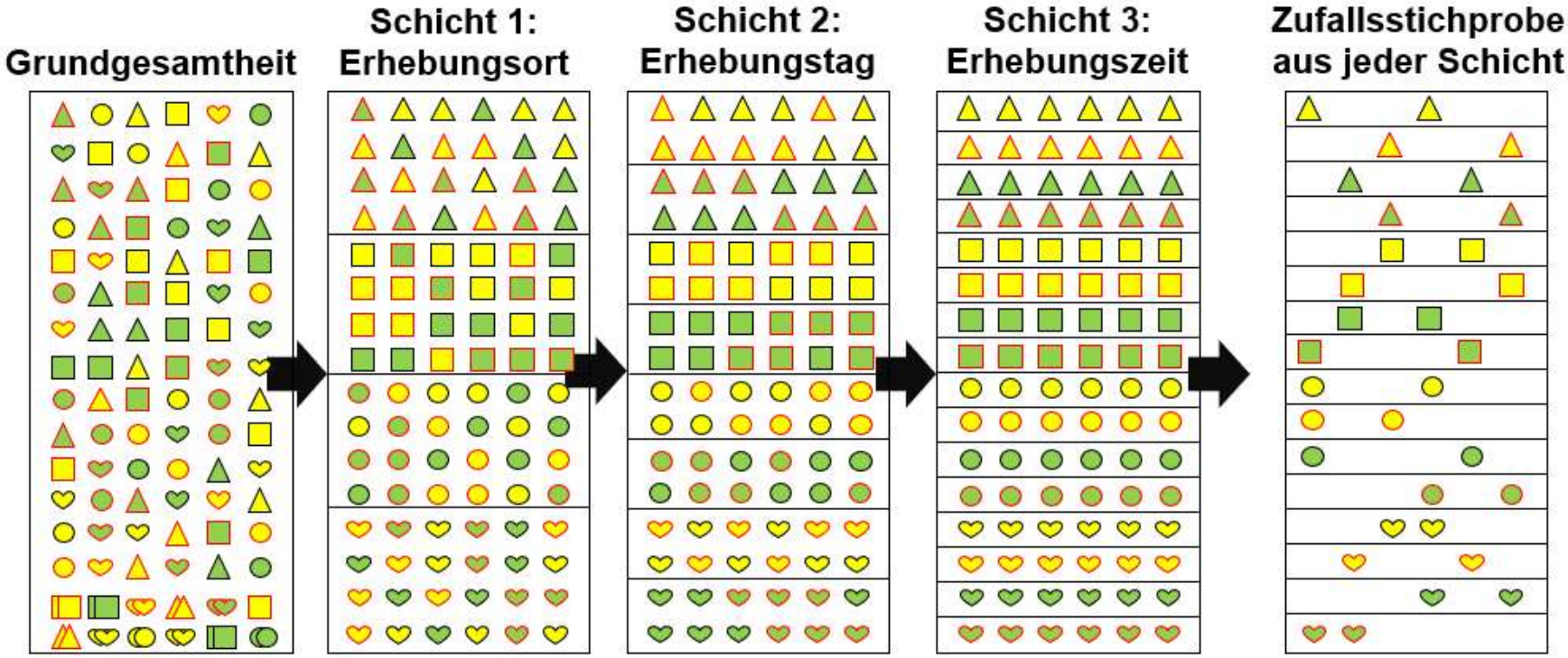
ohm Technische Hochschule Nürnberg

Christkindlesmarkt Nürnberg 2023

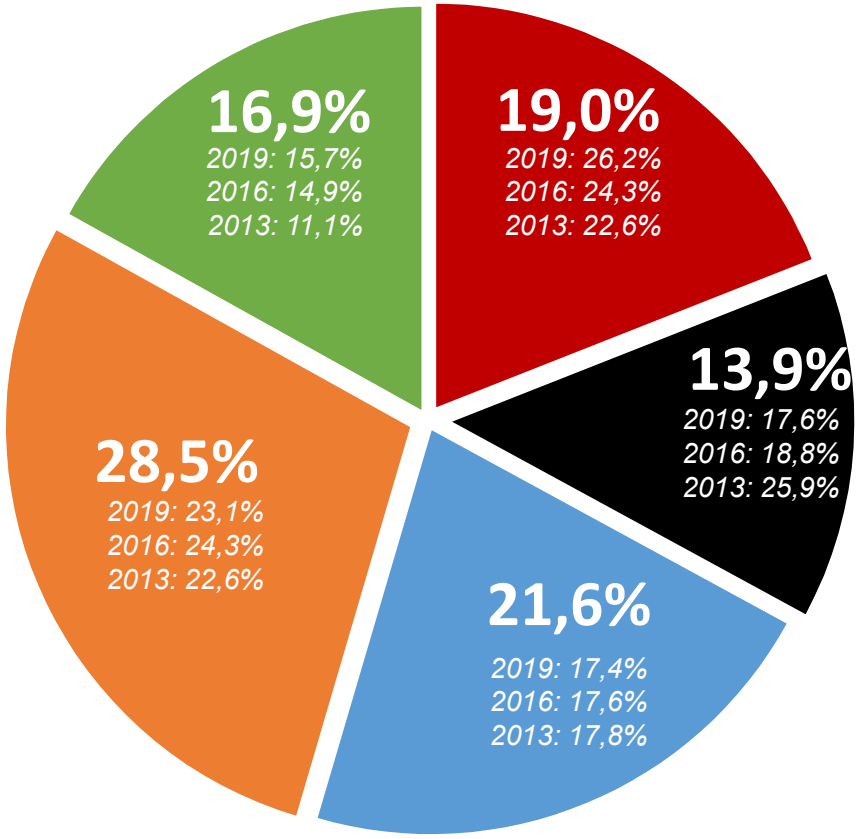
Ergebnisse der Besucherbefragung

Teil 1: CKM-Besucherprofil auf Basis von 2.012 Interviews

Erhebungsansatz: Geschichtete Zufallsauswahl vom 04.12.2023-20.12.2023 nach Ort, Tag und Zeit)

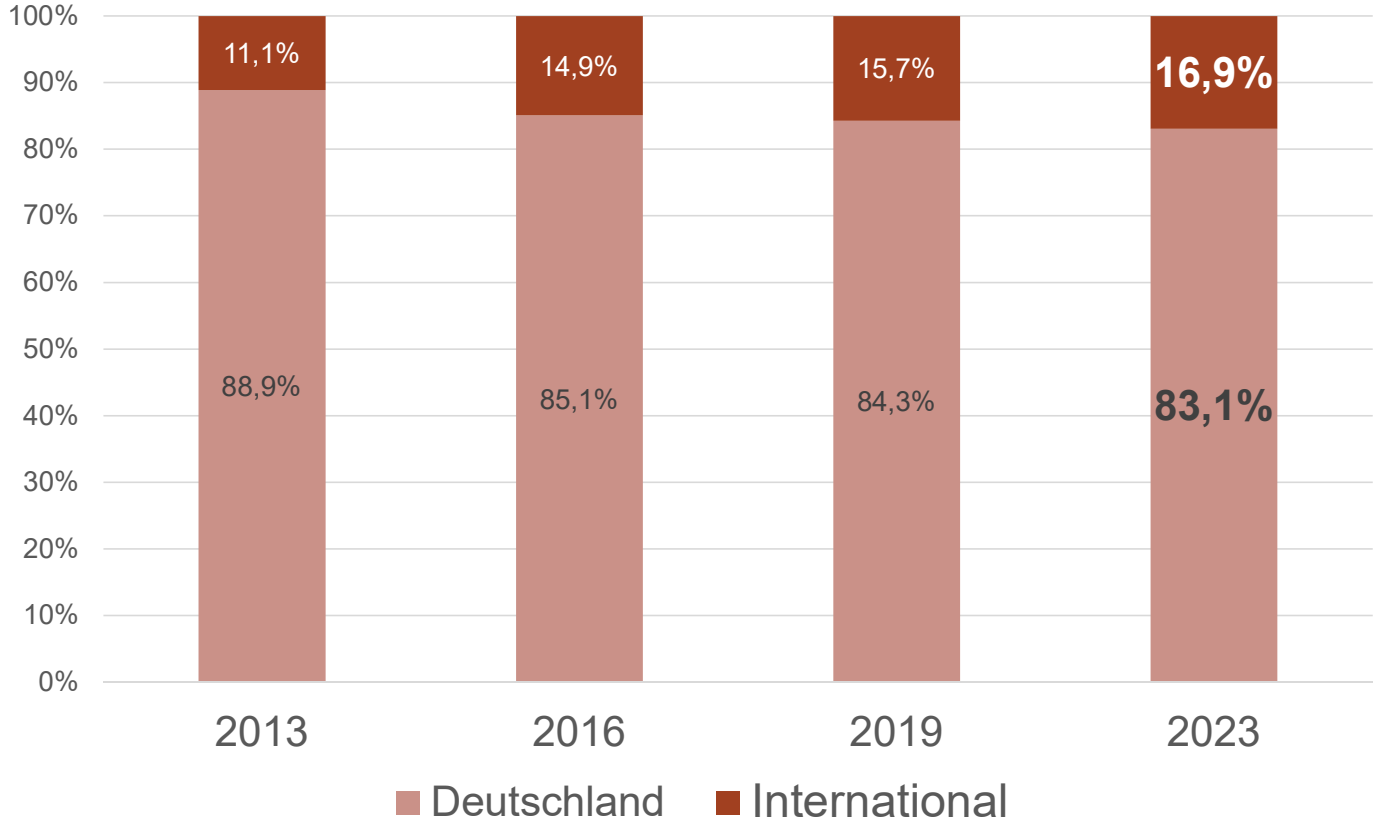


Herkunft der Besucher des Christkindlesmarkts: Große Zuwächse im Bereich der nationalen und internationalen Besucher



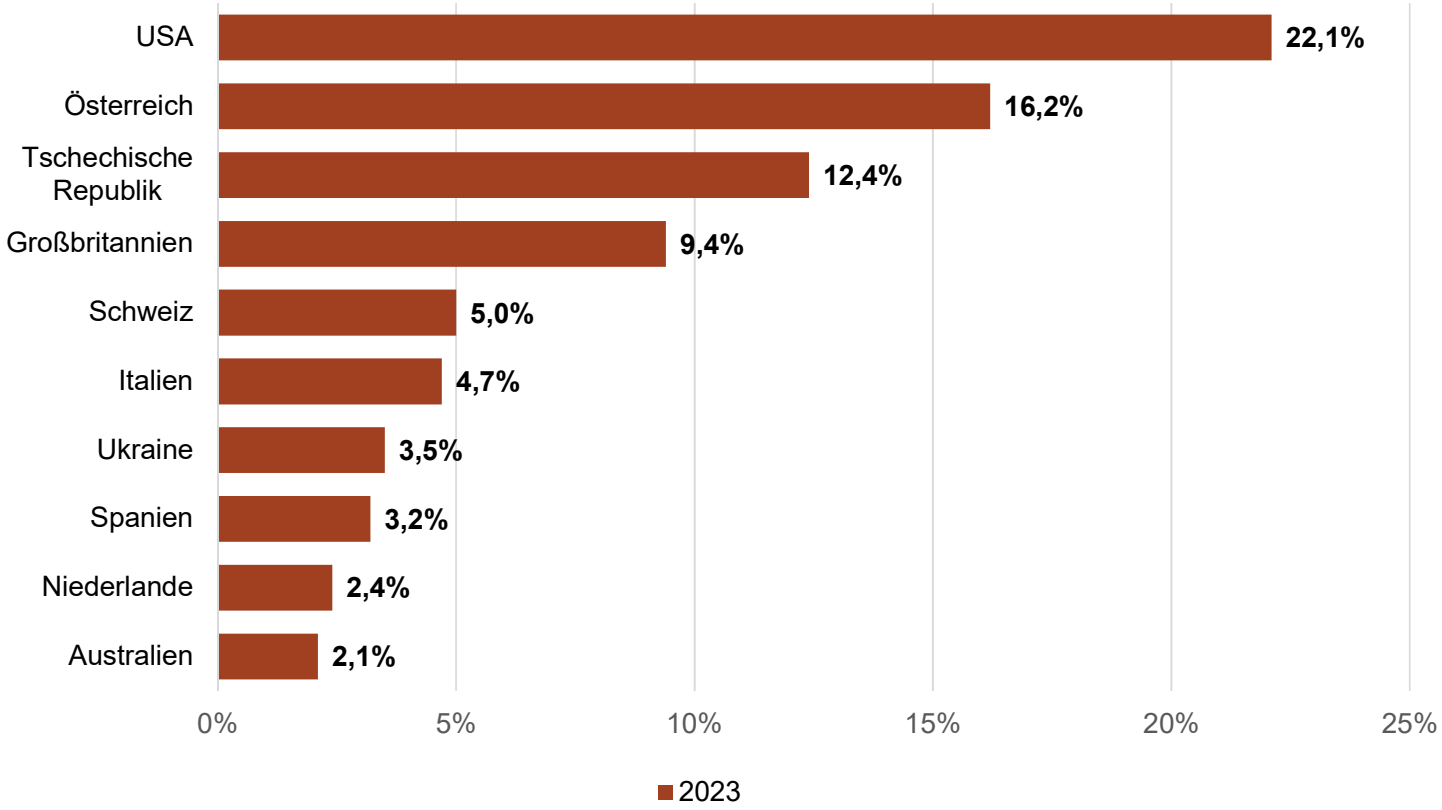
n_{2023} = 2012
n_{2019} = 2111
n_{2016} = 2047
n_{2013} = 2107

Entwicklung der internationalen Besucheranteile: Kontinuierliche Steigerung in den letzten 10 Jahren



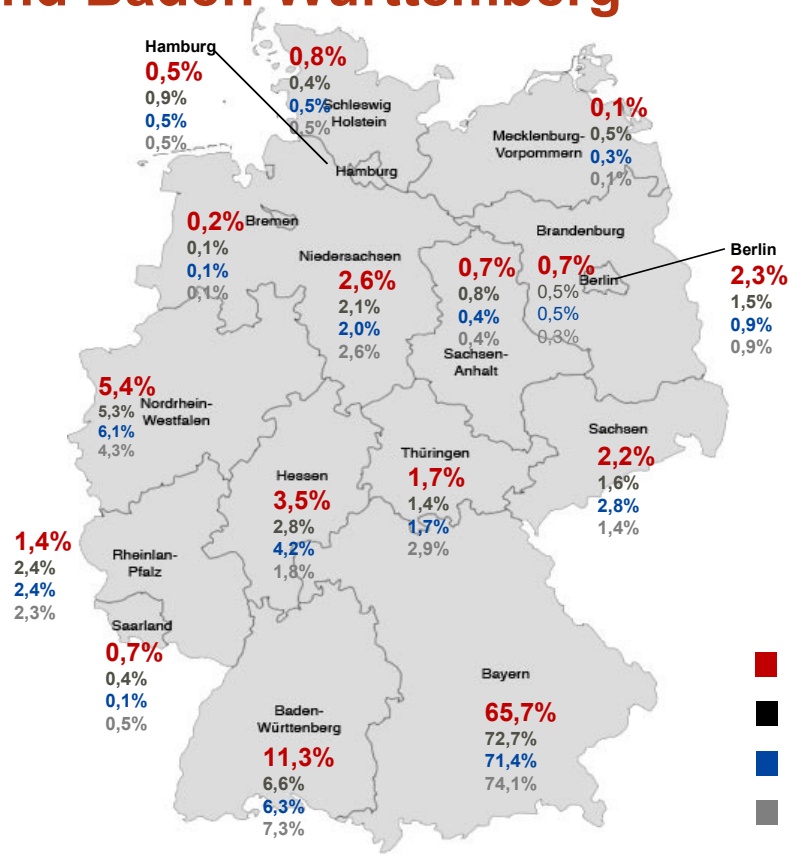
n_{2023} = 2012
n_{2019} = 2111
n_{2016} = 2047
n_{2013} = 2107

Top-10 Herkunftsländer der internationalen Besucher im Jahr 2023: Großer Zuwachs der Besucher aus Tschechien und Österreich



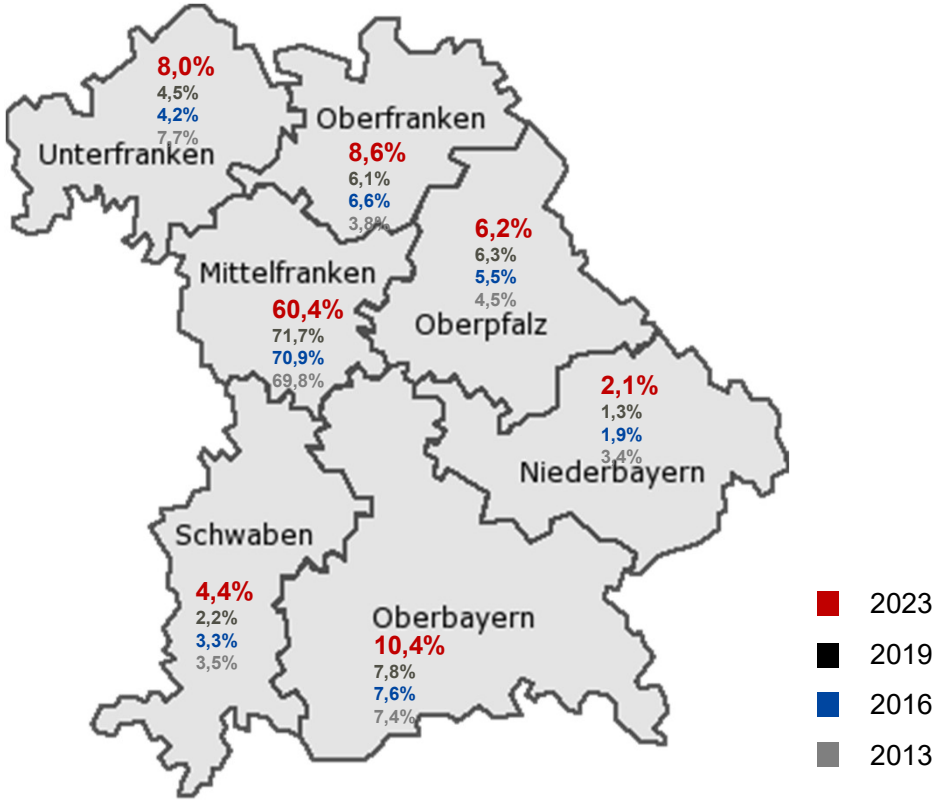
n_{2023} = 340

Verteilung der nationalen Besucher nach Bundesländern: Zuwachs in Berlin und Baden-Württemberg



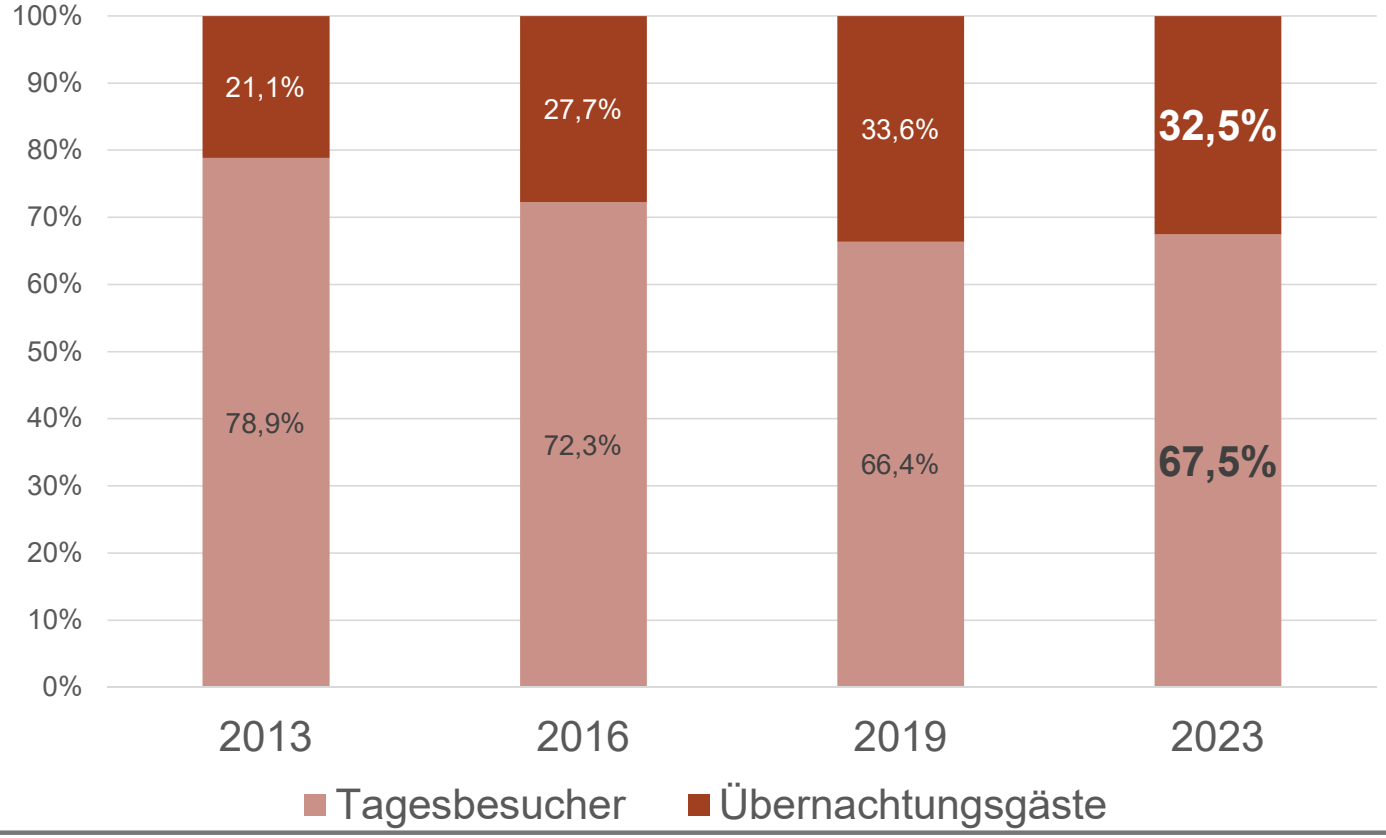
n_{2023} = 1672
n_{2019} = 1776
n_{2016} = 1741
n_{2013} = 1873

Verteilung der Besucher nach Regierungsbezirken in Bayern: Zuwachs in allen Bezirken außerhalb Mittelfrankens



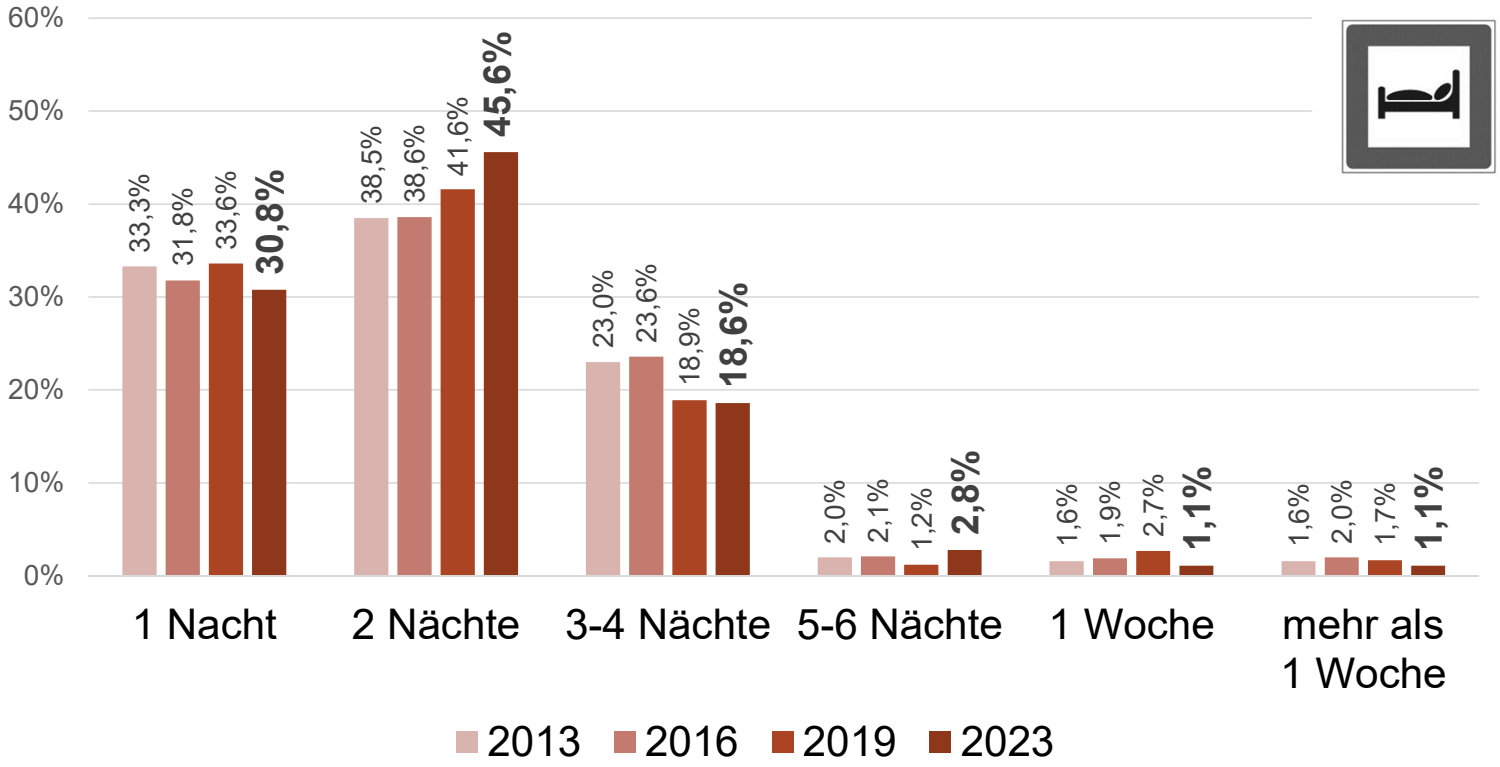
n_{2023} = 1098
n_{2019} = 1290
n_{2016} = 1242
n_{2013} = 1337

Tagesbesucher im Vergleich zu Übernachtungsgästen: Fast jeder Dritte Besucher des Christkindlesmarkts bleibt über Nacht



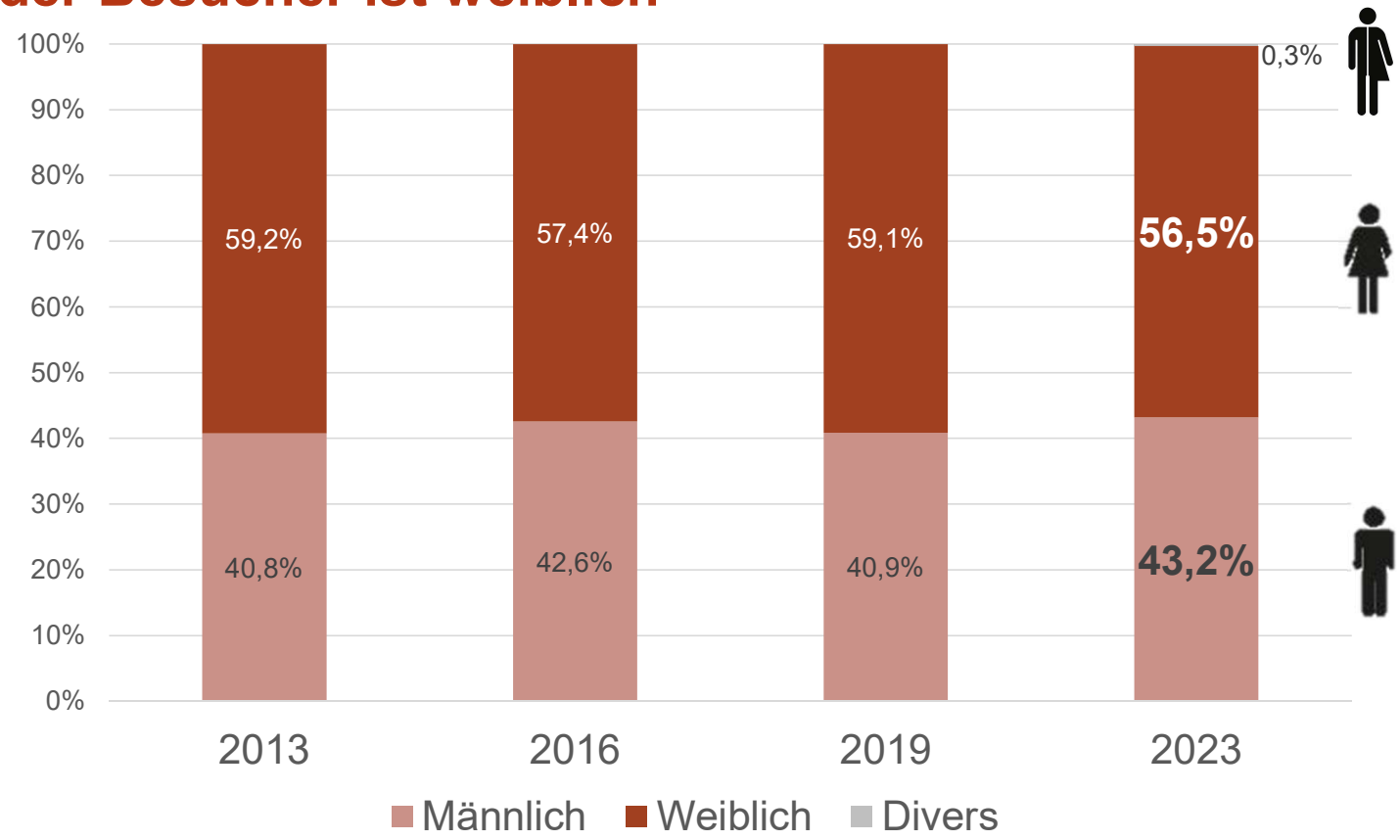
n_{2023} = 2012
n_{2019} = 2111
n_{2016} = 2143
n_{2013} = 2107

Aufenthaltsdauer der Übernachtungsgäste: Die meisten Gäste bleiben zwei Nächte in Nürnberg



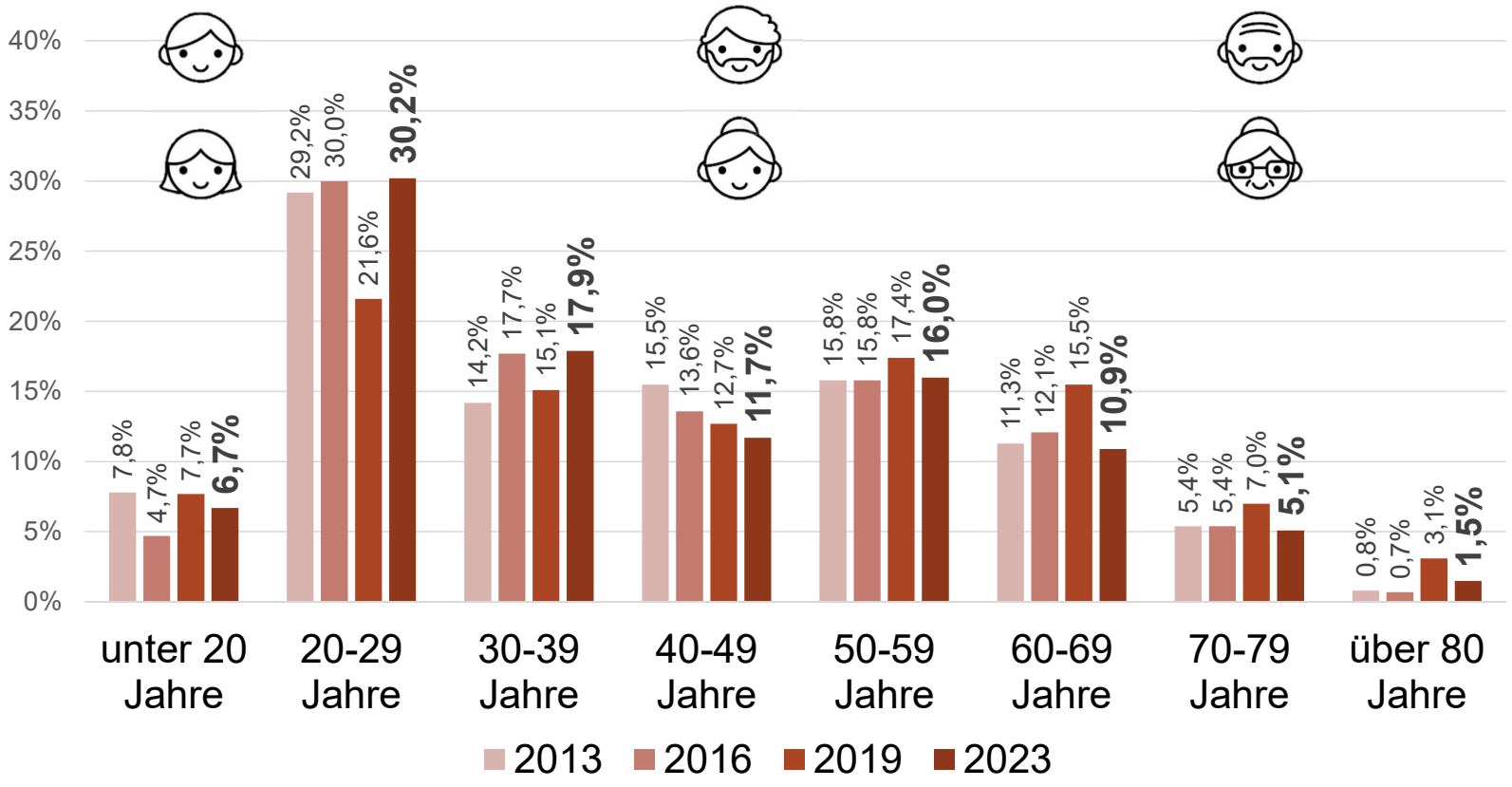
n_{2023} = 649
n_{2019} = 592
n_{2016} = 591
n_{2013} = 444

Geschlecht der Besucher des Christkindlesmarkts: Die Mehrzahl der Besucher ist weiblich



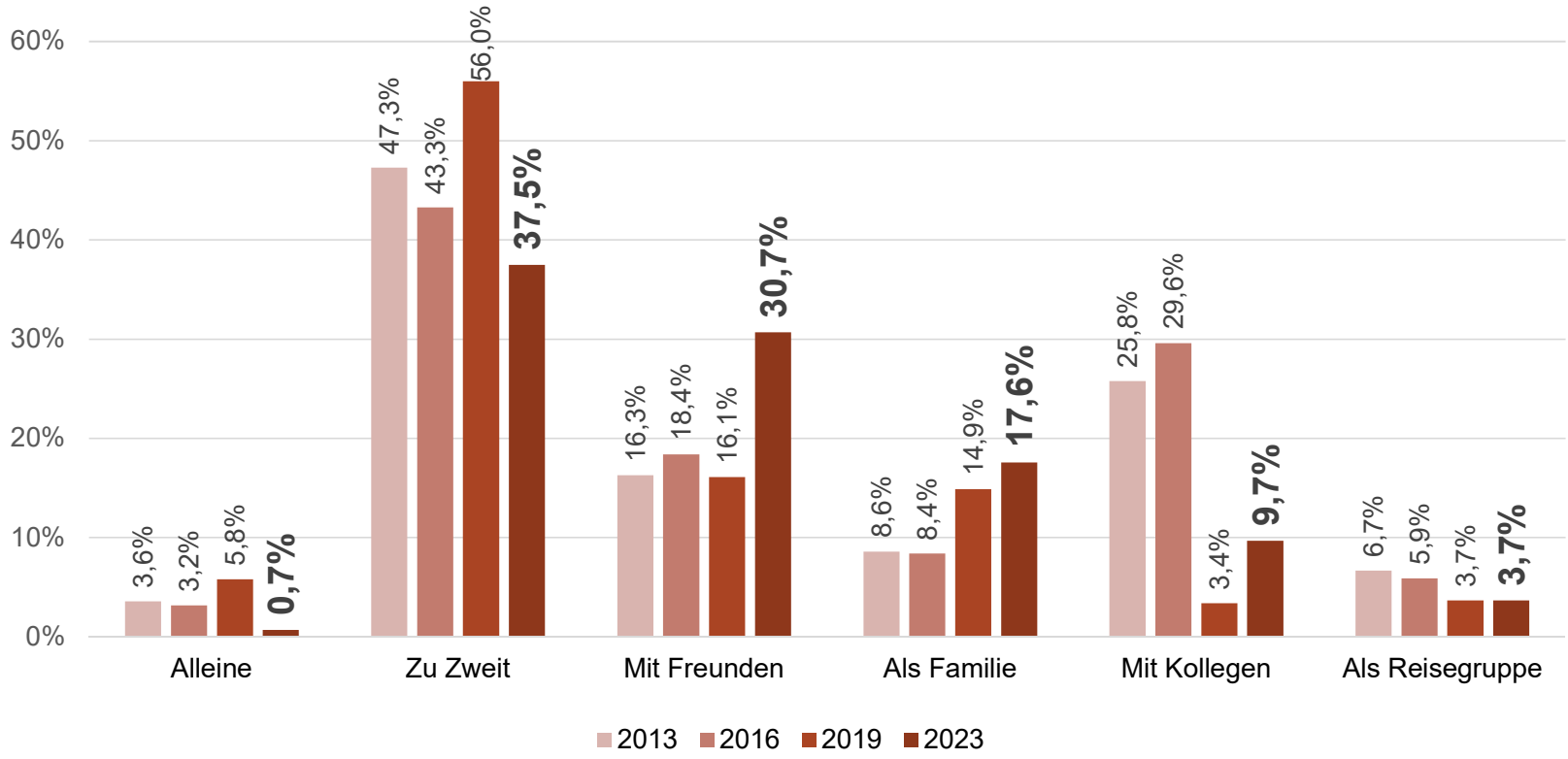
n_{2023} = 2012
n_{2019} = 2111
n_{2016} = 2143
n_{2013} = 2107

Alter der Besucher:
Die Struktur der Besucher des Christkindlesmarkts 2023 ist tendenziell jünger



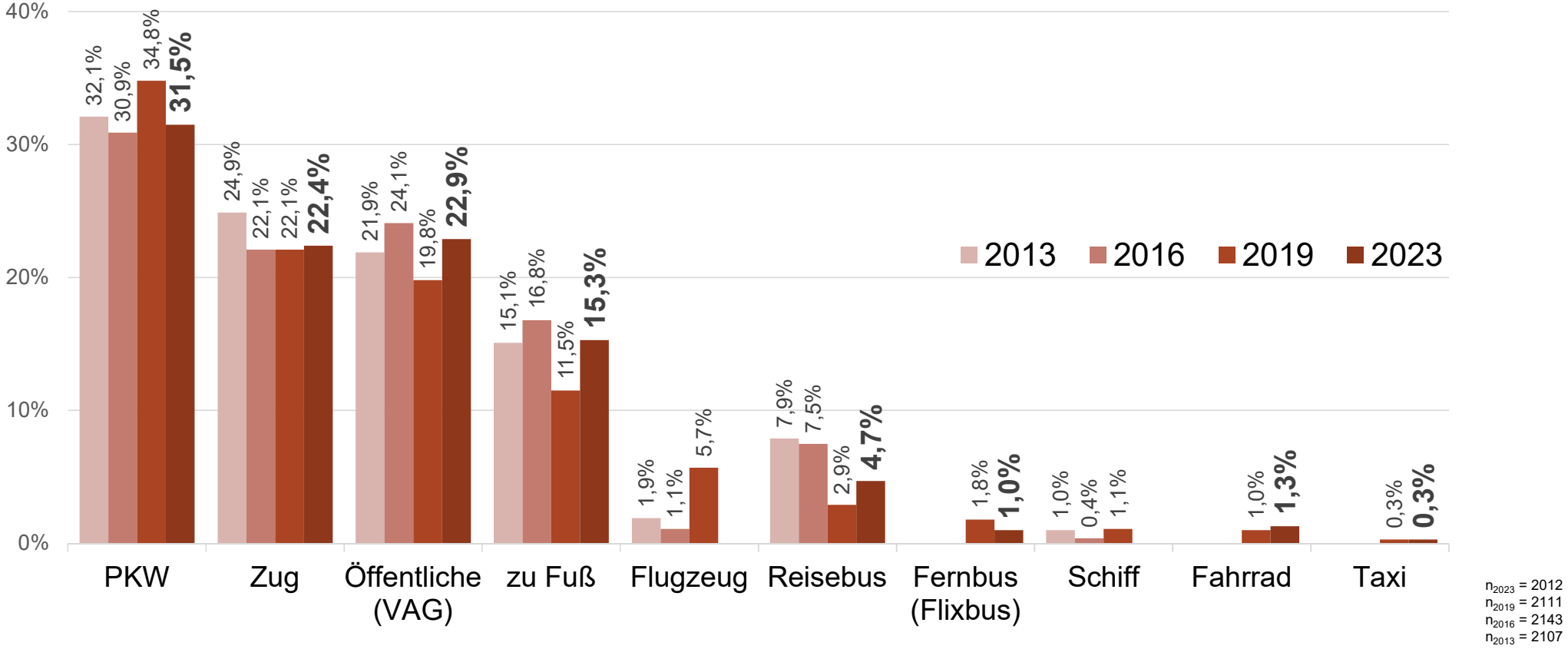
n_{2023} = 2012
n_{2019} = 2111
n_{2016} = 2143
n_{2013} = 2107

Besuchsverhalten auf dem Christkindlesmarkt: Gemeinsame Besuche mit Freunden oder der Familie nehmen signifikant zu



n_{2023} = 2012
n_{2019} = 2111
n_{2016} = 2143
n_{2013} = 2107

Verkehrsmittel zur Anfahrt:
Mehr Gäste nutzen die öffentlichen Verkehrsmittel und/oder kommen zu Fuß

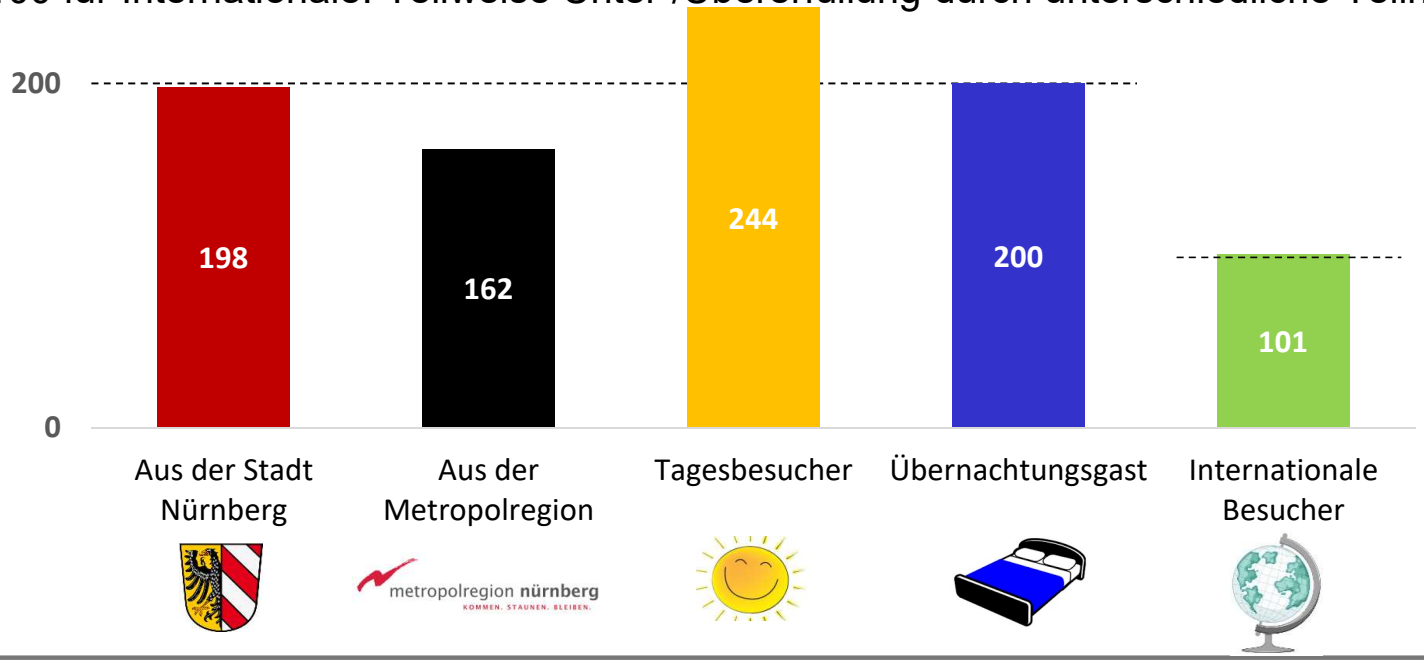


n_{2023} = 2012
n_{2019} = 2111
n_{2016} = 2143
n_{2013} = 2107

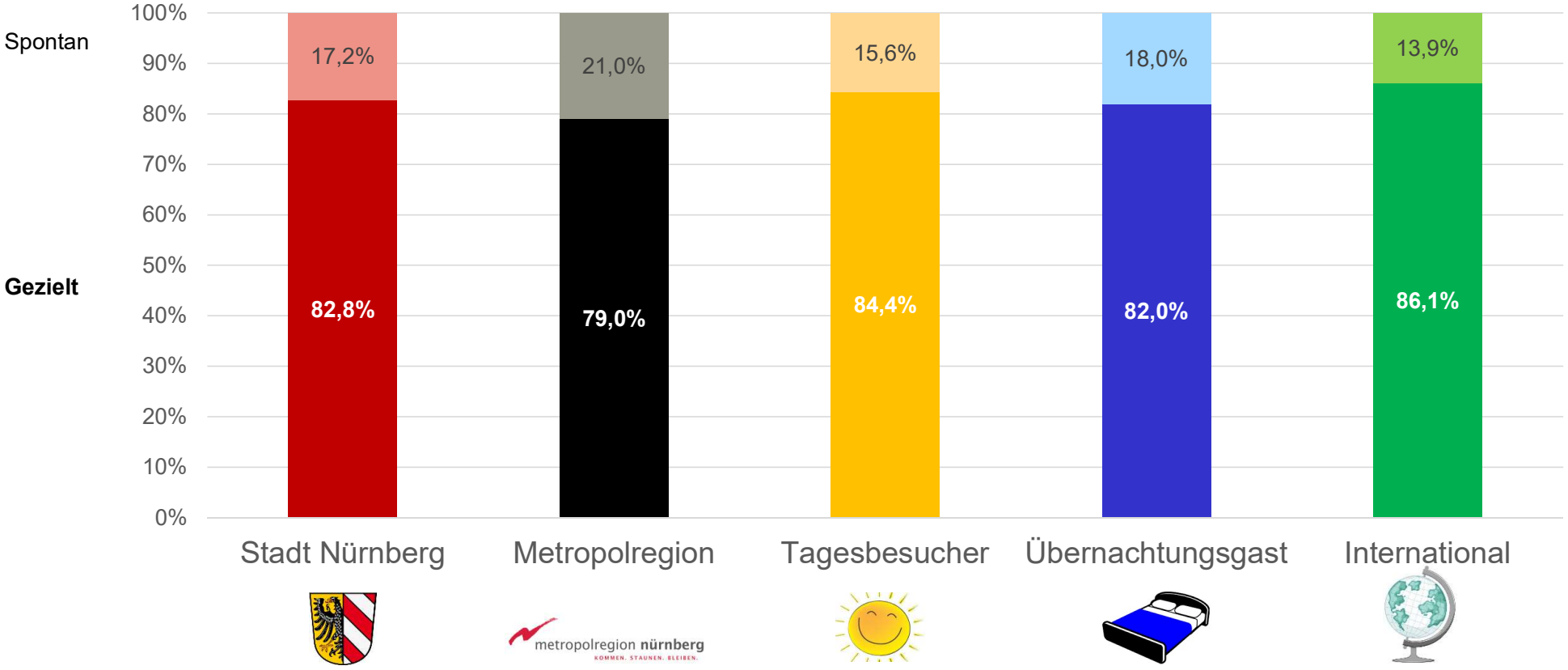
Teil 2: Auswertung von 905 Tiefeninterviews zur vergleichenden Wahrnehmung von fünf definierten Besuchergruppen

- Quotenauswahl durch Rekrutierung innerhalb der geschichteten Zufallsstichprobe

- Quotenvorgabe: 200 für die Gruppen Nürnberg, Metropolregion, Tagesbesucher und Übernachtungsgäste.
  100 für Internationale. Teilweise Unter-/Übererfüllung durch unterschiedliche Teilnahmebereitschaft

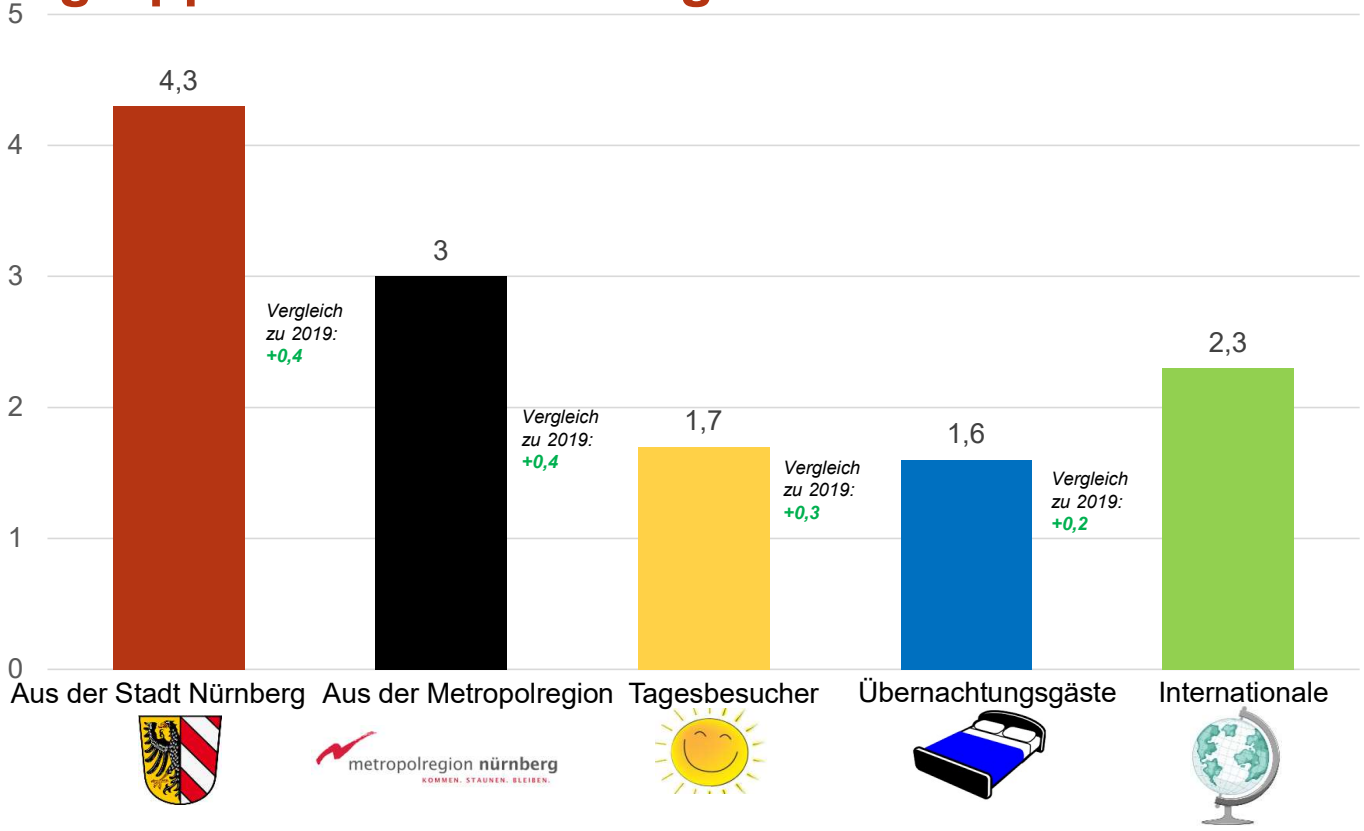


Hauptgrund des Besuches - nach Besuchergruppen:
Der Hauptgrund ist über alle Besuchergruppen ein gezielter Besuch



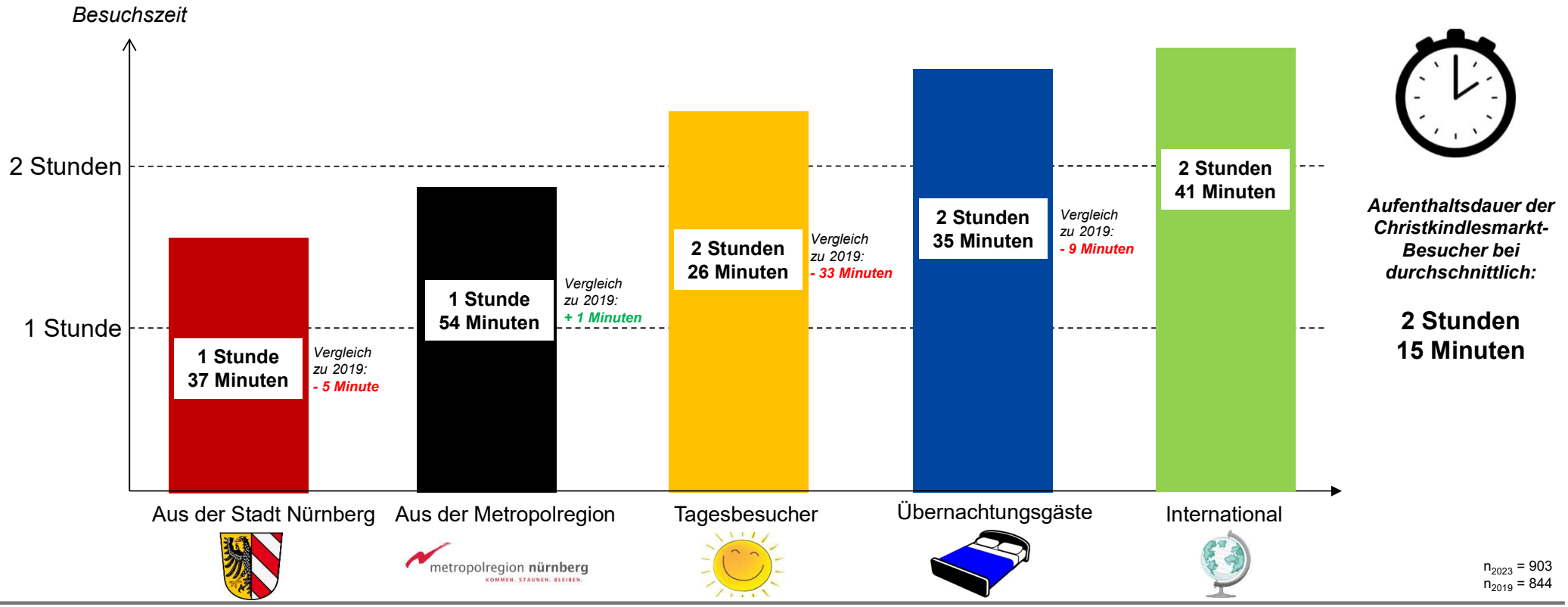
n_{2023} = 905

Anzahl der Besuche auf dem Christkindlesmarkt 2023 - nach Besuchergruppen
Die Besuchergruppen kommen häufiger zum Christkindlesmarkt als 2019

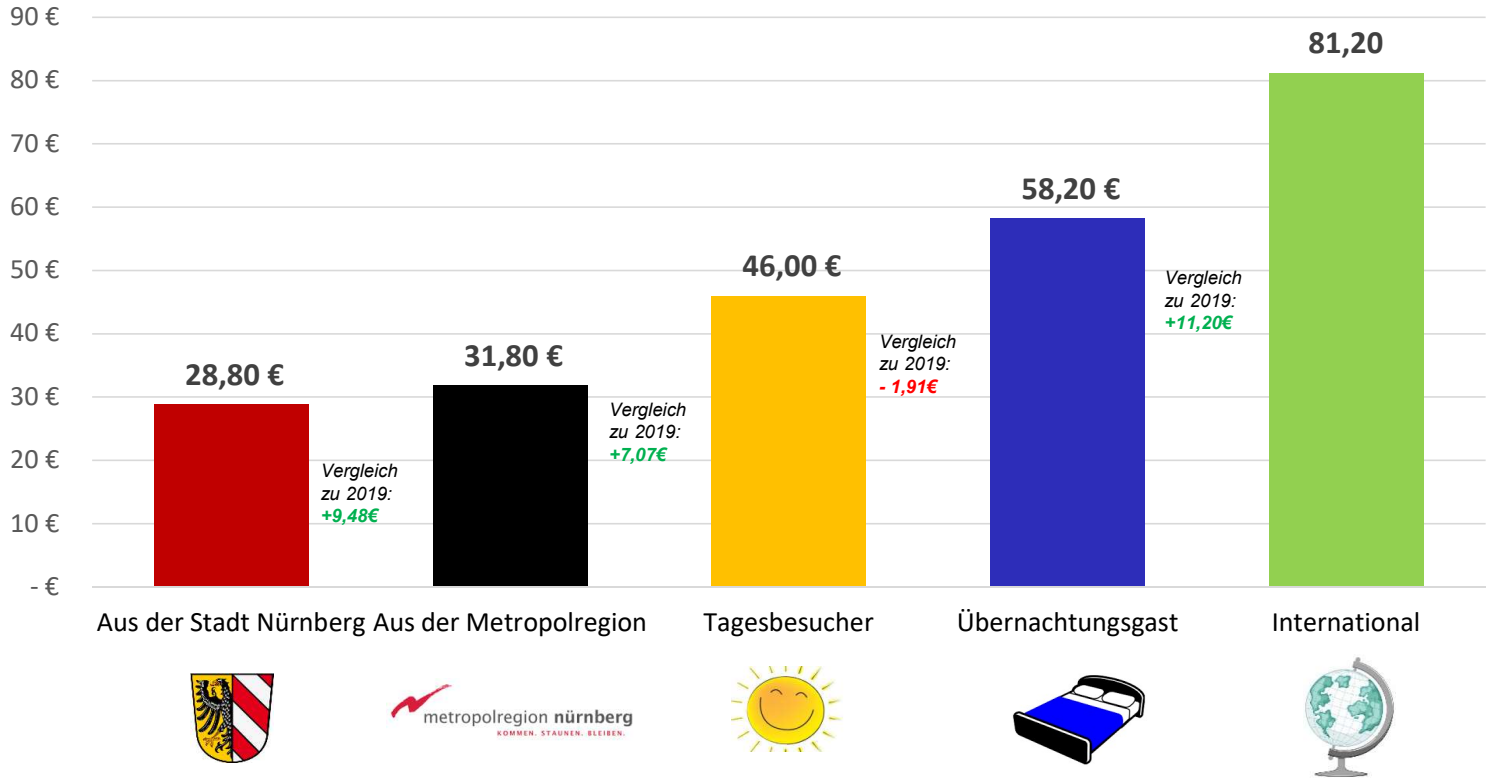


n_{2023} = 905
n_{2019} = 781

Aufenthaltsdauer auf dem Christkindlesmarkt 2023 - nach Besuchergruppen: Die Internationalen Besucher bleiben durchschnittlich am längsten



Ausgabeverhalten auf dem Christkindlesmarkt - nach Besuchergruppen 2023: Die internationalen Besucher geben im Vergleich am meisten Geld aus



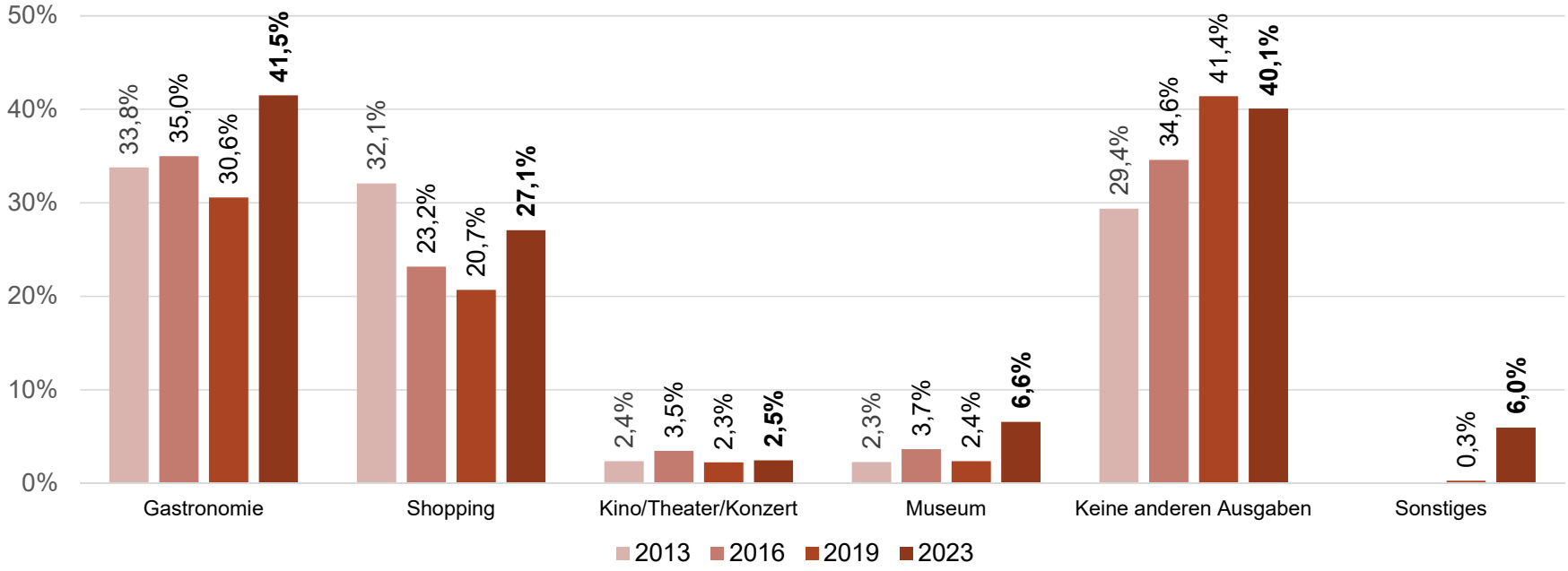


Durchschnittliche Ausgaben der Gäste 2023:
46,30 EURO

Vergleich zu 2019:
+ 7,50 EURO (20%)

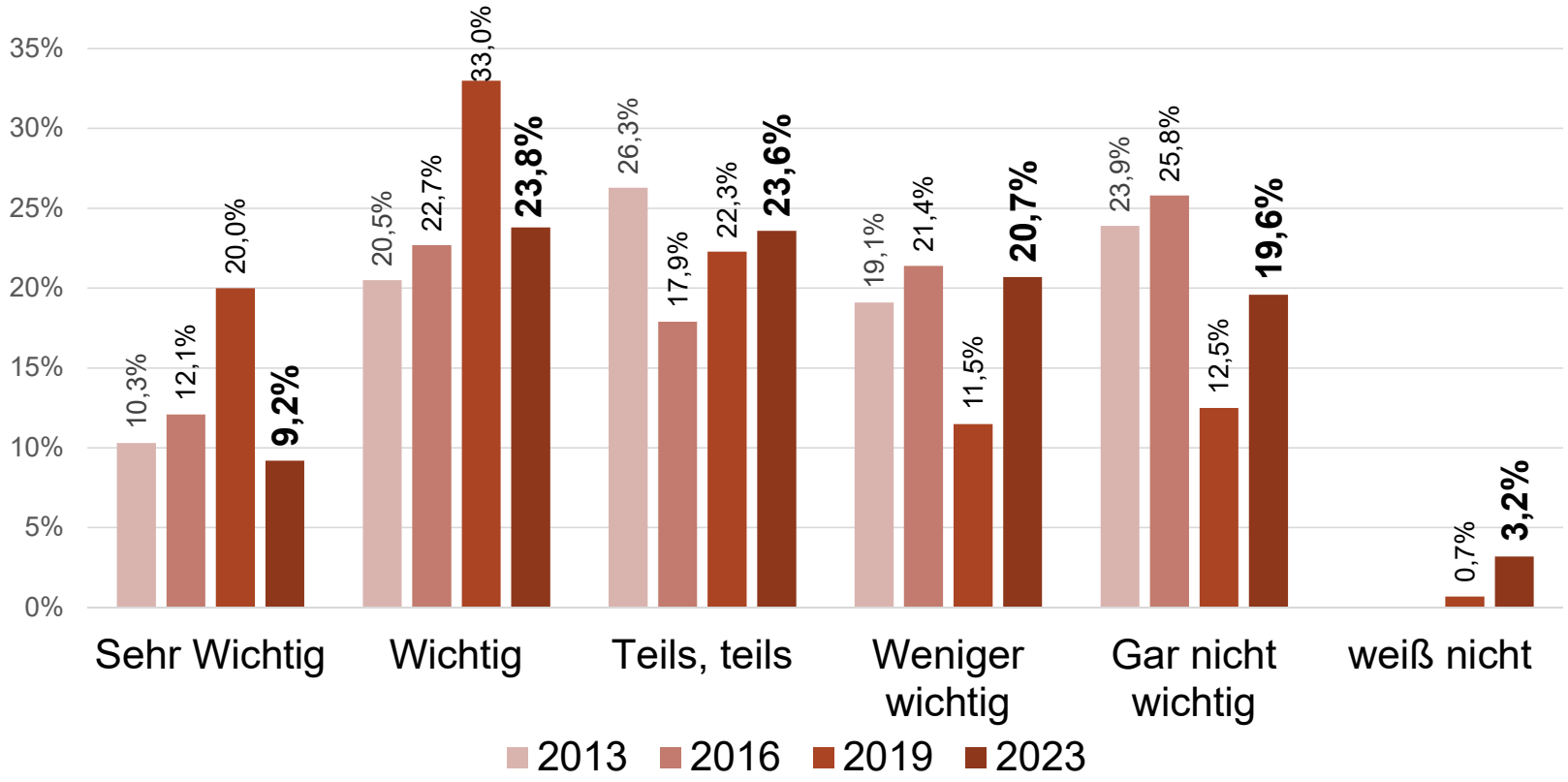
n_{2023} = 905

Zusätzliche Ausgaben in Verbindung mit dem Besuch d. Christkindlesmarktes: Auch außerhalb des Christkindlesmarktes geben die Gäste mehr Geld aus



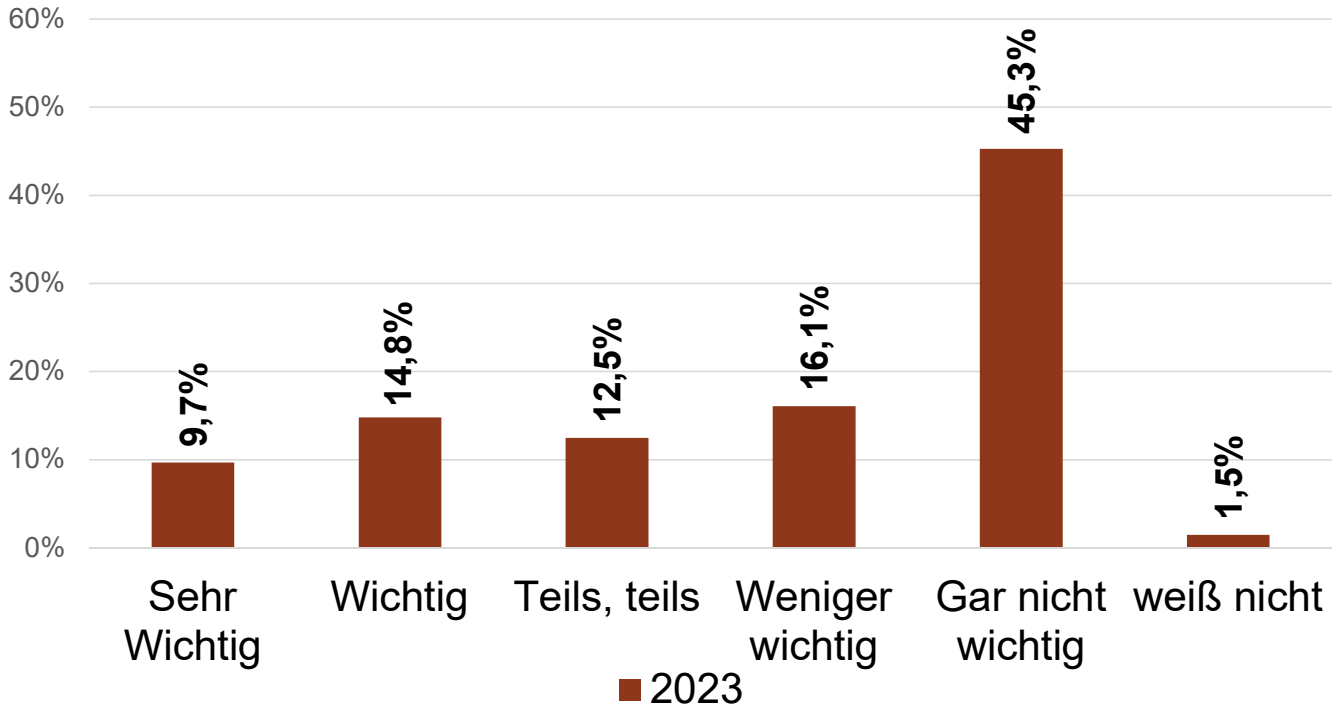
Mehrfach-nennungen
n_{2023} = 905
n_{2019} = 961
n_{2016} = 809
n_{2013} = 840

„Wie wichtig ist Ihnen das Angebot von Bio-Produkten auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt?“: Der Bio-Hype von 2019 nimmt wieder ab

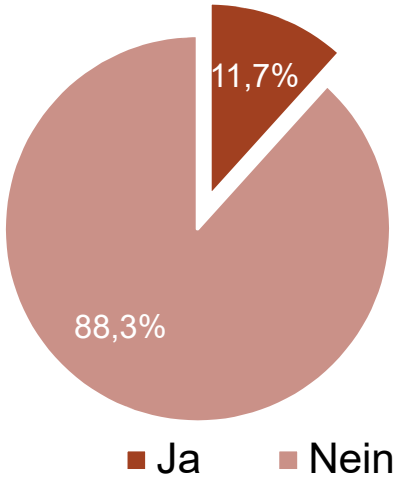


n_{2023} = 905
n_{2019} = 842
n_{2016} = 809
n_{2013} = 838

Relevanz und Kaufhäufigkeit von veganem Essensangebot: Veganes Essen spielt für etwa 10% der Besucher eine Rolle, die es auch kaufen

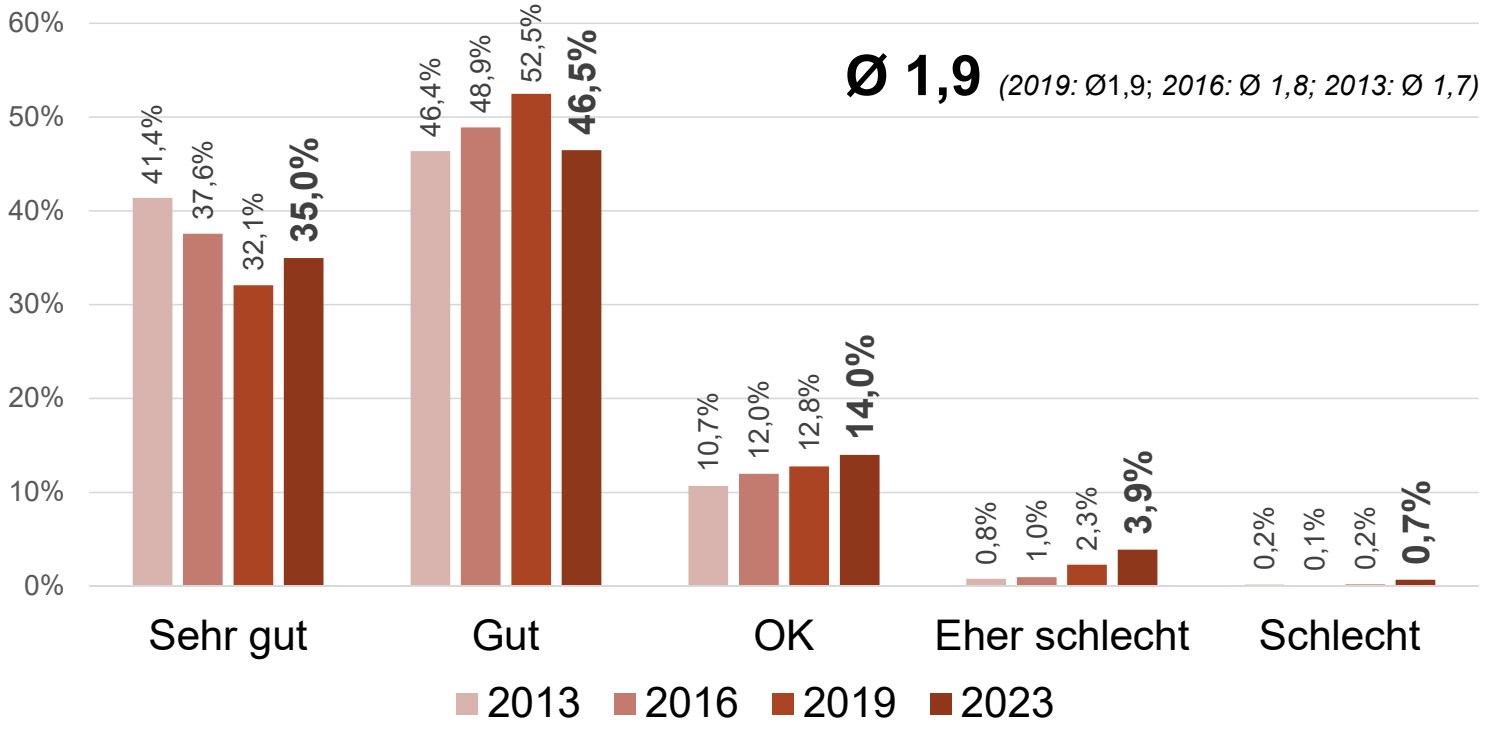


„Haben Sie heute ein veganes Essensangebot genutzt bzw. werden Sie es noch nutzen?“



n_{2023} = 905

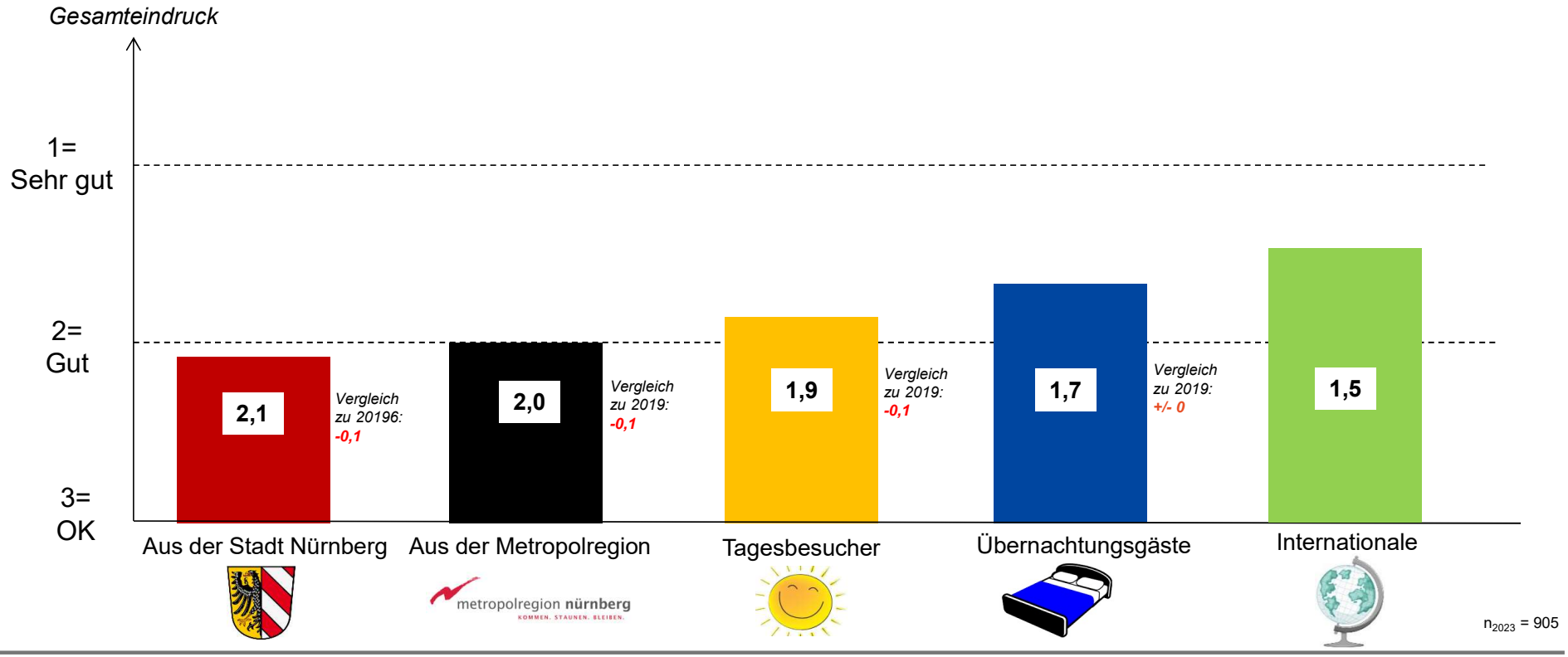
Bewertung des Gesamteindrucks vom Christkindlesmarkt
Der Gesamteindruck des Christkindlesmarktes bleibt unverändert positiv



Ø 1,9 *(2019: Ø1,9; 2016: Ø 1,8; 2013: Ø 1,7)*

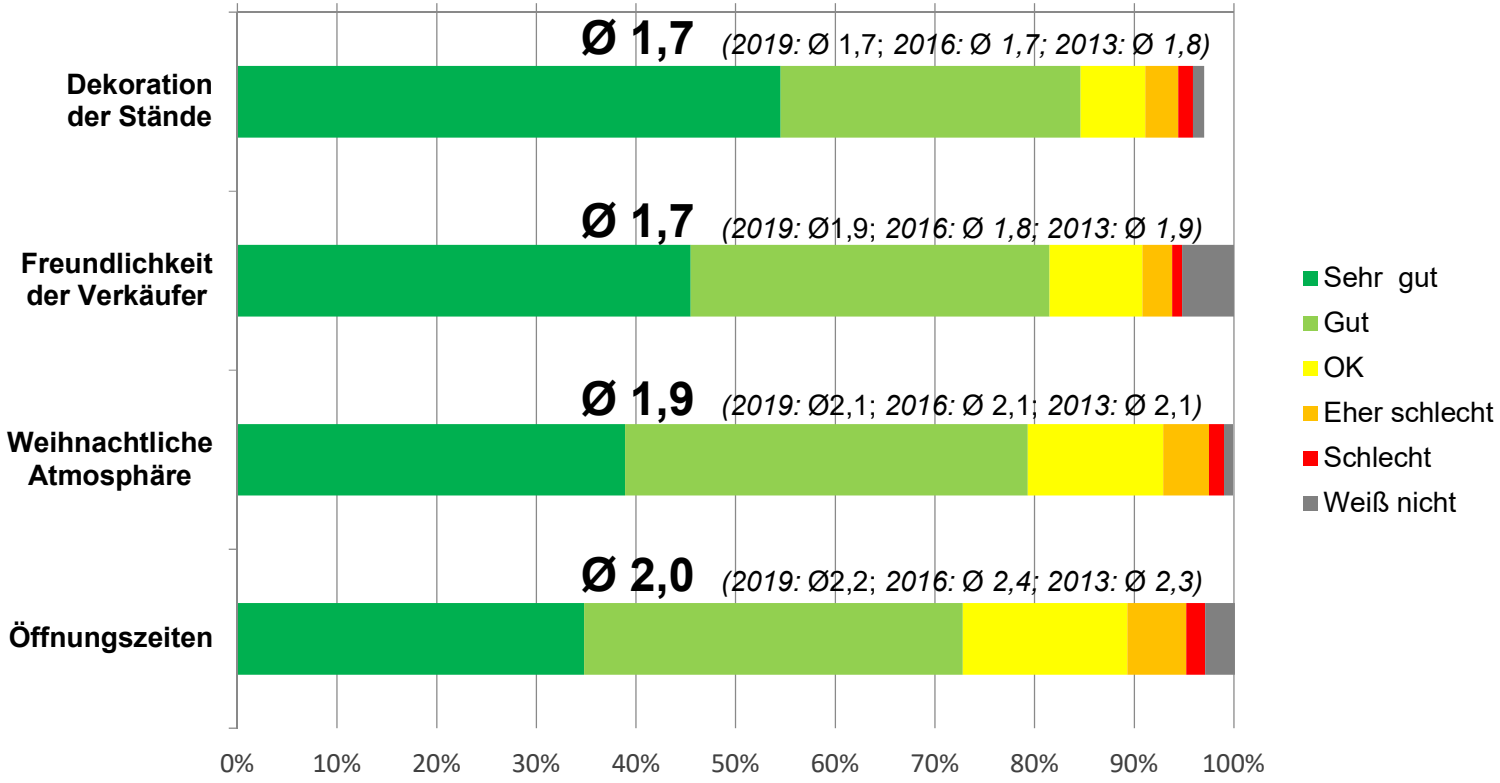
n_{2023} = 897
n_{2019} = 838
n_{2016} = 814
n_{2013} = 839

Bewertung des Gesamteindrucks vom Christkindlesmarkt 2023 - nach Besuchergruppen



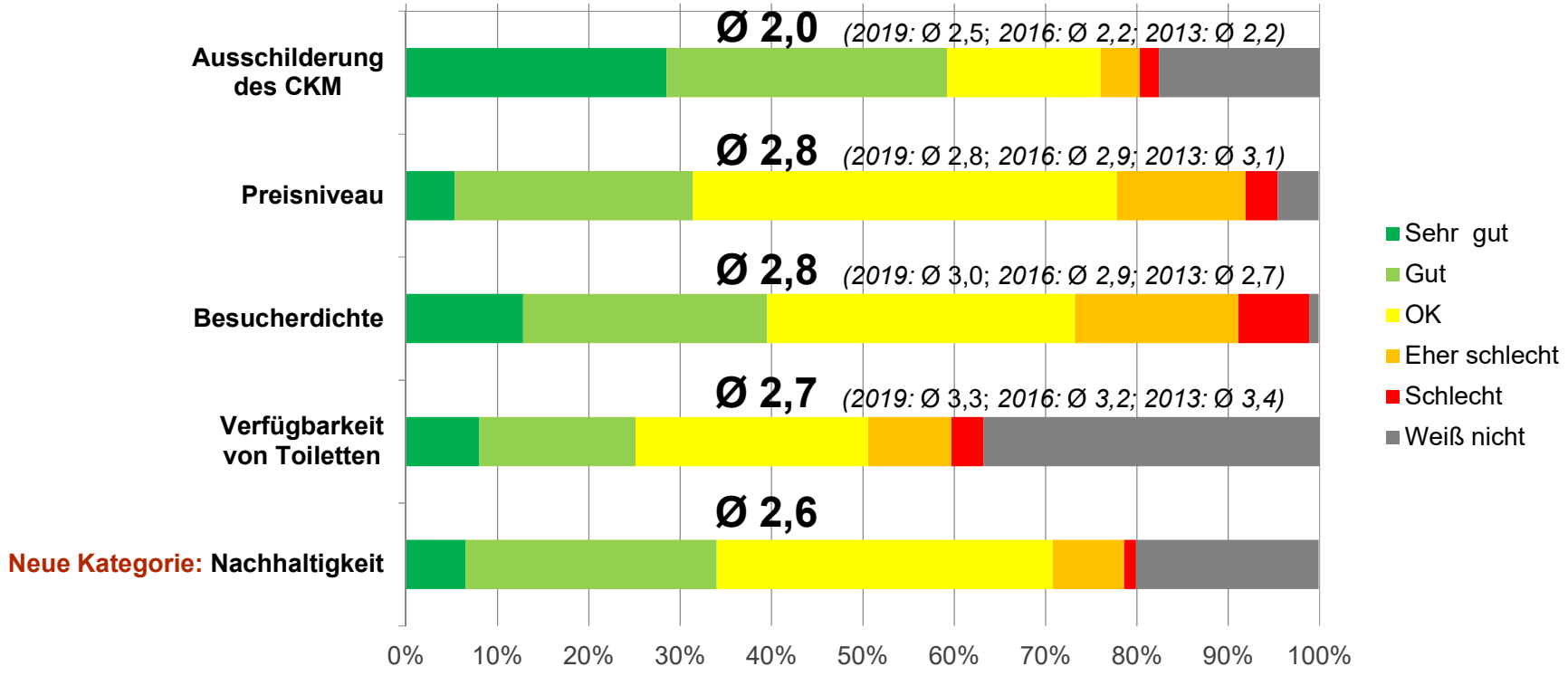
n_{2023} = 905

Bewertung von unterschiedlichen Bereichen: Top-Werte zwischen 1,7 und 2,0 Auffällig ist die verbesserte Beurteilung der Öffnungszeiten



n_{2023} = 905
n_{2019} = 843
n_{2016} = 814
n_{2013} = 837

Bewertung von unterschiedlichen Bereichen: Werte zwischen 2,0 und 2,8
Die Ausschilderung des Marktes und die Verfügbarkeit von Toiletten sind besser



n_{2023} = 905
n_{2016} = 814
n_{2013} = 837

Regressionsanalyse zur relativen Bedeutung unterschiedlicher Teilaspekte

Kriterium	Beta	Signifikanz
Freundlichkeit der Verkäufer:innen	0,318	<0,001
Dekoration der Stände	0,169	<0,001
Weihnachtliche Atmosphäre	0,152	<0,01
Ausschilderung des CKM	0,120	<0,01
Besucherdichte	0,085	<0,05
Nachhaltigkeit	0,075	n.s.
Öffnungszeiten	0,061	n.s.
Preisniveau	- 0,014	n.s.
Verfügbarkeit von Toiletten	- 0,033	n.s.

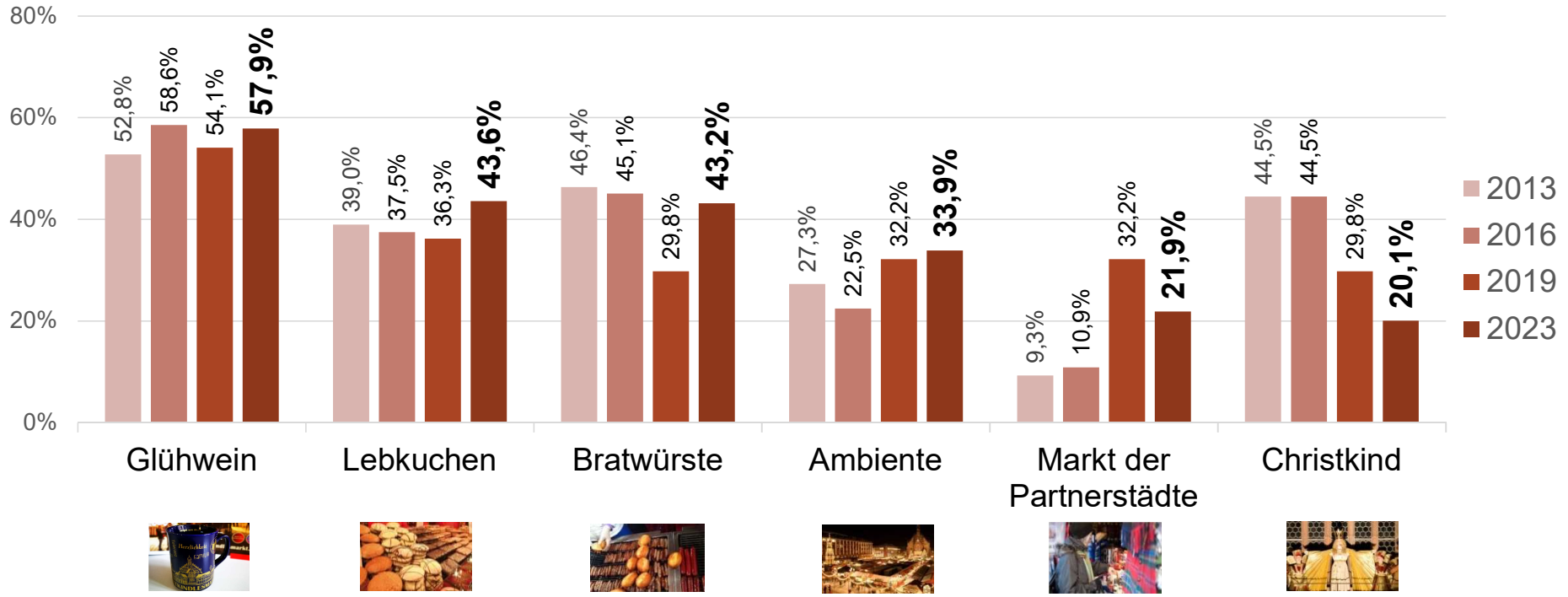
- Den **größten Einfluss** auf die Gesamtzufriedenheit hat die **Freundlichkeit der Verkäufer:innen** und **die Dekoration der Stände**
- Auf den nächsten Plätzen folgen die **weihnachtliche Atmosphäre, die Ausschilderung** und die **Besucherdichte**
- Alle weiteren Faktoren sind für die Gesamtzufriedenheit der Besucher:innen nicht ausschlaggebend.

Regressionsanalyse – Ranking

Einflussstärke (stark – gering)	Bewertungskriterien	Ø Bewertung
1	Freundlichkeit der Verkäufer:innen	1,7
2	Dekoration der Stände	1,7
3	Weihnachtliche Atmosphäre	1,9
4	Ausschilderung des CKM	2,0
5	Besucherdichte	2,8
6	Nachhaltigkeit	2,6
7	Öffnungszeiten	2,0
8	Preisniveau	2,8
9	Verfügbarkeit von Toiletten	2,7

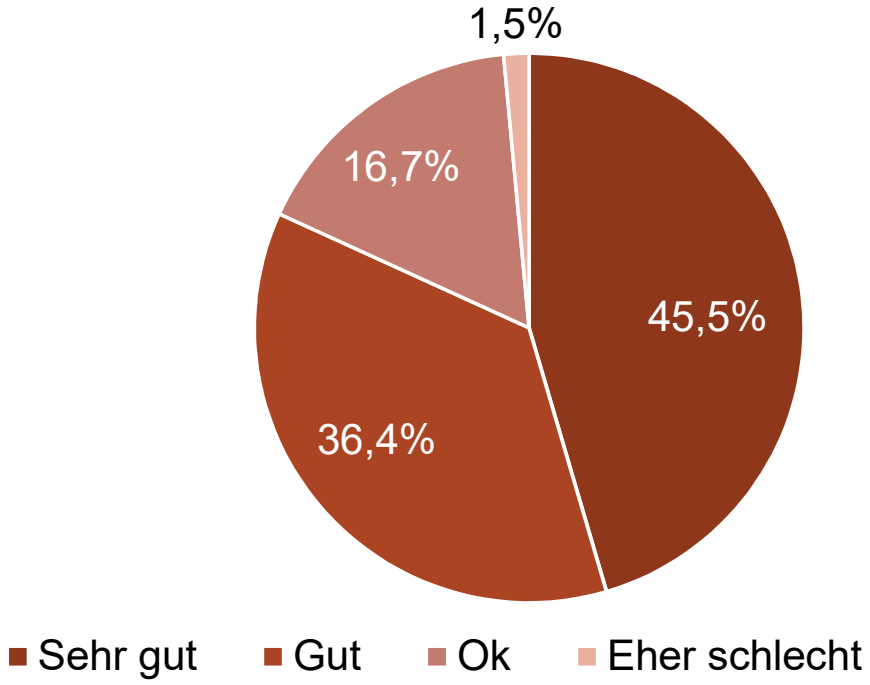
$n_{2023} = 905$

Top 3-Highlights des Christkindlesmarktes 2023 - Plätze 1-6
Die Kulinarik dominiert die Wahrnehmung der Highlights



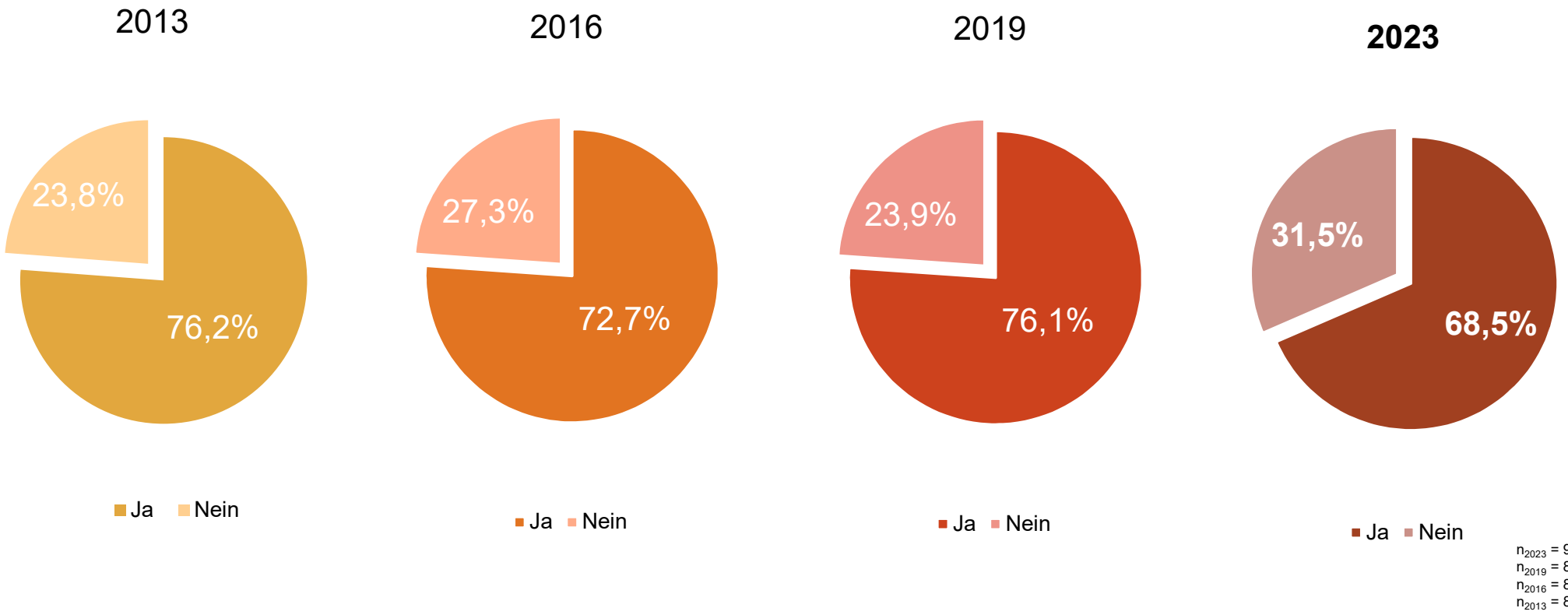
Mehrfachnennung
n_{2023} = 905
n_{2019} = 844
n_{2016} = 814
n_{2013} = 839

Besuch des Christkindlesmarktes ohne deutsche Sprachkenntnisse: Es ist für internationale Besucher sehr gut möglich, den Christkindlesmarkt ohne deutsche Sprachkenntnisse zu besuchen



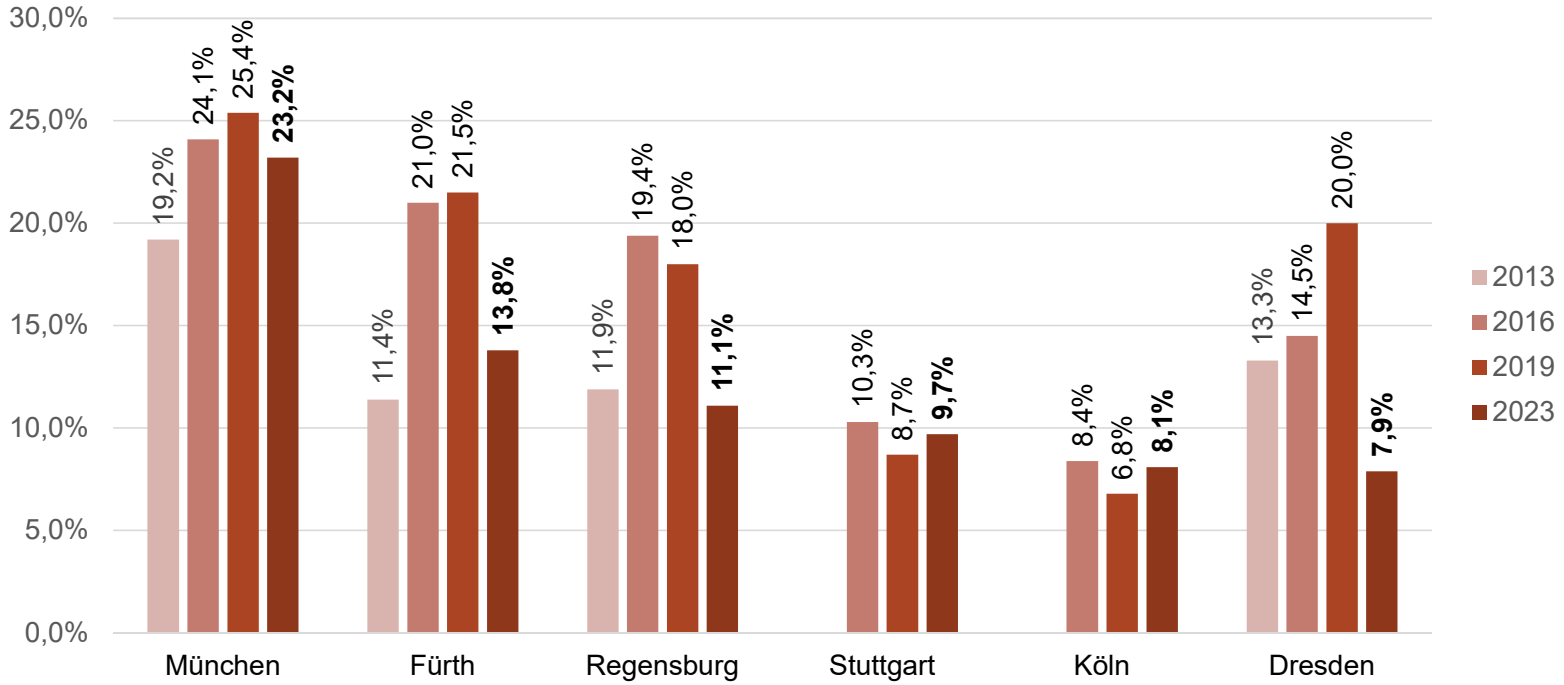
$n_{2023} = 66$

Besuch von anderen Weihnachtsmärkten neben dem CKM



n_{2023} = 905
n_{2019} = 844
n_{2016} = 814
n_{2013} = 837

„Welche anderen Weihnachtsmärkte haben Sie neben dem Nürnberger Christkindlesmarkt noch besucht?“
Top 5 Nennungen: Fürth, Regensburg und Dresden fallen anteilig zurück



n_{2023} = 620
n_{2019} = 619
n_{2016} = 594
n_{2013} = 640