

Online-Beteiligung zum Potsdamer Weihnachtsmarkt Auswertung und Ergebnisse



Inhalt

Steckbrief.....	2
Ergebnisbericht / Zusammenfassung	3
Teil A: Ergebnisse der Bürgerbefragung.....	11
Teil B: Ergebnisse der Händlerbefragung.....	41

Steckbrief

- Die Konzeption, Umsetzung und Auswertung der Befragung erfolgte in Zusammenarbeit mit der der HPI School of Design Thinking.
- Vorgelagert gab es einen Termin mit Gewerbetreibenden und einen Design Thinking Workshop in denen die Grundlagen für die Befragung erarbeitet wurden.
- Die Online-Befragung wurde im Zeitraum vom 10.06. bis zum 07.07.2024 durchgeführt.
- Es erfolgte eine jeweils gesonderte Befragung der Gruppen Bürger und Besucher sowie der Gewerbetreibenden.
- Insgesamt haben an der Befragung 7.182 Personen teilgenommen, davon 6.967 Bürger:innen (97%) sowie 215 Gewerbetreibende (3%).
- Neben der Beantwortung der standardisierten Fragen nutzten die Teilnehmenden aktiv die Möglichkeit individueller Antwortmöglichkeiten.
- Insgesamt gab es über 12.500 Freitexteingaben mit Lob, Kritik, Hinweisen und Vorschlägen, die zusätzlich einer qualitativen Auswertung unterzogen wurden.
- Die durchschnittliche Bearbeitungszeit des Fragebogens betrug 13 Minuten.
- Die nominal hohe Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger kann als ein Indiz für das hohe Interesse und Aktivierungspotential des Themas interpretiert werden.
- Die Beteiligungs- und Aktivierungsquote bei den Gewerbetreibenden blieb leider hinter den Erwartungen zurück.
- Der Ergebnisbericht beinhaltet eine Zusammenfassung wichtiger Kernaussagen.
- Die vollständigen Erhebungsdaten finden sich in den Teilen A und B.
- Die Ergebnisse der Befragung sollen die inhaltliche Grundlage für die Neuausrichtung und Ausschreibung des Potsdamer Weihnachtsmarktes bilden.

Ergebnisbericht / Zusammenfassung

a) Auswertung Bürgerinnen und Besucher

Wer hat an der Befragung teilgenommen?

- Von den 6.967 Teilnehmern waren über 65% Frauen
- Mit einem Anteil von über 53 Prozent (3.126 Personen) war die Gruppe der 31-50 Jährigen am stärksten vertreten.
- Jugendliche unter 18 Jahren sind in der Befragung mit einem Anteil von 0,6 % leider unterrepräsentiert. Diese Zielgruppe konnte offensichtlich nicht ausreichend erreicht und / oder aktiviert werden.
- Die Befragungsteilnehmer kamen überwiegend (82,5 %) aus Potsdam.

Wer hat den Weihnachtsmarkt besucht?

- Insgesamt 5.138 Befragte (81,9%) haben in den Jahren 2022 oder 2023 den Potsdamer Weihnachtsmarkt „Potsdamer Lichterglanz“ besucht.
- Die meisten Besucher kamen aus dem PLZ-Bereich 14469

Warum wurde der Weihnachtsmarkt nicht besucht?

- Von den 1.150 Befragten, die den Weihnachtsmarkt nicht besucht haben, wurden folgende Gründe am häufigsten aufgeführt:

Offene Nennungen (Top 5)	Nennungen
Zu eng	265
Zu voll	203
Keine weihnachtliche Stimmung	181
Keine Attraktivität	179
Aussehen der Stände	144

(Mehrfachnennungen möglich)

Wie hat den Besuchern der Weihnachtsmarkt gefallen?

- Wirklich gefallen hat der Weihnachtsmarkt den meisten Besuchern nicht. Nur 23,7% der Befragten fanden ihn gut oder sehr gut, über 56% hingegen fanden ihn weniger oder gar nicht gut.
- Viele der Befragten die den Weihnachtsmarkt 2022/23 nicht besucht hatten (18,1%), kamen offenbar nicht, weil sie bereits in der Vergangenheit enttäuscht oder unzufrieden waren. Würde man diese „begründeten“ Nicht-Besucher in eine Zufriedenheitsbewertung einbeziehen, würden sich die Zufriedenheitswerte mit dem Weihnachtsmarkt tendenziell weiter verschlechtern.

Warum besuchen Menschen den Weihnachtsmarkt?

Die fünf wichtigsten genannten Gründe sind:

Antwortmöglichkeiten (Top 5)	Anteil	Nennungen
Ambiente genießen / in Weihnachtsstimmung kommen	85,58%	5.369
Essen & Trinken	67,74%	4.250
Freunde treffen	63,04%	3.955
Zeit mit der Familie verbringen	61,14%	3.836
Weihnachtsgeschenke kaufen	34,86%	2.187

Was wünschen sich die Befragten?

Im Rahmen der vorgegebenen (gestützten) Fragen zeichnet sich eine klare und weitgehend deutliche Erwartungshaltung ab. Die Besucher (98%) erwarten vor allem eine weihnachtliche Stimmung. Zu dieser Stimmung gehören vor allem:

- Lichterketten und Beleuchtung mit warmen Farben, weihnachtliche Musik und Gerüche sowie geschmückte Weihnachtsbäume sowie
- weihnachtlich geschmückte Verkaufsstände (Buden) – individuell dekoriert, aber in einem vorgegebenen Rahmen.

Hinsichtlich des Warensortimentes wünschen sich die Befragten insbesondere nachfolgende Angebote:

Warenangebot - Top 6 <i>Kumulierte Angaben wichtig/sehr wichtig Anteil > 75%</i>	Anteil	Nennungen
weihnachtliche Süß-/Backwaren	90,56%	5.421
lokale/regionale Produkte, Speisen & Getränke	87,03%	5.226
typisch traditionelle, weihnachtliche Sortimente (z.B. Weihnachtsschmuck, Adventsgestecke, -kränze, Gewürze,...)	85,52%	5.136
Kunsthandwerk (z.B. Holzschnitzer, Glasbläser, Kerzenziehen)	82,76%	4.972
alkoholische & nicht-alkoholische Heißgetränke (z.B. Glühwein, Punsch, Glühbier, Feuerzangenbowle)	75,80%	4.546
zubereitete Speisen / Grillstände (z.B. Bratwurst, Langos, Grünkohl, Kassler)	75,80%	4.545

Hinsichtlich des sonstigen / nicht-kommerziellen Angebotes wünschen sich die Befragten:

Sonstige Angebote - Top 6 <i>Kumuliert Angaben wichtig/sehr wichtig Anteil > 70%</i>	Anteil	Nennungen
Sitzgelegenheiten	86,98%	5.202
Musik (z.B. Chöre / Bläser)	83,42%	4.980
Ruhezonen und Verweilzonen	80,73%	4.825
Märchenbühne / Geschichtenvorleser*in	78,85%	4.723
Handwerk zum Anschauen / Handwerkspräsentation	73,53%	4.396
Mitmachangebote für Kinder (z.B. Basteln, Schminken, Theater, Weihnachts-Poststelle)	70,18%	4.201

Auffallend bei dieser Frage ist auch das untere Ende der Skala. Angebote wie „Kirmes / Rummel“ (49,14%) und „Riesenrad“ (42,45%) werden als nicht oder überhaupt nicht wichtig bewertet.

Ungestützt danach befragt, was den Besuchern am Weihnachtsmarkt gefallen oder nicht gefallen hat, gab es ebenso unterschiedliche wie zahlreiche Rückmeldungen. Von den 3.846 Personen, die individuell ausgeführt haben, was ihnen am Potsdamer Weihnachtsmarkt derzeit gefällt, wurden folgende Aspekte am häufigsten angeführt:

Was am Weihnachtsmarkt gefallen hat – Top 5 <i>Offene Antworten, qualitative Auswertung</i>	Nennungen
Angebote für Essen & Trinken	733
(Zentrale) Lage	522
Märchen	186
Ambiente	154
Größe	122

(Mehrfachnennungen möglich)

Auffallend ist, dass die offenen Antworten bei der Frage nach dem Gefallen zumeist neutral ausgedrückt werden.

5.163 Personen haben offen bewertet, was ihnen nicht am Potsdamer Weihnachtsmarkt gefällt. Diese Aspekte wurden dabei am häufigsten benannt

Was am Weihnachtsmarkt nicht gefallen hat – Top 10 <i>Offene Antworten, qualitative Auswertung</i>	Nennungen
Zu eng	1021
Zu voll/Gedrängel	779
Blau/Blaue Beleuchtung/Blauer Lichterglanz	768
Zu viele Essens- und Getränkestände	541
Lage (Brandenburger Straße)	452
Geschäfte verdeckt/blockiert/zugestellt	435
Keine Abwechslung	365
Zu viele Billigangebote	351
Austauschbare Angebote/Stände	329
Preise/zu teuer	284
Keine weihnachtliche Stimmung	208

(Mehrfachnennungen möglich)

Insgesamt äußerten sich die Befragten deutlich kritischer zu den Aspekten, die ihnen nicht gefallen haben. Festgestellt werden kann auch, dass die Möglichkeit der Kritik deutlich stärker genutzt wurde (5.163 Personen), als die Möglichkeit des Lobes (3.846 Personen)

Im Ergebnis zeichnet sich ab, dass es einerseits liebgewonnene Angebote (wie z.B. Märchenbühne) gibt, die erhalten und fortgeführt werden sollten. Andererseits gibt es aber auch deutliche Kritik, die sich zumeist in korrespondierenden Änderungswünschen äußert. Beides - Kritik und Änderungswünsche – sind zwei Seiten einer Medaille. Müsste man alle Antworten zusammenfassen, wäre der kleinste gemeinsame Nenner: Die Besucher wünschen sich Veränderungen.

Welche grundsätzlichen Anforderungen gibt es an einen zukünftigen Weihnachtsmarkt?

Aus der mehrheitlichen Sicht der Befragten sollte ein zukünftiger Weihnachtsmarkt

- zentral (die Weihnachtsstände sollten sich auf einem zentralen Platz befinden) und
- entzerrt (die Weihnachtsstände stehen weiter auseinander) sein.
- Ein übergeordnetes Thema benötigt der Weihnachtsmarkt nicht.

Über 75% der Befragten sind der Meinung: Weihnachten ist als Thema ausreichend.

Wo sollte ein künftiger Weihnachtsmarkt stattfinden?

Hierzu sollten die Befragten im ersten Schritt die möglichen Alternativen vergleichen und bewerten.

Standortoptionen (1)	sehr gut / gut		nicht gut / gar nicht gut	
	Anteil	Nennungen	Anteil	Nennungen
A – Brandenburger Straße (entzerrt)	50,84 %	2.895	26,75 %	1.534
B – Bassinplatz (zentral und kompakt)	73,30 %	4.227	11,41 %	658
C – Lustgarten, Alter & Neuer Markt (dezentral)	37,16 %	2.144	42,37 %	2.445

Im zweiten Schritt sollten die Befragten ihren persönlichen Favoriten benennen

Standortoptionen (2)	Favorit	
	Anteil	Nennungen
A – Brandenburger Straße (entzerrt)	31,22 %	1.796
B – Bassinplatz (zentral und kompakt)	47,80 %	2.750
C – Lustgarten, Alter & Neuer Markt (dezentral)	20,98 %	1.207

Im Ergebnis ist festzustellen:

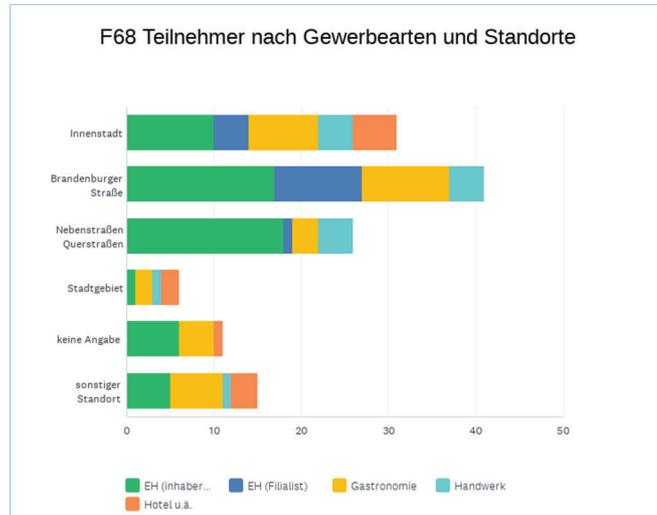
- Im direkten Vergleich der Alternativen erhält der Bassinplatz nicht nur die höchste Zustimmung und den höchsten Stimmenanteil, sondern auch die kleinste Ablehnungsquote.
 - Die Variante Brandenburger Straße landet in der Gunst der Befragten auf dem zweiten Platz
 - Die Variante C findet die geringste Zustimmung und zugleich die höchste Ablehnungsquote.
 - Die vorgenannten Ergebnisse werden hinsichtlich Rangfolge bzw. Präferenz durch die Tabelle „Standortoptionen 2“ bestätigt.
- **Aus Sicht der Befragten Bürgerinnen und Bürger wäre der Bassinplatz der mehrheitlich bevorzugte Standort für einen neuen Weihnachtsmarkt.**

Ergebnisbericht / Zusammenfassung

b) Auswertung Gewerbetreibende

Wer hat an der Befragung teilgenommen?

- Insgesamt haben sich 215 (2,99%) Gewerbetreibende an der Umfrage beteiligt.
- Mit Blick auf die Branchen haben sich nominell am stärksten die inhabergeführten Einzelhändler beteiligt (n=57).
- Mit Blick auf den Standort bildeten die Gewerbetreibenden der Brandenburger Str. die größte Einzelgruppe
- Da sich die Befragten auf unterschiedliche Branchen und Standorte verteilen, ergibt sich eine breitgefächerte und heterogene Ausgangssituation, was sich z. T. auch in den Befragungsergebnissen widerspiegelt. Durch geringe Fallzahlen werden die Aussagekraft bzw. Repräsentativität der Ergebnisse daher tendenziell einschränkt.



	Einzelhandel (inhabergeführt)	Einzelhandel (filialisiert)	Gastronomie	Handwerk	Hotels, Pensionen	Gesamt
Innenstadt	32,26% 10	12,90% 4	25,81% 8	12,90% 4	16,13% 5	23,85% 31
Brandenburger Straße	41,46% 17	24,39% 10	24,39% 10	9,76% 4	0,00% 0	31,54% 41
Nebenstraßen Querstraßen	69,23% 18	3,85% 1	11,54% 3	15,38% 4	0,00% 0	20,00% 26
Stadtgebiet	16,67% 1	0,00% 0	33,33% 2	16,67% 1	33,33% 2	4,62% 6
keine Angabe	54,55% 6	0,00% 0	36,36% 4	0,00% 0	9,09% 1	8,46% 11
sonstiger Standort	33,33% 5	0,00% 0	40,00% 6	6,67% 1	20,00% 3	11,54% 15
Befragte	57	15	33	14	11	130

Wie hat den Gewerbetreibenden der Weihnachtsmarkt gefallen?

- Die überwiegende Mehrheit der Gewerbetreibenden (> 92%) hat in den Jahren 2022 oder 2023 den Potsdamer Weihnachtsmarkt „Potsdamer Lichterglanz“ – standortbedingt zwangsläufig - besucht.
- Wirklich gefallen hat der Weihnachtsmarkt aber auch den Gewerbetreibenden nicht. Nur 36,7% der Befragten fanden ihn gut oder sehr gut, über 52% hingegen fanden ihn weniger oder gar nicht gut.
- Am besten gefallen hat der Weihnachtsmarkt den Gewerbetreibenden in der Brandenburger Straße. Über 48% von ihnen hat er gut oder sehr gut gefallen.
- Am wenigsten gefallen hat der Weihnachtsmarkt den Gewerbetreibenden in den Quer- und Nebenstraßen. Über 88% von ihnen hat er weniger oder gar nicht gut gefallen.
- In einer Branchenbetrachtung gab es die höchste Zustimmungquote (65%) bei den filialisierten Einzelhändlern, die höchste Ablehnungsquote (60%) bei den inhabergeführten Einzelhändlern.

Was wünschen sich die Gewerbetreibenden?

- Hinsichtlich des Warensortiments haben die Gewerbetreibenden weitgehend identische Präferenzen wie die Besucher (s.o.)
- Ungestützt danach befragt, was den Gewerbetreibenden am Weihnachtsmarkt gefallen oder nicht gefallen hat, gab es auch hier ebenso unterschiedliche wie zahlreiche Rückmeldungen. Kritikpunkte und Änderungswünsche korrespondieren auch hier zumeist miteinander.
- 131 Gewerbetreibende nannten folgende Aspekte in der offenen Frage zum Gefallen am häufigsten: Zentrale Lage, Angebote/Essensangebote und Märchenbühne.
- Bei der offenen Frage nach dem Missfallen nannten 149 Gewerbetreibenden am häufigsten: Angebotsmix, Lage, Essens- und Getränkeangebote, Stände, Zustellung der Geschäfte und Müll. Auch das blaue Licht und die weihnachtliche Stimmung gefielen nicht.

Wie wirkt sich der Weihnachtsmarkt auf die Geschäfte aus?

- 66 Prozent der Gewerbetreibenden geben an, dass sich der Weihnachtsmarkt auf ihr Geschäft auswirkt. Bei 34 % ist dies nach eigenen Angaben nicht der Fall.
- Als positive Effekte werden benannt (Top-3): eine höhere Kundenfrequenz (50%), höhere Umsätze (41%) sowie eine bessere Wahrnehmung durch neue Kunden (31%).
- Als negative Effekte werden benannt (Top-3): die angespannte Parksituation, eine stärkere Verschmutzung sowie eine geringere Sichtbarkeit / Wahrnehmung des eigenen Betriebes.
- Abhängig vom Standort und der Gewerbeart ergeben sich z.T. jedoch deutliche Differenzierungen/Abweichungen von den o.g. Globalwerten.
- Unternehmen auf der Brandenburger Straße und im direkten Umfeld geben an, dass das Weihnachtsgeschäft sehr wichtig für sie ist und der Weihnachtsmarkt darauf einen direkten Einfluss hat. Die aus dem Weihnachtsmarkt resultierenden positiven und negativen Effekte werden dabei überwiegend als stark oder sehr stark bewertet.
- In den Quer- und Nebenstraßen der Brandenburger Straße ist die Abhängigkeit vom Weihnachtsgeschäft und Weihnachtsmarkt hingegen deutlich geringer ausgeprägt. Von positiven Effekten wird hier weniger stark partizipiert, negative Effekte hingegen wirken im Vergleich dazu deutlich stärker. Niedrigere Umsätze, geringere Kundenfrequenz und erschwerte Zulieferwege werden als Folge des Weihnachtsmarktes benannt.
- Differenzierungen ergeben sich auch bei einer branchenbezogenen Betrachtung. Insbesondere in den Bereichen Handel, Gastronomie und Hotellerie gibt es eine deutliche Abhängigkeit vom Weihnachtsmarkt. Bei über 60% der genannten Branchenunternehmen wirkt sich der Weihnachtsmarkt direkt auf das Weihnachtsgeschäft aus. Ebenso ist die Wahrnehmung positiver und negativer Aspekte des Weihnachtsmarktes in diesen Branchen besonders stark ausgeprägt. Von den positiven Aspekten profitieren jedoch auch Handwerk und Freiberufler, bei allen anderen Branchen ist dies nicht in signifikanter Weise festzustellen.
- Die überwiegende Mehrheit der Gewerbetreibenden (86%) sieht keine Angebotskonkurrenz durch den Weihnachtsmarkt zu den eigenen Sortimenten. Am stärksten wird eine Konkurrenz jedoch von Teilen der Gastronomie (25%) wahrgenommen.

Wie wichtig sind verkaufsoffene Sonntage im Advent?

- 47% aller Gewerbetreibenden geben an, dass verkaufsoffene Sonntage für sie wichtig oder sehr wichtig sind. Für 42% hingegen sind diese Sonderöffnungen weniger oder gar nicht wichtig.
- Die höchste Bedeutung haben verkaufsoffener Sonntage für die Gewerbetreibenden auf der Brandenburger Straße. 58% geben an, diese Sonderöffnungen seien wichtig oder sehr wichtig.
- Die geringste Bedeutung haben verkaufsoffener Sonntage hingegen für die Gewerbetreibenden in den Quer- und Nebenstraßen. Nur 22% geben an, diese Sonderöffnungen seien für sie wichtig oder sehr wichtig. Für 65% hingegen sind sie weniger oder gar nicht wichtig.

Würden sich die Gewerbetreibenden gern aktiv am Weihnachtsmarkt beteiligen?

- In der Vergangenheit haben sich 15% der befragten Gewerbetreibenden (n=168) bereits ein- oder mehrmals mit einem eigenen Stand am Weihnachtsmarkt beteiligt. In der Mehrzahl hat es sich dabei um Gastronomen gehandelt.
- Für die Befragten, die sich noch nie mit einem eigenen Stand beteiligt haben, war ein maßgebliches Argument, dass das eigene Sortiment keinen Bezug zum Weihnachtsmarkt hat.
- Für die überwiegende Mehrheit (90%) der befragten Gewerbetreibenden ist jedoch eine weihnachtliche Beleuchtung inklusive Nebenstraßen sehr wichtig oder wichtig.
- Pauschal befragt danach, ob die Gewerbetreibenden bereit wären, sich an den Kosten einer Beleuchtung zu beteiligen, antworten 46% mit ja und 54% mit nein. Deutlich höher ist die Bereitschaft zu einer Kostenbeteiligung jedoch bei Gastronomen (58%), Handwerksbetrieben (57%) und inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben (50%).
- Das Interesse der Gewerbetreibenden, für die Zeit des Weihnachtsmarktes die Außenflächen an ihrem Standort selbst zu nutzen und mit eigenen Angeboten zu bespielen, ist in der Gesamtheit eher verhalten. Nur für 27% wäre das von Interesse. Bei den befragten Gastronomen hingegen wäre das Interesse daran deutlich höher. 60% der befragten Gastronomen gaben an, dass sie an einer eigenen Nutzung der Außenflächen interessiert wären.
- Ein häufiger Kritikpunkt der Gewerbetreibenden ist, dass die Fronten und Schaufenster an ihrem Standort durch Weihnachtsmarktstände verstellt werden. Fast 65% der Befragten wünschen sich daher, dass der Straßenraum vor ihrem Unternehmen frei bleiben sollte. Strukturell besonders ausgeprägt ist dieser Wunsch bei den inhabergeführten Einzelhändlern (77%). Räumlich besonders stark ausgeprägt ist dieser Wunsch dagegen bei den Gewerbetreibenden in den Neben- und Querstraßen. Hier wünschen sich 86% der Befragten, dass der Straßenraum frei bleiben soll.

Welche grundsätzlichen Anforderungen haben die Gewerbetreibenden an einen zukünftigen Weihnachtsmarkt?

Die grundsätzlichen Anforderungen der Gewerbetreibenden sind denen der Bürger:innen sehr ähnlich. Auch aus ihrer Sicht sollte ein zukünftiger Weihnachtsmarkt

- zentral (die Weihnachtsstände sollten sich auf einem zentralen Platz befinden) und
- entzerrt (die Weihnachtsstände stehen weiter auseinander) sein.
- Ein übergeordnetes Thema benötigt der der Weihnachtsmarkt nicht.
Über 63% der Befragten sind der Meinung: Weihnachten ist als Thema ausreichend.

Wo sollte ein künftiger Weihnachtsmarkt stattfinden?

Hierzu sollten alle befragten Gewerbetreibenden im ersten Schritt die möglichen Alternativen vergleichen und bewerten.

Standortoptionen (1)	sehr gut / gut		nicht gut / gar nicht gut	
	Anteil	Nennungen	Anteil	Nennungen
A – Brandenburger Straße (entzerrt)	60,7 %	96	26,6 %	42
B – Bassinplatz (zentral und kompakt)	52,6 %	81	29,2 %	45
C – Lustgarten, Alter & Neuer Markt (dezentral)	25,8 %	39	61,6 %	93

Im zweiten Schritt sollten alle Befragten ihren persönlichen Favoriten benennen

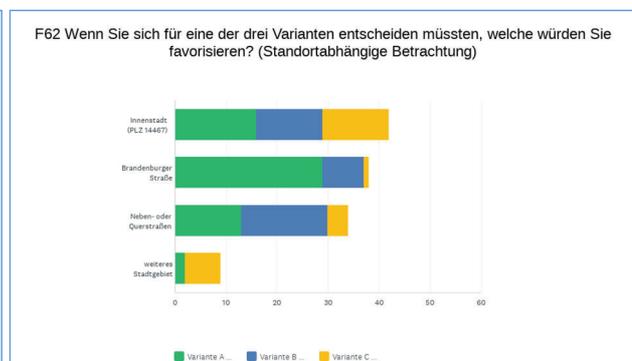
Standortoptionen (2)	Favorit	
	Anteil	Nennungen
A – Brandenburger Straße (entzerrt)	50,3 %	77
B – Bassinplatz (zentral und kompakt)	30,7 %	47
C – Lustgarten, Alter & Neuer Markt (dezentral)	18,9 %	29

In einer Gesamtbetrachtung aller Gewerbetreibenden ist festzustellen:

- Im direkten Vergleich der Alternativen erhält die Brandenburger Straße die höchste Zustimmung, den höchsten Stimmenanteil und die kleinste Ablehnungsquote. Die Abstände zur zweit platzierten Variante fallen jedoch deutlich geringer aus, als bei den befragten Bürgern.
- Die Variante Bassinplatz landet in der Gunst der Befragten auf dem zweiten Platz
- Die Variante C findet die geringste Zustimmung und zugleich die höchste Ablehnungsquote.
- Die vorgenannten Ergebnisse werden hinsichtlich Rangfolge bzw. Präferenz durch die Tabelle „Standortoptionen 2“ bestätigt.

Zu den o.g. Ergebnissen ist jedoch anzumerken: Die vergleichsweise geringen Fallzahlen bei einer gleichzeitig hohen Heterogenität in der Befragungsgruppe beeinträchtigen die Ableitung statistisch valider Aussagen.

Die Heterogenität in der Befragungsgruppe begründet sich u.a. aus den Branchenzugehörigkeiten und den individuellen Gewerbestandorten. Berücksichtigt man diese Faktoren, ergeben sich differenziertere Ergebnisse und Einsichten (siehe Tabellen).



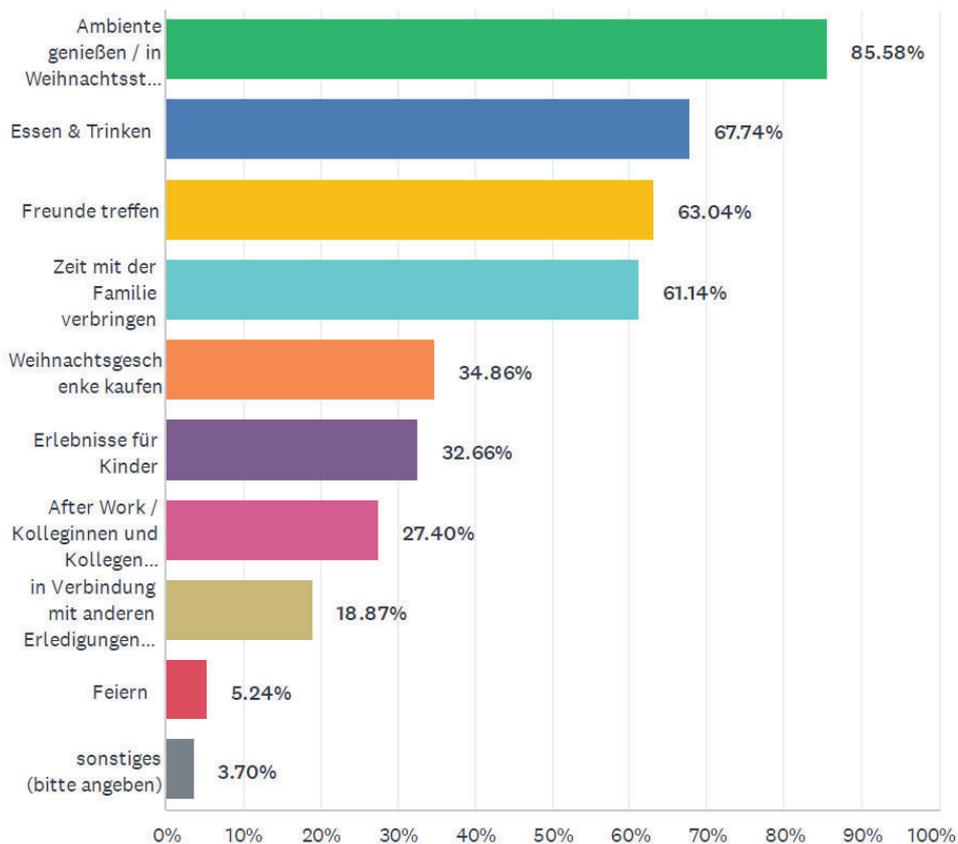
- Bei inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben – der größten Einzelgruppe – gibt es eine ambivalente Haltung zu den Varianten A (Brandenburger Str.) und B (Bassinplatz). Die höchste wenn auch knappe Zustimmung findet dennoch die Variante A. Eine ähnliche Situation zeichnet sich bei den Gastronomen ab.
- Eine klare und deutliche Zustimmung findet die Variante A hingegen in den Gruppen der filialisierten Einzelhändler als auch in der Gruppe der Gewerbetreibenden auf der Brandenburger Straße.
- Aus vorliegenden Daten nicht erklärbar ist dabei jedoch die Diskrepanz in diesen beiden Gruppen zwischen der mehrheitlichen Standortpräferenz für die Brandenburger Straße bei einer gleichzeitigen und mehrheitlichen Ablehnung von Verkaufsständen vor dem eigenen Gewerbestandort.
- Demgegenüber favorisieren die Händler der Quer- und Nebenstraßen mehrheitlich die Variante B.
- Im Ergebnis einer differenzierten Betrachtung werden Unterschiede und Ambivalenzen sichtbar, das Gesamtergebnis verändert sich jedoch nicht

► **Die Brandenburger Straße ist die bevorzugte Standortvariante der Gewerbetreibenden.**

Teil A: Ergebnisse der Bürgerbefragung (komplett)

F2 Was sind für Sie die wichtigsten Gründe für Ihren Besuch eines Weihnachtsmarktes? (Bitte markieren Sie die 5 wichtigsten Gründe.)

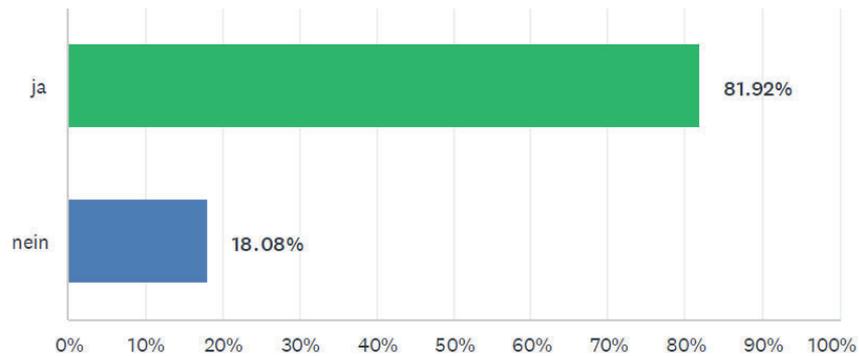
Beantwortet: 6,274 Übersprungen: 908



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Ambiente genießen / in Weihnachtsstimmung kommen	85.58%	5,369
Essen & Trinken	67.74%	4,250
Freunde treffen	63.04%	3,955
Zeit mit der Familie verbringen	61.14%	3,836
Weihnachtsgeschenke kaufen	34.86%	2,187
Erlebnisse für Kinder	32.66%	2,049
After Work / Kolleginnen und Kollegen treffen	27.40%	1,719
in Verbindung mit anderen Erledigungen (Einkaufen, Arztbesuch, Shopping)	18.87%	1,184
Feiern	5.24%	329
sonstiges (bitte angeben)	3.70%	232
Befragte insgesamt: 6,274		

F3 Der zentrale Weihnachtsmarkt "Blauer Lichterglanz" hat in den vergangenen Jahren immer in der Potsdamer Innenstadt stattgefunden. Räumlich befand sich der Weihnachtsmarkt zwischen dem Luisenplatz, dem Vorplatz des Brandenburger Tors, dann entlang der Brandenburger Straße und mit Einbindung eines Teils des Bassinplatzes. Haben Sie in den letzten zwei Jahren (2022 oder 2023) den zentralen Potsdamer Weihnachtsmarkt "Blauer Lichterglanz" besucht?

Beantwortet: 6,272 Übersprungen: 910



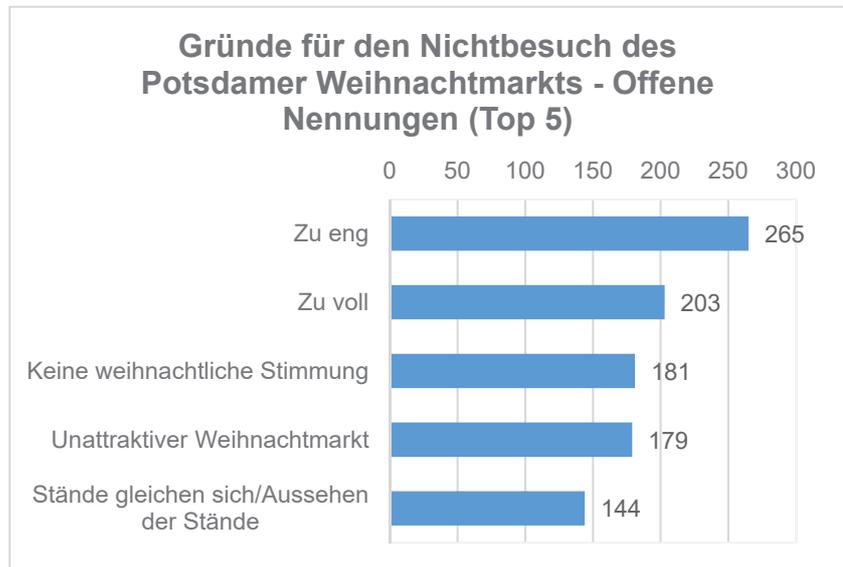
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
ja	81.92%	5,138
nein	18.08%	1,134
GESAMT		6,272

F4 Falls Sie den Potsdamer Weihnachtsmarkt nicht besucht haben, warum haben Sie das nicht getan? Bitte nennen Sie uns Ihre wichtigsten Gründe.

Freitext-Frage > Qualitative Auswertung
Beantwortet: 1,150 Übersprungen: 6,032

1.150 Befragte (18,3 %) haben die offene Frage beantwortet und die Gründe aufgeführt, warum sie den Weihnachtsmarkt nicht besucht haben. Insgesamt wurden 2.434 unterschiedliche Begründungen aufgeführt. Die folgenden Gründe wurden am häufigsten genannt (siehe Grafik).

Die Tabelle unten führt die weiteren genannten Gründe für den Nichtbesuch des Potsdamer Weihnachtsmarkts (n > 25) auf. Es zeigt sich eine breite Vielfalt von Aspekten.

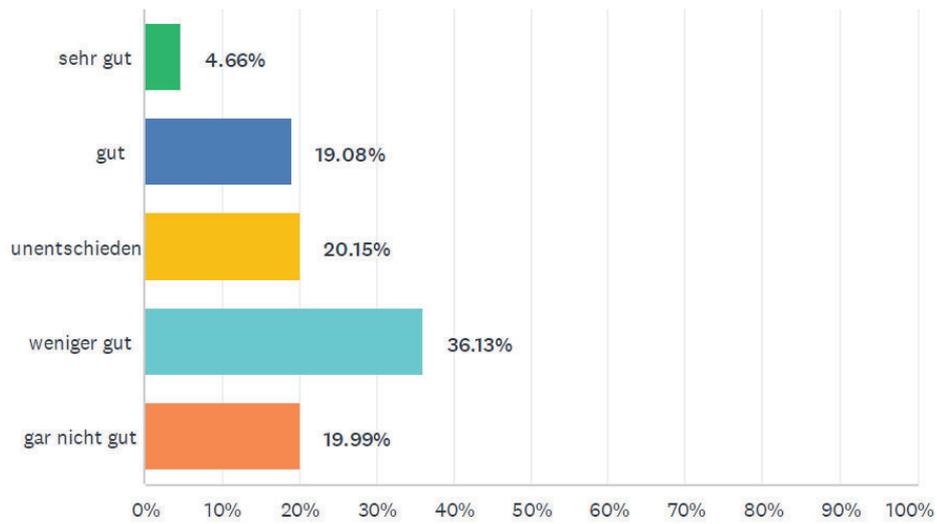


Nennungen	Anzahl
Zu eng	265
Zu voll	203
Keine weihnachtliche Stimmung	181
Unattraktiver Weihnachtsmarkt	179
Stände gleichen sich/Aussehen der Stände	144
Lage in der Brandenburger Straße	142
Das blaue Licht	123
Kein Ambiente/Keine Atmosphäre	95
Zu viele Essensstände	90
Unattraktive Angebote	83
Geschäfte in der Brandenburger Straße zugestellt	75
Zu viele Essens- und Getränkestände	58
Zu kommerziell	58
Zu viele Billigangebote	51
Zu teuer	46
Zu laut	44
Keine Stimmung	37
Zu viel Ramsch	30
Alkohol/Betrunkene	29
Keine Gemütlichkeit	28

(Mehrfachnennungen möglich)

F5 Wie hat Ihnen der Potsdamer Weihnachtsmarkt "Blauer Lichterglanz" gefallen?

Beantwortet: 6,164 Übersprungen: 1,018



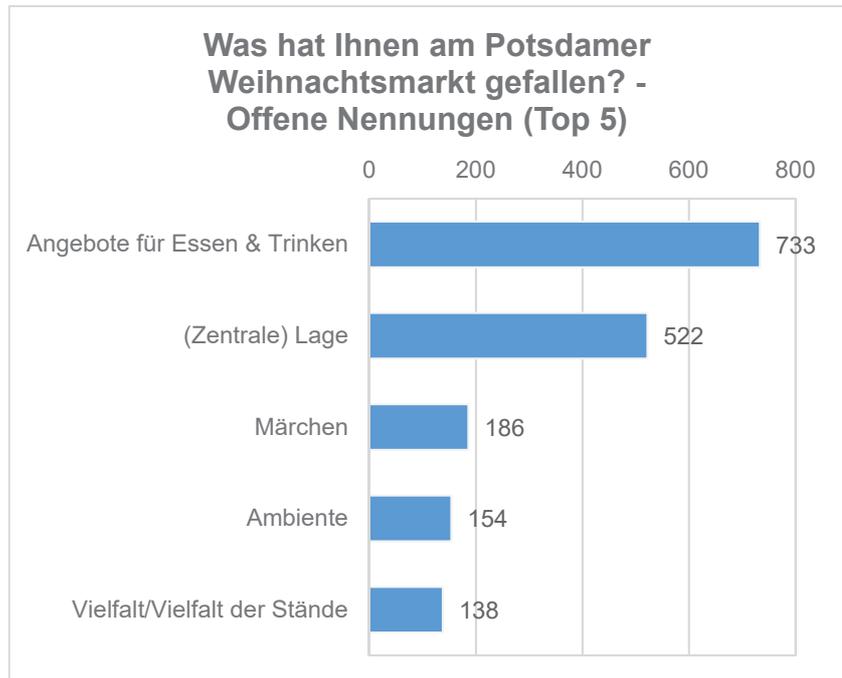
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr gut	4.66%	287
gut	19.08%	1,176
unentschieden	20.15%	1,242
weniger gut	36.13%	2,227
gar nicht gut	19.99%	1,232
GESAMT		6,164

F6 Was hat Ihnen am Potsdamer Weihnachtsmarkt gut gefallen?

Freitext-Frage > Qualitative Auswertung
Beantwortet: 3,846 Übersprungen: 3,336

3.846 Befragte (53,6 %) haben die offene Frage beantwortet und ungestützt aufgeführt, was ihnen am Besuch des Potsdamer Weihnachtsmarkts gefallen hat. Insgesamt wurden 5.502 unterschiedliche Begründungen aufgeführt. Die folgenden Aspekte wurden am häufigsten genannt (siehe Grafik):

Die Tabelle unten führt die weiteren genannten Aspekte auf, die den Befragten am Potsdamer Weihnachtsmarkt gefallen haben (n > 50). Als Tendenz zeigt sich, dass viele der ungestützten Nennungen eher neutral bis positiv formuliert wurden.



Nennungen	Anzahl
Angebote für Essen & Trinken	733
(Zentrale) Lage	522
Märchen	186
Ambiente	154
Vielfalt/Vielfalt der Stände	138
Größe	122
Dekoration	109
Stimmung	104
Weihnachtliche Stimmung	89
Beleuchtung	88
Verbindung zum Shopping	87
Erreichbarkeit	84
Handwerkliche Stände	84
Blauer Lichterglanz/Blaues Licht	75
Atmosphäre	74

(Mehrfachnennungen möglich)

Nennungen	Anzahl
Einige Stände	69
Musik	67
Weihnachtsmarkt an sich	67
Angebote für Kinder	65
Gestaltung der Stände	65
Angebot allgemein	62
Eislaufbahn	57
Viele Stände	55
Wenig	55
Stände	53
Weihnachtsbaum	52
Anordnung der Stände	51
Kunsth Handwerk	51
Riesenrad	51

Ein Teil der Befragten führte bei dieser Frage auch an, welche Teile des Potsdamer Weihnachtsmarkts ihnen gefallen haben. Die Tabelle fasst die Anzahl der positiven Nennungen zu den ungestützt genannten Bereichen zusammen:

Teil Luisenplatz	141
Teil Bassinplatz	63
Teil Brandenburger Tor	23
Teil Brandenburger Straße	6

(Mehrfachnennungen möglich)

F7 Was hat Ihnen am Potsdamer Weihnachtsmarkt nicht gefallen?

Freitext-Frage > Qualitative Auswertung
Beantwortet: 5,163 Übersprungen: 2,019

5.163 Befragte (71,9 %) haben die offene Frage beantwortet und ungestützt aufgeführt, was ihnen am Besuch des Potsdamer Weihnachtsmarkts nicht gefallen hat. Insgesamt wurden 10.501 unterschiedliche Begründungen aufgeführt. Die folgenden Aspekte wurden am häufigsten genannt (siehe Grafik).

Die Tabelle unten führt die weiteren genannten Aspekte auf, die den Befragten am Potsdamer Weihnachtsmarkt nicht gefallen haben (Anzahl der Nennungen > 50). Insgesamt erfolgte eine aus-differenzierte Bewertung vieler Aspekte. Als Tendenz zeigt sich, dass sehr viele der ungestützten Nennungen negativ bis sehr negativ formuliert wurden.



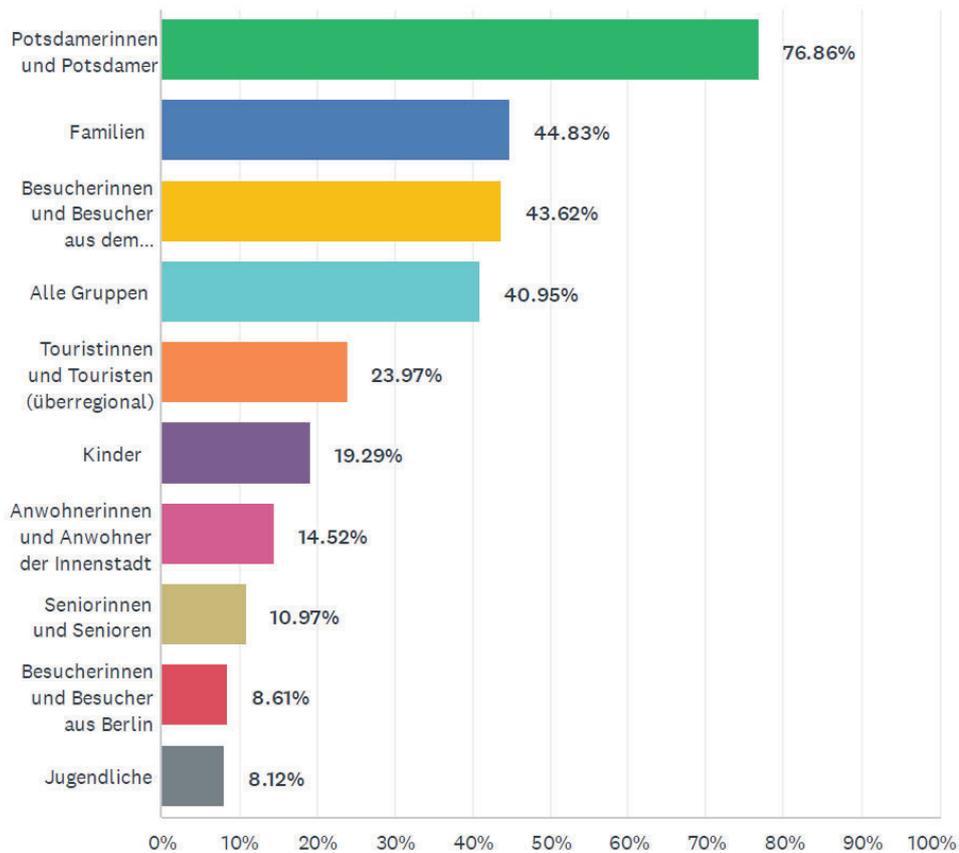
Nennungen	Anzahl
Zu eng	1021
Zu voll/Gedrängel	779
Blau / Blaue Beleuchtung / Blauer Lichterglanz	768
Zu viele Essens- und Getränkestände	541
Lage (Brandenburger Straße)	452
Geschäfte verdeckt / blockiert / zugestellt	435
Keine Abwechslung	365
Zu viele Billigangebote	351
Austauschbare Angebote/Stände	329
Preise/zu teuer	284
Keine weihnachtliche Stimmung	208
Keine Weihnachtsmusik	155
Zu kommerziell	151
Behinderung beim Shopping	124
Keine Musik	114
Keine Gemütlichkeit	109
Zu entzerrt	109
Kein Ambiente	108
Dekoration	104
Zu langgezogen	102
Zu viel Rummel	96
Stände zu eng nebeneinander	92
Baustelle	89
Essensangebote sind nicht gut	88

(Mehrfachnennungen möglich)

Nennungen	Anzahl
Öffnungszeiten	86
Viele Angebote ohne Weihnachtsbezug	86
Angebot insgesamt	84
Touristen	82
Auswahl der Stände	81
Keine Atmosphäre	81
Anordnung der Stände	78
Keine besonderen Angebote	75
Musik	75
Zu laut	75
Barrierefreiheit	71
Beleuchtung	69
Langweilig	66
Keine Vielfalt	63
Sicherheit	63
Alles	59
Keine hochwertigen Angebote	58
Keine Verweilmöglichkeiten	57
Kein Weihnachtsmarkt	55
Müll	54
Keine Stimmung	52
Nichts	51
Parkplätze fehlen	51

F8 An wen soll sich der zukünftige Weihnachtsmarkt hauptsächlich richten?
(Markieren Sie bitte die 3 Hauptbesuchergruppen.)

Beantwortet: 6,179 Übersprungen: 1,003

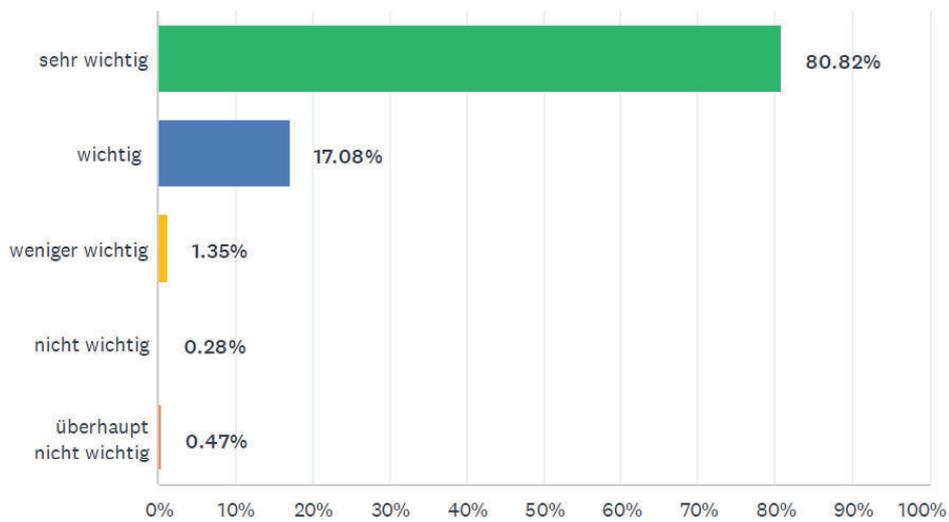


ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Potsdamerinnen und Potsdamer	76.86%	4,749
Familien	44.83%	2,770
Besucherinnen und Besucher aus dem Potsdamer Umland	43.62%	2,695
Alle Gruppen	40.95%	2,530
Touristinnen und Touristen (überregional)	23.97%	1,481
Kinder	19.29%	1,192
Anwohnerinnen und Anwohner der Innenstadt	14.52%	897
Seniorinnen und Senioren	10.97%	678
Besucherinnen und Besucher aus Berlin	8.61%	532
Jugendliche	8.12%	502
Befragte insgesamt: 6,179		

F9 Wie wichtig ist Ihnen die weihnachtliche Stimmung auf einem Weihnachtsmarkt?

Beantwortet: 6,130

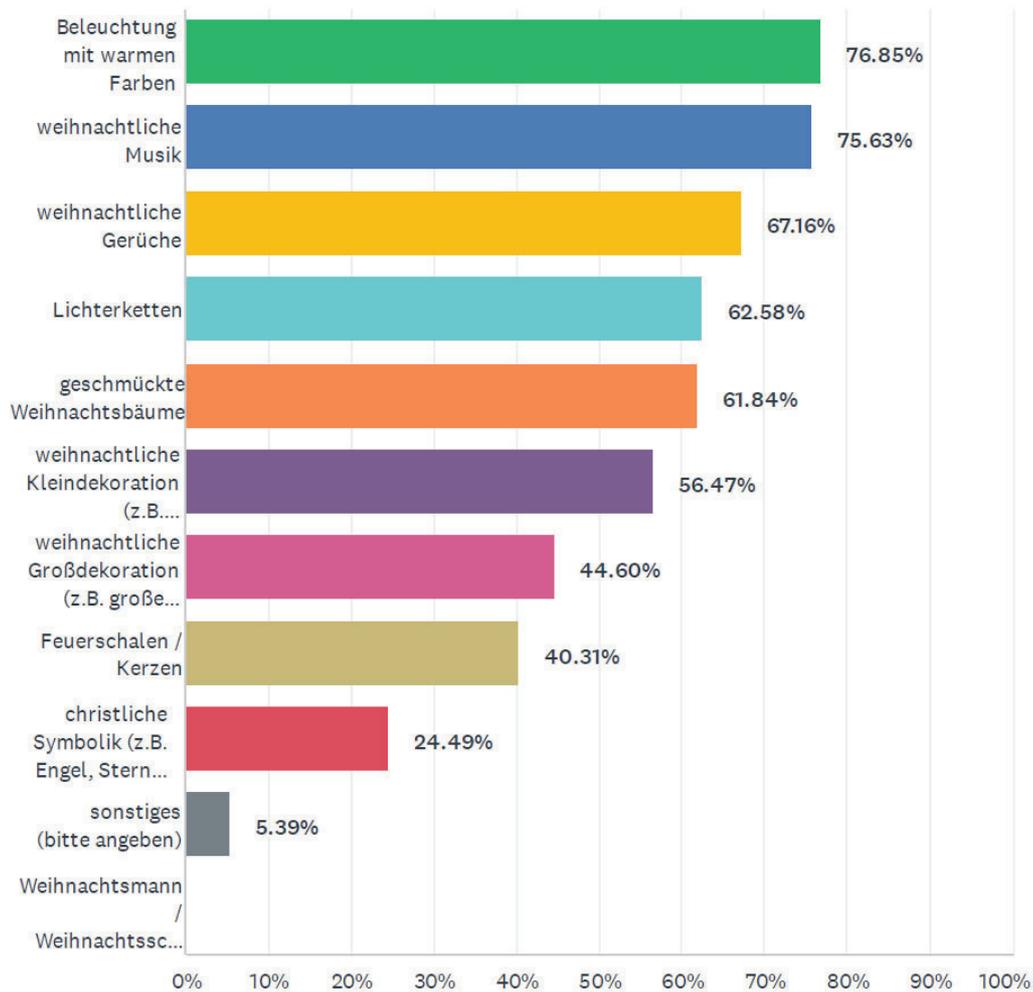
Übersprungen: 1,052



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr wichtig	80.82%	4,954
wichtig	17.08%	1,047
weniger wichtig	1.35%	83
nicht wichtig	0.28%	17
überhaupt nicht wichtig	0.47%	29
GESAMT		6,130

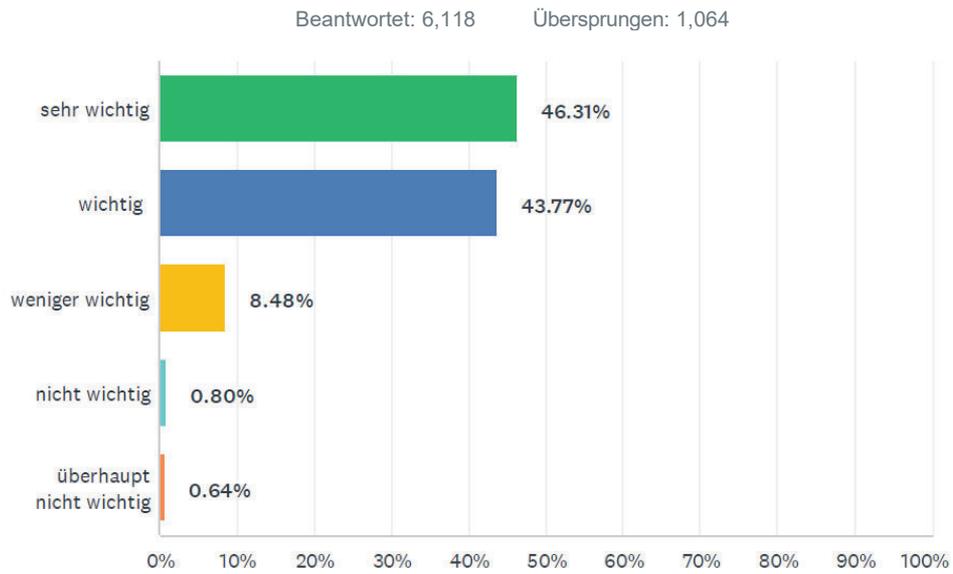
F10 Was macht für Sie die weihnachtliche Stimmung auf einem Weihnachtsmarkt aus? (Markieren Sie bitte die 5 wesentlichen Aspekte.)

Beantwortet: 6,117 Übersprungen: 1,065



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Beleuchtung mit warmen Farben	76.85%	4,701
weihnachtliche Musik	75.63%	4,626
weihnachtliche Gerüche	67.16%	4,108
Lichterketten	62.58%	3,828
geschmückte Weihnachtsbäume	61.84%	3,783
weihnachtliche Kleindekoration (z.B. Tannenzweige, Weihnachtsschmuck)	56.47%	3,454
weihnachtliche Großdekoration (z.B. große Pyramide, großer Schwibbogen, Schlitten)	44.60%	2,728
Feuerschalen / Kerzen	40.31%	2,466
christliche Symbolik (z.B. Engel, Sterne, Krippe)	24.49%	1,498
sonstiges (bitte angeben)	5.39%	330
Weihnachtsmann / Weihnachtsschlitten	0.00%	0
Befragte insgesamt: 6,117		

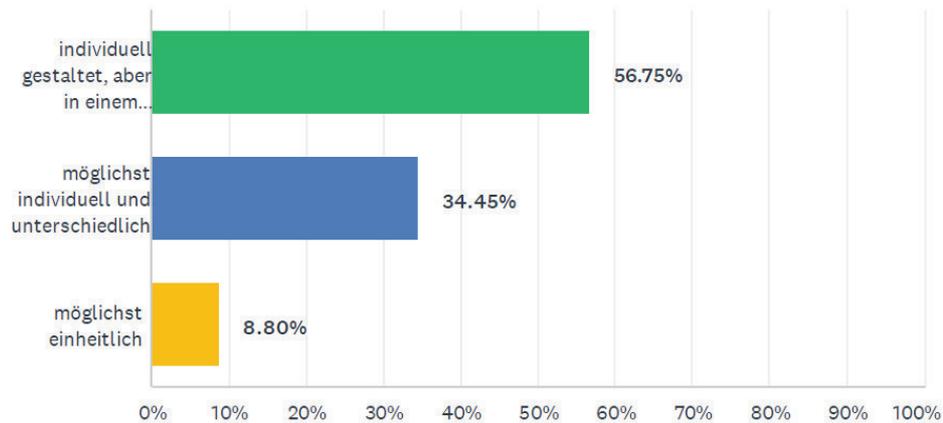
F11 Wie wichtig ist Ihnen die weihnachtliche Gestaltung der Verkaufsstände?



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr wichtig	46.31%	2,833
wichtig	43.77%	2,678
weniger wichtig	8.48%	519
nicht wichtig	0.80%	49
überhaupt nicht wichtig	0.64%	39
GESAMT		6,118

F12 Wie sollten die Verkaufsstände (Buden) zukünftig gestaltet sein?

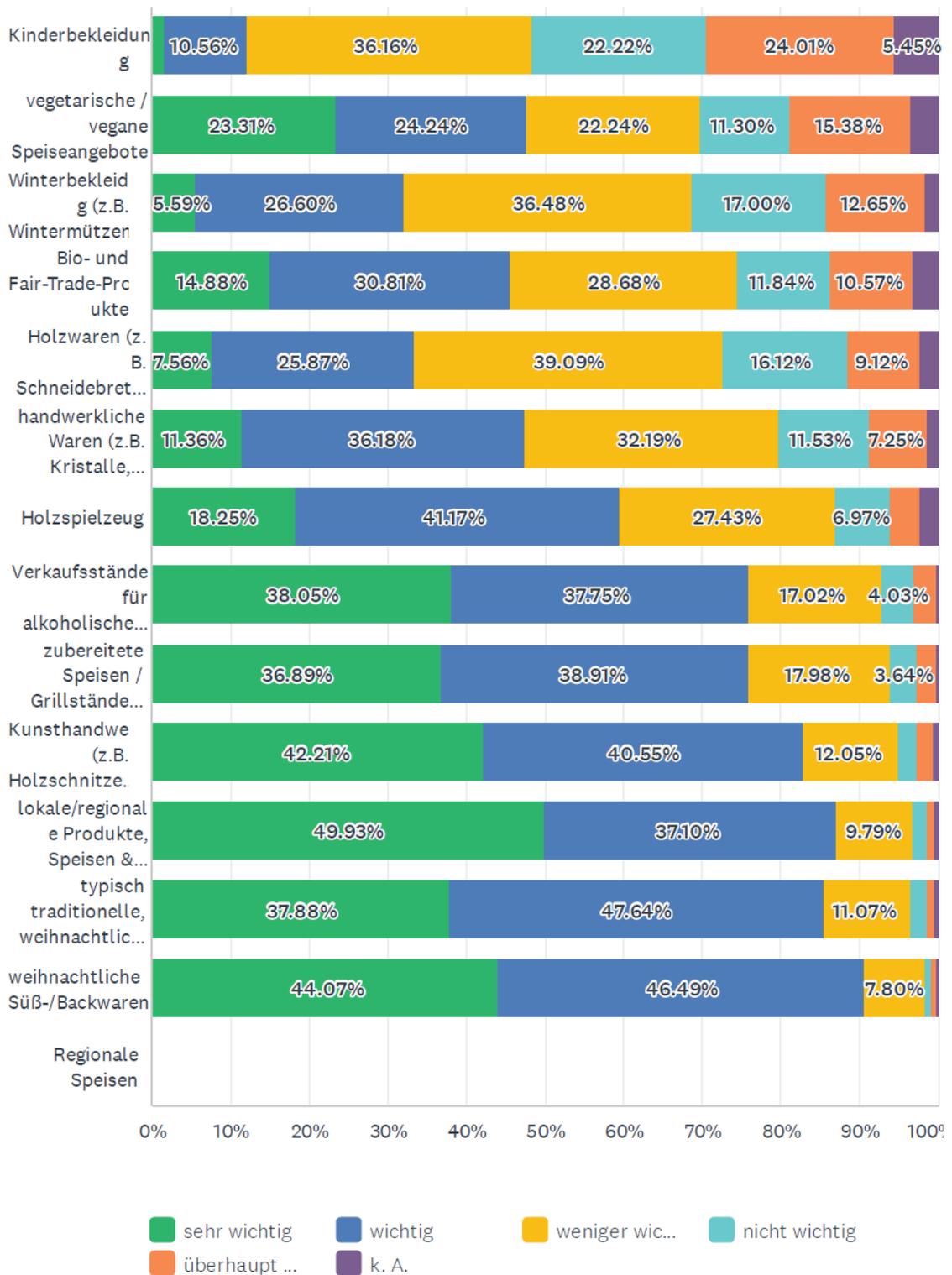
Beantwortet: 6,081 Übersprungen: 1,101



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
individuell gestaltet, aber in einem vorgegebenen Rahmen	56.75%	3,451
möglichst individuell und unterschiedlich	34.45%	2,095
möglichst einheitlich	8.80%	535
GESAMT		6,081

F13 Wie wichtig ist Ihnen nachfolgendes Warenangebot auf einem Weihnachtsmarkt?

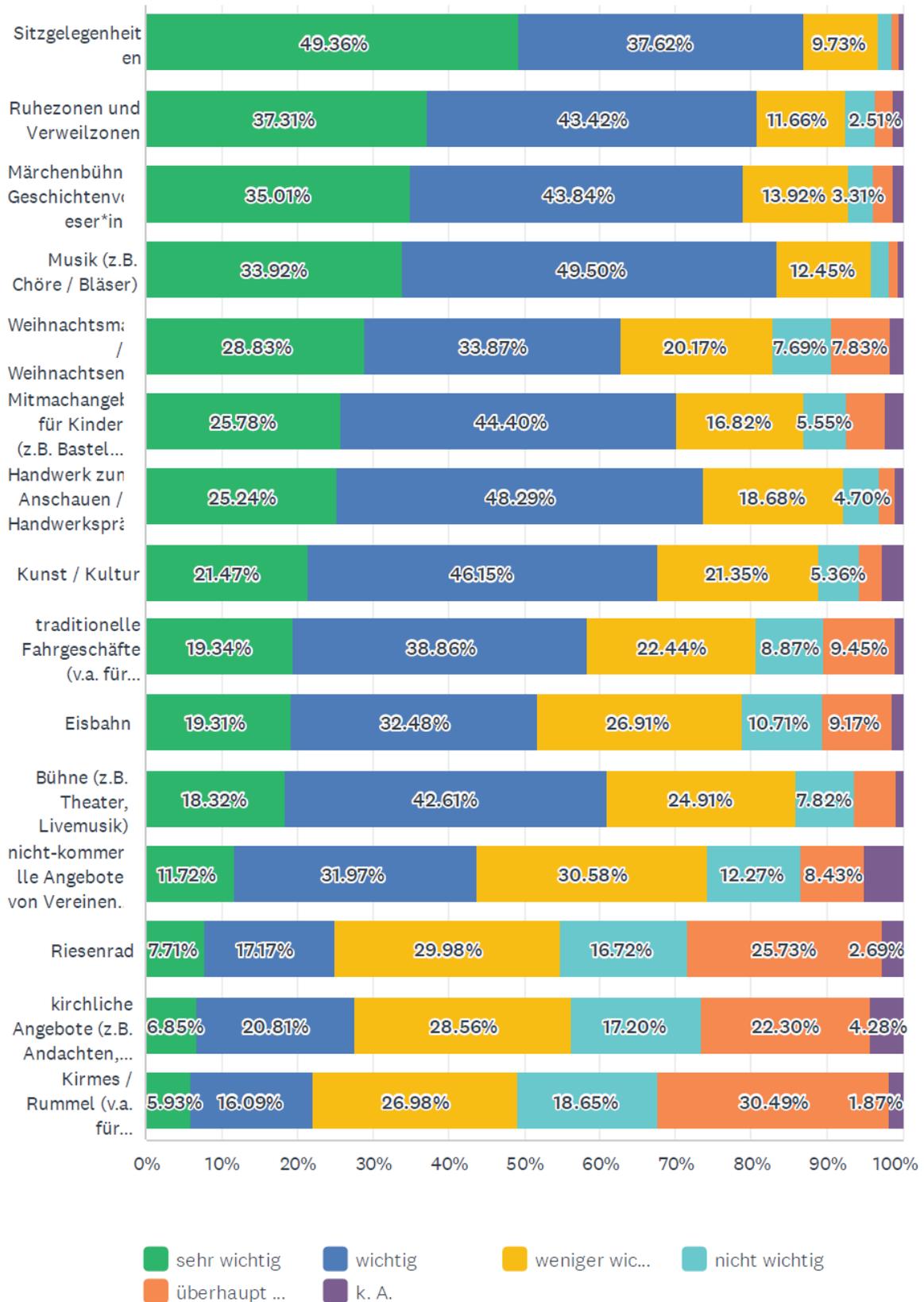
Beantwortet: 6,018 Übersprungen: 1,164



	SEHR WICHTIG	WICHTIG	WENIGER WICHTIG	NICHT WICHTIG	ÜBERHAUPT NICHT WICHTIG	K. A.	INSGESAMT	GEWICHTE MITTELWE
Kinderbekleidung	1.60% 95	10.56% 627	36.16% 2,148	22.22% 1,320	24.01% 1,426	5.45% 324	5,940	
vegetarische / vegane Speiseangebote	23.31% 1,387	24.24% 1,442	22.24% 1,323	11.30% 672	15.38% 915	3.53% 210	5,949	
Winterbekleidung (z.B. Wintermützen, Socken, Schals)	5.59% 334	26.60% 1,588	36.48% 2,178	17.00% 1,015	12.65% 755	1.68% 100	5,970	
Bio- und Fair-Trade-Produkte	14.88% 887	30.81% 1,837	28.68% 1,710	11.84% 706	10.57% 630	3.22% 192	5,962	
Holzwaren (z. B. Schneidebretter, Geschirr, Bestecke)	7.56% 450	25.87% 1,541	39.09% 2,328	16.12% 960	9.12% 543	2.25% 134	5,956	
handwerkliche Waren (z.B. Kristalle, Steine, Schmuck, Keramik, Lederwaren)	11.36% 680	36.18% 2,165	32.19% 1,926	11.53% 690	7.25% 434	1.49% 89	5,984	
Holzspielzeug	18.25% 1,081	41.17% 2,439	27.43% 1,625	6.97% 413	4.02% 238	2.16% 128	5,924	
Verkaufsstände für alkoholische & nicht-alkoholische Heißgetränke (z.B. Glühwein, Punsch, Glühbier, Feuerzangenbowle)	38.05% 2,282	37.75% 2,264	17.02% 1,021	4.03% 242	2.95% 177	0.20% 12	5,998	
zubereitete Speisen / Grillstände (z.B. Bratwurst, Langos, Grünkohl, Kassler)	36.89% 2,212	38.91% 2,333	17.98% 1,078	3.64% 218	2.32% 139	0.27% 16	5,996	
Kunsthandwerk (z.B. Holzschnitzer, Glasbläser, Kerzenziehen)	42.21% 2,536	40.55% 2,436	12.05% 724	2.53% 152	2.00% 120	0.67% 40	6,008	
lokale/regionale Produkte, Speisen & Getränke	49.93% 2,998	37.10% 2,228	9.79% 588	1.67% 100	1.12% 67	0.40% 24	6,005	
typisch traditionelle, weihnachtliche Sortimente (z.B. Weihnachts- und Christbaumschmuck, Adventsgestecke, -kränze, Gewürze, Tees, Spirituosen)	37.88% 2,275	47.64% 2,861	11.07% 665	1.90% 114	1.07% 64	0.45% 27	6,006	
weihnachtliche Süß-/Backwaren	44.07% 2,638	46.49% 2,783	7.80% 467	0.74% 44	0.62% 37	0.28% 17	5,986	
Regionale Speisen	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0	

F14 Was gehört für Sie noch zum Angebot auf einen Weihnachtsmarkt?

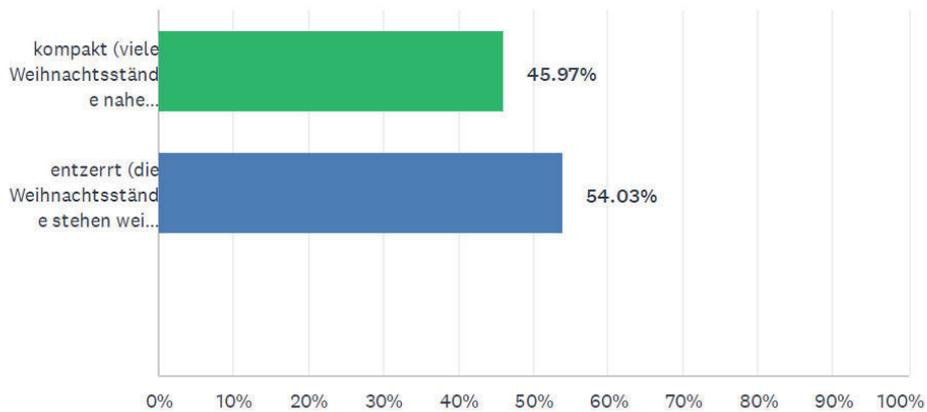
Beantwortet: 6,018 Übersprungen: 1,164



	SEHR WICHTIG	WICHTIG	WENIGER WICHTIG	NICHT WICHTIG	ÜBERHAUPT NICHT WICHTIG	K. A.	INSGESAMT	GEWICHT MITTELW
Sitzgelegenheiten	49.36% 2,952	37.62% 2,250	9.73% 582	1.92% 115	1.04% 62	0.33% 20	5,981	
Ruhezonen und Verweilzonen	37.31% 2,230	43.42% 2,595	11.66% 697	3.85% 230	2.51% 150	1.25% 75	5,977	
Märchenbühne / Geschichtenvorleser*in	35.01% 2,097	43.84% 2,626	13.92% 834	3.31% 198	2.67% 160	1.25% 75	5,990	
Musik (z.B. Chöre / Bläser)	33.92% 2,025	49.50% 2,955	12.45% 743	2.29% 137	1.21% 72	0.64% 38	5,970	
Weihnachtsmann / Weihnachtsengel Darsteller*in	28.83% 1,724	33.87% 2,025	20.17% 1,206	7.69% 460	7.83% 468	1.61% 96	5,979	
Mitmachangebote für Kinder (z.B. Basteln, Schminken, Theater, Weihnachts-Poststelle)	25.78% 1,543	44.40% 2,658	16.82% 1,007	5.55% 332	5.26% 315	2.19% 131	5,986	
Handwerk zum Anschauen / Handwerkspräsentation	25.24% 1,509	48.29% 2,887	18.68% 1,117	4.70% 281	2.11% 126	0.99% 59	5,979	
Kunst / Kultur	21.47% 1,274	46.15% 2,739	21.35% 1,267	5.36% 318	3.07% 182	2.61% 155	5,935	
traditionelle Fahrgeschäfte (v.a. für Kinder)	19.34% 1,158	38.86% 2,327	22.44% 1,344	8.87% 531	9.45% 566	1.04% 62	5,988	
Eisbahn	19.31% 1,148	32.48% 1,931	26.91% 1,600	10.71% 637	9.17% 545	1.43% 85	5,946	
Bühne (z.B. Theater, Livemusik)	18.32% 1,089	42.61% 2,533	24.91% 1,481	7.82% 465	5.50% 327	0.84% 50	5,945	
nicht-kommerzielle Angebote von Vereinen / sozialen Träger*innen	11.72% 698	31.97% 1,905	30.58% 1,822	12.27% 731	8.43% 502	5.04% 300	5,958	
Riesenrad	7.71% 459	17.17% 1,023	29.98% 1,786	16.72% 996	25.73% 1,533	2.69% 160	5,957	
kirchliche Angebote (z.B. Andachten, Gottesdienste, Orgelkonzerte)	6.85% 408	20.81% 1,240	28.56% 1,702	17.20% 1,025	22.30% 1,329	4.28% 255	5,959	
Kirmes / Rummel (v.a. für Jugendliche)	5.93% 352	16.09% 955	26.98% 1,602	18.65% 1,107	30.49% 1,810	1.87% 111	5,937	

F15 Wenn Sie an den zukünftigen zentralen Weihnachtsmarkt denken, dann ist dieser eher...

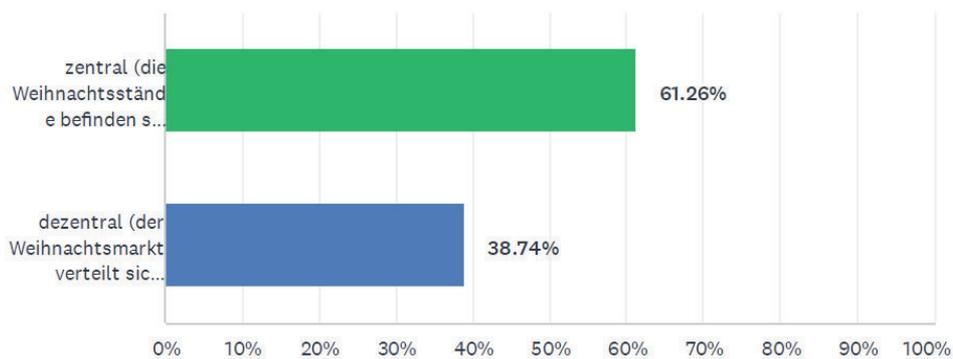
Beantwortet: 5,862 Übersprungen: 1,320



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
kompakt (viele Weihnachtsstände nahe beieinander, kurze Laufwege)	45.97%	2,695
entzerrt (die Weihnachtsstände stehen weiter auseinander)	54.03%	3,167
	0.00%	0
GESAMT		5,862

F16 Wenn Sie an den zukünftigen zentralen Weihnachtsmarkt denken, dann ist dieser eher...

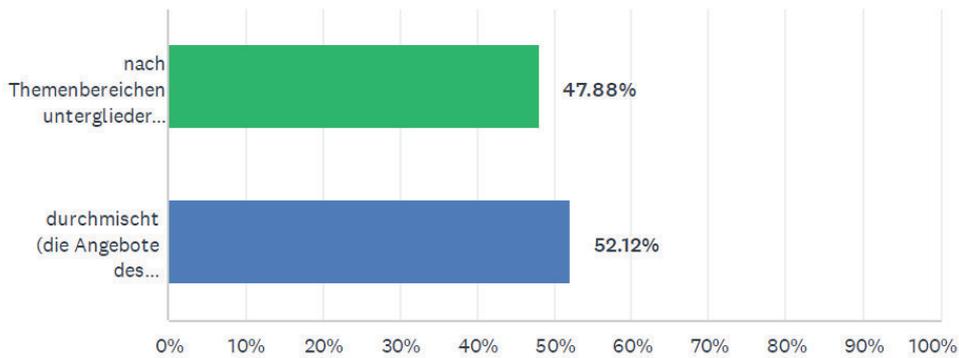
Beantwortet: 5,859 Übersprungen: 1,323



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
zentral (die Weihnachtsstände befinden sich auf einem zentralen Platz)	61.26%	3,589
dezentral (der Weihnachtsmarkt verteilt sich auf mehrere Orte mit Angeboten, zwischen den jeweiligen Orten entstehen Laufwege)	38.74%	2,270
GESAMT		5,859

F17 Wenn Sie an den zukünftigen zentralen Weihnachtsmarkt denken, dann ist dieser eher...

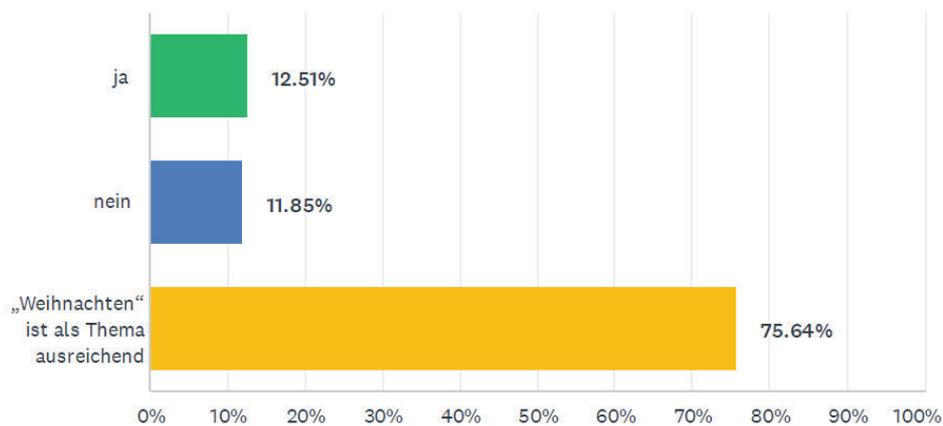
Beantwortet: 5,854 Übersprungen: 1,328



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
nach Themenbereichen untergliedert (unterschiedliche Bereiche für unterschiedliche Zielgruppen, z.B. Kinderbereiche mit Fahrgeschäften, Ruhezone, Aufenthaltsräume, Rummel, etc.)	47.88%	2,803
durchmischt (die Angebote des Weihnachtsmarktes sind bunt durchmischt und folgen keiner klaren Zuordnung)	52.12%	3,051
GESAMT		5,854

F18 Benötigt der zukünftige Potsdamer Weihnachtsmarkt aus Ihrer Sicht ein übergeordnetes Thema oder Alleinstellungsmerkmal?

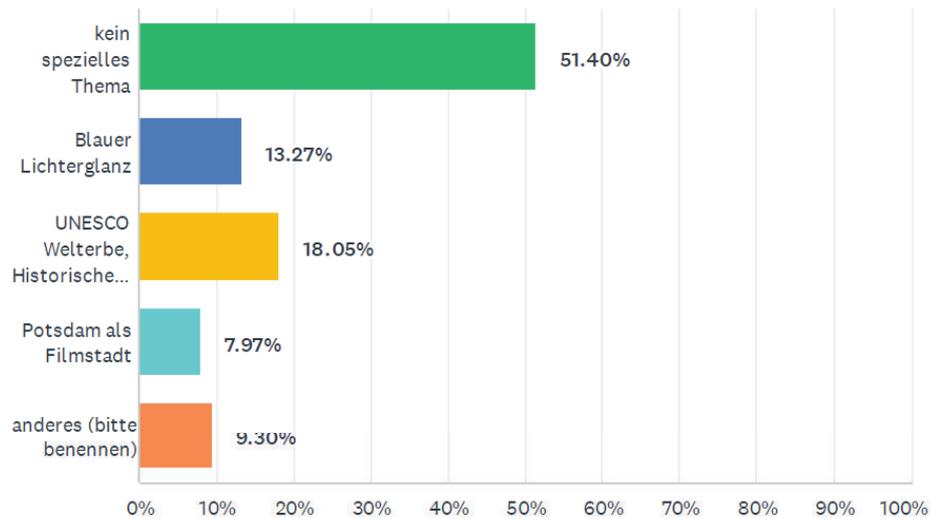
Beantwortet: 5,898 Übersprungen: 1,284



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
ja	12.51%	738
nein	11.85%	699
„Weihnachten“ ist als Thema ausreichend	75.64%	4,461
GESAMT		5,898

F19 Welches übergeordnete Thema können Sie sich für den Potsdamer Weihnachtsmarkt zukünftig vorstellen?

Beantwortet: 5,568 Übersprungen: 1,614



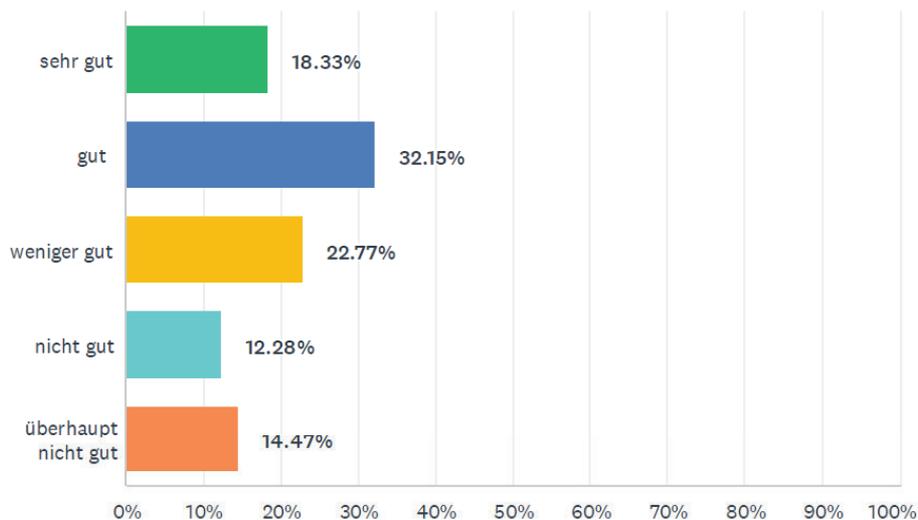
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
kein spezielles Thema	51.40%	2,862
Blauer Lichterglanz	13.27%	739
UNESCO Welterbe, Historische Bezüge	18.05%	1,005
Potsdam als Filmstadt	7.97%	444
anderes (bitte benennen)	9.30%	518
GESAMT		5,568

F20 Variante A - Brandenburger Straße (entzerrt)



Dieser Vorschlag ist dem bisherigen "Blauen Lichterglanz" räumlich sehr ähnlich. Der Unterschied ist, dass die Anzahl der Verkaufsstände auf der Brandenburger Straße deutlich reduziert und vorrangig auf die Kreuzungsbereiche konzentriert werden. Diese Variante finde ich

Beantwortet: 5,735 Übersprungen: 1,447



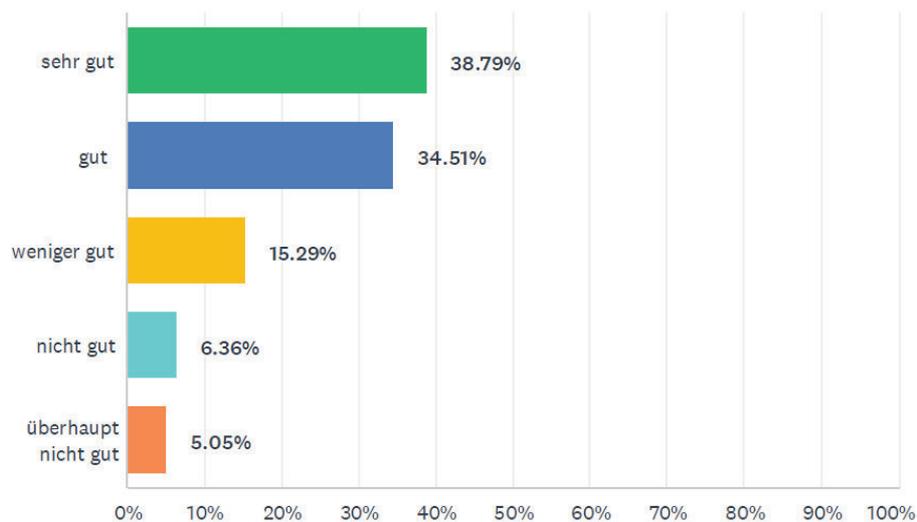
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr gut	18.33%	1,051
gut	32.15%	1,844
weniger gut	22.77%	1,306
nicht gut	12.28%	704
überhaupt nicht gut	14.47%	830
GESAMT		5,735

F21 Variante B - Bassinplatz (zentral & kompakt)



Der neue zentrale Weihnachtsmarkt Potsdams würde große Teile des Bassinplatzes nutzen, die St. Peter und Paul Kirche in seiner Mitte einrahmen und eine reale Marktsituation und Atmosphäre schaffen. Dieser Standort schafft zugleich eine gute Verbindung zwischen Einkaufsstraße und Holländischem Viertel. Diese Variante finde ich ...

Beantwortet: 5,767 Übersprungen: 1,415



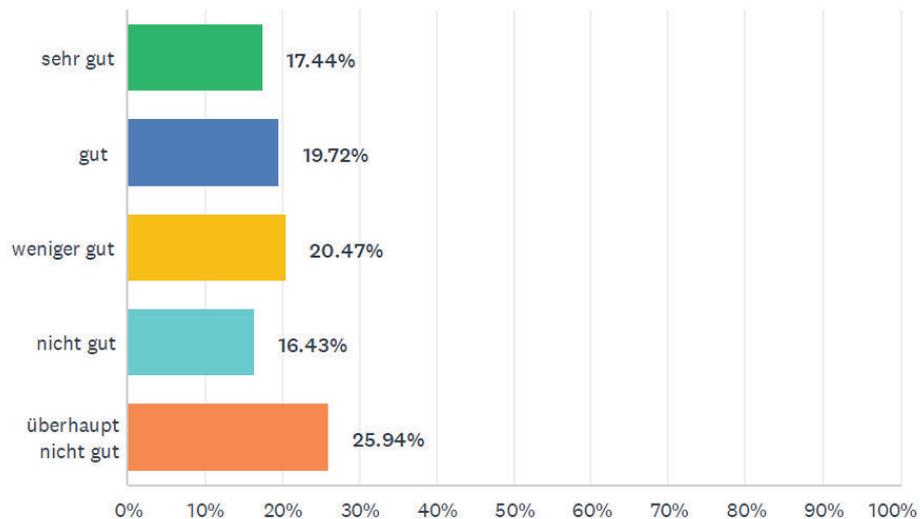
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr gut	38.79%	2,237
gut	34.51%	1,990
weniger gut	15.29%	882
nicht gut	6.36%	367
überhaupt nicht gut	5.05%	291
GESAMT		5,767

F22 Variante C - Lustgarten, Alter und Neuer Markt (dezentral)



Diese Variante verlässt die historische Innenstadt und setzt sich aus drei Plätzen zusammen. Der zentrale Potsdamer Weihnachtsmarkt würde sich in dieser Variante auf dem Neuen Lustgarten befinden, ergänzt durch kleinere Märkte auf dem Alten Markt vor der St. Nikolai-Kirche und auf dem Neuen Markt. Diese Variante finde ich ...

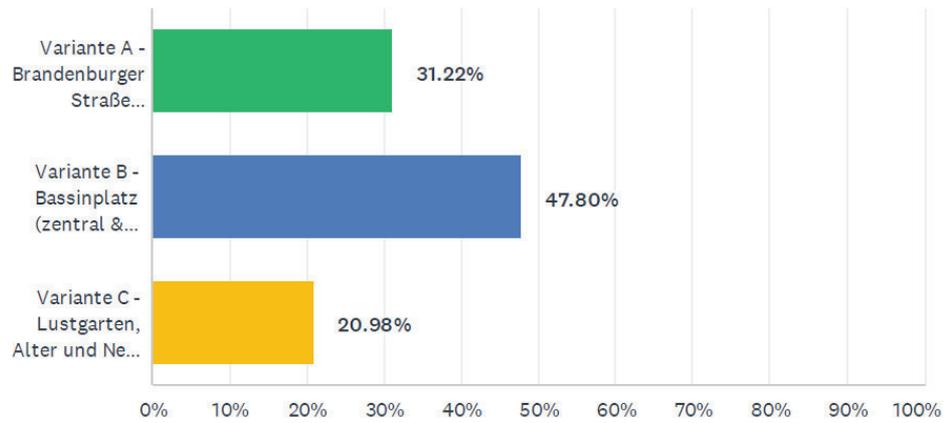
Beantwortet: 5,770 Übersprungen: 1,412



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr gut	17.44%	1,006
gut	19.72%	1,138
weniger gut	20.47%	1,181
nicht gut	16.43%	948
überhaupt nicht gut	25.94%	1,497
GESAMT		5,770

F23 Wenn Sie sich für eine der drei Varianten entscheiden müssten, welche würden Sie favorisieren?

Beantwortet: 5,753 Übersprungen: 1,429



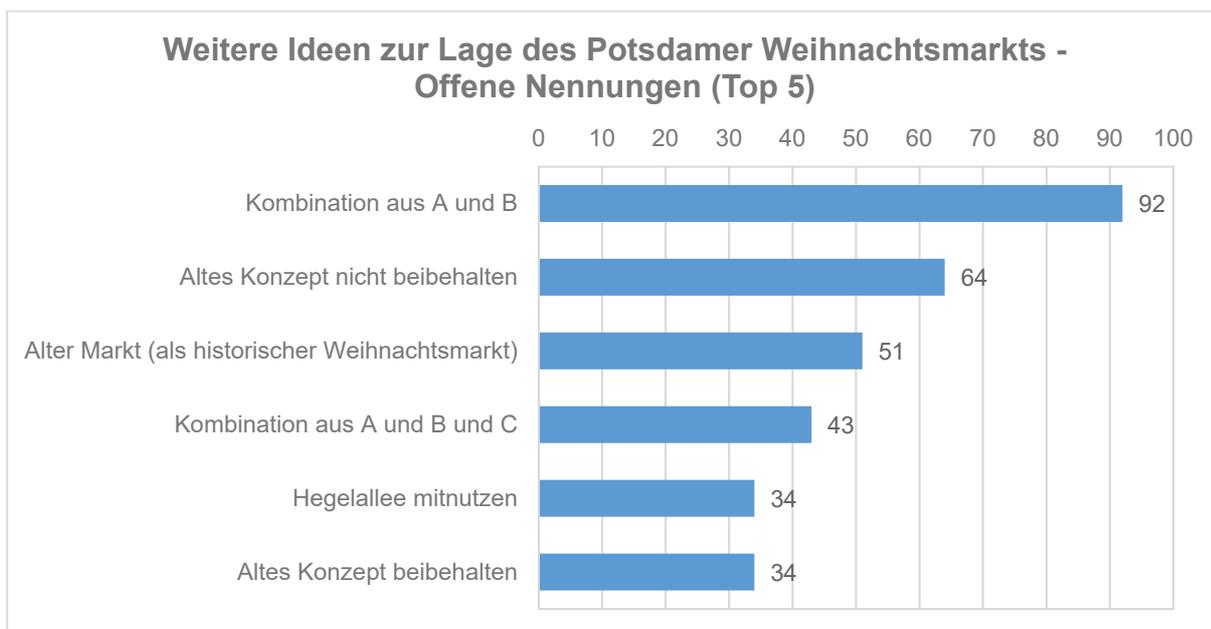
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Variante A - Brandenburger Straße (entzerrt)	31.22%	1,796
Variante B - Bassinplatz (zentral & kompakt)	47.80%	2,750
Variante C - Lustgarten, Alter und Neuer Markt (dezentral)	20.98%	1,207
GESAMT		5,753

F24 Haben Sie weitere Ideen oder Hinweise für uns?

Freitext-Frage > Qualitative Auswertung
Beantwortet: 1,092 Übersprungen: 6,090

1.092 Befragte (15,2 %) haben die offene Frage beantwortet und ungestützt weitere Ideen und Hinweise zu einem zukünftigen Weihnachtsmarkt. Insgesamt wurden 1.579 Aspekte formuliert.

Etwa die Hälfte der offenen Nennungen bezogen sich auf Ideen zu weiteren Standorten (bzw. die Kombination der vorgeschlagenen Standorte), die andere Hälfte bezogen auf inhaltliche Aspekte bei der Neugestaltung. Die folgenden Ideen zur Lage wurden am häufigsten genannt:



(Mehrfachnennungen möglich)

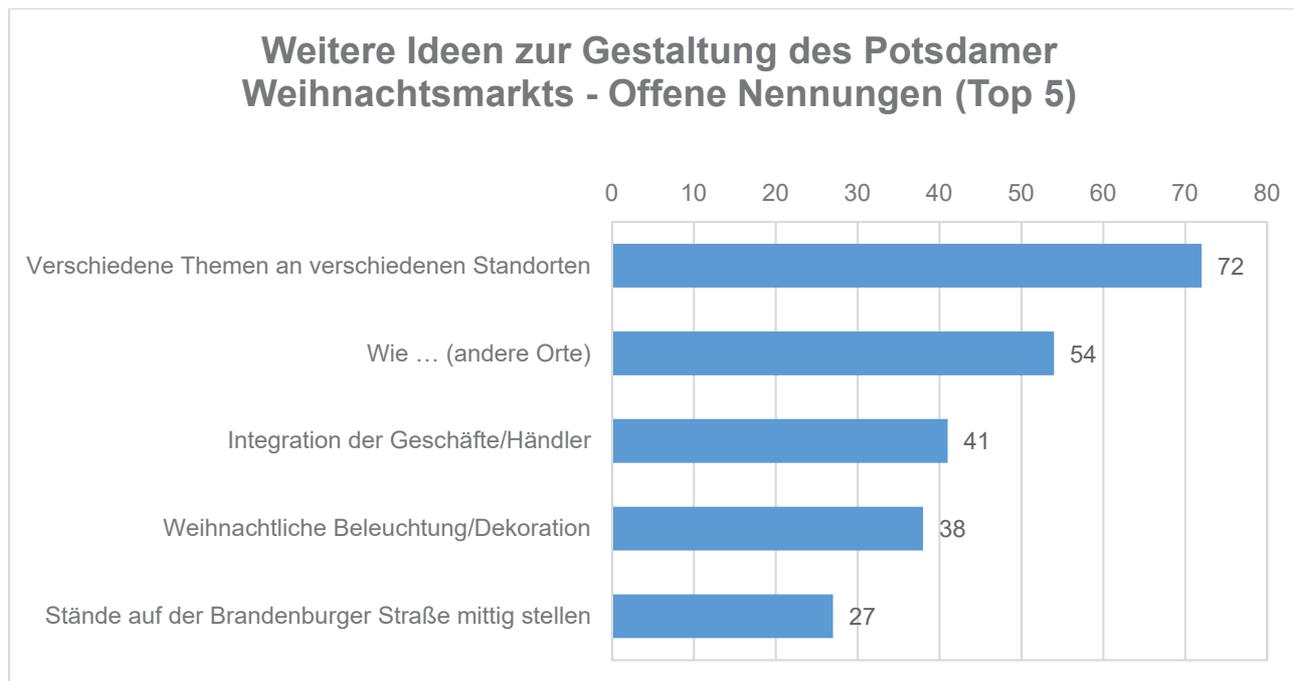
Varianten: A – Brandenburger Straße (entzerrt) | B – Bassinplatz (zentral und kompakt) C – Lustgarten, Alter & Neuer Markt (dezentral)

Die nachstehende Tabelle führt die ungestützt genannten Ideen zu weiteren Standorten auf (n > 5). Hier werden insbesondere Erweiterungen und Ergänzungen zu den drei vorgegeben Alternativen vorgeschlagen.

Nennungen	Anzahl
Kombination aus A und B	92
Altes Konzept nicht beibehalten	64
Alter Markt (als historischer WM)	51
Kombination aus A und B und C	43
Hegelallee mitnutzen	34
Altes Konzept beibehalten	34
Viele kleine Weihnachtsmärkte	32
Lustgarten	24
Bassinplatz und Luisenplatz	23
Lustgarten: größer gestalten	16
Holländer Viertel integrieren	15
Lustgarten: Rummel	15

Nennungen	Anzahl
Kombination aus A und C	13
Luisenplatz	9
Volkspark	9
Alter Markt und Neuer Markt	8
Bassinplatz und Alter Markt	8
Kombination aus B und C	8
Nikolaikirche	8
Bassinplatz mit Wochenmarkt	7
Dortustraße mitnutzen	7
Bugapark	6
Luisenplatz und Brandenburger Tor	5

Als Ideen und Vorschlägen zur Gestaltung wurden am häufigsten genannt:



(Mehrfachnennungen möglich)

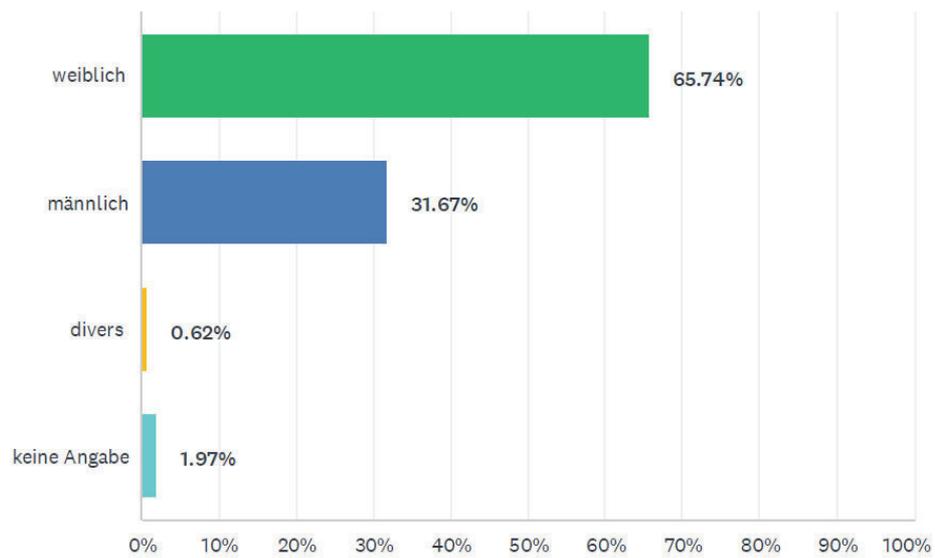
Die Tabelle führt die ungestützt genannten Ideen zur generellen Gestaltung auf (mit n > 5). Hier zeigt sich eine ähnliche Vielfalt der ungestützt genannten Aspekte wie bei der Bewertung des derzeitigen Weihnachtsmarkts (Fragen 6 und 7).

Nennungen	Anzahl
Verschiedene Themen an verschiedenen Standorten	72
Wie ... (z.B. Leipzig, Nürnberg, Erfurt, Goslar,...)	54
Integration der Geschäfte/Händler	41
Weihnachtliche Beleuchtung & Dekoration	38
Stände auf der Brandenburger Straße mittig stellen	27
Parkkonzept sicherstellen	26
Barrierefreiheit	24
Entzerrung	19
Laufwege gestalten	18
Traditionelle Angebote	18
Warmes Licht	16
Angebote für Kinder	14
Gemütlichkeit	14
Öffnungszeiten	13
Toiletten	13
Verkehrskonzept sicherstellen	13

Nennungen	Anzahl
Dank für Beteiligung	12
Nicht so kompakt wie Brandenburger Straße	12
Sitzgelegenheiten	12
Historischer Weihnachtsmarkt	10
Eislaufbahn	9
Kein Rummel	9
Märchenbühne	9
Handwerk	9
Atmosphäre	8
Integration der Anwohner	8
Weihnachtsmusik	8
Anbindung an ÖPNV	7
Erreichbarkeit der Geschäfte sicherstellen	6
Mittelalter	6
Raum zum Verweilen	6

F25 Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

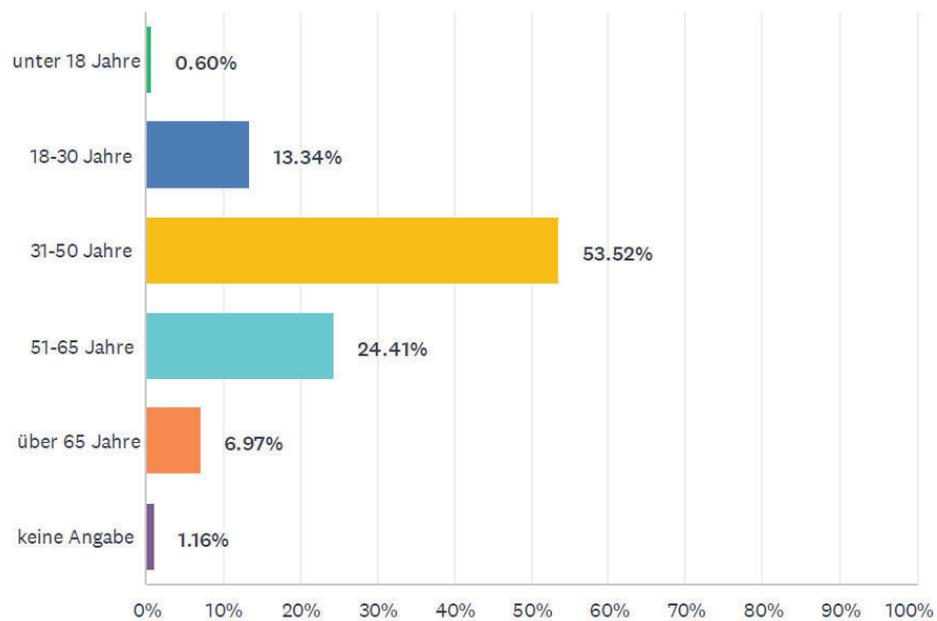
Beantwortet: 5,841 Übersprungen: 1,341



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
weiblich	65.74%	3,840
männlich	31.67%	1,850
divers	0.62%	36
keine Angabe	1.97%	115
GESAMT		5,841

F26 Zu welcher Altersgruppe gehören Sie?

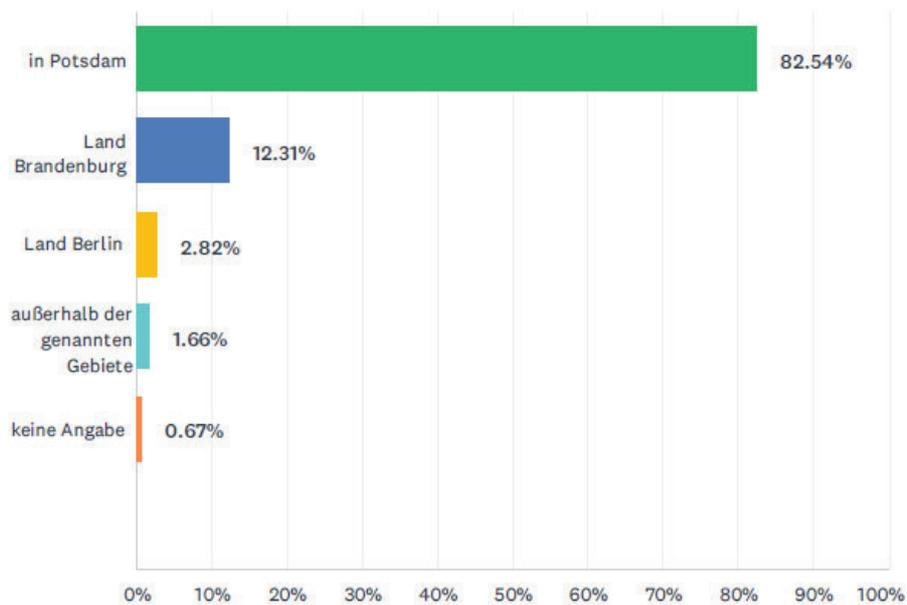
Beantwortet: 5,841 Übersprungen: 1,341



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN
unter 18 Jahre	0.60% 35
18-30 Jahre	13.34% 779
31-50 Jahre	53.52% 3,126
51-65 Jahre	24.41% 1,426
über 65 Jahre	6.97% 407
keine Angabe	1.16% 68
GESAMT	5,841

F27 In welchem Gebiet wohnen Sie?

Beantwortet: 5,841 Übersprungen: 1,341



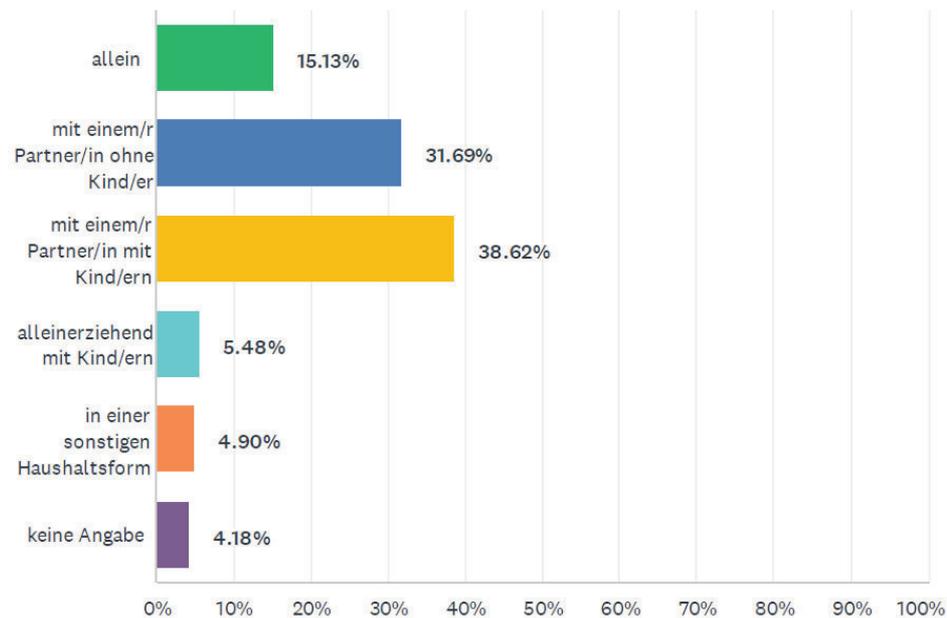
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
in Potsdam	82.54%	4,821
Land Brandenburg	12.31%	719
Land Berlin	2.82%	165
außerhalb der genannten Gebiete	1.66%	97
keine Angabe	0.67%	39
	0.00%	0
GESAMT		5,841

F28 In welchem Postleitzahlengebiet wohnen Sie?

Beantwortet: 5,175 Übersprungen: 2,007

F29 Was trifft auf Sie zu? Sie leben in Ihrem Haushalt ...

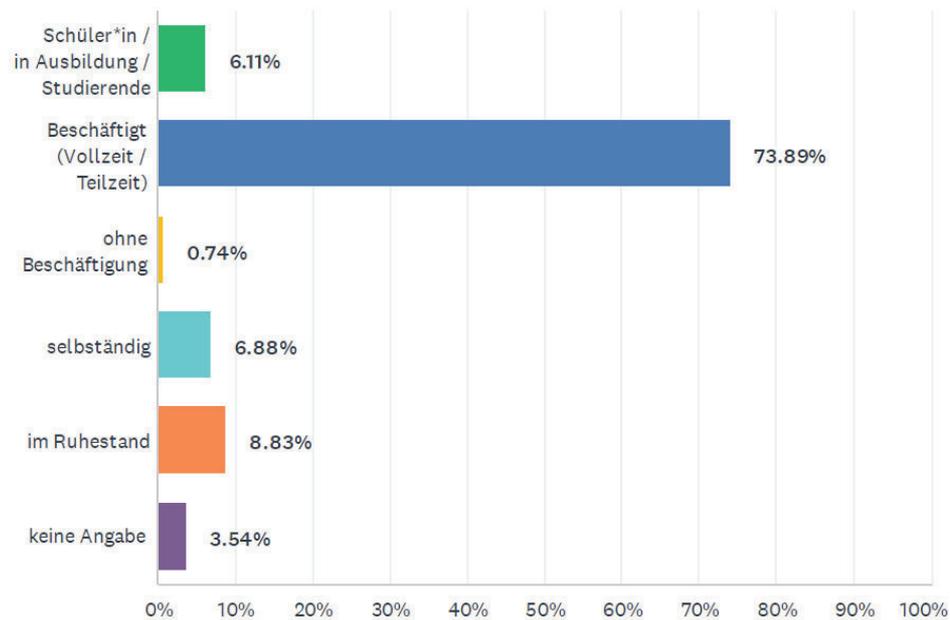
Beantwortet: 5,841 Übersprungen: 1,341



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
allein	15.13%	884
mit einem/r Partner/in ohne Kind/er	31.69%	1,851
mit einem/r Partner/in mit Kind/ern	38.62%	2,256
alleinerziehend mit Kind/ern	5.48%	320
in einer sonstigen Haushaltsform	4.90%	286
keine Angabe	4.18%	244
GESAMT		5,841

F30 Welche der folgenden Antwortoptionen beschreibt Ihren Beschäftigungsstatus am besten?

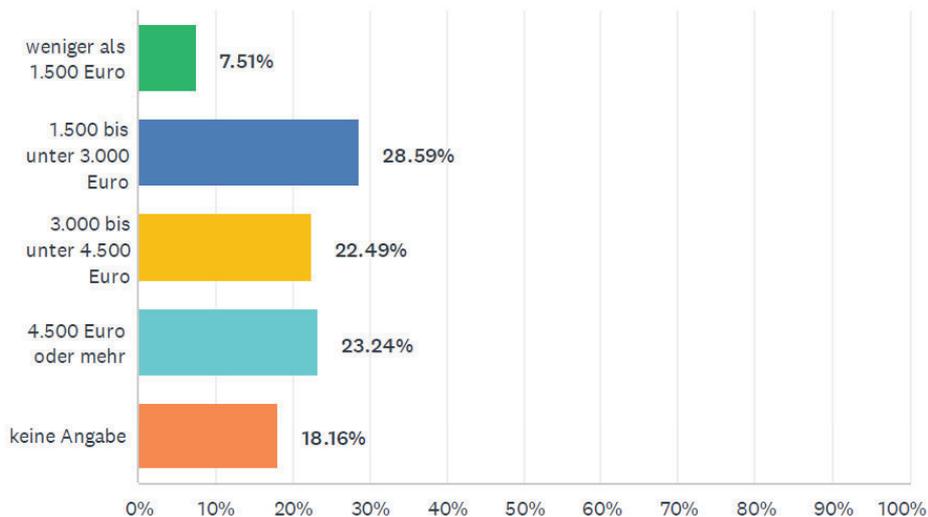
Beantwortet: 5,841 Übersprungen: 1,341



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Schüler*in / in Ausbildung / Studierende	6.11%	357
Beschäftigt (Vollzeit / Teilzeit)	73.89%	4,316
ohne Beschäftigung	0.74%	43
selbständig	6.88%	402
im Ruhestand	8.83%	516
keine Angabe	3.54%	207
GESAMT		5,841

F31 Wie hoch ist Ihr durchschnittliches monatliches Netto-Haushaltseinkommen?

Beantwortet: 5,709 Übersprungen: 1,473



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
weniger als 1.500 Euro	7.51%	429
1.500 bis unter 3.000 Euro	28.59%	1,632
3.000 bis unter 4.500 Euro	22.49%	1,284
4.500 Euro oder mehr	23.24%	1,327
keine Angabe	18.16%	1,037
GESAMT		5,709

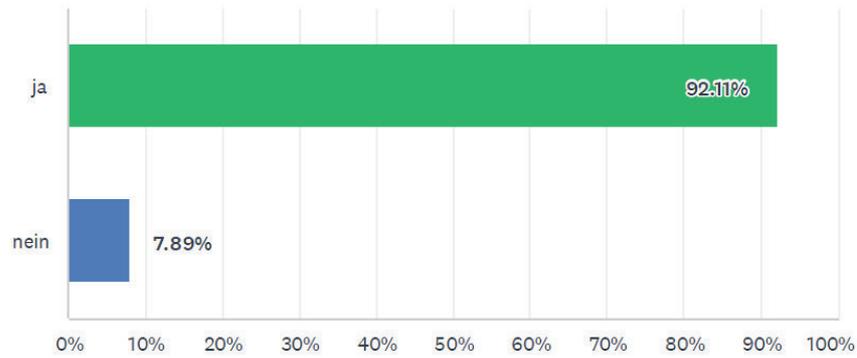
F32 Möchten Sie uns noch etwas mitteilen?

Keine Auswertung/Gruppierung aufgrund sehr divergenter Anmerkungen und geringer Fallzahlen.

Teil B: Ergebnisse der Händlerbefragung (komplett)

F33 Haben Sie in den letzten zwei Jahren (2022 oder 2023) den zentralen Potsdamer Weihnachtsmarkt "Blauer Lichterglanz" besucht?

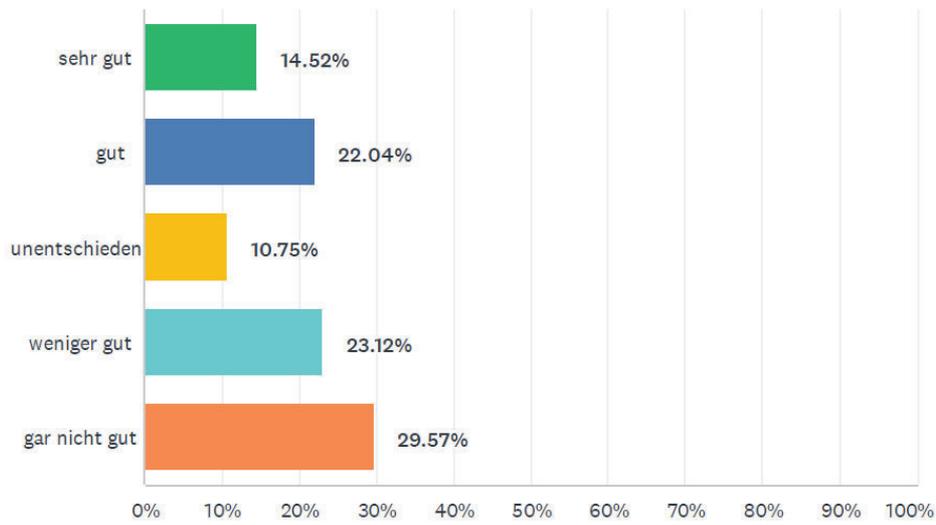
Beantwortet: 190 Übersprungen: 6,992



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
ja	92.11%	175
nein	7.89%	15
GESAMT		190

F34 Wie hat Ihnen der Potsdamer Weihnachtsmarkt "Blauer Lichterglanz" gefallen?

Beantwortet: 186 Übersprungen: 6,996



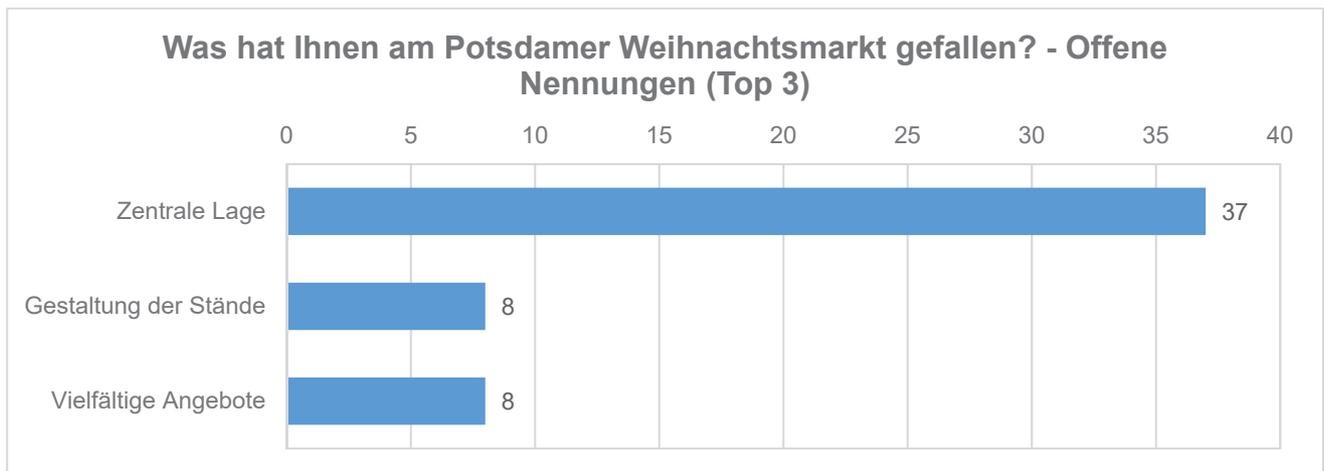
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr gut	14.52%	27
gut	22.04%	41
unentschieden	10.75%	20
weniger gut	23.12%	43
gar nicht gut	29.57%	55
GESAMT		186

F35 Was hat Ihnen am Potsdamer Weihnachtsmarkt gut gefallen?

Freitext-Frage > Qualitative Auswertung
Beantwortet: 131 Übersprungen: 7,051

131 befragte Gewerbetreibende (60,9 %) haben die offene Frage beantwortet und ungestützt benannt, was ihnen am Potsdamer Weihnachtsmarkt gefallen hat.

Insgesamt wurden 152 unterschiedliche Begründungen benannt, die sich auf viele unterschiedliche Aspekte verteilen. Ähnlich wie bei der Bevölkerung werden diese Aspekte eher neutral bis positiv beschrieben. Die folgenden Aspekte wurden am häufigsten genannt:



(Mehrfachnennungen möglich)

Die Tabelle führt die ungestützt genannten Aspekte auf (mit mehr als 5 Nennungen).

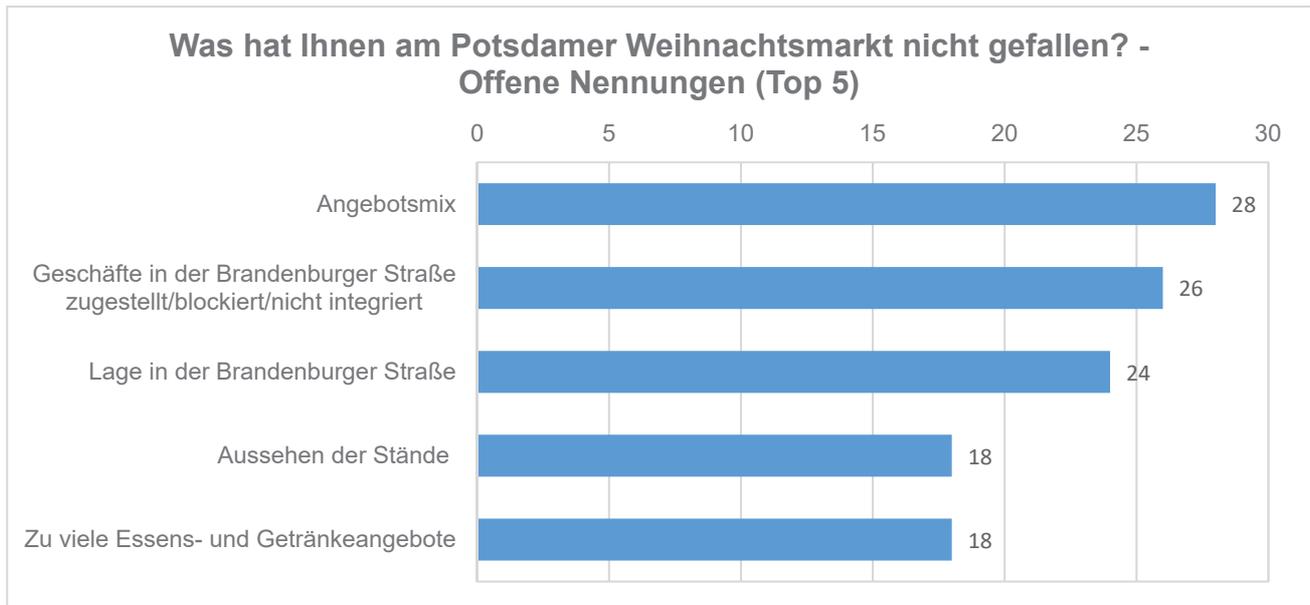
Nennungen	Anzahl
Zentrale Lage	37
Gestaltung der Stände	8
Vielfältige Angebote	8
Atmosphäre	7
Essensangebote	7
Märchenbühne	7
Vielfalt	6
Ambiente	5
Anzahl der Besucher	5
Weihnachtliche Atmosphäre	5
Wenig	6
Nichts	20

F36 Was hat Ihnen am Potsdamer Weihnachtsmarkt nicht gefallen?

Freitext-Frage > Qualitative Auswertung
Beantwortet: 149 Übersprungen: 7,033

149 befragte Gewerbetreibende (69,3 %) haben die offene Frage beantwortet und ungestützt aufgeführt, was ihnen am Potsdamer Weihnachtsmarkt nicht gefallen hat.

Insgesamt wurden 280 unterschiedliche Begründungen benannt, die sich auf viele unterschiedliche Aspekte verteilen. Ähnlich wie bei der Bevölkerung werden diese Aspekte eher negativ bis sehr negativ beschrieben. Die folgenden Aspekte wurden am häufigsten genannt:



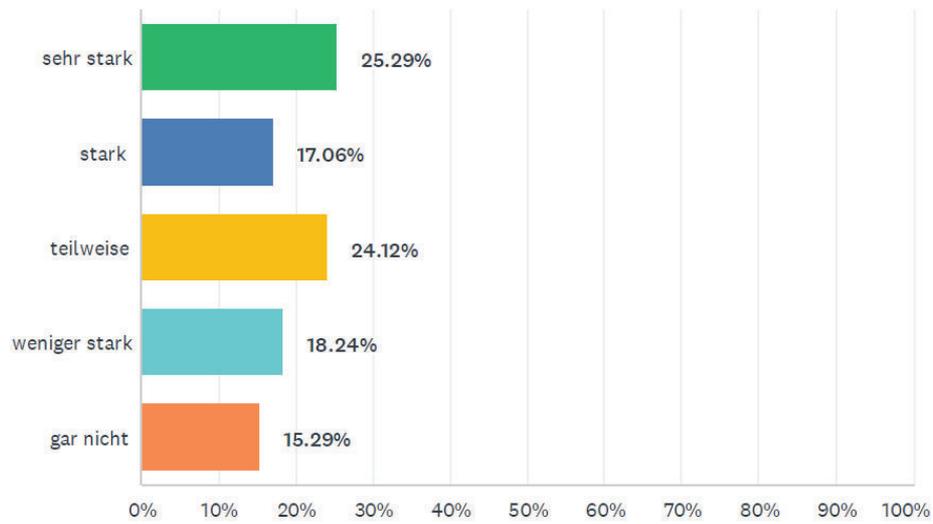
(Mehrfachnennungen möglich)

Die untenstehende Tabelle führt die ungestützt genannten Aspekte auf (mit mehr als 5 Nennungen):

Nennungen	Anzahl
Angebotsmix	28
Geschäfte in der Brandenburger Straße zugestellt/blockiert/nicht integriert	26
Lage in der Brandenburger Straße	24
Aussehen der Stände	18
Zu viele Essens- und Getränkeangebote	18
Blaues Licht/Blauer Lichterglanz	17
Keine weihnachtliche Stimmung	15
Müll	12
Zu eng	9
Barrierefreiheit	8
Keine weihnachtliche Dekoration	8
Zu voll	8
Zu viele Billigangebote	7
Sicherheit	6
Keine regionalen Angebote	5
Toiletten	5
Nichts	6

F37 Wie stark ist Ihr Unternehmen vom Weihnachtsgeschäft abhängig?

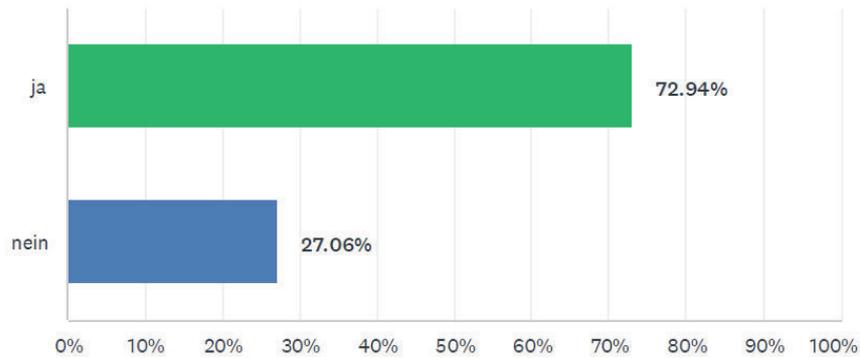
Beantwortet: 170 Übersprungen: 7,012



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr stark	25.29%	43
stark	17.06%	29
teilweise	24.12%	41
weniger stark	18.24%	31
gar nicht	15.29%	26
GESAMT		170

F38 Befindet sich Ihr Unternehmen im direkten Umfeld des bisherigen zentralen Weihnachtsmarktes?

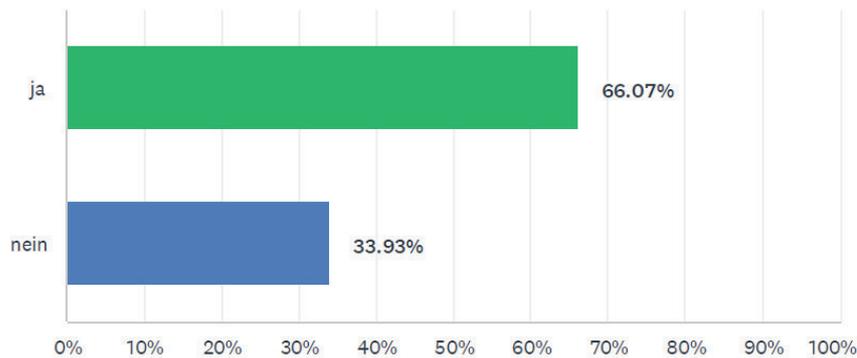
Beantwortet: 170 Übersprungen: 7,012



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN
ja	72.94% 124
nein	27.06% 46
GESAMT	170

F39 Hat sich der Weihnachtsmarkt in der Vergangenheit direkt auf Ihr Weihnachtsgeschäft ausgewirkt?

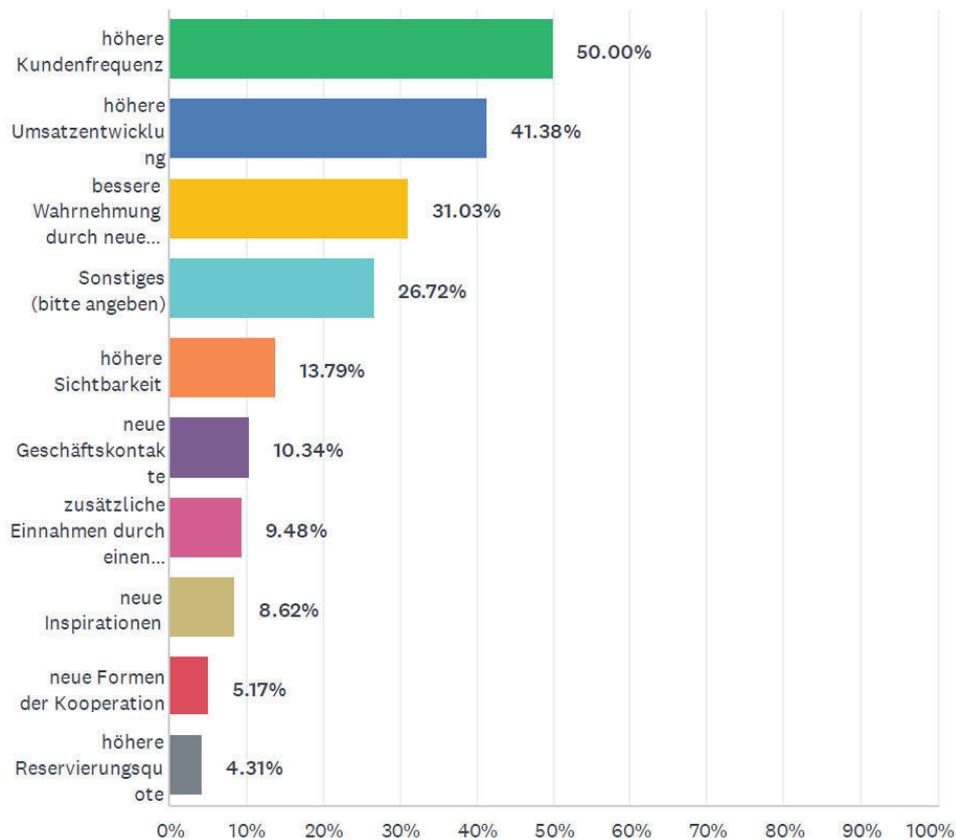
Beantwortet: 168 Übersprungen: 7,014



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN
ja	66.07% 111
nein	33.93% 57
GESAMT	168

F40 Inwiefern hat sich der Weihnachtsmarkt positiv auf Ihr Unternehmen ausgewirkt?

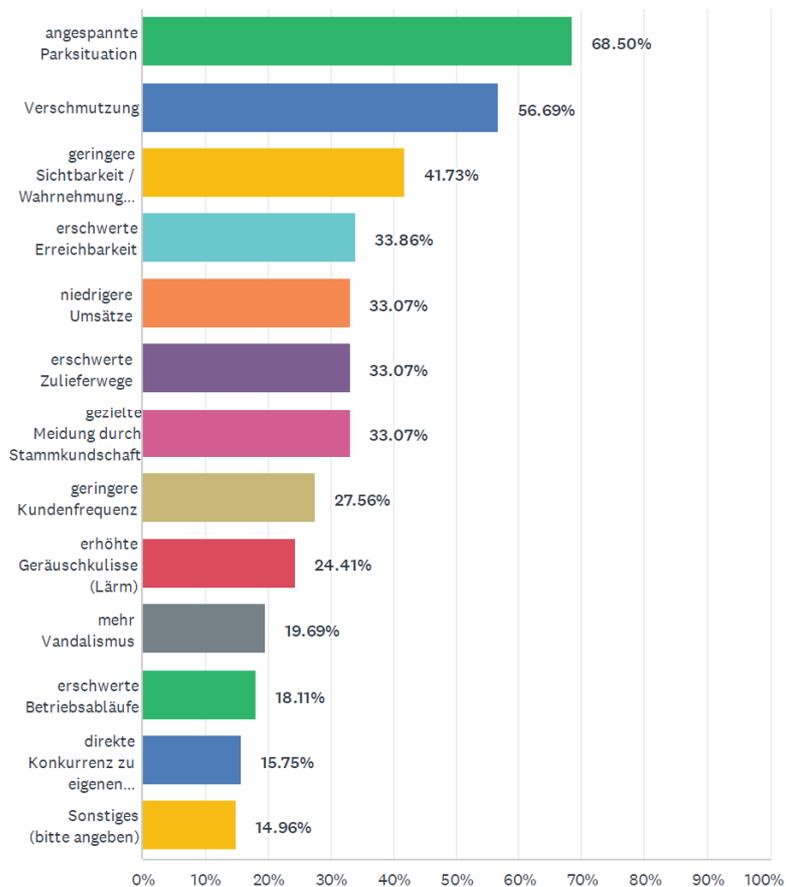
Beantwortet: 116 Übersprungen: 7,066



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
höhere Kundenfrequenz	50.00%	58
höhere Umsatzentwicklung	41.38%	48
bessere Wahrnehmung durch neue Kundinnen und Kunden	31.03%	36
Sonstiges (bitte angeben)	26.72%	31
höhere Sichtbarkeit	13.79%	16
neue Geschäftskontakte	10.34%	12
zusätzliche Einnahmen durch einen Standbetrieb	9.48%	11
neue Inspirationen	8.62%	10
neue Formen der Kooperation	5.17%	6
höhere Reservierungsquote	4.31%	5
Befragte insgesamt: 116		

F41 Inwiefern hat sich der Weihnachtsmarkt negativ auf Ihr Unternehmen ausgewirkt?

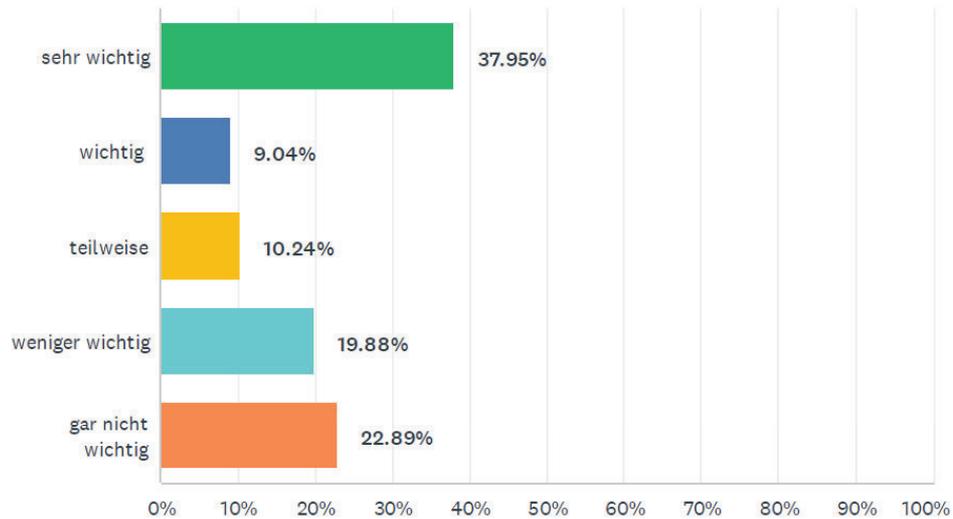
Beantwortet: 127 Übersprungen: 7,055



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
angespannte Parksituation	68.50%	87
Verschmutzung	56.69%	72
geringere Sichtbarkeit / Wahrnehmung meines Betriebes	41.73%	53
erschwerte Erreichbarkeit	33.86%	43
niedrigere Umsätze	33.07%	42
erschwerte Zulieferwege	33.07%	42
gezielte Meidung durch Stammkundschaft	33.07%	42
geringere Kundenfrequenz	27.56%	35
erhöhte Geräuschkulisse (Lärm)	24.41%	31
mehr Vandalismus	19.69%	25
erschwerte Betriebsabläufe	18.11%	23
direkte Konkurrenz zu eigenen Produkten und Dienstleistungen	15.75%	20
Sonstiges (bitte angeben)	14.96%	19
Befragte insgesamt: 127		

F42 Wie wichtig sind für Ihr Unternehmen verkaufsoffene Sonntage im Zusammenhang mit dem zentralen Weihnachtsmarkt?

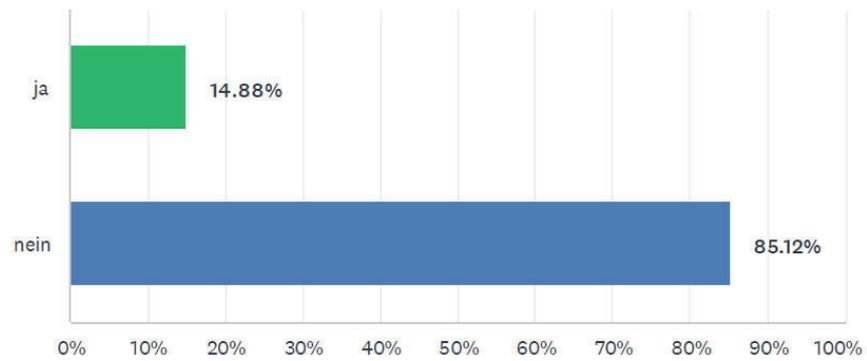
Beantwortet: 166 Übersprungen: 7,016



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr wichtig	37.95%	63
wichtig	9.04%	15
teilweise	10.24%	17
weniger wichtig	19.88%	33
gar nicht wichtig	22.89%	38
GESAMT		166

F43 Haben Sie in der Vergangenheit einen eigenen Stand auf dem Weihnachtsmarkt betrieben?

Beantwortet: 168 Übersprungen: 7,014



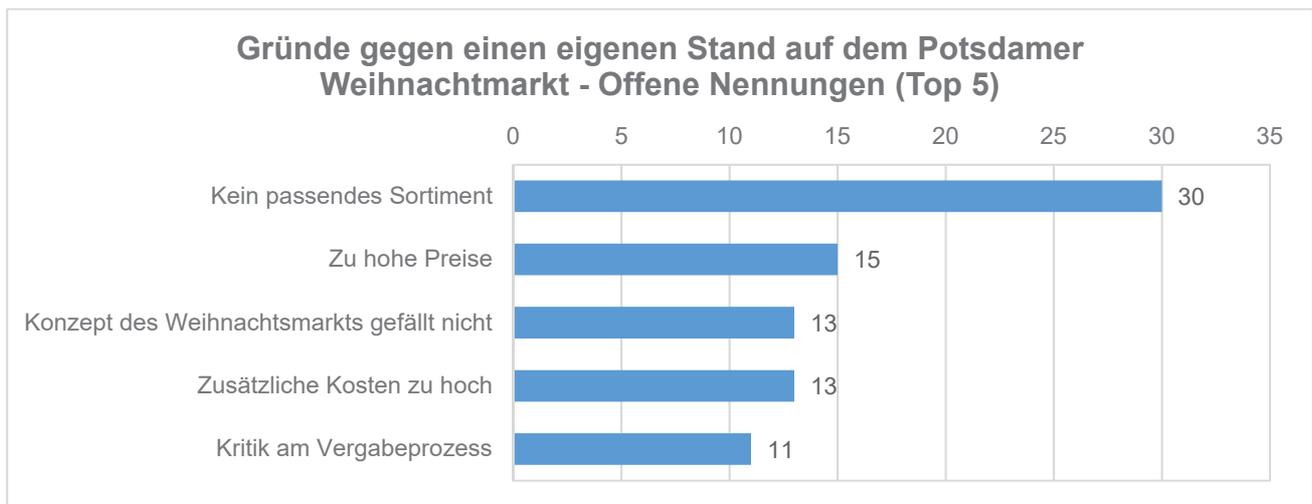
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
ja	14.88%	25
nein	85.12%	143
GESAMT		168

F44 Wenn nein, warum haben Sie dies nicht getan?

Freitext-Frage > Qualitative Auswertung
Beantwortet: 110 Übersprungen: 7,072

110 befragte Gewerbetreibende (51,2 %) haben die offene Frage beantwortet und ungestützt aufgeführt, warum sie sich gegen einen eigenen Stand auf dem Potsdamer Weihnachtsmarkt entschieden haben.

Insgesamt wurden 126 unterschiedliche Gründe benannt, die sich auf klare Themenfelder beziehen. Neben dem fehlenden Interesse und einem nicht passenden Sortiment stehen Kosten und Kapazitäten sowie vor allem das Konzept und der Vergabeprozess als Gründe. Die folgenden Aspekte wurden am häufigsten genannt:



(Mehrfachnennungen möglich)

Die nachstehende Tabelle führt die ungestützt genannten Aspekte auf (mit mehr als 5 Nennungen).

Nennungen	Anzahl
Kein passendes Sortiment	30
Zu hohe Preise	15
Konzept des Weihnachtsmarkts gefällt nicht	13
Zusätzliche Kosten zu hoch	13
Kritik am Vergabeprozess	11
Zusätzliches Personal fehlt	11
Kein Interesse	10
Keine Kapazität	10
Zusätzlicher Umsatz als zu gering erwartet	9

F45 Wenn ja, wie waren Ihre Erfahrungen mit dem Betrieb eines eigenen Standes?

Freitext-Frage > Qualitative Auswertung
Beantwortet: 28 Übersprungen: 7,154

28 befragte Gewerbetreibende (13,0 %) haben die offene Frage beantwortet und ungestützt aufgeführt, welche Erfahrungen sie mit einem eigenen Stand gemacht haben.

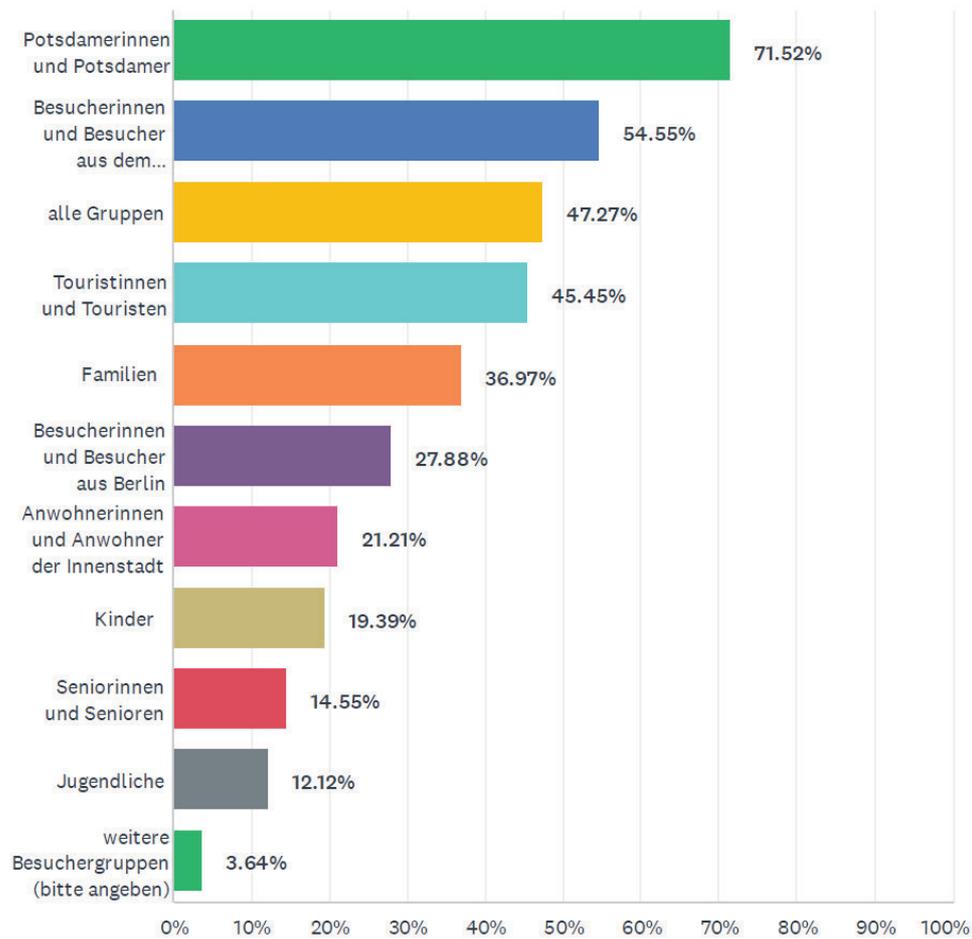
Insgesamt wurden 30 unterschiedliche Gründe benannt, die eher allgemein gehalten sind. Die Tabelle führt die ungestützt genannten Aspekte auf (mit mehr als 4 Nennungen).

Nennungen	Anzahl
Sehr gut	10
Gut	7
Kundenresonanz	6
Umsätze in der Erwartung übertroffen	4

(Mehrfachnennungen möglich)

F46 An wen sollte sich der zukünftige Weihnachtsmarkt hauptsächlich richten? (Markieren Sie bitte die 3 Hauptbesuchergruppen.)

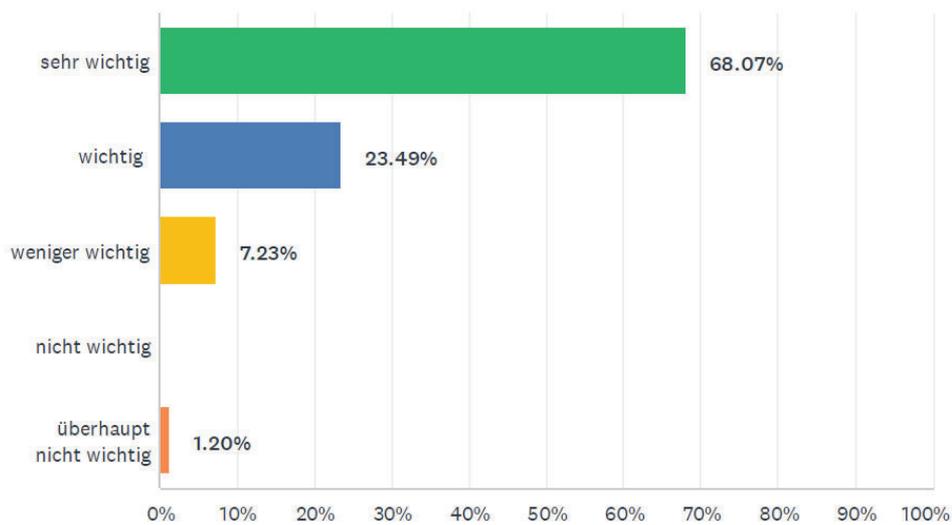
Beantwortet: 165 Übersprungen: 7,017



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Potsdamerinnen und Potsdamer	71.52%	118
Besucherinnen und Besucher aus dem Potsdamer Umland	54.55%	90
alle Gruppen	47.27%	78
Touristinnen und Touristen	45.45%	75
Familien	36.97%	61
Besucherinnen und Besucher aus Berlin	27.88%	46
Anwohnerinnen und Anwohner der Innenstadt	21.21%	35
Kinder	19.39%	32
Seniorinnen und Senioren	14.55%	24
Jugendliche	12.12%	20
weitere Besuchergruppen (bitte angeben)	3.64%	6
Befragte insgesamt: 165		

F47 Wie wichtig ist Ihnen die weihnachtliche Gestaltung der Verkaufsstände (Buden)?

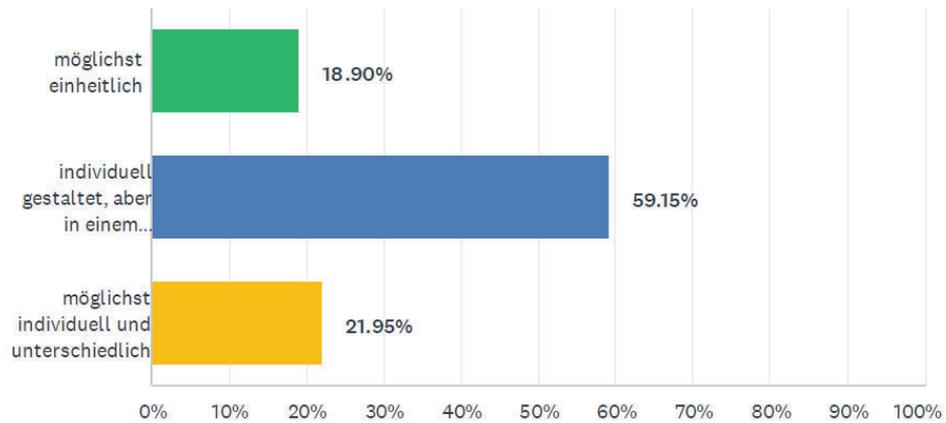
Beantwortet: 166 Übersprungen: 7,016



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr wichtig	68.07%	113
wichtig	23.49%	39
weniger wichtig	7.23%	12
nicht wichtig	0.00%	0
überhaupt nicht wichtig	1.20%	2
GESAMT		166

F48 Wie sollten die Verkaufsstände (Buden) zukünftig gestaltet sein?

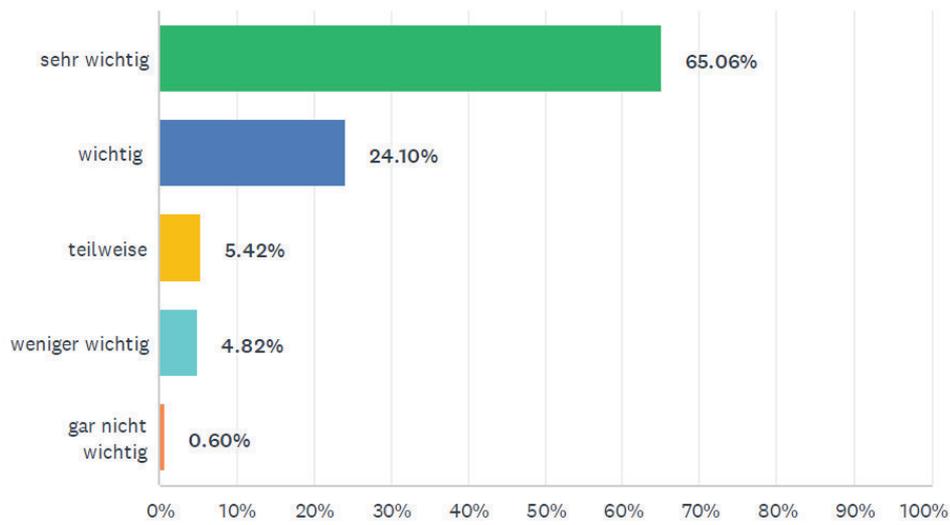
Beantwortet: 164 Übersprungen: 7,018



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
möglichst einheitlich	18.90%	31
individuell gestaltet, aber in einem vorgegebenen Rahmen	59.15%	97
möglichst individuell und unterschiedlich	21.95%	36
GESAMT		164

F49 Wie wichtig ist Ihnen ein weihnachtliches Beleuchtungskonzept der Innenstadt inklusive der Nebenstraßen während der Weihnachtszeit?

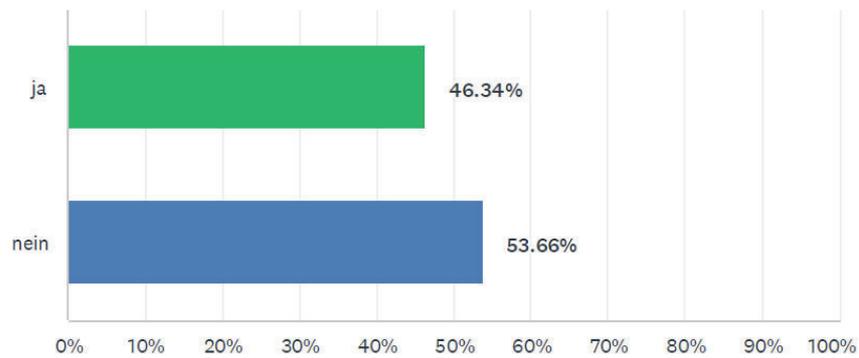
Beantwortet: 166 Übersprungen: 7,016



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr wichtig	65.06%	108
wichtig	24.10%	40
teilweise	5.42%	9
weniger wichtig	4.82%	8
gar nicht wichtig	0.60%	1
GESAMT		166

F50 Wären sie bereit, sich anteilig an einer Gesamtfinanzierung einer innerstädtischen Beleuchtung zu beteiligen?

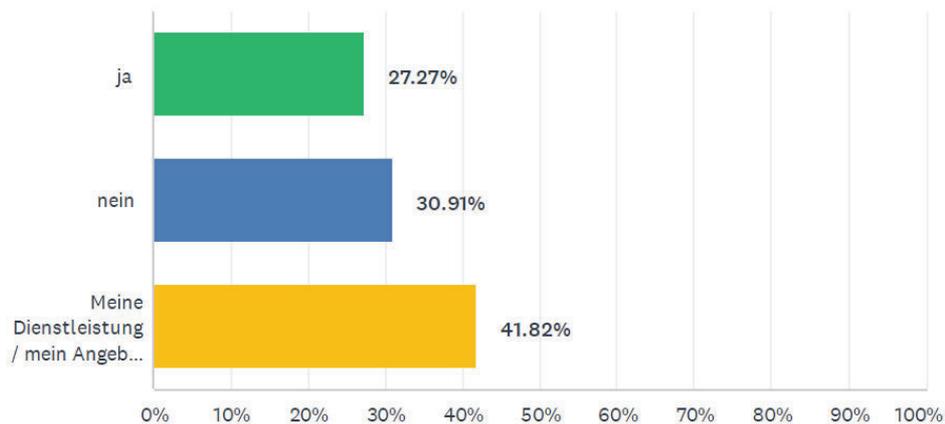
Beantwortet: 164 Übersprungen: 7,018



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
ja	46.34%	76
nein	53.66%	88
GESAMT		164

F51 Wären Sie für die Zeit des Weihnachtsmarktes an einer Nutzung von Außenflächen vor ihrem Unternehmen interessiert, um dort z.B. eigene (weihnachtliche) Angebote und Leistungen zu präsentieren?

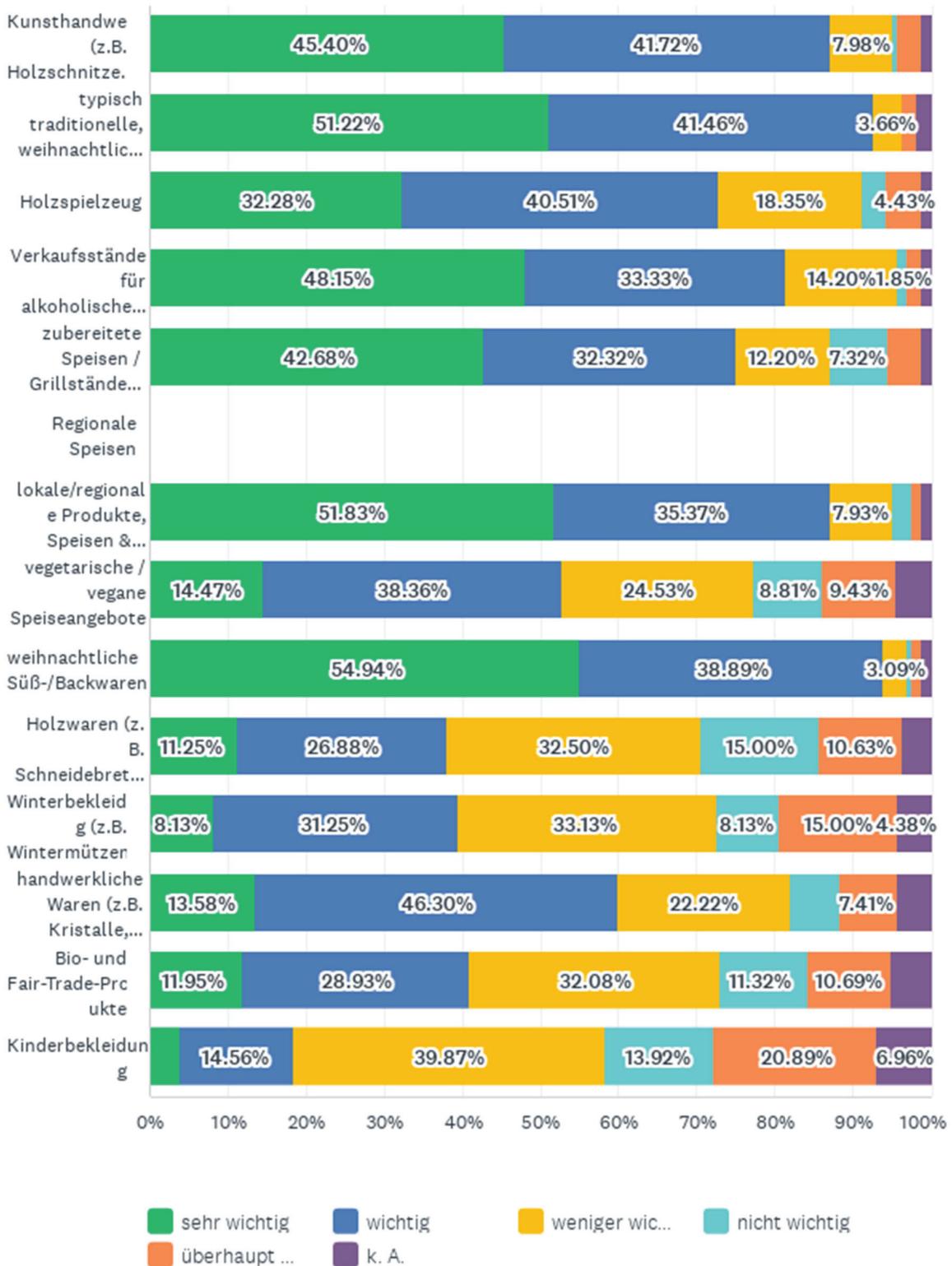
Beantwortet: 165 Übersprungen: 7,017



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
ja	27.27%	45
nein	30.91%	51
Meine Dienstleistung / mein Angebot hat keinen unmittelbaren Bezug zum Weihnachtsmarkt.	41.82%	69
GESAMT		165

F52 Welches Warenangebot ist für Sie auf einem Weihnachtsmarkt wichtig?

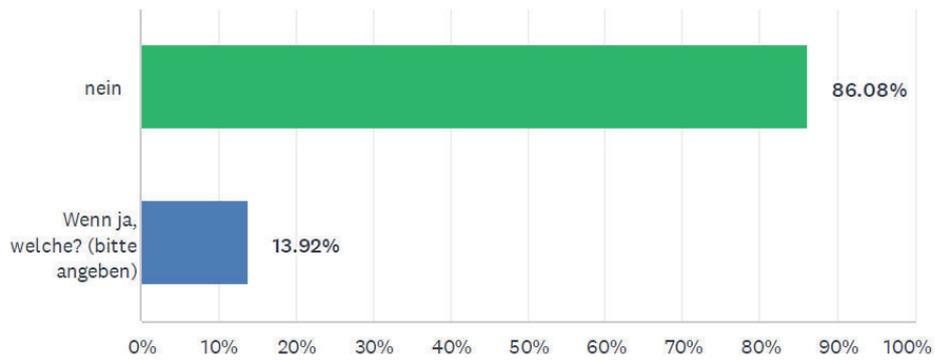
Beantwortet: 164 Übersprungen: 7,018



	SEHR WICHTIG	WICHTIG	WENIGER WICHTIG	NICHT WICHTIG	ÜBERHAUPT NICHT WICHTIG	K. A.	INSGESAMT	GEWICHTE MITTELWE
Kunsthandwerk (z.B. Holzschnitzer, Glasbläser, Kerzenzieher)	45.40% 74	41.72% 68	7.98% 13	0.61% 1	3.07% 5	1.23% 2	163	
typisch traditionelle, weihnachtliche Sortimente (z.B. Weihnachts- und Christbaumschmuck, Adventsgestecke, -kränze, Gewürze, Tees, Spirituosen)	51.22% 84	41.46% 68	3.66% 6	0.00% 0	1.83% 3	1.83% 3	164	
Holzspielzeug	32.28% 51	40.51% 64	18.35% 29	3.16% 5	4.43% 7	1.27% 2	158	
Verkaufsstände für alkoholische & nicht-alkoholische Heißgetränke (z.B. Glühwein, Punsch, Glühbier, Feuerzangenbowle)	48.15% 78	33.33% 54	14.20% 23	1.23% 2	1.85% 3	1.23% 2	162	
zubereitete Speisen / Grillstände (z.B. Bratwurst, Langos, Grünkohl, Kassler)	42.68% 70	32.32% 53	12.20% 20	7.32% 12	4.27% 7	1.22% 2	164	
Regionale Speisen	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0.00% 0	0	
lokale/regionale Produkte, Speisen & Getränke	51.83% 85	35.37% 58	7.93% 13	2.44% 4	1.22% 2	1.22% 2	164	
vegetarische / vegane Speiseangebote	14.47% 23	38.36% 61	24.53% 39	8.81% 14	9.43% 15	4.40% 7	159	
weihnachtliche Süß-/Backwaren	54.94% 89	38.89% 63	3.09% 5	0.62% 1	1.23% 2	1.23% 2	162	
Holzwaren (z. B. Schneidebretter, Geschirr, Bestecke)	11.25% 18	26.88% 43	32.50% 52	15.00% 24	10.63% 17	3.75% 6	160	
Winterbekleidung (z.B. Wintermützen, Socken, Schals)	8.13% 13	31.25% 50	33.13% 53	8.13% 13	15.00% 24	4.38% 7	160	
handwerkliche Waren (z.B. Kristalle, Steine, Schmuck, Keramik, Lederwaren)	13.58% 22	46.30% 75	22.22% 36	6.17% 10	7.41% 12	4.32% 7	162	
Bio- und Fair-Trade-Produkte	11.95% 19	28.93% 46	32.08% 51	11.32% 18	10.69% 17	5.03% 8	159	
Kinderbekleidung	3.80% 6	14.56% 23	39.87% 63	13.92% 22	20.89% 33	6.96% 11	158	

F53 Gibt es üblicherweise auf Weihnachtsmärkten Sortimente, die eine direkte Konkurrenz zu Ihren Angeboten darstellen?

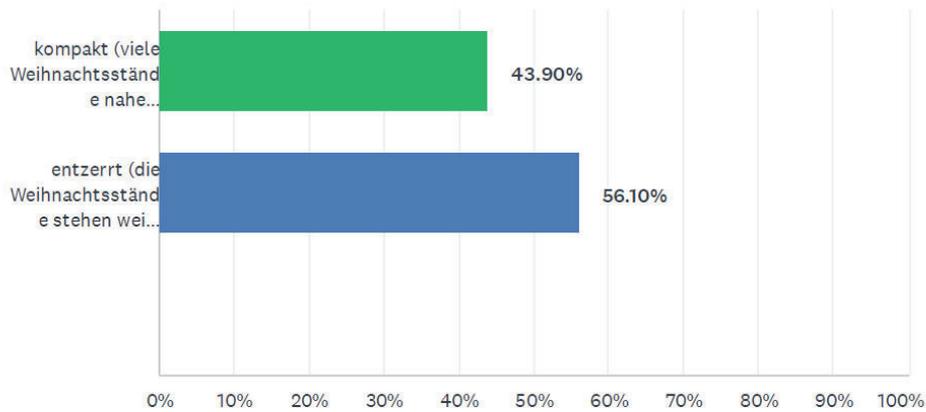
Beantwortet: 158 Übersprungen: 7,024



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
nein	86.08%	136
Wenn ja, welche? (bitte angeben)	13.92%	22
GESAMT		158

F54 Wenn Sie an den zukünftigen zentralen Weihnachtsmarkt denken, dann ist dieser eher...

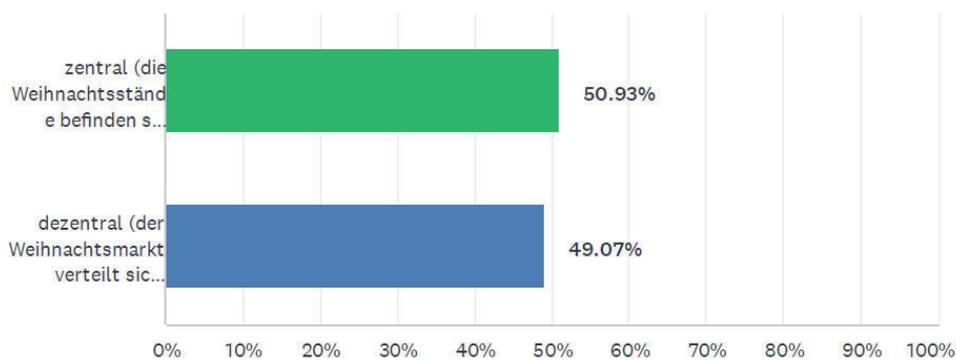
Beantwortet: 164 Übersprungen: 7,018



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
kompakt (viele Weihnachtsstände nahe beieinander, kurze Laufwege)	43.90%	72
entzerrt (die Weihnachtsstände stehen weiter auseinander)	56.10%	92
	0.00%	0
GESAMT		164

F55 Wenn Sie an den zukünftigen zentralen Weihnachtsmarkt denken, dann ist dieser eher...

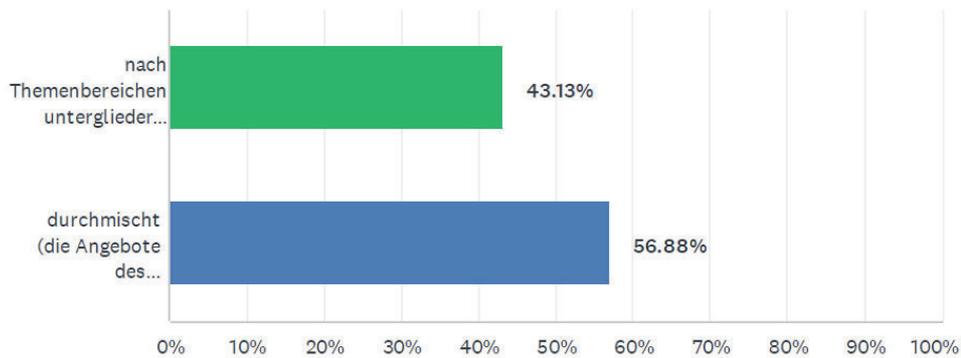
Beantwortet: 161 Übersprungen: 7,021



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
zentral (die Weihnachtsstände befinden sich auf einem zentralen Platz)	50.93%	82
dezentral (der Weihnachtsmarkt verteilt sich auf mehrere Orte mit Angeboten, zwischen den jeweiligen Orten entstehen Laufwege)	49.07%	79
GESAMT		161

F56 Wenn Sie an den zukünftigen zentralen Weihnachtsmarkt denken, dann ist dieser eher...

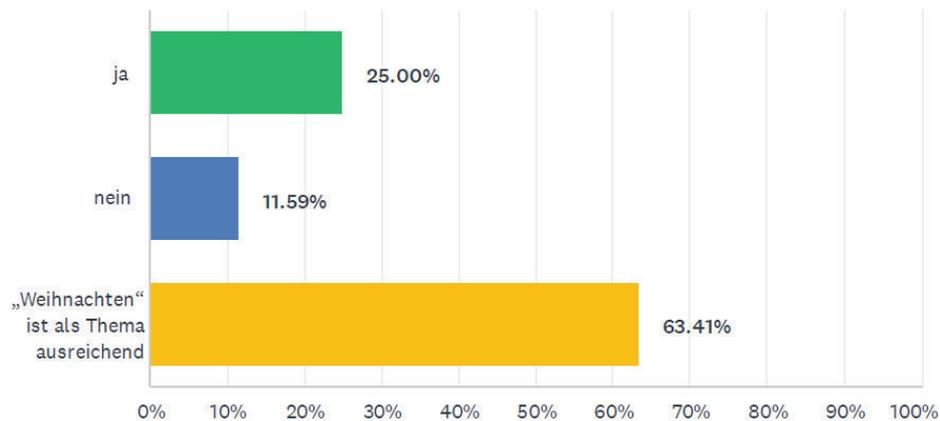
Beantwortet: 160 Übersprungen: 7,022



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
nach Themenbereichen untergliedert (unterschiedliche Bereiche für unterschiedliche Zielgruppen, z.B. Kinderbereiche mit Fahrgeschäften, Ruhezeiten, Aufenthaltsräume, Rummel, etc.)	43.13%	69
durchmischt (die Angebote des Weihnachtsmarktes sind bunt durchmischt und folgen keiner klaren Zuordnung)	56.88%	91
GESAMT		160

F57 Benötigt der zukünftige Potsdamer Weihnachtsmarkt aus Ihrer Sicht ein übergeordnetes Thema oder Alleinstellungsmerkmal?

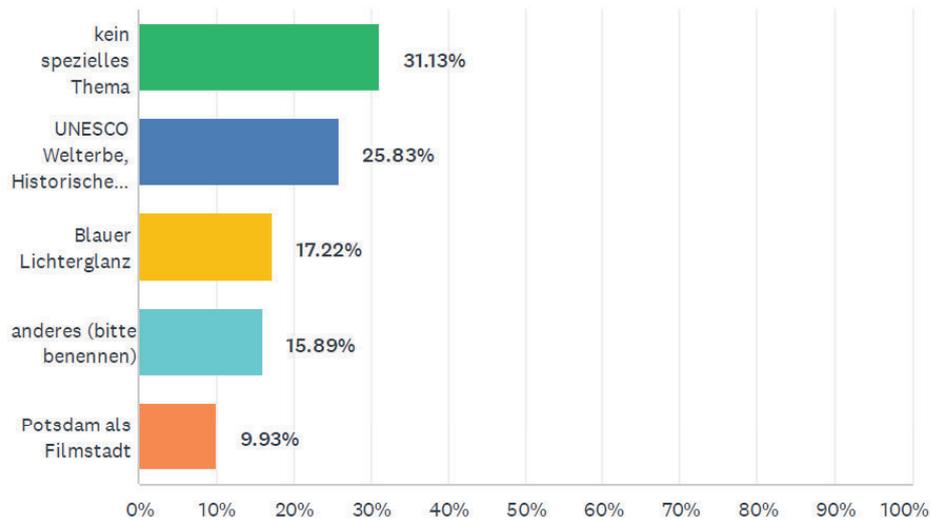
Beantwortet: 164 Übersprungen: 7,018



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
ja	25.00%	41
nein	11.59%	19
„Weihnachten“ ist als Thema ausreichend	63.41%	104
GESAMT		164

F58 Welches übergeordnete Thema können Sie sich für den Potsdamer Weihnachtsmarkt zukünftig vorstellen?

Beantwortet: 151 Übersprungen: 7,031



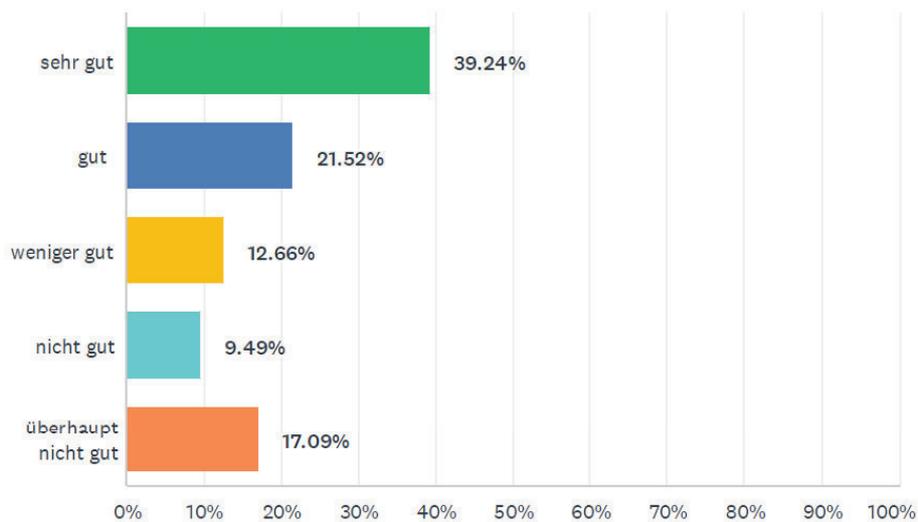
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
kein spezielles Thema	31.13%	47
UNESCO Welterbe, Historische Bezüge	25.83%	39
Blauer Lichterglanz	17.22%	26
anderes (bitte benennen)	15.89%	24
Potsdam als Filmstadt	9.93%	15
GESAMT		151

F59 Variante A - Brandenburger Straße (entzerrt)



Dieser Vorschlag ist dem bisherigen "Blauen Lichterglanz" räumlich sehr ähnlich. Der Unterschied ist, dass die Anzahl der Verkaufsstände auf der Brandenburger Straße deutlich reduziert und vorrangig auf die Kreuzungsbereiche konzentriert werden. Diese Variante finde ich ...

Beantwortet: 158 Übersprungen: 7,024



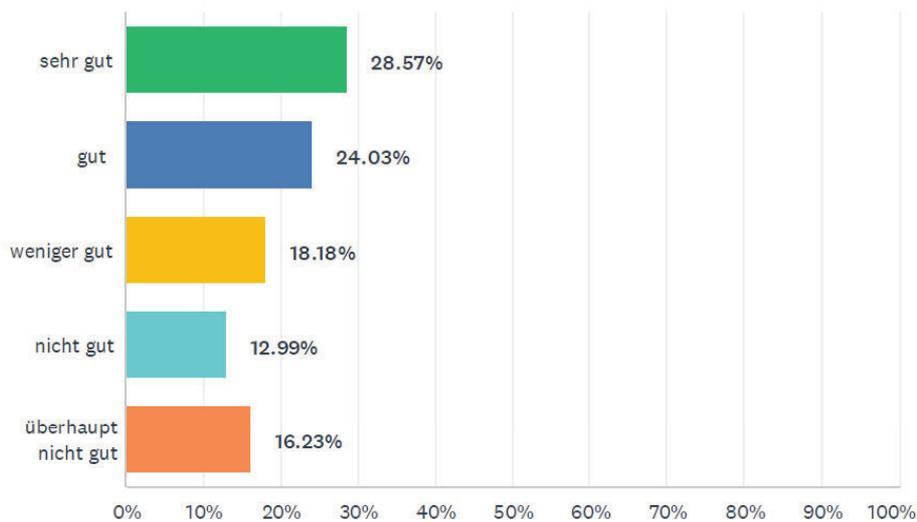
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr gut	39.24%	62
gut	21.52%	34
weniger gut	12.66%	20
nicht gut	9.49%	15
überhaupt nicht gut	17.09%	27
GESAMT		158

F60 Variante B - Bassinplatz (zentral & kompakt)



Der neue zentrale Weihnachtsmarkt Potsdams würde große Teile des Bassinplatzes nutzen, die St. Peter und Paul Kirche in seiner Mitte einrahmen und eine reale Marktsituation und -atmosphäre schaffen. Dieser Standort schafft zugleich eine gute Verbindung zwischen Einkaufsstraße und Holländischem Viertel. Diese Variante finde ich ...

Beantwortet: 154 Übersprungen: 7,028



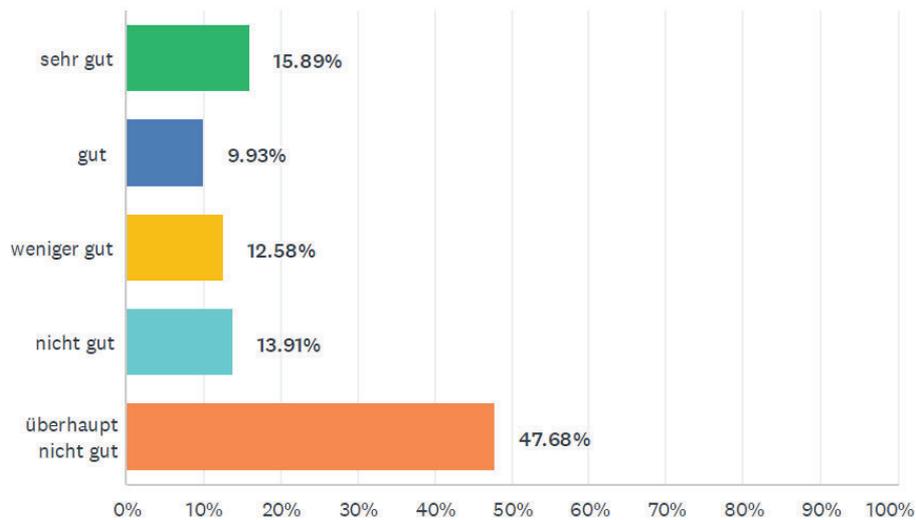
ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr gut	28.57%	44
gut	24.03%	37
weniger gut	18.18%	28
nicht gut	12.99%	20
überhaupt nicht gut	16.23%	25
GESAMT		154

F61 Variante C - Lustgarten, Alter und Neuer Markt (dezentral)



Diese Variante verlässt die historische Innenstadt und setzt sich aus drei Plätzen zusammen. Der zentrale Potsdamer Weihnachtsmarkt würde sich in dieser Variante auf dem Lustgarten befinden, ergänzt durch kleinere Märkte auf dem Alten Markt vor der St. Nikolai-Kirche und auf dem Neuen Markt. Diese Variante finde ich ...

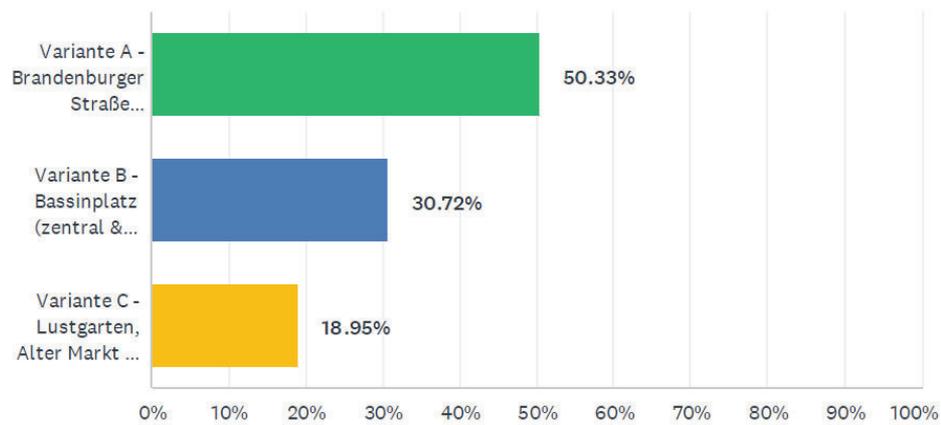
Beantwortet: 151 Übersprungen: 7,031



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
sehr gut	15.89%	24
gut	9.93%	15
weniger gut	12.58%	19
nicht gut	13.91%	21
überhaupt nicht gut	47.68%	72
GESAMT		151

F62 Wenn Sie sich für eine der drei Varianten entscheiden müssten, welche würden Sie favorisieren? (Standortabhängige Betrachtung)

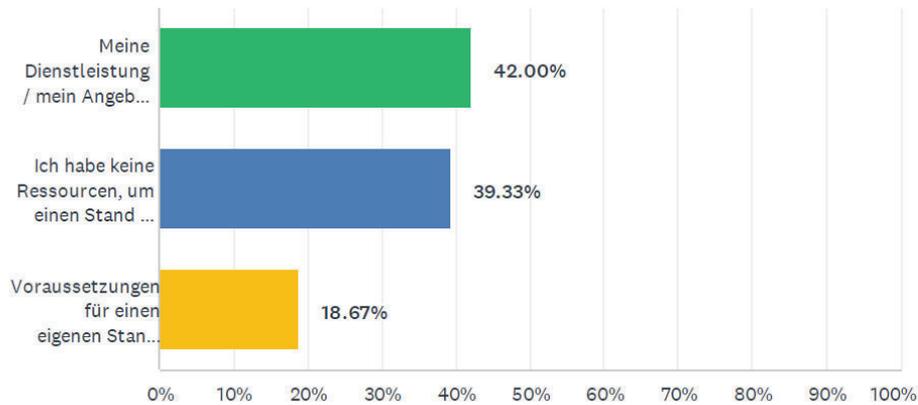
Beantwortet: 153 Übersprungen: 7,029



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Variante A - Brandenburger Straße (entzerrt)	50.33%	77
Variante B - Bassinplatz (zentral & kompakt)	30.72%	47
Variante C - Lustgarten, Alter Markt und Neuer Markt (dezentral)	18.95%	29
GESAMT		153

F63 Welche Voraussetzungen sollten gegeben sein, damit ein eigener Stand auf dem neuen Weihnachtsmarkt für Ihr Unternehmen von Interesse wäre?

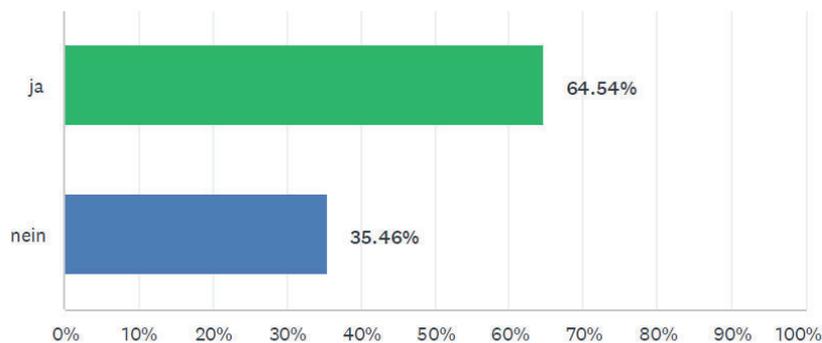
Beantwortet: 150 Übersprungen: 7,032



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Meine Dienstleistung / mein Angebot hat keinen unmittelbaren Bezug zum Weihnachtsmarkt.	42.00%	63
Ich habe keine Ressourcen, um einen Stand zu betreiben bzw. ich möchte den Fokus auf mein Kerngeschäft richten.	39.33%	59
Voraussetzungen für einen eigenen Stand (bitte angeben)	18.67%	28
GESAMT		150

F64 Der Straßenraum vor meinem Unternehmen soll frei und ungenutzt bleiben?

Beantwortet: 141 Übersprungen: 7,041



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
ja	64.54%	91
nein	35.46%	50
GESAMT		141

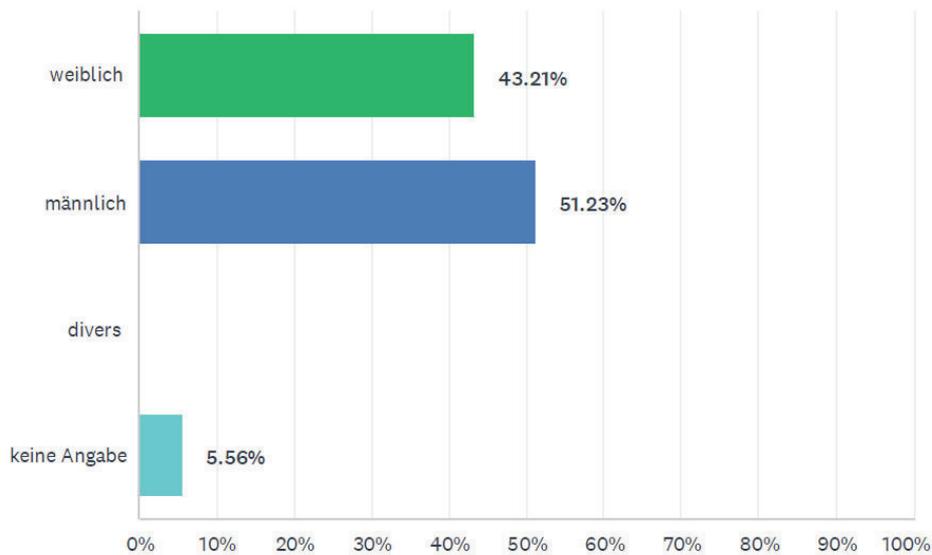
F65 Sehen Sie weitere Verbindungen zwischen einem Weihnachtsmarkt und Ihrem Unternehmen oder möchten Sie uns noch etwas mitteilen?

Beantwortet: 41 Übersprungen: 7,141

Keine Auswertung/Gruppierung aufgrund sehr divergenter Anmerkungen und geringer Fallzahlen.

F66 Bitte geben Sie Ihr Geschlecht an.

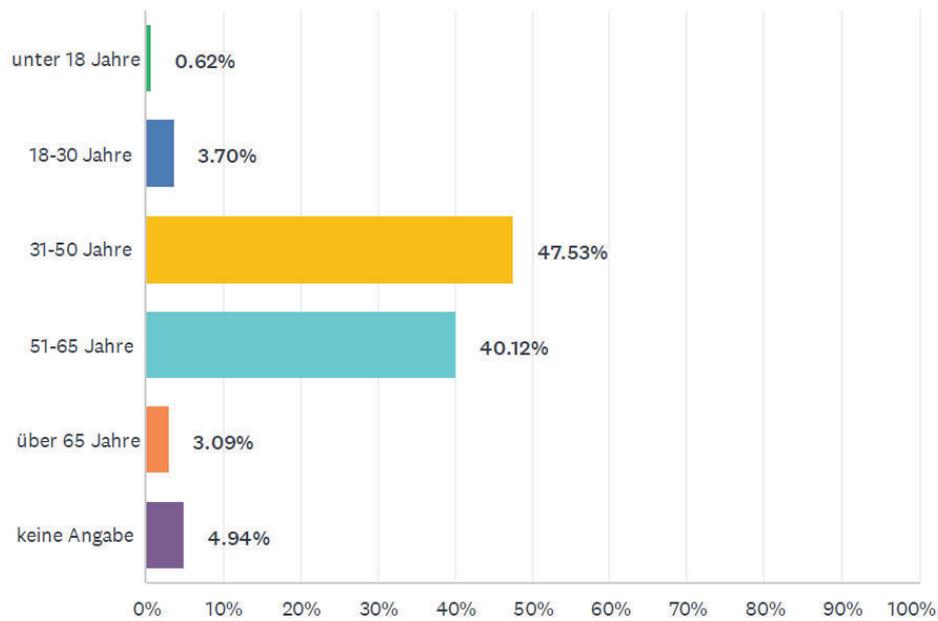
Beantwortet: 162 Übersprungen: 7,020



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	FALLZAHLEN
weiblich	43.21%	70
männlich	51.23%	83
divers	0.00%	0
keine Angabe	5.56%	9
GESAMT		162

F67 Zu welcher Altersgruppe gehören Sie?

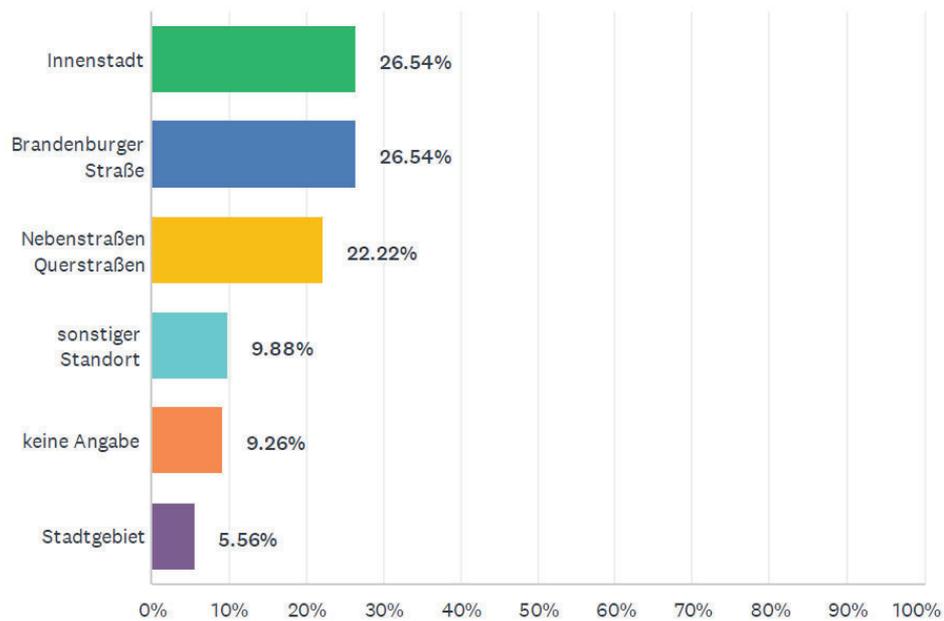
Beantwortet: 162 Übersprungen: 7,020



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
unter 18 Jahre	0.62%	1
18-30 Jahre	3.70%	6
31-50 Jahre	47.53%	77
51-65 Jahre	40.12%	65
über 65 Jahre	3.09%	5
keine Angabe	4.94%	8
GESAMT		162

F68 Wo befindet sich Ihr Unternehmen?

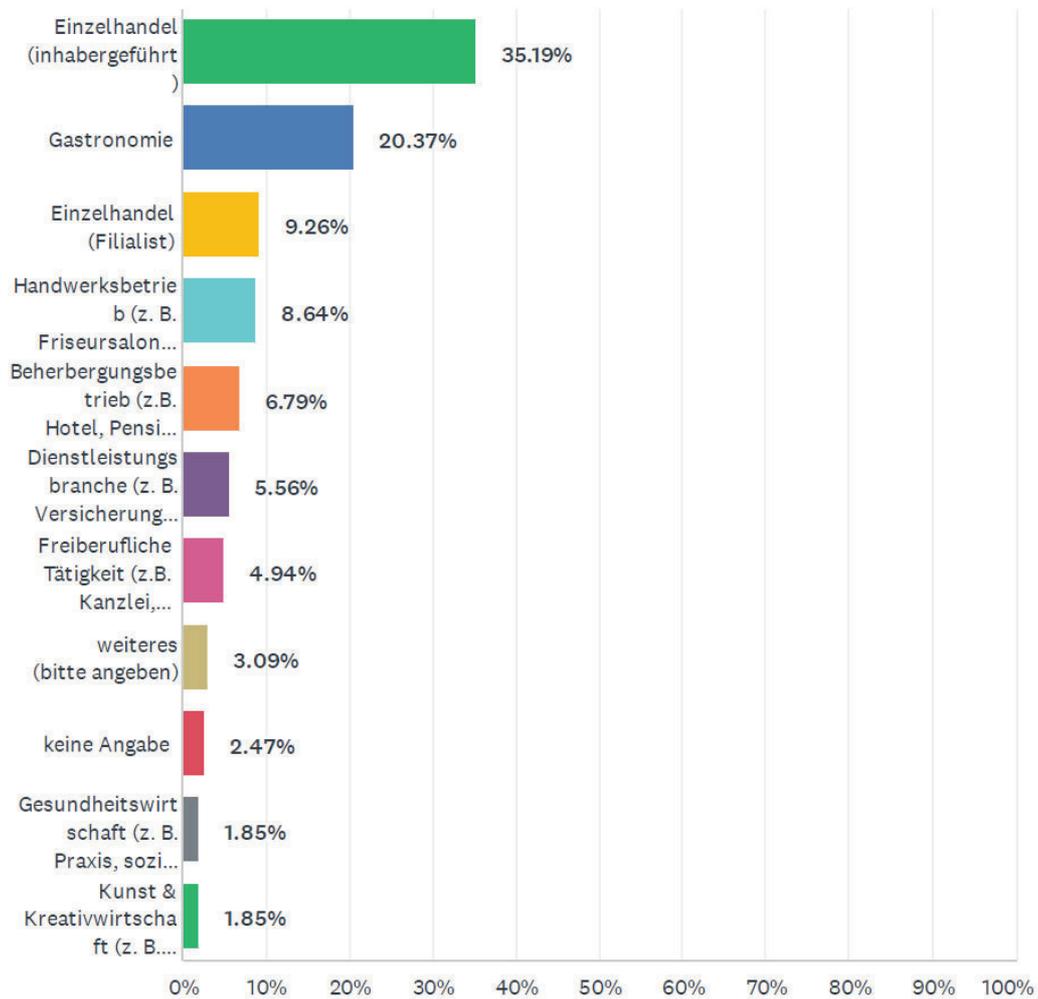
Beantwortet: 162 Übersprungen: 7,020



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Innenstadt	26.54%	43
Brandenburger Straße	26.54%	43
Nebenstraßen Querstraßen	22.22%	36
sonstiger Standort	9.88%	16
keine Angabe	9.26%	15
Stadtgebiet	5.56%	9
GESAMT		162

F69 Welchem Unternehmenszweig gehören Sie an bzw. in welcher Branche sind Sie tätig?

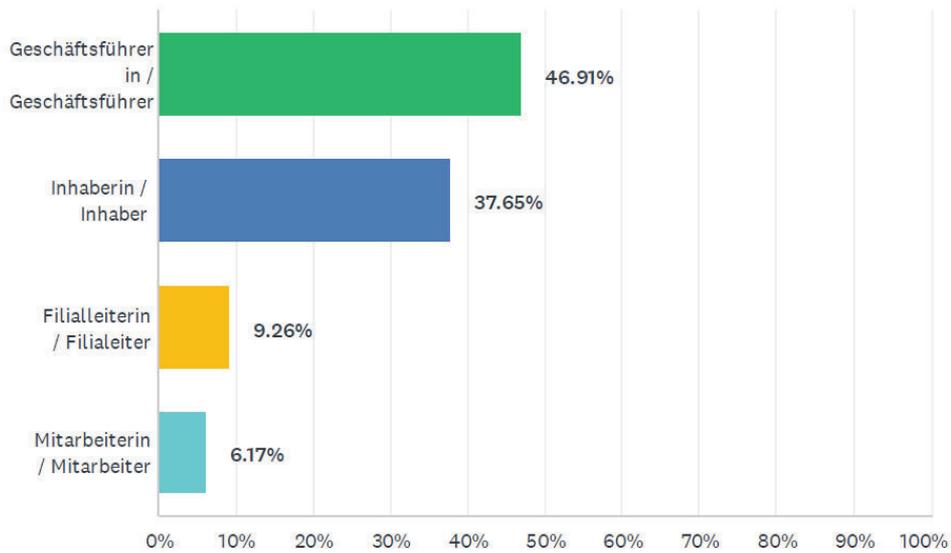
Beantwortet: 162 Übersprungen: 7,020



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Einzelhandel (inhabergeführt)	35.19%	57
Gastronomie	20.37%	33
Einzelhandel (Filialist)	9.26%	15
Handwerksbetrieb (z. B. Friseursalon, Floristik)	8.64%	14
Beherbergungsbetrieb (z.B. Hotel, Pension, Apartments)	6.79%	11
Dienstleistungsbranche (z. B. Versicherung, Immobilienbüro)	5.56%	9
Freiberufliche Tätigkeit (z.B. Kanzlei, Selbstständigkeit)	4.94%	8
weiteres (bitte angeben)	3.09%	5
keine Angabe	2.47%	4
Gesundheitswirtschaft (z. B. Praxis, soziale Dienste, Sport- und Yogastudio)	1.85%	3
Kunst & Kreativwirtschaft (z. B. Galerie, Tattoostudio)	1.85%	3
GESAMT		162

F70 Welche Funktion haben Sie in ihrem Unternehmen?

Beantwortet: 162 Übersprungen: 7,020



ANTWORTOPTIONEN	BEANTWORTUNGEN	
Geschäftsführerin / Geschäftsführer	46.91%	76
Inhaberin / Inhaber	37.65%	61
Filialleiterin / Filialeiter	9.26%	15
Mitarbeiterin / Mitarbeiter	6.17%	10
GESAMT		162