

Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor

**für Kommunen und Tourismus
in der Bundesrepublik Deutschland**

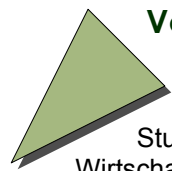
sowie dessen Beitrag zur

**Leistungssteigerung im mittelständischen
Schaustellergewerbe und Markthandel**



**Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V.
Adenauerallee 48, 53113 Bonn, Tel.: 0228 – 22 40 26, Fax: 22 19 36**

Vorbemerkung



Im Rahmen der vorliegenden Studie wurde die Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Weihnachtsmarkt für Kommunen, mittelständische Betriebe des Markthandels und des Schaustellergewerbes, des Tourismus und des stationären Handels auf Basis eigener Erhebungen und Sekundärdatenanalysen herausgearbeitet. Grundlage der Auswertung waren insbesondere die Befragungen von 1.345 Besuchern auf 10 Weihnachtsmärkten, von 162 kommunalen Veranstaltern in Kommunen über 10.000 Einwohnern und von 125 Händlern bzw. Schaustellern.

Der Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V. (BSM) ist der Spitzenverband des Reisegewerbes in der Bundesrepublik Deutschland. Er vertritt die Interessen der insgesamt etwa 5.000 Schaustellerbetriebe und über 300.000 Markthändler. Diese Betriebe beschicken mit ihren Geschäften auch die rund 2.500 jährlich in Deutschland stattfindenden Weihnachtsmärkte.

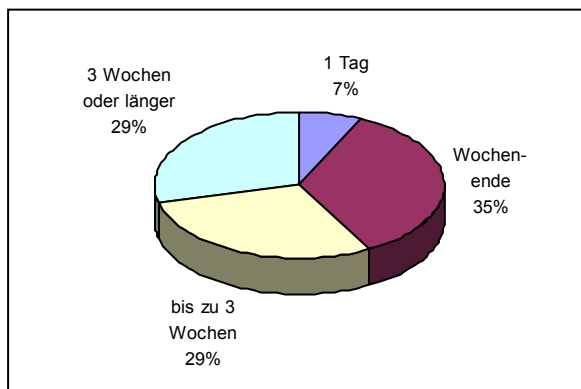
Finanziell gefördert wurde die vom BSM in Auftrag gegebene Studie durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

Weihnachtsmärkte als besondere Veranstaltungen



2.500 Weihnachtsmärkte prägten im Jahr 2001 das Stadtbild in über 1.500 Kommunen mit mehr als 10.000 Einwohnern. Das Spektrum reichte dabei von Tages- über Wochenend- bis zu 4-Wochen-Veranstaltungen.

Dauer der Weihnachtsmärkte



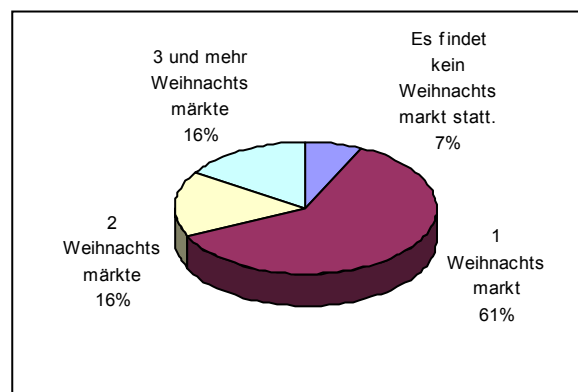
Quelle: imoha - Befragung

Veranstalter der Weihnachtsmärkte sind sowohl kommunale oder private Institutionen als auch beliebige Kombinationen kommunaler und privater Veranstalter:

Traditionsreiche Weihnachtsmärkte werden in den meisten Fällen von den Kommunen selbst veranstaltet. Weihnachtsmärkte, die mit dem Aufkommen der Fußgängerzonen entstanden sind, wurden häufig auf Initiative der innerstädtischen Einzelhändler, Werbegemeinschaften oder Verkehrsvereine ins Leben gerufen. Einzelne Schausteller oder Schaustellervereinigungen treten verstärkt als Veranstalter auf, um ihren Mitgliedern ein Wintergeschäft zu ermöglichen.

Für das Jahr 2001 konnte ein Anteil von **29 % kommunal veranstalteter Weihnachtsmärkte zu 71 % privaten Veranstaltungen** ermittelt werden.

Anzahl veranstalteter Weihnachtsmärkte je Kommune



Quelle: imoha - Befragung

Weihnachtsmärkte gibt es schon sehr lange, vorweihnachtliche Jahrmärkte als Vorläufer werden bis ins Mittelalter und in die frühe Neuzeit zurückverfolgt. Ein Großteil der heute bestehenden Weihnachtsmärkte kann jedoch nicht auf eine Tradition zurückgreifen, sondern ist erst in den letzten 30 Jahren – vermehrt durch das Aufkommen der Fußgängerzonen – entstanden. Sehr junge Weihnachtsmärkte existieren seit weniger als 4 Jahren, traditionsreiche Weihnachtsmärkte – etwa der Dresdner Striezelmarkt (1434), der im Jahr 2001 zum 567. Mal stattfand oder der Nürnberger Christkindlmarkt – bestehen seit hunderten von Jahren.

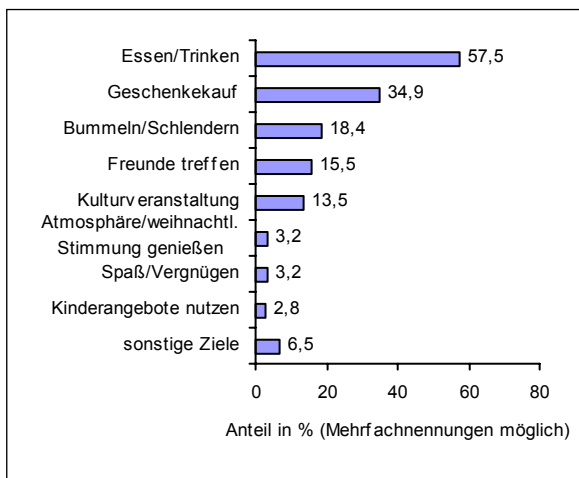
Als Hauptaufgabe der Weihnachtsmärkte wird heute gesehen, im Wettbewerb der Städte und Einkaufsstandorte Käufer anzulocken und eine Corporate Identity der Kommune zu entwickeln. Nicht ohne Grund werden **über 50 % der Weihnachtsmärkte auf den zentralen Plätzen** der Städte und Gemeinden (z.B. Marktplatz, Rathaus- oder Kirchenvorplatz) veranstaltet.

Stellten die Weihnachtsmärkte **früher vorrangig Warenmärkte** dar, die Schaustellern, Handwerkern und Händlern eine Einkommensmöglichkeit boten und die Bevölkerung mit Lebensmitteln für das bevorstehende Weihnachtsfest versorgten (Versorgungsfunktion der Weihnachtsmärkte), steht heute mehr der gesellschaftliche und soziale Aspekt dieser Veranstaltungen im Vordergrund (ideelle Funktion der Weihnachtsmärkte):

Sie sind zu **Treffpunkten** und Orten der **Geselligkeit und Kommunikation** geworden. **Erlebnis, Spaß und Genuss** sind dabei Bedürfnisse, die Veranstalter erfüllen müssen. Besinnlichkeit, die Einstimmung auf das eigentliche Weihnachtsfest, Atmosphäre, Attraktionen, Emotionen usw. gewinnen gegenüber der Einkaufsfunktion an Bedeutung und spiegeln sich deutlich in den Motiven der Befragten beim Besuch eines Weihnachtsmarktes wider.

Imbiss- und Getränkestände, Kinderkarussells und eine ansprechende kulturelle Umrahmung der Weihnachtsmärkte sind zu Grundvoraussetzungen für einen erfolgreichen Weihnachtsmarkt geworden.

Motive der Weihnachtsmarktbesucher



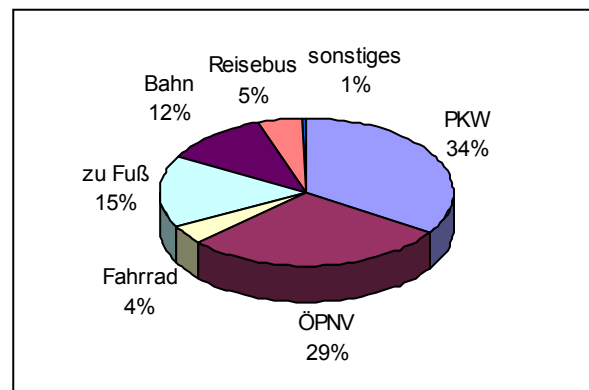
Quelle: imoha - Befragung

Die Nachfrage auf Weihnachtsmärkten

Für das Jahr 2001 konnten für die 2.500 stattfindenden Weihnachtsmärkte in Städten und Gemeinden über 10.000 Einwohner rund **160 Mio. Besuche** hochgerechnet werden. Dabei ist der überwiegende Teil der Besucher nicht nur einmal auf dem Weihnachtsmarkt anzutreffen – vielmehr werden z.B. 4-Wochen-Veranstaltungen durchschnittlich 4,5 Mal besucht. 71 % der Befragten besuchten mehrere – im Durchschnitt 3 – verschiedene Weihnachtsmärkte, was für die Bedeutung der Weihnachtsmärkte und des Weihnachtsmarkttourismus spricht.

Das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel war mit **34 % der PKW**. 29 % nutzten den Öffentlichen Personennahverkehr, 20 % kamen zu Fuß oder mit dem Fahrrad zum Weihnachtsmarkt. Der Bahnanteil lag bei 12 %, auf Reisebusse entfielen rund 5 %.

Verkehrsmittelwahl



Quelle: imoha - Befragung

Angestellte waren mit etwa 33 % die am stärksten vertretene Berufsgruppe unter den Weihnachtsmarktbesuchern. Etwas geringer fiel der Anteil von Schülern, Studenten und Auszubildenden aus. Sie waren zu 30 % vertreten. Die drittgrößte Besuchergruppe bildeten Rentner und Pensionäre (11 %).

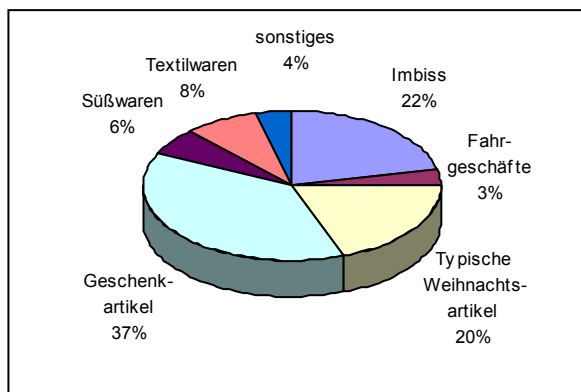
Etwa 84 % der Besucher kamen in Begleitung zum Weihnachtsmarkt. Vor allem an Wochentagen nutzen Berufstätige die Gelegenheit, mit Kollegen die Mittagspause auf dem Weihnachtsmarkt zu verbringen. Auch der Glühwein nach Feierabend erfreut sich größter Beliebtheit.

Das Angebot auf Weihnachtsmärkten

Die Angebotsstruktur auf den Weihnachtsmärkten hat sich zum einen **historisch entwickelt**, wurde zum anderen aber in den letzten Jahren aufgrund veränderter Kundenbedürfnisse vor allem im Weihnachtsartikel- und Kunstgewerbebereich auch erweitert. Bratwurst, Glühwein, Holzspielwaren und Süßwaren gehören zu den traditionell angebotenen Produkten. Später kamen Händler mit Holzhandwerk, Kunstgewerbe, Geschenkartikeln, Schmuck und Textilwaren hinzu.

Durch die Ergebnisse der vorliegenden Untersuchung können die teilweise scharfen Vorwürfe, die Weihnachtsmärkte verkämen immer mehr zu reinen „Fress- und Saufveranstaltungen“, zumindest für den Durchschnitt aller Weihnachtsmärkte entkräftet werden: Der überwiegende Teil des Angebots auf Weihnachtsmärkten wird bestimmt durch **Geschenkartikel und weihnachtstypische Artikel (58 %)**. Getränke- und Imbissstände erreichen zusammen einen Anteil von 22 %.

Angebotszusammensetzung



Quelle: imoha - Befragung

Durchschnittlich standen im Berichtsjahr 57,4 Stände auf einem Weihnachtsmarkt. Je Stellplatz wurden im Durchschnitt 2,7 Platzanfragen (Bewerbungen) registriert. Nicht-gewerbliche Stände waren zu 20 % vertreten.

Der überwiegende Teil der Weihnachtsmärkte wird durch ortsansässige Händler oder Schausteller (32,4 %) bzw. Händler und Schausteller aus der näheren Umgebung (57,4 %) beschickt.

Auf den 2.500 Weihnachtsmärkten wurden **143.500 mobile Verkaufsstände** geschätzt, das entspricht unter Berücksichtigung der Dauer der Weihnachtsmärkte und der Anzahl beschickter Weihnachtsmärkte in etwa **70.000 – meist mobilen – Unternehmen** in Deutschland, die in der Vorweihnachtszeit auf einem oder mehreren Weihnachtsmärkten mit einem oder mehreren Geschäften vertreten sind.

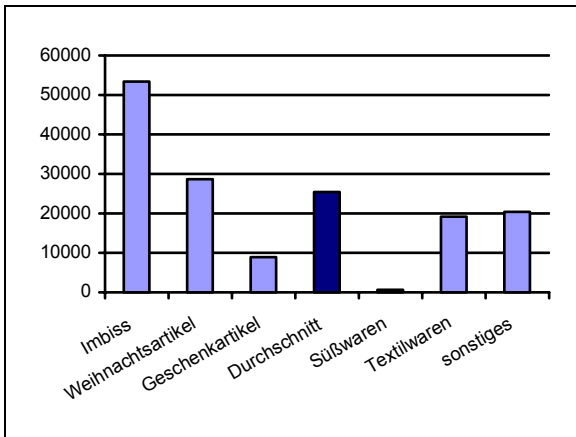
Auf größeren, mindestens 2 Wochen dauernden Weihnachtsmärkten werden von den Händlern und Schaustellern durchschnittlich – zumindest zeitweise – 1,8 zusätzliche Mitarbeiter (Aushilfskräfte, Teilzeit-, Vollzeitpersonal) beschäftigt. Das ergibt rein rechnerisch in der Summe schätzungsweise **130.000 zeitweise Beschäftigte** (inkl. Geschäftsinhaber) auf größeren Weihnachtsmärkten.

Für Beschicker der **Weihnachtsmärkte von geringerer Dauer** lagen keine Angaben über die Anzahl beschickter Weihnachtsmärkte und über das zusätzlich angestellte Personal vor. Es wird angenommen, dass jeder Händler oder Schausteller durchschnittlich 4 Weihnachtsmärkte beschickt und zeitweise 1,5 Mitarbeiter beschäftigt. Damit ergeben sich für die kleineren Weihnachtsmärkte folgende Zahlen: 23.000 mobile Unternehmen beschäftigen zeitweise ca. 34.500 Angestellte. In der Summe sind das etwa **57.500 Beschäftigte** auf Weihnachtsmärkten von geringerer Dauer.

Für **alle stattfindenden Weihnachtsmärkte** konnten folgende Beschäftigungseffekte durch Weihnachtsmarkthandel ermittelt werden: **Zusätzlich zu den Geschäftsinhabern (ca. 70.000) finden knapp 118.000 Personen eine zeitweise Verdienstmöglichkeit** als Aushilfs-, Teilzeit- oder Vollzeitkraft in der Vorweihnachtszeit. In der Summe sind das ca. **188.000 Arbeitsplätze**, die zumindest zeitweise für die Dauer der Weihnachtsmarktveranstaltungen gesichert bzw. geschaffen werden.

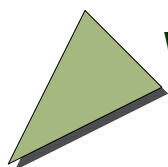
Das Weihnachtsgeschäft ist für viele Marktkauflaute die wichtigste Einnahmequelle des Jahres. Einzelnen Aussagen zufolge wird auf den Weihnachtsmärkten bis zu einem Viertel des Jahresumsatzes erwirtschaftet. Besonders gut schneiden dabei **Imbiss- und Glühweinhändler** ab. Der **Durchschnittsumsatz** aller Beschicker auf einer 4-Wochen-Veranstaltung aufgrund der Datenbasis lag bei **25.400 €** (49.651 DM).

Durchschnittsumsätze in €



Quelle: imoha - Befragung

Den erzielten Umsätzen stehen **Kosten** insbesondere im Bereich Standgebühren und Mieten sowie Personal gegenüber. Außerdem sind natürlich weitere Kosten, wie z.B. Wareneinsatz, Werbekostenumlagen, Strom, Wasser und persönlicher Lebensunterhalt zu berücksichtigen.



Wirtschaftliche Bedeutung von Weihnachtsmärkten

Weihnachtsmärkte sind **wirtschaftlich von hoher Bedeutung**: Neben den direkten Umsätzen der Besucher auf den Weihnachtsmärkten, die direkt der Existenzsicherung der Händler und Schausteller im Winter dienen, profitieren durch die Veranstaltung auch zahlreiche andere Branchen. Vor allem der örtliche Einzelhandel, aber auch die ansässige Gastronomie und Hotellerie, die Verkehrsbetriebe und andere touristische Leistungsanbieter (Kino, Theater, Museen, sonstige Freizeiteinrichtungen) sowie örtliche Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe profitieren von Weihnachtsmarktveranstaltungen.

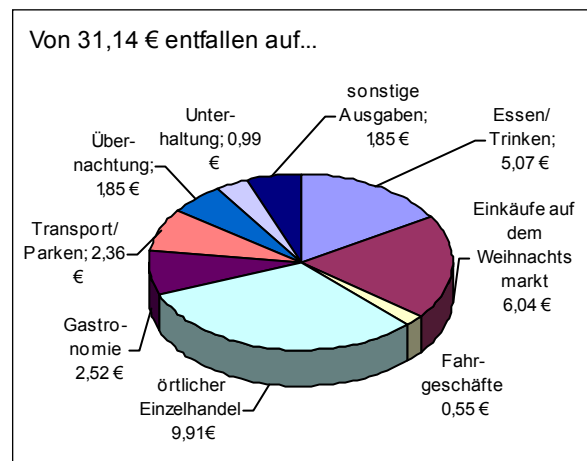
Zwei Drittel der Besucher geben im Zusammenhang mit dem Weihnachtsmarktbesuch Geld in den genannten Bereichen aus. Im **Umfeld der Weihnachtsmärkte** konnten **Gesamtumsätze in Höhe von 3,031 Mrd. €** geschätzt werden, das entspricht **durchschnittlichen Besucherausgaben in Höhe von 19,48 €**, wobei die Hälfte dieser Ausgaben dem örtlichen Einzelhandel zukommt.

Knapp die Hälfte der Weihnachtsmarktbesucher (42,5 %) hält sich **ausschließlich wegen des Weihnachtsmarktes** in der Stadt auf. Ihre Ausgaben, insbesondere in umliegenden Geschäften, gastronomischen Einrichtungen usw., sind allein auf den Weihnachtsmarkt zurückzuführen. Es handelt sich demnach um Umsätze, die es ohne den Weihnachtsmarkt an diesem Standort nicht gegeben hätte. Diese Besuchergruppe setzt durchschnittlich 12,89 € im Umfeld der Weihnachtsmärkte um. In der Summe sind das 854 Mio. € (30 % des Gesamtumsatzes im Umfeld der Weihnachtsmärkte), davon entfallen ca. 356 Mio. € auf den stationären Einzelhandel.

Fast jeder Weihnachtsmarktbesucher gibt **Geld auf dem Weihnachtsmarkt** aus. Im Durchschnitt sind das **11,66 €**, die etwa zu gleichen Teilen für Essen/Trinken und Einkäufe jeglicher Art ausgegeben werden.

Die **Gesamtumsätze der Weihnachtsmarktbesucher** bei Markthändlern, Schaustellern, im örtlichen stationären Einzelhandel, in der Gastronomie und Hotellerie, Anbietern von Verkehrsleistungen und sonstigen touristischen Leistungsanbietern belaufen sich aus den Schätzungen auf eine Höhe von **4,847 Mrd. €**. Durchschnittlich gibt **jeder Besucher 31,14 €** im Rahmen seines Weihnachtsmarktbesuches aus.

Anteile der Besucherausgaben



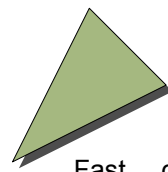
Quelle: imoha - Befragung

Durch sogenannte **Multiplikatoreffekte** sind die Auswirkungen der primären Ausgaben der Weihnachtsmarktbesucher sehr viel größer. Durch Ausgaben der Besucher werden vor allem in den Vorstufen der Markthändler und der touristischen Leistungsanbieter (Vorleistungen in Form von Gütern (Herstellung und Lieferung von Handelswaren) und Dienstleistungen, wie etwa Lebensmittelhändler, Reinigungen) **zusätzliche Einkommen und Beschäftigung** induziert, die zu Kaufkraftsteigerung und zur Stabilisierung und Stärkung der wirtschaftlichen Situation eines Standortes führen.

Insgesamt ist die Veranstaltung von Weihnachtsmärkten für die Kommunen ein leichtes Überschussgeschäft. Sofern die Kommunen selbst als Veranstalter der Weihnachtsmärkte auftreten, wird ein Großteil der erzielten Einnahmen (überwiegend aus Standgebühren und aus der Vermietung der Verkaufsstände) für die Organisation der Veranstaltung wieder ausgegeben. Allerdings müssen die Kommunen beträchtliche Aufwendungen für die Anschaffung der Verkaufsstände machen, denn die Kosten für diese meist als Holzhäuschen gestalteten Verkaufseinrichtungen sind hoch. Man will also nicht unmittelbar einen Überschuss erzielen, sondern baut auf den Weg der Umwegrentabilität: Über die durch den Weihnachtsmarkt verbesserten bzw. gesicherten Geschäfte der Beschicker, ortsansässigen Händler, Gastronomen, Handwerker usw. profitiert letztlich auch die Kommune.

Die durchschnittlichen Einnahmen der befragten Kommunen betragen 25.910 €, was zu **Gesamteinnahmen aller kommunalen Veranstalter** in Höhe von **18,78 Mio. €** führte. Dem stehen **18,06 Mio. € Gesamtausgaben** gegenüber, durchschnittlich belaufen sich die Ausgaben auf 24.915 €.

Unter der Annahme, dass die Einnahmen und Ausgaben privater Veranstalter mindestens genauso hoch sind, wie die Einnahmen und Ausgaben der kommunalen Veranstalter, ergeben sich direkt aus der Veranstaltung von 2.500 Weihnachtsmärkten **Gesamteinnahmen aller Veranstalter** in Höhe von **64,8 Mio. €** und **Gesamtausgaben aller Veranstalter** in Höhe von **62,3 Mio. €**. Diese wiederum spielen eine gewichtige Rolle für die regionale Wirtschaft. Die Ausgaben der Veranstalter führen zu Einnahmen bei verschiedenen Unternehmen, die somit von der Existenz des Weihnachtsmarktes sowohl in finanzieller Sicht als auch in Bezug auf die Beschäftigung profitieren können. Letztlich erzielen sie Umsätze, die es ohne den Weihnachtsmarkt nicht geben würde.



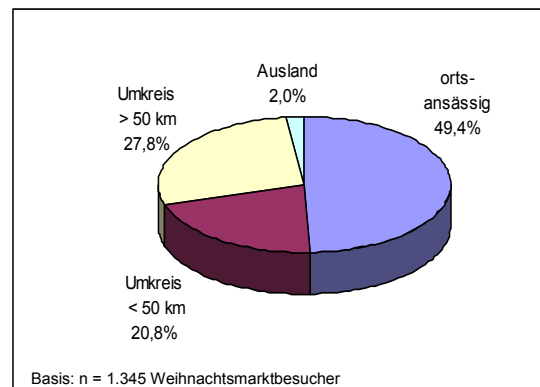
Die touristische Bedeutung von Weihnachtsmärkten

Fast die Hälfte der Besucher war ortsansässig, jeder fünfte Besucher reiste aus der näheren Umgebung (weniger als 50 km) zum Weihnachtsmarkt an, fast 28 % kamen aus dem Umkreis von über 50 km. **Tages- oder Kurzausflügler aus dem Inland erreichen zusammen einen Anteil von 48,6 %.**

Unterschiede in der Ausstrahlungskraft gab es dabei in Abhängigkeit von der Größe und dem Bekanntheitsgrad der Veranstaltung. Überregional bekannte und bedeutende Weihnachtsmärkte weisen weit überdurchschnittliche Besucherraten bei Einzugsgebieten über 50 km auf: Teilweise über 50 % der Besucher reisen aus weiter entfernten Wohnorten an, was für die hohe Bedeutung von Tagesreisen mit dem Ziel des Weihnachtsmarktbesuches spricht.

Der Anteil Besucher mit Wohnort im Ausland beträgt 2 %. Weihnachtsmärkte in grenznahen Gebieten und Weihnachtsmärkte mit überregionaler Ausstrahlung zeichnen sich durch über dem Durchschnitt liegende Anteile von ausländischen Besuchern aus.

Herkunft der Besucher



Quelle: imoha - Befragung

Weihnachtsmärkte von überregionaler Bedeutung erzielen weit über dem Durchschnitt liegende Anteile an Reisegruppen und Bustouristen.

Knapp 5 % aller Besucher gaben an, Übernachtungskosten im Rahmen des Weihnachtsmarktbesuches zu haben. Ihre Umsätze in der Hotellerie beliefen sich auf schätzungsweise 289 Mio. €.

Während ihres Aufenthaltes in der Stadt geben **Tages- oder Kurztouristen** – damit sind die Besucher gemeint, die ihren Wohnort nicht am Standort des Weihnachtsmarktes haben – durchschnittlich 36,30 € auf dem Weihnachtsmarkt bzw. im Umfeld des Weihnachtsmarktes aus. **Durch sie werden Gesamtumsätze in Höhe von 3 Mrd. € erzielt, das sind 61 % der Umsätze aller Besucher.**

Werbe- und Imageeffekte

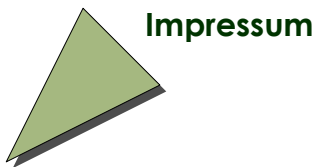
Die Werbebudgets überregional bedeutsamer Weihnachtsmärkte liegen weit über 40.000 € - in der Spitze sogar deutlich über 150.000 €. Kommunale Veranstalter wenden durchschnittlich 4.200 €, das entspricht 17 % ihrer Gesamtkosten, für Werbemaßnahmen unterschiedlichster Art auf.

Weihnachtsmärkte als jährlich wiederkehrende Veranstaltungen leisten einen erheblichen Beitrag zur Steigerung der Innenstadtattraktivität und Erhöhung der Lebensqualität der Bevölkerung. Ihnen kommt daher eine wichtige Stellung im Stadt- oder Regionalmarketing zu.

Der Nürnberger Christkindlmarkt ist wohl der bekannteste Weihnachtsmarkt, der imagebildend sowohl bei inländischen als auch bei ausländischen Besuchern für die Stadt Nürnberg, das Bundesland Bayern und Deutschland wirkt.

Fazit

- (1) Weihnachtsmärkte ziehen jährlich zahlreiche Besucher aus dem In- und Ausland an und gehören für die Bevölkerung mittlerweile zur Adventszeit dazu.
- (2) Die wirtschaftlichen Effekte von Weihnachtsmarktveranstaltungen sind hoch:
 - ⇒ Es werden Umsätze in Milliardenhöhe erzielt.
 - ⇒ Es werden zusätzliche Einkommen und Steuereinnahmen induziert.
 - ⇒ Es werden Arbeitsplätze in erheblichem Umfang – zumindest zeitweise – geschaffen bzw. gesichert.
 - ⇒ Weihnachtsmärkte wirken positiv auf andere Branchen.
- (3) Weihnachtsmärkte beleben die Innenstädte und spielen eine wichtige Rolle im Rahmen des Stadtmarketings. Weihnachtsmärkte leisten einen Beitrag zur Erhöhung der Lebensqualität der Bevölkerung.
- (4) Weihnachtsmärkte bergen ein erhebliches Potenzial im Bus- und Gruppentourismus, sie sind ein wichtiger Bestandteil des Tages- und Übernachtungstourismus im Rahmen des Städtetourismus in Deutschland.



Impressum

Auftraggeber:

Bundesverband Deutscher Schausteller und Marktkaufleute e.V.

Adenauerallee 48

D-53113 Bonn

Telefon: 0228 / 22 40 26

Telefax: 0228 / 22 19 36

www.bsm-lsm.de

bsm.bonn@t-online.de



Die Marktstudie „Weihnachtsmärkte als Wirtschaftsfaktor für Kommunen und Tourismus in der Bundesrepublik Deutschland sowie dessen Beitrag zur Leistungssteigerung im mittelständischen Schaustellergewerbe und Markthandel“ wurde gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, Berlin.

Bearbeitung:

IMOHA GmbH – Institut zur Erforschung und Förderung des mobilen

Handels an der Hochschule Harz

Friedrichstraße 57 – 59

D-38855 Wernigerode

Telefon: 03943 / 62 61 13

Telefax: 03943 / 62 61 13

www.imoha.de

info@imoha.de

