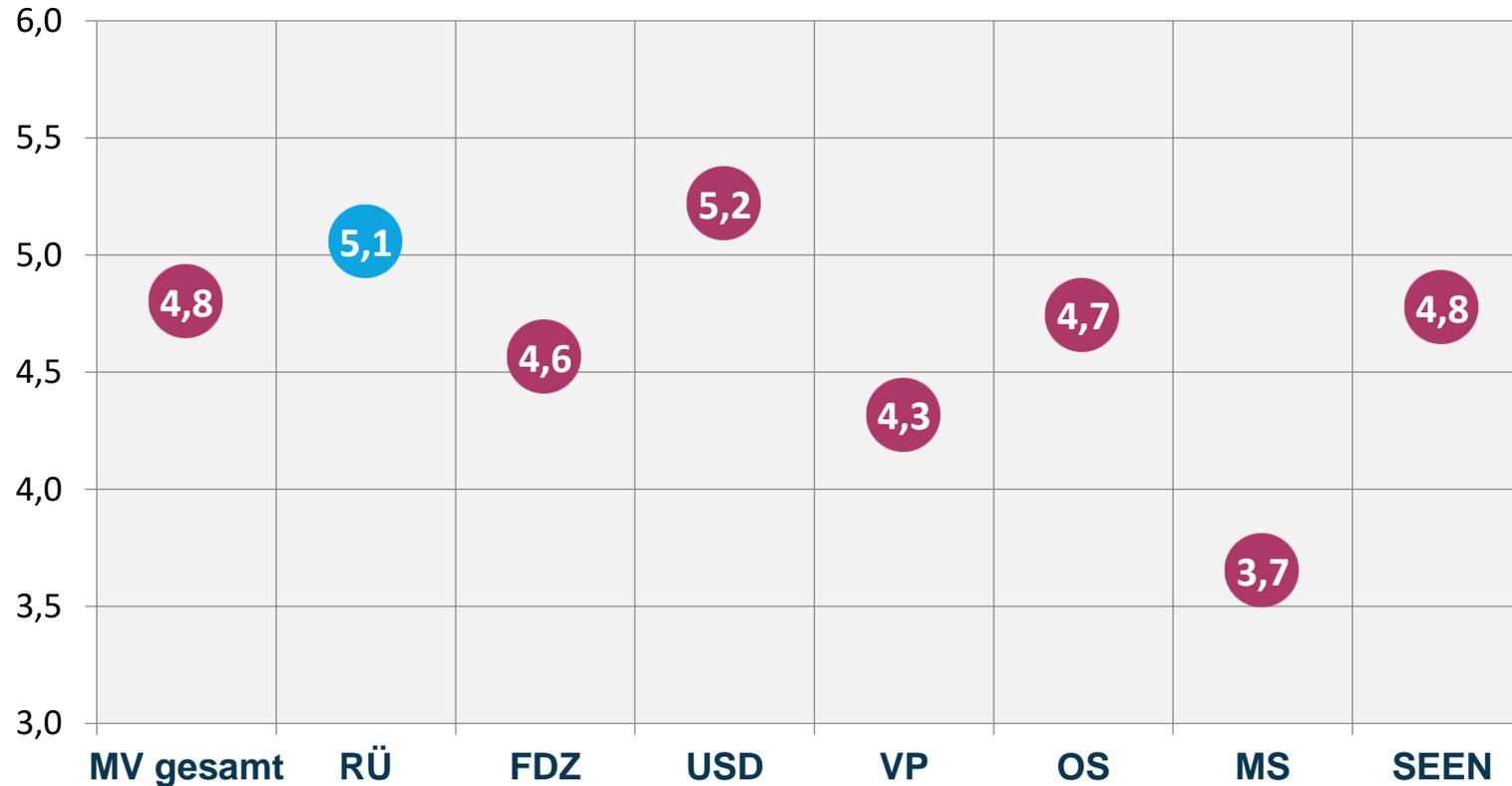
Frage: War Ihre Übernachtung mit Verpflegung verknüpft?

Verpflegung | Bevorzugte Produkte

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
regionale Produkte	77,5%	78,2%	80,2%	77,0%	77,9%	72,8%	70,9%	77,5%
saisonale Produkte	51,4%	51,7%	57,7%	50,4%	46,4%	47,6%	32,1%	49,3%
Bio-Produkte	19,8%	20,2%	24,7%	12,6%	25,4%	18,0%	20,0%	21,1%
Vegetarisch	11,5%	10,2%	13,5%	8,3%	23,6%	12,1%	10,9%	9,9%
Fair-Trade-Produkte	5,1%	5,1%	7,4%	3,1%	7,2%	4,0%	2,4%	5,0%
Vegan	2,7%	2,4%	2,3%	2,1%	7,2%	3,3%	3,6%	3,2%
nichts davon	13,2%	12,7%	10,6%	15,4%	8,7%	17,3%	17,6%	12,1%

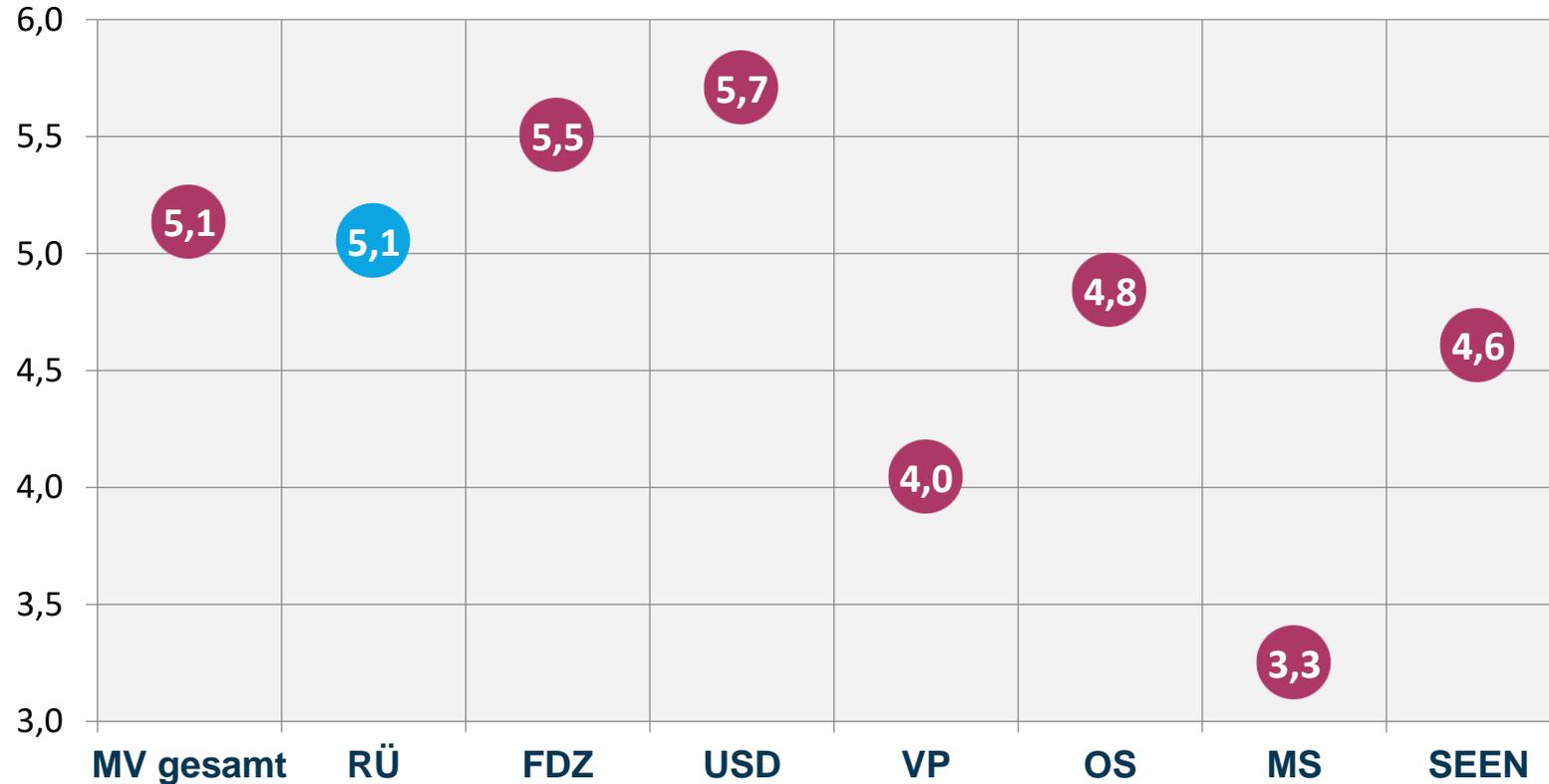
Frage: Welche Verpflegungsprodukte nehmen Sie während Ihres Aufenthaltes in der Region bevorzugt in Anspruch? (Mehrfachnennungen möglich)

Nutzung Gastronomie | Anzahl der Besuche in Restaurants & Bars



Frage: Wie oft haben Sie während Ihres Aufenthalts folgende gastronomische Einrichtungen besucht: Restaurants, Bars (Basis: nur Gäste, die den Fragebogen online ausgefüllt haben)

Nutzung Gastronomie | Imbiss, Eisdiele, Café

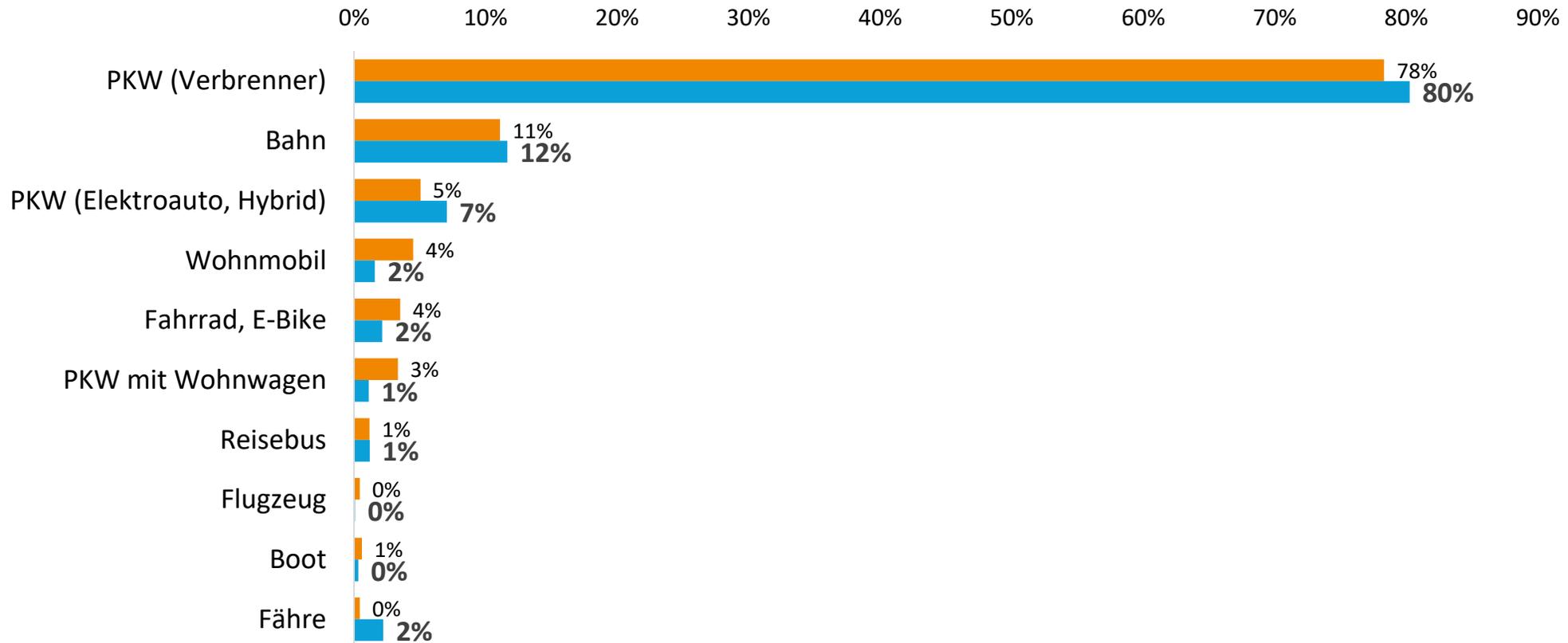


Frage: Wie oft haben Sie während Ihres Aufenthalts folgende gastronomische Einrichtungen besucht: Imbiss, Eisdiele, Café (Basis: nur Gäste, die den Fragebogen online ausgefüllt haben)

Kapitel 7

Mobilität und Verkehr

Anreiseverkehrsmittel | MV gesamt & Rügen



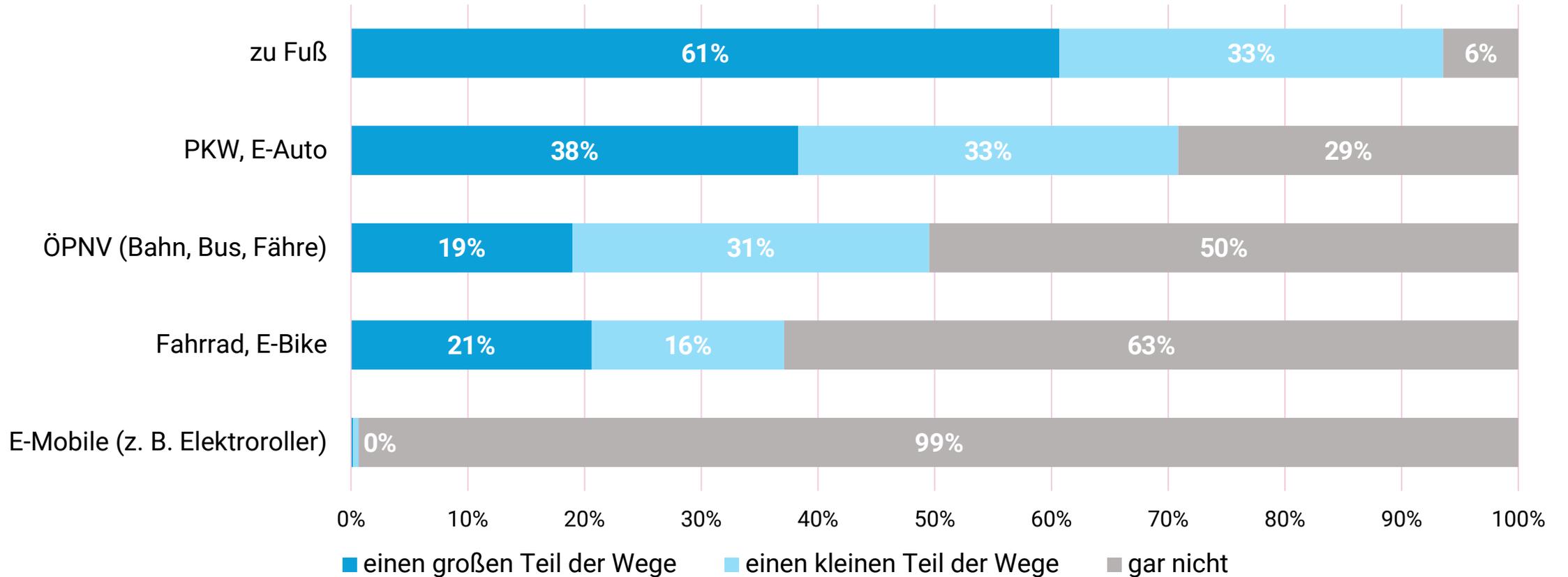
Frage: Mit welchen Verkehrsmitteln sind Sie angereist? (Mehrfachnennungen möglich)

Anreiseverkehrsmittel | Regionen

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
PKW (Verbrenner)	78,3%	80,3%	85,0%	80,1%	62,4%	68,4%	67,6%	77,6%
Bahn	11,1%	11,7%	9,2%	11,7%	17,0%	12,1%	11,6%	9,0%
PKW (Elektroauto, Hybrid)	5,1%	7,1%	4,8%	4,2%	6,3%	3,8%	7,6%	4,6%
Wohnmobil	4,5%	1,6%	2,4%	1,7%	7,2%	11,6%	11,1%	7,6%
Fahrrad, E-Bike	3,5%	2,1%	3,7%	2,0%	8,4%	3,7%	2,7%	5,7%
PKW mit Wohnwagen	3,3%	1,1%	1,7%	2,3%	3,9%	8,9%	5,8%	5,0%
Reisebus	1,2%	1,2%	1,5%	1,4%	0,9%	0,7%	0,4%	0,7%
Flugzeug	0,4%	0,1%	0,0%	1,6%	0,0%	0,2%	0,4%	0,4%
Boot	0,6%	0,3%	0,2%	0,0%	1,2%	0,6%	0,0%	2,9%
Fähre	0,4%	2,2%	0,0%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Sonstiges	1,2%	1,2%	1,1%	0,7%	3,3%	1,3%	0,4%	1,2%

Frage: Mit welchen Verkehrsmitteln sind Sie angereist? (Mehrfachnennungen mögl.)

Mobilität vor Ort | Rügen



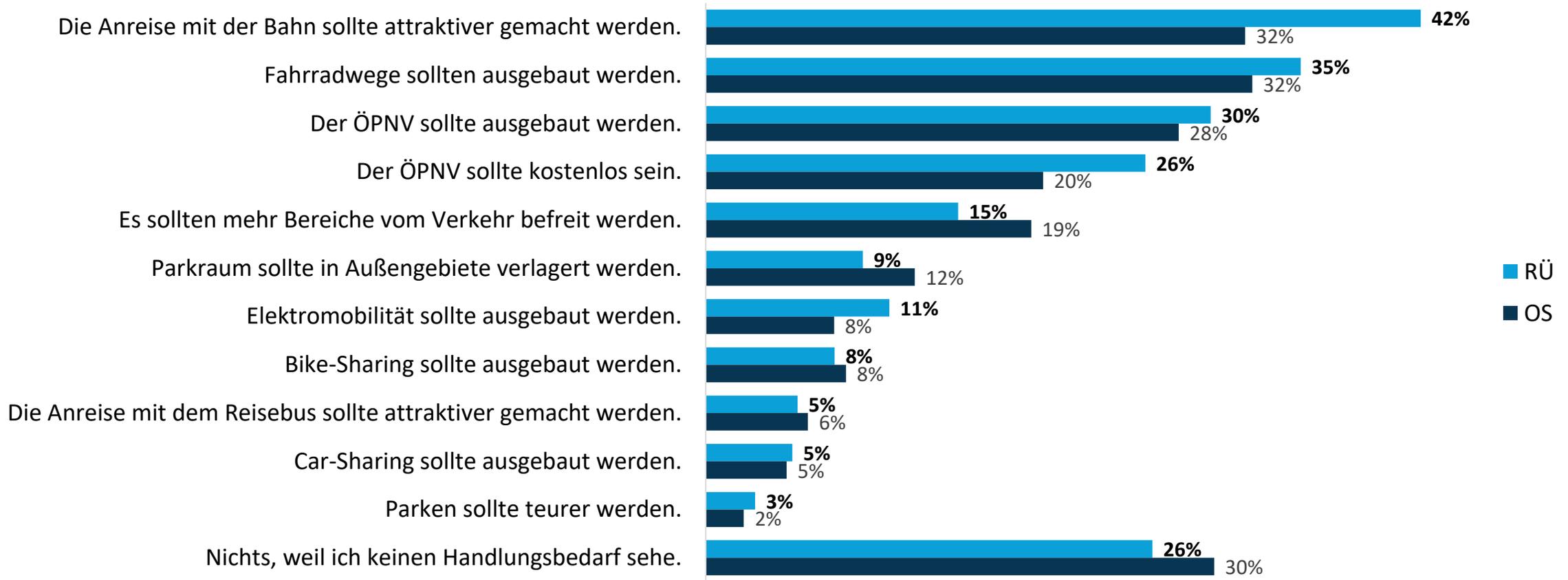
Frage: Wie haben Sie sich vor Ort fortbewegt? (Mehrfachnennungen mögl.)

Mobilität vor Ort | Regionen

		MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
PKW, E-Auto	einen großen Teil der Wege	58,4%	60,7%	61,8%	65,3%	58,5%	59,4%	44,4%	35,8%
	einen kleinen Teil der Wege	32,7%	32,9%	31,0%	28,0%	30,3%	32,7%	35,4%	46,8%
	einen großen Teil der Wege	29,3%	38,3%	22,4%	23,8%	30,6%	26,0%	43,9%	41,8%
	einen kleinen Teil der Wege	33,9%	32,6%	42,0%	34,1%	23,6%	31,7%	20,6%	26,6%
Fahrrad, E-Bike	einen großen Teil der Wege	31,6%	20,6%	47,4%	24,4%	25,2%	25,8%	26,0%	33,2%
	einen kleinen Teil der Wege	16,2%	16,5%	15,0%	17,0%	13,9%	16,5%	12,6%	18,2%
	einen großen Teil der Wege	12,5%	18,9%	8,0%	16,9%	8,5%	12,3%	10,8%	8,2%
	einen kleinen Teil der Wege	22,2%	30,6%	19,0%	25,8%	18,8%	17,9%	11,2%	20,6%
E-Mobile (z.B. Elektroroller)	einen großen Teil der Wege	0,5%	0,2%	0,3%	0,4%	1,5%	0,9%	0,0%	1,3%
	einen kleinen Teil der Wege	0,8%	0,5%	0,8%	0,6%	0,6%	1,2%	0,9%	0,9%

Frage: Wie haben Sie sich vor Ort fortbewegt? (Mehrfachnennungen mögl.)

Verkehr | Wünsche an das Zielgebiet (nur Rügen & Meckl. Ostseeküste)

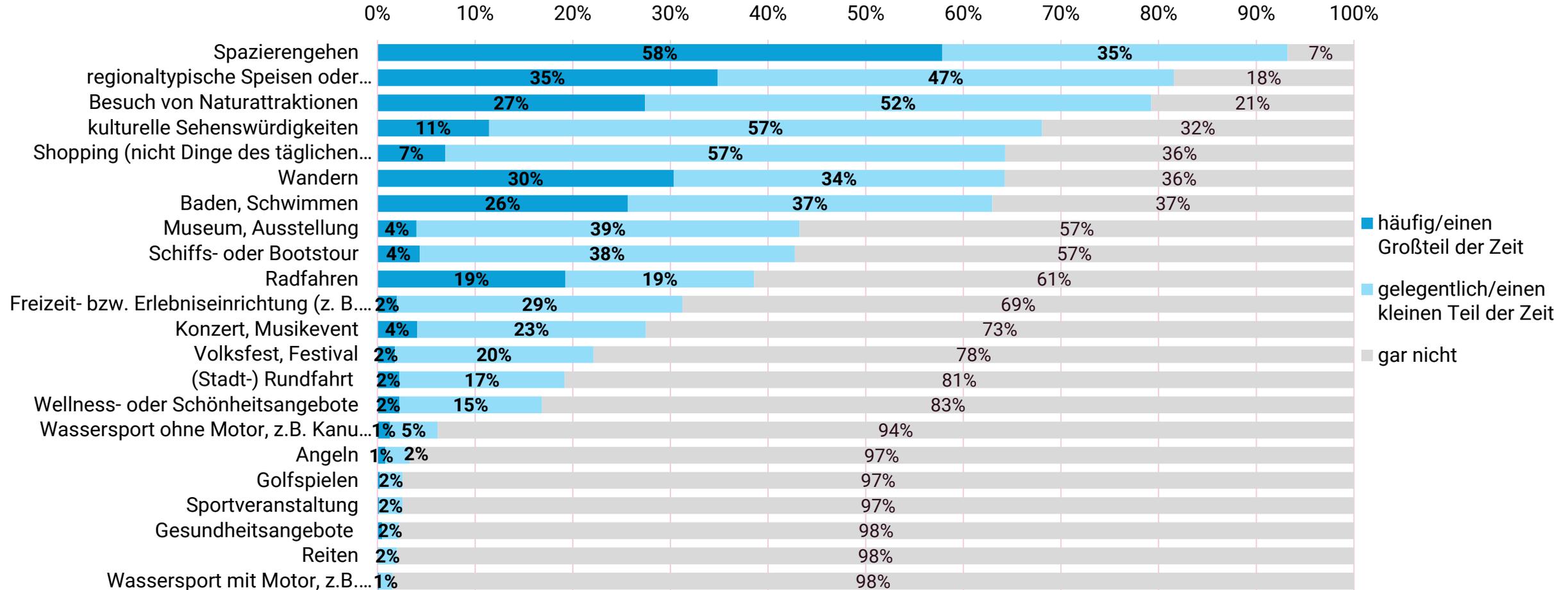


*Frage: Was wünschen Sie sich von Ihrem Zielgebiet, damit Verkehr reduziert wird?
(Basis: nur Gäste auf Rügen/Hiddensee und in der Region Ostseeküste)*

Kapitel 8

Aktivitäten

Freizeitaktivitäten | Rügen

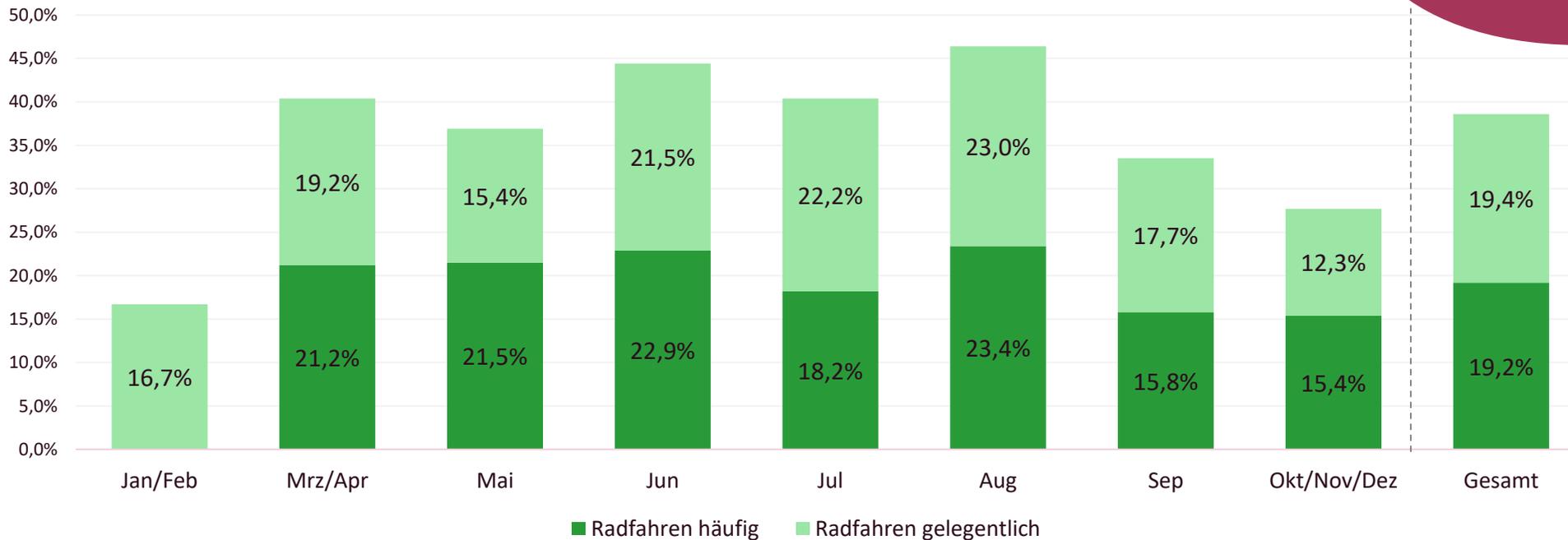


Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

Urlaubsaktivität Radfahren | Saisonalität auf Rügen

Die Urlaubsaktivität Radfahren ist bei unseren Gästen im Sommerhalbjahr bei entsprechend wärmeren Temperaturen beliebter als in der Nebensaison.

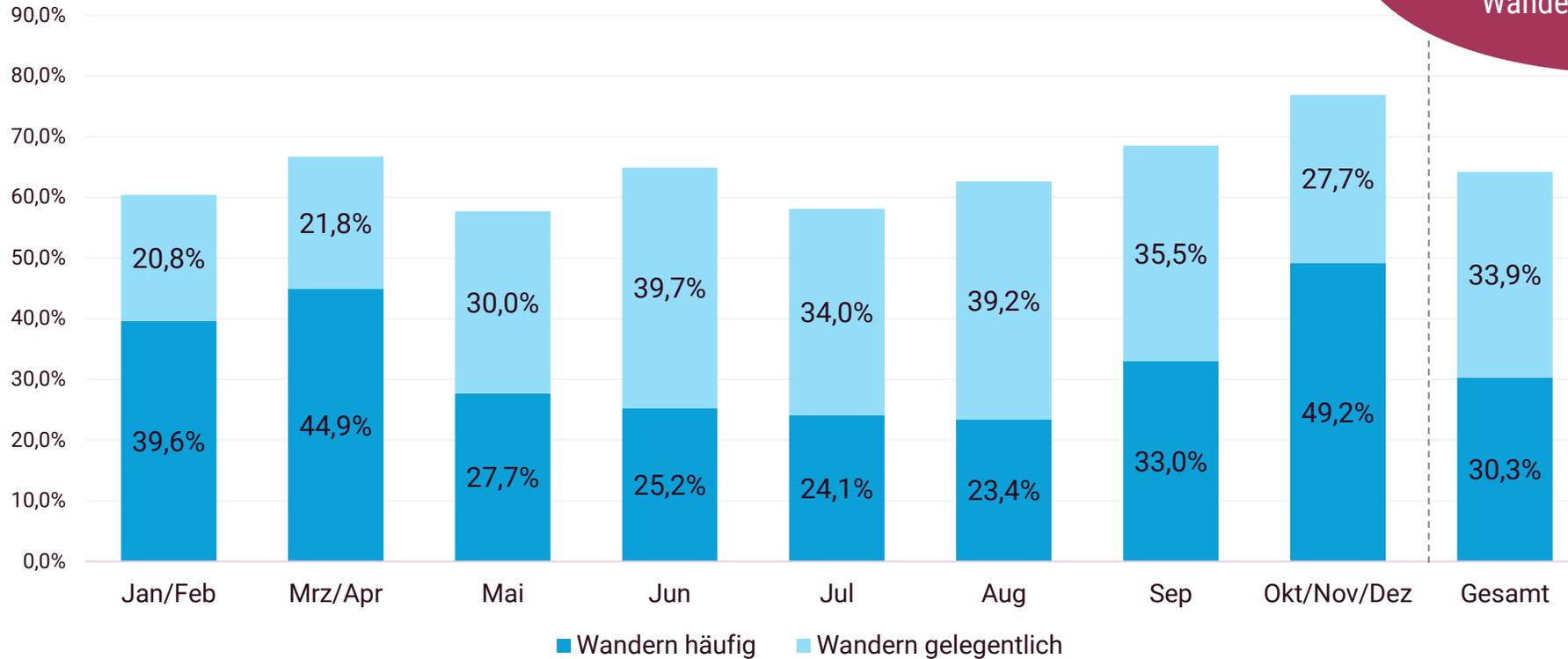
Saisonalität der Urlaubsaktivität Radfahren auf Rügen



Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

Urlaubsaktivität Wandern | Saisonalität auf Rügen

Saisonalität der Urlaubsaktivität Wandern auf Rügen



Die Urlaubsaktivität Wandern ist bei unseren Gästen in der Vor- und Nachsaison beliebter bzw. ist der Anteil der „häufig“ Wandernden dann erhöht.

Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

Freizeitaktivitäten | Regionen Teil 1

		MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Spaziergehen	häufig/einen Großteil der Zeit	54,7%	57,8%	53,8%	58,1%	54,5%	58,5%	50,5%	40,9%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	37,0%	35,4%	38,2%	35,6%	35,7%	34,1%	35,6%	45,3%
regionaltypische Speisen	häufig/einen Großteil der Zeit	31,7%	34,8%	32,8%	33,5%	27,1%	31,0%	21,6%	26,7%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	46,6%	46,7%	47,0%	47,7%	44,9%	46,9%	35,6%	47,9%
Besuch von Naturattraktionen	häufig/einen Großteil der Zeit	18,5%	27,4%	21,0%	10,4%	17,2%	13,7%	17,1%	19,3%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	49,9%	51,8%	51,8%	50,7%	48,0%	48,8%	38,3%	47,2%
Baden, Schwimmen	häufig/einen Großteil der Zeit	30,5%	25,6%	32,9%	43,4%	13,5%	26,9%	17,6%	24,8%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	32,6%	37,3%	31,5%	32,2%	31,4%	35,3%	16,2%	31,2%
kulturelle Sehenswürdigkeiten	häufig/einen Großteil der Zeit	9,8%	11,4%	8,1%	6,1%	16,3%	9,7%	20,7%	12,5%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	52,1%	56,6%	55,1%	49,9%	47,7%	49,9%	42,8%	49,6%
Shopping (nicht Dinge des täglichen Bedarfs)	häufig/einen Großteil der Zeit	6,3%	6,9%	5,9%	6,0%	7,1%	6,9%	6,8%	5,2%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	54,0%	57,3%	55,3%	58,4%	44,6%	55,9%	39,2%	44,1%
Wandern	häufig/einen Großteil der Zeit	21,1%	30,4%	24,0%	17,2%	13,5%	16,0%	18,5%	16,2%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	30,9%	33,9%	35,2%	28,0%	25,2%	25,0%	23,0%	33,5%
Radfahren	häufig/einen Großteil der Zeit	29,7%	19,2%	43,6%	23,2%	24,9%	23,0%	27,0%	32,3%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	20,2%	19,3%	21,0%	19,9%	18,2%	22,3%	14,4%	20,4%

Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

Freizeitaktivitäten | Regionen Teil 2

		MV	FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN	
Museum, Ausstellung besuchen	häufig/einen Großteil der Zeit	5,3%	4,0%	7,0%	2,9%	9,5%	2,8%	10,8%	7,5%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	38,4%	39,2%	45,1%	30,2%	43,1%	31,3%	37,4%	42,5%
Schiffs- oder Bootstour	häufig/einen Großteil der Zeit	4,2%	4,3%	3,8%	2,2%	4,0%	3,4%	4,5%	9,8%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	34,5%	38,4%	40,3%	25,6%	26,8%	31,2%	24,3%	40,3%
Freizeit- bzw. Erlebniseinrichtung (z. B. Zoo)	häufig/einen Großteil der Zeit	3,2%	2,0%	2,1%	3,7%	3,4%	4,5%	4,5%	5,0%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	28,4%	29,2%	26,3%	30,4%	23,7%	28,6%	23,4%	31,9%
Konzert, Musikevent	häufig/einen Großteil der Zeit	3,6%	4,1%	3,8%	5,2%	1,2%	2,3%	5,4%	1,2%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	23,9%	23,4%	23,7%	35,2%	13,2%	20,9%	14,0%	16,1%
(Stadt-) Rundfahrt	häufig/einen Großteil der Zeit	2,1%	2,2%	1,5%	1,5%	3,4%	2,5%	6,3%	2,0%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	17,7%	16,9%	15,6%	16,5%	15,1%	23,1%	18,0%	21,3%
Volksfest, Festival	häufig/einen Großteil der Zeit	2,2%	1,8%	1,9%	3,3%	0,9%	1,3%	3,6%	2,4%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	19,7%	20,4%	19,5%	24,2%	16,0%	19,0%	11,7%	15,5%
	häufig/einen Großteil der Zeit	2,0%	2,2%	0,6%	3,5%	2,8%	1,0%	1,8%	3,2%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	12,1%	14,6%	8,5%	16,4%	10,8%	11,3%	10,8%	11,4%

Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

Freizeitaktivitäten | Regionen Teil 3

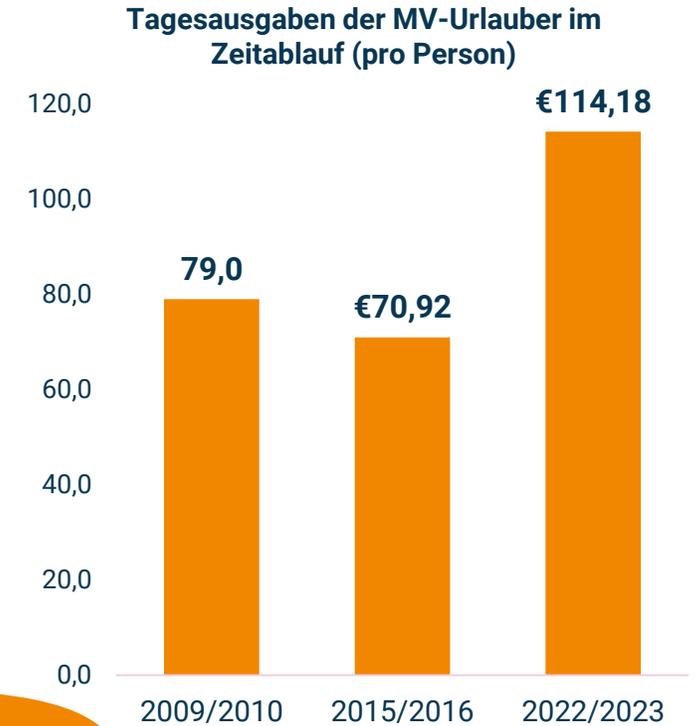
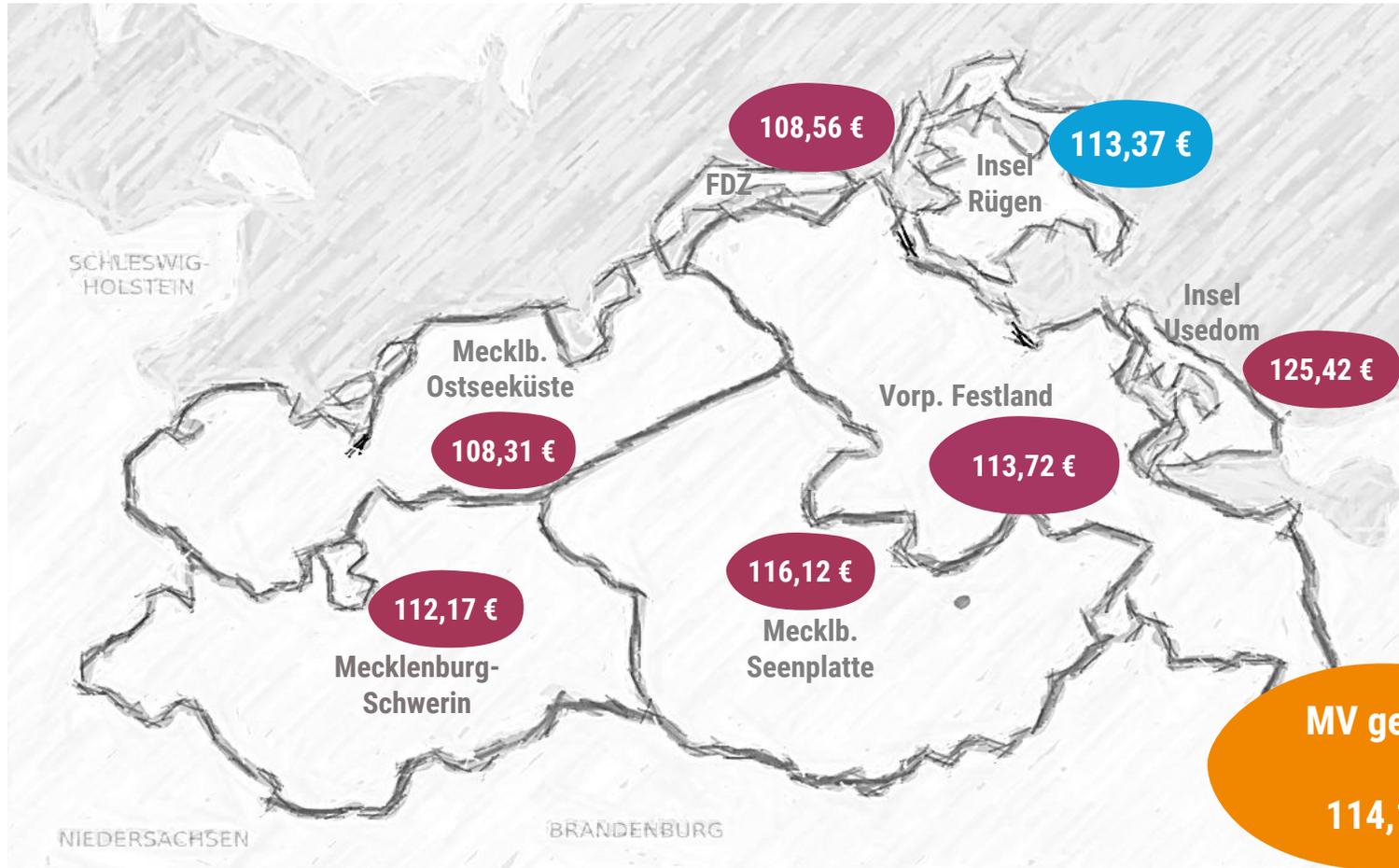
		MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Wassersport ohne Motor, z.B. Kanu oder Segeln	häufig/einen Großteil der Zeit	2,4%	1,3%	1,4%	1,1%	4,6%	2,4%	3,6%	8,4%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	6,6%	4,9%	5,9%	4,2%	7,1%	5,8%	12,6%	15,0%
Wassersport mit Motor, z.B. Motorboot, Jetski	häufig/einen Großteil der Zeit	1,1%	0,2%	0,3%	0,4%	0,6%	0,1%	2,7%	7,6%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	2,8%	1,4%	1,7%	2,2%	3,4%	2,1%	7,7%	9,0%
Angeln	häufig/einen Großteil der Zeit	1,1%	0,8%	1,0%	0,4%	1,8%	0,4%	2,3%	3,6%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	2,4%	2,5%	2,0%	1,3%	2,8%	2,1%	2,7%	6,2%
Sportveranstaltung	häufig/einen Großteil der Zeit	0,4%	0,2%	0,4%	0,6%	0,3%	0,5%	0,9%	0,4%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	3,5%	2,4%	4,2%	4,6%	2,8%	3,3%	1,8%	2,8%
Gesundheitsangebote	häufig/einen Großteil der Zeit	1,2%	0,5%	1,0%	1,1%	0,6%	0,8%	1,4%	4,0%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	2,0%	1,7%	2,0%	2,0%	2,2%	2,1%	3,2%	2,3%
Golfspielen	häufig/einen Großteil der Zeit	0,4%	0,2%	0,0%	0,5%	0,0%	0,2%	0,9%	1,2%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	2,2%	2,3%	1,1%	4,2%	0,9%	2,4%	0,9%	1,7%
Reiten	häufig/einen Großteil der Zeit	0,3%	0,1%	0,4%	0,2%	0,0%	0,1%	0,5%	0,5%
	gelegentlich/einen kl. Teil der Zeit	2,0%	1,9%	2,7%	1,1%	2,5%	1,6%	1,8%	2,3%

Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

Kapitel 9

Reiseausgaben

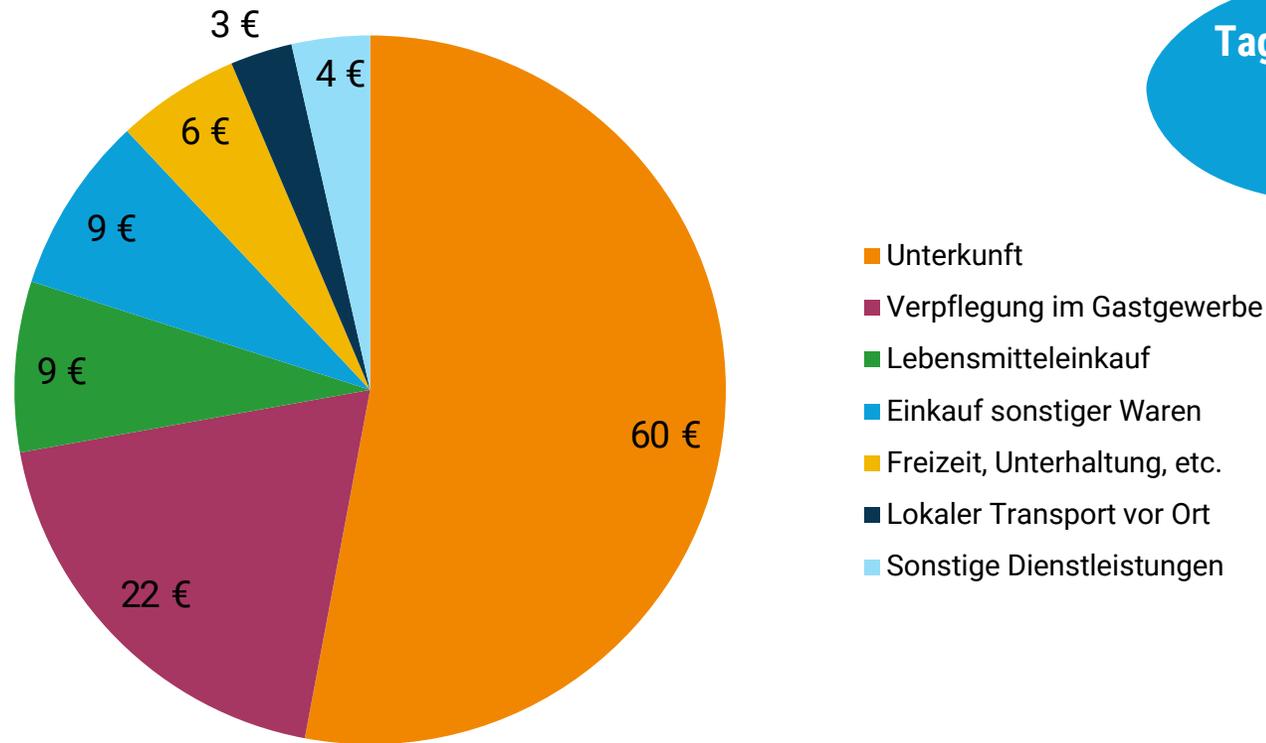
Ausgaben pro Person und Tag | Regionen



Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, 2010 & 2016

- 1) Wie viel haben Sie in der Region etwa für die folgenden Leistungen während Ihres gesamten Aufenthaltes ausgegeben? Berücksichtigen Sie dabei auch Ausgaben für Mitreisende, für die Sie mitbezahlen!
- 2) Für wie viele Mitreisende haben Sie bezahlt
- 3) Wie lang dauerte Ihr Aufenthalt in der Region?

Ausgaben pro Person und Tag | Rügen



**Tagesausgaben
gesamt
113,37 €**

Fragen:

- 1) *Wie viel haben Sie in der Region etwa für die folgenden Leistungen während Ihres gesamten Aufenthaltes ausgegeben? Berücksichtigen Sie dabei auch Ausgaben für Mitreisende, für die Sie mitbezahlen!*
- 2) *Für wie viele Mitreisende haben Sie bezahlt*
- 3) *Wie lang dauerte Ihr Aufenthalt in der Region?*

Ausgaben pro Person und Tag | Regionen im Detail

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
		-	-	-	-	-	-	-
Unterkunft (inkl. Frühstück, Halbpension oder Vollpension)				70 €				
					26 €			
Lebensmitteleinkauf (Einkauf von Lebensmitteln im Supermarkt, beim Bäcker, am Bauernhof etc.)								
Einkauf sonstiger Waren (alle Einkäufe mit Ausnahme von Lebensmitteln)								
Freizeit, Unterhaltung (z.B. Veranstaltungen,								8 €
Lokaler Transport vor Ort (z.B. Ausgaben für PNV,								5 €
Tagesausgaben pro Person gesamt	114,18 €	113,37 €	108,56 €	125,42 €	113,72 €	108,31 €	112,17 €	116,12 €

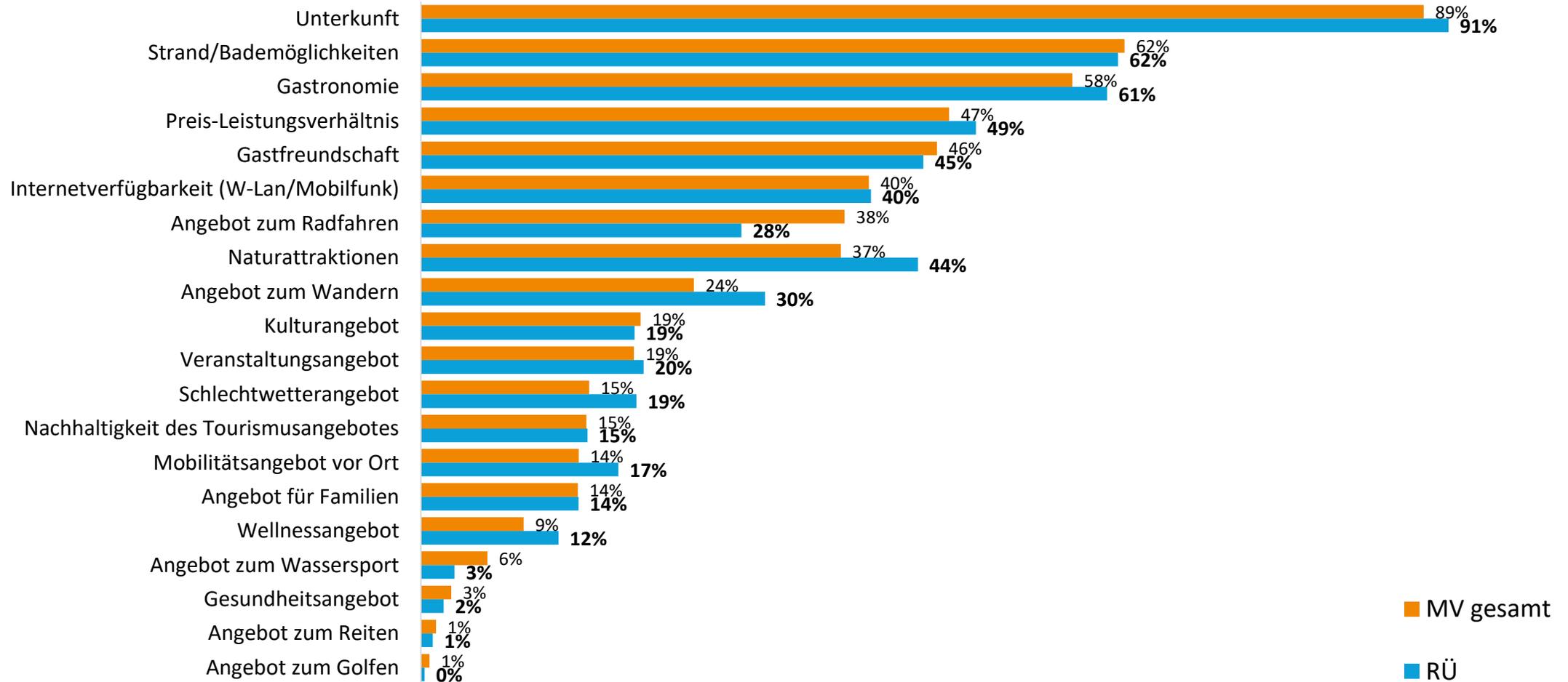
Fragen:

- 1) Wie viel haben Sie in der Region etwa für die folgenden Leistungen während Ihres gesamten Aufenthaltes ausgegeben? Berücksichtigen Sie dabei auch Ausgaben für Mitreisende, für die Sie mitbezahlen!
- 2) Für wie viele Mitreisende haben Sie bezahlt
- 3) Wie lang dauerte Ihr Aufenthalt in der Region?

Kapitel 10

Anforderungen und Zufriedenheit

Wichtigkeit ausgewählter Angebotsfaktoren | MV gesamt & Rügen



Frage: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?

Wichtigkeit ausgewählter Angebotsfaktoren | Regionen Top-10

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Unterkunft	88,8%	91,0%	91,2%	92,4%	83,6%	85,1%	78,9%	82,2%
	62,3%	61,7%	69,2%	74,0%	39,4%	67,0%	26,6%	37,9%
Gastronomie	57,7%	60,8%	54,9%	62,7%	58,2%	57,2%	57,8%	52,5%
	46,8%	49,2%	46,0%	46,7%	44,8%	51,1%	35,3%	44,5%
Gastfreundschaft	45,7%	44,5%	43,5%	49,4%	53,0%	43,6%	44,0%	46,5%
	39,7%	39,9%	42,6%	38,9%	38,8%	40,3%	30,7%	36,7%
Angebot zum Radfahren	37,5%	28,4%	50,6%	30,0%	31,5%	32,3%	31,2%	43,2%
Naturattraktionen	37,2%	44,0%	44,2%	26,6%	38,5%	28,7%	28,4%	41,3%
Angebot zum Wandern	24,2%	30,5%	29,6%	15,9%	22,7%	17,7%	20,6%	24,5%
Kulturangebot	19,5%	18,9%	22,4%	18,3%	22,1%	16,2%	23,9%	16,9%

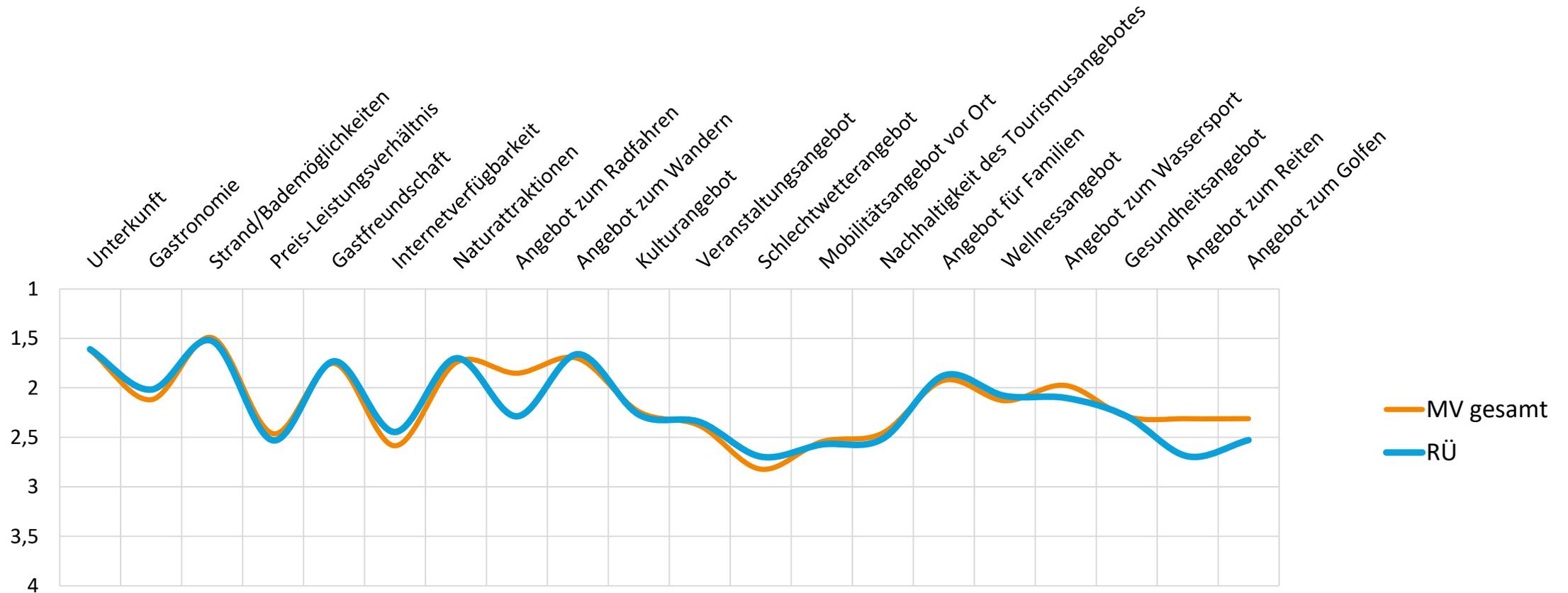
Frage: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?

Wichtigkeit ausgewählter Angebotsfaktoren | Regionen Teil 2

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Veranstaltungsangebot	18,9%	19,7%	19,1%	24,9%	11,8%	18,0%	12,4%	12,2%
Schlechtwetterangebot	14,9%	19,1%	12,9%	17,9%	11,5%	13,5%	9,2%	12,7%
Nachhaltigkeit des Tourismusangebotes	14,7%	14,8%	17,8%	11,3%	19,1%	11,0%	9,6%	16,4%
	14,0%	17,5%	11,2%	16,0%	13,9%	13,3%	8,7%	14,3%
	13,9%	14,0%	11,3%	16,8%	10,3%	16,5%	11,9%	14,2%
Wellnessangebot	9,1%	12,2%	4,9%	13,3%	10,0%	7,9%	6,9%	9,1%
Angebot zum Wassersport	5,9%	3,0%	3,5%	2,8%	9,1%	3,7%	13,3%	22,1%
Gesundheitsangebot	2,7%	2,0%	2,6%	2,6%	1,5%	2,3%	0,9%	5,9%
Angebot zum Reiten	1,3%	1,0%	2,1%	0,8%	1,2%	1,2%	0,9%	1,2%
Angebot zum Golfen	0,8%	0,3%	0,4%	1,1%	1,2%	0,5%	0,5%	1,7%

Frage: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren | Überblick



Frage: Wie bewerten Sie die folgenden Dinge in der Region?*

*Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren | Regionen (nach Wichtigkeit)

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Unterkunft	1,62	1,61	1,58	1,61	1,63	1,65	1,77	1,65
	1,49	1,53	1,40	1,36	1,75	1,60	1,73	1,76
Gastronomie	2,12	2,02	2,23	2,07	2,08	2,09	2,10	2,16
	2,46	2,53	2,49	2,55	2,33	2,39	2,30	2,26
Gastfreundschaft	1,75	1,73	1,77	1,75	1,75	1,79	1,76	1,68
	2,59	2,45	2,52	2,63	2,71	2,74	2,29	2,66
Angebot zum Radfahren	1,85	2,29	1,65	1,73	2,18	2,04	1,81	1,80
Naturattraktionen	1,75	1,70	1,62	1,83	1,93	1,90	1,80	1,81
Angebot zum Wandern	1,70	1,66	1,64	1,67	1,95	1,93	1,77	1,72
Kulturangebot	2,24	2,27	2,19	2,32	2,30	2,21	1,98	2,25

*Frage: Wie bewerten Sie die folgenden Dinge in der Region?**

**Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“*

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren | Regionen (nach Wichtigkeit)

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Veranstaltungsangebot	2,38	2,35	2,37	2,42	2,54	2,31	2,25	2,49
Schlechtwetterangebot	2,82	2,69	2,90	2,80	2,81	2,78	2,92	2,90
Nachhaltigkeit des Tourismusangebotes	2,46	2,51	2,49	2,39	2,47	2,45	2,53	2,36
	2,54	2,57	2,62	2,16	2,97	2,64	2,85	2,77
	1,93	1,88	2,02	1,85	1,91	1,93	1,86	2,00
Wellnessangebot	2,13	2,08	2,40	1,99	1,96	2,04	(2,45)	2,19
Angebot zum Wassersport	1,98	2,10	2,10	2,15	2,00	2,10	1,79	1,66
Gesundheitsangebot	2,29	2,29	2,38	2,28	(2,33)	2,33	(2,42)	2,07
Angebot zum Reiten	2,31	2,69	2,03	2,31	(2,27)	2,49	(3,22)	2,32
Angebot zum Golfen	2,31	2,53	2,63	2,08	(2,35)	2,33	(2,57)	2,15

*Frage: Wie bewerten Sie die folgenden Dinge in der Region?**

**Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“ | (-) Fallzahlen unter 40, daher nur Aussage mit hoher statistischer Unsicherheit*

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren | Zeitvergleich

	2009/2010	2015/2016	2022/2023	Vgl. zu 2015/16
Unterkunft insgesamt	1,78	1,77	1,62	↑
Ausstattung in der Unterkunft	1,80	1,86	1,58	↑
Servicequalität der Unterkunft	1,68	1,78	1,65	↑
PLV Unterkunft	2,18	2,04	1,94	↑
Gastronomie insgesamt	1,89	2,06	2,12	→
Vielfalt des gastronomischen Angebotes	1,88	2,10	2,39	↓
	1,98	2,12	2,52	↓
Servicequalität in der Gastronomie	1,83	1,97	2,20	↓
PLV Gastronomie	2,31	2,31	2,59	↓
Preis-Leistungsverhältnis insgesamt	2,25	2,17	2,46	↓
Gastfreundschaft	1,80	1,72	1,75	→
Veranstaltungsangebot	2,14	2,44	2,38	→
Schlechtwetterangebot	2,27	2,94	2,82	↑
Angebot für Familien/ Kinder	2,23	2,56	1,93	↑
Kulturangebot	2,06	2,36	2,24	↑
(intakte) Landschaft und Natur	1,37	1,46	1,78	↓
(intaktes, harmonisches) Ortsbild	1,85	1,83	2,05	↓

Quelle: Qualitätsmonitor Deutschland-Tourismus, 2010 & 2016

*Frage: Wie bewerten Sie die folgenden Dinge in der Region?**

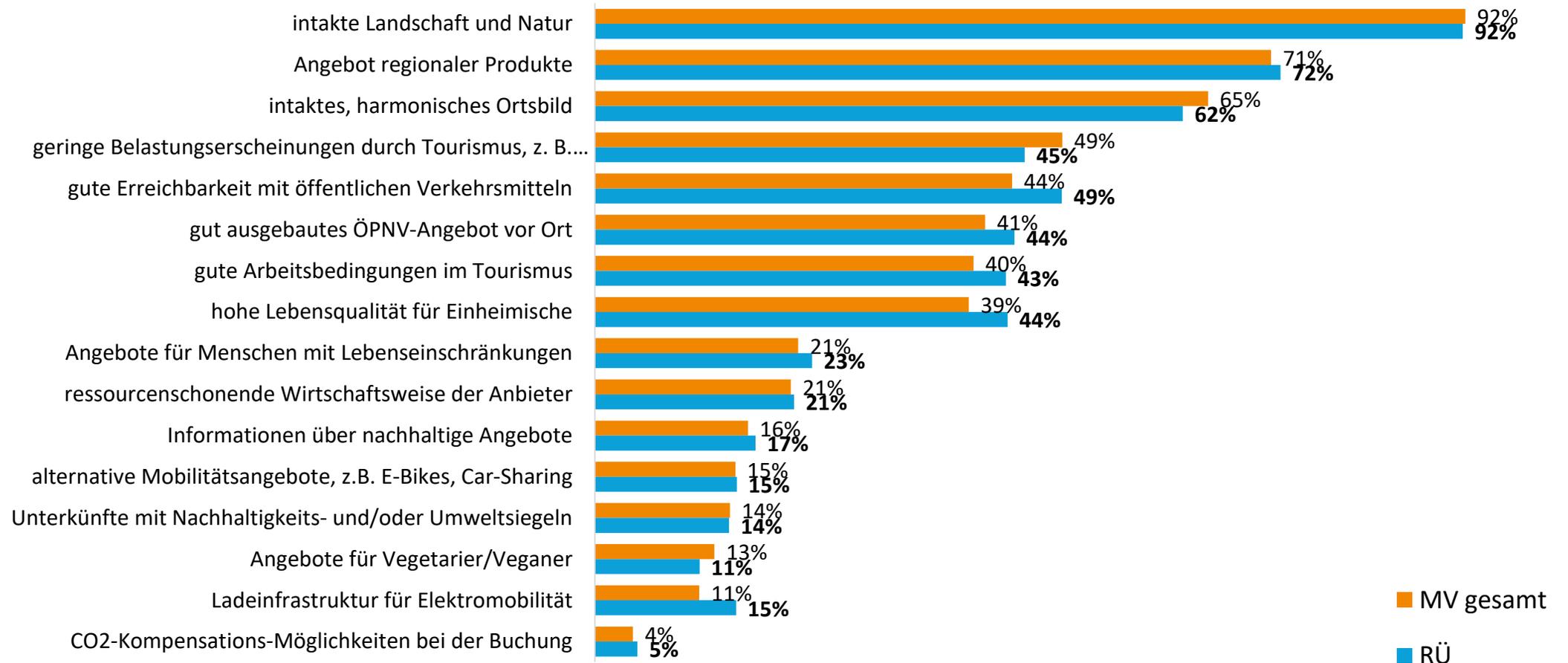
*Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“

Gästabefragung MV 22/23 | www.tmv.de | www.benchmark-services.de

benchmark:services



Wichtigkeit von Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus | MV gesamt & Rügen



Frage: Welche der folgenden Merkmale eines nachhaltigen Tourismus sind für Sie wichtig?

Wichtigkeit von Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus | Regionen Top 10

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
intakte Landschaft und Natur	91,9%	91,6%	95,9%	88,6%	93,0%	86,7%	88,4%	94,5%
Angebot regionaler Produkte	71,4%	72,4%	75,8%	70,4%	67,8%	68,3%	56,7%	70,1%
intaktes, harmonisches Ortsbild	64,7%	62,1%	72,6%	65,2%	61,4%	62,4%	52,6%	55,3%
geringe Belastungserscheinungen durch	49,3%	45,4%	58,8%	45,4%	50,8%	44,2%	40,9%	48,1%
Verkehrsmitteln	44,1%	49,3%	38,7%	51,8%	42,9%	43,1%	40,5%	38,9%
	41,2%	44,3%	37,6%	48,6%	40,1%	38,9%	34,0%	37,2%
gute Arbeitsbedingungen im Tourismus	40,0%	43,4%	44,2%	38,7%	37,1%	38,9%	25,6%	33,8%
hohe Lebensqualität für Einheimische	39,5%	43,6%	43,8%	37,7%	36,8%	38,2%	23,7%	32,5%
Angebote für Menschen mit	21,5%	22,9%	20,8%	22,7%	20,1%	23,9%	15,8%	18,1%
ressourcenschonende Wirtschaftsweise der Anbieter	20,7%	21,0%	24,5%	17,0%	21,9%	19,3%	15,3%	19,5%

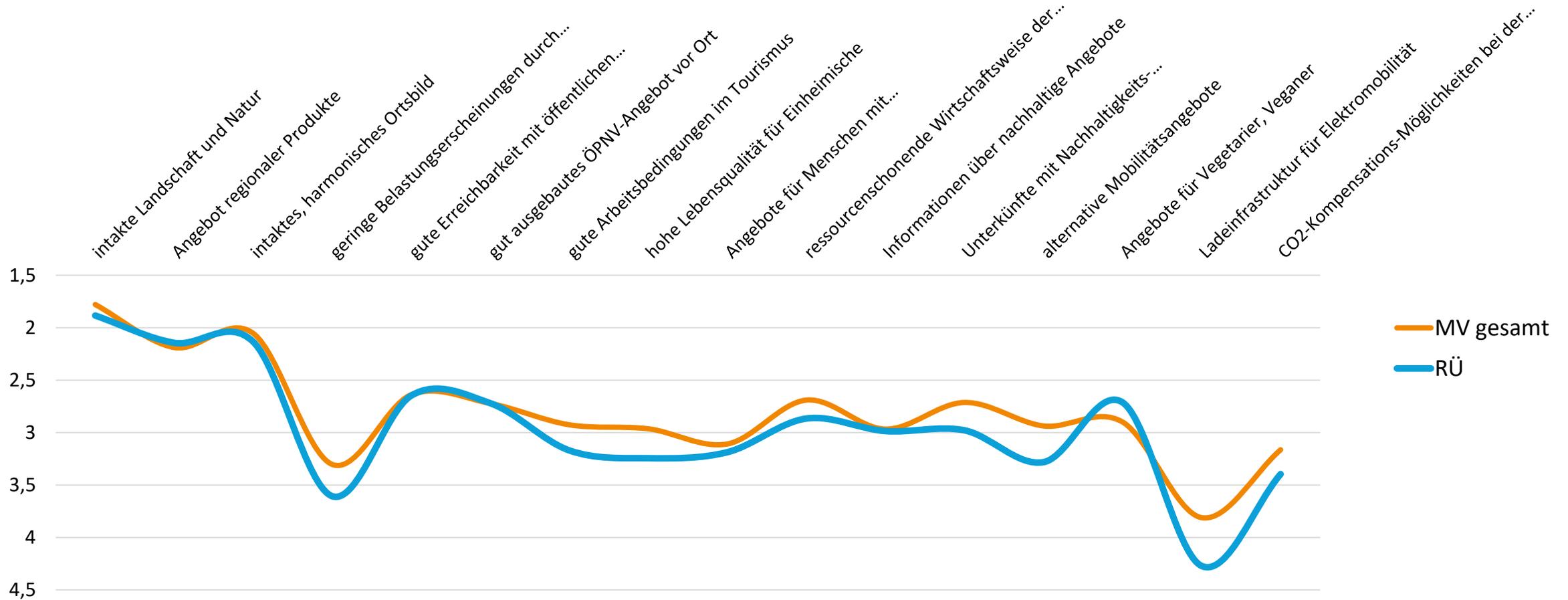
Frage: Welche der folgenden Merkmale eines nachhaltigen Tourismus sind für Sie wichtig?

Wichtigkeit von Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus | Regionen Teil 2

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Informationen über nachhaltige Angebote	16,2%	17,0%	19,4%	12,7%	16,1%	13,3%	17,2%	17,1%
alternative Mobilitätsangebote, z.B. E-Bikes, Car-Sharing	14,8%	15,0%	14,6%	15,7%	14,3%	14,2%	15,3%	14,0%
Unterkünfte mit Nachhaltigkeits- und/oder Umweltsiegeln	14,3%	14,2%	15,1%	11,4%	17,9%	15,4%	13,0%	15,1%
Angebote für Vegetarier/Veganer	12,6%	11,1%	14,1%	10,9%	20,4%	12,5%	12,6%	11,3%
Ladeinfrastruktur für Elektromobilität	11,0%	14,9%	10,6%	9,0%	13,1%	11,0%	9,3%	9,8%
	4,0%	4,5%	4,1%	3,9%	5,8%	4,0%	3,7%	2,8%

Frage: Welche der folgenden Merkmale eines nachhaltigen Tourismus sind für Sie wichtig?

Zufriedenheit mit Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus | Überblick



*Frage: Wie zufrieden waren Sie mit diesen Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus in der Region?**

**Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“*

Zufriedenheit mit Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus | Teil 1

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
intakte Landschaft und Natur	1,78	1,88	1,72	1,78	1,87	1,84	1,77	1,62
Angebot regionaler Produkte	2,19	2,14	2,22	2,16	2,17	2,25	2,06	2,20
intaktes, harmonisches Ortsbild	2,05	2,13	2,04	1,98	2,21	2,04	2,06	2,06
geringe Belastungserscheinungen durch	3,30	3,61	3,25	3,67	2,88	3,28	2,51	2,65
Verkehrsmitteln	2,64	2,65	2,78	2,15	3,07	2,81	2,89	2,89
	2,72	2,72	2,85	2,23	3,33	2,83	3,14	3,06
gute Arbeitsbedingungen im Tourismus	2,92	3,17	3,03	2,91	2,89	2,77	(2,57)	2,53
hohe Lebensqualität für Einheimische	2,96	3,24	2,96	3,03	2,96	2,79	2,50	2,66
Angebote für Menschen mit	3,11	3,19	3,17	2,95	3,67	2,94	(3,14)	3,17
ressourcenschonende Wirtschaftsweise der Anbieter	2,69	2,86	2,63	2,82	2,59	2,62	(2,61)	2,47

*Frage: Wie zufrieden waren Sie mit diesen Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus in der Region?**

**Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“ | (-) Fallzahlen unter 40, daher nur Aussage mit hoher statistischer Unsicherheit*

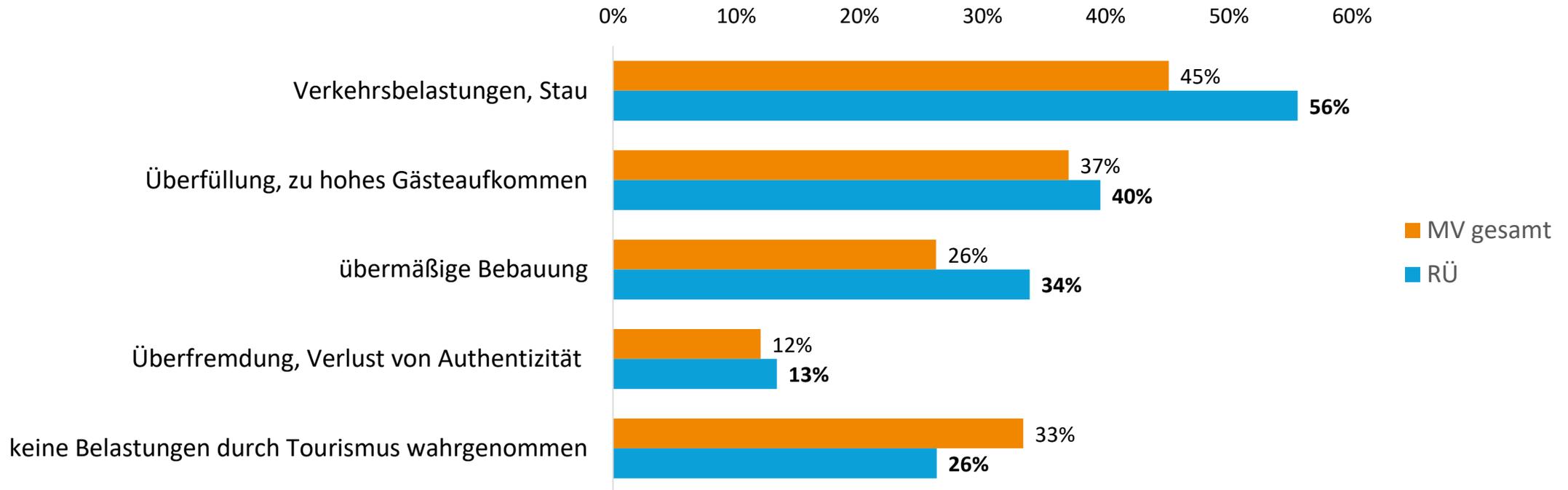
Zufriedenheit mit Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus | Teil 2

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Informationen über nachhaltige Angebote	2,97	2,98	3,04	2,87	2,98	3,00	(2,73)	2,88
alternative Mobilitätsangebote, z.B. E-Bikes, Car-Sharing	2,94	3,28	2,62	2,69	3,83	3,14	(3,00)	3,13
Unterkünfte mit Nachhaltigkeits- und/oder Umweltsiegeln	2,71	2,98	2,64	2,54	2,66	2,87	(2,43)	2,66
Angebote für Vegetarier/Veganer	2,90	2,71	2,96	2,88	2,83	3,02	2,48	3,01
Ladeinfrastruktur für Elektromobilität	3,81	4,27	3,78	3,73	3,81	3,69	(3,27)	3,38
	3,16	3,40	3,26	2,93	(3,29)	3,11	(2,64)	3,13

*Frage: Wie zufrieden waren Sie mit diesen Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus in der Region?**

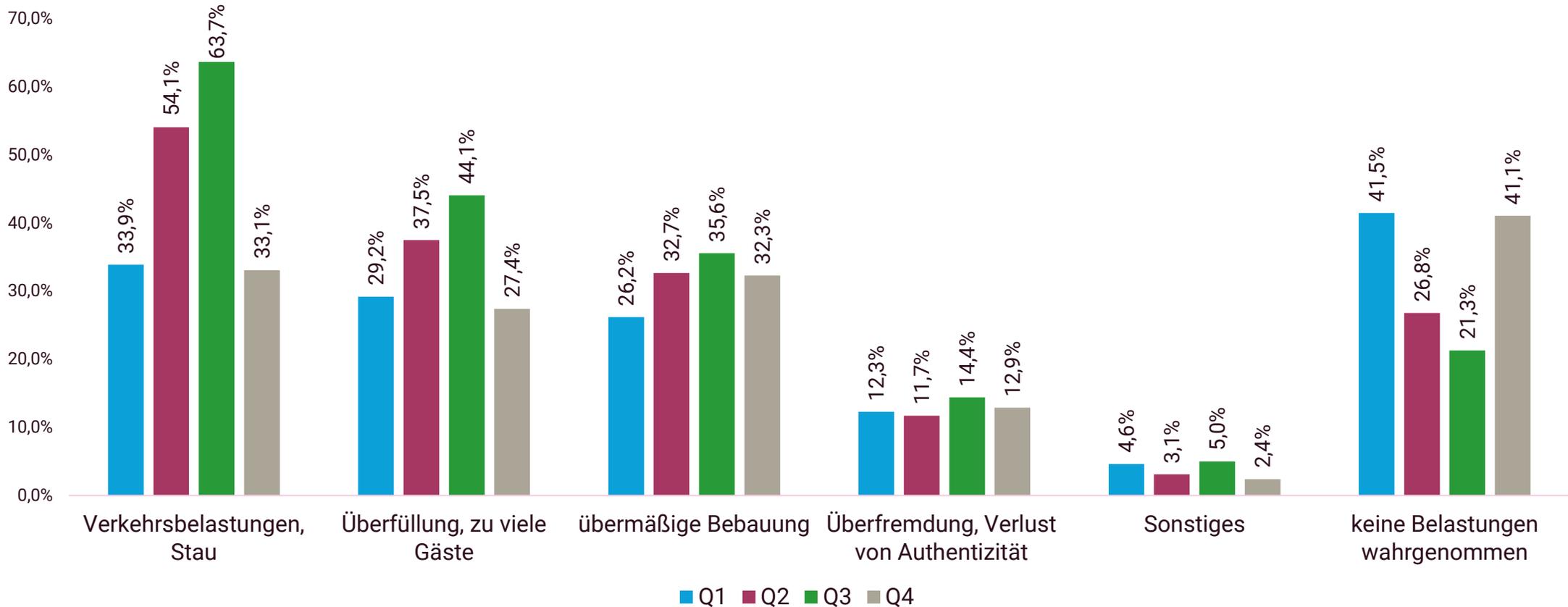
**Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“ | (-) Fallzahlen unter 40, daher nur Aussage mit hoher statistischer Unsicherheit*

Wahrgenommene Belastungen | MV gesamt & Rügen



Frage: Wenn Sie während Ihres Aufenthalts Belastungen durch den Tourismus wahrgenommen haben: Welche waren dies?

Wahrgenommene Belastungen | Saisonale Betrachtung auf Rügen



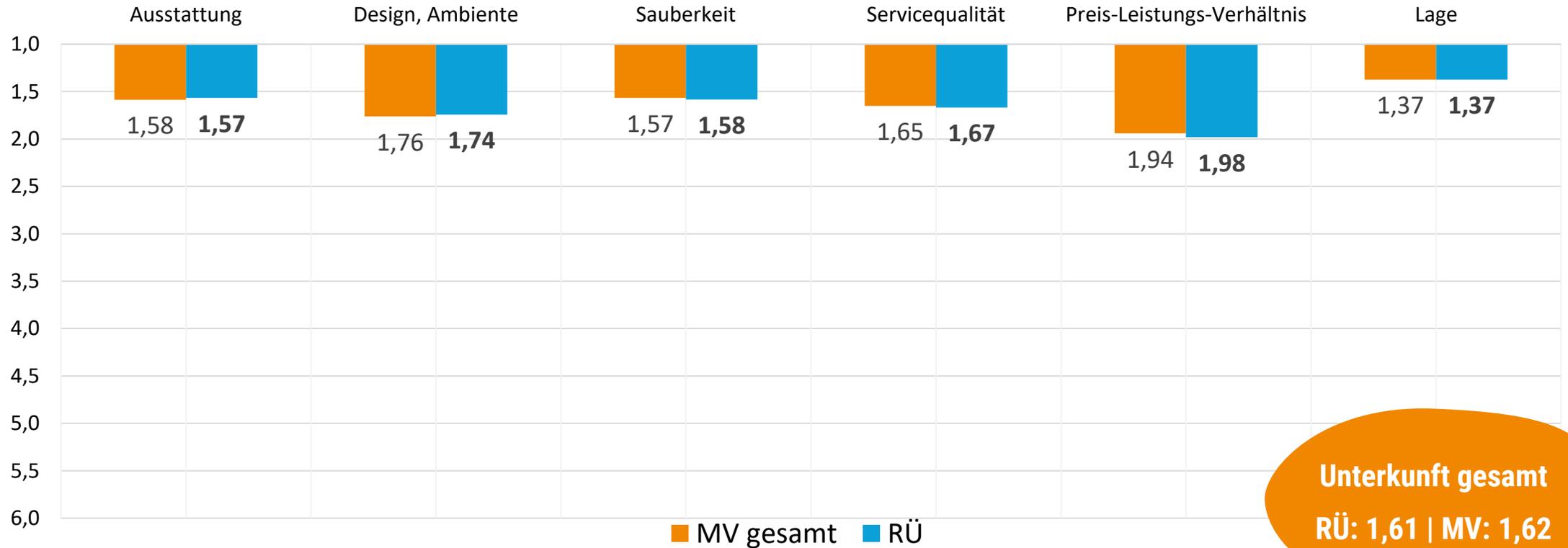
Frage: Wenn Sie während Ihres Aufenthalts Belastungen durch den Tourismus wahrgenommen haben: Welche waren dies?

Wahrgenommene Belastungen | Regionen

	MV		FDZ	USD	VP	OS	MS	SEEN
Verkehrsbelastungen, Stau	45,1%	55,6%	42,7%	65,8%	31,7%	35,9%	15,3%	21,8%
Gästeaufkommen	37,0%	39,6%	40,8%	40,2%	22,2%	40,6%	17,2%	25,0%
	26,2%	33,8%	33,4%	30,7%	10,8%	18,4%	5,7%	8,7%
Authentizität	12,0%	13,3%	15,4%	11,4%	7,6%	10,8%	7,2%	6,2%
keine Belastungen durch Tourismus wahrgenommen	33,3%	26,3%	28,5%	19,8%	52,4%	37,2%	70,3%	58,8%
Sonstiges	4,5%	3,7%	6,4%	4,4%	4,8%	3,7%	1,9%	2,8%

Frage: Wenn Sie während Ihres Aufenthalts Belastungen durch den Tourismus wahrgenommen haben: Welche waren dies?

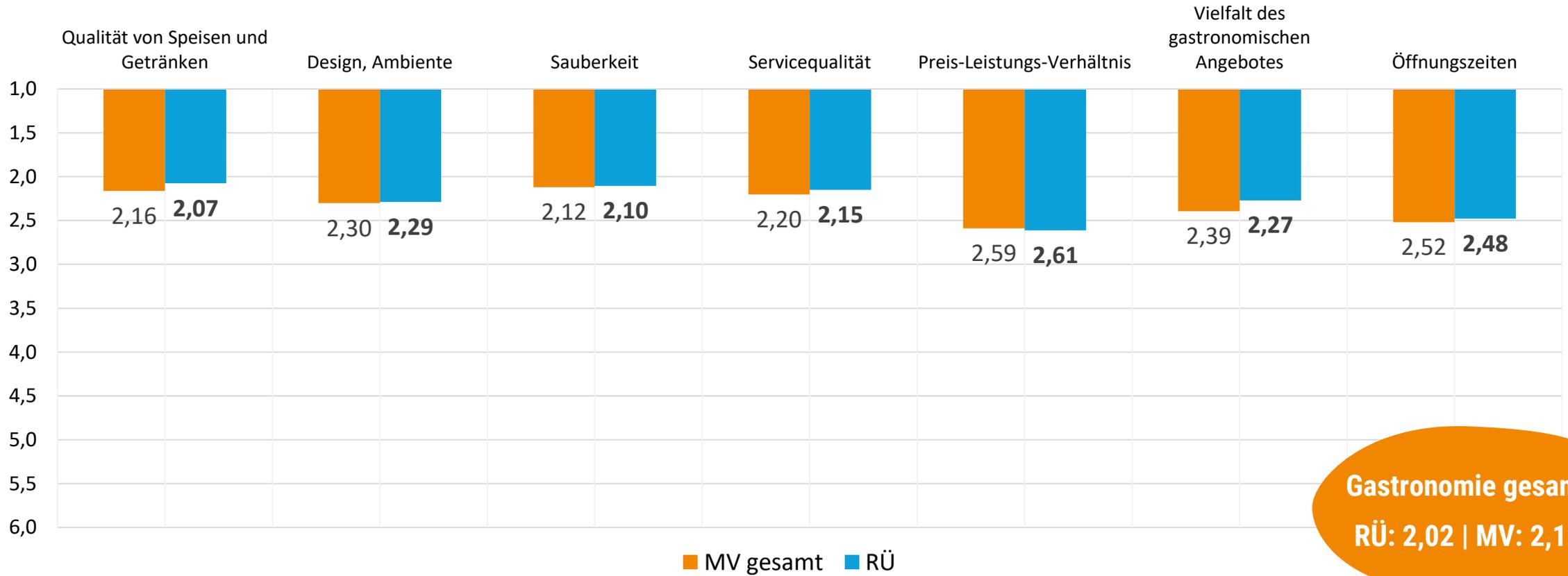
Bewertung Unterkunft | MV gesamt & Rügen



Frage: Wie beurteilen Sie Ihre Unterkunft im Detail?*

*Skala von 1 = „sehr gut“ bis 6 = „sehr schwach“

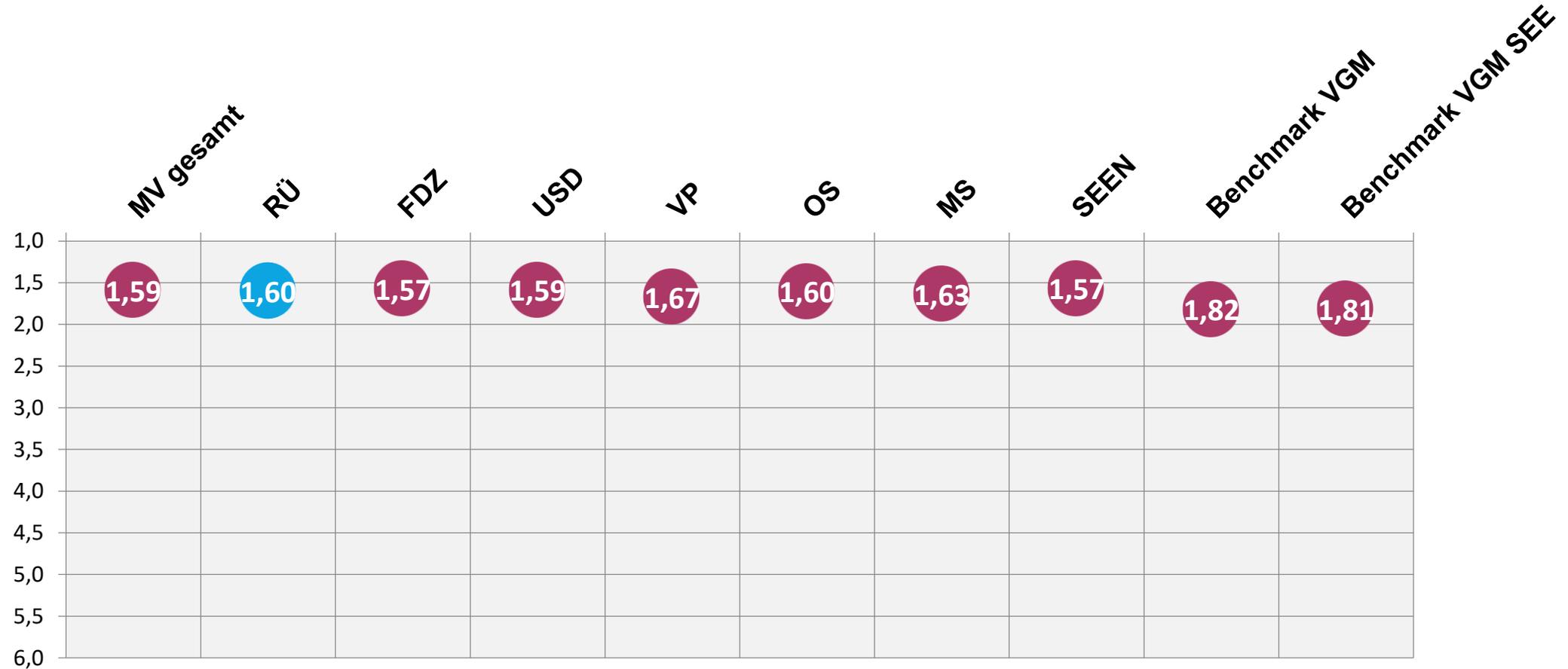
Bewertung Gastronomie | MV gesamt & Rügen



Frage: Falls Sie unser Gastronomieangebot genutzt haben: Wie beurteilen Sie die folgenden Dinge?*

*Skala von 1 = „sehr gut“ bis 6 = „sehr schwach“

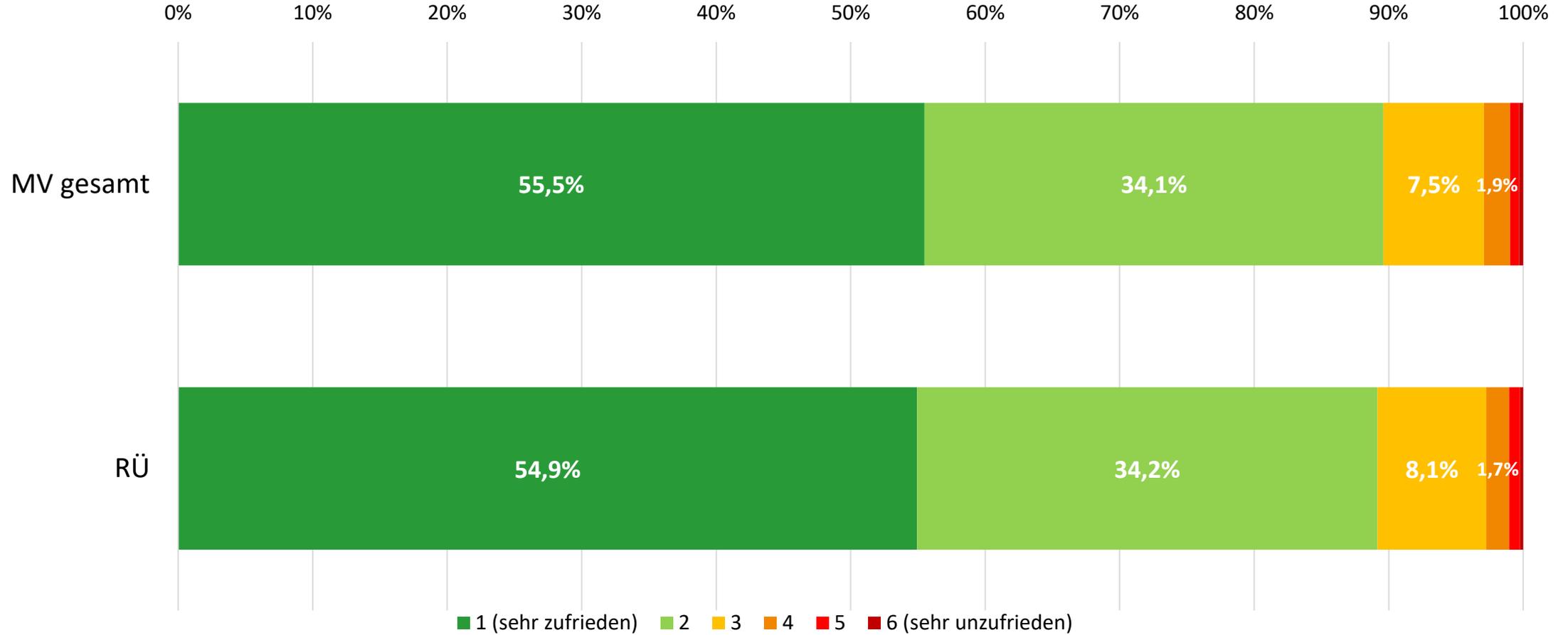
Gesamtzufriedenheit | Durchschnitt



Frage: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in der Region insgesamt?

*Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“

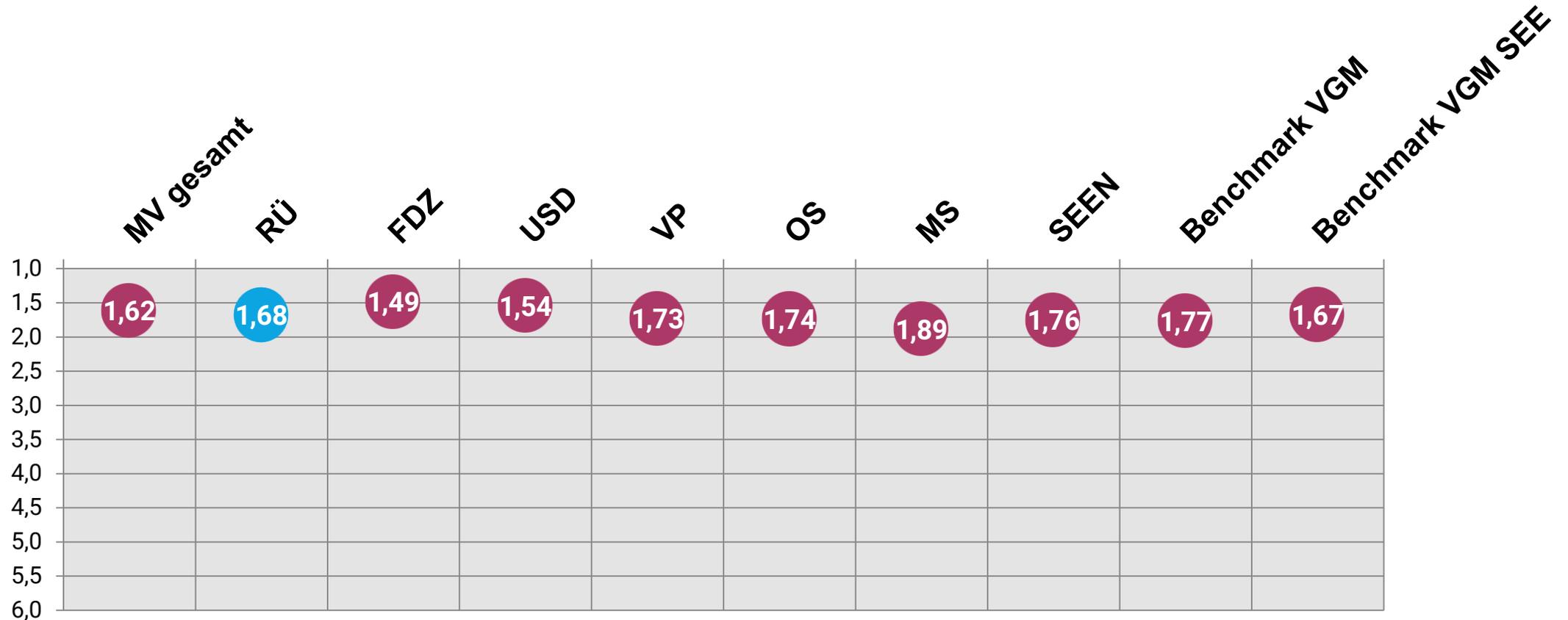
Gesamtzufriedenheit | Prozentuale Verteilung



Frage: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in der Region insgesamt?

**Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“*

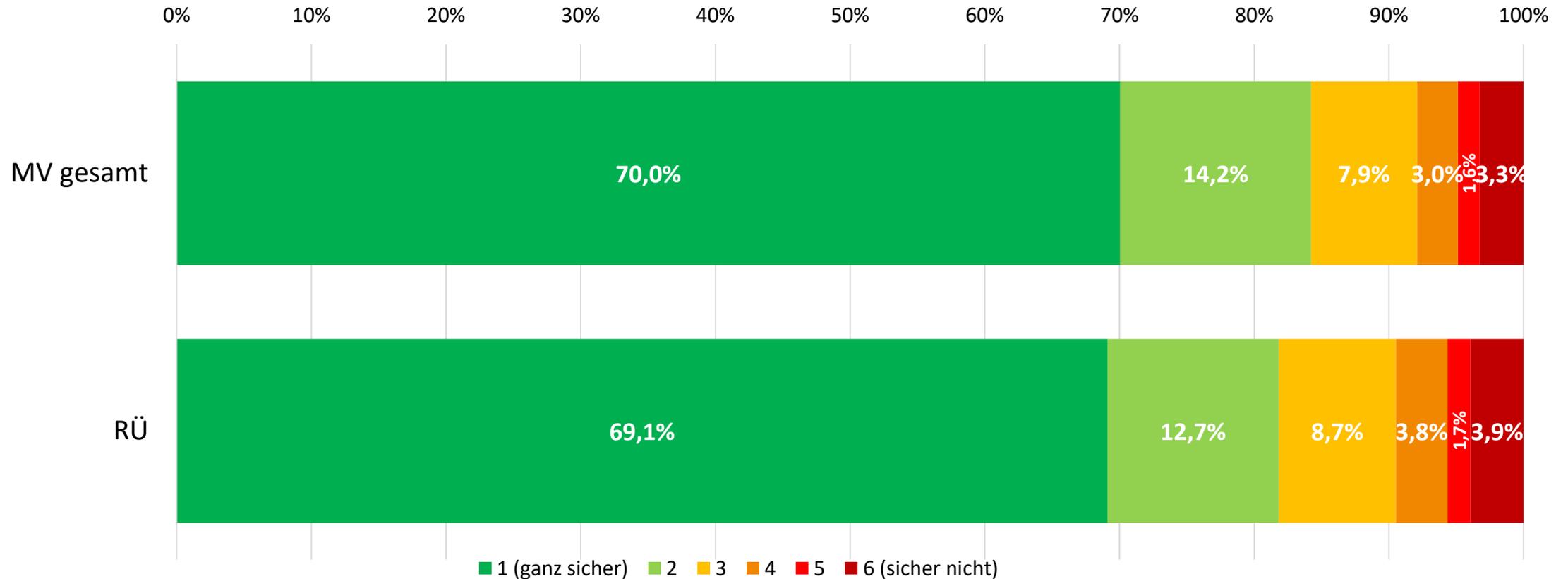
Wiederbesuchswahrscheinlichkeit | Ort - Mittelwerte



Frage: Wie sicher werden Sie in den nächsten drei Jahren einen privaten Aufenthalt in folgenden Gebieten verbringen?*

*Skala von 1 = „ganz sicher“ bis 6 = „sicher nicht“

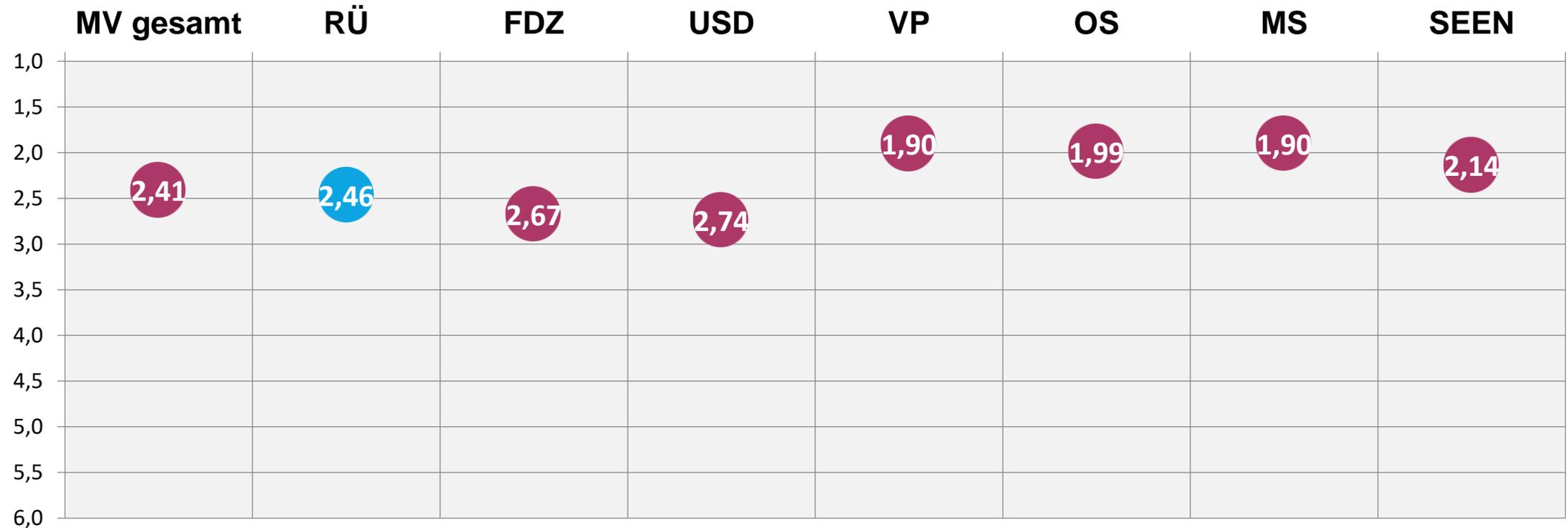
Wiederbesuchswahrscheinlichkeit | Ort – prozentuale Verteilung



Frage: Wie sicher werden Sie in den nächsten drei Jahren einen privaten Aufenthalt in folgenden Gebieten verbringen?*

*Skala von 1 = „ganz sicher“ bis 6 = „sicher nicht“

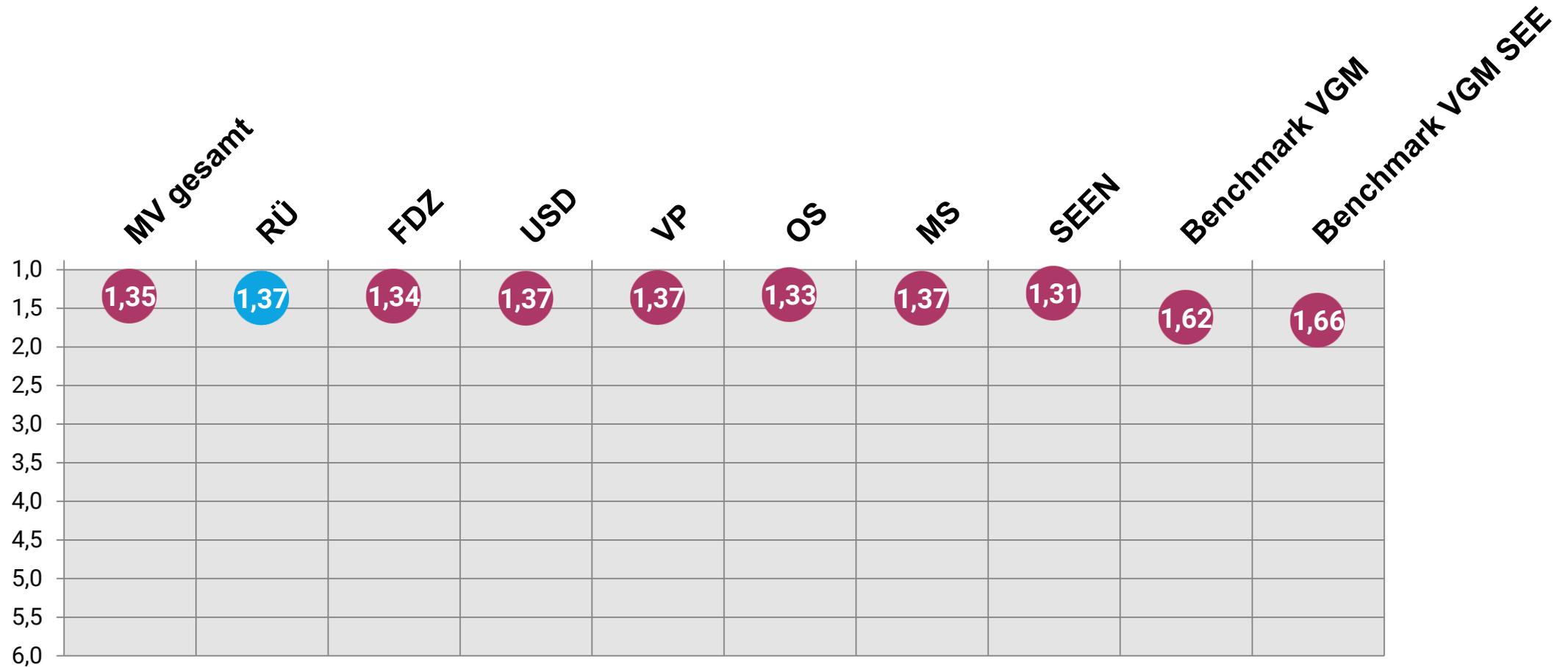
Wiederbesuchswahrscheinlichkeit | in einem anderen Ort der Region - Mittelwerte



Frage: Wie sicher werden Sie in den nächsten drei Jahren einen privaten Aufenthalt in folgenden Gebieten verbringen?*

*Skala von 1 = „ganz sicher“ bis 6 = „sicher nicht“

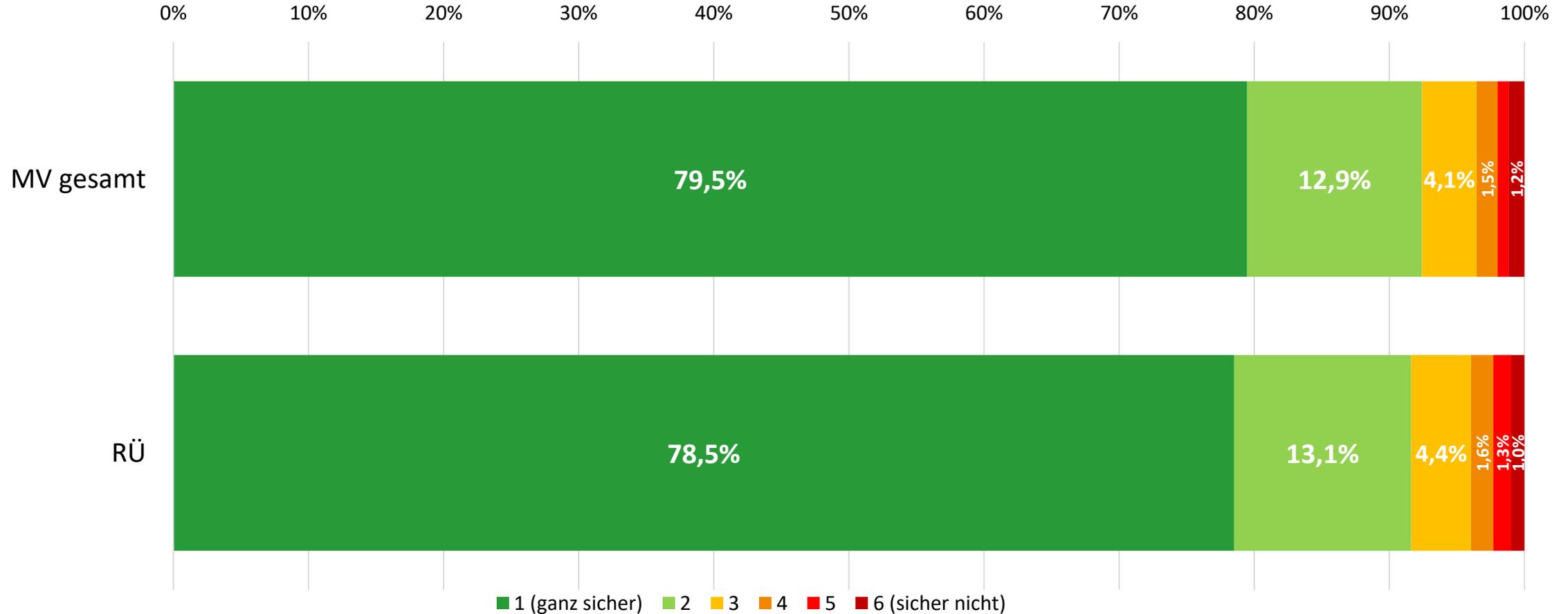
Weiterempfehlungsabsicht | Mittelwerte



Frage: Werden Sie die Region als Reiseziel weiterempfehlen?*

*Skala von 1 = „ganz sicher“ bis 6 = „sicher nicht“

Weiterempfehlungsabsicht | Prozentuale Verteilung



Frage: Werden Sie die Region als Reiseziel weiterempfehlen?*

*Skala von 1 = „ganz sicher“ bis 6 = „sicher nicht“

Kapitel 11

Gästekommentare | Ein Auszug

Ausgewählte Gästekommentare |

Uns beunruhigen die wachsende Anzahl geschlossener **Gastronomiebetriebe**

Mich persönlich stört die zunehmende Zahl der E-

Parkgebühren sind zu hoch und man kann nur mit Bargeld bezahlen.

Bergen hat leider sein ursprüngliches Bild an vielen Orten komplett verloren. Der Tourismus ist fast nur noch **Masse** statt Klasse.

Bankomatkarte wird nur sehr selten akzeptiert, **Kreditkarte** fast nirgends

Wenn nicht sehr bald, massiv, die **Ladeinfrastruktur für E-Autos** aufgebaut wird, war das wahrscheinlich mein letzter Urlaub hier. So leid es mir tut, aber wenn ich mit 20 anderen mich um eine einzige altbackene AC Ladeäule kümmern muss, ist der Urlaubseffekt schnell vorbei

Familienfreundlichkeit sollte noch mehr auf der Agenda stehen, gerade in Orten wie Binz, wo die **Kurtaxe** hoch und ab 3 Jahren bezahlt werden muss. Hier sollte geben, z.B. Spielplatz am Strand.

Selbst in einem 5-Sterne-Hotel war der

Wir verbrachten unseren Urlaub in Juliusruh, nicht zum ersten Mal, nur

Radwege sind mies beschildert und Strecken miserabel Es sollte sich mal jemand aufs Rad setzen und sich das vor Ort anschauen

Frage: Haben Sie noch persönliche Anmerkungen, Fragen oder Hinweise, so können Sie uns diese hier mitteilen.

Ausgewählte Gästekommentare |

Bergen ist für uns mit Abstand die **schönste deutsche Insel**. Bitte kein Massentourismus auf dem Bug - das würde nicht passen!!!! Bergen soll auch in Zukunft **authentisch und natürlich**

Art ♥ Ich/Wir sind verliebt in die **atemberaubende Natur** ♥

wechseln sich die verschiedensten Biotope .

genießen dir **Ruhe, Natur, das Meer, die Luft** und

Kurtaxe kostenfrei bereitgestellt werden. Wir sind sehr zufrieden mit der Auskunftsbereitschaft und der **Freundlichkeit** der Busfahrer, die trotz des starken Verkehrs und enger Straßen uns sicher in unsern

Jahr, auf Bergen sehr wohl gefühlt! Vielen Dank für die

Reise wert Wir kommen wieder 😊

schönsten Insel Deutschlands verbringen dürfen und traurig über jede Fahrt weg von Bergen.

Frage: Haben Sie noch persönliche Anmerkungen, Fragen oder Hinweise, so können Sie uns diese hier mitteilen.

Fazit

- *Mittel- bis langfristig: zu wenig jüngere Gäste & zu geringer Erstbesucheranteil > perspektivisch müssen neue Gästepotenziale gehoben werden, Stammgäste haben hohe Identifikation mit der Insel*
- ***Landschaft und Natur** sind das große Potenzial der Insel und dieses gilt es zu wahren >> Ursprünglichkeit und abwechslungsreichen Charakter der Insel erhalten*
- ***Nachhaltigkeit** als wichtiger Gradmesser für die weitere touristische Entwicklung der Insel*
- ***Wandern & Radfahren** sind wichtige Urlaubsaktivitäten, auch in der Nebensaison >> Wegenetz und zugehörige Infrastruktur müssen ausgebaut/ erhalten werden > Nutzungskonflikte auflösen*
- *Bedeutung von **Online-Kanälen** für Inspiration, Information & Buchung – auch vor Ort (!) nehmen weiter zu > vor allem vor Ort ist die **Verfügbarkeit von mobilem Internet/ W-Lan** aber auch entsprechenden Informationen & Buchbarkeit wichtig*
- *Zufriedenheit mit dem **Gastronomischen Angebot** sinkt, Öffnungszeiten & Service, Wunsch nach regional-typischen Speisen ist groß, tw. Mangel an Vegetarischen/ veganen Alternativen*
- *Weitere Problemfelder: **ÖPNV-Angebot** (insbes. Taktung), **Fehlende Ladeinfrastruktur**, fehlende Barrierefreie Angebote (> Demographischer Wandel), Stau und fehlende/zu teure Parkplätze*



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

Antje Hansch | a.hansch@auf-nach-mv.de

Impressum

Auftraggeber

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.
Konrad-Zuse-Straße 2
18057 Rostock

Für den Inhalt

Benchmark Services
Dr. Alexandra Partale, Florian Haver

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 der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. ist Herausgeber der Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern 2022/2023.
2. Beteiligte Partner haben ein nicht exklusives, nicht übertragbares, einfaches Nutzungsrecht an den Ergebnissen der Gästebefragung Mecklenburg-Vorpommern 2022/2023.
3. Bei den Ergebnissen der Befragung handelt es sich um Aussagen von Gästen zu ihrem Aufenthalt in Mecklenburg-Vorpommern. Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. haftet für aus diesen Aussagen gezogene Schlüsse und/oder wirtschaftliche Dispositionen nicht.
4. Bei Weiterverwendung der Daten ist als Quelle „Benchmark:Services/Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.; Gästebefragung MV 2022/2023“ anzugeben.