

Befragung Rhein in Flammen B2C/B2B

März 2022

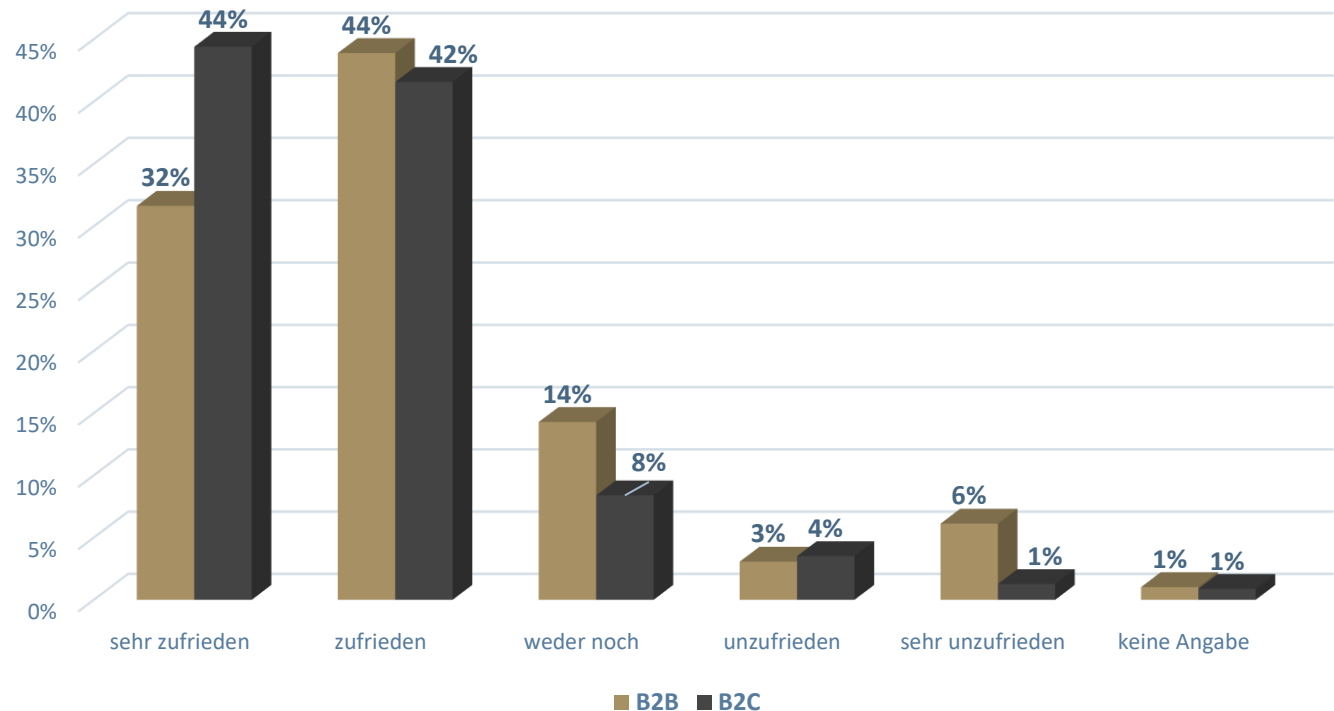
Hintergrund

- **Umfang:** 19 Fragen B2B, 20 Fragen B2C
- **Design:** offene und geschlossene Fragen zum Markenauftritt, Zufriedenheit, Nachhaltigkeit, Erfahrungswerten und Demografie
- **Laufzeit:** 21.02. – 11.03.2022
- **Rücklauf:** 1025 Antworten B2C; 98 Antworten B2B
- **Streuung:**
 - B2B: Durch die fünf RiF-Veranstalter an Partner (Schiffe, Aussteller, Feuerwerker, Kommunen, Hoteliers, Gastronomie...)
 - B2C: Aufruf über die RiF-Facebook-Seite, Störer auf der Website, über die SoMe-Kanäle der RiF-Veranstalter

Wie zufrieden sind Sie insgesamt mit der Veranstaltung Rhein in Flammen?

Die Zufriedenheitswerte bei den Endkunden sind mit 86 % etwas höher als bei den Partnern (76 %).

Der **deutlich überwiegende Teil der Befragten ist zufrieden** mit der Veranstaltung Rhein in Flammen.

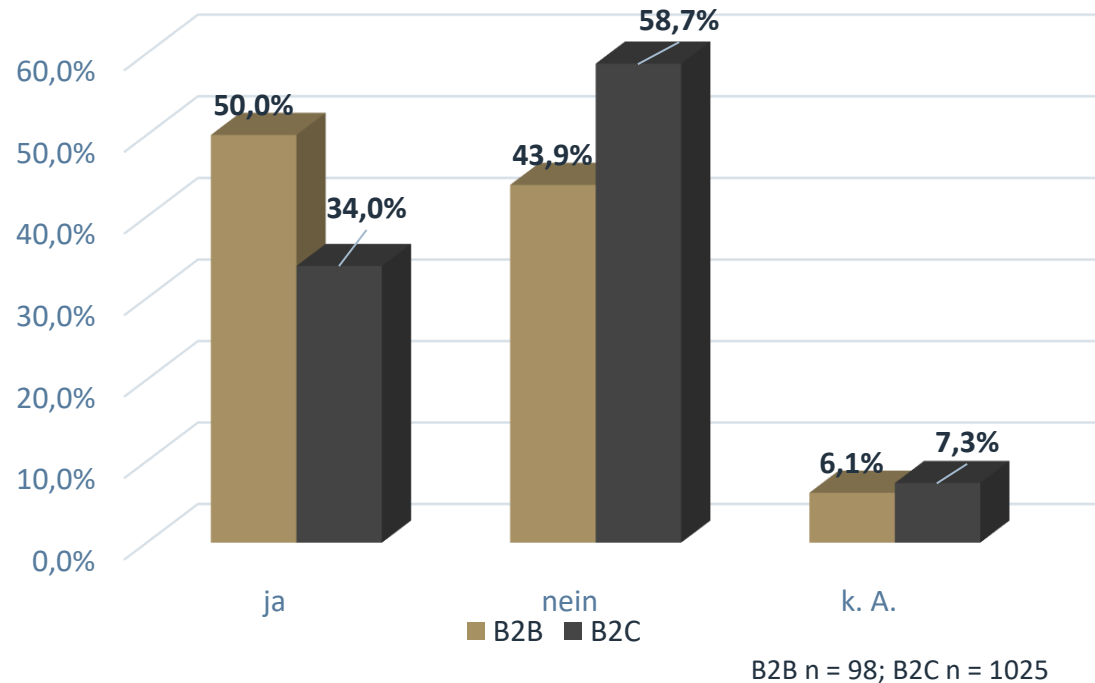


B2B n = 98; B2C n = 1025

Wünschen Sie sich Veränderungen/Verbesserungen/neue Angebote bei Rhein in Flammen®? (1/2)

Jeder zweite Partner der Veranstaltung (B2B) äußert den Wunsch nach Veränderungen, Verbesserungen bzw. neuen Angeboten.

Bei den Endkunden ist es etwa jeder Dritte.



B2B: Konkret wurden u. a. folgende Punkte genannt (2/2)

Nachhaltigkeit:

- Umweltverträglichkeit des Feuerwerks/Bengalen prüfen und ggf. ersetzen bzw. ergänzen in Form von Laser-/Lichtshows
 - Antrieb der Schiffe
 - Müll vermeiden
- ÖPNV verbessern ggf. kostenlos

Kommunikation:

- mehr überregionale Kommunikation
- Bessere Kommunikation mit Anrainerkommunen
 - Kommunikation zu Nachhaltigkeit (Kompensation)

Feuerwerk:

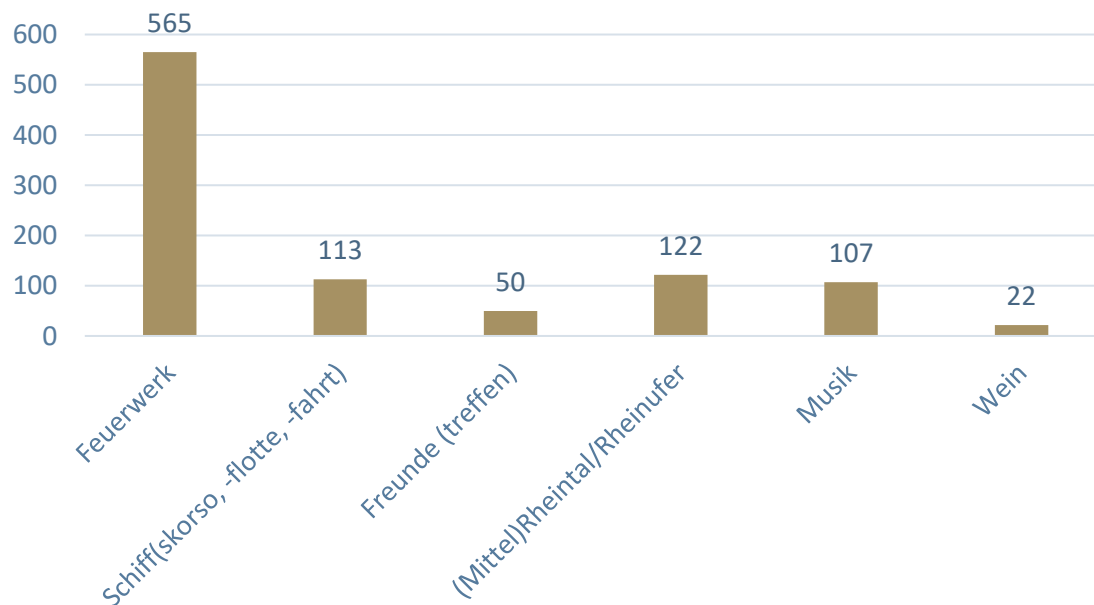
- noch mehr Feuerwerk vs. Ergänzung/Ersatz des Feuerwerks
 - Musikalische Begleitung des Feuerwerks

Sonstiges:

- bessere Einbindung der Hotellerie
 - An- Abreise verbessern
 - Parkraummanagement
 - Toilettensituation verbessern
 - Sicherheit optimieren

B2B insgesamt 45 Rückmeldungen

Wenn Sie heute auf Rhein in Flammen® blicken: Was ist Ihrer Meinung nach der Kern, die Seele des Events?



Auf die offen gestellte Frage, haben 752 Personen geantwortet. **Bei 75 % der Antworten spielt das Feuerwerk eine zentrale Rolle.** Oftmals wurde das Feuerwerk in Kombination mit einer anderen Nennung, z. B. „Abend mit Freunden...“ genannt.

B2C n = 752

Inwieweit assoziieren Sie folgende Begriffe mit der Veranstaltung Rhein in Flammen®? (1/2)

Die Tendenzen sind bei beiden Befragungen ähnlich, wohingegen die Endkunden weniger kritisch abstimmen.

B2B	Tradition	Erlebnis	Verantwortung	Pioniergeist	Nachhaltigkeit	Qualität
sehr stark	35%	39%	10%	4%	4%	18%
stark	43%	49%	27%	22%	14%	55%
neutral	13%	6%	43%	44%	30%	18%
gering	5%	4%	13%	17%	28%	6%
sehr gering	4%	1%	6%	10%	24%	2%
k. A.	0%	1%	1%	2%	0%	0%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%

B2C	Tradition	Erlebnis	Verantwortung	Pioniergeist	Nachhaltigkeit	Qualität
sehr stark	41%	46%	16%	10%	7%	30%
stark	41%	43%	25%	20%	14%	44%
neutral	13%	7%	37%	41%	37%	20%
gering	3%	1%	13%	17%	22%	3%
sehr gering	1%	1%	8%	11%	18%	1%
ka	0%	1%	1%	1%	1%	1%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%

B2B n = 98; B2C n = 1025

Anmerkung: auf Grund von Rundungen kann es zu kleineren Abweichungen kommen.

Inwieweit assoziieren Sie folgende Begriffe mit der Veranstaltung Rhein in Flammen®? (2/2)

Die Tendenzen sind bei beiden Befragungen ähnlich, wohingegen die Endkunden weniger kritisch abstimmen.

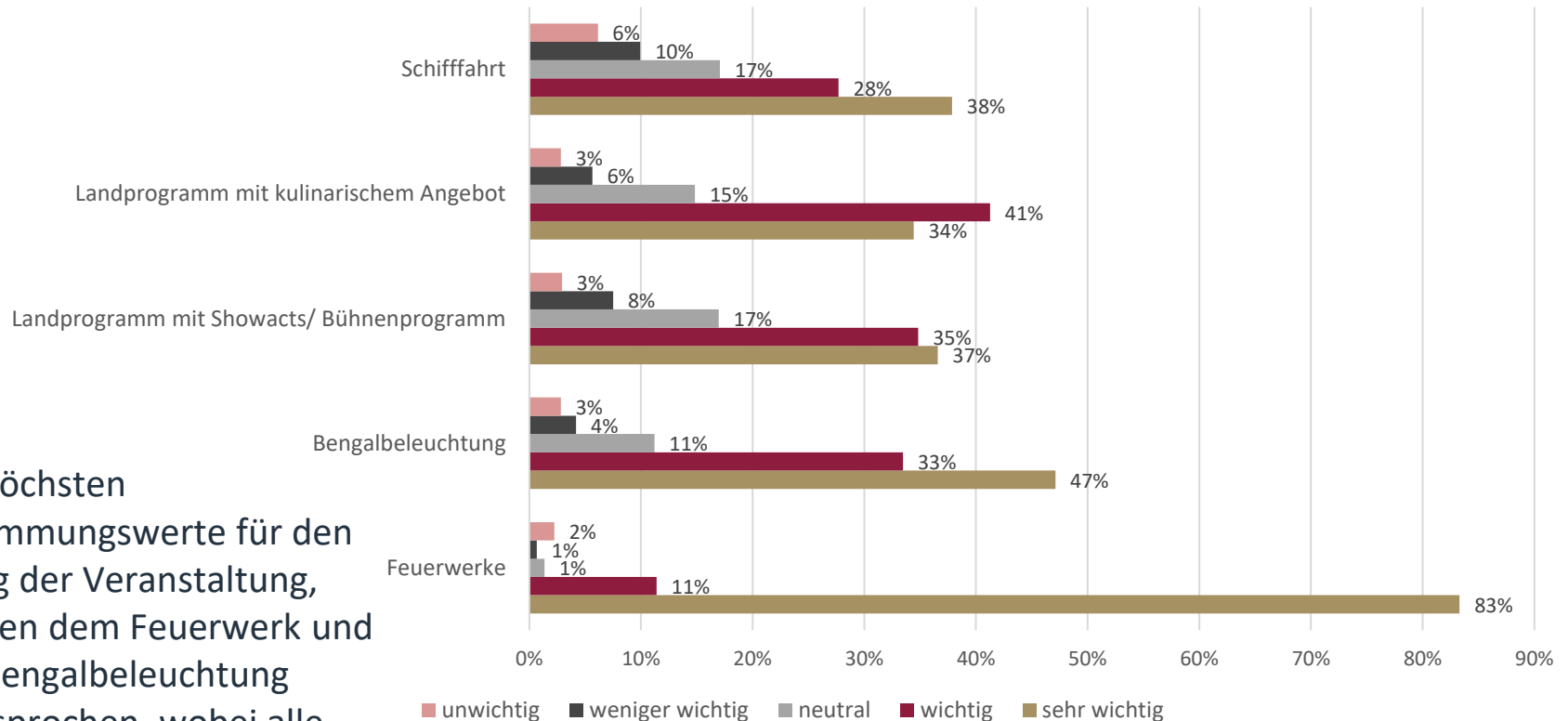
B2B	abwechslungsreich	modern	spektakulär	verbindend	Heimat	Musikevent	Party	Feuerwerk
sehr stark	15%	6%	32%	14%	28%	17%	19%	80%
stark	31%	24%	45%	48%	54%	44%	40%	17%
neutral	37%	44%	19%	30%	8%	23%	26%	1%
gering	13%	19%	1%	6%	3%	10%	10%	0%
sehr gering	4%	6%	3%	2%	4%	4%	4%	2%
k. A.	0%	0%	0%	0%	3%	1%	1%	0%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

B2C	abwechslungsreich	modern	spektakulär	verbindend	Heimat	Musikevent	Party	Feuerwerk
sehr stark	27%	21%	47%	34%	47%	25%	23%	89%
stark	37%	34%	37%	40%	32%	40%	37%	8%
neutral	24%	31%	11%	16%	13%	23%	26%	1%
gering	9%	9%	3%	5%	3%	8%	10%	0%
sehr gering	3%	4%	1%	3%	3%	3%	3%	1%
ka	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	0%
Summe	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

B2B n = 98; B2C n = 1025

Anmerkung: auf Grund von Rundungen kann es zu kleineren Abweichungen kommen.

Wie gewichten Sie die folgenden Elemente für den Erfolg der Veranstaltung? (B2C)



Die höchsten Zustimmungswerte für den Erfolg der Veranstaltung, werden dem Feuerwerk und der Bengalbeleuchtung zugesprochen, wobei alle genannten Elemente als sehr wichtig bzw. wichtig angesehen werden.

B2C n = 1025

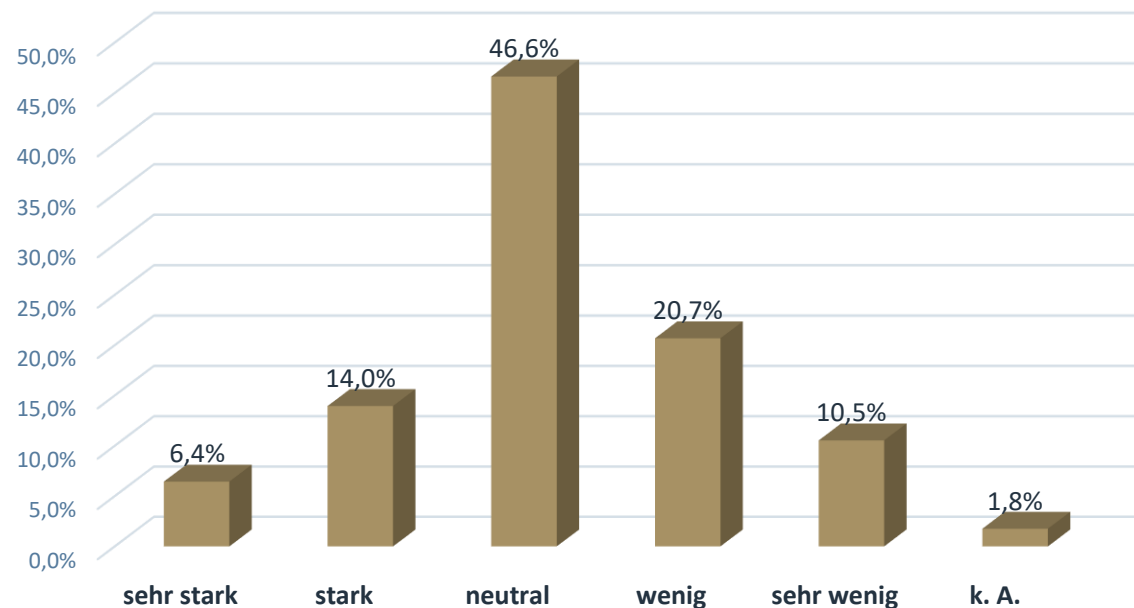
Beschreiben Sie bitte die Veranstaltungen Rhein in Flammen® in Form eines Gefühls: Welches Gefühl würden Sie nennen?

Einfach unbeschreiblich
Gehört zum Jahr wie Weihnachten
Gänsehaut
Ärgerlich!
kribbelnde Vorfreude bis mir das Herz aufgeht
Glück, Freude
Freude
Römisch schön
Frieden, Liebe, Freude, Dankbarkeit
Begeistert
Laut Bunt
Glück und Freude
Vorfreude
Glücklich
Berauschend schön
Abwechslung vom Alltag
Bewunderung für die Schönheit und die Verbundenheit eines Feuerwerks mit der Landschaft
Glücksgefühl
Euphorie
Glück, Zufriedenheit
Traumhaft

Auszug der ersten 37 Rückmeldungen der Befragung (n = 799)

Das alle Freunde und Familie zusammen treffen und sich einen schönen Abend machen und nach dem Feuerwerk sich gleich neue Pläne schmicken für das nächste Jahr.
Begeisterung
Mist
Unüberraschend.
Heimkommen
Beeindruckend
Spannung
Freude
Freude
Sehr schön.
Freude
Wunderbar
Beeindruckt sein
Freude
Ich bin Koblenzer. Heute lebe ich in der Südwestpfalz unmittelbar an der französischen Grenze. RHEIN IN FLAMMEN ist für mich ZUHAUSE SEIN. Da werde ich sofort emotional.
Großartig
Die Bemühungen aller Beteiligten

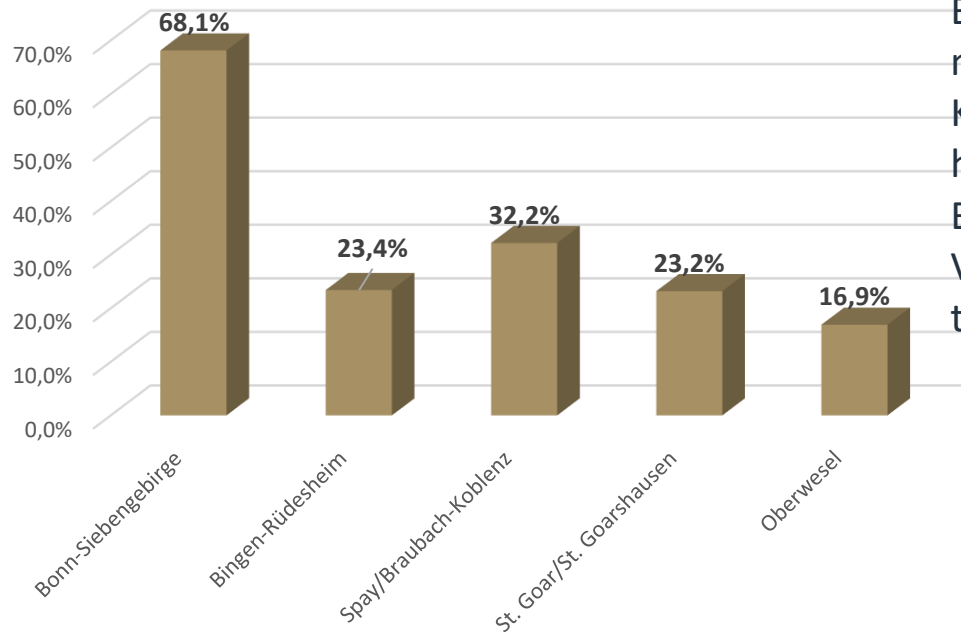
Wie sehen Sie das Thema Nachhaltigkeit bei Rhein in Flammen® bislang umgesetzt?



Knapp die Hälfte der Befragten sehen die Umsetzung des Themas Nachhaltigkeit „neutral“, ein Drittel der Befragten sehen es wenig oder sehr wenig umgesetzt.

B2C n = 1025

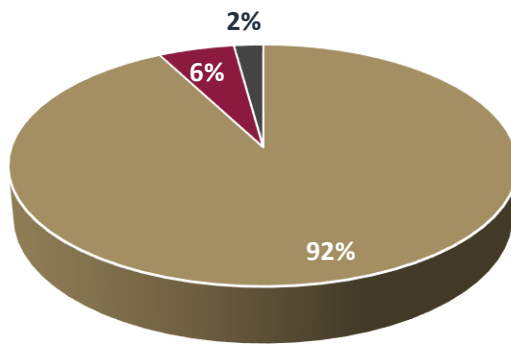
An welcher Rhein in Flammen®-Veranstaltung haben Sie bisher teilgenommen? (Mehrfachantworten möglich)



Der Anteil an Befragungsteilnehmern, die primär mit der Bonner Veranstaltung Kontakt hatten ist erstaunlich hoch, was auf die Verteilung des Befragungslinks durch die Bonner Veranstalter über diverse Bonntypische Kanäle zurückzuführen ist.

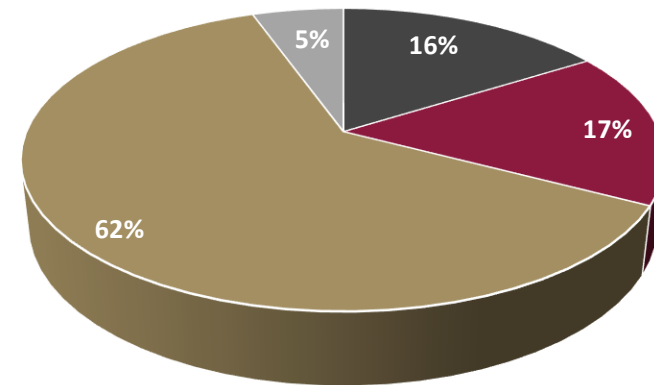
B2C n = 957

Haben Sie schon an einer Rhein in Flammen®-Veranstaltung teilgenommen?



■ ja ■ nein ■ k. A.

Wenn, ja wie oft?

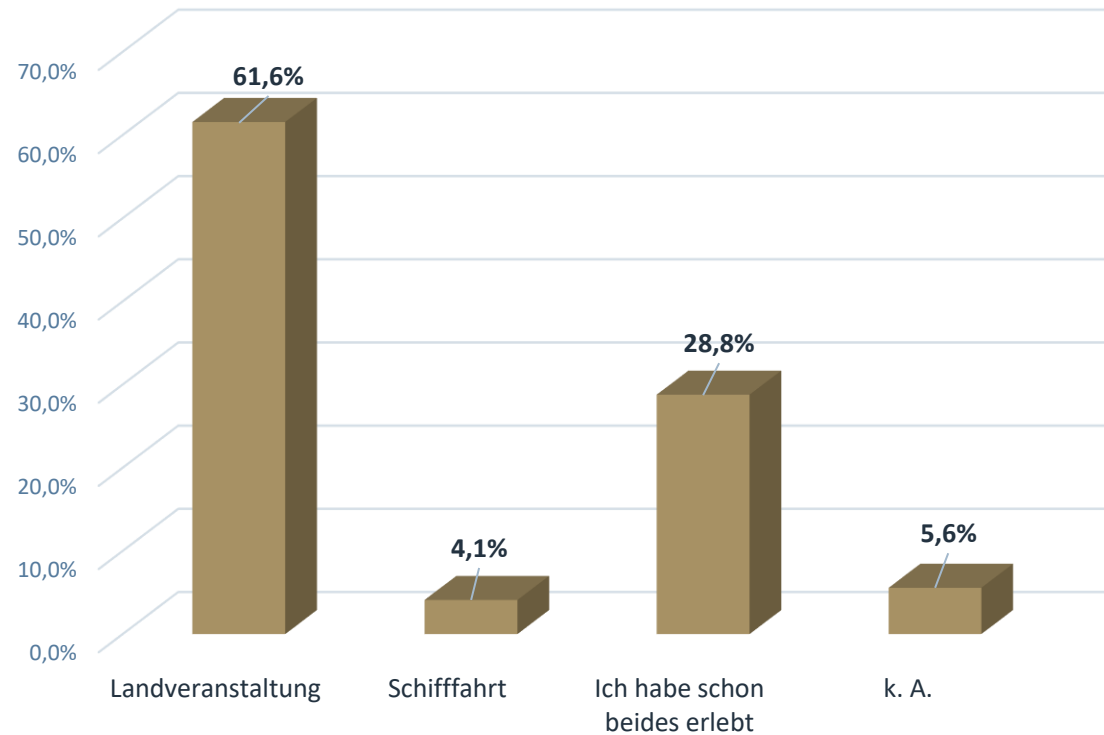


■ 1-2 Mal ■ 3-4 Mal ■ >4 Mal ■ k. A.

Knapp 80 Prozent der Befragten haben Rhein in Flammen schon mehr als 3 Mal besucht. Der Anteil an Fans der Veranstaltung ist ausgesprochen hoch.

B2B n = 98; B2C n = 1025

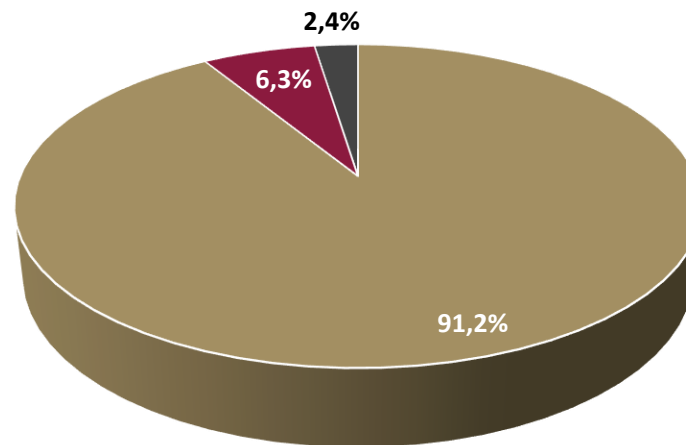
An welchem Part von Rhein in Flammen haben Sie schon teilgenommen?



B2C n = 1025

Knapp 1/3 der Befragten hat die Veranstaltung bereits bei der Landveranstaltung und auf dem Schiff erlebt. Der überwiegende Teil der Befragten hat bisher nur die Landveranstaltung erlebt.

Werden Sie in Zukunft an weiteren Rhein in Flammen®- Veranstaltungen teilnehmen?



Mehr als 90 % der Befragten wollen auch zukünftig an Rhein in Flammen-Veranstaltungen teilnehmen.

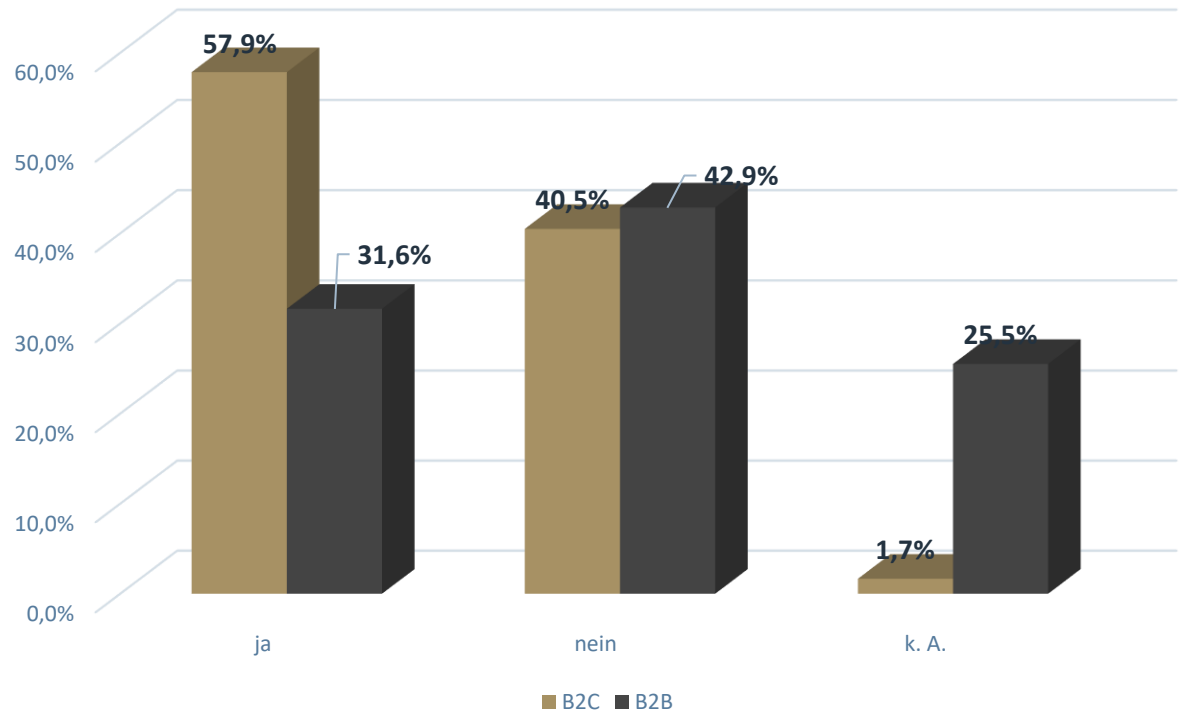
■ ja ■ nein ■ k. A.

B2C n = 1025

B2C: Bereitschaft für das Landprogramm eine Gebühr/Eintritt zu bezahlen?
B2B: Bereitschaft etwaige Mehrkosten der Veranstaltung mitzutragen? (1/3)

Mehr als die Hälfte der Endkunden wäre bereit für die Landveranstaltung Eintritt zu bezahlen.

Bei den Partnern ist knapp 1/3 bereit sich an etwaigen Mehrkosten zu beteiligen.



B2C n = 1025; B2B n = 98

B2B: Konkret wurden u. a. folgende Punkte genannt (2/3)

„Die Kosten für die Standbetreiber sind hart am Maximum. Viel höhere Standgelder können die Betreiber gerade nach der Pandemie nicht aufbringen.“ *(Event-Gastronomie, arbeitet mit BN und KO zusammen)*

„Wir können Mehrkosten mittragen, die letztlich auf den Ticketpreis umgelegt werden können. Hinsichtlich Kapazitätseinschränkungen sollte dies aber dem Gast gegenüber im vertretbaren Rahmen sein.“ *(Schiffahrt, arbeitet mit allen RiF zusammen)*

„Mehrkosten könnten möglicherweise getragen werden, sofern diese vorher ausreichend kommuniziert und von den Mitveranstaltern einstimmig beschlossen werden und bei defizitären Haushalten die zuständige Kommunalaufsicht diesen freiwilligen Ausgaben ihre Zustimmung erteilt.“ *(Kommune, arbeitet mit KO & St. Goar/shausen)*

„Es würde der Veranstaltung gut tun, wenn die Rheinufer-Gastronomie, ähnlich wie die Schiffahrt, sich an den allgemeinen Kosten der Veranstaltung beteiligen würden.“ *(Reiseveranstalter, arbeitet mit BN zusammen)*

B2C: Konkret wurden u. a. folgende Punkte genannt (3/3)

„...nur wenn für Sitzplätze mit gastronomischer Versorgung damit gewährleistet ist.“ *(war in Rüd/Bin)*

„Wenn Party an Land veranstaltet werden ist es auch in Ordnung Geld zu verlangen. Aber nicht wenn man nur am Wasserkrand steht und den Schiffen zu sieht.“ *(war in KO)*

„Das kommt auf die Veranstaltung an. Die Preise dürfen nicht zu abgehoben sein. Das Event muss für Familien erschwinglich sein und auch bleiben“ *(war in BIN/RÜD, St. Goar/shausen, KO)*

„Ich wäre bereit für die Veranstaltung Eintritt zu zahlen wenn dann auch was für geboten wird. Livemusik, Mehr als eine Hüpfburg für die Kinder, Programm bei dem auch Jugendliche Spaß haben und und und“ *(war in BN)*

„Eintritt mittels einer Plakette die in allen Läden der Umgebung schon vorab zu erwerben ist 2-5 Euro auf freiwilliger Basis“ *(war in BIN/RÜD, St. Goar/shausen)*

Gibt es irgendetwas, was bislang nicht abgefragt wurde, und das Sie uns gerne noch mitteilen möchten? (Auszug)

Das ist Tradition das gehört einfach an den Rhein wie der Mond an den Himmel♥♥♥♥♥♥

Ich hoffe das ich bald teilnehmen kann besonders ohne 3G, 2G / Corona Beschränkungen. Möchte mir noch meinen Traum erfüllen einmal auf einem Schiff mit dabei zu sein Schön das sie die Menschen fragen, hat Spaß gemacht. Viel Erfolg bei der Planung und Umsetzung

Bitte lasst die Tradition von Rhein in Flammen nicht sterben. Es muss nicht alles mit der Brechstange auf „Öko Nachhaltig“ getrimmt werden. Rhein in Flammen gehört ins Jahr, wie die Jahreszeiten. Erneuerungen durch moderne Elemente gern, aber das Feuerwerk abschaffen... Bitte nicht!

Schaut bitte, dass dieses tolle Event erhalten bleibt. Es bleibt nachhaltig im Herzen und Geist! Ich denke heute noch gerne daran zurück, nach knapp 10 Jahren.

Ich drücke die Daumen, dass wir uns 2022 wieder auf Rhein in Flammen freuen dürfen. Es wäre sehr schade, wenn diese Veranstaltungsreihe nicht mehr stattfinden würde. Bei der Abwägung, was pro und was contra Rhein in Flammen spricht, überwiegen nach meiner Einschätzung, besser: Überzeugung, eindeutig die pro-Argumente. Ich hoffe, das sehen alle Entscheider ähnlich. Besonders schade wäre, wenn der Feuerwerksreigen einzig aus finanziellen Gründen aus dem Veranstaltungskalender fallen würde. Hier sollte die Region zusammenstehen und die Reihe gemeinsam stark machen (auch finanziell).

Fazit

- Sehr hohes Involvement der Zielgruppe
- Die Freitextfelder wurden intensiv genutzt und qualitatives Feedback platziert.
- Der überwiegende Teil ist der Veranstaltung gegenüber positiv eingestellt.
- Die Veranstaltungsreihe „Rhein in Flammen“ hat großes Fanpotential, was auf die hohen Teilnahmezahlen (knapp 80% haben RiF bereits 3 Mal und öfter erlebt) und die vielen lobenden Freitexteingaben zurückzuführen ist.
- An der Befragung haben sich alle Altersschichten beteiligt.
- Nachhaltigkeit ist ein wichtiges Thema, gleichzeitig wird Feuerwerk als Charakter gebender Teil wahrgenommen.
- Es wird vielfach der Wunsch geäußert, die Veranstaltung mit modernen Elementen zu erweitern.