

# Wahrnehmung des Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern

Ergebnisse einer Befragung der Wohnbevölkerung  
Mecklenburg-Vorpommerns im Juni 2021

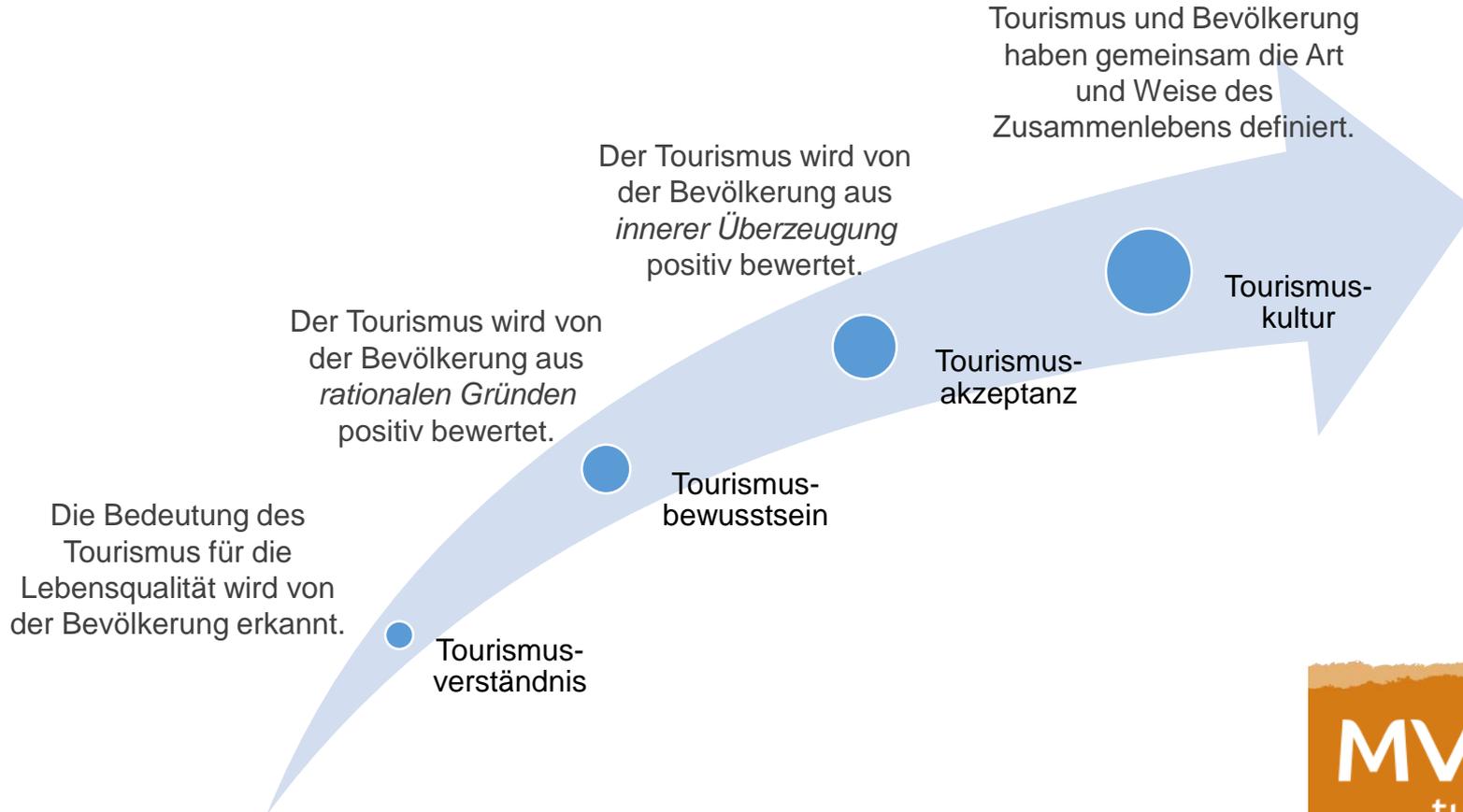


# Grundlagen zur Befragung

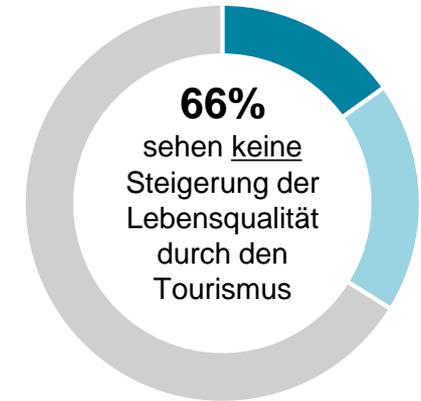
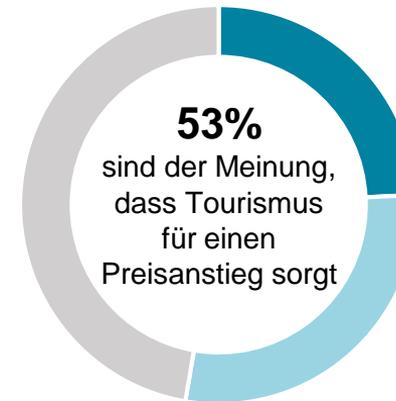
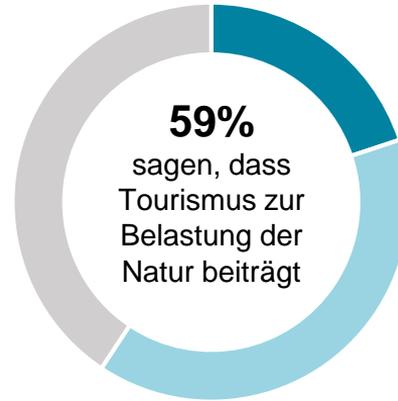
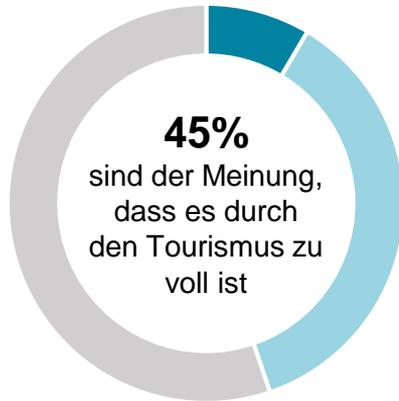
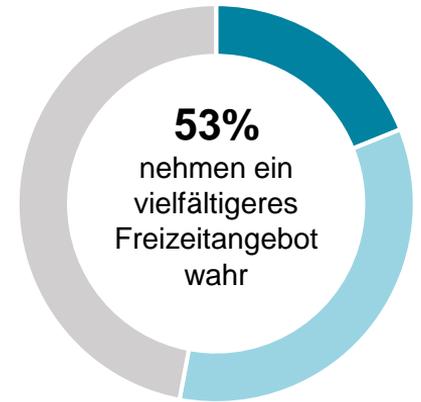
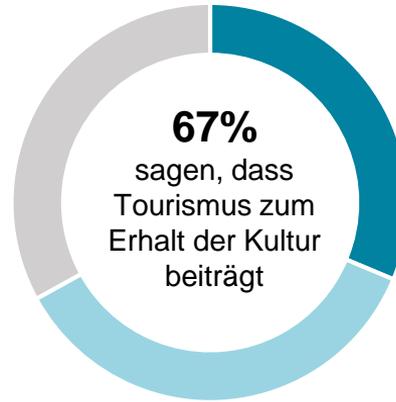
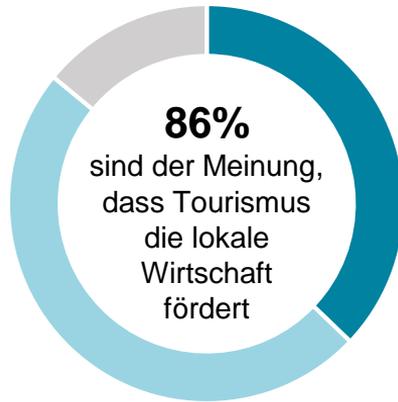
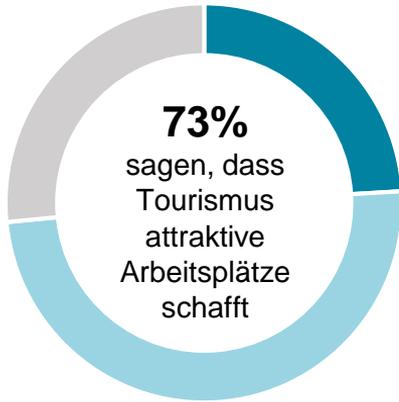
- › Befragung der Bevölkerung als ein Bestandteil im Rahmen der »Initiative zur Tourismuskultur«
- › Tourismusakzeptanzstudie der Bundesländer 2021 des Deutschen Instituts für Tourismusforschung (DITF) der FH Westküste
  - › Erweitert durch spezifische Fragen + höhere Stichprobe für MV
  - › Stichprobengröße: **1.378** befragte Personen
  - › Zeitraum: **02.06. bis 09.07.2021**
  - › Hybridbefragung: 50% Telefon + 50% Online
- › Fragestellungen:
  - › Wo stehen wir im Hinblick auf Tourismusbewusstsein und Tourismusakzeptanz?
  - › Was sind positive und negative Einflussfaktoren?



# Schritte auf dem Weg zur Touristikultur MV



# Allgemeine Wahrnehmung touristischer Effekte



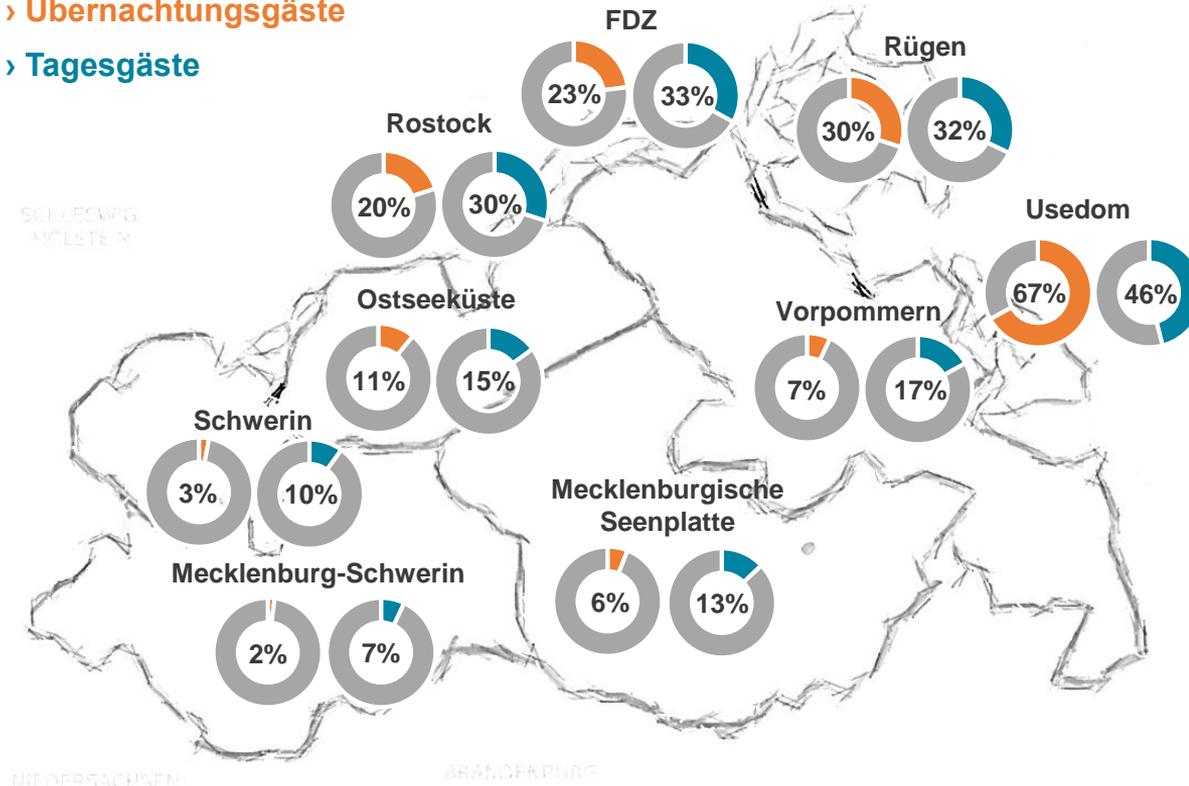
■ ganzjährig   ■ in der Saison

# Wahrnehmung Anzahl der Gäste nach Region

Prozentualer Anteil der Bürger\*innen der Regionen, die „zu viele“ Gäste wahrnehmen

› Übernachtungsgäste

› Tagesgäste



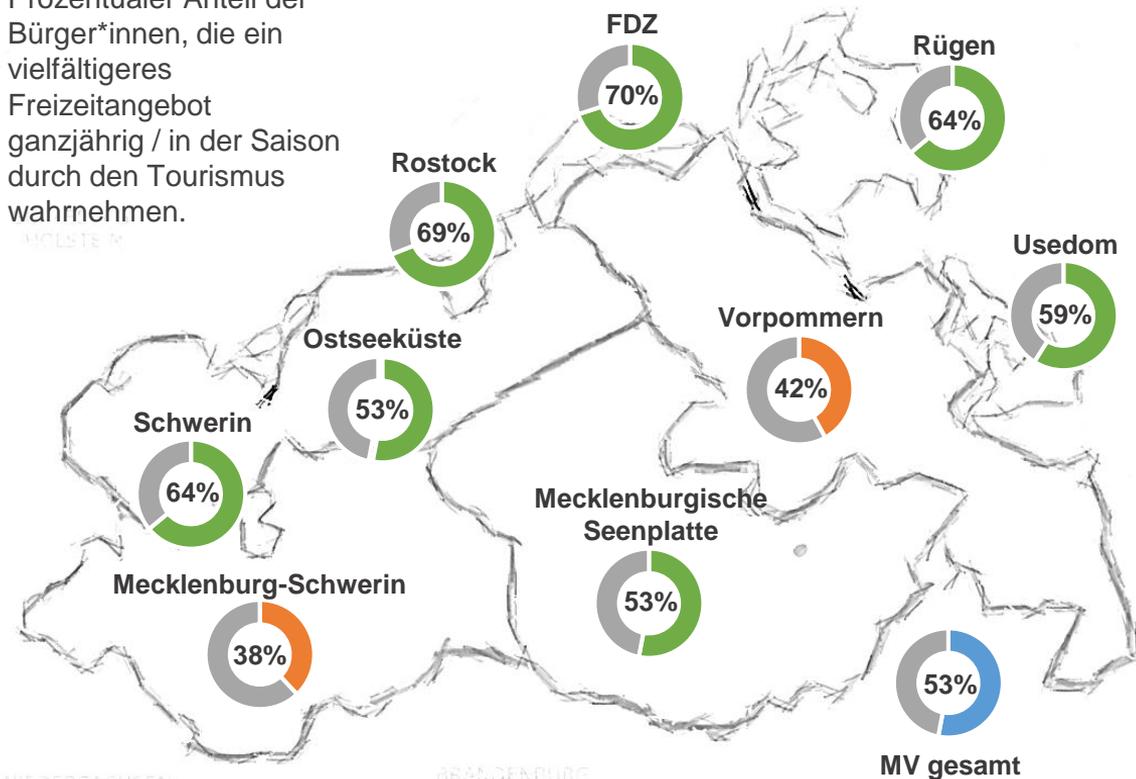
Die MV-weite Betrachtung in Bezug auf die Wahrnehmung des Tourismus lässt keine belastbaren Schlüsse zu, da die Anzahl der Gäste im Land ungleich verteilt ist. In Tourismusschwerpunkträumen empfinden bis zu Zweidrittel der Befragten, dass es bereits zu viele Übernachtungsgäste gibt. Anders sieht es im Landesinneren aus.

# Positive Effekte durch den Tourismus

## Bsp.: Freizeitangebote, betrachtet nach Regionen

Prozentualer Anteil der Bürger\*innen, die ein vielfältigeres Freizeitangebot ganzjährig / in der Saison durch den Tourismus wahrnehmen.

HOLSTEIN



NIEDERSACHSEN

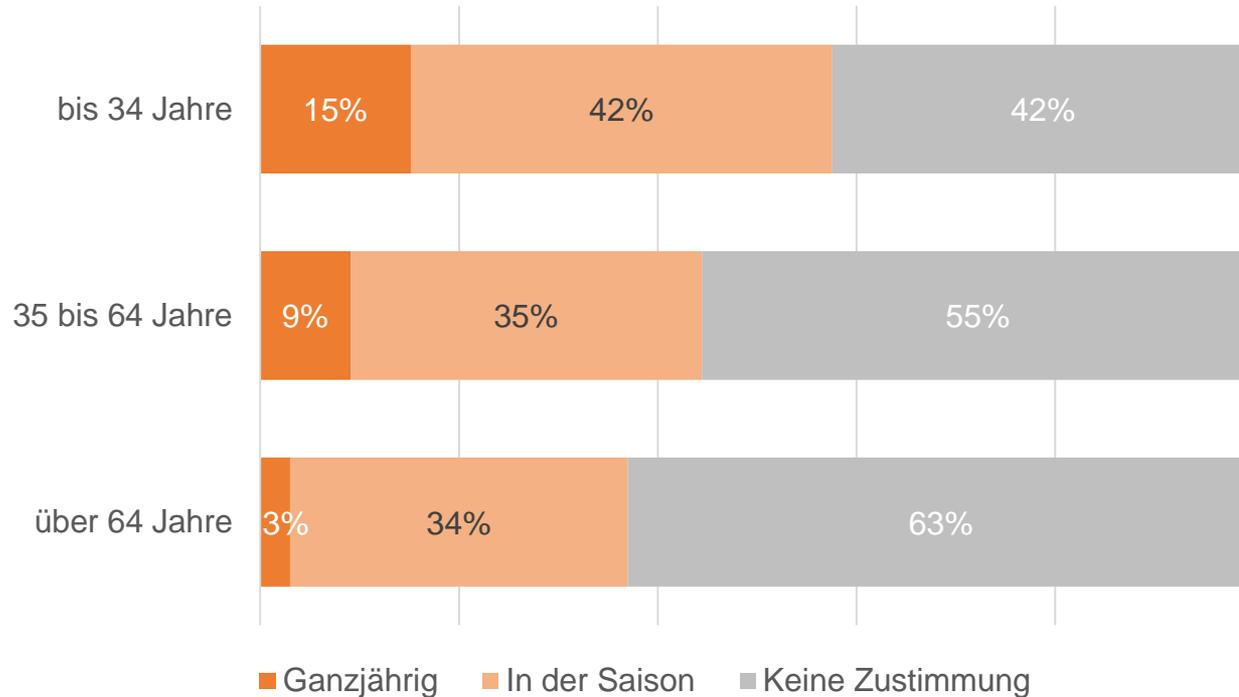
BRANDEBURG

Über die Hälfte der Bürger\*innen in MV nehmen bedingt durch den Tourismus ein vielfältigeres Freizeitangebot wahr. Diese These wird vor allem in den Tourismusschwerpunkträumen und in den kreisfreien Städten bestätigt; weniger im Landesinneren, das unter dem Durchschnitt liegt.

# Negative Effekte durch den Tourismus

## Bsp. Wahrnehmung des Gästeaufkommens, betrachtet nach Alter

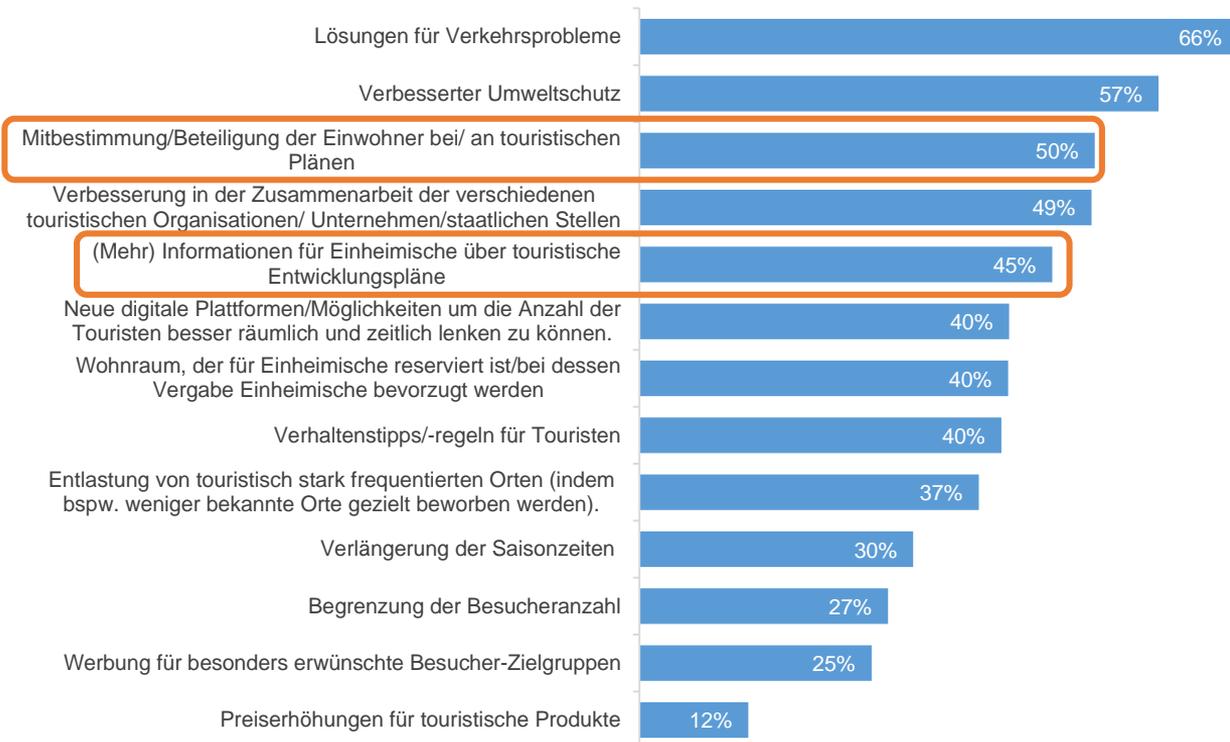
Prozentualer Anteil der Bürger\*innen, die ganzjährig / in der Saison ein zu hohes Gästeaufkommen wahrnehmen.



Die Wahrnehmung der Anzahl der Gäste ist in den Altersgruppen zum Teil unterschiedlich. Mit zunehmenden Alter scheint die Wahrnehmung eines zu hohen Gästeaufkommens durch den Tourismus abzunehmen. Einflussfaktoren müssen regional genauer untersucht werden, um Zusammenhänge zu differenzieren.

# Lösungsansätze für negative Effekte

## aus Sicht der Einwohner\*innen



Partizipation und Teilhabe an touristischen Entwicklungen sind wichtige Einflussfaktoren auf die Tourismusakzeptanz der Bevölkerung. Mit Entwicklung von geeigneten Beteiligungsprozessen können sowohl inhaltliche Probleme gelöst als auch Zufriedenheitswerte deutlich gesteigert werden.

# Erste Erkenntnisse aus der Befragung

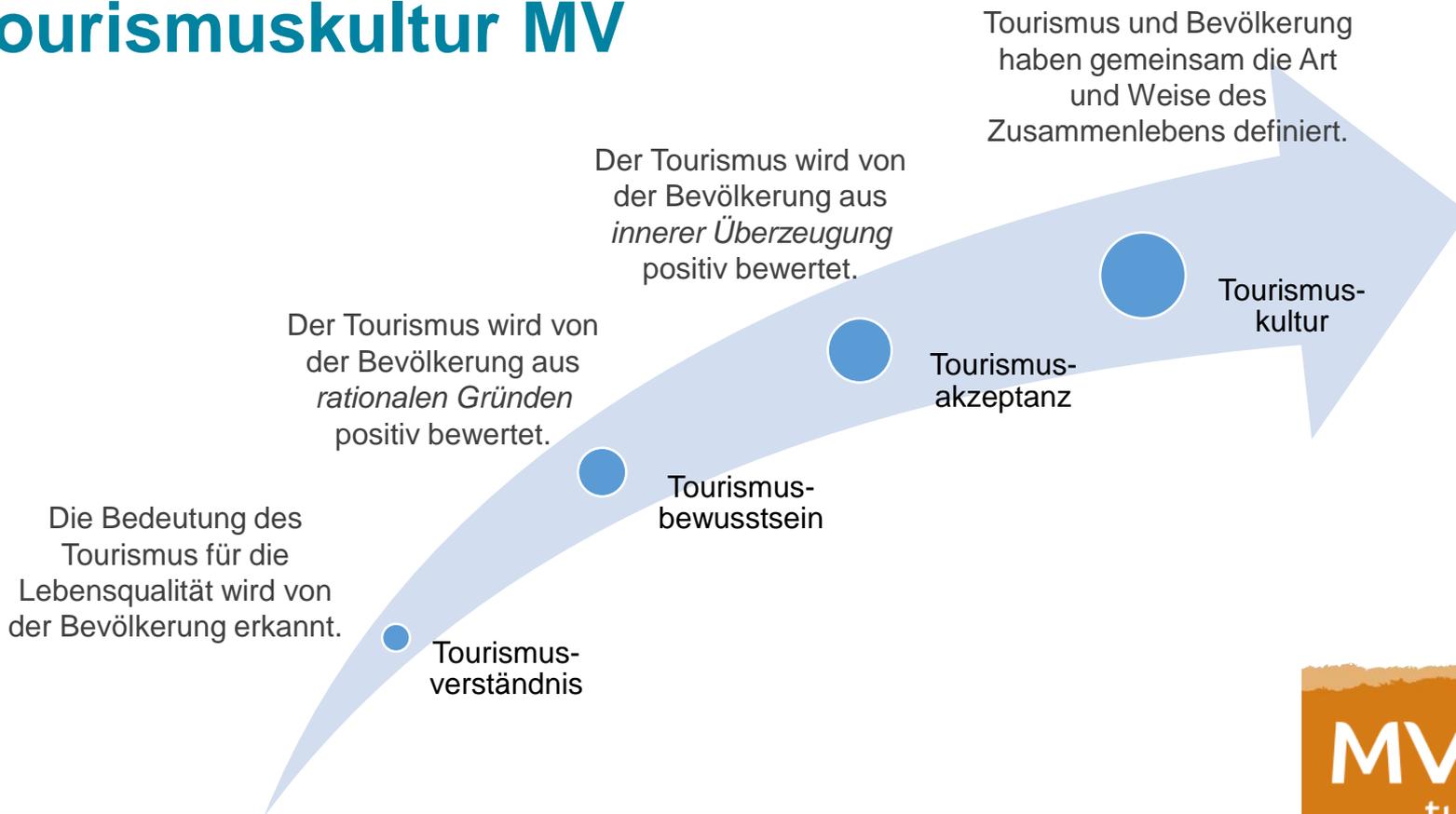
- › MV-weite Betrachtung lässt nur bedingt belastbare Schlüsse zu, da es große **Unterschiede zwischen den Regionen** gibt.
- › In den Tourismusschwerpunkträumen treten durch den Tourismus verursachte Probleme verstärkt auf; Herausforderungen müssen hier priorisiert gelöst werden, um die Akzeptanz zu bewahren und zu erhöhen.
- › **Bedeutung des Tourismus** für MV ist der Bevölkerung über das gesamte Land hinweg bewusst.
- › Thema **Lebensqualität und Freizeit** wird von der Mehrheit der Befragten noch nicht als persönlicher Vorteil durch den Tourismus empfunden.



# Weiteres Vorgehen

- › **Initiative zur einwohnerorientierten Tourismuskultur**
- › Tieferegehende Analysen und **Detailauswertungen in Bezug auf Regionen**
- › Auswertung und Aufbereitung von **Themen mit Einfluss auf Tourismusakzeptanz** gemeinsam mit allen Beteiligten
  - › Ursachenforschung für Probleme → weitere Umfragen
  - › Austausch mit Bürger\*innen, z. B. in Diskussionsforen
  - › Gemeinsame Entwicklung von Handlungsempfehlungen
  - › Umsetzung von Maßnahmen und Kampagnen zur Verbesserung der Tourismusakzeptanz

# Schritte und Ziele auf dem Weg zur Tourismuskultur MV



# Aktuelle Maßnahmen der Initiative

- Relaunch der Website [www.wirsindurlaubsland.de](http://www.wirsindurlaubsland.de)
  - Aufbau einer digitalen Plattform Austausch mit der Bevölkerung
- Kampagne „Tourismus bringt MV nach vorn“
  - Fünf 30-sekündige „Erklärfilme“ stellen den Zusammenhang zwischen Tourismus und Lebensqualität heraus
  - Verbreitung über Social-Media-Kampagne und Regional-TV ab Mitte September

