

# TMV Marktforschung

## Ergebnisse der Branchenumfrage Himmelfahrt/ Pfingsten 2024

26.04.2024

Mecklenburg-Vorpommern,  
Konrad-Zuse-Str. 2, 18057 Rostock

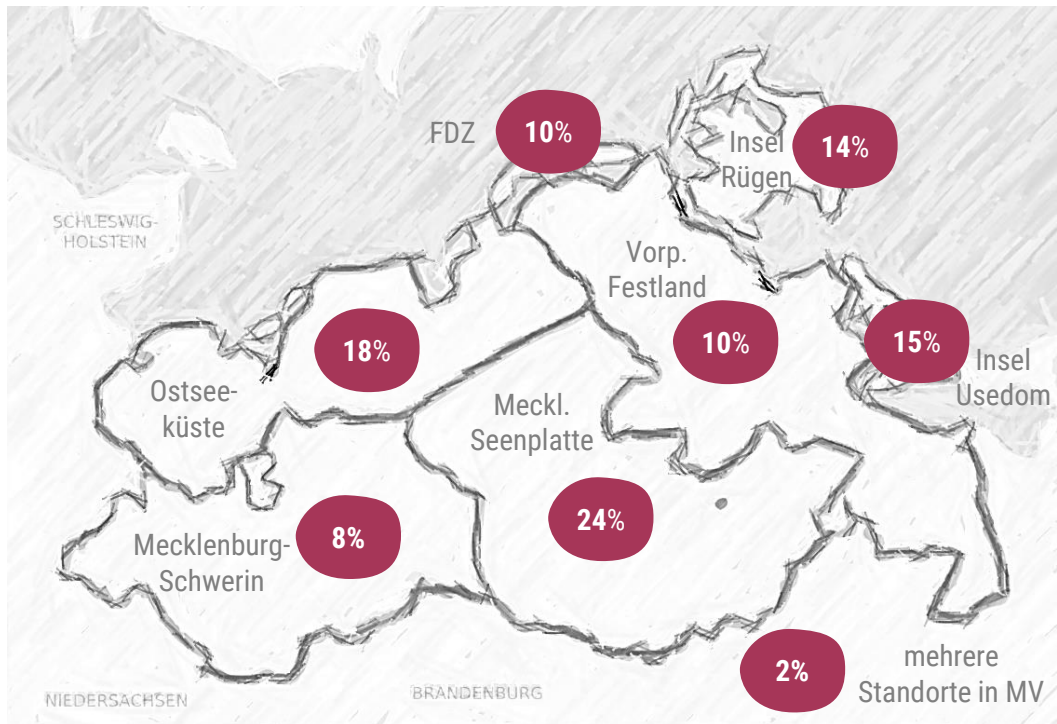
# Kapitel 1

## Stichprobenbeschreibung

# Methodensteckbrief

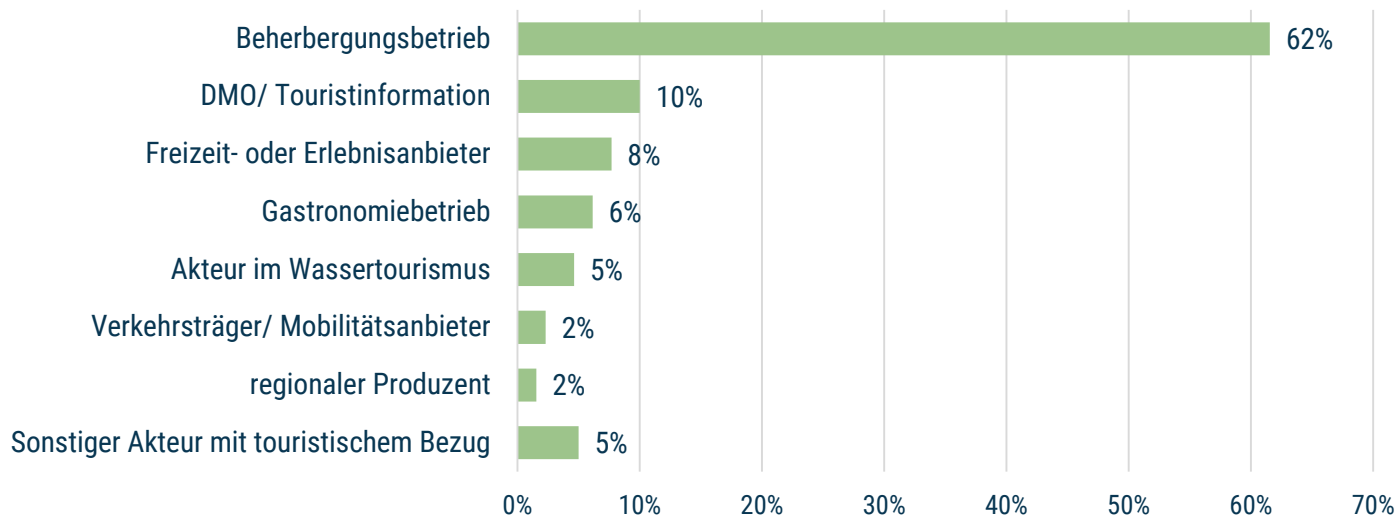
- Grundgesamtheit: Unternehmen mit touristischem Bezug in Mecklenburg-Vorpommern
- Stichprobengröße: 244 Teilnehmende
- Forschungsmethode: Online-Befragung über SaaS-Anbieter LamaPoll
- Stichprobenziehung: Zufallsstichprobe (Einladung zur Teilnahme per E-Mail)
- Befragungszeitraum: 15.04.2024 | 09:00 Uhr bis 23.04.2024 | 12:00 Uhr
- Durchführung: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.
- Quotenmerkmale: keine
- Gewichtete Merkmale: keine
- Auswertungsprogramm: JASP 0.18.1

# Regionale Verteilung



# Verteilung der Akteursgruppen

Nur eine Nennung möglich.



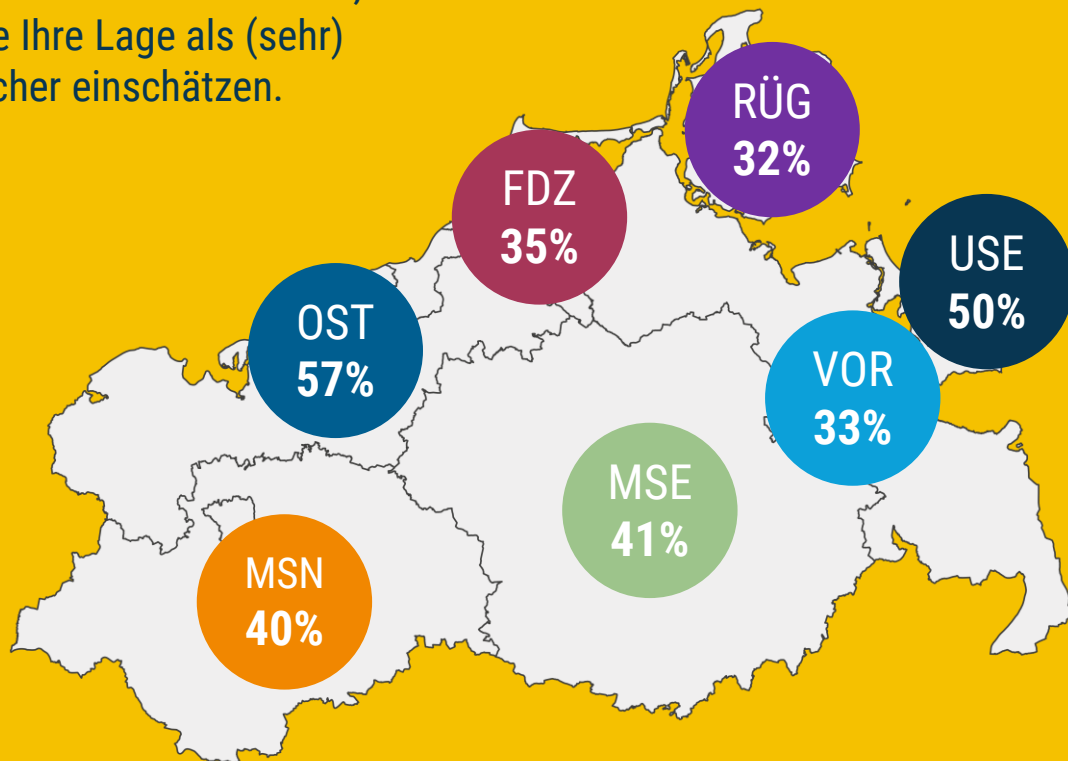
Betriebe ohne touristischen Bezug in Mecklenburg-Vorpommern wurden von der Umfrage ausgeschlossen (1%).

# Kapitel 2

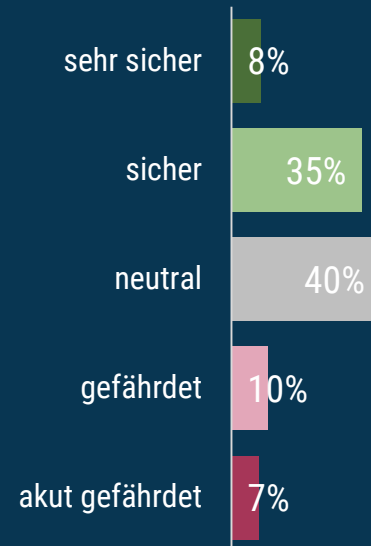
## Monitoring der aktuellen wirtschaftlichen Lage

# Einschätzung der wirtschaftlichen Lage

Anteil der Unternehmen, die Ihre Lage als (sehr) sicher einschätzen.

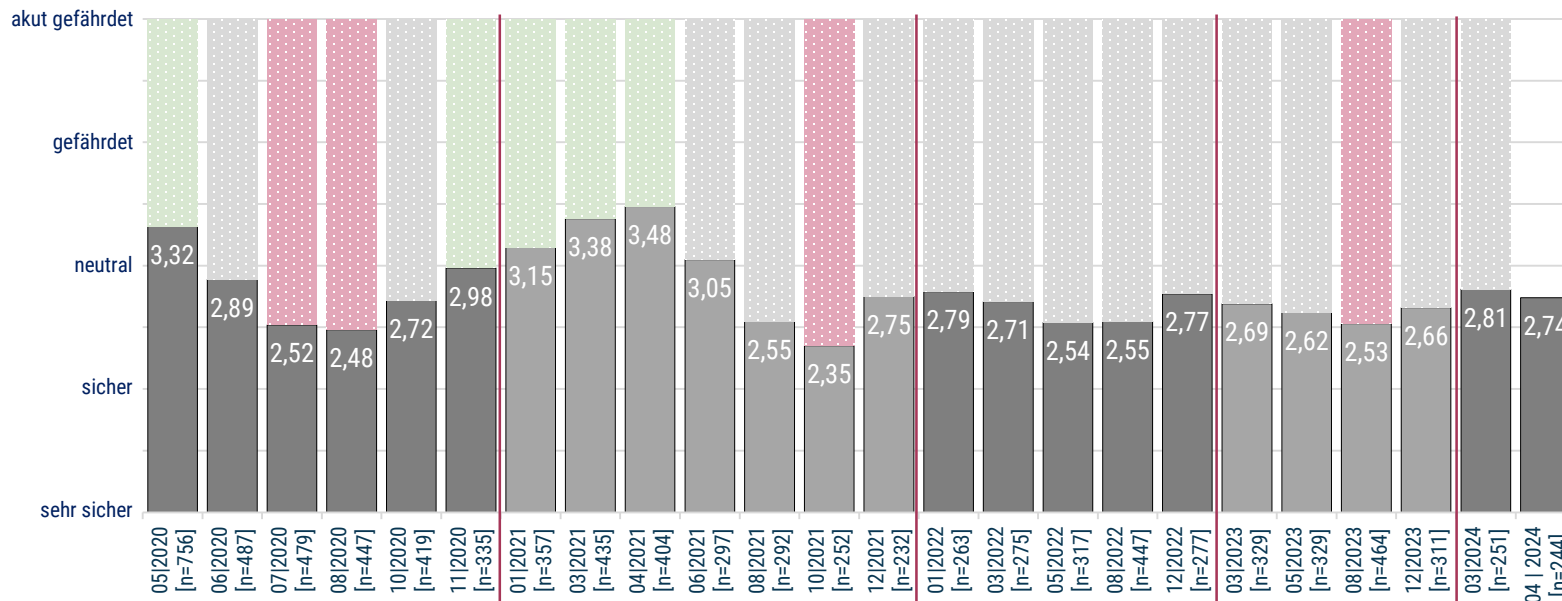


## Mecklenburg-Vorpommern gesamt



# Einschätzung der wirtschaftlichen Lage im Zeitablauf

Berechnung mit Hilfe einer Varianzanalyse (F=40.432; p<.001) und anschließenden Post Hoc Vergleichen (Tukey).

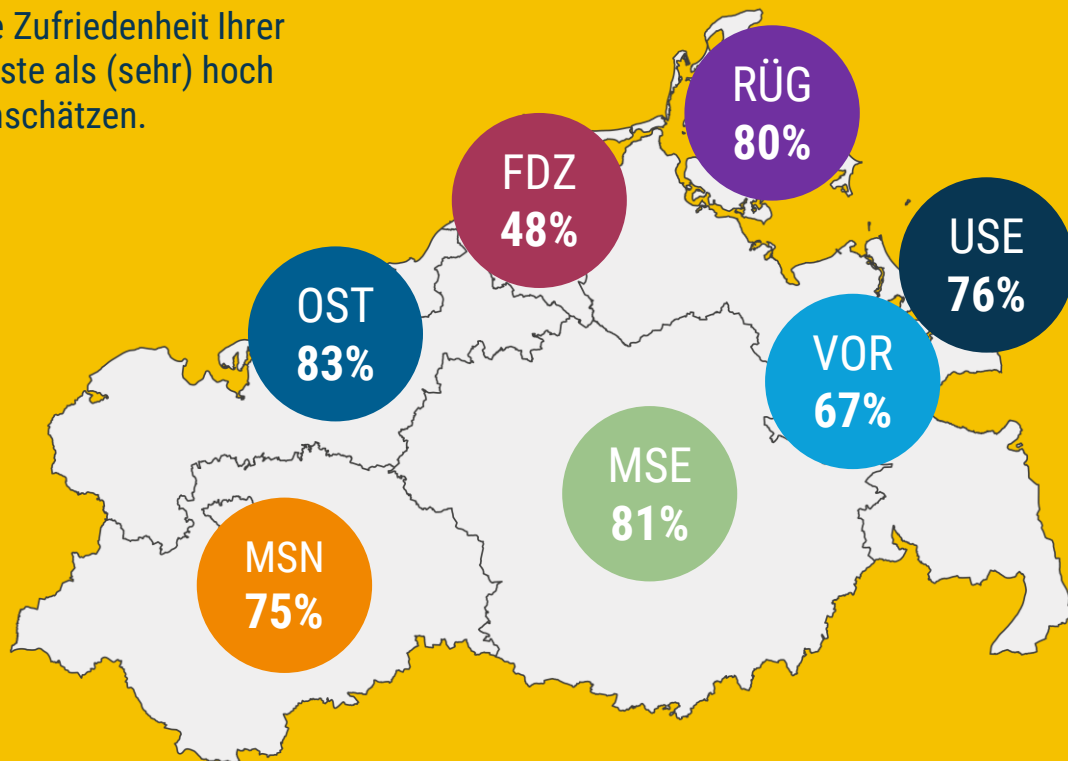


Die Einschätzung der wirtschaftlichen Lage ist im März 2024 im Vergleich zum betrachteten Zeitraum ● signifikant besser ( $\alpha < .05$ ) ● statistisch gesehen gleich ( $\alpha > .05$ ) ● signifikant schlechter ( $\alpha < .05$ ).

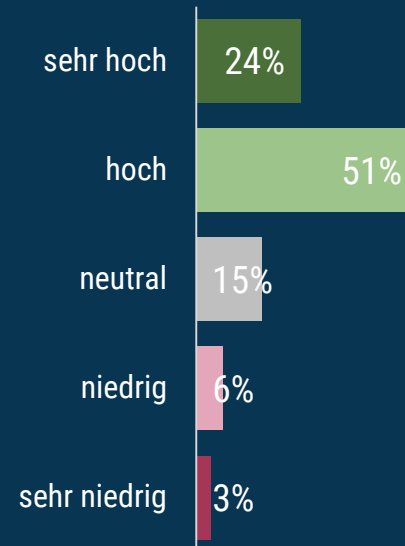


# Einschätzung der durchschnittlichen Gästezufriedenheit

Anteil der Unternehmen, die die Zufriedenheit Ihrer Gäste als (sehr) hoch einschätzen.

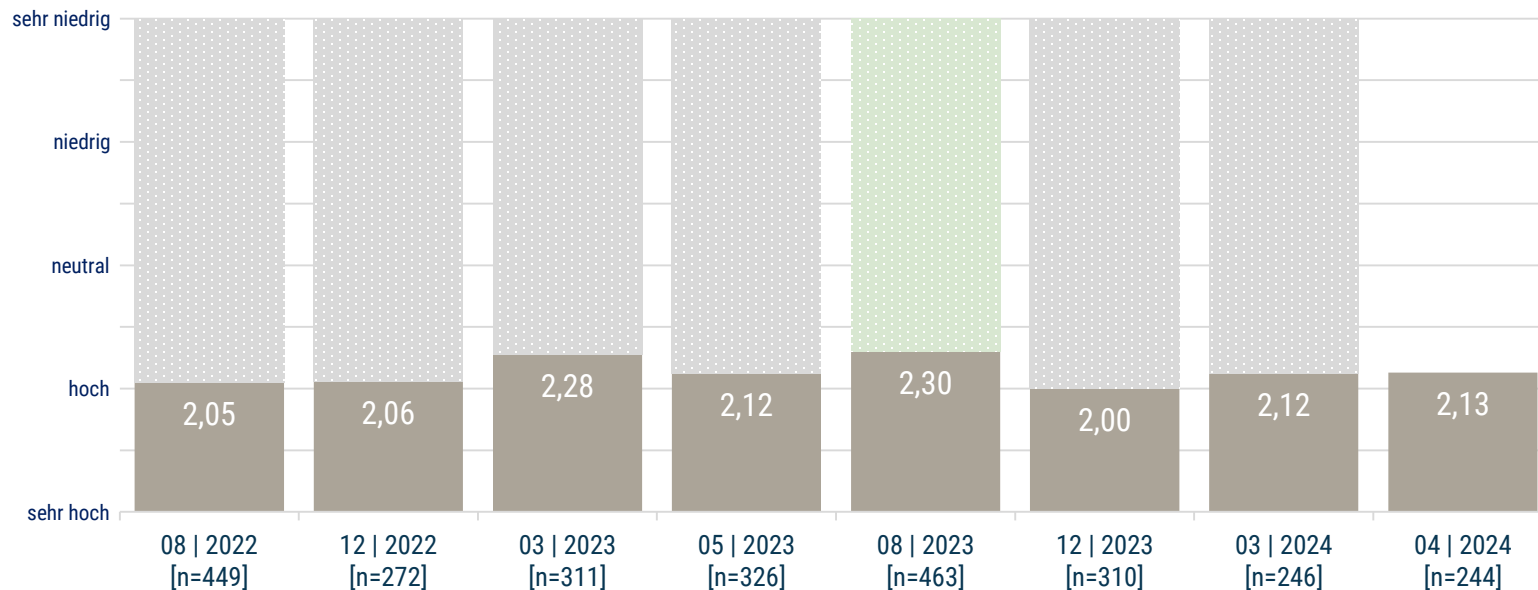


## Mecklenburg-Vorpommern gesamt



# Einschätzung der Gästezufriedenheit im Zeitablauf

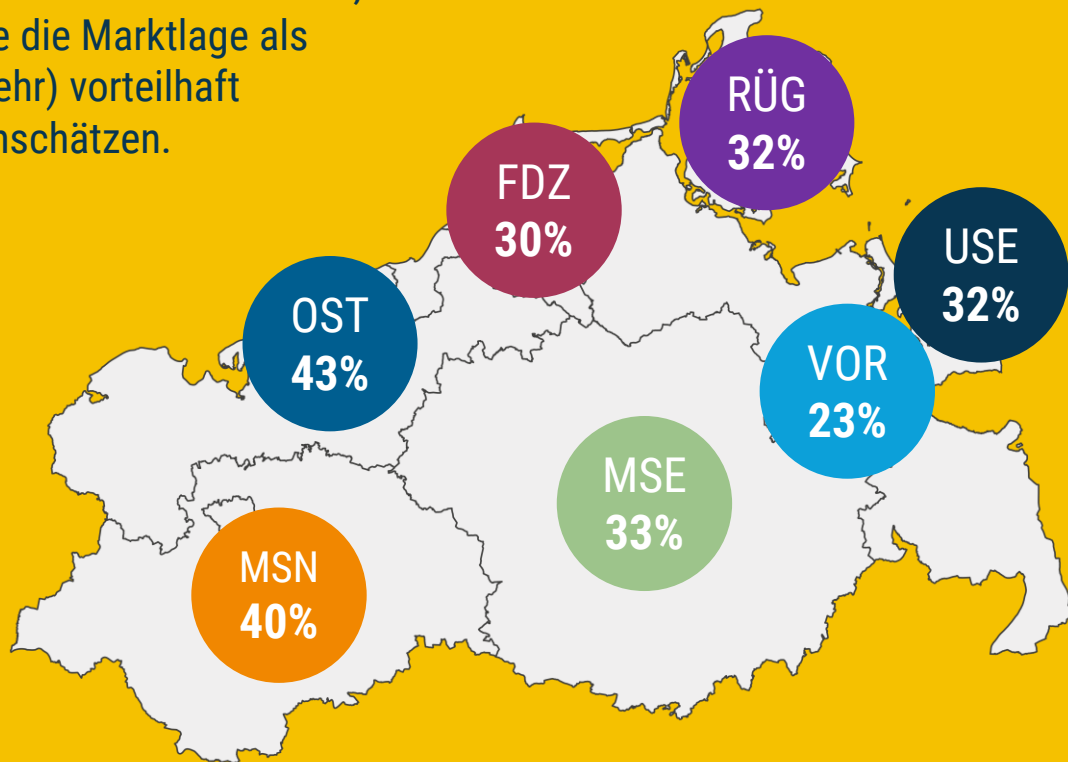
Berechnung mit Hilfe einer Varianzanalyse (F=5.683, p<.001) und anschließenden Post Hoc Vergleichen (Tukey).



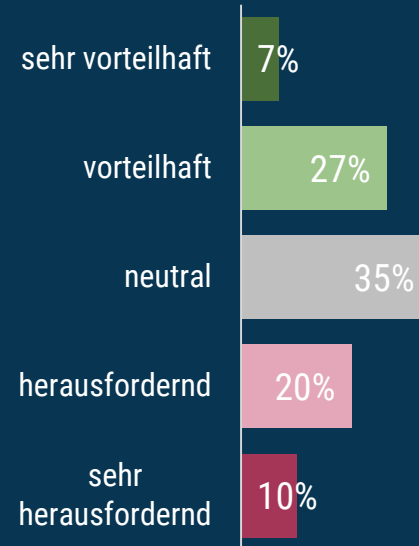
Die Einschätzung der Gästezufriedenheit ist im März 2024 im Vergleich zum betrachteten Zeitraum ● signifikant besser ( $\alpha < .05$ ) ● statistisch gesehen gleich ( $\alpha > .05$ ) ● signifikant schlechter ( $\alpha < .05$ ).

# Einschätzung der derzeitigen Marktlage

Anteil der Unternehmen, die die Marktlage als (sehr) vorteilhaft einschätzen.

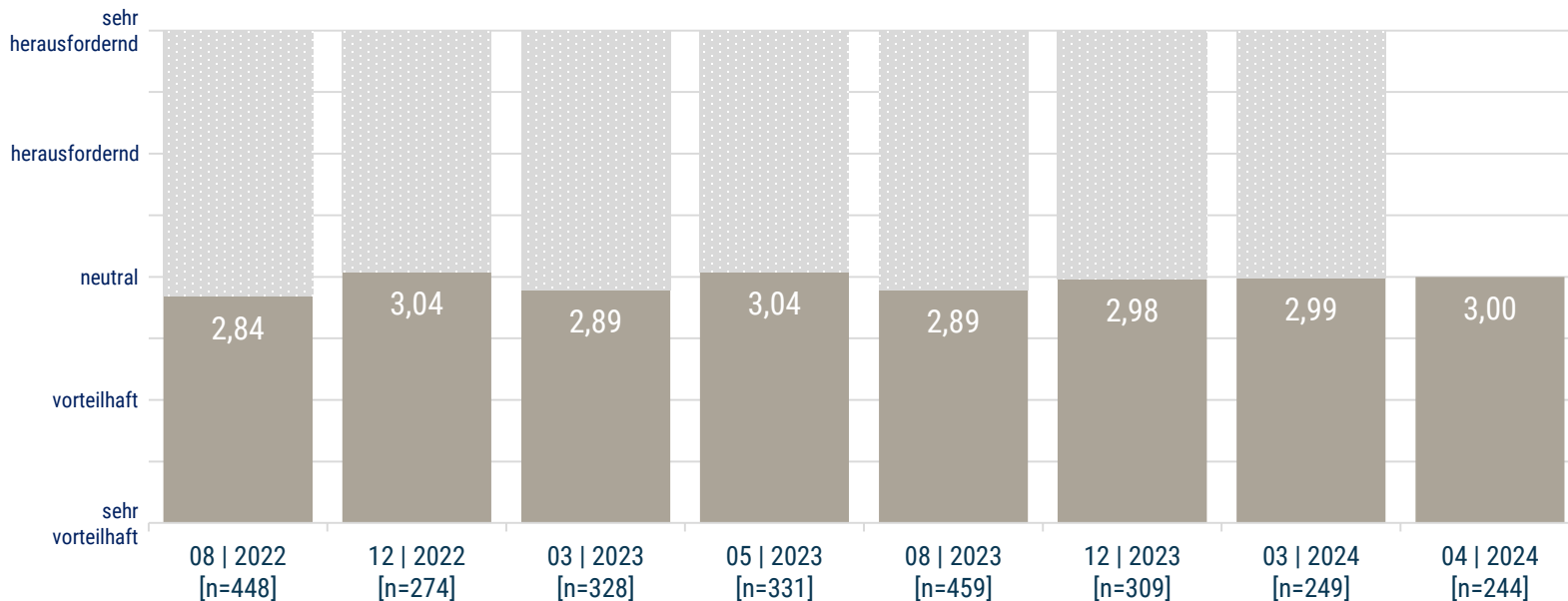


## Mecklenburg-Vorpommern gesamt



# Einschätzung der Marktlage im Zeitablauf

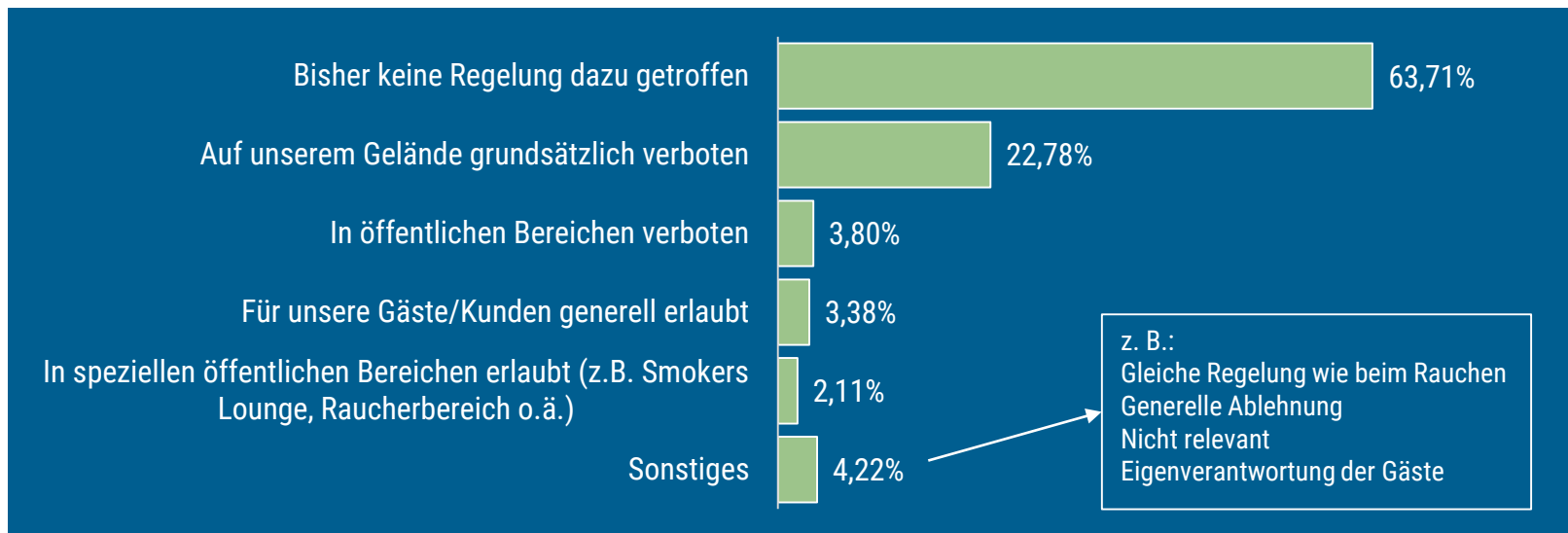
Berechnung mit Hilfe einer Varianzanalyse (F=2.174, p<.05) und anschließenden Post Hoc Vergleichen (Tukey).



Die Einschätzung der Marktlage ist im März 2024 im Vergleich zum betrachteten Zeitraum ● signifikant besser ( $\alpha < .05$ ) ● statistisch gesehen gleich ( $\alpha > .05$ ) ● signifikant schlechter ( $\alpha < .05$ ).

# Umgang mit der Cannabis-Legalisierung

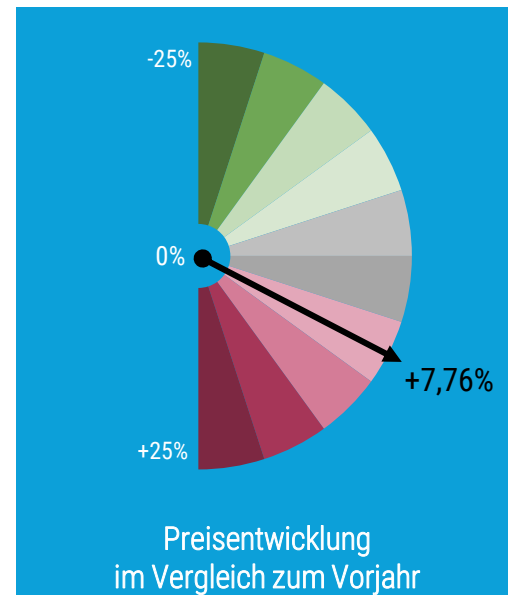
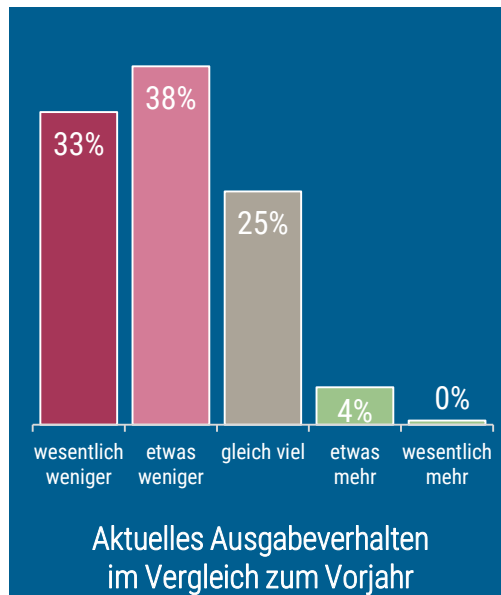
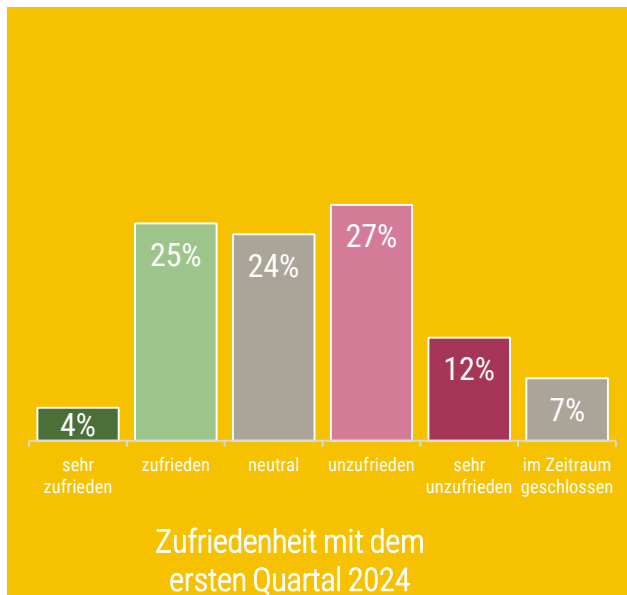
## Legalisierung des Besitzes & Konsums seit 01.04.2024



# Kapitel 3

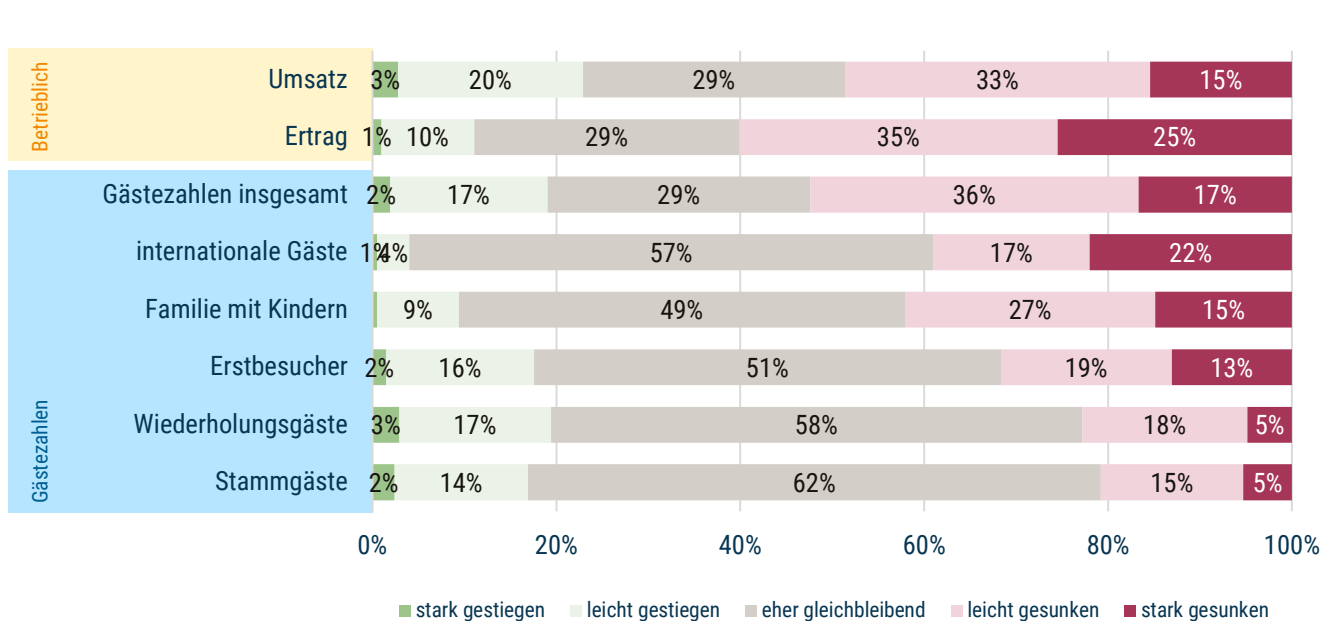
## Bilanzierung

# Aktuelle Entwicklungen im Tourismusjahr



# Entwicklung des Unternehmens im ersten Quartal 2024

## Für die folgenden Kennzahlen im Vergleich zum Vorjahr



TOP2	LOW2	SALDO
23	48	-26
11	60	-49
19	53	-34
4	39	-35
9	42	-33
18	32	-14
20	23	-3
16	20	-4

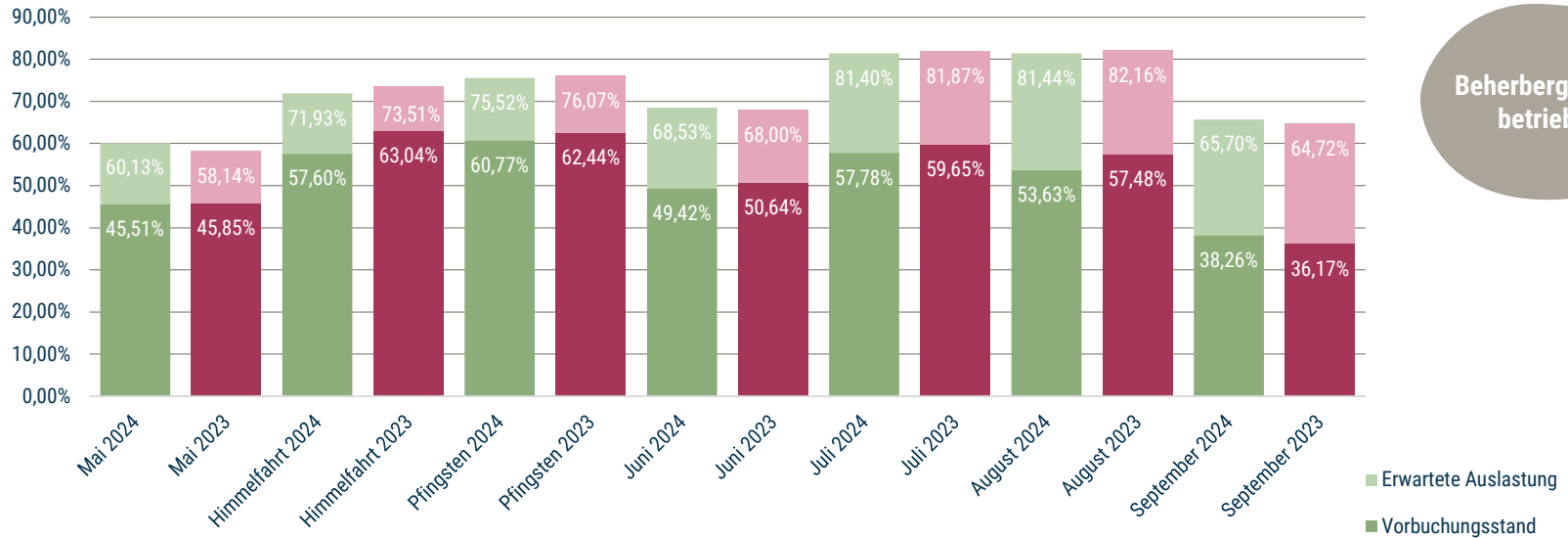


# Kapitel 4

## Ausblick

# Aktueller Vorbuchungsstand und erwartete Auslastung

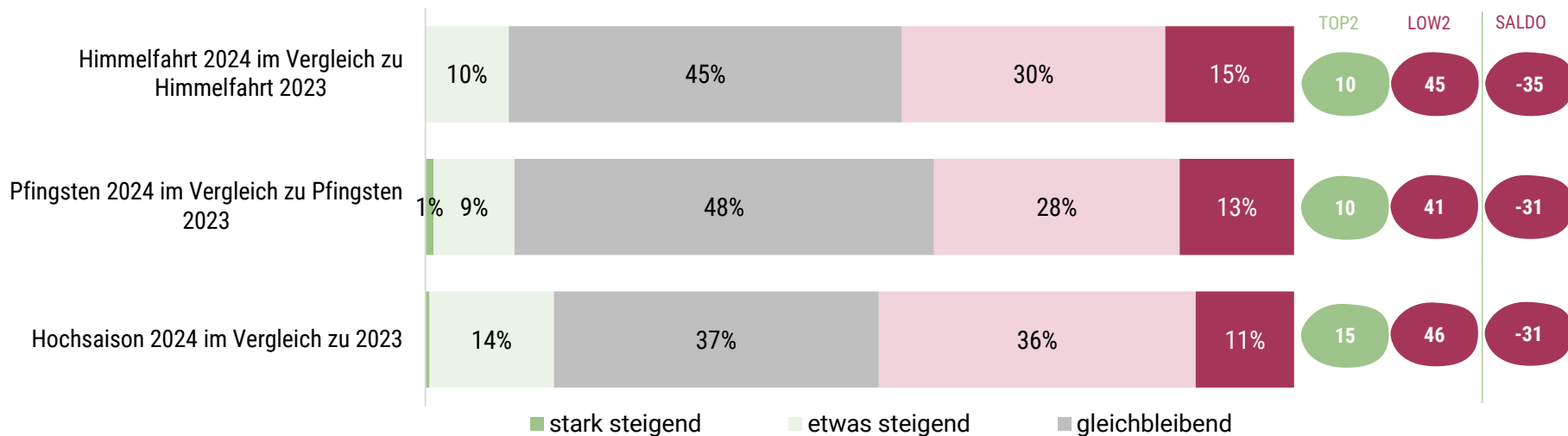
## Für die folgenden Zeiträume – im Vergleich zum Vorjahr



● Vergleichswerte aus der TMV Branchenumfrage 05|2023

# Erwartete Nachfrageentwicklung

## Für Himmelfahrt/Pfingsten und die Hauptsaison 2024



# Kapitel 5

## Hinweise zum Nutzungsrecht

# Hinweise zur Nutzung und Weitergabe der Daten

- a) Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. ist Urheber der Daten.
- b) Beteiligte Partner haben ein nicht exklusives, nicht übertragbares, einfaches Nutzungsrecht an den hier dargestellten Ergebnissen.
- c) Bei den Ergebnissen der Befragung handelt es sich um Aussagen der touristischen Organisationen in Mecklenburg-Vorpommern. Der Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. haftet für aus diesen Aussagen gezogene Schlüsse und/oder wirtschaftliche Dispositionen nicht.
- d) Bei Weiterverwendung der Daten ist als Quelle „Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. | Branchenumfrage Ostern 2024“ anzugeben.