

PRESSEMITTEILUNG



Mecklenburg-Vorpommern
Ministerium für Wirtschaft,
Infrastruktur, Tourismus
und Arbeit

Eine Pressemitteilung der MV Tourismus GmbH

Sommerbilanz im Tourismus: Mehr Gäste, aber weniger Zufriedenheit bei den Gastgebenden

Amtliche Statistik: Zweitbestes Ergebnis seit 1990 in den ersten sieben Monaten / Mecklenburg-Vorpommerns Übernachtungsentwicklung über Deutschlandniveau / Branchenumfrage der MV Tourismus GmbH für den Sommer 2026: Jeder zweite Gastgebende mit der Saison zufrieden / So reagieren Unternehmen auf aktuelle Trends im Tourismus / Noch verhaltene Erwartungen für den Herbst

Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern ist weiterhin sehr gefragt. Das zeigen die Zahlen per Juli 2026, die jetzt vom Statistischen Amt MV vorliegen. Demnach wurden 4,8 Millionen Ankünfte (+4,3 Prozent) und 18,9 Millionen Übernachtungen (+1,6 Prozent) verzeichnet. Damit liegt Mecklenburg-Vorpommern in der Übernachtungsentwicklung über den Werten für ganz Deutschland (Dtl.: +0,8 Prozent im Vergleich zum Vorjahr bei 282 Millionen Übernachtungen). Der Minister für Wirtschaft, Infrastruktur, Tourismus und Arbeit Mecklenburg-Vorpommerns, Dr. Wolfgang Blank: „Der gute Saisonverlauf zeigt, wie attraktiv Mecklenburg-Vorpommern als Urlaubsland ist. Die erfreulichen Gäste- und Übernachtungszahlen dürfen aber nicht über die großen Herausforderungen für die Branche hinwegtäuschen. Steigende Kosten belasten die Betriebe, gleichzeitig sind viele Gäste zurückhaltender beim Geldausgeben. Umso wichtiger ist es, neue Zielgruppen zu erschließen und mehr internationale Gäste für Mecklenburg-Vorpommern zu gewinnen. Dabei haben wir auch im ländlichen Raum großes Potenzial. Zugleich wollen wir auch noch mehr attraktive, wetterunabhängige Angebote schaffen. Denn

WM

Schwerin, 06.10.2026

Nummer: 167/2026

Ministerium für Wirtschaft, Infrastruktur,
Tourismus und Arbeit
Mecklenburg-Vorpommern
Johannes-Stelling-Straße 14
19053 Schwerin

Telefon: 0385 / 588-15065
Mobil: 01520/1550892
E-Mail: presse@wm.mv-regierung.de
Internet: www.wm.mv-regierung.de

V. i. S. d. P.: Jonas Bohl

Mecklenburg-Vorpommern ist nicht nur im Sommer eine Reise wert: Bei uns in MV hat die Saison 365 Tage.“

Der Geschäftsführer der MV Tourismus GmbH, Peter Kranz, ergänzte: „Wir freuen uns, dass MV auch in diesem Sommer wieder viele Gäste im Urlaubsland begrüßen konnte. Dabei fällt zunächst der zuletzt leicht gestiegene Anteil von Gästen aus dem Ausland auf, die ihre wertvolle Freizeit zwischen Ostseeküste und Seenplatte verbracht haben. Gleichwohl ist die Entwicklung weiter volatil, vor allem wenn man sich die Quellmärkte genauer anschaut. Wir arbeiten mit unseren Partnern daran, die hoffnungsvollen Zeichen dieses Jahres bei den internationalen Gästeankünften zu verstetigen und perspektivisch auch wieder mehr Übernachtungen zu generieren. Für ein Wachstum in diesem Segment brauchen wir unbedingt Impulse für unsere Infrastruktur. Die Themen Erreichbarkeit und nachhaltige Mobilität sind hier für die Zukunft entscheidend.“

Der Präsident des DEHOGA MV, Lars Schwarz, fügte hinzu: „Bei den aktuellen Übernachtungszahlen darf nicht außer Acht gelassen werden, wie angespannt die wirtschaftliche Lage vieler Betriebe tatsächlich ist. Mehr Gäste oder Übernachtungen bedeuten längst nicht automatisch mehr Umsatz und schon gar nicht mehr Gewinn. Unsere Umfrage zeigt: Das Gastgewerbe steuert derzeit auf das siebte Verlustjahr in Folge zu. Fakt ist auch, dass die Betriebe nicht dauerhaft steigende Personal-, Energie- und Lebensmittelposten auffangen können, während gleichzeitig die Umsätze unter Druck stehen. Die Branche braucht daher endlich Entlastung und verlässliche Rahmenbedingungen, um zukunftsfähig zu sein. Dazu gehören der Erhalt der Minijobs, eine Flexibilisierung der Wochenarbeitszeit und ein konsequenter Abbau von Bürokratie.“

MV-T-Branchenumfrage Sommer 2026: Jeder zweite Gastgeber mit der Saison zufrieden Neben den amtlichen Zahlen liegen jetzt auch die Ergebnisse der aktuellen Branchenumfrage der MV Tourismus GmbH mit rund 260 Teilnehmenden, darunter Beherbergungsbetriebe, gastronomische Einrichtungen, Freizeit- und Erlebnisanbieter sowie Tourist-Informationen und Kurverwaltungen vor. Demnach zeichnet sich sowohl für das erste Halbjahr als auch für den Verlauf der Hauptsaison ein insgesamt positives und zugleich differenziertes Bild ab. Die Hälfte der befragten Betriebe (vgl.: 2025: 53 Prozent) zeigen sich sehr zufrieden oder zufrieden mit dem Verlauf der Hauptsaison. 24 Prozent äußerten sich neutral (vgl.: 2025: 22 Prozent); 27 Prozent sind unzufrieden oder sehr unzufrieden (vgl.: 2025: 24 Prozent).

Ähnlich, wenngleich etwas verhaltener, zeigt sich die Einschätzung für das erste Halbjahr: 39 Prozent der Betriebe sind sehr zufrieden oder zufrieden (vgl.: 2025: 45 Prozent); 23 Prozent verhalten sich neutral; 38 Prozent sind unzufrieden oder sehr unzufrieden (vgl.: 2025: 29 Prozent). Dazu der Geschäftsführer der MV Tourismus GmbH, Peter Kranz: „Der Sommer wirkt stark; aber die Herausforderungen bleiben. Für eine höhere Gesamtzufriedenheit der Gastgebenden über das Jahr hinweg, wird auch die Nebensaison und deren Untersetzung mit attraktiven, qualitativ hochwertigen Angeboten eine immer größere Rolle spielen.“

Trotz der relativ guten Einschätzung der Hauptsaison haben sich laut den Befragten betriebswirtschaftliche Kennziffern wie Umsatz und Ertrag in der Hauptsaison für einen größeren Teil der befragten Unternehmen rückläufig entwickelt.

Wirtschaftliche Lage etwas positiver bewertet

42 Prozent der touristischen Betriebe schätzten die aktuelle wirtschaftliche Lage als sehr gut und gut ein, 42 Prozent verhielten sich neutral; 17 Prozent der Befragten schätzten die aktuelle wirtschaftliche Lage als schlecht und sehr schlecht ein. Damit ist diese Einschätzung etwas positiver im Vergleich zur letzten Branchenumfrage im Frühjahr dieses Jahres (vgl.: <https://urlaubsnachrichten.de/artikel/mv-zu-himmelfahrt-und-pfingsten-gut-gebucht>). Die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen wie die Inflation, die Energie- und Personalkosten sowie die Bürokratie und die Steuerbelastung wirken sich laut Umfrage stark auf das aktuelle Geschäft aus. „Klar ist: Die Tourismusbranche in Mecklenburg-Vorpommern steht im Wettbewerb. Klare Strukturen und deren verlässliche Finanzierung, die Verbesserung der Rahmenbedingungen und das gemeinsame Bewusstsein für den Tourismus als zentraler Wirtschaftsbranche des Landes – das sind Schlüssel für die künftige Entwicklung. Daran sollten wir gemeinsam mit allen Partnern in Politik, Branche und Gesellschaft arbeiten“, sagte Kranz.

Jedes dritte Unternehmen vom Arbeitskräftemangel betroffen

Rund jedes dritte Unternehmen (33 Prozent) ist laut Umfrage vom Arbeitskräftemangel betroffen.

Das sind etwas mehr als im Vorjahreszeitraum (vgl.: 2025: 31 Prozent). Den betroffenen Unternehmen fehlen vor allem Arbeitskräfte im Service (51 Prozent), in der Küche (46 Prozent) und im Housekeeping (39 Prozent).

Preise für Urlaub in Mecklenburg-Vorpommern gestiegen

Die touristischen Angebote wurden im Vergleich zum Vorjahreszeitraum im Durchschnitt um 7,2 Prozent teurer. Während 17 Prozent der befragten Betriebe ihre Preise im Vergleich zum Vorjahreszeitraum gesenkt haben und 10 Prozent die Preise konstant gehalten haben, haben 73 Prozent ihre Preise erhöht.

Rund 40 Prozent der Gastgebenden stellen sich auf internationale Gäste ein

Rund 40 Prozent der Gastgebenden halten Angebote für internationale Gäste bereit. Das sind vornehmlich digitale Zahlungsmöglichkeiten (77 Prozent), mehrsprachiges Info-Material (57 Prozent), mehrsprachige Internetseiten (42 Prozent), mehrsprachige Speisekarten (27 Prozent) sowie spezielle Speisen und Getränke (20 Prozent).

Marketingarbeit im Verbund (Markt-Pools) soll fortgesetzt werden

Die MV Tourismus GmbH strebt eine Weiterführung der seit Ende 2024 bestehenden so genannten internationalen Markt-Pools an, um mehr Gäste aus dem Ausland für Mecklenburg-Vorpommern zu begeistern. Derzeit engagieren sich dafür 56 Teilnehmende, darunter Regionalverbände, Erlebnisanbieter und Beherberger gemeinsam mit der MV-T. In der Schweiz und in Österreich etwa setzt die Gesellschaft auf den Reisetrend „Coolcation“; in Polen sollen vor allem Gäste angesprochen werden, die Ruhe und Erholung suchen. Bei einem Workshop wurden erst kürzlich Veranstalter in Stockholm direkt angesprochen und mit touristischen Angeboten in Mecklenburg-Vorpommern vertraut gemacht.

Zahlreiche Aktionen mit einer Gesamtreichweite von bisher 91 Millionen wurden seit Bestehen der Markt-Pools und werden in diesem Jahr noch umgesetzt; darunter Events in Warschau, Wien, Zürich und Antwerpen, die Kampagne „Grenznaher Tourismus“ mit Onlineartikeln bei gazeta.pl, ein FAMTrip mit rund zehn polnischen Reiseveranstaltern, die sich Urlaubsangebote im Nordosten ansehen, sowie eine Kampagne mit dem Titel „Næste stop: Tyskland“, die mit Advertorials in der dänischen Tageszeitung Berlingske und einer digitalen Out-of-Home-Kampagne, sprich Außenwerbung an öffentlichen, stark frequentierten Orten, untersetzt ist.

Der österreichische Veranstalter Eurotours meldete eine 80-prozentige Auslastung aller 19 wöchentlichen Charterflüge von Wien nach Rostock-Laage über die komplette Sommersaison 2026 und konnte und somit fast 2.000 österreichische

Urlauberinnen und Urlauber in die Region rund um Rostock bringen.

So reagieren Gastgebende im Urlaubsland auf Trends im Tourismus

Erstmals wurde im Rahmen der Branchenumfrage auch der Umgang mit aktuellen Trends im Tourismus abgefragt. Demnach beobachten 18 Prozent der Gastgebenden, dass Gäste Mecklenburg-Vorpommern gezielt als Alternative zu wärmeren Reisezielen wählen (Coolcation). 25 Prozent dieser Betriebe haben ihre Kommunikation bereits darauf ausgerichtet, weitere 30 Prozent planen dies ein.

14 Prozent haben den Eindruck, dass Gäste zunehmend über KI-Tools oder digitale Sprachassistenten auf ihre Angebote aufmerksam werden. 56 Prozent dieser Betriebe haben bereits in diesem Zusammenhang in ihre digitale Infrastruktur investiert, 29 Prozent planen dies.

31 Prozent beobachten mehr Gäste, die Arbeit und Urlaub miteinander verbinden (Workation). 61 Prozent dieser Betriebe bieten dafür bereits spezielle Angebote an, 18 Prozent planen solche Angebote.

38 Prozent beobachten einen bewussten Verzicht auf angebotene Programmbausteine und digitale Geräte (Digital Detox). 17 Prozent dieser Betriebe bieten dafür bereits passende Pakete oder Erlebnisse an. Bei 10 Prozent ist dies in Planung.

39 Prozent beobachten eine Zunahme von Reisegruppen, die aus mehreren Generationen bestehen.

58 Prozent dieser Betriebe haben dafür bereits Angebote, neun Prozent planen diese.

Neun Prozent beobachten eine wachsende Nachfrage nach Kursen oder Workshops zum Erlernen neuer Fähigkeiten (Skillcation). 82 Prozent dieser Betriebe bieten solche Lernerlebnisse bereits an, 14 Prozent planen entsprechende Angebote.

22 Prozent sehen ein aktives Interesse der Gäste daran, mit der Reise etwas Positives für die Region zu bewirken (Regenerativer Tourismus). 59 Prozent dieser Betriebe bieten dafür bereits passende Angebote an, 15 Prozent planen solche Angebote.

Ausblick: Erwartete Auslastung für die kommenden Monate

Sowohl für den Oktober (2026: 48 Prozent; 2025: 51 Prozent); als auch für den November (2026: 23 Prozent; 2025: 25 Prozent) liegt die erwartete Auslastung etwas niedriger als im Vorjahreszeitraum.

„Die aktuelle Herbstnachfrage ist ein deutschlandweites Phänomen. Der so genannte Urlaubsplanungsindex (UPI), der als Indikator für die kurzfristigen Urlaubsreiseabsichten dient und 2025 erstmals vom Deutschen Institut für Tourismusforschung an der FH Westküste und dem Deutschen Tourismusverband erhoben wurde, liegt mit 81 Punkten unter dem Referenzwert aus dem Herbst 2025 (100 Punkte)“, schätzte Peter Kranz ein. Die gesamtwirtschaftliche Lage, insbesondere die hohen Preise etwa für Benzin und Diesel, wirkten sich längst auch auf das Buchungsverhalten aus.

„Herbstlich Willkommen“: MV Tourismus GmbH wirbt für Urlaub nach dem Sommer

Mit herbstlichen Naturerlebnissen in Nationalparks und Kulturangeboten in Schlössern und Städten wirbt die MV Tourismus GmbH (MV-T) für einen Herbsturlaub in Mecklenburg-Vorpommern und setzt damit Impulse für mehr Auslastung nach dem Sommer. Unter dem Slogan „Herbstlich Willkommen“ wird die Kampagne über einen Zeitraum von zwei Monaten in Form von OnlineWerbung deutschlandweit ausgespielt und analog mittels Plakaten und City-Light-Postern in sieben Städten im Bundesgebiet und in Mecklenburg-Vorpommern verstärkt. Im Fokus stehen Reisende aus Regionen mit kurzer Anreise nach Mecklenburg-Vorpommern, aber auch Einheimische. Tipps für den Herbsturlaub finden Interessierte unter auf-nach-mv.de/herbst-winter.

Qualität konsequent im Blick

Nachdem Koserow im letzten Jahr als dritter Ort in Mecklenburg-Vorpommern die Auszeichnung „Tourismusort Barrierefreiheit geprüft“ erhalten hat, engagiert sich jetzt die DSR Holding beim Thema Barrierefreiheit und setzt damit einen wichtigen Punkt: Die Holding lässt sieben ihrer Häuser Rostock | 06.10.2026 | Seite 7 von 8 nach den Vorgaben des bundesweit einheitlichen Labels „Reisen für Alle“ (RfA) durch die MV Tourismus GmbH zertifizieren. Insgesamt können Gäste in Mecklenburg-Vorpommern aus mehr als 160 Orten, Einrichtungen, Angeboten und sogenannten Urlaubsinspirationen wählen, die nach „Reisen für Alle“ zertifiziert sind. Lizenzgeber für das Zertifizierungssystem ist seit dem 1. Januar 2024 die Bayern Tourist GmbH. Lizenznehmer ist die MV Tourismus GmbH.

So lief es bei größeren und kleineren bewährten und neuen Veranstaltungen

Im August fand in Sassnitz auf der Insel Rügen die internationale Segelveranstaltung „SailGP“ zum zweiten Mal in Deutschland statt. Insgesamt war das Event, das auch im nächsten Jahr fortgeführt werden soll, mit rund 15.000 Besucherinnen und Besuchern ausverkauft. Der Usedom Beach Marathon, der erste Strandmarathon in Mecklenburg-Vorpommern auf der gleichnamigen Insel, zog im Juni dieses Jahres 300 Sportlerinnen und Sportler an. 210.000 Musikfans, darunter viele internationale Gäste, feierten am zweiten Juli-Wochenende die „Netherlands Edition“ des Formates Airbeat One in Neustadt-Glewe in der Region Mecklenburg-Schwerin. Das Festival für elektronische Musik begeisterte mit einer Bühnen-Show mit aufwändigen Licht-, Laser- und Videoinstallationen damit noch einmal mehr Musik-Fans als im letzten Jahr. Eine besondere Kunstaktion auf der Halbinsel Fischland-Darß-Zingst sorgte in diesem Jahr für Aufsehen: Aus Anlass der Feierlichkeiten rund um das 300-jährige Jubiläum der Prerower Seemannskirche wurde am 22. Mai 2026 für genau 72 Stunden das Gemälde „Mein Vater sieht einen Engel“ von Georg Baselitz präsentiert. Die Schau zog mehr als 6.000 Gäste an. Ein weiterer Anziehungspunkt waren auch die Feierlichkeiten in Ludwigslust: Allein zur Eröffnung des Goldenen Saales im Schloss kamen 8.700 Gäste.

Hintergrund: So verliefen die ersten sieben Monate

Betriebsarten:

In den ersten sieben Monaten vermeldeten sowohl die Hotels Zuwächse bei den Übernachtungen +0,9 Prozent, als auch die Hotels garnis (+1,0 Prozent), die Ferienwohnungen/-häuser (+1,7 Prozent), Jugendherbergen/Hütten (+8,3 Prozent) und die Campingplätze (+4,9 Prozent). Bei dem Vorsorge/Rehakliniken gab es einen leichten Rückgang bei den Übernachtungen (-0,1 Prozent).

Regionen:

In fast allen Reiseregionen gab es Zuwächse bei den Übernachtungen. Das stärkste Plus bei den Übernachtungen verzeichnete die Mecklenburgische Seenplatte (+5,0 Prozent), gefolgt von Usedom (+3,0 Prozent) und Vorpommern (Festland: +1,9 Prozent). Zudem gab es Zuwächse in Westmecklenburg (+1,7 Prozent), Rügen (+1,1 Prozent) sowie an der Mecklenburgischen Ostseeküste (+0,3 Prozent). In der Region Fischland-Darß-Zingst gab es leichte Rückgänge (-0,4 Prozent).

Etwas mehr internationale Gästeankünfte

Von Januar bis Juli 2026 meldete das Statistische Amt rund 214.000 Ankünfte (+5,5 Prozent im Vergleich zu 2025) und 561.000 Übernachtungen internationaler Gäste (-3,1 Prozent im Vergleich zu 2025). Übernachtungszuwächse gab es aus den Niederlanden (88.000 Übernachtungen; +15,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum), aus Dänemark (50.000 Übernachtungen; +0,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum) und Schweden (45.000; +1,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum). Polen (56.000 Übernachtungen, -11,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum), die Schweiz (84.000 Übernachtungen; -1,8 Prozent) und Österreich (45.000 Übernachtungen; -12,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum) verzeichneten Rückgänge.