



Befragung Weihnachtsstadt Karlsruhe

Dezember 2013

Ergebnisbericht



Inhaltsverzeichnis

	Seite
A. Erhebungs- und Auswertungsmethodik	4
B. Besuch der Weihnachtsstadt Karlsruhe	5
C. Bewertung Eiszeit, Christkindlesmarkt und Kinderland	9
D. Standortbewertung Eiszeit und Christkindlesmarkt	14
E. Aktionen und Änderungswünsche	17
F. Statistik	19
G. Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen	22
Kontaktdaten	26



A. Erhebungs- und Auswertungsmethodik



1. Erhebungsverfahren

Die Datenerhebung wurde mittels eines standardisierten Fragebogens und PDA-Geräten als FACE-TO-FACE Befragung in der Innenstadt Karlsruhe durchgeführt.

2. Befragungszeitraum

Die Befragung fand in der Zeit vom 9. Dezember 2013 bis 15. Dezember 2013 statt.

3. Durchführung der Feldarbeit

Die Feldarbeit erfolgte durch die COBUS Marktforschung GmbH, Karlsruhe.

3. Stichprobengröße

Es wurden insgesamt 517 Personen befragt.

4. Erhebungsinhalt waren:

- Besuch der Weihnachtsstadt Karlsruhe (Aufmerksamkeit, Anreise, Aufenthalt)
- Bewertung Eiszeit, Christkindlesmarkt und Kinderland
- Standortbewertung Eiszeit und Christkindlesmarkt
- Aktionen und Änderungswünsche
- statistische Daten



B. Besuch der Weihnachtsstadt Karlsruhe



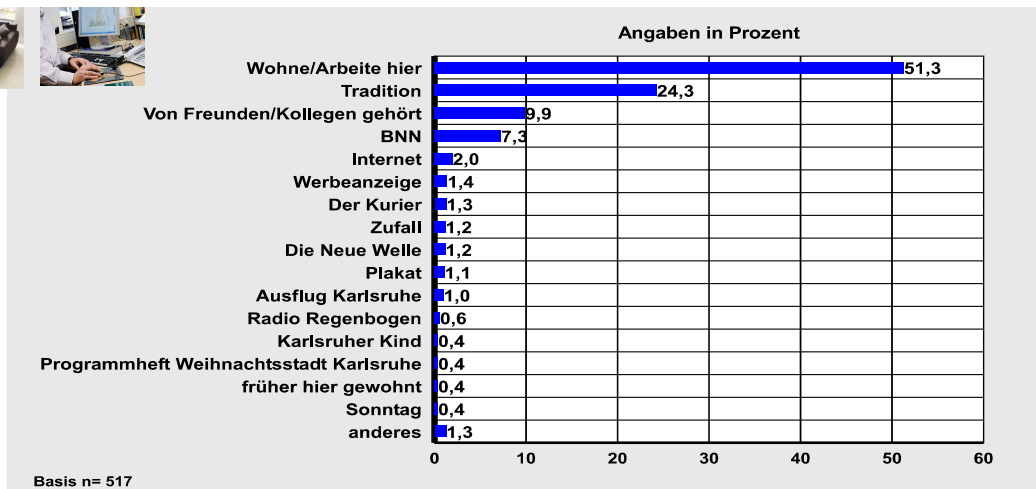
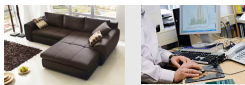
© COBUS Marktforschung GmbH

5



Besuch der Weihnachtsstadt Karlsruhe (1)

Frage 2: Wie sind Sie auf die „Weihnachtsstadt Karlsruhe“ aufmerksam geworden?



Die **Mehrheit der Befragten (51,3%)** ist auf die Weihnachtsstadt aufmerksam geworden, da sie **in Karlsruhe wohnen oder arbeiten**.. Für **ca. ein Viertel** gehört ein Besuch zur **Tradition**. **Jeder Zehnte**, insbesondere Männer (13,1%) und Befragte bis unter 30 Jahre (15,2%) sowie diejenigen, die außerhalb von Karlsruhe wohnen, haben durch **Freunde oder Kollegen** von der Weihnachtsstadt Karlsruhe erfahren.

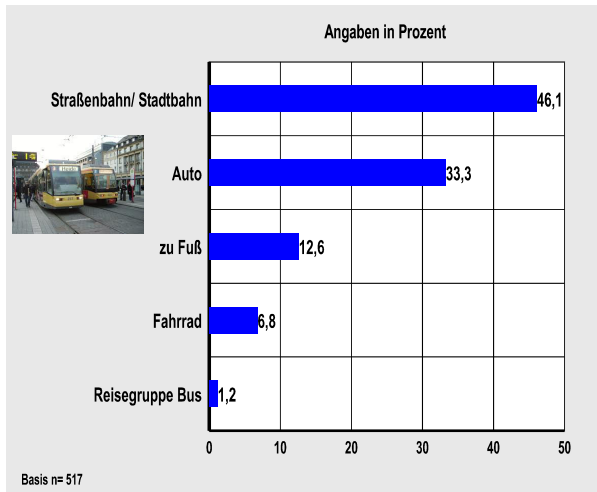
© COBUS Marktforschung GmbH

6

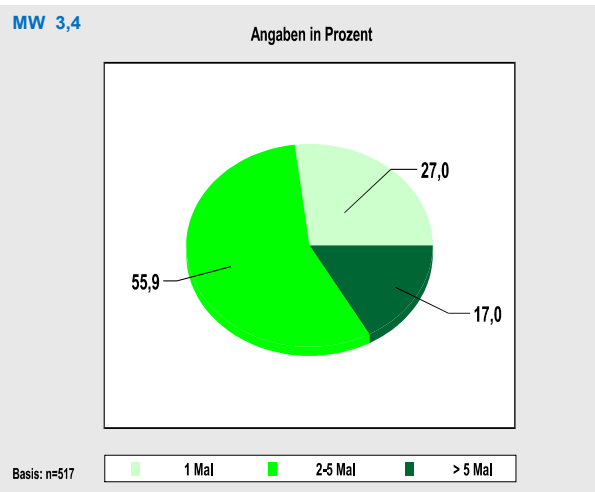


Besuch der Weihnachtsstadt Karlsruhe (2)

Frage 3: Mit welchem Verkehrsmittel sind Sie heute von zuhause aus in die Weihnachtsstadt Karlsruhe gekommen?



Frage 5: Wie oft kommen Sie in diesem Jahr gezielt in die Karlsruher Innenstadt um die Weihnachtsstadt zu besuchen?



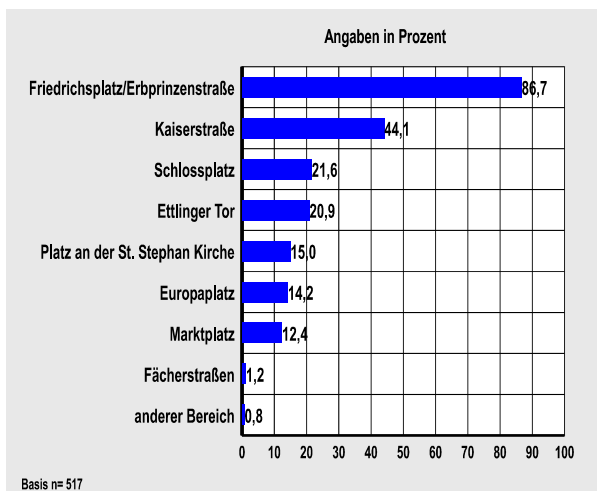
Mit **46,1%** sind die Besucher zumeist mit der **Straßen- bzw. Stadtbahn** nach Karlsruhe gekommen. **Ein Drittel** ist mit dem **Auto** angereist, wobei dieses vor allem von Besuchern, die nicht in Karlsruhe wohnen, genutzt wurde (49,9%).

Mehr als die Hälfte der Befragten (sowohl Ortsansässige als auch Ortsfremde) plant zwischen **2-5 Mal** die **Weihnachtsstadt Karlsruhe aufzusuchen**, die **durchschnittliche Besuchshäufigkeit** bei **3,4 Mal**.

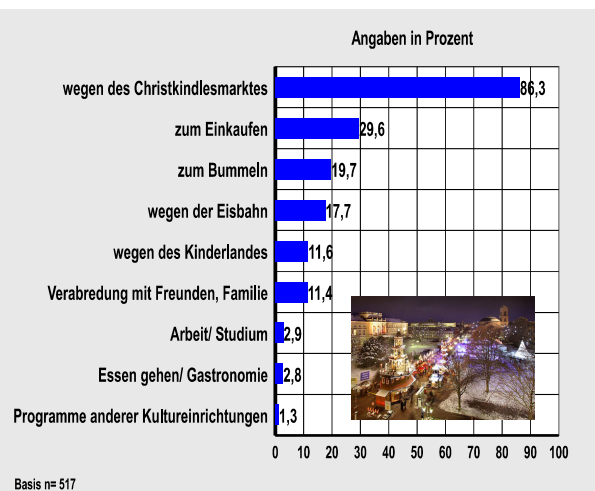


Besuch der Weihnachtsstadt Karlsruhe (3)

Frage 4: Wo bzw. in welchen Bereichen der Innenstadt bewegen Sie sich heute?



Frage 6: Was haben Sie bei Ihrem Besuch heute alles vor bzw. warum sind Sie hier? (TOP-Nennungen)



Die **überwiegende Mehrheit** der Befragten bewegt sich im Bereich des **Friedrichsplatzes (86,7%)**, was vor allem auf den dort befindlichen **Christkindlesmarkt** zurückzuführen ist, der von **86,3%** auch am häufigsten als Grund für den Besuch Karlsruhes angegeben wird. Weitere **44,1%** halten sich im Bereich der **Kaiserstraße** auf, was mit den weiteren Besuchsanlässen „**Einkaufen**“ (**29,6%**) und „**Bummeln**“ (**19,7%**) einhergeht. **21,6%** geben an, sich auf dem **Schlossplatz** aufzuhalten, wo sich in diesem Jahr die **Eisbahn** befindet, die **17,7%** im Rahmen ihres Aufenthalts in Karlsruhe besuchen wollen (vor allem Personen bis zu 30 Jahren (26%)).



C. Bewertung Eiszeit, Christkindlesmarkt und Kinderland



Bewertung Eiszeit, Christkindlesmarkt und Kinderland (1)

Frage 6: Übersicht „Zufriedenheit alles in allem“ (Schulnote 1 – 6)

**Eiszeit
(Schlossplatz)**



Top Box (1+2): 83,8%
Mittelwert: 1,93

Basis: n=92

**Christkindlesmarkt
(Friedrichplatz)**



Top Box (1+2): 89,5%
Mittelwert: 1,85

Basis: n=446

**Kinderland
(St. Stephan)**



Top Box (1+2): 97,1%
Mittelwert: 1,66

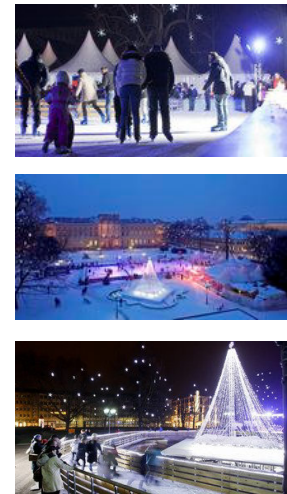
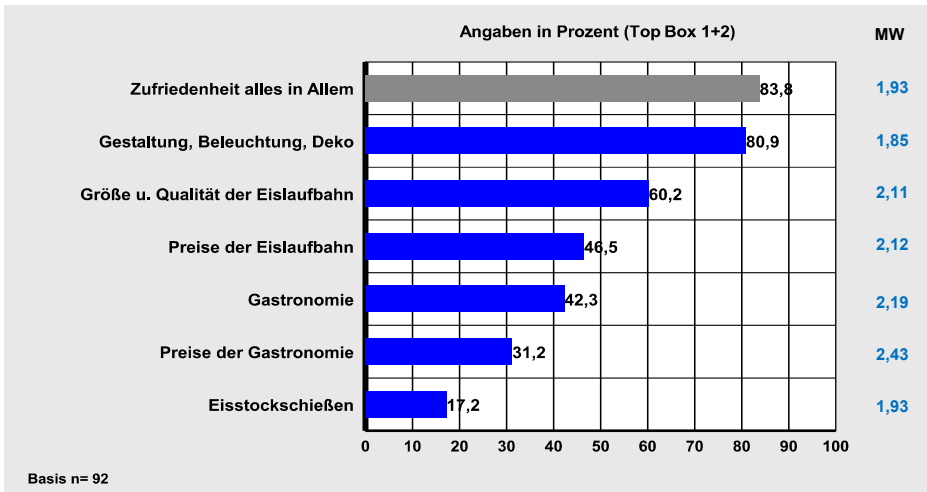
Basis: n=60

Von den drei Veranstaltungen sind die Besucher alles in allem mit dem **Kinderland an der St. Stephanskirche am zufriedensten, 97,1%** vergeben hier die Note 1 bzw. 2. An **zweiter Stelle folgt der Christkindlesmarkt mit 89,5%**. Die Eislaufbahn am Schlossplatz wird von 83,8% mit mindestens „2“ benotet.



Bewertung Eiszeit, Christkindlesmarkt und Kinderland (2)

Frage 6a: Wie bewerten Sie die „Stadtwerke Eiszeit“ im Hinblick auf die folgenden Aspekte? (Schulnote 1 – 6)



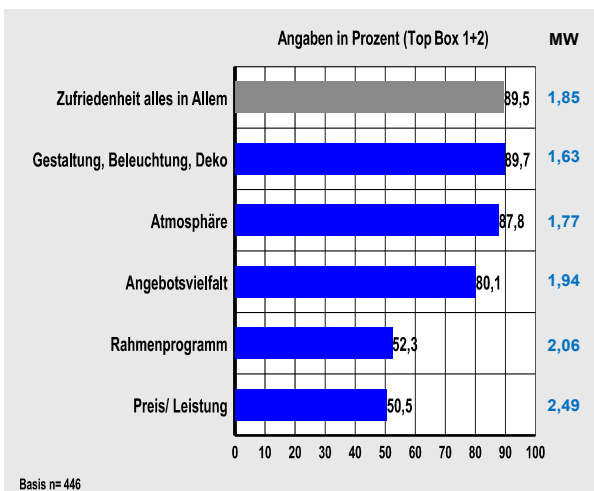
Alles in allem sind die Besucher der „Stadtwerke Eiszeit“ zu 83,8% (Note 1+2) zufrieden, zudem vergibt keiner eine Note, die schlechter als 3 ist. Innerhalb der einzelnen Aspekte wird die Gestaltung, Beleuchtung und Deko am besten benotet (80,9% Note 1+2). Die Größe und Qualität der Eislaufbahn wird von 60,2% mit der Note 1 bzw. 2 bewertet. Das Gastronomieangebot wird hingegen eher kritischer eingestuft, insbesondere was die Preise betrifft.



Bewertung Eiszeit, Christkindlesmarkt und Kinderland (3)

Frage 6b: Wie bewerten Sie den Christkindlesmarkt im Hinblick auf die folgenden Aspekte? (Schulnote 1 – 6)

Frage 6b1: Wenn Bewertung > 3: Wieso sind Sie unzufrieden mit dem Christkindlesmarkt?



Negative Beurteilung (n=10)

- Schlechtes Ambiente (keine Musik, billig...) (n=3)
- Zu klein/ eng/ Gedränge (n=3)
- Angebot/ Auswahl der Stände (n=2)
- zu unübersichtlich/ auseinandergedrängt (n=2)
- zu kalt (n=1)
- war früher besser (n=1)
- gefällt einfach nicht (n=1)

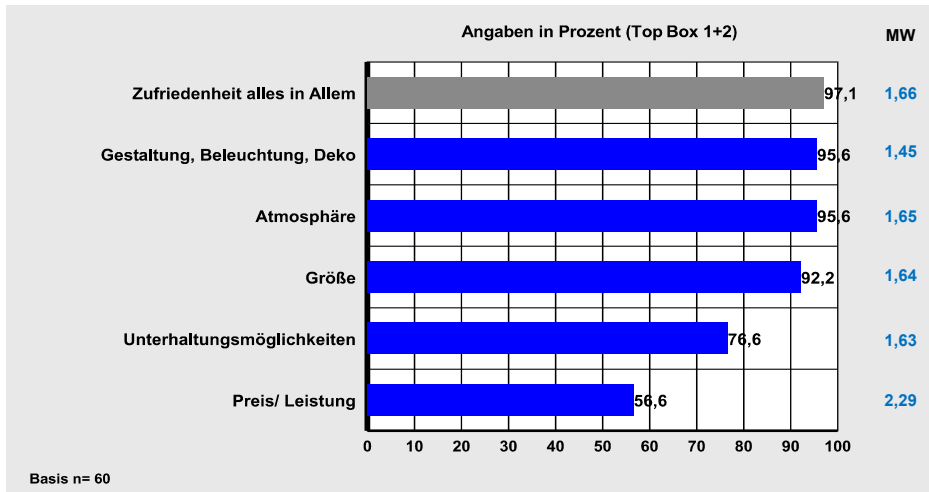


Basis: n=10

Mit dem Christkindlesmarkt sind 89,7% der Besucher (Bewertung 1+2) zufrieden, wo Kritik laut wurde, betraf dies vor allem das Ambiente (z.B. fehlende Musik...), die Enge und das Angebot der Stände. Am zufriedensten sind die Befragten mit der Gestaltung, Beleuchtung und Dekoration des Christkindlesmarktes, 89,7% vergeben hier die Noten 1 oder 2. Auch die Atmosphäre wird von den Besuchern positiv beurteilt (87,8% Note 1+2). Am kritischsten sind die Befragten mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis.



Frage 6c: Wie bewerten Sie das Kinderland St. Stephan im Hinblick auf die folgenden Aspekte? (Schulnote 1 – 6)



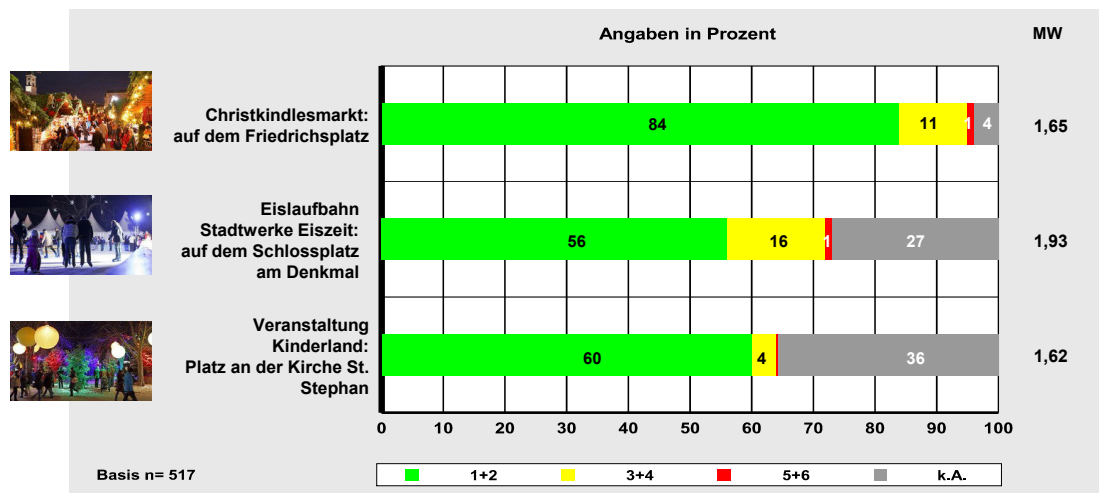
97,1% der befragten Besucher des **Kinderlands St. Stephan** sind mit diesem alles in allem sehr zufrieden, zudem wurde keine Bewertung, die schlechter als 3 war, abgegeben. Innerhalb der einzelnen Kategorien schneiden die **Gestaltung, Beleuchtung und Deko** sowie die **Atmosphäre** am besten ab (**jeweils 95,6% Note 1+2**). Auch die **Größe** wird von **92,2%** als gut empfunden. Kritik spiegelt sich vor allem beim Preis/Leistung wieder. Generell waren die befragten Besucher des Kinderlandes größtenteils Mütter mit Kindern.



D. Standortbewertung Eiszeit und Christkindlesmarkt

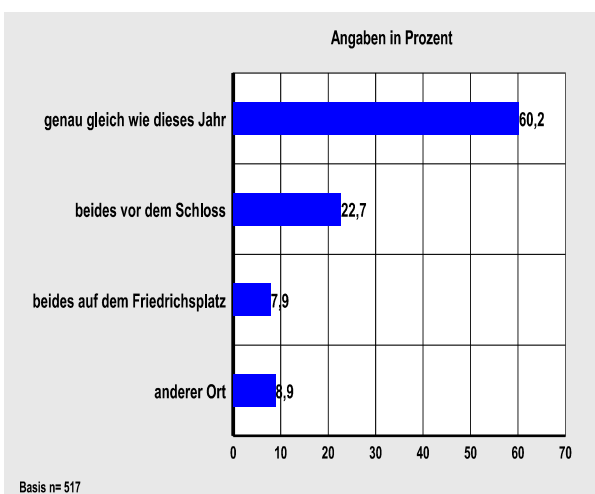


Frage 7: Wie gefallen Ihnen die neuen Standorte des Christkindlesmarktes und die weiteren Veranstaltungen in der Weihnachtsstadt? Bitte bewerten Sie anhand der Notenskala von 1= sehr gut bis 6= sehr schlecht (Schulnoten).



Am besten gefällt den Befragten insgesamt die **Veranstaltung „Kinderland“ auf dem Platz der St. Stephanskirche**, der eine **Durchschnittsnote von 1,62** erhält, wobei hier der Anteil derjenigen, die das nicht beurteilen konnten, mit 36% am größten war. An zweiter Stelle folgt der **Christkindlesmarkt auf dem Friedrichsplatz**, der im **Durchschnitt mit 1,65** bewertet wird. Die **Eislaufbahn der Stadtwerke am Schlossplatz** wird durchschnittlich mit 1,93 bewertet, wobei auch hier 27% keine Angaben machen konnten.

Frage 8: An welchen Standorten sollten der Christkindlesmarkt und die Eisbahn aus Ihrer Sicht im nächsten Jahr sein?



Standortwunsch	Genau gleich wie dieses Jahr	Beides vor dem Schloss	Beides auf dem Friedrichsplatz	Anderer Ort
Männer	60%	19%	9%	12%
Frauen	61%	26%	7%	6%
< 30 Jahre	49%	30%	12%	9%
31-50 Jahre	60%	19%	8%	12%
> 50 Jahre	70%	20%	4%	6%
Karlsruhe	58%	21%	9%	12%
außerhalb	62%	25%	7%	5%

Mit **60,2%** würde es die Mehrheit der Befragten begrüßen, wenn die **Eisbahn und der Christkindlesmarktes im nächsten Jahr wieder wie dieses Jahr auf dem Schloss- bzw. Friedrichsplatz** aufgebaut werden würden. Insbesondere die Befragten ab 51 Jahren würde diese Konstellation präferieren (70%). Bei den unter 30 Jährigen wird diese Variante zwar auch bevorzugt gewünscht, doch könnten sich 30% auch den Schlossplatz als Standort für beide Veranstaltungen vorstellen.

E. Aktionen und Änderungswünsche



© COBUS Marktforschung GmbH

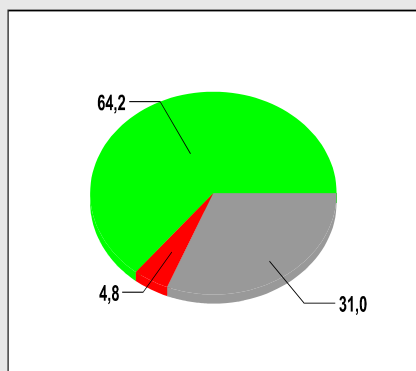
17

Aktionen und Änderungswünsche

Frage 9: Gibt es aus Ihrer Sicht genügend Aktionen in der „Weihnachtsstadt Karlsruhe“, z. B. kulturell oder für Kinder?

Frage 10: Welche Änderungswünsche hätten Sie für die „Weihnachtsstadt Karlsruhe“ im nächsten Jahr? (TOP-Nennungen)

Angaben in Prozent



Basis: n=517

■ Ja ■ Nein ■ w.n./k.A.

Angaben in Prozent



Basis n= 517

Fast zwei Drittel der Befragten sind der Ansicht, dass es **genügend Aktionen in der Weihnachtsstadt Karlsruhe** gibt, wobei dies vor allem von den **Bewohnern der Stadt Karlsruhe** mit 71,8% bejaht wird (vgl. außerhalb: 61%).

63,4% der befragten Besucher brachten **keine Änderungswünsche** vor. Wurden Vorschläge gemacht, so betraf dies vor allem die **Beleuchtung/ Dekoration (3,4%)**. Weiterhin wurden u.a. **breitere Wege, mehr (Weihnachts-)Musik** und **günstigere Preise** gewünscht.

© COBUS Marktforschung GmbH

18



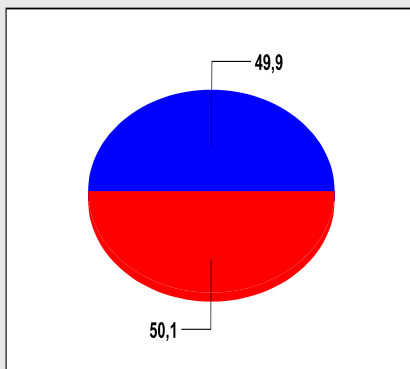
F. Statistik



Statistik (1)

Frage S1: Geschlecht

Angaben in Prozent

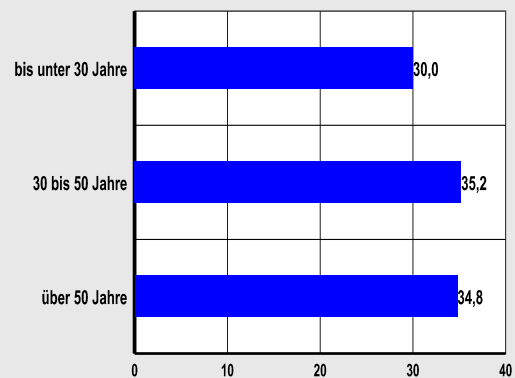


Basis: n=517

■ männlich ■ weiblich

Frage S2: Welcher Altersgruppe gehören Sie an?

Angaben in Prozent



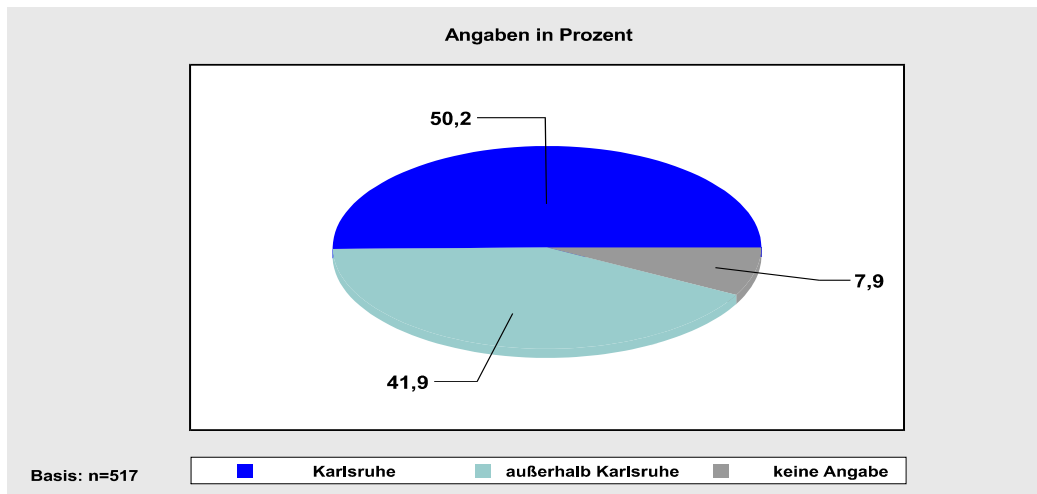
Basis n= 517

49,9% der Befragten **waren Männer**, 50,1% Frauen.

Die Altersgruppen verteilen sich auf 30% unter 30 Jahre, 35,2% 30-50 Jahre und 34,8% über 50 Jahre.



Frage S3: Wo wohnen Sie?



50,2% der Befragten wohnen in Karlsruhe, 41,9% außerhalb, 7,9% wollten hierzu keine Angaben machen.



G. Zusammenfassung und Handlungsempfehlungen



1. Besuch der Weihnachtsstadt

- Die Weihnachtsstadt Karlsruhe wird überwiegend dadurch wahrgenommen, dass man hier wohnt oder arbeitet oder von Freunden bzw. Kollegen davon gehört hat. **Damit ist Mund-zu-Mund-Propaganda** ein wichtiger Aspekt in der Kommunikation. Um diesen weiter auszubauen, könnten Flyer und Prospekte an ortsansässige Unternehmen verschickt werden, die diese an die Mitarbeiter verteilen können.
- Da die Mehrheit der Besucher mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreist, ist **Werbung an Haltestellen und Bahnhöfen** interessant. Gegebenenfalls könnten auch spezielle „Weihnachtsstadt-Tickets“ (evtl. mit Gutscheinen für Glühwein, Bratwurst etc.) angeboten werden.
- Mehrheitlich planen die Befragten, die Weihnachtsstadt Karlsruhe öfters zu besuchen, so dass eine hohe Wiederbesuchsrate und somit ein **hohes Weiterempfehlungspotential besteht**.
- Generell kommen die meisten Besucher wegen des Christkindlesmarktes, daher sollte an Ort und Stelle auch aktiv für die anderen Veranstaltungen (z.B. Eiszeit und Kinderland) geworben werden und deutliche Hinweisschilder und Wegweiser aufgestellt werden, so dass auch Ortsfremde bzw. weniger Ortskundige schnell und unkompliziert zu den weiteren Standorten finden. Auch hier könnten an Haltestellen oder in Partnergeschäften Pläne ausgehängt oder verteilt werden.

2. Zufriedenheit mit Veranstaltungen

- Insgesamt sind die Besucher der jeweiligen Veranstaltungsorte (Christkindlesmarkt, Eiszeit und Kinderland) **mit diesen sehr zufrieden**. Insbesondere deren **Gestaltung, Beleuchtung und Dekoration** und die damit verbundene Atmosphäre werden positiv hervorgehoben.
- Nichtsdestotrotz bestehen **weitere Verbesserungspotenziale**. So könnte z.B. die Eisfläche bei der Eisbahn etwas größer und von besserer Qualität sein, damit das Schlittschuhfahren noch mehr Spaß macht. Auch das Angebot an dort befindlichen Ständen, insbesondere die Gastronomie betreffend, könnte ausgeweitet werden.
- **Beim Christkindlesmarkt** würden sich die Befragten mehr Rahmenprogramm wünschen, z.B. mit **Weihnachtsmusik und Auftritten von Chören**. Auch die Wege könnten breiter und behinderten- und kinderwagenfreundlicher sein, durch den ausliegenden Holzsplit wird das Fahren etwas erschwert. Zudem würden sich die Befragten auch über ein abwechslungsreicheres Angebot jenseits der Gastronomie freuen.
- Mit dem **Kinderland waren die Besucher am zufriedensten**, jedoch wurde angeregt, die Märchenhäuser etwas weiter von einander entfernt zu platzieren, damit die Geräuschkulisse reduziert wird und man das Erzählte besser versteht.
- Generell werden sich auch mehr Parkplätze gewünscht. Auch hier könnten Wegweiser und übersichtliche Beschilderungen sowie die Kommunikation von Park & Ride-Plätzen bzw. das Fahren von Shuttlebussen hilfreich sein.

3. Standortwahl

- Insgesamt werden **die neuen Standorte der Veranstaltungen positiv aufgenommen**, vor allem das Kinderland auf dem Platz bei der St. Stephanskirche und der Christkindlesmarkt auf dem Friedrichsplatz, bei dem u.a. die Gefahr durch fahrende Stadt- und Straßenbahnen vermieden wird.
- Dementsprechend würden es die meisten Befragten (ca. 60%) begrüßen, wenn **auch im nächsten Jahr die Veranstaltungen wieder an denselben Orten stattfinden würden**. Allerdings kam zuweilen auch der Wunsch nach einer Zusammenlegung der Eislaufbahn und des Christkindlesmarktes auf. Da dies aus organisatorischen Gründen schwierig sein könnte, wäre jedoch eine starke aktive gegenseitige Bewerbung der beiden Veranstaltungen förderlich. Angeregt wurde auch, zwischen Christkindlesmarkt und Schlossplatz, weitere Stände aufzustellen, um den Besucher sozusagen hinzuführen.



Kontakt

Ihr Ansprechpartner:

**Dipl.-Ing. MBM Uwe Leest
Geschäftsführer**



**COBUS Marktforschung GmbH
Leopoldstr. 1**

76133 Karlsruhe

**Tel.: 0721-16009-0
Fax: 0721-16009-20
e-Mail: info@cobus.de
Internet: www.cobus.de**