

Gästekbefragung Mecklenburg-Vorpommern 2022/2023

Ergebnisse für die Insel Usedom

Auftraggeber: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e.V.

Durchführung: Benchmark Services

Copyright: TMV/Gänsicke



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/Tiemann

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 = 1.427 für Insel Usedom

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**)

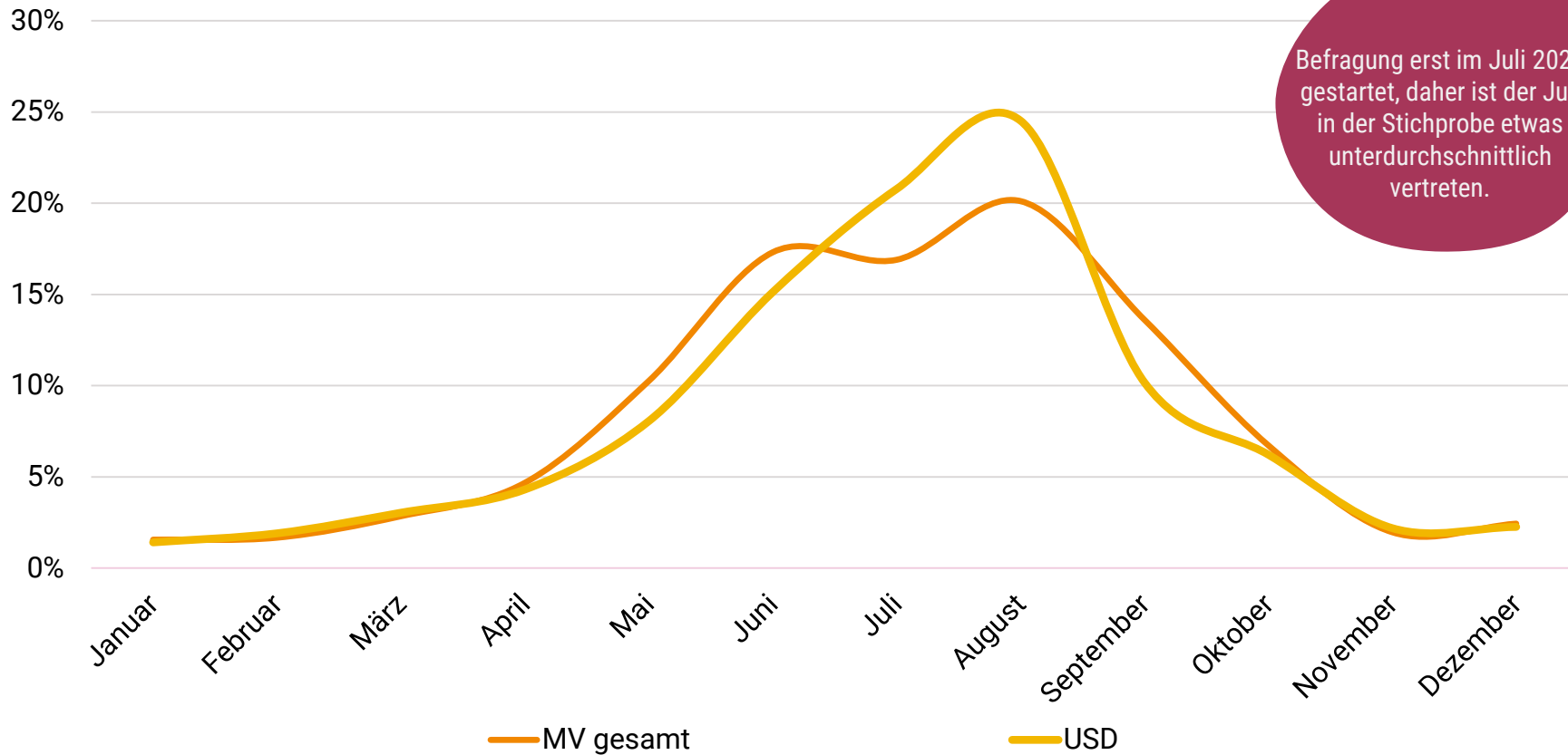
Vergleichsbasis: Bad Mergentheim, Bad Zwischenahn, Bayreuth, Borkum, Cuxhaven, Esens-Bensersiel, Greetsiel, Fischen, Ofterschwang, Bolsterlang, Obermaiselstein, Balderschwang, Juist, Langeoog, Norden-Norddeich, Norderney, Oldenburg, Region Edersee, Speyer, Wangerooge, Wilhelmshaven

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

Kapitel 2

Merkmale der Reisen

Saisonale Verteilung der Stichprobe

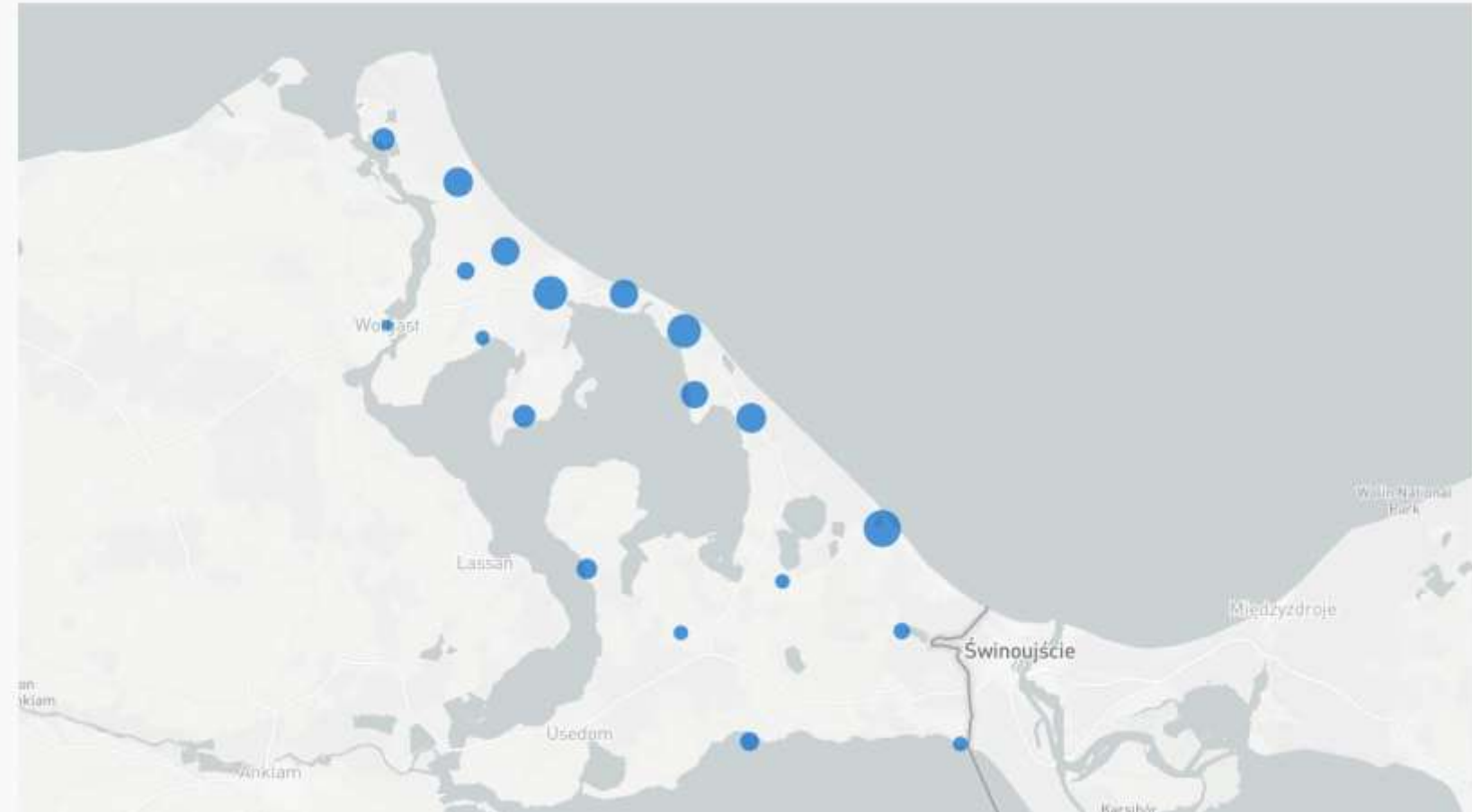


| Usedom | |
|-----------|--------|
| Monat | Anteil |
| Januar | 1,4% |
| Februar | 1,9% |
| März | 3,0% |
| April | 4,3% |
| Mai | 8,1% |
| Juni | 15,1% |
| Juli | 20,8% |
| August | 24,5% |
| September | 10,2% |
| Oktober | 6,2% |
| November | 2,2% |
| Dezember | 2,3% |

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

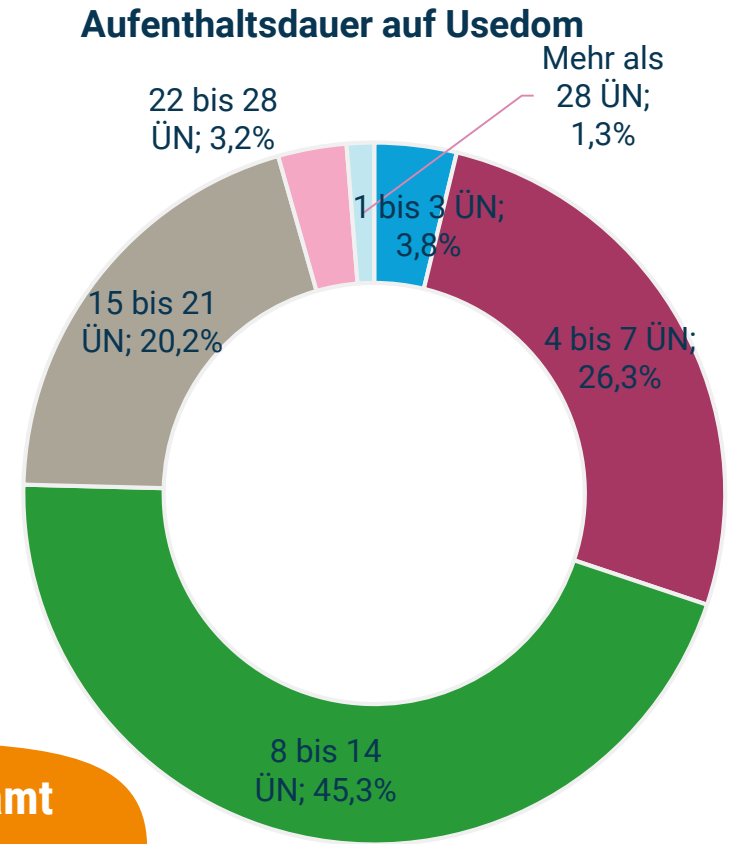
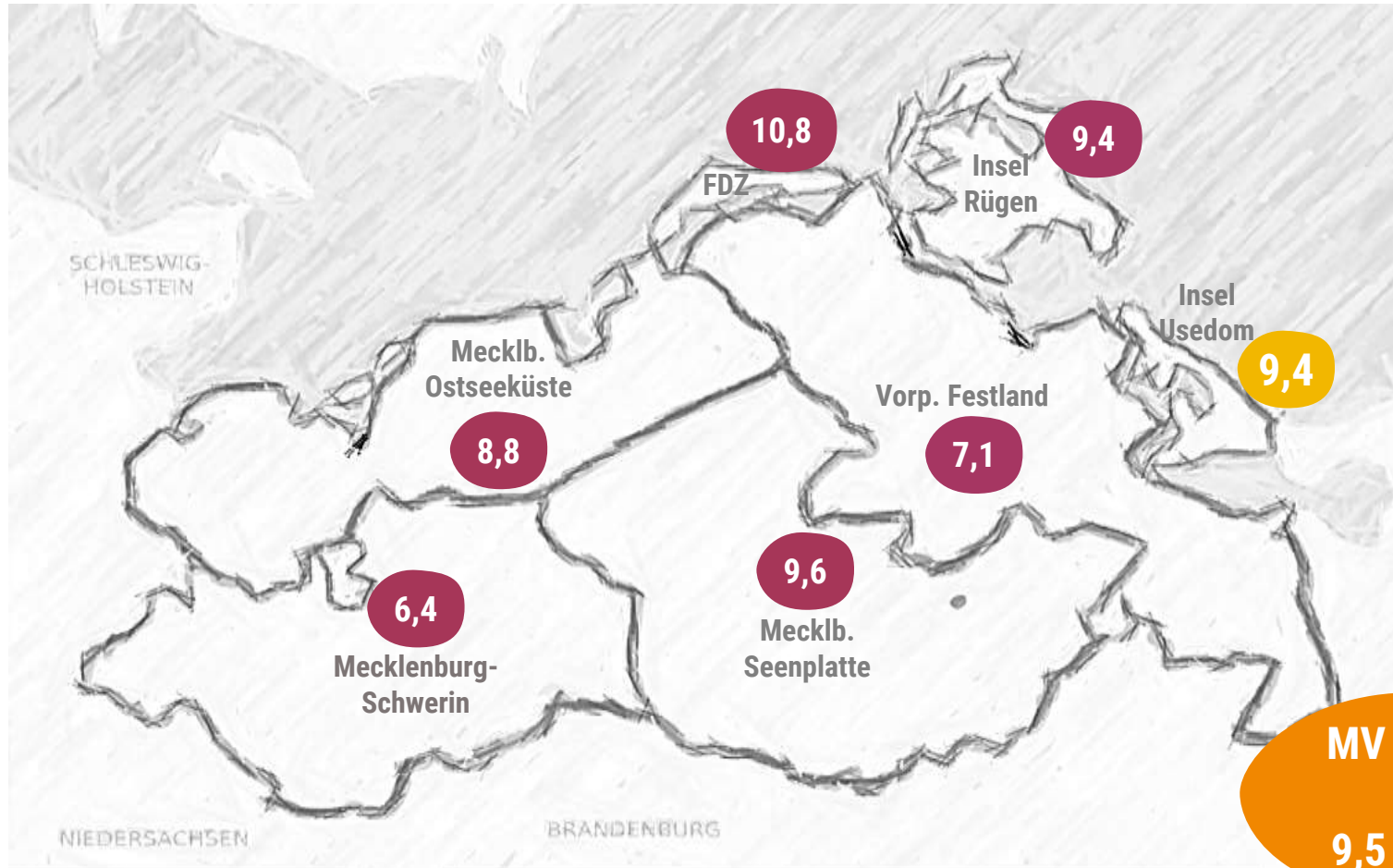
Reiseziel der Übernachtungsgäste | Insel Usedom

Welcher Ort war Ihr Reise- bzw. Ausflugsziel?



Frage: Welcher Ort war Ihr Reiseziel?

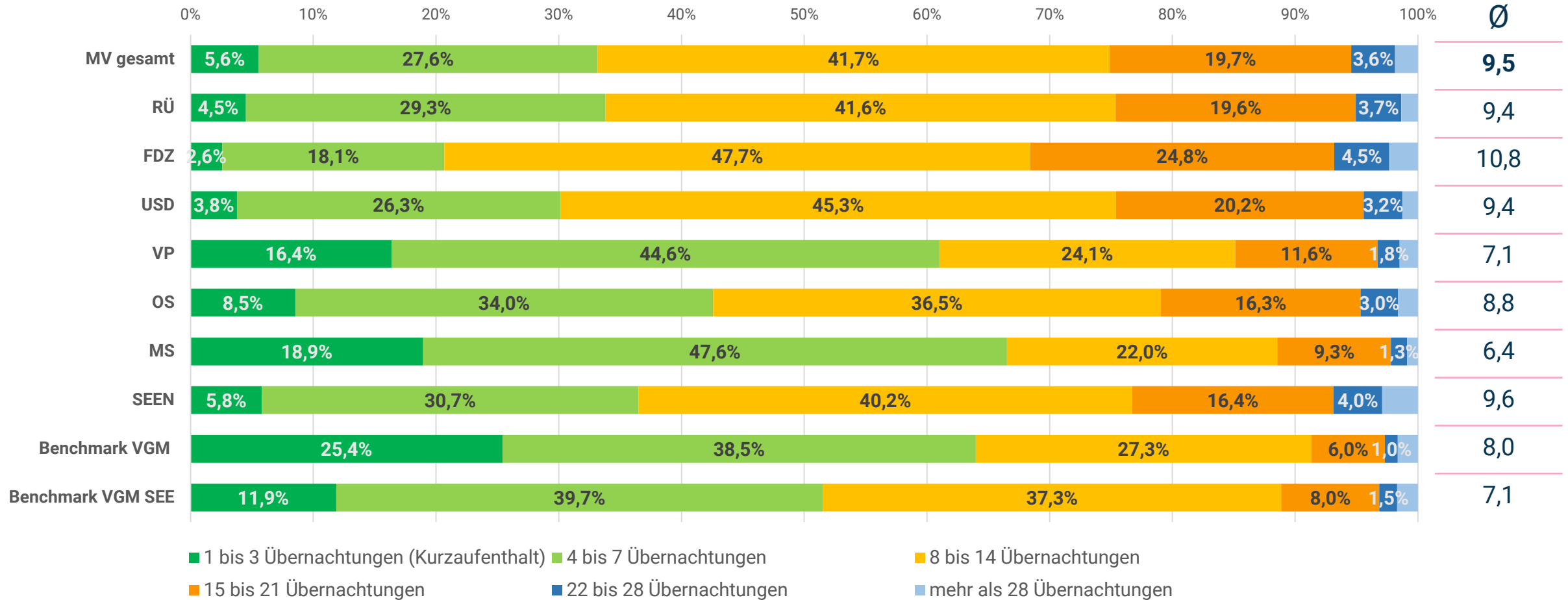
Aufenthaltsdauer | Durchschnitt



**MV gesamt
9,5 Nächte**

Frage: Wie lange dauerte der Aufenthalt?

Aufenthaltsdauer

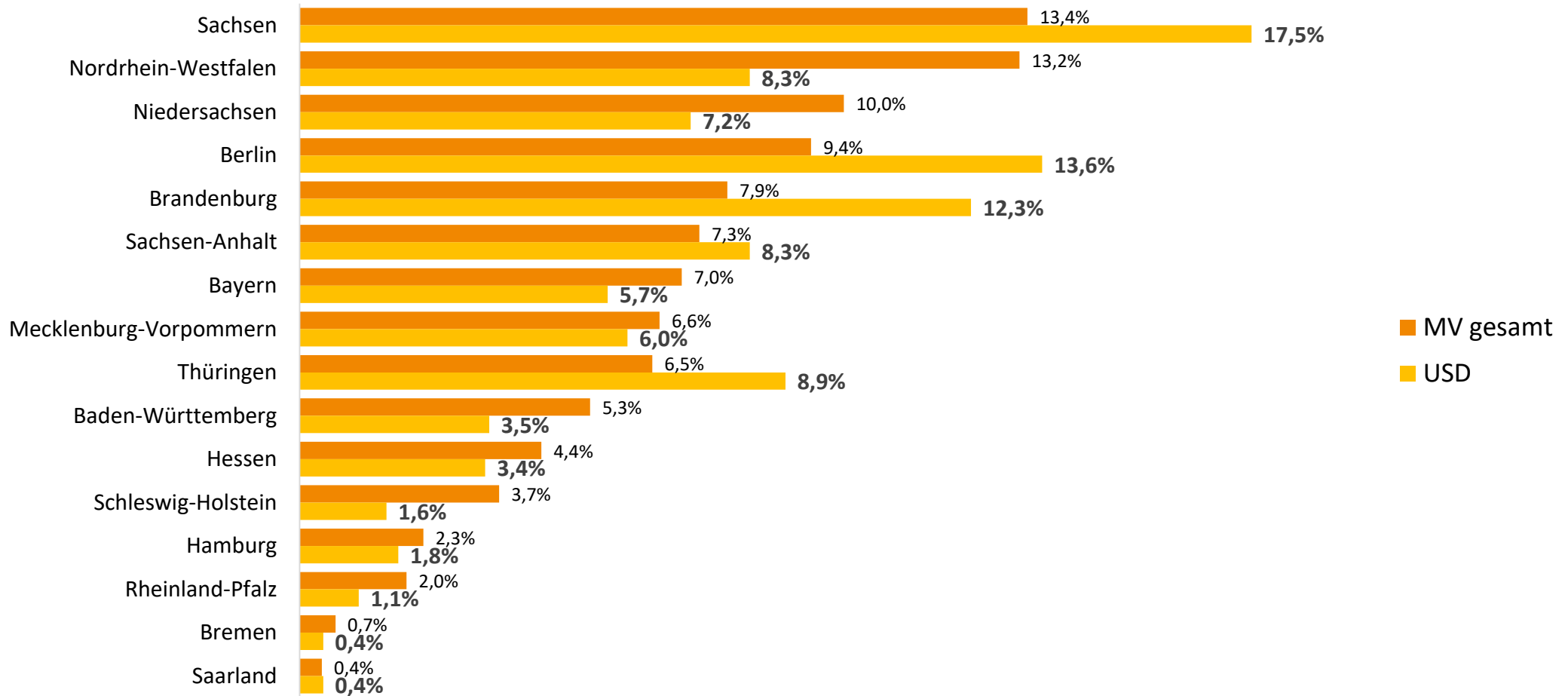


Frage: Wie lange dauerte der Aufenthalt?

Kapitel 3

Gästestruktur

Wohnsitz | Bundesländer



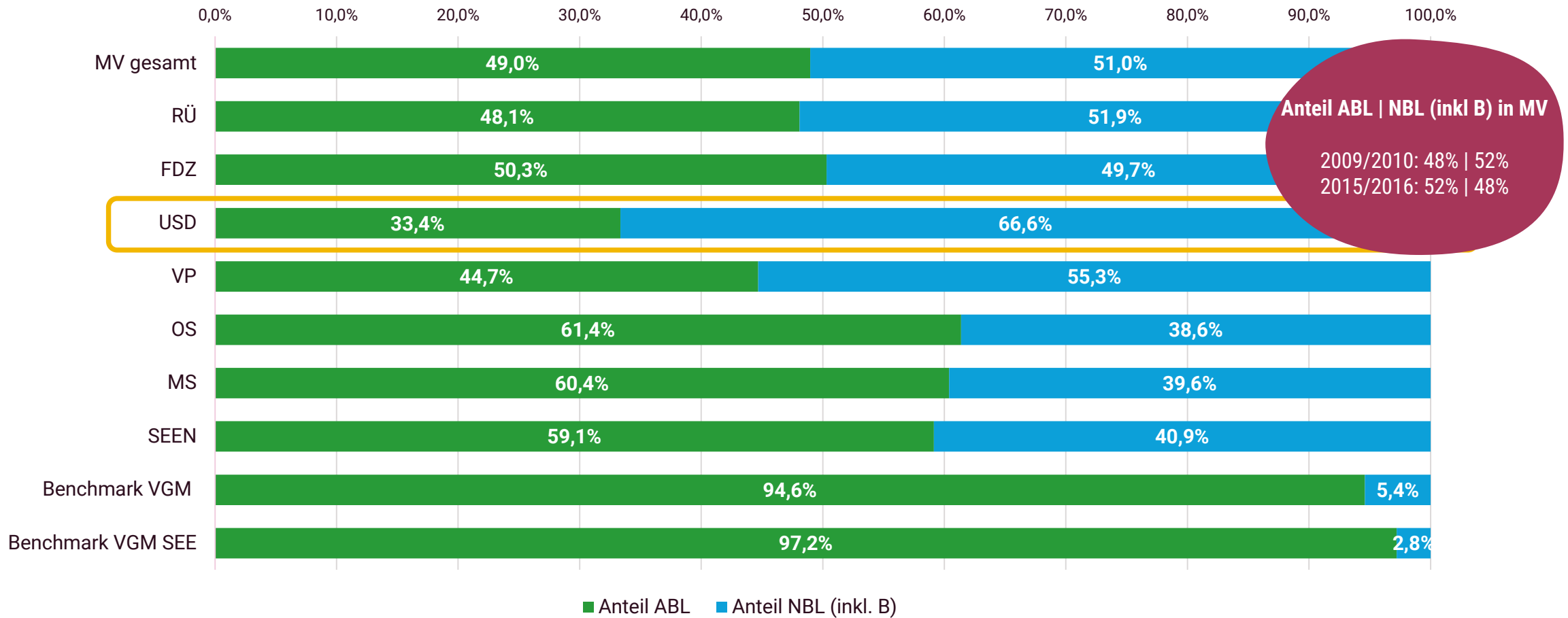
Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

Wohnsitz | Bundesländer (Regionen)

| | MV | RÜ | 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% |
| Thüringen | 6,5% | 6,8% | 7,0% | 8,9% | 4,1% | 5,6% | 2,4% | 3,2% |
| Baden-Württemberg | 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% |

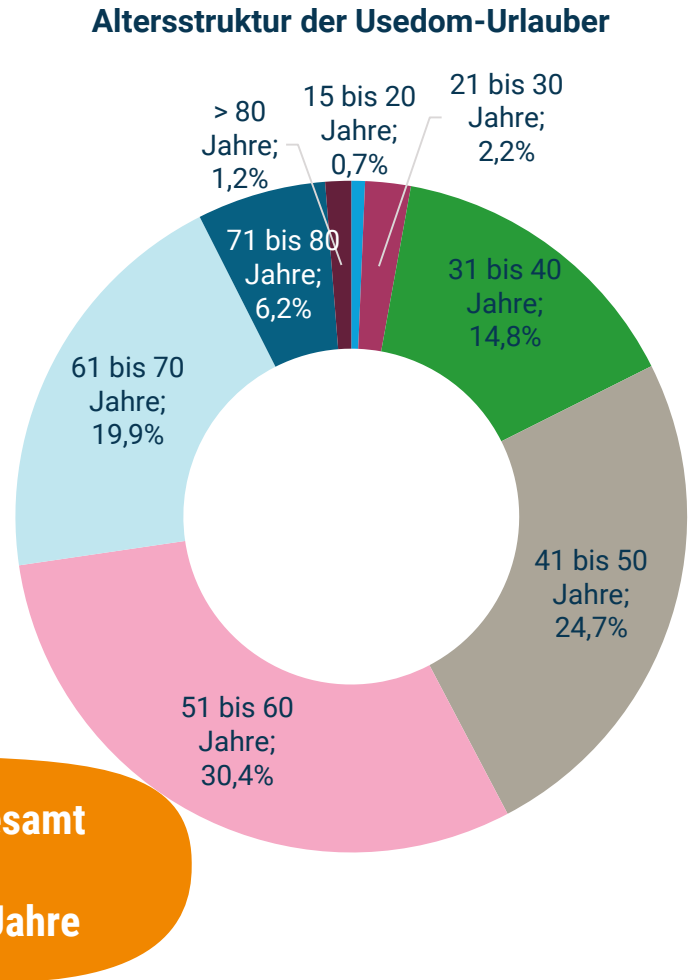
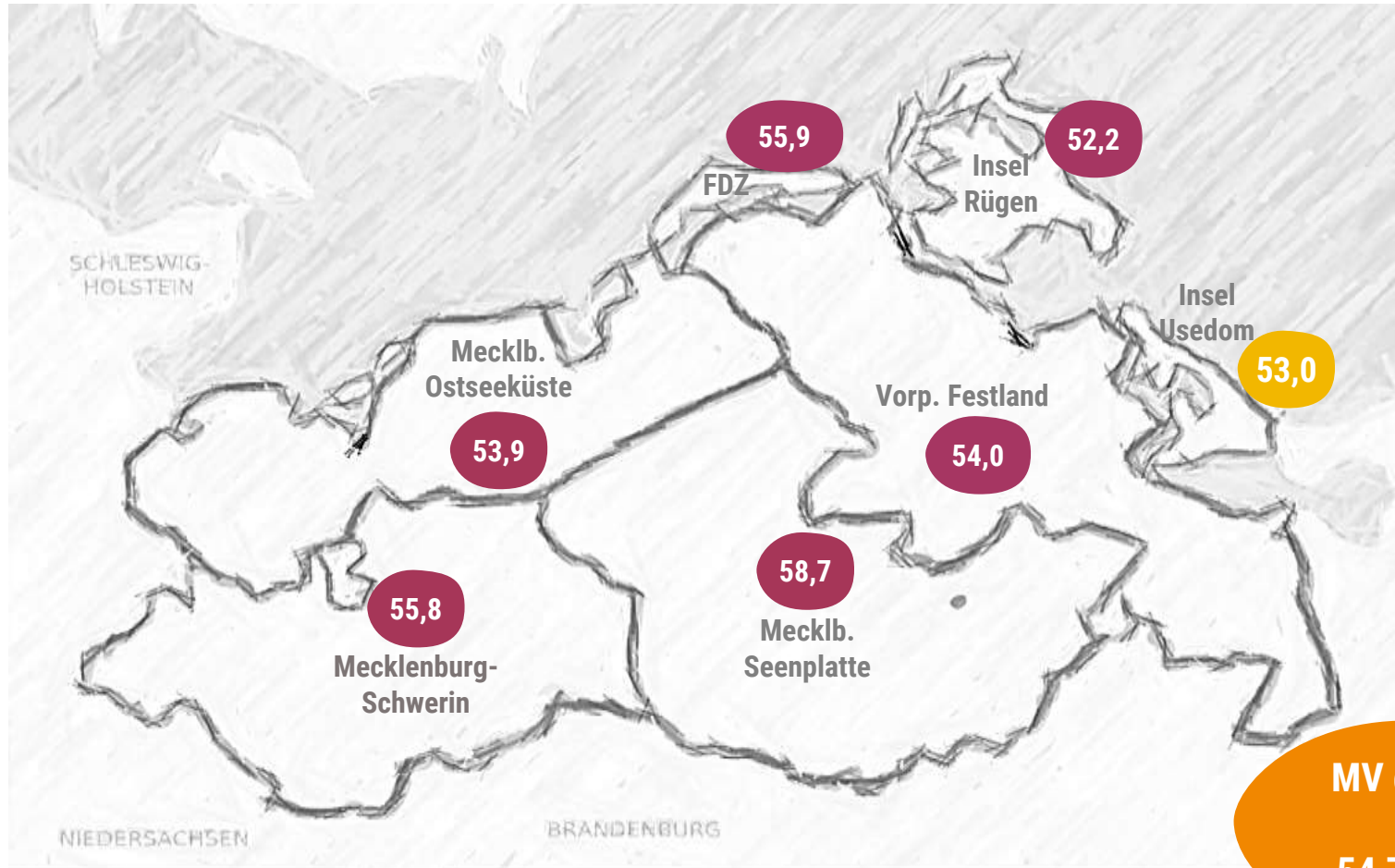
Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

Wohnsitz | Anteil alte und neue Bundesländer



Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

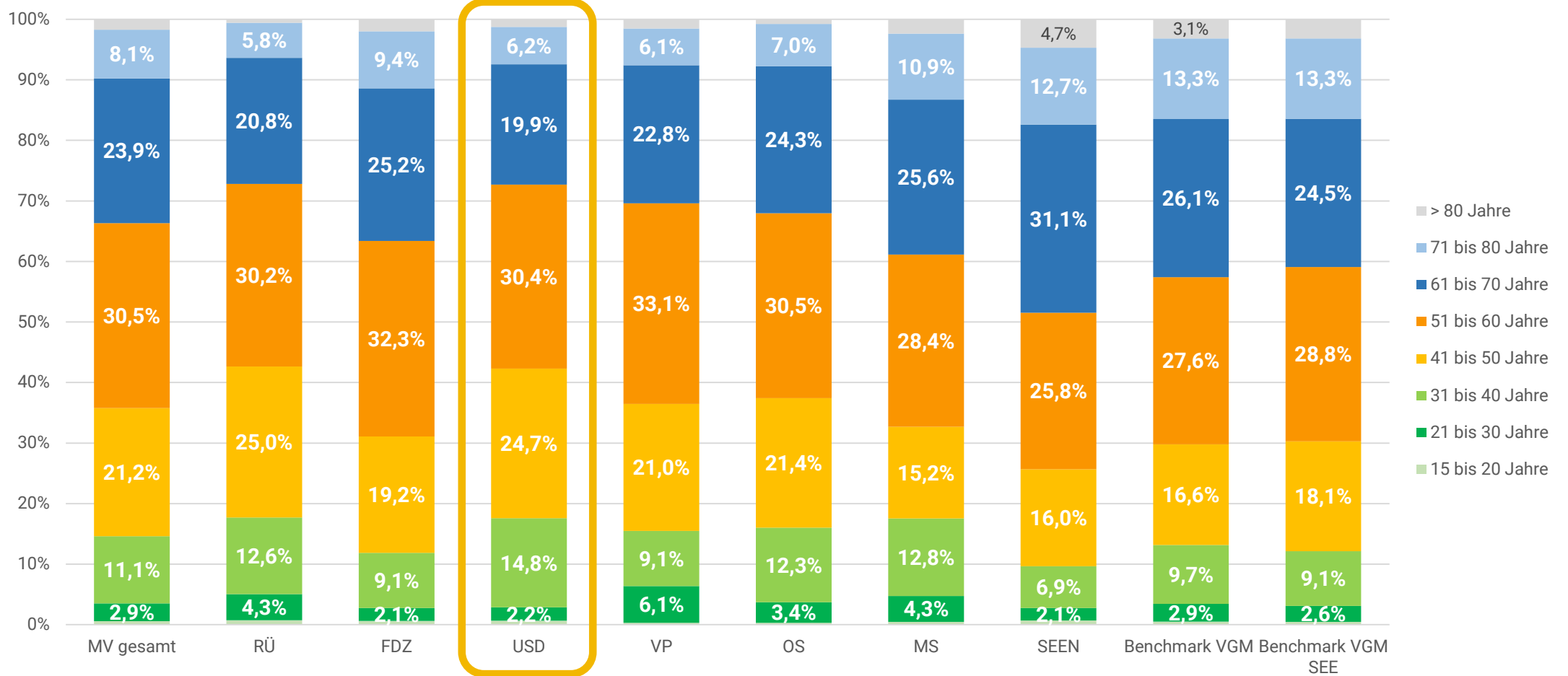
Alter | Durchschnitt



MV gesamt
54,7 Jahre

Frage: Wie alt sind Sie?

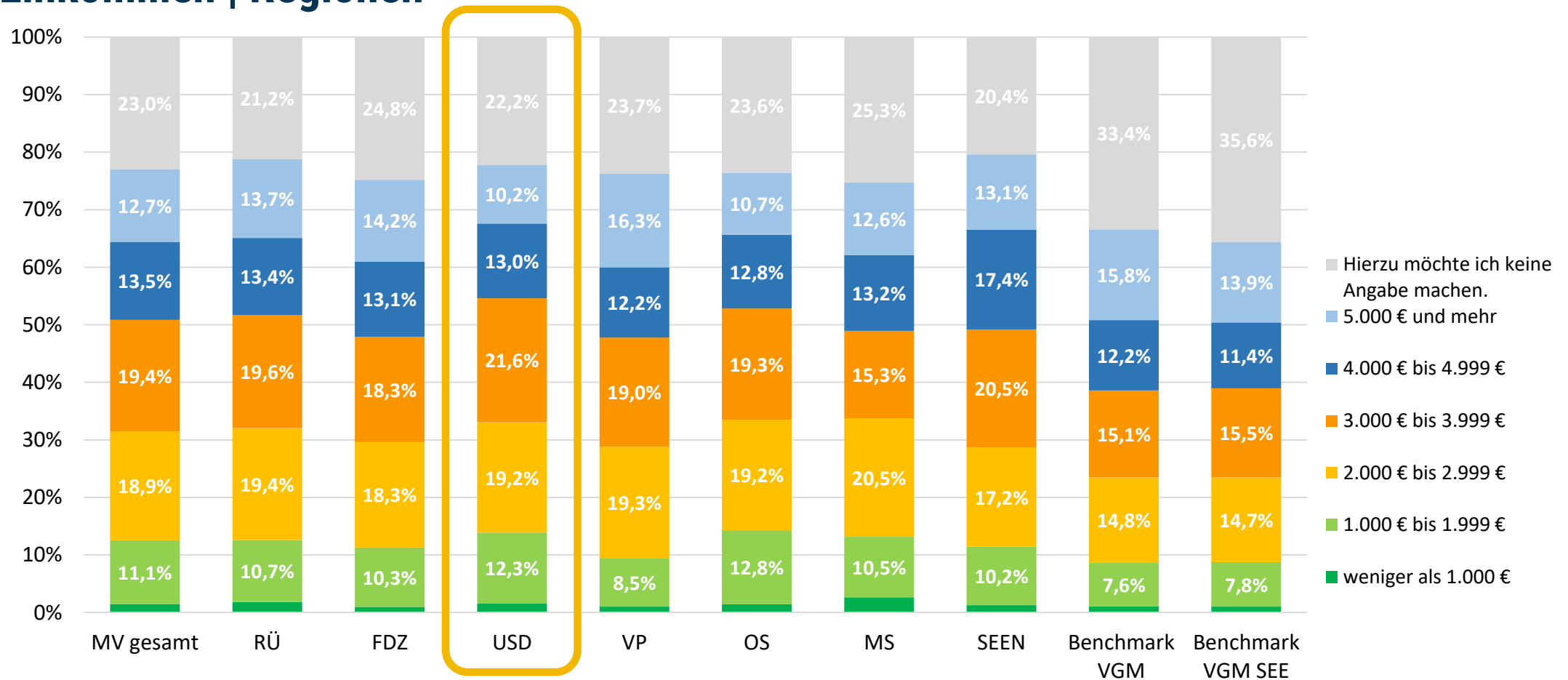
Alter | Verteilung



Frage: Wie alt sind Sie?



Einkommen | Regionen

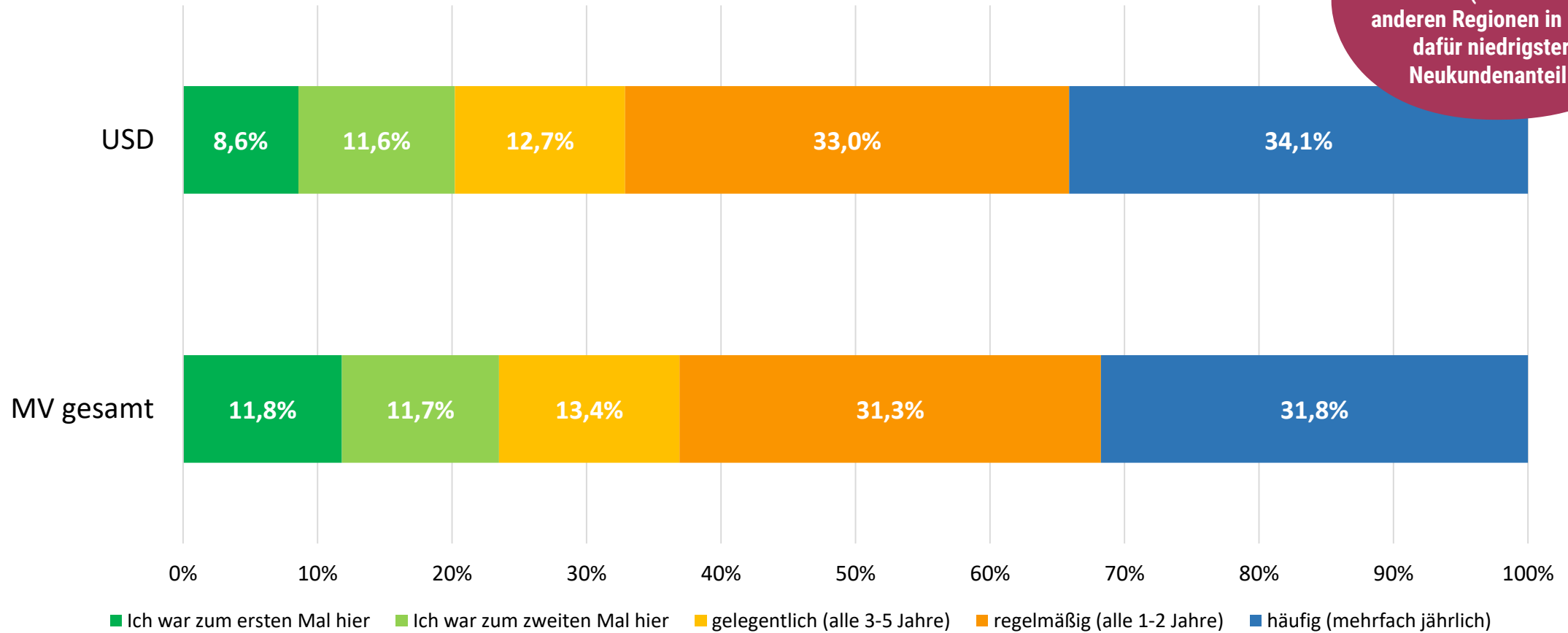


Frage: Wie hoch ist Ihr monatliches Haushaltsnettoeinkommen* insgesamt?

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

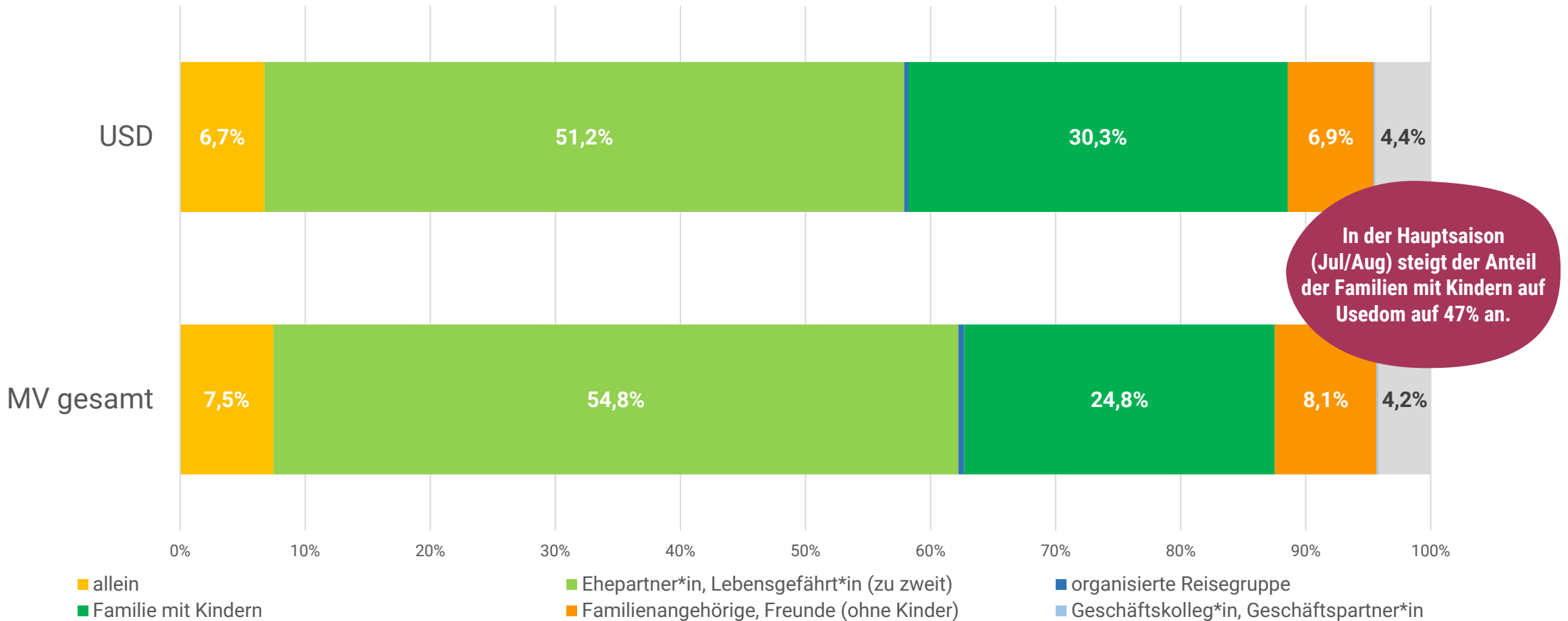
Reiseerfahrung | Zielregion

Höchster Stammgast-Anteil auf Usedom (aber auch in den anderen Regionen in MV), dafür niedrigster Neukundenanteil.



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

Reisebegleitung | MV gesamt & Usedom

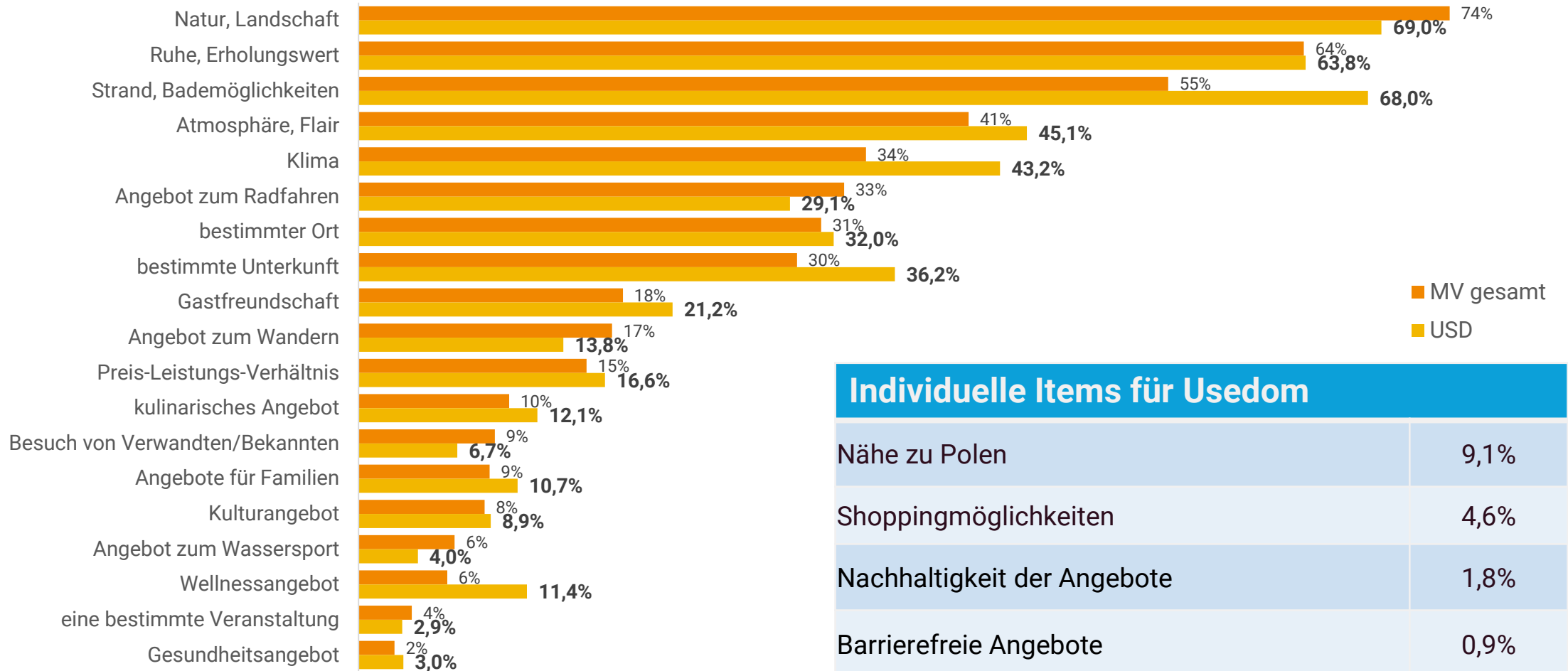


Frage: Mit wem sind Sie gereist?

Kapitel 4

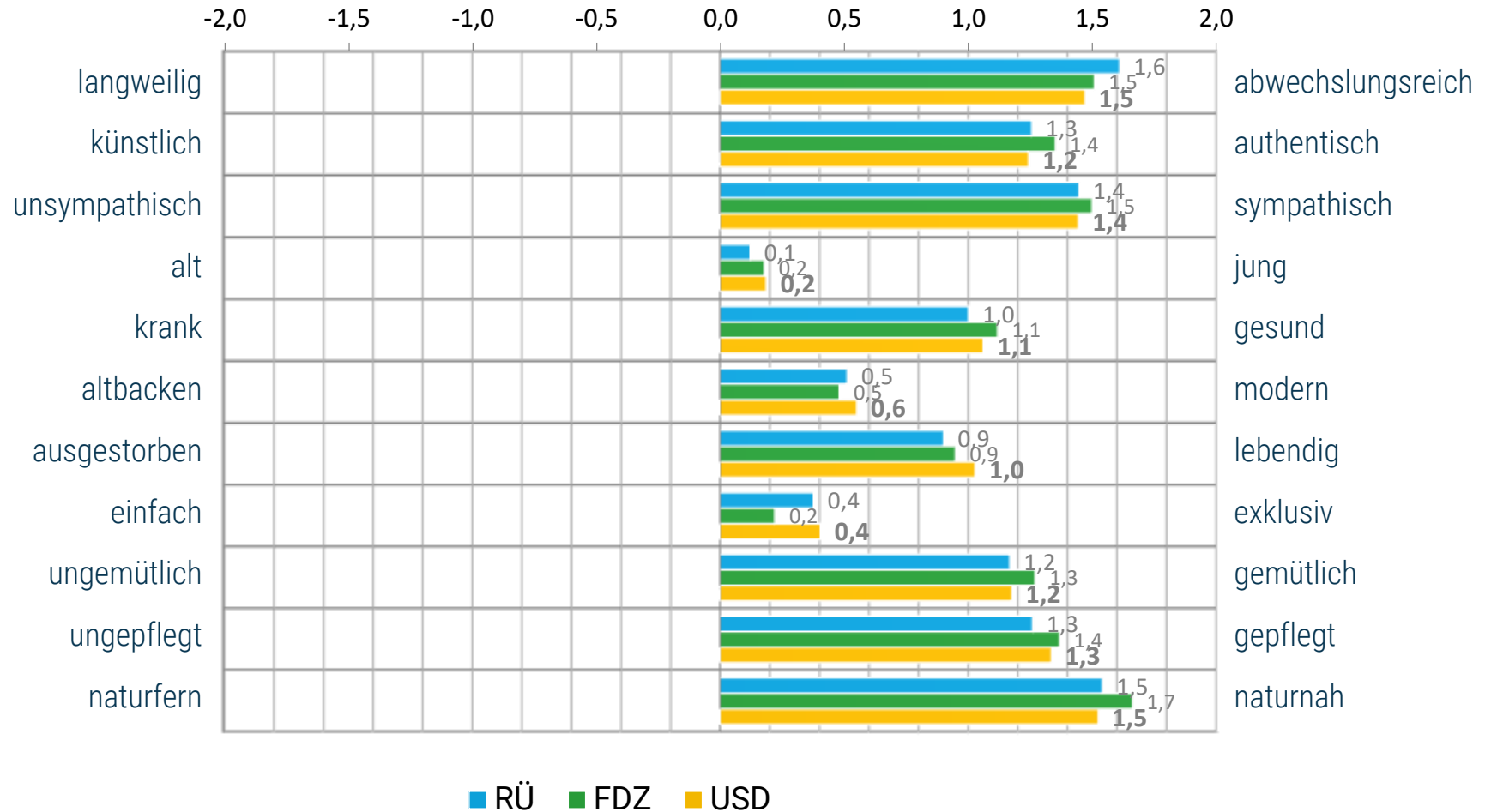
Reiseentscheidung

Reisekriterien | MV gesamt & Usedom



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

Image



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

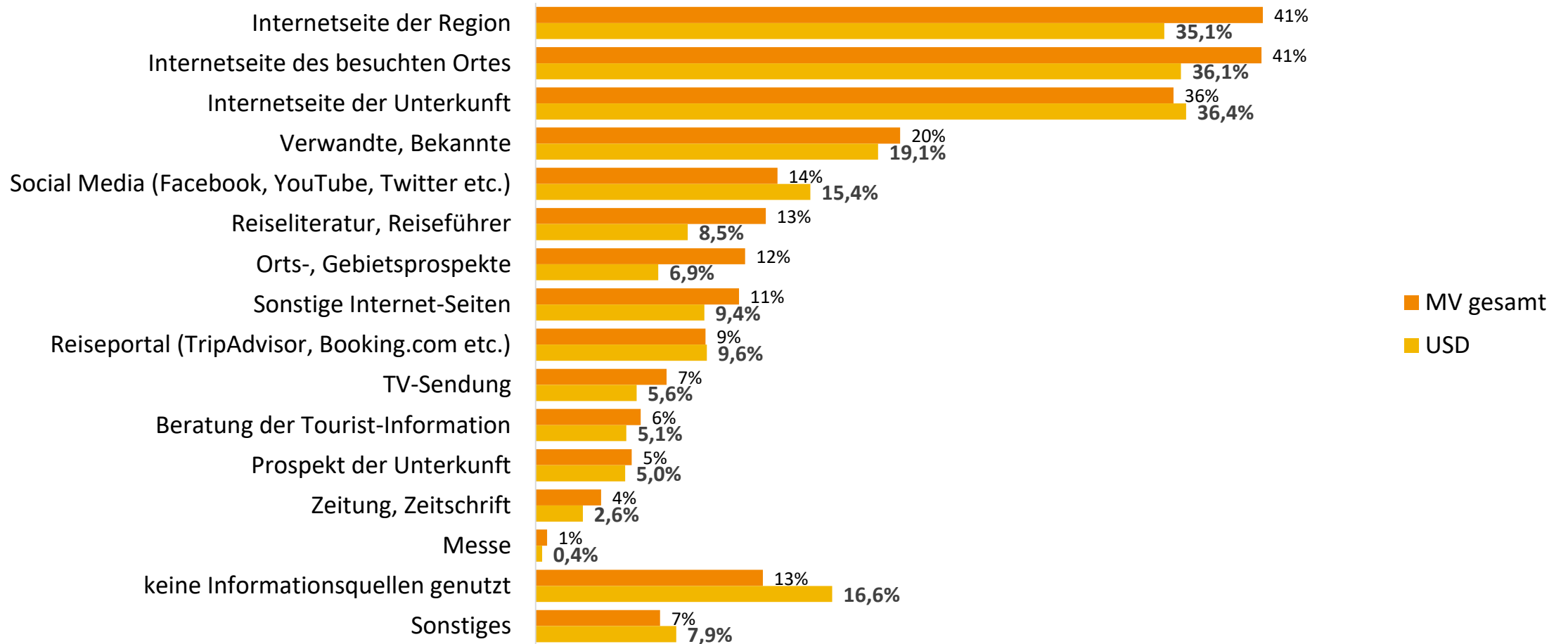
(Basis: nur Gäste auf Rügen/Hiddensee, Fischland-Darß-Zingst und Usedom)

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

Kapitel 5

Reiseplanung

Information im Vorfeld | MV gesamt & Usedom



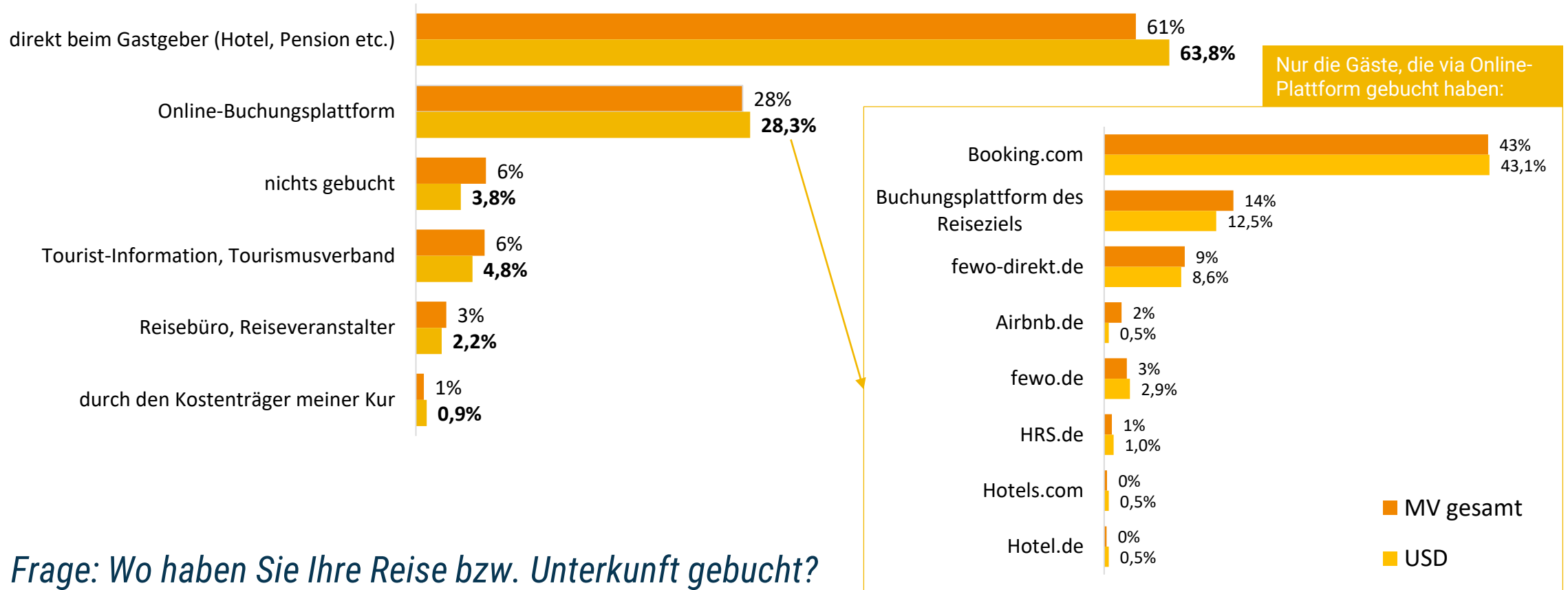
Frage: Wie haben Sie sich im Vorfeld näher über Ihr Reiseziel informiert? (Mehrfachnennungen möglich)

Information im Vorfeld | Regionen

| | MV | RÜ | 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% |
| Reiseliteratur, Reiseführer | 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 & Usedom



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 | RÜ | 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% |

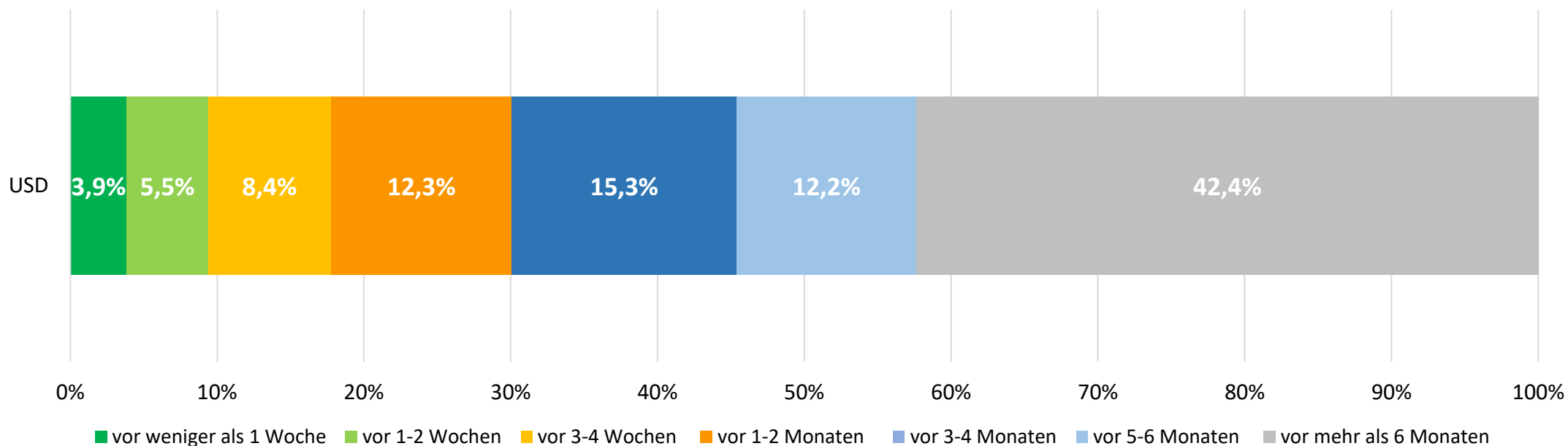
Frage: Wo haben Sie Ihre Reise bzw. Unterkunft gebucht?

Buchung der Reise – genutzte Buchungsplattform | Regionen

| | MV | RÜ | 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)*

Zeitpunkt der Buchung (nur Usedom)

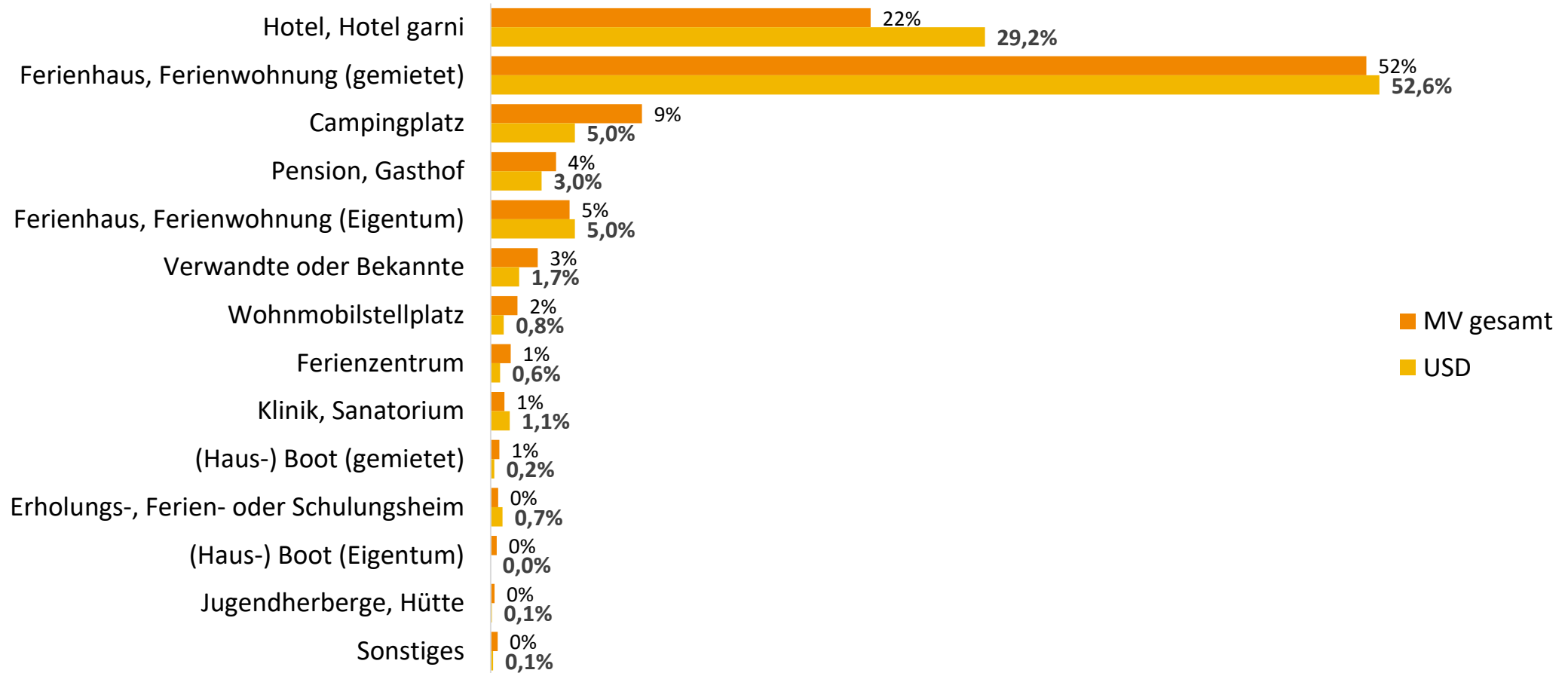


*Frage: Wie lange vor Anreise haben Sie gebucht?
(Basis: nur Gäste auf Usedom)*

Kapitel 6

Unterkunft und Verpflegung

Unterkunft | MV gesamt & Usedom



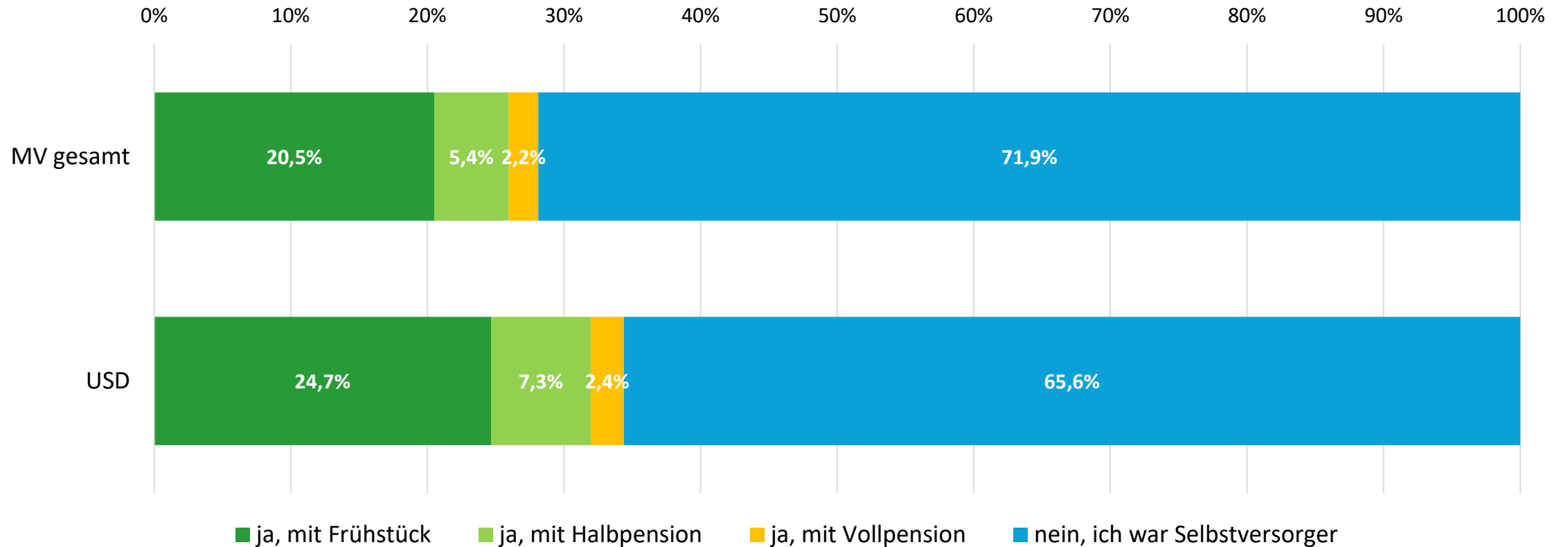
Frage: Wo haben Sie übernachtet?

Unterkunft | Regionen

| | MV | RÜ | 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% |
| Jugendherberge, Hütte | 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 & Usedom



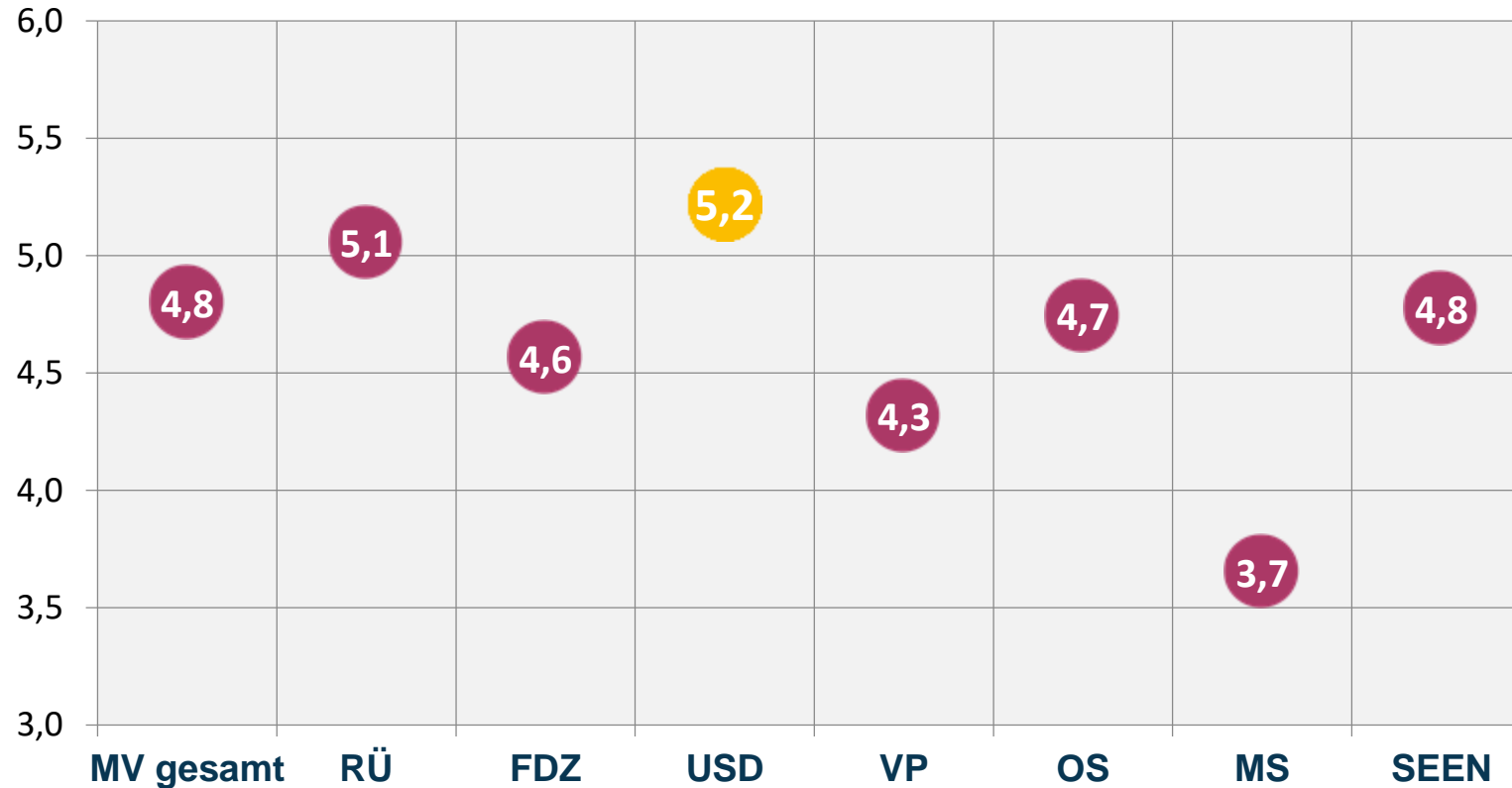
Frage: War Ihre Übernachtung mit Verpflegung verknüpft?

Verpflegung | Bevorzugte Produkte

| | MV | RÜ | 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% |

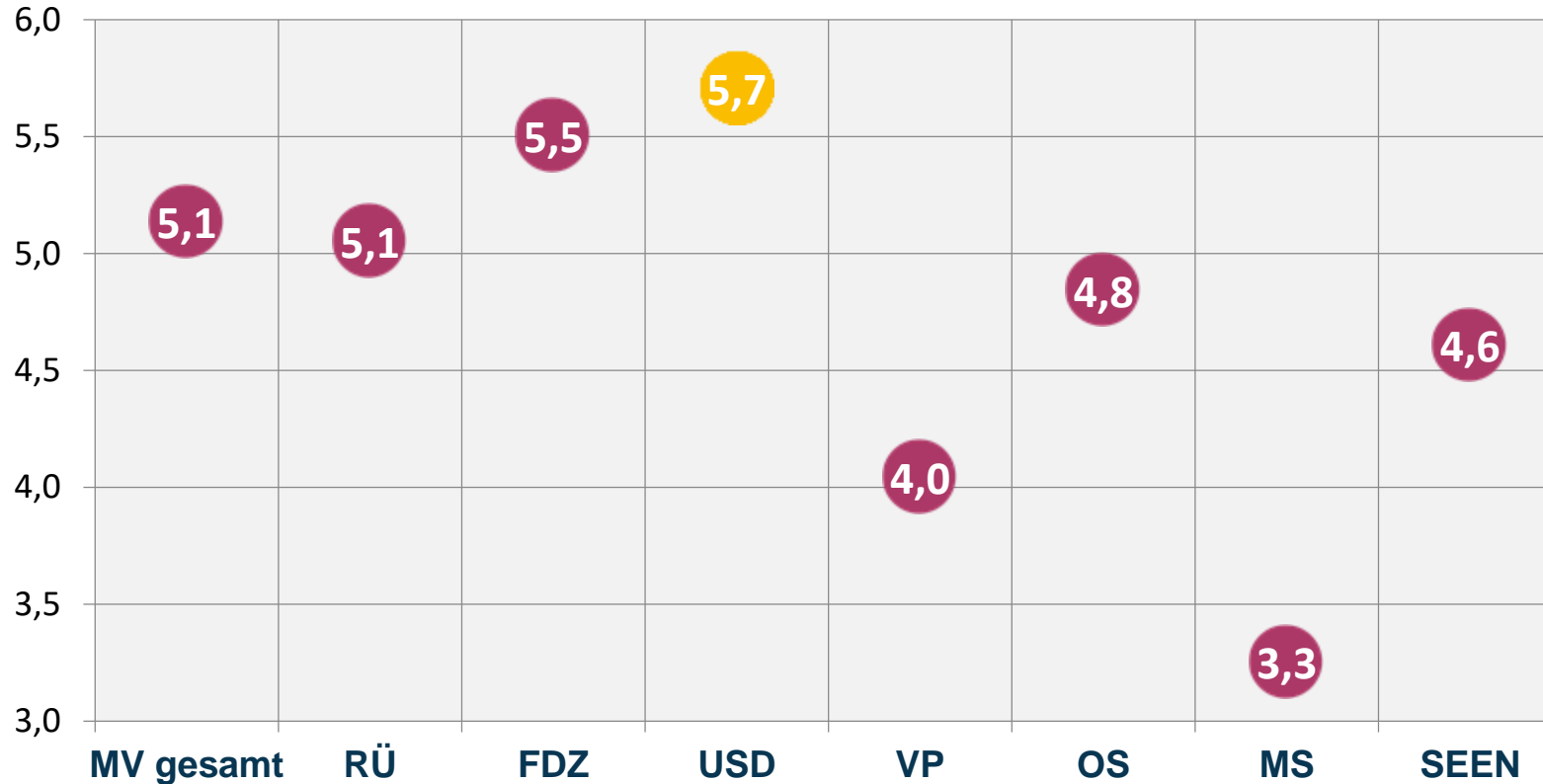
Frage: Welche Verpflegungsprodukte nehmen Sie während Ihres Aufenthaltes in der Region bevorzugt in Anspruch? (Mehrfachnennungen möglich)

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

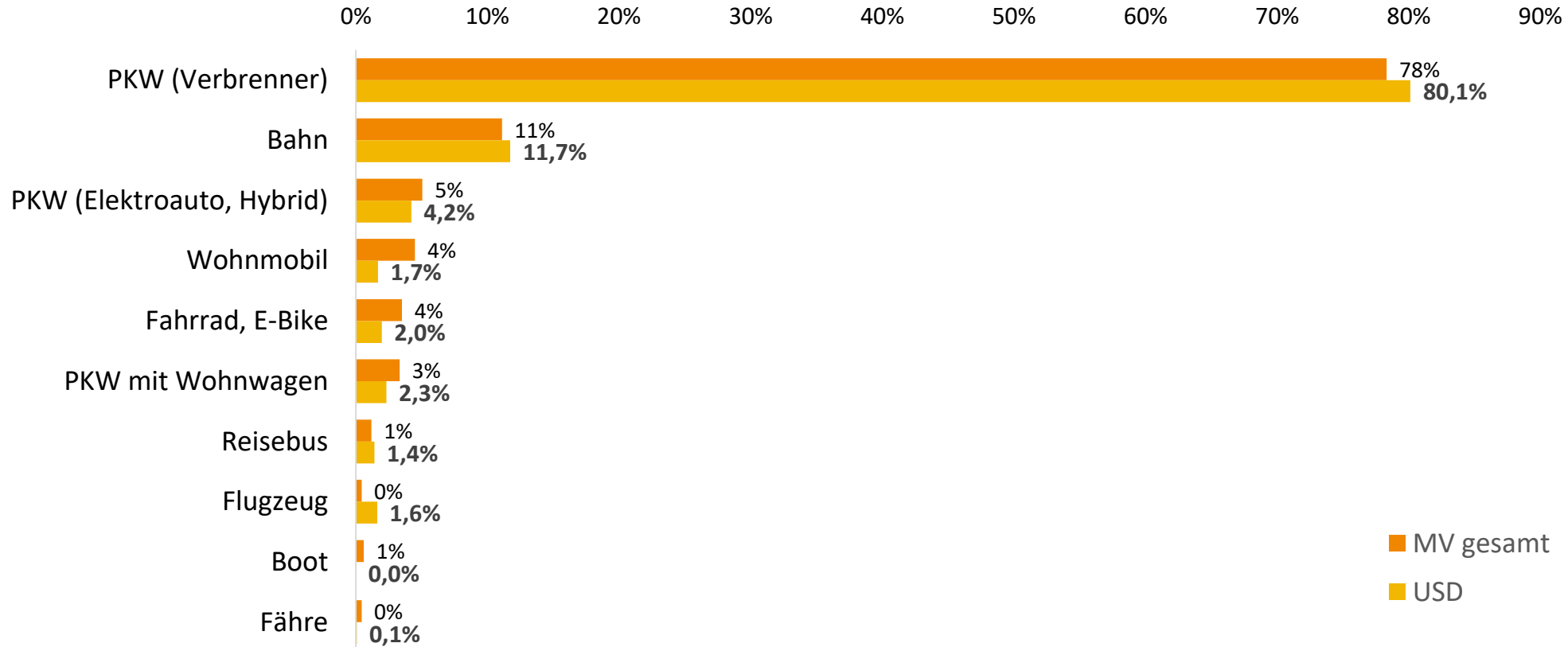


Frage: Wie oft haben Sie während Ihres Aufenthalts folgende gastronomische Einrichtungen besucht: Imbiss, Eisdiele, Café (Basis: nur Gäste, die den Fragebogen online ausgefüllt haben)

Kapitel 7

Mobilität und Verkehr

Anreiseverkehrsmittel | MV gesamt & Usedom



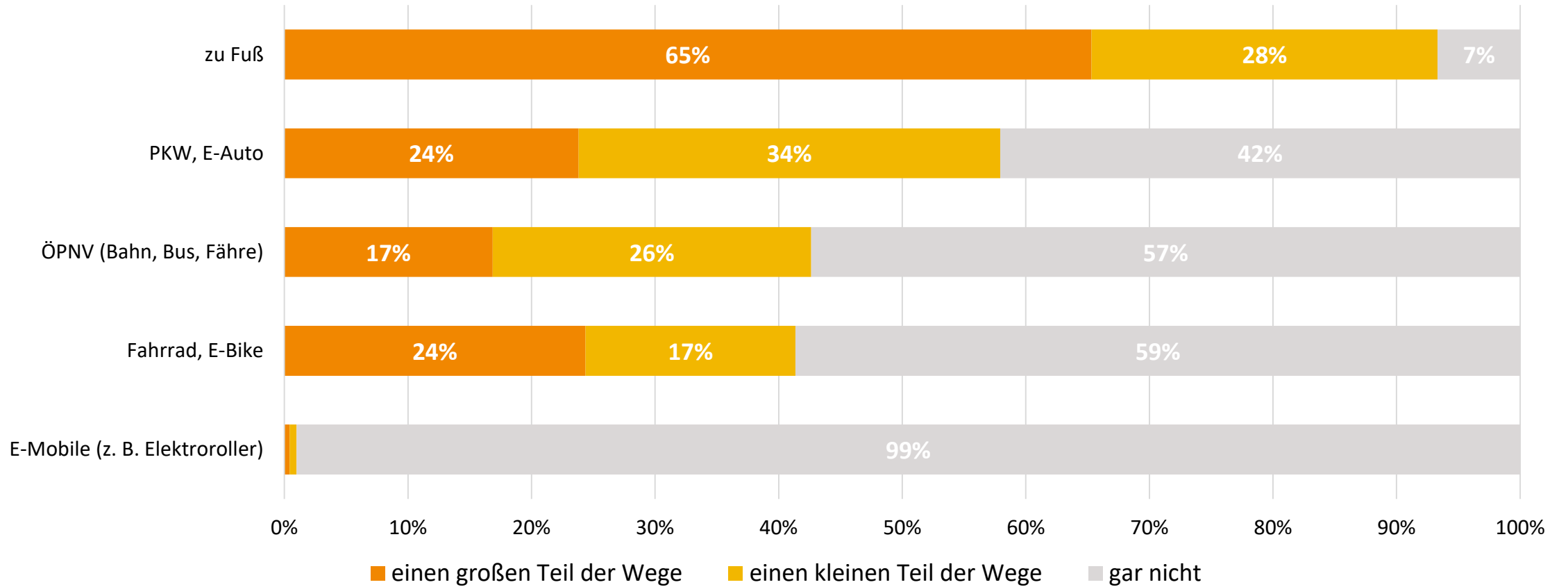
Frage: Mit welchen Verkehrsmitteln sind Sie angereist? (Mehrfachnennungen möglich)

Anreiseverkehrsmittel | Regionen

| | MV | RÜ | 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 | Usedom



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

Mobilität vor Ort | Regionen

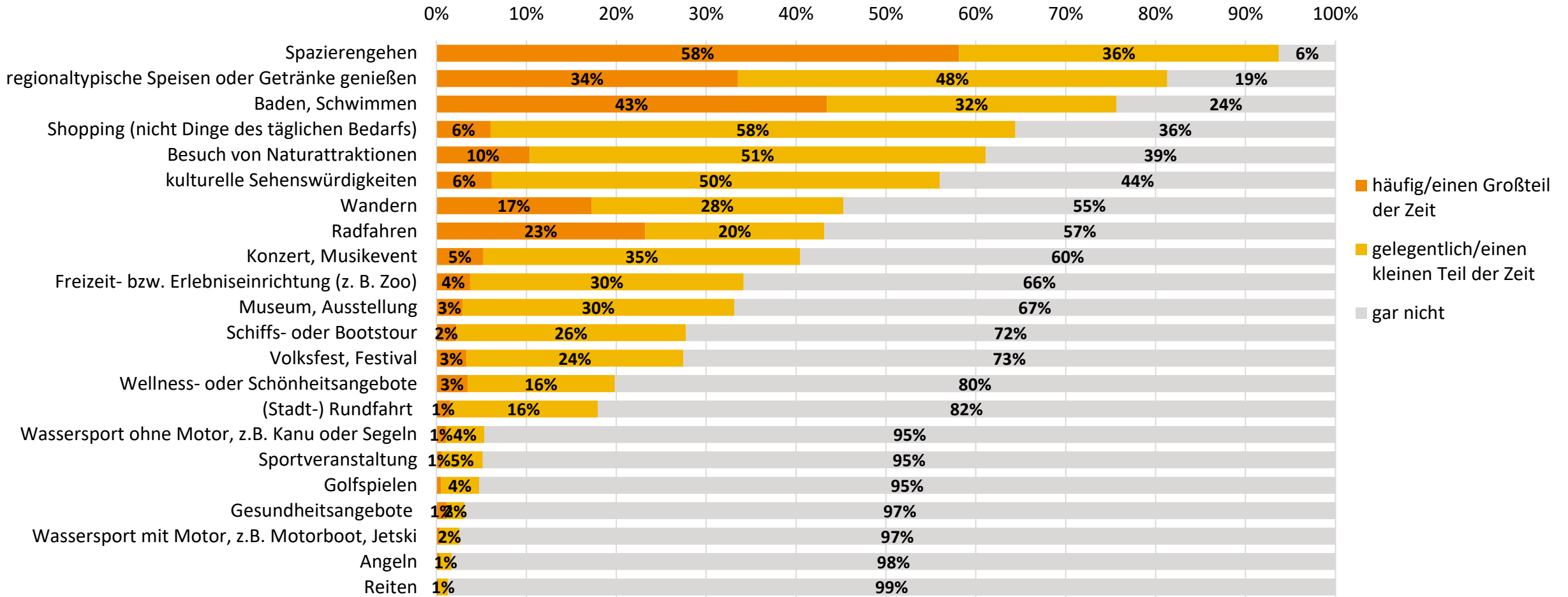
| | | MV | RÜ | FDZ | USD | VP | OS | MS | SEEN |
|--------------------------------------|-----------------------------|-------|--------------|--------------|--------------|-------------|-------------|--------------|--------------|
| Zu Fuß | einen großen Teil der Wege | 58,4% | 60,7% | 61,8% | 65,3% | 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% |
| PKW, E-Auto | 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% |
| ÖPNV (Bahn, Bus, Fähre) | 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.)

Kapitel 8

Aktivitäten

Freizeitaktivitäten | Usedom

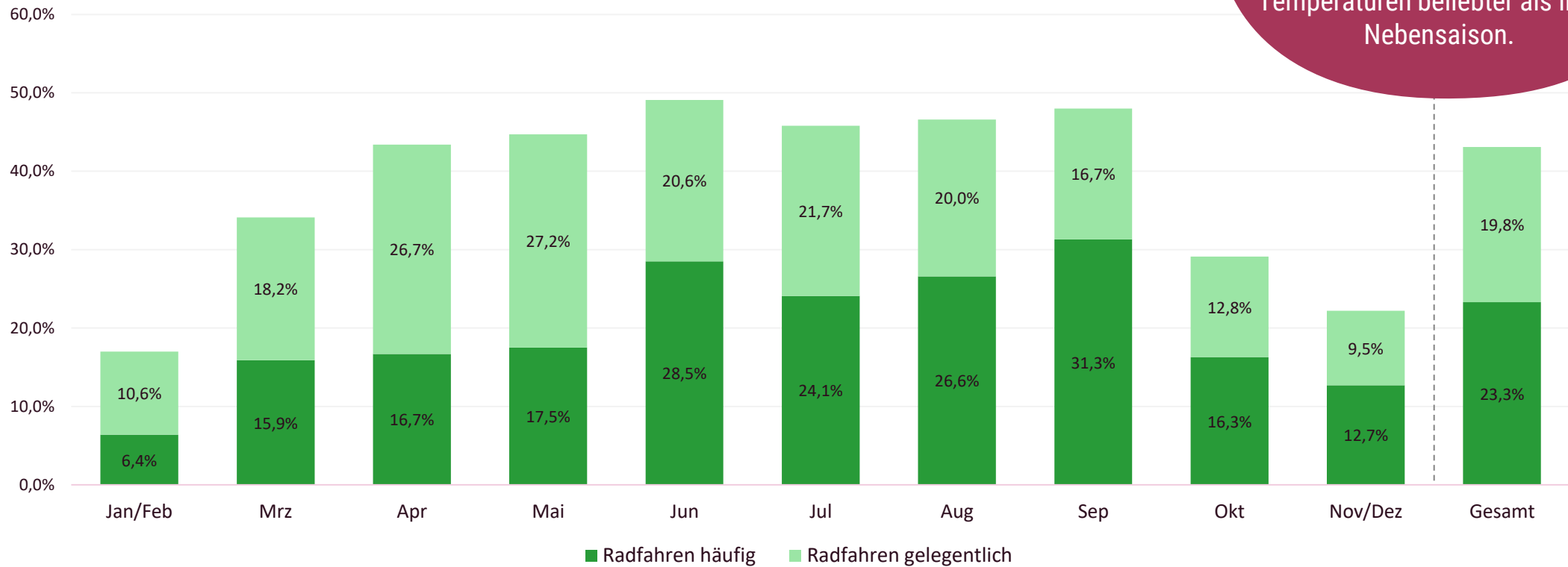


Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

Urlaubsaktivität Radfahren | Saisonalität auf Usedom

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

Saisonalität der Urlaubsaktivität Radfahren auf Usedom

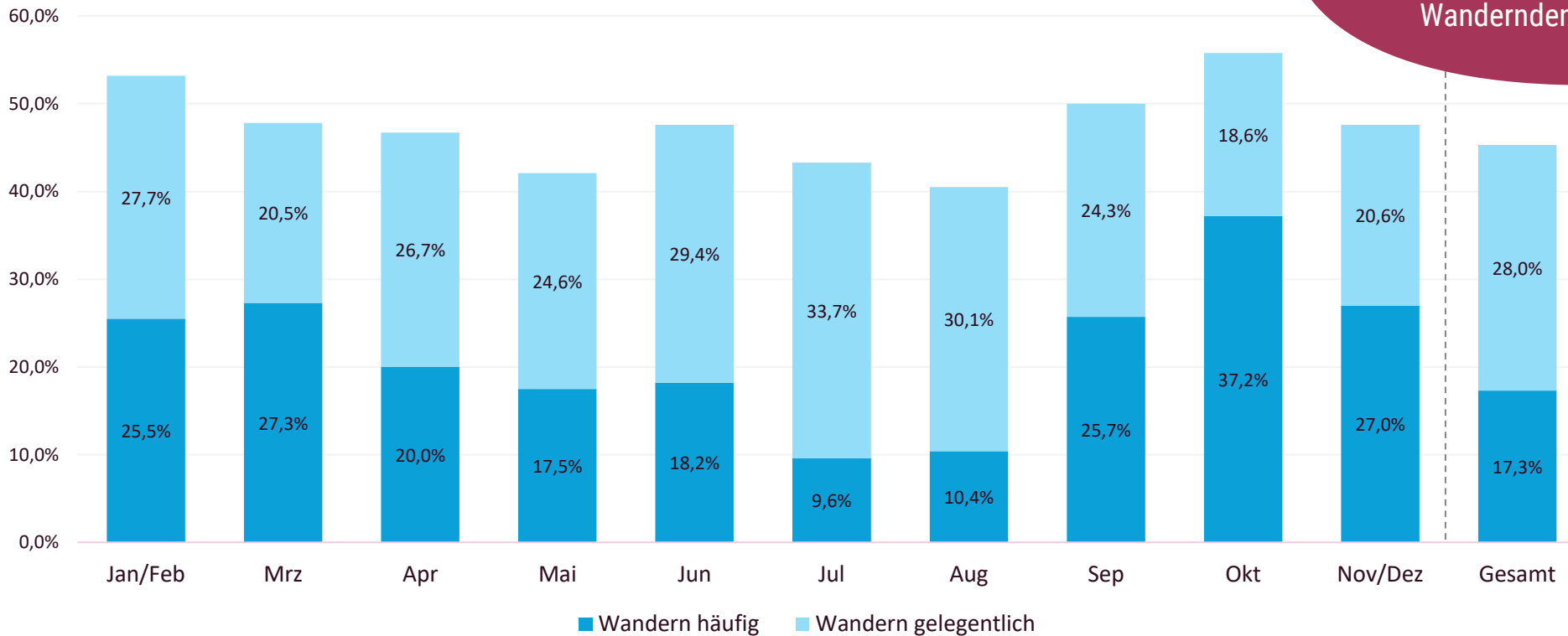


Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?



Urlaubsaktivität Wandern | Saisonalität auf Usedom

Saisonalität der Urlaubsaktivität Wandern auf Usedom



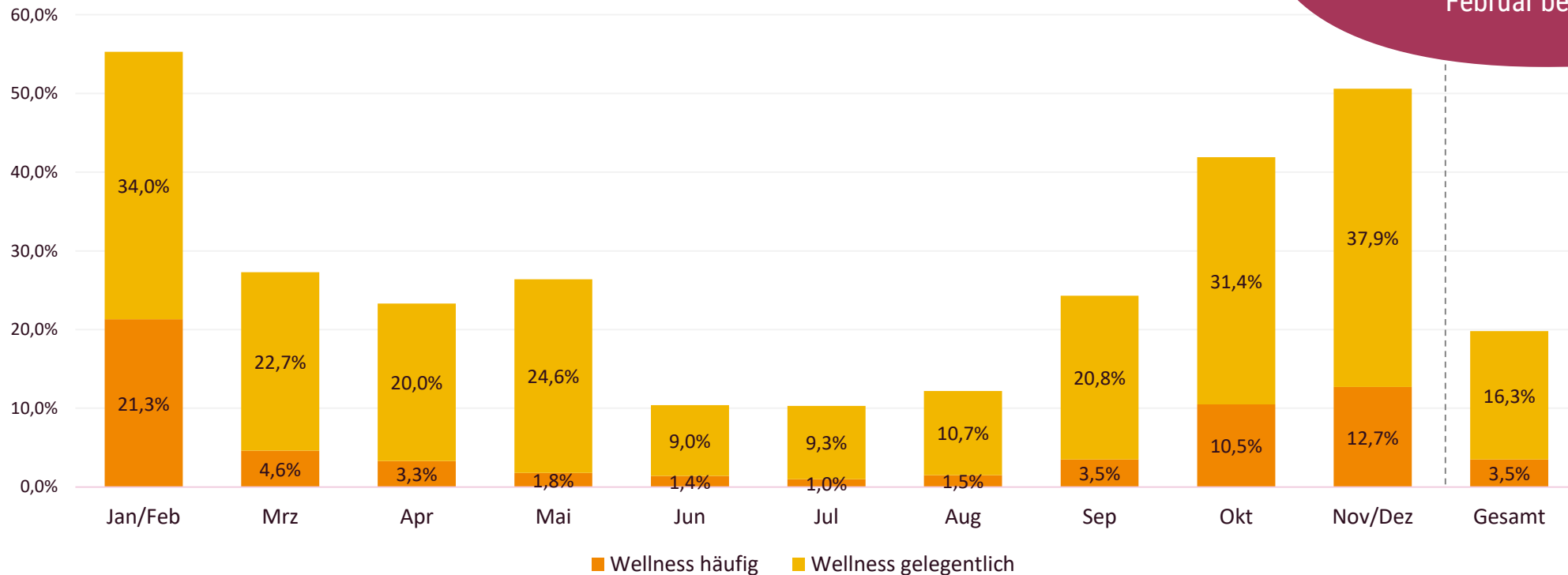
Die Urlaubsaktivität Wandern ist bei unseren Gästen in der Vor- und Nachsaison beliebter bzw. ist der Anteil der „häufig“ Wandernden dann erhöht.

Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

Urlaubsaktivität Wellnessangebote nutzen | Saisonalität auf Usedom

Die Urlaubsaktivität „Wellnessangebote nutzen“ ist bei den Gästen besonders in den Wintermonaten von November bis Februar beliebt.

Saisonalität der Urlaubsaktivität Wellness auf Usedom



Welche Freizeitaktivitäten haben Sie während Ihres Aufenthaltes unternommen?

Freizeitaktivitäten | Regionen Teil 1

| | | MV | RÜ | 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 oder Getränke genießen | 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 | RÜ | 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% |
| Wellness- oder Schönheitsangebote | 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

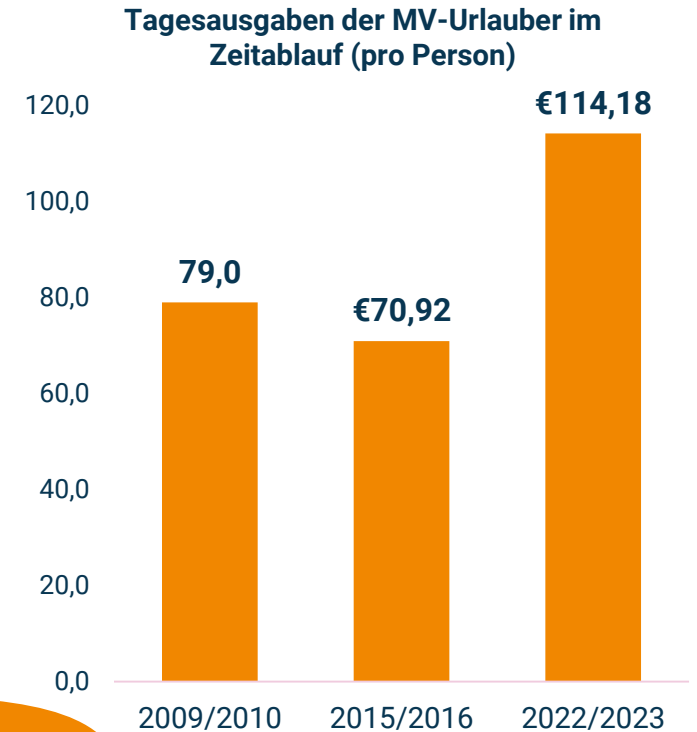
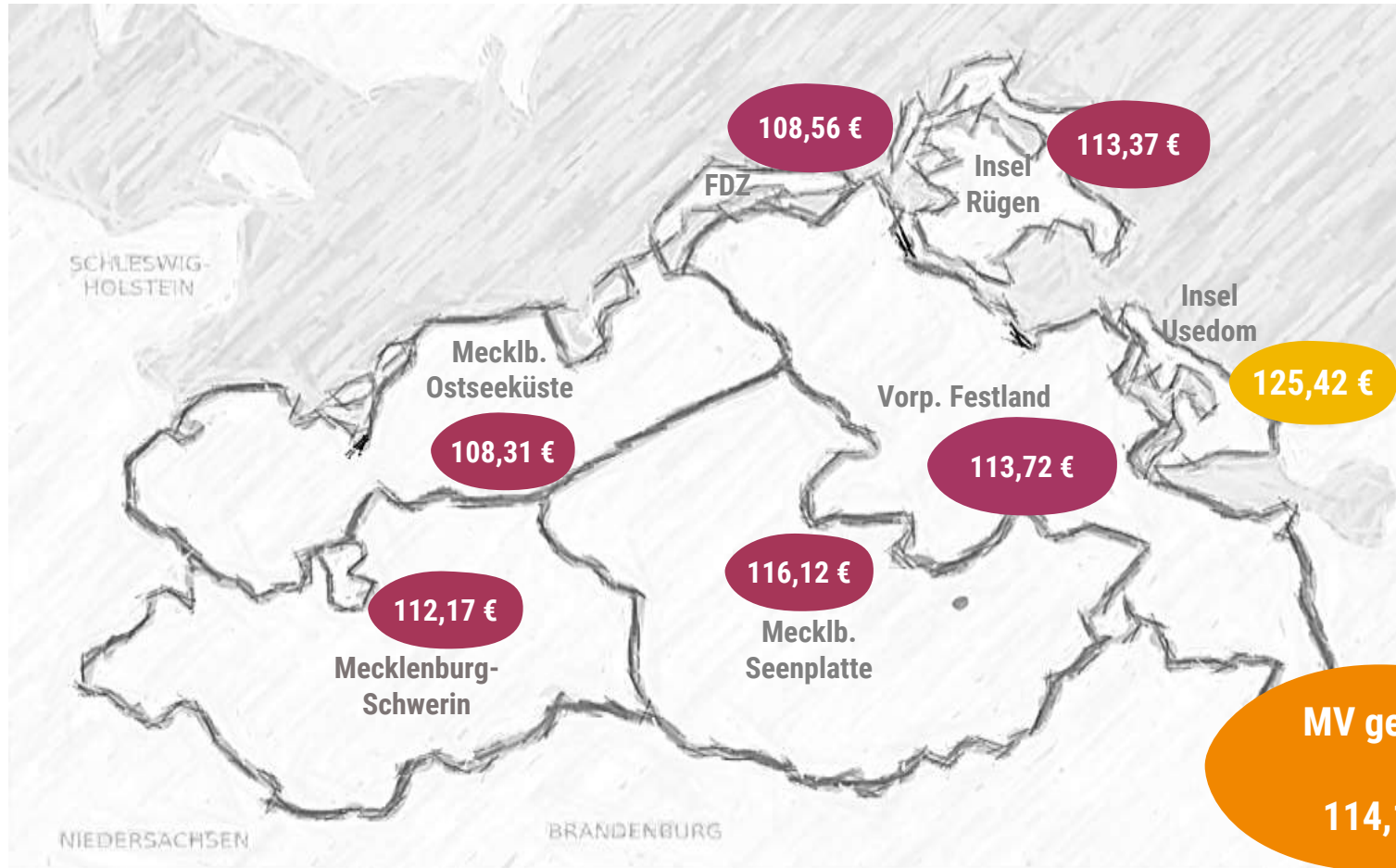
| | | MV | RÜ | FDZ | USD | VP | OS | MS | SEEN |
|--|--------------------------------------|------|------|-------------|-------------|------|------|--------------|--------------|
| Wassersport ohne Motor, z.B. Kanu oder Segeln | häufig/einen Großteil der Zeit | 2,4% | 1,3% | 1,4% | 1,1% | 4,6% | 2,4% | 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

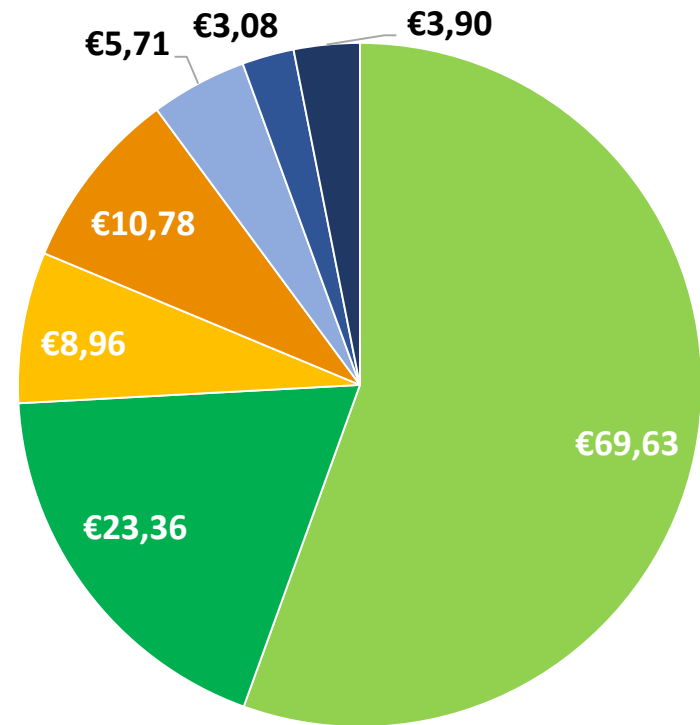
Ausgaben pro Person und Tag | Regionen



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 | Usedom



**Tagesausgaben
gesamt
125,42 €**

- Unterkunft
- Verpflegung im Gastgewerbe
- Lebensmitteleinkauf
- Einkauf sonstiger Waren
- Freizeit, Unterhaltung, etc.
- Lokaler Transport vor Ort
- Sonstige Dienstleistungen

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 | RÜ | FDZ | USD | VP | OS | MS | SEEN |
|---|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| Ausgaben für Pauschalreise (Unterkunft und mindestens eine weitere Reiseleistung eines weiteren Anbieters) | 104 € | - | - | - | - | - | - | - |
| Unterkunft (inkl. Frühstück, Halbpension oder Vollpension) | 60 € | 60 € | 58 € | 70 € | 54 € | 54 € | 54 € | 56 € |
| Verpflegung im Gastgewerbe (Restaurantbesuch, Cafébesuch, Imbissbude etc.) | 22 € | 22 € | 19 € | 23 € | 26 € | 21 € | 24 € | 24 € |
| Lebensmitteleinkauf (Einkauf von Lebensmitteln im Supermarkt, beim Bäcker, am Bauernhof etc.) | 10 € | 9 € | 10 € | 9 € | 11 € | 10 € | 8 € | 11 € |
| Einkauf sonstiger Waren (alle Einkäufe mit Ausnahme von Lebensmitteln) | 10 € | 9 € | 9 € | 11 € | 11 € | 10 € | 11 € | 9 € |
| Freizeit, Unterhaltung (z.B. Veranstaltungen, Freizeitparks, Erlebnisbäder, Museen, Leihgebühren) | 6 € | 6 € | 5 € | 6 € | 5 € | 6 € | 7 € | 8 € |
| Lokaler Transport vor Ort (z.B. Ausgaben für ÖPNV, Taxi, Bootsfahrten, Tankgebühren) | 4 € | 3 € | 3 € | 3 € | 4 € | 4 € | 4 € | 5 € |
| Für alle: Sonstige Dienstleistungen (z.B. Parkgebühren, Kurtaxe, Dienstleistungen aller Art) | 4 € | 4 € | 3 € | 4 € | 2 € | 3 € | 3 € | 3 € |
| Tagesausgaben pro Person gesamt | 114,18 € | 113,37 € | 108,56 € | 125,42 € | 113,72 € | 108,31 € | 112,17 € | 116,12 € |

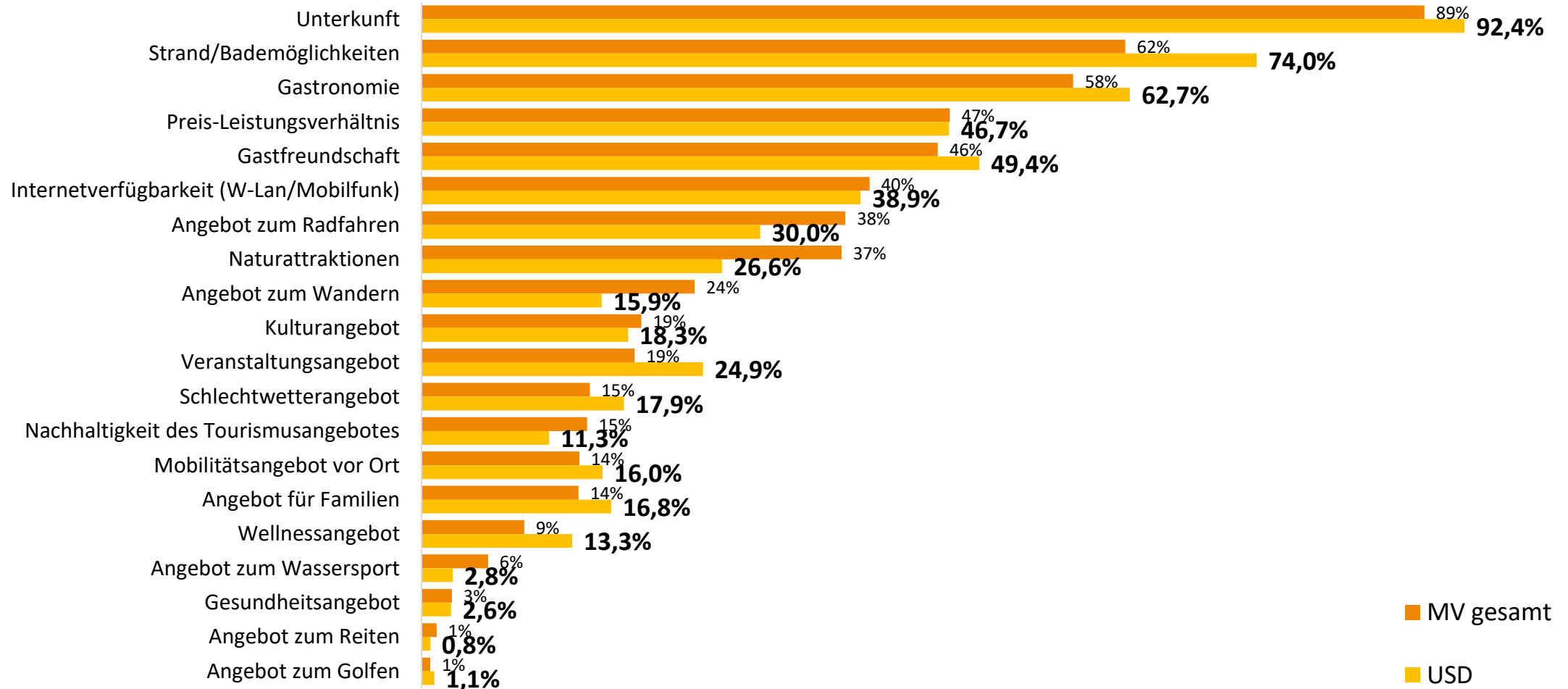
Fragen:

- 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 & Usedom



Frage: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?

Wichtigkeit ausgewählter Angebotsfaktoren | Regionen Top-10

| | MV | RÜ | FDZ | USD | VP | OS | MS | SEEN |
|---|-------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|-------|
| Unterkunft | 88,8% | 91,0% | 91,2% | 92,4% | 83,6% | 85,1% | 78,9% | 82,2% |
| Strand/Bademöglichkeiten | 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% |
| Preis-Leistungsverhältnis | 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% |
| Internetverfügbarkeit (W-Lan/Mobilfunk) | 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% |

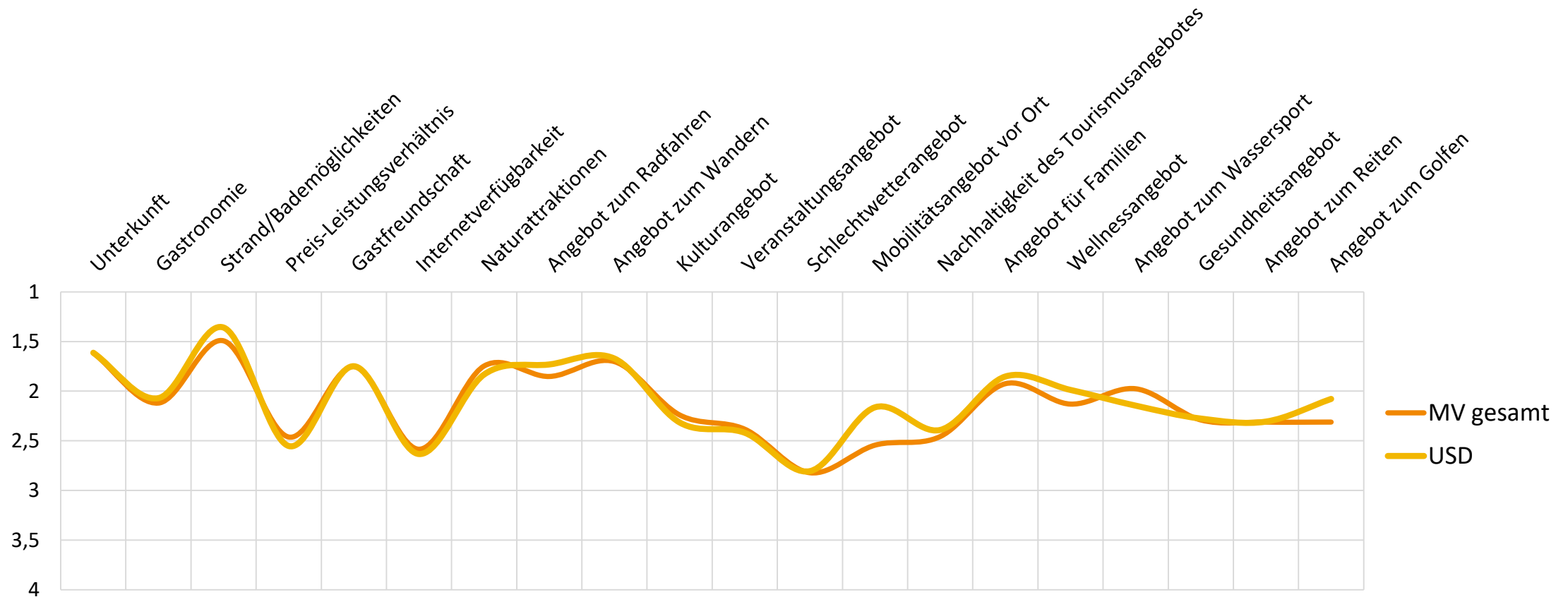
Frage: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?

Wichtigkeit ausgewählter Angebotsfaktoren | Regionen Teil 2

| | MV | RÜ | 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% |
| Mobilitätsangebot vor Ort | 14,0% | 17,5% | 11,2% | 16,0% | 13,9% | 13,3% | 8,7% | 14,3% |
| Angebot für Familien | 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 | RÜ | FDZ | USD | VP | OS | MS | SEEN |
|---|------|-------------|-------------|-------------|------|------|-------------|-------------|
| Unterkunft | 1,62 | 1,61 | 1,58 | 1,61 | 1,63 | 1,65 | 1,77 | 1,65 |
| Strand/Bademöglichkeiten | 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 |
| Preis-Leistungsverhältnis | 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 |
| Internetverfügbarkeit (W-Lan/Mobilfunk) | 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 | RÜ | 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 |
| Mobilitätsangebot vor Ort | 2,54 | 2,57 | 2,62 | 2,16 | 2,97 | 2,64 | 2,85 | 2,77 |
| Angebot für Familien | 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 | ↓ |
| Öffnungszeiten Gastronomie | 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?**

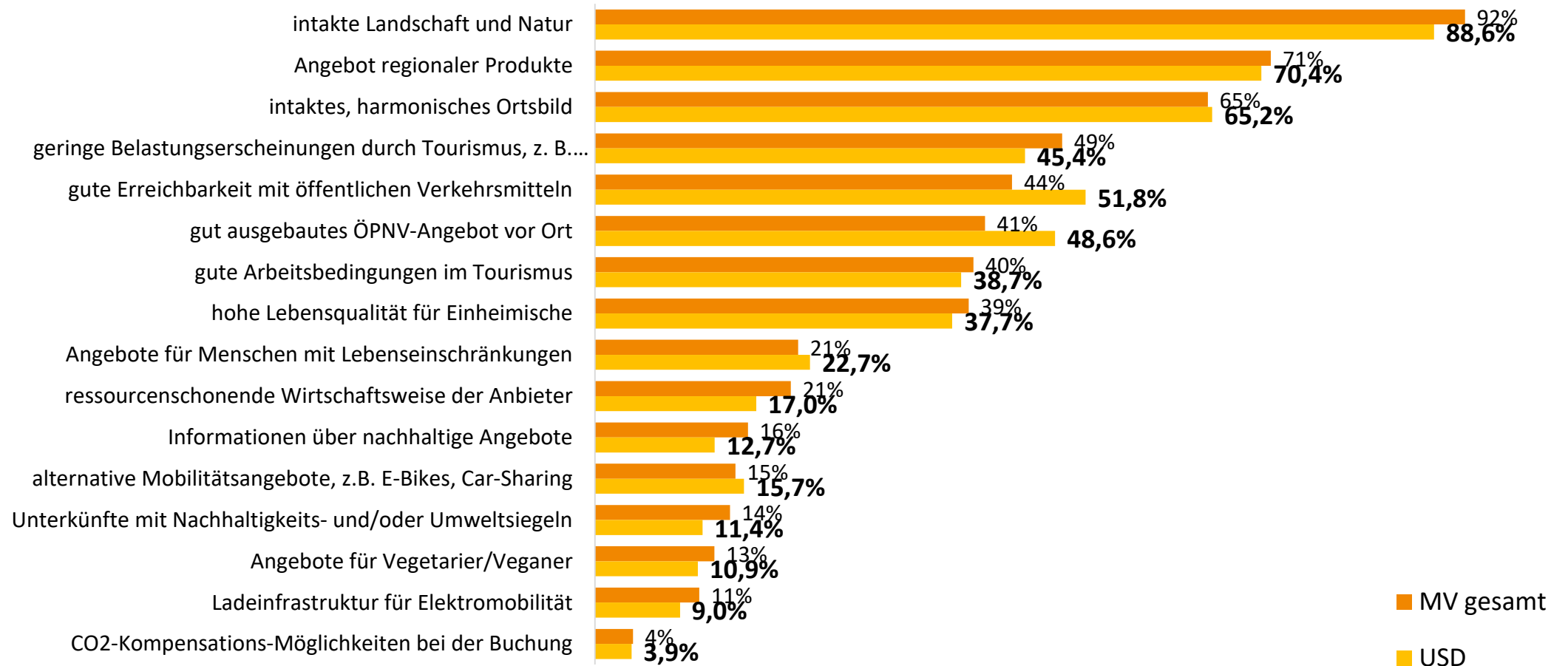
*Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“

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

benchmark:services



Wichtigkeit von Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus | MV gesamt & Usedom



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

Wichtigkeit von Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus | Regionen Top 10

| | MV | RÜ | 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 Tourismus, z. B. Überfüllung, Verkehr | 49,3% | 45,4% | 58,8% | 45,4% | 50,8% | 44,2% | 40,9% | 48,1% |
| gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln | 44,1% | 49,3% | 38,7% | 51,8% | 42,9% | 43,1% | 40,5% | 38,9% |
| gut ausgebautes ÖPNV-Angebot vor Ort | 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 Lebens Einschränkungen | 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% |

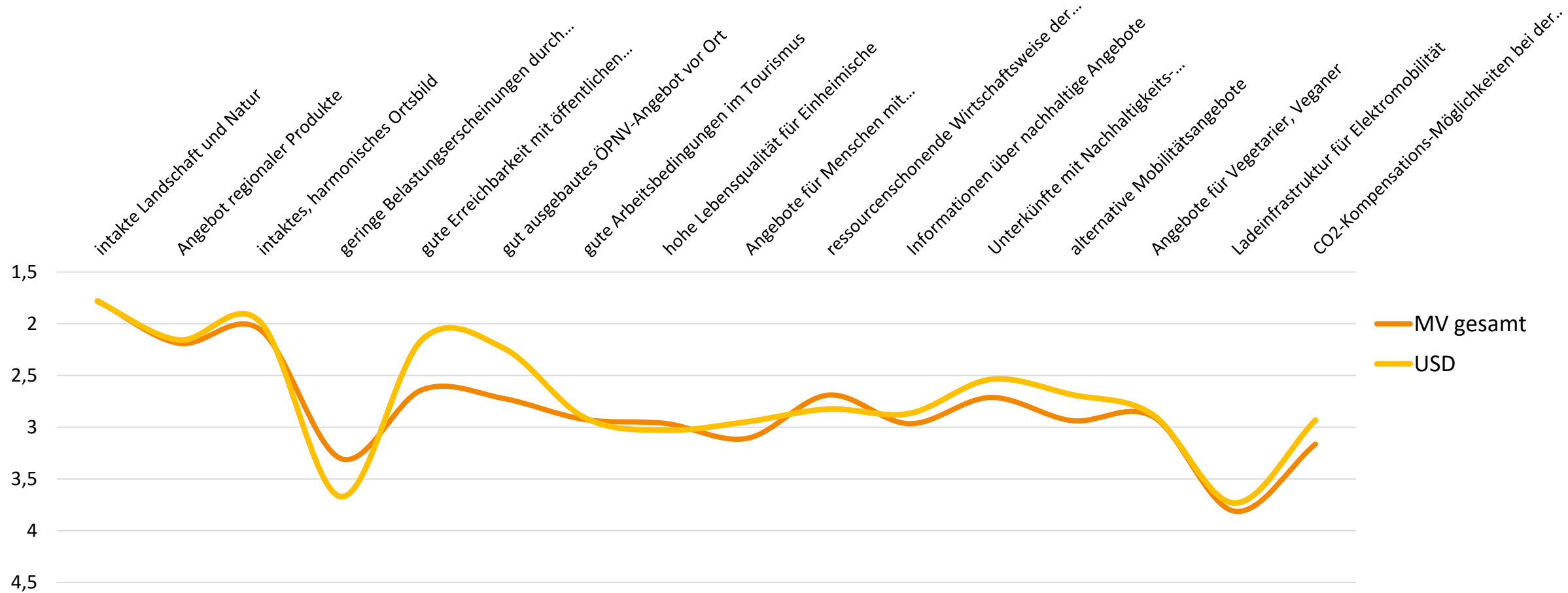
Frage: Welche der folgenden Merkmale eines nachhaltigen Tourismus sind für Sie wichtig?

Wichtigkeit von Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus | Regionen Teil 2

| | MV | RÜ | 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% |
| CO2-Kompensations-Möglichkeiten bei der Buchung | 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 | RÜ | 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 Tourismus, z. B. Überfüllung, Verkehr | 3,30 | 3,61 | 3,25 | 3,67 | 2,88 | 3,28 | 2,51 | 2,65 |
| gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln | 2,64 | 2,65 | 2,78 | 2,15 | 3,07 | 2,81 | 2,89 | 2,89 |
| gut ausgebautes ÖPNV-Angebot vor Ort | 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 Lebens Einschränkungen | 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*

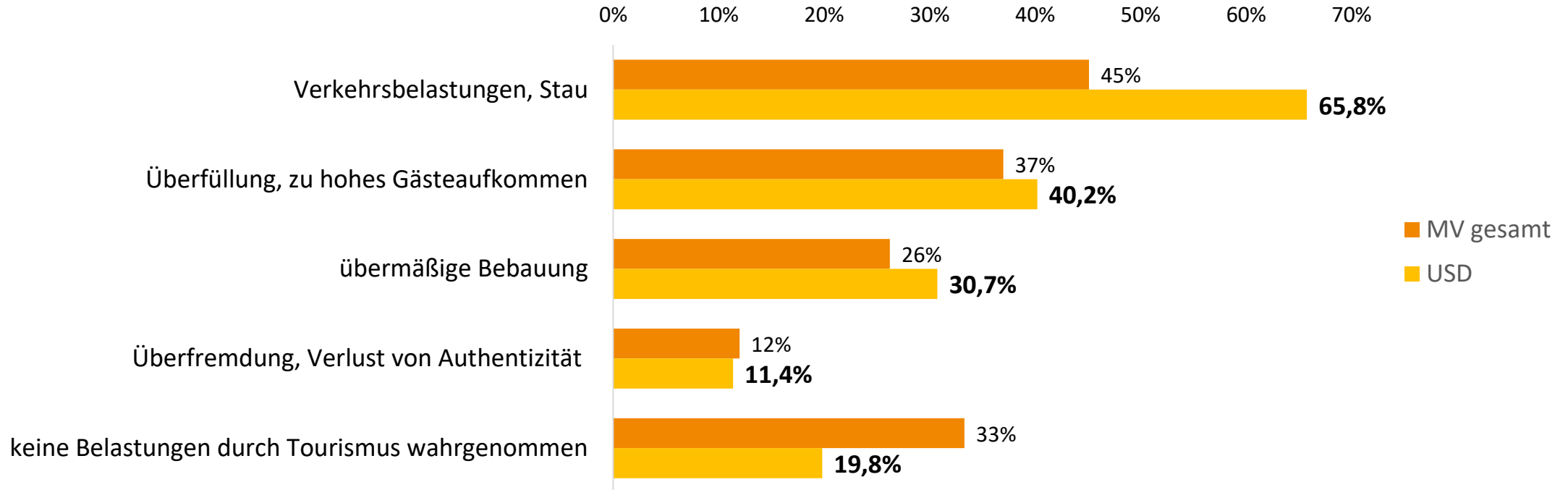
Zufriedenheit mit Merkmalen eines nachhaltigen Tourismus | Teil 2

| | MV | RÜ | 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 |
| CO2-Kompensations-Möglichkeiten bei der Buchung | 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?**

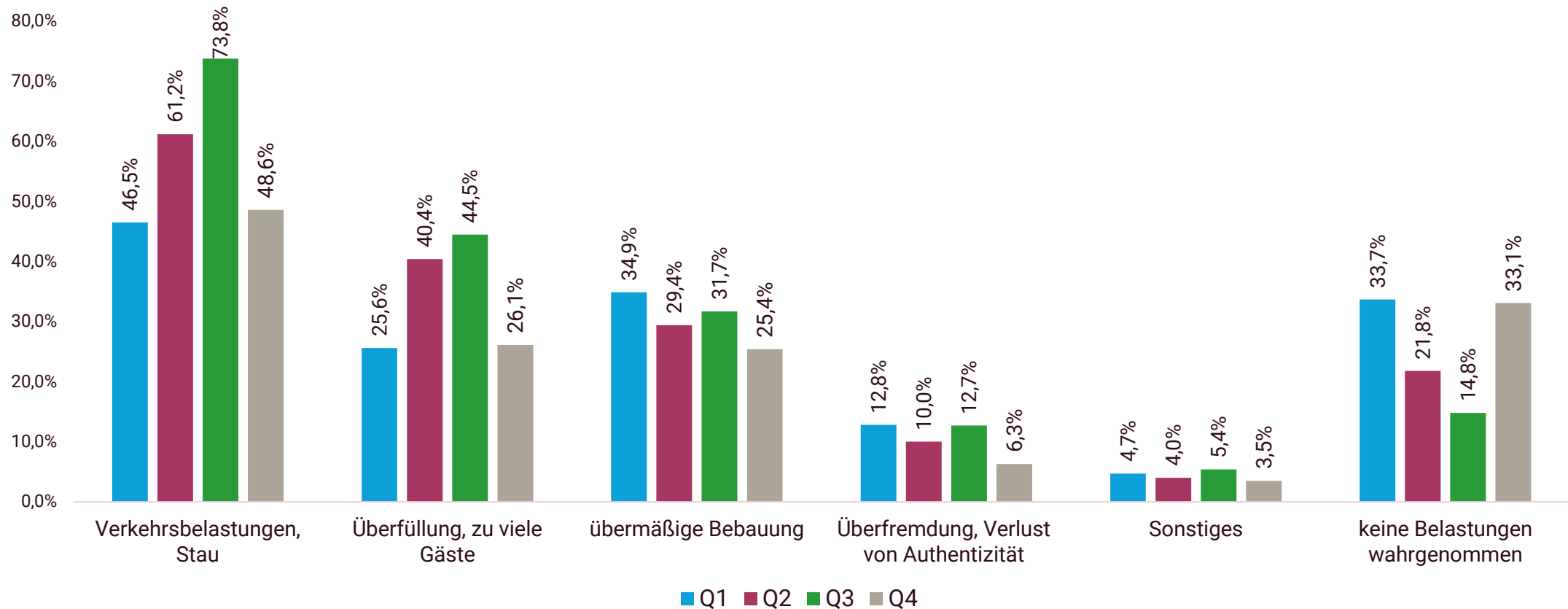
**Skala von 1 = „sehr zufrieden“ bis 6 = „sehr unzufrieden“ | (-) Fallzahlen unter 40, daher nur Aussage mit hoher statistischer Unsicherheit*

Wahrgenommene Belastungen | MV gesamt & Usedom



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

Wahrgenommene Belastungen | Saisonale Betrachtung auf Usedom



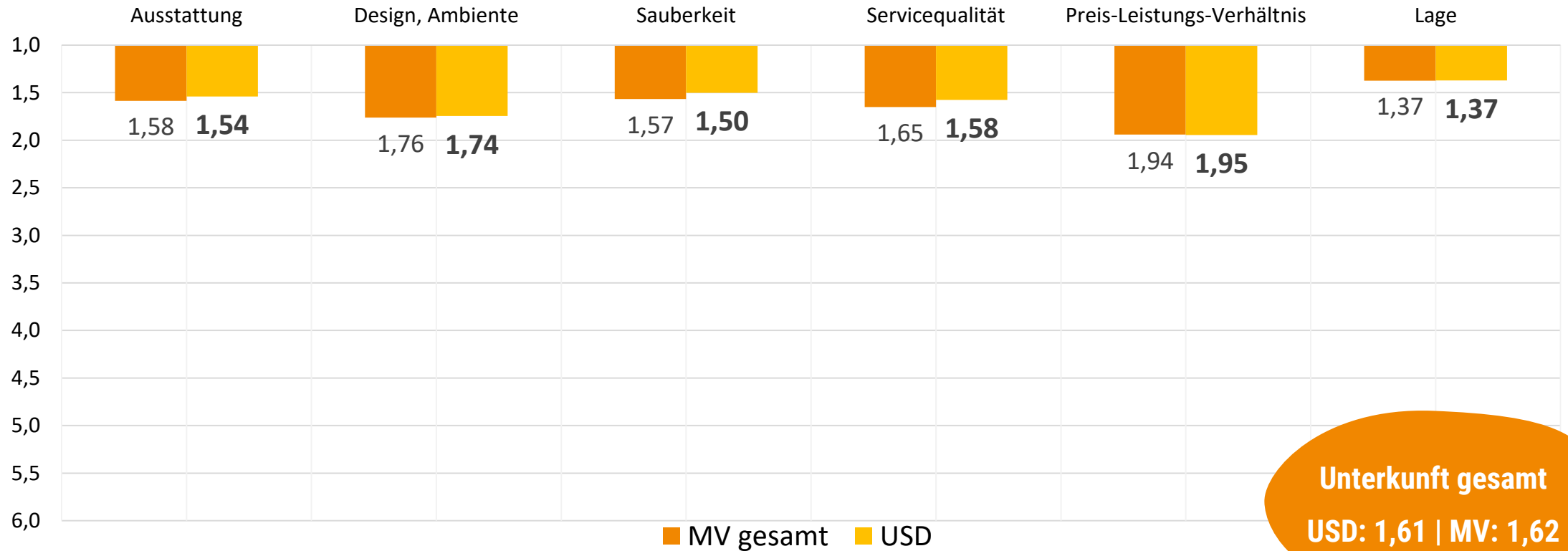
Frage: Wenn Sie während Ihres Aufenthalts Belastungen durch den Tourismus wahrgenommen haben: Welche waren dies?

Wahrgenommene Belastungen | Regionen

| | MV | RÜ | FDZ | USD | VP | OS | MS | SEEN |
|--|-------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Verkehrsbelastungen, Stau | 45,1% | 55,6% | 42,7% | 65,8% | 31,7% | 35,9% | 15,3% | 21,8% |
| Überfüllung, zu hohes Gästeaufkommen | 37,0% | 39,6% | 40,8% | 40,2% | 22,2% | 40,6% | 17,2% | 25,0% |
| übermäßige Bebauung | 26,2% | 33,8% | 33,4% | 30,7% | 10,8% | 18,4% | 5,7% | 8,7% |
| Überfremdung, Verlust von 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?

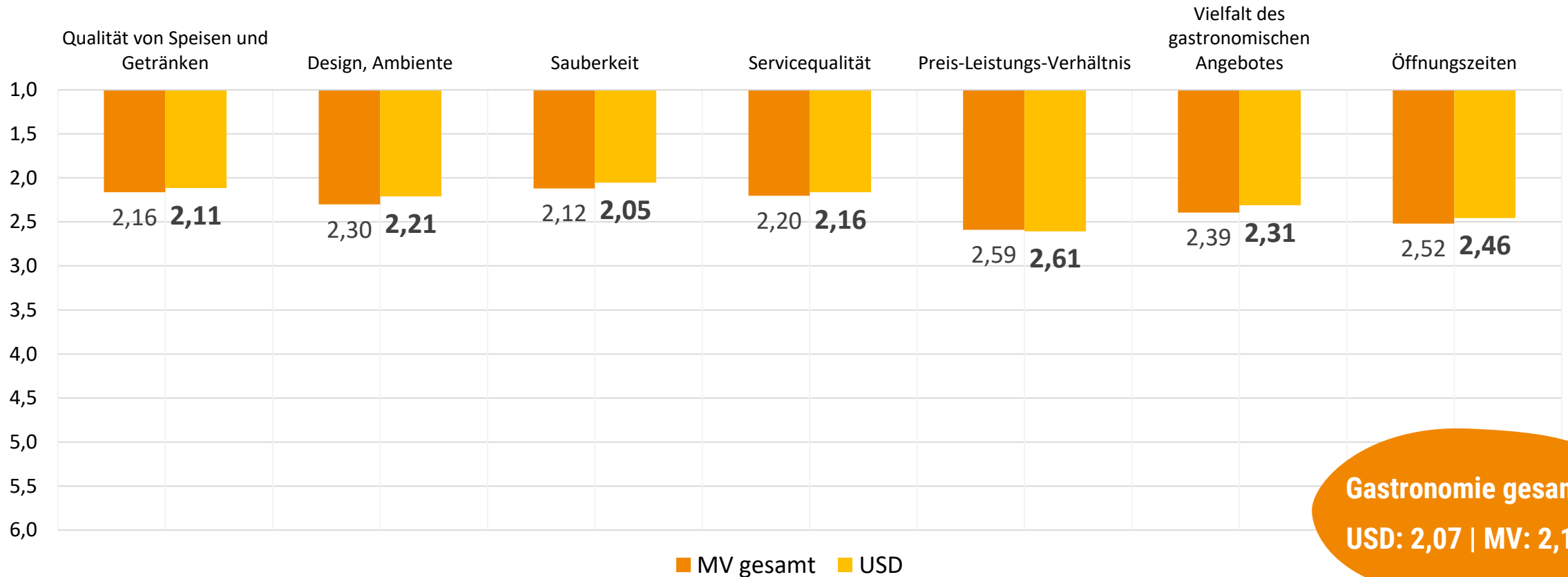
Bewertung Unterkunft | MV gesamt & Usedom



Frage: Wie beurteilen Sie Ihre Unterkunft im Detail?*

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

Bewertung Gastronomie | MV gesamt & Usedom

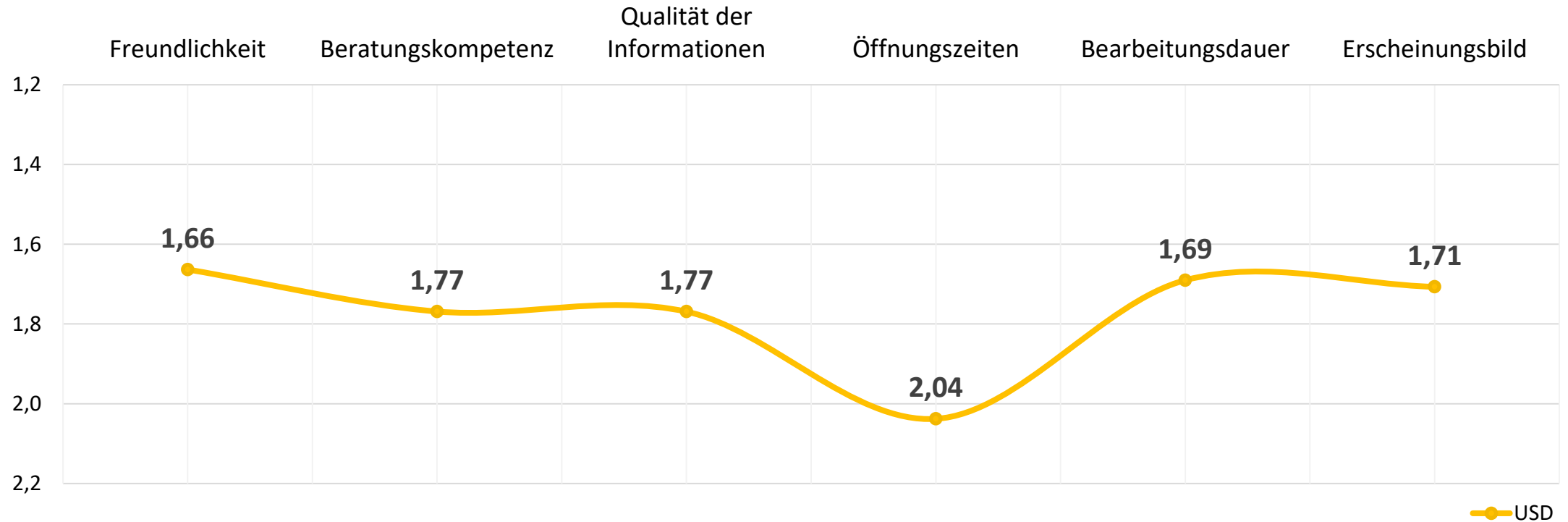


Gastronomie gesamt
 USD: 2,07 | MV: 2,12

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

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

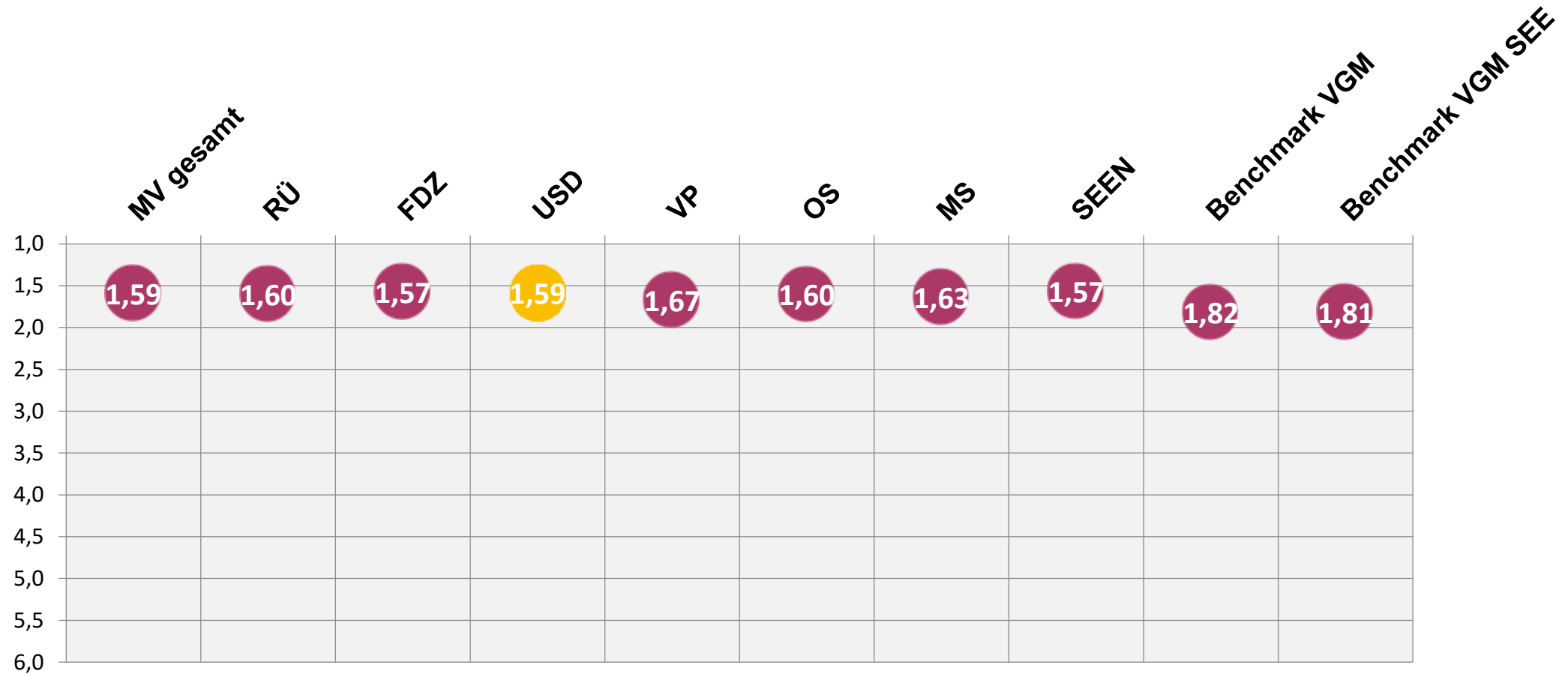
Bewertung Tourist-Information (nur Usedom)



Frage: Falls Sie unsere Tourist-Information besucht haben: Wie beurteilen Sie die folgenden Dinge?*(Basis: nur Gäste auf Usedom)

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

Gesamtzufriedenheit | Durchschnitt

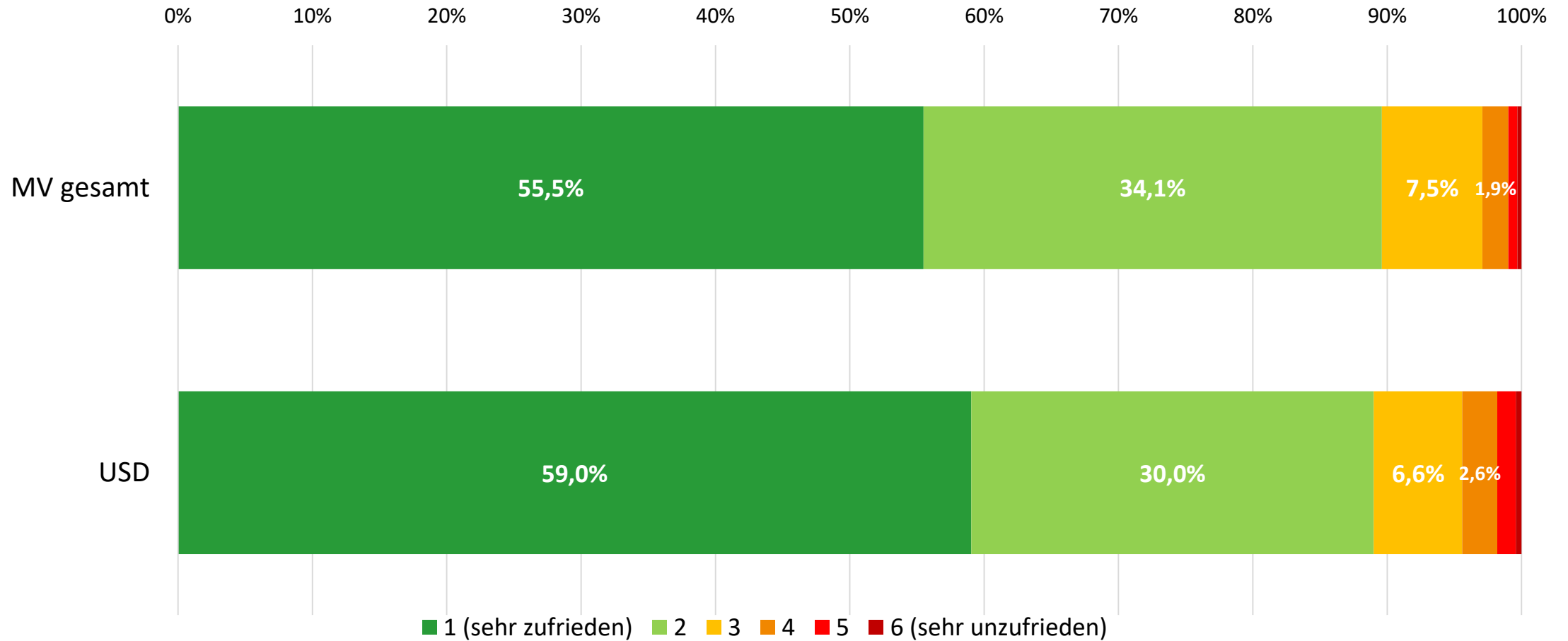


Frage: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in der Region insgesamt?

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



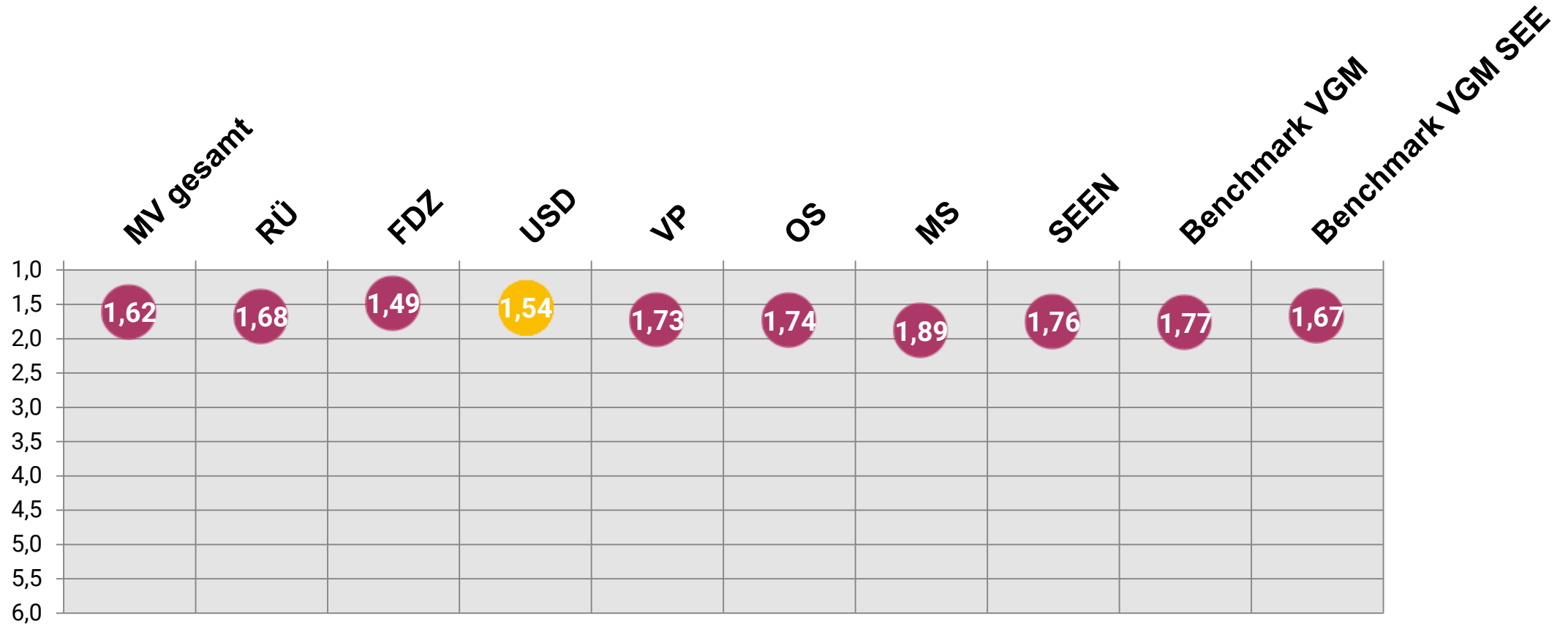
Gesamtzufriedenheit | Prozentuale Verteilung



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

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

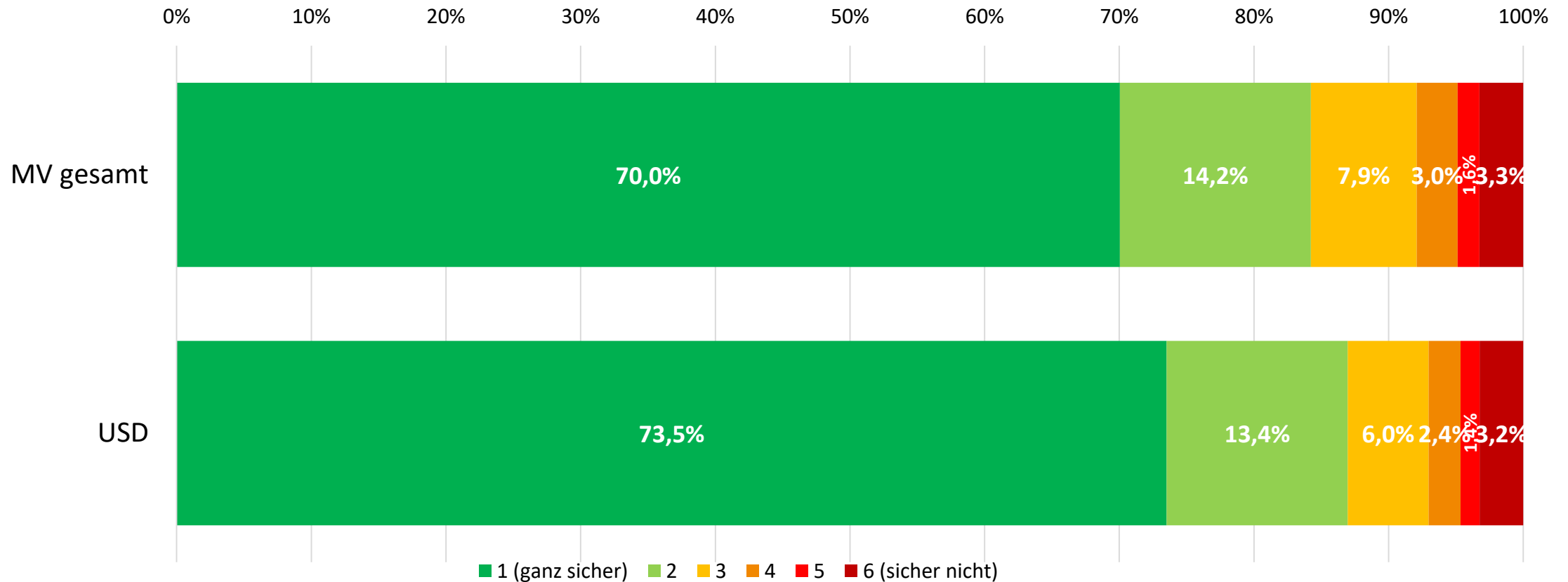
Wiederbesuchswahrscheinlichkeit | Ort - Mittelwerte



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“

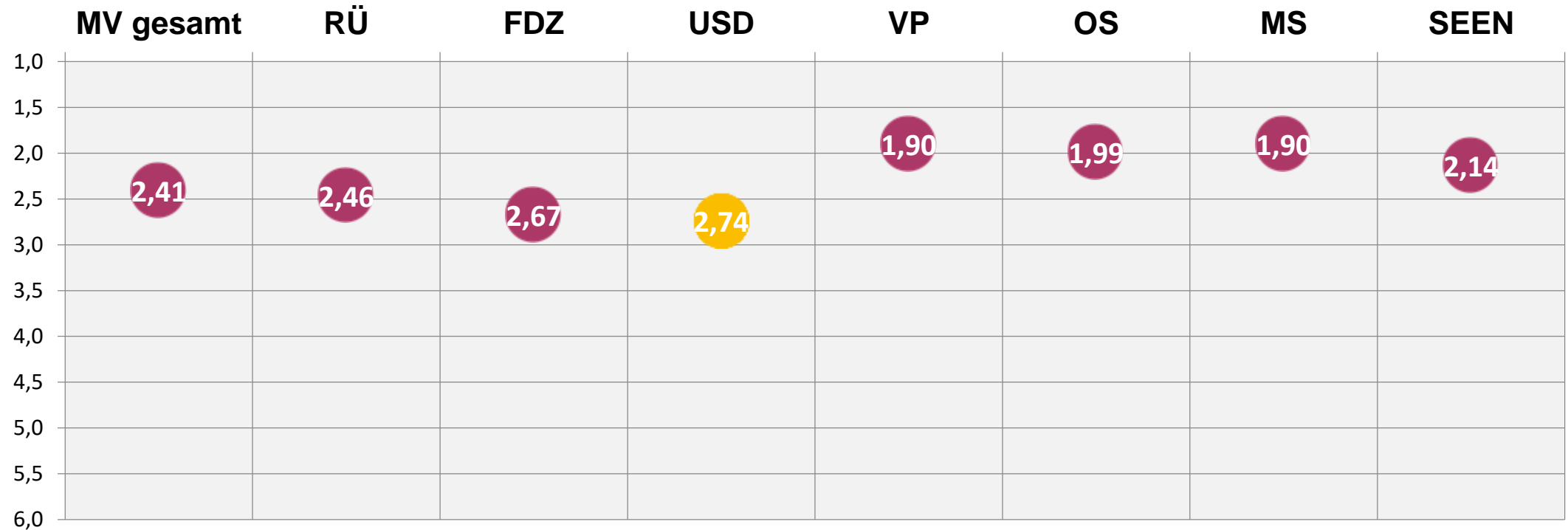
Wiederbesuchswahrscheinlichkeit | Ort – prozentuale Verteilung



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“

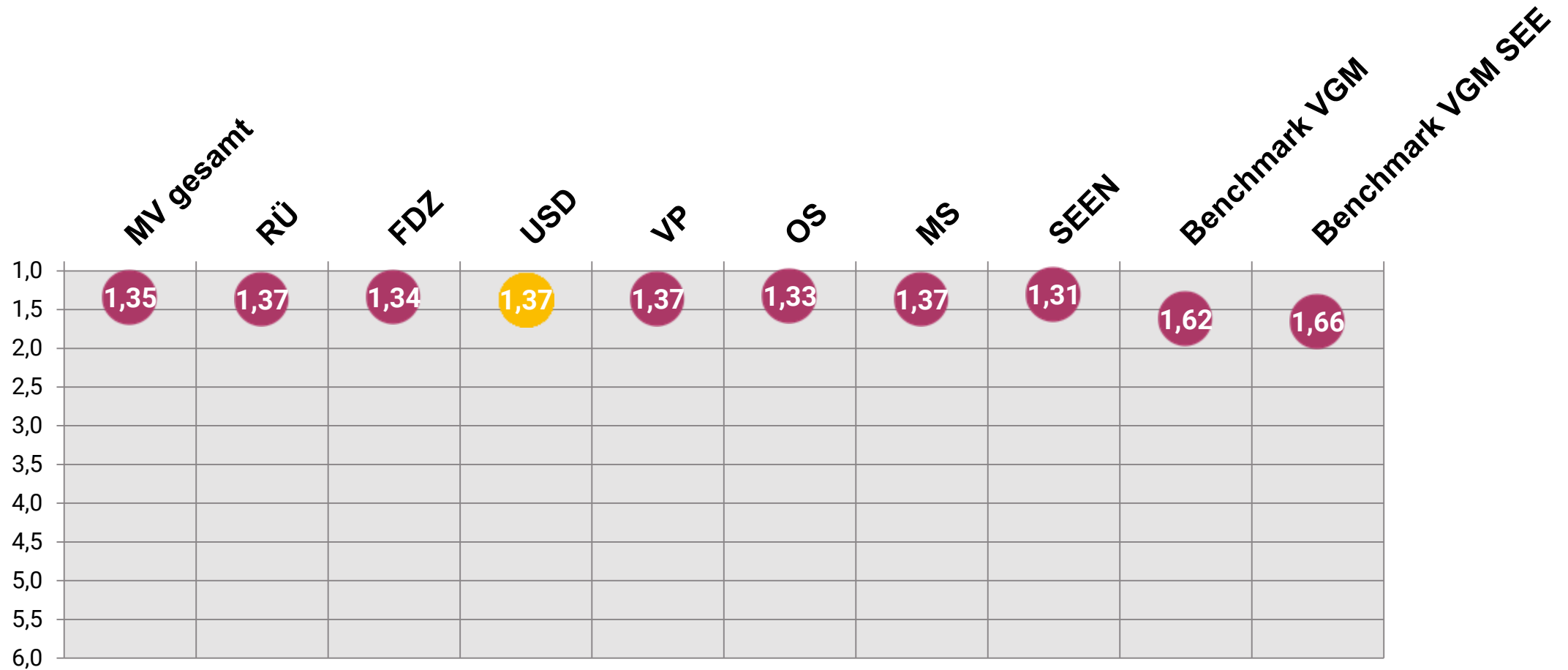
Wiederbesuchswahrscheinlichkeit | in einem anderen Ort der Region - Mittelwerte



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“

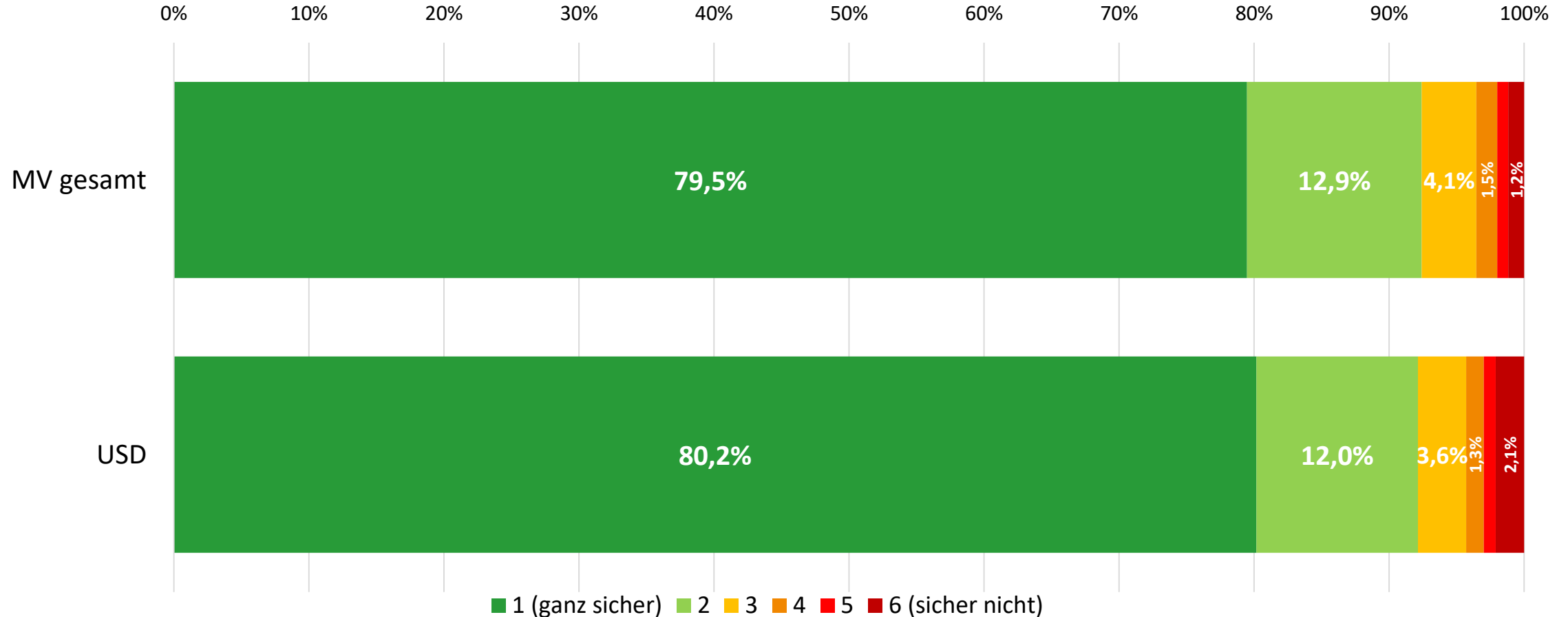
Weiterempfehlungsabsicht | Mittelwerte



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 |

Die vielen, vor allem großen **Neubauten** nehmen den Kaiserbädern ihren Charme. Bitte bleibt bodenständig, man braucht **kein zweites Sylt**.

Die **Verkehrssituation** auf Usedom ist während der Hauptsaison jetzt schon eine **Katastrophe** und wird durch die neue Peenebrücke in Wolgast noch schlimmer. Hier müssen dringend ÖPNV-Alternativen her. Zweigleisiger Ausbau der UBB, Shuttlebusse und eine besseren Anbindung des Inselnordens

Der **ÖPNV samt Bahn-Anbindung** z. B ab Berlin oder Hamburg sind miserabel. Kein Wunder, dass die Gäste mit den Auto kommen (müssen).

Die **Parkgebühren** auf der Insel sind utopisch!

Das **PreisLeistungsverhältnis** in den Gaststätten ist Katastrophe. Die Preise insgesamt sind für Familien mit Kindern **kaum erschwinglich**. Im benachbarten **Polen** sieht es ganz anders aus!

Radwege und verkehrsberuhigte Bereiche werden teilweise von rasenden E-Bikes und -Rollern sowie Profi-Rennrädern befahren, die "Normal-Radfahrer" und Fußgänger **gefährden**. Über Geschwindigkeitsbeschränkungsschilder an relevanten Wegekrenzungen sollte nachgedacht werden.

Leider sind die **Preise** für die Unterkunft exorbitant gestiegen. Das Angebot der **Gastronomie** nimmt stark ab. Viele Betriebe haben dauerhaft geschlossen. Die verbliebenen Gastronomiebetriebe können dem Ansturm nicht bewältigen. Man muss mind. eine Woche vorher einen Tisch **reservieren**. Dazu haben wir im Urlaub keine Lust. Das Personal ist dann häufig **gestresst und unfreundlich**.

Es fehlen **Schlecht-Wetter-Alternativen**. Es gibt ein zu kleines Schwimmbad in Zinnowitz. Was macht man im Winter? Es müssen Angebote her.

Die **Freundlichkeit** der Einwohner hat sich leider extrem verschlechtert. Man kam sich oft störend vor und es wurde mit den Augen gerollt

Die **Wanderwege** könnten besser ausgeschildert und gepflegter sein, waren teilweise zugewuchert.

Die **Ladeinfrastruktur** müsste noch verbessert werden. Im Umkreis von Loddin keine Schnellladesäulen verfügbar. Mussten nach Heringsdorf fahren um zumindest 22kW laden zu können.

EC- und Kreditkartenzahlung sollte in touristischen Orten in jedem noch so kleinen Laden möglich sein. Da ist Polen schon weiter als MV. Würde uns freuen und den Geschäften sicher deutlich mehr Umsatz bescheren.

zu wenig Lademöglichkeiten für **E-bikes**

Das **Gesundheitswesen** ist katastrophal. Für Urlauber und für einheimische. Es muss unbedingt eine Inselklinik auf Usedom errichtet werden. Bis nach Greifswald ist es für alle eine Zumutung. Vor allem auch ohne Auto.

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

Ausgewählte Gästekommentare |

Das Angebot in **Ückeritz** mit dem Ticket für **Bahn und Fahrrad** für einen Euro pro Tag haben wir jeden Tag genutzt, das ist eine ganz feine Sache und sollte auf der ganzen Insel dauerhaft angeboten werden.

Die **Freundlichkeit** in den Restaurants und Cafés war trotz Hochsaison erstaunlich. Insbesondere im Hotel Strandidyll.

Der Trödelmarkt im gesamten Ort **Zempin** war der Hit! Das Feuerwehrest ist ein Muss! Mehr davon! Wir möchten mehr von den **Einwohnern**, den urtypischen von Usedom! Niemand braucht Kommerz und Frittenbude/Dönerbude oder Italiener an jeder Ecke! Sehr positiv sind die vielen öffentlichen **Toiletten**!

Unser Ziel war die Neue **Koserower Seebrücke**! Sie ist der Hammer, modern, abends mit dem Licht, einfach irre und mal nicht geradeaus ins Wasser gebaut! Endlich mal Euros die gut angelegt worden sind!

Die Menschen sind sehr freundlich. Eine wunderschöne **Landschaft**, gut ausgebaute Straßen.

Es ist immer wieder eine Freude nach **Karlshagen** zu kommen. **Gepflegt, sauber, freundlich** und mit kulturellen Programm werden wir jedes Jahr zu Pfingsten empfangen. Wenn es mal Störungen/defekte Geräte auf dem Spielplatz oder wie in diesem Jahr der Kurkartenautomat gibt, wird sich sofort gekümmert. **Einkaufsmöglichkeiten** (Lebensmittel) sind super und der Strand ist ein Traum!

Danke dem **Travel Charme Team**, super organisiert freundlich und kompetent

Zinnowitz ist das schönste aller Seebäder!

Die **InselSafari** ist sehr zu empfehlen. Das **Cafe Moritz** in Koserow muss sein, bestes Café und Eisdiele auf Usedom.

Ihr könnt **Stolz** auf euch sein für das was ihr bisher geschafft habt !!! Eine **Wahnsinns Region** !

Der Urlaub auf Usedom war **wunderbar** - wir kommen sicher wieder! :-)

Das **Cafe Wellengang** ist unglaublich gut, jedoch leider nicht auf Maps eingetragen.

Es war ein **traumhafter Urlaub**! Wir kamen tiefenentspannt zurück. Die **Ostsee** und Usedom **Bansin** waren einfach MEGA! Ganz herzlichen Dank dafür.

Besonders urlaubsfreundlich empfinde ich die natürliche **Freundlichkeit** der Menschen von hier!!! Ich erfreue mich immer wieder gern an den Holzskulpturen in dem schönen Promenadenpark!!

Absolut **Insel-verliebt!**

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, Natur und Strand** sind das große Potenzial der Insel und dieses gilt es zu wahren >> Ursprünglichkeit, Charme und abwechslungsreichen Charakter der Insel erhalten*
- ***Verkehrssituation/ ÖPNV-Angebot** auf Usedom sind sehr häufig Anlass für Unzufriedenheit*
- ***Nutzungskonflikte** zwischen PKW, Radfahrern & Fußgängern wo möglich auflösen/ entschärfen*
- *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, Möglichkeiten der Digitalisierung nutzen*
- *Zufriedenheit mit dem **Gastronomischen Angebot** sinkt, Preis-Leistung, Öffnungszeiten & Vielfalt, Wunsch nach regional-typischen Speisen ist groß, tw. Mangel an Vegetarischen/ veganen Alternativen*
- *Weitere Problemfelder: fehlende **Barrierefreie Angebote** (z.B. Strandaufgänge, Toiletten etc.), **Medizinische Versorgung** auf der Insel problematisch, Fehlende **Ladeinfrastruktur, Preisentwicklung***



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.