

Einwohnerbefragung zum Tourismus

Beteiligungsmöglichkeiten für Destinationen
und Kommunen in Mecklenburg-Vorpommern

Individuell anpassbar:
Wir beraten euch gern!

- ✓ Flexible Themenschwerpunkte
- ✓ Erprobte Methoden und Erhebungsmodelle
- ✓ Umfangreiche Benchmarks

Herausgeber
Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.
Konrad-Zuse-Straße 2 | 18057 Rostock
Fon +49 381 40 30-500 | tmv@auf-nach-mv.de
tmv.tourismus.mv

Konzeption und Design
WERK3 Werbeagentur GmbH & Co. KG
Doberaner Str. 155 | 18057 Rostock
www.WERK3.de

Wissenschaftliche Beratung
Deutsches Institut für Tourismusforschung, FH Westküste
Dr. Sabrina Seeler (seeler@fh-westkueste.de)
Fritz-Thiedemann-Ring 20 | 25746 Heide
www.di-tourismusforschung.de

Titelmotiv
TMV/Gross

Lektorat
Marion Kümmel

Inhalt

Einleitung	4
Bessere Entscheidungen, mehr Akzeptanz	
So profitiert ihr von einer Einwohnerbefragung	5
Ausgewählte Erkenntnisse aus den Einwohnerbefragungen	7
Die Befragung, die zu euch passt	
Leistungsstufen für eure Bedürfnisse	8
Die Basis-Befragung im Detail	10
Die Plus-Befragung im Detail	11
Die Premium-Befragung im Detail	14
Mit Zusatz-Modulen weitergehen	17
Methodik	19
Ablauf einer Einwohnerbefragung	21
FAQ	22
Kontakt und Ansprechpersonen	23

Zuhören, verstehen, gestalten

Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern – mehr als ein Wirtschaftsfaktor

Ausgebuchte Hotels, gut besuchte Restaurants und belebte Strände – der Tourismus beeinflusst unseren Alltag, unser Zusammenleben und unsere Wahrnehmung der Heimat. Ein ausgewogen entwickelter Tourismus kann die Lebensqualität vor Ort nachhaltig verbessern. Doch diese Balance zu bewahren, ist eine Herausforderung. Wenn Straßen und Strände zu voll sind und das Gefühl von Freiraum schwindet, empfinden viele Einwohnerinnen und Einwohner den Tourismus eher als Belastung denn als Bereicherung. Diese Wahrnehmung kann das soziale Miteinander belasten und die Akzeptanz des Tourismus beeinträchtigen.



© TMV/Tiemann

Lebensqualität und Zufriedenheit der Bevölkerung – der Schlüssel zum Erfolg

Wird der Tourismus als Bereicherung wahrgenommen, werden Gäste herzlich empfangen. Fühlen sie sich wohl, kommen sie zurück und ziehen auch andere Besuchende an. Davon profitiert der Ort, da Angebote entstehen, die von Gästen und Einheimischen gleichermaßen genutzt werden, wie Cafés, Radwege oder Spielplätze. Das bringt wieder neue Arbeitsplätze, Infrastrukturprojekte und Wertschöpfung mit sich. Diese Wechselwirkung zwischen Tourismus und Lebensqualität könnt ihr umso deutlicher kommunizieren, je mehr verlässliche Erkenntnisse aus eurem Ort euch darüber vorliegen.

Die Einwohnerbefragung – ein Werkzeug für nachhaltige Tourismusentwicklung

Indem ihr eure Einwohnerinnen und Einwohner befragt, könnt ihr deren Stimmung erfassen und ihre Beweggründe besser verstehen. Wie nehmen sie den Tourismus wahr? Welche positiven und negativen Auswirkungen auf den Ort und die eigene Lebensqualität erleben sie? Wo solltet ihr handeln? Mit den Ergebnissen erhaltet ihr eine fundierte Grundlage für eure Entscheidungen, um den Tourismus zukunftsfähig zu gestalten – im Einklang mit den Menschen, der Natur und den Bedürfnissen des Ortes oder der Region.

Gemeinsam für ein lebenswertes Mecklenburg-Vorpommern

Wenn ihr den Einwohnerinnen und Einwohnern vor Ort zuhört, sie ernst nehmt und in die Entwicklung des Tourismus einbindet, erhöht ihr die Chance für einen ausgewogenen Tourismus, von dem alle profitieren. Mit einer Einwohnerbefragung könnt ihr diesen Prozess aktiv steuern. Nutzt diese Chance, den Tourismus zu einem Gewinn für alle zu machen.

Bessere Entscheidungen, mehr Akzeptanz

So profitiert ihr von einer Einwohnerbefragung

✓ Lebensqualität für alle steigern

Ein Tourismus, der die Bedürfnisse der Bevölkerung berücksichtigt, kann dazu beitragen, die Lebensqualität und die Attraktivität eures Ortes zu steigern. Dadurch wird der Ort auch für Fachkräfte attraktiver und Gäste werden die positive Stimmung ebenso bemerken.

✓ Herausforderungen frühzeitig erkennen

Wenn ihr mögliche Konfliktfelder frühzeitig erkennt und gesteuert, könnt ihr Unzufriedenheit und Eskalationen vermeiden und entsprechend handeln, um die Akzeptanz für den Tourismus zu erhöhen.

✓ Strategische Entscheidungen sicher treffen

Die gesammelten Daten bieten euch wertvolle Einblicke in die Wahrnehmung und die Bedürfnisse der Einwohnerinnen und Einwohner. Auf dieser Grundlage könnt ihr lokale Tourismusstrategien (weiter)entwickeln und gezielte Maßnahmen ableiten.

✓ Dialog und Vertrauen stärken

Die Ergebnisse der Befragung schaffen eine zuverlässige Grundlage für den Austausch zwischen der Bevölkerung, der Verwaltung und der Politik. So entsteht Vertrauen als Basis für die Akzeptanz gegenüber Entscheidungen im Tourismus.



© TMV/Gross

✓ Praxisnahe Empfehlungen erhalten

Aus den Ergebnissen einer Befragung könnt ihr Handlungsempfehlungen für Verbesserungen ableiten, beispielsweise in den Bereichen Infrastruktur, Freizeitangebote und Kommunikation.

Wir beraten euch gerne individuell.

Fundiert, praxisnah und relevant

Daten, mit denen ihr etwas bewegen könnt

✓ Wissenschaftlich fundiert

Die Einwohnerbefragung basiert auf validierten und praxiserprobten Modulen, die kontinuierlich weiterentwickelt werden. Ihr erhaltet zuverlässige und repräsentative Erkenntnisse zur Tourismusakzeptanz und Lebensqualität vor Ort.

✓ Vergleichbare Ergebnisse

Durch standardisierte Fragen könnt ihr eure Ergebnisse mit denen anderer Destinationen vergleichen und Best Practices adaptieren sowie euer Destinationsmarketing und -management optimieren.

✓ Flexibel anpassbar

Ihr könnt aus mehreren thematischen Modulen, wie Lebensqualität, Wohnortverbundenheit oder Nachhaltigkeit, das Modul auswählen, das euch besonders interessiert. Je nach Zielgruppe und der Größe eures Ortes habt ihr die Möglichkeit, die Befragung online, telefonisch und/oder postalisch durchzuführen.

✓ Konkrete Empfehlungen

Die wissenschaftlich unterstützte Auswertung liefert konkrete Erkenntnisse sowie praxisnahe Empfehlungen für die Politik, die Verwaltung und die Tourismusakteure vor Ort.

✓ Langfristiger Mehrwert

Durch kontinuierliche Weiterentwicklung bleiben die Inhalte stets aktuell und relevant. Der Austausch mit anderen Destinationen schafft eine gemeinsame Basis für nachhaltige Entwicklung.

Wissenschaftliche Partner
(Kontakt und Ansprechpersonen siehe Seite 23):

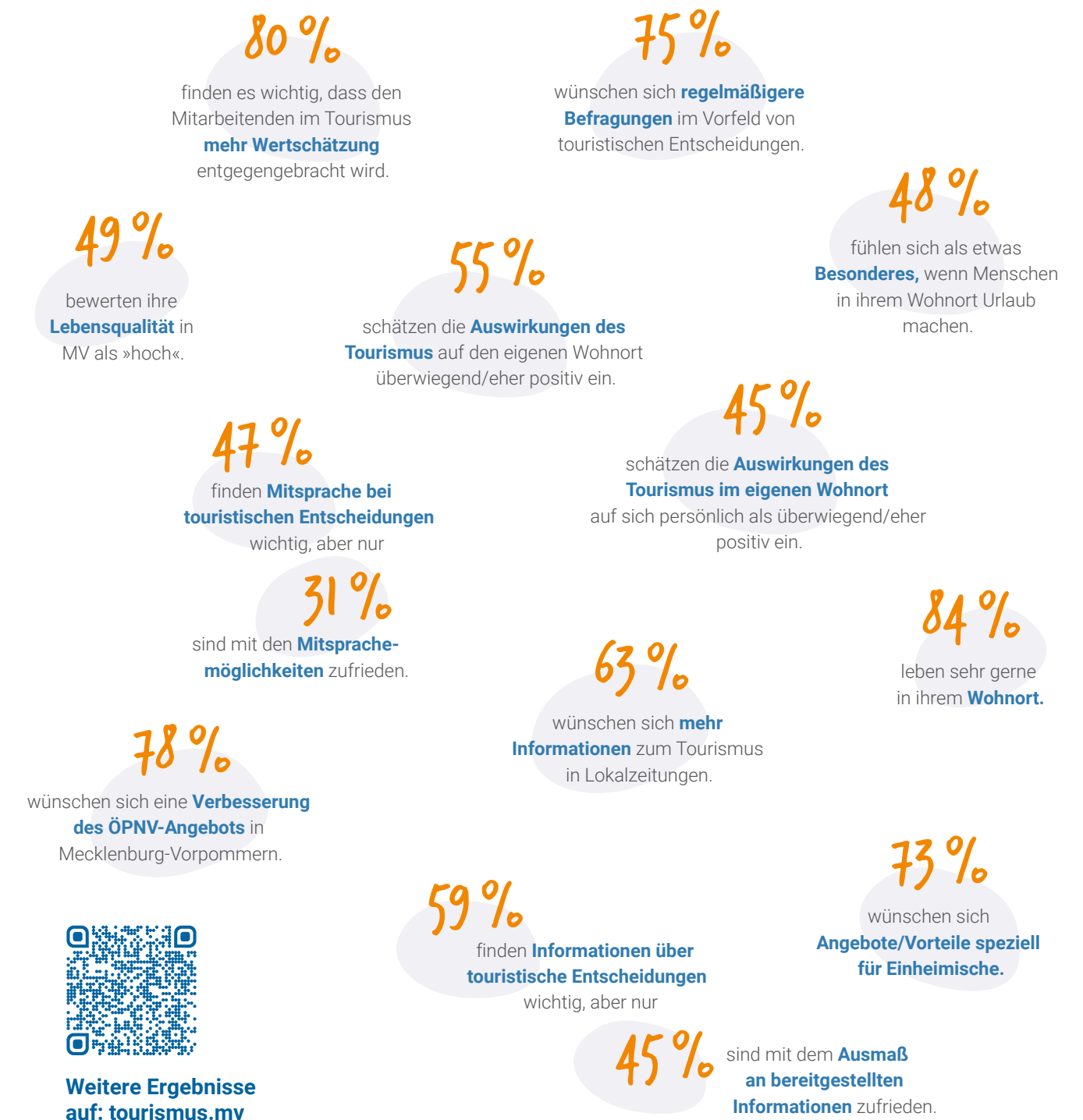
DI Tourismusforschung

Deutsches Institut
für Tourismusforschung

dwif
WEGWEISEND IM TOURISMUS

Gemeinde, Amtsbereich
oder größere Region:
Das Untersuchungsgebiet
bestimmt ihr.

Ausgewählte Erkenntnisse aus den Einwohner- befragungen in MV



Quellen: dwif (2024): Tourismusakzeptanzstudie in Mecklenburg-Vorpommern, München.
TouristiCon (2024): Lebensqualitätsstudie Mecklenburg-Vorpommern, Heide.

Die Befragung, die zu euch passt

Leistungsstufen für eure Bedürfnisse

Die Einwohnerbefragung ist modular aufgebaut. Ihr könnt die Leistungsstufe wählen, die euren Bedürfnissen am besten entspricht.

Optional könnt ihr noch diverse Zusatz-Module buchen und eure Befragung damit individuell erweitern und vertiefen.

Basis

Der kostengünstige Einstieg

Diese Stufe bildet die Grundlage der Befragung und liefert:

- **soziodemografische Hintergrundinformationen** (u. a. Wohnortdauer),
- **Tourismusakzeptanz Wohnort** (wahrgenommene Auswirkungen auf den Wohnort) und
- **Tourismusakzeptanz persönlich** (wahrgenommene Auswirkungen des Tourismus im eigenen Wohnort auf sich persönlich).

Weitere Informationen auf Seite 10

Plus

Der erweiterte Einblick in die Trends

Die Stufe umfasst die Basis-Module plus eins der frei wählbaren Themen-Module:

- **Tourismusakzeptanz XL** (detaillierte Erfassung der Tourismuswahrnehmung),
- **Lebens- und Aufenthaltsqualität** (Verbindung zwischen Tourismus und Lebensqualität),
- **Identifikation und Wohnortverbundenheit** (emotionale Bindung an den Wohnort) oder
- **nachhaltige Lebensraumentwicklung** (Tourismus im Kontext langfristiger Entwicklung).

Weitere Informationen auf Seite 11

Premium

Die maßgeschneiderte Einwohnerbefragung

Die Stufe beinhaltet die Basis-Module plus ein Themen-Modul und eins der Schwerpunkt-Module:

- **individuelle Themenschwerpunkte**,
- **aktuelle offene Fragen** (z. B. Vertiefungsfragen aus vorangegangenen Fokusgruppen-Interviews),
- **Sinus-Milieu®-Boost** oder
- **Evaluation individueller Maßnahmen** (ab 2027).

Weitere Informationen auf Seite 14

Unsere
Empfehlung

	Basis	Plus	Premium
	5-minütige Einwohnerbefragung	15-minütige Einwohnerbefragung	20-minütige Einwohnerbefragung
Persönliche Beratung zur Durchführung	✓	✓	✓
Destinationsspezifische Vorbereitung	✓	✓	✓
Datenerhebung und Datenaufbereitung	✓	✓	✓
Anzahl der befragten Personen	mind. 250*	mind. 300*	mind. 300*
Sicherung, Auswertung und Interpretation	univariate Auswertungen	univariate Auswertungen	univariate und bivariate Auswertungen
Ergebnisaufbereitung als PDF-Chartbericht	✓	✓	✓
PDF-Kurzbericht mit Kernergebnissen	–	–	✓
Online-Interpretationsgespräch	30 Minuten	45 Minuten	60 Minuten
Basis-Module	inklusive	inklusive	inklusive
Themen-Module	–	1 frei wählbar	1 frei wählbar
Schwerpunkt-Module	–	–	1 frei wählbar
	ab 4.200 Euro (netto)	ab 7.200 Euro (netto)	ab 9.500 Euro (netto)

*abhängig von der Durchführbarkeit im Untersuchungsgebiet. Weitere Informationen auf S. 19

Die Basis-Befragung im Detail

Zuverlässige und kosteneffiziente Leistungen für den Einstieg

Mit der Basis-Stufe der Einwohnerbefragung könnt ihr die Tourismusakzeptanz in eurem Ort zuverlässig und kosteneffizient messen und langfristig beobachten.

Für wen eignet sich die Basis-Befragung?

Diese Leistungsstufe ist ideal für Kommunen und Regionen, die erste fundierte Erkenntnisse zur Tourismusakzeptanz gewinnen möchten oder sich ein jährliches Trendmonitoring wünschen.

Das bietet euch die Basis-Befragung

Ihr erhaltet erste Einblicke in die Wahrnehmung des Tourismus sowie in die soziodemografische Struktur eurer Bevölkerung. Da diese Befragung jährlich sowohl bundesweit als auch in Mecklenburg-Vorpommern durchgeführt wird, sind auch (teils anonymisierte) räumliche und zeitliche Vergleiche mit anderen Orten möglich.

Modul »Soziodemografische Hintergrundinformationen«

Fragen, die beantwortet werden können:

- Wer lebt in eurer Gemeinde bzw. in eurem Ort? Welche Hintergründe und Lebensumstände prägen die Meinungen zum Tourismus?

Themenblöcke:

- Allgemeine Quotierungsmerkmale (Alter, Geschlecht und Schulbildung)
- Allgemeine Lebensumstände, z. B. Wohnortdauer, Wohnsitzart, Kinder im Haushalt, Einkommen und wirtschaftlicher Bezug zum Tourismus, Urlaubsreisen

Modul »Tourismusakzeptanz Basis«

Fragen, die beantwortet werden können:

- Wie bewerten die Einwohnerinnen und Einwohner die Auswirkungen des Tourismus

Themenblöcke:

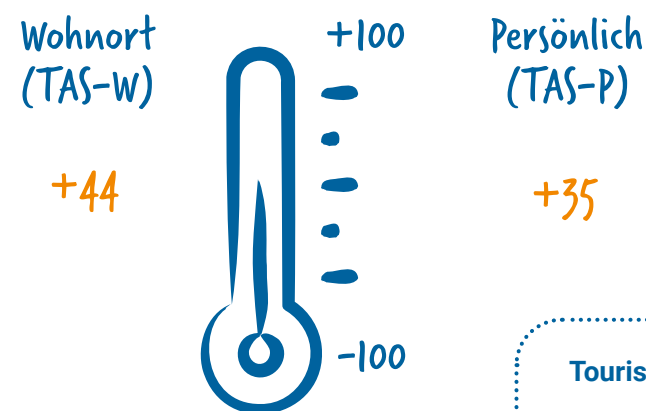
- Wahrnehmung der Auswirkungen des Tourismus im eigenen Wohnort auf den Wohnort und auf sich persönlich
- ggf. Gründe für Neutralhaltung

Info

Tourismusakzeptanz-Saldo:

Die Kennzahl auf einer Skala von -100 bis +100 gibt an, wie die Bevölkerung einer Destination zu den Auswirkungen des Tourismus auf ihren Wohnort und auf sich persönlich steht.

Wahrnehmung der Auswirkungen des Tourismus in MV 2024:



Die Plus-Befragung im Detail

Tiefere Einblicke für eine gezielte Destinationsentwicklung

Die Plus-Variante ermöglicht euch eine umfassendere Analyse, aus der ihr strategische Maßnahmen ableiten könnt.

Für wen eignet sich die Plus-Befragung?

Die Plus-Einwohnerbefragung ist ideal für Kommunen und Destinationen, die eine vertiefte Bestandsaufnahme und Ursachenforschung durchführen möchten. Sie eignet sich ebenfalls, wenn ihr eure Maßnahmen langfristig und im Rhythmus von drei bis fünf Jahren begleiten möchtet, um deren Wirkung zu überprüfen.

Das bietet euch die Plus-Befragung

Neben den bereits beschriebenen Modulen »Soziodemografische Hintergrundinformationen« und »Tourismusakzeptanz Basis« enthält die Plus-Variante Themen-Module, von denen ihr eins frei wählen könnt.



© TMV/Gänsicke

Stimmen aus dem Tourismus

»Tourismus ist auf Usedom von enormer wirtschaftlicher Bedeutung – sein Erfolg hängt aber davon ab, wie ihn die Menschen vor Ort erleben und mittragen. Mit der Einwohnerbefragung erhalten wir ein Stimmungsbild, aus dem wir konkrete Maßnahmen ableiten, um den Tourismus ausgewogen weiterzuentwickeln. So ist auch die Initiative »Sei Gast auf Deiner Insel« entstanden – als direkte Antwort auf den Wunsch vieler Einheimischer, stärker wertgeschätzt zu werden und das Wir-Gefühl auf unserer wunderschönen Insel zu fördern.«

Antonia Lesche

Geschäftsstellenleiterin,
Tourismusverband
Insel Usedom e. V.



© TVIU

Modul »Tourismusakzeptanz XL«

Dieses Modul liefert euch tiefergehende Einblicke, wie eure Einwohnerinnen und Einwohner den Tourismus persönlich wahrnehmen und akzeptieren. Die Ergebnisse helfen euch, die Balance zwischen den Bedürfnissen von Gästen und Einwohnern besser zu steuern.

Fragen, die beantwortet werden können:

- Wie bewerten eure Einwohnerinnen und Einwohner das aktuelle Gästeaufkommen in eurem Wohnort?
- Welche positiven und negativen Auswirkungen des Tourismus erleben sie konkret?
- Welche Maßnahmen sind vielversprechend, um die Tourismusakzeptanz zu erhöhen?

Themenblöcke:

- Wichtigkeit des Tourismus für Wohnort, Region und Bundesland
- Einstellung zur Anzahl und Art der Gäste, z. B. zu Übernachtungsgästen, Tagesgästen oder Geschäftsreisenden
- Wahrnehmung der Tourismusentwicklung, z. B. Entwicklung der Verkehrsinfrastruktur, Gastronomieangebot, Anzahl der Ferienwohnungen
- Positive und negative Effekte des Tourismus, z. B. Belastung der Natur, Verkehrsprobleme, Schaffung attraktiver Arbeitsplätze, Steigerung der Lebensqualität
- Wichtigkeit von Maßnahmen zur Steigerung der Tourismusakzeptanz, z. B. Verlängerung der Saisonzeiten und exklusive Angebote für Einheimische

Modul »Lebens- und Aufenthaltsqualität«

Mit diesem Modul könnt ihr die Rolle eurer Destination als Lebensraum beleuchten. Die Ergebnisse zeigen euch, wie Einwohnerinnen und Einwohner die Infrastruktur nutzen und bewerten sowie welche Maßnahmen die Aufenthaltsqualität verbessern können – auch über den Tourismus hinaus.

Fragen, die beantwortet werden können:

- Wie zufrieden sind die Einwohnerinnen und Einwohner mit der Lebens- und Aufenthaltsqualität in ihrem Wohnort?
- Welche touristischen und freizeitorientierten Angebote werden genutzt, und wie werden sie bewertet?
- Welche Faktoren beeinflussen das Sicherheitsgefühl und das Wohlbefinden im Wohnort?

Themenblöcke:

- Wahrgenommene Lebensqualität
- Zufriedenheit und Wichtigkeit zentraler Aspekte der Lebenssituation, z. B. wirtschaftliche Situation, gesellschaftliches Leben, naturräumliche Bedingungen
- Zufriedenheit mit und Wichtigkeit der Aufenthaltsqualität/Freizeitinfrastruktur, z. B. Ortsbild, Aufenthaltsmöglichkeiten, Sauberkeit
- Nutzung der (touristischen) Infrastruktur, z. B. Events/Großveranstaltungen, Radwege, ÖPNV
- Wohlbefinden/Sicherheitsgefühl, z. B. am Bahnhof, im Ortszentrum, in öffentlichen Anlagen, und Gründe für Unsicherheit, z. B. Bettelei, Menschenansammlungen, Vandalismus

Modul »Identifikation und Wohnortverbundenheit«

Dieses Modul beleuchtet die emotionale Bindung der Bevölkerung an ihren Wohnort und deren Bereitschaft zur Mitgestaltung. Es liefert euch wertvolle Hinweise darauf, wie ihr Stolz und Identifikation mit dem Tourismus stärken und die Partizipation der örtlichen Bevölkerung fördern könnt.

Fragen, die beantwortet werden können:

- Wie stark fühlen sich die Einwohnerinnen und Einwohner mit ihrem Wohnort und der Region verbunden?
- Welche Rolle spielen Lieblingsorte und regionale Besonderheiten für die Identifikation?
- Sind die Einwohnerinnen und Einwohner bereit, sich aktiv in die Entwicklung ihres Wohnorts/ihrer Region einzubringen?

Themenblöcke:

- Spontan-Assoziationen zum Wohnort und zu Lieblingsorten in der Region (offene Frage)
- Identifikation mit dem Wohnort und Stolz darauf, z. B.: »Es macht mich stolz, hier zu leben, und ich möchte anderen davon erzählen, was wir hier zu bieten haben.«
- Identifikation mit der Region
- Zufriedenheit mit und Relevanz von Möglichkeiten für Partizipation und Mitsprache, z. B. bei Informationen und Entscheidungen zur Tourismusentwicklung mit zwei vertiefenden Fragen zu den Informationsangeboten und den Beteiligungsmöglichkeiten
- Politische Einstellung (Sonntagsfrage)
- Bereitschaft und Mitwirkung in Vereinen und Ehrenämtern

Modul »Nachhaltige Lebensraumentwicklung« (ab 2027)

Dieses Modul hilft euch, die ökologische Nachhaltigkeit mit den Erwartungen und Wahrnehmungen der Einwohnerinnen und Einwohner in Einklang zu bringen. Ihr erfahrt, wie ihr Nachhaltigkeitsmaßnahmen besser kommunizieren und vor Ort umsetzen könnt.

Fragen, die beantwortet werden können:

- In welchem Maße sind die Einwohnerinnen und Einwohner bereit, sich für nachhaltige Entwicklungen einzusetzen?
- Wie werden Klimaschutzmaßnahmen und Nachhaltigkeitsbemühungen vor Ort wahrgenommen?
- Welche Erwartungen gibt es an den Tourismus im Hinblick auf Nachhaltigkeit?

Themenblöcke:

- Eigenes Nachhaltigkeits- und Umweltbewusstsein
- Wahrnehmung von Klima- und Umweltveränderungen, z. B. Starkregen, Wasserqualität, Hitzewellen
- Zufriedenheit mit und Relevanz von Maßnahmen zum Klima- und Umweltschutz, z. B. Begrünung von Fassaden, regionale Produkte, öffentliches Trinkwasserangebot
- Rolle des Tourismus für die Nachhaltigkeit im Ort, z. B. Zusammenarbeit von Tourismus und Naturschutz

Tipp: Für noch mehr Tiefe und Wirksamkeit könnt ihr die Plus-Studie um individuelle Schwerpunktanalysen und konkrete Handlungsempfehlungen ergänzen.

Die Premium-Befragung im Detail

Maximale Flexibilität und maßgeschneiderte Einblicke für strategische Entscheidungen

Mit der Premium-Variante genießt ihr maximale Flexibilität und Tiefe bei der Analyse der Tourismusakzeptanz und weiterer relevanter Themen. Individuell wählbare Befragungsbestandteile ermöglichen es euch, spezifische Schwerpunkte zu setzen, aktuelle Themen zu vertiefen und eigene Maßnahmen abzuleiten.

Für wen eignet sich die Premium-Befragung?

Diese Befragung eignet sich für euch, wenn ihr über grundlegende Analysen hinausgehen möchtet und maßgeschneiderte Einblicke benötigt, um strategische Entscheidungen zu treffen.

Das bietet euch die Premium-Befragung

Die Premium-Studie kombiniert die beiden Basis-Module und ein Themen-Modul mit einem exklusiven individuellen Schwerpunkt-Modul.



© TMV/Süß

Modul »Individuelle Themenschwerpunkte«

Ihr habt die Möglichkeit, eure destinationsspezifischen Herausforderungen, Chancen und Ziele in den Fragebogen zu integrieren. Wir beraten euch dabei gerne!

Fragen, die beantwortet werden können:

- Welche Themen bewegen eure Einwohnerinnen und Einwohner derzeit?
- Welche destinationsspezifischen Maßnahmen oder Angebote werden besonders wahrgenommen?
- Welche Chancen und Herausforderungen ergeben sich aus der aktuellen Tourismusentwicklung?

Mögliche Themenblöcke:

- Validierung von Aussagen aus Fokusgruppen oder Einzelinterviews
- Aktuelle Themenschwerpunkte eurer Destination
- Vertiefende Analysen für spezifische Zielgruppen

Modul »Offene Fragen«

Für spontane und tiefere Einblicke ergänzt euren Fragebogen um offene Fragen (W-Fragen). So erhaltet ihr qualitative Informationen, die euch standardisierte Befragungen nicht liefern können.

Fragen, die beantwortet werden können:

- Welche Wünsche und Anregungen haben die Einwohnerinnen und Einwohner für die zukünftige Destinationsentwicklung?
- Welche Herausforderungen werden spontan benannt, und welche Lösungen schlagen die Einwohnerinnen und Einwohner vor?
- Wie empfinden die Befragten ihre Rolle in der Tourismusentwicklung?

Mögliche Themenblöcke:

- Freie Assoziationen zu relevanten Themen
- Spontane Vorschläge und Ideen der Bevölkerung
- Ungefilterte Rückmeldungen zu konkreten Herausforderungen

Info

Zur Evaluierung von Fragen oder Vertiefung von Ergebnissen empfehlen wir das Zusatz-Modul »Fokusgruppen-Interviews«. Es ist optional zubuchbar.

Weitere Informationen auf Seite 17

Modul »Maßnahmenevaluation« (ab 2027)

Mit diesem Modul könnt ihr sowohl standardisierte als auch individuell entwickelte Maßnahmen auf ihre Wirksamkeit überprüfen.

Fragen, die beantwortet werden können:

- Welche Maßnahmen zur Tourismusentwicklung finden eure Einwohnerinnen und Einwohner wichtig?
- Wie erfolgreich sind aktuelle oder geplante Initiativen in der Wahrnehmung der Einwohnerschaft eurer Destination?
- Welche Anpassungen können die Maßnahmen noch effektiver machen?

Mögliche Themenblöcke:

- Bewertung der Wichtigkeit und Akzeptanz von Maßnahmen und Maßnahmenideen
- Analyse von Erfolgspotenzialen eurer Initiativen
- Empfehlungen zur Optimierung eurer Tourismusstrategie

Tipp: Bei einer Premium-Studie genießt ihr eine besonders umfangreiche Beratung.



© TMV/Petermann

Info

Der Sinus-Milieu®-Boost ist ein Angebot der SINUS Markt- und Sozialforschung GmbH, das gesondert angeboten und in Rechnung gestellt wird.

Modul »Sinus-Milieu®-Boost«

Der Sinus-Milieu®-Boost ermöglicht euch eine detaillierte Zielgruppenanalyse, bei der ihr tief in die Lebenswelten der Einwohnerinnen und Einwohner eintaucht. Dieses Schwerpunkt-Modul vermittelt euch ein besseres Verständnis von ihren gesellschaftlichen Werten, Einstellungen und sozialen Hintergründen und erlaubt einen Abgleich mit den Eigenschaften eurer Urlaubszielgruppen.

Fragen, die beantwortet werden können:

- Welche Werte und Bedürfnisse prägen eure lokalen Zielgruppen?
- Wie sind die Sinus-Milieus® in eurem Ort verteilt?
- Wie gut passen die Sinus-Milieus® der Einwohnerinnen und Einwohner zu denen eurer Gäste?
- Welche strategischen Maßnahmen tragen zu mehr Harmonie zwischen Gästen und Einheimischen bei?

Stimmen aus dem Tourismus

Thomas Kalweit

Geschäftsführer
Tourismusverband
Fischland-Darß-Zingst e. V.

»Einwohnerbefragungen beleuchten die Bedürfnisse einer sehr wichtigen Anspruchsgruppe. Uns ist es wichtig, die Meinung der Einheimischen einzuholen und gezielte Angebote, wie die Gästeführerwoche, daraus abzuleiten. Dies dient der Mitgestaltung im Tourismus und stärkt die Akzeptanz.«

Mit Zusatz-Modulen weitergehen

Individuelle Fragen, zusätzliche Perspektiven, vertiefte Analysen

Mit den Zusatz-Modulen könnt ihr eure Befragung individuell erweitern und gezielt vertiefen. Sie ermöglichen es, spezifische Fragestellungen zu bearbeiten, zusätzliche Perspektiven zu gewinnen und umfassendere Analysen durchzuführen. Ihr könnt sie unabhängig von der gewählten Leistungsstufe (Basis, Plus oder Premium) hinzubuchen.

Fokusgruppen-Interviews

In Fokusgruppen kommen vier bis sechs Personen zu einer moderierten Diskussion zusammen. Ziel ist es, verschiedene Perspektiven und Meinungen zu einem bestimmten Thema, insbesondere auf lokaler Ebene, zu sammeln. Die Gespräche können dazu dienen, thematische Schwerpunkte im Vorfeld der Einwohnerbefragung zu evaluieren oder im Anschluss an die Befragung die Ergebnisse und deren Ursachen zu analysieren. Ein Fokusgruppen-Interview dauert etwa zwei Stunden.

Vorteile:

- Gruppendynamik ermöglicht tiefere Einblicke und Überlegungen
- Kollektives Wissen wird sichtbar
- Minimierung von Intervieweffekten und sozial erwünschten Antworten

Ablauf:

- Erstellung eines Interviewleitfadens mit dem Auftraggeber



© TMV/Gänsicke

- Auswahl von Teilnehmenden nach bestimmten Kriterien, z. B. Tourismusverantwortliche, Personen mit/ohne Tourismusbezug etc. (über Kurzfragebogen)
- Durchführung von Fokusgruppen mit je vier bis sechs Teilnehmenden am Abend (alternativ Partner- oder Einzelinterviews)
- Niederschrift der Audioaufnahmen sowie softwaregestützte Kategorisierung und Auswertung der Inhalte
- Darstellung der Ergebnisse sowie der Methodik in einem PDF-Bericht
- Einstündiges Online-Gespräch zur Auswertung

Kosten:*

eine Fokusgruppe 4.500 € (netto),
ab zwei Fokusgruppen 3.500 € (netto) je Gruppe

* Exklusive: Raummiete, Verpflegung, Reisekosten der Interviewer, Incentivierung der Teilnehmenden

Weitere Informationen zu den Akzeptanzclustern findet ihr hier:



Akzeptanzcluster-Analyse

Dieses Modul liefert euch Informationen darüber, wie die Menschen in eurem Ort zum Tourismus stehen, und damit wichtige Erkenntnisse für eure Destinationsarbeit. Dafür identifiziert es die verschiedenen Akzeptanzcluster:

- Zustimmung und Engagement,
- konditionale Akzeptanz,
- Neutralität,
- persönlicher Zwiespalt sowie
- Ablehnung und aktive Gegnerschaft.

Für jedes Cluster gibt es ein steckbriefartiges Profil mit soziodemografischen Informationen. Zusätzlich bietet das Modul Kurzberichte und ausführliche Leitfäden. Wird es ergänzend zur Basis-Befragung gebucht, ist nur das soziodemografische Profil enthalten.

Kosten: ab 2.500 € (netto)

Fanny Holzhüter

Geschäftsführerin
Tourismusverband
Vorpommern e. V.



© TVV/Hilgendorf

Stimmen aus dem Tourismus

»Nachhaltiger Tourismus gelingt nur unter Einbeziehung der Menschen vor Ort. Befragungen geben uns ein wichtiges Bild über die Stimmung der Einwohner in unserer Region sowie Bedürfnisse und Erwartungen an den Tourismus. So können wir gezielt nach gemeinsamen Lösungen suchen, die Einwohner in relevante Entscheidungen einbeziehen und Vertrauen schaffen.«

Regressionsanalysen und bivariate sowie multivariate Zusatzauswertungen

Unsere Expertinnen und Experten nutzen Regressionsanalysen, um herauszufinden, welche Faktoren die Lebensqualität und die Akzeptanz des Tourismus beeinflussen. Sie identifizieren dabei sowohl positive Faktoren (Treiber) als auch negative Faktoren (Hemmnisse). Außerdem analysieren sie in bivariaten Auswertungen, wie sich die Veränderung einer Variable (z. B. Wohnortstolz) auf eine andere Variable (z. B. wahrgenommene Lebensqualität) auswirkt. Bei der multivariaten Auswertung betrachten sie, wie mehrere Variablen sich gegenseitig beeinflussen.

Kosten: 500 € (netto) je Regressionsanalyse

Handlungsempfehlungen

Auf der Basis der erhobenen Daten erhaltet ihr Empfehlungen für einfach umsetzbare Maßnahmen, um die Tourismusakzeptanz oder Lebensqualität in eurem Ort zu verbessern. Dazu werdet ihr auch persönlich beraten.

Preis auf Anfrage

Öffentliche Ergebnispräsentationen

Zu dem internen Ergebnisgespräch, das in der Befragung enthalten ist, könnt ihr auch öffentliche Präsentationen hinzubuchen. Diese transparente Darstellung fördert den Dialog mit der Öffentlichkeit und eignet sich besonders gut für Bürgerdialoge sowie politische Gespräche, beispielsweise in Gemeindefestungen.

Preis auf Anfrage

Methodik



© TMV/Gross

Unsere Einwohnerbefragung basiert auf sogenannten Quotenstichproben. So wird sichergestellt, dass bestimmte Merkmale oder Eigenschaften der lokalen Bevölkerung in der Stichprobe enthalten und die Ergebnisse repräsentativ sind. Für eine hohe Ergebnisqualität prüft das Feldinstitut vor jeder Befragung die Bedingungen in eurer Destination. Unsere Expertinnen und Experten beraten euch umfassend zu den Möglichkeiten und wählen die für euch beste Erhebungsmethode aus.

Wahl der Erhebungsmethodik

Die Kosten und die zu erwartende Rücklaufquote hängen von der gewählten Methode ab.

Untersuchungsgebiete mit einer Einwohnerzahl über 50.000: Bei dieser Größenordnung empfehlen wir eine hybride Erhebung, bei der telefonische Interviews mit einer Online-Befragung kombiniert werden. Diese Methode ermöglicht es, viele Menschen zu erreichen und Verzerrungen in der Auswahl der Befragten minimieren.



© TMV/Gross

Untersuchungsgebiete mit einer Einwohnerzahl unter 50.000: In diesem Fall wird individuell geprüft, ob die Kombination aus telefonischen Interviews und Online-Befragung ausreicht oder ob zusätzlich ein postalischer Einwurf notwendig ist. Alternativ sind Vollerhebungen oder Quotenstichproben möglich.



Telefonische Befragungen

Mit telefonischen Befragungen lassen sich alle Altersgruppen gut erreichen. Die Teilnehmenden werden aus einer der führenden Adresslisten in Deutschland ausgewählt.

Vorteile:

- Auch digital schwer erreichbare Gruppen wie ältere Menschen werden gut erreicht.
- Durch die gestützte Befragungsmethodik sind mehr Menschen bereit teilzunehmen.
- Die Kombination aus Festnetz- und Mobilfunknummern sorgt für eine umfassende Erfassung aller Altersgruppen.
- Durch geschulte Interviewer und bewährte Standards sind die Daten zuverlässig.



Online-Befragungen

Online-Befragungen sind eine kostengünstige Möglichkeit, Daten zu erheben. Die Teilnehmenden werden aus einer Gruppe von Personen ausgewählt, die sich freiwillig für Umfragen angemeldet haben.

Vorteile:

- Online-Befragungen verursachen geringere Kosten verglichen mit anderen Erhebungsmethoden.
- Die Ergebnisse können in kurzer Zeit generiert werden.
- Die Methode eignet sich besonders gut für jüngere bis mittlere Altersgruppen.
- Die Fragebögen können multimedial aufbereitet werden.



Postalischer Einwurf

Der postalische Einwurf ist eine gute Ergänzung, besonders in kleineren Gemeinden. Die Verteilung kann über einen Postdienstleister (z. B. Dialogpost) oder eigenständig (z. B. Adressauszug aus Melderegister) erfolgen. Rückläufe sind online, telefonisch und schriftlich möglich, wobei der telefonische und der schriftliche Weg teurer sind.

Vorteile:

- Ihr könnt bestimmte Haushalte oder alle Haushalte in eurem Wohnort auswählen.
- Gedruckte Einladungen sind sichtbarer und länger präsent als digitale Einladungen.
- Die Möglichkeit von digitalen, telefonischen oder postalischen Antworten vereinfacht die Teilnahme.
- Eine eigene Verteilung stärkt den regionalen Bezug und wird vor Ort besser akzeptiert.



© TMV/Gross

Ablauf einer Einwohnerbefragung

Die Erstberatung und Machbarkeitsprüfung sind für euch kostenlos.



FAQ

1. Wann erhalten wir die Ergebnisse und den Auswertungsbericht?

Nach der Datenerhebung erfolgt die Auswertung und Aufbereitung in der Regel innerhalb von vier bis sechs Wochen. Der Ergebnisbericht wird anschließend als PDF-Dokument bereitgestellt. In einem Online-Interpretationsgespräch werden die Ergebnisse erläutert und können auf Wunsch als Präsentation öffentlich vorgestellt werden.

2. Welche Vorteile bringt uns die Teilnahme an der Studie?

Die Studie zeigt euch, wie Einwohnerinnen und Einwohner die Tourismusentwicklung im eigenen Wohnort wahrnehmen. Sie unterstützt euch dabei, Stärken und Schwächen zu identifizieren, um den Tourismus nachhaltig zu gestalten und die Zufriedenheit der Bevölkerung zu erhöhen. Ihr könnt die Ergebnisse für strategische Entscheidungen und Förderanträge nutzen.

3. Wie wird die Datenerhebung und -auswertung durchgeführt?

Die Daten werden je nach euren Bedingungen, wie der Einwohnerzahl, auf verschiedene Weise erhoben. Ein standardisierter Fragebogen, der bei Bedarf angepasst werden kann, dient als Grundlage. Nach der Datenerhebung werden die Ergebnisse ausgewertet und in einem Bericht zusammengefasst.

4. Was kostet uns die Durchführung der Studie?

Die Kosten hängen von den gewünschten Leistungsstufen, der Anzahl der Teilnehmenden (Stichprobe) und den gewählten Zusatzleistungen (wie Fokusgruppen oder Ergebnispräsentationen) ab. In einem telefonischen Vorgespräch klären wir die Details und erstellen euch ein individuelles Angebot.

5. Was genau ist die Tourismusakzeptanz?

Tourismusakzeptanz misst die wahrgenommenen Auswirkungen des Tourismus auf den eigenen Wohnort bzw. die Menschen persönlich. Sie zeigt, ob sie den Tourismus gut oder schlecht finden und wie sie die Auswirkungen auf ihren Alltag, ihren Wohnort und ihre Umwelt einschätzen.

6. Warum ist es wichtig, die Tourismusakzeptanz zu messen?

Die Daten unterstützen euch dabei, die Bedürfnisse von Gästen, Einheimischen und der Natur in Einklang zu bringen. Ihr könnt Probleme frühzeitig erkennen und gezielt angehen. Auf lange Sicht verbessert ihr so die Lebensqualität in eurem Ort und werdet attraktiver für Einheimische, Fachkräfte und Gäste.

7. Können wir den Fragebogen an die Besonderheiten unserer Kommune oder Destination anpassen?

Ja, der Fragebogen ist modular aufgebaut und kann angepasst werden. Details werden mit euch in einem Beratungsgespräch besprochen.

8. Was passiert, wenn wir nachträglich weitere Auswertungen wünschen?

Ihr könnt jederzeit zusätzliche Analysen wie Kreuztabellen, Regressionsanalysen oder zielgruppenspezifische Auswertungen hinzubuchen. Auch Workshops oder Webinare zur vertiefenden Auseinandersetzung mit den Ergebnissen sind möglich.

9. Wie stellt ihr sicher, dass die Ergebnisse repräsentativ sind?

Die Befragung basiert auf einer Quotenstichprobe, welche die Bevölkerung entsprechend den Merkmalen Geschlecht, Alter, Schulbildung und Wohnort widerspiegelt. Bei Bedarf werden nachträgliche Gewichtungungen eingesetzt. Ein Vortest mit mindestens 50 Teilnehmenden und eine sorgfältige Auswahl gewährleisten zuverlässige Ergebnisse.

10. Wer führt die Befragung durch?

Die Datenerhebung wird von der info GmbH durchgeführt, einem erfahrenen Partner für repräsentative Befragungen. Bei Fokusgruppen-Interviews arbeiten wir zusätzlich mit der TouristiCon GmbH und dwif-Consulting GmbH zusammen. Zudem begleitet uns wissenschaftlich das Deutsche Institut für Tourismusforschung (FH Westküste).

Kontakt und Ansprechpersonen

Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V.

Der **Tourismusverband Mecklenburg-Vorpommern e. V. (TMV)** ist der Dachverband der Tourismuswirtschaft in Mecklenburg-Vorpommern und vermittelt die Interessen des Landes sowie der touristischen Unternehmen und Organisationen. Zu seinen Kernaufgaben zählen die Ansprache neuer Gäste, die Entwicklung moderner Angebote und die Sicherung der Qualität. Der Verband arbeitet dabei eng mit Regionalverbänden, Branchenverbänden und Unternehmen des Landes zusammen und kooperiert mit Politik und Verwaltung sowie nationalen und internationalen Netzwerken, um die Tourismuswirtschaft als wesentlichen und zukunftssträchtigen Wirtschaftszweig in Mecklenburg-Vorpommern zu fördern.

Ansprechpartner: Matthias Pens
Telefon: +49 381 40 30-677
E-Mail: m.pens@auf-nach-mv.de
Website: tmv.tourismus.mv

Deutsches Institut für Tourismusforschung / TouristiCon GmbH

Das **Deutsche Institut für Tourismusforschung (DI Tourismusforschung, FH Westküste)** ist ein interdisziplinäres Forschungsinstitut, das sich auf die Untersuchung des Reiseverhaltens, der Auswirkungen des Tourismus auf Gesellschaft, Ökonomie und Ökologie sowie der strategischen Entwicklung von Destinationen und Institutionen spezialisiert hat. Durch die enge Verzahnung von Forschung und Lehre fördert das DI Tourismusforschung den Austausch zwischen Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft und trägt zur nachhaltigen Entwicklung des Tourismus bei. Die Tourismusakzeptanzstudie wurde 2019 im Rahmen eines Forschungsprojektes entwickelt und wird seither jährlich auf Bundesebene durchgeführt und weiterentwickelt. Seit 2022 erfolgt zudem die Untersuchung des Zusammenhangs zwischen Lebensqualität, Wohnortidentifikation und Tourismus. Das DI Tourismusforschung ist wissenschaftlich beratend in diesem Projekt tätig.

Die **TouristiCon GmbH** übernimmt die Gesamtprojektkoordination und -planung, methodische Beratung sowie die Vorbereitung und Durchführung von Fokusgruppen, die Auswertungen der Themen- und Schwerpunktmodule, die Durchführung von Webinaren und Ergebnispräsentationen sowie die Ableitung von Handlungsempfehlungen. Die TouristiCon GmbH agiert als Transfergesellschaft zwischen Wissenschaft und praktischer Anwendung.

Ansprechpartnerin: Dr. Sabrina Seeler
Telefon: +49 481 8555 595
E-Mail: seeler@fh-westkueste.de
Website: di-tourismusforschung.de



© FH Westküste

dwif-Consulting GmbH

Das **dwif** ist eine führende Tourismusberatung, die mit fundierter Expertise in den Bereichen Destinationsmanagement, Marktforschung, Infrastrukturentwicklung, Betriebsberatung und ökonomischen Analysen überzeugt. Zum Kund*innenkreis gehören Destinationsmanagement-Organisationen, touristische Betriebe, Verbände, Kultur- und Freizeitwirtschaft, Gastgewerbe sowie Finanzdienstleister und öffentliche Institutionen aus ganz Deutschland. Mit praxisnahen Lösungen und datenbasierten Ansätzen unterstützt das dwif seine Partner dabei, zukunftsfähige Strategien zu entwickeln. Seit 2023 kooperiert die **dwif-Consulting GmbH** mit der **TouristiCon GmbH** und dem **DI Tourismusforschung** bei Fragestellungen rund um das Thema Tourismusakzeptanz. Die dwif-Consulting GmbH ist verantwortlich für die Auswertung des Basismoduls, weiterführende Analysen der Tourismusakzeptanzcluster, die Durchführung von Webinaren und Ergebnispräsentationen sowie die Ableitung von Handlungsempfehlungen.

Ansprechpartnerin: Leonie Scherer
Telefon: +49 89 237 028 9-26
E-Mail: l.scherer@dwif.de
Website: dwif.de



© Katina Raschke

Weitere Informationen und Tipps gibt's auf
strategie.tourismus.mv/tourismusakzeptanz



Tourismusverband
Mecklenburg-Vorpommern e. V.
2025