

## **Besucherbefragung Christkindlesmarkt 2016**

### **Sachverhaltsdarstellung**

Der Nürnberger Christkindlesmarkt ist bedeutender Wirtschaftsfaktor, Tourismusmagnet und Imagerträger für Nürnberg. Mit 2,5 Millionen Besucherinnen und Besuchern war der Nürnberger Christkindlesmarkt 2016 einer der erfolgreichsten Märkte in der Nürnberger Geschichte. Mit über 295.000 Übernachtungen war der Dezember 2016 der übernachtungsstärkste Dezember seit jeher.

Die Weiterentwicklung der Weihnachtsstadt Nürnberg und insbesondere des Nürnberger Christkindlesmarktes ist eine zentrale und permanente Aufgabe. Hierzu gehört es, u. a. regelmäßig die Kundenzufriedenheit zu prüfen. Nach einer nicht-repräsentativen Besucherbefragung im Rahmen einer studentischen Diplomarbeit im Jahr 2006 und einer Busfahrerbefragung im Jahr 2012, 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. Diese Besucherbefragung soll alle drei Jahre wiederholt werden. Dies war zum Christkindlesmarkt 2016 wieder der Fall.

### **Aufgabenstellung der Besucherbefragung 2016**

- Durchführung vom 26. November bis 19. Dezember 2016 an vier ausgewiesenen 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.

### **Ergebnisse/Bewertungen in Kürze**

Fast 90 Prozent der Befragten bewerten 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.

Das Ausgabeverhalten zeigt, dass der Christkindlesmarkt ein positiver Wirtschaftsfaktor für den Standort ist. Durchschnittlich geben die Besucher 29,50 € auf dem Christkindlesmarkt aus. Zudem werden weitere Ausgaben außerhalb des Christkindlesmarktplatzes getätigt, die der lokalen Wirtschaft zu Gute kommen. 41,5 % der Besucherinnen und Besucher nutzen den Besuch des Christkindlesmarkt für einen Besuch der örtlichen Gastronomie, 27,5 % gehen in der Stadt einkaufen. 4,2 % besuchen Vorstellungen im Theater, Kino oder Konzert,

4,4 % gehen ins Museum. Für 41,1 % steht der alleinige Besuch des Christkindlesmarktes im Vordergrund und es werden keine weiteren Ausgaben getätigt.

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

Im Vergleich zur Besucherbefragung 2013 fällt in erster Linie die hohe Beständigkeit auf. Veränderungen bewegen sich zumeist auf relativ niedrigem Niveau.

Auffällige Veränderungen ergeben sich bei der Herkunft der Besucherinnen und Besucher. Während der Anteil aus der Metropolregion zurückgegangen ist (2013: 25,9 %; 2016: 18,8 %), nahm der Anteil der Gäste von auswärts zu: Höchsten Zuwachs haben internationale Gäste (2013: 11,1 %; 2016: 14,9 %). Auch der Anteil der Besucherinnen und Besucher aus Nürnberg ist gewachsen (2013: 22,6 %; 2016: 24,3 %), ebenso der Anteil aus Deutschland - ohne Nürnberg, Bayern und Metropolregion - (2013: 22,6 %; 2016: 24,3 %). Ferner hat sich der Anteil der Übernachtungsgäste gegenüber den Tagesgästen erhöht. Waren in 2013 noch 21,1 % der Besucherinnen und Besucher Übernachtungsgäste, liegt deren Anteil 2016 bereits bei 27,7 %.

Insgesamt besteht mit dem Christkindlesmarkt seitens der befragten Besucherinnen und Besucher große Zufriedenheit. Dies zeigt, wie wichtig die kontinuierliche weitere Pflege und Weiterentwicklung des Christkindlesmarktes, dessen Marke und dessen Erscheinungsbild ist. Hierzu gehören unter anderem neue Stände aus dem Kreativ-Bereich, darunter erstmals im Jahr 2016 der sog. Weihnachts-PopUp - dort konnten junge Designerinnen und Designer ihre Produkte tageweise anbieten. Nicht zuletzt sieht sich Ref. VII/ML durch die hohe Kundenzufriedenheit darin bestätigt, die gute Kooperation mit allen Beteiligten weiter zu pflegen. Die Schulungsmaßnahmen des Standpersonals zahlen sich aus. Auch die Bio-Initiative der Marktkaufleute und Schausteller wird positiv wahrgenommen. Gleiches gilt für das im Jahr 2016 eingeführte neue Lichtkonzept.

Der Abstand von drei Jahren zwischen zwei Besucherbefragungen hat sich nach Auffassung von Ref. VII/ML bewährt. Zum einen ist der Abstand groß genug, um Veränderungen sichtbar zu machen. Zum anderen ist der Abstand klein genug, um bei Veränderungen der Beliebtheit des Christkindlesmarktes in einem zeitlich adäquaten Rahmen reagieren zu können.

Ref. VII