Festkomitee: Karneval bringt Köln Wirtschaftskraft von 600 Millionen Euro

Die Wirtschaftskraft des Kölner Karnevals ist in den vergangenen zehn Jahren um 30 Prozent auf rund 600 Millionen Euro gestiegen. Etwa 6.500 Arbeitsplätze werden direkt durch den Karneval erhalten. Von der Bevölkerung wird der Karneval überwiegend als einzigartiges Brauchtumsfest mit positiven Auswirkungen auf das Image der Stadt Köln wahrgenommen. Zu diesem Ergebnis kommen zwei Studien der Strategieberatung Boston Consulting Group (BCG) und der Rheinischen Fachhochschule Köln (RFH), die im Auftrag des Festkomitees Kölner Karneval 2018 durchgeführt wurden. Als Vergleich diente eine BCG-Studie aus dem Jahr 2008.

„Die Untersuchungen belegen, wie wichtig der Karneval für Köln und die gesamte Region ist“, erklärt Christoph Kuckelkorn, Präsident des Festkomitees Kölner Karneval. „Gastronomie, Hotelgewerbe und Einzelhandel profitieren vom stetigen Zulauf karnevalsbegeisterter Feiernder aus Köln, dem Umland und ganz Deutschland. Die Befragung zeigt aber auch überraschend deutlich, daß es der Wunsch vieler junger Jecken ist, den Karneval sehr traditionell und typisch kölsch zu feiern.“

Aktuell entspricht die Wirtschaftskraft des Kölner Karnevals der jährlichen Wirtschaftsleistung einer deutschen Stadt mit rund 15.000 Einwohnern. „Die Wirtschaftskraft ist in den vergangenen zehn Jahren um rund 30 Prozent auf 600 Millionen Euro gestiegen. Neben seiner kulturellen Bedeutung ist der Kölner Karneval damit ein bedeutender Wirtschaftsfaktor für die Region“, sagt Jochen Schönfelder, Partner bei BCG. „Die Umsätze im Karneval verteilen sich zu ungefähr gleichen Teilen auf die Bereiche Sitzungen und Bälle, Umzüge sowie den

Kneipenkarneval.“ Besonders stark entwickelt haben sich die Karnevalsveranstaltungen in den Sälen: Sowohl die Anzahl der Veranstaltungen unterschiedlichster Formate als auch die Anzahl der Gäste und die Ticketpreise sind gestiegen.

Das Hotelgewerbe hat seinen Umsatz im Vergleich zum Beobachtungszeitraum 2008 um 43 Prozent auf 63 Millionen Euro gesteigert. Gastronomie und Verzehr verzeichnen ein Plus von 34 Prozent auf 257 Millionen, und auch die Textilindustrie erwirtschaftet Umsätze in Höhe von 110 Millionen – also rund 41 Prozent mehr als noch vor zehn Jahren.

Kölner Karneval wird als Brauchtum wahrgenommen

Dass der Kölner Karneval auch nach wie vor als ein besonders Fest mit kulturellem Kern wahrgenommen wird, bestätigt die parallel durchgeführte Umfrage der Rheinischen Fachhochschule Köln. Zwischen Weiberfastnacht und Rosenmontag 2018 sowie rund um den 11.im 11.2018 wurden insgesamt rund 2.750 Jecke auf der Straße und über ein Onlineportal befragt. 97 Prozent aller Befragten gaben an, den Karneval als kulturelles Highlight, als einzigartig im Vergleich zu anderen Großveranstaltungen und als wichtigen Beitrag zur Brauchtumspflege zu erleben. Trotz einiger negativer Begleiterscheinungen, wie übermäßigem Müll oder Alkoholkonsum, wirkt sich der Karneval damit vor allem positiv auf das Image der Stadt aus. Nahezu alle Befragten können sich Köln ohne den Karneval nicht vorstellen.

„Dem Karneval gelingt es nach wie vor, Menschen unterschiedlichster Herkunft zu verbinden, und er liefert einen wichtigen Beitrag zur Brauchtumspflege“, erklärt Prof. Dr. Silke Schönert, Direktorin des Instituts für Projekt- und Informationsmanagement an der RFH.

Rund 36 Prozent der Befragten gaben zudem an, selbst ehrenamtlich im Kölner Karneval aktiv zu sein. „Karneval ist eben viel mehr als Feiern und Konsumieren“, unterstreicht Christoph Kuckelkorn. „Das zeigen auch die Daten zum

ehrenamtlichen Engagement und die Spendensammlungen der im Festkomitee organisierten Karnevalsgesellschaften.“ Rund zwei Mio. Euro werden von den ehrenamtlichen Helfern pro Jahr für soziale Zwecke gesammelt. „Um den kulturellen Aspekt dieses Festes auch künftig zu erhalten, müssen auch junge Menschen und Zugezogene für dieses Brauchtum gewonnen werden. Die Erschließung neuer Zielgruppen, beispielsweise über Digitalisierung, ist eine der Herausforderungen für die Zukunft“, sagt BCG-Partner Schönfelder. „Unser wichtigstes Ziel wird auch künftig sein, die Balance zwischen dem Wirtschaftsfaktor und dem Kulturgut Karneval zu halten. Wir brauchen finanziell ein sicheres Fundament, um die Vielfalt unseres Festes zu erhalten und beispielsweise Nonprofit-Veranstaltungen zu finanzieren. Gleichzeitig müssen wir kontinuierlich Aufklärungsarbeit leisten und Menschen für den eigentlichen Kern des Festes begeistern und gewinnen, damit für den Nachwuchs gesorgt ist“, so Christoph Kuckelkorn. „Die Untersuchungen von BCG und RFH sind überaus hilfreich für unsere Arbeit im Festkomitee-Vorstand. Damit haben wir verlässliche Daten und Handlungsempfehlungen, aus denen wir ganz konkrete Planungen für die Zukunft ableiten können – auch für die Zusammenarbeit mit der Stadt Köln. Dafür gilt beiden Institutionen mein besonderer Dank.”

Die gesamte Studie können Sie hier herunterladen: Studie_BCG_RFH_2019.

Ab sofort startet die nächste Phase der Befragung. Online kann jeder teilnehmen unter folgendem Link: https://www.surveymonkey.de/r/f3kromo19

Quelle und Foto: Festkomitee Kölner Karneval von 1823 e.V.