

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

Auswertung Weihnachtsmarktumfrage „Potsdamer Weihnachtzauber“

2025

Agenda

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

1. Einleitung
2. Auswertung digitale & analoge Umfrage
3. Zusammenfassung



Einleitung

Auswertung zur Weihnachtsmarktumfrage vom 15.12. – 12.01.2026

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

Um ein möglichst differenziertes und belastbares Bild der Gästezufriedenheit zum Potsdamer Weihnachtszauber zu erhalten, wurden zwei unterschiedliche Befragungsformate eingesetzt: eine analoge Vor-Ort-Befragung sowie eine digitale Online-Umfrage. Beide Erhebungen basierten auf identischen inhaltlichen Fragestellungen, unterschieden sich jedoch in Durchführungsform, Reichweite und Teilnahmebedingungen.

Die analoge Umfrage wurde durch Mitarbeitende direkt vor Ort tagsüber (ab 13 Uhr) durchgeführt. Insgesamt nahmen 42 Personen an dieser Befragung teil. Die analoge Erhebung bildet damit vor allem unmittelbare Eindrücke aus der konkreten Besuchssituation ab.

Die digitale Umfrage wurde parallel über mehrere Kanäle verbreitet, darunter Postkarten mit QR-Code, Beiträge in sozialen Medien sowie Verlinkungen über die Website. Über diesem Weg beteiligten sich 1.717 Personen an der Befragung. Die digitale Erhebung ermöglicht eine zeitlich flexible Teilnahme und spiegelt ein breites Spektrum an Wahrnehmungen und Erfahrungen wider.

Aufgrund der unterschiedlichen Erhebungswege und der stark abweichenden Anzahl an Teilnehmenden werden die Ergebnisse der analogen und digitalen Umfrage getrennt voneinander dargestellt. Dies gewährleistet Transparenz und eine klare Einordnung der Ergebnisse, ohne die Rückmeldungen aus beiden Formaten methodisch zu vermischen. Inhaltlich ergänzen sich die beiden Befragungen jedoch sehr gut: Die analoge Umfrage liefert qualitative Eindrücke aus dem direkten Nutzungsmoment, während die digitale Umfrage ein quantitativ belastbares Gesamtbild ermöglicht.

In der gemeinsamen Betrachtung zeigen beide Erhebungen ein sehr konsistentes Meinungsbild und bestätigen sich in ihren zentralen Aussagen. Die getrennte Darstellung dient somit der Nachvollziehbarkeit und stärkt insgesamt die Aussagekraft der Ergebnisse.

Auswertung

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

Frage 1: Wie gefällt Ihnen der Potsdamer Weihnachtszauber insgesamt?

Digital

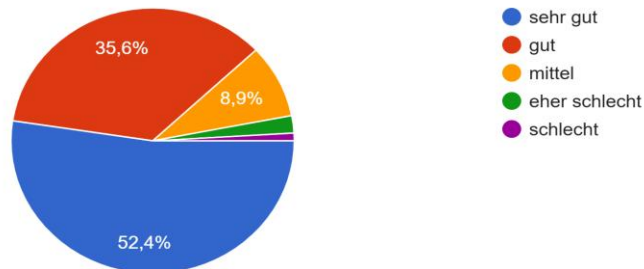
Der Potsdamer Weihnachtszauber wird insgesamt sehr positiv bewertet. Eine deutliche Mehrheit der Befragten vergibt die Bewertungen „**sehr gut**“ oder „**gut**“, während nur ein sehr kleiner Anteil eine negative Einschätzung abgibt. Die Gesamtzufriedenheit der Gäste ist damit ausgesprochen hoch und bestätigt die Attraktivität des Weihnachtsmarktes.

Analog

Der Potsdamer Weihnachtszauber wird auch in der analogen Befragung überwiegend positiv bewertet. Rund 86 % der Befragten vergeben die Bewertungen „**sehr gut**“ oder „**gut**“. Etwa 14 % bewerten den Markt mit „mittel“. Negative Bewertungen spielen praktisch keine Rolle.

1. Wie gefällt Ihnen der Potsdamer Weihnachtszauber insgesamt?

1.702 Antworten



Auswertung

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

Frage 2: Im Vergleich zu den vergangenen Jahren – wie finden Sie den neuen Weihnachtsmarkt?

Digital

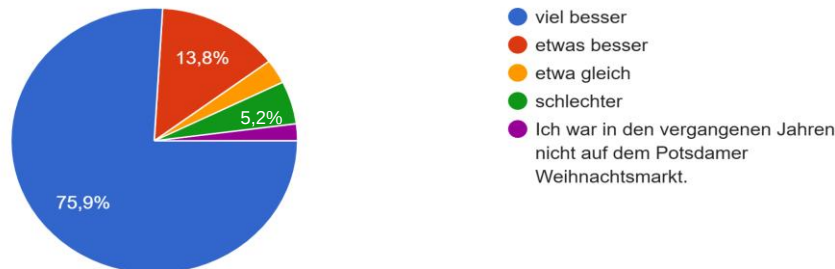
Der neue Weihnachtsmarkt wird von den Gästen überwiegend als klare Verbesserung gegenüber den Vorjahren wahrgenommen. Der Großteil bewertet ihn als „viel besser“ oder „etwas besser“. Kritische Stimmen bleiben deutlich in der Minderheit. Das neue Konzept findet somit breite Akzeptanz und Zustimmung.

Analog

Der neue Weihnachtsmarkt wird von einer klaren Mehrheit als Verbesserung wahrgenommen. Rund 76 % der Befragten geben an, dass der Markt **„besser“ oder „viel besser“** ist als in den Vorjahren. Etwa 12 % empfinden ihn als „gleich geblieben“ oder „schlechter“. Weitere 12 % waren in den vergangenen Jahren nicht auf dem Potsdamer Weihnachtsmarkt.

2. Im Vergleich zu den vergangenen Jahren: Wie finden Sie den neuen Weihnachtsmarkt?

1.700 Antworten



Auswertung

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

Frage 3: Was war der Hauptanlass Ihres Besuchs?

Digital

Für die Mehrheit der Befragten war der Weihnachtsmarkt selbst der Hauptgrund des Besuchs. Daneben spielt der Markt auch eine wichtige Rolle als sozialer Treffpunkt, etwa für Begegnungen mit Freunden oder Familie. Andere Anlässe wie ein allgemeiner Stadtbummel oder ein spontaner Besuch sind nachrangig.

Analog

Für etwa 52 % der Befragten war der Weihnachtsmarkt selbst der Hauptanlass des Besuchs.
Rund 36 % nennen das Treffen mit Freunden oder Familie als Hauptmotiv. Andere Gründe spielen eine untergeordnete Rolle.

→Vergleichbar mit digital – Markt als Anlass und sozialer Treffpunkt.

3. Was war der Hauptanlass Ihres Besuchs?
1.700 Antworten



Weitere genannte Gründe unter sonstiges (Auszug aus der digitalen Auswertung):

„Ich wollte zum Sport und war sehr voll, Arzt (Termine), , Ein paar bestimmte Stände die es allesamt nichtmehr gibt, Den Glögglich besuchen, Wir wohnen hier und sind täglich hier, , Livemusik auf den Bühnen, Arbeit im Rahmen des Weihnachtsmarktes, Anwohner, Kleine Auszeit, kommen aus Osnabrück, Das Riesenrad, Weihnachtssingen in der Friedenskirche, Chorauftritt, Märchenbühne Luisenplatz, Geschäftsinhaber Brandenburger Str., ...“

Auswertung

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

Frage 4: Welcher Bereich hat Ihnen am besten gefallen?

Digital

Am häufigsten werden der Bassinplatz und der Luisenplatz als besonders positiv hervorgehoben. Diese Bereiche prägen aus Gästesicht das Erlebnis des Weihnachtszaubers am stärksten. Die Brandenburger Straße wird seltener als bester Bereich genannt, was auf Unterschiede in Wahrnehmung und Aufenthaltsqualität hinweist.

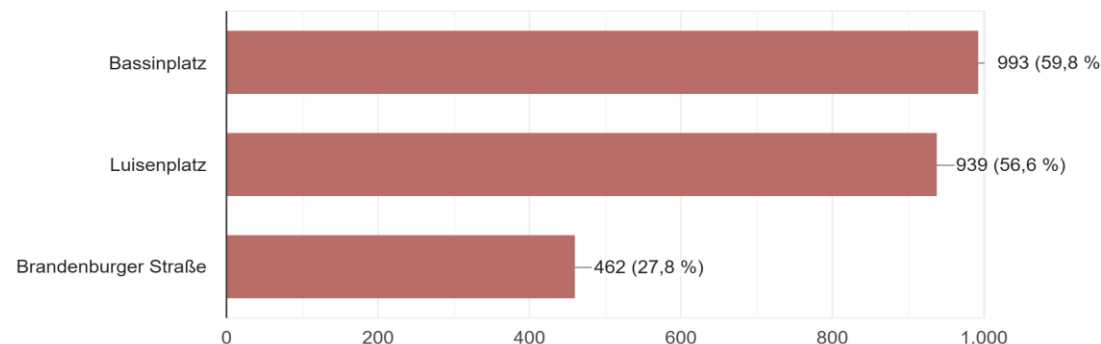
Analog

Am häufigsten wurde der Bassinplatz mit 56% genannt, gefolgt vom Luisenplatz mit 43%. Die Brandenburger Straße wird mit 36% seltener als bester Bereich wahrgenommen.

→ Gleiche räumliche Präferenz wie in der digitalen Umfrage.

4. Welcher Bereich hat Ihnen am besten gefallen?

1.660 Antworten



Auswertung

Frage 5: Haben Sie die Nebenstraßen des Weihnachtsmarktes besucht?

Digital

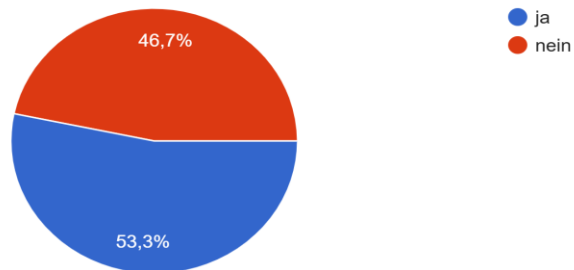
Etwas mehr als die Hälfte der Gäste gibt an, auch die Nebenstraßen besucht zu haben. Gleichzeitig bleibt ein relevanter Anteil auf die Hauptbereiche konzentriert. Dies deutet auf Potenzial für eine stärkere Besucherlenkung und attraktivere Inszenierung der Nebelagen hin.

Analog

Etwa 36 % der Befragten geben an, auch die Nebenstraßen besucht zu haben, 64% der Gesamtbefragten waren zum Zeitpunkt der Befragung nicht in den Nebenstraßen.

5. Haben Sie die Nebenstraßen der Brandenburger Straße besucht (z. B. Gutenbergstraße, Dortustraße, Lindenstraße)?

1.696 Antworten



Auswertung

Frage 6: Haben Sie Geschäfte oder Restaurants entlang des Weihnachtsmarktes besucht?

Digital

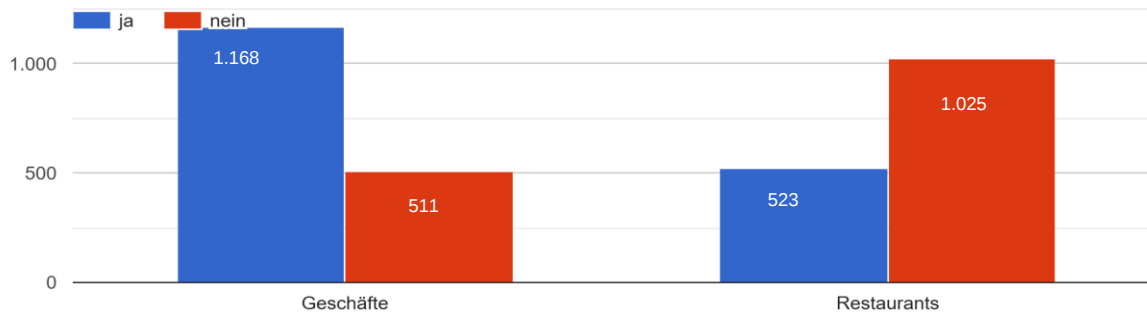
Ein großer Teil der Gäste hat Geschäfte entlang des Weihnachtsmarktes besucht, was auf einen deutlichen positiven Effekt für den Einzelhandel hindeutet. Restaurants wurden hingegen deutlich seltener aufgesucht. Der Weihnachtszauber wirkt damit stärker als Impuls für den Handel als für die Gastronomie außerhalb des Marktes.

Analog

Geschäfte: 50 % ja, 50 % nein

Restaurants: rund 38 % ja, 62 % nein

6. Haben Sie Geschäfte oder Restaurants entlang des Weihnachtsmarktes besucht?



Auswertung

Frage 7: Würden Sie den Potsdamer Weihnachtszauber weiterempfehlen?

Digital

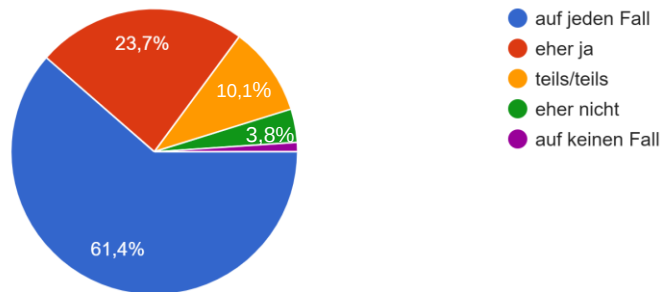
Die Weiterempfehlungsbereitschaft ist sehr hoch. Die große Mehrheit der Gäste würde den Weihnachtszauber auf jeden Fall oder eher weiterempfehlen. Ablehnende Haltungen sind selten. Dies spricht für eine starke emotionale Bindung und ein positives Gesamterlebnis.

Analog

Rund 88 % der Befragten würden den Weihnachtszauber „auf jeden Fall“ oder „eher ja“ weiterempfehlen. Etwa 12 % sind neutral oder zurückhaltend. Ablehnende Haltungen gab es keine.

7. Würden Sie den Potsdamer Weihnachtszauber Freunden, Familie oder Kollegen weiterempfehlen?

1.698 Antworten



Auswertung

Frage 8: Wie bewerten Sie einzelne Aspekte des Potsdamer Weihnachtszaubers?

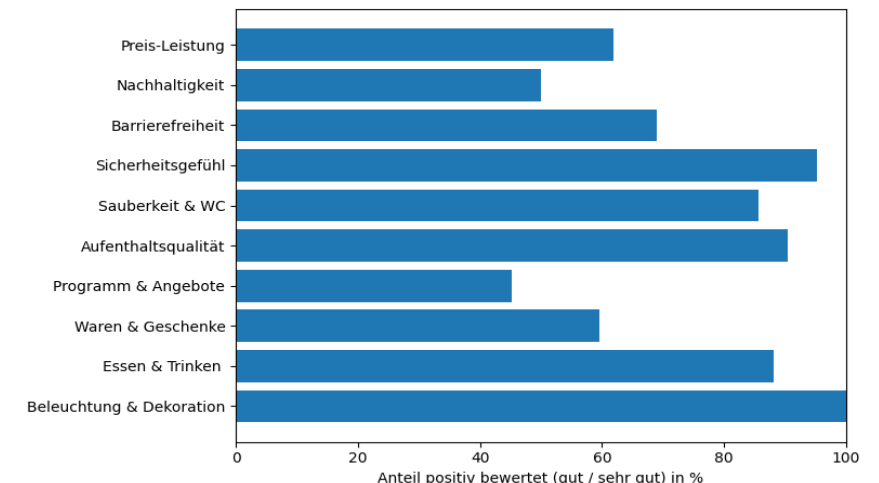
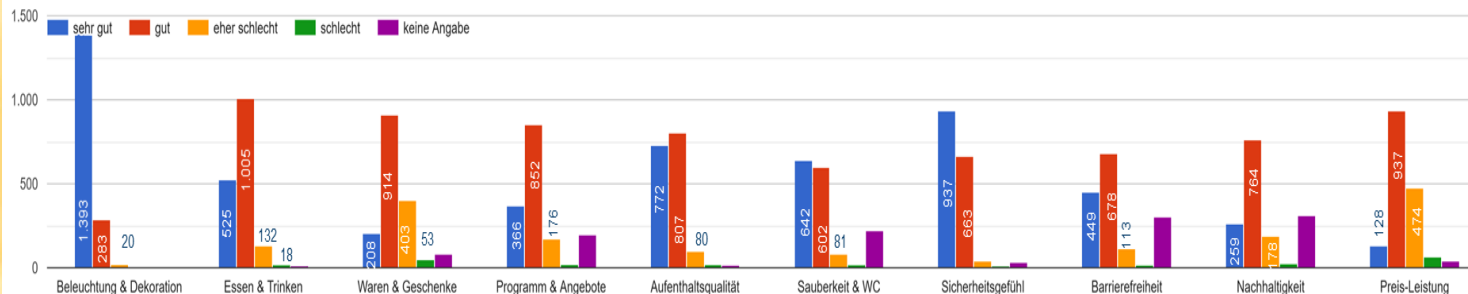
Digital

Die Detailbewertung zeigt ein insgesamt sehr positives Bild. Besonders gut bewertet werden Atmosphäre, Beleuchtung und Dekoration sowie das Sicherheitsgefühl. Auch Sauberkeit, Aufenthaltsqualität und das gastronomische Angebot erhalten hohe Zustimmungswerte. Kritischer als andere Aspekte werden die Preis-Leistung sowie das Angebot an Waren und Geschenken bewertet, ohne jedoch das Gesamtbild wesentlich zu trüben.

Analog

Die Bewertung der einzelnen Aspekte fällt insgesamt überwiegend positiv aus. Besonders Beleuchtung und Dekoration, das Sicherheitsgefühl sowie die Aufenthaltsqualität werden von den Gästen häufig mit „gut“ oder „sehr gut“ bewertet. Ebenfalls positiv beurteilt werden Essen und Trinken sowie Sauberkeit. Zurückhaltender fallen die Bewertungen für Programm und Angebote aus, ebenso für Preis-Leistung, das Waren- und Geschenkangebot sowie Nachhaltigkeit.

8. Wie bewerten Sie folgende Aspekte des Potsdamer Weihnachtszaubers?



Auswertung

Frage 9: Geben Sie uns bitte Ihre Postleitzahl an:

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

Digital

Die Auswertung der angegebenen Postleitzahlen zeigt eine sehr starke lokale Verankerung des Potsdamer Weihnachtszaubers. Der überwiegende Teil der Gäste stammt direkt aus Potsdam. Der Potsdamer Weihnachtszauber ist klar ein Angebot für die Stadtbevölkerung. Das Brandenburger Umland ist das wichtigste externe Einzugsgebiet des Weihnachtsmarktes.

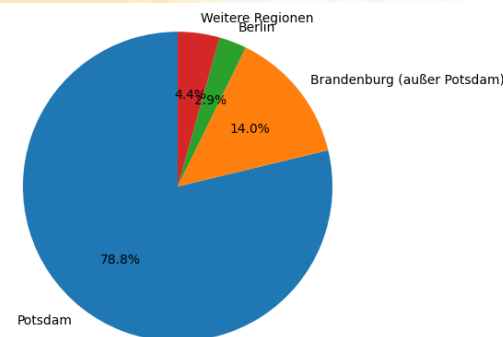
Auf Basis von 1.672 gültigen PLZ-Angaben ergibt sich folgende Verteilung:

Potsdam (1.317 Personen) 78,8 %

Land Brandenburg außer Potsdam (234 Gäste) = 14,0 %

Berlin (48 Gäste) 2,9 %

Weiter entfernt (85 Personen) 5,1 %



Analog

Die analoge Befragung bestätigt eine starke lokale Prägung:

Potsdam 54 %

Land Brandenburg (außer Potsdam) 24 %

Berlin / weiter entfernt 17 %

Auswertung

Frage 10: Zu welcher Altersgruppe gehören Sie?

Digital

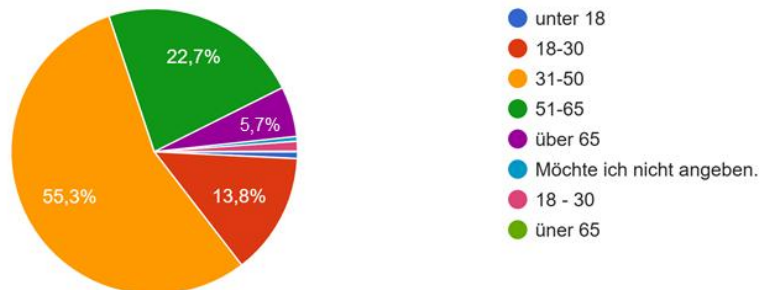
Die Besucherstruktur wird hauptsächlich von Erwachsenen im mittleren Alter geprägt. Besonders stark vertreten sind die Altersgruppen zwischen 31 und 50 Jahren sowie zwischen 51 und 65 Jahren. Jüngere Erwachsene und ältere Gäste sind ebenfalls präsent, spielen jedoch eine geringere Rolle.

Analog

Die Mehrheit der Befragten liegt in den Altersgruppen über 65 Jahre mit 36 % und 31–50 Jahre mit 29%. Jüngere Altersgruppen und 51-50 Jahre sind vertreten, aber deutlich schwächer.

10. Zu welcher Altersgruppe gehören Sie?

1.690 Antworten



Auswertung

Frage 11: Wie lange verweilen Sie im Durchschnitt auf dem Weihnachtsmarkt?

Digital

Die meisten Gäste halten sich zwischen ein und drei Stunden auf dem Weihnachtsmarkt auf. Kurze Besuche unter einer Stunde sind eher selten, ebenso sehr lange Aufenthalte. Die Ergebnisse deuten auf eine gute Aufenthaltsqualität bei gleichzeitigem Potenzial zur weiteren Verlängerung der Verweildauer hin.

Analog

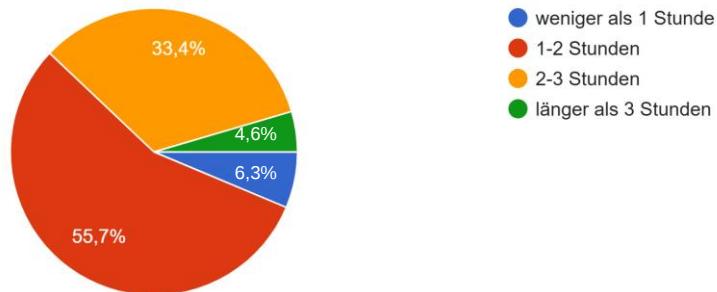
1–2 Stunden: 45 %

2–3 Stunden: 43 %

unter 1 Stunde / über 3 Stunden: zusammen 12 %

11. Wie lange verweilen Sie im Durchschnitt auf dem Weihnachtsmarkt?

1.692 Antworten



Auswertung

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

Frage 12: Wie oft werden Sie den Potsdamer Weihnachtszauber in dieser Saison besuchen?

Digital

Viele Gäste planen, den Weihnachtsmarkt mehrmals während der Saison zu besuchen. Besonders häufig werden ein bis vier Besuche genannt, ein relevanter Anteil plant sogar fünf oder mehr Besuche. Der Weihnachtszauber wird somit als wiederkehrender Treffpunkt und nicht als einmaliges Ereignis wahrgenommen.

Analog

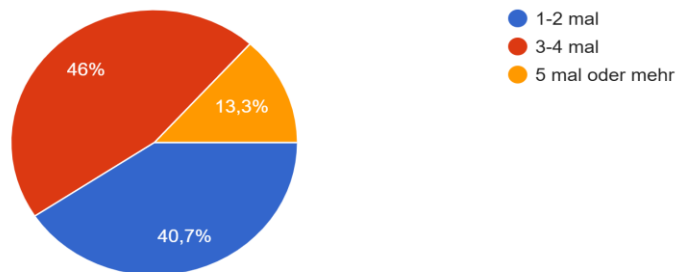
1–2 Besuche: 48 %

3–4 Besuche: 38 %

5 Besuche oder mehr: 14 %

12. Was schätzen Sie: Wie oft werden Sie dieses Jahr den Potsdamer Weihnachtszauber besuchen?

1.679 Antworten



Auswertung

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

Frage 13: Was wünschen Sie sich für den Potsdamer Weihnachtszauber in Zukunft?

Digital

Insgesamt wurden 1.095 Freitextnennungen von 1.717 Umfrageteilnehmern ausgewertet.

Die Auswertung der offenen Nennungen zeigt mehrere klar erkennbare Themenschwerpunkte. Besonders häufig äußerten die Gäste Hinweise zu Angebot, Atmosphäre und Gastronomie.

Im Bereich Angebot und Sortiment wünschen sich viele Gäste eine größere Vielfalt sowie einen stärkeren Fokus auf regionale und handwerkliche Angebote. Dies deutet auf einen Bedarf nach einer klareren Profilierung und Qualitätssteuerung der Marktstände hin.

Die Atmosphäre des Weihnachtsmarktes wird grundsätzlich positiv wahrgenommen, jedoch wird insbesondere die Beleuchtung einzelner Bereiche häufig als verbesserungswürdig beschrieben. Auch die musikalische Gestaltung wird vereinzelt kritisch gesehen.

Ein weiterer zentraler Punkt ist die Gastronomie. Gäste wünschen sich hier sowohl eine höhere Qualität als auch mehr kulinarische Vielfalt. Das gastronomische Angebot wird dabei als wesentlicher Bestandteil des Gesamterlebnisses verstanden.

Das Preisniveau wird punktuell kritisch angesprochen und steht aus Gästesicht im Zusammenhang mit dem wahrgenommenen Gegenwert.

Im Bereich Infrastruktur wurde insbesondere das Fehlen von Sitzgelegenheiten wiederholt genannt, was den Aufenthaltskomfort beeinflusst und kurzfristig prüfbar ist.

Weitere Themen wie Sauberkeit, Besucherlenkung, Nachhaltigkeit und Sicherheit wurden nur vereinzelt angesprochen und spielen insgesamt eine untergeordnete Rolle.

Auswertung

13. Was wünschen Sie sich für den Potsdamer Weihnachtszauber in Zukunft?

Digital

Hauptkategorie	Unterkategorie / konkretes Thema	Kernaussage der Gäste (zusammengefasst)	Häufigkeit der Nennung	
Angebot & Sortiment	Vielfalt & Auswahl der Stände	Gäste wünschen sich ein vielfältigeres und abwechslungsreicheres Warenangebot.	hoch	(ca. 29,7 %)
	Regionales & Handwerk	Wunsch nach mehr regionalem, handwerklichem Angebot statt austauschbarer Waren.	mittel	(ca. 18 %)
Atmosphäre & Gestaltung	Weihnachtliche Beleuchtung	Teile des Marktes werden als zu dunkel bzw. uneinheitlich beleuchtet wahrgenommen.	hoch	(ca. 24,4 %)
	Musik & Beschallung	Musik wird teils als unpassend oder zu monoton empfunden.	mittel	(ca. 12 %)
	Gesamtstimmung & Dekoration	Dekoration wird überwiegend positiv wahrgenommen, punktuell Verbesserungswünsche.	mittel	(ca. 10 %)
Gastronomie	Qualität von Speisen & Getränken	Gäste wünschen sich mehr Qualität und Besonderheit im gastronomischen Angebot.	hoch	(ca. 21,1 %)
	Vielfalt & Alternativen	Wunsch nach größerer kulinarischer Vielfalt (z. B. Baumstriezel, vegane Alternativen, vegetarisch, regionale Spezialitäten, deftige Winterküche).	mittel	(ca. 14 %)
Preise	Preisniveau insgesamt	Preise werden häufig als zu hoch wahrgenommen.	mittel	(ca. 10,8 %)
Infrastruktur & Erreichbarkeit	Sitzgelegenheiten	Es fehlen Sitz- und Aufenthaltsmöglichkeiten zum Verweilen.	mittel	(ca. 5,8 %)
Sauberkeit & Hygiene	Toiletten & Müll	Sauberkeit wird vereinzelt kritisch gesehen, v. a. bei WC- und Müllsituation.	gering	(ca. 2,4 %)
Organisation & Service	Besucherlenkung & Entzerrung	Wunsch nach besserer Entzerrung und weniger Gedränge.	gering	(ca. 1,7 %)
Nachhaltigkeit	Umweltfreundlichkeit	Einzelne Gäste wünschen sich mehr nachhaltige Lösungen (z. B. Verpackungen).	gering	(ca. 1,2 %)
Sicherheit	Sicherheitsgefühl	Sicherheit wird nur vereinzelt thematisiert, kein dominantes Thema.	gering	(ca. 1,1 %)

Auswertung

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

13. Was wünschen Sie sich für den Potsdamer Weihnachtszauber in Zukunft?

Analog

Die offenen Nennungen ähneln stark der digitalen Umfrage. Häufig genannt werden:

Wunsch nach hochwertigerem und abwechslungsreichem Angebot

- Hinweise zur Preisgestaltung
- Anregungen zur Atmosphäre (Musik, Dekoration)
- vereinzelt mehr Sitzgelegenheiten

Zusammenfassung

Digitale und analoge Weihnachtsmarktumfrage

POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE

Die Ergebnisse der digitalen und der analogen Befragung zeichnen ein sehr konsistentes und belastbares Gesamtbild des Potsdamer Weihnachtszaubers. Trotz unterschiedlicher Erhebungswege und deutlich unterschiedlicher Anzahl an Teilnehmenden bestätigen sich die zentralen Aussagen beider Umfragen gegenseitig. Die analoge Befragung ergänzt die digitale Erhebung sinnvoll und bestätigt deren Kernaussagen.

Der Potsdamer Weihnachtszauber wird insgesamt sehr positiv wahrgenommen. In beiden Befragungen überwiegen deutlich die Bewertungen „sehr gut“ und „gut“, kritische Einschätzungen sind selten. Besonders der Vergleich zu den Vorjahren zeigt, dass der neue Weihnachtsmarkt von einer klaren Mehrheit als spürbare Verbesserung eingeschätzt wird.

Der Weihnachtsmarkt ist sowohl zentraler Besuchsanlass als auch wichtiger sozialer Treffpunkt. Viele Gäste kommen gezielt wegen des Marktes und nutzen ihn gleichzeitig für Begegnungen mit Freunden und Familie. Diese Doppelfunktion unterstreicht seine hohe Bedeutung für die vorweihnachtliche Stadtkultur.

Die Bewertung einzelner Aspekte fällt überwiegend positiv aus. Atmosphäre, Beleuchtung und Dekoration, das Sicherheitsgefühl sowie die Aufenthaltsqualität zählen zu den klaren Stärken. Zurückhaltender bewertet werden Preis-Leistung, das Waren- und Geschenkangebot sowie teilweise Programm und Angebote. Diese Punkte markieren zentrale Ansatzfelder für die Weiterentwicklung, ohne das insgesamt positive Gesamtbild in Frage zu stellen.

Die Herkunftsangaben zeigen eine starke lokale und regionale Verankerung des Weihnachtsmarktes. Der Großteil der Gäste stammt aus Potsdam und dem Brandenburger Umland, während Berlin eine ergänzende, aber nachgeordnete Rolle spielt. Der Potsdamer Weihnachtszauber ist damit vor allem ein Angebot für die Stadtgesellschaft mit positiver Wirkung auf Innenstadt und Einzelhandel.



POTSDAM

MARKETING
UND SERVICE



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.