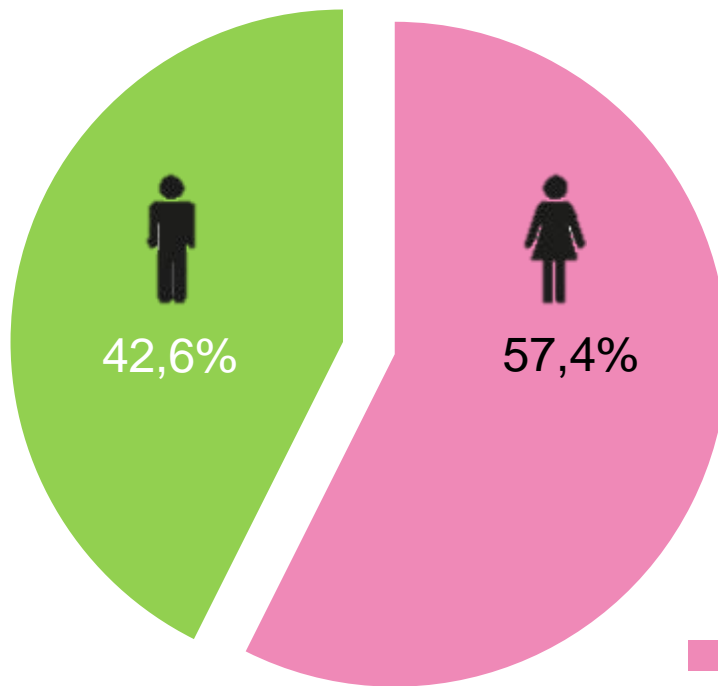


Christkindlesmarkt Nürnberg 2016: Besucherbefragung

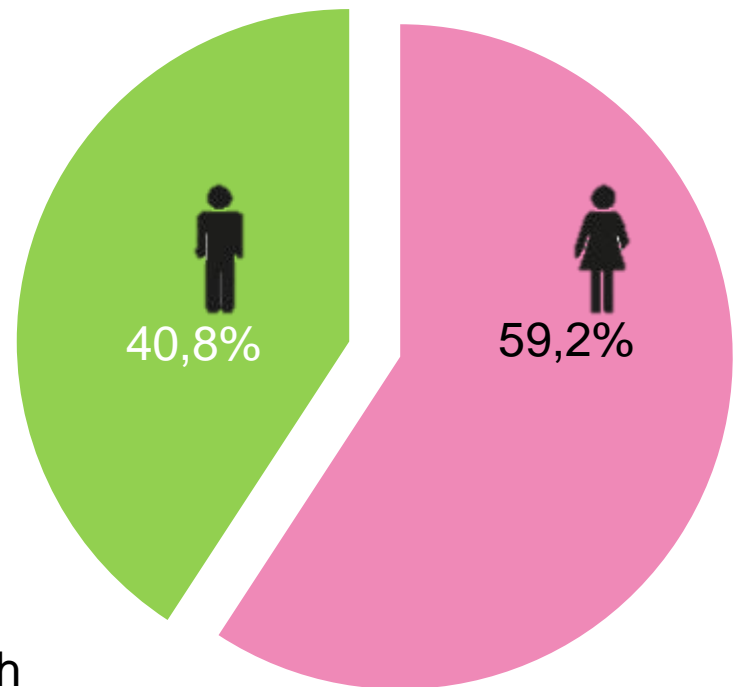


Geschlecht der Christkindlesmarkt-Besucher

2016



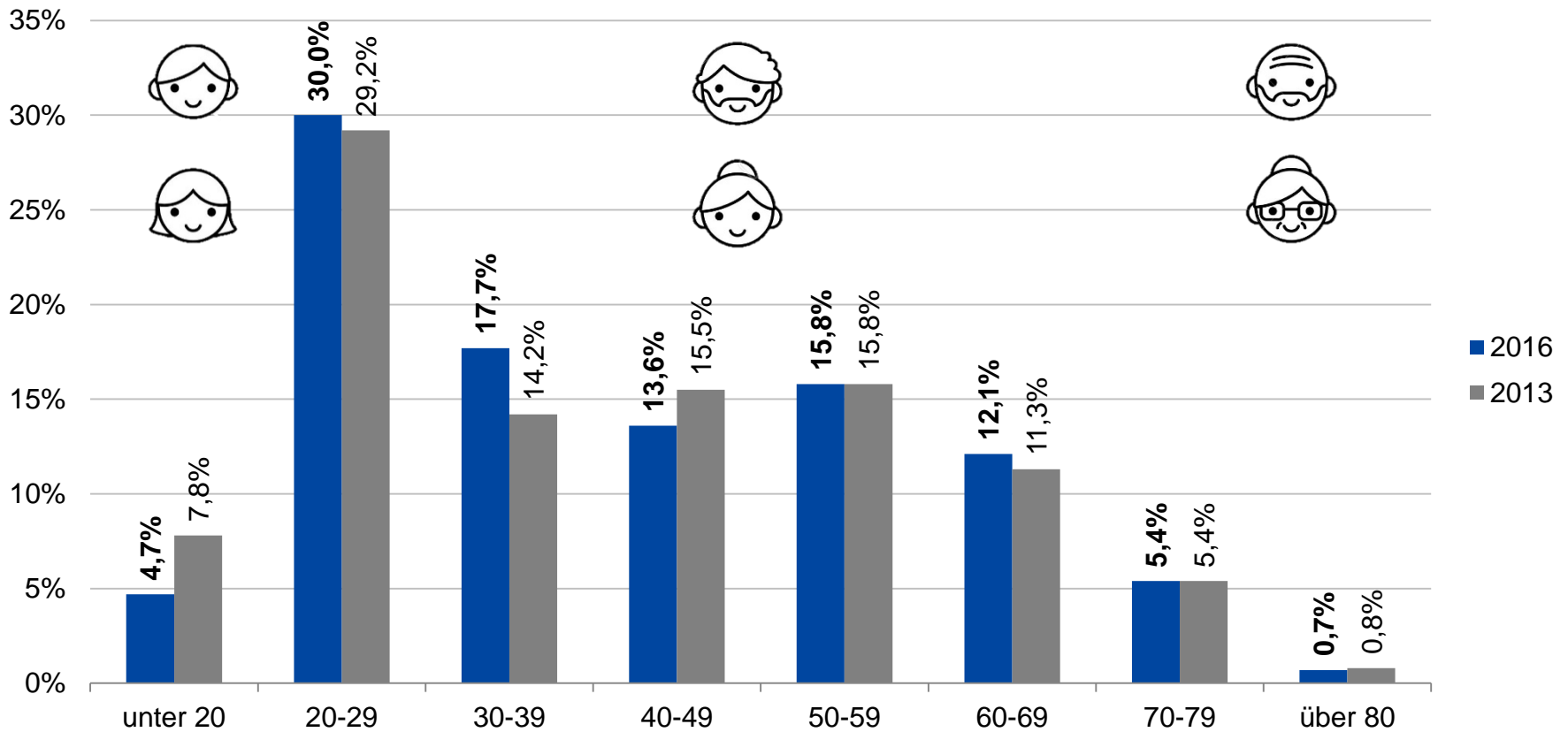
2013



■ = Weiblich
■ = Männlich

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

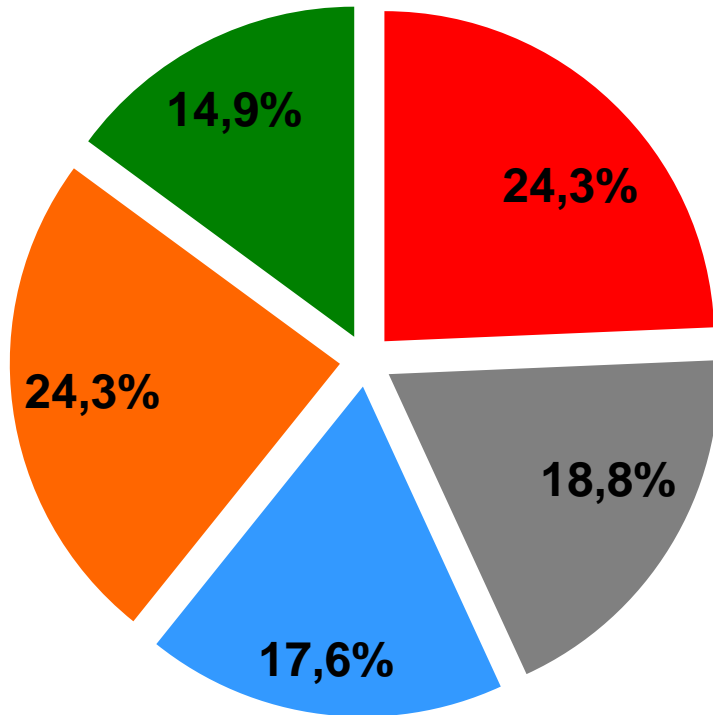
Alter der Christkindlesmarkt-Besucher



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

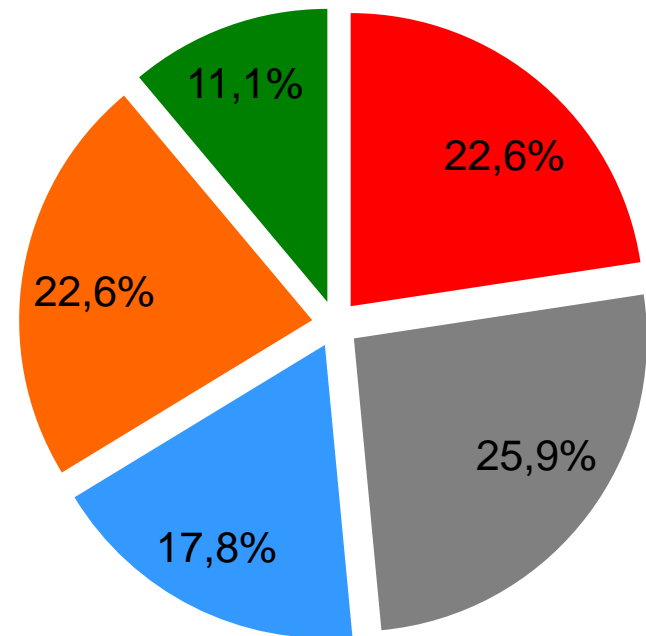
Herkunft der Christkindlesmarkt-Besucher

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

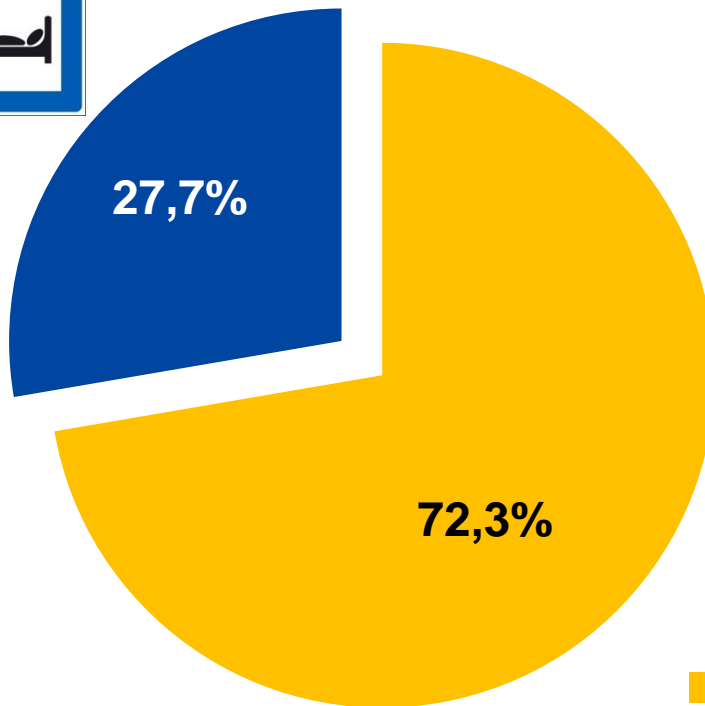
2016			2013		
1:		3,0% (+0,5%)	1:		2,5%
2:		2,1% (+0,4%)	2:		1,7%
3:	↑ 	1,6% (+0,7%)	3:		1,5%
4:		1,6% (+0,4%)	4:		1,2%
5:	↓ 	1,2% (-0,3%)	5:		0,9%
6:	↑ 	0,9% (+0,7%)	6:		0,5%
7:	↓ 	0,7% (+0,2%)	7:		0,3%
8:		0,5% (+0,3%)	8:		0,2%
9:		0,4% (+0,2%)	9:		0,2%
10:	↑ 	0,4% (+0,3%)	10:		0,2%

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

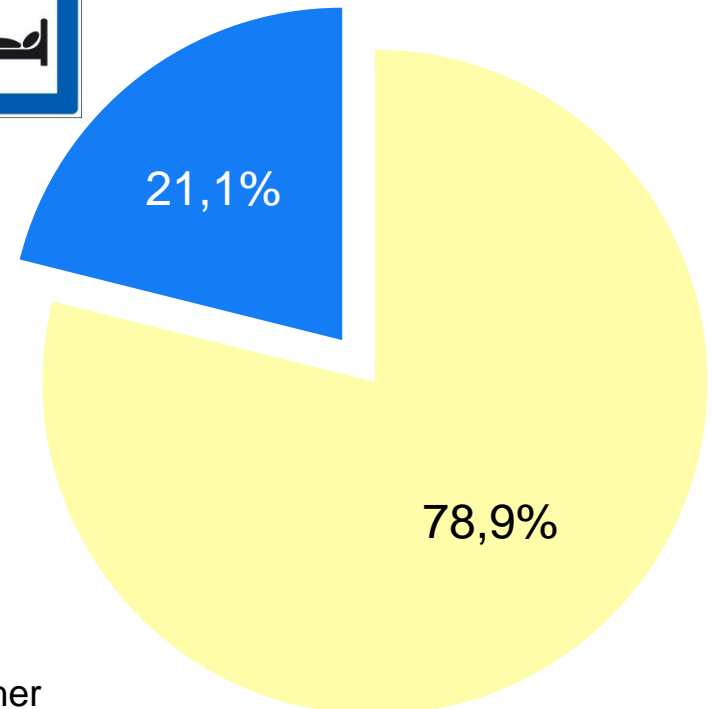
n₂₀₁₆ = 2143
 n₂₀₁₃ = 2107



Tagesbesucher im Vergleich zu Übernachtungsgästen

2016



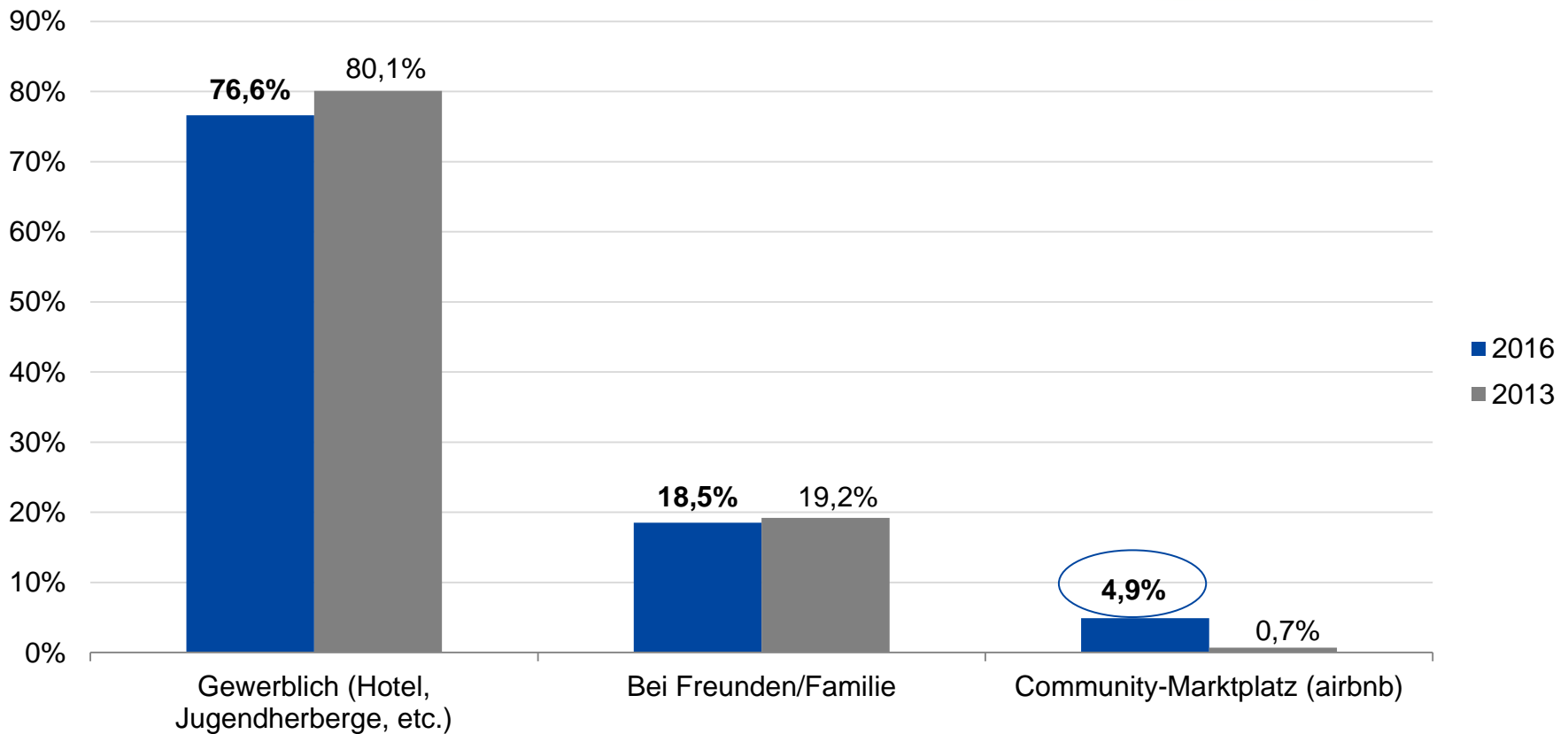
2013



 = Tagesbesucher
 = Übernachtungsgäste

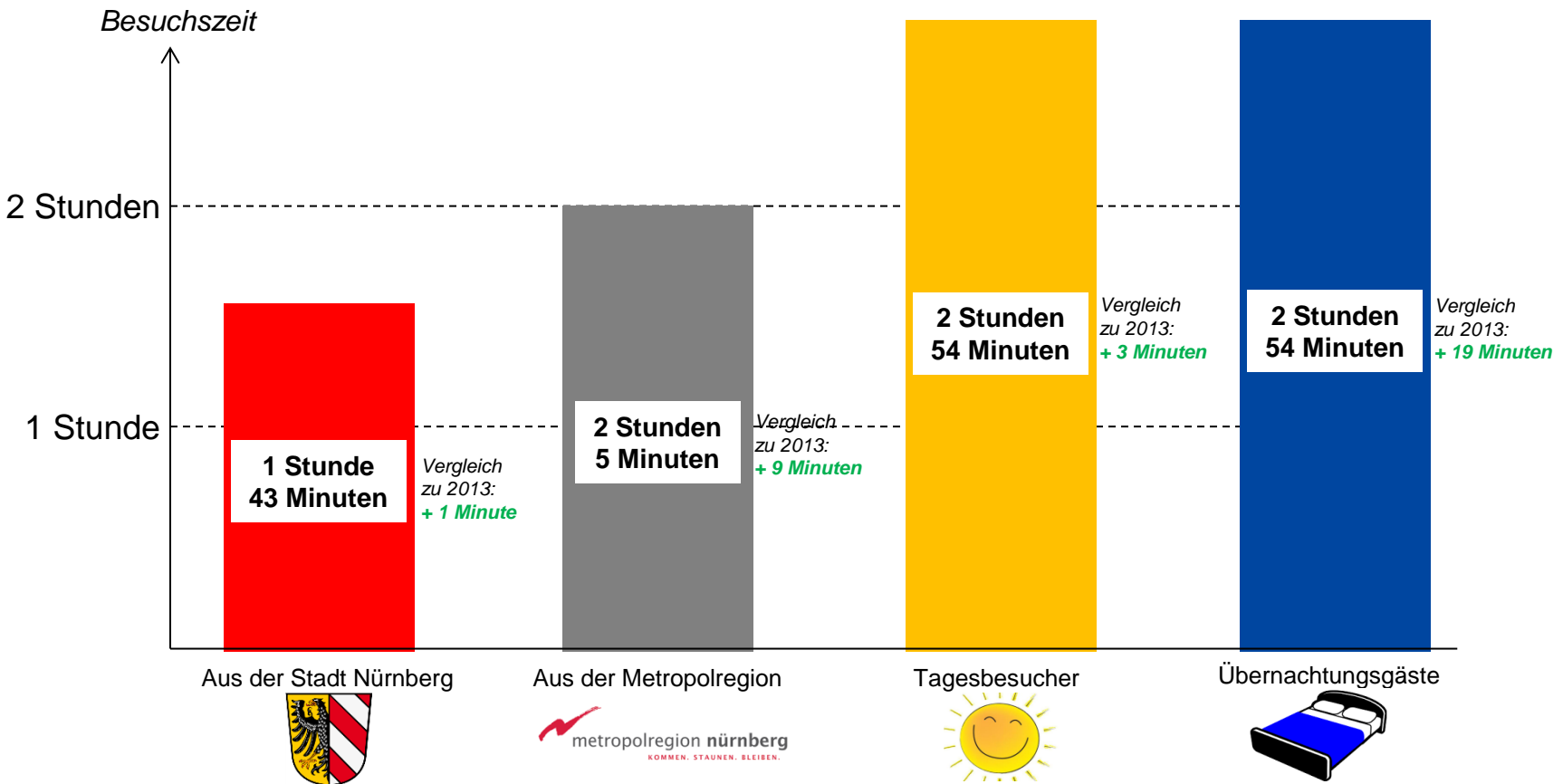
$n_{2016} = 2143$
 $n_{2013} = 2107$

Herbergsbetriebe der Übernachtungsgäste



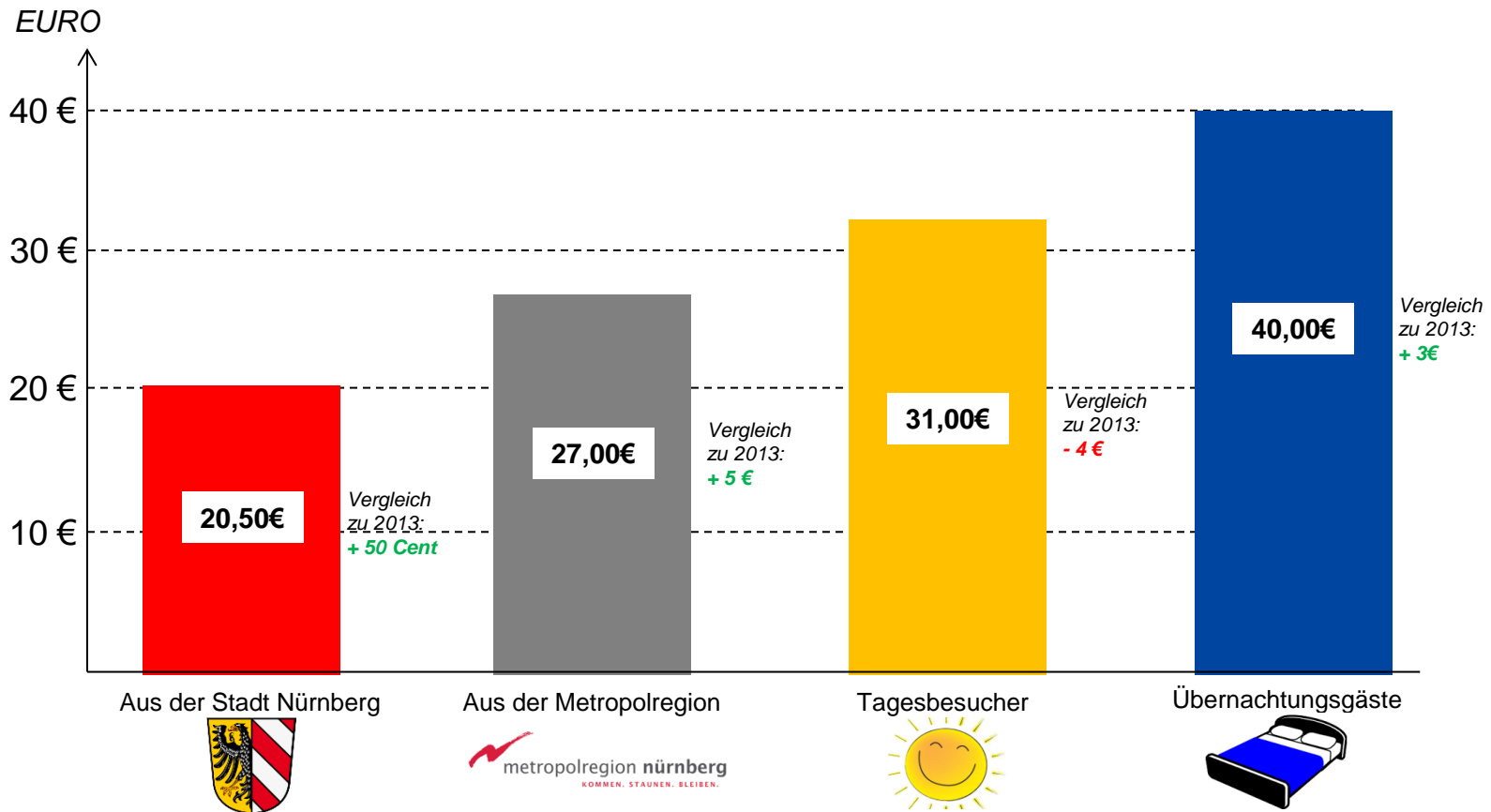
n₂₀₁₆ = 591
n₂₀₁₃ = 444

Aufenthaltsdauer auf dem Christkindlesmarkt - nach Besuchergruppen



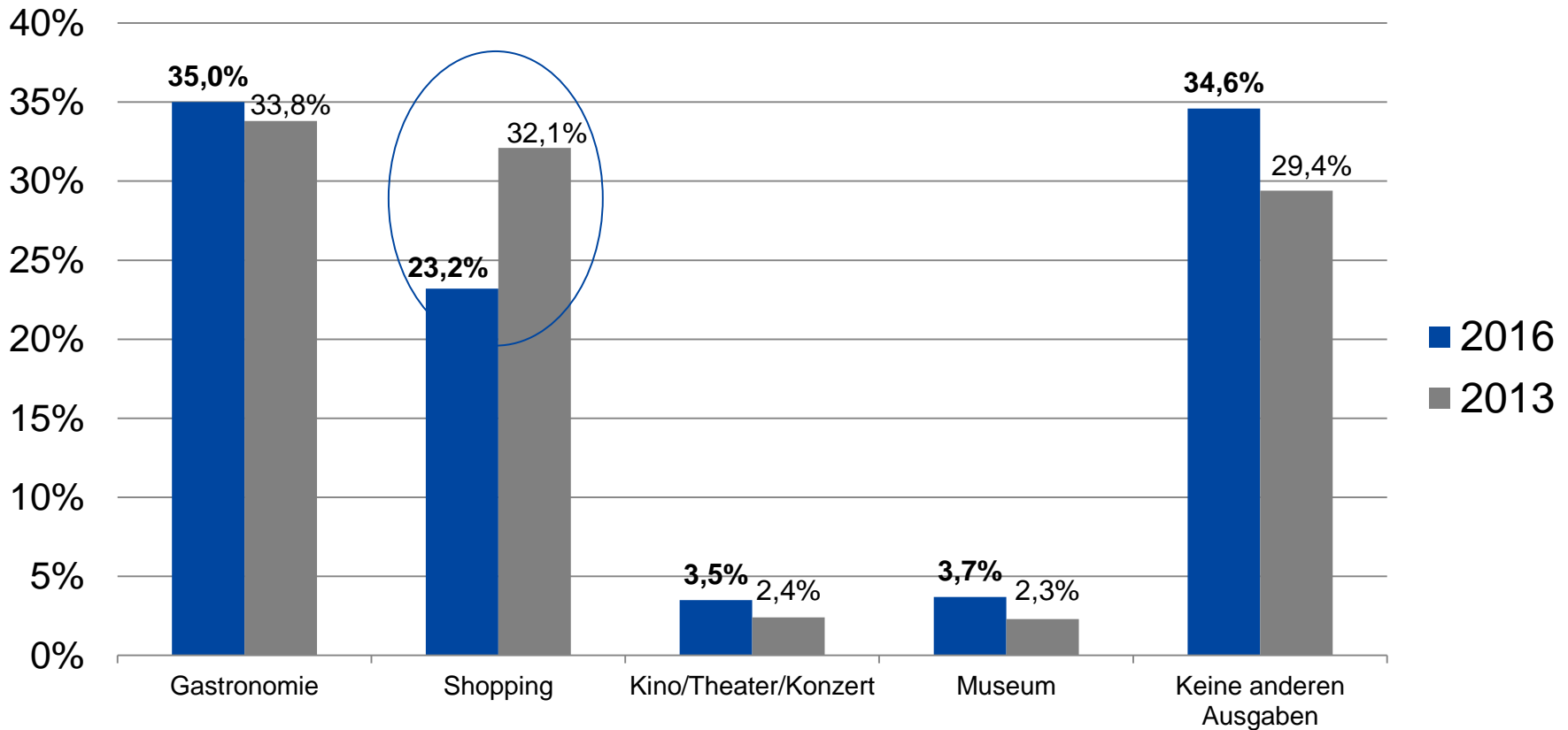
n₂₀₁₆ = 808
 n₂₀₁₃ = 841

Ausgabeverhalten auf dem Christkindlesmarkt - nach Besuchergruppen



n₂₀₁₆ = 793
 n₂₀₁₃ = 819

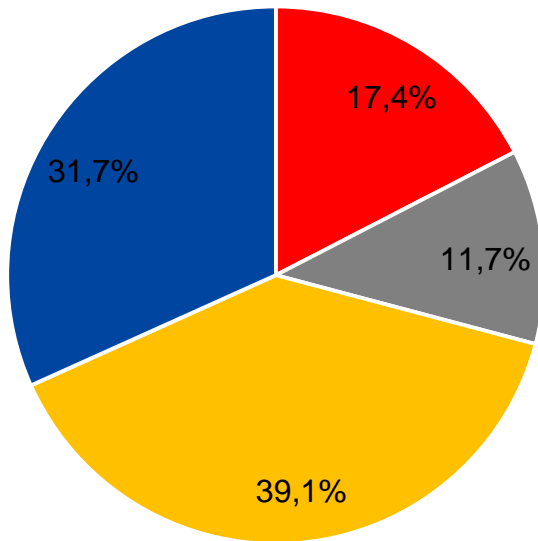
Zusätzliche Ausgaben in Verbindung mit dem Besuch des Christkindlesmarktes



n₂₀₁₆ = 809
n₂₀₁₃ = 840

Besucherstruktur auf dem Christkindlesmarkt - nach Tageszeit

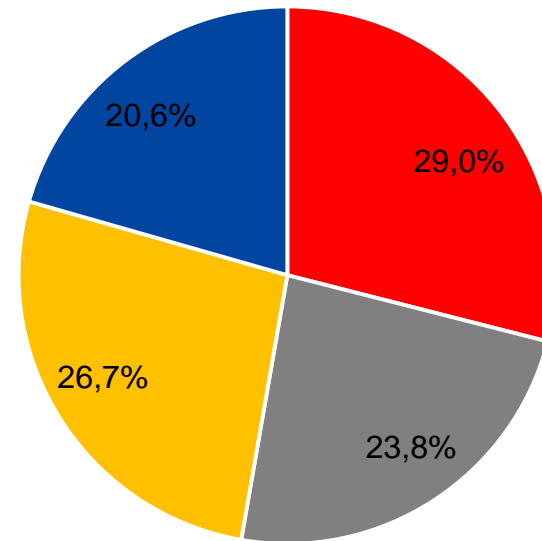
Vor 16:00 Uhr



- Nürnberger
- Aus der Metropolregion
- Tagesgäste
- Übernachtungsgäste

n= 854

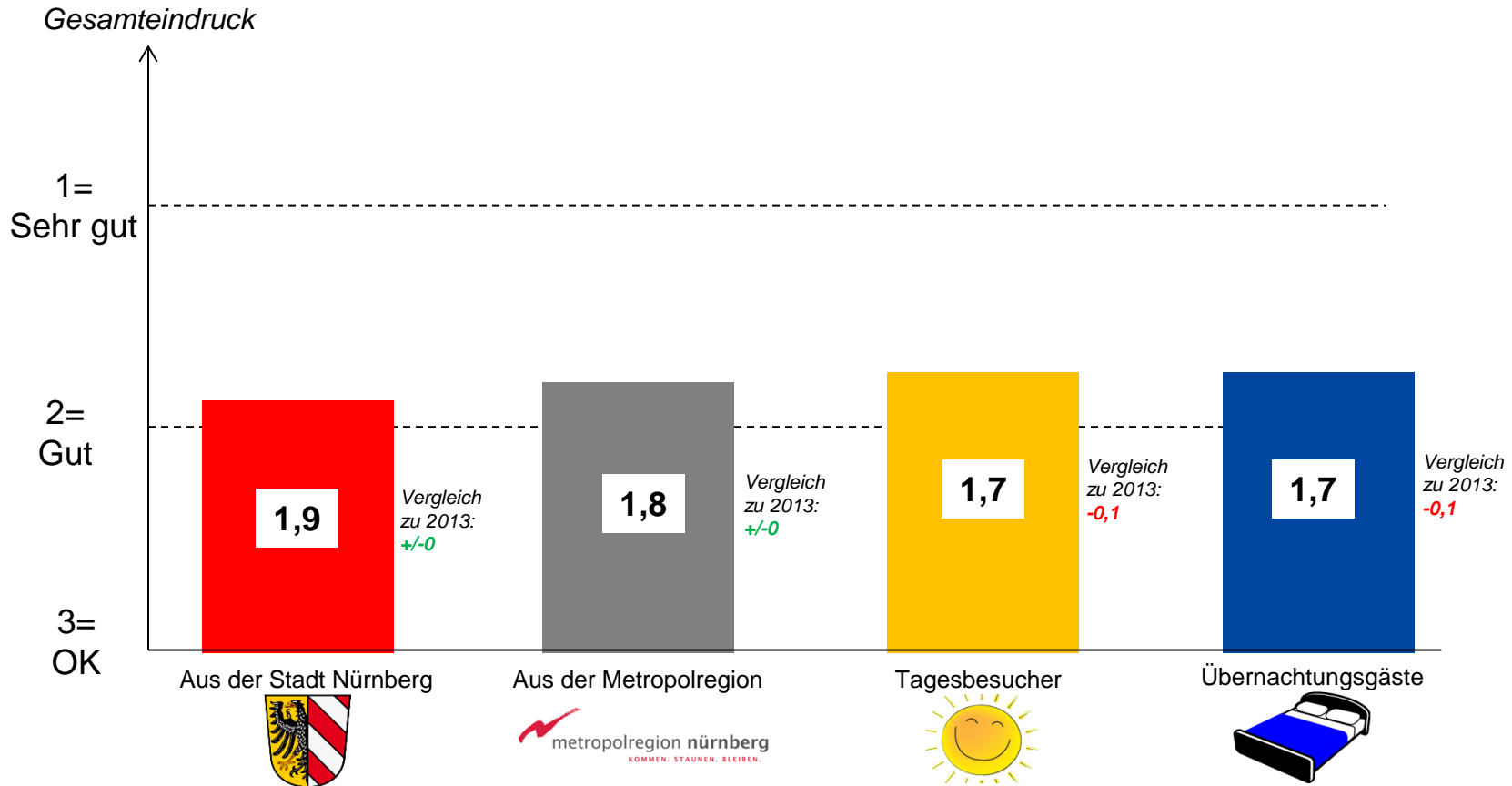
Nach 16:00 Uhr



- Nürnberger
- Aus der Metropolregion
- Tagesgäste
- Übernachtungsgäste

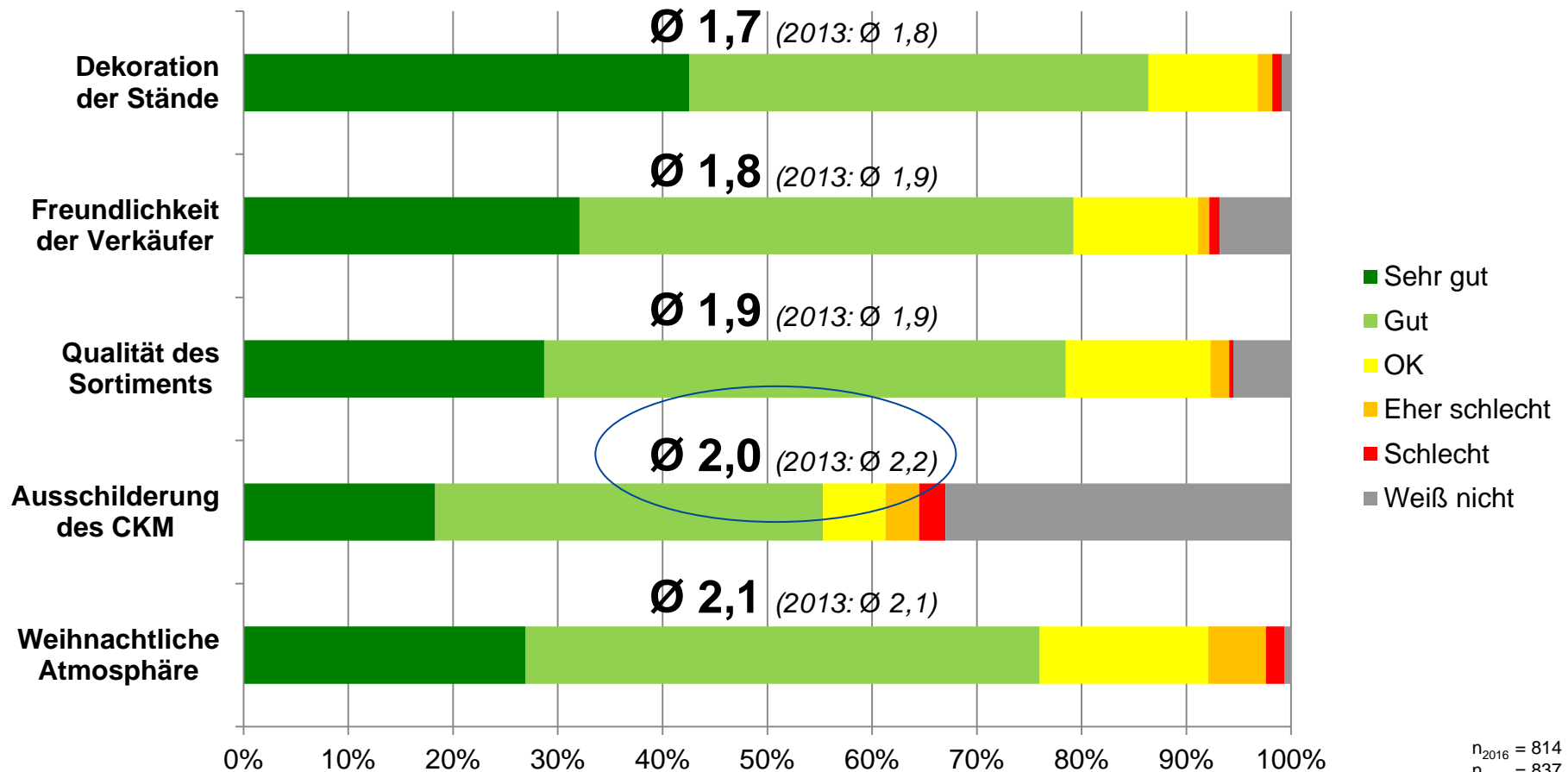
n= 1195

Bewertung des Gesamteindrucks vom Christkindlesmarkt - nach Besuchergruppen

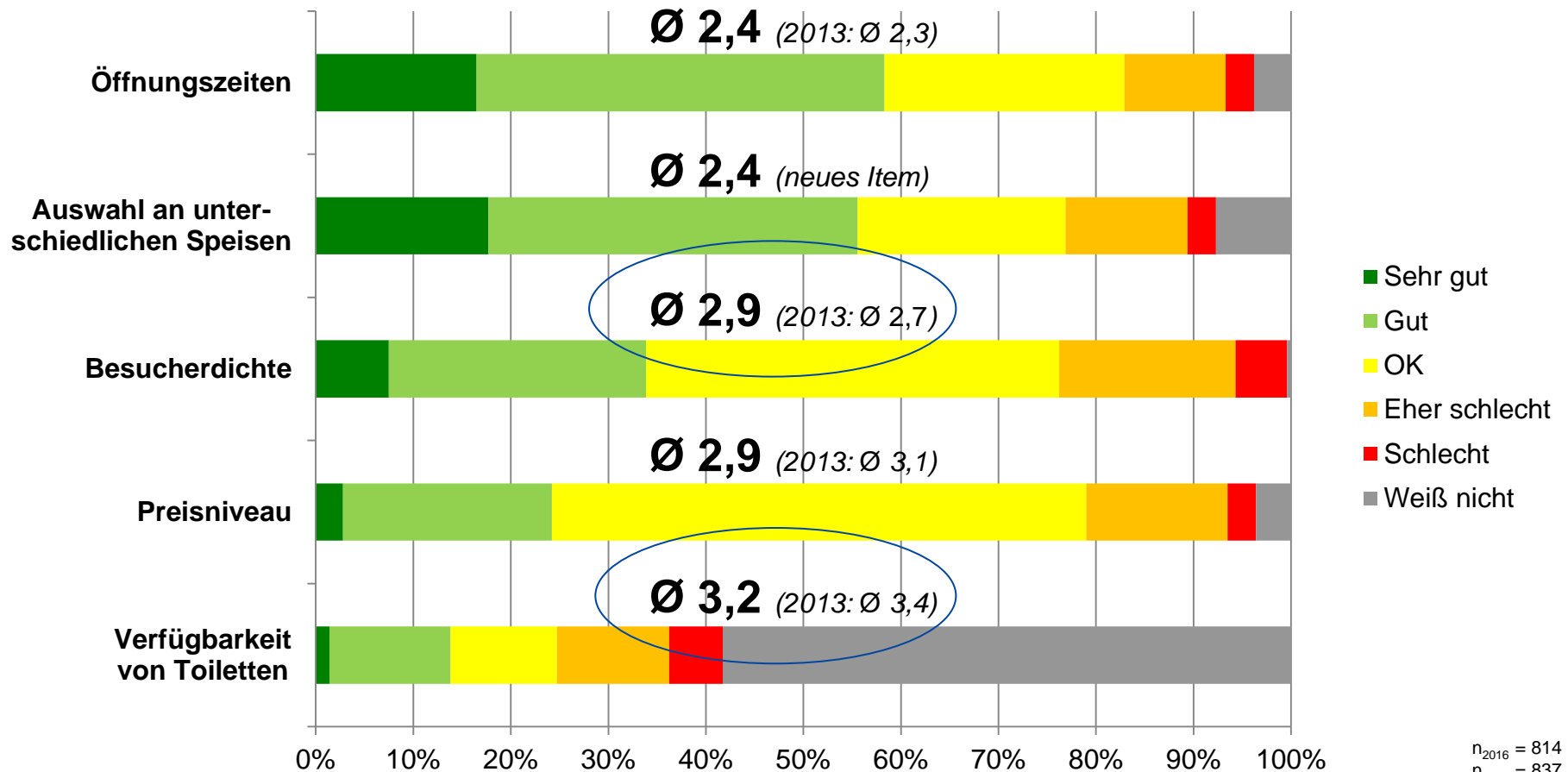


n₂₀₁₆ = 808
 n₂₀₁₃ = 841

Bewertung von unterschiedlichen Bereichen: Top-Werte



Bewertung von unterschiedlichen Bereichen: Low-Werte



n₂₀₁₆ = 814
 n₂₀₁₃ = 837

Regressionsanalyse

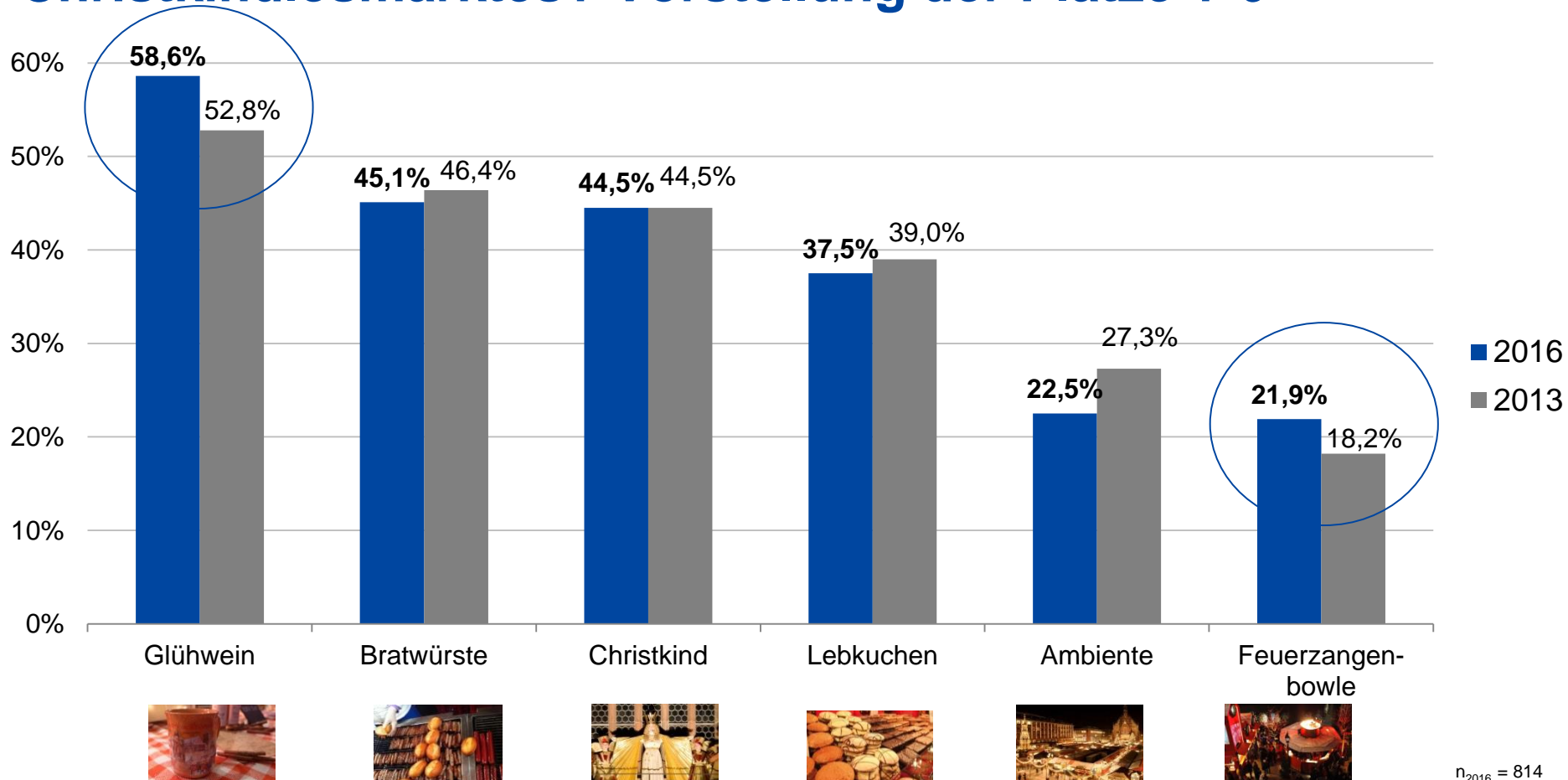
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	0,004	0,182		0,020	0,984
Freundlichkeit der Verkäufer	0,098	0,052	0,101	1,877	0,062
Oeffnungszeiten des CKM	0,016	0,039	0,023	0,417	0,677
Qualität des angebotenen sortiments	0,134	0,055	0,143	2,445	0,015
Auswahl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

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

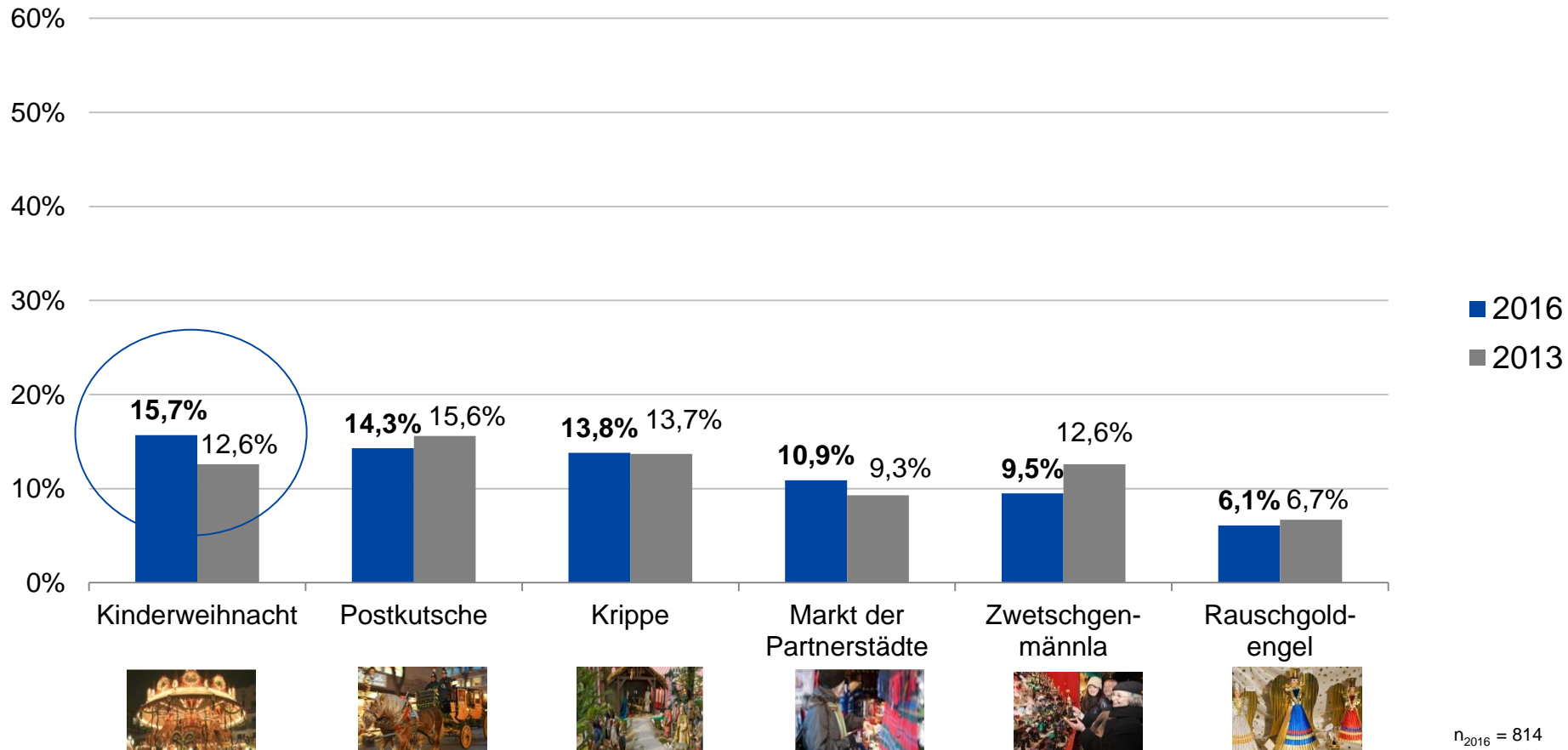
Am zweit und dritt meisten beeinflussen die **Weihnachtliche Atmosphäre** und die **Qualität des angebotenen Sortiments** die Gesamtzufriedenheit

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

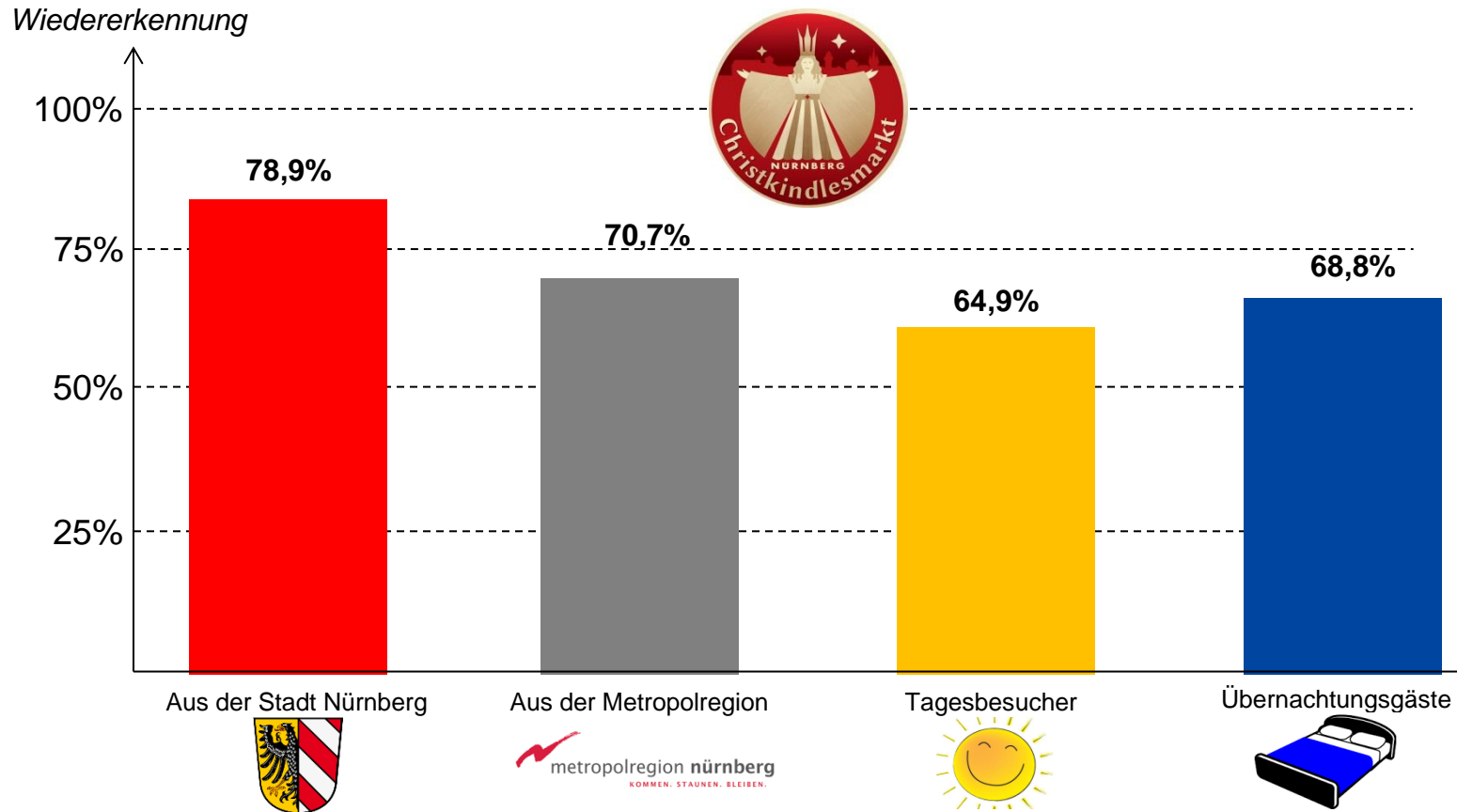
Was sind für Sie die Top 3-Highlights des Christkindlesmarktes? Vorstellung der Plätze 1-6



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

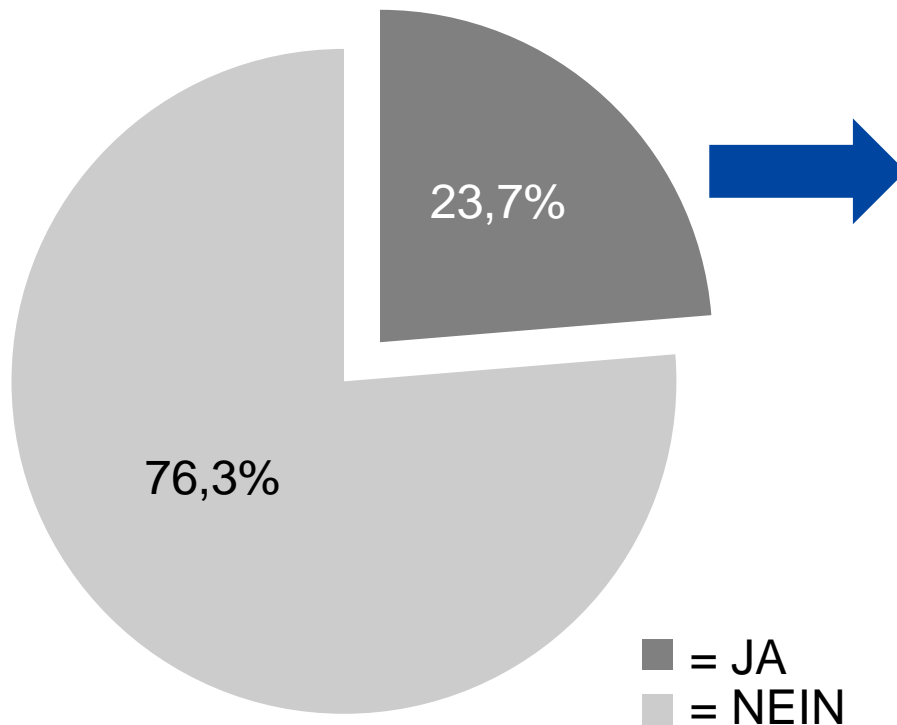


Wiedererkennung des Christkindlesmarkt-Logos nach den unterschiedlichen Besuchergruppen



n = 814

Kauf von Produkten mit dem Logo des Christkindlesmarktes

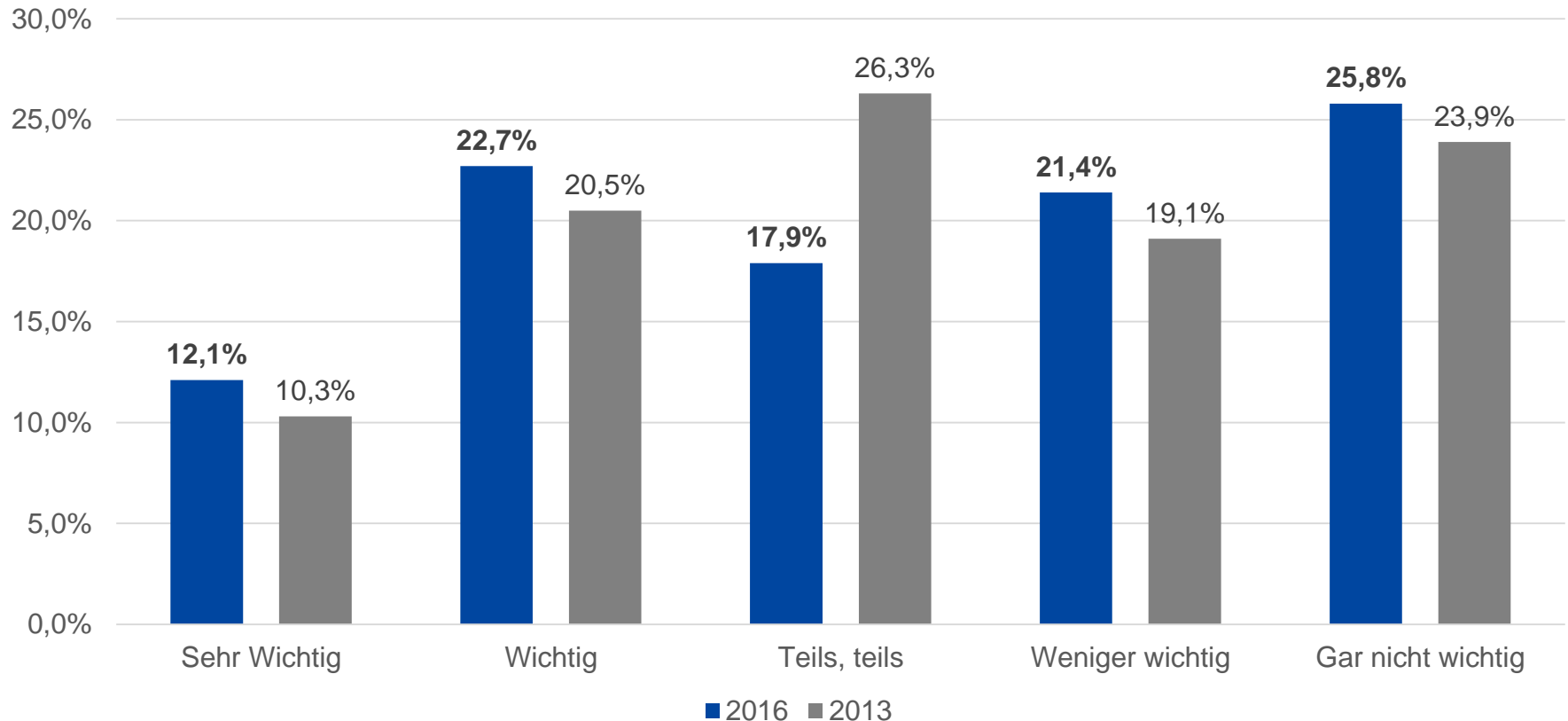


85x Glühweintassen
26x Lebkuchenherzen
21x Glühweinflaschen
4x Postkarten
3x Windlichter
1x Kaffee

0x Backformen
0x Stempel

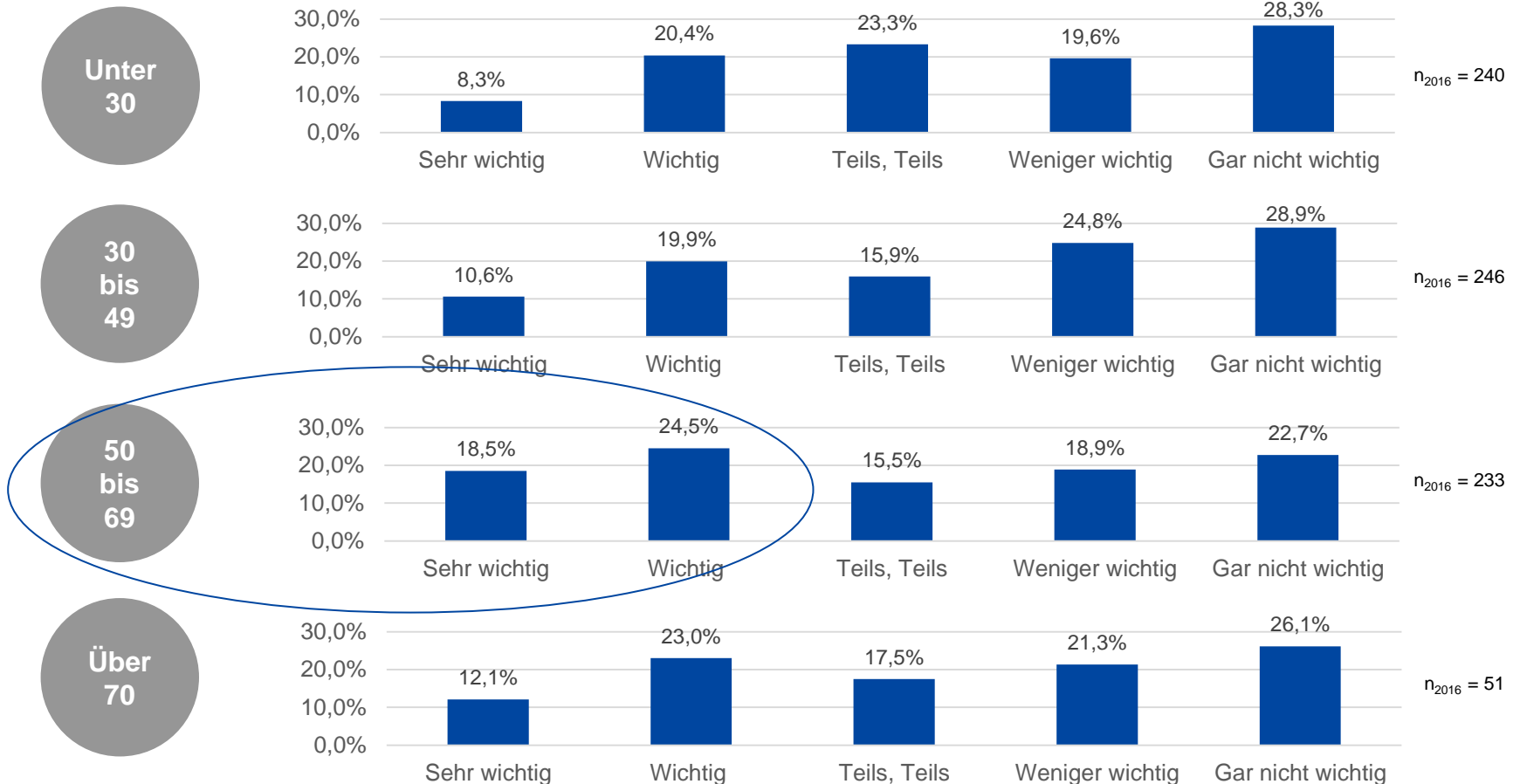
n = 577

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

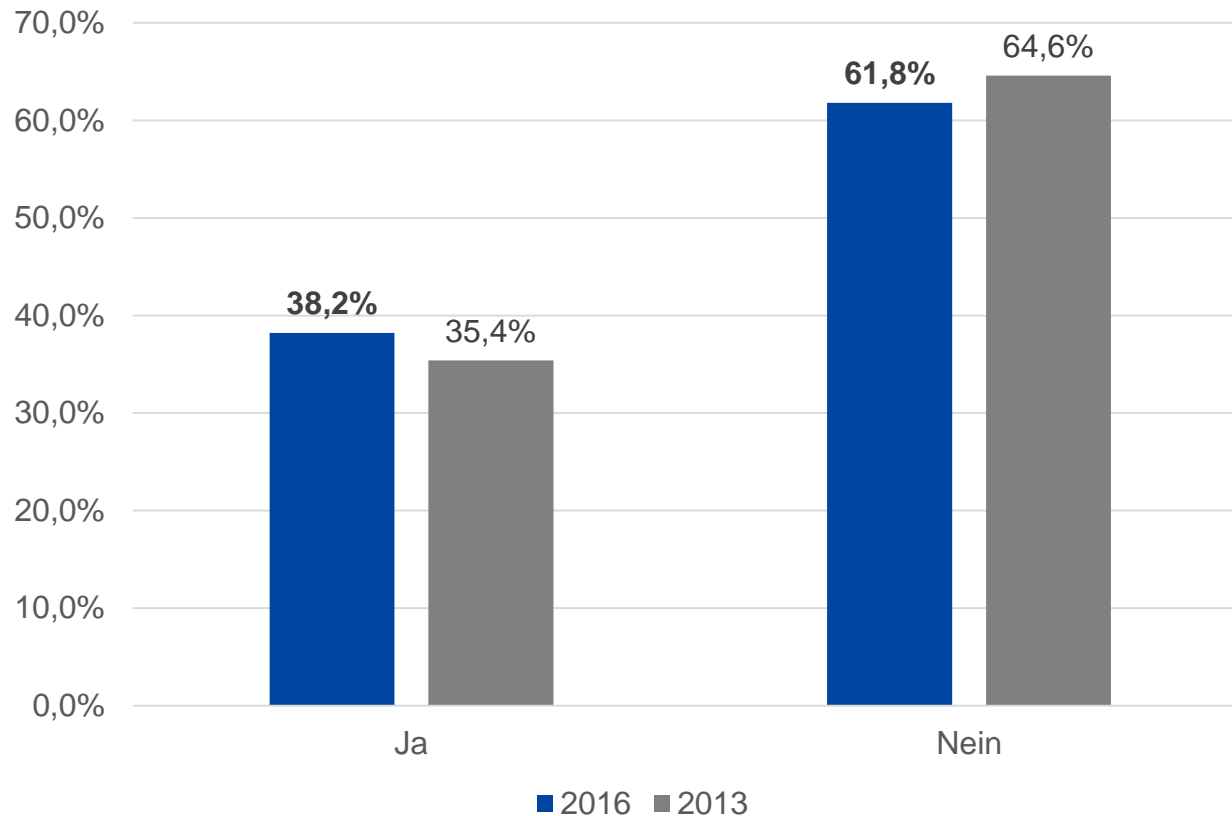


n₂₀₁₆ = 809
n₂₀₁₃ = 838

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

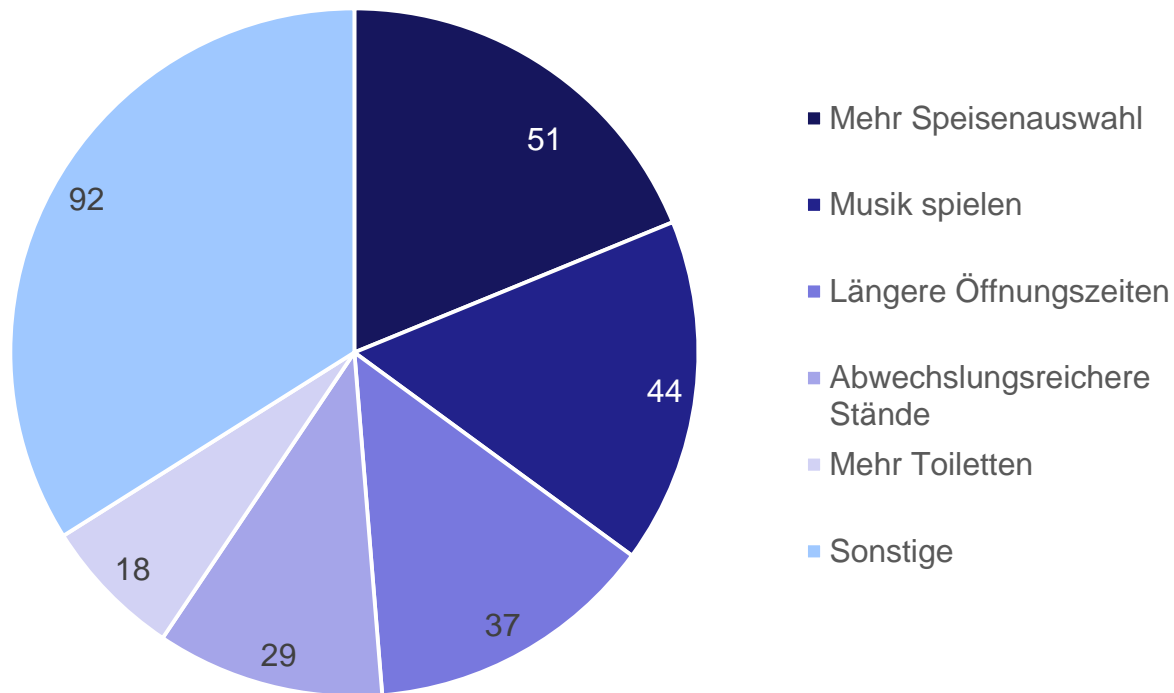


Haben Sie dieses Bio-Siegel auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt wahrgenommen?



n₂₀₁₆ = 814
n₂₀₁₃ = 841

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



n₂₀₁₆ = 271

Christkindlesmarkt 2016 – Studie

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

