



Festkomitee
Kölner Karneval



Rheinische
Hochschule
Köln

Kölner Karneval: Wirtschaftskraft und Wahrnehmung

Ergebnispräsentation

KÖLN, OKTOBER 2025



Wie kann das Festkomitee den Kölner Karneval zukunftssicher aufstellen?



Das Festkomitee Kölner Karneval hat die Boston Consulting Group (BCG) und die RH Köln um eine Studie zur wirtschaftlichen, gesellschaftlichen und sozialen Bedeutung des Kölner Karnevals gebeten.

Dafür wurden folgende Schritte unternommen



- Analyse der Wirtschaftskraft des Karnevals, Neuauflage der Studie aus den Jahren 2009 und 2019 (sowie zwischenzeitlichen Analysen)
- Bewertung von gesellschaftlichem und sozialem Einfluss; Interviews mit Repräsentanten des lokalen öffentlichen Lebens und des Kölner Karnevals
- Feldstudie und Online-Erhebung mit >5.600 Karnevalisten zwischen dem 19. Februar und 5. März 2025 - konzeptioniert und durchgeführt von der RH Köln

Wirtschaftskraft des Karnevals

Die vorliegende Analyse wurde von der Boston Consulting Group (BCG) als Pro-Bono-Projekt ohne finanzielle Vergütung erstellt. Es bestehen keine wirtschaftlichen Interessen oder vertraglichen Verpflichtungen gegenüber dem Auftraggeber, die die Unabhängigkeit der Analyse beeinflussen könnten. Das Projekt ist Teil des gesellschaftlichen Engagements von BCG zur Förderung kultureller und sozialer Institutionen in Deutschland.

Starke Entwicklung: Wirtschaftskraft des Kölner Karnevals steigt auf €850M (+€250M seit 2019)



Gesamtwirtschaftskraft: Die Wirtschaftskraft des Kölner Karnevals erreicht in der Session 2024/25 €850 Mio. - ein Anstieg um mehr als 40% und ein Zuwachs von €250 Mio. gegenüber 2018/19. Der Karneval folgt dem Trend, das Hier und Jetzt zu erleben - fast alle Formate erreichen Rekordwerte, von Rezession ist keine Spur.



Wachstumstreiber: Touristik & Veranstaltungen wachsen besonders stark - und erzielen eine um rund 70 % höhere Wertschöpfung als vor Corona. Ein Drittel des Effekts resultiert aus höherer Nachfrage durch mehr Gäste und ausverkaufte Events. Gleichzeitig führen deutlich gestiegene Kosten in allen Bereichen zu spürbaren Preissteigerungen. Anbieter kämpfen unter anderem mit der allgemeinen Inflation, höheren Steuern und Gebühren, steigenden Sicherheitskosten sowie mit stark wachsenden Personalkosten.



Fazit & Ausblick: Der Kölner Karneval zeigt seine Prosperität - als kulturelles Highlight und bedeutender Wirtschaftsmotor für die Region. Doch die Kehrseite sind stark gestiegene Kosten und Auflagen, die alle Beteiligten belasten - nicht zuletzt die Feiernden selbst.

Der Kölner Karneval in Zahlen

(Session 2024/2025)



€ 850 Mio.

Wirtschaftskraft



30.000

Ehrenamtler



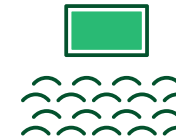
6.500

Arbeitsplätze



2,1 Mio.

Besucher bei Umzügen



1,0 Mio.

Besucher Sitzungen/Bälle



470.000

Übernachtungen



1,6 Mio.

Kostüme



€ 2 Mio.

Spenden



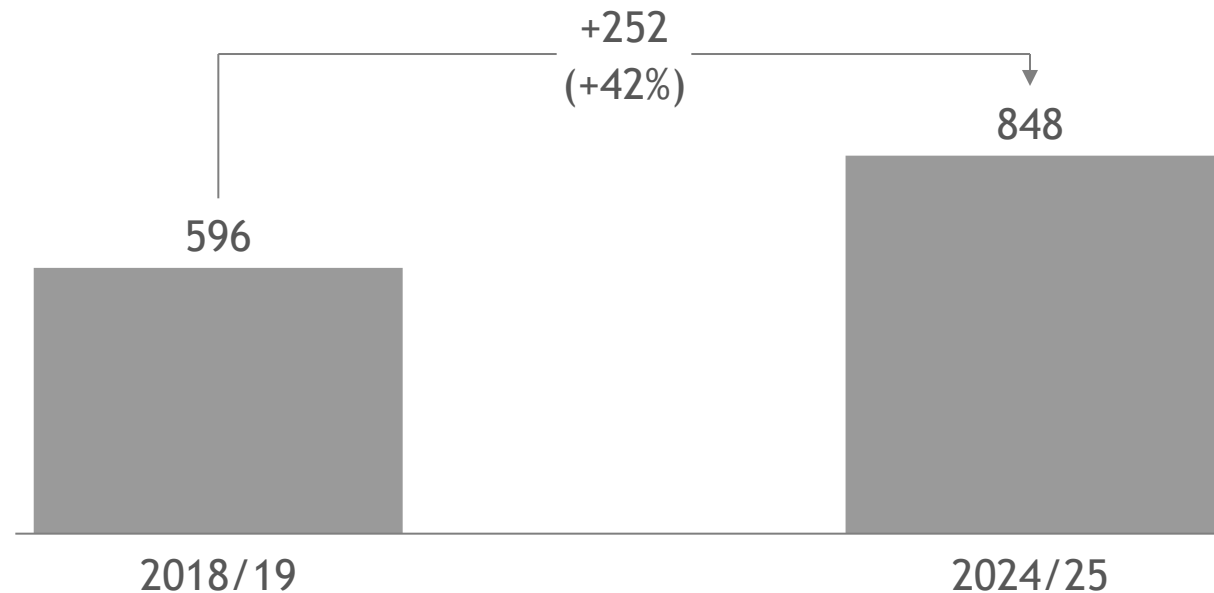
120.000

Orden

Quelle: BCG-Modell zur Wirtschaftskraft des Kölner Karnevals, erstellt auf Basis von Experteninterviews, Datenbanken, öffentlichen Statistiken und internen Erhebungen des Festkomitees

Anstieg der Wirtschaftskraft gegenüber 2018/19 um 42%

*Gesamt-Wirtschaftskraft
in Mio. €*



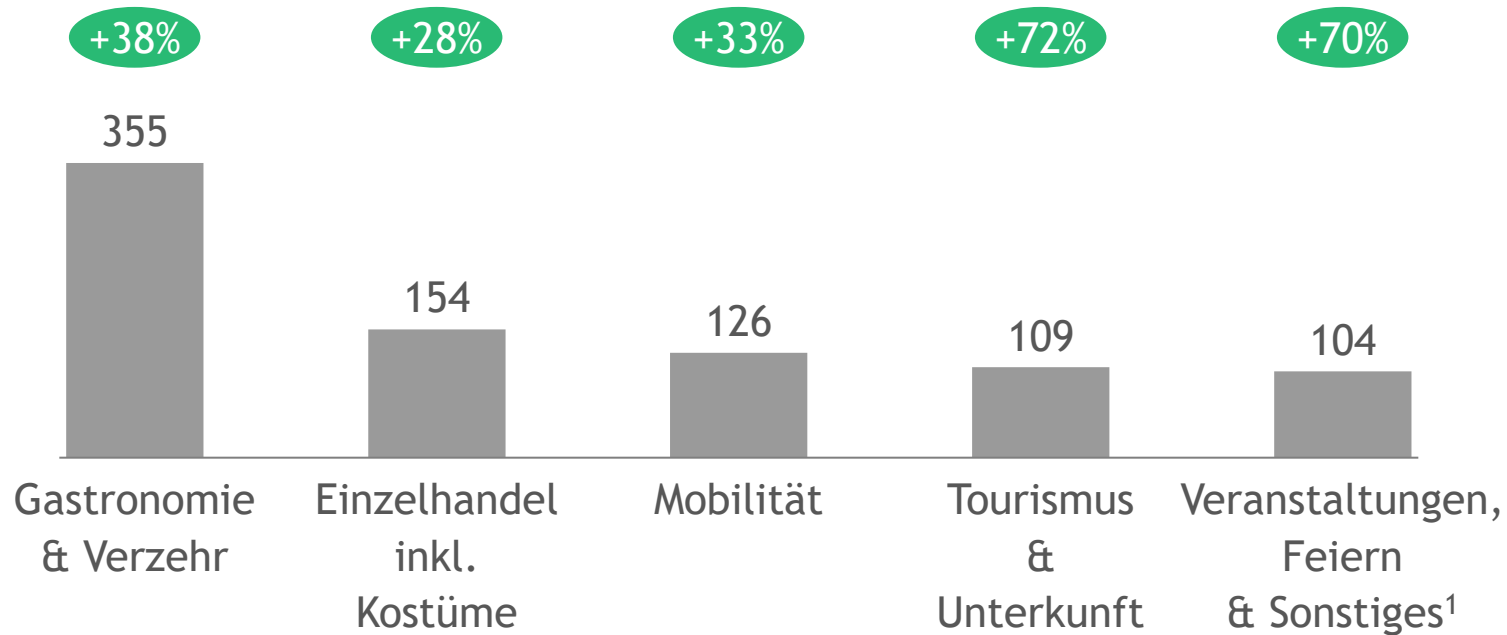
Anmerkung: Als Wirtschaftskraft ist die Bruttowertschöpfung des Kölner Karnevals definiert, gemessen an Umsätzen und Output in Bereichen wie Gastronomie, Tourismus, Einzelhandel und Veranstaltungen
Quelle: BCG-Modell zur Wirtschaftskraft des Kölner Karnevals, erstellt auf Basis von Experteninterviews, Datenbanken, öffentlichen Statistiken und internen Erhebungen des Festkomitees Kölner Karneval



- Wirtschaftskraft des Kölner Karnevals wächst um mehr als €250M (+42%) seit 2018/19
- Fast alle Formate laufen auf Rekordlevel: Straßenkarneval, Feiern und Veranstaltungen
- Mehr Besucher, deutlich gestiegene Kosten und Preise treiben die Wirtschaftskraft

Wertschöpfung steigt flächendeckend an, auch real nach Inflation

Wirtschaftskraft je Kategorie in Mio. €, Wachstum ggü. 2018/19 in %
Gesamt = €848M



1. Kategorie beinhaltet Umsätze von Veranstaltungstickets, Betriebsfeiern / private Feiern, sowie Wagenbau, TV-Übertragungsrechte, Musikrechte, Printmedien und sonstige Dienstleistungen

2. Inflationsrate als Veränderungsrate des Verbraucherpreisindex des statistischen Bundesamts zwischen 2019-2024 Quelle: BCG-Modell zur Wirtschaftskraft des Kölner Karnevals



Hohe Nachfrage trotz steigender Kosten und weniger Gastro-Betrieben nach Corona: Events sind besser frequentiert denn je, der Verzehr im Karneval bleibt stabil



Kostensteigerung entscheidender Faktor: Die durchschnittliche, kumulierte Preisinflation von 22%² (in den im Karneval betroffenen Kategorien wie der Gastronomie aufgrund der MwSt-Erhöhung über 30%) prägt in allen Kategorien das Wachstum

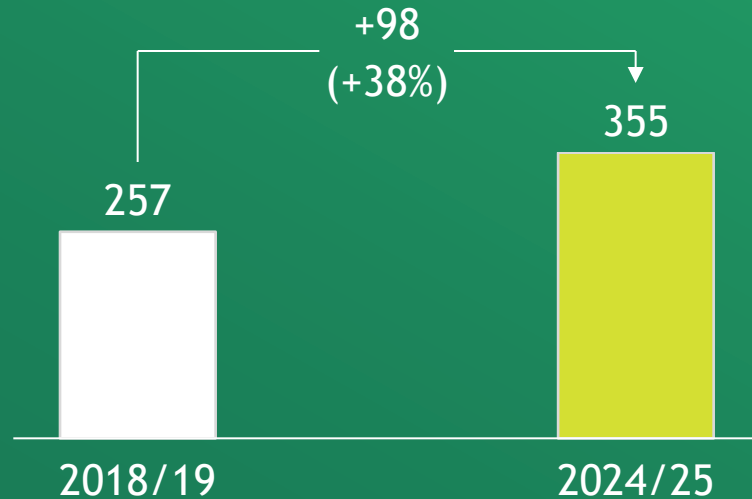


Tourismus & Veranstaltungen treiben das Wachstum: 90 Tsd. zusätzliche Übernachtungsgäste und ausverkaufte Veranstaltungen sorgen für starke Zuwächse



Fokus Gastronomie

Wirtschaftskraft Gastronomie & Verzehr
in Mio. €



Höhere Mehrwertsteuer: Ein wesentlicher Einflussfaktor auf das Wachstum im Bereich Gastronomie ist die Rückkehr zum regulären MwSt.-Satz und stark gestiegene Kosten, insbesondere bei Lebensmitteln, Sicherheit & Personal



Steigende Kölschpreise: 2022 kostete ein 0,2-Liter-Kölsch noch unter 2€, inzwischen liegt der Preis in den meisten Kneipen bei 2,30€

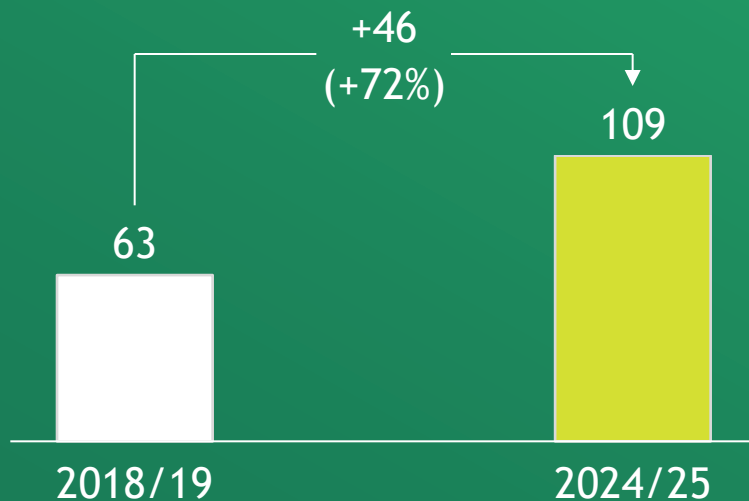


Konstanter Verzehr: Der Verzehr bleibt im Volumen auf dem Niveau vor der Pandemie - und damit weitaus besser als allgemein in der Gastronomie



Fokus Tourismus

*Wirtschaftskraft Tourismus inkl. Hotellerie
& sonstige Unterkünfte in Mio. €*



Knappe Kapazität: Neben der Hotellerie, deren Kapazität vor allem an den Spitzentagen knapp ist, steigt die Bedeutung von alternativen Unterkünften wie Ferienwohnungen stark



Mehr Übernachtungen: Insgesamt 90.000 zusätzliche Übernachtungsgäste in der Region (+20 % vs. 2018/2019)

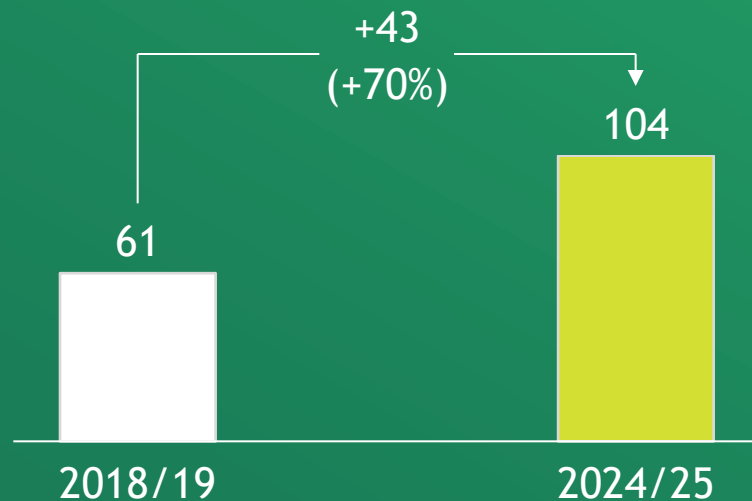


Steigende Preise: Steigende Kosten und ein generell höheres Preisniveau in der Hotellerie sowie höhere Preis-Spitzen bei Vollauslastung komplettieren den Effekt



Fokus Veranstaltungen

Wirtschaftskraft Veranstaltungen & Sonstiges
in Mio. €



Trend Erlebnisse: Trotz Rekordpreisen und Ticketknappheit bleibt die Nachfrage nach Event-Erlebnissen hoch - davon profitiert auch der Karneval



Mehr Teilnehmende: Trotz gleichbleibender Veranstaltungsanzahl wächst die Gästezahl durch höhere Auslastung



Deutlich gestiegene Kosten: Inflation, strengere Sicherheitsauflagen & höhere Personalkosten zwingen Veranstalter zu Preiserhöhungen; bspw. haben sich die Kosten für die Schull- und Veedelszöch verdreifacht

Erhebung und Befragung im Straßenkarneval zu Image, Erwartungen und Trends

Befragung „Image, Erwartungen, Trends des Kölner Karnevals“

Befragungszeitraum: 19. Februar - 5. März 2025

Online-Befragung & Vor-Ort-Erhebung

5265 online Beantwortungen

375 ausgefüllte Fragebögen vor Ort

**Etwa 52 Prozent der Befragten gaben als
Wohnort Köln an**

Durchschnittsalter 38,2 Jahre



Der Kölner Karneval ist kein Event. Er ist gelebte Identität.

Ein kulturelles Highlight: 94,8 %

Einzigartig: 94,0 %

Ein wichtiger Beitrag zur Brauchtumpflege
(z. B. Kölsche Kultur & Sprache): 95,4 %

Eine Veranstaltung, auf der ich Bekannte und Freunde
treffe: 94,1 %

fast 80 % sagen: Der Karneval ist ein Lebensinhalt,
der mich prägt.

Der Karneval ist tief emotional verankert und Teil
der Identität.



Der Kölner Karneval ist meiner Meinung nach:

Sehr hohe Zustimmung (>90 %)

Ein kulturelles Highlight: 94,8 %

Einzigartig: 94,0 %

Ein wichtiger Beitrag zur Brauchtumspflege (z. B. Kölsche Kultur & Sprache): 95,4 %

Eine Veranstaltung, auf der ich Bekannte und Freunde treffe: 94,1 %

Der Kölner Karneval ist tief emotional und kulturell verankert, wird als einzigartig und verbindend erlebt und als elementarer Bestandteil der kölschen Identität verstanden.

Hohe funktionale Bewertung (ca. 77-90 %)

Wichtiger Wirtschaftsfaktor: 89,8 %

Positiver Imagefaktor für Köln: 80,7 %

Ort für neue Bekanntschaften: 78,5 %

Lebensinhalt, der mich prägt: 78,0 %

Veranstaltung für die Familie: 77,1 %

Neben Kultur und Emotion wird der Karneval auch als gesellschaftlich und wirtschaftlich relevant anerkannt. Besonders auffällig: der hohe Wert für „Lebensinhalt“ als gelebte Identität.

Polarisierte Bewertungen

Zu starke Kommerz-Veranstaltung: 21,7 % Zustimmung, aber 46,1 % Ablehnung

Ausuferndes Trinkgelage: 30,7 % Zustimmung, aber auch 34,3 % Ablehnung

Gelegenheit zur Geschäftspflege: 29,4 % Zustimmung, 41,4 % verneinen es

Deutliche Ablehnung

Schädlich für das Image der Stadt: nur 5,9 % Zustimmung, 76,3 % sagen klar Nein

Kann man auch auf Mallorca haben: nur 5,9 % Zustimmung, 90,3 % verneinen dies

„Der Karneval verbindet Generationen und Kulturen“

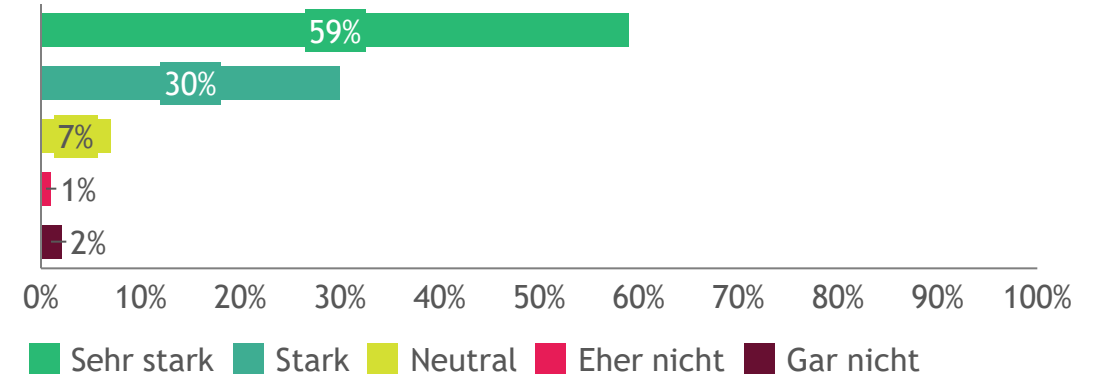
Über 85 % fühlen sich *willkommen in der Gemeinschaft der Feiernden*

9 von 10 sagen: *Karneval stärkt mein Gefühl von Zugehörigkeit zu Köln*

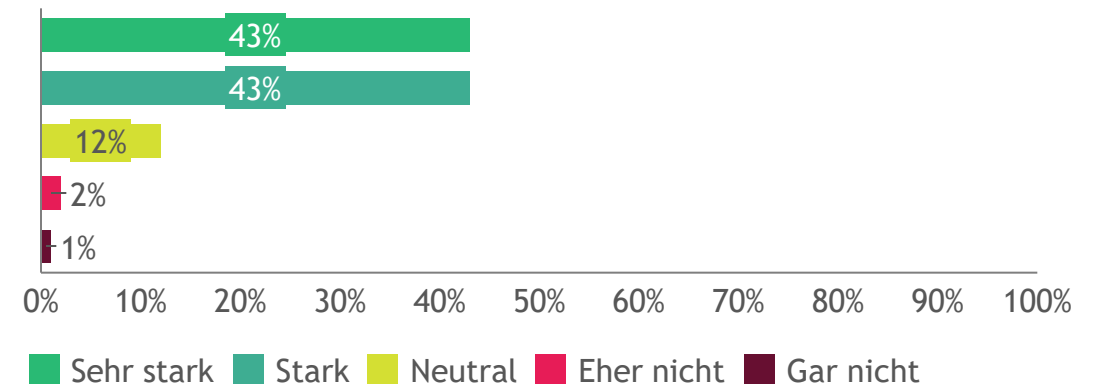
Der Karneval wird mehrheitlich als *interkulturell verbindendes Ereignis* erlebt.

Über 85% fühlen sich eindeutig willkommen, starkes Zeichen für Offenheit und Zusammenhalt

Wie sehr stärkt der Karneval dein Gefühl der Verbundenheit mit Köln?



Wie willkommen fühlst du dich während des Kölner Karnevals in der Gemeinschaft der Feiernden?



Rolle der Stadt Köln

„Die Stadt soll nicht nur mitfeiern, sie soll mehr Verantwortung übernehmen.“

30 % wünschen sich deutlich mehr Engagement seitens der Stadt

25 % fordern *eine stärkere finanzielle Förderung*

Nur 6 % halten das jetzige Engagement der Stadt für ausreichend

Wichtiger Wirtschaftsfaktor: 89,8 %

Positiver Imagefaktor für Köln: 80,7 %

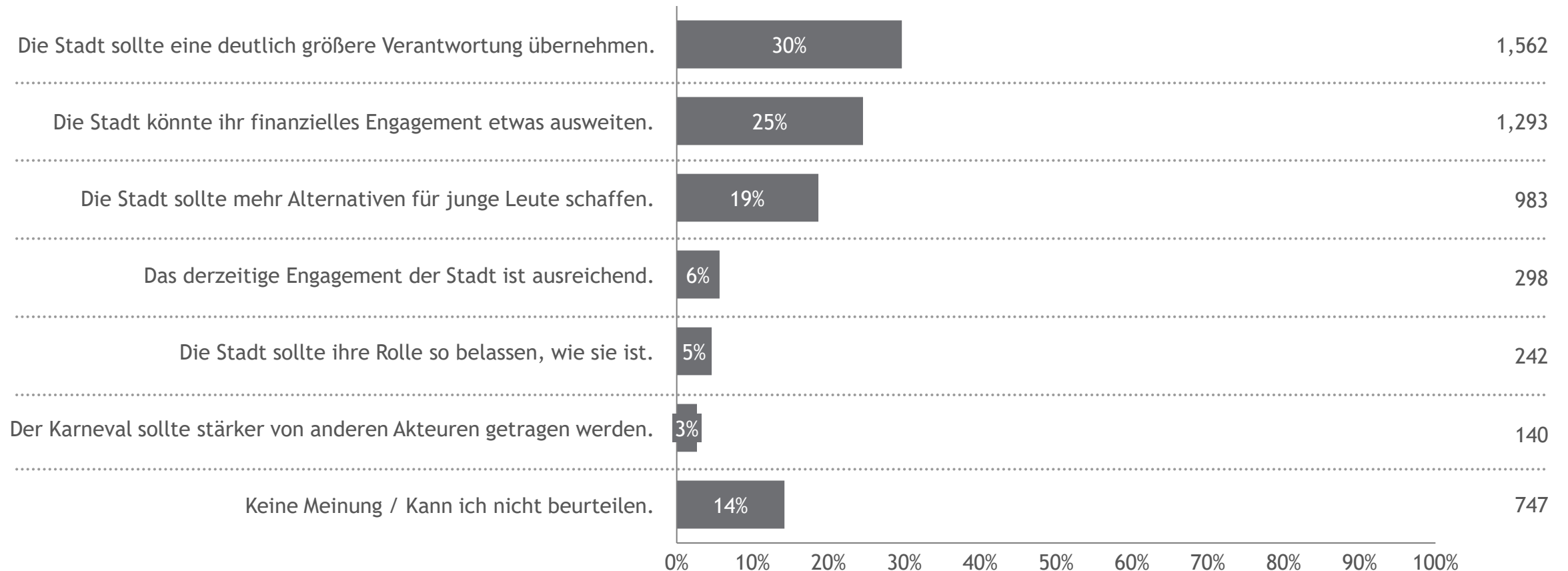
Kritikpunkte - Alkohol, Sicherheit und Sauberkeit

Alkohol steht zu sehr im Fokus sagen 31 %
Gefühl der Sicherheit hat sich verringert



Welche Rolle sollte die Stadt Köln deiner Meinung nach im Karneval spielen?

Antworten: 5,265



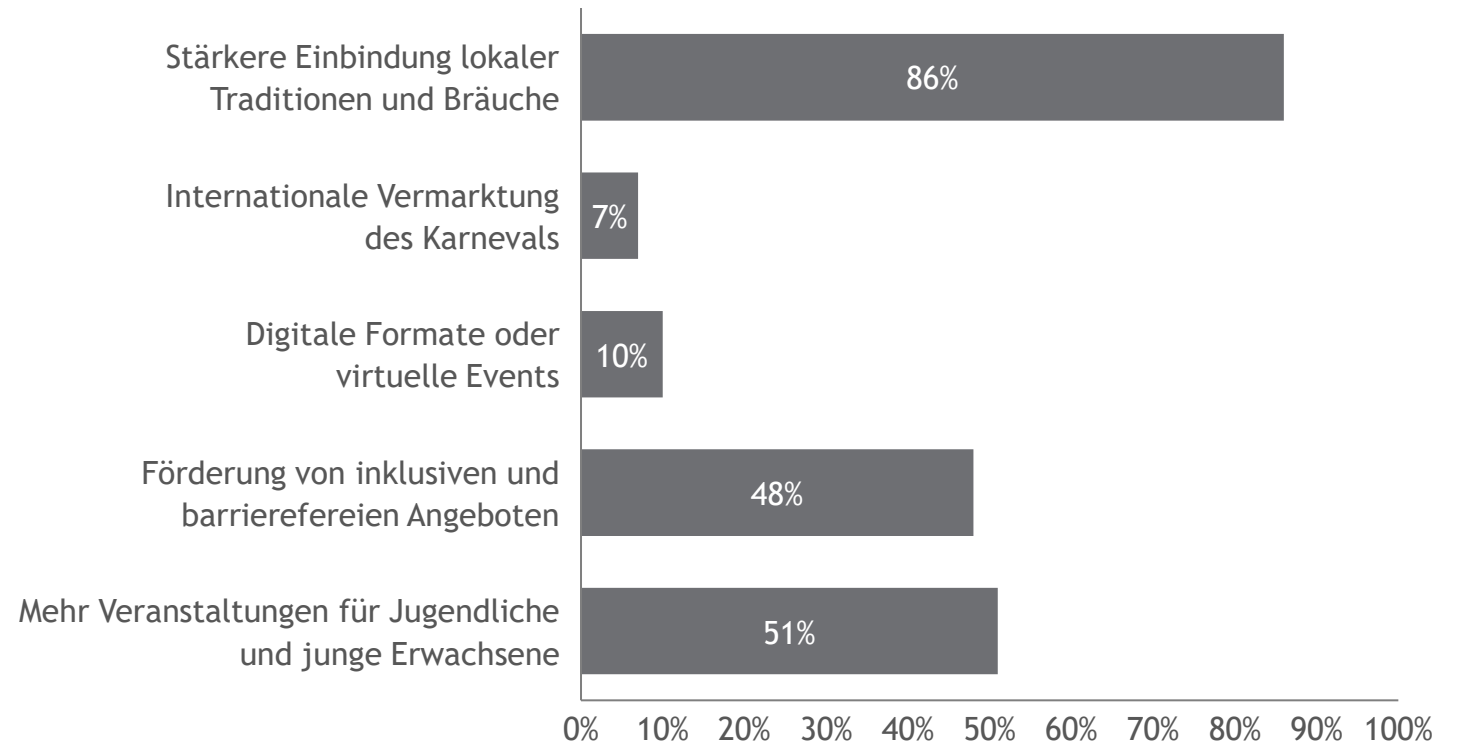
„Karneval braucht neue Räume für junge Menschen, für Vielfalt und für Tradition“

Besonders bei Jüngeren zeigt sich ein starker Wunsch nach *mehr Angeboten für Jugendliche*

Inklusion wird über alle Altersgruppen hinweg als wichtiges Entwicklungsfeld genannt

Viele sehen die Zukunft des Karnevals in der *Verankerung als wertebasiertes Gemeinschaftsritual*, nicht als Massenparty

Wie sollte sich der Kölner Karneval in den nächsten 5-10 Jahren weiterentwickeln? (Mehrere Antworten sind möglich)



Was sich verändert hat 2019 zu 2025

Die Themen haben sich deutlich verschoben von Müll und Alkohol hin zu Kultur, Teilhabe und Tradition. 2025 mehr und differenziertere Fragen zu Image, Stadt, Ritualen und Traditionen, Inklusion

2019

Wahrnehmung des Karnevals durch einzelne Probleme geprägt (z. B. Müll, Alkohol, Lärm)

- „Toiletten/Wildpinkeln“ wurden 2019 viel stärker als Themen genannt

Karneval als emotionales Fest mit Tradition und Spaß

2025

Kritik vorhanden, aber verlagerter Fokus auf Kultur, Wandel und Rollen

- Auch „Zülpicherstraße“ ist als Brennpunktthema nicht mehr so stark ausgeprägt

Karneval als emotionales und kulturelles Identitätsritual, **stärker verbunden mit gesellschaftlichen Erwartungen und kulturellem Wandel**



Heimat, Werte, Identität

Fast 95 % der Befragten sehen ihn als 'wichtigen Beitrag zur Brauchtumspflege', 94 % bezeichnen ihn als 'einzigartig' und ebenso viele als 'kulturelles Highlight'.

94 %: Karneval als Ort für Freundschaft & Begegnung

78 %: Karneval als persönlicher Lebensinhalt

45 %: Engagieren sich ehrenamtlich

77 %: Veranstaltung für die Familie

Der Karneval ist gelebte Identität, er stiftet Gemeinschaft, bewahrt Traditionen und stärkt das Gefühl von Zugehörigkeit, ein emotionaler Anker für Freundschaft, Werte und Brauchtum für alle Altersgruppen.



„Köln ohne Karneval? Unvorstellbar!“
Diese Antwort geben fast alle Befragten.

Karneval ist mehr als Brauchtum, er ist Identität,
Emotion, Gemeinschaft und Zukunft.



Anhang

Methodik zur Quantifizierung Wirtschaftskraft



- **Analyse entlang von fünf Kategorien:** Gastronomie und Verzehr, Tourismus und Unterkunft, Einzelhandel, Mobilität und Veranstaltungen
- Karnevalistische Besuche durch Kölner und **Privatgäste, Tagestouristen, und Touristen mit Übernachtung** für betrachteten Zeitraum: **Session 2024/25**
 - **Sitzungskarneval & Veranstaltungen** - volle Session ab dem 11.11.2024
 - **Karnevalszüge und Straßenkarneval** 11.11.2024 sowie Periode Weiberfastnacht bis Aschermittwoch
- Ermittlung relevanter **direkter & indirekter Umsatzströme** je Kategorie
- **Treibermodell mit rund 250 Einflussfaktoren** (z. B. Summe der verkauften Tickets je Veranstaltungsart, Ticketpreis und Verzehr pro Gast), das Veranstaltungsarten und funktionale Umsatzströme betrachtet
- Erfassung von Treibern über Anfragen bei Veranstaltern, **Daten basieren auf offiziellen Statistiken und Primärerhebungen** inkl. Daten von BCG und Festkomitee; Plausibilisierung Konsumverhalten über Straßenumfrage/Onlinesurvey
- Verifizierung von Annahmen über **Expertengespräche und Telefonbefragungen**
- **Inflationsanalyse** zum tiefergehenden Verständnis der Wachstumstreiber

Boston Consulting Group

Felix Kupferer
Media Relations Specialist |
CE Marketing & Communications
Tel. 0151 67014360

kupferer.felix@bcg.com

Rheinische Hochschule Köln

Beate Czikowsky
Presse & Kommunikation
Tel. 0221-20302-6309

Beate.Czikowsky@rh-koeln.de