



Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences



Institut für
Projektmanagement und
Informationsmanagement

Kölner Karneval: Wirtschaftskraft, Image, Zukunft

Ergebnispräsentation

KÖLN, 25.2.2019



Wie kann das Festkomitee den Kölner Karneval zukunftssicher aufstellen?



Festkomitee
Kölner Karneval
von 1823

Das Festkomitee Kölner Karneval hat die Boston Consulting Group (BCG) und das Institut für Projektmanagement und Informationsmanagement an der RFH Köln um eine Studie zur wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und sozialen Bedeutung des Kölner Karnevals gebeten.

Dafür wurden folgende Schritte unternommen



BOSTON
CONSULTING
GROUP



Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences

- Analyse der Wirtschaftskraft des Karnevals, Neuauflage der Studie aus dem Jahre 2009 (Daten 2008)
- Bewertung von gesellschaftlichem und sozialem Impact; Interviews mit Repräsentanten des lokalen öffentlichen Lebens und des Kölner Karnevals
- Feldstudie und Online-Erhebung mit fast 2.800 Karnevalisten an Karneval und rund um den 11.11.2018 - konzeptioniert und durchgeführt von der RFH Köln

Wirtschaftskraft des Karnevals



Der Kölner Karneval in Zahlen

(Session 2017/2018)



€ 600 Mio.

Wirtschaftskraft



30.000

Ehrenamtler



6.500

Arbeitsplätze



2,1 Mio.

Besucher bei
Umzügen



835.000

Besucher
Sitzungen/Bälle



385.000

Übernachtungen



1,6 Mio.

Kostüme



€ 2 Mio.

Spenden

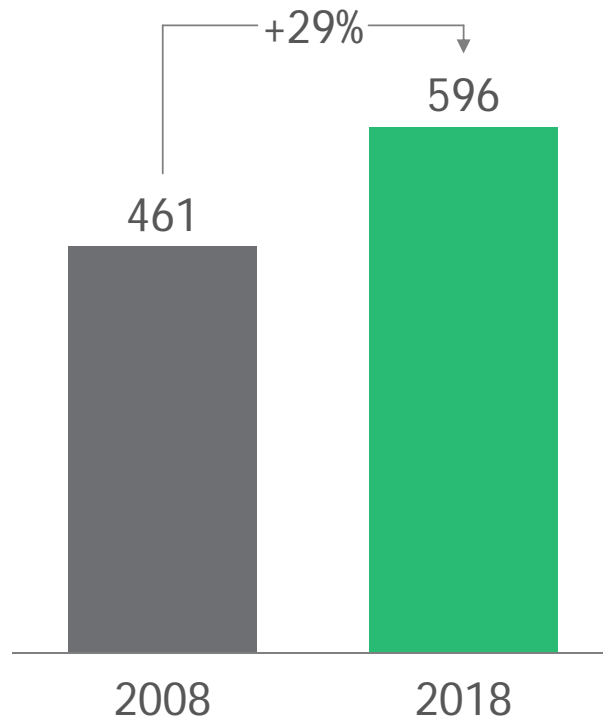


119.000

Orden

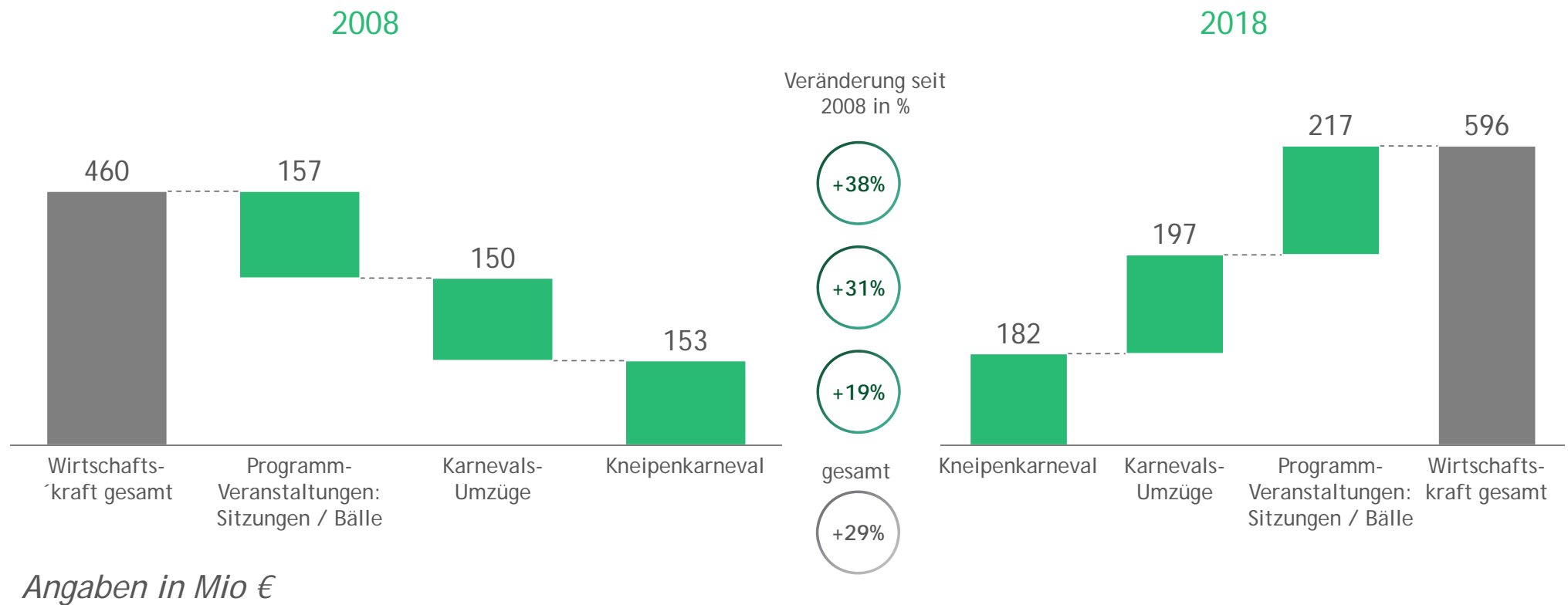
Wirtschaftskraft ist seit 2008 um 29 % auf fast € 600 Mio gestiegen

Wirtschaftskraft in Mio €

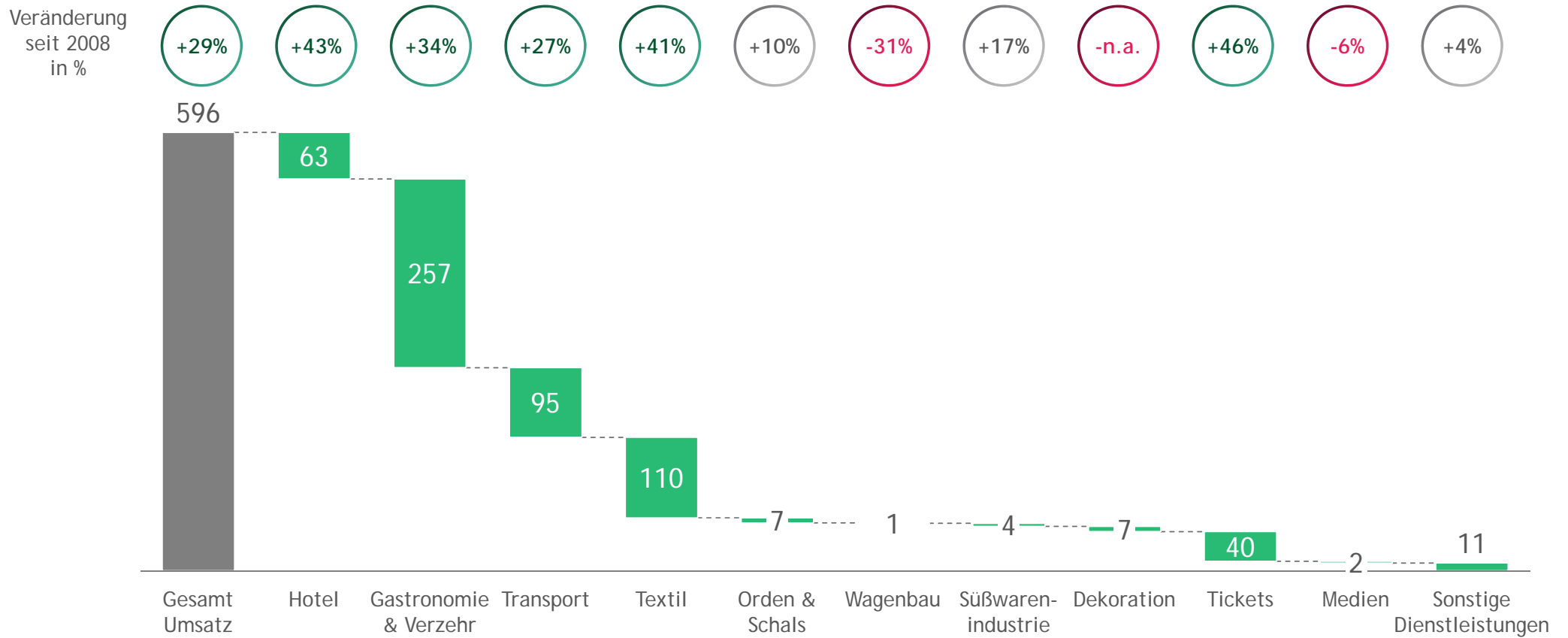


- Gestiegene Anzahl Karnevalsveranstaltungen (z.B. durch Gesellschaftssitzungen und Lachende Kölnarena)
- Gestiegene Anzahl Besucher über alle Formate
- Anstieg im Tourismus
- Deutlicher Anstieg der Verkäufe in der Textilbranche

Besonders starke Entwicklung bei Programmveranstaltungen - plus 38 Prozent gegenüber 2008



Starke Entwicklung: Hotellerie, Gastronomie und Textil



Angaben in Mio €

Erhebung und Befragung im Straßenkarneval



Untersuchungsdesign Online-Erhebung und Befragung



Karnevalstage 2018

- Online-Befragung vom 6.2. bis 14.2.2018
- Befragung von Besuchern im Straßenkarneval: Weiberfastnacht, Karnevalssonntag, Rosenmontag
- Stichprobe insgesamt: 1.874

11.11.2018

- Online-Befragung vom 6.11. bis 16.11.2018
- Befragung von Besuchern im Straßenkarneval: 11.11.2018
- Stichprobe insgesamt: 877

- Fragebogen mit ca. 20 Fragen
- Teams von Studentinnen und Studenten der RFH



Kernergebnisse der Befragung

Kölner Karneval erhält sehr hohen Zuspruch in allen Alters- und Herkunftsgruppen



für über 97 Prozent ein „kulturelles Highlight“ und **einzigartig**



für 97 Prozent ein wichtiger Beitrag zu **Brauchtumpflege** (z.B. Kölsche Sprache)



wird als prägender Lebensinhalt und **untrennbar mit Köln verbunden** angesehen



33 Prozent sind **ehrenamtlich engagiert**



Der Kölner Karneval ist ...

Statement

Zustimmung

... ein kulturelles Highlight	97%
... ein positiver Image Faktor für Köln	94%
... einzigartig im Vergleich zu anderen Events	97%
... ist ein Lebensinhalt, der mich prägt	87%
... ist ein wichtiger Beitrag zur Brauchtumspflege (Kölsche Sprache und Kultur)	97%

94 bis 96 Prozent können sich Köln ohne Karneval nicht vorstellen
(je nach Herkunftsort)



Der Kölner Karneval ist ...

Statement





Zustimmung

... etwas, wo ich mich ehrenamtlich engagiere	33%
... eine Veranstaltung, bei der man Bekanntschaften macht	91%
... eine Veranstaltung für die Familie	74%

Freunde und Bekannte im Kölner Karneval zu treffen gaben vor allem Besucher aus Köln und diejenigen mit einer Anreise von bis zu 50 Kilometern an, sowie mehr weibliche als männliche Teilnehmer

Synthese: Wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung und Ausrichtung des Kölner Karnevals

Gute Entwicklung des Karnevals entlang aller Dimensionen in den vergangenen zehn Jahren

Wirtschaftliche Funktion	 <p>Gestiegene Attraktivität & Zuspruch</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Steigende Anzahl Besucher bei Umzügen und Veranstaltungen, mehr als 400.000 Menschen am 11.11.2017 • Gestiegene Kartenverkäufe für Sitzungen von Gesellschaften (+14 % vs. 2008)
	 <p>Erhöhte Wirtschaftskraft</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Steigerung der Wirtschaftskraft um 30 % auf € 600M im Vergleich zu 2008 • Steigerung über alle Segmente hinweg (Sitzungen, Züge, Kneipenkarneval ...) • Zusätzlich erhöhter Karnevalstourismus (+20 % Übernachtungen 2018 vs. 2013)
Gesellschaftliche Funktion	 <p>Hohe kulturelle Bedeutung</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Karneval DAS Identifikationsmerkmal Kölns, „untrennbar mit Köln verbunden“ • Aufnahme als immaterielles Kulturerbe der deutschen UNESCO 2015 • Kölsche Stimmung & Lieder werden als „kulturelles Highlight“ wahrgenommen
	 <p>Zunehmende Offenheit & Vielfalt</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enge Verbindung mit sozialem Engagement - hohe Spendenbereitschaft und ausgeprägtes Engagement • Karneval als Plattform für die kulturelle und gesellschaftliche Integration • Entstehung & Bedeutungsgewinn neuer Gesellschaften (Damengesellschaften ...) • Nachwuchsförderung bei Bands und neue Veranstaltungsformate

Der insgesamt positive Trend lässt sich fortsetzen, indem eine Reihe von Herausforderungen adressiert wird



Attraktivität & Zuspruch

- Kostensteigerung für Veranstaltungen und Zugänglichkeit für ein breites Publikum
- Teilweise Wahrnehmung als Belastung für die Anwohner



Wirtschaftskraft

- Nachhaltige wirtschaftliche Absicherung für Organisatoren bleibt große Herausforderung
- Weiterer möglicher Tourismusanstieg



Kulturelle Bedeutung

- Verwässerung und Austauschbarkeit durch zunehmende Eventisierung über das gesamte Jahr hinweg
- Eindämmung von Alkoholkonsum und Kommerzialisierung, Steigerung der Sauberkeit



Offenheit & Vielfalt

- Mittlere & kleine Gesellschaften teilweise mit Problemen (Mitgliederwerbung, Vermarktung von Sitzungen, Kosten)
- Vermittlung zunehmender Vielfalt von Formaten (Flüstersitzung vs. Partyformate)

Anhang

Methodik zur Quantifizierung Wirtschaftskraft



- Analyse entlang von drei Säulen: Sitzungskarneval & Bälle, Karnevalsumzüge und Kneipenkarneval inkl. privater Partys
- Betrachteter Zeitraum: Session 2017/18
 - Sitzungskarneval & Bälle - volle Session ab dem 11.11.2017;
 - Umzüge und Kneipenkarneval 11.11.2017 sowie Periode Weiberfastnacht bis Aschermittwoch
- Ermittlung der relevanten direkten und indirekten Umsatzströme je Säule
- Treibermodell mit rund 250 Einflussfaktoren (z.B. Summe der verkauften Tickets je Veranstaltungsart, Ticketpreis und Verzehr pro Gast), welche die Veranstaltungsarten und funktionale Umsatzströme betrachtet
- Erfassung von Treibern über Anfragen bei Veranstaltern, Datenbasis von BCG und Festkomitee; Plausibilisierung Konsumverhalten über Straßenumfrage/Onlinesurvey
- Verifizierung von Annahmen über Expertengespräche und Telefonbefragungen



Mehr als 2000 Freitext-Antworten wurden abgegeben



- „Bewahren und Stärken von Brauchtum und Tradition. Abgrenzung vom Sommerkarneval Preise im Griff halten, damit es sich die gesamte Bevölkerung leisten kann. Nachwuchs fördern. Ballermannkarneval vermeiden.“
- „Das Kölsche Brauchtum muss erhalten bleiben, ich finde das Festkomitee ist auf einem guten Weg (siehe Motto).“
- „Ein ausgelassenes, schönes Fest bei dem Köln und der Karneval mit all seinen Facetten gefeiert wird.“

Mehr als 2000 Freitext-Antworten wurden abgegeben



- „die bereits begonnen Anstrengungen für die Sauberkeit und Sicherheit sollten fortgesetzt und ggfls. verstärkt werden. Es sollten auch mehr traditionelle Veranstaltungen für ältere Menschen angeboten werden“
- „Toilettensituation in der Südstadt am 11.11.2018 war top. Da kann ich nur eine richtige Verbesserung feststellen. Allerdings fühlte ich mich etwas unsicher auf dem Heimweg. "Begleit"-telefongespräche für den Heimweg wären doch nett. Ansonsten ist doch alles auf einem guten Weg. Viele Kontrollen hinsichtlich Minderjähriger und Alkohol. Glasverbot total super. Mehr Drängelgitter würde ich mir wünschen. Die Situation vor Kneipen ist bspw. oft sehr "unentspannt" und auch gefährlich, wenn sich eine Masse bewegt und man gegen die Häuserwand gedrückt wird.“
- „Rückbesinnung auf die ursprünglichen Werte und die Art diese zu feiern. Wer Ballermann oder Seppelmusik will, kann gerne nach Mallorca oder in die Skigebiete fahren.“
- „Ich denke, es sollte weiter am Image gearbeitet werden. Der Kölner Karneval ist soviel mehr als nur ein Trinkgelage und die Gelegenheit auf unkomplizierte Bekanntschaften. Und das sollte noch deutlicher kommuniziert werden.“
- „Trinkwütige und randalierende Lück in Grenzen weisen“
- „Ich bin der Meinung, mit dem 11.11.18 wurden schon einige Maßnahmen ergriffen, die zu einer Verbesserung der Gesamtsituation in der Innenstadt beigetragen haben. Nach Möglichkeit weitere „kleine“ Bühnen mit attraktivem Programm aufbauen, um die Besucher besser zu verteilen“

Boston Consulting Group

Alexander Gutmann
Media Relations Manager
Tel. +49 211 3011 3531

gutmann.alexander@bcg.com

Rheinische Fachhochschule Köln (RFH)

Prof. Dr. Silke Schönert
Professorin für Business Information Systems und
Projektmanagement, Studiengangsleiterin
Wirtschaftsinformatik

schoenert@rfh-koeln.de