

TMV-Marktforschung

Ergebnisse der Branchenumfrage Weihnachten 2025

10.12.2025

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



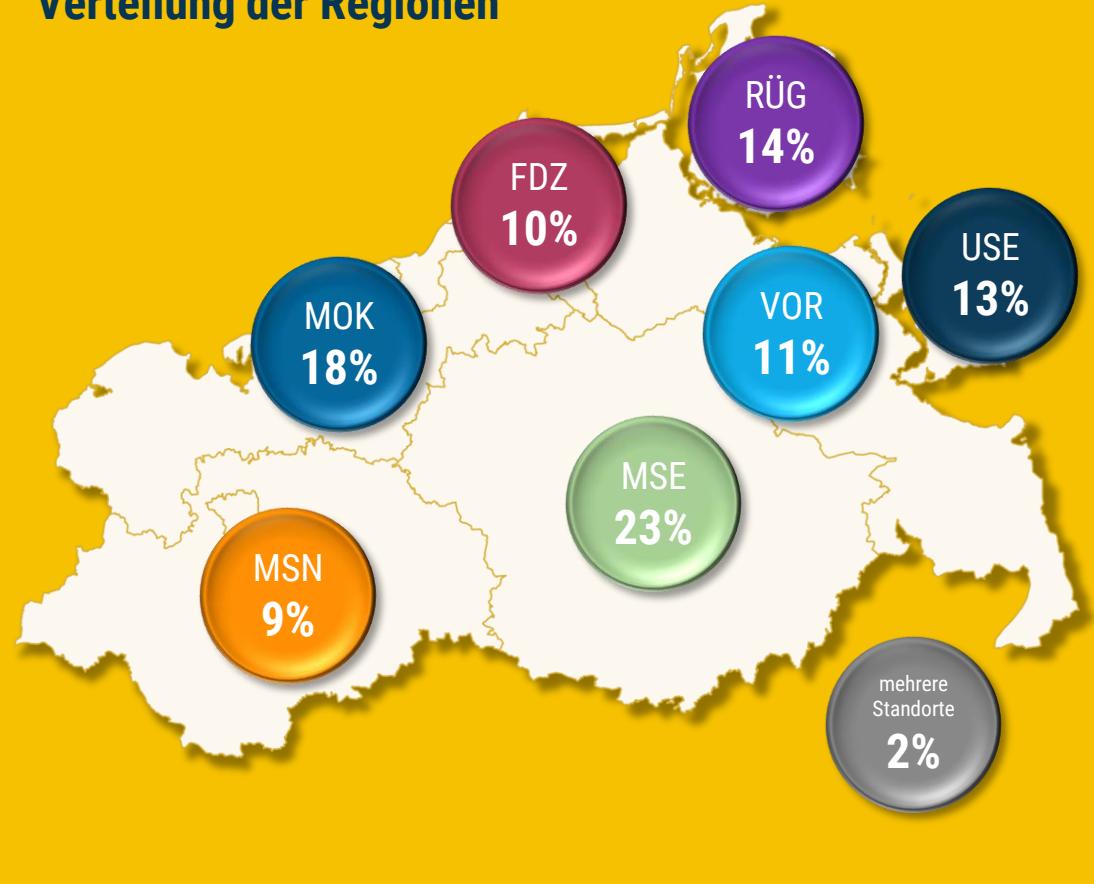
EUROPAISCHE UNION
Europäischer Fonds
für regionale Entwicklung



Methodensteckbrief

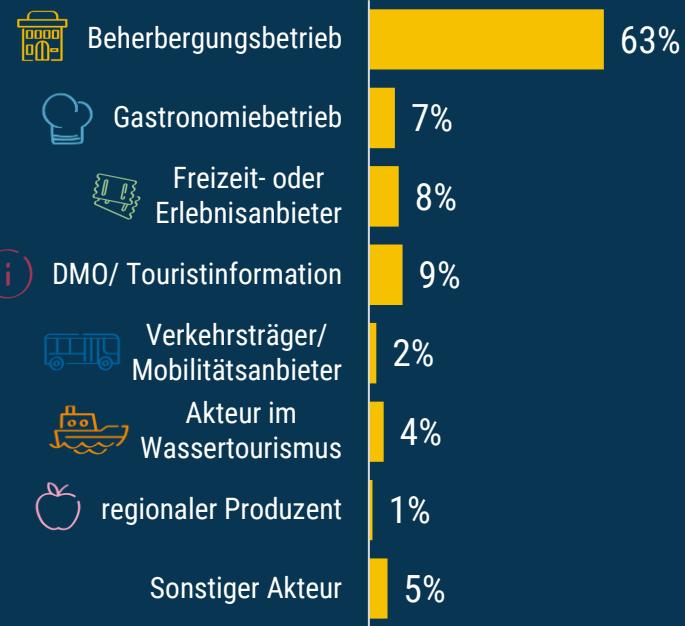
- Grundgesamtheit: Unternehmen mit touristischem Bezug in Mecklenburg-Vorpommern
- Stichprobengröße: 180 Teilnehmende
- Forschungsmethode: Online-Befragung über SaaS-Anbieter LamaPoll
- Stichprobenziehung: Zufallsstichprobe | Einladung zur Teilnahme per E-Mail, Link zur Umfrage auf Webseite platziert und per Newsletter verschickt
- Befragungszeitraum: 25.11.2025 | 10:00 Uhr bis 05.12.2025 | 13:30 Uhr
- Durchführung: Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.
- Quotenmerkmale: keine
- Gewichtete Merkmale: keine
- Auswertungsprogramm: JASP 0.95.4

Verteilung der Regionen



Verteilung der Akteursgruppen

Nennung des Hauptgeschäftszweiges



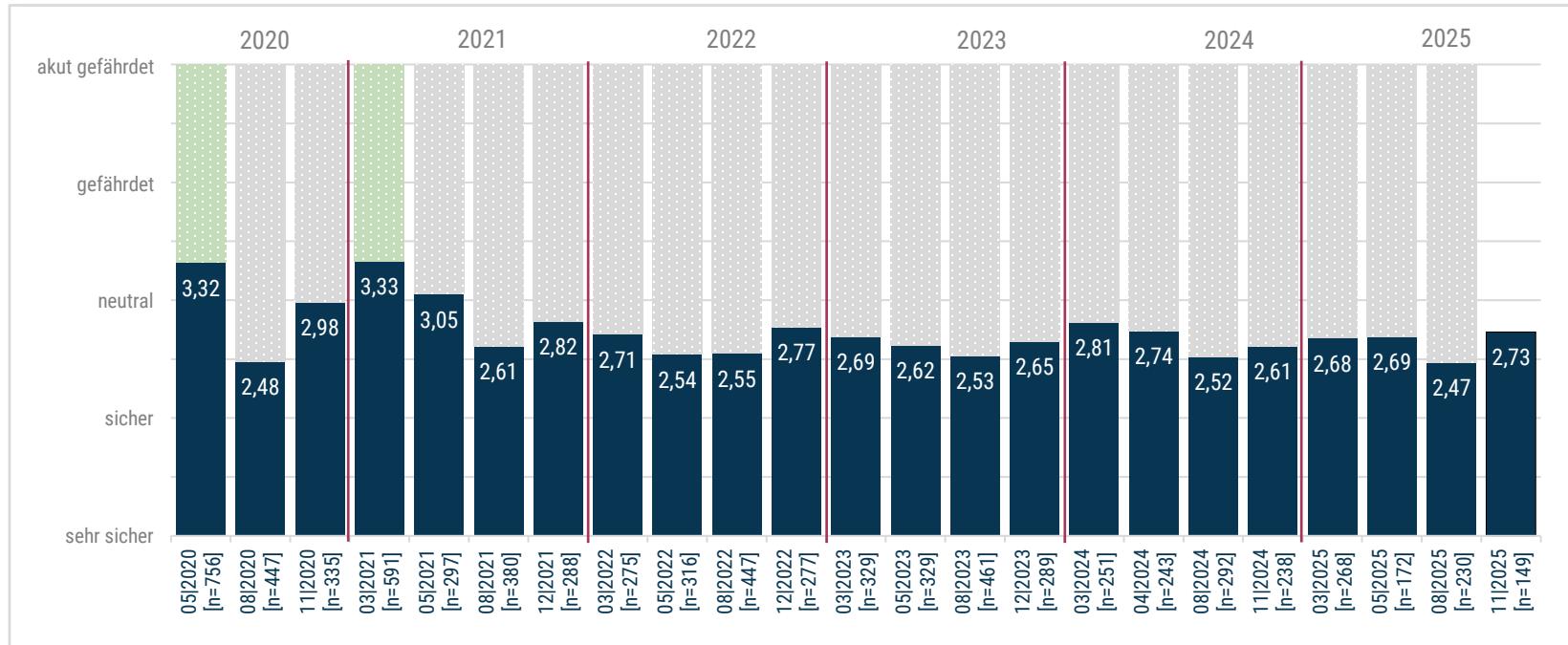
Einschätzung der aktuellen wirtschaftlichen Lage



Frage: Wie schätzen Sie die aktuelle wirtschaftliche Lage Ihres Unternehmens ein?

Einschätzung der wirtschaftlichen Lage im Zeitablauf

Berechnung mit Hilfe einer Varianzanalyse ($F=29.270$; $p<.001$) und anschließenden Post Hoc Vergleichen (Tukey).



Die Einschätzung der wirtschaftlichen Lage ist im November 2025 im Vergleich zum betrachteten Zeitraum signifikant besser ($\alpha<.05$) statistisch gesehen gleich ($\alpha>.05$) signifikant schlechter ($\alpha<.05$).

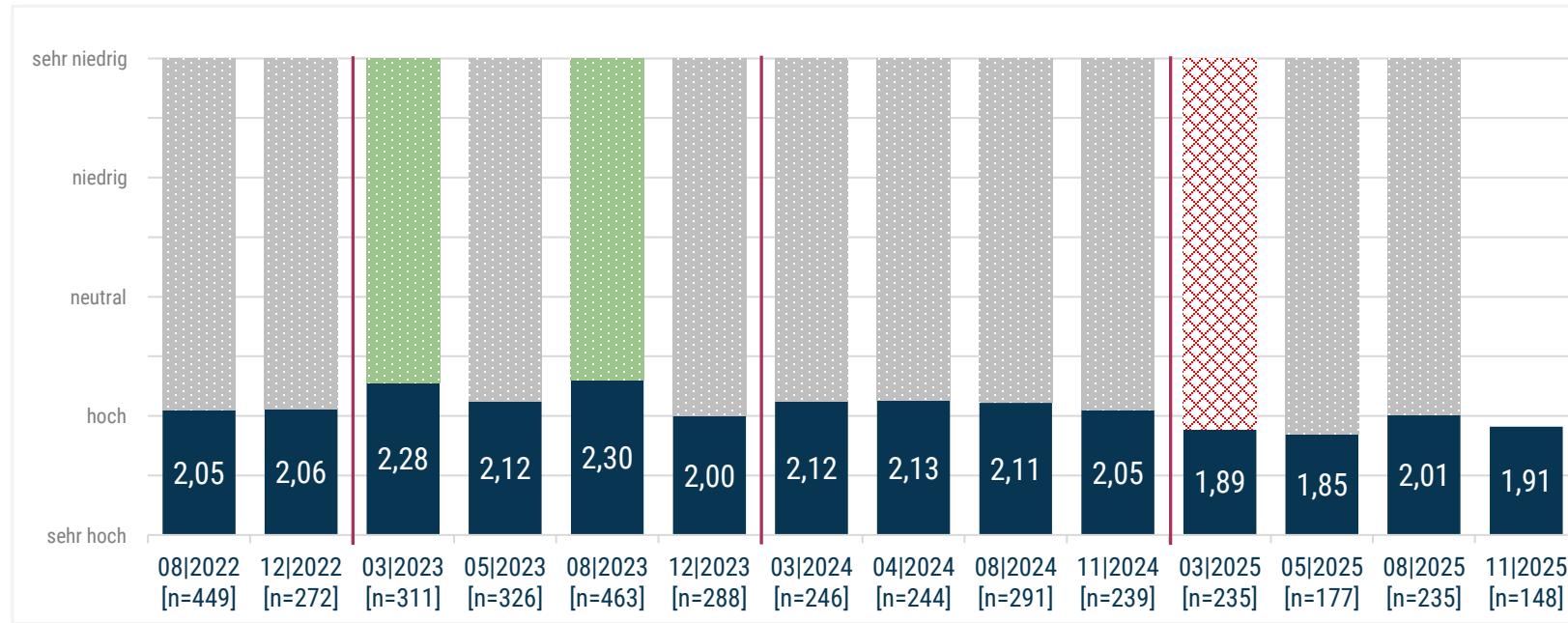
Einschätzung der aktuellen Gästezufriedenheit



Frage: Wie schätzen Sie die aktuelle Zufriedenheit Ihrer Gäste/Besucher mit ihrem Aufenthalt ein?

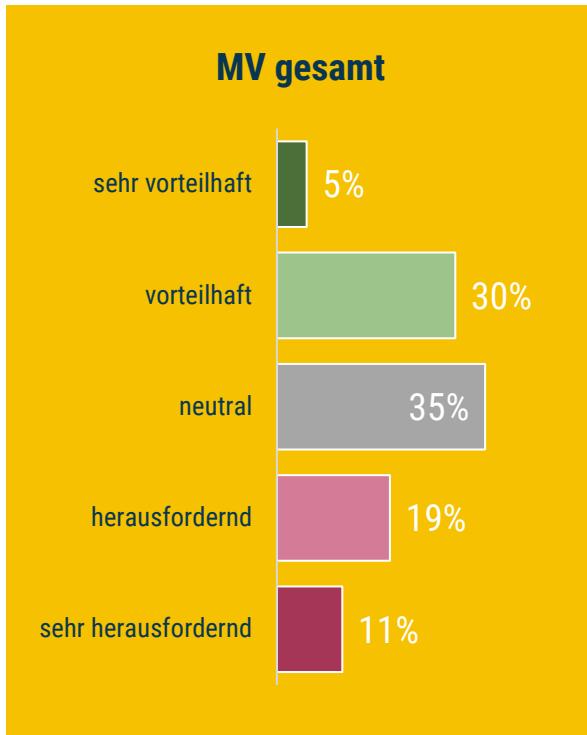
Einschätzung der Gästezufriedenheit im Zeitablauf

Berechnung mit Hilfe einer Varianzanalyse ($F=5.816$, $p<.001$) und anschließenden Post Hoc Vergleichen (Tukey).



Die Einschätzung der Gästezufriedenheit ist im November 2025 im Vergleich zum betrachteten Zeitraum ● signifikant besser ($\alpha<.05$) ● statistisch gesehen gleich ($\alpha>.05$) ● signifikant schlechter ($\alpha<.05$).

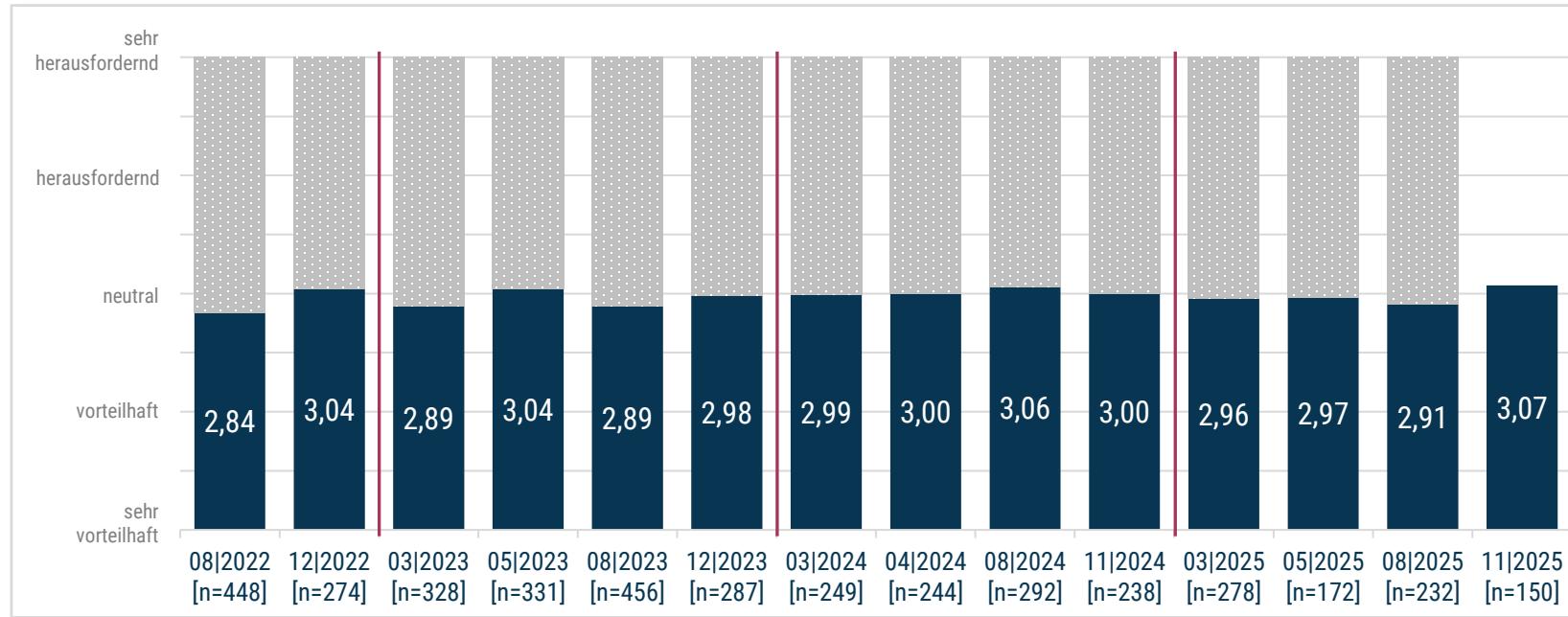
Einschätzung der aktuellen Marktlage



Frage: Wie bewerten Sie die derzeitige Marktlage für Ihr Unternehmen in Mecklenburg-Vorpommern?

Einschätzung der Marktlage im Zeitablauf

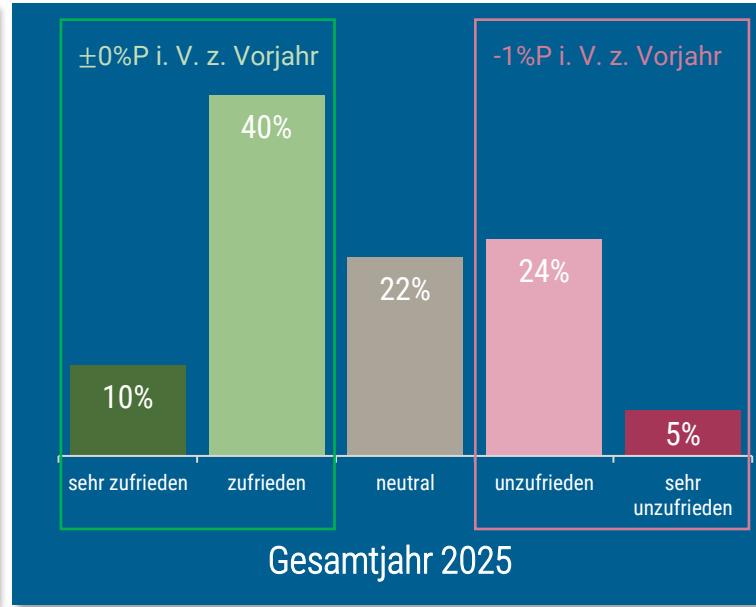
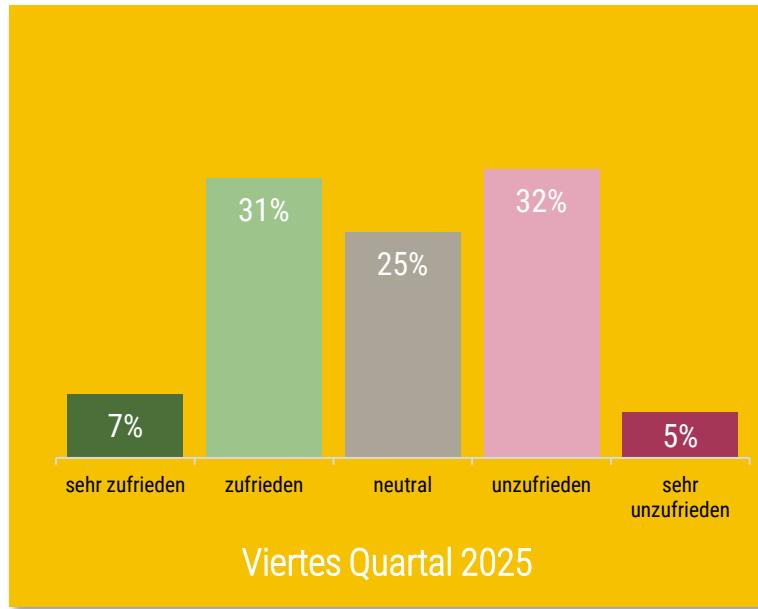
Berechnung mit Hilfe einer Varianzanalyse ($F=1.387$, $p=0.157$) und anschließenden Post Hoc Vergleichen (Tukey).



Die Einschätzung der Marktlage ist im November 2025 im Vergleich zum betrachteten Zeitraum signifikant besser ($\alpha<.05$) statistisch gesehen gleich ($\alpha>.05$) signifikant schlechter ($\alpha<.05$).

Zufriedenheit mit dem aktuellen Tourismusjahr

Für die folgenden Zeiträume



Frage: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Verlauf der folgenden Zeiträume für Ihr Unternehmen?

Zufriedenheit mit dem Tourismusjahr 2025

Im Vergleich zum Vorjahr

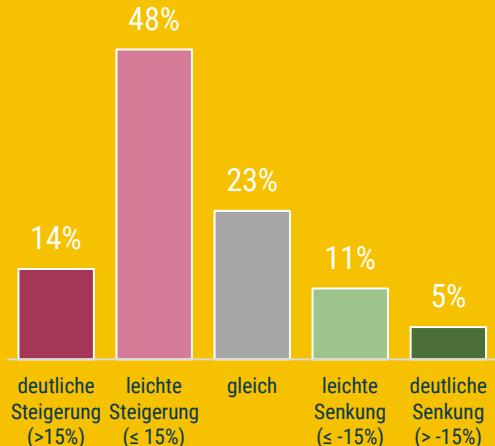


Frage: Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit dem Verlauf der folgenden Zeiträume für Ihr Unternehmen?

Preisentwicklung zu Weihnachten/ Silvester

Im Vergleich zum Vorjahr

MV gesamt



Durchschnittliche Preiserhöhung: **+4,64%**

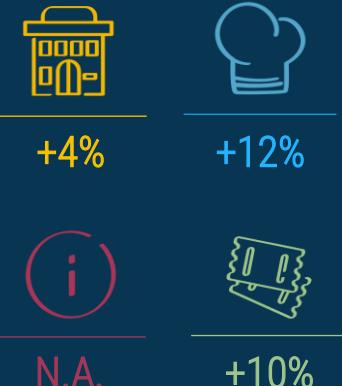
Vergleich der Regionen

Durchschnittliche Preisentwicklung zu Weihnachten/ Silvester



Vergleich der Akteursgruppen

Durchschnittliche Preisentwicklung zu Weihnachten/ Silvester



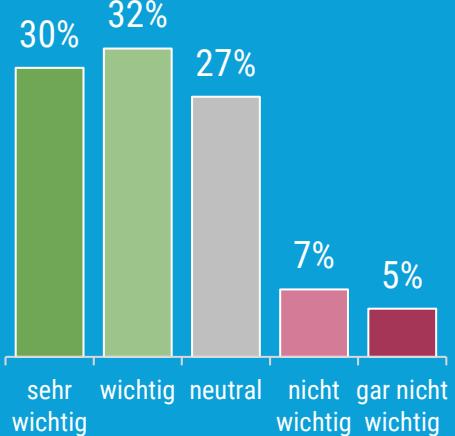
Frage: Wie haben sich Ihre Preise zu Weihnachten/ Silvester 2025 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum durchschnittlich entwickelt?

Nachhaltigkeit und touristische Trends

Bedeutung der Nachhaltigkeit und Umsetzung konkreter Maßnahmen

Nachhaltigkeit

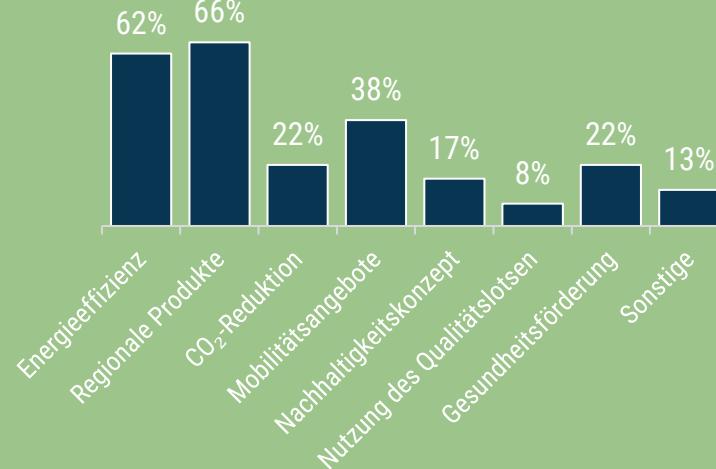
Welche Bedeutung hat Nachhaltigkeit für Ihr Unternehmen?



Nachhaltigkeitsmaßnahmen

51 Prozent der Unternehmen haben in diesem Jahr konkrete Maßnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit umgesetzt.

Und zwar Maßnahmen in folgende Bereiche:



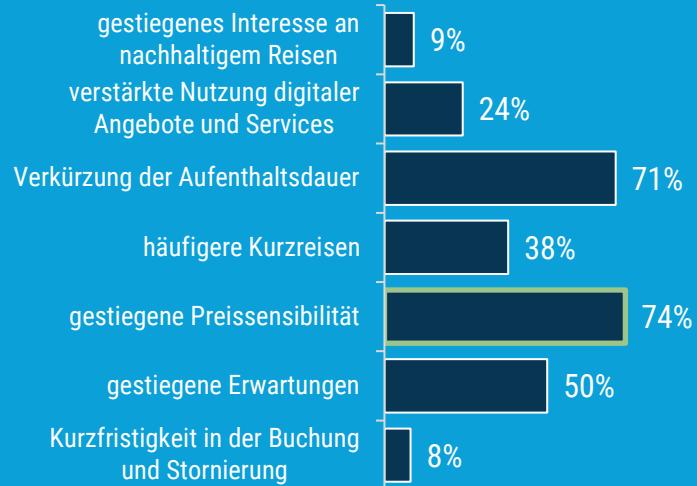
Nachhaltigkeit und touristische Trends

Verändertes Verhalten der Gäste/ Besucher und die Reaktion darauf

Gästeverhalten

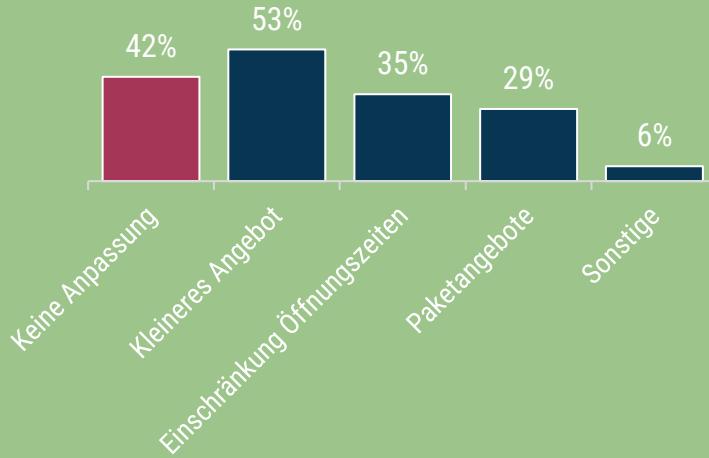
55 Prozent der Unternehmen haben in diesem Jahr ein verändertes Verhalten Ihrer Gäste/ Besucher beobachtet.

Ihnen sind folgende Verhaltensänderungen aufgefallen:



Anpassungsstrategien an die gestiegene Preissensibilität der Gäste/ Besucher

Welche Anpassungsstrategien haben Sie gewählt?

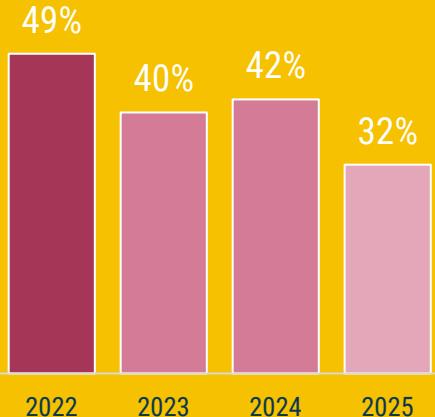


Arbeitskräftebedarf in Mecklenburg-Vorpommern

Tourismusjahr 2025

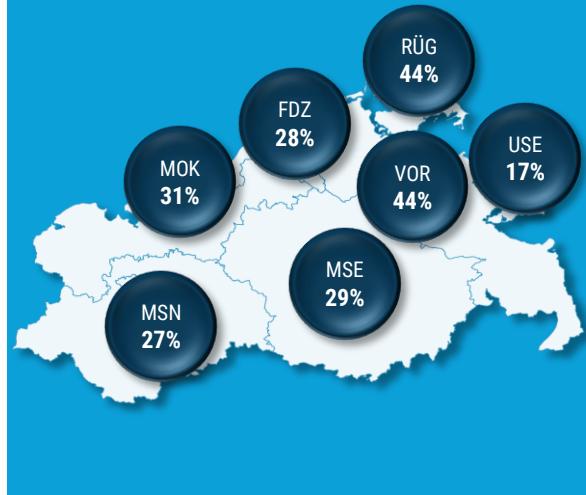
MV gesamt

Prozentualer Anteil touristischer Unternehmen,
die vom Arbeitskräftemangel betroffen sind



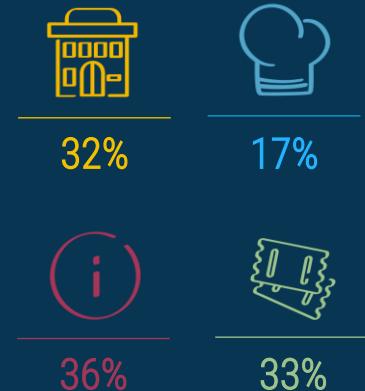
Vergleich der Regionen

Prozentualer Anteil touristischer Unternehmen,
die vom Arbeitskräftemangel betroffen sind



Vergleich der Akteursgruppen

Prozentualer Anteil touristischer Unternehmen,
die vom Arbeitskräftemangel betroffen sind



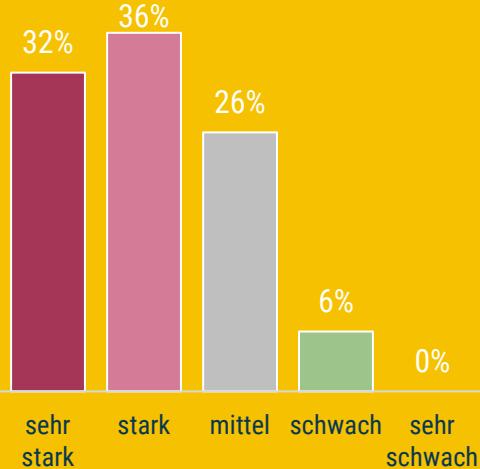
Frage: War Ihr Unternehmen im Jahr 2025 vom Arbeitskräftemangel betroffen?

Arbeitskräftebedarf in Mecklenburg-Vorpommern

Tourismusjahr 2025

MV gesamt

Beeinträchtigung der Unternehmensentwicklung durch den Arbeitskräftemangel



Vergleich der Regionen

Prozentualer Anteil an Unternehmen, die der Arbeitskräftemangel (sehr) stark in deren Entwicklung beeinträchtigt



Vergleich der Akteursgruppen

Prozentualer Anteil an Unternehmen, die der Arbeitskräftemangel (sehr) stark in deren Entwicklung beeinträchtigt



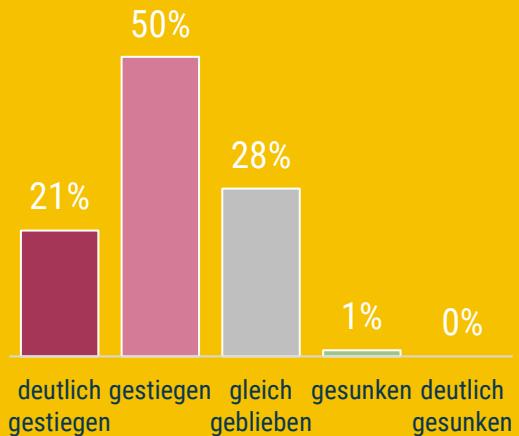
Frage: Wie stark hat der Fachkräftemangel Ihr Unternehmen im Jahr 2025 betroffen/beeinträchtigt?

Betriebskosten touristischer Unternehmen

Tourismusjahr 2025

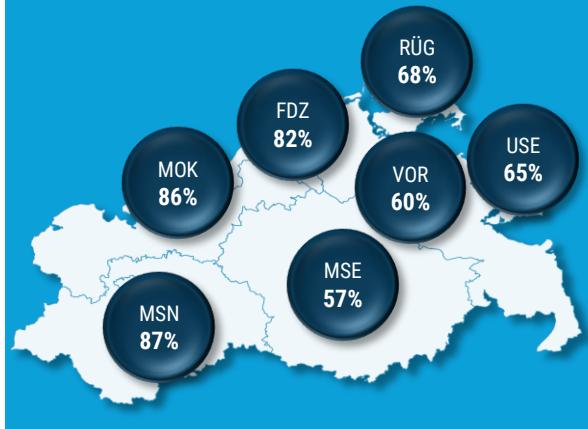
MV gesamt

Veränderung der Betriebskosten im Vergleich zum Vorjahr



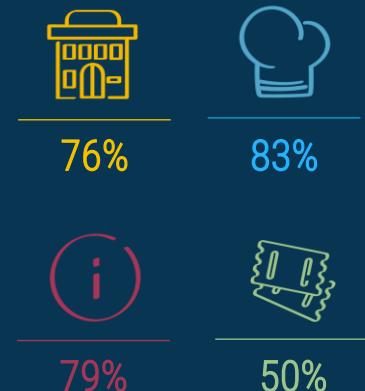
Vergleich der Regionen

Prozentualer Anteil an Unternehmen, deren Betriebskosten im Jahr 2025 (deutlich) gestiegen sind



Vergleich der Akteursgruppen

Prozentualer Anteil an Unternehmen, deren Betriebskosten im Jahr 2025 (deutlich) gestiegen sind



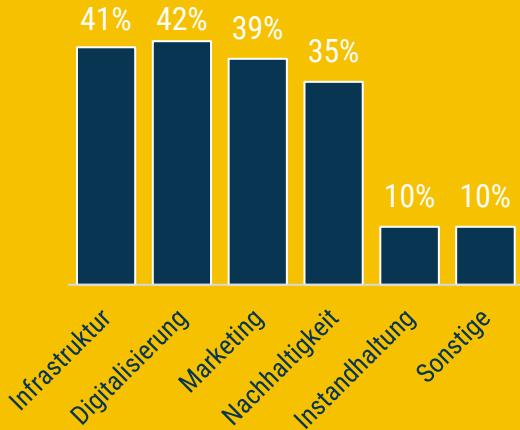
Frage: Wie haben sich Ihre Betriebskosten im Jahr 2025 im Vergleich zum Vorjahr verändert?

Investitionen in die touristische Grundausstattung

Investitionen im Jahr 2025

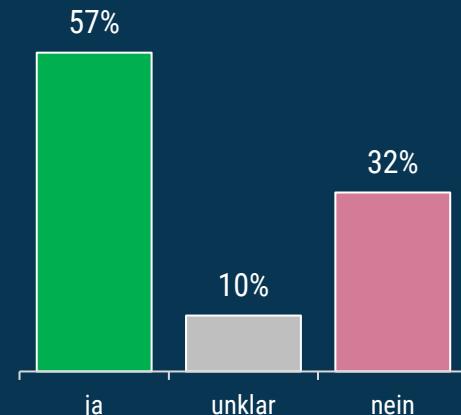
70 Prozent der Unternehmen haben in diesem Jahr investiert.

Und zwar in folgende Bereiche:



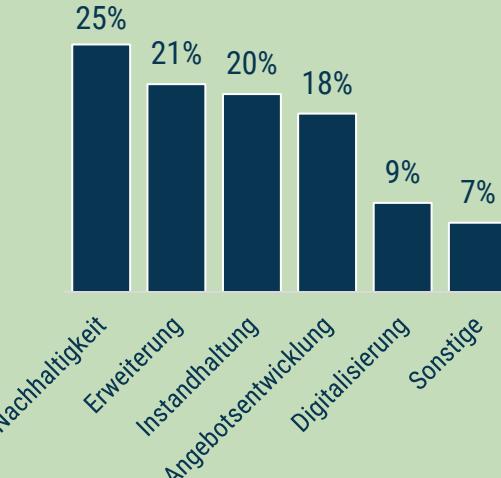
Investitionen im Jahr 2026

Planen Sie Investitionen oder neue Angebote für das Jahr 2026?



Investitionen im Jahr 2026

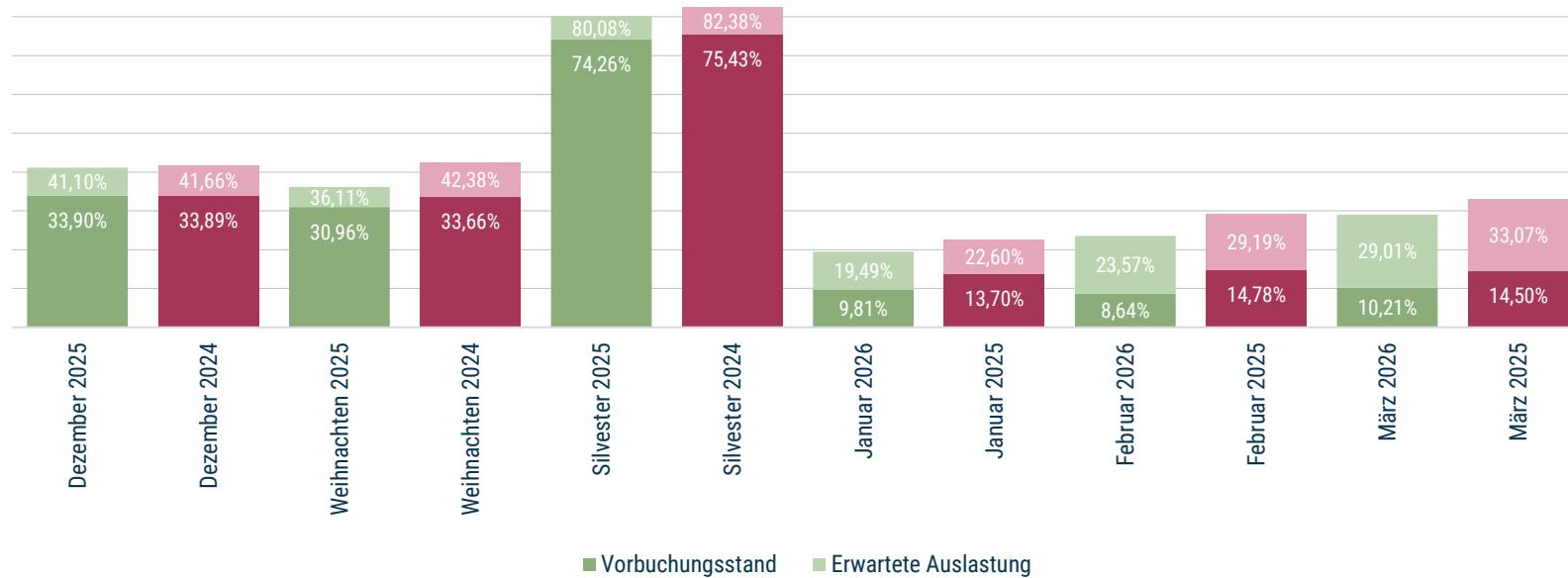
Bereiche, in die investiert werden soll.



Aktueller Vorbuchungsstand und erwartete Auslastung

Für die folgenden Zeiträume – im Vergleich zum Vorjahr

Beherbergungs
betriebe



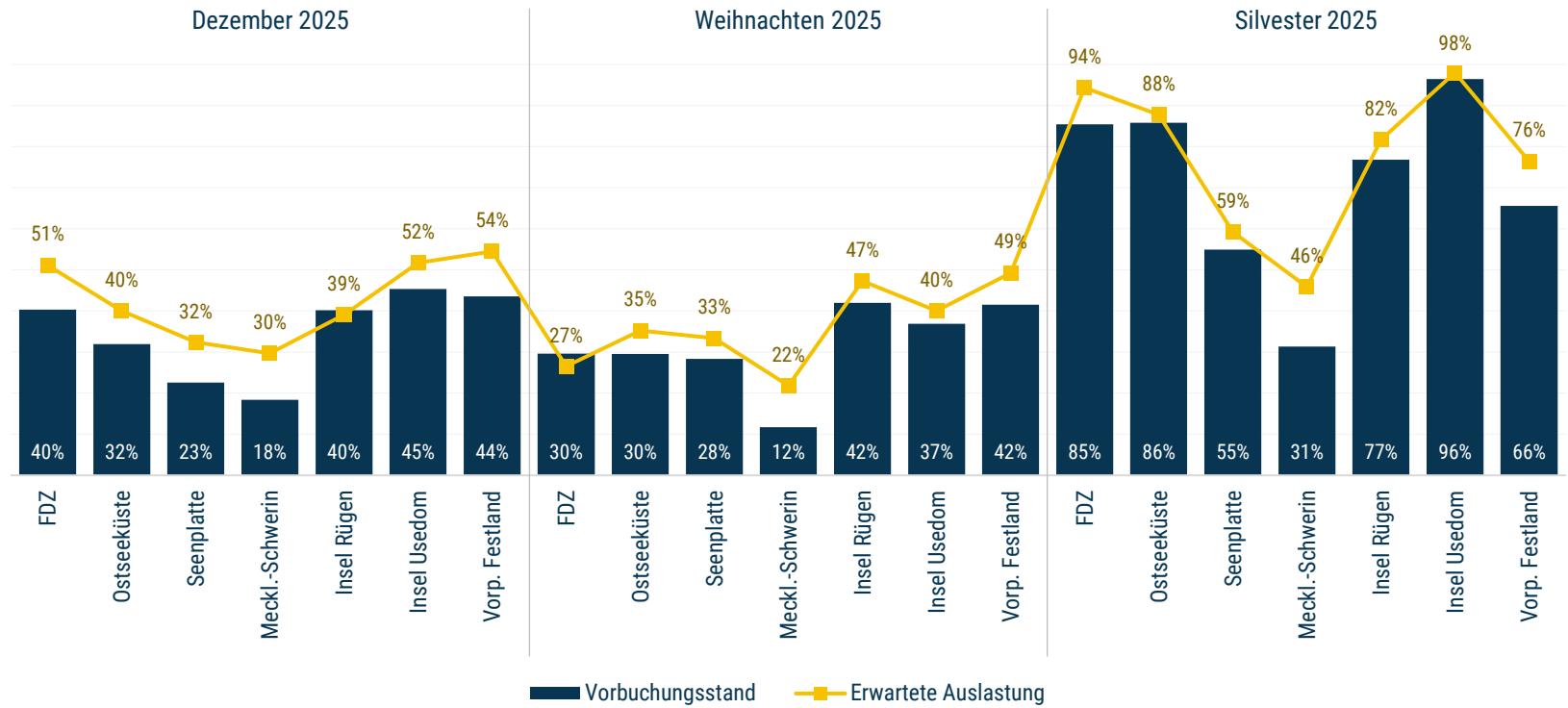
Vergleichswerte aus der TMV-Branchenumfrage 11|2024

Frage: Bitte benennen Sie den aktuellen Vorbuchungs- bzw. Reservierungsstand sowie die erwartete Auslastung für Ihr Unternehmen für folgende Zeiträume 2025

Aktueller Vorbuchungsstand und erwartete Auslastung

Vergleich der Regionen

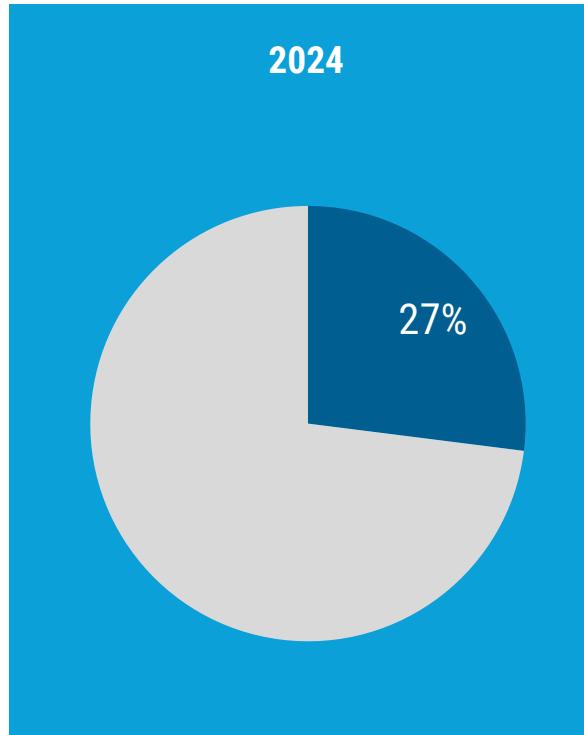
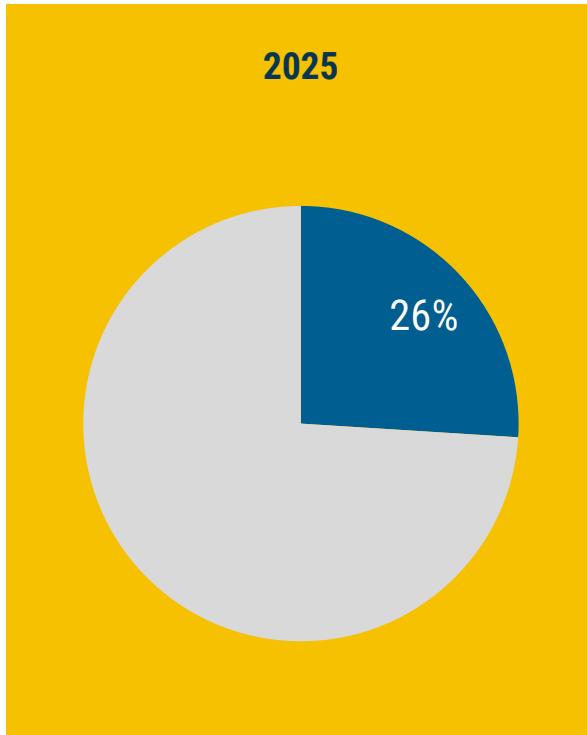
Beherbergungs
betriebe



Frage: Bitte benennen Sie den aktuellen Vorbuchungs- bzw. Reservierungsstand sowie die erwartete Auslastung für Ihr Unternehmen für folgende Zeiträume 2025

Prozentualer Anteil einheimischer Gäste

Wohnort in Mecklenburg-Vorpommern

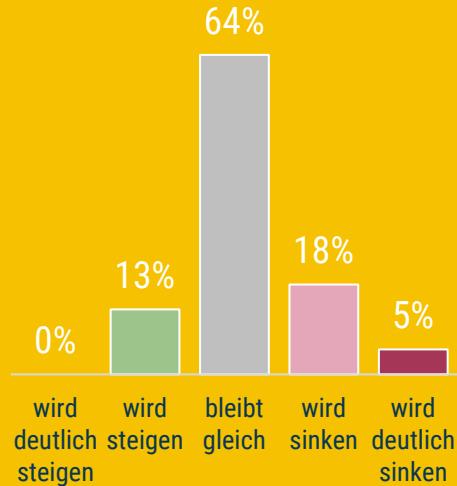


Erwartete touristische Nachfrage für das Jahr 2026

Im Vergleich zum Vorjahr

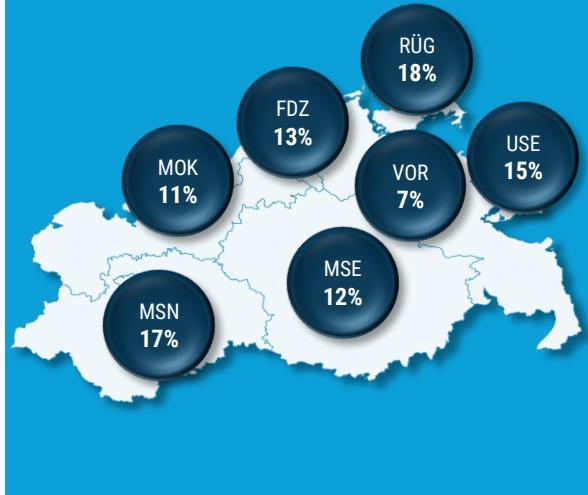
MV gesamt

Wie schätzen Sie die touristische Nachfrage für das Jahr 2026 im Vergleich zum Vorjahr ein?



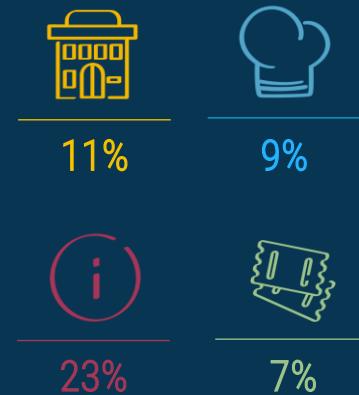
Vergleich der Regionen

Prozentualer Anteil an Unternehmen, die für das Jahr 2026 mit einer steigenden Nachfrage im Vergleich zum Vorjahr rechnen



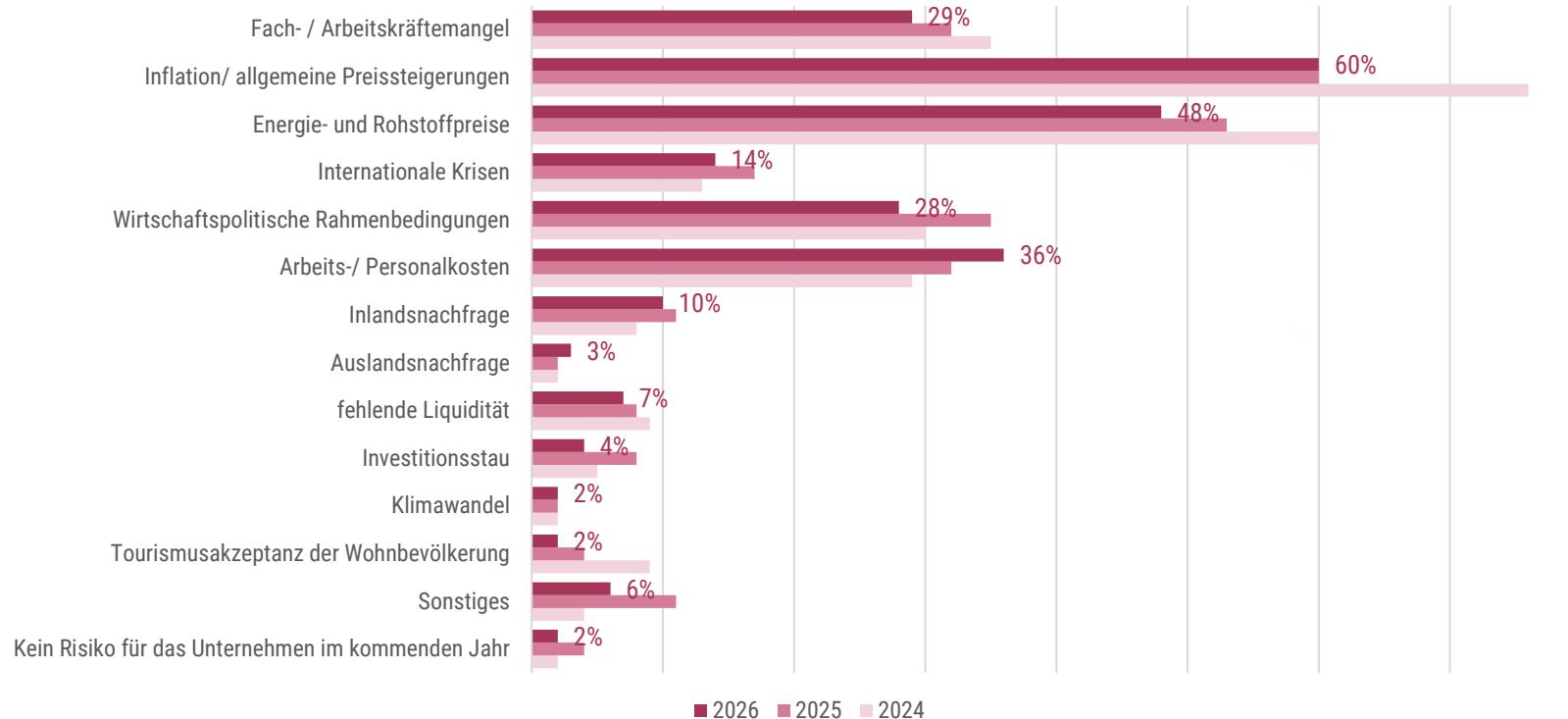
Vergleich der Akteursgruppen

Prozentualer Anteil an Unternehmen, die für das Jahr 2026 mit einer steigenden Nachfrage im Vergleich zum Vorjahr rechnen



Größte Herausforderungen für die wirtschaftliche Entwicklung im kommenden Jahr

TOP-3 Antworten



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 Weihnachten 2025“ anzugeben.