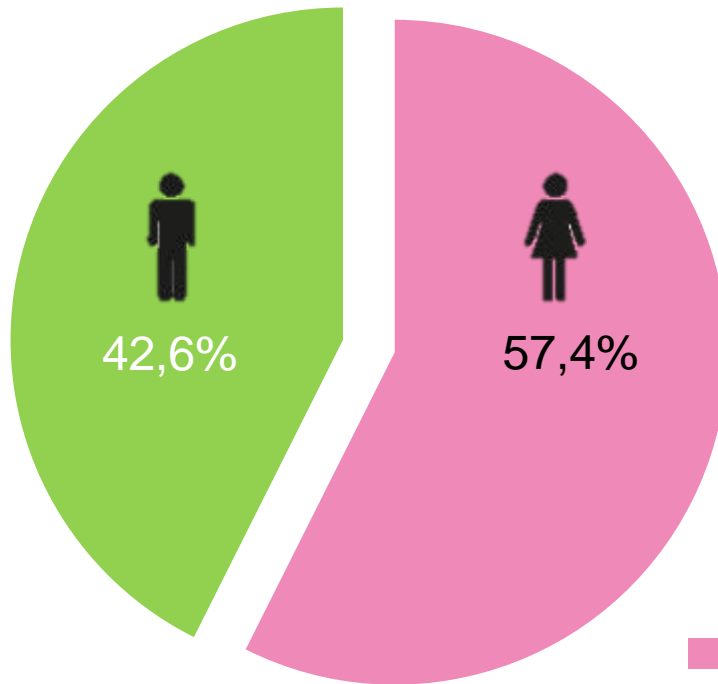


# Christkindlesmarkt Nürnberg 2016: Besucherbefragung

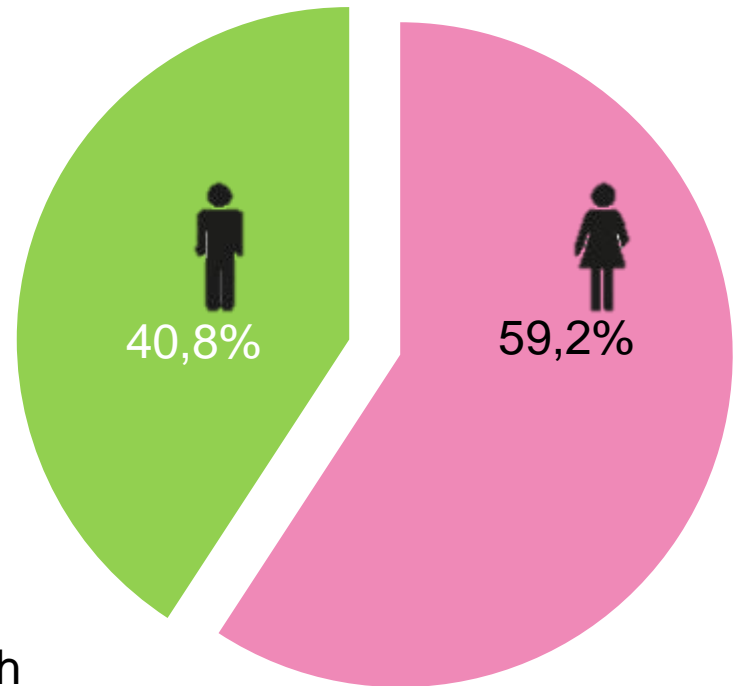


## Geschlecht der Christkindlesmarkt-Besucher

2016



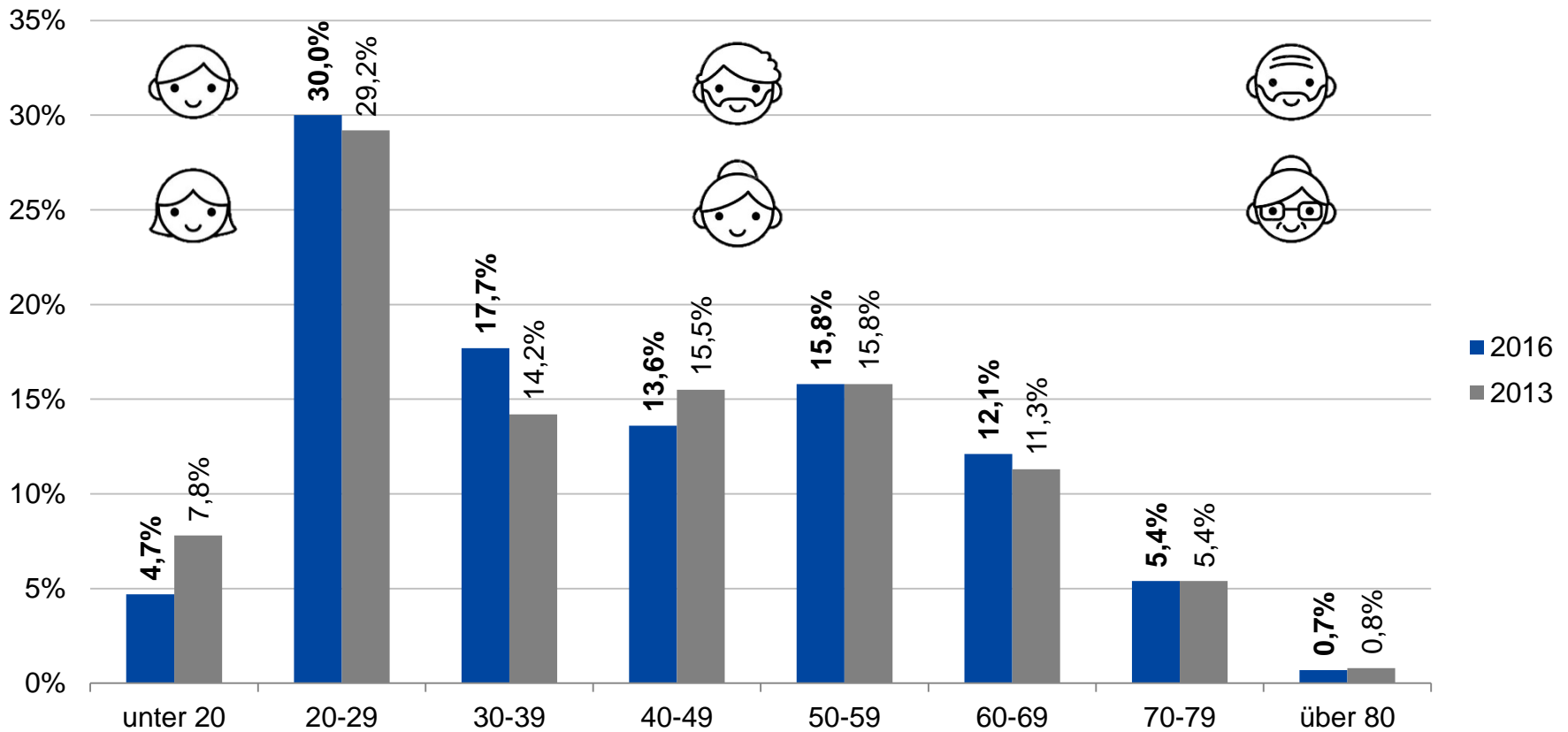
2013



■ = Weiblich  
■ = Männlich

$n_{2016} = 2143$   
 $n_{2013} = 2107$

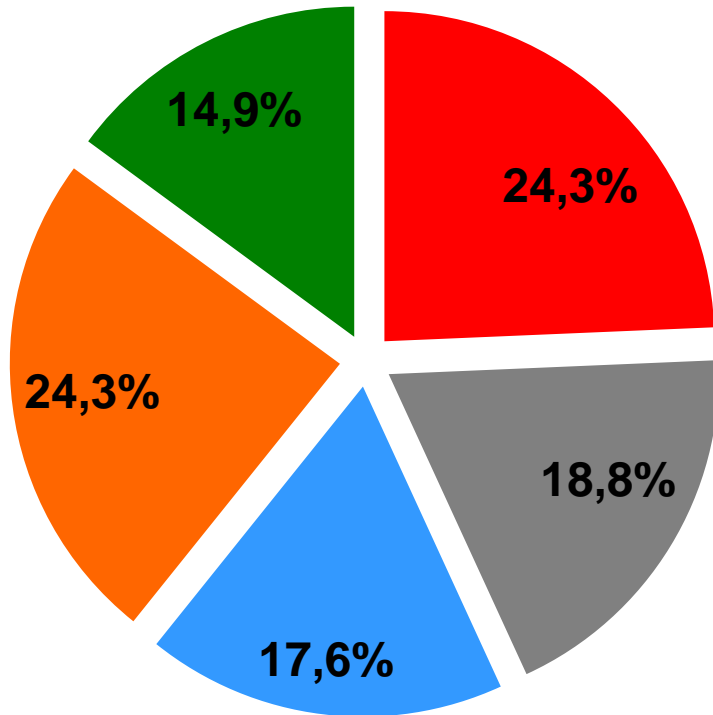
# Alter der Christkindlesmarkt-Besucher



$n_{2016} = 2143$   
 $n_{2013} = 2107$

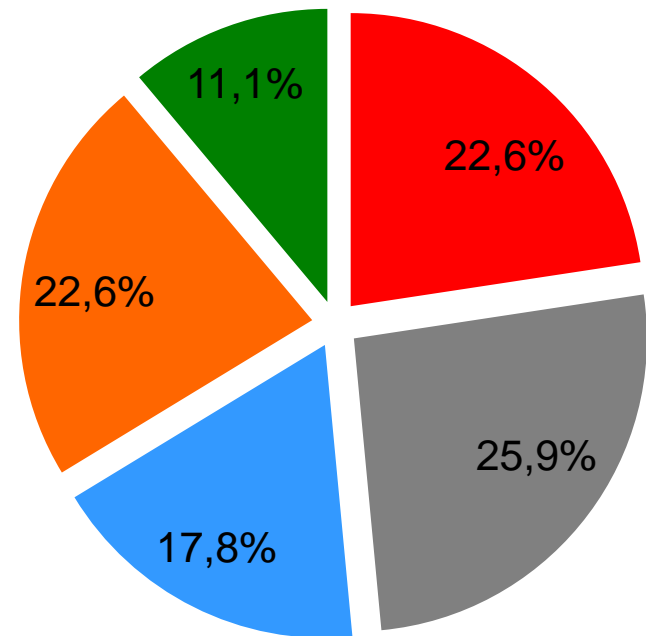
## Herkunft der Christkindlesmarkt-Besucher

**2016: 2,5 Mio.**



- Aus Nürnberg
- Aus der Metropolregion (ohne Nürnberg)
- Aus Bayern (ohne Metropolregion)
- Aus Deutschland (ohne Bayern)
- Internationale Besucher

**2013: 2,3 Mio.**



$n_{2016} = 2047$   
 $n_{2013} = 2107$

## Top-10 Herkunftsländer der internationalen Besucher

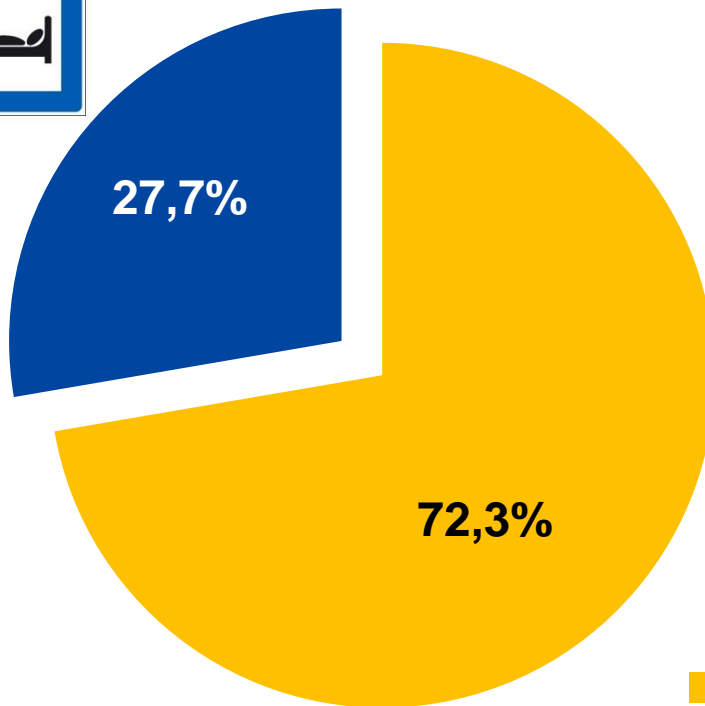
2016			2013		
1:		3,0% (+0,5%)	1:		2,5%
2:		2,1% (+0,4%)	2:		1,7%
3:	↑ 	1,6% (+0,7%)	3:		1,5%
4:		1,6% (+0,4%)	4:		1,2%
5:	↓ 	1,2% (-0,3%)	5:		0,9%
6:	↑ 	0,9% (+0,7%)	6:		0,5%
7:	↓ 	0,7% (+0,2%)	7:		0,3%
8:		0,5% (+0,3%)	8:		0,2%
9:		0,4% (+0,2%)	9:		0,2%
10:	↑ 	0,4% (+0,3%)	10:		0,2%

Insgesamt breitere Streuung der internationalen Besucher (Brasilien, China, Kanada,...) und Rückgang russischer Touristen

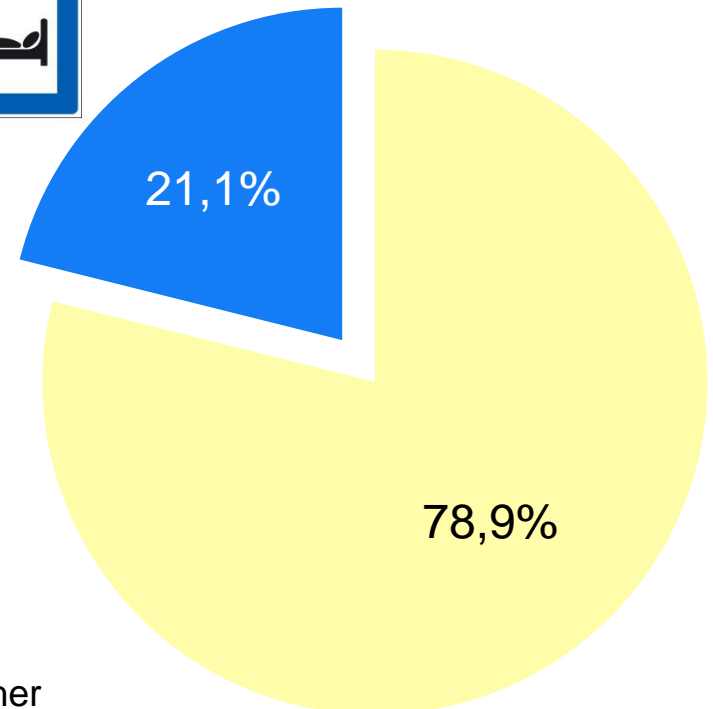
n<sub>2016</sub> = 2143  
 n<sub>2013</sub> = 2107



# Tagesbesucher im Vergleich zu Übernachtungsgästen

2016



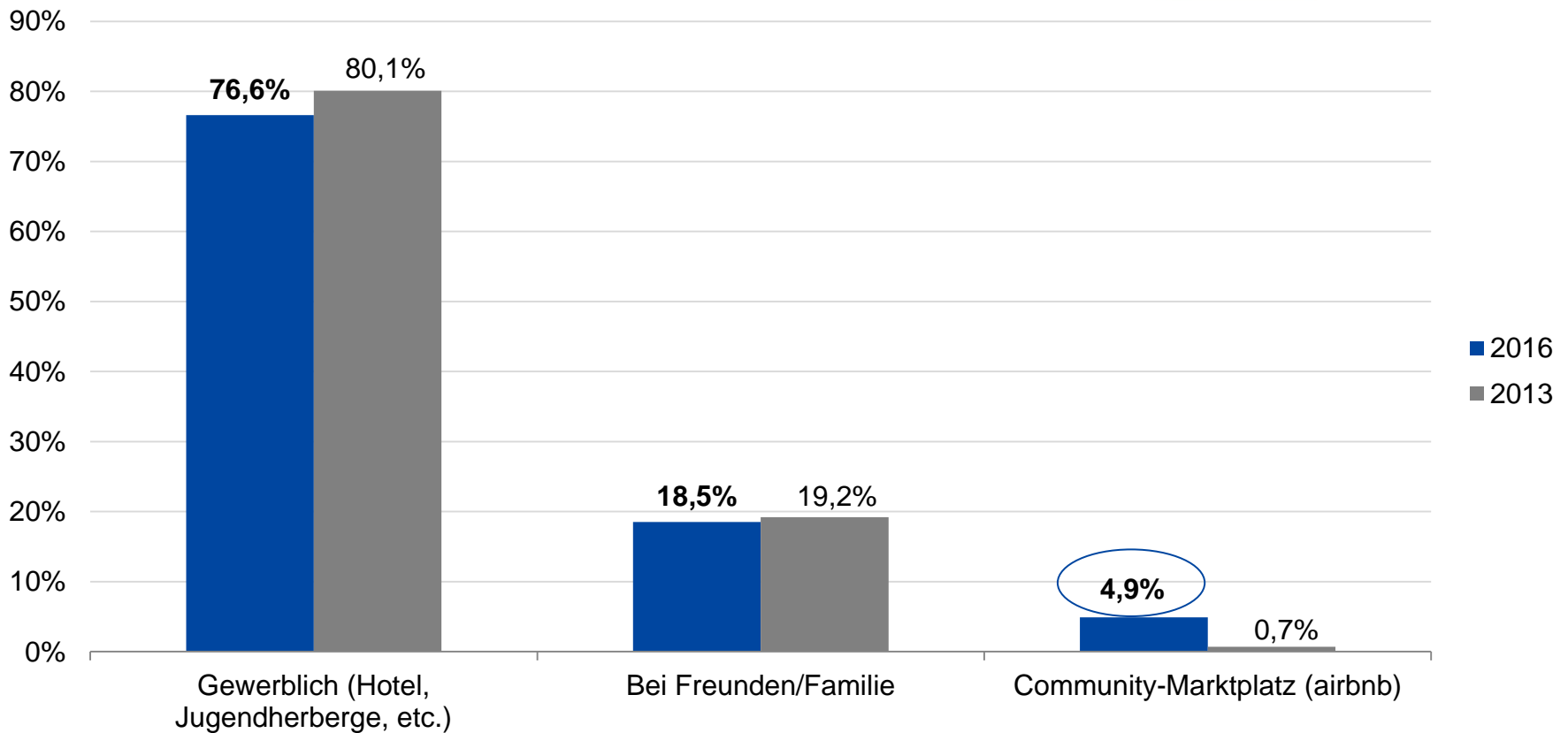
2013



 = Tagesbesucher  
 = Übernachtungsgäste

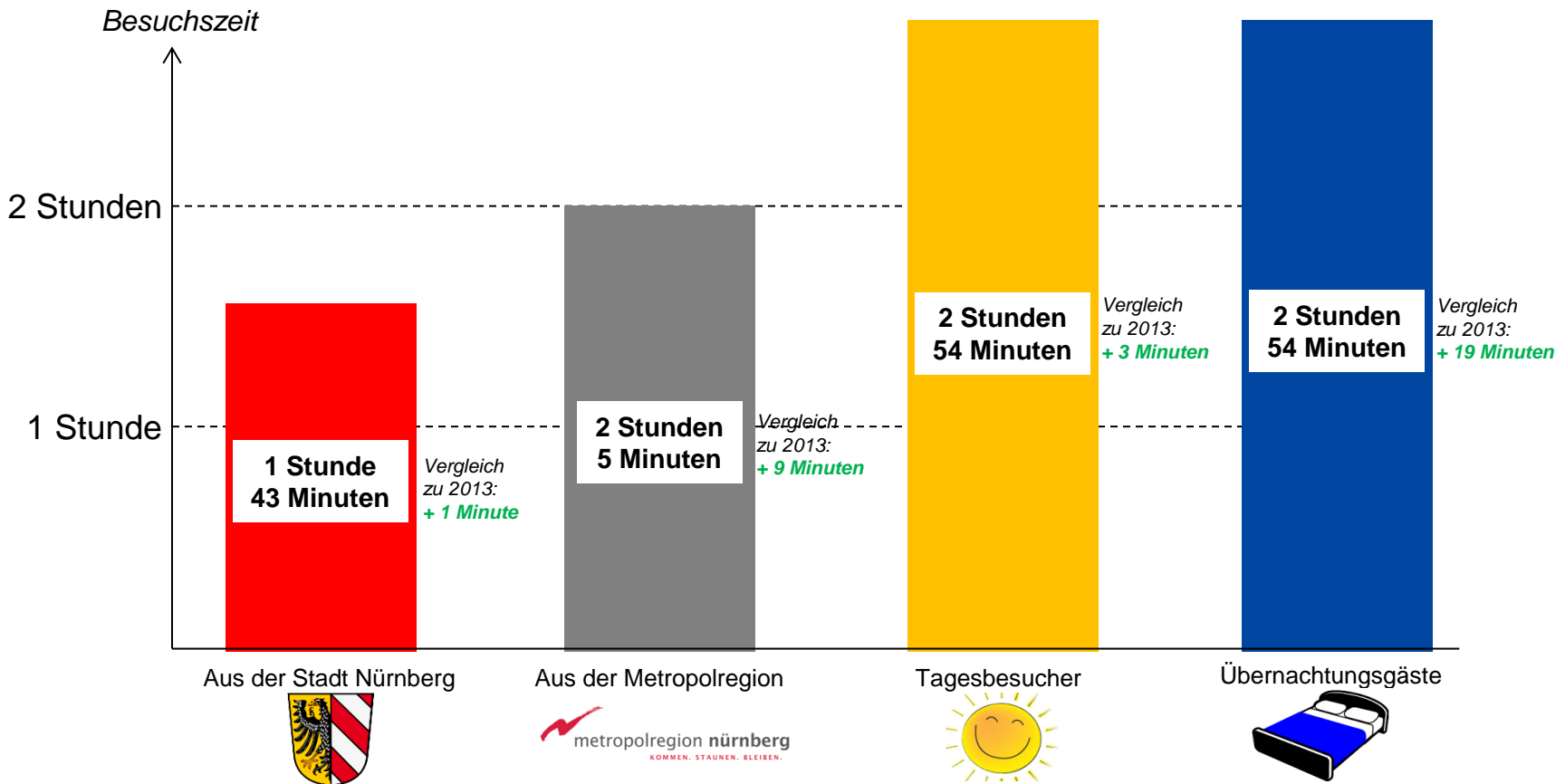
$n_{2016} = 2143$   
 $n_{2013} = 2107$

# Herbergsbetriebe der Übernachtungsgäste



n<sub>2016</sub> = 591  
n<sub>2013</sub> = 444

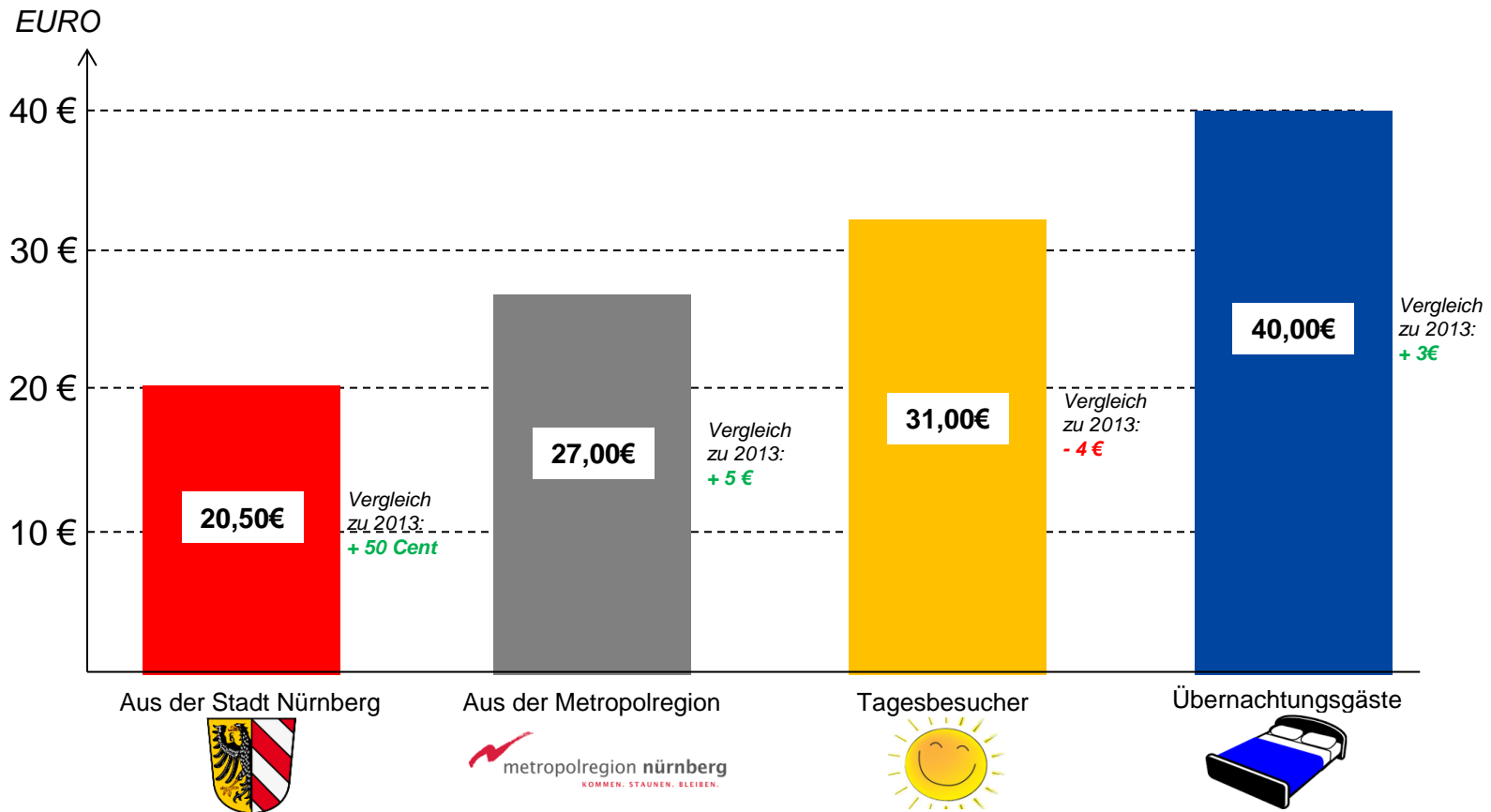
# Aufenthaltsdauer auf dem Christkindlesmarkt - nach Besuchergruppen



n<sub>2016</sub> = 808  
 n<sub>2013</sub> = 841

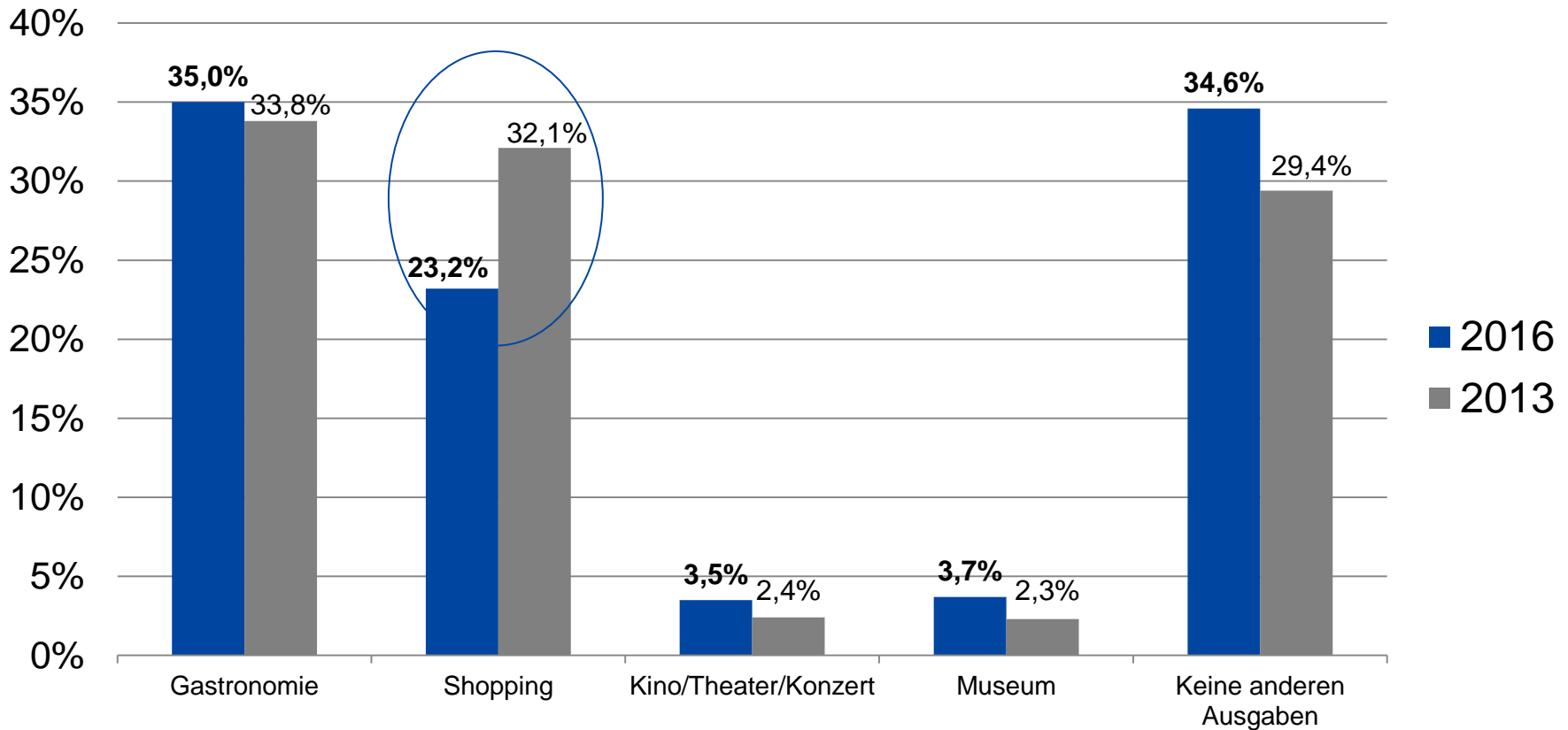


# Ausgabeverhalten auf dem Christkindlesmarkt - nach Besuchergruppen



n<sub>2016</sub> = 793  
 n<sub>2013</sub> = 819

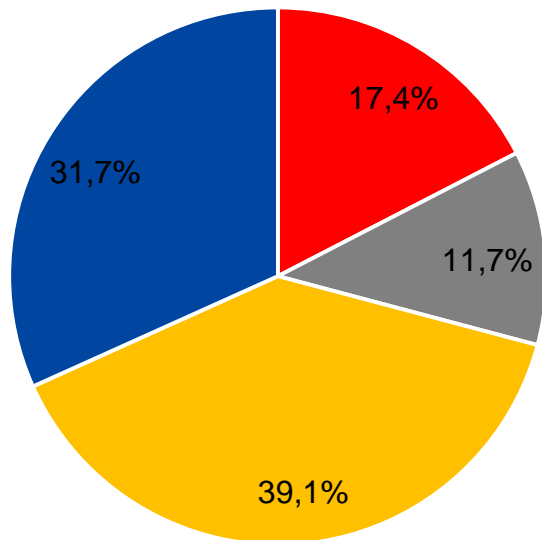
# Zusätzliche Ausgaben in Verbindung mit dem Besuch des Christkindlesmarktes



n<sub>2016</sub> = 809  
 n<sub>2013</sub> = 840

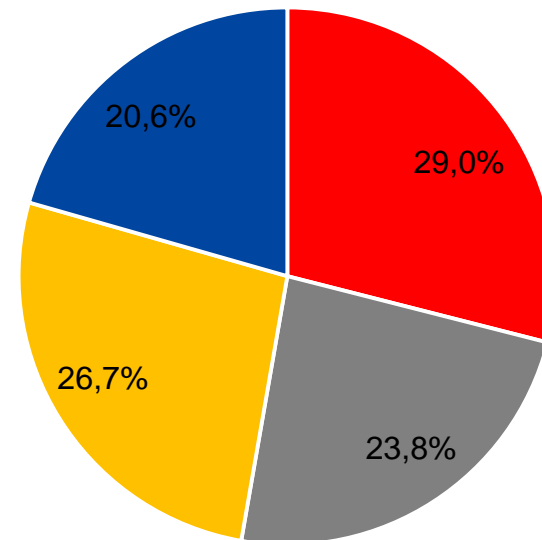
# Besucherstruktur auf dem Christkindlesmarkt - nach Tageszeit

Vor 16:00 Uhr



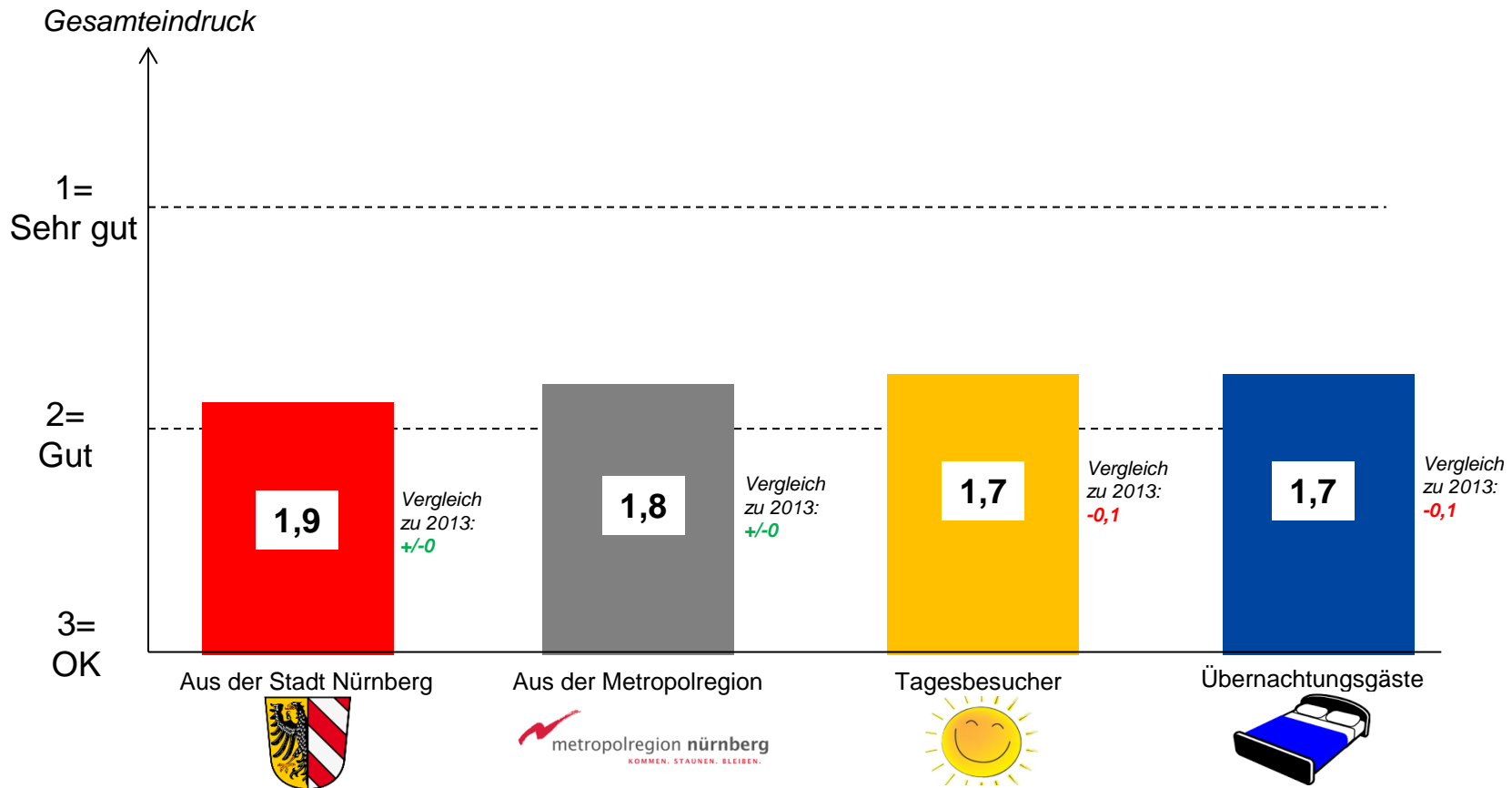
- Nürnberger
- Aus der Metropolregion
- Tagesgäste
- Übernachtungsgäste

Nach 16:00 Uhr



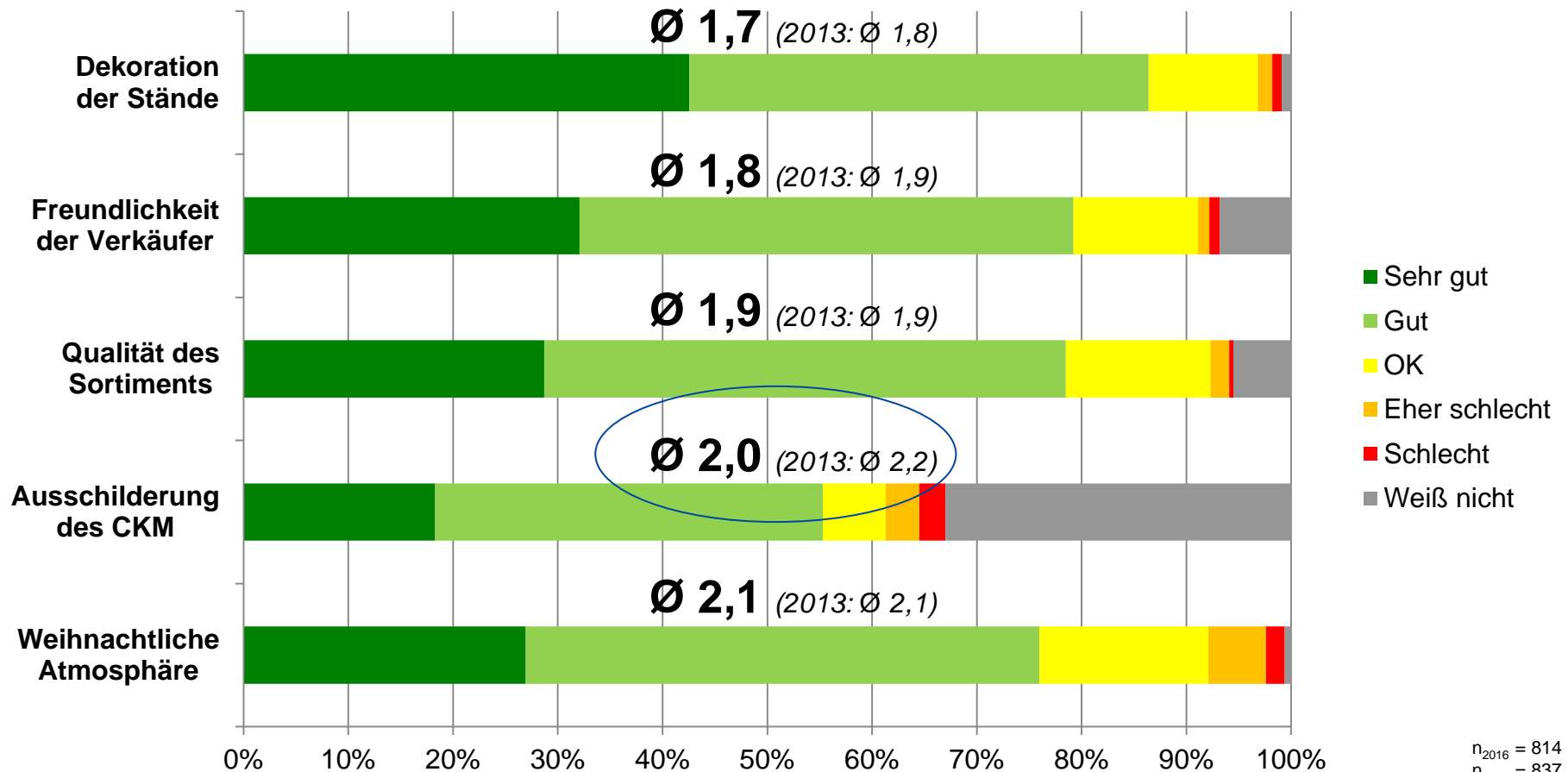
- Nürnberger
- Aus der Metropolregion
- Tagesgäste
- Übernachtungsgäste

# Bewertung des Gesamteindrucks vom Christkindlesmarkt - nach Besuchergruppen

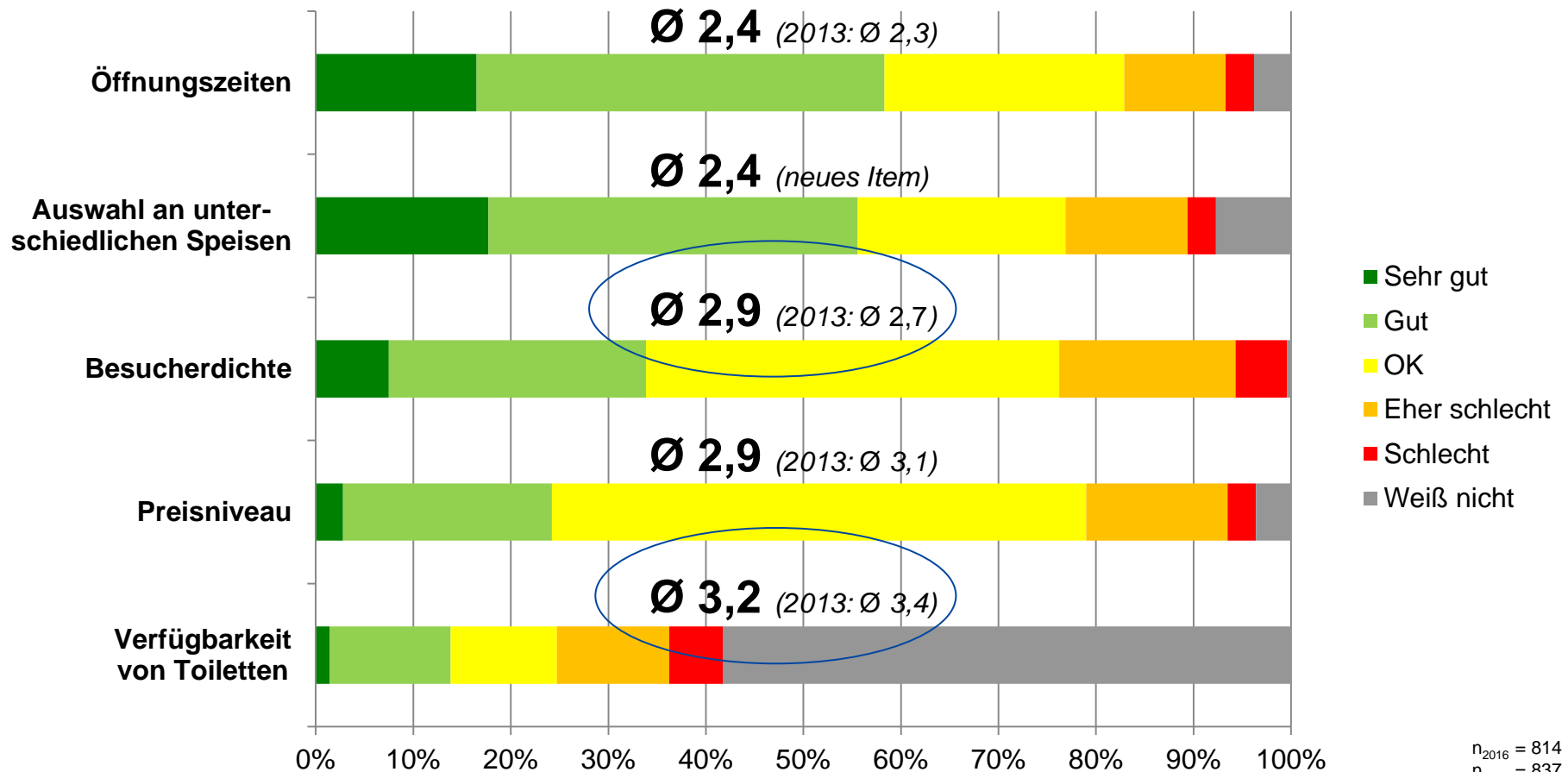


n<sub>2016</sub> = 808  
 n<sub>2013</sub> = 841

## Bewertung von unterschiedlichen Bereichen: Top-Werte



## Bewertung von unterschiedlichen Bereichen: Low-Werte



n<sub>2016</sub> = 814  
 n<sub>2013</sub> = 837

# Regressionsanalyse

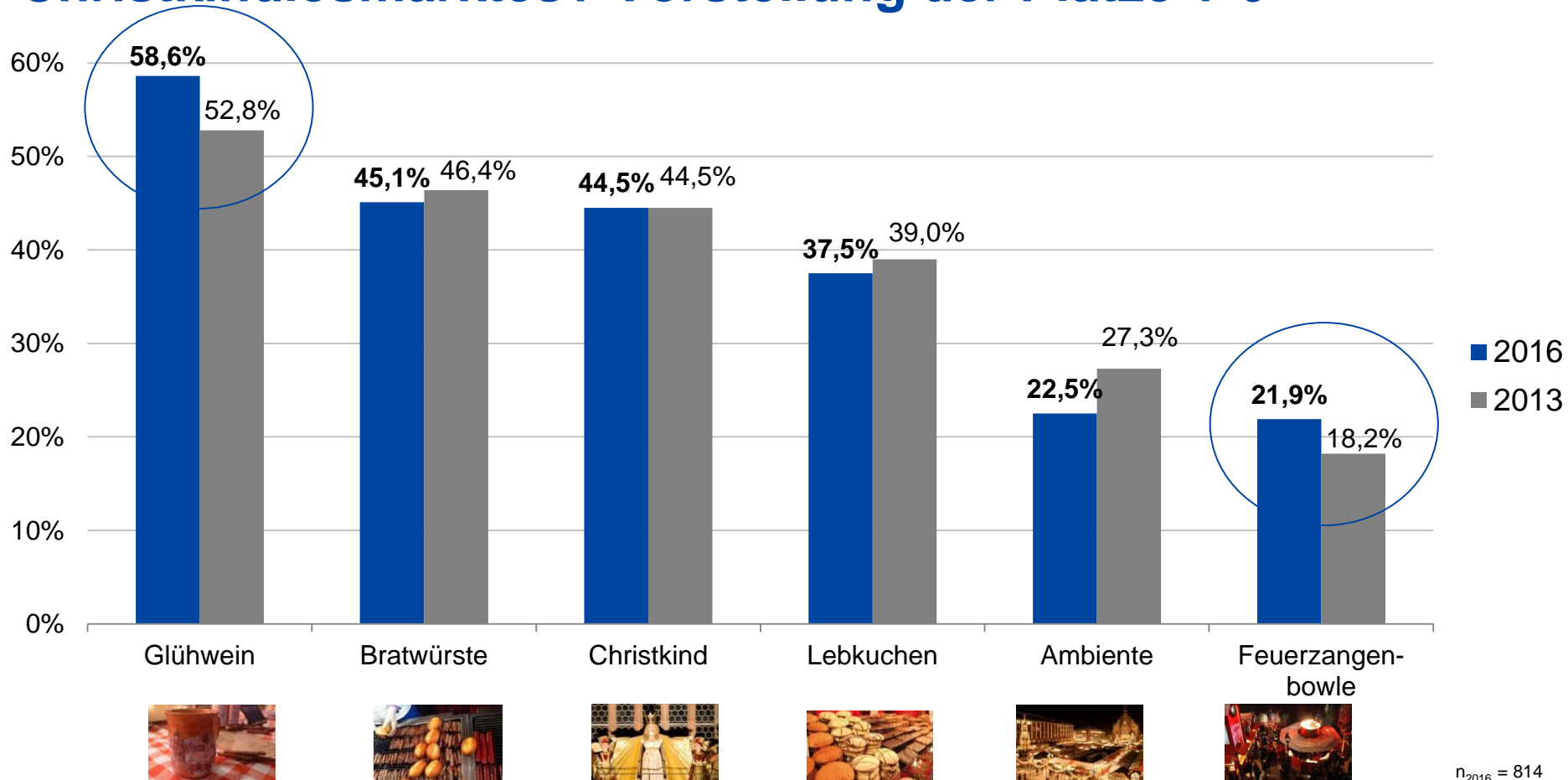
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,004	0,182		0,020	0,984
Freundlichkeit der Verkäufer	0,098	0,052	<b>0,101</b>	1,877	0,062
Oeffnungszeiten des CKM	0,016	0,039	<b>0,023</b>	0,417	0,677
Qualität des angebotenen sortiments	0,134	0,055	<b>0,143</b>	2,445	0,015
Auswahl an unterschiedlichen Speisen	0,090	0,038	<b>0,135</b>	2,351	0,019
Verfügbarkeit der Toiletten	0,025	0,035	<b>0,037</b>	0,710	0,479
Dekoration der Stände	0,192	0,057	<b>0,203</b>	3,366	0,001
Besucherdichte auf dem CKM	0,077	0,040	<b>0,098</b>	1,922	0,056
Weihnachtliche Atmosphäre	0,129	0,048	<b>0,153</b>	2,669	0,008
Preisniveau	0,052	0,049	<b>0,057</b>	1,060	0,290

Den **größten Einfluss** auf die Gesamtzufriedenheit hat die **Dekoration der Stände**

Am zweit und dritt meisten beeinflussen die **Weihnachtliche Atmosphäre** und die **Qualität des angebotenen Sortiments** die Gesamtzufriedenheit

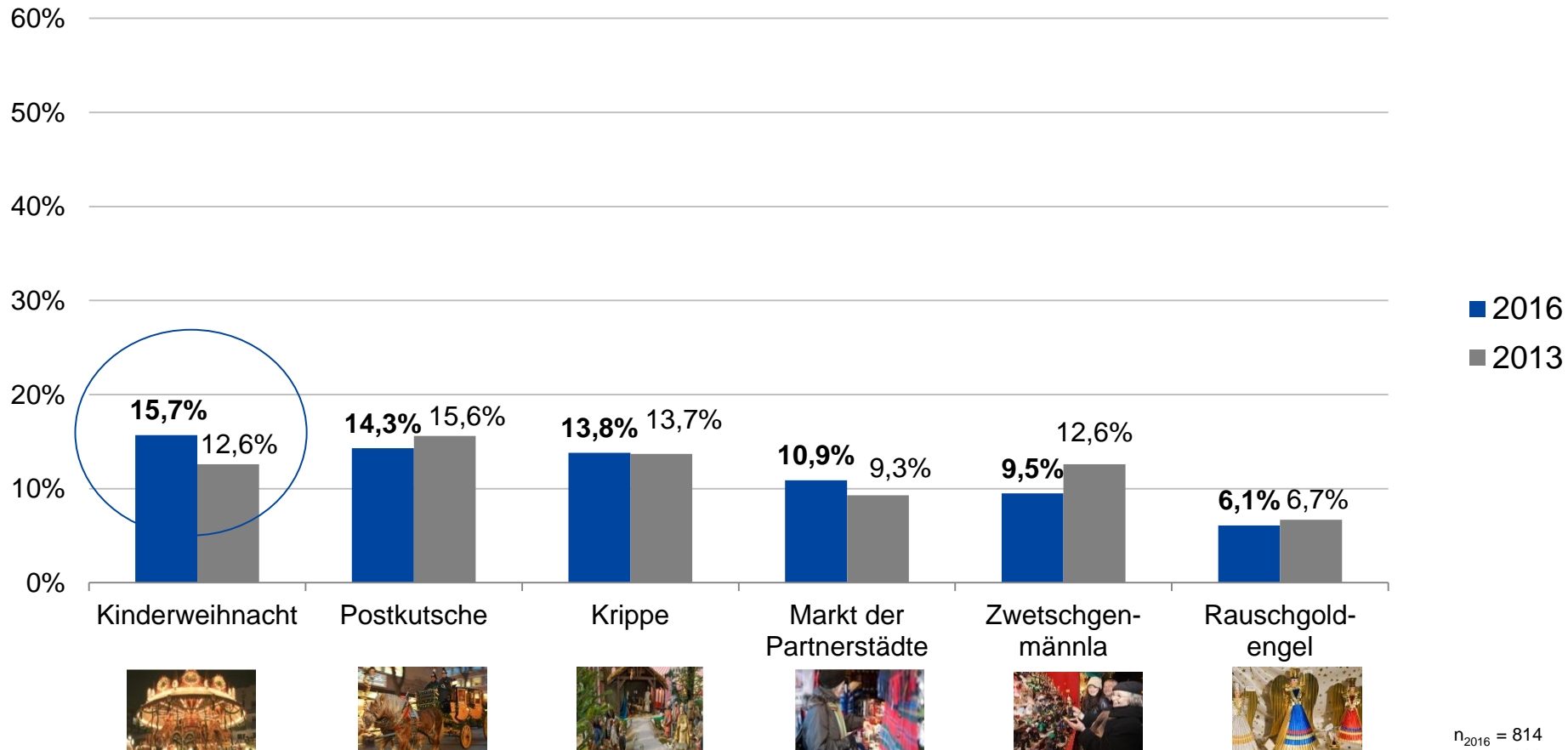
Den **geringsten Einfluss** haben die **die Öffnungszeiten** und die **Toilettenverfügbarkeit** auf die Gesamtzufriedenheit

## Was sind für Sie die Top 3-Highlights des Christkindlesmarktes? Vorstellung der Plätze 1-6



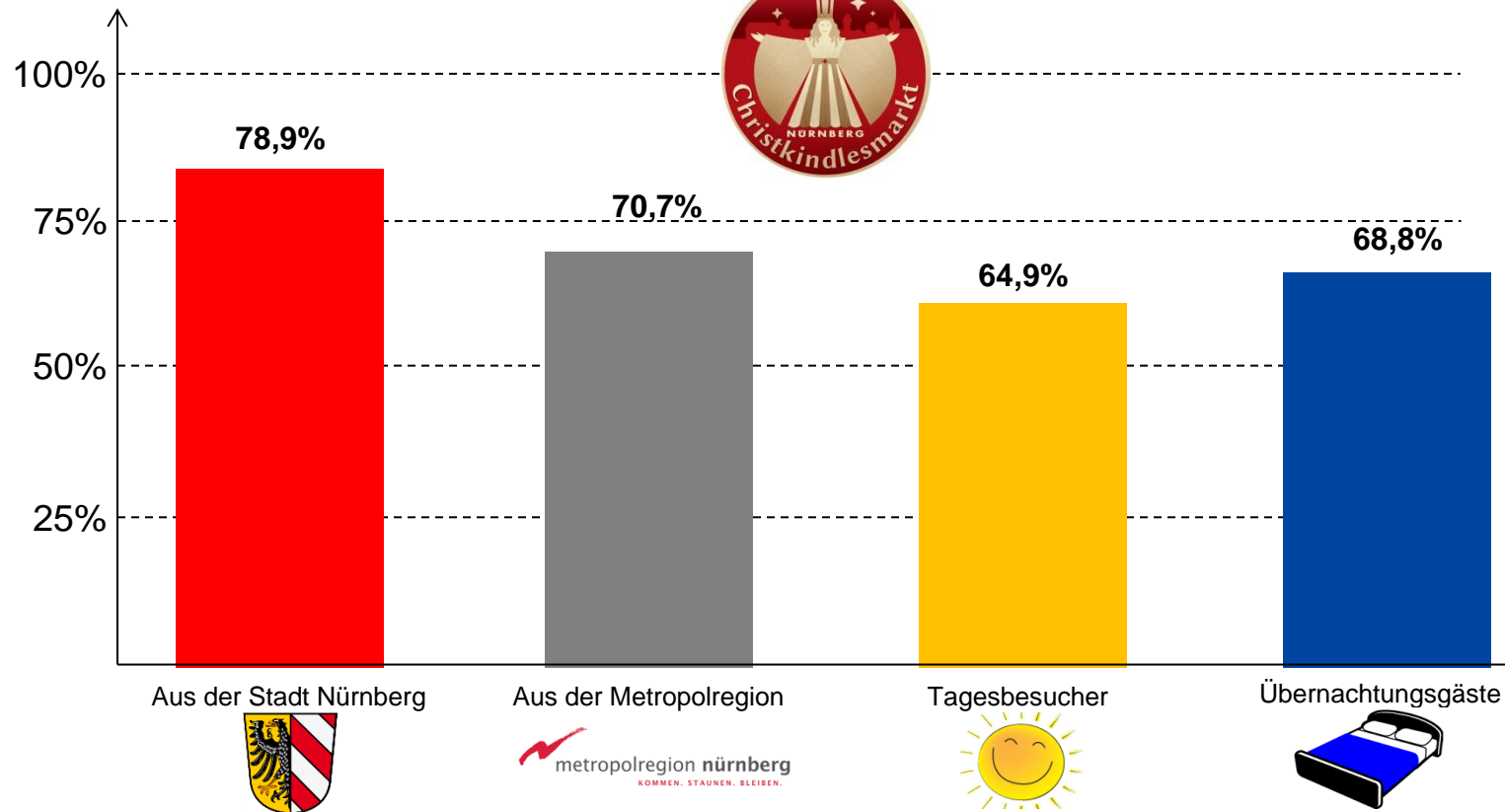


# Was sind für Sie die Top 3-Highlights des Christkindlesmarktes? Vorstellung der Plätze 7-12



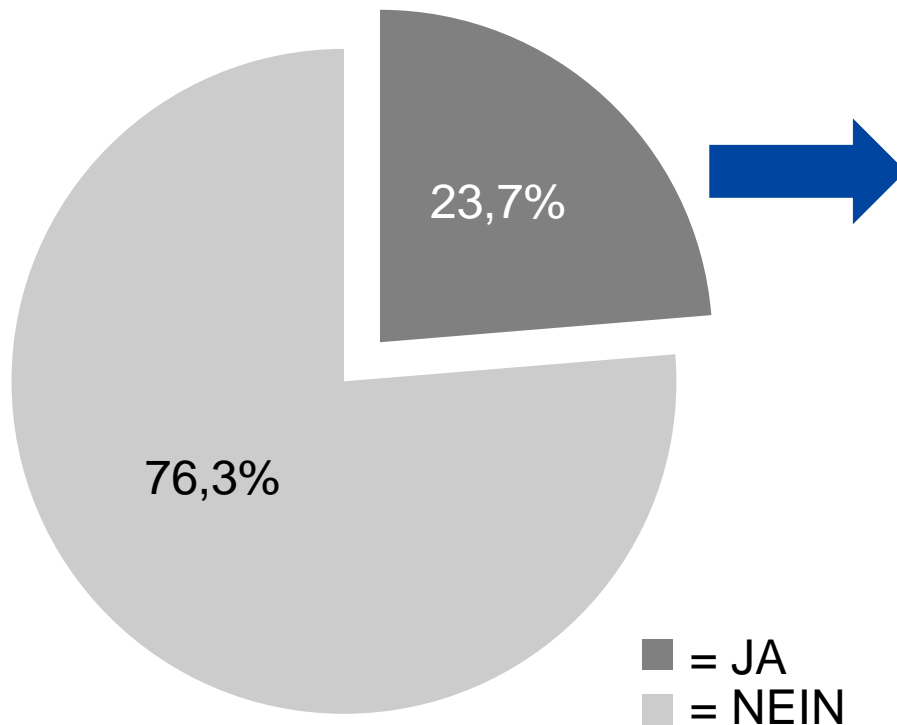
# Wiedererkennung des Christkindlesmarkt-Logos nach den unterschiedlichen Besuchergruppen

Wiedererkennung



n = 814

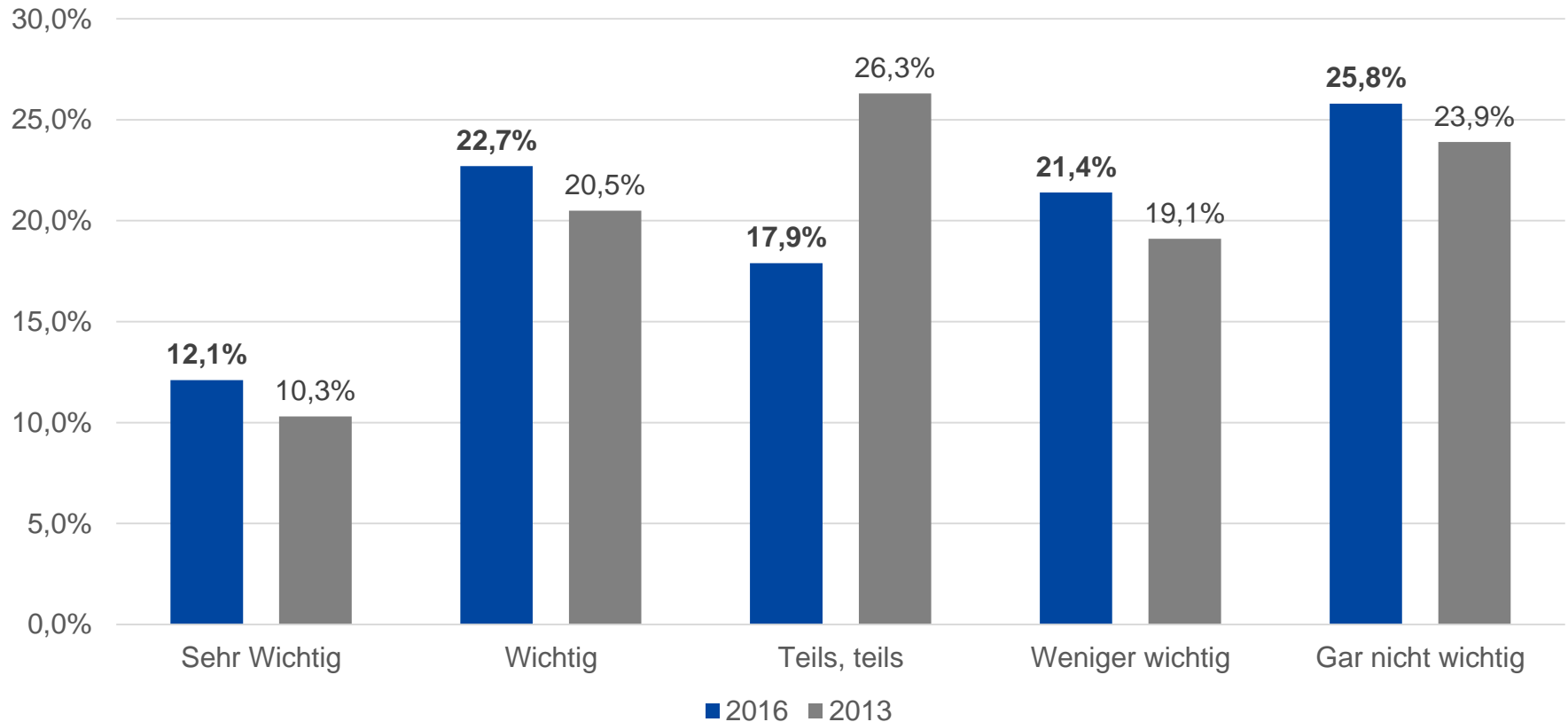
## Kauf von Produkten mit dem Logo des Christkindlesmarktes



85x Glühweintassen  
26x Lebkuchenherzen  
21x Glühweinflaschen  
4x Postkarten  
3x Windlichter  
1x Kaffee

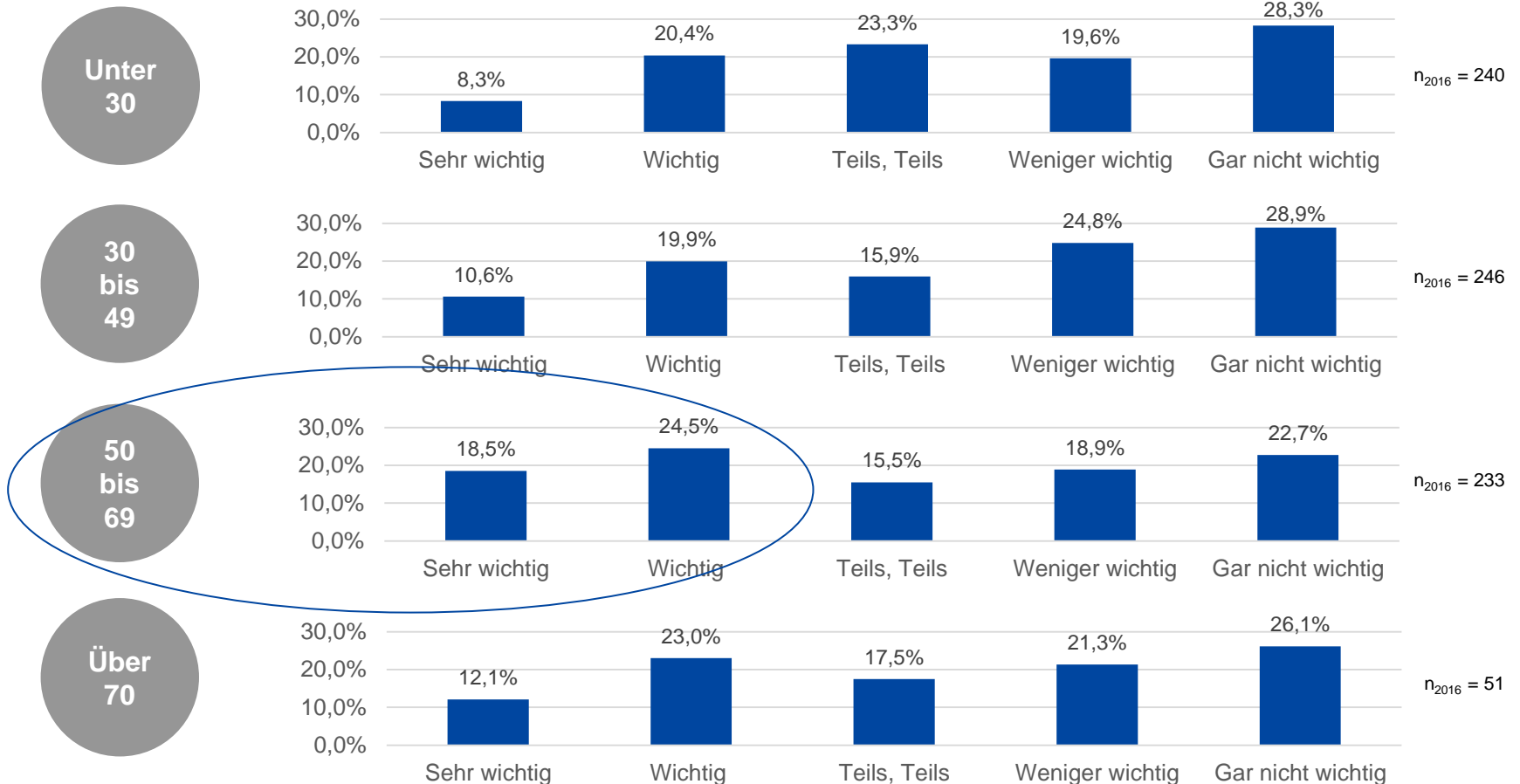
0x Backformen  
0x Stempel

## Wie wichtig ist Ihnen das Angebot von Bio-Produkten auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt?

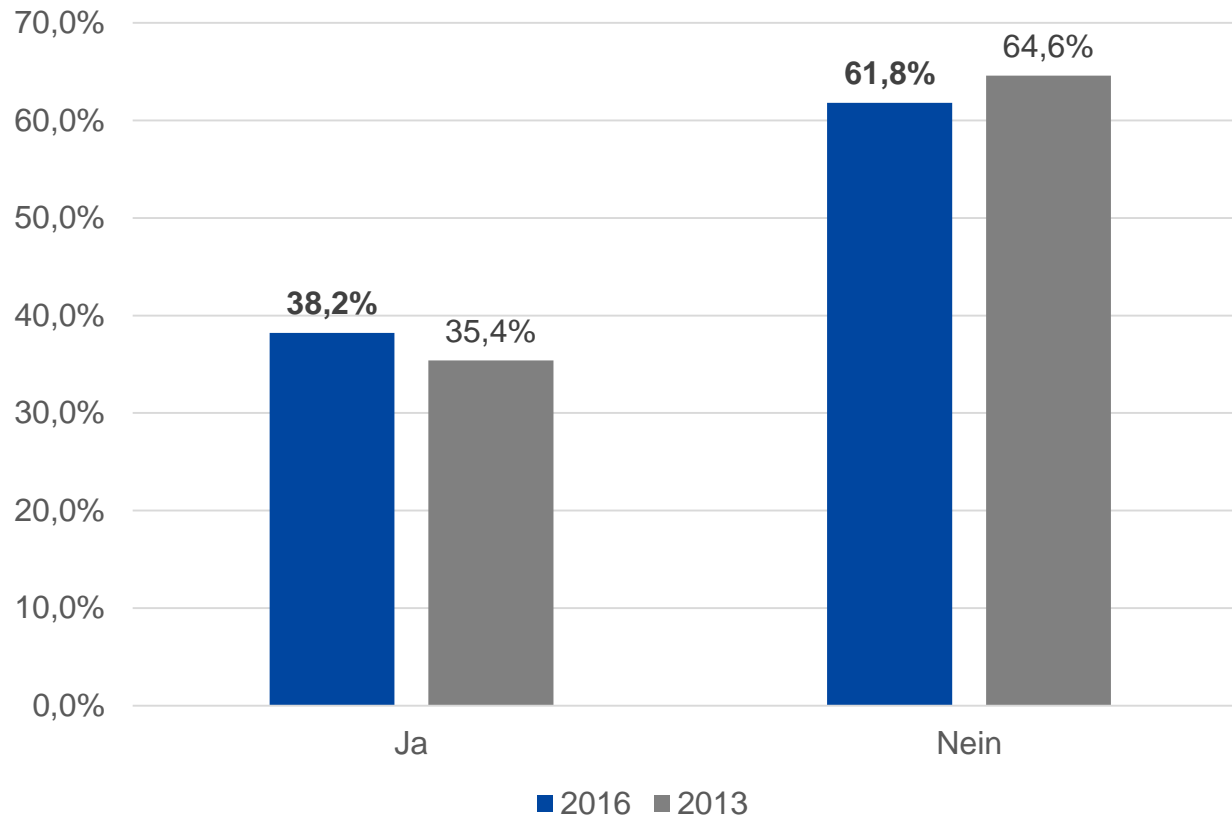


n<sub>2016</sub> = 809  
 n<sub>2013</sub> = 838

# Wie wichtig ist Ihnen das Angebot von Bio-Produkten auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt? – nach Altersgruppen

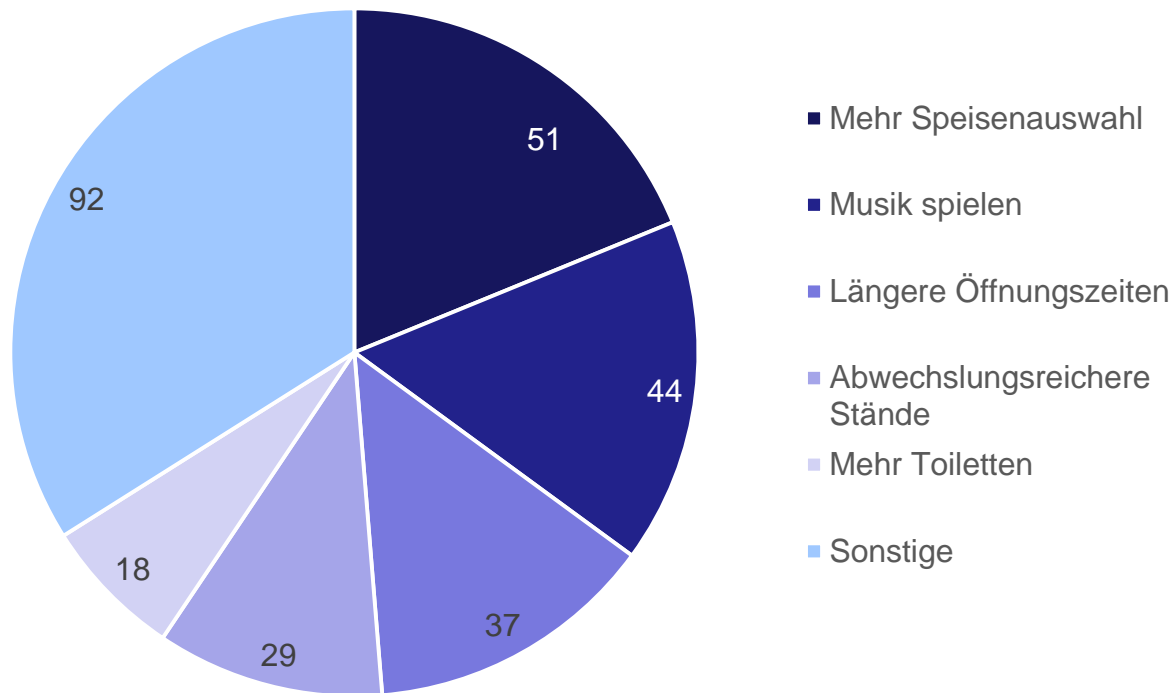


# Haben Sie dieses Bio-Siegel auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt wahrgenommen?



n<sub>2016</sub> = 814  
n<sub>2013</sub> = 841

# Verbesserungsvorschläge der Besucher zum Christkindlesmarkt: 271 ungestützte offene Angaben der 814 Tiefeninterviews



n<sub>2016</sub> = 271

## Christkindlesmarkt 2016 – Studie

durchgeführt von der TH Nürnberg –  
die Hochschule, an der das Christkind studiert

