

Besucherbefragung Christkindlesmarkt 2013

Mit 2,4 Millionen Besucherinnen und Besuchern war der Nürnberger Christkindlesmarkt 2013 in der Nürnberger Geschichte einer der erfolgreichsten Märkte überhaupt. Er ist sowohl Imageträger als auch bedeutender Wirtschaftsfaktor und Tourismusmagnet für Nürnberg.

Die Entwicklung der Weihnachtsstadt Nürnberg und der Marke Christkindlesmarkt ist dabei eine zentrale und permanente Aufgabe. Hierzu gehört es u. a. regelmäßig die Kundenzufriedenheit zu prüfen. Zuletzt wurden im Jahre 2006 eine nicht-repräsentative Besucherbefragung im Rahmen einer studentischen Diplomarbeit und im Jahre 2012 eine Busfahrerbefragung durchgeführt. Um die Besucherstruktur und die Beliebtheit des Marktes näher zu untersuchen, haben das Wirtschaftsreferat der Stadt Nürnberg und die Congress- und Tourismus-Zentrale während des Christkindlesmarktes 2013 eine Besucherbefragung unter insgesamt 2.000 Gästen durch die Technische Hochschule Nürnberg Georg-Simon-Ohm unter Leitung von Prof. Dr. Florian Riedmüller durchführen lassen.

Aufgabenstellung der Besucherbefragung 2013:

- Durchführung einer Besucherbefragung vom 2. bis 22. Dezember 2013 an vier neuralgischen Punkten auf dem Christkindlesmarkt;
- Erfassung von Herkunft, Alter, Aufenthaltsdauer von 2.000 Probanden mit Hilfe eines Kurzfragebogens;
- Erfassung von weiteren Merkmalen wie Zufriedenheit oder Wahrnehmung der Werbung in ca. 800 tiefergehenden Interviews aufgeteilt in 4 gleich große Gruppen bestehend aus Nürnbergern, Besuchern aus der Metropolregion, Tagesbesuchern von außerhalb der Metropolregion und Übernachtungsgästen. Als Dank für die Teilnahme erhielten die ausführlich Befragten einen Elisenlebkuchen.

Ergebnisse/Bewertungen in Kürze:

Fast 90 Prozent der Befragten bewerteten den Christkindlesmarkt im Gesamteindruck mit sehr gut oder gut. Die positiven Ergebnisse der Befragung zeigen, dass es richtig ist, den Markenkern des Christkindlesmarktes ständig, aber behutsam weiterzuentwickeln. Insbesondere setzt Ref. VII/ML auf die Themen Qualität und Nachhaltigkeit.

Der Christkindlesmarkt zieht Gäste aus aller Welt und der Region an, er ist attraktiv für alle Altersgruppen. Auffallend ist der hohe Anteil der unter Dreißigjährigen. Der regelmäßige und mehrfache Christkindlesmarkt-Besuch gehört für die Nürnbergerinnen und Nürnberger sowie Besucherinnen und Besuchern aus der Region dazu. Der Christkindlesmarkt ist ein Event, das man gerne mit Freunden oder der Familie besucht.

Das Ausgabeverhalten zeigt, dass der Christkindlesmarkt ein großer Wirtschaftsfaktor ist. Ein Drittel der Gäste gibt rund 20 € auf dem Markt aus. Ein Drittel gibt mehr aus und nur knapp 5 % gaben an, kein Geld auf dem Christkindlesmarkt auszugeben. Ca. ein weiteres Drittel gibt aber auch mehr als 30 € auf dem Markt aus.

Die wichtigsten Highlights des Christkindlesmarktes sind nach wie vor das Nürnberger Christkind, Glühwein, Bratwurst und Lebkuchen.

Insgesamt besteht mit dem Christkindlesmarkt seitens der befragten Besucher große Zufriedenheit. Dies zeigt aber, wie wichtig die kontinuierliche weitere Pflege des Markenbildes wie des Erscheinungsbildes ist. Nicht zuletzt sieht sich Ref. VII/ML durch die hohe Kundenzufriedenheit auch darin bestätigt, die gute Kooperation mit allen Beteiligten weiter zu pflegen. Die Schulungsmaßnahmen des Standpersonals zahlen sich aus und auch die Bio-Initiative der Marktkaufleute und Schausteller wurde positiv wahrgenommen.

Es ist beabsichtigt, künftig in regelmäßigen Abständen derartige Besucherbefragungen durchzuführen.

Schwerpunktaussagen und Zahlenmaterial sind zusammengefasst und werden in der Anlage übermittelt.

Die Ergebnisse im Detail werden von Herrn Prof. Dr. Riedmüller in der Sitzung präsentiert und erläutert.

Ref. VII