

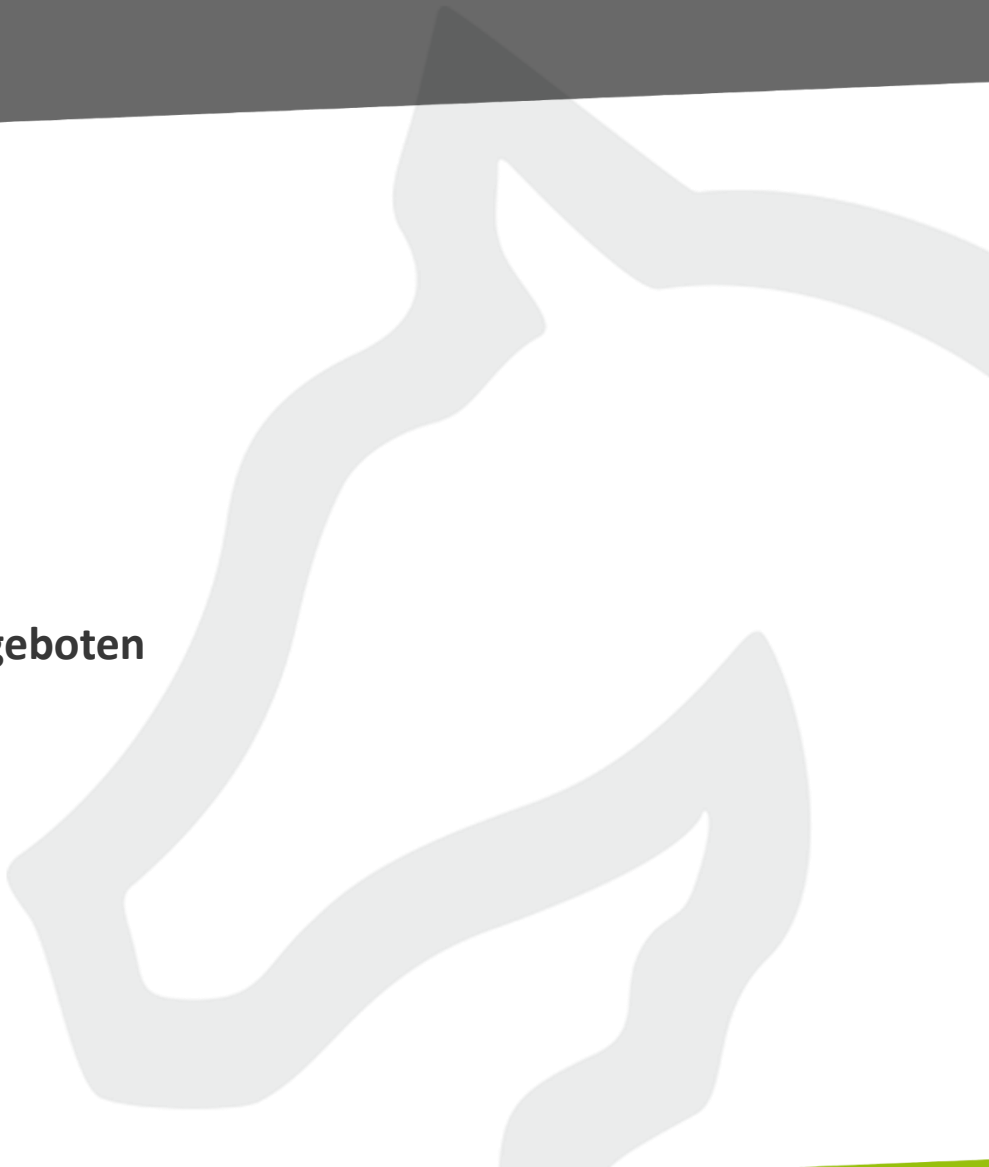
38. Deutscher Evangelischer Kirchentag in Nürnberg

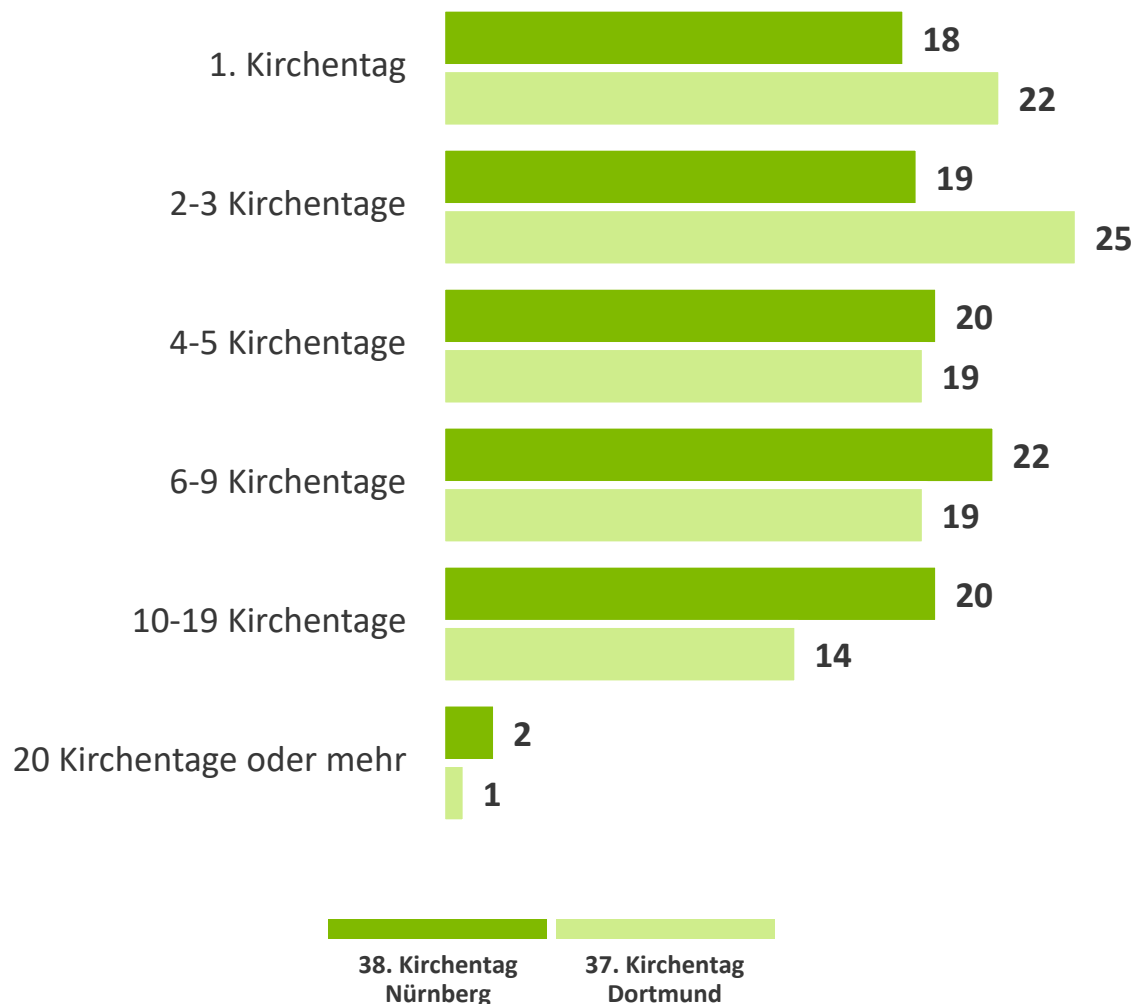
Ergebnisse der Besucherbefragung

30. August 2023

Erhebungszeitraum	11. Juni bis 16. Juli 2023
Zielgruppe	Besucher des Kirchentages, die über die App, den Newsletter oder Social Media erreichbar sind (ca. 174.861 Personen, inkl. Überschneidungen)
Erhebungsmethode	Online-Befragung (CAWI = Computer Assisted Web Interviewing)
Stichprobengröße	7.599 Besucher (6.206 App-Nutzer, 1.029 Newsletter-Nutzer, 364 Social Media-Follower) Ausschöpfung: 4,3 % (App-Nutzer: 7,8 %, Newsletter-Nutzer: 3,1 %, Social Media-Follower: 0,6 %)
Statistische Fehlertoleranz	bis \pm 1,1 Prozentpunkte (maximale Fehlertoleranz bei einem ermittelten Anteilswert von 50 % in der Stichprobe, bezogen auf Gesamtwerte, Konfidenzintervall 95 %)

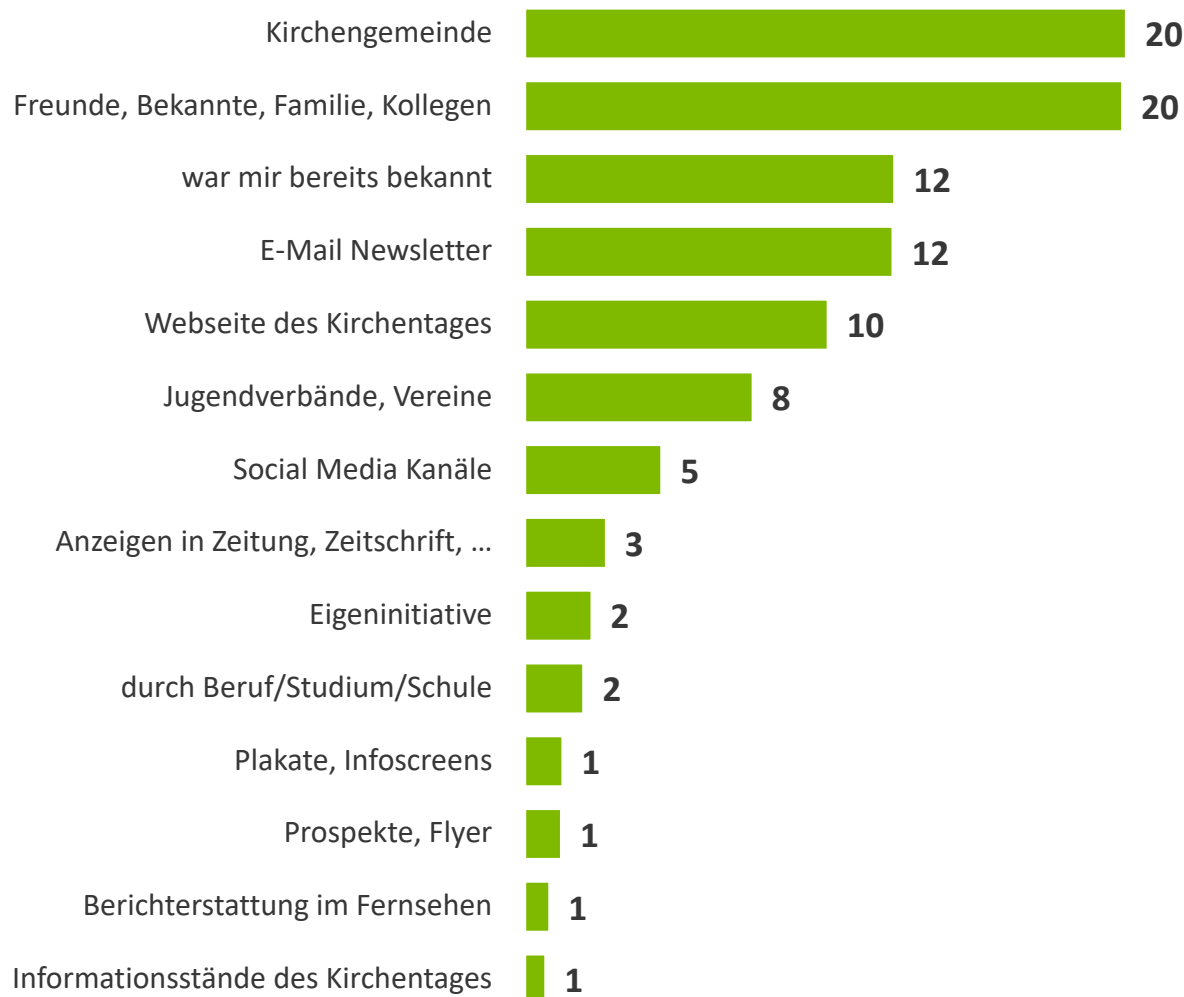
Übersicht

- ▶ **Besuchsverhalten**
 - ▶ Involvement
 - ▶ Besuchsmotivation und Wichtigkeit von Angeboten
 - ▶ Beurteilung des Kirchentages
 - ▶ Veranstaltungsort Nürnberg
 - ▶ Soziodemografie
- 



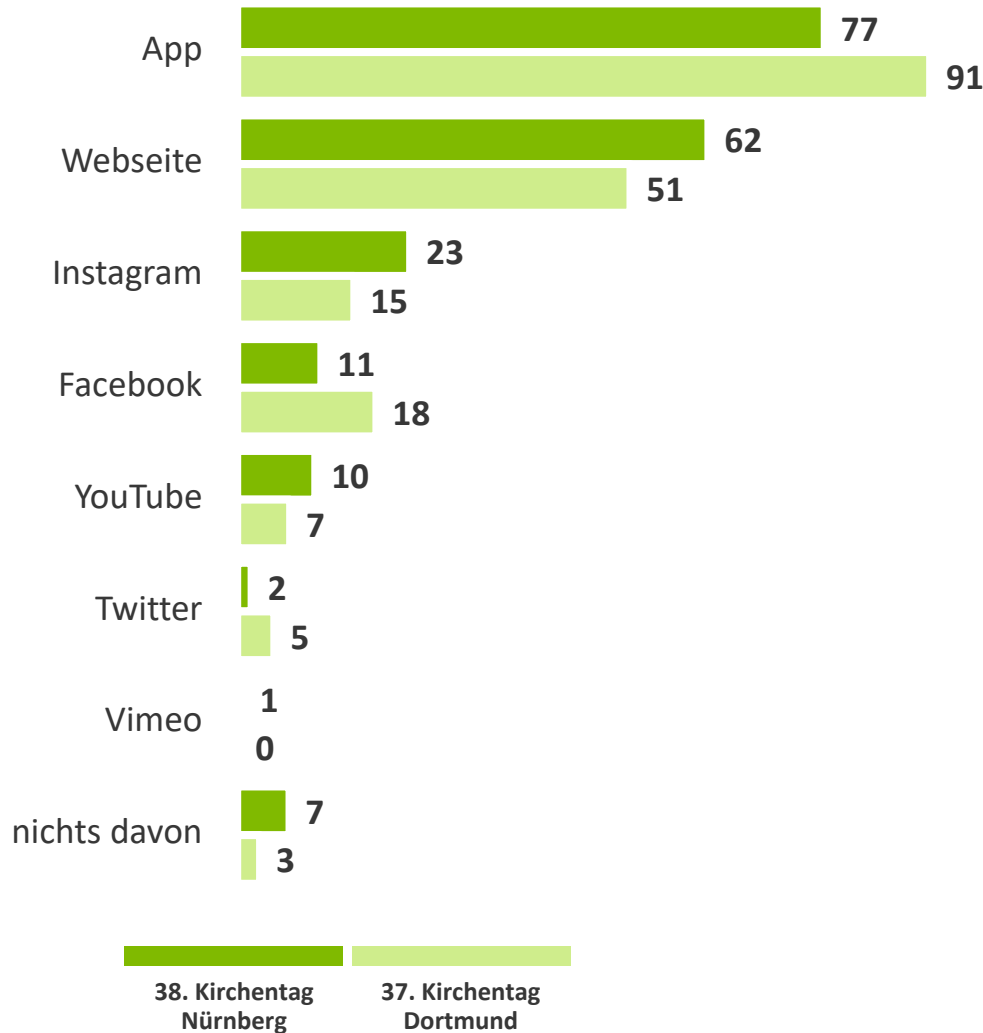
Großer Anteil Wiederholungsbesucher

Für knapp jeden fünften Besucher des 38. Deutschen Evangelischen Kirchentages – verstärkt Personen unter 20 Jahren und Nürnberger – war es der erste Kirchentag, den sie besuchen. Fast zwei Drittel der Besucher waren auf 4 oder mehr Kirchentagen. Jeder Fünfte war bereits auf 10 oder mehr Veranstaltungen.



Aufmerksamkeit primär über Mundpropaganda

Jeder fünfte Besucher des Kirchentages ist über die Kirchengemeinde auf den Kirchentag aufmerksam geworden. Insgesamt 49 % der Teilnehmer haben über Mundpropaganda von der Veranstaltung erfahren (Nettozählung). Bei den Jüngeren bis 34 Jahren sind es sogar 78 %. Jeder Vierte wurde durch Informationsmedien wie den Newsletter, die Website, Social Media Kanäle etc. aufmerksam. Werbung wurde hingegen nur von 7 % erstmals wahrgenommen.



App meistgenutzte Informationsquelle

8 von 10 Teilnehmern nutzen die App Kirchentages (-14 PP zum 37. Kirchentag). Die Webseite spielt vor allem bei Befragten ab 35 Jahren eine große Rolle. Über die Hälfte der Befragten unter 35 Jahren nutzt den Auftritt des Kirchentages auf Instagram. Die weiteren Medien sind deutlich weniger relevant.

39. Deutscher Evangelischer
Kirchentag in Hannover,
30. April bis 4. Mai 2025



4,3

38. Deutscher Evangelischer
Kirchentag in Nürnberg,
7. bis 11. Juni 2023



4,2

Leichte Steigerung der geplanten zukünftigen Teilnahme

In zwei Jahren findet der 39. Deutsche Evangelische Kirchentag in Hannover statt. 79 % der Besucher nehmen (sehr) wahrscheinlich wieder teil. Das entspricht in etwa dem aktuellen Anteil an Wiederholungsbesuchern. Vor allem die Nürnberger zeigen ein geringes Interesse an einer weiteren Teilnahme, die mit einer Fahrt nach Hannover verbunden wäre.



Übersicht

- ▶ Management Summary
- ▶ Besuchsverhalten
- ▶ **Involvement**
- ▶ Besuchsmotivation und Wichtigkeit von Angeboten
- ▶ Beurteilung des Kirchentages
- ▶ Veranstaltungsort Nürnberg
- ▶ Soziodemografie

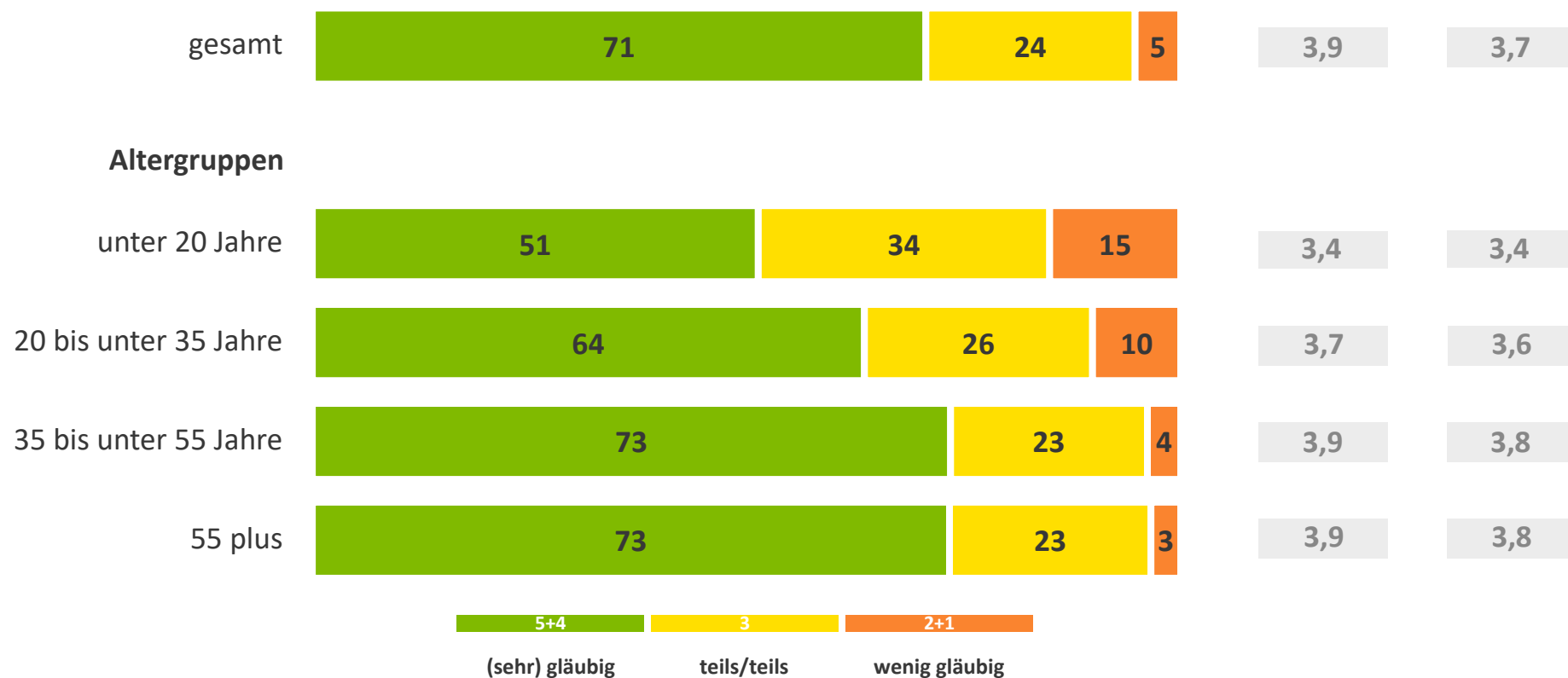
Hoher Anteil an (sehr) Gläubigen

Die Mehrheit der Teilnehmer stuft sich selbst als (sehr) gläubig ein, 5 % als weniger gläubig und etwa jeder Vierte als dazwischenliegend. Mit dem Alter nimmt die Gläubigkeit zu.

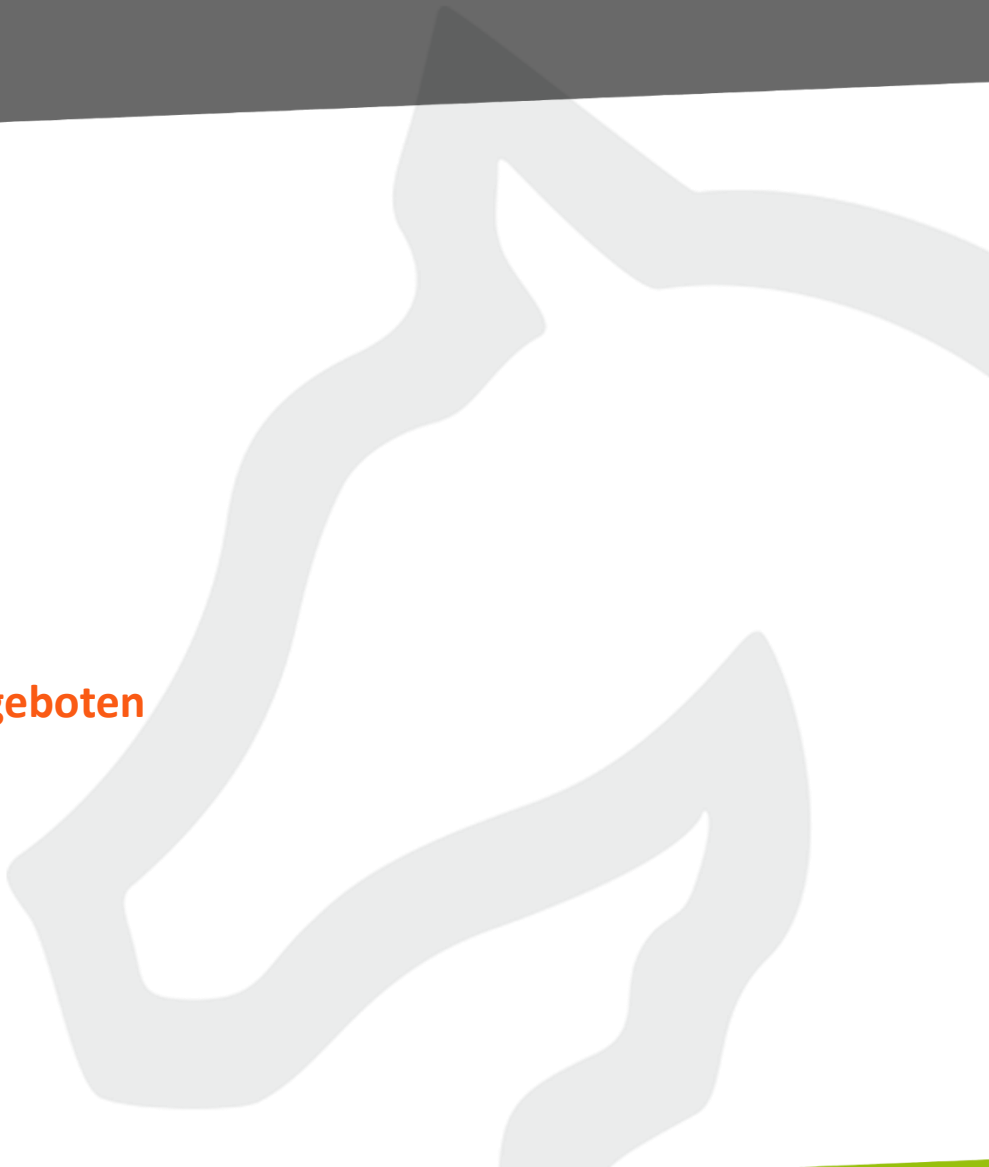


38. Kirchentag
Nürnberg

37. Kirchentag
Dortmund



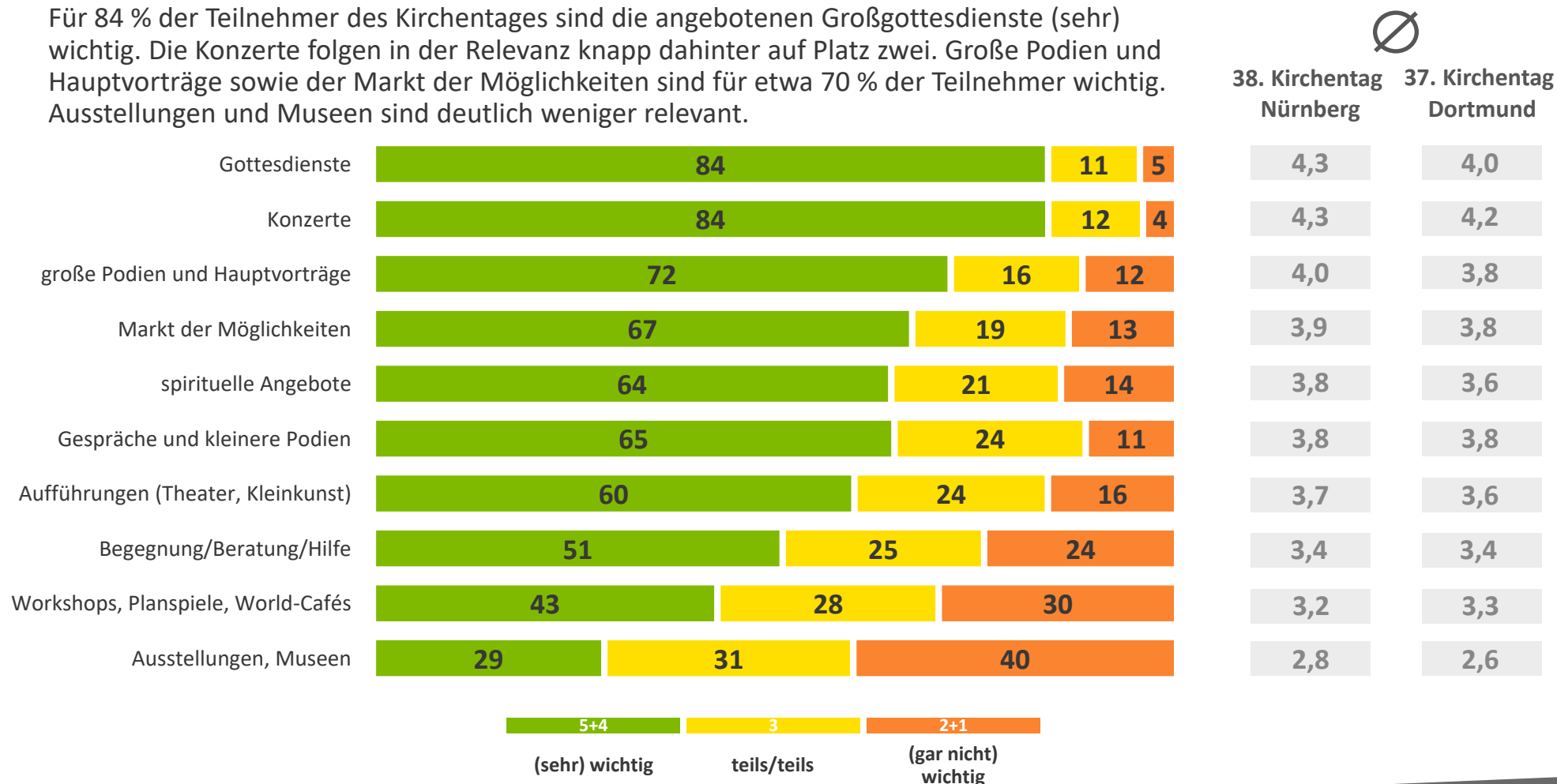
Übersicht

- ▶ Management Summary
 - ▶ Besuchsverhalten
 - ▶ Involvement
 - ▶ **Besuchsmotivation und Wichtigkeit von Angeboten**
 - ▶ Beurteilung des Kirchentages
 - ▶ Veranstaltungsort Nürnberg
 - ▶ Soziodemografie
- 

Wichtigkeit von Angeboten des Kirchentages

Großgottesdienste und Konzerte wichtigste Angebote

Für 84 % der Teilnehmer des Kirchentages sind die angebotenen Großgottesdienste (sehr) wichtig. Die Konzerte folgen in der Relevanz knapp dahinter auf Platz zwei. Große Podien und Hauptvorträge sowie der Markt der Möglichkeiten sind für etwa 70 % der Teilnehmer wichtig. Ausstellungen und Museen sind deutlich weniger relevant.



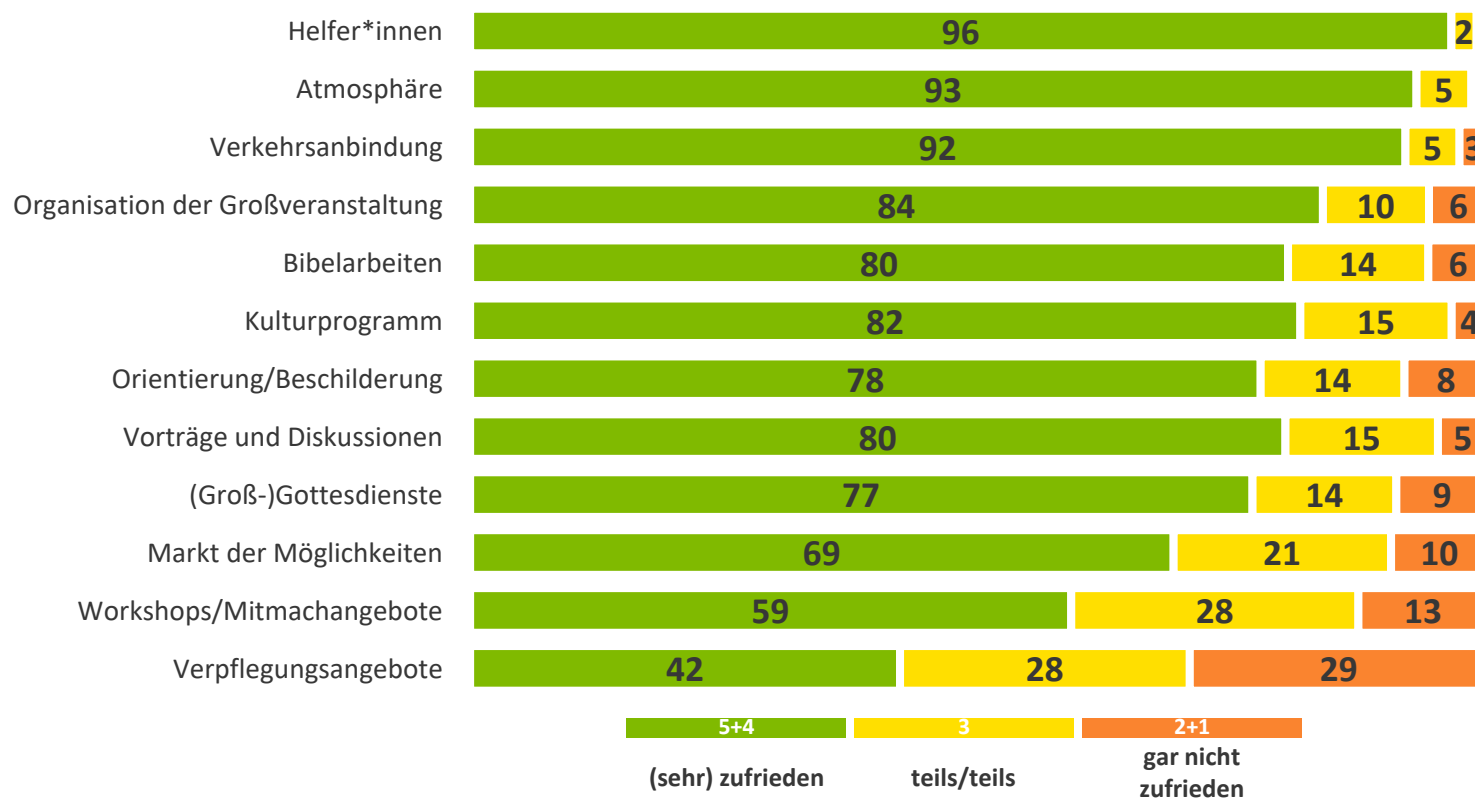

Übersicht

- ▶ Management Summary
- ▶ Besuchsverhalten
- ▶ Involvement
- ▶ Besuchsmotivation und Wichtigkeit von Angeboten
- ▶ **Beurteilung des Kirchentages**
- ▶ Veranstaltungsort Nürnberg
- ▶ Soziodemografie

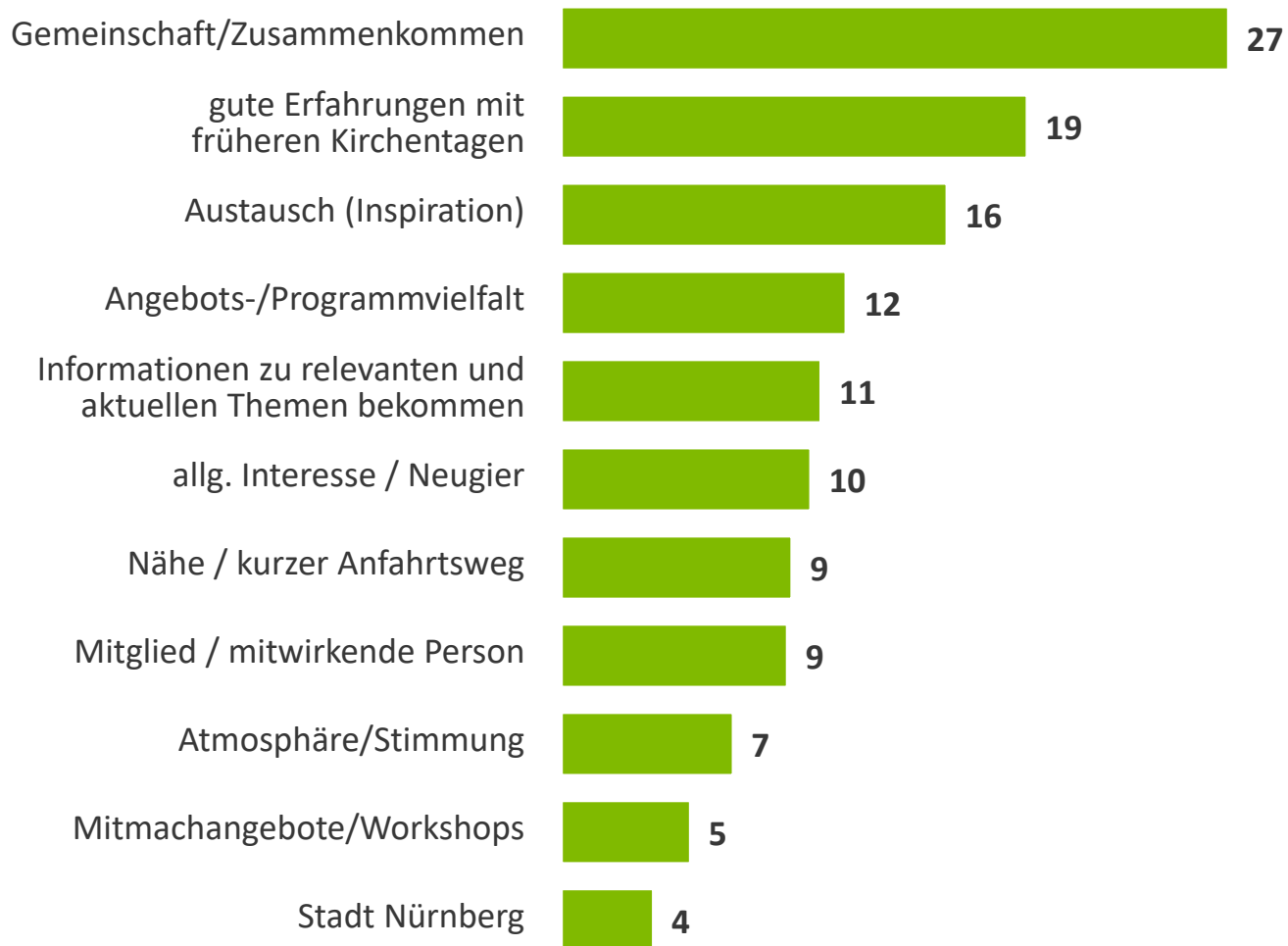
Zufriedenheit mit Einzelaspekten des Kirchentages

Helferengagement wird gewürdigt

Nahezu alle Besucher des Kirchentages sind mit den Helfern und Helferinnen (sehr) zufrieden. Auch bezüglich Atmosphäre und Verkehrsanbindung ist die Zufriedenheit (sehr) hoch. Vergleichsweise viele Unzufriedene gibt es im Hinblick auf die Verpflegungsangebote.

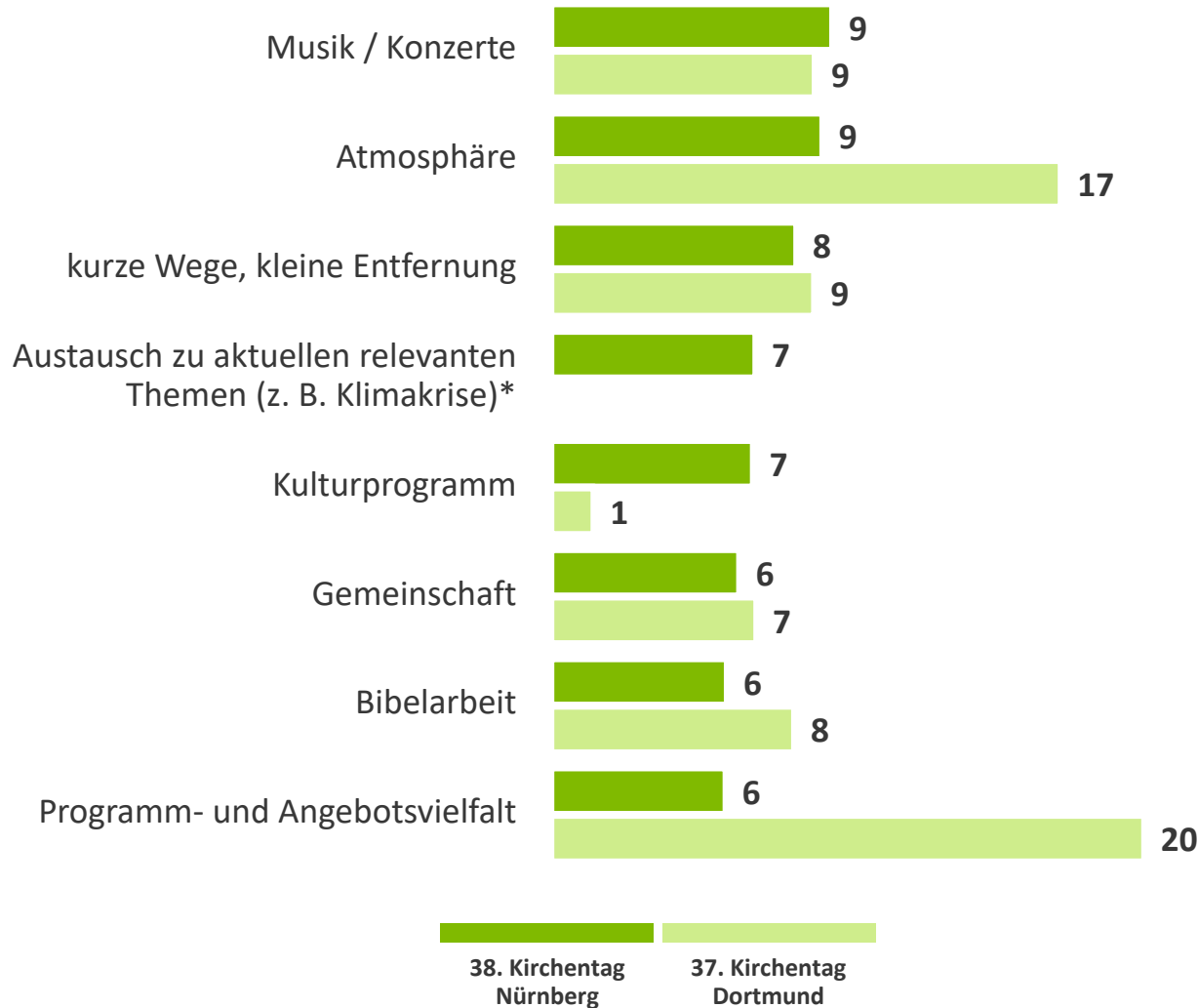
	38. Kirchentag Nürnberg	37. Kirchentag Dortmund
	4,8	4,8
	4,6	4,6
	4,6	3,8
	4,3	4,3
	4,2	4,3
	4,2	4,2
	4,1	4,0
	4,1	4,1
	4,1	4,1
	3,9	4,0
	3,6	3,9
	3,2	3,7



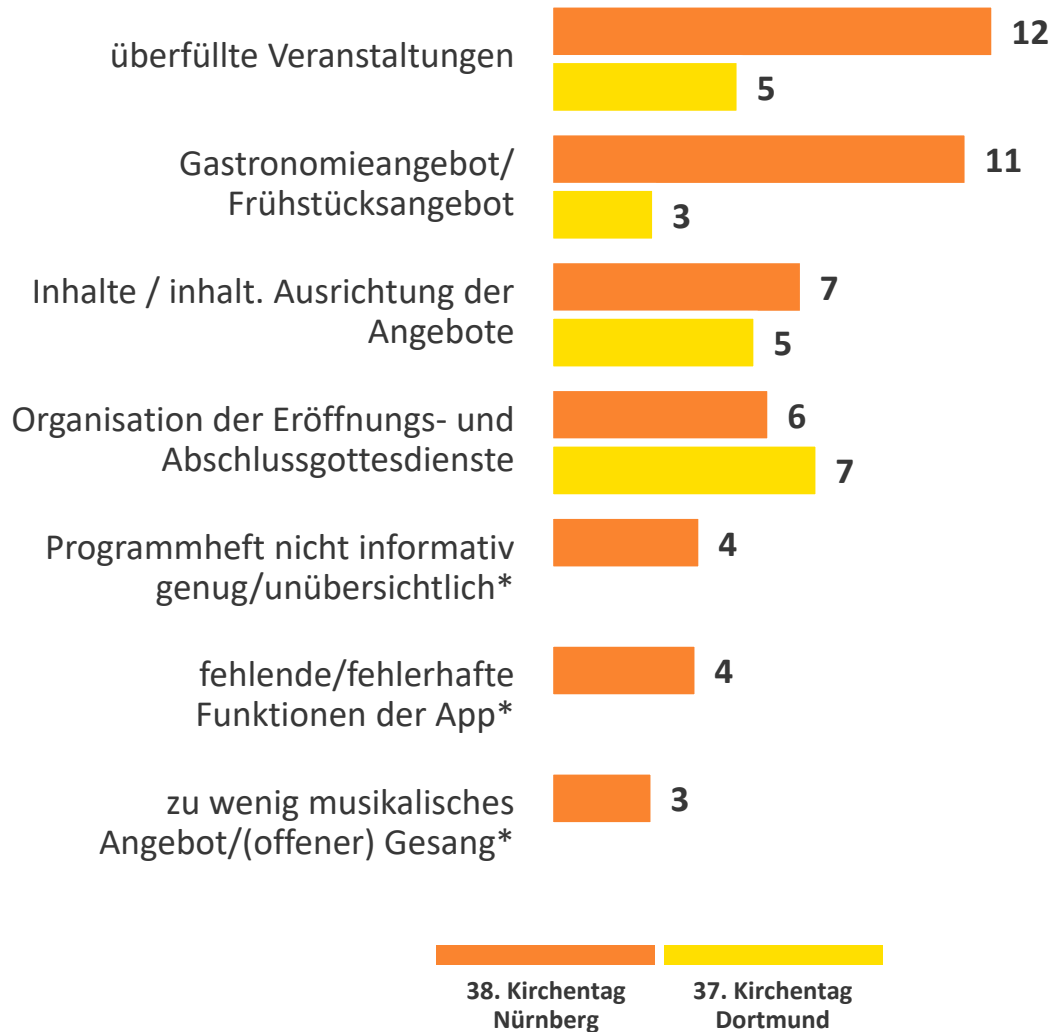
Das Gemeinsame lockt die Teilnehmer

Das Gemeinschaftsgefühl ist für die Mehrheit der wichtige Aspekt, warum am Kirchentag in Nürnberg teilgenommen wurde. Schöne Erinnerungen an vergangene Kirchentage werden von jedem fünften Teilnehmer genannt. An dritter Stelle steht der Austausch mit Anderen.

Die Hälfte der Nürnberger nennt den kurzen Anfahrtsweg. Bei Erstteilnehmern existiert häufig eine allgemeine Neugier (31 %).



Kein herausragendes Highlight
 In einer offenen Frage wurden die Besucher gefragt, was ihnen am Kirchentag in Nürnberg besonders gut gefallen hat. Dabei wurden Konzerte und Atmosphäre am häufigsten genannt. Allerdings folgen in knappen Abstand diverse andere Aspekte, sodass kein spezielles Highlight offensichtlich wird (im Gegensatz zum 37. Kirchentag in Dortmund).



Veranstaltungen teils zu voll
 Die Hauptkritik bezüglich des Kirchentages bezieht sich auf die überfüllten Veranstaltungen. Wie in den Einzelaspekten schon erkennbar, wird auch in der offenen Abfrage das Gastronomieangebot kritisiert. Jeder Zehnte äußert hierzu sein Missfallen. Ein Viertel der Teilnehmer nennt keine Kritikpunkte.

Sehr hohe Weiterempfehlungsbereitschaft

Gut zwei Drittel der Teilnehmer werden Familie und Freunden den Besuch des Kirchentages ganz sicher weiter empfehlen. Weitere 21 % werden sehr wahrscheinlich eine Empfehlung aussprechen. Lediglich 3 % finden einen Besuch nicht empfehlenswert. Erstbesucher sind kritischer als Wiederholungsbesucher (MW 4,3 zu 4,6).

5 – ganz sicher

1 – bestimmt nicht

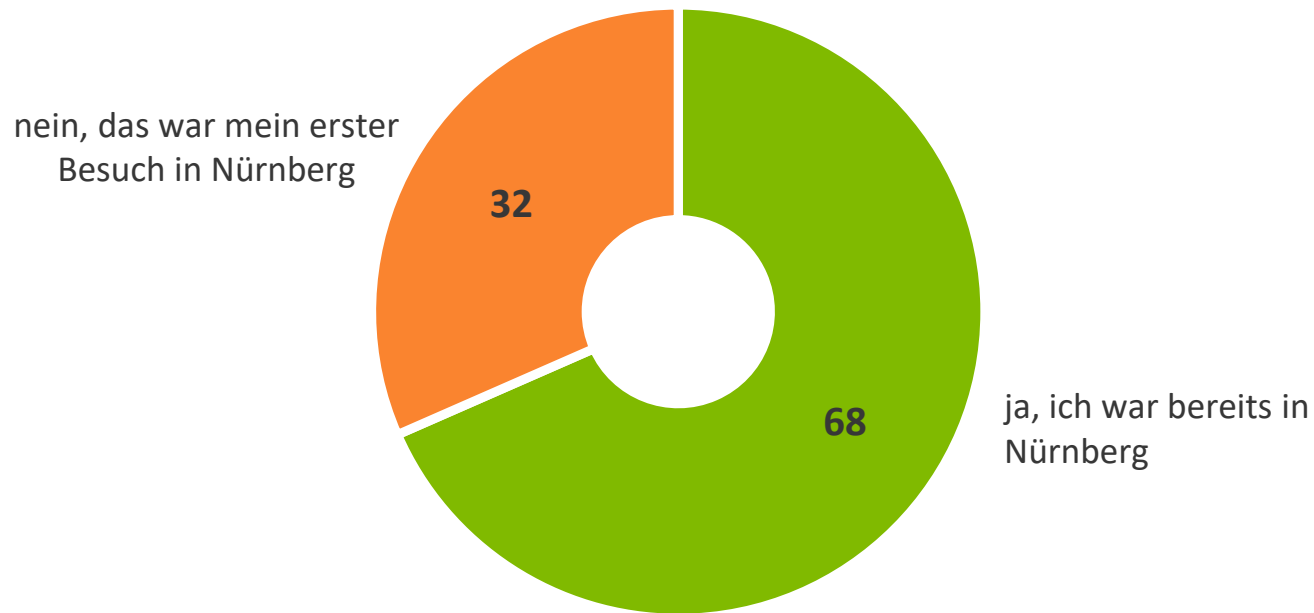


 4,5



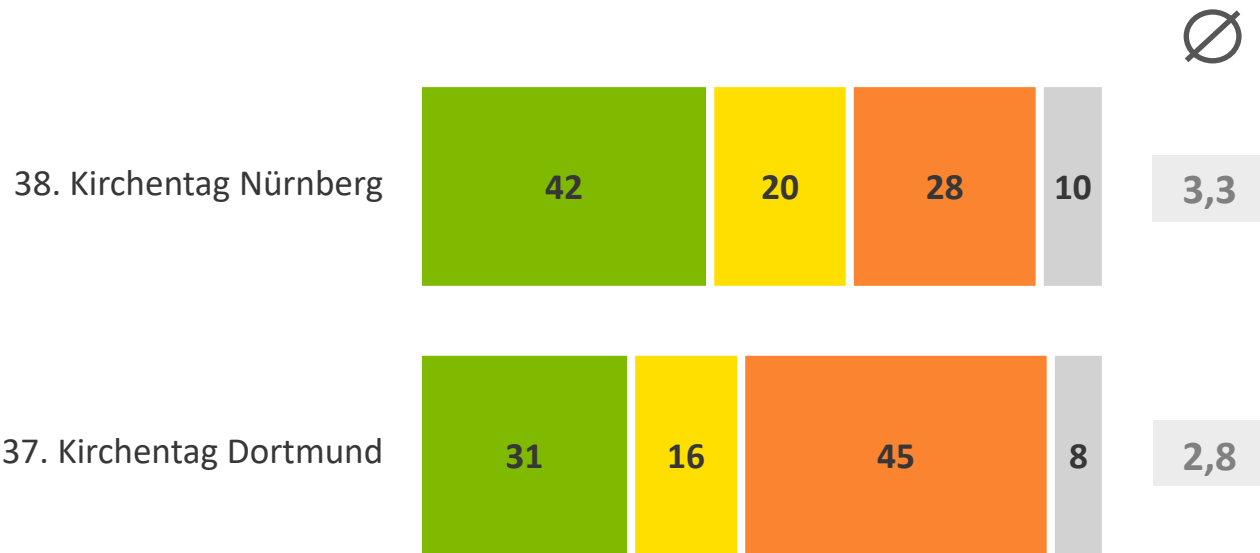
Übersicht

- ▶ Management Summary
- ▶ Besuchsverhalten
- ▶ Involvement
- ▶ Besuchsmotivation und Wichtigkeit von Angeboten
- ▶ Beurteilung des Kirchentages
- ▶ **Veranstaltungsort Nürnberg**
- ▶ Soziodemografie



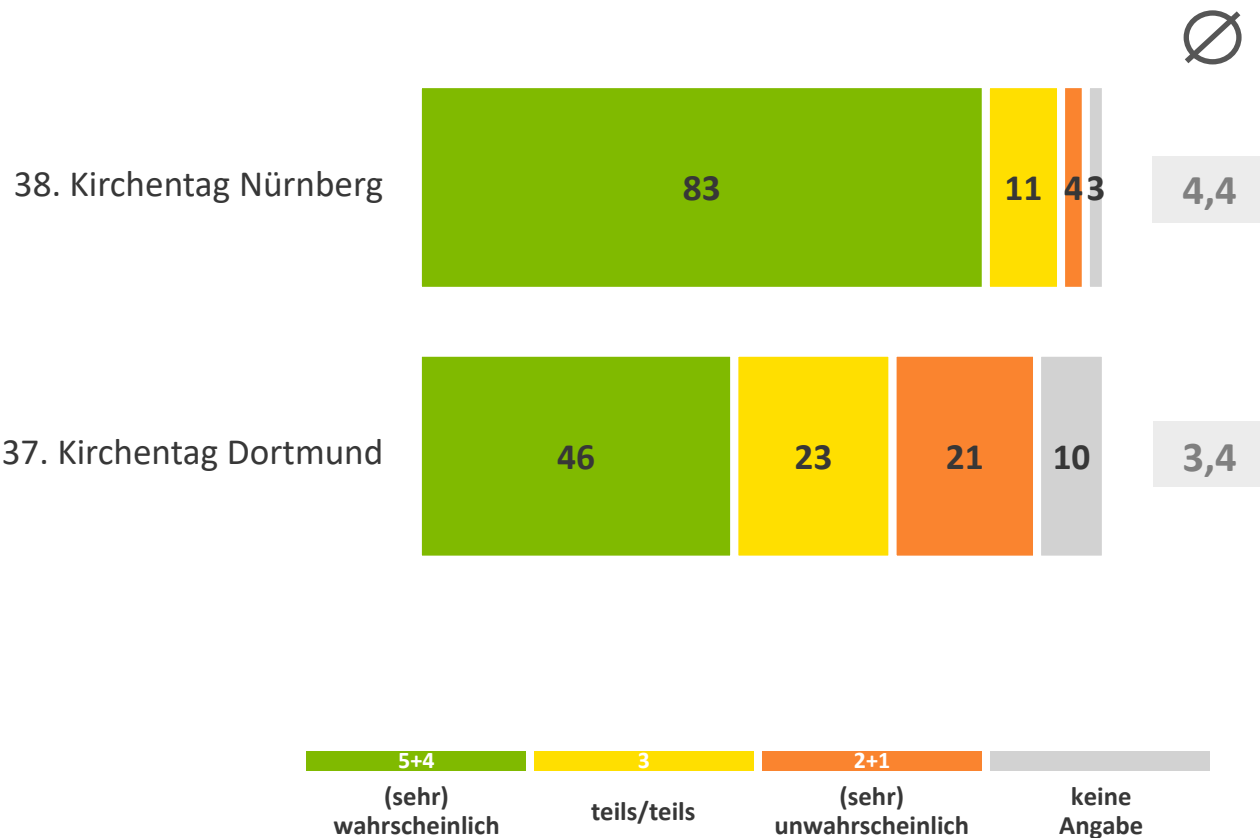
Hauptsächlich Wiederholungsbesucher

Die meisten auswärtigen Teilnehmer waren vorher schon einmal in Nürnberg. Für etwa jeden Dritten ist es der erste Besuch in der Stadt. Bei den unter 20-Jährigen verhält es sich genau umgekehrt: Zwei Drittel sind das erste Mal in Nürnberg.



Verhaltene Wiederbesuchsabsicht
 42 % der Teilnehmer von außerhalb planen in der nächsten Zeit einen erneuten Nürnberg-Besuch. Damit ist die Wiederbesuchsabsicht höher als zuletzt für Dortmund (31 %). Jüngere halten es für unwahrscheinlicher als Ältere (Mittelwert 2,7 zu 3,4).

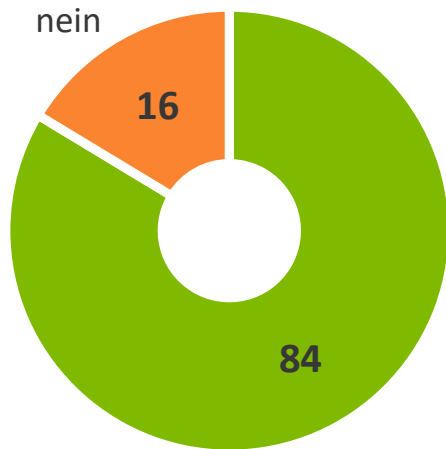




Sehr gute Weiterempfehlungsbereitschaft

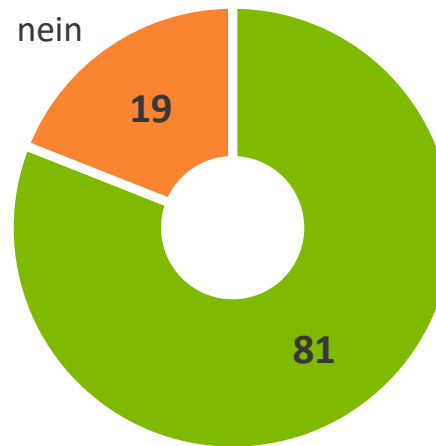
83 % der Teilnehmer, die nicht in Nürnberg leben, würden ihrem Freundes-/Bekanntenkreis den Besuch der Stadt (sehr) empfehlen. Nur wenige empfinden die Stadt als nicht empfehlenswert (4 %). Nürnberg erhält damit eine deutlich bessere Bewertung als Dortmund. Die Weiterempfehlungsbereitschaft ist damit wesentlich höher als die Wiederbesuchsabsicht.

38. Kirchentag Nürnberg



Kirchentag hinterlässt langfristige positive Veränderungen

37. Kirchentag Dortmund

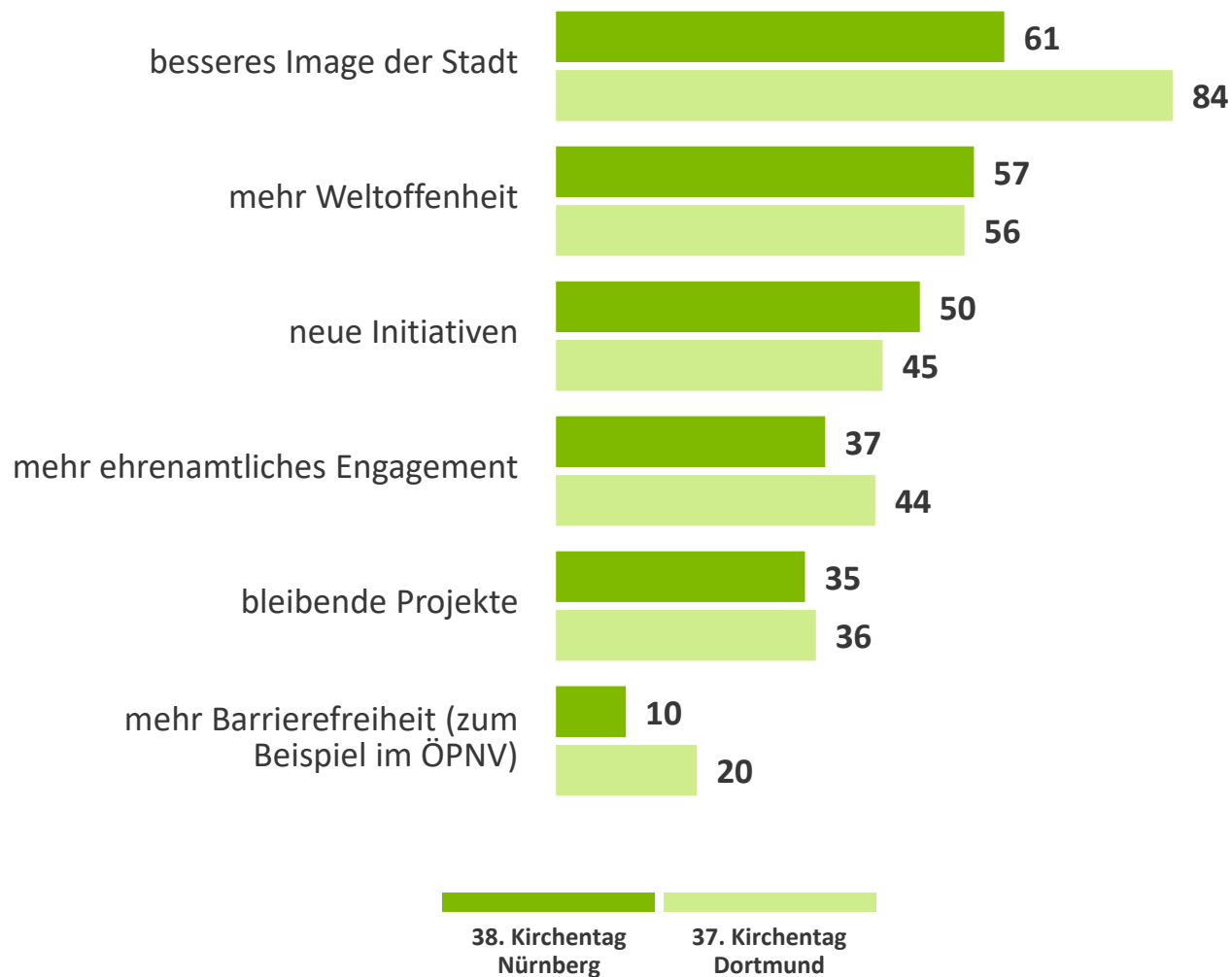


Kirchentag hinterlässt langfristige positive Veränderungen

Positiver Effekt für Nürnberg

Die überwiegende Mehrheit der Teilnehmer, die in der Stadt wohnen, ist der Meinung, dass der Kirchentag in Nürnberg, wie auch in Dortmund, langfristige positive Veränderungen hinterlassen wird. Jeder Sechste stimmt dieser Aussage nicht zu.

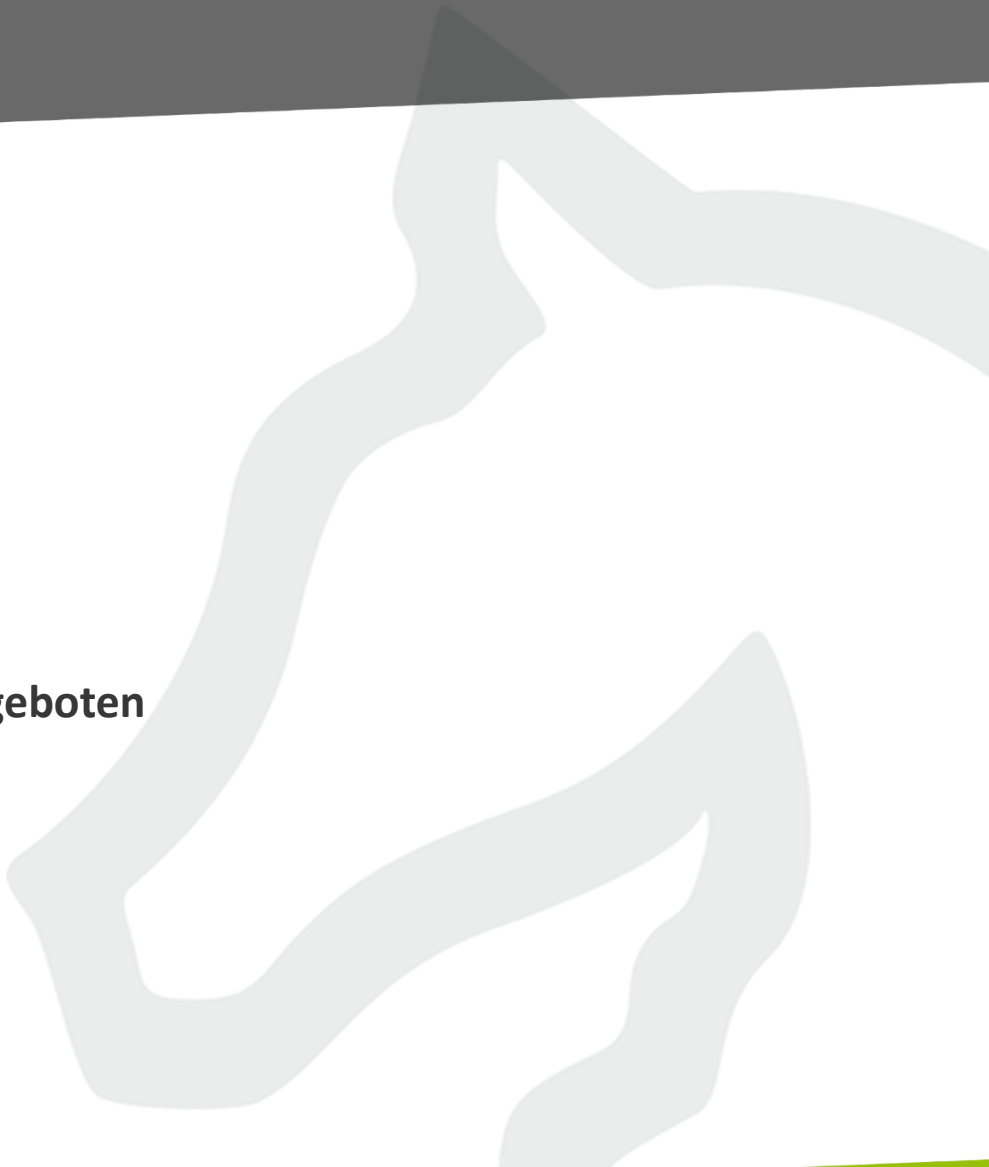
Positive Veränderungen aufgrund des Kirchentages

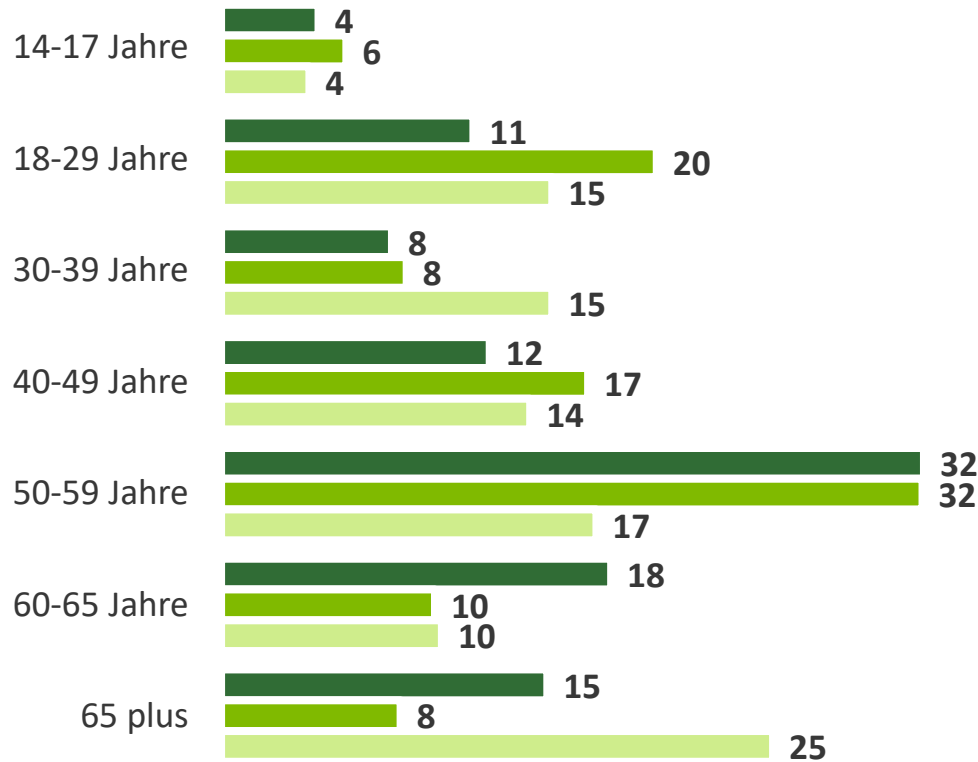


Imagegewinn für Nürnberg

Diejenigen Nürnberger, die von positiven Veränderungen aufgrund des Kirchentages ausgehen, denken, dass Nürnberg primär von einem besseren Image profitieren wird (61 %). Ein weiterer positiver Effekt, der erwartet wird: mehr Weltoffenheit. Die Hälfte erwartet neue Initiativen in Nürnberg. Eine Verbesserung der Barrierefreiheit erwartet kaum jemand.

Übersicht

- ▶ Management Summary
 - ▶ Besuchsverhalten
 - ▶ Involvement
 - ▶ Besuchsmotivation und Wichtigkeit von Angeboten
 - ▶ Beurteilung des Kirchentages
 - ▶ Veranstaltungsort Nürnberg
 - ▶ **Soziodemografie**
- 



50,5 Jahre

44,8 Jahre

44,6 Jahre

38. Kirchentag
Nürnberg

37. Kirchentag
Dortmund

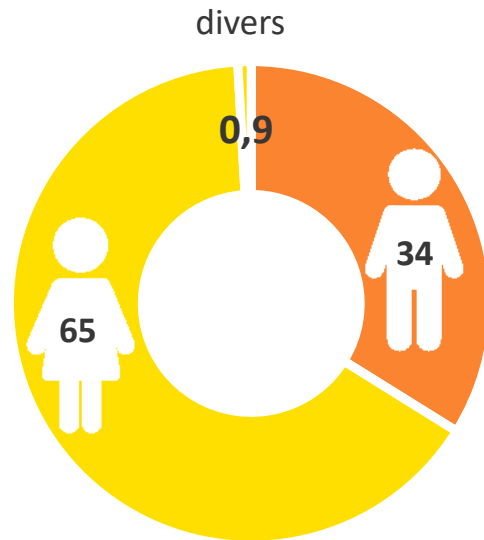
Deutschland 2022

Veränderter Ticketerwerb wirkt sich stark auf Alter aus

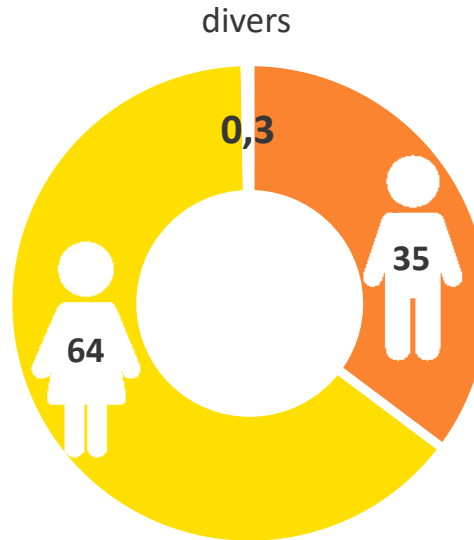
Durch die Digitalisierung des Ticketverkaufs und der damit einhergehenden Erreichbarkeit der Ticketkäufer (über die App) konnten vermutlich deutlich mehr ältere Teilnehmer ab 65 Jahren erreicht werden als bei der letzten Befragung 2019.

Dieser Aspekt wirkt sich auch auf die Ausgaben und die hochgerechneten Ausgaben aus, da Ältere häufiger Hotels zum Übernachten wählen und auch mehr Geld in die Verpflegung investieren.

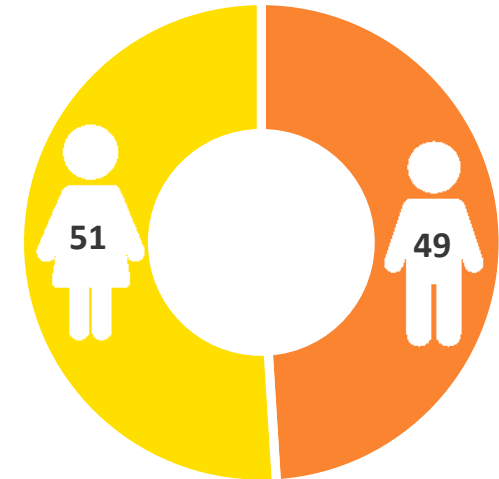
38. Kirchentag Nürnberg

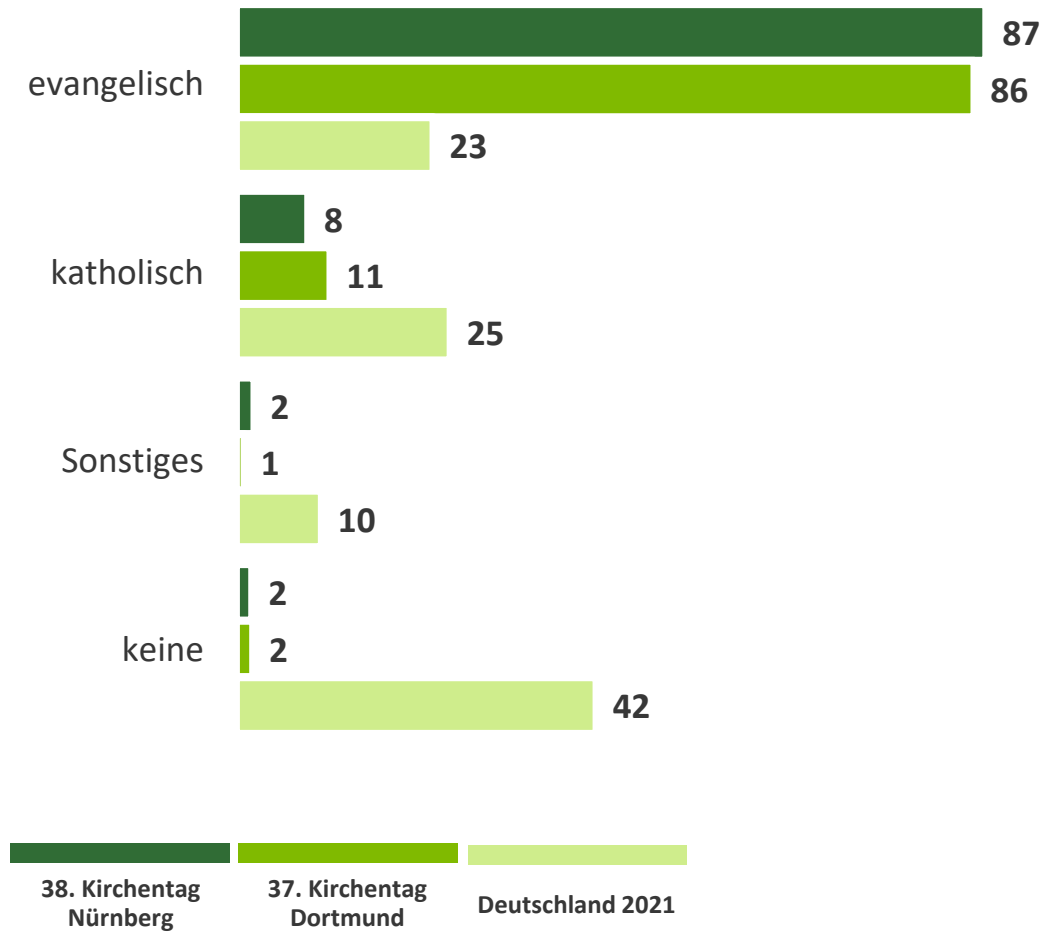


37. Kirchentag Dortmund



Deutschland 2023





Herkunft der Teilnehmer

38. Kirchentag Nürnberg

Deutschland 2022

