

Besucherbefragung Christkindlesmarkt 2023

Sachverhaltsdarstellung

Der Christkindlesmarkt ist Wirtschaftsfaktor, Tourismusmagnet und Imageträger für Nürnberg. In den beiden Jahren nach den Corona-bedingten Absagen zog er 2022 und 2023 jeweils rund zwei Millionen Besucherinnen und Besucher an.

Die Weiterentwicklung des Nürnberger Christkindlesmarktes ist eine zentrale und permanente Aufgabe. Hierzu gehört es, u. a. regelmäßig die Kundenzufriedenheit zu prüfen. Das Wirtschafts- und Wissenschaftsreferat der Stadt Nürnberg und die Congress- und Tourismus-Zentrale lassen seit dem Christkindlesmarkt 2013 regelmäßig eine Besucherbefragung unter jeweils insgesamt 2.000 Gästen durch die Technische Hochschule Nürnberg Georg Simon Ohm unter Leitung von Prof. Dr. Florian Riedmüller durchführen. Zum Christkindlesmarkt 2023 erfolgte die vierte Besucherbefragung nach 2013, 2016 und 2019.

Aufgabenstellung der Besucherbefragung 2023

- Durchführung vom 04. bis 20. Dezember 2023 an vier ausgewiesenen Punkten auf dem Christkindlesmarkt;
- Erfassung von Herkunft, Alter, Aufenthaltsdauer von über 2.000 interviewten Personen mit Hilfe eines Kurzfragebogens;
- Erfassung von weiteren Merkmalen wie Zufriedenheit oder Wahrnehmung der Werbung in ca. 900 tiefergehenden Interviews;
- Bei den Befragten handelte es sich um Nürnberger, Besuchern aus der Metropolregion, Tagesbesucher von außerhalb der Metropolregion und Übernachtungsgäste. 2023 wurde die Befragung erstmals um internationale Gäste auf Englisch und Spanisch erweitert.

Ergebnisse/Bewertungen in Kürze

Knapp 82 Prozent der Befragten bewerten den Christkindlesmarkt im Gesamteindruck mit sehr gut oder gut. Die positiven Ergebnisse der Befragung zeigen, dass es richtig und wichtig 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 Anteil an Besucherinnen und Besuchern aus Nürnberg (2019: 26,2 %; 2023: 19,0 %) und der Metropolregion hat abgenommen (2019: 17,6 %; 2023: 13,9 %). Höhere Anteile besitzen Gäste aus Bayern (2019: 17,4 %; 2023: 21,6 %) und Deutschland (2019: 23,1 %; 2023: 28,5 %). Auch die internationalen Besucherinnen und Besucher haben über die vergangenen zehn Jahre kontinuierlich hinzugewonnen (2013: 11,1 %; 2016: 14,9 %, 2016: 15,7 %, 2023: 16,9 %).

Das Ausgabeverhalten auf dem Christkindlesmarkt ist im Vergleich zu 2019 im Durchschnitt um 7,50 € auf nun 46,30 € pro Besucherin bzw. Besucher gestiegen. Weitere Ausgaben außerhalb des Christkindlesmarktes für Gastronomie und Shopping sind im Vergleich zu den beiden vorherigen Untersuchungen leicht gestiegen. Diese kommen der lokalen Wirtschaft v.a. in der Innenstadt zu Gute. 41,5 % der Besucherinnen und Besucher nutzen den Besuch des Christkindlesmarkts für einen Besuch der örtlichen Gastronomie, 27,1 % gehen in der Stadt einkaufen. 2,5 % besuchen Vorstellungen im Theater, Kino oder Konzert, 6,6 % gehen ins Museum. Für 40,1 % steht der alleinige Besuch des Christkindlesmarktes im Vordergrund und es werden keine weiteren Ausgaben getätigt.

Die Kulinarik nimmt bei der Wahrnehmung der Christkindlesmarkt-Highlights einen hohen Stellenwert ein. Mit Glühwein, Lebkuchen und Bratwürsten unter den Top 3-Nennungen ist diese prominent vertreten. Den größten Einfluss auf die Gesamtzufriedenheit nehmen jedoch andere Faktoren ein. Diese sind die Freundlichkeit der Verkäuferinnen und Verkäufer, die Dekoration der Stände und die Weihnachtliche Atmosphäre und die Ausschilderung des Christkindlesmarkts. Auffällig ist dabei, dass diese von den Befragten als positiv empfunden werden und dass es sich bei all diesen Kriterien um beeinflussbare Faktoren handelt. So werden den Marktkaufleuten des Christkindlesmarkts beispielweise regelmäßig Seminare zur Kundenfreundlichkeit angeboten.

Die Bedeutung von Bio-Produkten ist in den vergangenen Jahren stark rückläufig. Waren das Bio-Angebot noch für über die Hälfte der Befragten 2019 „sehr wichtig“ bis „wichtig“, so waren dies 2023 nur noch 33,0 %. Erstmals abgefragt wurde die Relevanz und Kaufhäufigkeit von veganem Essen. Knapp einem Viertel der Befragten sind vegane Produkte „sehr wichtig“ oder „wichtig“, tatsächlich gekauft haben 11,7 % ein veganes Essen.

Insgesamt besteht mit dem Christkindlesmarkt seitens der befragten Besucherinnen und Besucher große Zufriedenheit. Dies zeigt, wie wichtig die kontinuierliche weitere Pflege und behutsame Weiterentwicklung des Christkindlesmarktes, dessen Marke und sein Erscheinungsbild sind.

Eine Herausforderung für die kommenden Jahre wird es sein, die Qualität der Anbieterinnen und Anbieter zu erhalten. Den Markenkern des Christkindlesmarkts bildet sein hoher Anteil von Waren, v.a. im kunsthandwerklichen Bereich. Die Bewerbungen für den Nürnberger Christkindlesmarkt übersteigen zwar immer noch die Anzahl der zu vergebenen Standplätze bzw. Buden. Allerdings ist ein Rückgang an qualitätsvollen Bewerbungen zu verzeichnen. Gingen bei ML im Jahr 2019 noch 421 Anträge für den Christkindlesmarkt ein, sind es für das Jahr 2024 nur noch 361 Bewerbungen. Während die Bewerbungen im Kulinarik-Bereich stabil geblieben sind, ist die Anzahl bei den Bewerbungen in den Warengruppen non-food bzw. im kunsthandwerklichen Bereich rückläufig.

Die Besucherbefragung zum Christkindlesmarkt findet alle drei Jahre statt, diese hätte turnusmäßig bereits 2022 stattfinden sollen. Aufgrund der Corona-Pandemie wäre es zum Christkindlesmarkt 2022 – dem ersten Markt nach zwei abgesagten Christkindlesmärkten – ggf. zu Verzerrungen in der Befragung im ersten Jahr „nach Corona“ gekommen. Daher fand die Befragung erst vier Jahre nach der vorhergehenden statt. Grundsätzlich hat sich ein Abstand von drei Jahren als sinnvoll erwiesen. Planmäßig wird diese 2026 erneut durchgeführt.