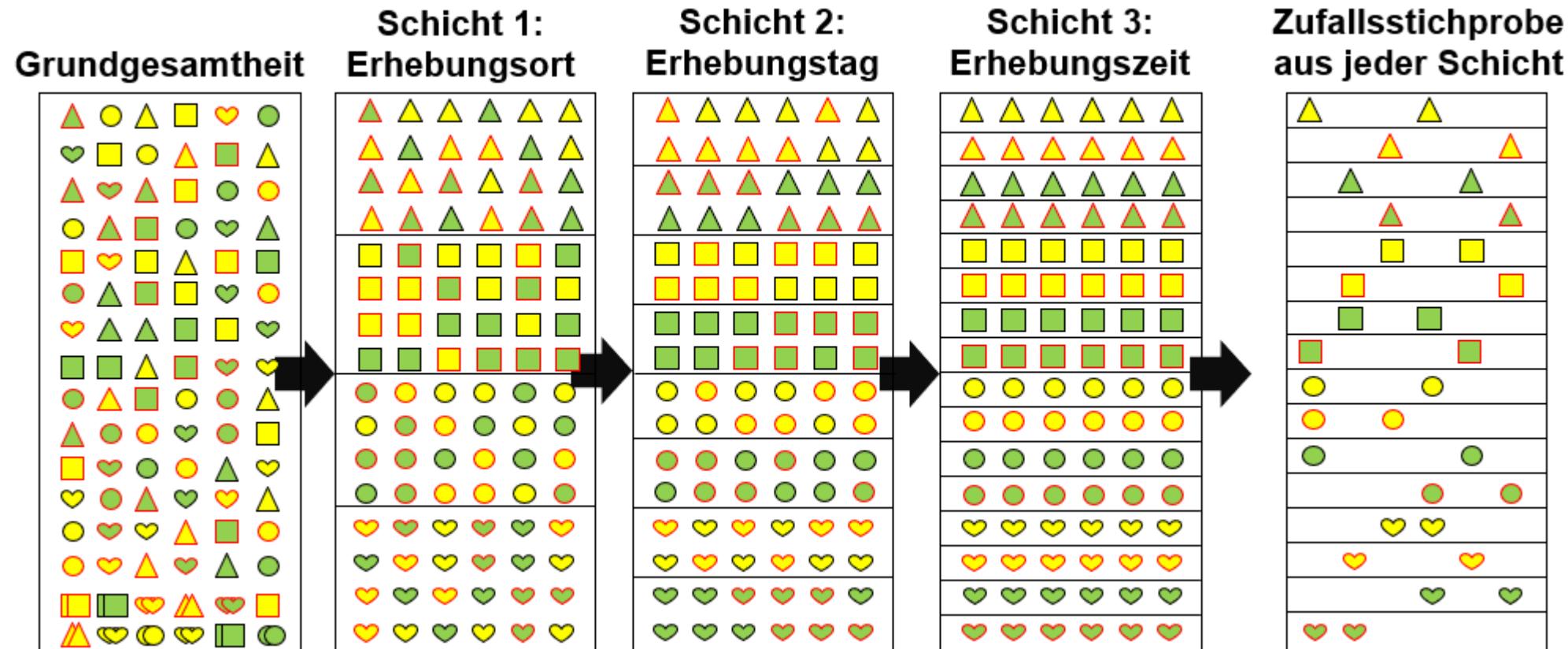


# Christkindlesmarkt Nürnberg 2023

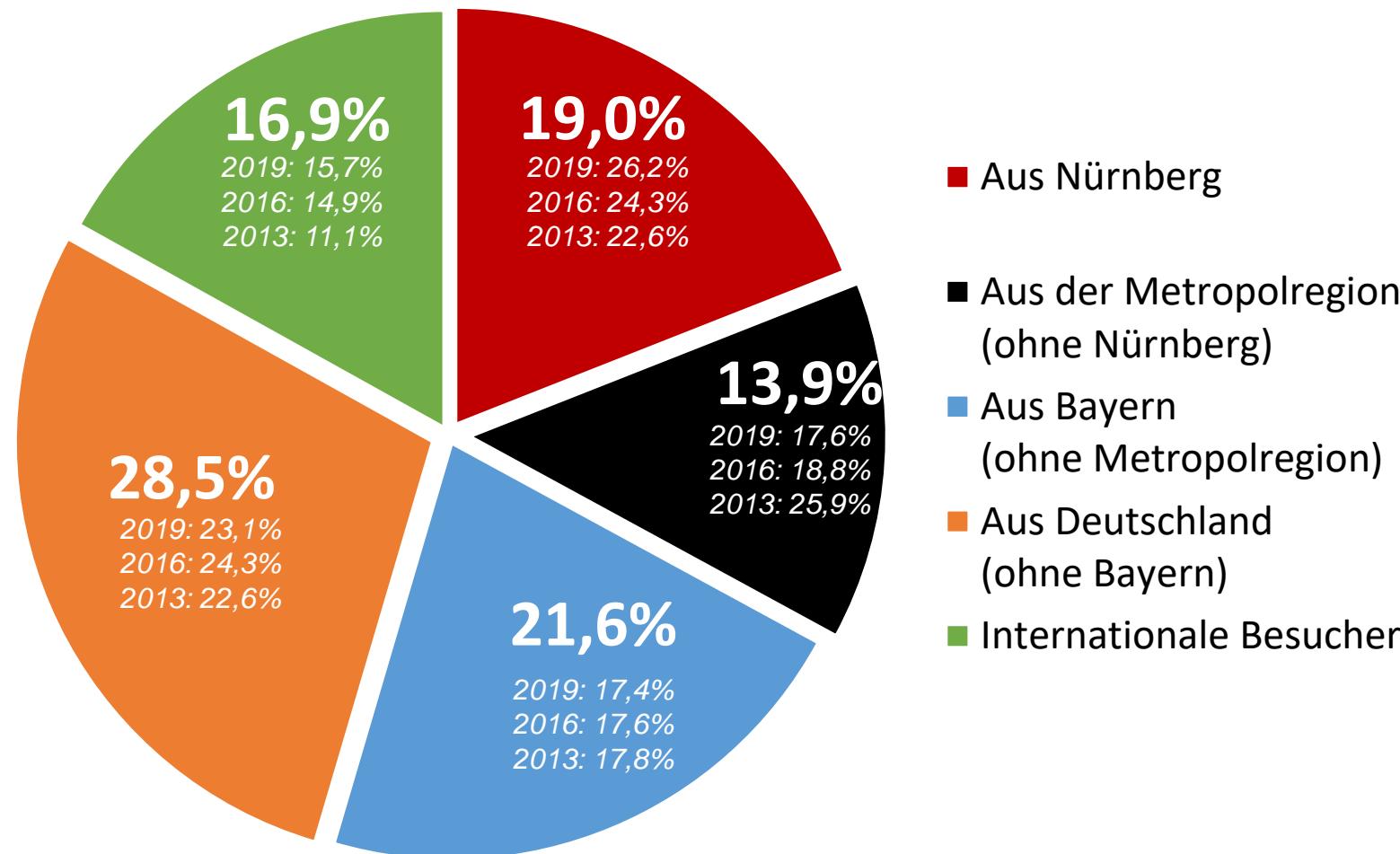
## Ergebnisse der Besucherbefragung

## Teil 1: CKM-Besucherprofil auf Basis von 2.012 Interviews

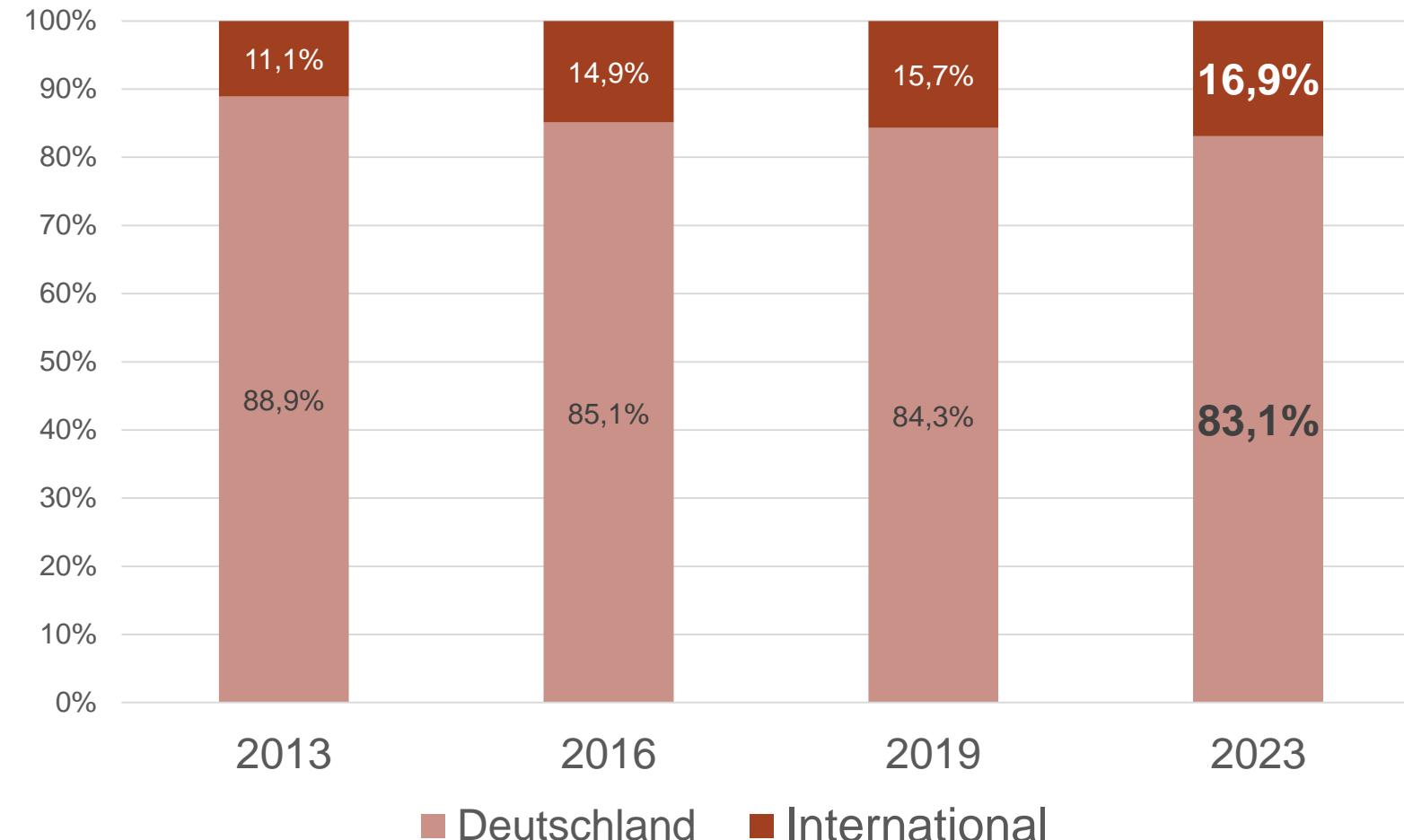
Erhebungsansatz: Geschichtete Zufallsauswahl vom 04.12.2023-20.12.2023 nach Ort, Tag und Zeit)



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

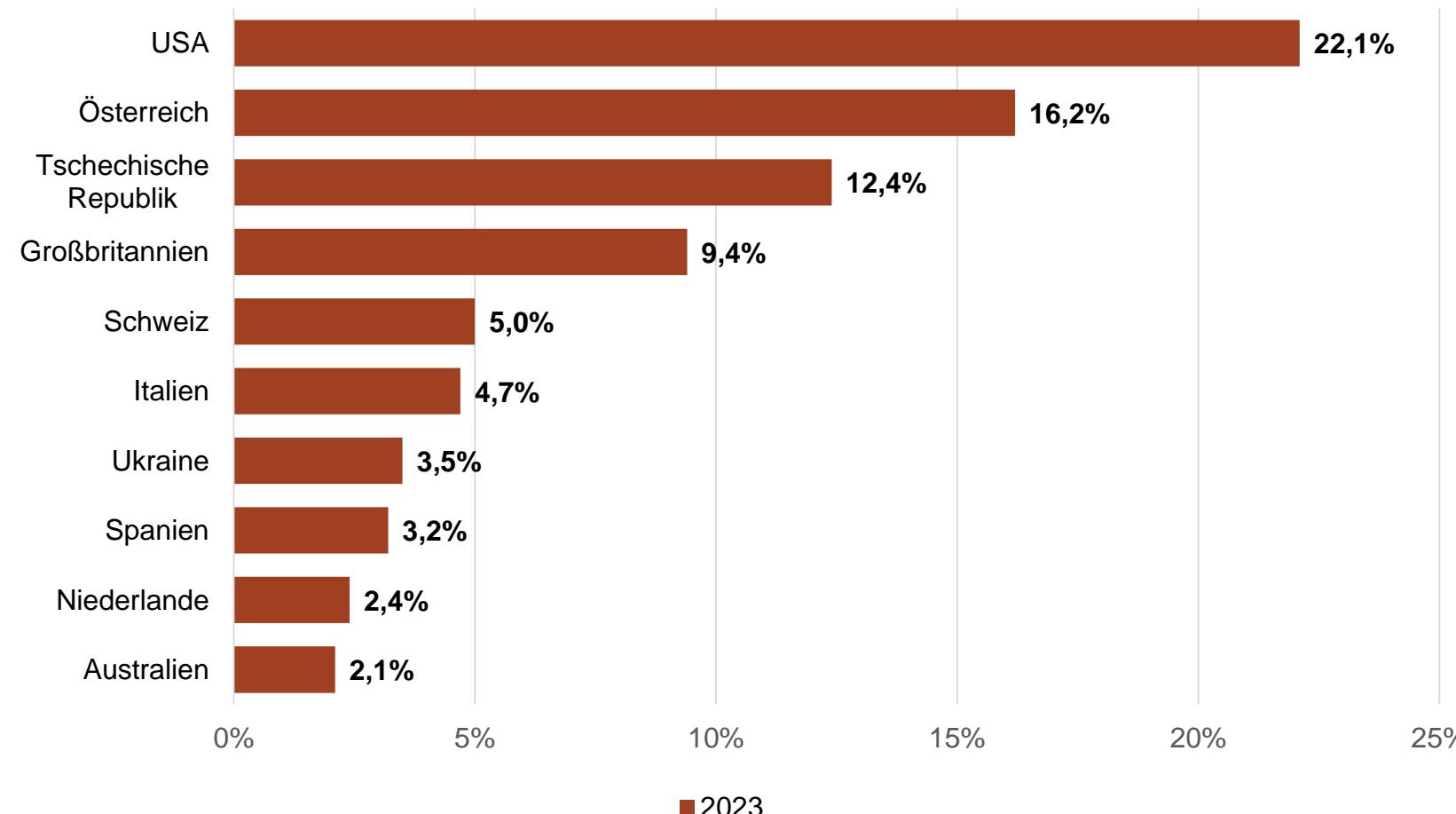


## Entwicklung der internationalen Besucheranteile: Kontinuierliche Steigerung in den letzten 10 Jahren



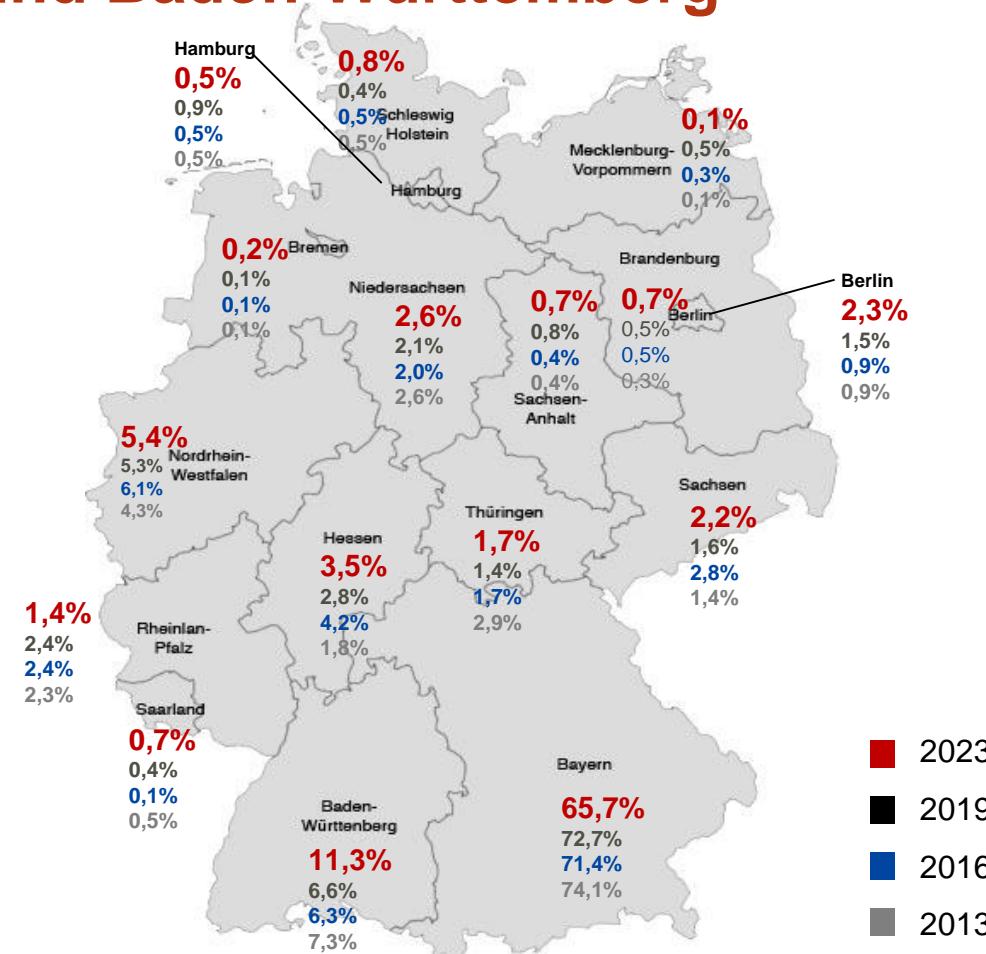
$n_{2023} = 2012$   
 $n_{2019} = 2111$   
 $n_{2016} = 2047$   
 $n_{2013} = 2107$

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



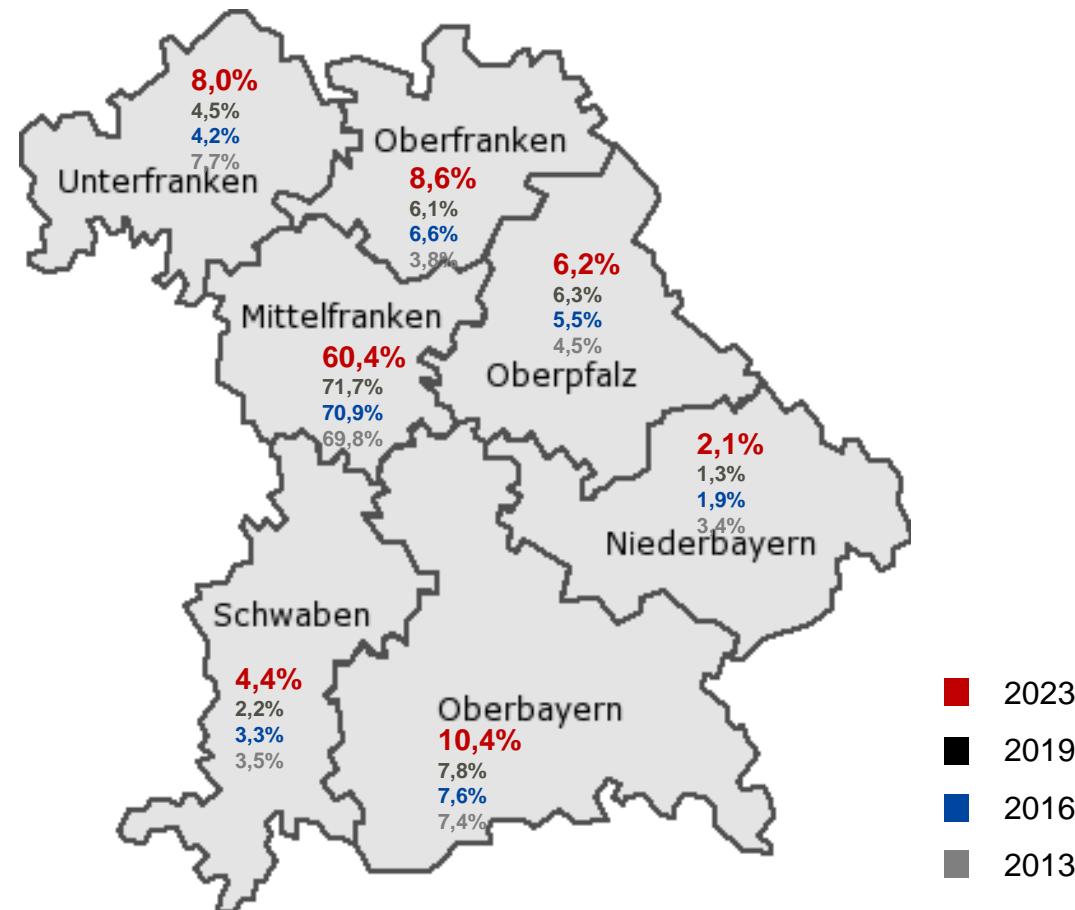
n<sub>2023</sub> = 340

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



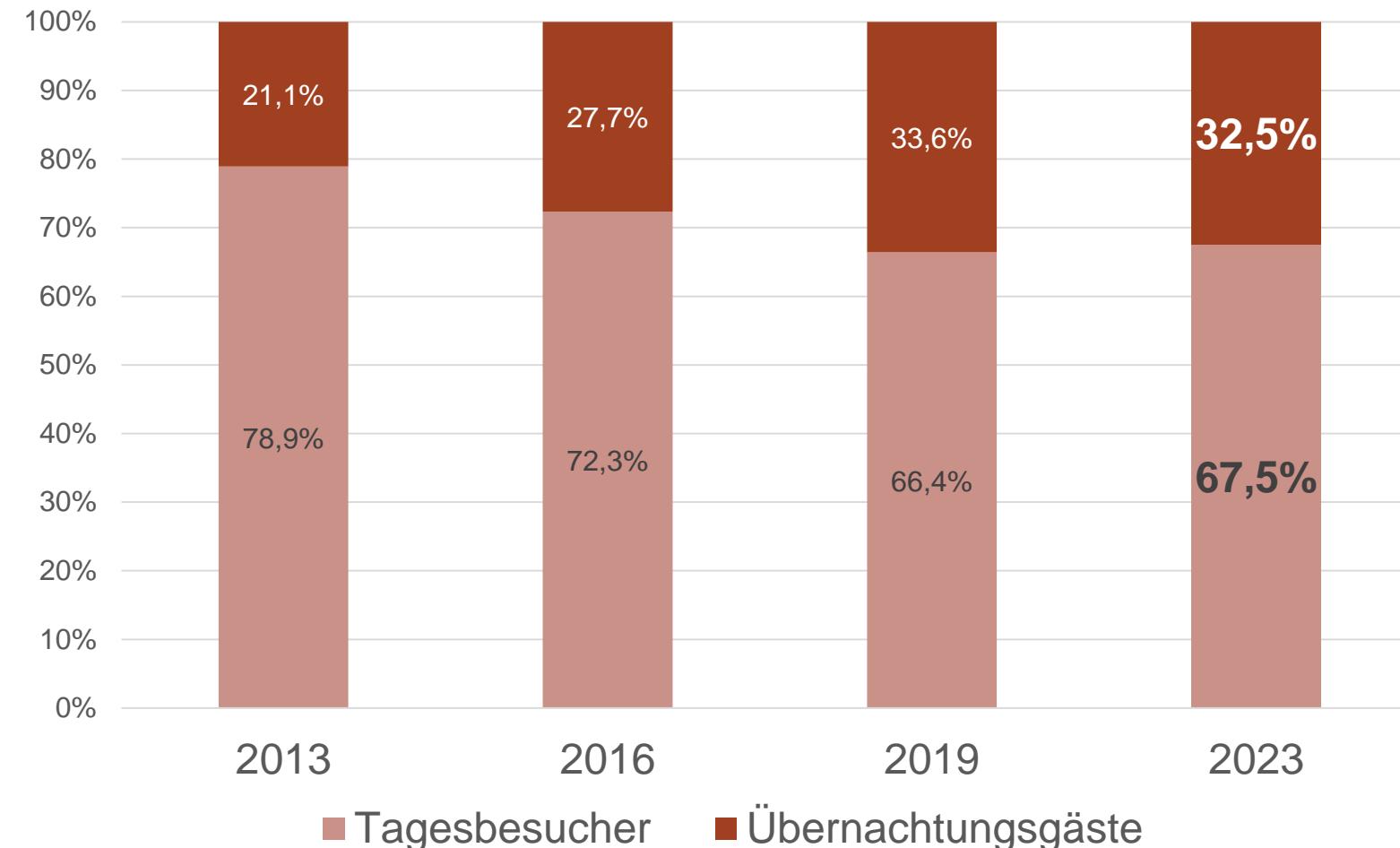
$n_{2023} = 1672$   
 $n_{2019} = 1776$   
 $n_{2016} = 1741$   
 $n_{2013} = 1873$

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



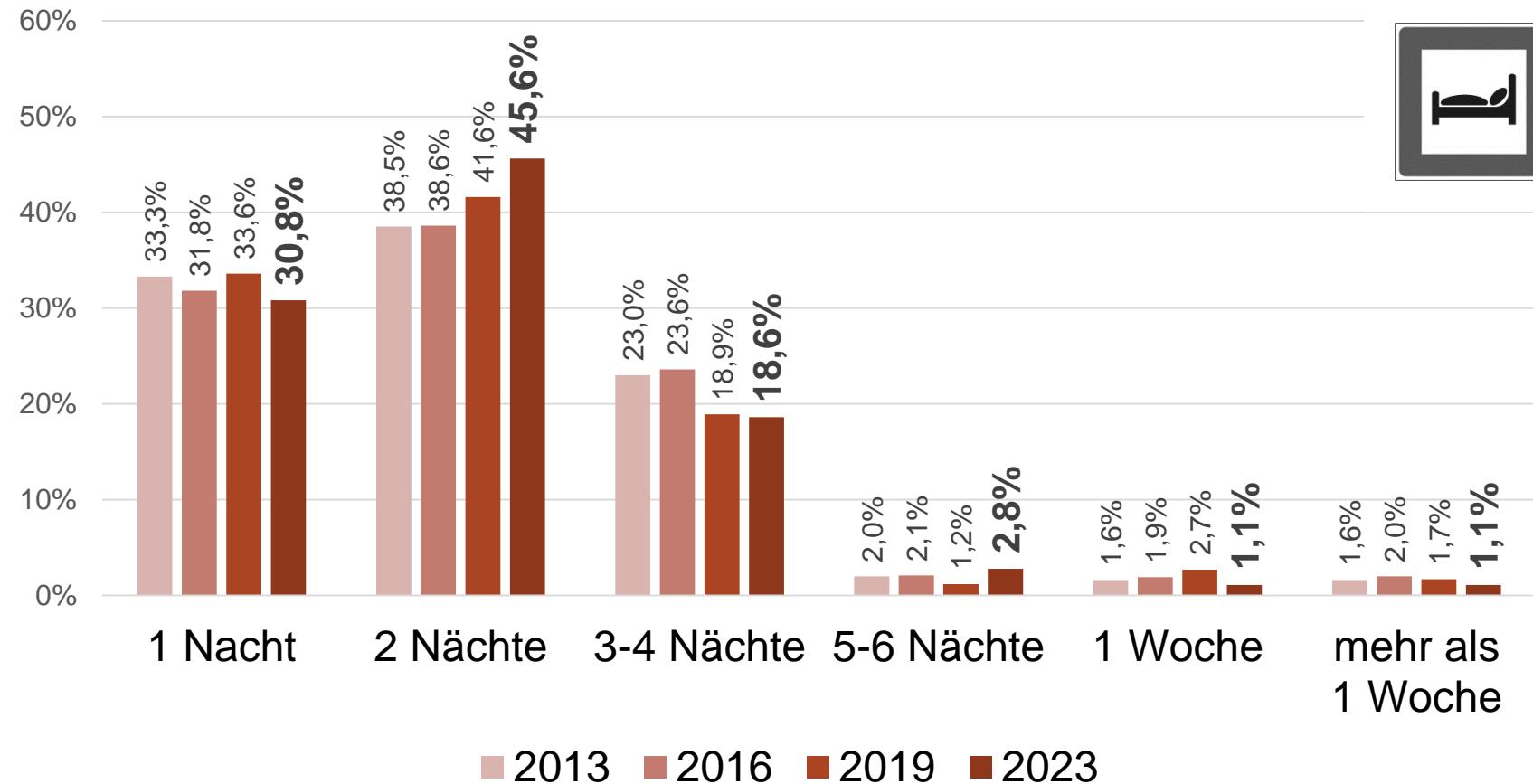
$n_{2023} = 1098$   
 $n_{2019} = 1290$   
 $n_{2016} = 1242$   
 $n_{2013} = 1337$

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



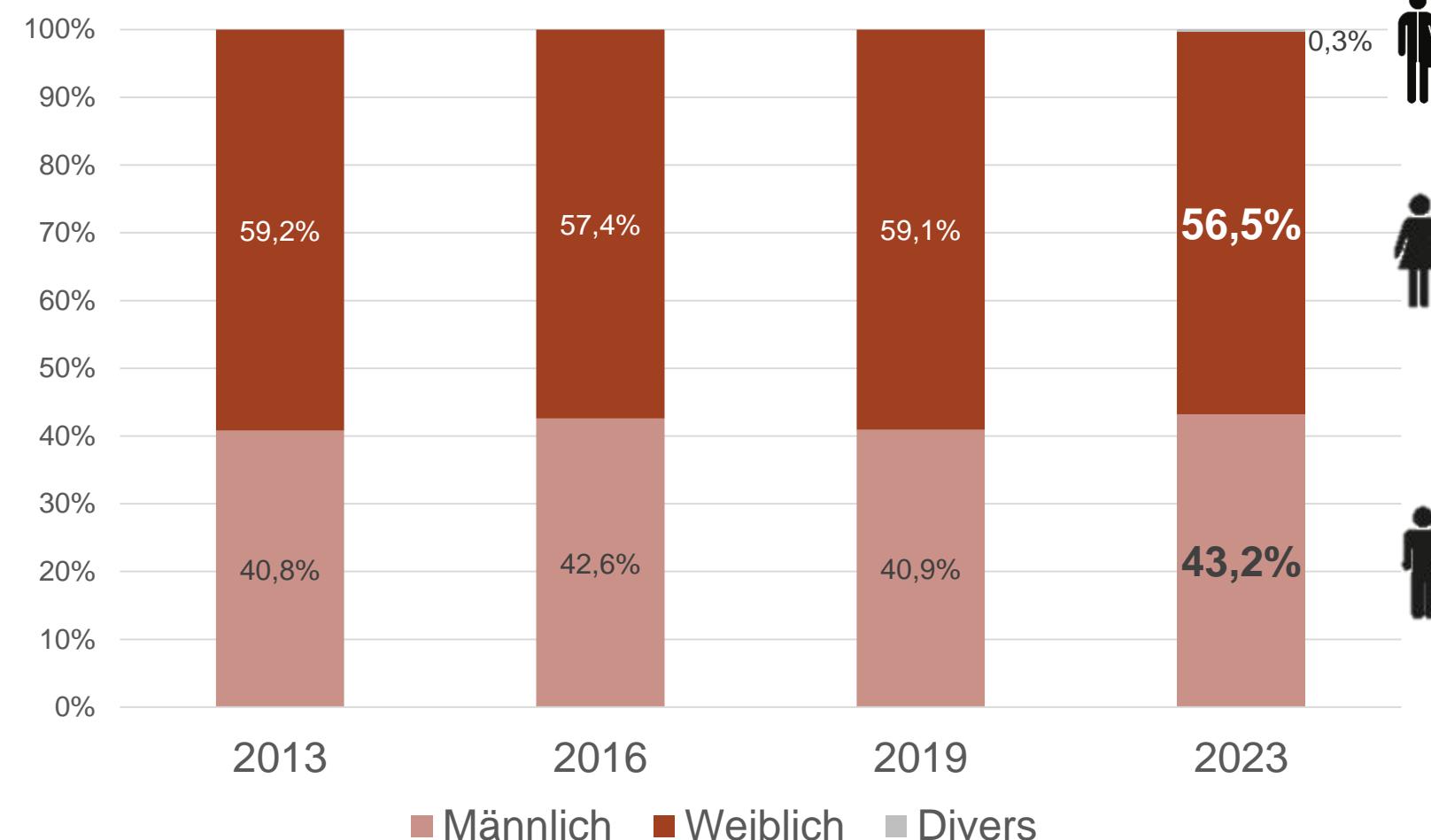
$n_{2023} = 2012$   
 $n_{2019} = 2111$   
 $n_{2016} = 2143$   
 $n_{2013} = 2107$

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



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

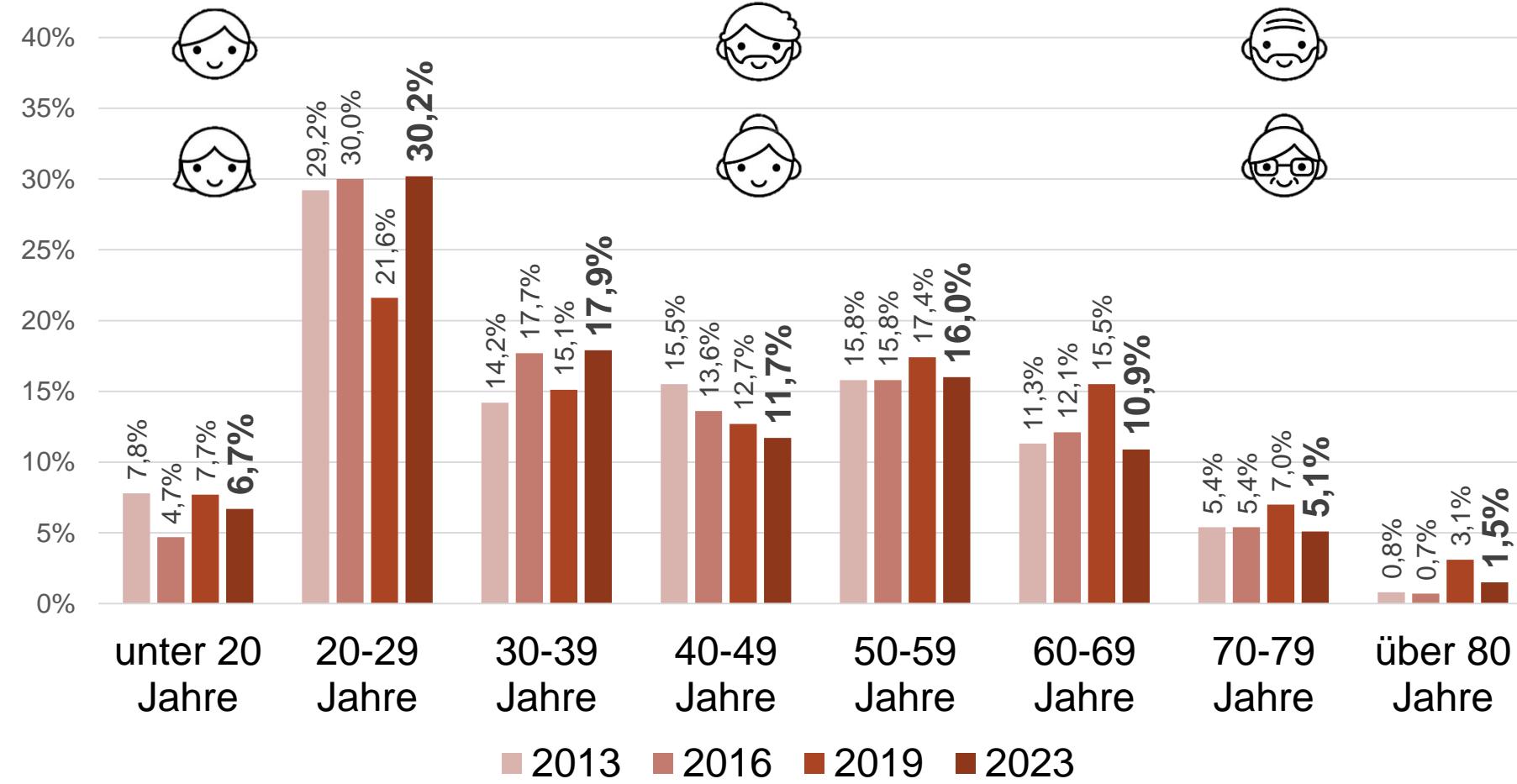
## Geschlecht der Besucher des Christkindlesmarkts: Die Mehrzahl der Besucher ist weiblich



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

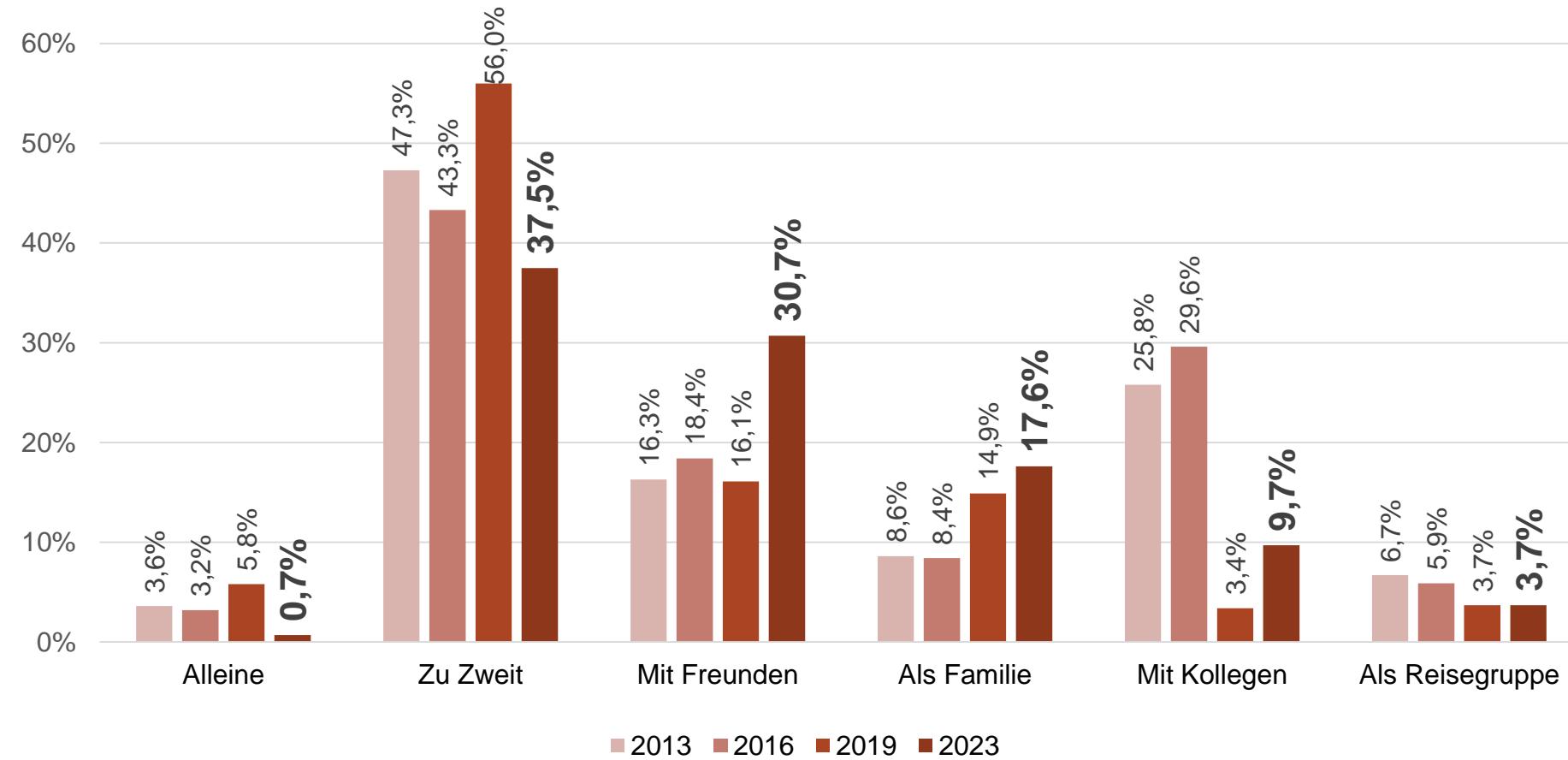
## Alter der Besucher:

# Die Struktur der Besucher des Christkindlesmarkts 2023 ist tendenziell jünger



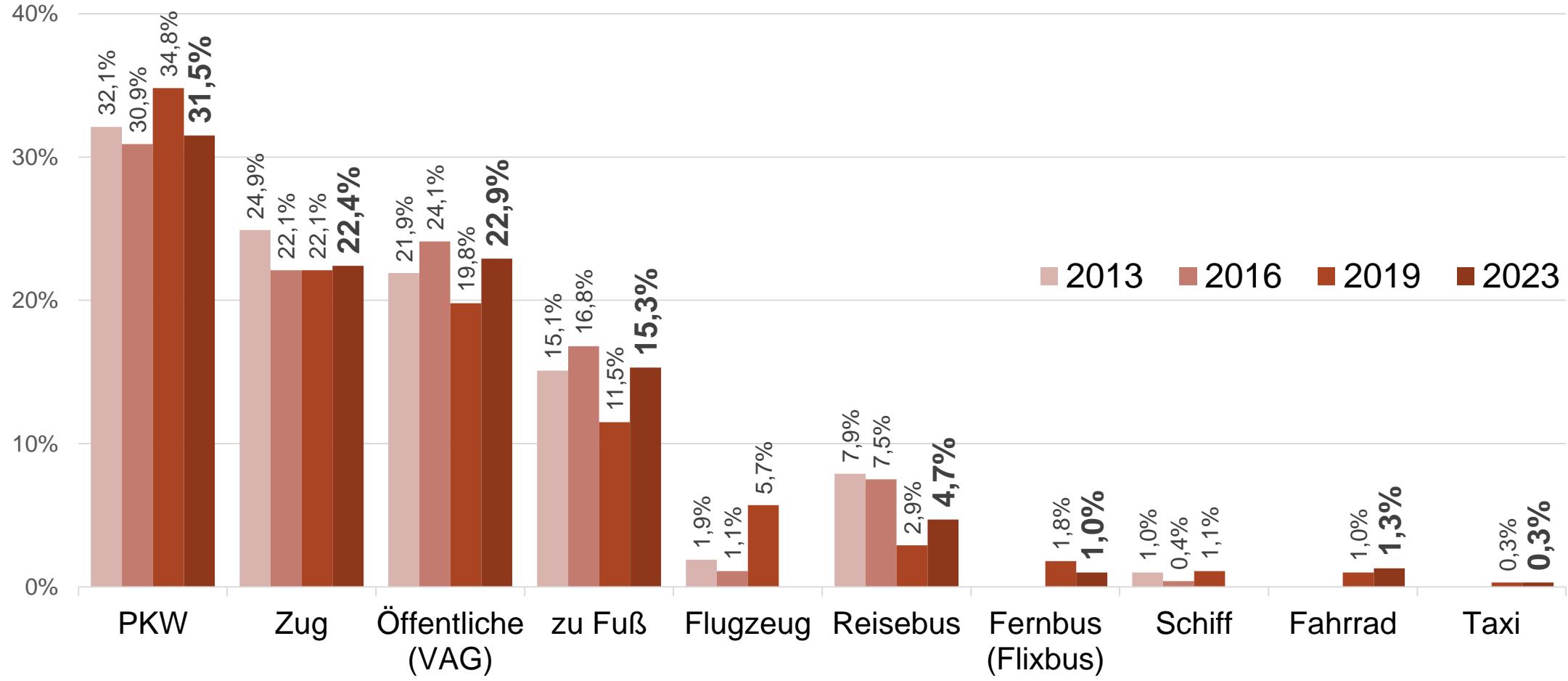
$n_{2023} = 2012$   
 $n_{2019} = 2111$   
 $n_{2016} = 2143$   
 $n_{2013} = 2107$

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



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

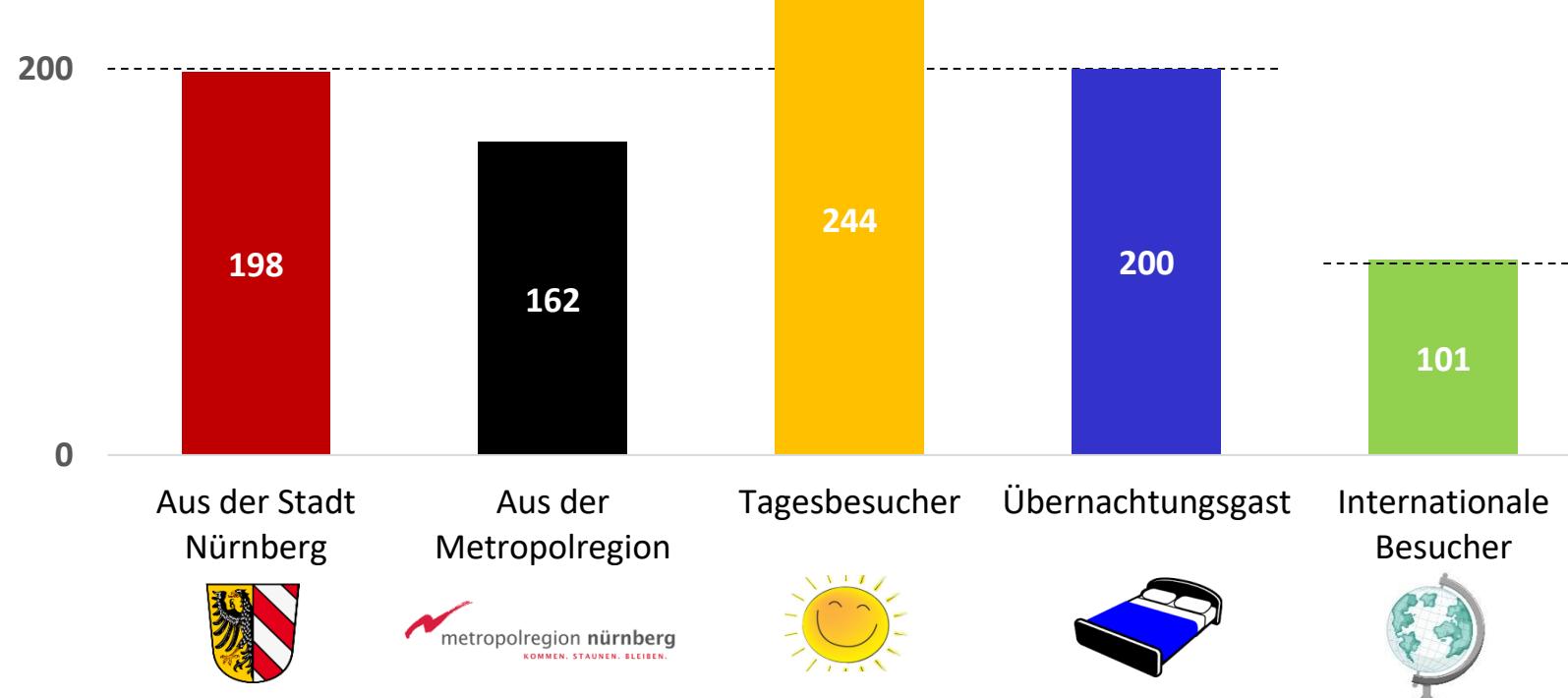
## Verkehrsmittel zur Anfahrt: Mehr Gäste nutzen die öffentlichen Verkehrsmittel und/oder kommen zu Fuß



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

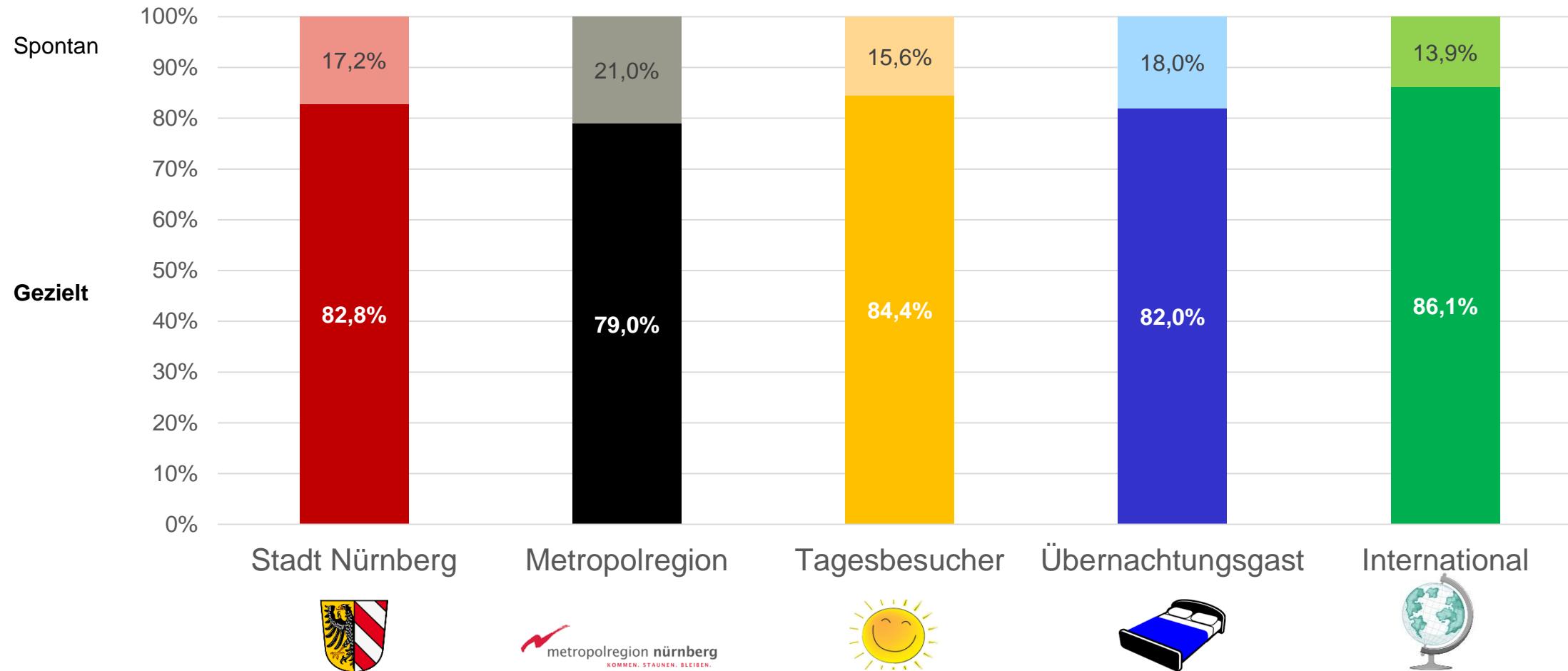
## Teil 2: Auswertung von 905 Tiefeninterviews zur vergleichenden Wahrnehmung von fünf definierten Besuchergruppen

- 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



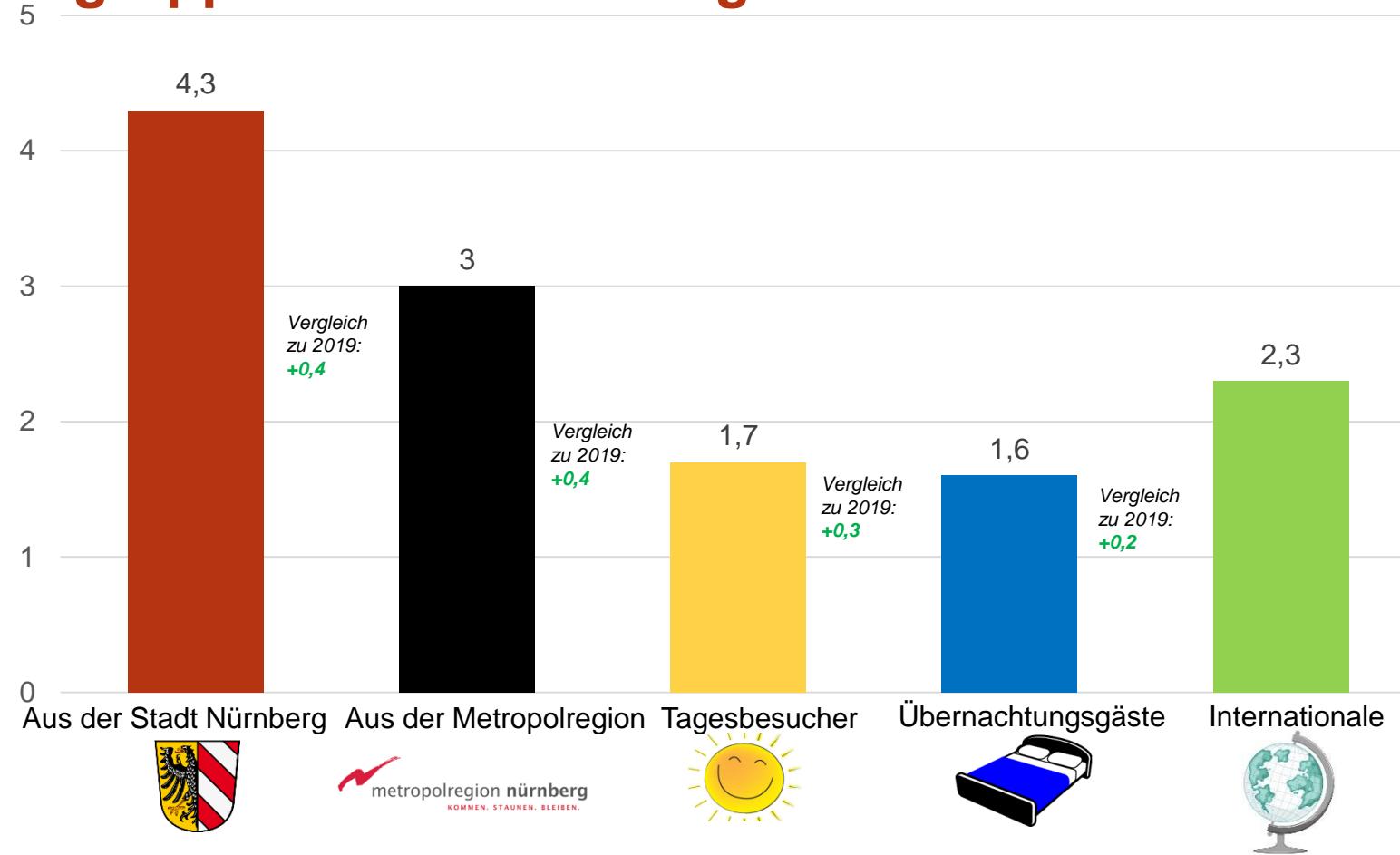
# Hauptgrund des Besuches - nach Besuchergruppen:

## Der Hauptgrund ist über alle Besuchergruppen ein gezielter Besuch

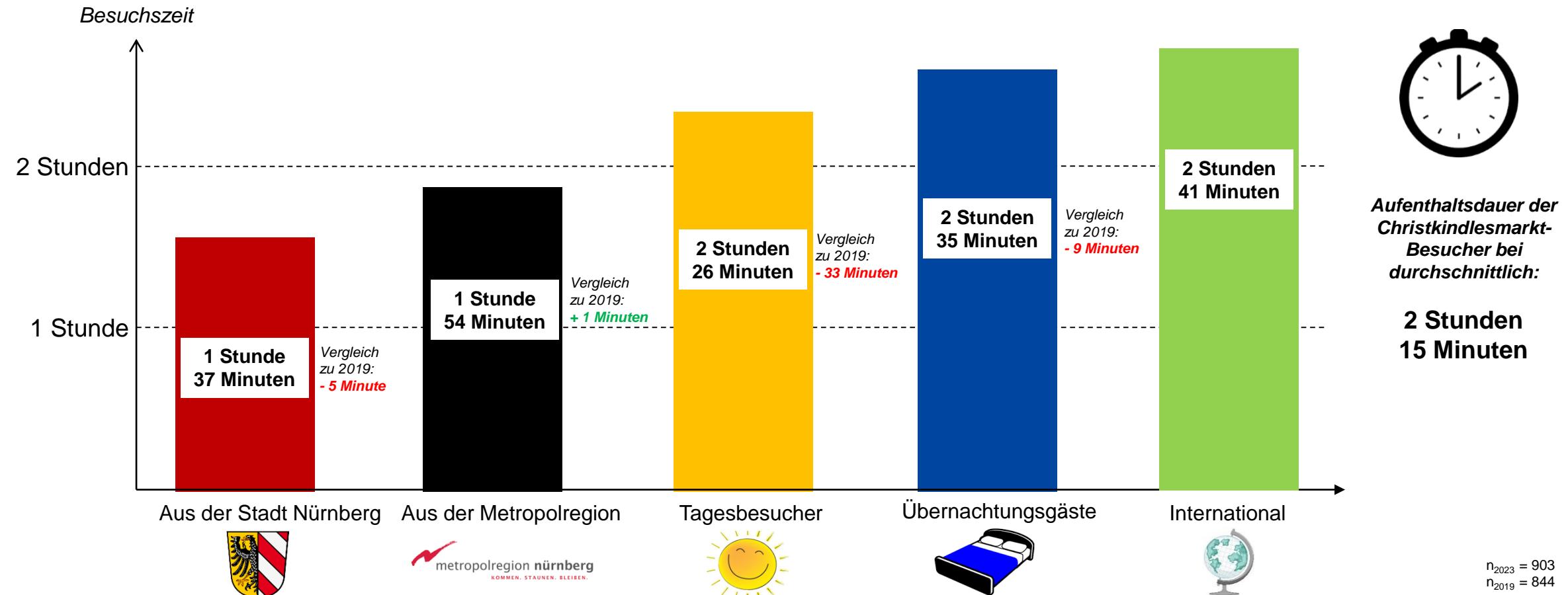


# Anzahl der Besuche auf dem Christkindlesmarkt 2023 - nach Besuchergruppen

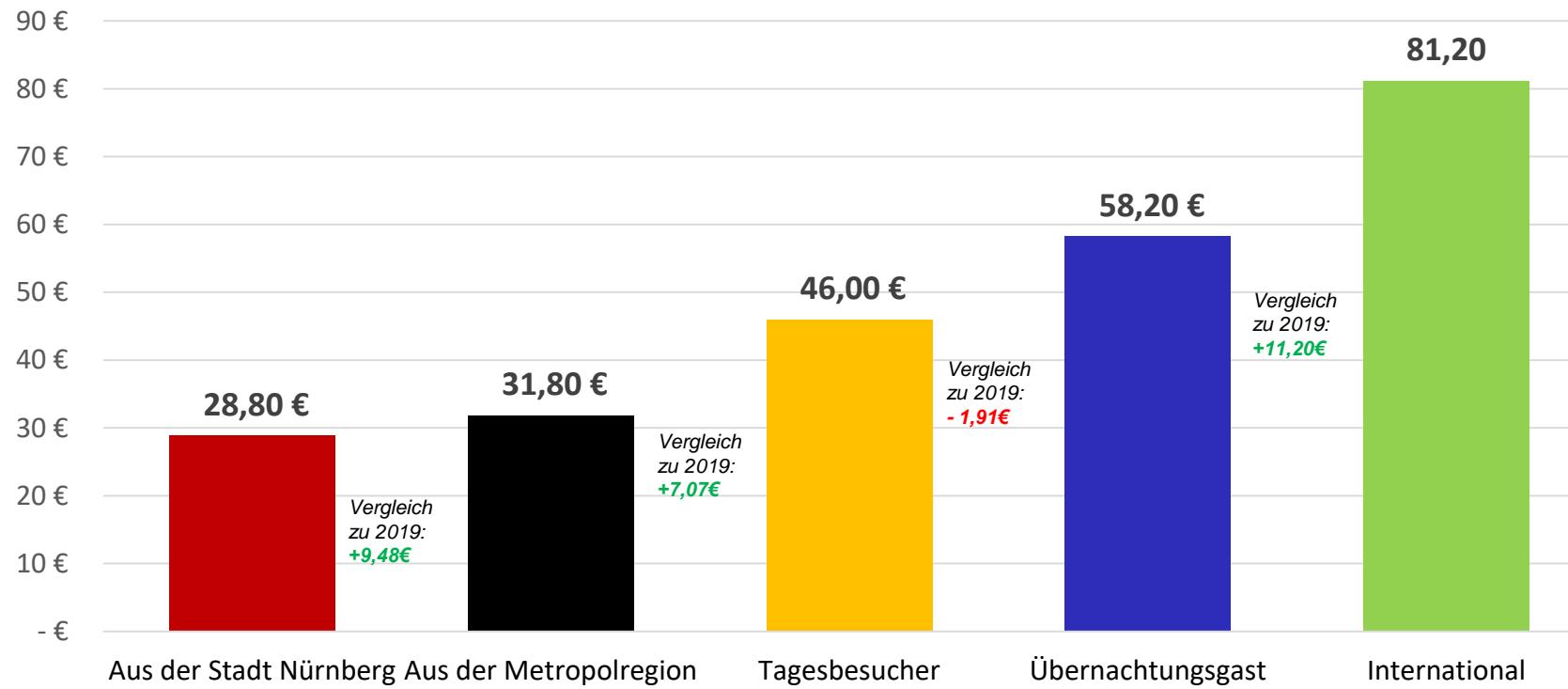
## Die Besuchergruppen kommen häufiger zum Christkindlesmarkt als 2019



# 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



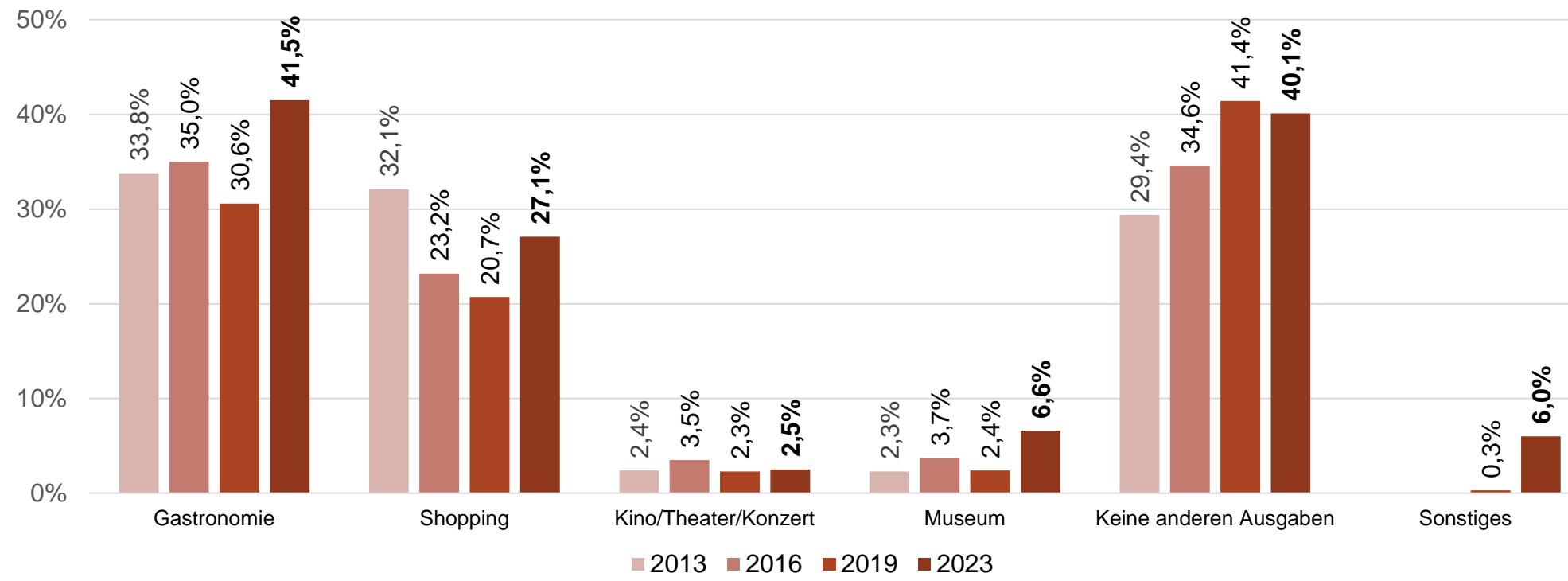
Durchschnittliche Ausgaben  
der Gäste 2023:  
**46,30 EURO**

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



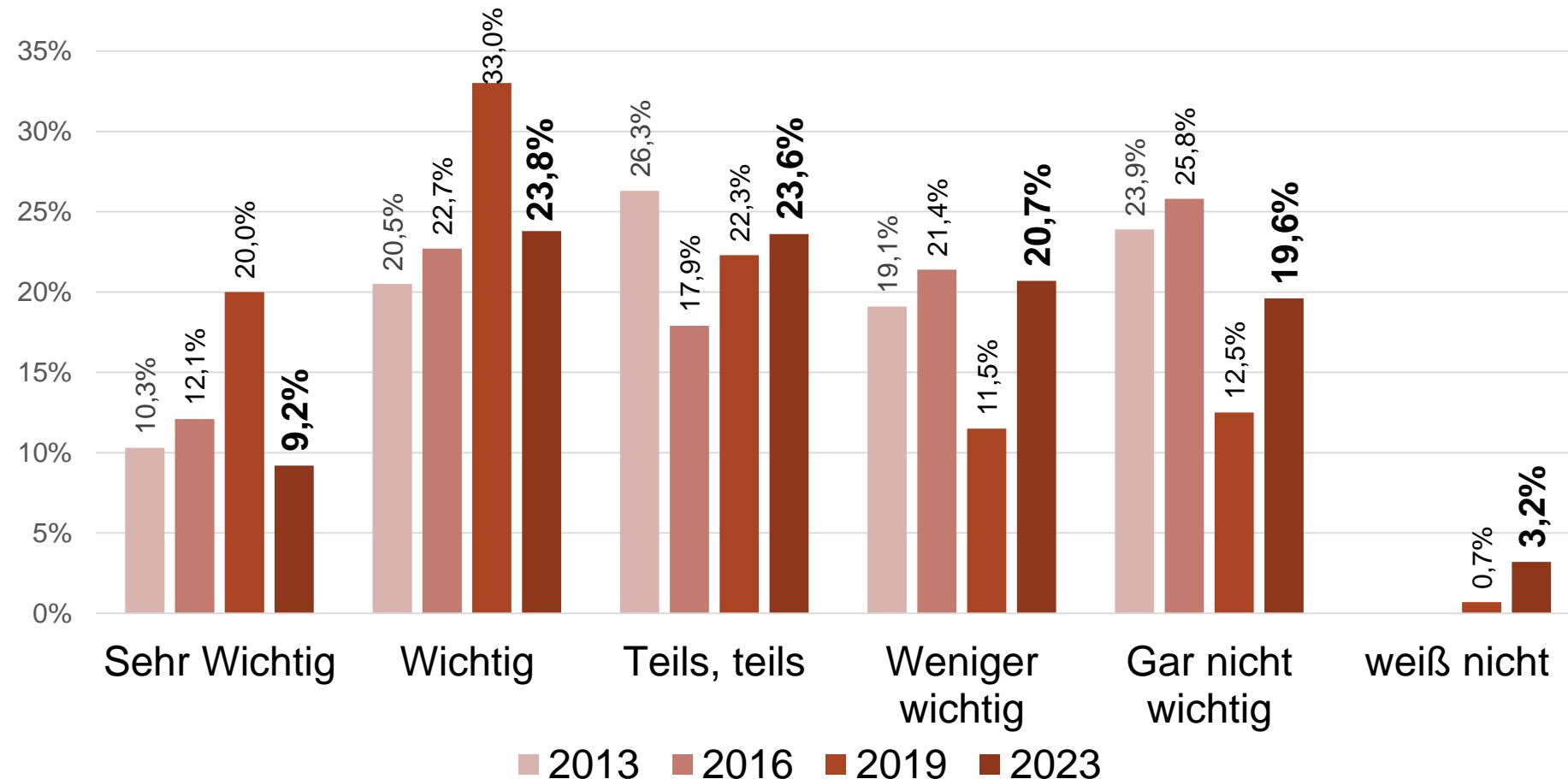
n<sub>2023</sub> = 905

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

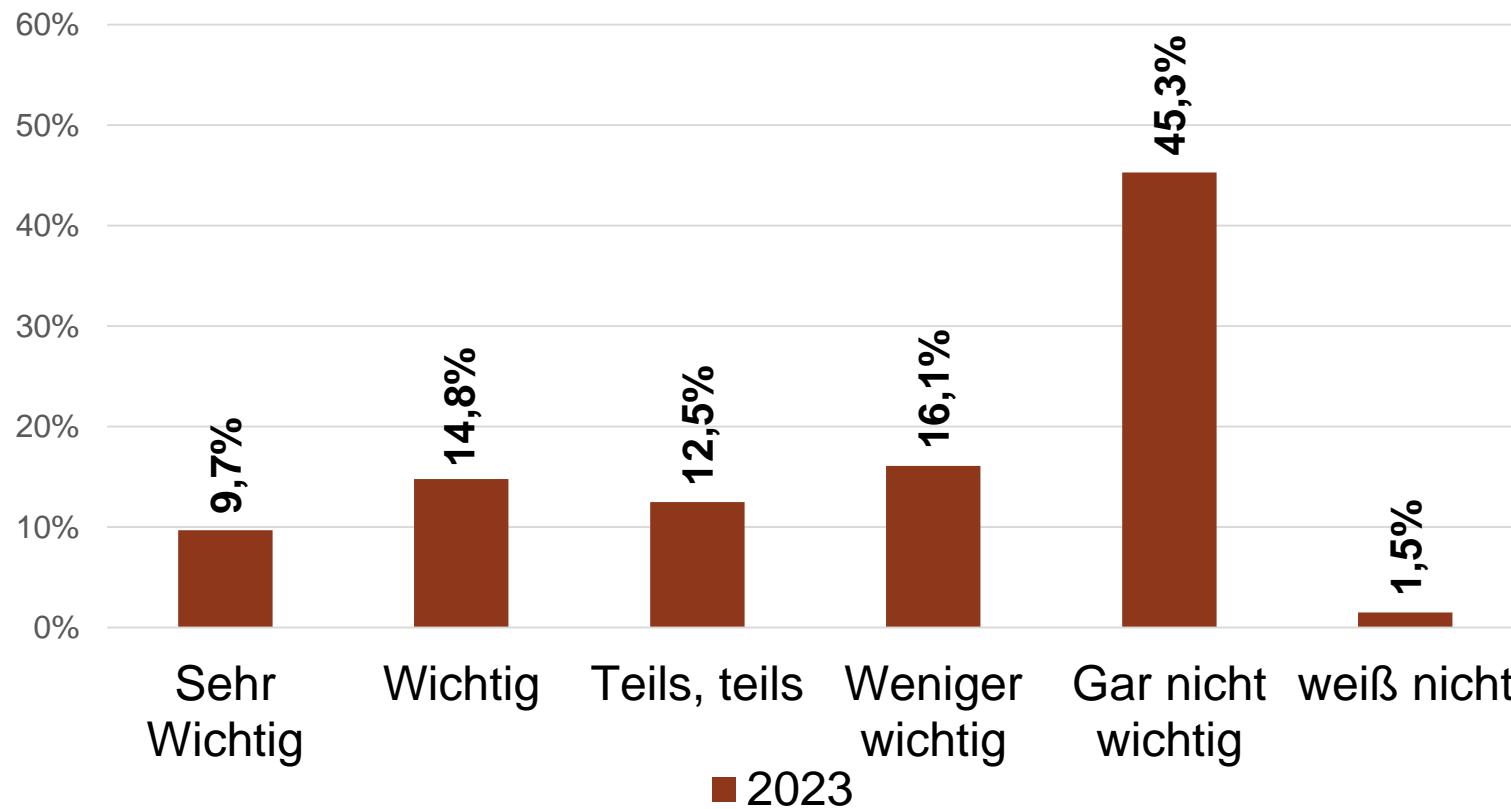


Mehrfachnennungen  
 $n_{2023} = 905$   
 $n_{2019} = 961$   
 $n_{2016} = 809$   
 $n_{2013} = 840$

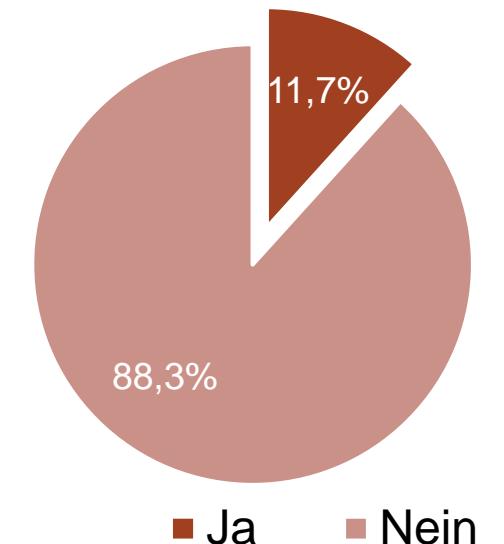
## „Wie wichtig ist Ihnen das Angebot von Bio-Produkten auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt?“: Der Bio-Hype von 2019 nimmt wieder ab



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



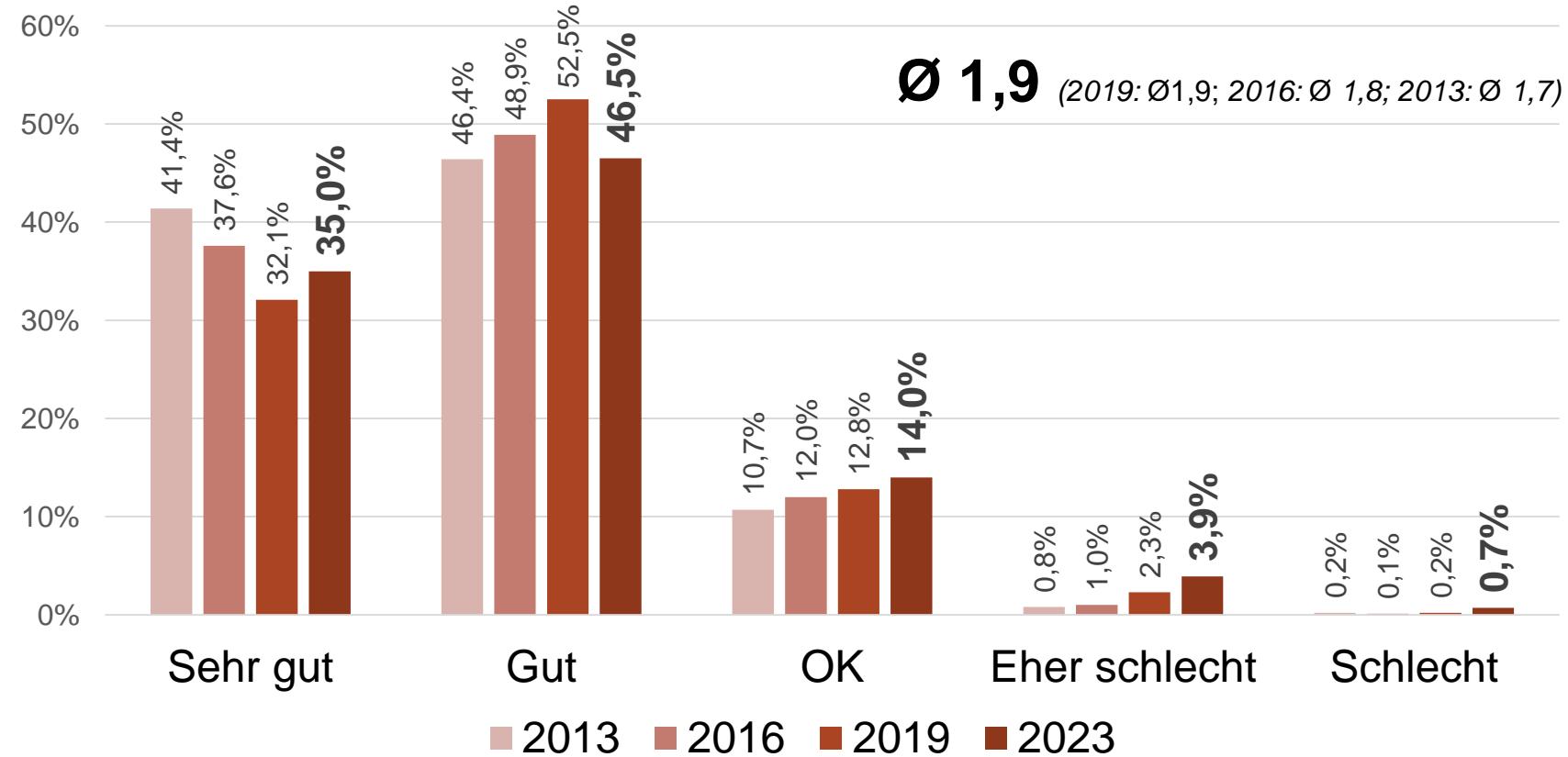
„Haben Sie heute ein veganes Essensangebot genutzt bzw. werden Sie es noch nutzen?“



$n_{2023} = 905$

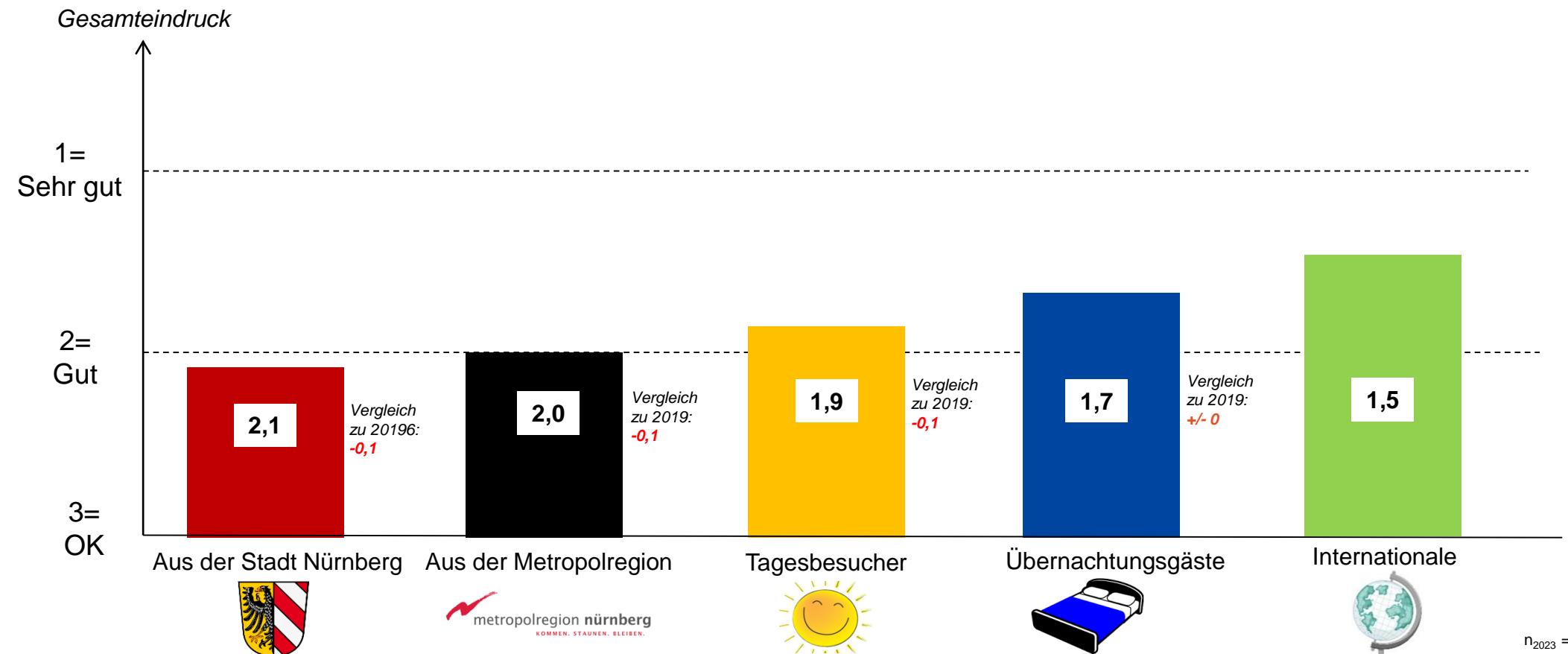
# Bewertung des Gesamteindrucks vom Christkindlesmarkt

## Der Gesamteindruck des Christkindlesmarktes bleibt unverändert positiv

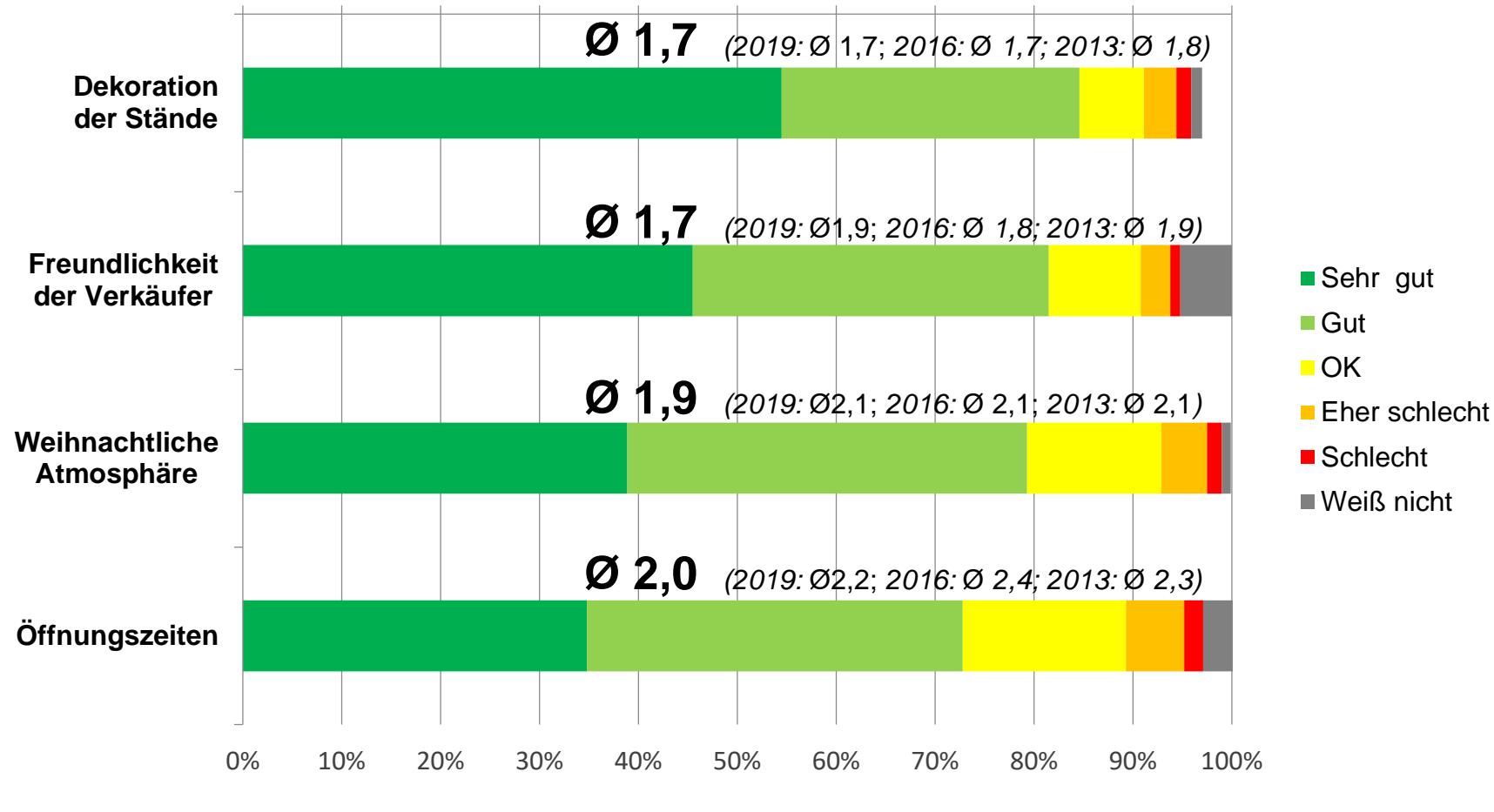


$n_{2023} = 897$   
 $n_{2019} = 838$   
 $n_{2016} = 814$   
 $n_{2013} = 839$

## Bewertung des Gesamteindrucks vom Christkindlesmarkt 2023 - nach Besuchergruppen

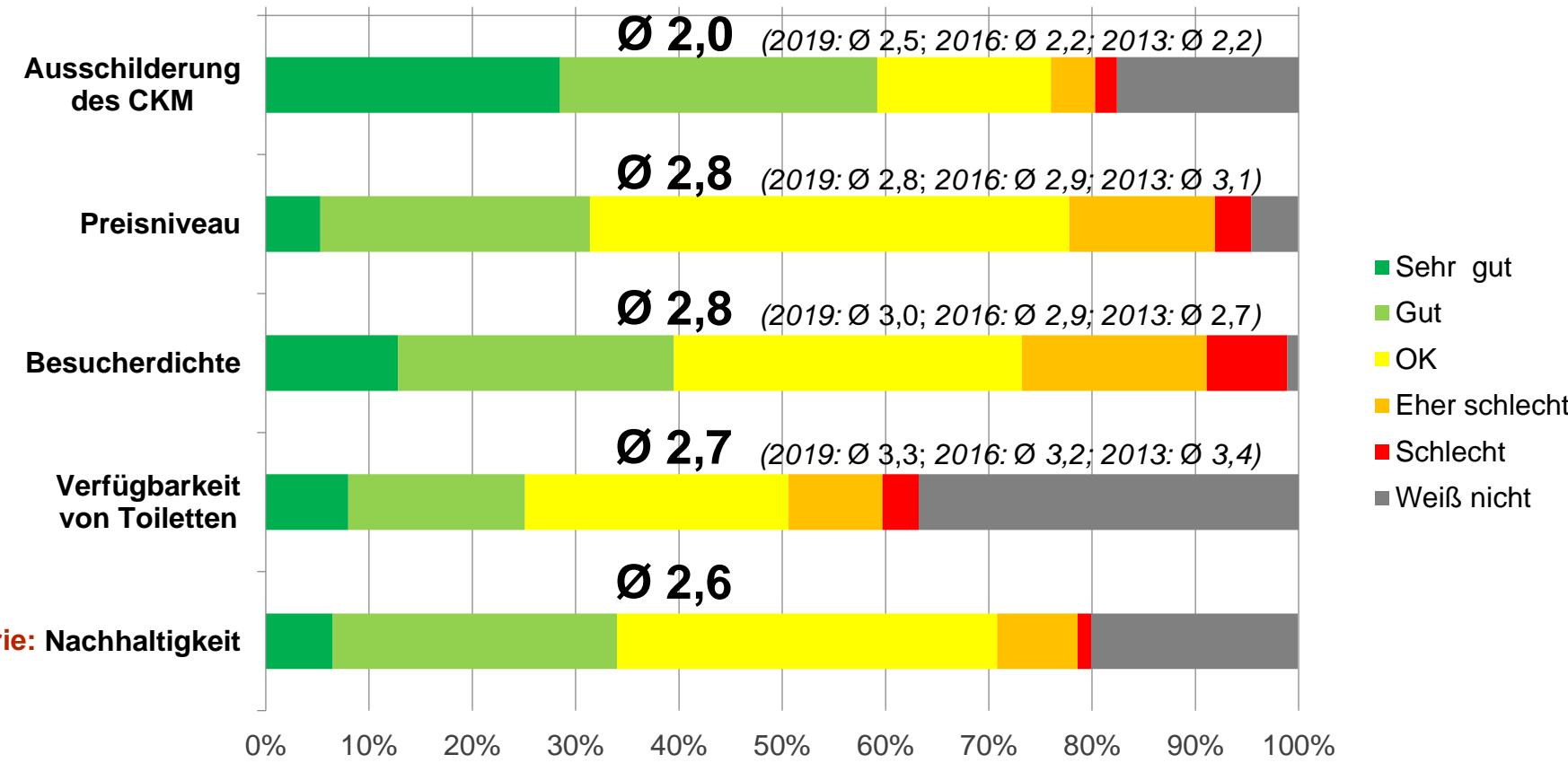


## Bewertung von unterschiedlichen Bereichen: Top-Werte zwischen 1,7 und 2,0 Auffällig ist die verbesserte Beurteilung der Öffnungszeiten



# Bewertung von unterschiedlichen Bereichen: Werte zwischen 2,0 und 2,8

## Die Ausschilderung des Marktes und die Verfügbarkeit von Toiletten sind besser


 n<sub>2023</sub> = 905  
 n<sub>2016</sub> = 814  
 n<sub>2013</sub> = 837

## Regressionsanalyse zur relativen Bedeutung unterschiedlicher Teilespekte

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
<i>Nachhaltigkeit</i>	0,075	n.s.
<i>Öffnungszeiten</i>	0,061	n.s.
<i>Preisniveau</i>	- 0,014	n.s.
<i>Verfügbarkeit von Toiletten</i>	- 0,033	n.s.

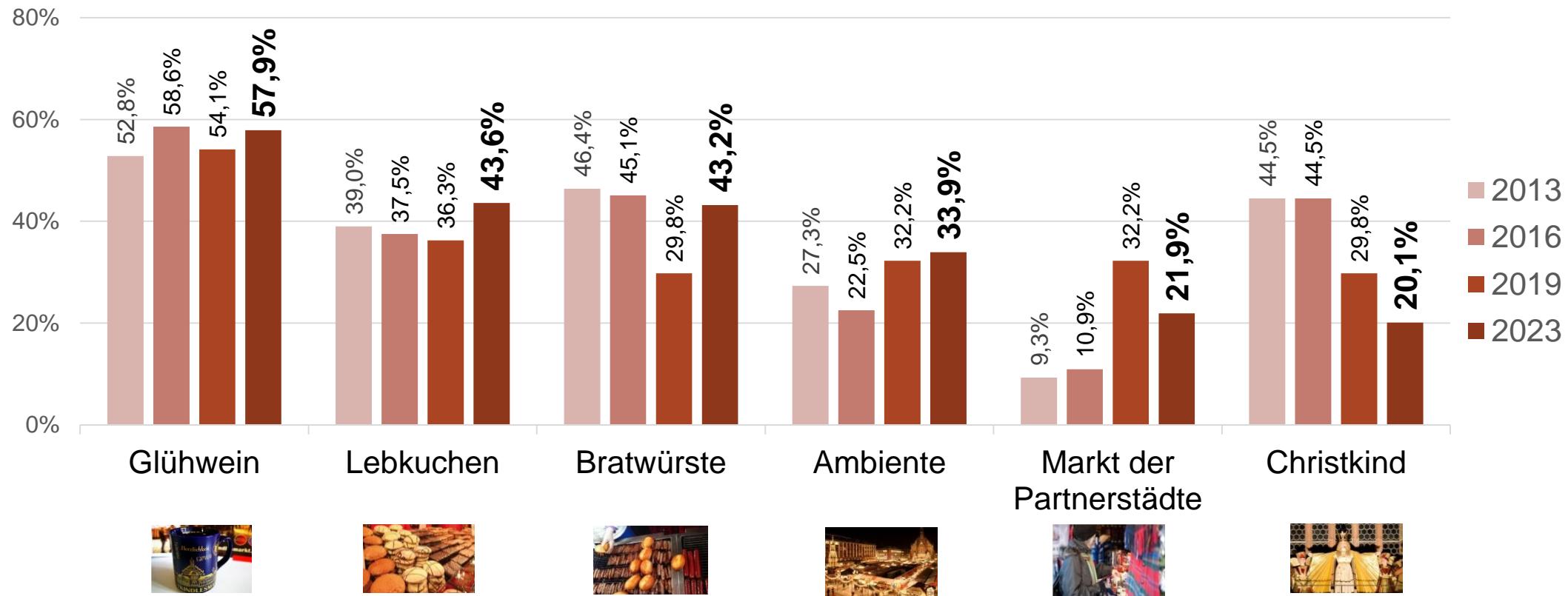
- Den **größten Einfluss** auf die Gesamtzufriedenheit hat die **Freundlichkeit der Verkäufer:innen** und **die Dekoration der Stände**
- Auf den nächsten Plätzen folgen die **weihnachtliche Atmosphäre**, **die Ausschilderung** und **die Besucherdichte**
- Alle weiteren Faktoren sind für die Gesamtzufriedenheit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

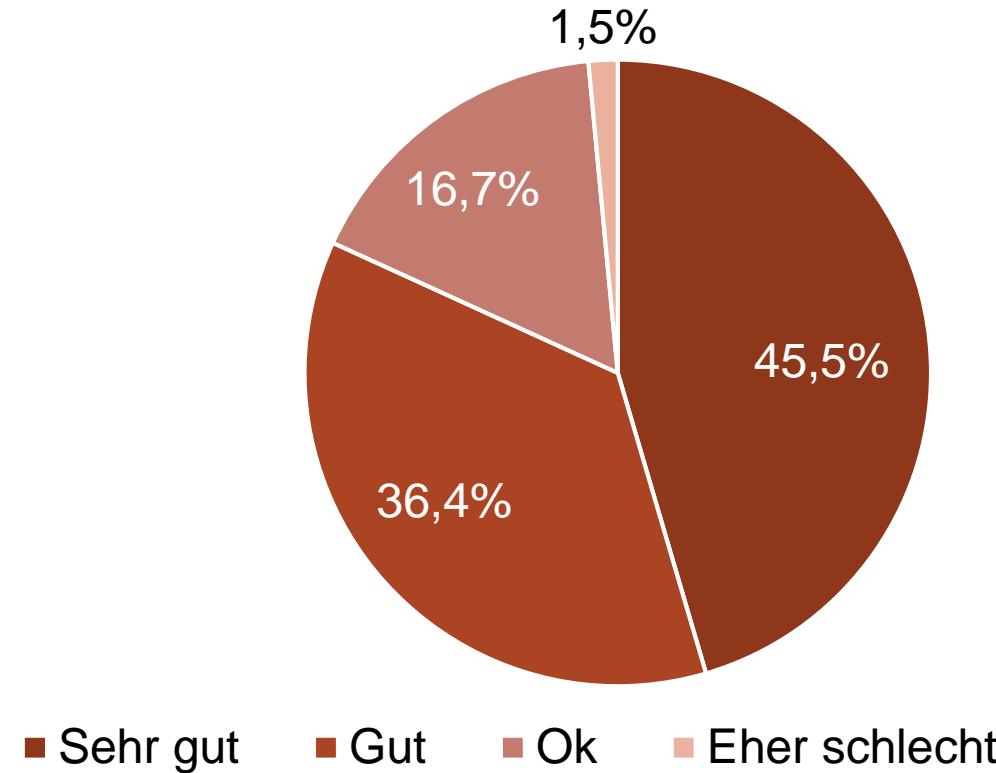
# Top 3-Highlights des Christkindlesmarktes 2023 - Plätze 1-6

## Die Kulinistik dominiert die Wahrnehmung der Highlights



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

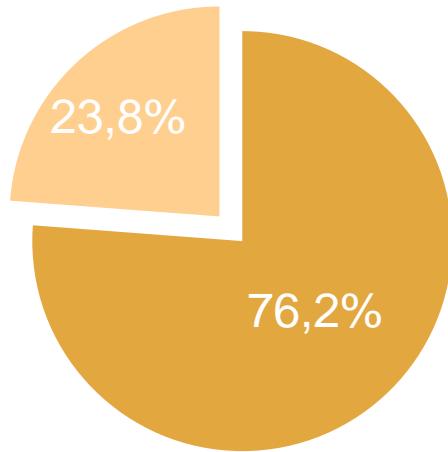
**Besuch des Christkindlesmarktes ohne deutsche Sprachkenntnisse:  
Es ist für internationale Besucher sehr gut möglich, den Christkindlesmarkt  
ohne deutsche Sprachkenntnisse zu besuchen**



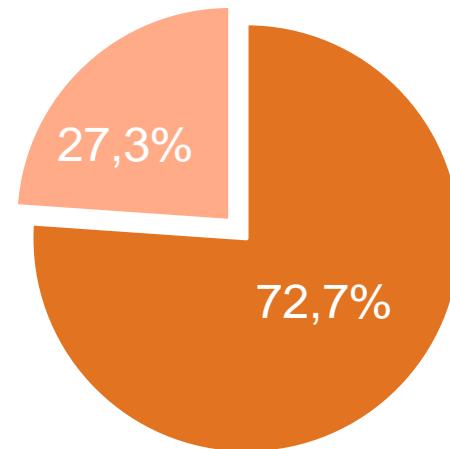
$n_{2023} = 66$

## Besuch von anderen Weihnachtsmärkten neben dem CKM

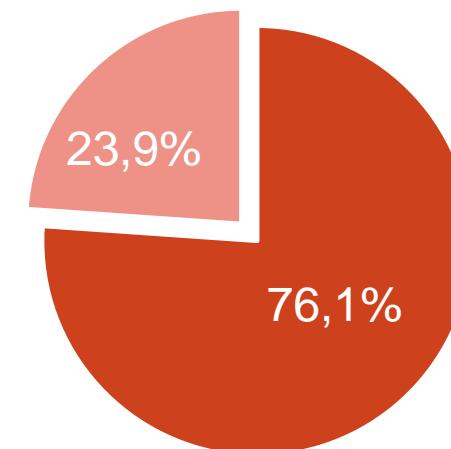
2013



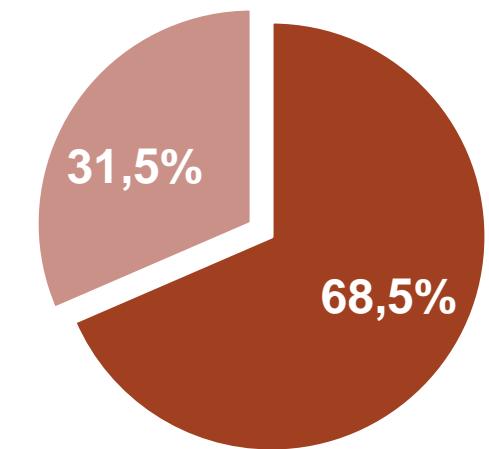
2016



2019



2023



■ Ja ■ Nein

■ Ja ■ Nein

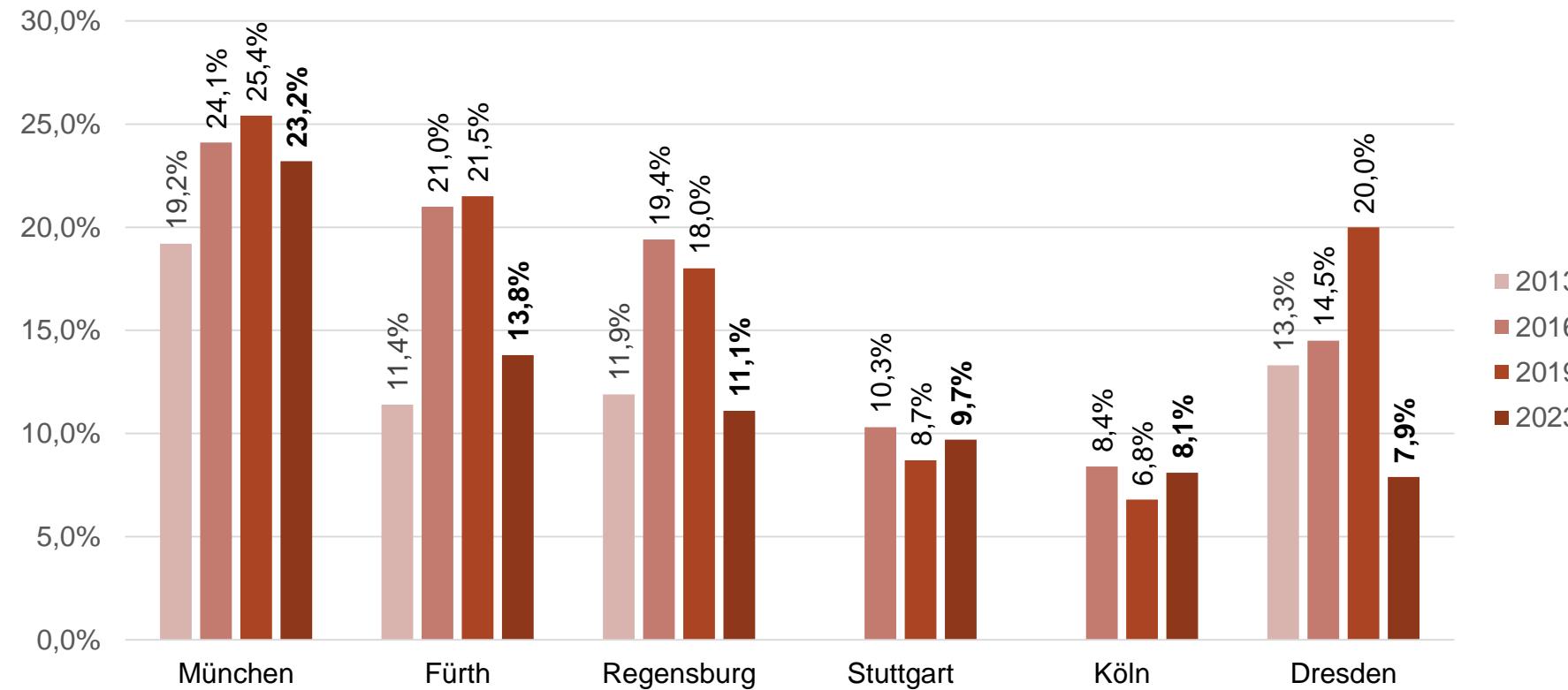
■ Ja ■ Nein

■ Ja ■ Nein

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

„Welche anderen Weihnachtsmärkte haben Sie neben dem Nürnberger Christkindlesmarkt noch besucht?“

Top 5 Nennungen: Fürth, Regensburg und Dresden fallen anteilig zurück



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