

meinungsraum.at
November 2013
-
Weihnachtsmärkte

Inhalt

1. Studienbeschreibung
2. Ergebnisse
3. Summary
4. Stichprobenbeschreibung
5. Rückfragen/Kontakt

1. Studienbeschreibung

1. Studienbeschreibung

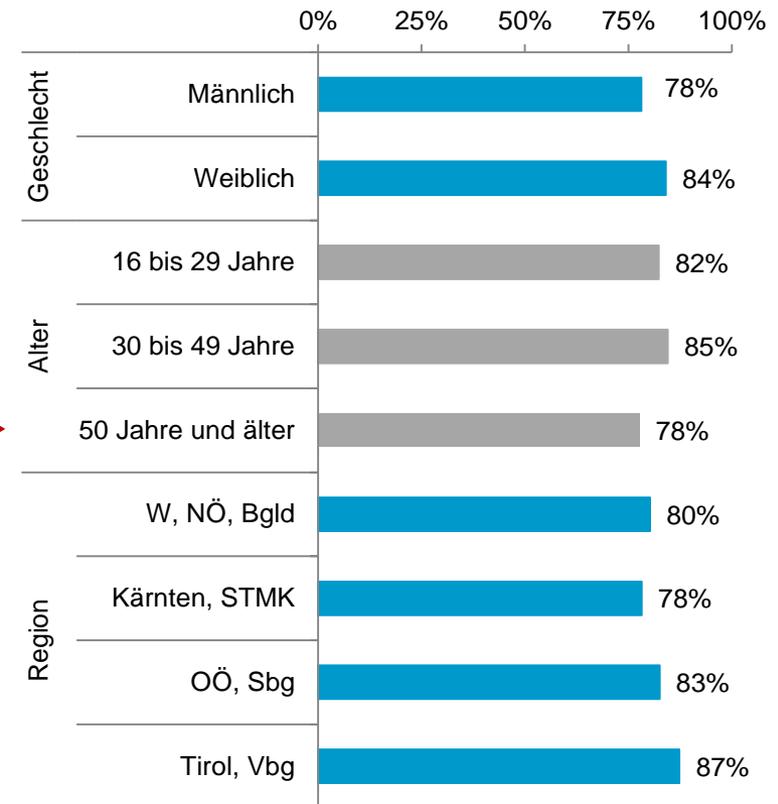
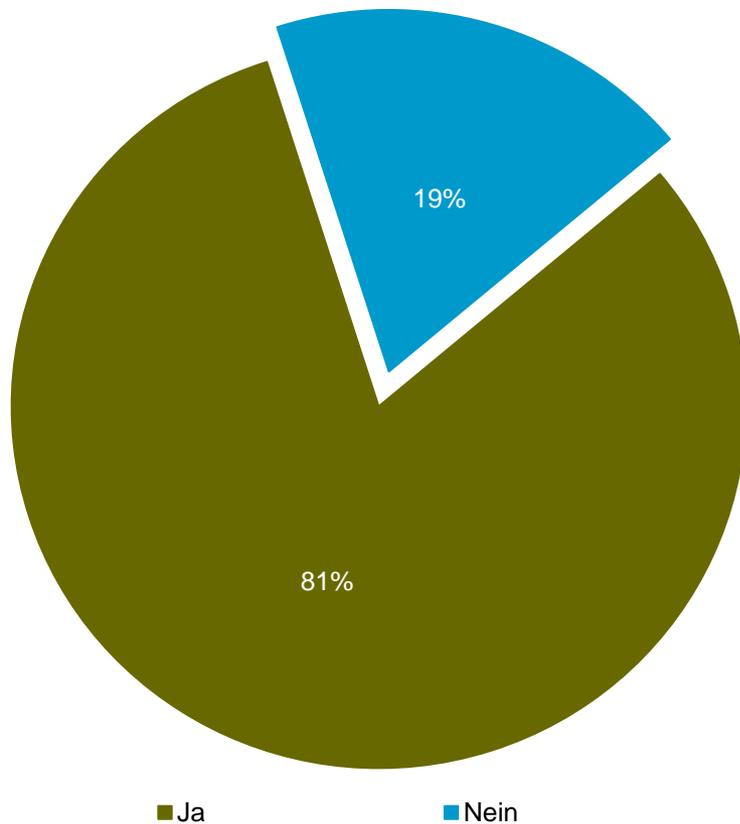
Auftraggeber	Eigenstudie
Thematik	Weihnachtsmärkte
Zielgruppe	Repräsentativ für ÖsterreicherInnen nach Geschlecht, Alter (16+), Bildung und Bundesland im Zuge des meinungsraum.at Omnibus
Stichprobenmethode	Panel-Umfrage anhand des meinungsraum.at online-Panel (dzt. rund 28.000 PanelistInnen in ganz Österreich) im Zuge des meinungsraum.at Omnibus
Nettostichprobe	500 Computer Assisted Web Interviews
Interviewdauer	ca. 4 Minuten
Response rate	52%
Feldzeit	21. bis 25. November 2013

2. Ergebnisse

Q25 Weihnachtsmarkt in der Nähe: 8 von 10 haben einen in der Nähe

Gibt es bei Ihnen in der Nähe einen Weihnachtsmarkt mit Punschständen etc.?

Einfachnennung, Angaben in %, n=500



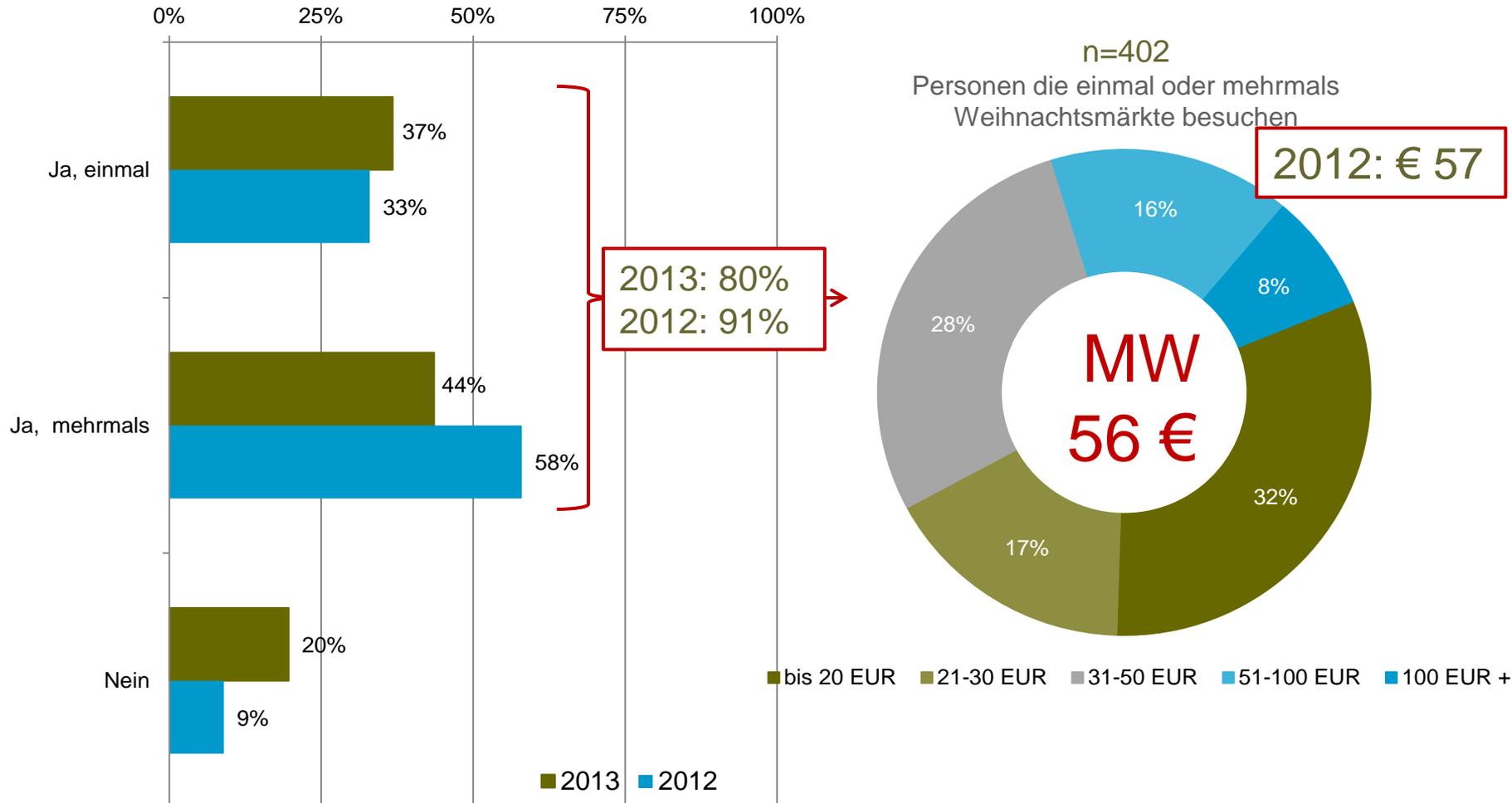
Q26/Q29 Weihnachtsmarkt-Besuch: weniger planen Besuche – Ausgaben konstant

Werden Sie in diesem Jahr einen Weihnachtsmarkt/Weihnachtsmärkte besuchen (egal welchen)?

Wie viel geben Sie üblicherweise pro Weihnachtssaison auf Weihnachtsmärkten aus?

Bitte schätzen Sie:

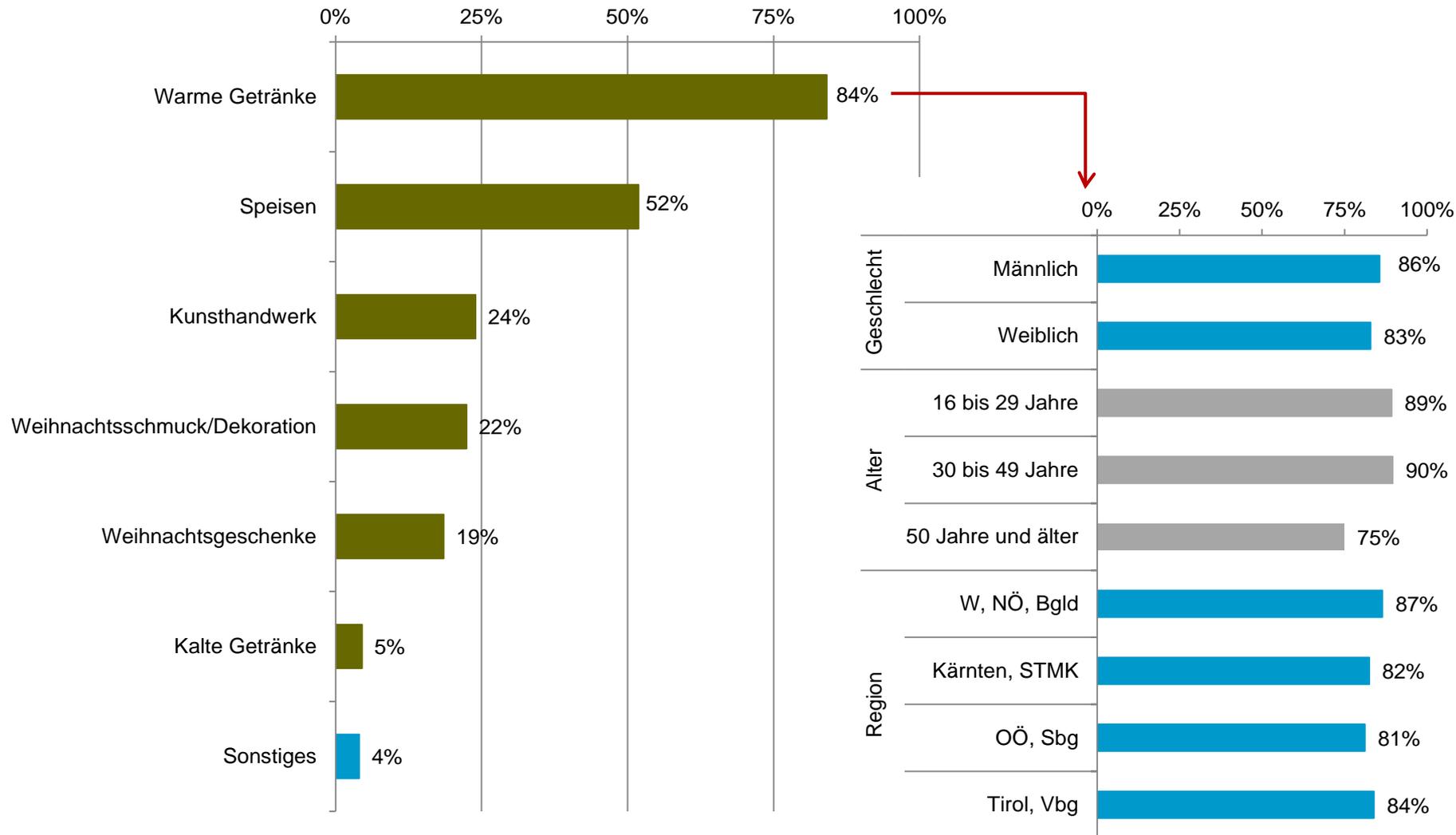
Einfachnennung, Angaben in %, n=500



Q27 Weihnachtsmarkt-Konsumtion/Kauf: warme Getränke und Speisen dominieren

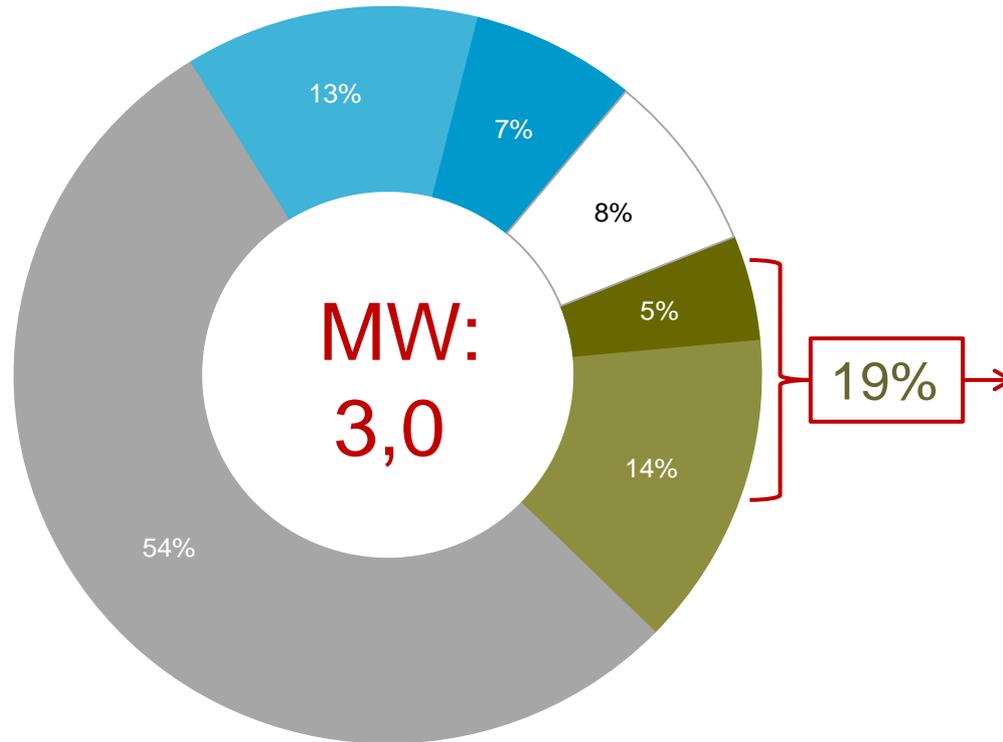
Was kaufen oder konsumieren Sie bei solchen Weihnachtsmärkten üblicherweise?

Mehrfachnennung, Angaben in %, n=402, Personen die einmal oder mehrmals Weihnachtsmärkte besuchen

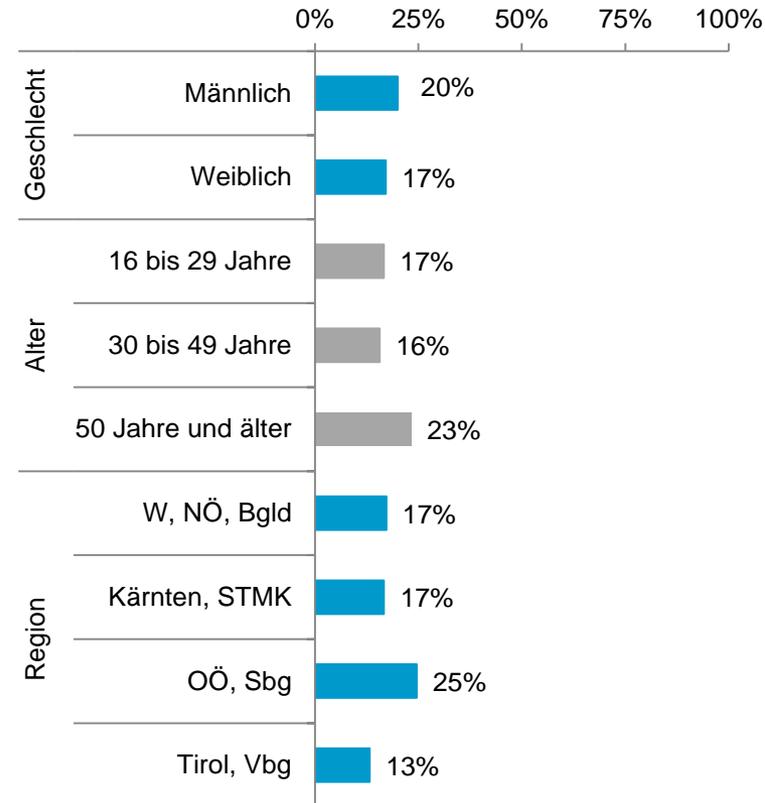


Q28 Getränke-Qualität: die Qualität von Punsch, Glühwein etc. ist gleich geblieben

Auf den Weihnachtsmärkten die Sie kennen: Wie hat sich in den letzten Jahren die Qualität der warmen Getränke wie Punsch, Glühwein etc. auf Weihnachtsmärkten Ihrer Meinung nach entwickelt?
5er Skala, Angaben in %, n=338, Personen die einmal oder mehrmals Weihnachtsmärkte besuchen und warme Getränke konsumieren, MW exkl. „Weiß nicht“



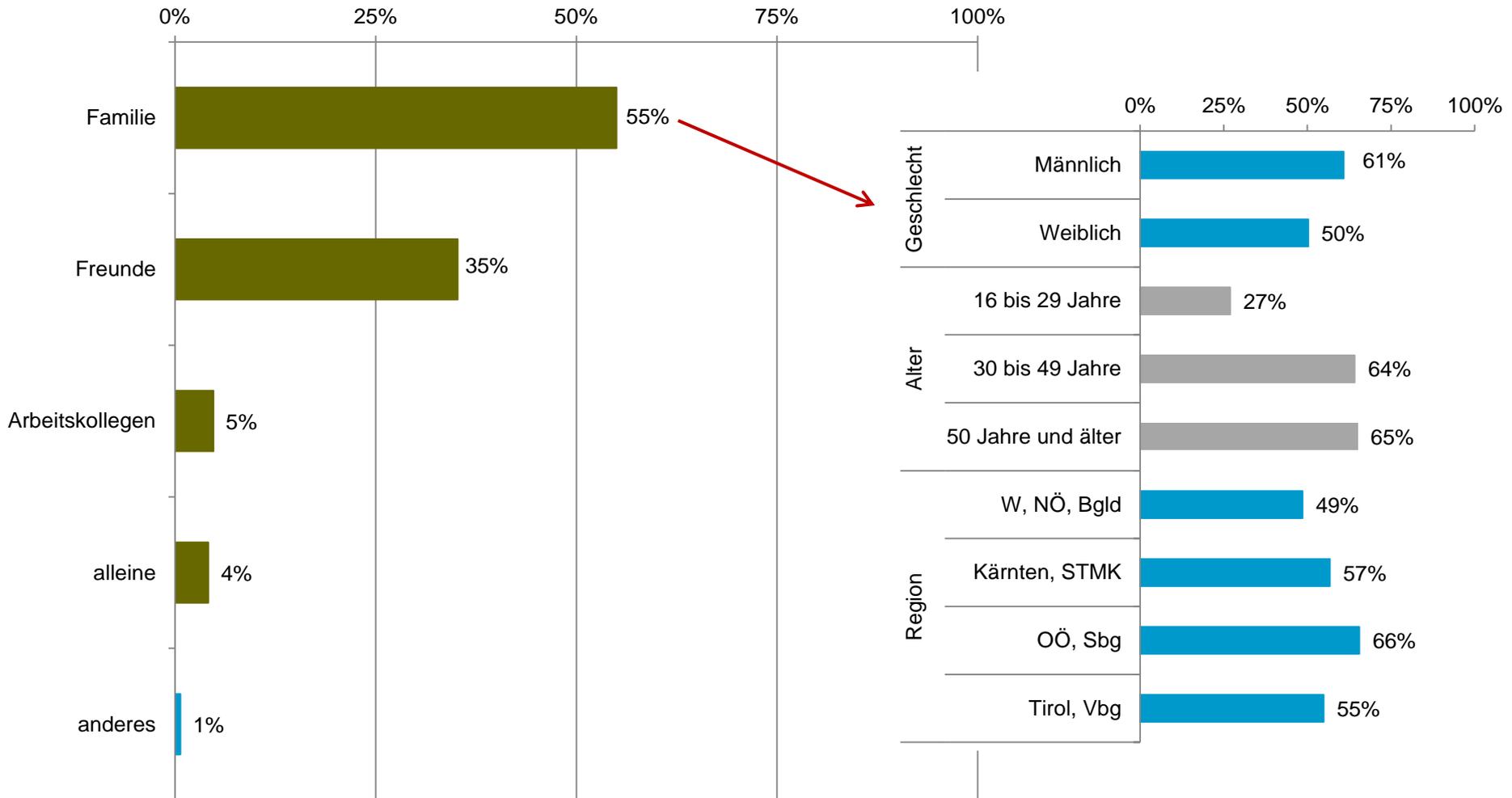
- 1= viel besser
- 2= etwas besser
- 3= gleich geblieben
- 4= etwas schlechter
- 5= viel schlechter
- Weiß nicht



Q30 Weihnachtsmarkt-Begleitung: bis 29 die Freunde, ab 30 die Familie

Mit wem gehen Sie am häufigsten auf Weihnachtsmärkte?

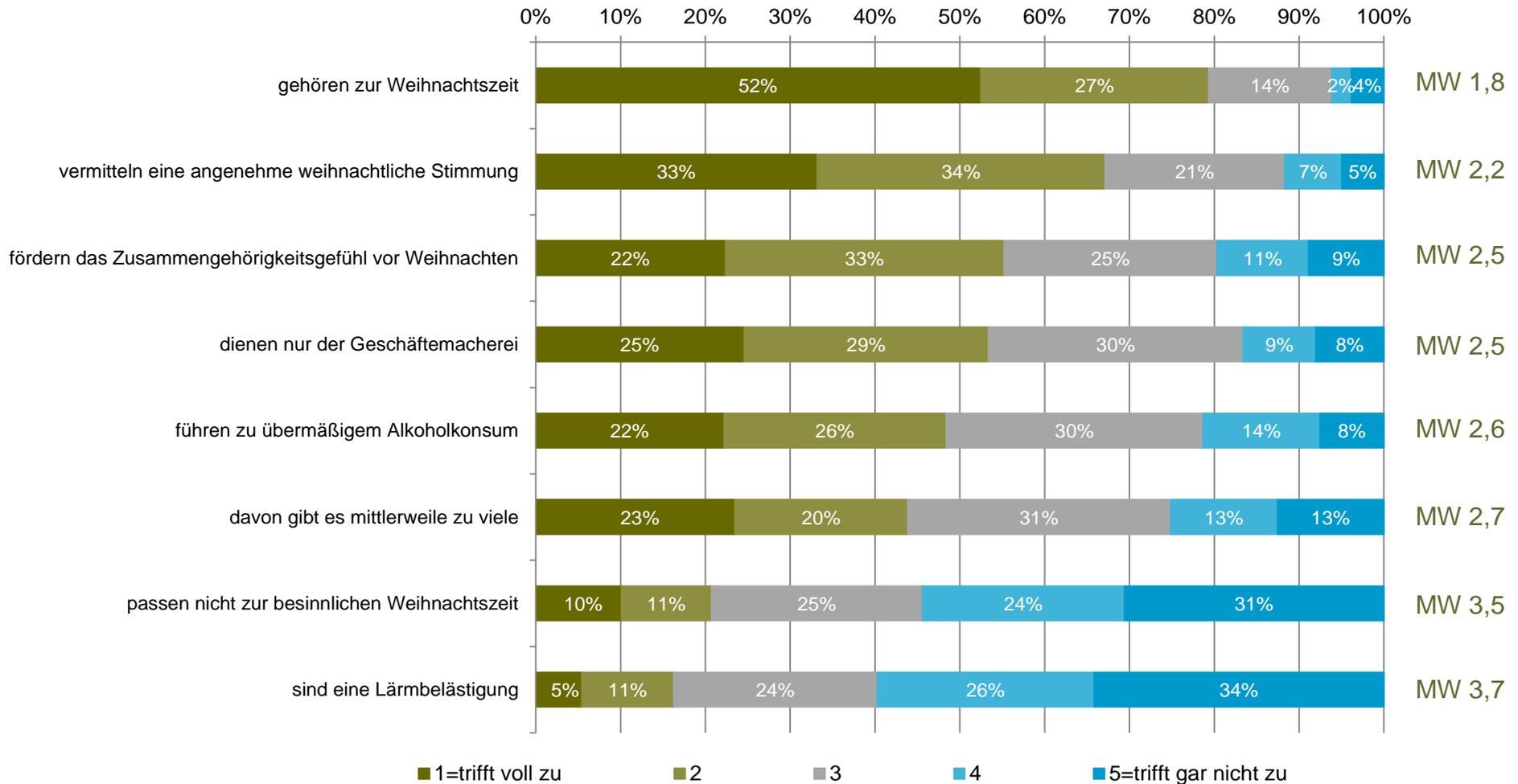
Einfachnennung, Angaben in %, n=402, Personen die einmal oder mehrmals Weihnachtsmärkte besuchen



Q31 Aussagen: Weihnachtsmärkte gehören zur Weihnachtszeit

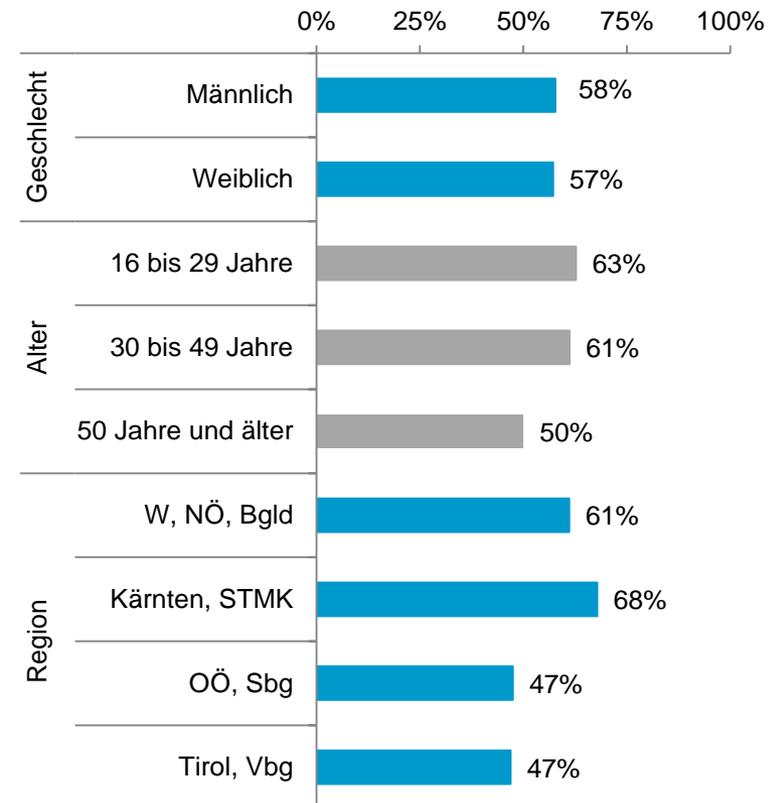
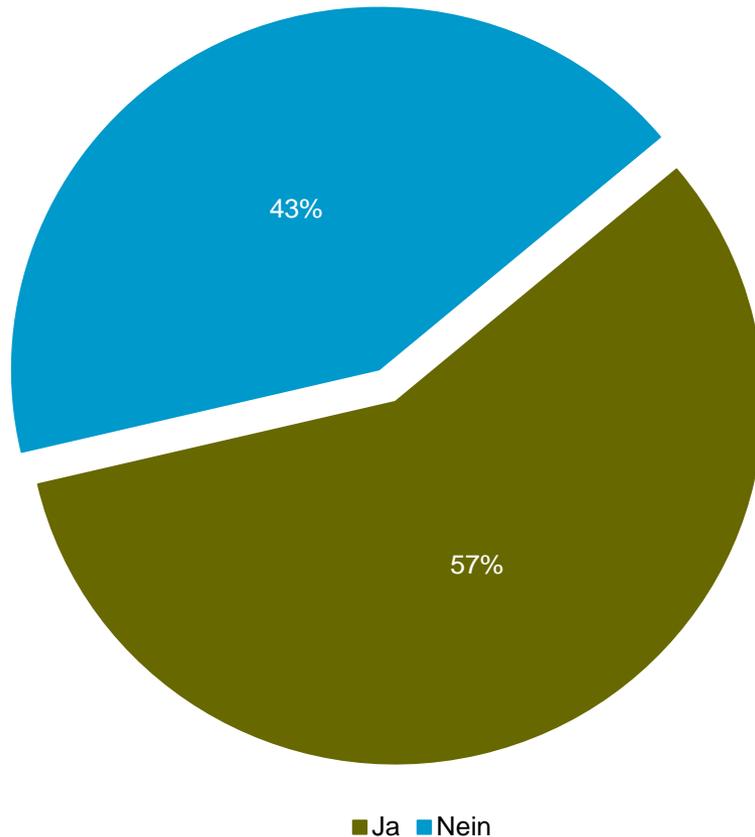
Wie stehen Sie zu folgenden Aussagen über Weihnachtsmärkte?

5er Skala, Angaben in %, n=500



Q32 Weihnachtsmarkt-Tourismus: 6 von 10 sind dabei

Werden Sie auch Weihnachtsmärkte besuchen, die weiter weg sind und als besonders schön gelten?
5er Skala, Angaben in %, n=500



3. Summary

3. Summary

-1

- In der Zeit von 21. bis 25.11.2013 wurden insgesamt 500 ÖsterreicherInnen repräsentativ nach Alter (16+ Jahre), Geschlecht und Bildung zum Thema „Besuch von Weihnachtsmärkten“ befragt.
- 8 von 10 ÖsterreicherInnen geben an, einen Weihnachtsmarkt in der Nähe zu haben und 8 von 10 haben auch vor, einen Weihnachtsmarkt zu besuchen. Damit sinken die Besucherzahlen einheimischer Weihnachtsmarktbesucher um 11% gegenüber 2012 und auch die geplante Besuchsfrequenz geht nach unten. Gleichbleibende Trends: Generell haben mehr Frauen (86%) vor Weihnachtsmärkte zu besuchen wie Männer (74%) und auch die Besuchsfrequenz ist bei Frauen höher. Jede 2. Frau möchte mehrmals einen Weihnachtsmarkt besuchen, bei den Männern haben das 37% vor. Mit zunehmendem Alter nimmt der generelle Besuch und auch die Besuchsfrequenz stark ab.
- € 56,- haben die Weihnachtsmarktbesucher im Durchschnitt vor, auf Weihnachtsmärkten auszugeben, das ist in etwa gleich viel wie 2012 (€ 57) – bei sinkender Besucherzahl und Besuchsfrequenz werden jedoch die Gesamtumsätze mit einheimischen Besuchern fallen.
- 84% der Weihnachtsmarkt-Besucher konsumieren warme Getränke, jeder Zweite (52%) auch Speisen. Ein Viertel der Besucher (24%) kauft Kunsthandwerk, 22% Weihnachtsschmuck/Dekorationsartikel und 19% besorgen gleich ihre Weihnachtsgeschenke dort.
- Die Qualität der warmen Getränke hat sich nach Wahrnehmung von einem Fünftel der Konsumenten verbessert, gleich viele nehmen eine Verschlechterung wahr und 54% meinen, sie ist gleich geblieben.
- Am häufigsten besucht man Weihnachtsmärkte in Begleitung der Familie – 55% geben das an, 35% nehmen zu Weihnachtsmärkten lieber Freunde mit und 5% gehen mit Arbeitskollegen hin. 4 % gehen am häufigsten alleine zu Weihnachtsmärkten. In der jungen Zielgruppe von 16 bis 29 Jahren dominieren die Freunde als Begleiter – 65% gehen am häufigsten mit diesen hin. Mit 30 gibt es dann einen abrupten Sprung in Richtung Familie als Begleiter.
- Weihnachtsmarkt-Tourismus boomt: 57% der ÖsterreicherInnen besuchen Weihnachtsmärkte, die weiter weg sind und als besonders schön gelten. Besonders im Süden (Kärnten und Steiermark) pflegt man diese Tradition – 68% der Kärntner/Steirer sind Weihnachtsmarkt-Touristen.

3. Summary

-2

- Generell haben Frauen zu Weihnachtsmärkten ein positiveres Bild wie Männer. 8 von 10 ÖsterreicherInnen sind der Meinung, dass Weihnachtsmärkte zur Weihnachtszeit gehören, 7 von 10 finden, dass diese eine angenehme weihnachtliche Stimmung vermitteln und 55% denken, dass sie das Zusammengehörigkeitsgefühl vor Weihnachten fördern.
- 54 % der ÖsterreicherInnen stimmen der Aussage zu, dass Weihnachtsmärkte vorrangig der Geschäftemacherei dienen, jeder 2. meint, dass dadurch übermäßiger Alkoholkonsum gefördert wird und 43% finden, dass die Weihnachtsmärkte langsam überhand nehmen und es mittlerweile zu viele davon gibt.
- 2 von 10 – also gleich viele wie Weihnachtsmarkt-Verweigerer – meinen, dass Weihnachtsmärkte nicht zur besinnlichen Weihnachtszeit passen und 16% sehen sie gar als Lärmbelästigung

Fazit: Die österreichischen Weihnachtsmärkte müssen sich heuer besonders anstrengen: Auch wenn die Weihnachtsmarkt-Besucher gleich hohe Ausgaben auf Weihnachtsmärkten planen wie 2012, so wird sich doch der Weihnachtsmarkt-Umsatz reduzieren, da rd. 10% weniger ÖsterreicherInnen Besuche bei Weihnachtsmärkten planen, auch die geplante Besuchsfrequenz sinkt im Vergleich zu 2012. Man kann hoffen, dass Freunde und Familie nicht nur als Weihnachtsmarkt-Begleiter aktiv sind sondern auch andere zum Mitgehen animieren. Ein weiterer Faktor, der geringere Besucherzahlen wettmachen könnte, ist der Weihnachtsmarkt-Tourismus, den fast 6 von 10 mitmachen.

4. Stichprobenbeschreibung

4.1 Stichprobenbeschreibung

Geschlecht

	Häufigkeit	Prozent
männlich	243	48,6
weiblich	257	51,4
Gesamt	500	100,0

Alter

	Häufigkeit	Prozent
16 - 19 Jahre	35	7,1
20 - 29 Jahre	76	15,2
30 - 39 Jahre	81	16,3
40 - 49 Jahre	100	19,9
50 - 59 Jahre	76	15,2
60 Jahre und älter	132	26,3
Gesamt	500	100,0

Bundesland

	Häufigkeit	Prozent
Burgenland	18	3,5
Kärnten	36	7,2
Niederösterreich	96	19,2
Oberösterreich	83	16,6
Salzburg	32	6,3
Steiermark	73	14,6
Tirol	39	7,8
Vorarlberg	22	4,3
Wien	102	20,5
Gesamt	500	100,0

Höchste abgeschlossene Schulbildung

	Häufigkeit	Prozent
Pflichtschule (Volks-, Haupt-, Mittelschule, Polytechnikum)	125	25,0
Berufsschule (Lehre), Fach-/Handelsschule (ohne Matura)	253	50,5
Matura (AHS / BHS) / Hochschulreife	68	13,5
Hochschulverwandte Ausbildung (Akademie, College, ...)	15	3,0
Fachhochschul-/Uniabschluss, Hochschule	40	8,0
Gesamt	500	100,0

Berufstätig

	Häufigkeit	Prozent
Vollzeit berufstätig (30+ Stunden/Woche)	192	38,4
Teilzeit berufstätig (bis 29 Stunden/Woche)	51	10,1
Lehrling	7	1,4
Schüler	29	5,9
Student	17	3,5
In Umschulung	3	,5
Zurzeit Arbeitslos	17	3,3
In Pension	152	30,3
Im Haushalt tätig	24	4,9
Anderes, nicht berufstätig	8	1,7
Gesamt	500	100,0

4.2 Stichprobenbeschreibung

Gemeindegröße

	Häufigkeit	Prozent
unter 2.000 Einwohner	73	14,6
2.000 - 4.999 Einwohner	101	20,2
5.000 - 19.999 Einwohner	108	21,7
20.000 - 49.999 Einwohner	32	6,4
50.000 - 99.999 Einwohner	34	6,8
100.000 - 499.999 Einwohner	49	9,8
mehr als 500.000 Einwohner (Wien)	102	20,5
Gesamt	500	100,0

Haushaltsgröße

	Häufigkeit	Prozent
1 Person	89	17,7
2 Personen	210	42,0
3 Personen +	201	40,2
Gesamt	500	100,0

Kinder U14 im HH

	Häufigkeit	Prozent
Ja	102	20,5
Nein	309	61,8
Gesamt	411	82,3

5. Rückfragen/Kontakt

Studienleitung: Roswitha Wachtler
Tel: +43 (0)1 512 8900 16
Mobil: +43 (0) 664 887 359 18
Mail: roswitha.wachtler@meinungsraum.at
Web: www.meinungsraum.at