

MV-T Marktforschung

Ergebnisse der Branchenumfrage Ostern 2026

20.03.2026

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

Inhalte der Befragung

	Inhaltsverzeichnis
1	Stichprobenbeschreibung
2	Monitoring der wirtschaftlichen Lage
3	Gätestruktur
4	Ausblick
5	Hinweise zum Nutzungsrecht

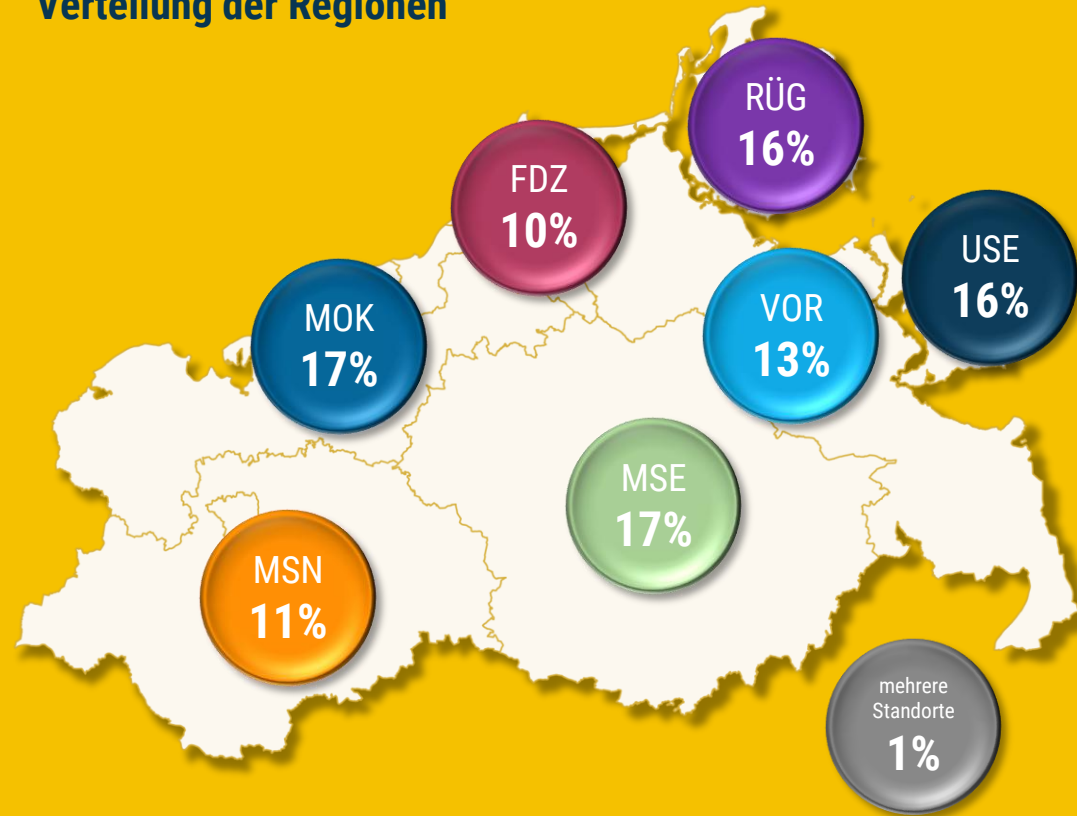
Kapitel 1

Stichprobenbeschreibung

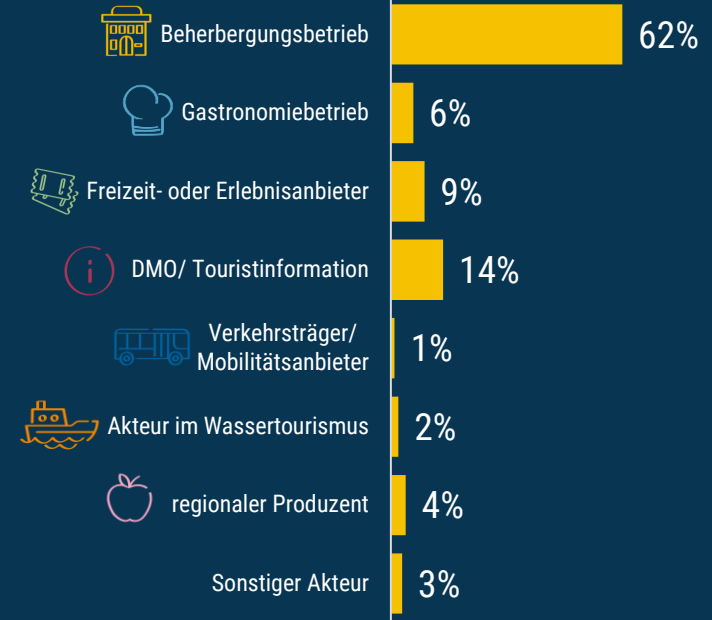
Methodensteckbrief

Grundgesamtheit	Unternehmen mit touristischem Bezug in Mecklenburg-Vorpommern
Stichprobengröße	192 Teilnehmende
Forschungsmethode	Online-Befragung über SaaS-Anbieter LamaPoll
Stichprobenziehung	Panel (Einladung zur Teilnahme per E-Mail)
Befragungszeitraum	10.03.2026 10:00 Uhr bis 18.03.2026 19:00 Uhr
Durchführung	MV Tourismus GmbH
Quotenmerkmale	keine
Gewichtete Merkmale	keine
Auswertungsprogramm	JASP 0.95.4

Verteilung der Regionen



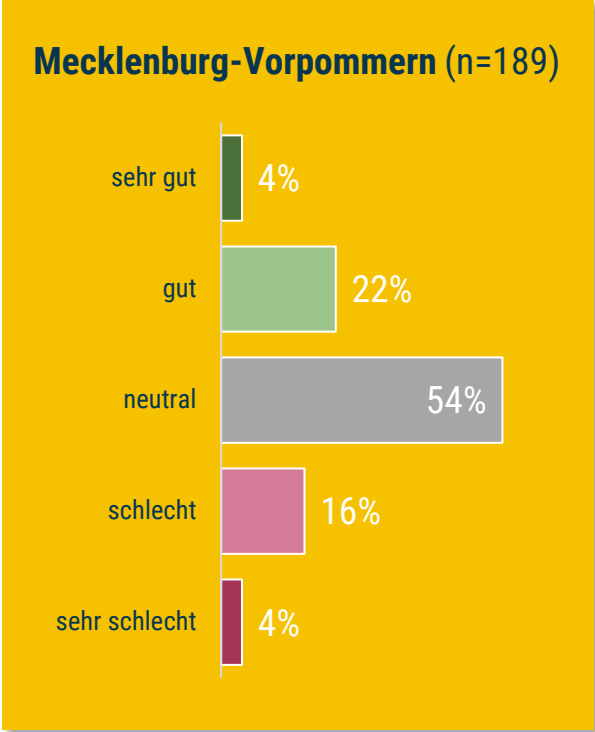
Verteilung der Akteursgruppen Nennung des Hauptgeschäftszweiges



Kapitel 2

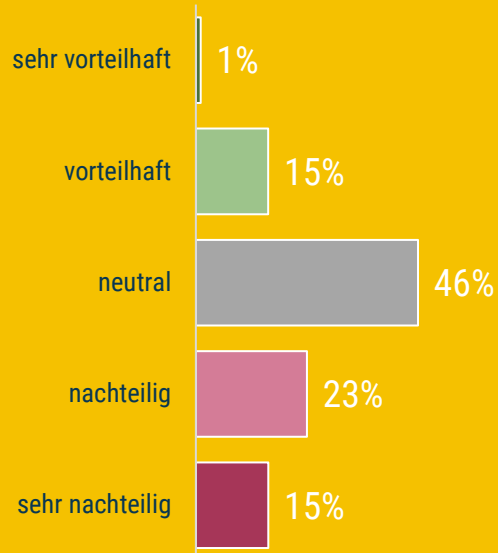
Monitoring der wirtschaftlichen Lage

Einschätzung der aktuellen wirtschaftlichen Lage



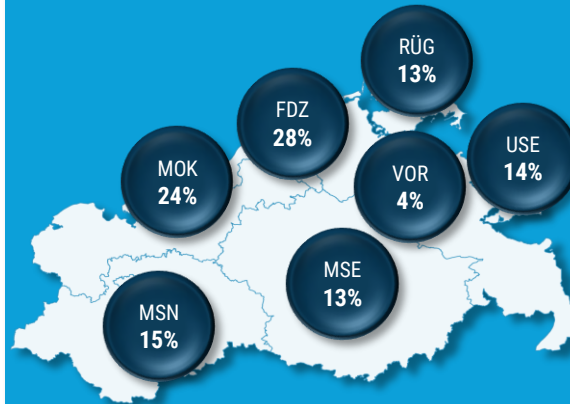
Einschätzung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen

Mecklenburg-Vorpommern (n=190)



Vergleich der Regionen

Anteil der Unternehmen, welche die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen aktuell als (sehr) vorteilhaft einschätzen



Vergleich der Akteursgruppen

Anteil der Unternehmen, welche die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen aktuell als (sehr) vorteilhaft einschätzen



15%



0%



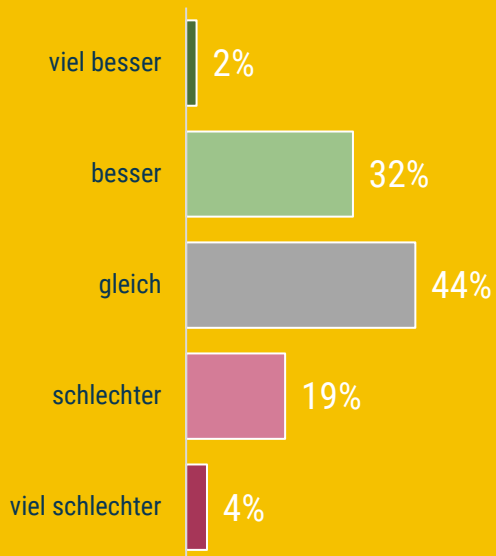
23%



7%

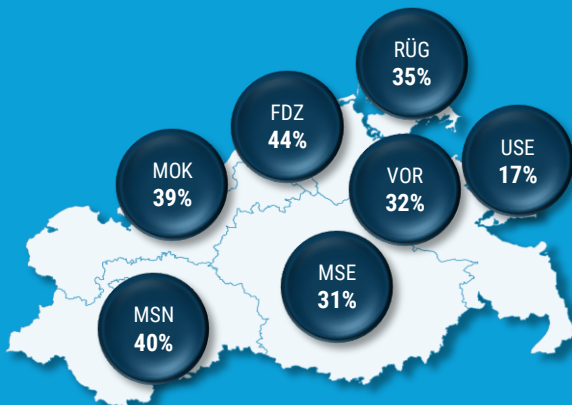
Einschätzung der Entwicklung der wirtschaftlichen Lage im nächsten Quartal

Mecklenburg-Vorpommern (n=189)



Vergleich der Regionen

Anteil der Unternehmen, welche die Entwicklung Ihrer wirtschaftlichen Lage im folgenden Quartal als (viel) besser einschätzen



Vergleich der Akteursgruppen

Anteil der Unternehmen, welche die Entwicklung Ihrer wirtschaftlichen Lage im folgenden Quartal als (viel) besser einschätzen



33%



27%



40%



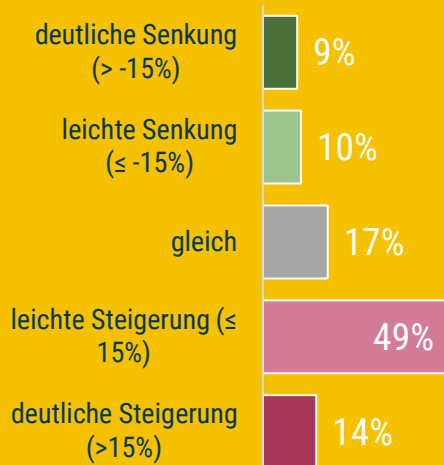
40%

Preisentwicklung touristischer Angebote

Im Vergleich zum Vorjahrsjahreszeitraum

Mecklenburg-Vorpommern (n=121)

Durchschnittliche Preiserhöhung von **+3,86%**



Vergleich der Regionen

Durchschnittliche Preisentwicklung für touristische Angebote im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in %



Vergleich der Akteursgruppen

Durchschnittliche Preisentwicklung für touristische Angebote im Vergleich zum Vorjahreszeitraum in %



+1



+3



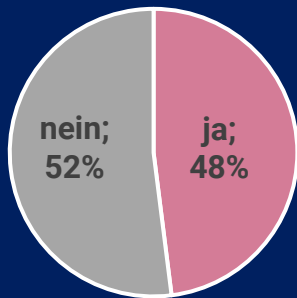
NaN



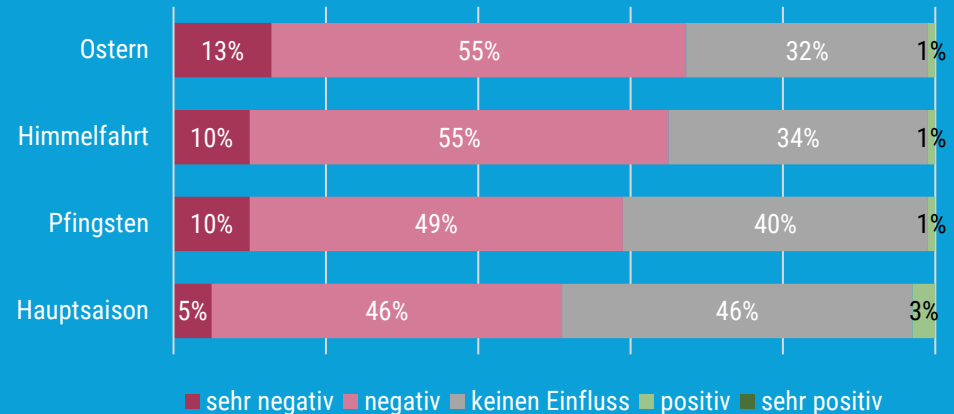
+12

Auswirkungen der aktuellen Kraftstoffpreise

Erleben Sie **aktuell** Veränderungen im Buchungsverhalten, die Sie in den aktuellen Preisentwicklungen bei Kraftstoffen begründet sehen?



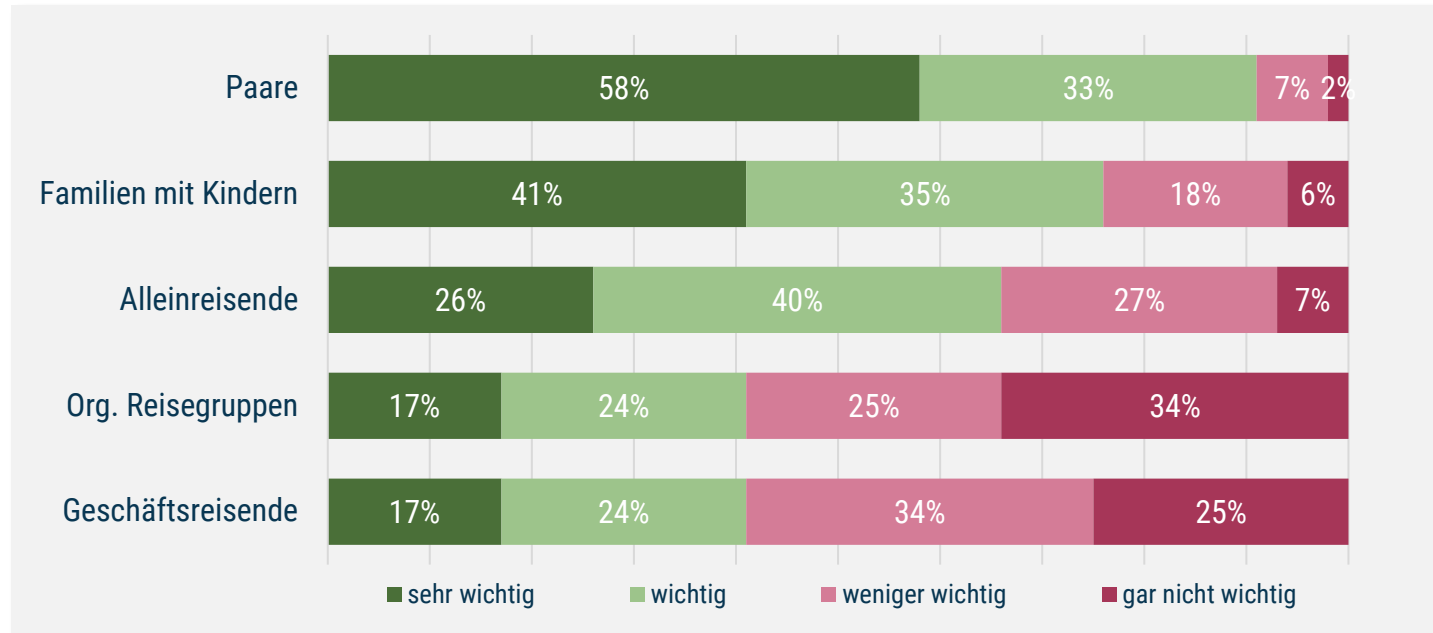
Inwiefern erwarten Sie **zukünftig** einen Einfluss von den aktuellen Preisentwicklungen bei Kraftstoffen auf das Buchungsverhalten Ihrer Gäste?



Kapitel 3

Gästestruktur

Bedeutung der Gästegruppen für die Entwicklung der touristischen Unternehmen

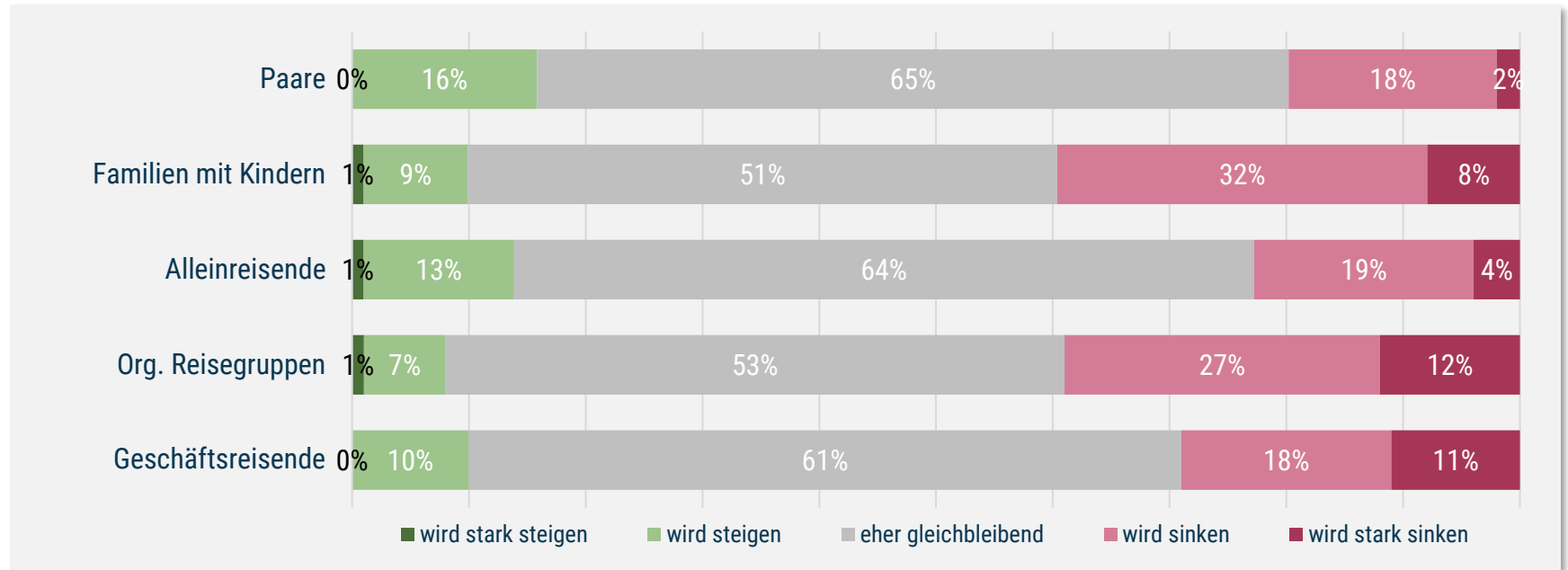


Sonstige Nennungen:

- Rentner 4x
- Schulklassen und Sportvereine 4x
- Reisende mit Haustier 3x
- Handwerker & Monteure 3x
- Menschen mit Behinderung 2x
- Tagungsgäste 2x

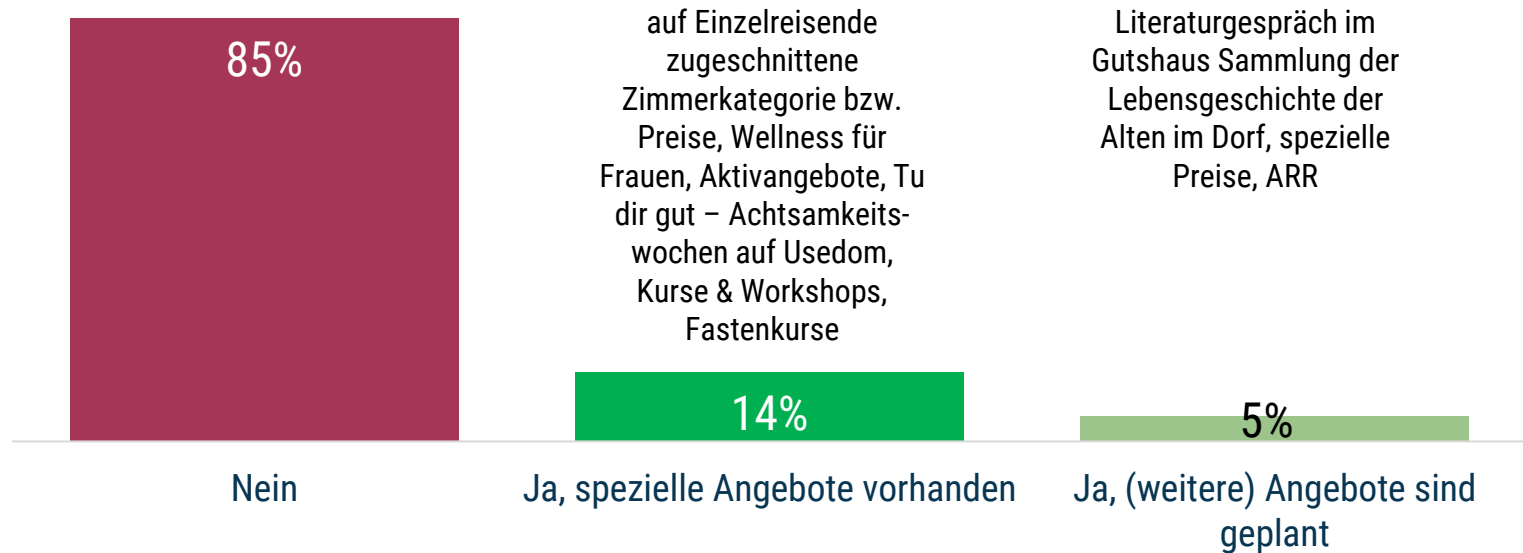
Einwicklung der Gästegruppen im aktuellen Tourismusjahr

Im Vergleich zum Vorjahr



Angebote für Alleinreisende

Beantwortet durch Unternehmen, für die Alleinreisende eine bedeutende Rolle für die betriebliche Entwicklung haben (n=107)



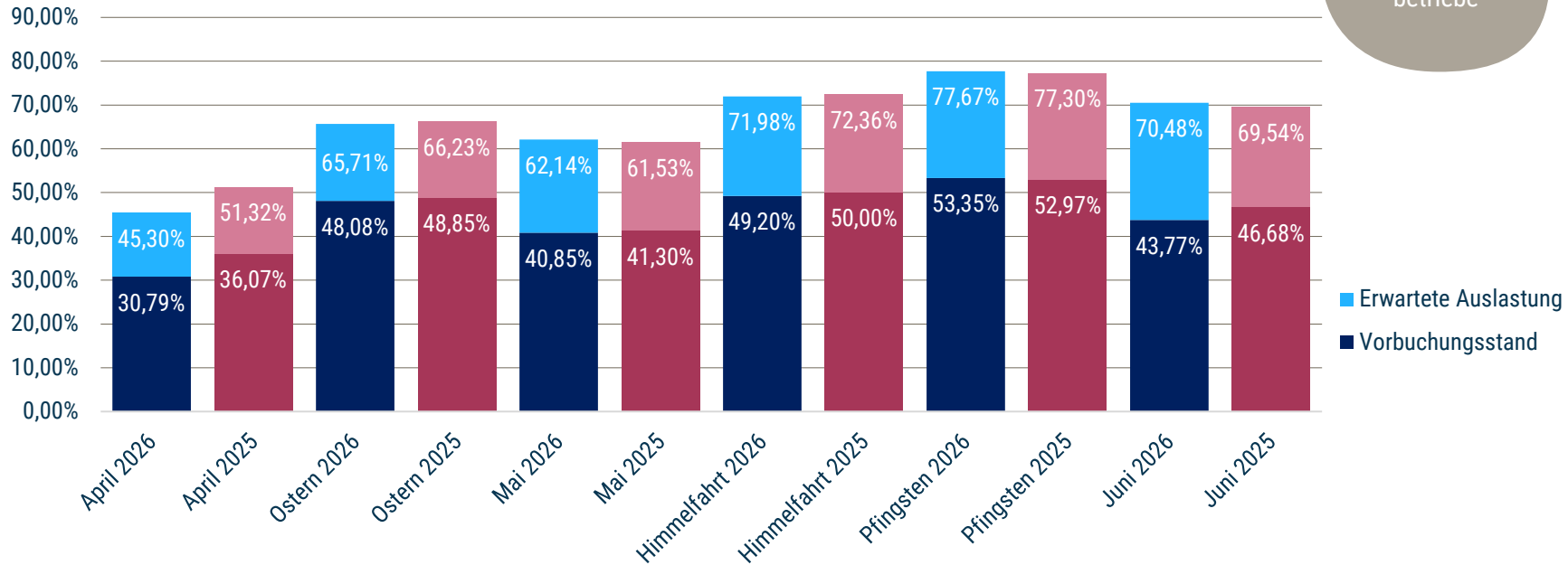
Kapitel 4

Ausblick

Aktueller Vorbuchungsstand und erwartete Auslastung

Für die folgenden Zeiträume – im Vergleich zum Vorjahr

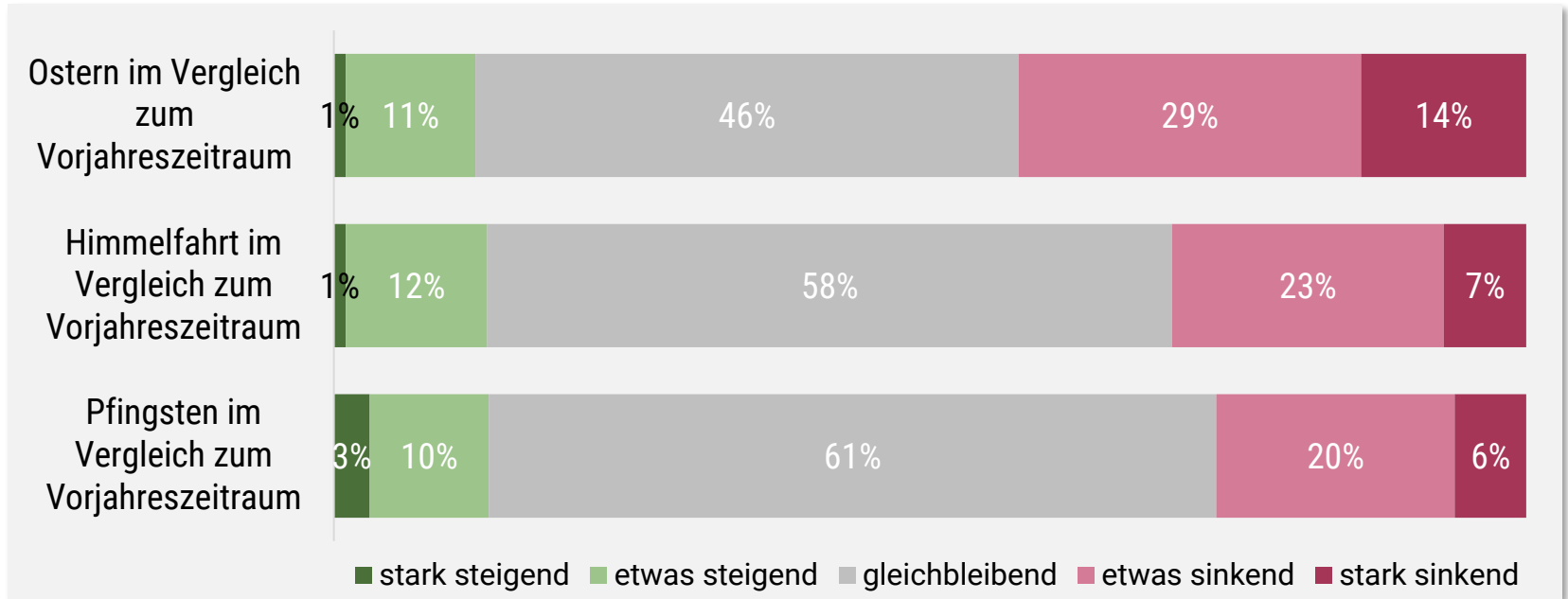
Beherbergungs-
betriebe



Vergleichswerte aus der TMV-Branchenumfrage 03|2025

Erwartete Nachfrageentwicklung

Für die folgenden Feiertagssaison 2026



Kapitel 5

Hinweise zum Nutzungsrecht

Hinweise zur Nutzung und Weitergabe der Daten

- (1) Die MV Tourismus GmbH ist Urheber der Daten.
- (2) Beteiligte Partner haben ein nicht exklusives, nicht übertragbares, einfaches Nutzungsrecht an den hier dargestellten Ergebnissen.
- (3) Bei den Ergebnissen der Befragung handelt es sich um Aussagen der touristischen Organisationen in Mecklenburg-Vorpommern. Die MV Tourismus GmbH haftet für aus diesen Aussagen gezogene Schlüsse und/oder wirtschaftliche Dispositionen nicht.
- (4) Bei Weiterverwendung der Daten ist als Quelle „MV-T Marktforschung | Branchenumfrage Ostern 2026“ anzugeben.