BOSTON CONSULTING GROUP

Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences

IPMI 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

BCG 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

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

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

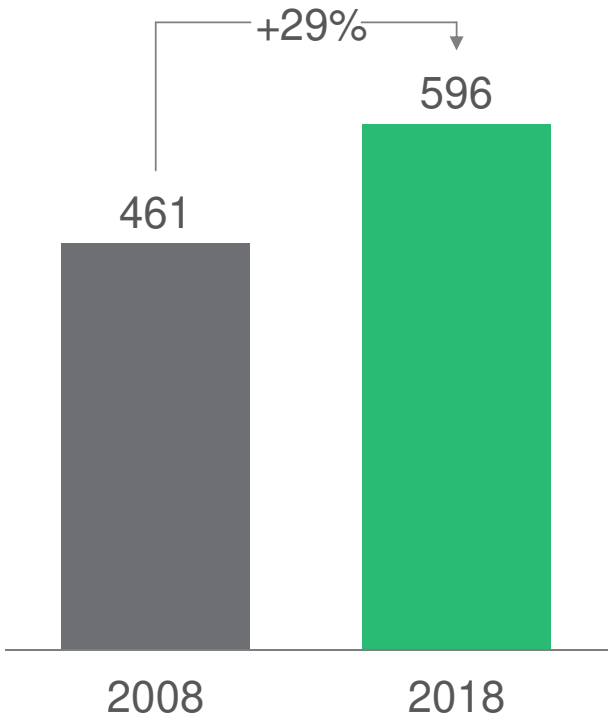
€ 2 Mio.
Spenden

119.000
Orden

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

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

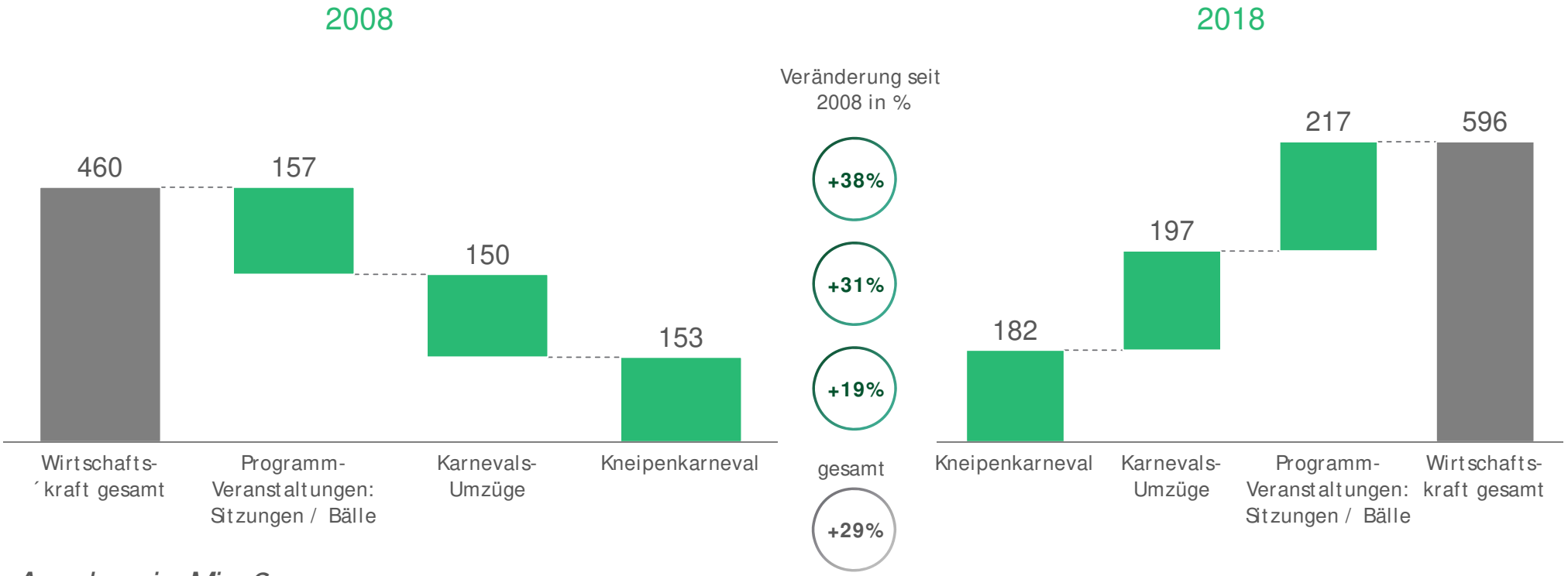
Wirtschaftskraft in Mio €



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

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

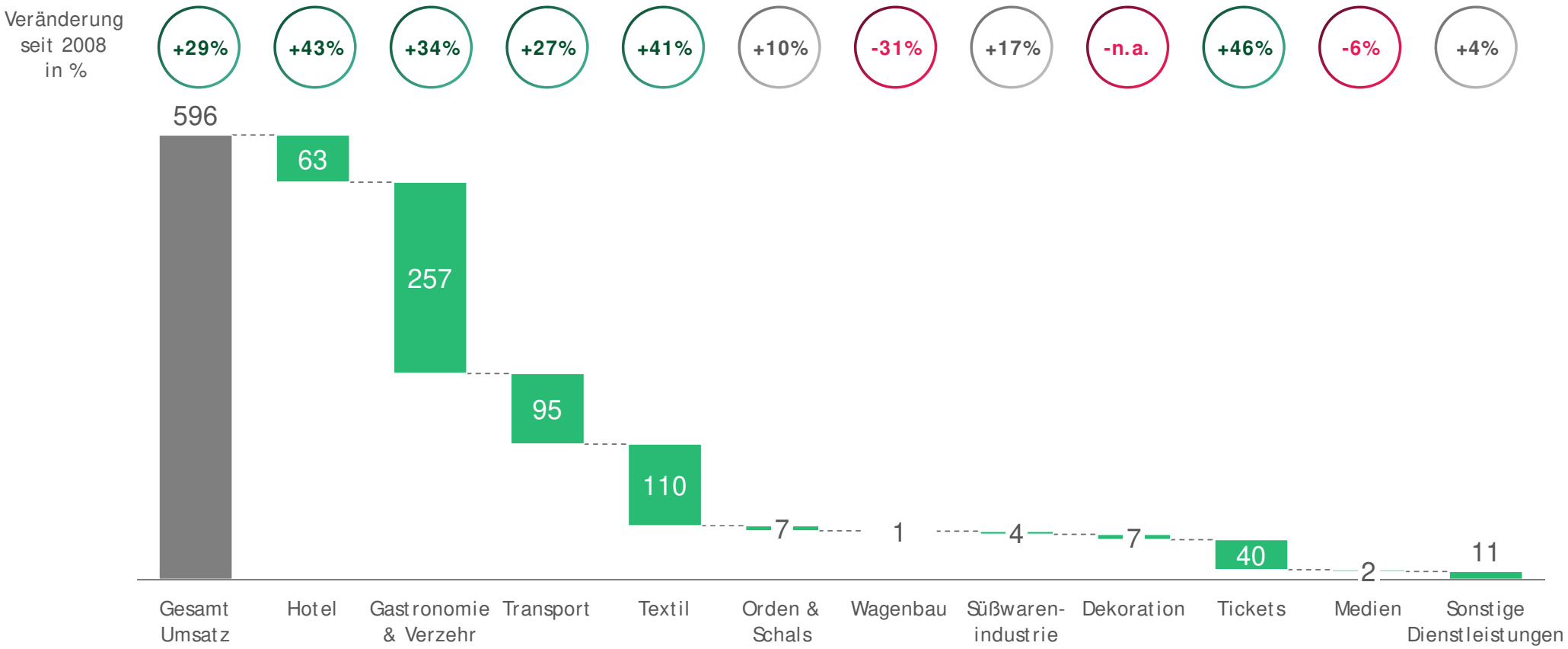
Besonders starke Entwicklung bei Programm-veranstaltungen – plus 38 Prozent gegenüber 2008



Angaben in Mio €

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

Starke Entwicklung: Hotellerie, Gastronomie und Textil



Angaben in Mio €

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

Erhebung und Befragung im Straßenkarneval

Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences

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

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences

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 Brauchtumspflege (z.B. Kölsche Sprache)
- wird als prägender Lebensinhalt und untrennbar mit Köln verbunden angesehen
- 33 Prozent sind ehrenamtlich engagiert

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

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)

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

Rheinische Fachhochschule Köln
University of Applied Sciences

Institut für Projektmanagement und Informationsmanagement

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

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

Befragung ergab Erwartungen und Vorschläge zur Verbesserung

Erwartungen

Zahlenmäßig wurden folgende Erwartungen am häufigsten geäußert:

- Spaß (1.085 Mal)
- Brauchtum/ Kultur (378 Mal)
- Feiern (215 Mal)
- Musik (167 Mal)
- Stimmung (120 Mal)

Vorschläge

Folgenden Verbesserungsbedarfe wurden zahlenmäßig häufig genannt:

- Reduzierung Alkoholkonsum (304 Mal)
- mehr Toiletten (256 Mal)
- Sauberkeit/ Müll (193 Mal)
- Erhöhung Sicherheit (130 Mal)

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

Synthese: Wirtschaftliche und gesellschaftliche Bedeutung und Ausrichtung des Kölner Karnevals

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

Wirtschaftliche Funktion		Gestiegene Attraktivität & Zuspruch	• 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)
		Erhöhte Wirtschaftskraft	• 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		Hohe kulturelle Bedeutung	• Karneval DAS Identifikationsmerkmal Kölns, „untrennbar mit Köln verbunden" • Aufnahme als immaterielles Kulturerbe der deutschen UNESCO 2015 • Kölsche Stimmung & Lieder werden als „kulturelles Highlight" wahrgenommen
		Zunehmende Offenheit & Vielfalt	• 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

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

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
Wirtschafts-kraft	• 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)

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

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

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

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."

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

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“

Copyright © 2018 by The Boston Consulting Group, Inc. All rights reserved.

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