



Fachhochschule  
Südwestfalen  
Hochschule für  
Technik und Wirtschaft  
*University of Applied Sciences*

# Die Weihnachtsmärkte im deutschsprachigen Raum

Ein Vergleich der Attraktivität  
der Weihnachts- und Christkindlmärkte

durchgeführt vom  
**Institut für vergleichende Städtemarktforschung**  
am Fachbereich **Technische Betriebswirtschaft**  
der **Fachhochschule Südwestfalen**,  
unter Leitung von **Prof. Dr. Gunther Bamler**

Hagen, 2008

Dieses Exemplar hat die Nummer

**502**

Alle Berichte sind nummeriert und heimlich markiert, sodass man bei Kopien feststellen kann, von welchem Exemplar vervielfältigt wurde.

Bitte kopieren Sie nicht, auch nicht für den internen Gebrauch. Geben Sie Ihr Exemplar nicht an andere weiter, wenn Sie nicht sicherstellen können, dass diese Personen keine Kopien anfertigen. Sie geraten sonst in Verdacht, illegale Kopien hergestellt oder diese zugelassen zu haben.

Die Ergebnisse dieses Berichts dürfen Sie aber nach Belieben verwerten. Bitte geben Sie dann die Quelle an.

---

## Vorwort

Die vorliegende Studie wurde im Rahmen des Marktforschungspraktikums unserer Hochschule erstellt. Dies bedeutet, dass innerhalb eines Semesters – und zwar des Wintersemesters 2007/2008 – die Konzeption, Planung und Durchführung dieser doch recht umfangreichen Arbeit bewerkstelligt werden musste. Realisieren lässt sich solches nur, wenn die Studierenden bereit sind, für dieses Projekt mehr Zeit zu investieren, als die im Studienverlaufsplan vorgesehenen zwei Semesterwochenstunden.

Jeder Student übernahm die Verantwortung für einzelne Aufgabengebiete und sorgte selbstständig für die Umsetzung der organisatorischen Aufgaben. Eingriffe von Seiten der Projektleitung waren selten erforderlich. Die Planung der einzelnen Aufgabenbereiche erfolgte teilweise bis ins Detail gemeinsam. Zahlreiche Studierende anderer Jahrgänge und Studienrichtungen waren bereit, unentgeltlich als Interviewer in die Fußgängerzonen der Innenstädte zu gehen. Wie die Kontrolle des Interviewereinflusses ergab, nahmen sie ihren Job ernst; keinerlei Unregelmäßigkeiten konnten festgestellt werden. Nur ganz wenige Fragebogen wurden als „ungültig“ aus der Bewertung genommen.

Die Studenten haben die einzelnen Kapitel des Berichtes weitgehend selbstständig erarbeitet. Gleichwohl erfolgten durch den Leiter des Projektes umfangreiche Korrekturen, Neufassungen und Erweiterungen des Textes. Auf eine praxisnahe Ausbildung bedacht, wurden die Analysemethoden bei der Datenauswertung auf das Maß beschränkt, das für die angestrebten Erkenntnisse erforderlich ist. Auch wenn es zu Übungszwecken sinnvoll gewesen wäre, weitergehende multivariate Methoden anzuwenden, so wurde auch deswegen darauf verzichtet, um die knappe Zeit nicht mit komplizierten Verfahren zu belasten, deren Erkenntniswert in keinem Verhältnis zu dem zu betreibenden Aufwand gestanden hätten.

Hagen, Juni 2008

Prof. Dr. Gunther Bamler

## **Autoren**

Bamler, Gunther; Professor für Betriebswirtschaftslehre, Hagen

Schomburg-Koch, Petra; Ennepetal

Abels, Marco; Hagen

Atabas, Tuncay; Iserlohn

Bierbach, Christopher; Unna

Böing, Stephan; Hagen

Brinkmann, Till; Hagen

Eggemann, Tom J.; Ennepetal

Engelberg, Sascha; Hagen

Feiert, Manuel; Iserlohn

Friedl, Stefan; Schalksmühle

Fuchs, Jonathan; Solingen

Grothaus, Justus, Gerbrunn

Harder, Alexander; Iserlohn

Hoffmann, Jan; Hagen

Holthaus, Carsten; Schalksmühle

Hoven, Sabrina; Iserlohn

Janke, Dennis; Hemer

Klamrowski, Patrick; Hagen

Liehr, Benjamin; Rinteln

Lindenschmidt, Jan; Herscheid

Marquardt, Jörg; Altena

Melzer, Sebastian; Halver

Mick, Felix; Menden

Mokanis, Ilias; Hagen

Preperski, Michael; Witten

Renzing, Tim; Unna

Rickfelder, Guido; Beelen

Riese, Jörg; Altena

Schmale, Andreas; Altena

Sladek, Sven; Hagen

Solmecke, Dana; Schalksmühle

---

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Die Untersuchung</b>	<b>11</b>
1.2	Untersuchungsmethode	16
1.3	Grundgesamtheit, Verweigerer, Stichprobe	31
<b>2</b>	<b>Zuverlässigkeit der Untersuchungsergebnisse</b>	<b>43</b>
<b>3</b>	<b>Bekanntheit der einzelnen Weihnachtsmärkte</b>	<b>55</b>
3.1	Häufigkeit der Nennungen	55
3.1.1	Die Häufigkeit der Nennungen im Norden des Untersuchungsgebietes	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
3.1.2	Die Häufigkeit der Nennungen in Nordrhein-Westfalen	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
3.1.3	Die Häufigkeit der Nennungen in der Mitte und im Südwesten des Untersuchungsgebietes	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
3.1.4	Die Häufigkeit der Nennungen im Süden des Untersuchungsgebietes	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
3.1.5	Die Häufigkeit der Nennungen im Osten des Untersuchungsgebietes	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
3.1.6	Die Häufigkeit der Nennungen im gesamten Untersuchungsgebiet	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
3.2	Unterschiede in Abhängigkeit von den demografischen Parametern	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
3.2.1	Kaufkraft, Wohnart und Ausbildung	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
3.2.2	Alter, Geschlecht und Familienstand	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
3.3	Gründe zum Besuch eines Weihnachtsmarktes	115
3.4	Anteil der Medien an der Bekanntheit der Weihnachtsmärkte	123

## 4 Untersuchung der Einstellungen 129

- 4.1 Das Wertepaar „aufregend – langweilig“**
- 4.1.1 Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ im Norden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.1.2 Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.1.3 Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ in der Mitte und im Südwesten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.1.4 Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ im Süden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.1.5 Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ im Osten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.1.6 Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ im gesamten Untersuchungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.2 Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 4.2.1 Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ im Norden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.2.2 Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.2.3 Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ in der Mitte und im Südwesten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.2.4 Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ im Süden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.2.5 Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ im Osten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.2.6 Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ im gesamten Untersuchungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.3 Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 4.3.1 Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ im Norden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.3.2 Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.3.3 Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ in der Mitte und im Südwesten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.3.4 Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ im Süden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.3.5 Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ im Osten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.3.6 Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ im gesamten Untersuchungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 4.4 Das empfundene Preisniveau** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 4.4.1 Das empfundene Preisniveau im Norden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.4.2 Das empfundene Preisniveau in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.4.3 Das empfundene Preisniveau in der Mitte und im Südwesten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.4.4 Das empfundene Preisniveau im Süden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.4.5 Das empfundene Preisniveau im Osten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.4.6 Das empfundene Preisniveau im gesamten Untersuchungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.5 Die Freundlichkeit der Mitarbeiter** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 4.5.1 Die Freundlichkeit im Norden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.5.2 Die Freundlichkeit in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.5.3 Die Freundlichkeit in der Mitte und im Südwesten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.5.4 Die Freundlichkeit im Süden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.5.5 Die Freundlichkeit im Osten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.5.6 Die Freundlichkeit im gesamten Untersuchungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.6 Das altersgerechte Angebot** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 4.6.1 Das Angebot im Norden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.6.2 Das Angebot in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.6.3 Das Angebot in der Mitte und im Südwesten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.6.4 Das Angebot im Süden des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.6.5 Das Angebot im Osten des Untersuchungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- 4.6.6 Das Angebot im gesamten Untersuchungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

## **5 Die Analyse der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten**

689

- 5.1 Die Zufriedenheit im Norden des Untersuchungsgebietes** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 5.2 Die Zufriedenheit in Nordrhein-Westfalen** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 5.3 Die Zufriedenheit in der Mitte und im Südwesten des Untersuchungsgebietes** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 5.4 Die Zufriedenheit im Süden des Untersuchungsgebietes** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 5.5 Die Zufriedenheit im Osten des Untersuchungsgebietes** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 5.6 Die Zufriedenheit im gesamten Untersuchungsgebiet** Fehler! Textmarke nicht definiert.

## 6 Erkenntnisse über die Weihnachtsmärkte an den Befragungsorten 787

- 6.1 **Die Zusammensetzung der Passanten auf den Weihnachtsmärkten** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 6.2 **Die benutzten Verkehrsmittel** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 6.3 **Einzugsgebiete**
  - 6.3.1 Einzugsgebiete im Norden des Untersuchungsgebietes Fehler! Textmarke nicht definiert.
  - 6.3.2 Einzugsgebiete in Nordrhein-Westfalen Fehler! Textmarke nicht definiert.
  - 6.3.3 Einzugsgebiete in der Mitte und im Südwesten des Untersuchungsgebietes Fehler! Textmarke nicht definiert.
  - 6.3.4 Einzugsgebiete im Süden des Untersuchungsgebietes Fehler! Textmarke nicht definiert.
  - 6.3.5 Einzugsgebiete im Osten des Untersuchungsgebietes Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 6.4 **Aufbau und Struktur der Weihnachtsmärkte**
- 6.5 **Der Einfluss des Wetters auf die Ergebnisse** Fehler! Textmarke nicht definiert.

## 7 Ausgaben auf den Weihnachtsmärkten und in den umliegenden Geschäfte 885

- 7.1 **Die Ausgaben im Norden des Untersuchungsgebietes** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 7.2 **Die Ausgaben in Nordrhein-Westfalen** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 7.3 **Die Ausgaben in der Mitte und im Südwesten des Untersuchungsgebietes** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 7.4 **Die Ausgaben im Süden des Untersuchungsgebietes** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 7.5 **Die Ausgaben im Osten des Untersuchungsgebietes** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 7.6 **Die Ausgaben im gesamten Untersuchungsgebiet** Fehler! Textmarke nicht definiert.

## 8 Profile der einzelnen Weihnachtsmärkte 915

- 8.1 **Die Profile der Weihnachtsmärkte im Norden** Fehler! Textmarke nicht definiert.
  - 8.1.1 Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen des Nordens Fehler! Textmarke nicht definiert.
  - 8.1.2 Die Weihnachtsmärkte in den Oberzentren des Nordens Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 8.2 **Die Profile in Nordrhein-Westfalen** Fehler! Textmarke nicht definiert.
  - 8.2.1 Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen NRWs Fehler! Textmarke nicht definiert.
  - 8.2.2 Die Weihnachtsmärkte in den Oberzentren NRWs Fehler! Textmarke nicht definiert.

- 
- 8.3 Die Profile der Weihnachtsmärkte in der Mitte und im Südwesten** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 8.3.1 Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen dieses Gebietes Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 8.3.2 Die Weihnachtsmärkte in den Oberzentren der Mitte und des Südwestens Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 8.4 Die Profile der Weihnachtsmärkte im Süden des Untersuchungsgebietes** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 8.4.1 Die Christkindlmärkte in Salzburg und Wien Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 8.4.2 Die Christkindlmärkte in den anderen Metropolen des Südens Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 8.4.3 Die Weihnachtsmärkte in den Oberzentren des Südens Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 8.5 Die Profile der Weihnachtsmärkte im Osten des Untersuchungsgebietes** Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 8.5.1 Die Weihnachtsmärkte in Berlin Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 8.5.2 Die Weihnachtsmärkte in den anderen Metropolen des Ostens Fehler! Textmarke nicht definiert.
- 8.5.3 Die Weihnachtsmärkte in den Oberzentren des Ostens Fehler! Textmarke nicht definiert.

Abbildungsverzeichnis

Tabellenverzeichnis



---

# 1 Die Untersuchung

## 1.1 Aufbau und Konzept der Untersuchung

Validität, Reliabilität und Objektivität prägen die Qualität einer Untersuchung. Mit der Validität wird ausgedrückt, ob auch das untersucht wurde, was untersucht werden sollte. Die Reliabilität sagt aus, ob die Vorgehensweise, die Messmethode fehlerfrei ist. Aber auch die Objektivität kann nie zu 100% erreicht werden.

Zu Letzterem: Ganz und gar nicht objektiv wäre es, wenn man ein bestimmtes Ergebnis haben möchte und daraufhin seine Untersuchung ausrichtet. Dafür wäre es am besten, die für einen Weihnachtsmarkt verantwortlichen Personen befragen die Besucher selbst und verraten möglichst wenig über ihre Vorgehensweise. Sie präsentieren einfach nur die Ergebnisse.

Dass mit der hier vorliegenden Untersuchung genau das Gegenteil erreicht werden soll, mag denjenigen vielleicht nicht passen, denen die Ergebnisse nicht gefallen. Manche von denen sind sogar so ehrlich, dass sie den Ankauf von Berichten ablehnen mit der Begründung: „Ich weiß, dass wir schlecht sind; das brauche ich nicht noch schriftlich.“

Bei der Erstellung der einzelnen Kapitel ist jedoch nicht bekannt, wer anschließend zu den Käufern zählen wird. Schon gar nicht können die beteiligten Studierenden auch nur erahnen, wer in der Vergangenheit öfters mal gekauft hat, wer mutmaßlich wieder kaufen könnte. Den Planern des Projektes und den Schreibern der einzelnen Artikel sind die Ergebnisse, die dabei herauskommen, vollkommen egal.

Ein wichtiges Kriterium für Objektivität ist also, dass es keinen Auftraggeber gibt. Das Institut für vergleichende Städtemarktforschung am Fachbereich Technische Betriebswirtschaft in Hagen führt nunmehr seit nahezu 15 Jahren solche Untersuchungen durch, stets ohne Auftraggeber. Anfangs bezogen sich die Befragungen auf einen Vergleich der Städte als Einkaufsstädte, 2004 wurden

erstmalig Weihnachtsmärkte unter die Lupe genommen, wenn auch nur in Nordrhein-Westfalen.

Die starke Nachfrage nach diesen Berichten und das große Interesse der Medien führte dazu, dass nunmehr eine Untersuchung des gesamten deutschsprachigen Raumes vorliegt, wobei die Nachbarn im Westen Nachsicht üben möchten, wenn das Elsass dazu gezählt wird. Es ist nicht beabsichtigt, dort das weitgehend vorherrschende Französisch zu verdrängen.

Ist das alles zum Thema „Objektivität“? Grundsätzlich hängt der Erfolg eines Weihnachtsmarktes von seiner Attraktivität ab. Dabei kommt der Gestaltung des Weihnachtsmarktes eine hohe Bedeutung zu, aber eben nur eine. Eine andere nicht unwichtige Facette sind die Medien, die Öffentlichkeitsarbeit der Betreiber. Es geht ja um die Wahrnehmung der Attraktivität. Hinzu kommt noch die Erwartungshaltung, die der Besucher mitbringt. Was hat das alles mit Objektivität zu tun?

Objektiv gemessen werden soll ja das Image, das in den Köpfen der potentiellen Besucher entsteht. Und genau dieses Image ist ja entscheidend für die Frage, welcher Weihnachts- oder Christkindmarkt denn künftig besucht wird, welche Empfehlung man anderen gibt.

Es ist aber die Frage erlaubt, ob dieses Image so von den antwortenden Passanten wiedergegeben wird, dass die Anforderungen an die Objektivität in einem Höchstmaß erfüllt sind. Ob also so geantwortet wird, wie man sich tatsächlich ein Bild über den jeweiligen Weihnachtsmarkt gemacht hat?

Hier wird deutlich, dass 100% Trefferquote unmöglich sind. Aber ein Höchstmaß an Objektivität soll erreicht werden.

Die Unzuverlässigkeit von zwei Interviewern führte dazu, dass bei einem Weihnachtsmarkt<sup>1</sup> 41 Fragebogen ungültig waren. Sie ließen es zu oder stellten die Fragen falsch, sodass 41-mal Bürger ihren eigenen Weihnachtsmarkt bewerten konnten, was anhand der ebenfalls angegebene-

---

<sup>1</sup> Der Ort spielt keine Rolle. Er soll auch nicht verraten werden, da man sonst nur falsche Schlüsse ziehen würde.

nen Postleitzahl leicht zu überprüfen war. Es versteht sich von selbst, dass diese Datensätze nicht in die Bewertung eingingen.

Obwohl die Anzahl noch relativ gering ist, so ergeben sich gleichwohl signifikante Unterschiede zu den Bürgern, die von außerhalb kamen und den gleichen Weihnachtsmarkt bewerteten (Tabelle 1).

	Durchschnitt		Differenz	p	Standardabweichung	
	gütige	ungütige			gütige	ungütige
Anzahl	38	45				
aufregend ./. langweilig	4,6053	3,9333	0,6719	< 0,05	0,916	1,095
gemütlich ./. hektisch	4,7105	4,1111	0,5994	< 0,01	1,160	1,191
weihnachtlich ./. kommerziell	5,1316	4,2444	0,8871	< 0,01	1,234	1,510
preisgünstig ./. teuer	4,0789	3,2667	0,8123	< 0,05	1,100	1,437
zuvorkommende ./unfreundliche Mitarbeiter	4,5789	3,8222	0,7567	< 0,01	1,056	1,248
Angebote ent- sprechend ./. absolut nicht	4,5526	3,9111	0,6415	< 0,01	1,155	1,345
immer wieder hin ./. nie mehr hin	4,7632	4,3333	0,4298	nicht	1,567	1,331

Tabelle 1:  
Unterschiede in den Meinungen einheimischer und auswärtiger Passanten zu einem Weihnachtsmarkt

Die Unterschiede sind gravierend, vor allem bei dem als wichtig empfundenen Kriterium „weihnachtlich oder kommerziell“. Es soll nicht gleich von Nestbeschmutzern oder ähnlichem gesprochen werden. Sicherlich ist ein nicht unerheblicher Anteil an Einheimischen dabei, die gar keinen anderen Weihnachtsmarkt kennen und deshalb schon keine verlässlichen Antworten geben können. Nicht unbeachtet lassen darf man, dass die Auswärtigen bereits eine

Selektion darstellen, dass nur solche kommen, die den Weihnachtsmarkt an diesem Ort zu schätzen wissen.

Trotzdem, eines ist klar: Die Objektivität kann entscheidend verbessert werden, wenn man nicht die Bürger zum eigenen Weihnachtsmarkt befragt, sondern nur zu anderen.

Die Objektivität kann schon durch die Auswahl der Befragungsorte beeinträchtigt werden. Am besten wäre es daher, nichts auszuwählen, sondern alles gleichermaßen zu befragen. Im nächsten Kapitel wird dargelegt, wie nah wir diesem Ziel tatsächlich kommen.

Ein Riesenaufwand wurde betrieben, um möglichst alle Ecken des deutschsprachigen Raumes abzudecken. Es war schon erstaunlich, mit welcher Begeisterung, mit welchem Einsatzwillen diese große Anzahl an Studierenden mitgemacht hat. Alle arbeiteten unentgeltlich; nur die Reisekosten wurden erstattet.

Die vorne genannten Autoren dieses Berichtes, allesamt Studierende des siebten Semesters, wählten das Praktikum Marktforschung in vollem Bewusstsein, dass es ungleich mehr Arbeitseinsatz und Engagement erfordert als die alternativen Veranstaltungen. Sie bekamen als „Entlohnung“ Leistungsscheine für das Diplom. Die vielen anderen Helfer, weit mehr als hundert, die Interviewer und Dateneingabe, sie bekommen „nur“ Punkte für ihre Tätigkeiten.

Die mit den meisten Punkten fahren dann mit auf große Exkursion. Jedes Jahr geht es nach New York und Boston, jedes zweite Jahr zusätzlich noch in die weite Welt, nach China, Südamerika, Afrika, Indien oder die Karibik, finanziert weitgehend durch die Früchte dieser Arbeit.

So stieß nicht nur der vorausgegangene Marktforschungsbericht aus dem Jahre 2005 auf großes Interesse seitens der Ausrichter und Veranstalter. Die Presse, auch das Fernsehen berichteten ausführlich<sup>2</sup>. Welche Bedeutung die Ergebnisse der Untersuchungen des Instituts für vergleichende Städtemarktforschung haben, zeigt auch die

---

<sup>2</sup> Zum Beispiel: Mischke, R. Wo ist Deutschlands schönster Weihnachtsmarkt in „Die Welt“ vom 28.11.2006

kritische Auseinandersetzung<sup>3</sup> der Veranstalter der Weihnachtsmärkte mit den Ergebnissen der Untersuchung. Selbst bei Rechtsstreitigkeiten wurden die Ergebnisse schon verwendet.

Noch nie kamen Zweifel auf, dass eine seriöse, unabhängige, professionelle und den anerkannten Regeln der Wissenschaft entsprechende Untersuchung durchgeführt wurde. Durch das ausgefeilte Untersuchungsdesign und die langjährige Erfahrung kann eine Vergleichbarkeit und Repräsentativität der Ergebnisse sichergestellt werden.

Sie können sicher sein, dass Ihnen mit diesem Bericht ein umfassendes und aussagekräftiges Bild der Weihnachtsmarktsituation im deutschsprachigen Raum vorliegt und praxisrelevante und realitätsnahe Erkenntnisse geliefert werden. Auf Ratschläge soll aber verzichtet werden – der Objektivität zuliebe.

---

<sup>3</sup> Vgl.: <http://www.christkindlesmarkt.de/index.php?navi=1&rid=101&artid=230> vom 16.01.2008

## 1.2 Untersuchungsmethode

Die Qualität eines Weihnachts- oder Christkindlmarktes steht im Mittelpunkt dieser Untersuchung. Doch was macht diese Qualität aus, wie kann man sie messen? Sind die gewählten Parameter für das angestrebte Ziel gültig, valide? Ist die Vorgehensweise vernünftig, verlässlich, durchführbar?

Schon 2003, als eine erste Befragung auf Weihnachtsmärkten in der folgenden Adventszeit 2004 angedacht wurde, war klar, dass als Qualitätsparameter nur solche gelten können, die bei den potentiellen Besuchern der Weihnachtsmärkte auch so wahrgenommen werden. Somit steht also das Image im Vordergrund. Fakten auch? Sie wurden mit erhoben, um feststellen zu können, inwieweit sie von Bedeutung sind.

Die Bekanntheit spielt hierbei mit eine Rolle. Prägt sie das Image? Sind die bekanntesten Weihnachtsmärkte auch die besten? Die Bekanntheit der Weihnachtsmärkte hängt aber sehr von der regionalen Bedeutung ab, von der Lage dieser Märkte im Befragungsgebiet.

Schnell stellte sich heraus, dass eine möglichst umfassende Befragung in allen Ecken Deutschlands erforderlich war. Aber selbst dann gibt es Randlagen. Und wenn man, wie geschehen, auch noch die deutschsprachigen Nachbarländer mit einbezieht, stellt sich sofort die Frage nach der Intensität der Befragung. Im österreichischen Burgenland und in Graubünden gibt es sicherlich auch noch Weihnachtsmärkte. Hat man Südtirol erfasst, wenn man nur in Bozen befragt?

Irgendwo hat alles seine Grenzen. Oder vielleicht doch nicht? Schließlich wird ja gar nicht nach den eigenen Weihnachtsmärkten befragt, sondern immer nach anderen. Kommen die zu befragenden Personen tatsächlich aus allen Ecken Deutschlands in die größeren Städte, in die Befragungsorte, um dort ihre Meinung zu entfernter liegenden Weihnachtsmärkten abzugeben?

---

Das geografische Ziel war somit klar: Alle Ecken Deutschland sollten erfasst werden, kein Zipfel unberücksichtigt bleiben. Am besten wäre es natürlich gewesen, gleichermaßen für die Schweiz, Österreich und Südtirol vorzugehen. Doch das würde zu viele Interviewer erfordern, zu hohe Vorausfinanzierungen nötig machen. Die angedachte Partnerschaft mit einer Schweizer Hochschule kam dann doch nicht zustande. So mussten die großen Metropolen dieser Gegenden ausreichen.

Bei der Auswahl der Städte spielten die Kriterien

- Einwohnerzahl
- überregionale Bekanntheit der jeweiligen Weihnachtsmärkte
- sowie flächenmäßige Abdeckung des Bundesgebietes

die entscheidende Rolle. Bei dem letzten Punkt wurde der Ehrgeiz entwickelt, das gesamte Gebiet Deutschlands durch die Auswahl der Städte so abzudecken, dass kein Befragungsort mehr als 75 km von einer Stadt mit mindestens 15.000 Einwohnern entfernt liegt.

Die Abbildung 1 verdeutlicht den hohen Zielerreichungsgrad dieses Vorhabens.<sup>4</sup>

Die Befragung der Passanten erfolgte auf 133 Weihnachtsmärkten, deutschlandweit in 117 Städten verschiedenster Größe (Tabelle 2) sowie in 6 ausländischen Großstädten (Tabelle 3).

Nicht nur die Bundesländer sondern auch die einzelnen Städte weisen erhebliche Unterschiede auf, was Größe und Einwohnerzahl betrifft. Auch das wurde bei der Planung berücksichtigt.

Die Verteilung der Befragungsorte auf die einzelnen Bundesländer erfolgte so, dass deren Einwohnerzahl in Prozenten nicht mehr als 10% von den Einwohnerzahlen der Bundesländer abweichen (Tabelle 4)<sup>5</sup>.

---

<sup>4</sup> Die Befragungsorte Wien und Bozen liegen außerhalb des Kartenausschnitts.

<sup>5</sup> Die Einwohnerzahlen basieren auf den Fortschreibungen des Statistischen Bundesamtes Deutschlands – einheitlich für den 31. Dezember 2005

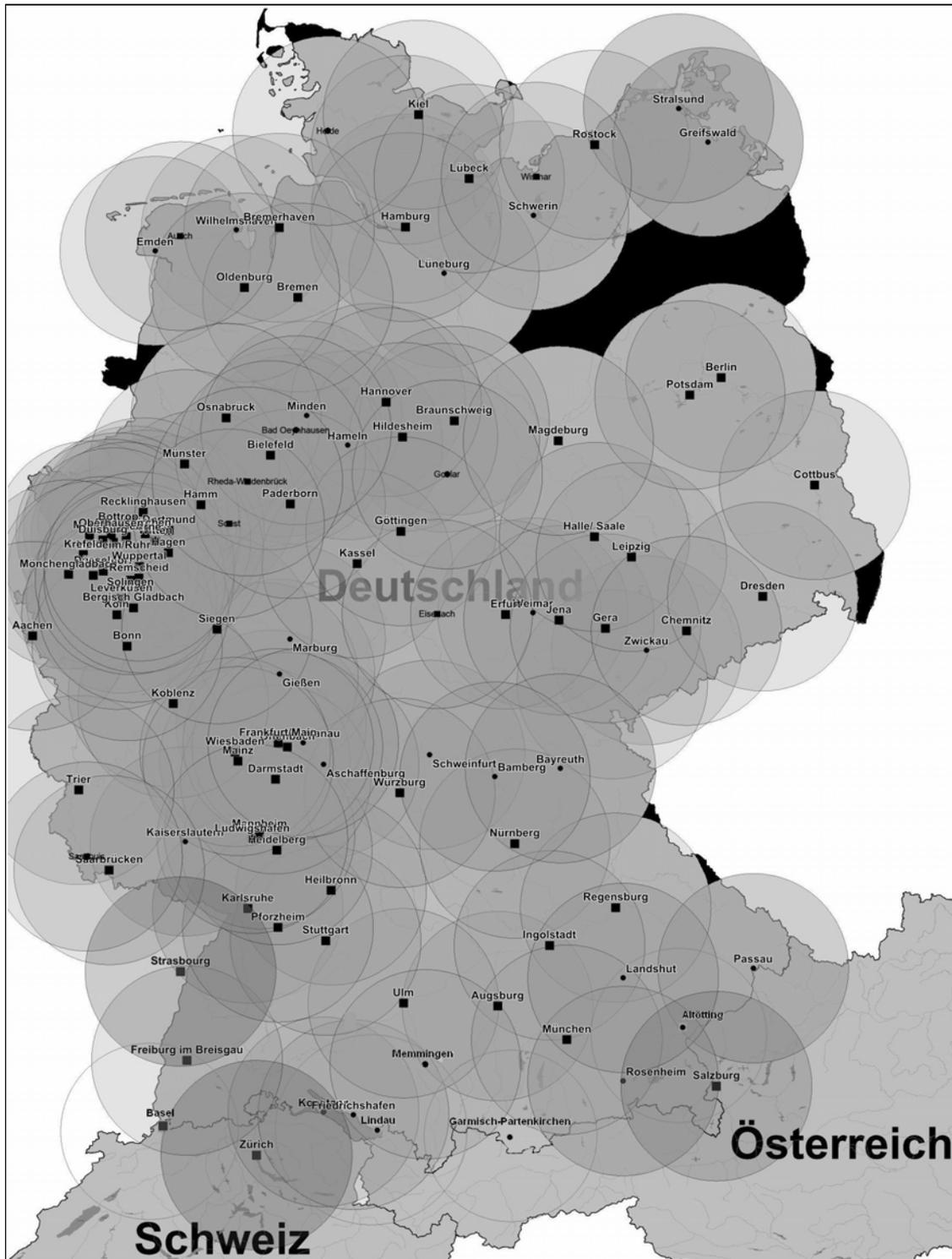


Abbildung 1:  
Die Abdeckung Deutschlands mit Befragungsorten

---

Wie die Grafik veranschaulicht, wurden nahezu alle Teile Deutschlands erfasst, lediglich ein schmaler Streifen Nord-Brandenburgs und Süd-Mecklenburg-Vorpommerns konnte nicht vollständig abgedeckt werden. Weiter als 116 km

<b>Schleswig-Holstein</b>		<b>Mecklenburg-Vorpommern</b>	
Kiel	235.366	Rostock	199.868
Lübeck	211.213	Schwerin	96.656
Heide	20.745	Stralsund	58.708
<b>Niedersachsen</b>		Greifswald	53.281
Hannover	516.343	Wismar	45.391
Braunschweig	245.467	<b>Brandenburg</b>	
Osnabrück	163.020	Potsdam	148.813
Oldenburg	159.060	Cottbus	103.837
Göttingen	121.581	<b>Berlin</b>	3.404.037
Hildesheim	103.249	Gedächtniskirche	
Wilhelmshaven	83.552	Gendarmenmarkt	
Lüneburg	71.842	Schloss Charlottenburg	
Celle	71.336	Spandau	
Hamel	58.739	Alexanderplatz	
Emden	51.693	Opernpalais	
Goslar	43.119	<b>Sachsen-Anhalt</b>	
Aurich	40.594	Halle (Saale)	235.720
<b>Hamburg</b>	1.754.182	Magdeburg	229.826
<b>Bremen</b>		<b>Sachsen</b>	
Bremen	547.934	Leipzig	506.578
Bremerhaven	116.045	Dresden	504.795
<b>Nordrhein-Westfalen</b>		Striezelmarkt	
Köln	989.766	Stallhof	
Domplatte		<b>Prager Straße</b>	
Neumarkt		Chemnitz	245.700
Dortmund	587.624	Zwickau	97.832
Essen	583.198	Annaberg-Buchholz	23.043
Düsseldorf	577.505	<b>Thüringen</b>	
Altstadt		Erfurt	202.658
Schadowstraße		Gera	102.733
Duisburg	499.111	Jena	102.494
Bochum	383.743	Weimar	64.594
Wuppertal	358.330	Eisenach	43.727
Bielefeld	325.846	<b>Hessen</b>	
Bonn	314.299	Frankfurt am Main	652.610
Münster	272.106	Wiesbaden	275.562
Gelsenkirchen	266.772	Kassel	193.518
Mönchengladbach	260.951	Darmstadt	141.257
Aachen	258.770	Offenbach am Main	117.564
Krefeld	237.104	Hanau	88.746
Oberhausen	218.181	Marburg	79.139
Hagen	195.671	Gießen	73.690
Hamm	183.672	Michelstadt	17.122
Herne	169.991		
Mülheim an der Ruhr	169.414		

<b>Nordrhein-Westfalen (Fortsetzung)</b>		<b>Bayern</b>	
Solingen	162.948	München	1.294.608
Leverkusen	161.336	Nürnberg	500.855
Neuss	151.626	Augsburg	262.512
Paderborn	144.258	Würzburg	134.913
Recklinghausen	121.521	Regensburg	131.342
Bottrop	118.975	Ingolstadt	122.167
Moers	107.180	Bayreuth	73.997
Siegen	105.697	Bamberg	70.081
Bergisch Gladbach	105.587	Aschaffenburg	68.642
Witten	100.248	Landshut	61.368
Minden	83.118	Rosenheim	60.226
Hattingen	56.979	Schweinfurt	54.273
Bad Oeynhausen	49.221	Passau	50.651
Soest	48.534	Memmingen	41.107
Rheda-Wiedenbrück	46.440	Garmisch-Partenkirchen	26.261
Monschau	12.917	Lindau (Bodensee)	24.425
		Altötting	12.755
		Rothenburg ob der Tauber	11.226
<b>Rheinland-Pfalz</b>		<b>Baden-Württemberg</b>	
Mainz	196.425	Stuttgart	593.923
Ludwigshafen am Rhein	163.560	Mannheim	307.914
Koblenz	105.888	Karlsruhe	286.327
Trier	103.518	Freiburg im Breisgau	217.547
Kaiserslautern	98.372	Heidelberg	144.634
		Heilbronn	121.384
<b>Saarland</b>		Ulm	120.925
Saarbrücken	177.870	Konstanz	81.217
Saarlouis	38.250	Friedrichshafen	58.068

Tabelle 2: Die Intervieworte in Deutschland mit Einwohnerzahlen

<b>Schweiz</b>		<b>Österreich</b>	
Zürich	371.767	Wien	1.670.347
Basel	165.529	Rathausplatz Mariahilfer Straße	
		Salzburg	150.269
<b>Elsass</b>		<b>Südtirol</b>	
Strasbourg	272.800	Bozen	100.268

Tabelle 3: Die nichtdeutschen Intervieworte mit Einwohnerzahlen

lag keine Stadt über 15.000 Einwohner von einem Befragungsort entfernt.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Entfernung Berlin-Prenzlau, gemessen mit „google maps“

	Summe Intervieworte	Summe Länder	% Intervieworte	% Bewohner	Differenz
<i>Deutschland</i>	26.970.449	82.438.305			
Bayern	3.001.409	12.469.000	11,1%	15,1%	-4,0%
Berlin	3.404.037	3.404.037	12,6%	4,1%	8,5%
Brandenburg	252.650	2.559.000	0,9%	3,1%	-2,2%
Bremen	663.979	663.979	2,5%	0,8%	1,7%
Baden-Württemberg	1.931.939	10.736.000	7,2%	13,0%	-5,9%
Hamburg	1.754.182	1.754.182	6,5%	2,1%	4,4%
Hessen	1.639.208	6.092.000	6,1%	7,4%	-1,3%
Mecklenburg-Vorp.	453.904	1.687.107	1,7%	2,0%	-0,4%
Niedersachsen	1.729.595	7.994.000	6,4%	9,7%	-3,3%
NRW	8.428.639	18.058.000	31,3%	21,9%	9,3%
Rheinland-Pfalz	667.763	4.059.000	2,5%	4,9%	-2,4%
Saarland	216.120	1.050.000	0,8%	1,3%	-0,5%
Sachsen	1.377.948	4.274.000	5,1%	5,2%	-0,1%
Sachsen-Anhalt	465.546	2.470.000	1,7%	3,0%	-1,3%
Schleswig-Holstein	467.324	2.833.000	1,7%	3,4%	-1,7%
Thüringen	516.206	2.335.000	1,9%	2,8%	-0,9%
			Maximaldifferenz		9,3%
			Minimaldifferenz		-5,9%

Tabelle 4: Verteilung der Befragungsorte auf Deutschland nach Einwohnerzahl

In Tabelle 5 ist zu erkennen, dass sich dann tatsächlich die Anzahl der ausgefüllten Fragebogen noch besser auf die einzelnen Bundesländer verteilt.

Die Befragungen fanden an den beiden ersten Adventswochenenden statt, jeweils Donnerstag bis Samstag (30. November bis 08. Dezember 2007). Insgesamt waren 281 Interviewereinsätze geplant, allesamt mit Studierenden der Fachhochschule Südwestfalen in Hagen, sodass umfangreiche Transport- und Übernachtungspläne aufgestellt werden mussten. Davon wurden kurzfristig 26 wieder abgesagt, teils krankheitsbedingt, teils weil Studierende anderweitig wichtigere Termine hatten (wie Todes- oder Krankheitsfälle in der Familie). Das ergibt eine Ausfallquote von 9,3%, die aber dadurch problemlos aufgefangen werden konnten, weil vorher schon entsprechend Springer eingeplant waren.

	Summe Fragebogen	Summe Länder	% Fragebogen	% Bewohner	Differenz
<i>Deutschland</i>	11.533	82.438.305			
Bayern	1.190	12.469.000	10,3%	15,1%	-4,8%
Berlin	295	3.404.037	2,6%	4,1%	-1,6%
Brandenburg	154	2.559.000	1,3%	3,1%	-1,8%
Bremen	259	663.979	2,2%	0,8%	1,4%
Baden-Württemberg	887	10.736.000	7,7%	13,0%	-5,3%
Hamburg	130	1.754.182	1,1%	2,1%	-1,0%
Hessen	845	6.092.000	7,3%	7,4%	-0,1%
Mecklenburg-Vorp.	455	1.687.107	3,9%	2,0%	1,9%
Niedersachsen	823	7.994.000	7,1%	9,7%	-2,6%
NRW	3.422	18.058.000	29,7%	21,9%	7,8%
Rheinland-Pfalz	355	4.059.000	3,1%	4,9%	-1,8%
Saarland	149	1.050.000	1,3%	1,3%	0,0%
Sachsen	573	4.274.000	5,0%	5,2%	-0,2%
Sachsen-Anhalt	189	2.470.000	1,6%	3,0%	-1,4%
Schleswig-Holstein	303	2.833.000	2,6%	3,4%	-0,8%
Thüringen	399	2.335.000	3,5%	2,8%	0,6%
Maximaldifferenz					7,8%
Minimaldifferenz					-5,3%

Tabelle 5: Verteilung der Fragebogen auf die deutschen Bundesländer

Glücklicherweise waren davon keine Flüge betroffen, da diese ja namentlich gebucht werden mussten.

Für Bozen und Strasbourg waren zweisprachige Studierende eingeteilt; der Fragebogen (Abbildung 2)<sup>7</sup> wurde in die entsprechenden Sprachen (Abbildungen 3 und 4) übersetzt. Die Fragebogen für die Schweiz enthielten Franken statt Euros bei den entsprechenden Fragen nach den ausgegebenen Beträgen (Abbildung 5). Die Interviewer in den grenznahen Städten hatten ebenfalls französische Fragebogen, die auch zum Einsatz kamen. Vermisst wurden niederländische oder flämische Fragebogen, da doch ein beachtlicher Teil der antwortenden Passanten aus diesen Regionen stammten (Tabelle 6).

Die Befragung der Passanten erfolgte durch die Studierenden in persönlichen Interviews, wobei vorzugsweise die den Weihnachtsmarkt verlassenden Besucher angesprochen werden sollten. Die Stichprobenauswahl beruhte

<sup>7</sup> Die Fragebogen sind in den Abbildungen verkleinert wiedergegeben. Im Original sind sie bis an den Rand bedruckt.

**(1) Sind Sie hier aus dieser Stadt?**  
 ja, vom Ort (weiter linke Spalte)  nein, von außerhalb (weiter rechte Spalte)

Ihre Postleitzahl bitte:      (stets angeben)

Bei "vom Ort": (praktische KZ-Nummern als Abkürzung, keine Kreise)  
 Bei "von außerhalb": (praktische KZ-Nummern als Abkürzung, keine Kreise)

**(2) Welche anderen Weihnachtsmärkte außer diesem hier sind Ihnen noch bekannt?**  
 1. Priorität: .....  
 2. Priorität: .....  
 3. Priorität: .....

**(2) Welche Weihnachtsmärkte außer dem in Ihrer Heimatstadt sind Ihnen noch bekannt?**  
 1. Priorität: *Interviewort*  
 2. Priorität: .....  
 3. Priorität: .....

**(3) Wir würden gern Ihre Meinung zu diesen Weihnachtsmärkten in Erfahrung bringen:**

Orte bitte eintragen →	1. Priorität	2. Priorität	3. Priorität	Nicht Ihr Heimatort!
aufregend	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	langweilig
gemütlich	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	hektisch
weihnachtlich	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	kommerziell
preisgünstig	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	teuer
zuvorkommende Mitarbeiter	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	unfreundliche Mitarbeiter
Angebote entsprechen meiner Altersklasse	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	absolut nichts für meine Altersklasse
immer wieder dahin	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	ich fahre nie mehr hin

**(4) Warum sind Sie hier?**  
 nur wegen des Weihnachtsmarktes  
 auch zum Einkaufen in der Stadt  
 nur zum Bummeln  
 aus anderen Gründen:  
 \_\_\_\_\_

**(5) Wie kamen Sie hierher?**  
 eigenes Fahrzeug (auch Mitfahrer/-innen)  
 Öffentliche Verkehrsmittel (auch Park & Ride)  
 mit Reisebus  
 sonstiges (zu Fuß, Fahrrad)

**(6) Wie sind Sie auf den Weihnachtsmarkt aufmerksam geworden?**  
 durch Plakate  
 durch Radiohinweise  
 durch Anzeigen  
 sonstiges

**(7) Wie viel Geld geben Sie ungefähr hier auf dem Weihnachtsmarkt aus?**  
 weniger als 10 Euro  
 10 – 20 Euro  
 20 – 50 Euro  
 mehr als 50 Euro

**(8) ... und wie viel Geld in den umliegenden Geschäften?**  
 weniger als 20 Euro  
 20 – 50 Euro  
 50 – 200 Euro  
 mehr als 200 Euro

**(9) Ihre Ausbildung?**  
 akademische Ausbildung  
 berufliche Ausbildung  
 sonstige Ausbildung

**(10) Ihre Wohnung?**  
 zur Miete  
 Wohneigentum  
 sonstiges

UOM in der Interviewer-Anzahl: \_\_\_\_\_

Alter?  < 25 Jahre  25 - 35  35 - 45  45 - 55  55 - 65  > 65 Jahre  
 Geschlecht  weiblich  männlich Begleitung?  mit Partner  allein  in Gruppe mit Kinder(n)?  ja  nein  
 wann?  Do  Fr  Sa  Uhr?  < 15h  15 - 18  > 18 h Wetter:  schön  Regen  bewölkt  Sturm

Ort des Interviews? ..... Interviewer Nr. .... Locher Nr. .... Fragebogennummer Nr. .... (1 bis 20)

Abbildung 2: Fragebogen (deutsch)

auf dem Zufallsprinzip. Um die erforderliche repräsentative Stichprobe sicherzustellen, wurden zwischen den individuellen Befragungen die Passanten abgezählt und dann die jeweils vierte Person angesprochen. War an dieser

**(1) Etes-vous de la ville?**

oui, de la ville (colonne à gauche)  non, venant de l'extérieur (colonne à droite)

(toujours) Votre code postal s'il vous plaît

Si, oui (de cette ville):

**(2) Connaissez-vous d'autres marchés de Noël à part celui-ci?**

1. Priorité: .....

2. Priorité: .....

3. Priorité: .....

Si, non (d'une autre ville):

**(2) Quels autres marchés de Noël connaissez-vous à part celui de votre domicile?**

1. Priorité: *Ville de l'interview*

2. Priorité: .....

3. Priorité: .....

**(3) Nous aimerions bien avoir votre avis sur ces marchés de Noël:**

Veuillez entrer la ville →	1. Priorité	2. Priorité	3. Priorité	Pas votre lieu de résidence!
émouvant	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	ennuyant
agréable	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	rythme accéléré
axé sur Noël	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	commercial
abordable	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	cher
commerçands aimables	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	pas di tout aimables
l'offre correspond à ma tranche d'âge	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	ne correspond pas du tout à mon âge
j'y repartirai toujours	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	je n'y repartirai plus jamais

**(4) Pour quelles raisons êtes-vous ici?**

seulement à cause du marché de Noël

aussi pour faire les achats dans cette ville

juste pour une balade

autre raisons: .....

**(5) Comment êtes vous arrivé ici?**

voiture privéé (aussi passager)

transport publics (aussi parking-relais)

bus de tourisme

autres (à pied, vélo)

**(6) Comment avez-vous eu connaissance de ce marché de Noël?**

par voie d'affichage

à travers de la radio

à travers les annonces

autres

**(7) Combien dépensez vous d'habitude au marché de Noël?**

moins de 10 Euro

10 – 20 Euro

20 – 50 Euro

plus de 50 Euro

**(8) ...et combien avez-vous dépensé dans les magasins environants?**

moins de 20 Euro

20 – 50 Euro

50 – 200 Euro

plus de 200 Euro

**(9) Votre Formation?**

formation académique

formation professionnelle

autres formations

**(10) Votre habitat?**

location

propre habitat

autres

nom de l'interviewer en français: .....

Alter?  < 25 Jahre  25 - 35  35 - 45  45 - 55  55 - 65  > 65 Jahre

Geschlecht  weiblich  männlich Begleitung?  mit Partner  allein  in Gruppe mit Kinder(n)?  ja

wann?  Do  Fr  Sa Uhr?  < 15h  15 - 18  > 18 h Wetter:

Ort des Interviews? ..... Interviewer Nr. .... Locher Nr. .... Fragebogennummer Nr. .... (1 bis 20)

Abbildung 3: Fragebogen (französisch)

vierten Stelle ein Paar, so war abwechselnd einmal der Mann und einmal die Frau anzusprechen. Damit Abweichungen durch die Interviewer vermieden beziehungsweise minimiert wurden, ist vom Projektleiter aufgrund von

(1) Siete di questa città?  sì, di questa città (continua a la parte sinistra)  no, di fuori (continua a la parte destra)

Vostro codice postale, prego:      (s'empre indicare)

Se dal luogo: (solo il codice di targa attuale) Se di fuori: (solo il codice di targa attuale)

(2) Quali altri mercati natalizie conoscete oltre a questi le sono conosciuti? (2) Quali mercati natalizie conosce oltre quello del vostro città?

1. priorità: ..... 1. priorità: Città del interview  
 2. priorità: ..... 2. priorità: .....  
 3. priorità: ..... 3. priorità: .....

(3) Vorremmo sapere la vostra opinione su questi mercati natalizie:

Inscrivere la città →	1. Priorità	2. Priorità	3. Priorità	Non la vostra città!
appassionante	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	noioso
piacevole	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	in fretta
natalizie	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	comerciale
a basso prezzo	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	caro
operai gentili	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	per niente cordiale
L'offerta corrisponde la mia età	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	assolutamente niente per la età mia
ritornare sempre li	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	non ci torno piu

(4) Perché siete qui?  meno di 10 Euro  
 solo per il mercato natalizio  10 - 20 Euro  
 anche per fare acquisti qui  20 - 50 Euro  
 solo per gironzolare  piu di 50 Euro  
 per altri motivi: \_\_\_\_\_

(5) Come siete arrivati qui?  proprio veicolo (anche passeggero)  
 mezzi pubblici (anche Park & Ride)  
 con l'autopullman  
 altro (a piedi, con ciclo)

(6) Come avete saputo del mercato natalizio?  
 dai manifesti  
 via radio  
 via annunci  
 altro

(7) Quanti soldi spendete suppergiù al mercato natalizio?  
 vom Interviewer auszuwählen:  
 Alter?  < 25 Jahre  25 - 35  35 - 45  46 - 55  55 - 65  > 65 Jahre Ort des Interviewe .....  
 Geschlecht  weiblich  männlich Begleitung?  mit Partner  allein  in Gruppe mit Kinder(n)?  ja ..... Int .....  
 wann?  Do  Fr  Sa Uhr?  < 15h  15 - 18  > 18 h Wetter: ..... Lo .....

(8) ... quanto spendete nei negozi intorno?  
 meno di 20 Euro  
 20 - 50 Euro  
 50 - 200 Euro  
 piu di 200 Euro

(9) Vostra qualifica?  qualifica accademica  
 qualifica di mestiere  
 altra qualifica

(10) Vostro appartamento?  in affitto  
 proprietà privata  
 altro

Abbildung 4: Fragebogen (italienisch)

Erfahrungswerten die Annahme getroffen worden, dass einer von fünf kontaktierten Passanten über 55 Jahre alt sein müsste.

(1) Sind Sie hier aus dieser Stadt?

ja, vom Ort (weiter linke Spalte)  nein, von außerhalb (weiter rechte Spalte)

Ihre Postleitzahl bitte:      (stets angeben)

Bei "vom Ort": (traktuelle KZ-He ist hier als Abkürzung, keine Kreise)  
 Bei "von außerhalb": (traktuelle KZ-He ist hier als Abkürzung, keine Kreise)

(2) Welche anderen Weihnachtsmärkte außer diesem hier sind Ihnen noch bekannt?

1. Priorität: .....  
 2. Priorität: .....  
 3. Priorität: .....

(2) Welche Weihnachtsmärkte außer dem in Ihrer Heimatstadt sind Ihnen noch bekannt?

1. Priorität: *Interviewort*  
 2. Priorität: .....  
 3. Priorität: .....

(3) Wir würden gern Ihre Meinung zu diesen Weihnachtsmärkten in Erfahrung bringen:

Orte bitte eintragen →	1. Priorität	2. Priorität	3. Priorität	Nicht Ihr Heimatort!
aufregend	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	langweilig
gemütlich	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	hektisch
weihnachtlich	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	kommerziell
preisgünstig	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	teuer
zuvorkommende Mitarbeiter	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	unfreundliche Mitarbeiter
Angebote entsprechen meiner Altersklasse	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	absolut nichts für meine Altersklasse
immer wieder dahin	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	ich fahre nie mehr hin

(4) Warum sind Sie hier?

nur wegen des Weihnachtsmarktes  
 auch zum Einkaufen in der Stadt  
 nur zum Bummeln  
 aus anderen Gründen:  
 \_\_\_\_\_

(5) Wie kamen Sie hierher?

eigenes Fahrzeug (auch Mitfahrer/-innen)  
 Öffentliche Verkehrsmittel (auch Park & Ride)  
 mit Reisebus  
 sonstiges (zu Fuß, Fahrrad)

(6) Wie sind Sie auf den Weihnachtsmarkt aufmerksam geworden?

durch Plakate  
 durch Radiohinweise  
 durch Anzeigen  
 sonstiges

(7) Wie viel Geld geben Sie ungefähr hier auf dem Weihnachtsmarkt aus?

weniger als 15 CHF  
 15 – 30 CHF  
 30 – 90 CHF  
 mehr als 90 CHF

(8) ... und wie viel Geld in den umliegenden Geschäften?

weniger als 30 CHF  
 30 – 90 CHF  
 90 – 300 CHF  
 mehr als 300 CHF

(9) Ihre Ausbildung?  akademische Ausbildung  
 berufliche Ausbildung  
 sonstige Ausbildung

(10) Ihre Wohnung?  zur Miete  
 Wohneigentum  
 sonstiges

UOM in der Interviewer-Anzahl:

Alter?  < 25 Jahre  25 - 35  35 - 45  45 - 55  55 - 65  > 65 Jahre  Schreibstil

Geschlecht  weiblich  männlich Begleitung?  mit Partner  allein  in Gruppe mit Kinder(n)?  ja  nein  Regenzeit

wann?  Do  Fr  Sa Uhr?  < 15h  15 - 18  > 18 h Wetter:  Sonnenschein  Regenzeit

Ort des Interviews? ..... Interviewer Nr. .... Locher Nr. .... Fragebogennummer Nr. .... (1 bis 20)  Interviewer

Abbildung 5: Fragebogen für die Schweiz (mit Franken statt Euro)

Die Erhebung erfolgte anhand von Fragebogen, die vom Interviewer während der Befragung ausgefüllt wurden. Die

<i>Nichtdeutsche Antwortende</i>	<b>Anzahl</b>	<b>%</b>
<b>Österreicher</b>	<b>382</b>	<b>3,3%</b>
<b>Schweizer</b>	<b>332</b>	<b>2,9%</b>
<b>Franzosen</b>	<b>82</b>	<b>0,7%</b>
<b>Niederländer</b>	<b>40</b>	<b>0,3%</b>
<b>Italiener</b>	<b>38</b>	
<b>Belgier</b>	<b>20</b>	
<b>Briten</b>	<b>11</b>	
<b>Luxemburger</b>	<b>9</b>	
<b>Amerikaner (USA)</b>	<b>9</b>	
<b>Spanier</b>	<b>8</b>	
<b>Tschechen</b>	<b>7</b>	
<b>Schweden</b>	<b>7</b>	
<b>Russen</b>	<b>5</b>	

Tabelle 6:  
Anteil der nichtdeutschen antwortenden  
Passanten

befragten Passanten konnten auf Wunsch Einblick in den Fragebogen nehmen. Interviewereinflüsse auf den Passanten sollten auf ein Minimum reduziert werden; dies wurde durch ein selbsterklärendes Gestaltungsprinzip des Fragebogens gewährleistet. Hinweise zum Ausfüllen des Fragebogens waren daher kaum erforderlich.

Aufgrund der Verwendung nahezu ausschließlich geschlossener Fragen<sup>8</sup> war der Fragebogen im Wesentlichen unkompliziert auswertbar. Die bestehenden Antwortmöglichkeiten zu den einzelnen Attraktivitätsmerkmalen waren derart gestaltet, dass die befragten Passanten zwischen zwei extremen Standpunkten auf einer sechsstufigen semantischen Differentialskala wählen konnten.

Der Fragebogen ermittelte unter anderem folgende Aspekte:

- Eine Rangfolge der beliebtesten Weihnachtsmärkte der befragten Person.

<sup>8</sup> Das heißt, dass Antwortvorgaben anzukreuzen waren und die Eintragung eigener Antworttexte nicht möglich war.

- 
- Die Gründe, warum gerade dieser Weihnachtsmarkt besucht wurde.
  - Wie viel Geld wurde auf dem Weihnachtsmarkt und in den umliegenden Geschäften ausgegeben?
  - Mittels des semantischen Differentials wurden sechs Einstellungen (unter anderem zur Atmosphäre, zum Preisempfinden, zu den Mitarbeitern und zum Angebot) eingehender erfragt.

Um die untersuchten Städte bei der Auswertung der Ergebnisse besser klassifizieren zu können, wurden diese in die Kategorien

- Metropole
- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Regionalzentrum

eingeteilt.

Bei der Festlegung der Metropolen<sup>9</sup> wurde neben der Einwohnerzahl die Frage erörtert, von welchem Gebiet diese oder jene Stadt eine Metropole ist. Dabei wurde auch die Eigenschaft als Landeshauptstadt mit bedacht.

Ober- und Mittelzentren sind deutschlandweit festgelegt. Hierbei wurde die Einteilung vom Bundesamt für Bauwesen und Raumordnung zugrunde gelegt. Trotzdem bleibt festzustellen, dass diese Einteilung in den einzelnen Bundesländern hoch unterschiedlich erfolgt.<sup>10</sup> Alle übrigen Orte und abweichend von den offiziellen Festlegungen aller Orte mit weniger als 25.000 Einwohnern bekamen die Bezeichnung „Regionalzentrum“.

Bei der Erstellung einer geografischen Kategorisierung wurde das gesamte Gebiet in fünf Regionen unterteilt (Abbildung 6), wobei die angrenzenden nichtdeutschen Regionen mit einbezogen wurden.

---

<sup>9</sup> Es gibt keine allgemeingültige Definition für diesen Begriff, nur eine Festlegung von Metropolregionen auf europäischer Ebene, die sich aber nicht immer auf konkrete Städte bezieht.

<sup>10</sup> Zum Beispiel ist Gelsenkirchen (NRW) mit 268.102 Einwohnern als Mittelzentrum eingestuft, Ansbach (Bayern) mit 40.624 Bewohnern als Oberzentrum.

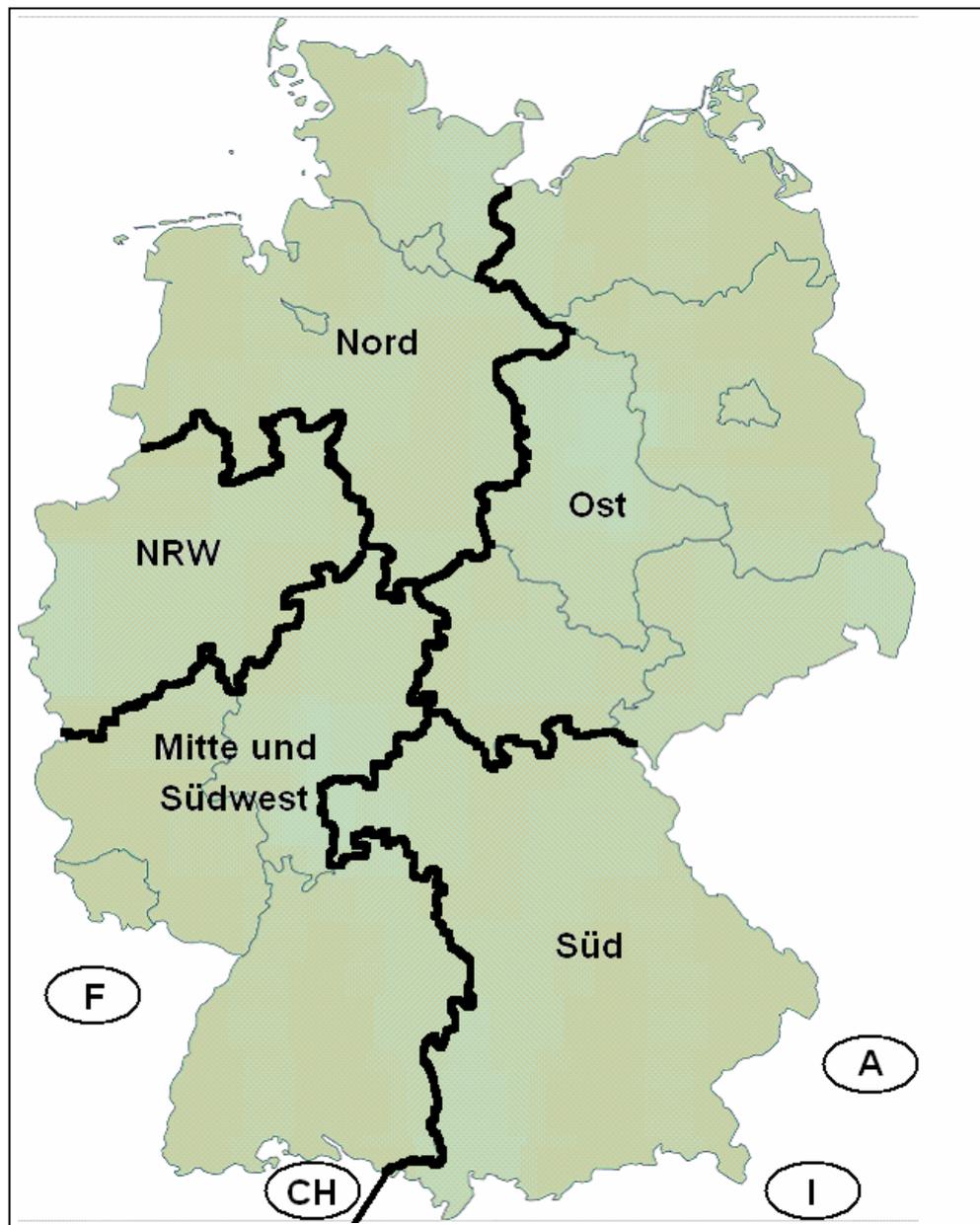


Abbildung 6: Die Einteilung des Untersuchungsgebietes in fünf Regionen

---

### 1.3 Grundgesamtheit, Verweigerer, Stichprobe

Grundsätzlich muss gesagt werden, dass die Zahlen dieses Kapitels von der Korrektheit der Angaben der einzelnen Interviewer abhängen. Diese führten nämlich Verweigererlisten, wo jeder Verweigerer mit einem Stich eingetragen wurde, getrennt nach Geschlecht, Alter und Familienstand.

Von wenigen fehlt jedoch eine solche Verweigererliste, wobei einige davon wiederum angaben, keine Verweigerer gehabt zu haben.<sup>11</sup> Insgesamt fehlen aus nur 3,3% aller Intervieworte die Verweigererlisten, allerdings auch von 15,9% aller Interviewereinsätze. Ob darüber hinaus tatsächlich alle Verweigerer entsprechend gestrichelt wurden, steht auf einem anderen Blatt.

Solche Defizite traten ebenfalls bei den Untersuchungen der vergangenen Jahre auf. Daher dürften die tatsächlichen Verweigererzahlen schon etwas höher liegen, als es in den nachfolgenden Zahlen ausgewiesen wird.

Aber auch hier kommt es auf den Vergleich an. Diesen Berechnungen zu Folge haben 63,2% aller angesprochenen Personen die Auskunft verweigert, somit waren 36,8% zu einer Befragung bereit. Im Dezember 2004, als auf den Weihnachtsmärkten zwischen Duisburg und Paderborn befragt wurde, haben 38,2 % geantwortet.

Am meisten Verweigerer gab es in Nordrhein-Westfalen, am wenigsten in Bayern (Tabelle 7). Frauen und Männer verweigerten in etwa gleich häufig (Tabelle 8). Es fällt aber auf, dass es hauptsächlich die jüngeren Damen sind, die eine Befragung ablehnen und mit zunehmenden Alter eher die Männer.

Weniger verwundern dürfte, dass Passanten, die ein oder mehrere Kinder dabei hatten, nicht so bereitwillig für eine

---

<sup>11</sup> Es sei dahingestellt, ob das der Wahrheit entspricht. Es gab aber tatsächlich einige junge Damen, die recht glaubhaft versicherten, nicht einen einzigen Verweigerer gehabt zu haben. Auch der Leiter des Projektes hatte mit seinem Professorenschild schon mehrfach Befragungen ohne jeden Verweigerer durchgeführt.

	angesprochene Personen	Verweigerer	%
<b>Norden</b>	3865	2358	61,0%
<b>NRW</b>	10256	6834	66,6%
<b>Mitte und Südwesten</b>	7197	4348	60,4%
<b>Süden</b>	3611	1932	53,5%
<b>Osten</b>	6028	3954	65,6%
<b>insgesamt</b>	30957	19426	62,8%

Tabelle 7:  
Anteile der Verweigerer in den einzelnen Regionen

<i>Verweigerer</i>	weiblich	männlich	Total
<b>unter 25 Jahre</b>	59,8%	66,0%	62,7%
<b>25 - 35 Jahre</b>	62,9%	62,8%	62,9%
<b>35 - 45 Jahre</b>	62,3%	63,4%	62,9%
<b>45 - 55 Jahre</b>	68,3%	61,4%	64,8%
<b>über 55 Jahre</b>	63,8%	61,6%	62,7%
<b>alle</b>	63,4%	63,0%	63,2%

Tabelle 8:  
Anteile der Verweigerer nach Altersgruppen und Geschlecht

Befragung zur Verfügung standen (**Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.**). Überraschend war, dass Singles oder besser, diejenigen, die allein auf den Weihnachtsmärkten angetroffen wurden, nahezu ebenso selten zu einem Interview bereit waren.

---

## 2 Zuverlässigkeit der Untersuchungsergebnisse

Diese Studie wurde im Rahmen eines Marktforschungspraktikums erstellt, das ein Pflichtbestandteil im absatzorientierten Zweig der Hochschulausbildung zum Diplom-Wirtschaftsingenieur ist. Aus diesem Grund wurden die Interviews von Studentinnen und Studenten und nicht von fest angestellten Interviewern durchgeführt. Um die Sicherheit der Messergebnisse zu gewährleisten, wurde ein besonderes Augenmerk auf die Seriosität der Interviewer und deren Vorgehensweise und somit auf die Zuverlässigkeit der Ergebnisse gerichtet.

Die Interviewer wurden während der Vorlesungen und durch zusätzliche Informationsveranstaltungen sorgfältig auf ihren Einsatz hin geschult. Neben den freiwilligen Interviewern aus anderen Studienrichtungen und Jahrgängen war ein Großteil der Studierenden ohnehin Teilnehmer des Marktforschungspraktikums und somit ausreichend über die Auswirkungen von Unregelmäßigkeiten informiert. Dazu wurden die Einsätze so geplant, dass jeder neue Interviewer mit einem erfahrenen Interviewer, der in vorherigen Befragungen schon aktiv war oder als Autor bei dieser Studie mitwirkte, in ein Team kam.

Die Interviewer wurden während ihrer Tätigkeit an den Befragungsorten kontrolliert. Zusätzlich wurde bei mehreren Variablen der Befragung geprüft, ob die Antworten bei den einzelnen Interviewern von den Durchschnittswerten aller Antworten abwichen. Für derartige Abweichungen kann es verschiedene Gründe geben. Zum einen könnte der Interviewer Einfluss auf den Befragten ausgeübt haben. Eine Beeinflussung dieser Art kann sowohl bewusst als auch unbewusst erfolgen, zum Beispiel durch die Art und Weise des Auftretens des Interviewers, durch eine

### 3 Bekanntheit der einzelnen Weihnachtsmärkte

#### 3.1 Häufigkeit der Nennungen

Eigentlich müsste man meinen, dass kein anderer Parameter die Ergebnisse in diesem Kapitel so stark bestimmt wie die geografische Lage der einzelnen Städte. Es wurde aber bereits im Kapitel 1.2 dargelegt,<sup>12</sup> dass das gesamte Untersuchungsgebiet recht gut abgedeckt wurde.

Außerdem muss man davon ausgehen, dass man für einen guten und sehenswerten Weihnachtsmarkt durchaus etwas länger zu fahren bereit ist, als für normale Weihnachtseinkäufe oder gar für eine Hose oder ein Paar Schuhe. Manche buchen ja bekanntlich sogar eine Fernreise für einen oder mehrere Weihnachtsmärkte.

Damit wäre dieses Kapitel schnell zu Ende: Der Christkindlmarkt in Nürnberg ist der bekannteste Weihnachtsmarkt (Tabelle 9). Das hätte man sicherlich auch ohne diesen Bericht herausgefunden.

<i>Weihnachts- bzw. Christkindlmärkte</i>	<b>Anzahl</b>	<b>%</b>
<b>Nürnberg</b>	<b>1289</b>	<b>4,7%</b>
<b>Dortmund</b>	<b>938</b>	<b>3,4%</b>
<b>München</b>	<b>821</b>	<b>3,0%</b>
<b>Dresden Striezelmarkt</b>	<b>667</b>	<b>2,4%</b>
<b>Essen</b>	<b>640</b>	<b>2,3%</b>
<b>Hamburg</b>	<b>614</b>	<b>2,2%</b>
<b>Münster</b>	<b>603</b>	<b>2,2%</b>
<b>Frankfurt am Main</b>	<b>580</b>	<b>2,1%</b>
<b>Oberhausen Centro</b>	<b>472</b>	<b>1,7%</b>
<b>Stuttgart</b>	<b>463</b>	<b>1,7%</b>

Tabelle 9:  
Die am häufigsten  
genannten  
Weihnachtsmärkte

<sup>12</sup> siehe Seite 17 ff.

### 3.3 Gründe zum Besuch eines Weihnachtsmarktes

Die Gründe, die zum Besuch eines Weihnachtsmarktes führen, sind vielfältig. Es lässt sich bei so einem Projekt nicht vermeiden, dass Passanten befragt werden, die den Weihnachts- oder Christkindmarkt gar nicht besuchen, sondern nur durchlaufen, zum Arzt oder zur Sparkasse unterwegs sind oder da arbeiten.

Überraschend viele gaben an, nur des Weihnachtsmarktes wegen in der Stadt zu sein. Eigentlich sind es die meisten, denn die Antwort „zum Bummeln“ heißt ja nichts anderes, als speziell über den Weihnachtsmarkt spazieren zu wollen und nicht, um die benachbarten Geschäfte zu besuchen (Tabelle 10).

<i>„Warum sind Sie hier?“</i>	<b>Anzahl</b>	<b>Prozent</b>
<b>nur wegen des Weihnachtsmarktes</b>	<b>3696</b>	<b>36,0%</b>
<b>auch zum Einkaufen in der Stadt</b>	<b>4395</b>	<b>42,9%</b>
<b>zum Bummeln</b>	<b>1707</b>	<b>16,6%</b>
<b>aus anderen Gründen</b>	<b>455</b>	<b>4,4%</b>

Tabelle 10:  
Gründe zum Besuch des  
jeweiligen Weihnachts-  
marktes

Bei Antwortmöglichkeit „aus anderen Gründen“ handelte es sich um eine offene Fragestellung, bei denen die Befragten ihren eigenen speziellen Grund zum Besuch des Weihnachtsmarktes eintragen lassen konnten. Deshalb bedurfte es bei der Auswertung einer Zusammenfassung der gegebenen Antworten, um ein übersichtliches Gesamtbild zu erlangen.

### 3.4 Anteil der Medien an der Bekanntheit der Weihnachtsmärkte

Nur ein Ergebnis als Beispiel:

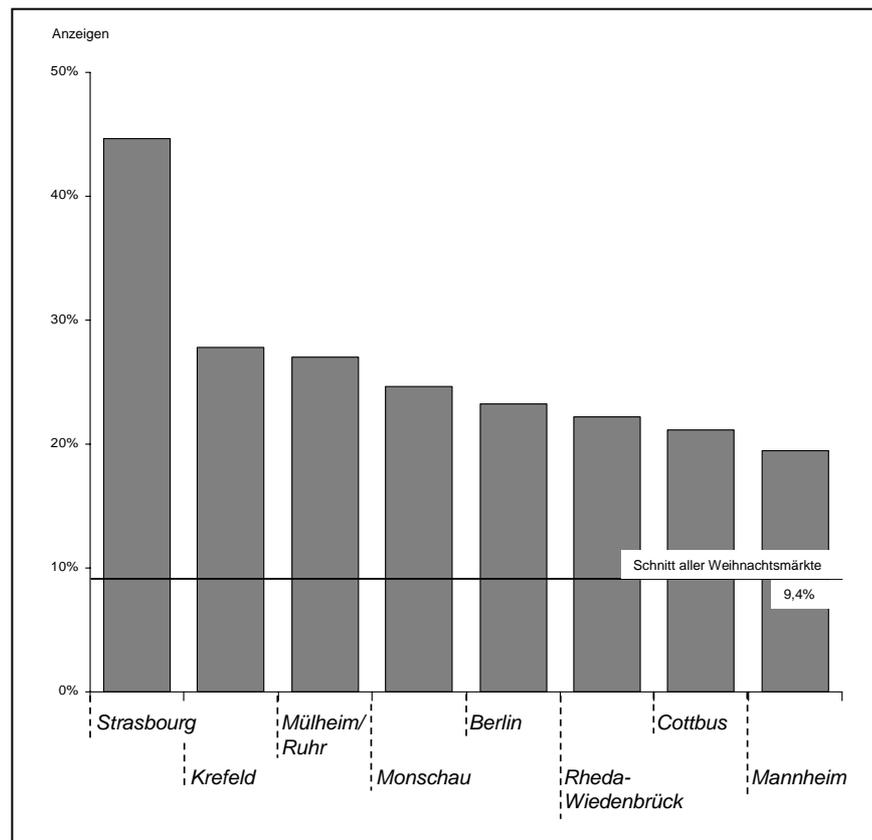


Abbildung 7:  
Weihnachtsmärkte mit  
einem hohen Anteil an  
Anzeigenwerbung  
(1. Teil)

---

## 4 Untersuchung der Einstellungen

Wie bereits in Kapitel 1.2 beschrieben,<sup>13</sup> wurden die Passanten in den Innenstädten, da wo die Weihnachts- oder Christkindlmärkte stattfanden oder auch direkt auf den Weihnachtsmärkten gebeten, bis zu drei ihnen bekannte Märkte, aber nicht den eigenen, nach jeweils sechs Kriterien zu beurteilen. Die vorgegebenen Begriffspaare waren:

aufregend / langweilig

gemütlich / hektisch

weihnachtlich / kommerziell

günstig / teuer

zuvorkommende Mitarbeiter / unfreundliche

Angebote sind der Altersgruppe entsprechend oder eben nicht

Jedes dieser Wertepaare sollte auf einer Skala von 1 bis 6 den von den interviewten Passanten ausgewählten Weihnachtsmärkten zugeordnet werden.

Insgesamt liegen 27.495 Wertungen von circa 1300 Weihnachts- oder Christkindlmärkten vor, von denen aber nur 205 in den nachfolgenden Grafiken und Tabellen erfasst werden. Über die anderen liegen weniger als 15 Meinungen vor. Zu wenig, um dazu irgendwelche Aussagen treffen zu können? Das wäre gleichwohl möglich gewesen, dann nämlich, wenn man sich zu jedem Ergebnis die Standardabweichungen anschauen würde. Warum sollte man die Erkenntnisse von vielleicht 12 oder 14 unabhängig voneinander antwortenden Passanten verwerfen, wenn die sich in ihrem Urteil recht einig sind?

Trotzdem, irgendwo muss ein Schlusstrich gezogen werden; und der liegt bei den regionalen Auswertungen bei mindestens 15 Meinungen. Bei Betrachtungen, die sich

---

<sup>13</sup> siehe Kapitel 1.2

auf das gesamte Befragungsgebiet beziehen, wurden mindestens 30 Meinungen pro Weihnachtsmarkt als Untergrenze festgesetzt.

So kann es also vorkommen, dass ein attraktiver Weihnachtsmarkt in einer Region bei einem Attribut führt oder einen der vorderen Plätze einnimmt, bei der Betrachtung des gesamten Gebietes aber fehlt, weil er eben nur zwischen 15 und 30 Meinungen auf sich vereinen konnte.

Es sollte nicht verschwiegen werden, dass die Aufzeichnung all dieser Orte auf den Fragebögen nicht einfach war. Bei den Interviewerschulungen, aber auch bei den Einweisungen für die Dateneingabe wurde massiv darauf hingewiesen, dass ausschließlich die noch gültigen Kraftfahrzeugkennzeichen als Abkürzungen zugelassen sind – keine wie auch immer gearteten anderen Kurzformen. Ferner wurde appelliert, nur solche Kraftfahrzeugkennzeichen zu verwenden, bei denen man sich sicher ist. Ansonsten seien die Orte vollständig auszusprechen.

Mangels eindeutigem Kennzeichen wurden für die ausländischen Städte festgelegt:

A-W	Wien	A-S	Salzburg
A-I	Innsbruck	I-BZ	Bozen
CH-ZH	Zürich	CH-BS	Basel
F-S	Strasbourg	F-CO	Colmar
und		F-MH	Mulhouse

Problematisch bleibt trotzdem, dass alle von den Passanten genannten Orte und Weihnachtsmärkte nur phonetisch wahrgenommen werden konnten. Ein eigenes studentisches Team hatte die Aufgabe, über das Internet jede einzelne Nennung zu verifizieren, die Schreibweise zu überprüfen und entsprechende Korrekturen vorzunehmen.

So wurden die verschiedenen Neustadts und Rotenburgs – sofern sie ohne weitere Zusätze in den Fragebogen erschienen – relativ problemlos zugeordnet, auch wenn Daten aus einer grenzwertig geografischen Region zuweilen stark gemutmaßt zugeteilt wurden. Zum Beispiel wurde ein in Schweinfurt genanntes Roten- oder Rothenburg dem an der Tauber zugeschlagen, obwohl das an der Fulda sicherlich näher liegt, aber in Bezug auf Weihnachts-

märkte eben nicht die gleiche Bedeutung hat. Aus Freiburg in Sachsen wurde Freiberg (FG) und aus Freiberg im Schwarzwald Freiburg (FR); mit Offenbach (OF) und Offenburg (OG) wurde ähnlich verfahren.

Bei dubios verwendeten Kraftfahrzeugkennzeichen wurde Rückfrage bei den Interviewern gehalten.

Nicht minder problematisch war es mit den Weihnachtsmärkten. Dass „Domplatte“ und „Ronkalliplatz“ ein- und derselbe Weihnachtsmarkt in Köln sind, wusste man schon, dass das aber auch für den Christkindlmarkt in Wien und dem am Rathausplatz gleichermaßen gilt, musste erst in Erfahrung gebracht werden.

Die größte Bandbreite zwischen den einzelnen Weihnachtsmärkten trat beim Wertepaar „preisgünstig – teuer“ auf (Tabelle 11). Hierbei ist die Standardabweichung am höchsten von allen befragten Attributen.

<i>Antworten auf die Frage 12</i> <i>Wertepaare:</i>	<b>Bewertung*</b>	<b>Anzahl der Antworten</b>	<b>Standardabweichung</b>
<b>aufregend – langweilig</b>	<b>4,3984</b>	<b>27495</b>	<b>1,109</b>
<b>gemütlich – hektisch</b>	<b>4,2582</b>	<b>27486</b>	<b>1,254</b>
<b>weihnachtlich – kommerziell</b>	<b>4,4057</b>	<b>27484</b>	<b>1,238</b>
<b>günstig – teuer</b>	<b>3,5101</b>	<b>27376</b>	<b>1,321</b>
<b>zuvorkommende Mitarbeiter – unfreundliche</b>	<b>4,7925</b>	<b>27414</b>	<b>0,967</b>
<b>Angebote sind der Altersgruppe entsprechend – absolut nicht</b>	<b>4,3497</b>	<b>27405</b>	<b>1,017</b>
*) 1 = besonders niedrig (schlecht)    6 = besonders hoch (gut)			

Tabelle 11:  
Die Durchschnittswerte  
und Standardabweichungen aller Attribute

Am einigsten ist man sich, was die Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten betrifft.<sup>14</sup>

Dass die Werte der dritten Spalte in Tabelle 11 nicht immer die Gesamtzahl von 27.495 erreichen, liegt daran, dass manchmal dieses Attribut, ein anderes Mal jenes verweigert wurde.

Die Berechnung der Signifikanzen erfolgte mit der Prozedur ANOVA aus dem SPSS-Paket. Es gibt drei Stufen:  $p < 0,05$  (schwach signifikant),  $p < 0,01$ , somit also eine Irrtumswahrscheinlichkeit unter 1% und  $p < 0,001$  (hoch signifikant), wo die statistischen errechneten Wahrscheinlichkeiten eines Irrtums unter 1 Promille liegen.

In aller Regel werden nur Unterschiede betrachtet und in den Tabellen und Grafiken aufgenommen, die zumindest schwach signifikant sind ( $p < 0,05$ ). Zuweilen werden Ergebnisse erwähnt, wenn das geforderte Signifikanzniveau knapp verfehlt wurde. Dann wird aber auf diese Tatsache hingewiesen.

---

<sup>14</sup> Wenn der Durchschnittswert wie bei diesem Wertepaar besonders hoch liegt, also recht nahe am höchsten Wert 6, dann ist der Zahlenraum kleiner, auf welchen sich die einzelnen Werte verteilen können. Das beeinflusst die Standardabweichung beachtlich.

---

## 4.1 Das Wertepaar „aufregend – langweilig“

Hektik<sup>15</sup> und aufregend passen sicherlich zusammen. Bedeutet das dann, dass Langeweile und Gemütlichkeit ebenso harmonieren? Zumindest wird es problematisch, wenn es auf einem Weihnachtsmarkt hektisch und langweilig zugleich zugeht. Doch zuerst soll das Wertepaar „aufregend – langweilig“ in den einzelnen Regionen näher betrachtet werden.

Hierbei wird der Weihnachtsmarkt den jeweiligen Gegenden zugeordnet, der Hamburger dem Norden und München dem Süden. Das bedeutet also nicht, dass die Beurteilungen dieser jeweiligen Weihnachtsmärkte nur aus dem Norden oder dem Süden stammen. Vor allem bei den überregional sehr bekannten Weihnachtsmärkten, aber auch bei denen, die an den Gebietsgrenzen liegen, kommen die Meinungen aus allen möglichen Regionen, ja aus dem gesamten Befragungsgebiet.

Mehr noch: Die Bewertungen wurden zwar nur im Befragungsgebiet erhoben; die antwortenden Passanten kommen aber auch aus Gegenden außerhalb des Befragungsgebietes. So wurden in Bozen Italiener aus ganz Italien angetroffen, in Strasbourg Franzosen aus allen Ecken ihres Landes, Belgier und Niederländer wurden zuhauf befragt, nicht wenige Russen, Chinesen oder Amerikaner sind in der Stichprobe. Daher macht es auch keinen Sinn, die Herkunft der Meinungen als Kriterium für die Gebietsaufteilung zu nehmen.

Unabhängig davon wird sehr wohl auch dargestellt, wenn sich die Meinungen je nach Herkunft der Passanten signifikant unterscheiden.

---

<sup>15</sup> siehe Kapitel 4.2 Seiten 229 ff.

Einige Ergebnisse als Beispiel:

Tabelle 12:  
Die Bewertungen der  
Weihnachtsmärkte in  
Abhängigkeit von der  
Kaufkraft (alle Weih-  
nachtsmärkte)

Antworten auf die Frage zum Wertepaar „aufre- gend – langweilig“	Bewertung*	Anzahl der Antworten	Standard- abweichung
<b>Kaufkraftklasse 1</b>	<b>4,4555</b>	<b>4384</b>	<b>1,079</b>
<b>2</b>	<b>4,3989</b>	<b>8972</b>	<b>1,119</b>
<b>3</b>	<b>4,3970</b>	<b>9992</b>	<b>1,097</b>
<b>Kaufkraftklasse 4</b>	<b>4,3119</b>	<b>3703</b>	<b>1,148</b>

\*) 1 = besonders langweilig                      6 = besonders aufregend

Abbildung 8:  
Von der Art des benutz-  
ten Verkehrsmittels  
abhängige Unterschie-  
de bei den Bewertun-  
gen der Weihnachts-  
märkte in Duisburg und  
Moers nach dem Wer-  
tepaar „gemütlich –  
hektisch“

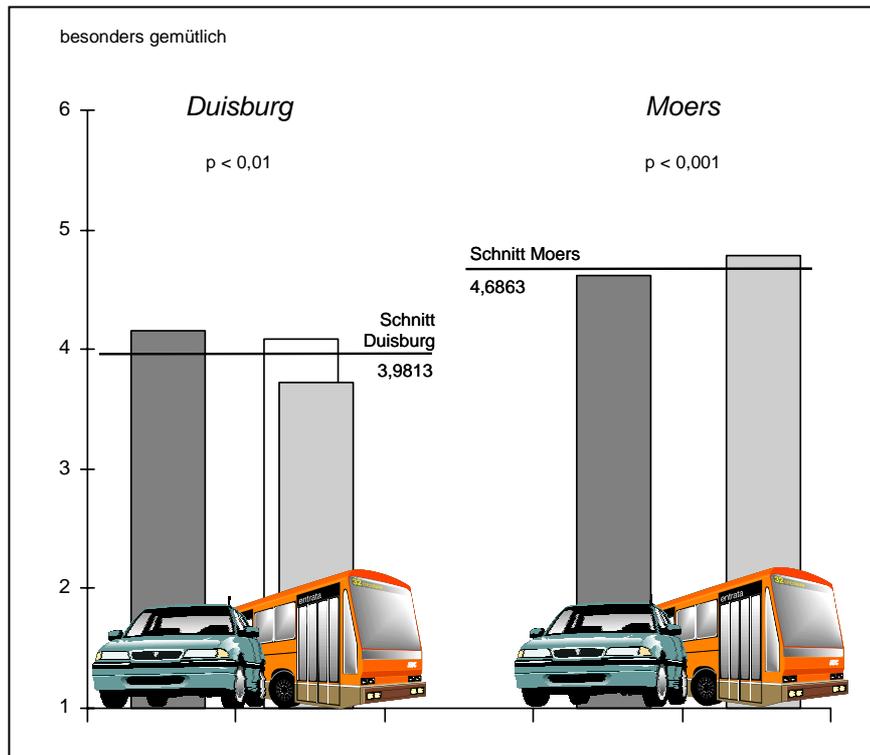


Abbildung 9:  
Von der Ausbildung  
abhängige Unterschiede  
bei den Bewertungen  
der Weihnachts-  
märkte in Gelsenkir-  
chen und Paderborn  
nach dem Wertepaar  
„gemütlich – hektisch“

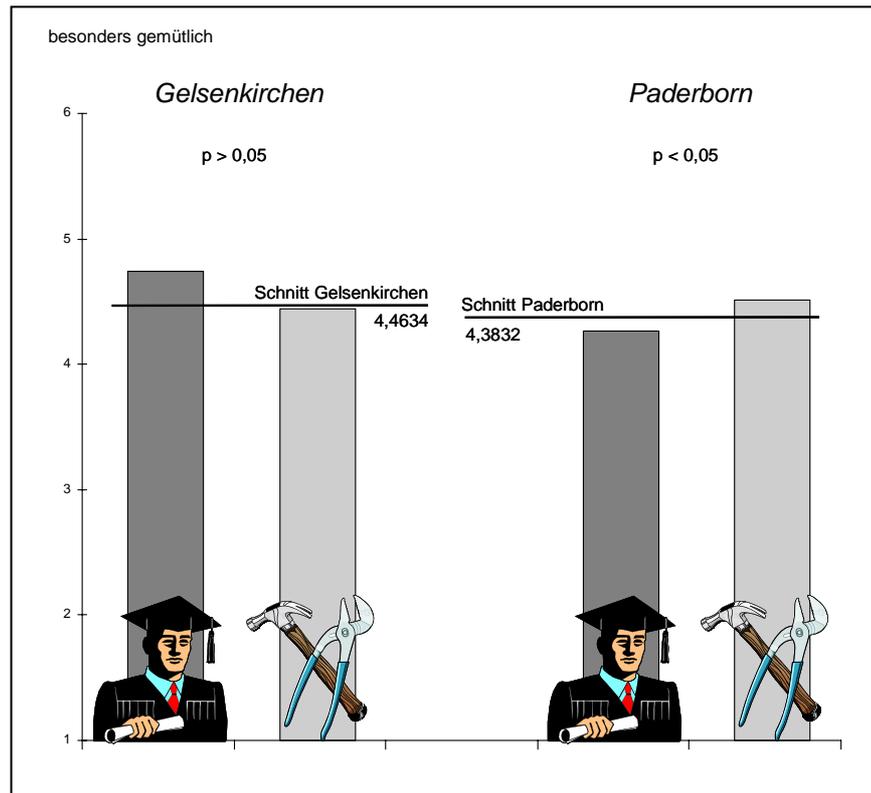
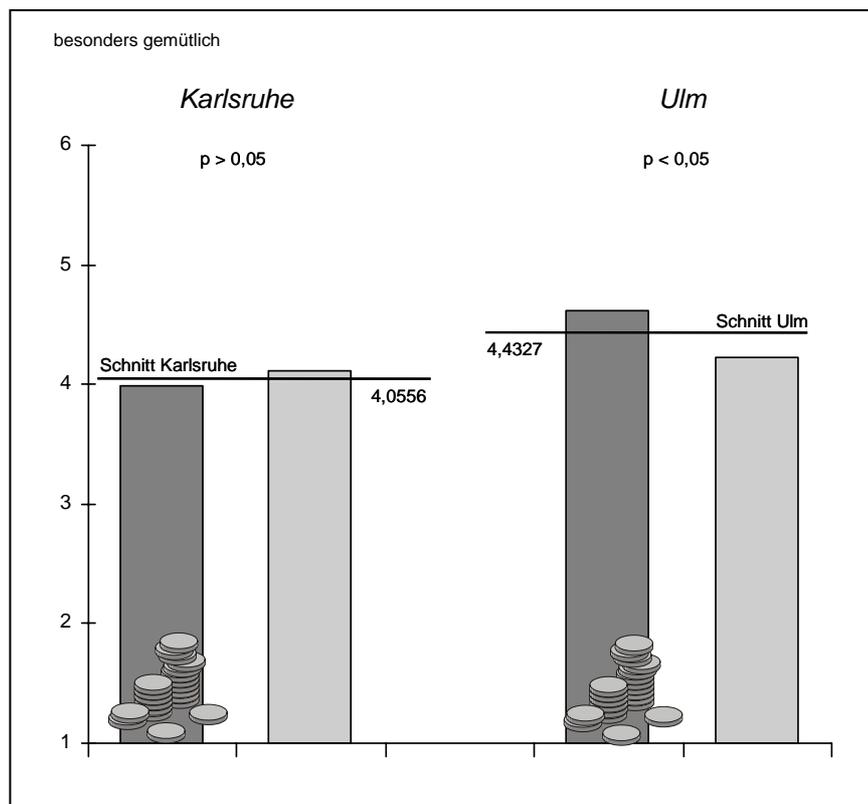


Abbildung 10:  
Von der Kaufkraft  
abhängige Unterschiede  
bei den Bewertungen  
der Weihnachts-  
märkte in Ulm und  
Karlsruhe nach dem  
Wertepaar „gemütlich –  
hektisch“



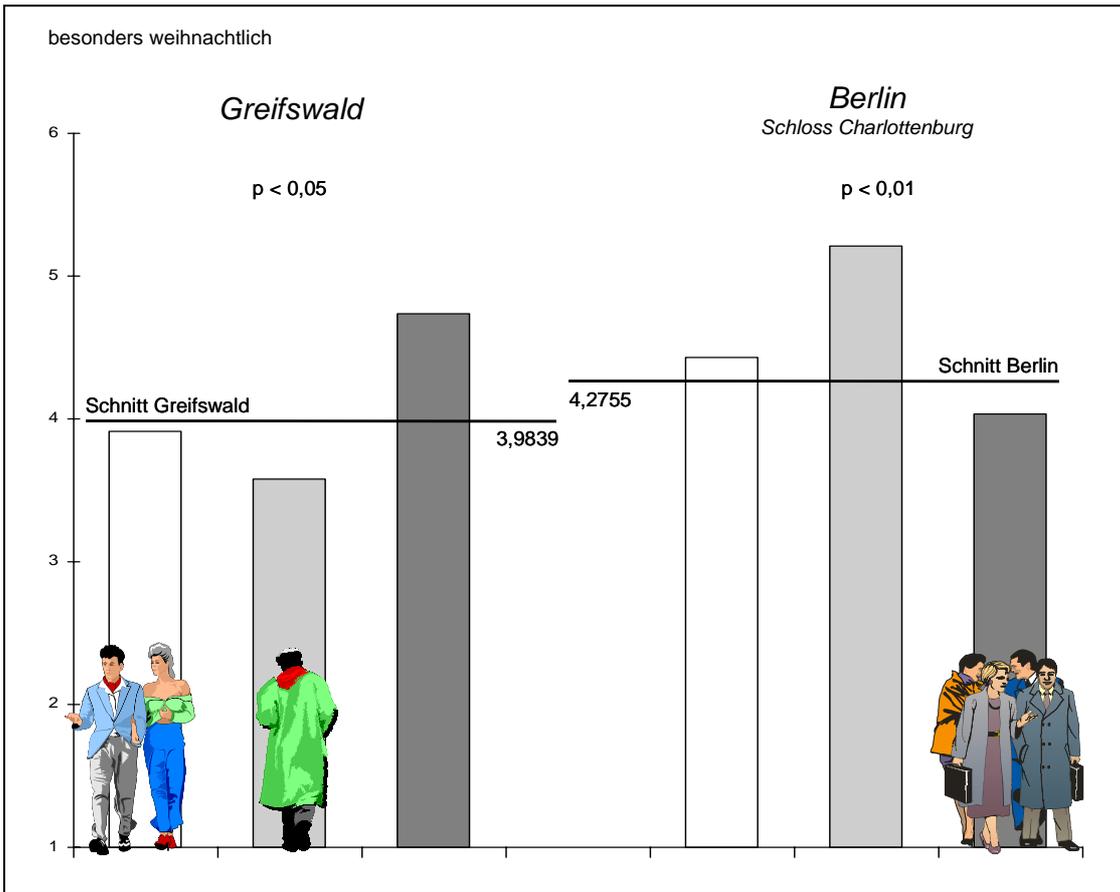


Abbildung 11: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Greifswald und am Schloss Charlottenburg in Berlin nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“

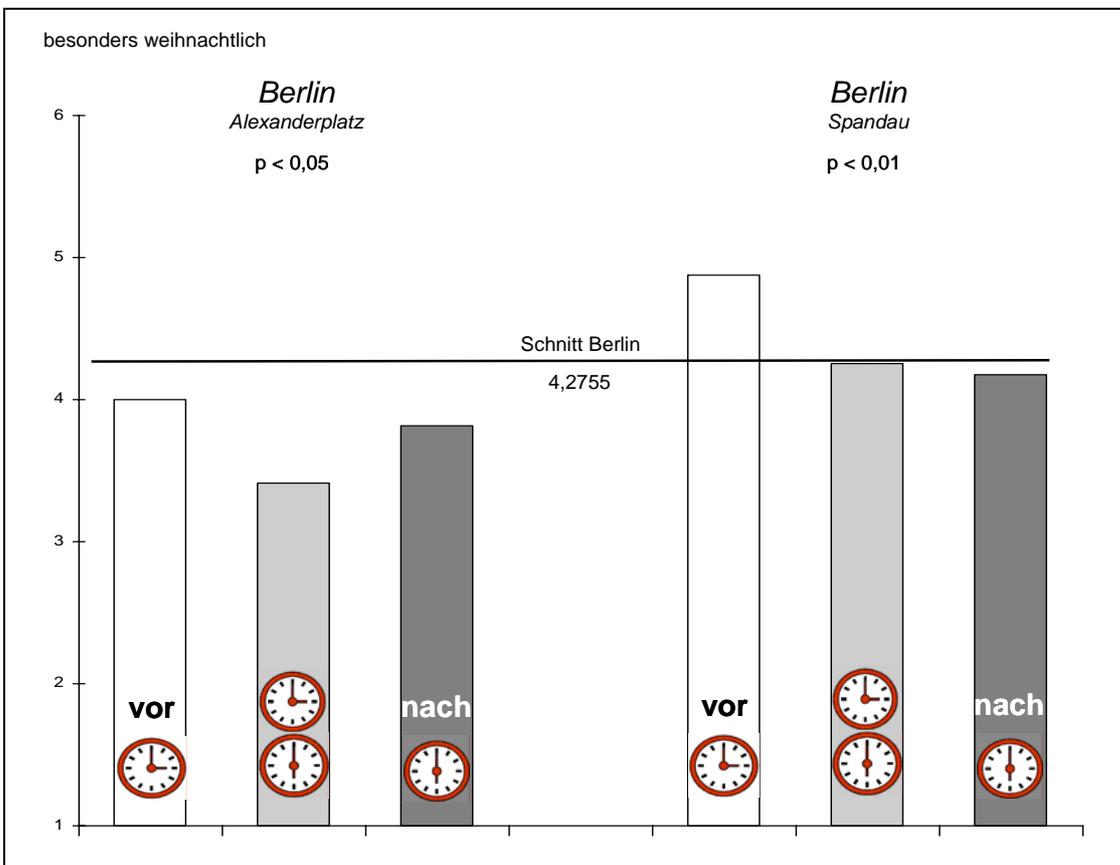


Abbildung 12: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte auf dem Berliner Alexanderplatz und in Spandau nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“

Tabelle 13:  
Die teuersten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes

<i>Antworten auf die Frage zum Wertepaar „preisgünstig – teuer“</i>	<b>Bewertung*</b>	<b>Anzahl der Antworten</b>	<b>Standardabweichung</b>
<b>Berlin Spandau</b>	<b>3,5333</b>	<b>135</b>	<b>1,125</b>
<b>Dresden Striezelmarkt</b>	<b>3,5135</b>	<b>667</b>	<b>1,121</b>
<b>Bln. Gedächtniskirche</b>	<b>3,5000</b>	<b>115</b>	<b>1,115</b>
<b>Rostock</b>	<b>3,4760</b>	<b>273</b>	<b>1,125</b>
<b>Potsdam</b>	<b>3,2524</b>	<b>105</b>	<b>1,169</b>
<b>Berlin Charlottenburg</b>	<b>3,1667</b>	<b>79</b>	<b>1,144</b>
<b>Berlin Alexanderplatz</b>	<b>3,1613</b>	<b>156</b>	<b>1,181</b>
<b>Berlin Potsdamer Platz</b>	<b>3,1290</b>	<b>31</b>	<b>1,024</b>
<b>Bln. Gendarmenmarkt</b>	<b>2,9924</b>	<b>133</b>	<b>1,256</b>
<b>Frankfurt an der Oder</b>	<b>2,9474</b>	<b>19</b>	<b>1,311</b>
*) 1 = besonders teuer                      6 = besonders preisgünstig			

Tabelle 14:  
Die Weihnachtsmärkte mit dem zuvorkommendsten Personal mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes

<i>Antworten auf die Frage zum Wertepaar „unfreundlich – zuvorkommend“</i>	<b>Bewertung*</b>	<b>Anzahl der Antworten</b>	<b>Standardabweichung</b>
<b>Bückeburg</b>	<b>5,6000</b>	<b>15</b>	<b>0,632</b>
<b>Goslar</b>	<b>4,9107</b>	<b>112</b>	<b>1,078</b>
<b>Hamburg Rathaus</b>	<b>4,8355</b>	<b>614</b>	<b>0,705</b>
<b>Lübeck</b>	<b>4,8303</b>	<b>330</b>	<b>0,711</b>
<b>Bremerhaven</b>	<b>4,8116</b>	<b>70</b>	<b>0,713</b>
<b>Lüneburg</b>	<b>4,7778</b>	<b>108</b>	<b>0,728</b>
<b>Cuxhaven</b>	<b>4,7568</b>	<b>37</b>	<b>0,683</b>
<b>Bremen</b>	<b>4,7560</b>	<b>456</b>	<b>0,751</b>
<b>Osnabrück</b>	<b>4,7486</b>	<b>175</b>	<b>0,820</b>
<b>Braunschweig</b>	<b>4,7361</b>	<b>144</b>	<b>0,901</b>
*) 1 = besonders unfreundlich                      6 = besonders zuvorkommend			

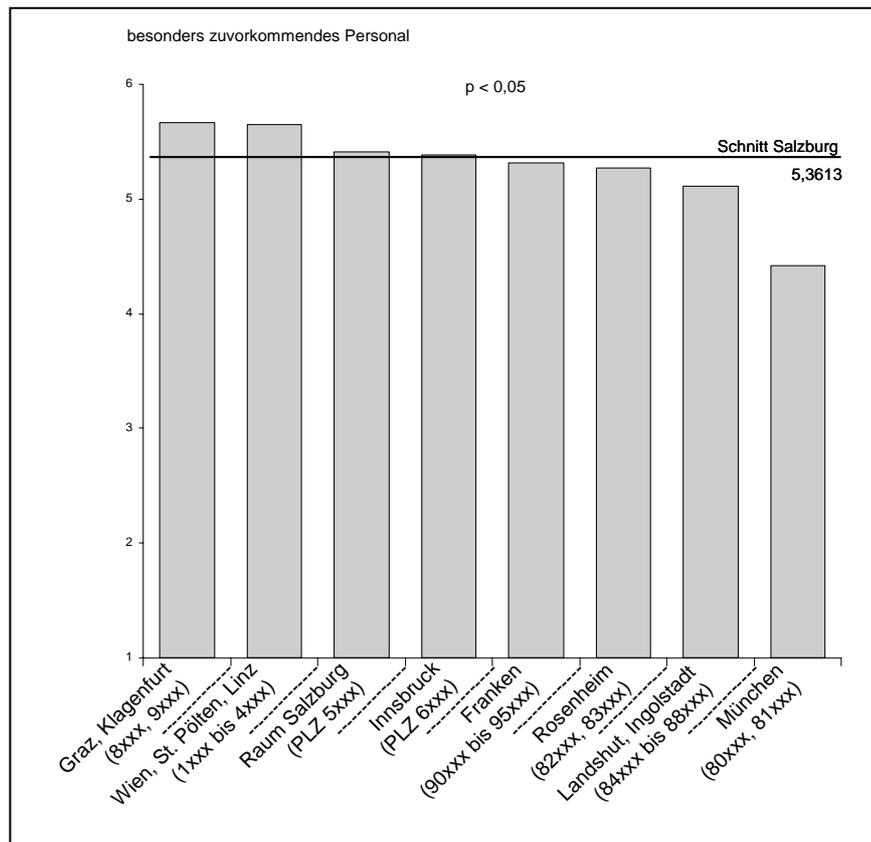


Abbildung 13:  
Von der Herkunft ab-  
hängige Unterschiede  
bei der Bewertung der  
Freundlichkeit des  
Personals auf dem  
Christkindmarkt am  
Salzburger Dom

Hoffentlich geraten sich die Oberpfälzer und die Mittelfranken nicht in die Haare, wenn sie in Regensburg über das dortige Angebot auf dem Christkindlmarkt sprechen (Abbildung 14). Es ist kaum zu glauben, dass man darüber so unterschiedlicher Meinung sein kann.

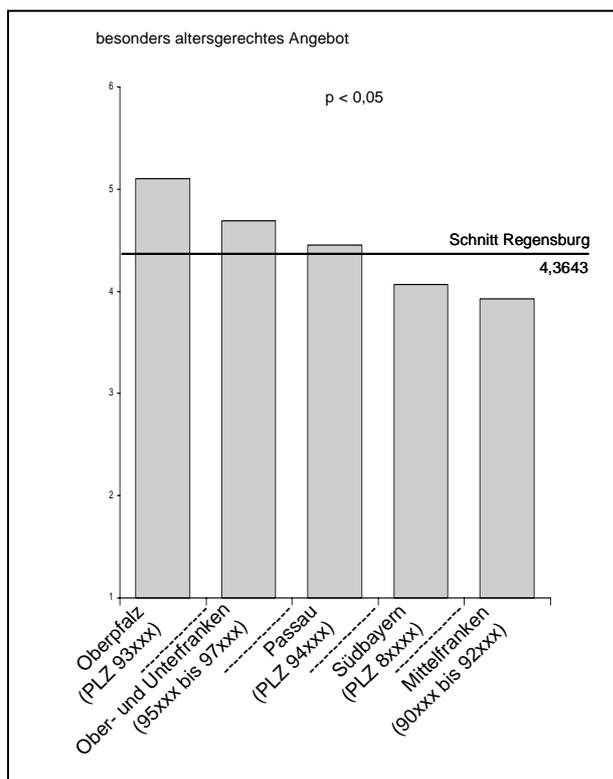


Abbildung 14:  
Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der  
Bewertung des Angebots auf dem Regensburger  
Christkindlmarkt

## 5 Die Analyse der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten

In Marktuntersuchungen ist es besser, die Zufriedenheit indirekt zu erkunden. Die einen wollen nicht als Meckerer und Nörgler dastehen und kreuzen allzu schnell „bin zufrieden“ an, andere ziehen vom Leder und machen alles mies. Durch die Formulierung „Fahren Sie in Zukunft wieder hierher?“ – und das in den bekannten Abstufungen mit sechs Ankreuzmöglichkeiten – sticht zumindest die Frage nach der Zufriedenheit nicht direkt ins Auge. So sollen die Passanten zu ehrlicheren Antworten verleitet werden.

Diese sechs Kästchen des semantischen Differenzials wurden beschriftet mit „immer wieder“ (6) bis zu „nie wieder hin“ (1). Allerdings kann bei dieser Fragestellung ein Grund für „nie wieder hin“ darin liegen, dass zum Beispiel die Entfernung zu den jeweiligen Weihnachtsmärkten zu weit ist. Selbst dieser Aspekt ist mit der Zufriedenheit gekoppelt; es lohnt sich eben nicht, so weit zu fahren.

Leider ist es hier nicht möglich, die Gründe für eventuelle Unzufriedenheitsäußerungen zu erkunden.<sup>16</sup> Die Erkenntnisse aus den letzten Kapiteln mit den Werten über die einzelnen Attribute liefern aber sicherlich den einen oder anderen Hinweis.

Die Frage nach dem Zusammenhang dieser Zufriedenheitsfrage mit den einzelnen Wertepaaren der vorangegangenen Kapitel ist sicherlich besonders interessant. Die höchste Korrelation besteht zum ersten Wertepaar „aufregend – langweilig“, was durchaus überraschen mag, da sich das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ richtiggehend aufdrängt, es kommt aber nur an zweiter Stelle (Tabelle 15). Den kleinsten Zusammenhang mit der Zufriedenheit hat ganz offensichtlich das Preisempfinden. Man geht also doch wieder zu einem Weihnachtsmarkt,

---

<sup>16</sup> Dagegen sprach die Zielsetzung, alle Fragen auf eine DIN A4-Seite zu bekommen, um so die Verweigererquote in Grenzen zu halten. Darüber hinaus hat ein solch einseitiger Fragebogen enorme Vorteile in der Handhabung.

<i>Antworten auf die Frage 12</i> <i>Wertepaare:</i>	<b>Korrelationskoeffizient</b>	<b>Anzahl der Paarungen</b>	<b>p &lt;</b>
<b>aufregend – langweilig</b>	<b>0,39238</b>	<b>27398</b>	<b>0,001</b>
<b>gemütlich – hektisch</b>	<b>0,29232</b>	<b>27388</b>	<b>0,001</b>
<b>weihnachtlich – kommerziell</b>	<b>0,32459</b>	<b>27389</b>	<b>0,001</b>
<b>günstig – teuer</b>	<b>0,15369</b>	<b>27288</b>	<b>0,001</b>
<b>zuvorkommende Mitarbeiter – unfreundliche</b>	<b>0,28417</b>	<b>27330</b>	<b>0,001</b>
<b>Angebote sind der Altersgruppe entsprechend – absolut nicht</b>	<b>0,27223</b>	<b>27329</b>	<b>0,001</b>

Tabelle 15:  
Die zweiseitigen Korrelationskoeffizienten nach Pearson zum Wertepaar „immer wieder hin – nie mehr hin“

auch wenn man die Preise dort als recht hoch empfindet – oder, was ja auch sein kann, man geht nicht wieder dahin, selbst wenn es preisgünstig ist. Letzteres dürfte wohl eher einleuchten und den niedrigen Korrelationskoeffizienten verständlich machen.

Erwähnenswert ist sicherlich, dass der Durchschnittswert für die Zufriedenheit aus dem gesamten Befragungsgebiet mit 4,5694 recht hoch liegt – an zweiter Stelle hinter der Bewertung der Freundlichkeit.<sup>17</sup> Dabei darf nicht vergessen werden, dass jeder gefragt war, für die Bewertung seine bevorzugten Weihnachtsmärkte zu nennen – zu denen man dann hoffentlich auch immer wieder hin möchte. Aber auch die anderen Wertepaare basieren ja auf gleichermaßen ausgewählten Weihnachtsmärkten.

<sup>17</sup> siehe Tabelle 11 auf Seite 131

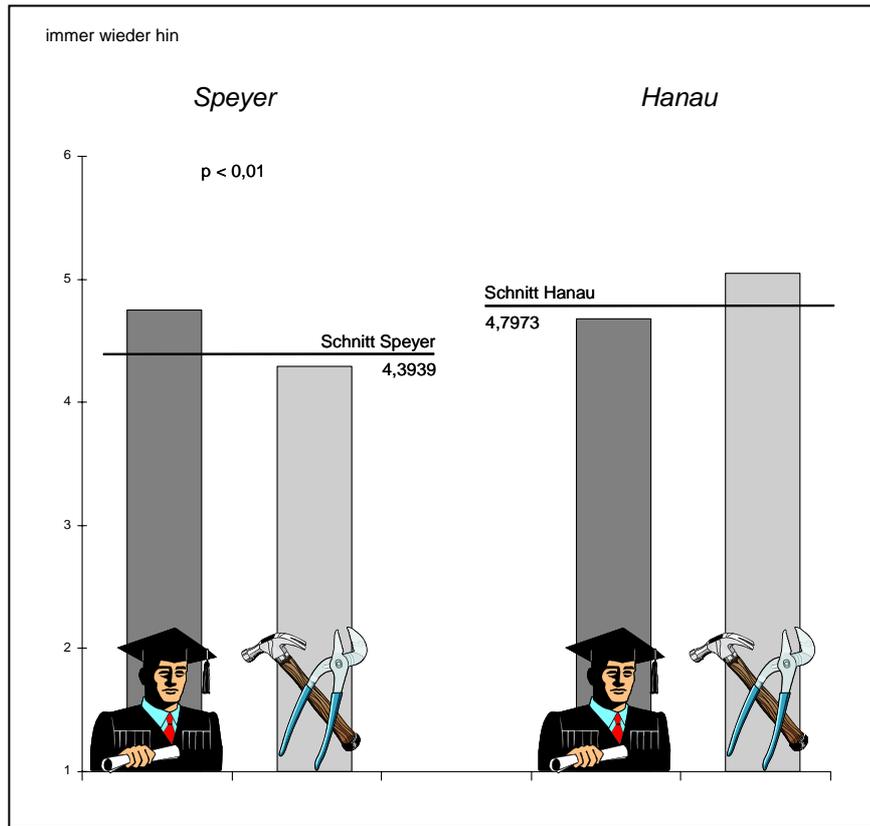


Abbildung 15: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Speyer und Hanau

Bewertungen in Sachen Zufriedenheit aufweisen,<sup>18</sup> in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes liegen mehr Weihnachtsmärkte vorn, bei denen die Mieter die Zufriedeneren sind (Tabellen 429 bis 432).

Tabelle 16: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Koblenzer Weihnachtsmarkt

Antworten auf die Frage zur Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten	Bewertung*	Anzahl der Antworten	Standardabweichung
<b>zur Miete</b>	<b>4,8788</b>	<b>33</b>	<b>1,244</b>
<b>Wohneigentum</b>	<b>4,2692</b>	<b>26</b>	<b>1,485</b>
*) 1 = nie mehr hin		6 = immer wieder hin	

<sup>18</sup> siehe Seite 698 (Fehler! Verweisquelle konnte nicht gefunden werden.)

---

## 6 Erkenntnisse über die Weihnachtsmärkte an den Befragungsorten

### 6.1.4 Ausbildung, Wohnart und Kaufkraft der Passanten

Wie aus den vorherigen Kapiteln bereits bekannt, wurde nicht nach den Einkommens- geschweige denn Vermögensverhältnisse gefragt, die ja eigentlich die Kaufkraft bestimmen, sondern nach der Ausbildung und der Wohnart.<sup>19</sup>

Im Gegensatz zu den vorangegangenen Kapiteln 6.1.1 bis 6.1.3 können nunmehr die Zahlen der für eine Bewertung ausgewählten Orte mit denen verglichen werden, an denen Befragungen stattfanden. Schließlich braucht nicht befürchtet zu werden, dass die Interviewer die Stichprobe nach diesen Kriterien beeinflusst haben könnten. Wer kann schon Ausbildung, Wohnart und Kaufkraft von weitem erkennen?

Abweichungen zwischen den bevorzugten Weihnachtsmärkten und den Befragungsorten sind zu erwarten, da die Christkindl- oder Weihnachtsmärkte je nach Ausbildung oder Wohnart unterschiedlich bevorzugt werden, wie aus den Auswertungen der einzelnen Wertepaare bereits bekannt ist.<sup>20</sup>

Zuerst wird die Ausbildung analysiert (Tabellen 470 bis 477). Da ein hoher Anteil an antwortenden Passanten mit einer beruflichen Ausbildung noch nicht bedeutet, dass der Akademikeranteil entsprechend niedrig ist,<sup>21</sup> werden wenigstens die zehn Weihnachtsmärkte mit den entsprechenden Gegenwerten dargestellt.

---

<sup>19</sup> siehe hierzu vor allem Seiten 99 ff.

<sup>20</sup> siehe Abschnitte 4 und 5 dieses Berichts (Seiten 129 ff.)

<sup>21</sup> Schließlich gibt es noch die Antwortmöglichkeit „sonstige Ausbildung“.

### 6.3 Einzugsgebiete

In den folgenden Grafiken sind die Einzugsgebiete der einzelnen Weihnachtsmärkte dargestellt. Der jeweils in der Kreismitte angegebene Prozentwert gibt an, wie viele der dort angetroffenen Personen von außerhalb, also nicht aus der jeweiligen Stadt kamen.

Die anderen Werte teilen die auswärtigen Besucher nach deren Herkunftsregionen bzw. -städten auf. Die Addition dieser Werte ergibt jeweils nicht immer 100%, da einzelne Personen, die zu weit entfernt wohnten, nicht berücksichtigt wurden.

Zur Ermittlung der Herkunftsregionen wurden ausschließlich die Postleitzahlen der befragten Passanten herangezogen – genauer, die ersten drei Ziffern.<sup>22</sup> Die nachfolgenden Auswertungen können aber nicht so fein ausgestaltet werden, dass stets jedes einzelne dieser Postleitgebiete Berücksichtigung findet. Zusammenfassungen sind erforderlich, allein schon, um die vielen Einzelangaben komprimieren zu können.

Ein nicht unwichtiges Indiz für die Attraktivität eines Weihnachtsmarktes ist sicherlich der Auswärtigenanteil (Tabelle 495). Dabei darf nicht verkannt werden, dass das Hinterland der einzelnen Befragungsorte sehr unterschiedlich ist. Es braucht nicht erwähnt zu werden, dass vor allem Bochum zwischen anderen Großstädten eingekeilt ist und dass zum Einzugsgebiet dieser Stadt auch noch Hattingen gehört, das selbst einen weit über die Stadtgrenzen hinaus bekannten Weihnachtsmarkt hat. Andererseits wird das CentrO in Oberhausen bekannter Weise von weit her angefahren. Aus dem damit verbundenen hohen Auswärtigenanteil auf die Attraktivität des Weihnachtsmarktes schließen zu wollen, wäre sicherlich genauso abwegig, als

---

<sup>22</sup> Zuweilen wurde auch die vierte Ziffer einbezogen, vor allem dann, wenn dies bei den Nachbarkommunen der Weihnachtsmärkte sinnvoll erschien.

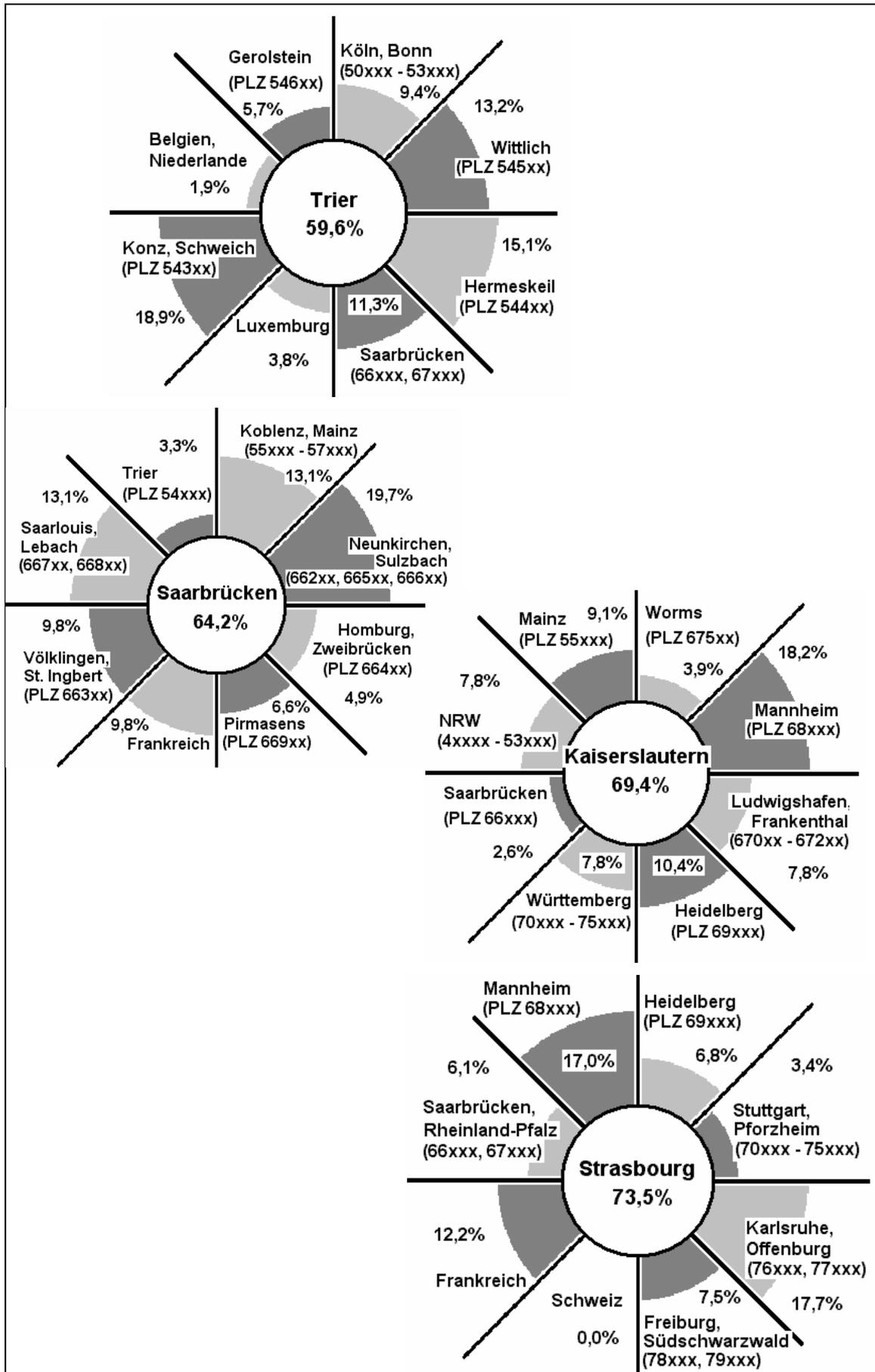


Abbildung 16: Einzugsgebiete der linksrheinischen Weihnachtsmärkte

Auf welchen weihnachtlichen Markt gehen Nürnberger? Nein, die Nachbarn kommen jetzt dazu. Wo traf man Personen mit den Postleitzahlen 90xxx und 91xxx – wenn die schon kaum nach Nürnberg auf ihren Christkindlesmarkt gehen? Sie waren in erster Linie bei den Reiterles an der Tauber zu finden – zumindest wie es den Anschein hat (Tabelle 17).

<i>Nürnberger und deren Nachbarn auf anderen Weihnachtsmärkten</i>	<b>Anzahl der Interviews</b>	<b>Prozent</b>
<b>Rothenburg o.d. Tauber</b>	<b>12</b>	<b>19,4%</b>
<b>Frankfurt am Main</b>	<b>5</b>	<b>8,1%</b>
<b>Salzburg</b>	<b>5</b>	<b>8,1%</b>
<b>München</b>	<b>4</b>	<b>6,5%</b>
<b>Weimar</b>	<b>3</b>	<b>4,8%</b>
<b>Bozen</b>	<b>3</b>	<b>4,8%</b>
<b>Bamberg</b>	<b>3</b>	<b>4,8%</b>
<b>Berlin</b>	<b>3</b>	<b>4,8%</b>
<b>alle Orte</b>	<b>62</b>	<b>100%</b>

Tabelle 17:  
Nürnberger und deren Nachbarn, die auf anderen Christkindlmärkten befragt wurden

---

## 6.4 Aufbau und Struktur der Weihnachtsmärkte

Wie aus den vorangegangenen Kapiteln recht deutlich wurde, liegen geradezu „Welten“ zwischen den einzelnen Weihnachts- oder Christkindlmärkten – ganz zu schweigen von den Bemühungen einzelner Veranstalter, etwas Besonderes bieten zu wollen. So gibt es nicht nur Adventsmärkte und Kulturdörfer, Weihnachtswälder oder einen Reiterlesmarkt,<sup>23</sup> es gibt Märkte, die kaum von einer normalen Kirmes zu unterscheiden sind, andere, die Jahrmarkt-Charakter haben oder wahrscheinlich besser mit einem Trödelmarkt verglichen werden können.

Es gibt eine Unmenge von privaten oder teil-privaten Veranstaltungen, von Clubs und Vereinen durchgeführte, von Kirchen oder sozialen Trägern organisierte, nur wenige Tage oder länger noch als die Vorweihnachtszeit dauernde, also schon lange vor dem ersten Advent beginnend. Andere gehen bis Sylvester oder sogar bis zum Drei-Königs-Fest.

Aber noch unterschiedlicher sind die einzelnen Weihnachtsmärkte von ihrem Aufbau, von ihrer Struktur her. Nicht jede Kommune hat einen majestätischen Dom oder ein prächtiges Schloss, ein architektonisch stimmungsvolles Rathaus, eine historisch geprägte Innen- oder Altstadt, die allesamt unterschiedlich eindrucksvolle Kulissen für den Weihnachtsmarkt bilden.

Mit und ohne solche Kulissen, man kann jede Menge Fehler beim Aufbau eines Weihnachtsmarktes machen. Keiner sagt, dass er Gedränge will, genauso wenig, wie man im Supermarkt an der Kasse Schlange stehen möchte. Niemand möchte im Restaurant auf einen Tisch warten müssen. Aber wehe, wenn im Supermarkt niemand an der Kasse steht, wenn nichts los ist, wenn im Restaurant nur ein Tisch belegt ist. Das alles sind entscheidende Qualitätsparameter in der Wahrnehmung der Kunden. Braucht ein Weihnachtsmarkt Gedränge? Wenn ja, wie viel? Muss ich auf Kinderwagen schiebende Mütter Rücksicht nehmen?

---

<sup>23</sup> Auf Christkindles-, Christkindels- oder Christkindchenmärkte soll gar nicht erst eingegangen werden.

Wie sieht es mit den Geschäften aus, die ständig Angst haben, durch den Weihnachtsmarkt abgedrängt zu werden? Wer möchte schon vor seinem Schaufenster die Rückseite einer Bude haben? Wie wichtig ist es, geschlossene Gassen zu haben, also Buden und Stände an beiden Seiten des Hauptgehwegs? Was machen dann die Läden und gastronomischen Betriebe dahinter?

Somit stellt sich die Frage, ob und wenn ja, welche Auswirkungen die Struktur, der Aufbau, die Lage eines Weihnachtsmarktes auf das Empfinden der Besucher hat. Wie stark wird eventuell die Geldausgabe in den umliegenden Geschäften beeinträchtigt?

Hierzu wurden 240 Struktur-Fragebögen ausgewertet, die von den Interviewern und anderen sachkundigen Besuchern der Weihnachtsmärkte<sup>24</sup> ausgefüllt wurden. Dabei wurden nur solche Weihnachts- oder Christkindlmärkte einbezogen, die persönlich von den Antwortenden besucht wurden. Diese Daten wurden in Relation zu den über 27.000 Meinungen der antwortenden Passanten über die einzelnen Weihnachtsmärkte gesetzt.

Korrelationskoeffizienten und das Signifikanzniveau ergeben dann Aufschluss darüber, ob zwischen den Kriterien Abhängigkeiten bestehen, die sich auf das Empfinden der Besucher auswirken.

Zuerst werden die sieben Kriterien analysiert, wo sich der jeweilige Markt befindet:

- <sub>1</sub> **auf einem Platz**
- <sub>3</sub> **in einer Straße mit Verkehr**
- <sub>2</sub> **in der Fußgängerzone**
- <sub>4</sub> **auch in Seitenstraßen und Hinterhöfen**
- <sub>5</sub> **um Kirche, Dom oder Rathaus**
- <sub>6</sub> **in der gesamten Innenstadt, bzw. Viertel**
- <sub>7</sub> **bei oder in einer Shopping Mall**

---

<sup>24</sup> neben den Interviewern und Teilnehmern des Marktforschungspraktikums in aller Regel Professoren und Assistenten des Fachbereichs Technische Betriebswirtschaft der Fachhochschule in Hagen

Bei den Ankreuzmöglichkeiten waren auch Mehrfachnennungen möglich.

Als nächstes wird der Frage nachgegangen, wie der Markt aufgebaut ist, wie eng die Gassen sind und somit, wie stark das Gedränge.

Die Antwortalternativen lauteten:

**Der Weihnachtsmarkt ist**

<b>kompakt, übersichtlich</b>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<b>hier was, da was; zerrupft eben</b>
<b>Buden sind einander zugewandt, beidseitig beim Durchgehen</b>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<b>Die Buden stehen fast immer nur an einer Seite, Geschäfte auf der anderen</b>
<b>in den Gassen stehen die Buden dicht an dicht</b>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<b>meist allein stehende Buden, Lücken dazwischen</b>
<b>in den Gassen ist es eng</b>	<input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	<b>gar keine Gassen da, zu breit</b>
	1 2 3 4 5 6	

Danach wurde nach Besonderheiten gefragt, ebenfalls mit mehrfacher Antwortmöglichkeit:

- <sub>1</sub> **Eisbahn (in Betrieb)**
- <sub>2</sub> **Bühne mit Programm**
- <sub>3</sub> **Life-Musik**
- <sub>4</sub> **attraktive Krippe (wo Leute davor stehen blieben)**

Ohne Vorgaben, also offen konnte auf diese Frage ebenfalls geantwortet werden.

Und zum Abschluss sollte noch die Größe des Weihnachts- oder Christkindlmarktes gemutmaßt werden:

**Geschätzte Anzahl an Buden oder Ständen:**

- <sub>1</sub> **unter 30**
- <sub>2</sub> **30 bis 60**
- <sub>3</sub> **60 bis 100**
- <sub>4</sub> **über 100 Buden und Betriebe**

Insgesamt liegen Strukturfragebögen über 133 besuchte Weihnachts- oder Christkindlmärkte vor. Da es aber 240

Fragebogen sind, liegen also über mehrere Märkte mehr als nur eine Beurteilung vor. In aller Regel stimmten die Beschreibungen dieser Weihnachtsmärkte überein, wenn nicht wurde nachgefragt, bei Schätzungen wurde der Mittelwert gebildet.

Als erstes sollen nur die mengenmäßigen Verteilungen aufgelistet werden. Die meisten Weihnachtsmärkte waren auf einem Platz, über die Hälfte in einer Fußgängerzone, nicht wenige um ein markantes Gebäude herum platziert (Tabelle 18).

<i>Lage der Weihnachtsmärkte</i>	<b>Anzahl der Weihnachtsmärkte</b>	<b>Prozent</b>
<b>auf einem Platz</b>	<b>82</b>	<b>61,7%</b>
<b>in der Fußgängerzone</b>	<b>72</b>	<b>54,1%</b>
<b>in einer Straße mit Verkehr</b>	<b>7</b>	<b>5,3%</b>
<b>in Seitenstraßen, Hinterhöfen</b>	<b>13</b>	<b>9,8%</b>
<b>um Kirche, Dom oder Rathaus</b>	<b>56</b>	<b>42,1%</b>
<b>in der gesamten Innenstadt (Viertel)</b>	<b>26</b>	<b>19,5%</b>
<b>bei oder in einer Shopping Mall</b>	<b>15</b>	<b>11,3%</b>
<b>Total</b>	<b>133</b>	<b>100%</b>

Tabelle 18: Lage der beschriebenen Weihnachtsmärkte

Es muss hoffentlich nicht erwähnt werden, dass es hier Mehrfachnennungen gab. Da es nur sieben Märkte waren, die mit Straßenverkehr in Verbindung gebracht wurden, seien diese hier aufgelistet:

Berlin Alexanderplatz	Halle an der Saale
Cottbus	Karlsruhe
Darmstadt	Kiel
Düsseldorf Schadowstraße	

## 7 Ausgaben auf den Weihnachtsmärkten und in den umliegenden Geschäften

Bei dieser Fragestellung geht es nicht darum, einen exakten Betrag zu ermitteln, der auf dem Weihnachtsmarkt oder in den Geschäften der jeweiligen Städte wirklich ausgegeben wurde. Eine solche Tatsachenfeststellung verbietet sich ohnehin bei einer mündlichen Befragungsaktion, da das Antwortverhalten der Passanten in den Fußgängerzonen viel zu ungenau und sicherlich nicht zuverlässig genug ist. So manch einer haut bei so einer Frage, wie viel Geld er denn nun auf dem Weihnachtsmarkt gelassen hätte, auf den Putz, andere wiederum, die vielleicht gar kein Geld ausgegeben haben, verschweigen dies eventuell, was aber auch das Ergebnis verfälschen würde.<sup>25</sup>

Hinzu kommt, dass keineswegs nur Passanten befragt wurden, deren Einkäufe bereits beendet waren. Auch wenn die Interviewer bei den vorausgegangenen Schulungen dahingehend instruiert wurden, im Zweifel die Leute anzusprechen, die vom Weihnachtsmarkt kamen, nicht aber die, die noch hin wollen, so lässt sich dies nicht immer verwirklichen, da vor allem bei größeren Weihnachtsmärkten eine solche Differenzierung selten möglich ist.

Es lässt sich auch nur schwer feststellen, wie lange die jeweiligen antwortenden Passanten unterwegs waren, ob sie mehr in der Endphase des Besuchs oder am Anfang sind. Somit ist nicht zu vermeiden, dass bei denen, die mit dem Geldausgeben soeben oder noch gar nicht begonnen haben, eine weit größere Fehlerquote in der Antwort liegt, als bei denjenigen, die schon genau wissen oder wenigstens wissen könnten, wie viel Geld sie tatsächlich ausgegeben haben.

---

<sup>25</sup> siehe zum Antwortverhalten zum Beispiel:

Franzen, A. forschung1\_a\_fragebogenkonstruktion.pdf in <http://www.soz.unibe.ch> - Stand vom 24.3.2004

Berekoven, Ludwig; Marktforschung; 8. Auflage 1999; S. 102

Hammann, Peter; Marktforschung; 2. Auflage 1990; S. 78 oder

Böhler, Heymo; Marktforschung; 3. Auflage 2004; S. 87

Selbst wenn man das Ziel hätte, exakte Beträge zu ermitteln, die Ergebnisse wären dafür zu unzuverlässig. Dies ist auch ein Grund, warum bei den gestellten Fragen eine Beantwortung in Kategorien vorgesehen war. Denn so strukturierte Antwortvorgaben lassen sich besser beantworten und auswerten als eine Frage nach dem genauen Betrag.

Es wurden also nur Messbeträge angesteuert, die Vergleiche ermöglichen und die ein ungefähres Bild über die ausgegebenen Beträge erlauben. Daher kann man auch, um besser mit den Zahlen rechnen zu können, für jede Antwortgruppe einen Betrag annehmen, der die Größenordnung widerspiegeln soll.

Bei der Auswertung der beiden Fragen wurden die folgenden Beträge verwendet:<sup>26</sup>

(8) Wie viel Geld lassen Sie hier auf dem Weihnachtsmarkt?

	Messgröße
(1) weniger als 10,00 Euro	5,00 €
(2) 10 – 20,00 Euro	15,00 €
(3) 20 – 50,00 Euro	25,00 €
(4) mehr als 50,00 Euro	80,00 €

(9) ... und wie viel Geld in den umliegenden Geschäften?

(1) weniger als 20,00 Euro	10,00 €
(2) 20 – 50,00 Euro	25,00 €
(3) 50 – 200,00 Euro	100,00 €
(4) mehr als 200,00 Euro	300,00 €

Im Folgenden werden auch hier die einzelnen Regionen in Unterkapiteln betrachtet und analysiert.

<sup>26</sup> Diese Messgrößen wurden bereits auf Seite 877 eingesetzt.

Tabelle 19:  
Die Weihnachtsmärkte  
im gesamten Befra-  
gungsgebiet, in deren  
Umfeld das wenigste  
Geld ausgegeben wird

<i>„Wie viel Geld lassen Sie ...?“</i> <i>Euro</i>	<b>pro Kopf auf dem Weihnachts- markt</b>	<b>pro Kopf in den umliegende Geschäften</b>
<b>Michelstadt</b>	<b>27,50</b>	<b>24,78</b>
<b>Monschau</b>	<b>26,14</b>	<b>24,20</b>
<b>Mainz</b>	<b>16,67</b>	<b>24,12</b>
<b>Altötting</b>	<b>23,09</b>	<b>22,13</b>
<b>Ludwigshafen</b>	<b>11,54</b>	<b>21,54</b>
<b>Berlin – Spandau</b>	<b>17,74</b>	<b>21,13</b>
<b>Eisenach</b>	<b>11,20</b>	<b>19,30</b>
<b>Hattingen</b>	<b>23,30</b>	<b>19,12</b>
<b>Weimar</b>	<b>12,31</b>	<b>14,04</b>
<b>Berlin – Schloss Charlottenburg</b>	<b>15,50</b>	<b>13,26</b>

.....

<i>„Wie viel Geld lassen Sie ...?“</i> <i>Euro</i>	<b>pro Kopf auf den Weihnachts- märkten</b>	<b>pro Kopf in den um- liegenden Geschäften</b>	<b>Anzahl der Nennungen (Frage 8)</b>	<b>Anzahl der Nennungen (Frage 9)</b>
<b>zufrieden</b>	<b>19,79</b>	<b>51,78</b>	<b>7087</b>	<b>7059</b>
<b>unzufrieden</b>	<b>15,46</b>	<b>54,79</b>	<b>757</b>	<b>753</b>

Tabelle 20: Durchschnittliche Beträge, die je nach Zufriedenheit gelassen wurden

## 8 Profile der einzelnen Weihnachtsmärkte

In diesem Kapitel werden die Werte für die Weihnachtsmärkte getrennt betrachtet; es erfolgen keine Vergleiche mehr. Dies geschieht durchwegs in Tabellen und Grafiken. Auf eine erneute Kommentierung der Daten wird verzichtet.

Bei den Darstellungen der Profile werden nur die relevanten Bereiche abgebildet. Den Berechnungen der Mittelwerte werden alle Daten ungewichtet zugrunde gelegt. Das bedeutet, dass die Zahlen häufig genannter Märkte, wie die in Nürnberg oder Dresden, verstärkt berücksichtigt werden, dass aber auch (quasi als Ausgleich dazu) die Werte eines jeden einzelnen Weihnachts- oder Christkindlmarktes einfließen, selbst wenn diese nur wenige Male genannt wurden.

An dieser Stelle werden keineswegs alle Märkte, sondern nur die dargestellt, über die ausreichend Bewertungen vorliegen.<sup>27</sup> Dabei wurden die Weihnachts- bzw. Christkindlmärkte auf die bereits bekannten fünf Teilregionen des Befragungsgebietes aufgeteilt.

### **Die Profile im Norden des Untersuchungsgebietes:**

#### Metropolen:

- o Hamburg
- o Hannover
- o Bremen
- o Kiel

---

<sup>27</sup> Grundsätzlich werden keine Werte ausgewiesen, die nicht wenigstens auf zehn Fällen basieren. Oftmals wird diese Mindestzahl angehoben, wenn ansonsten die Tabelle zu umfangreich werden würde; dann ist dies entsprechend vermerkt.

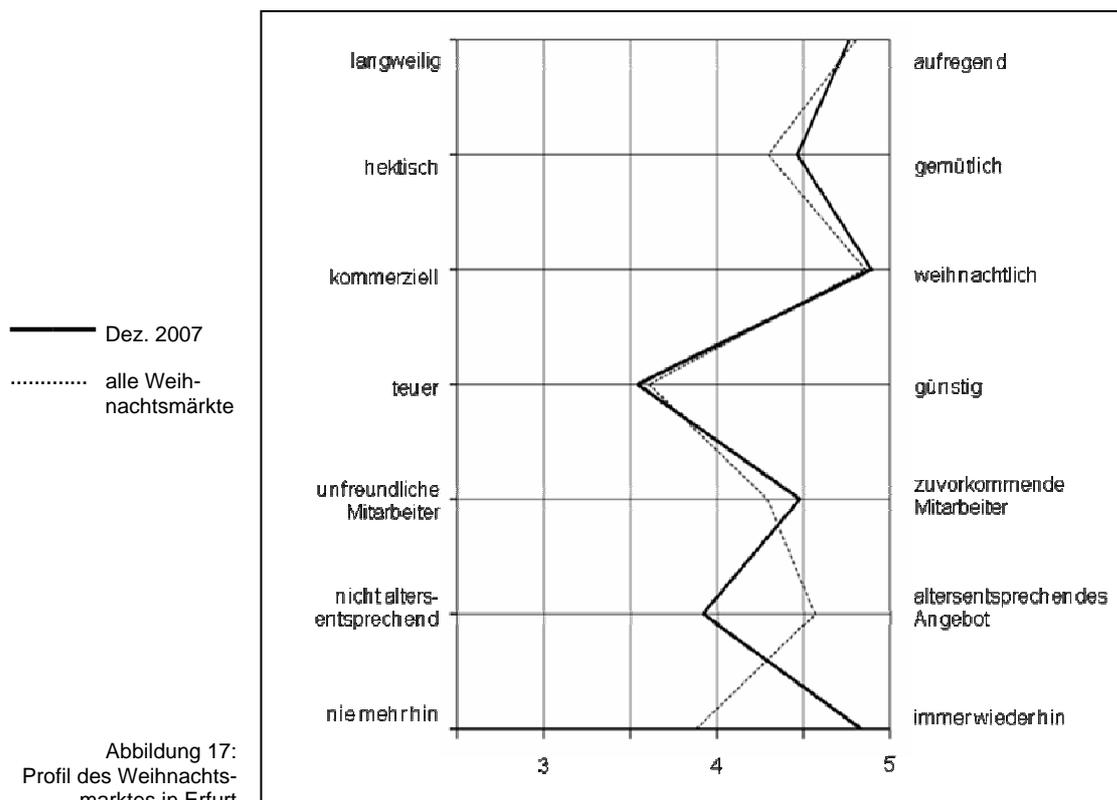


Abbildung 17:  
Profil des Weihnachtsmarktes in Erfurt

	Freitag	Samstag	total
<b>Verkehrsmittel:</b>			
eigenes Fahrzeug	64,9%	48,7%	54,6%
öffentlicher Verkehr	21,4%	30,1%	26,9%
Reisebus	9,2%	17,3%	14,3%
<b>Ausbildung:</b>			
akademisch	39,7%	29,6%	33,3%
beruflich	55,0%	50,0%	51,8%
sonstige	5,3%	20,4%	14,8%
<b>Wohnung:</b>			
zur Miete	46,6%	43,8%	44,8%
Eigentum	40,5%	34,1%	36,4%
sonstige	13,0%	22,1%	18,8%
<b>Alter:</b>			
unter 25 Jahre	16,5%	25,2%	22,0%
25 - 35 Jahre	14,3%	19,0%	17,3%
35 - 45 Jahre	30,1%	25,7%	27,3%
45 - 55 Jahre	22,6%	9,7%	14,5%
55 - 65 Jahre	9,0%	10,2%	9,7%
über 65 Jahre	7,5%	10,2%	9,2%
<b>Geschlecht:</b>			
weiblich	46,9%	45,1%	45,8%
männlich	53,1%	54,9%	54,2%

Tabelle 21:  
Daten über die Besucher  
des Weihnachtsmarktes  
in Erfurt

	n	aufregend	gemütlich	weihnachtlich	günstig	freundlich	altersgerecht
<b>Verkehrsmittel:</b>							
eigenes Fahrzeug	194	4,3969	4,0928	4,5309	3,5130	5,0155	4,3866
ÖPNV	96	4,9804	3,4314	4,2941	3,6200	4,8400	4,5882
Reisebus	51	3,7333	4,1333	4,4000	3,2667	4,6667	4,0667
<b>Ausbildung:</b>							
akademisch	119	4,3445	3,9916	4,2437	3,3782	4,9496	4,3277
beruflich	184	4,4457	4,0272	4,6230	3,5659	5,0604	4,4511
sonstige	53	4,5283	4,0189	4,5094	3,8868	4,6226	4,3962
<b>Wohnung:</b>							
zur Miete	159	4,3333	4,0000	4,5031	3,5732	5,0828	4,4214
Eigentum	130	4,5385	4,0231	4,4186	3,4462	4,9923	4,4692
sonstige	67	4,4179	4,0299	4,5373	3,7015	4,5970	4,2239
<b>Alter:</b>							
unter 25 Jahre	79	4,3924	3,9620	4,5190	3,7722	4,7468	4,3291
25 - 35 Jahre	62	4,3065	4,1129	4,3226	3,5645	5,0806	4,2742
35 - 45 Jahre	98	4,3980	4,2143	4,6020	3,6250	5,0938	4,4286
45 - 55 Jahre	51	4,1961	4,1961	4,7843	3,3137	4,9608	4,4510
55 - 65 Jahre	35	4,4000	4,1143	4,6176	3,4286	5,1714	4,7429
über 65 Jahre	33	5,1818	3,0303	3,7576	3,3030	4,6667	4,2727
<b>Geschlecht:</b>							
weiblich	163	4,3497	4,0675	4,6810	3,6522	5,0124	4,3865
männlich	192	4,4792	3,9583	4,3037	3,4688	4,9167	4,4063
<b>Begleitung:</b>							
mit Partner	157	4,4777	4,1274	4,5924	3,4615	5,0385	4,4013
allein	59	3,9492	3,9492	3,9655	3,4068	4,7797	4,3390
in Gruppe	142	4,5634	3,9296	4,5775	3,7163	4,9574	4,4225
mit Kindern	48	4,4710	3,9710	4,4531	3,5649	4,9318	4,4484
<b>Kaufkraft:</b>							
sehr hoch	67	4,4328	3,9552	4,1493	3,1194	4,8209	4,4030
eher hoch	106	4,5000	4,1226	4,5619	3,7925	5,1792	4,4623
eher niedrig	111	4,3423	3,9279	4,5946	3,4587	5,0459	4,3874
sehr niedrig	72	4,4306	4,0417	4,4861	3,7361	4,6250	4,3333
<b>Tag der Befragung:</b>							
Donnerstag	132	4,2045	4,2500	4,7273	3,3588	5,0229	4,2727
Freitag	226	4,5531	3,8850	4,3422	3,6667	4,9289	4,4735
Samstag	358	4,4246	4,0196	4,4846	3,5534	4,9635	4,3994
<b>Uhrzeit:</b>							
vor 15:00 Uhr	98	4,5204	3,9490	4,6735	3,3918	4,9794	4,5000
15:00 – 18:00 h	157	4,3376	4,1911	4,6026	3,5256	5,0321	4,3248
nach 18:00 Uhr	103	4,4660	3,8252	4,1262	3,7476	4,8447	4,4175
<b>Interviewort:</b>							
Gera	56	4,8750	4,2679	4,6607	3,3704	5,0185	4,6296
Eisenach	30	4,3667	3,3667	3,9000	2,7667	4,5000	4,3000
Weimar	26	5,5385	2,8846	3,8846	3,1923	4,8077	4,5000
Jena	20	5,1500	3,9000	5,1000	3,5500	5,1000	4,7500
<i>Werte, die nicht wenigstens auf 20 Meinungen basieren, werden nicht dargestellt.</i>							

Tabelle 22: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Erfurt je nach demografischen Parametern

---

## 9 Schlussbetrachtungen

Für viele Menschen beginnt Ende November die schönste Zeit des Jahres, nämlich die Advents- oder Vorweihnachtszeit. Entstanden aus christlicher Tradition mit Besinnlichkeit und innerer Einkehr hat sich diese Zeit seit den fünfziger Jahren des 20. Jahrhunderts, in denen der wirtschaftliche Aufschwung in Deutschland nach dem Ende des zweiten Weltkriegs mit den Wirtschaftswunderjahren begann, kontinuierlich zu einer Kommerzveranstaltung entwickelt.

Ende November öffnen in fast allen Städten und Gemeinden Deutschlands die Christkindl- oder Weihnachtsmärkte, auf denen an zahlreichen Buden und Marktständen weihnachtliche Accessoires und kleinere Geschenkartikel angeboten werden. Auch für das leibliche Wohl wird gesorgt, in Form von Glühwein, Gebäck, Bratwürsten und vielem anderen mehr.

Die Weihnachtsmärkte im deutschsprachigen Raum sind allerdings keine Erfindung oder Begleiterscheinung, die erst in den Wirtschaftswunderjahren der Nachkriegszeit entstanden sind. Der Beginn der Weihnachtsmärkte geht vielmehr schon auf das Jahr 1434 zurück. In Dresden hat seit dieser Zeit der so genannte Striezelmarkt stattgefunden, auf den die heutigen Weihnachtsmärkte zurückzuführen sind.<sup>28</sup>

Der Striezelmarkt von Dresden entstand aufgrund eines durch den sächsischen Kurfürsten Friedrich II bewilligten Privilegs aus diesem Jahr. Anfangs handelte es sich um einen eintägigen Fleischmarkt am Tage vor Heiligabend, der sich im weiteren Verlauf der Jahre ausweitete. Immer mehr Waren kamen dazu, die auf diesem Markt angeboten wurden. So konnte auch der Dresdner Striezel, ein Vorgänger des Dresdner Stollens, erworben werden, der diesem Markt seinen Namen gab.<sup>29</sup>

---

<sup>28</sup> vgl. [http://de.wikipedia.org/wiki/Dresdner\\_Striezelmarkt](http://de.wikipedia.org/wiki/Dresdner_Striezelmarkt), vom 5.1.2008 und <http://www.weihnachtsmarkt-deutschland.de/weihnachtsmarkt-dresden-geschichte.html>, vom 5.1.2008

<sup>29</sup> vgl. ebenda

Über die Jahre hinweg entwickelten sich die vorweihnachtlichen Märkte zu einem richtigen Konkurrenzgeschäft. Man organisiert Busreisen und betreibt Werbung bis in weit entfernte Regionen.

Touristikunternehmen werben in Großbritannien mit Besuchen auf deutschen Weihnachtsmärkten. In der Adventszeit sind Kurzreisen in Städte mit attraktiven Weihnachtsmärkten der Renner. Christkindlmärkte werden mehr und mehr auch im nicht deutschsprachigen Ausland angeboten, nicht nur in Paris, wie bereits dargelegt wurde,<sup>30</sup> auch in den USA und anderen außereuropäischen Regionen.

Die Stadt oder Gemeinde, die über einen attraktiven Weihnachtsmarkt verfügt, zieht mehr auswärtige Besucher an, als andere Kommunen und damit Kaufkraft.

Die Anzahl ausländischer Weihnachtsmarktbesucher ist dabei tendenziell steigend, ebenso wie die einheimischen Besucherzahlen auf attraktiven Märkten. Die Medien, vor allem das Internet ist voll von Berichten über Weihnachts- oder Christkindlmärkte. Dabei überbieten sich die Superlative. Jeder will den aufregendsten, den größten, den weihnachtlichsten Weihnachtsmarkt haben.

Es war deshalb nur folgerichtig, dass immer mehr an Bedeutung gewinnende Weihnachtsmarktgeschäft empirisch näher zu untersuchen.

Aber wer hätte vorher gedacht, was alles zum Thema Weihnachtsmarkt gehört? Wenn man einmal dieses umfangreiche Datenmaterial hat, dann wäre es ja ein Frevel, würde man es nicht entsprechend auswerten. Jeder, der den Bericht bis hierher gelesen hat, wird feststellen können, dass dieser einzigartig ist, einfach alles zu bieten hat, was es zu diesem Thema zu untersuchen und zu schreiben gibt.

Auch wenn man jedes Jahr seinen eigenen Weihnachts- oder Christkindlmarkt unter die Lupe nimmt, wenn man Jahr für Jahr Befragungen durchführt, dieses Projekt ist dadurch nicht zu ersetzen.

---

<sup>30</sup> siehe die jeweiligen Unterkapitel 3 in den Abschnitten 4 und 5 (z. B. Seiten 167 ff.)

Noch nie wurden die Weihnachtsmärkte im deutschsprachigen Raum auch nur annähernd intensiv und genau untersucht. Noch nie waren so umfangreiche und detaillierte Vergleiche möglich. Erst jetzt kann man Superlative seriös und fundiert gebrauchen.

Die vorliegenden Umfragen mit den vorgenommenen Einzelauswertungen können und sollen kein Patentrezept für die Gestaltung eines Weihnachtsmarktes; sie sind keine Marketinganleitung für Verantwortliche, wie ein attraktiver Weihnachtsmarkt besonders erfolgreich geplant und durchgeführt werden kann. Es sind deshalb in dieser Studie keine konkreten Vorschläge zur Verbesserung einzelner Weihnachtsmärkte geliefert worden.

Die aufgezeigten Ergebnisse können allerdings als Orientierungshilfe für Entscheidungsträger dienen, was gegebenenfalls strukturell an Änderungen auf ihrem Weihnachtsmarkt nötig ist, um ihn attraktiver zu gestalten. Aus den jeweiligen Einzeldarstellungen lassen sich Rückschlüsse auf Standorte ziehen, die nach Meinung der Befragten besonders attraktiv oder nicht ganz so vorteilhaft bewertet wurden.

Es ist davon abgesehen worden, an dieser Stelle die unter den unterschiedlichen Aspekten dargestellten Einzelergebnisse in einer Art Resümee wiederzugeben.

Wegen der Gefahr von Verallgemeinerungen und der daraus möglichen Verfälschungen der Ergebnisse wäre eine nur oberflächliche Zusammenfassung dem Gesamtanspruch des Themas nicht in ausreichendem Maße gerecht geworden.

Diejenigen Leserinnen und Leser der Studie, die in diesem Teil eine Zusammenfassung der Ergebnisse erwartet haben, mögen uns deren Fehlen nachsehen. Sie können sich aber anhand der Gliederung, der umfangreichen Abbildungs- sowie Tabellenverzeichnisse prägnant und zielgenau informieren.

---

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Die Abdeckung Deutschlands mit Befragungsorten .....	18
Abbildung 2: Fragebogen (deutsch) .....	24
Abbildung 3: Fragebogen (französisch).....	25
Abbildung 4: Fragebogen (italienisch) .....	26
Abbildung 5: Fragebogen für die Schweiz (mit Franken statt Euro) .....	27
Abbildung 6: Die Einteilung des Untersuchungsgebietes in fünf Regionen .....	30
Abbildung 7: Altersgruppen und Geschlecht der antwortenden Passanten im gesamten Gebiet .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Abbildung 8: Antwortende Personen nach Interviewort und -tag (nördlicher Teil des Untersuchungsgebietes)	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Abbildung 9: Antwortende Personen nach Interviewort und -tag (Nordrhein-Westfalen 1. Teil) .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Abbildung 10: Antwortende Personen nach Interviewort und -tag (Nordrhein-Westfalen 2. Teil) .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Abbildung 11: Antwortende Personen nach Interviewort und -tag (Mitte und Südwesten 1. Teil).....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Abbildung 12: Antwortende Personen nach Interviewort und -tag (Mitte und Südwesten 2. Teil).....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Abbildung 13: Antwortende Personen nach Interviewort und -tag (südlicher Teil des Untersuchungsgebietes)	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Abbildung 14: Antwortende Personen nach Interviewort und -tag (östlicher Teil des Untersuchungsgebietes)	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Abbildung 15: Die Weihnachtsmärkte, die im Norden am häufigsten genannt wurden (1. Teil).....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Abbildung 16: Die Weihnachtsmärkte, die im Norden am häufigsten genannt wurden (2. Teil).....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

- 
- Abbildung 17: Die Weihnachtsmärkte, die im Norden am häufigsten genannt wurden (3. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 18: Die Weihnachtsmärkte, die in Nordrhein-Westfalen am häufigsten genannt wurden (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 19: Die Häufigkeit der Nennungen der Weihnachtsmärkte in Köln und Düsseldorf ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 20: Die Weihnachtsmärkte, die in Nordrhein-Westfalen am häufigsten genannt wurden (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 21: Die Weihnachtsmärkte, die in Nordrhein-Westfalen am häufigsten genannt wurden (3. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 22: Die Weihnachtsmärkte, die in Nordrhein-Westfalen am häufigsten genannt wurden (4. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 23: Die Weihnachtsmärkte, die in Nordrhein-Westfalen am häufigsten genannt wurden (5. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 24: Die Weihnachtsmärkte, die im Südwesten und der Mitte des Untersuchungsgebietes am häufigsten genannt wurden (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 25: Die Weihnachtsmärkte, die im Südwesten und der Mitte des Untersuchungsgebietes am häufigsten genannt wurden (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 26: Die Weihnachtsmärkte, die im Südwesten und der Mitte des Untersuchungsgebietes am häufigsten genannt wurden (3. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 27: Die Weihnachtsmärkte, die im Südwesten und der Mitte des Untersuchungsgebietes am häufigsten genannt wurden (4. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 28: Die Christkindlmärkte, die im Süden am häufigsten genannt wurden (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 29: Die Häufigkeit der Nennungen der Christkindlmärkte in Wien und Salzburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 30: Die Christkindlmärkte, die im Süden am häufigsten genannt wurden (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 31: Die Christkindlmärkte, die im Süden am häufigsten genannt wurden (3. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 32: Die Weihnachtsmärkte, die im Osten am häufigsten genannt wurden (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 33: Die Häufigkeit der Nennungen der Weihnachtsmärkte in Berlin ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 34: Die Weihnachtsmärkte, die im Osten am häufigsten genannt wurden (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 35: Die Weihnachtsmärkte, die im Osten am häufigsten genannt wurden (3. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 36: Die Weihnachtsmärkte, die im gesamten Untersuchungsgebiet am häufigsten genannt wurden (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 37: Die Weihnachtsmärkte, die im gesamten Untersuchungsgebiet am häufigsten genannt wurden (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 38: Die Weihnachtsmärkte, die im gesamten Untersuchungsgebiet am häufigsten genannt wurden (3. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 39: Die Weihnachtsmärkte, die im gesamten Untersuchungsgebiet am häufigsten genannt wurden (4. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 40: Die Weihnachtsmärkte, die im gesamten Untersuchungsgebiet am häufigsten genannt wurden (5. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 41: Die vorwiegend von Kaufkraftstarken ausgewählten Weihnachtsmärkte..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 42: Die vorwiegend von Kaufkraftschwachen ausgewählten Weihnachtsmärkte..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 43: Die vorwiegend von Wohneigentümern ausgewählten Weihnachtsmärkte..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 44: Die vorwiegend von Mietern ausgewählten Weihnachtsmärkte ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 45: Die vorwiegend von Akademikern ausgewählten Weihnachtsmärkte ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 46: Die vorwiegend von beruflich Ausgebildeten ausgewählten Weihnachtsmärkte..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 47: Die vorwiegend von Personen ohne akademische oder berufliche Ausbildung ausgewählten Weihnachtsmärkte **Fehler! Textmarke nicht**

- 
- Abbildung 48: Die vorwiegend von Personen ohne akademische oder berufliche Ausbildung ausgewählten Weihnachtsmärkte (weniger als 50 Nennungen).. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 49: Die vorwiegend von Frauen ausgewählten Weihnachtsmärkte ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 50: Die vorwiegend von Frauen ausgewählten Weihnachtsmärkte (weniger als 50 Nennungen) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 51: Die vorwiegend von Männern ausgewählten Weihnachtsmärkte ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 52: Die vorwiegend von Personen unter 35 Jahren ausgewählten Weihnachtsmärkte.... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 53: Die vorwiegend von Personen über 45 Jahren ausgewählten Weihnachtsmärkte.... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 54: Die vorwiegend von Personen mit Kindern ausgewählten Weihnachtsmärkte..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 55: Die vorwiegend von Personen ohne Kinder ausgewählten Weihnachtsmärkte..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 56: Die vorwiegend von Paaren ausgewählten Weihnachtsmärkte ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 57: Die vorwiegend von Singles ausgewählten Weihnachtsmärkte ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 58: Die vorwiegend von Personen in Gruppen ausgewählten Weihnachtsmärkte..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 59: Weihnachtsmärkte mit einem hohen Anteil an Plakatwerbung (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 60: Weihnachtsmärkte mit einem hohen Anteil an Plakatwerbung (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 61: Weihnachtsmärkte mit einem hohen Anteil an Anzeigenwerbung (1. Teil)..... 123
- Abbildung 62: Weihnachtsmärkte mit einem hohen Anteil an Anzeigenwerbung (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 63: Weihnachtsmärkte mit einem hohen Anteil an Rundfunkwerbung (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 64: Weihnachtsmärkte mit einem hohen Anteil an Rundfunkwerbung (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 65: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 66: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 67: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Nordens..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 68: Vom benutzen Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Goslar und Braunschweig nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 69: Vom benutzen Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Aurich und Hamburg nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 70: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Goslar und Hannover nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 71: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Hamburger Weihnachtsmarktes beim Rathaus nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 72: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Osnabrücker Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 73: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Hannover und Aurich nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 74: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Oldenburg und Lübeck nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 75: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertung des Weihnachtsmarktes in Osnabrück nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 76: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen Nordrhein-Westfalens **Fehler! Textmarke nicht**
- Abbildung 77: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 78: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 79: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 80: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 81: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (3. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 82: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (4. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 83: Von der Herkunft abhängige Unterschiede **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 84: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dortmunder Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 85: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dortmunder Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 86: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Gelsenkirchener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 87: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Essener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 88: Von der Herkunft abhängige Unterschiede **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 89: Von der Herkunft abhängige Unterschiede **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 90: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Münster und Dortmund nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 91: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Moers und Soest nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 92: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Herne und Gelsenkirchen nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 93: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Moerser Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 94: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Herne und Essen nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 95: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Moers nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 96: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Siegen und Hagen nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 97: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte auf der Domplatte in Köln und in der Düsseldorfer Altstadt nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 98: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Dortmund und Duisburg nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 99: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen in der Mitte und im Südwesten..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 100: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 101: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 102: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (3. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 103: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (4. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 104: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 105: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 106: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Colmar und Marburg nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 107: Von der Begleitung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Mannheim nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 108: Von der Begleitung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Strasbourg und Frankfurt am Main nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 109: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Saarbrücken und Karlsruhe nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 110: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Basel und Strasbourg nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 111: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Marburg und Darmstadt nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 112: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Strasbourger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 113: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Frankfurt am Main nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 114: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Mainzer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 115: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Heidelberger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 116: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Freiburger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 117: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Trierer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 118: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Kaiserslauterner Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 119: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Mainz und Strasbourg nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 120: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Strasbourg und Frankfurt am Main nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 121: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Trier und Kaiserslautern nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 122: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Heilbronn und Bad Wimpfen nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 123: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Friedrichshafen und Freiburg im Breisgau nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 124: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Frankfurt am Main und Mannheim nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 125: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Zürich und Freiburg im Breisgau nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 126: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 127: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 128: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 129: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 130: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Südens ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 131: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Nürnberger Christkindlesmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 132: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Nürnberger Christkindlesmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 133: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Münchner Christkindlmarktes auf dem Marienplatz nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 134: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Münchner Christkindlmarktes auf dem Marienplatz nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 135: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Wiener Christkindlmarktes auf dem Rathausplatz nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 136: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Christkindlmarktes auf dem Domplatz in Salzburg nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 137: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Regensburger Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 138: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Reiterlesmarktes in Rothenburg ob der Tauber nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 139: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Salzburg (Schloss Hellbrunn) und Wien (Rathausplatz) nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 140: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in München (Marienplatz) und Regensburg nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 141: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Rothenburg ob der Tauber und in Regensburg nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 142: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in München und Nürnberg nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 143: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Christkindlmarktes in Innsbruck nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 144: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Landshut und Salzburg am Schloss Hellbrunn nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 145: Von der Begleitung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Nürnberg und auf dem Domplatz in Salzburg nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 146: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Christkindlmarktes auf dem Rathausplatz in Wien nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ und generell (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 147: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in München und auf dem Domplatz in Salzburg nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 148: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 149: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 150: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Ostens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 151: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Ostens ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 152: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Berlin-Charlottenburg und im Stallhof von Dresden nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 153: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Berlin an der Gedächtniskirche und in Dresden (Striezelmarkt) nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 154: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Berlin auf dem Alexanderplatz und in Erfurt nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 155: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Berlin auf dem Gendarmenmarkt und an der Gedächtniskirche nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 156: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Erfurt und des Striezelmarktes in Dresden nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 157: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Chemnitz und auf dem Gendarmenmarkt in Berlin nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 158: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Chemnitzer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 159: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes an der Gedächtniskirche in Berlin nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 160: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dresdner Striezelmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 161: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dresdner Striezelmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 162: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Leipzig und im Stallhof von Dresden nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 163: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte beim Schloss Charlottenburg und auf dem Gendarmenmarkt in Berlin nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 164: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Zwickau und an der Gedächtniskirche in Berlin nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 165: Von der Begleitung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Zwickau und an der Gedächtniskirche in Berlin nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 166: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Rostock und Schwerin nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 167: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 168: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 169: Das Wertepaar „aufregend – langweilig“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 170: Differenzen zwischen den Wertepaaren „aufregend – langweilig“ und „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 171: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 172: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 173: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Nordens ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 174: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Emden und Lüneburg nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 175: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Osnabrück und Lüneburg nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 176: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Celle und Aurich nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 177: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Hannover nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 178: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Kiel und Hannover nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 179: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Braunschweig und Goslar nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 180: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Oldenburg nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ und generell (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 181: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Hamburger Weihnachtsmarktes auf dem Rathausmarkt nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 182: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Lüneburger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 183: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Oldenburger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 184: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen Nordrhein-Westfalens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 185: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 186: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 187: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 188: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 189: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (3. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 190: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (4. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 191: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dortmunder Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 192: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dortmunder Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 193: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Bochumer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 194: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Aachener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 195: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Gelsenkirchener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 196: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Hagener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 197: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Bielefelder Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 198: Von der Art des benutzten Verkehrsmittels abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Dortmund und Essen nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 199: Von der Art des benutzten Verkehrsmittels abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Aachen und Münster nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 200: Von der Art des benutzten Verkehrsmittels abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Duisburg und Moers nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“..... 134

Abbildung 201: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Münster und Hamm nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 202: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Monschau und Minden nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 203: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Duisburg nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 204: Von der Begleitung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Duisburg und im CentrO Oberhausen nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 205: Von der Begleitung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Bonn und in der Schadowstraße von Düsseldorf nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 206: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in der Düsseldorfer Altstadt nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 207: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Gelsenkirchen und Neuss nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“**Fehler! Textmarke nicht def**

- 
- Abbildung 208: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Gelsenkirchen und Paderborn nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... 135
- Abbildung 209: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Hattinger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 210: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Duisburg und im CentrO Oberhausen nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 211: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Münster und auf dem Neumarkt in Köln nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 212: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen in der Mitte und im Südwesten..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 213: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 214: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 215: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (3. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 216: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (4. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 217: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 218: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 219: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Michelstadt und Ludwigs-  
hafen nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 220: Von der Begleitung abhängige Unterschiede bei den  
Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Frankfurt am  
Main und Heidelberg nach dem Wertepaar „gemütlich –  
hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 221: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Be-  
wertungen der Weihnachtsmärkte in Frankfurt am Main  
und Mainz nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 222: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Be-  
wertungen der Weihnachtsmärkte in Strasbourg und  
Ulm nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 223: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den  
Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Trier und  
Speyer nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 224: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den  
Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Hanau und  
Basel nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 225: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den  
Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Ulm und  
Karlsruhe nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... 135
- Abbildung 226: Von der Herkunft abhängige Bewertung des Weih-  
nachtsmarktes in Frankfurt am Main nach dem  
Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 227: Von der Herkunft abhängige Bewertung des Zürcher  
Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich –  
hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 228: Von der Herkunft abhängige Bewertung des Heidel-  
berger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar  
„gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 229: Von der Herkunft abhängige Bewertung des Weih-  
nachtsmarktes in Freiburg/Breisgau nach dem  
Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 230: Von der Herkunft abhängige Bewertung des Stras-  
bourger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar  
„gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 231: Von der Herkunft abhängige Bewertung des Darmstädter Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 232: Von der Herkunft abhängige Bewertung des Karlsruher Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 233: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Gießen und Freiburg/Breisgau nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 234: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 235: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 236: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 237: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 238: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Südens ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 239: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindmärkte in Salzburg auf dem Domplatz und in Regensburg nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 240: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Würzburger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 241: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindmärkte in München und Bozen nach dem Wertepaar „gemütlich-hektisch“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 242: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindmärkte in Bamberg und Altötting nach dem Wertepaar „gemütlich-hektisch“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 243: Von der Beleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in München und Aschaffenburg nach dem Wertepaar „gemütlich-hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 244: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Regensburg und Würzburg nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 245: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Rosenheim und Nürnberg nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 246: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Nürnberger Christkindlesmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert**

Abbildung 247: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Nürnberger Christkindlesmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert**

Abbildung 248: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Münchner Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 249: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Münchner Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 250: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Christkindlmarktes auf dem Rathausplatz in Wien nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht de**

Abbildung 251: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Wien (Rathausplatz) und Salzburg (Domplatz) nach dem Wertepaar „gemütlich-hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 252: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Landshut und Rothenburg ob der Tauber nach dem Wertepaar „gemütlich-hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 253: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 254: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht**

- 
- Abbildung 255: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Ostens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 256: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Ostens ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 257: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Zwickau und Freiberg nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht d**
- Abbildung 258: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Leipzig und Erfurt nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 259: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Zwickau und am Schloss Charlottenburg in Berlin nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 260: Von der Begleitung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte am Schloss Charlottenburg und an der Gedächtniskirche in Berlin nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 261: Von der Begleitung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte auf dem Alexanderplatz in Berlin und in Leipzig nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 262: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Rostock und Potsdam nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht d**
- Abbildung 263: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Jena und Wismar nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht de**
- Abbildung 264: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Rostock und Potsdam nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht d**
- Abbildung 265: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 266: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 267: Das Wertepaar „gemütlich – hektisch“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 268: Differenzen zwischen den Wertepaaren „aufregend – langweilig“ und „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 269: Differenzen zwischen den Wertepaaren „gemütlich – hektisch“ und „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 270: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 271: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 272: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Nordens ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 273: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Goslarer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ und generell (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 274: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Kieler Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ und generell (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 275: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Bremen und Hamburg nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 276: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Hamburger Weihnachtsmarktes auf dem Rathausmarkt nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 277: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Kieler Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 278: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Hannover und Kiel nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht de**

Abbildung 279: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Goslar und Oldenburg nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 280: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen Nordrhein-Westfalens..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 281: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 282: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 283: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 284: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 285: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (3. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 286: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (4. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 287: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Essen und Recklinghausen nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 288: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dortmunder Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 289: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dortmunder Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 290: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Bochumer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 291: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Essener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 292: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes im CentrO Oberhausen nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 293: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Aachener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 294: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Hagener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 295: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Dortmund und Bochum nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 296: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Bonn und Recklinghausen nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 297: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Bochum und auf dem Neumarkt in Köln nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 298: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Bad Salzuflen und Solingen nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 299: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Dortmund und Krefeld nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 300: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Hagener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 301: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Duisburg und Bonn nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 302: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Gelsenkirchen und Dortmund nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 303: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Aachen und auf dem Kölner Neumarkt nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 304: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen in der Mitte und im Südwesten ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 305: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 306: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 307: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (3. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 308: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (4. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 309: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 310: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 311: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Michelstadt und Erbach nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 312: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Mainz und Marburg nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht de**
- Abbildung 313: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Mannheim und Darmstadt nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 314: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Stuttgart und Feiburg nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 315: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Darmstadt und Feiburg nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht de**
- Abbildung 316: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Frankfurt am Main nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht de**
- Abbildung 317: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Mainzer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 318: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Heidelberger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definier**
- Abbildung 319: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Ulmer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 320: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Colmar und Ludwigshafen nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 321: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Strasbourg und Frankfurt am Main nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 322: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Speyer und Hanau nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 323: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Strasbourg und Zürich nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 324: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Speyer und Saarbrücken nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 325: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Wiesbaden und Mainz nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 326: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Mannheim und Frankfurt am Main nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 327: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Kassel und Zürich nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht de**
- Abbildung 328: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Colmar und Strasbourg nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 329: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 330: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 331: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 332: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 333: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Südens ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 334: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindmärkte in München und Nürnberg nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 335: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Nürnberger Christkindlesmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 336: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Nürnberger Christkindlesmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 337: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Münchner Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht defin**

Abbildung 338: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Münchner Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht defin**

Abbildung 339: Von den benutzten Verkehrsmitteln abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindmärkte in Passau und beim Salzburger Schloss Hellbrunn nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert**

Abbildung 340: Von den benutzten Verkehrsmitteln abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindmärkte in Bamberg und Rothenburg ob der Tauber nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 341: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Christkindlmarktes beim Wiener Schloss Schönbrunn nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ und generell (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 342: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Passau und Schweinfurt nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 343: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Salzburg (Domplatz) und Ingolstadt nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 344: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Altötting und Bozen nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 345: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Innsbrucker Christkindlmarkts nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 346: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Christkindlmärkte in Passau und Rothenburg ob der Tauber nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 347: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Christkindlmärkte in Nürnberg und auf dem Rathausplatz in Wien nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 348: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 349: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 350: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Ostens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 351: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Ostens ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 352: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Magdeburger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 353: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dresdner Striezelmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 354: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dresdner Striezelmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 355: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Gera und Erfurt nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht de**
- Abbildung 356: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Berlin-Spandau nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ und generell (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 357: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Dresden (Stallhof und Striezelmarkt) nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 358: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Stralsund und Weimar nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht**
- Abbildung 359: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Leipzig und Cottbus nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht**
- Abbildung 360: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte am Schloss Charlottenburg und auf dem Alexanderplatz in Berlin nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 361: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weimarer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ und generell (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 362: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Greifswald und

- 
- am Schloss Charlottenburg in Berlin nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... 136
- Abbildung 363: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Wismar und Rostock nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 364: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Leipzig und Dresden (Striezelmarkt) nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 365: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte auf dem Berliner Alexanderplatz und in Spandau nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... 136
- Abbildung 366: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Metropolen (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 367: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 368: Das Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ bei den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 369: Differenzen zwischen den Wertepaaren „preisgünstig – teuer“ und „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 370: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 371: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 372: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Nordens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 373: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Oldenburg und Bremerhaven **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 374: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Osnabrücker Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 375: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Goslarer Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 376: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Osnabrück und Emden**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 377: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Celler Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 378: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Kiel und Hannover**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 379: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Hamburg (Rathausmarkt) und Hannover.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 380: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Hamburger Weihnachtsmarktes beim Rathaus**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 381: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Lüneburger Weihnachtsmarktes .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 382: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Goslar und Lübeck**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 383: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen Nordrhein-Westfalens**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 384: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 385: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 386: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 387: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 388: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (3. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 389: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (4. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 390: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Dortmund und auf der Domplatte in Köln**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 391: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Schwerte und Moers.. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 392: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Recklinghäuser Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 393: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Moerser Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 394: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Münster und am Kölner Dom**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 395: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Minden und am Kölner Dom**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 396: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Hattingen und Witten**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 397: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Bonn und Herne..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 398: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Aachen und in der Düsseldorfer Altstadt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 399: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Recklinghausen und Münster ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 400: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Moers und Witten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 401: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Dortmunder Weihnachtsmarkt (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 402: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Dortmunder Weihnachtsmarkt (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 403: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Bochumer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 404: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Hattinger Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 405: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weihnachtsmarkt im CentrO Oberhausen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 406: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Münsteraner Weihnachtsmarkt (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 407: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Münsteraner Weihnachtsmarkt (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 408: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Aachener Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 409: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Münsteraner Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 410: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Bonn und auf dem Neumarkt in Köln **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 411: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen in der Mitte und im Südwesten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 412: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 413: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 414: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (3. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 415: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (4. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 416: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 417: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 418: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Kaiserslauterner Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 419: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weihnachtsmarkt in Frankfurt am Main ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 420: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weihnachtsmarkt in Freiburg/Breisgau ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 421: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Karlsruher Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 422: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Strassbourger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 423: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Zürcher Weihnachtsmarkt im Hauptbahnhof ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 424: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Mannheim und Ludwigshafen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 425: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Zürich und Colmar**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 426: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Kassel und Gießen .... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 427: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Hanau und Marburg..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 428: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Koblenz und Offenbach**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 429: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Ludwigshafen und Strasbourg**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 430: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Freiburg und Zürich**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 431: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Stuttgart und Mannheim**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 432: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Ludwigshafen und Gießen**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 433: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Stuttgart und Esslingen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 434: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Mannheim und Darmstadt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 435: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten Heidelberg und Mannheim **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 436: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Wiesbaden und Kassel **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 437: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Zürich und Ulm ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 438: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Strasbourg und Colmar **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 439: Das empfundene Preisniveau auf den Christkindlmärkten in den Metropolen des Südens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 440: Das empfundene Preisniveau auf den Christkindlmärkten in den Metropolen des Südens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 441: Das empfundene Preisniveau auf den Christkindlmärkten in den Oberzentren des Südens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 442: Das empfundene Preisniveau auf den Christkindlmärkten in den Oberzentren des Südens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 443: Das empfundene Preisniveau auf den Christkindlmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Südens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 444: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf dem Münchner Christkindlmarkt (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 445: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf dem Münchner Christkindlmarkt (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 446: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf dem Reiterlesmarkt in Rothenburg ob der Tauber .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 447: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf dem Christkindlmarkt am Salzburger Dom..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 448: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf dem Wiener Christkindlmarkt am Rathaus..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 449: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Christkindlmärkten am Rathaus in Wien und in Rothenburg ob der Tauber .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 450: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Christkindlmärkten am Rathaus in Wien und in Passau **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 451: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Christkindlmärkten am Rathaus in Wien und in Altötting **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 452: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Christkindlmärkten in München und Augsburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 453: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Christkindlmärkten in Passau und Würzburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 454: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Christkindlmärkten in München und am Wiener Rathaus **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 455: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Christkindlmärkten in München (Marienplatz) und auf dem Salzburger Domplatz ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 456: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Preisniveaus auf den Christkindlmärkten auf dem Rathausplatz und vor dem Schloss Schönbrunn in Wien ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 457: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Christkindlmärkten auf dem Rathausplatz in Wien und in Nürnberg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 458: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Christkindlmärkten in Landshut und Rothenburg ob der Tauber **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 459: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 460: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 461: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Ostens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 462: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Ostens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 463: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Jena und Wismar..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 464: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Annaberg-Buchholz und Erfurt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 465: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Weimar und an der Berliner Gedächtniskirche..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 466: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Hallenser Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 467: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Zwickau und an der Berliner Gedächtniskirche **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 468: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Greifswald und auf dem Berliner Gendarmenmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 469: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Berliner Weihnachtsmärkten in Spandau und auf dem Gendarmenmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 470: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Jena und Stralsund..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 471: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Schwerin und Magdeburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 472: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Gera und Leipzig ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 473: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 474: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 475: Das empfundene Preisniveau auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren (die beiden 8 Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 476: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 477: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 478: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Nordens..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 479: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Kieler Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 480: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Hamburg und in Lübeck **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 481: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Bremen und Hannover **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 482: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Braunschweiger Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 483: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Osnabrück und Aurich ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 484: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Hamburger Weihnachtsmarkt beim Rathaus **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 485: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Kieler Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 486: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Lübecker Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 487: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Hamburger Weihnachtsmarkt beim Rathaus und generell (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 488: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen Nordrhein-Westfalens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 489: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 490: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 491: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 492: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 493: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (3. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 494: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (4. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 495: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Hamm und Moers **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 496: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Duisburg und Hagen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 497: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten am Dom und auf dem Neumarkt in Köln ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 498: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Paderborner Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 499: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Münster und Dortmund **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 500: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Aachen und auf der Kölner Domplatte **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 501: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Bonner Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 502: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Hagener Weihnachtsmarkt .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 503: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Bonner Weihnachtsmarkt .... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 504: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt im CentrO Oberhausen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 505: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Hattingen und in Duisburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 506: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen in der Mitte und im Südwesten ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 507: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 508: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 509: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (3. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 510: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (4. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 511: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil) .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 512: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil) .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 513: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt in Frankfurt am Main **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 514: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Heidelberger Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 515: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Freiburger Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 516: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Strassbourger Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 517: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Kaiserslauterner Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 518: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Trierer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 519: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Kasseler Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 520: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Gießen und Colmar ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 521: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Strasbourg und Zürich **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 522: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Stuttgart und Frankfurt am Main **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 523: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Kaiserslautern und Trier **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 524: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Offenbacher Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 525: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Saarlouis und Trier **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 526: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Trier und Mannheim **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 527: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Gießen und Metz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 528: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Wiesbaden und Kassel **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 529: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Stuttgart und Freiburg im Breisgau ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 530: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 531: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 532: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 533: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 534: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Südens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 535: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Christkindlmärkten in Nürnberg und München **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 536: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Christkindlmärkten in Aschaffenburg und Ingolstadt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 537: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Christkindlmärkten in Würzburg und Nürnberg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 538: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt von Aschaffenburg und dem Christkindlesmarkt in Nürnberg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 539: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Christkindlmärkten in Landshut und Regensburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 540: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Würzburger Weihnachtsmarkt und generell (alle Christkindlmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 541: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Christkindlmärkten in Aschaffenburg und auf dem Wiener Rathausplatz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 542: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Christkindlmärkten in München (Marienplatz) und Salzburg (Domplatz)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 543: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Christkindlmärkten in Rothenburg ob der Tauber und Würzburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 544: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Christkindlmarkt am Salzburger Dom ..... 138
- Abbildung 545: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Christkindlmarkt am Wiener Rathaus **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 546: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Christkindlmarkt auf dem Münchner Marienplatz (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 547: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Christkindlmarkt auf dem Münchner Marienplatz (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 548: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 549: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 550: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Regensburger Christkindmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 551: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 552: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 553: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Ostens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 554: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Ostens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 555: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Leipzig und Dresden (Striezelmarkt) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 556: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Potsdam und Berlin-Spandau **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 557: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Wismar und Zwickau **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 558: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Stralsund und Zwickau **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 559: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Schwerin und Magdeburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 560: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Leipzig und Eisenach **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 561: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Rostock und am Berliner Opernpalais **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 562: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Dresden (Stallhof und Striezelmarkt)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 563: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt auf dem Berliner Gendarmenmarkt**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 564: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt auf dem Berliner Alexanderplatz**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 565: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt in Berlin-Spandau**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 566: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weimarer Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 567: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Leipzig und Berlin-Spandau.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 568: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Weimar und Jena**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 569: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Erfurt und Dresden (Striezelmarkt) .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 570: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Berliner Weihnachtsmärkten in Spandau und am Schloss Charlottenburg .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 571: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Potsdam und Greifswald**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 572: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Jena und Gera**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 573: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Dresdner Weihnachtsmärkten (Striezelmarkt und Stallhof) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 574: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Erfurt und am Schloss Charlottenburg in Berlin..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 575: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 576: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 577: Die Freundlichkeit der Mitarbeiter auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 578: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 579: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 580: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Nordens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 581: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Osnabrück und Celle ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 582: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Aurich und Celle **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 583: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Hannover und Kiel ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 584: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Aurich und Bremerhaven..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 585: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Auricher Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 586: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Braunschweig und Goslar **Fehler! Textmarke nicht o**

Abbildung 587: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Osnabrück und auf dem Rathausmarkt in Hamburg... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 588: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Hamburger Weihnachtsmarkt beim Rathaus.. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 589: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Kieler Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 590: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Oldenburg und Goslar ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 591: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Hildesheimer Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht defi**

Abbildung 592: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Kiel und Osnabrück ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 593: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen Nordrhein-Westfalens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 594: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 595: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 596: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht de**

Abbildung 597: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht de**

- 
- Abbildung 598: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (3. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 599: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (4. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 600: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Siegen und Neuss .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 601: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Herne und im CentrO Oberhausen**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 602: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Köln auf der Domplatte und im CentrO Oberhausen**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 603: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Soest und Wuppertal-Elberfeld**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 604: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Weihnachtsmarkt in der Düsseldorfer Schadowstraße und generell (alle Weihnachtsmärkte).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 605: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Rheda-Wiedenbrück und Soest**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 606: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Recklinghausen und Duisburg**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 607: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Essener Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 608: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Mülheim an der Ruhr und im CentrO Oberhausen .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 609: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Soest und Herne**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 610: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Weihnachtsmarkt im CentrO Oberhausen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 611: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Weihnachtsmarkt auf der Kölner Domplatte..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 612: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Hagener Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 613: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Hagen und Wuppertal-Elberfeld **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 614: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Soest und Hattingen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 615: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Monchau und Neuss..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 616: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Dortmund und auf dem Kölner Neumarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 617: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Hattingen und Moers ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 618: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Recklinghausen und Gelsenkirchen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 619: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen in der Mitte und im Südwesten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 620: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 621: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 622: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (3. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 623: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (4. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 624: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 625: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 626: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Mainzer Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 627: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Strasbourg und Basel ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 628: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Ulm und Ravensburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 629: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Kassel und Koblenz..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 630: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Ludwigshafen und Metz..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 631: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Kaiserslauterner Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 632: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Freiburg/Breisgau und Colmar**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 633: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Konstanz und Hanau ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 634: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Freiburg/Breisgau und Stuttgart**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 635: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Kassel und Aschaffenburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 636: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Kassel und Ulm **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 637: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Strasbourger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 638: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Zürcher Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 639: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Heidelberger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 640: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Weihnachtsmarkt in Frankfurt am Main ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 641: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Ulmer Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 642: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Kaiserslauterner Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 643: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Kassel und Paderborn ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 644: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Ulm und in Zürich am Hauptbahnhof **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 645: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Basler Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 646: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Trier und Stuttgart..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 647: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Gießener Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 648: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (1. Teil)...**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 649: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (2. Teil)...**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 650: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 651: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 652: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Südens**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 653: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Reiterlesmarkt in Rothenburg ob der Tauber.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 654: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt (1. Teil).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 655: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt (2. Teil).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 656: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Münchner Christkindlmarkt (1. Teil) .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 657: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Münchner Christkindlmarkt (2. Teil) .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 658: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Wiener Christkindlmarkt auf dem Rathausplatz.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 659: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Regensburger Christkindlmarkt ..... 139

- 
- Abbildung 660: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Christkindlmärkten in Regensburg und Rothenburg ob der Tauber..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 661: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Christkindlmärkten in Regensburg und Nürnberg..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 662: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Würzburg und Aschaffenburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 663: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Christkindlmärkten in Landshut und auf dem Wiener Spittelberg**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 664: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (1. Teil) ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 665: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (2. Teil) ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 666: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Ostens ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 667: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Ostens**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 668: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Weihnachtsmarkt auf dem Berliner Alexanderplatz**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 669: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Rostocker Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 670: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Dresdner Striezelmarkt (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 671: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Dresdner Striezelmarkt (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 672: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Chemnitzer Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 673: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Leipzig und Dresden (Striezelmarkt) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 674: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Berlin-Spandau und Rostock **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 675: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Halle an der Saale und Rostock **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 676: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Cottbus und Chemnitz ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 677: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Gera und am Berliner Opernpalais **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 678: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Dresdner Weihnachtsmärkten im Stallhof des Schlosses und auf dem Striezelmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 679: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Anna-berg-Buchholz und Eisenach **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 680: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Weihnachtsmärkten in Zwickau und in der Prager Straße von Dresden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 681: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Angebote auf den Berliner Weihnachtsmärkten am Schloss Charlottenburg und auf dem Potsdamer Platz ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 682: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 683: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 684: Das Angebot auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 685: Die Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht def**

Abbildung 686: Die Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in den Metropolen und Oberzentren des Nordens (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht def**

Abbildung 687: Die Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Nordens**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 688: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Emden und Celle**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 689: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Weihnachtsmarkt auf dem Hamburger Rathausmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 690: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Göttingen und Braunschweig**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 691: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Emdener Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 692: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Weihnachtsmarkt auf dem Hamburger Rathausmarkt**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 693: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Kieler Weihnachtsmarkt .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 694: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Oldenburger Weihnachtsmarkt.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 695: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Lüneburger Weihnachtsmarkt.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 696: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Goslar und Hannover. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 697: Die Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in den Metropolen Nordrhein-Westfalens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 698: Die Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 699: Die Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 700: Die Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 701: Die Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 702: Die Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (3. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 703: Die Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren Nordrhein-Westfalens (4. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 704: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Münsteraner Weihnachtsmarkt (1. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 705: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Münsteraner Weihnachtsmarkt (2. Teil)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 706: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Oberhausener Weihnachtsmarkt im CentrO..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 707: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Essener Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 708: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Bochumer Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 709: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Hattinger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 710: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Duisburger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 711: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Bielefelder Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 712: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Gelsenkirchener Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 713: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Bonn und Moers **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 714: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Herne und Hattingen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 715: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Moers und Monschau ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 716: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Düsseldorfer Weihnachtsmärkten in der Altstadt und in der Schadowstraße **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 717: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Moers und Olpe ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 718: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Hagen und Solingen .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 719: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Wuppertaler Weihnachtsmarkt in Elberfeld und generell (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 720: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Münster und Essen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 721: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Aachener Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 722: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Soest und Paderborn**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 723: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Rheda-Wiedenbrück und Monschau**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 724: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Weihnachtsmarkt auf dem Kölner Neumarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte) .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 725: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Essen und Dortmund .**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 726: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Gelsenkirchen und Witten**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 727: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen in der Mitte und im Südwesten**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 728: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 729: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 730: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (3. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 731: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren in der Mitte und im Südwesten (4. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 732: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (1. Teil) .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 733: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren in der Mitte und im Südwesten (2. Teil) .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 734: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Kassel und Frankfurt am Main **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 735: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Basel und Strasbourg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 736: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Speyer und Mannheim **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 737: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Michelstadter Weihnachtsmarkt und generell (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 738: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Wiesbaden und Mannheim **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 739: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Speyer und Deidesheim **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 740: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Mannheim und Kaiserslautern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 741: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Speyer und Hanau ..... 738

Abbildung 742: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Mainz und Heidelberg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 743: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Ludwigshafen und Ulm ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 744: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Stuttgart und Friedrichshafen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 745: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten Mainz und Kassel .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 746: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Ludwigshafen und Freiburg/Breisgau **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 747: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Kassel und Mainz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 748: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Kassel und Wiesbaden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 749: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Freiburger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 750: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Strasbourger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 751: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Karlsruher Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 752: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Kaiserslauterner Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 753: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Ulmer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 754: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Heidelberger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 755: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Darmstädter Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 756: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Frankfurter Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 757: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 758: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Südens (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 759: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 760: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Südens (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 761: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Südens**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 762: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Christkindlmärkten in Regensburg und auf dem Wiener Spittelberg**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 763: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Christkindlmärkten in München und Nürnberg**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 764: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Christkindlmärkten in Innsbruck und am Salzburger Dom**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 765: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit dem Christkindlesmarkt in Nürnberg und dem Reiterlesmarkt in Rothenburg ob der Tauber .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 766: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Nürnberger Christkindlesmarkt (1. Teil) .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 767: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Nürnberger Christkindlesmarkt (2. Teil) .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 768: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Regensburger Christkindlmarkt.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 769: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Münchner Christkindlmarkt (1. Teil).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 770: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Münchner Christkindlmarkt (2. Teil).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 771: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Christkindlmarkt am Salzburger Dom ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 772: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Wiener Christkindlmarkt auf dem Rathausplatz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 773: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Christkindlmärkten in München und am Salzburger Dom **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 774: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Christkindlmärkten in Landshut und Rothenburg ob der Tauber **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 775: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Würzburg und Aschaffenburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 776: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Christkindlmärkten in Ingolstadt und Lindau ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 777: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 778: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen des Ostens (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 779: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren des Ostens ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 780: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren des Ostens **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 781: Vom Alter abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Dresden (Striezelmarkt) und in Berlin-Spandau **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 782: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Eisenach und an der Berliner Gedächtniskirche **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 783: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Rostock und Magdeburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 784: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Berliner Weihnachtsmärkten am Schloss Charlottenburg und auf dem Potsdamer Platz ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 785: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Dresdner Weihnachtsmärkten im Schlosshof und in der Prager Straße **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 786: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Zwickau und Annaberg-Buchholz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 787: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Berliner Weihnachtsmärkten an der Gedächtniskirche und in Spandau ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 788: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Berliner Weihnachtsmärkten an der Gedächtniskirche und auf dem Alexanderplatz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 789: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten am Berliner Schloss Charlottenburg und in Potsdam... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 790: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Halle und Leipzig **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 791: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Weimar und Magdeburg **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 792: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Dresdner Striezelmarkt (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 793: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Dresdner Striezelmarkt (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 794: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Weihnachtsmarkt auf dem Berliner Alexanderplatz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 795: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Magdeburger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 796: Von der Herkunft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Schweriner Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 797: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Leipzig und Dresden (Striezelmarkt) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 798: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Gera und Weimar ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 799: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Berliner Weihnachtsmärkten in Spandau und an der Gedächtniskirche..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 800: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Metropolen (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 801: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Oberzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 802: Die Zufriedenheit auf den Weihnachtsmärkten in den Mittel- und Regionalzentren (die beiden acht Extrema des gesamten Befragungsgebietes) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 803: Einzugsgebiete der Weihnachtsmärkte im Norden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 804: Einzugsgebiete der linksrheinischen Weihnachtsmärkte **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 805: Einzugsgebiete der rechtsrheinischen Weihnachtsmärkte ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 806: Einzugsgebiete der Weihnachtsmärkte in Hessen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 807: Einzugsgebiete der linksrheinischen Weihnachtsmärkte..... 821
- Abbildung 808: Einzugsgebiete der Weihnachtsmärkte in Baden-Württemberg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 809: Einzugsgebiete der Weihnachtsmärkte in der Schweiz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 810: Einzugsgebiete der Christkindlmärkte im Süden **Fehler! Textmarke nicht definiert**

Abbildung 811: Einzugsgebiete der Weihnachtsmärkte in Berlin, Dresden und Erfurt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 812: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ in Abhängigkeit von der Lage.. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 813: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ in Abhängigkeit von der Lage.. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 814: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ in Abhängigkeit von der Lage **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 815: Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit von der Lage ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 816: Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit von der Lage ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 817: Unterschiede bei den Bewertungen des Angebots auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit von der Lage **Fehler! Textmarke nicht**

Abbildung 818: Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit von der Lage ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 819: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert**

Abbildung 820: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert**

Abbildung 821: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (1. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert**

Abbildung 822: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (2. Teil) **Fehler! Textmarke nicht definiert**

- 
- Abbildung 823: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 824: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 825: Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (1. Teil).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 826: Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (2. Teil).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 827: Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (1. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 828: Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (2. Teil)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 829: Unterschiede bei den Bewertungen des Angebots auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (1. Teil).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 830: Unterschiede bei den Bewertungen des Angebots auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (2. Teil).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 831: Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (1. Teil).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 832: Unterschiede bei den Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Aufbau der Buden (2. Teil).....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 833: Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten und nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ je nachdem, ob Programm auf der Bühne geboten wird .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 834: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach den Wertepaaren „aufregend – langweilig“ und „gemütlich – hektisch“ je nachdem, ob Life-Musik geboten wird..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 835: Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals und der Zufriedenheit je nachdem, ob Life-Musik geboten wird..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 836: Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf den Weihnachtsmärkten und nach den Wertepaaren „aufregend – langweilig“ je nachdem, ob eine Eisbahn auf den Weihnachtsmärkten ist ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 837: Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals und der Zufriedenheit je nachdem, ob Programm auf der Bühne geboten wird **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 838: Geldausgaben auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit von der Lage ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 839: Geldausgaben in den umliegenden Geschäften in Abhängigkeit von der Lage der Weihnachtsmärkte **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 840: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach den Wertepaaren „aufregend – langweilig“ und „gemütlich – hektisch“ je nach Anzahl der Buden und Stände ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 841: Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten und nach den Wertepaaren „weihnachtlich – kommerziell“ je nach Anzahl der Buden und Stände ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 842: Unterschiede bei den Bewertungen der Freundlichkeit des Personals und des Angebots auf den Weihnachtsmärkten je nach Anzahl der Buden und Stände **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 843: Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten je nach Anzahl der Buden und Stände ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 844: Unterschiede bei den Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach den Wertepaaren „aufregend – langweilig“ und „weihnachtlich – kommerziell“ je nach Wetter **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 845: Unterschiede bei den Bewertungen des Preisniveaus und der Freundlichkeit des Personals auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Wetter **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 846: Unterschiede bei den Bewertungen des Angebots auf und der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Wetter .... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 847: Durchschnittliche Beträge, die in den umliegenden Geschäften der einzelnen Städte im Osten ausgegeben werden..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 848: Durchschnittliche Beträge, die je nach Familienstand ausgegeben werden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 849: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei den Ausgaben auf den Weihnachtsmärkten und in den umliegenden Geschäften **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 850: Profil des Weihnachtsmarktes in Hamburg (Rathausmarkt) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 851: Profil des Weihnachtsmarktes in Bremen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 852: Profil des Weihnachtsmarktes in Hannover **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 853: Profil des Weihnachtsmarktes in Kiel **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 854: Profil des Weihnachtsmarktes in Lübeck **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 855: Profil des Weihnachtsmarktes in Oldenburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 856: Profil des Weihnachtsmarktes in Osnabrück **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 857: Profil des Weihnachtsmarktes in Braunschweig **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 858: Profil des Weihnachtsmarktes in Lüneburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 859: Profil des Weihnachtsmarktes in Hildesheim **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 860: Profil des Weihnachtsmarktes in Göttingen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 861: Profil des Weihnachtsmarktes in Bremerhaven **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 862: Profil des Weihnachtsmarktes in Wilhelmshaven **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 863: Profil des Weihnachtsmarktes in Bielefeld **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 864: Profil des Weihnachtsmarktes in Dortmund **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 865: Profil des Weihnachtsmarktes in Essen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 866: Profil des Weihnachtsmarktes in der Düsseldorfer Altstadt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 867: Profil des Weihnachtsmarktes in der Düsseldorfer Shadowstraße..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 868: Profil des Weihnachtsmarktes auf der Kölner Domplatte **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 869: Profil des Weihnachtsmarktes auf dem Kölner Neumarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 870: Profil des Weihnachtsmarktes in Köln auf dem Alten Markt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 871: Profil des Weihnachtsmarktes in Münster **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 872: Profil des Weihnachtsmarktes im CentrO Oberhausen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 873: Profil des Weihnachtsmarktes in Bochum **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 874: Profil des Weihnachtsmarktes in Duisburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 875: Profil des Weihnachtsmarktes in Aachen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 876: Profil des Weihnachtsmarktes in Bonn **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 877: Profil des Weihnachtsmarktes in Hagen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 878: Profil des Weihnachtsmarktes in Wuppertal **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 879: Profil des Weihnachtsmarktes in Paderborn **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 880: Profil des Weihnachtsmarktes in Siegen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 881: Profil des Weihnachtsmarktes in Gelsenkirchen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 882: Profil des Weihnachtsmarktes in Krefeld **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 883: Profil des Weihnachtsmarktes in Mülheim an der Ruhr **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 884: Profil des Weihnachtsmarktes in Mönchengladbach **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 885: Profil des Weihnachtsmarktes in Bottrop **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 886: Profil des Weihnachtsmarktes in Frankfurt am Main **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 887: Profil des Weihnachtsmarktes in Stuttgart **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 888: Profil des Weihnachtsmarktes in Strasbourg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 889: Profil des Weihnachtsmarktes in Zürich **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 890: Profil des Weihnachtsmarktes in Basel **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 891: Profil des Weihnachtsmarktes in Mainz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 892: Profil des Weihnachtsmarktes in Saarbrücken **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 893: Profil des Weihnachtsmarktes in Wiesbaden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 894: Profil des Weihnachtsmarktes in Mannheim **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 895: Profil des Weihnachtsmarktes in Heidelberg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 896: Profil des Weihnachtsmarktes in Freiburg/Breisgau **Fehler! Textmarke nicht def**
- Abbildung 897: Profil des Weihnachtsmarktes in Kassel **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 898: Profil des Weihnachtsmarktes in Ulm **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 899: Profil des Weihnachtsmarktes in Karlsruhe **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 900: Profil des Weihnachtsmarktes in Trier **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 901: Profil des Weihnachtsmarktes in Konstanz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 902: Profil des Weihnachtsmarktes in Darmstadt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 903: Profil des Weihnachtsmarktes in Ludwigshafen **Fehler! Textmarke nicht definie**
- Abbildung 904: Profil des Weihnachtsmarktes in Marburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 905: Profil des Weihnachtsmarktes in Hanau **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 906: Profil des Weihnachtsmarktes in Offenbach **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 907: Profil des Weihnachtsmarktes in Koblenz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 908: Profil des Weihnachtsmarktes in Gießen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 909: Profil des Weihnachtsmarktes in Friedrichshafen **Fehler! Textmarke nicht defini**
- Abbildung 910: Profil des Weihnachtsmarktes in Heilbronn **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 911: Profil des Christkindlmarktes in Salzburg auf dem Dom-  
platz ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 912: Profil des Christkindlmarktes in Salzburg (Schloss Hell-  
brunn) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Abbildung 913: Profil des Christkindlmarktes in Wien auf dem Rathausplatz..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 914: Profil des Christkindlmarktes in Wien (Mariahilfer Straße) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 915: Profil des Christkindlmarktes in Wien (Spittelberg)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 916: Profil des Christkindlmarktes in Wien (Schloss Schönbrunn) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 917: Profil des Christkindlmarktes in Wien (Maria-Theresia-Platz) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 918: Profil des Christkindlesmarktes in Nürnberg**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 919: Profil des Christkindlmarktes in München**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 920: Profil des Weihnachtsmarktes in Bozen**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 921: Profil des Christkindlmarktes in Regensburg**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 922: Profil des Weihnachtsmarktes in Würzburg**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 923: Profil des Christkindlmarktes in Augsburg**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 924: Profil des Christkindlmarktes in Passau**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 925: Profil des Weihnachtsmarktes in Aschaffenburg**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 926: Profil des Weihnachtsmarktes in Bamberg**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 927: Profil des Christkindlmarktes in Rosenheim**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 928: Profil des Christkindlmarktes in Landshut**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 929: Profil des Weihnachtsmarktes in Schweinfurt**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 930: Profil des Christkindlmarktes in Memmingen**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 931: Profil Christkindlmarktes in Innsbruck**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 932: Profil des Weihnachtsmarktes auf dem Berliner Alexanderplatz..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 933: Profil des Weihnachtsmarktes in Berlin-Spandau**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 934: Profil des Weihnachtsmarktes auf dem Berliner Gendarmenmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Abbildung 935: Profil des Weihnachtsmarktes in Berlin am Opernpalais**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Abbildung 936: Profil des Weihnachtsmarktes an der Berliner Gedächtniskirche ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 937: Profil des Weihnachtsmarktes auf dem Potsdamer Platz in Berlin ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 938: Profil des Dresdner Striezelmarktes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 939: Profil des Weihnachtsmarktes in der Prager Straße in Dresden..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 940: Profil des Weihnachtsmarktes in Leipzig **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 941: Profil des Weihnachtsmarktes in Erfurt..... 916

Abbildung 942: Profil des Weihnachtsmarktes in Magdeburg **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 943: Profil des Weihnachtsmarktes in Jena **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 944: Profil des Weihnachtsmarktes in Potsdam **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 945: Profil des Weihnachtsmarktes in Schwerin **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 946: Profil des Weihnachtsmarktes in Chemnitz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 947: Profil des Weihnachtsmarktes in Gera **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 948: Profil des Weihnachtsmarktes in Zwickau **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 949: Profil des Weihnachtsmarktes in Halle an der Saale **Fehler! Textmarke nicht de**

Abbildung 950: Profil des Weihnachtsmarktes in Greifswald **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 951: Profil des Weihnachtsmarktes in Stralsund **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Abbildung 952: Profil des Weihnachtsmarktes in Cottbus **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Unterschiede in den Meinungen einheimischer und auswärtiger Passanten zu einem Weihnachtsmarkt .....	13
Tabelle 2: Die Intervieworte in Deutschland mit Einwohnerzahlen .....	21
Tabelle 3: Die nichtdeutschen Intervieworte mit Einwohnerzahlen.....	21
Tabelle 4: Verteilung der Befragungsorte auf Deutschland nach Einwohnerzahl.....	22
Tabelle 5: Verteilung der Fragebogen auf die deutschen Bundesländer .....	23
Tabelle 6: Anteil der nichtdeutschen antwortenden Passanten .....	28
Tabelle 7: Anteile der Verweigerer in den einzelnen Regionen .....	32
Tabelle 8: Anteile der Verweigerer nach Altersgruppen und Geschlecht .....	32
Tabelle 9: Anteile der Verweigerer je nach Begleitung	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Tabelle 10: Geschlechterverhältnis der interviewten Personen verglichen mit der Bevölkerung.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Tabelle 11: Altersverteilung der interviewten Personen verglichen mit der Bevölkerung .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Tabelle 12: Antwortende Passanten auf den Weihnachtsmärkten in Köln und Düsseldorf .....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Tabelle 13: Antwortende Passanten auf den Christkindlmärkten in Wien	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Tabelle 14: Antwortende Passanten auf den Weihnachtsmärkten in Berlin und Dresden.....	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Tabelle 15: Anteil der Befragten nach Geschlecht	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Tabelle 16: Anteil der Befragten nach Alter ..	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Tabelle 17 Mittelwerte der Antworten auf Frage 3	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Tabelle 18: Die am häufigsten genannten Weihnachtsmärkte .....	55
Tabelle 19: Weihnachtsmärkte, die vor Hamburg genannt wurden	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>
Tabelle 20: Weihnachtsmärkte, die vor Bremen genannt wurden	<b>Fehler! Textmarke nicht definiert.</b>

- 
- Tabelle 21: Weitere in Nordrhein-Westfalen geannte Weihnachtsmärkte **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 22: Weihnachtsmärkte, die vor Mülheim an der Ruhr genannt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 23: Weihnachtsmärkte, die vor Dortmund genannt wurden (ohne Ruhrgebiet, Münster- und Sauerland) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 24: Weihnachtsmärkte, die vor Dortmund genannt wurden (Ruhrgebiet) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 25: Weihnachtsmärkte, die vor Dortmund genannt wurden (Münster- und Sauerland)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 26: Weihnachtsmärkte, die vor Essen genannt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 27: Weihnachtsmärkte, die vor Bochum genannt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 28: Weihnachtsmärkte, die vor Ulm genannt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 29: Weihnachtsmärkte, die vor Würzburg genannt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 30: Christkindlemärkte, die vor Bamberg genannt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 31: Weihnachtsmärkte, die vor Jena genannt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 32: Weihnachtsmärkte, die vor Gera genannt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 33: Weihnachtsmärkte, die vor Zwickau genannt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 34: Weihnachtsmärkte, die vor Chemnitz genannt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 35: Nennungen der übrigen Weihnachtsmärkte **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 36: Christkindlmärkte, die vor Nürnberg genannt wurden (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 37: Christkindlmärkte, die vor Nürnberg genannt wurden (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 38: Weihnachtsmärkte, die vor Dresden genannt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 39: Kaufkraftklassen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 40: Vergleich der Kaufkraftklassen mit den Untersuchungen der letzten 12 Jahre ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 41: Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes ..... 115

- 
- Tabelle 42: Sonstige Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 43: Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes je nach Wochentagen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 44: Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes je nach den Tageszeiten ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 45: Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes mit oder ohne Begleitung durch Kinder **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 46: Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes je nach Geschlecht..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 47: Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes je nach Alter ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 48: Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes je nach Begleitung..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 49: Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes an den Befragungsorten (1. Teil).... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 50: Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes an den Befragungsorten (2. Teil).... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 51: Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes an den Befragungsorten (3. Teil).... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 52: Gründe zum Besuch des jeweiligen Weihnachtsmarktes an den Befragungsorten (4. Teil).... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 53: Medien, die auf die Weihnachts- und Christkindlmärkte aufmerksam machten..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 54: Die Durchschnittswerte und Standardabweichungen aller Attribute ..... 131
- Tabelle 55: Die aufregendsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 56: Die langweiligsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 57: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ in Abhängigkeit vom benutzten Verkehrsmittel (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 58: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ in Abhängigkeit von der Ausbildung (alle Weihnachtsmärkte)... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 59: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ in Abhängigkeit von der Wohnart (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 60: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Lübecker Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ .... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 61: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Wilhelmshavener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 62: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ in Abhängigkeit vom Alter (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 63: Vom Tag des Interviews abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Auricher Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 64: Vom Tag des Interviews abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Emdener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 65: Die aufregendsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 66: Die langweiligsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 67: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Wuppertaler Weihnachtsmarktes in Elberfeld nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 68: Die Bewertungen der Weihnachtsmärkte in Abhängigkeit von der Kaufkraft (alle Weihnachtsmärkte)..... 134
- Tabelle 69: Die Bewertungen der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ in Abhängigkeit vom Wochentag (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 70: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Münsteraner Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- Tabelle 71: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Paderborner Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ . **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 72: Vom Wochentag Abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Bochumer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ .... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 73: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Mönchengladbacher Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 74: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Duisburger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ .... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 75: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Kölner Weihnachtsmarktes auf der Domplatte nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 76: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Bonner Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 77: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Düsseldorfer Weihnachtsmarktes in der Altstadt nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 78: Die aufregendsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 79: Die langweiligsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 80: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Wuppertal-Elberfeld nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 81: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Ludwigshafener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 82: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Stuttgarter Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ .... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 83: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Heidelberger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 84: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Freiburg im Breisgau nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 85: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Karlsruher Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ .... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 86: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Ulmer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 87: Die aufregendsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 88: Die langweiligsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 89: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Regensburger Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ . **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 90: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Reiterlesmarktes in Rothenburg ob der Tauber nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 91: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Landshuter Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ .... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 92: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Nürnberger Christkindlesmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ . **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 93: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Reiterlesmarktes in Rothenburg ob der Tauber nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 94: Die aufregendsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 95: Die langweiligsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 96: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Potsdamer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ .... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 97: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Erfurter Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 98: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dresdner Striezelmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 99: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Magdeburger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ . **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 100: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Berliner Weihnachtsmarktes an der Gedächtniskirche nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 101: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Annaberg-Buchholz nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 102: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Eisenacher Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 103: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Geraer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 104: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Berliner Weihnachtsmarktes auf dem Gendarmenmarkt nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 105: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Schweriner Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „aufregend – langweilig“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 106: Die aufregendsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 107: Die langweiligsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 108: Die gemütlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 109: Die hektischsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 110: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ in Abhängigkeit vom Familienstand (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 111: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Wilhelmshavener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 112: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ in Abhängigkeit von der Uhrzeit (alle Weihnachtsmärkte) ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 113: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Osnabrücker Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 114: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Hamburger Weihnachtsmarktes auf dem Rathausmarkt nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 115: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Oldenburger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 116: Die gemütlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 117: Die hektischsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 118: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ in Abhängigkeit vom Alter (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 119: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Gelsenkirchener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 120: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in der Düsseldorfer Altstadt nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 121: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes auf der Domplatte in Köln nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 122: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes auf dem Neumarkt in Köln nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 123: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Münsteraner Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 124: Von dem Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Duisburger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 125: Von dem Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Hattinger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 126: Die gemütlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 127: Die hektischsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 128: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Kasseler Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 129: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Mannheim nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 130: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Frankfurt am Main nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 131: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Hanauer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 132: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Ulmer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 133: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Basler Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 134: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Frankfurt am Main nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 135: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Heidelberger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 136: Die gemütlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 137: Die hektischsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 138: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Christkindlmarktes beim Dom zu Salzburg nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 139: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Regensburger Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 140: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Christkindlmarktes am Dom zu Salzburg nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 141: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Bamberger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 142: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Ingolstädter Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 143: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Nürnberger Christkindlesmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 144: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Christkindlmarktes auf dem Rathausplatz in Wien nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 145: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Nürnberger Christkindlesmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 146: Die gemütlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 147: Die hektischsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 148: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dresdner Striezelmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 149: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Chemnitzer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 150: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dresdner Striezelmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 151: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ in Abhängigkeit von der Wohnart (alle Weihnachtsmärkte) .... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 152: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Leipziger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 153: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Jenaer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „gemütlich – hektisch“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 154: Die gemütlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 155: Die hektischsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 156: Die weihnachtlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 157: Die kommerziellsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 158: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ in Abhängigkeit vom Alter (alle Weihnachtsmärkte) . **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 159: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Auricher Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 160: Von der Art des Verkehrsmittels abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Auricher Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 161: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ in Abhängigkeit von der Uhrzeit (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 162: Die weihnachtlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 163: Die kommerziellsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 164: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar weihnachtlich – kommerziell“ in Abhängigkeit von der Wohnart (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 165: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Neusser Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 166: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Bielefelder Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 167: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Bonner Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 168: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Bochumer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 169: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes auf dem Kölner Neumarkt nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 170: Vom Geschlecht abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Hagener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 171: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Bochumer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 172: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ in Abhängigkeit vom Familienstand (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 173: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ in Abhängigkeit vom Wochentag (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 174: Vom Tag des Interviews abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Münsteraner Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 175: Vom Tag des Interviews abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dortmunder Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 176: Vom Tag des Interviews abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Duisburger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 177: Vom Tag des Interviews abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in der Düsseldorfer Schadowstraße nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 178: Die weihnachtlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 179: Die kommerziellsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 180: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes in Freiburg/Breisgau nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 181: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Deidesheimer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 182: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Ludwigshafener Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 183: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Zürcher Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 184: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Colmarer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 185: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Strasbourger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 186: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Heilbronner Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 187: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Strasbourger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 188: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Zürcher Weihnachtsmarktes am Hauptbahnhof nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 189: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Kaiserslauterner Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 190: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Mannheimer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 191: Die weihnachtlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 192: Die kommerziellsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 193: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Reiterlesmarktes in Rothenburg ob der Tauber nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 194: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Münchner Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 195: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Nürnberger Christkindlesmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 196: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Christkindlesmarktes auf dem Wiener Rathausplatz nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 197: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Regensburger Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 198: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Landshuter Christkindlmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 199: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ in Abhängigkeit vom Familienstand (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 200: Die weihnachtlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 201: Die kommerziellsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 202: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Rostocker Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 203: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weihnachtsmarktes vor dem Schloss Charlottenburg in Berlin nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 204: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Dresdner Striezelmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ . **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 205: Die Bewertung der Weihnachtsmärkte nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ in Abhängigkeit vom Befragungstag (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 206: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Chemnitzer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 207: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Magdeburger Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 208: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Gothaer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 209: Vom Wochentag abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Weimarer Weihnachtsmarktes nach dem Wertepaar „weihnachtlich – kommerziell“ **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 210: Die weihnachtlichsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 211: Die kommerziellsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 212: Die preisgünstigsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 213: Die teuersten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 214: Die Bewertung des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit von der Wohnart (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 215: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Göttinger Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 216: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Hamelner Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 217: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Kieler Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 218: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Hamburger Weihnachtsmarkt beim Rathaus..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 219: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Bremer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 220: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Lübecker Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 221: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Goslarer Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 222: Die Bewertung des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit von der Uhrzeit (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 223: Die preisgünstigsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 224: Die teuersten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 225: Die Bewertung des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Alter (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 226: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Recklinghäuser**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 227: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Mönchengladbacher Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 228: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Soester Weihnachtsmarkt**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 229: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weihnachtsmarkt im CentrO Oberhausen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 230: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Gelsenkirchener Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 231: Die Bewertung des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit von der Art der benutzten Verkehrsmittel (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 232: Die Bewertung des Preisniveaus auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Tag der Befragung (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 233: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Bielefelder Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 234: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Dortmunder Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 235: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Münsteraner Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 236: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Aachener Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 237: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weihnachtsmarkt in Wuppertal-Elberfeld..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 238: Die teuersten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 239: Die preisgünstigsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 240: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Strasbourger Weihnachtsmarkt**Fehler! Textmarke nicht def**

Tabelle 241: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Zürcher Weihnachtsmarkt**Fehler! Textmarke nicht**

Tabelle 242: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Strasbourger Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 243: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Kaiserslauterner Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 244: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Trierer Weihnachtsmarkt**Fehler! Textmarke nicht**

Tabelle 245: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Wiesbadener Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 246: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weihnachtsmarkt in Frankfurt am Main ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 247: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Ulmer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 248: Die preisgünstigsten Christkindlmärkte mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 249: Die teuersten Christkindlmärkte mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 250: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Wiener Christkindlmarkt beim Rathaus ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 251: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Christkindlmarkt beim Salzburger Dom ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 252: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Wiener Christkindlmarkt beim Rathaus ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 253: Die teuersten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes ..... 137

Tabelle 254: Die preisgünstigsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 255: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weihnachtsmarkt im Stallhof Dresden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 256: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Erfurter Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 257: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weihnachtsmarkt in Annaberg-Buchholz ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 258: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weimarer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 259: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Magdeburger Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 260: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Leipziger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 261: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Geraer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 262: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weihnachtsmarkt in Annaberg-Buchholz..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 263: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weihnachtsmarkt in Berlin-Spandau ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 264: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Weihnachtsmarkt in Berlin auf dem Gendarmenmarkt**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 265: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Preisniveaus auf dem Erfurter Weihnachtsmarkt**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 266: Die preisgünstigsten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 267: Die teuersten Weihnachtsmärkte mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 268: Die Länder mit dem freundlichsten Personal auf den Weihnachtsmärkten..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 269: Die Länder und deutschen Postleitbereiche aus denen die besten Bewertungen kamen.... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 270: Die Weihnachtsmärkte mit dem zuvorkommendsten Personal mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes ..... 137
- Tabelle 271: Die Weihnachtsmärkte mit dem unfreundlichsten Personal mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 272: Die Bewertungen der Freundlichkeit des Personals in Abhängigkeit vom Interviewtag (alle Weihnachtsmärkte)**Fehler! Textmarke nicht def**

- 
- Tabelle 273: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Oldenburger Weihnachtsmarkt ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 274: Die Bewertungen der Freundlichkeit des Personals in Abhängigkeit von den benutzten Verkehrsmitteln (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 275: Die Bewertungen der Freundlichkeit des Personals in Abhängigkeit von der Wohnart (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 276: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Hamburger Weihnachtsmarkt beim Rathaus **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 277: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Braunschweiger ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 278: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Lübecker Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 279: Die Weihnachtsmärkte mit dem zuvorkommendsten Personal mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 280: Die Weihnachtsmärkte mit dem unfreundlichsten Personal mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 281: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Moerser Weihnachtsmarkt (mit Fallzahlen und Standardabweichungen) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 282: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Moerser Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 283: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt in Wuppertal-Elberfeld **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 284: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Soester Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 285: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt auf dem Kölner Neumarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 286: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt im CentrO Oberhausen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 287: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Bielefelder Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 288: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt in Wuppertal-Elberfeld **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 289: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt auf dem Kölner Neumarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 290: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt auf dem Kölner Neumarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 291: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Hattinger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 292: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Monschauer Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 293: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Bielefelder Weihnachtsmarkt... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 294: Die Weihnachtsmärkte mit dem unfreundlichsten Personal mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 295: Die Weihnachtsmärkte mit dem zuvorkommendsten Personal mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 296: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Ravensburger Weihnachtsmarkt.. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 297: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Zürcher Weihnachtsmarkt am Hauptbahnhof **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 298: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Stuttgarter Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 299: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Mannheimer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 300: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Colmarer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 301: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Stuttgarter Weihnachtsmarkt (mit Fallzahlen und Standardabweichungen) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 302: Von der Uhr abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Zürcher Weihnachtsmarkt am Hauptbahnhof **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 303: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Trierer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 304: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Ulmer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 305: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Strasbourger Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 306: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Colmarer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 307: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Stuttgarter Weihnachtsmarkt... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 308: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Karlsruher Weihnachtsmarkt ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 309: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Speyerer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 310: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Hanauer Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 311: Die Weihnachtsmärkte mit dem unfreundlichsten Personal mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 312: Die Weihnachtsmärkte mit dem zuvorkommendsten Personal mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 313: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Christkindlmarkt am Wiener Rathaus..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 314: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Regensburger Christkindlmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 315: Die Bewertungen der Freundlichkeit des Personals in Abhängigkeit vom Alter (alle Christkindlmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 316: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Christkindlmarkt in Regensburg..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 317: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 318: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Münchner Christkindlmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 319: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Christkindlmarkt in Wien auf dem Rathausplatz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 320: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Bamberger Weihnachtsmarkt.. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 321: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Würzburger Weihnachtsmarkt. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 322: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Christkindlmarkt am Salzburger Dom. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 323: Die Weihnachtsmärkte mit dem unfreundlichsten Personal mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 324: Die Weihnachtsmärkte mit dem zuvorkommendsten Personal mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 325: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Dresdner Striezelmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 326: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt in Halle an der Saale. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 327: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt auf dem Berliner Gendarmenmarkt. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 328: Vom Familienstand abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Schweriner Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 329: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Jenaer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 330: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weimarer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 331: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt in Berlin an der Gedächtniskirche. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 332: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Schweriner Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 333: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Geraer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 334: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Freundlichkeit des Personals auf dem Weihnachtsmarkt in Annaberg-Buchholz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 335: Die Weihnachtsmärkte mit dem unfreundlichsten Personal mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 336: Die Weihnachtsmärkte mit dem zuvorkommendsten Personal mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 337: Die Unterschiede zwischen Älteren und Jüngeren bei den Bewertungen der Angebote auf allen Weihnachtsmärkten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 338: Die Weihnachtsmärkte mit dem besten Angebot mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 339: Die Weihnachtsmärkte mit dem schlechtesten Angebot mit Standardabweichungen im Norden des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 340: Die Bewertungen des Angebots in Abhängigkeit vom Alter (alle Weihnachtsmärkte)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 341: Die Altersverteilung der Passanten, die Wilhelmshaven und Uelzen für eine Bewertung aussuchten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 342: Die Bewertungen des Angebots in Abhängigkeit von der Ausbildung (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 343: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Osnabrücker Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 344: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Göttinger Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 345: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Lübecker Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 346: Die Weihnachtsmärkte mit dem besten Angebot mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 347: Die Weihnachtsmärkte mit dem schlechtesten Angebot mit Standardabweichungen in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert**
- Tabelle 348: Die Bewertungen des Angebots in Abhängigkeit von der Wohnart (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 349: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Weihnachtsmarkt im Centro Oberhausen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 350: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Mönchengladbacher Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 351: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Soester Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert**
- Tabelle 352: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Mindener Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert**
- Tabelle 353: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Hattinger Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert**
- Tabelle 354: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Herner Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert**
- Tabelle 355: Die Bewertungen des Angebots in Abhängigkeit vom Familienstand (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 356: Von der Uhrzeit abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Paderborner Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 357: Die Bewertung des Angebots auf den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Wochentag (alle Weihnachtsmärkte) **Fehler! Textmarke nicht definiert**
- Tabelle 358: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Hattinger Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 359: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Essener Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 360: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Weihnachtsmarkt in der Düsseldorfer Schadowstraße .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 361: Die Weihnachtsmärkte mit dem besten Angebot mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 362: Die Weihnachtsmärkte mit dem schlechtesten Angebot mit Standardabweichungen in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 363: Die Altersverteilung der Passanten, die Offenbach und Kaiserslautern für eine Bewertung aussuchten**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 364: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Mainzer Weihnachtsmarkt (mit Standardabweichungen)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 365: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Zürcher Weihnachtsmarkt am Hauptbahnhof..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 366: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Kaiserslauterner Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 367: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Ulmer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 368: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Speyerer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 369: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Stuttgarter Weihnachtsmarkt**Fehler! Textmarke nicht**
- Tabelle 370: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Freiburger Weihnachtsmarkt**Fehler! Textmarke nicht**
- Tabelle 371: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Basler Weihnachtsmarkt**Fehler! Textmarke nicht defi**
- Tabelle 372: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Zürcher Weihnachtsmarkt am Hauptbahnhof..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 373: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Trierer Weihnachtsmarkt**Fehler! Textmarke nicht def**

- 
- Tabelle 374: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Ludwigsburger Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 375: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Ulmer Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 376: Die Weihnachtsmärkte mit dem besten Angebot mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 377: Die Weihnachtsmärkte mit dem schlechtesten Angebot mit Standardabweichungen im Süden des Befragungsgebietes ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 378: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Nürnberger Christkindlesmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 379: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Salzburger Christkindlmarkt am Dom..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 380: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Aschaffener Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 381: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf Nürnberger Christkindlesmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 382: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Schweinfurter Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 383: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Weihnachtsmarkt vor dem Wiener Schloss Schönbrunn ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 384: Die Weihnachtsmärkte mit dem besten Angebot mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 385: Die Weihnachtsmärkte mit dem schlechtesten Angebot mit Standardabweichungen im Osten des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 386: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Erfurter Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 387: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Weimarer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 388: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Potsdamer Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 389: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Weihnachtsmarkt an der Berliner Gedächtniskirche . **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 390: Von der Begleitung durch Kinder abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Dresdner Striezelmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 391: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Rostocker Weihnachtsmarkt**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 392: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Magdeburger Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 393: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Geraer Weihnachtsmarkt**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 394: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei der Bewertung des Angebots auf dem Berliner Alexanderplatz**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 395: Die Weihnachtsmärkte mit dem besten Angebot mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 396: Die Weihnachtsmärkte mit dem schlechtesten Angebot mit Standardabweichungen im gesamten Befragungsgebiet**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 397: Die zweiseitigen Korrelationskoeffizienten nach Pearson zum Wertepaar „immer wieder hin – nie mehr hin“ ..... 690
- Tabelle 398: Die Weihnachtsmärkte mit den schlechtesten Zufriedenheitswerten im Norden des Befragungsgebietes**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 399: Die Weihnachtsmärkte mit den besten Zufriedenheitswerten im Norden des Befragungsgebietes**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 400: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Hamburger Weihnachtsmarkt auf dem Rathausmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 401: Die Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Alter (alle Weihnachtsmärkte) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 402: Von der Ausbildung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Goslarer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 403: Die Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit von der Wohnart **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 404: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Kieler Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht d**
- Tabelle 405: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Braunschweiger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 406: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Wilhelmshavener Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 407: Die Bewertungen der Zufriedenheit mit den Weihnachtsmärkten in Abhängigkeit vom Befragungstag **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 408: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Osnabrücker Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 409: Die Weihnachtsmärkte mit den besten Zufriedenheitswerten in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 410: Die Weihnachtsmärkte mit den schlechtesten Zufriedenheitswerten in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 411: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Hagener Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 412: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Soester Weihnachtsmarkt **Fehler! Textmarke nicht d**
- Tabelle 413: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Mindener Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 414: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Bielefelder Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 415: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Weihnachtsmarkt auf der Kölner Domplatte ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 416: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Bielefelder Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 417: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Münsteraner Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 418: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Kölner Weihnachtsmarkt auf dem Neumarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 419: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Bonner Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 420: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Hattinger Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 421: Die Weihnachtsmärkte mit den besten Zufriedenheitswerten in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebiets**Fehler! Textmarke nicht**

Tabelle 422: Die Weihnachtsmärkte mit den schlechtesten Zufriedenheitswerten in der Mitte und im Südwesten des Befragungsgebietes..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 423: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Karlsruher Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 424: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Michelstadter Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 425: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Offenbacher Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 426: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Trierer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 427: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Ulmer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 428: Von der Kaufkraft abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Mannheimer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 429: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Koblenzer Weihnachtsmarkt ..... 738
- Tabelle 430: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Wiesbadener Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 431: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Mannheimer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 432: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Konstanzer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 433: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Offenbacher Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 434: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Kaiserslauterner Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 435: Die Weihnachtsmärkte mit den schlechtesten Zufriedenheitswerten im Süden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 436: Die Weihnachtsmärkte mit den besten Zufriedenheitswerten im Süden des Befragungsgebietes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 437: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Nürnberger Christkindlesmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 438: Vom Alter abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Rothenburger Reiterlesmarkt **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 439: Von der Art der benutzten Verkehrsmittel abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Passauer Christkindlmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 440: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Passauer Christkindmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 441: Die Weihnachtsmärkte mit den besten Zufriedenheitswerten im Osten des Befragungsgebietes**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 442: Die Weihnachtsmärkte mit den schlechtesten Zufriedenheitswerten im Osten des Befragungsgebietes**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 443: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Magdeburger Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 444: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Zwickauer Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 445: Von der Wohnart abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Rostocker Weihnachtsmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 446: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Dresdner Striezelmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 447: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Weihnachtsmarkt in Annaberg-Buchholz..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 448: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Gothaer Weihnachtsmarkt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 449: Vom Tag der Befragung abhängige Unterschiede bei der Bewertung der Zufriedenheit mit dem Berliner Weihnachtsmarkt an der Gedächtniskirche**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 450: Die Weihnachtsmärkte mit den besten Zufriedenheitswerten im gesamten Befragungsgebiet**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 451: Die Weihnachtsmärkte mit den schlechtesten Zufriedenheitswerten im gesamten Befragungsgebiet**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 452: Orte mit dem höchsten Anteil an Personen unter 35 Jahren auf den Weihnachtsmärkten**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 453: Orte mit dem höchsten Anteil an Personen über 45 Jahren auf den Weihnachtsmärkten.... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 454: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Personen unter 35 Jahren in den Metropolen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 455: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Personen über 45 Jahren in den Metropolen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 456: Orte mit dem höchsten Frauenanteil auf den Weihnachtsmärkten ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 457: Orte mit dem höchsten Männeranteil auf den Weihnachtsmärkten ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 458: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Frauenanteil ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 459: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Männeranteil ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 460: Orte mit dem höchsten Anteil an Paaren auf den Weihnachtsmärkten..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 461: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Paaren..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 462: Orte mit dem höchsten Anteil an Singles auf den Weihnachtsmärkten..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 463: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Singles..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 464: Orte mit dem höchsten Anteil an Gruppen auf den Weihnachtsmärkten..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 465: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Gruppen auf den Weihnachtsmärkten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 466: Orte mit dem höchsten Anteil an Kindern auf den Weihnachtsmärkten..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 467: Orte mit dem niedrigsten Anteil an Kindern auf den Weihnachtsmärkten..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 468: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Kindern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 469: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem niedrigsten Anteil an Kindern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 470: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Akademikern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 471: Die Weihnachtsmärkte mit dem niedrigsten Anteil an Akademikern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 472: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Akademikern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 473: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem niedrigsten Anteil an Akademikern..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 474: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an beruflich Ausgebildeten ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 475: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Personen, die „sonstige Ausbildung“ angekreuzt hatten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 476: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an beruflich Ausgebildeten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 477: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Personen, die „sonstige Ausbildung“ angekreuzt hatten ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 478: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Wohnungseigentümern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 479: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Wohnungseigentümern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 480: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Mietern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 481: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Mietern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 482: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Personen, die „sonstige Wohnung“ angekreuzt hatten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 483: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Reicheren (Kaufkraftklassen 1 und 2) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 484: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Reicheren (Kaufkraftklassen 1 und 2) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 485: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Ärmeren (Kaufkraftklassen 3 und 4) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 486: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Ärmeren (Kaufkraftklassen 3 und 4) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 487: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Individualverkehr ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 488: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Individualverkehr **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 489: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an ÖPNV ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 490: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an ÖPNV **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 491: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Fußgängern und Radfahrern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 492: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Fußgängern und Radfahrern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 493: Die Weihnachtsmärkte mit dem höchsten Anteil an Personen, die mit einem Reisebus ankamen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 494: Die Weihnachtsmärkte in den Metropolen mit dem höchsten Anteil an Personen, die mit einem Reisebus ankamen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 495: Die Auswärtigenanteile an den jeweiligen Befragungsorten (1. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 496: Die Auswärtigenanteile an den jeweiligen Befragungsorten (2. Teil) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 497: Hamburger, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 498: Bremer, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 499: Chancen in ihrer Stadt befragt zu werden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 500: Essener, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 501: Dortmunder, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 502: Duisburger, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 503: Düsseldorfer, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 504: Kölner, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 505: Frankfurter, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 506: Mannheimer, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 507: Stuttgarter, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 508: Franzosen, die auf anderen Weihnachtsmärkten als in Strasbourg befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 509: Schweizer, die auf anderen Weihnachtsmärkten als in Basel und Zürich befragt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 510: Nürnberger und deren Nachbarn, die auf anderen Christkindlmärkten befragt wurden ..... 804

Tabelle 511: Münchner, die auf anderen Christkindlmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 512: Österreicher, die auf anderen Weihnachtsmärkten als in Salzburg und Wien befragt wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 513: Berliner, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 514: Dresdner, die auf anderen Weihnachtsmärkten befragt wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 515: Lage der beschriebenen Weihnachtsmärkte ..... 856

Tabelle 516: Besonderheiten auf den Weihnachtsmärkten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 517: Kompaktheit des Aufbaus der Weihnachtsmärkte **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 518: Anordnung der Buden auf den Weihnachtsmärkten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 519: Dichte der Buden auf den Weihnachtsmärkten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 520: Enge der Gassen auf den Weihnachtsmärkten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 521: Größe der Weihnachtsmärkte.. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 522: Durchschnittliche Beträge, die auf den Weihnachtsmärkten des Nordens gelassen werden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 523: Durchschnittliche Beträge, die in den umliegenden Geschäften gelassen werden (nördlicher Teil des Befragungsgebietes)..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 524: Durchschnittliche Beträge, die in den einzelnen Orten des Nordens ausgegeben werden . **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 525: Vom Tag der Befragung abhängige Ausgaben auf den Weihnachtsmärkten im Norden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 526 : Durchschnittliche Beträge, die auf den Weihnachtsmärkten Nordrhein-Westfalens gelassen werden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 527: Durchschnittliche Beträge, die in den umliegenden Geschäften gelassen werden (Nordrhein-Westfalen) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 528: Durchschnittliche Beträge, die in den einzelnen Städten Nordrhein-Westfalens gelassen werden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 529: Durchschnittliche Beträge, die auf den Weihnachtsmärkten in Köln und Düsseldorf gelassen werden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 530: Vom Tag der Befragung abhängige Ausgaben auf den Weihnachtsmärkten in Nordrhein-Westfalen **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 531: Durchschnittliche Beträge, die auf den Weihnachtsmärkten in der Mitte und im Südwesten gelassen werden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 532: Durchschnittliche Beträge, die in den umliegenden Geschäften gelassen werden (Mitte und Südwesten) **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 533: Durchschnittliche Beträge, die in den einzelnen Städten der Mitte und im Südwesten gelassen werden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 534: Vom Tag der Befragung abhängige Ausgaben auf dem Weihnachtsmarkt in der Mitte und im Südwesten **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 535: Durchschnittliche Beträge, die auf den Weihnachtsmärkten gelassen werden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 536: Durchschnittliche Beträge, die in den umliegenden Geschäften gelassen werden..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 537: Durchschnittliche Be-träge, die in den einzelnen Städten im Süden des Befragungsgebietes gelassen wurden**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 538: Durchschnittliche Beträge, die auf den Weihnachtsmärkten in Wien gelassen werden .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 539: Durchschnittliche Beträge, die auf den Weihnachtsmärkten gelassen werden .....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 540: Durchschnittliche Beträge, die in den umliegenden Geschäften gelassen werden.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 541: Durchschnittliche Beträge, die in den einzelnen Städten des Ostens gelassen werden ..**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 542: Durchschnittliche Beträge, die auf den Weihnachtsmärkten in Berlin und Dresden gelassen werden**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 543: Vom Tag der Befragung abhängige Ausgaben auf den Weihnachtsmärkten im Osten .**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 544: Die Weihnachtsmärkte im gesamten Befragungsgebiet, auf denen das meiste Geld ausgegeben wird**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 545: Die Weihnachtsmärkte im gesamten Befragungsgebiet, auf denen das wenigste Geld ausgegeben wird**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 546: Die Weihnachtsmärkte im gesamten Befragungsgebiet, in deren Umfeld das meiste Geld ausgegeben wird**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 547: Die Weihnachtsmärkte im gesamten Befragungsgebiet, in deren Umfeld das wenigste Geld ausgegeben wird ..... 887
- Tabelle 548: Vom Tag der Befragung abhängige Ausgaben auf den Weihnachtsmärkten im gesamten Untersuchungsgebiet**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 549: Durchschnittliche Beträge, die in den einzelnen Regionen auf den Weihnachtsmärkten und in den umliegenden Geschäften gelassen werden.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 550: Durchschnittliche Beträge, die von Frauen und Männern ausgegeben wurden.....**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 551: Durchschnittliche Beträge, die von den einzelnen Altersgruppen ausgegeben wurden..**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 552: Durchschnittliche Beträge, die je nach der Art des Mediums ausgegeben wurden, durch die auf die Weihnachtsmärkte aufmerksam gemacht wurde**Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 553: Durchschnittliche Beträge, die je nach Art der benutzten Verkehrsmittel ausgegeben wurden **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 554: Durchschnittliche Beträge, die je nach Art der Anreise gelassen wurden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 555: Durchschnittliche Beträge, die je nach Zufriedenheit gelassen wurden..... 887

Tabelle 556: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Hamburg (Rathausmarkt) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 557: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Hamburg je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 558: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Bremen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 559: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Bremen je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 560: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Hannover..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 561: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Hannover je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 562: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Kiel **Fehler! Textmarke nicht**

Tabelle 563: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Kiel je nach demografischen Parametern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 564: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Lübeck..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 565: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Lübeck je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 566: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Oldenburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 567: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Oldenburg je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 568: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Osnabrück ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 569: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Osnabrück je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 570: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Braunschweig..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 571: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Braunschweig je nach demografischen Parametern**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 572: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Lüneburg..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 573: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Lüneburg je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 574: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Hildesheim..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 575: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Hildesheim je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 576: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Göttingen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 577: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Göttingen je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 578: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Bremerhaven..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 579: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Bremerhaven je nach demografischen Parametern**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 580: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Wilhelmshaven..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 581: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Wilhelmshaven je nach demografischen Parametern**Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 582: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Bielefeld ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 583: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Bielefeld je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 584: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Dortmund ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 585: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Dortmund je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 586: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Essen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 587: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Essen je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 588: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in der Düsseldorfer Altstadt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 589: Bewertung des Weihnachtsmarktes in der Düsseldorfer Altstadt je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 590: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in der Düsseldorfer Schadowstraße .. **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 591: Bewertung des Weihnachtsmarktes in der Düsseldorfer Schadowstraße je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht def**

Tabelle 592: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes auf der Kölner Domplatte ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 593: Bewertung des Weihnachtsmarktes auf der Kölner Domplatte je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 594: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes auf dem Kölner Neumarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 595: Bewertung des Weihnachtsmarktes auf dem Kölner Neumarkt je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 596: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Münster ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 597: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Münster je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 598: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes im CentrO Oberhausen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 599: Bewertung des Weihnachtsmarktes im CentrO Oberhausen je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 600: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Bochum ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 601: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Bochum je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 602: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Duisburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 603: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Duisburg je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 604: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Aachen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 605: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Aachen je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 606: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Bonn **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 607: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Bonn je nach demografischen Parametern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 608: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Hagen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 609: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Hagen je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 610: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Wuppertal ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 611: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Wuppertal je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 612: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Paderborn ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 613: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Paderborn je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 614: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Siegen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 615: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Siegen je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 616: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Gelsenkirchen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 617: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Gelsenkirchen je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 618: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Krefeld ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 619: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Krefeld je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 620: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Mülheim an der Ruhr ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 621: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Mülheim an der Ruhr je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 622: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Mönchengladbach ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 623: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Mönchengladbach je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 624: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Bottrop ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 625: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Bottrop je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 626: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Frankfurt am Main ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 627: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Frankfurt am Main je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 628: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Stuttgart ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 629: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Stuttgart je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 630: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Strasbourg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 631: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Strasbourg je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 632: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Zürich ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 633: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Zürich je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 634: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Basel **Fehler! Textmarke nicht**
- Tabelle 635: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Basel je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 636: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Mainz **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 637: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Mainz je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 638: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Saarbrücken ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 639: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Saarbrücken je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 640: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Wiesbaden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 641: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Wiesbaden je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 642: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Mannheim ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 643: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Mannheim je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 644: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Heidelberg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 645: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Heidelberg je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 646: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Freiburg/Breisgau ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 647: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Freiburg/Breisgau je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 648: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Kassel ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 649: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Kassel je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 650: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Ulm **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 651: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Ulm je nach demografischen Parametern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 652: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Karlsruhe ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 653: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Karlsruhe je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 654: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Trier **Fehler! Textmarke nicht**

Tabelle 655: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Trier je nach demografischen Parametern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 656: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Konstanz..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 657: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Konstanz je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 658: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Darmstadt..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 659: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Darmstadt je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 660: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Ludwigshafen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 661: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Ludwigshafen je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 662: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Marburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 663: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Marburg je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 664: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Hanau..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 665: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Hanau je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 666: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Offenbach..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 667: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Offenbach je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 668: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Koblenz ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 669: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Koblenz je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 670: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Gießen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 671: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Gießen je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 672: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Friedrichshafen..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 673: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Friedrichshafen je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 674: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Heilbronn ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 675: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Heilbronn je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 676: Daten über die Besucher des Christkindlmarktes in Salzburg auf dem Domplatz ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 677: Bewertung des Christkindlmarktes in Salzburg auf dem Domplatz je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 678: Bewertung des Christkindlmarktes in Salzburg (Schloss Hellbrunn) je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 679: Daten über die Besucher des Christkindlmarktes in Wien auf dem Rathausplatz ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 680: Bewertung des Christkindlmarktes in Wien auf dem Rathausplatz je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 681: Daten über die Besucher des Christkindlmarktes in Wien (Mariahilfer Straße) ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 682: Bewertung des Christkindlmarktes in Wien (Mariahilfer Straße) je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 683: Daten über die Besucher des Christkindlesmarktes in Nürnberg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 684: Bewertung des Christkindlesmarktes in Nürnberg je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 685: Daten über die Besucher des Christkindlmarktes in München ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- Tabelle 686: Bewertung des Christkindlmarktes in München je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 687: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Bozen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 688: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Bozen je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 689: Daten über die Besucher des Christkindlmarktes in Regensburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 690: Bewertung des Christkindlmarktes in Regensburg je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 691: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Würzburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 692: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Würzburg je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 693: Daten über die Besucher des Christkindlmarktes in Augsburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 694: Bewertung des Christkindlmarktes in Augsburg je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 695: Daten über die Besucher des Christkindlmarktes in Passau ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 696: Bewertung des Christkindlmarktes in Passau je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 697: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Aschaffenburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 698: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Aschaffenburg je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 699: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Bamberg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 700: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Bamberg je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 701: Daten über die Besucher des Christkindlmarktes in Rosenheim ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 702: Bewertung des Christkindlmarktes in Rosenheim je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 703: Daten über die Besucher des Christkindlmarktes in Landshut ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 704: Bewertung des Christkindlmarktes in Landshut je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 705: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Schweinfurt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 706: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Schweinfurt je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 707: Daten über die Besucher des Christkindlmarktes in Memmingen ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 708: Bewertung des Christkindlmarktes in Memmingen je nach demografischen Parametern... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 709: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes auf dem Berliner Alexanderplatz ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 710: Bewertung des Weihnachtsmarktes auf dem Berliner Alexanderplatz je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 711: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Berlin-Spandau ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 712: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Berlin-Spandau je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 713: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes auf dem Berliner Gendarmenmarkt ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 714: Bewertung des Weihnachtsmarktes auf dem Berliner Gendarmenmarkt je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 715: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Berlin am Opernpalais ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 716: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Berlin am Opernpalais je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 717: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes an der Berliner Gedächtniskirche ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

- 
- Tabelle 718: Bewertung des Weihnachtsmarktes an der Berliner Gedächtniskirche je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 719: Daten über die Besucher des Dresdner Striezelmarktes **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 720: Bewertung des Dresdner Striezelmarktes je nach demografischen Parametern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 721: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in der Prager Straße in Dresden ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 722: Bewertung des Weihnachtsmarktes in der Prager Straße in Dresden je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 723: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Leipzig ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 724: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Leipzig je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 725: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Erfurt ..... 916
- Tabelle 726: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Erfurt je nach demografischen Parametern ..... 917
- Tabelle 727: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Magdeburg ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 728: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Magdeburg je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 729: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Jena **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 730: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Jena je nach demografischen Parametern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 731: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Potsdam ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 732: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Potsdam je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 733: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Schwerin ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**
- Tabelle 734: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Schwerin je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

---

Tabelle 735: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Chemnitz ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 736: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Chemnitz je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 737: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Gera **Fehler! Textmarke nicht**

Tabelle 738: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Gera je nach demografischen Parametern ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 739: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Zwickau ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 740: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Zwickau je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 741: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Halle an der Saale ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 742: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Halle an der Saale je nach demografischen Parametern **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 743: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Greifswald ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 744: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Greifswald je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 745: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Stralsund ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 746: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Stralsund je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 747: Daten über die Besucher des Weihnachtsmarktes in Cottbus ..... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**

Tabelle 748: Bewertung des Weihnachtsmarktes in Cottbus je nach demografischen Parametern ... **Fehler! Textmarke nicht definiert.**