

# Wissenschaftliche Schriften



Wirtschaftskraft des Karnevals

Prof. Dr. Mark O. Sellenthin

Fachbereich  
**Wirtschaftswissenschaften**  
Nr. 11 - 2013

Wissenschaftliche Schriften des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften  
Hochschule Koblenz – University of Applied Sciences

Wirtschaftskraft des Karnevals -  
Die regionalökonomischen Effekte des Karnevals in Koblenz

von

Prof. Dr. Mark O. Sellenthin

Vollbeleg: Sellenthin, Mark O.: Wirtschaftskraft des Karnevals – die regionalökonomischen Effekte des Karnevals in Koblenz, in: Wissenschaftliche Schriften des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften, Hochschule Koblenz – University of Applied Sciences, Nr. 11 – 2013

Koblenz, Juni 2013

ISSN 1868-3711

Alle Rechte vorbehalten.

© Professor Dr. Mark O. Sellenthin, Hochschule Koblenz. Das Werk einschließlich seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung der Autoren unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

## WISSENSCHAFTLICHE SCHRIFTEN

Mit der Herausgabe der "Wissenschaftlichen Schriften" werden aktuelle Ergebnisse der Forschungstätigkeiten des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften dokumentiert und sowohl in gedruckter als auch in elektronischer Form veröffentlicht.

Wissenschaftler, Praktiker und Studierende erhalten Einblick in die wirtschaftswissenschaftliche Forschungsarbeit des Fachbereichs, die sich mit betriebswirtschaftlichen, volkswirtschaftlichen und wirtschaftsjuristischen Fragestellungen befasst. Eine anwendungsorientierte Forschung stellt dabei sicher, dass die Aufarbeitung vorhandenen Wissens und die Suche nach neuen Erkenntnissen von Gestaltungshinweisen für die Unternehmenspraxis begleitet werden.

Die Wissenschaftlichen Schriften des Fachbereichs Wirtschaftswissenschaften an der Hochschule Koblenz - University of Applied Sciences erscheinen mehrmals jährlich. Weitere Informationen unter [www.hs-koblenz.de/betriebswirtschaft](http://www.hs-koblenz.de/betriebswirtschaft).

### Schriftenleitung

Nadine Kolorz M. Sc.  
Prof. Dr. Andreas Mengen  
Martina Mürtz M. Sc.  
Prof. Dr. Holger Philipps  
Prof. Dr. Georg Schlichting

## **WIRTSCHAFTSKRAFT DES KARNEVALS**

Die vorliegende wissenschaftliche Schrift stellt die regionalökonomischen Effekte des Koblenzer Karnevals dar. Unter Nutzung von Primärdaten, volkswirtschaftlichen Ansätzen und bereits existierenden Studien zum Karneval gelingt es, die ökonomischen Effekte des Sitzungs-, Straßen- und Kneipenkarnevals in Koblenz zu quantifizieren. Im Rahmen der Studie wurden zwei empirische Untersuchungen durchgeführt. Der Autor dankt allen, die an den Befragungen teilgenommen haben! Die Studie wurde im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Koblenzer Karneval e. V. durch Prof. Dr. Mark Sellenthin erstellt. Die in diesem Beitrag dargelegten Ergebnisse und Interpretationen liegen in alleiniger Verantwortung des Autors.

# INHALTSVERZEICHNIS

WISSENSCHAFTLICHE SCHRIFTEN.....	III
WIRTSCHAFTSKRAFT DES KARNEVALS .....	IV
1 EINLEITUNG UND AUFBAU DER STUDIE .....	1
2 ERGEBNISSE EXISTIERENDER STUDIEN .....	3
3 METHODISCHE VORGEHENSWEISE .....	5
4 INDUZIERTER NACHFRAGEEFFEKTE DER KARNEVALSAKTIVITÄTEN.....	7
5 EMPIRISCHE EFFEKTE DER KARNEVALSAKTIVITÄTEN.....	13
5.1 Die Anbieter von Karnevalsaktivitäten.....	13
5.2 Die Nachfrager von Karnevalsaktivitäten .....	16
5.3 Gesamtwirtschaftliche Effekte des Karnevals .....	23
5.3.1 Ökonomische Effekte des Sitzungskarnevals.....	23
5.3.2 Ökonomische Effekte des Straßenkarnevals.....	23
5.3.3 Ökonomische Effekte des Kneipenkarnevals .....	25
6 ZUSAMMENFASSENDER ANALYSE DER GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE ...	27
7 DIE SOZIALE BEDEUTUNG DES KARNEVALS IN KOBLENZ .....	29
8 ZUSAMMENFASSUNG .....	30
LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS.....	31
ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS.....	32
AUTORENPORTRAIT.....	33
SCHRIFTENVERZEICHNIS .....	34

# 1 EINLEITUNG UND AUFBAU DER STUDIE

Der Karneval spielt eine wichtige Rolle in Koblenz. Die Arbeitsgemeinschaft Koblenzer Karneval e.V. (AKK) ist die Dachorganisation der Koblenzer Karnevalsvereine. Insgesamt sind in 44 Vereinen etwa 10.000 Personen im Karneval engagiert. Der Rosenmontagszug zieht mit ca. 5.000 Teilnehmern jährlich zwischen 100.000 und 150.000 Besucher an. Während der Karnevalssession werden mehr als 200 Sitzungen und Veranstaltungen angeboten. Die Aktivitäten im Karneval fördern das Brauchtum und bieten ein vielfältiges Betätigungsfeld für ehrenamtliche Tätigkeiten, insbesondere im Bereich der Jugendarbeit. Es dürfte daher außer Frage stehen, dass der Karneval für Koblenz und die Region Mittelrhein kulturell bedeutsam ist, dennoch fehlen belastbare Zahlen, die die ökonomische Bedeutung des Karnevals erfassen.

Das Ziel der vorliegenden Studie ist eine Analyse der regional-ökonomischen Effekte des Karnevals in Koblenz. Besonderes Augenmerk wurde auf die nachfragewirksamen Effekte der Aktivitäten, die mit dem Karneval in Koblenz in Verbindung gebracht werden, gelegt.

Die Aktivitäten im Karneval können grundsätzlich in drei Bereiche unterteilt werden:

- Sitzungskarneval
- Straßenkarneval
- Kneipenkarneval

Die Karnevalssitzungen stellen ein wesentliches Element der Aktivitäten der einzelnen Karnevalsvereine in Koblenz dar. Während einer Session werden in Koblenz mehr als 200 Sitzungen und sonstige Karnevalsveranstaltungen angeboten. Der Straßenkarneval ist sicherlich für „Nicht-Karnevalisten“ das sichtbarste Element der Karnevalsaktivitäten. Der Straßenkarneval und die Umzüge attrahieren jedes Jahr Tausende Besucher in den Stadtteilen und in der Innenstadt von Koblenz. Der Straßenkarneval ist sicherlich der Höhepunkt jeder Session. Neben dem Rosenmontagszug durch die Koblenzer Innenstadt führen die einzelnen Karnevalsvereine Umzüge in den jeweiligen Stadtteilen mit reger Beteiligung der Bevölkerung durch. Die dritte Säule des Karnevals ist der Kneipenkarneval, da während der Karnevalssession eine Vielzahl von karnevalsbezogenen Veranstaltungen in der Koblenzer Gastronomie angeboten wird.

Die vorliegende empirische Studie analysiert in erster Linie die ökonomischen Effekte des Sitzungskarnevals und des Straßenkarnevals. Die gesamtwirtschaftlichen Effekte des Kneipenkarnevals können, aufgrund einer unzureichenden Datenlage, nur relativ grob abgeschätzt werden.

Die vorliegende Studie ist, wie folgt, aufgebaut: Im folgenden Kapitel 2 werden die wesentlichen Ergebnisse existierender Studien zusammengefasst. Der methodische Ansatz der Studie wird in Kapitel 3 präsentiert. In Kapitel 4 wird mit Hilfe des Input-Output-Ansatzes erläutert, wie die Hochrechnungen zur Wirtschaftskraft des Koblenzer Karnevals ermittelt werden. Die Ergebnisse der empirischen Erhebungen werden in Kapitel 5 dargestellt. Die zusammenfassende Analyse der gesamtwirtschaftlichen Effekte erfolgt in Kapitel 6. In Kapitel 7 wird die soziale Bedeutung des Koblenzer Karnevals näher erläutert. Kapitel 8 schließt mit einem Fazit.

## 2 ERGEBNISSE EXISTIERENDER STUDIEN

Obwohl der Karneval in vielen Regionen Deutschlands, insbesondere im Rheinland, eine wichtige Rolle für die Brauchtumpflege spielt, existieren kaum empirische Belege über dessen gesamtwirtschaftliche Effekte. Daher werden in diesem Teil des Berichts die wesentlichen Ergebnisse existierender Studien aufgezeigt.

Der westfälische Karneval, insbesondere der Karneval in Münster, wurde in Welp (2009) näher untersucht. Münster besitzt kein ausgeprägtes Karnevalsimage, dennoch ist der dortige Rosenmontagszug in der Region recht bekannt und zieht über 100.000 Besucher an. In 40 Karnevalsvereinen sind ca. 5.100 Personen aktiv und pro Session werden über 180 Veranstaltungen angeboten. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass pro Session 130 € pro Person von den Besuchern der Umzüge ausgegeben werden. Der Autor rechnet diesen Wert auf die prognostizierte Besucherzahl hoch und kommt auf ein Volumen von ca. 18 Mio. €. Hinzu rechnet Welp noch die Ausgaben der Karnevalsgesellschaften, die sich auf ca. 24.000 € pro Jahr und Karnevalsgesellschaft belaufen, und kommt damit hochgerechnet auf eine Gesamtsumme von ca. 1 Mio. €.

Die BostonConsultingGroup hat 2008/2009 eine Studie zum Kölner Karneval durchgeführt (BCG Analyse 2009). Die Wirtschaftskraft des Kölner Karnevals wurde auf ca. 460 Mio. € pro Session und somit pro Jahr geschätzt, wobei ca. 150 Mio. € auf den Sitzungskarneval, ca. 150 Mio. € auf den Straßenkarneval und ca. 160 Mio. € auf den Kneipenkarneval entfielen. In der aufgeführten Studie profitiert die Gastronomie mit Umsätzen in Höhe von ca. 165 Mio. € am meisten von karnevalistischen Aktivitäten. Die Umsätze für Kostüme (Spielwaren) wurden mit 85 Mio. € und die Umsätze des Transportgewerbes mit ca. 75 Mio. € geschätzt. Des Weiteren wird in der Studie nach direkten und indirekten Effekten unterschieden. Im Sitzungskarneval wurden direkte Effekte (d.h. Eintrittskarten und Verzehr) in Höhe von 75 Mio. € und indirekte Effekte (d.h. Umsätze bei Hotels, Taxi und Friseuren) in Höhe von ebenfalls 75 Mio. € geschätzt. Auf den Straßenkarneval entfallen direkte Effekte (d.h. Tribümentickets und Verzehr) in Höhe von ca. 50 Mio. € und indirekte Effekte (d.h. Wagenbau und Süßwaren) in Höhe von ca. 100 Mio. €. Im Bereich Kneipenkarneval wurden direkte Effekte (d.h. Umsätze in Kneipen und Bars) in Höhe von 80 Mio. € und indirekte Effekte (d.h. Umsätze für Transport und private Parties) in Höhe von ca. 80 Mio. € geschätzt. In der Studie wird argumentiert, dass der Kölner Karneval ca. 5.000 Arbeitsplätze im regionalen Umfeld sichert. Im Kölner Karneval sind in ca. 160 Karnevalsgesellschaften mehr als 30.000 Menschen engagiert. Pro Session finden ca. 550 Veranstaltungen statt. Die Studie hat neben den wirtschaftlichen Effekten auch die gesellschaftliche Bedeutung des Kölner Karnevals analysiert. Demnach stellt der Karneval in Köln ein wichtiges Identifikationsmerkmal dar. Des Weiteren wird argumentiert, dass dem Kölner Karneval eine wichtige Botschafterrolle innerhalb Deutschlands beigemessen wird. Dies lässt sich insbesondere durch die überregionale Berichterstattung in Bezug auf einzelne Karnevalsveranstaltungen und auch des Rosenmontagszuges, der live im öffentlich-rechtlichen Fernsehen übertragen wird, darstellen.

Die Werbe- und Medienagentur TFM hat 2012 eine bundesweite Online-Befragung zum Thema Karneval durchgeführt (TFM 2012). In diesem Zusammenhang wurden 1.098 Personen zum Thema Karneval befragt. Die Studie zeigt, dass ca. ein Fünftel

(20,1%) der Befragten sich an Karnevalsaktivitäten beteiligt. Die Studie kommt zu dem Ergebnis, dass die wichtigste Aktivität im Karneval der Straßenkarneval ist, an dem mehr als zwei Drittel (68,1% von n=216) der Karnevalisten teilnehmen. Der Kneipenkarneval, der in Kneipen und Clubs gefeiert wird, nimmt mit 62,1% ebenfalls eine wichtige Rolle ein. An Sitzungen und Bällen nahmen ca. 46,2% der aktiven Karnevalisten teil. Von den Befragten, die sich aktiv an karnevalistischen Aktivitäten beteiligen, gaben 63,5% an sich zu verkleiden, wobei ca. 61,4% weniger als 50€ für Kostümierung ausgegeben haben und ca. 21,8% gaben an, zwischen 50 und 100€ ausgegeben zu haben. Ca. 6,8% der kostümierten Karnevalisten gab an, zwischen 100 und 150€ ausgegeben zu haben und ca. 6,2% der Befragten gab mehr als 150€ für Kostümierung aus.

Laut Branchenangaben<sup>1</sup> wurde in der Karnevalssession 2010/11 ein Umsatz mit Karnevalsartikeln in Höhe von 300,2 Mio. € erzielt. Insgesamt wurden 2,4 Mio. Erwachsenenkostüme und 1,9 Mio. Kostüme für Kinder verkauft. Hinzu kamen ca. eine Mio. Perücken, 2,2 Mio. Hüte und 6,7 Mio. Schminksets.

Neben den positiven ökonomischen Effekten des Karnevals dürfen natürlich auch die Kosten des Karnevals nicht vernachlässigt werden. Beispielhaft seien hier nur die Kosten des Straßenkarnevals genannt, die überwiegend von der öffentlichen Hand getragen werden<sup>2</sup>. Als Großveranstaltung im öffentlichen Raum sind in diesem Kontext einige Kostenarten zu nennen. So waren während des Rosenmontagszuges 2013 in Koblenz 200 Beamte der Polizei im Einsatz. Das Deutsche Rote Kreuz (DRK) kümmerte sich mit 67 Einsatzkräften um betrunkene, verletzte und kranke Besucher des Umzuges. Die Stadtreinigung hatte 60 Mitarbeiter im Einsatz, um die Straßen nach dem Umzug wieder zu reinigen. Des Weiteren verursacht der Karneval weitere volkswirtschaftliche Kosten, z. B. durch die Verringerung der Wirtschaftsleistung an den tollen Tagen, die aber nicht im Einzelnen beziffert werden können.

Die existierenden Studien und Daten zeigen, dass generell, trotz der Kosten die karnevalistische Aktivitäten verursachen, von einer nicht unerheblichen wirtschaftlichen Bedeutung von Karnevalsaktivitäten auszugehen ist. Der Karneval wirkt sich insbesondere positiv auf die Gastronomie und den Verkauf von Kostümartikeln aus. Des Weiteren profitiert eine Vielzahl von Branchen, wie z. B. das Transportgewerbe, von den närrischen Aktivitäten. Dennoch werden in den einzelnen Studien Karnevalsaktivitäten recht unterschiedlich statistisch erfasst und auch die Hochrechnungsfaktoren unterscheiden sich zum Teil beträchtlich. Die vorliegende Studie versucht, mit Hilfe des volkswirtschaftlichen Instruments der Input-Output-Analyse, die Messung der gesamtwirtschaftlichen Wirtschaftskraft von Karnevalsaktivitäten auf ein solides wissenschaftliches Fundament zu stellen.

---

<sup>1</sup> Die Angaben beziehen sich auf dpa (Afx); DVSI (Fachgruppe Karneval).

<sup>2</sup> Die vorliegenden Angaben beziehen sich auf Daten der RheinZeitung vom 12.02.2013.

### 3 METHODISCHE VORGEHENSWEISE

Dieser Beitrag analysiert die regionalökonomischen Effekte des Koblenzer Karnevals und fokussiert insbesondere auf den Nachfragewirkungen, die von den Sitzungen und den Umzügen ausgehen.<sup>3</sup> In diesem Kontext wird zwischen direkten und indirekten ökonomischen Effekten unterschieden. Die **direkten** Effekte analysieren die nachfragewirksamen Ausgaben, die im direkten Kontext der Karnevalsaktivität entstehen. Dies sind insbesondere die Umsätze der Karnevalsvereine durch den Ticketverkauf und durch den Verkauf von Speisen und Getränken während den Karnevalsveranstaltungen. Des Weiteren werden die Ausgaben, die den Vereinen im Vorfeld der Karnevalsumzüge entstehen, wie z. B. Materialkosten für den Wagenbau und die Kosten für Wurfmaterial, erfasst. Um die direkten Effekte analysieren zu können, wurde ein standardisierter Fragebogen erstellt, der von den einzelnen Karnevalsvereinen ausgefüllt wurde. Die **indirekten** Effekte erfassen diejenigen ökonomischen Aktivitäten, die im weiteren Umfeld der Karnevalsveranstaltungen entstehen. Diese beinhalten nachfragewirksame Aktivitäten der Besucher wie z. B. Taxifahrten, Ausgaben für Kostüme, Friseurbesuche etc. Diese indirekten Effekte sind nur schwer messbar und können im Rahmen des Projekts nur relativ grob geschätzt werden. Um dennoch auch hier valide Aussagen treffen zu können, wurden auf einzelnen Sitzungen Stichprobenuntersuchungen mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens durchgeführt, der sich an die Besucher richtete und erfasst, inwiefern im Kontext der besuchten Veranstaltung, weitere Dienstleistungen in Anspruch genommen wurden.

Die vorliegende empirische Untersuchung fokussiert auf die **gesamtwirtschaftlichen Effekte des Sitzungs- und Straßenkarnevals in Koblenz**. Die ökonomischen Effekte des Kneipenkarnevals konnten im Rahmen der Studie nur relativ grob abgeschätzt werden, da eine valide Untersuchung nur mit sehr hohem Aufwand möglich gewesen wäre.

Die folgenden Indikatoren wurden im Rahmen der Studie näher untersucht:

- Sitzungen und Veranstaltungen der Karnevalsvereine während der Session:
  - Umsätze durch Verkauf von Eintrittskarten
  - Umsätze durch den Verkauf von Speisen und Getränken
- Ausgaben der Karnevalsvereine für:
  - Wagenbau (geschätzte Materialkosten)
  - Wurfartikel
  - Kostüme (geschätzte Materialkosten)
- Ausgaben der Besucher für:
  - An- und Abreise
  - Speisen und Getränke
  - Sonstige Ausgaben, die im Zusammenhang mit der besuchten Sitzung entstanden sind, wie z. B. Kleidung und Kostümierung, Friseurbesuche.

Des Weiteren wurden strukturelle Merkmale bei den Besuchern, wie Wohnort und Alter, erhoben.

---

<sup>3</sup> Für einen kurzen Überblick über regionalökonomische Analyseansätze, insbesondere im Kontext der räumlichen Wachstumstheorie, siehe Sellenthin (2012).

Um die nachfragewirksamen Effekte schätzen zu können, wurden Primärdaten erhoben. In diesem Zusammenhang wurden in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber zwei standardisierte Befragungen durchgeführt.

- Die Daten zur Ermittlung der direkten Effekte wurden durch eine Befragung der einzelnen Karnevalsvereine erhoben.
- Um die indirekten Effekte des Karnevals einschätzen zu können, wurden Besucherbefragungen ausgewählter Karnevalssitzungen durchgeführt.

Die Einzelheiten zu den Befragungen sind in Kapitel 5 dargestellt.

Die beiden Primärerhebungen der Veranstalter und Besucher der Koblenzer Karnevalsveranstaltungen liefern Daten insbesondere zum Sitzungskarneval in Koblenz. Um die gesamtwirtschaftlichen Nachfrageeffekte abschätzen zu können, wurden Annahmen insbesondere hinsichtlich des Straßenkarnevals entwickelt. Diese Szenarien basieren auf Daten der Karnevalssession 2011/12 und den durchgeführten Befragungen und bilden die Grundlage für die Hochrechnung der volkswirtschaftlichen Effekte des Straßenkarnevals. Am Rosenmontagszug 2012 haben in Koblenz ca. 150.000 Besucher teilgenommen. Diese Besucherzahl liefert die Grundlage für die Schätzungen zum Straßenkarneval; andere Karnevalsumzüge im Koblenzer Stadtgebiet wurden nicht berücksichtigt. Die auf Grundlage der durchgeführten Primärerhebungen erhobenen Daten wurden als Basis für die Schätzung der relevanten Nachfrageeffekte insbesondere hinsichtlich der Ausgaben für Kostüme, Verzehr und Transportaufwendungen herangezogen.

#### 4 INDUZIERTE NACHFRAGEEFFEKTE DER KARNEVALSAKTIVITÄTEN

Die aus den beiden Befragungen gewonnenen Angaben der Besucher und der Karnevalsvereine wurden zu den durch die Karnevalsveranstaltungen induzierten Gesamtausgaben hochgerechnet. Die direkten Ausgaben der Besucher haben vielfältige Effekte auf das wirtschaftliche Geschehen. So führen die Ausgaben für Speisen und Getränke, die auf den Karnevalsveranstaltungen getätigt werden, zu Umsätzen und damit Produktion und Beschäftigung im Gastgewerbe. Durch Vorleistungsbeziehungen werden damit auch Produktions- und Beschäftigungseffekte in vorgelagerten Wirtschaftszweigen, wie z. B. in der Nahrungsmittelindustrie, induziert.

Die Umsetzung der Besucherausgaben in Produktions- und Beschäftigungswirkungen setzt jedoch voraus, dass die jeweiligen Ausgaben den verschiedenen Wirtschaftsbereichen (Gastgewerbe, Einzelhandel, Transportgewerbe, Dienstleistungen usw.) zugeordnet werden, in denen sie Nachfrageimpulse anstoßen. Die Berechnung der Produktions- und Beschäftigungseffekte erfolgt mit Hilfe von sektorspezifischen Produktions- und Arbeitskoeffizienten. Diese Koeffizienten werden auf Basis der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung vom Statistischen Bundesamt zur Verfügung gestellt (Statistisches Bundesamt 2011). Die direkten Ausgaben der Besucher bilden daher nur einen Teil der wirtschaftlichen Effekte ab. Durch die vielfältigen Vorleistungsbeziehungen werden in erheblichem Umfang Güter und Dienstleistungen von Unternehmen bezogen, die von den Ausgaben der Besucher nicht direkt betroffen sind. Diese indirekt begünstigten Unternehmen fragen ihrerseits wiederum Vorleistungen von Gütern und Dienstleistungen nach. In der Summe ergibt sich so eine Wertschöpfungskette von leistungswirtschaftlichen Folgewirkungen über alle Wirtschaftssektoren.

Neben den Produktions- und Beschäftigungseffekten wird zusätzlich eine Reihe von Einkommenseffekten induziert, da die induzierte Nachfrage zu Einkommen in den betroffenen Branchen führt. Dieses Einkommen entsteht zum einen bei den beschäftigten Arbeitnehmern und zum anderen als Einkommen aus selbstständiger Arbeit und Gewinne bei den Unternehmen selbst. Ein Teil des sich ergebenden verfügbaren Einkommens wird wieder verausgabt und generiert im nächsten Schritt Produktions-, Arbeits- und Einkommenseffekte. Die hieraus entstehenden leistungswirtschaftlichen Folgewirkungen gilt es daher im Zuge der Ermittlung der Wirtschaftskraft des Karnevals in Koblenz ebenfalls zu berücksichtigen.

Damit die gesamtwirtschaftliche Bedeutung eines Wirtschaftszweigs oder einer wirtschaftlichen Aktivität hinreichend exakt abgeschätzt werden kann, ist es daher notwendig, auch die durch Vorlieferungen ausgelösten Produktions- und Beschäftigungseffekte einzubeziehen. Als gängige Methode wird in diesem Kontext die Input-Output-Rechnung<sup>4</sup> verwendet, die die Transaktionen zwischen den Produktionssektoren eines Jahres abbildet. Die Input-Output-Analyse wird heute in

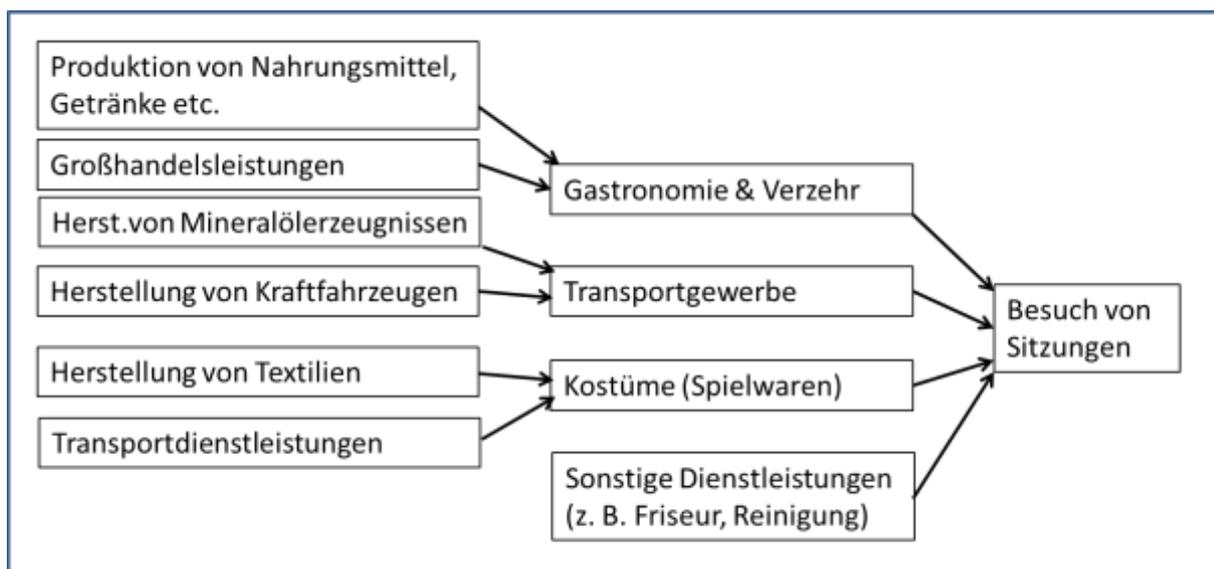
---

<sup>4</sup> Die vorliegende Darstellung der Input-Output-Rechnung orientiert sich an Penzkofer (2005), der in mehreren Studien die Wirtschaftskraft von Messen an verschiedenen Messestandorten in Deutschland ermittelt hat und die Wirksamkeit des methodischen Ansatzes aufgezeigt hat. Zu den Möglichkeiten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung für die ökonomische Analyse, insbesondere zu den Grenzen der Input-Output-Rechnung, siehe Görgens & Ruckriegel (2007).

der Politikberatung eingesetzt, um Beschäftigungswirkungen von verschiedenen Branchen zu analysieren.<sup>5</sup> Infolge zeitintensiver Arbeiten liegen die der Input-Output-Rechnung zugrunde liegenden Tabellen erst mit zeitlicher Verzögerung vor. Während sich über einen längeren Zeitraum die Input-Output-Strukturen sehr wohl verändern, treten über einen kürzeren Zeitraum betrachtet nur geringfügige Strukturveränderungen auf, so dass zwei bis drei Jahre zurückliegende Tabellen als eine sehr gute Näherungslösung der aktuellen Wirtschaftsstruktur angesehen werden können. Bei der Verwendung der Input-Output-Rechnung muss man sich darüber im Klaren sein, dass einige Annahmen unterstellt werden: So wird unter anderem von homogenen Sektoren ausgegangen, und es wird angenommen, dass die durch die Nachfrage generierten Produktionseffekte nicht vom Lager genommen werden. Bezogen auf die volkswirtschaftliche Bedeutung des Koblenzer Karnevals wird letztlich der Effekt des Wegfalls des Karnevals als Nachfragevolumen – ohne Kompensation durch Ausgaben zum Beispiel für andere Veranstaltungen – ermittelt und als Wirkung dieser wirtschaftlichen Aktivität interpretiert.

Der Karneval in Koblenz induziert vielfältige Nachfrageeffekte in verschiedenen Branchen. Die folgende Abbildung 1 zeigt beispielhaft die wirtschaftlichen Verflechtungsbeziehungen des Sitzungskarnevals.

**Abbildung 1: Beispiele für die wirtschaftliche Verflechtung des Sitzungskarnevals**



Quelle: Eigene Darstellung

Der Sitzungskarneval steigert die Nachfrage insbesondere in den Branchen Gastronomie und dem Transportgewerbe. Des Weiteren steigert der Karneval die Nachfrage in den Branchen des Einzelhandels, insbesondere durch den Verkauf von Kostümen und Spielwaren, und im Bereich sonstiger Dienstleistungen (z. B. im Reinigungsgewerbe und im Friseurgewerbe). Um die Verflechtungsbeziehungen zwischen den Wirtschaftszweigen aufzuzeigen, können Input-Output-Tabellen verwendet werden (Statistisches Bundesamt 2010). Um die Verflechtungsbeziehungen und damit die induzierte Nachfrage in vorgelagerten Branchen aufzuzeigen, wird in

<sup>5</sup> Siehe z. B. BMU 2006.

der folgenden Tabelle 1 eine vereinfachte Input-Output-Tabelle für die Gastronomie und das Beherbergungsgewerbe dargestellt.

**Tabelle 1: Input-Koeffizienten 2008 –  
Gastronomie und Beherbergungsdienstleistungen**

<b>Inländische Produktion und Importe in % des Produktionswertes</b>	
Erzeugnisse der Landwirtschaft, Jagd und Dienstleistungen	1,1
Nahrungs- und Futtermittel, Getränke, Tabakerzeugnisse	12,4
Elektr. Strom, Dienstleistg. der Elektriz., Wärme- und Kälteversorgung	1,1
Vorb. Baustellen-, Bauinstallations- und sonstige Ausbauarbeiten	1,3
Großhandelsleistungen (ohne Handelsleistungen mit Kfz)	6,6
Einzelhandelsleistungen (ohne Handelsleistungen mit Kfz)	0,9
Dienstleistungen des Verlagswesens	0,7
Dienstleistg. v. audiovisuell. Medien, Musikverlag. u. RF-veranstaltern	2,6
Telekommunikationsdienstleistungen	0,8
Finanzdienstleistungen	1,6
Dienstleistungen des Grundstücks- und Wohnungswesens	6,5
Dienstleistungen der Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatung	0,5
Dienstleistungen der Vermietung von beweglichen Sachen	1,3
Dienstleistungen der Vermittlung und Überlassung von Arbeitskräften	2,5
Wach-, Sicherheitsdienstlg., wirtschaftl. Dienstleistg. a.n.g	1,5
Sonstige überwiegend persönliche Dienstleistungen	0,5
Sonstiges (Addition aller Branchen deren Koeffizient <0,5%)	6,7
<b>Vorleistungen der Produktionsbereiche</b>	<b>Summe I 48,6</b>
Gütersteuern abzüglich Gütersubventionen	1,6
<b>Vorleistungen der Produktionsbereiche zu Anschaffungspreisen</b>	<b>Summe II 50,2</b>
Arbeitnehmerentgelt im Inland	31,0
Bruttobetriebsüberschuss	18,8
<b>Bruttowertschöpfung</b>	<b>Summe III 49,8</b>
<b>Produktionswert (Summe II + Summe III)</b>	<b>Summe IV 100</b>

Quelle: Statistisches Bundesamt (2011)

Die in Tabelle 1 dargestellten Input-Koeffizienten dienen zur Beschreibung der kurzfristigen direkten Effekte einer Änderung der Endnachfrage in der betrachteten Branche. Am Beispiel der für den Karneval bedeutsamen Gastronomie kann man erkennen, dass eine Steigerung der Nachfrage nach Dienstleistungen des Gastronomie- und Beherbergungsgewerbes um bspw. eine Million Euro eine Steigerung der Nachfrage in der Nahrungs- und Getränkeindustrie um ca. 124.000 Euro (d.h. 12,4%) zur Folge hätte. Zusätzlich würde eine Steigerung der Nachfrage in der Gastronomie um bspw. eine Million Euro die Nachfrage im Großhandel um ca. 66.000 Euro (d.h. 6,6%) nach sich ziehen. Insgesamt sind bezogen auf die Produktion von einem Euro Output in der Gastronomie und dem Beherbergungsgewerbe Vorleistungen in Höhe von 48,6 Cent aus anderen Branchen erforderlich. Pro Euro Nachfrage in der Gastronomie entstehen wiederum 31 Cent Arbeitnehmerentgelte im Inland und 1,6 Cent Gütersteuern (ohne Einkommenssteuern aus dem sich ergebenden Einkommen). Insgesamt ergibt sich eine Bruttowertschöpfung in der Gastronomie- und dem Beherbergungsgewerbe von 49,8%, d.h. pro nachgefragten Euro ergibt sich eine Bruttowertschöpfung in Höhe von ca. 50 Cent. Die Bruttowertschöpfung entspricht dem Bruttoproduktionswert abzüglich der bezogenen Vorleistungen aus anderen Wirtschaftsbereichen und misst damit die in den einzelnen

Wirtschaftsbereichen erbrachten Leistungen. Vereinfacht ausgedrückt entspricht die Bruttowertschöpfung dem Beitrag der betrachteten Branche zum Bruttoinlandsprodukt. Die Bruttowertschöpfung unterscheidet sich zwischen den Branchen, wie in Tabelle 2, dargestellt. In der Gastronomie liegt die Bruttowertschöpfung bei ca. 50% des Produktionswertes.

**Tabelle 2: Bruttowertschöpfung nach Produktionsbereichen in % des Produktionswertes**

Erzeugnisse der Landwirtschaft	34,4
Nahrungs- u. Futtermittel, Getränke	20,5
Textilien, Bekleidung, Lederwaren	30,0
<b>Gastronomie und Beherbergung</b>	<b>49,8</b>
Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz)	53,5
Großhandel (ohne Handel mit Kfz)	57,8
Dienstleistungen d. Grundstücks- u. Wohnungswesens	79,0
Landverkehrs- und Transportleistungen	47,8

Quelle: Statistisches Bundesamt (2011)

Die Input-Output-Tabelle für die Gastronomie zeigt, dass eine Steigerung der Nachfrage in der Gastronomie zu einer Steigerung der Nachfrage in der Nahrungs- und Getränkeindustrie um 12,4% führt (vgl. Tab.1). In der folgenden Input-Output-Tabelle für die Nahrungsmittel und Getränkeindustrie sind die induzierten Nachfrageeffekte zusammenfassend dargestellt.

**Tabelle 3: Input-Koeffizienten 2008 – Nahrungs- und Futtermittel, Getränke, Tabakerzeugnisse**

<b>Inländische Produktion und Importe in % des Produktionswertes</b>	
Erzeugnisse der Landwirtschaft, Jagd und Dienstleistungen	20,7
Erdöl und Erdgas	0,6
Nahrungs- und Futtermittel, Getränke, Tabakerzeugnisse	19,3
Papier, Pappe und Waren daraus	1,7
Kokerei- und Mineralölerzeugnisse	0,6
Chemische Erzeugnisse	0,6
Gummi- und Kunststoffwaren	1,4
Metallerzeugnisse	0,5
Reparatur, Instandh. u. Installation v. Maschinen u. Ausrüstungen	0,5
Elektr. Strom, Dienstleistg. der Elektriz. -, Wärme- und Kälteversorg	1,3
Industriell erzeugte Gase, Dienstleistungen der Gasversorgung	0,6
Dienstleistg. d. Abwasser-, Abfallentsorg. u. Rückgewinnung	0,7
Vorb. Baustellen-, Bauinstallations- und sonstige Ausbauarbeiten	0,5
Großhandelsleistungen (ohne Handelsleistungen mit Kfz)	8,5
Einzelhandelsleistungen (ohne Handelsleistungen mit Kfz)	1,5
Landverkehrs- und Transportleistungen in Rohrfernleitungen	1,6
Lagereleistungen, sonstige Dienstleistungen für den Verkehr	2,9
Finanzdienstleistungen	0,7
Dienstleistungen des Grundstücks- und Wohnungswesens	1,8
Dienstleistungen der Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatung	2,3
Werbe- und Marktforschungsleistungen	3,1
Dienstleistungen der Vermietung von beweglichen Sachen	0,8
Wach-, Sicherheitsdienstlg., wirtschaftl. Dienstleistg. a.n.g	1,1
Sonstiges (Addition aller Branchen deren Koeffizient <0,5%)	4,7
<b>Vorleistungen der Produktionsbereiche</b>	<b>Summe I 78,0</b>
Gütersteuern abzüglich Gütersubventionen	1,5
<b>Vorleistungen der Produktionsbereiche zu Anschaffungspreisen</b>	<b>Summe II 79,5</b>
Arbeitnehmerentgelt im Inland	14,6
Bruttobetriebsüberschuss	5,9
<b>Bruttowertschöpfung</b>	<b>Summe III 20,5</b>
<b>Produktionswert (Summe II + Summe III)</b>	<b>Summe IV 100</b>

Quelle: Statistisches Bundesamt (2011)

Aus Tabelle 3 lässt sich erkennen, dass wiederum in einer Vielzahl verschiedener Branchen zusätzliche Nachfrage induziert wird. So führt bspw. eine Steigerung der Nachfrage in der Nahrungsmittelindustrie um eine Million Euro zu einer Steigerung der Nachfrage in der Landwirtschaft um ca. 207.000 Euro (d.h. 20,7%), im Großhandel um ca. 85.000 Euro und zu einem induzierten Gütersteueraufkommen in Höhe von ca. 15.000 Euro (d.h. 1,5%).

Wie beispielhaft durch die Input-Output-Tabellen dargestellt, führt also eine Erhöhung der Nachfrage in einem Bereich (z. B. in der Gastronomie aufgrund karnevalistischer Aktivitäten) zu einer Erhöhung der Nachfrage und damit auch der Produktion in einem vorgelagerten Bereich (z. B. in der Nahrungsmittelindustrie) und dies generiert wiederum Nachfrage in vorgelagerten Branchen (z. B. in der Landwirtschaft). Bei der Ermittlung der von einer Erhöhung der Endnachfrage ausgehenden kumulierten Effekte kann daher auf die entsprechende Input-Koeffizienten-Struktur zurückgegriffen werden, wenn unterstellt wird, dass jede Erhöhung genau im Ausmaß der durch die direkten Input-Koeffizienten gegebenen Anteilsstruktur erfolgt, d.h. es wird in der weiteren Analyse eine linear-limitationale

Produktionsfunktion unterstellt. Mit Hilfe dieser Annahme lassen sich die kumulativen Input-Koeffizienten-Matrizen ableiten (die sogenannte Leontief-Inverse), wie in Tabelle 4 dargestellt.

**Tabelle 4: Inverse Koeffizienten und Multiplikatoren inländischer Produktion 2008**

Erzeugnisse der Landwirtschaft	1,92
Nahrungs- u. Futtermittel, Getränke	2,16
Textilien, Bekleidung, Lederwaren	1,79
Gastronomie und Beherbergung	1,74
Einzelhandel (ohne Handel mit Kfz)	1,66
Großhandel (ohne Handel mit Kfz)	1,64
Dienstleistungen d. Grundstücks- u. Wohnungswesens	1,30
Landverkehrs- und Transportleistungen	1,78

Quelle: Statistisches Bundesamt (2011)

Die in Tabelle 4 dargestellten Produktionsmultiplikatoren für die inländische Produktion betrachten nur die heimische Produktionsverflechtung. Der Wert von 1,92 bei landwirtschaftlichen Erzeugnissen zeigt, dass durch die Lieferung von landwirtschaftlichen Erzeugnissen an die Endnachfrage in Höhe von 1 Mio. € direkt und indirekt eine heimische Produktion von 1,92 Mio. € induziert wird.

Die dargestellten Input-Output-Tabellen beziehen sich zwar auf die Verflechtungen in der gesamten Gastronomie in Deutschland und sind daher nicht spezifisch für Koblenz ausgewiesen, dennoch kann damit die Bedeutung von Nachfrageänderungen, auch auf regionaler Ebene, aufgezeigt werden.

Im weiteren Verlauf des Beitrags werden auf Grundlage der durchgeführten empirischen Untersuchungen die induzierten Nachfrageeffekte in anderen Branchen abgeschätzt. D.h. für die Daten, die gastronomische Dienstleistungen betreffen, werden die gesamtwirtschaftlichen Nachfrageeffekte mit Hilfe des Multiplikators für die Gastronomie hochgerechnet, für Ausgaben im Bereich Kleidung und Kostüme wird der Multiplikator für die Textilwirtschaft herangezogen und für Transportausgaben wird der Multiplikator für Transportleistungen zur Schätzung der gesamtwirtschaftlichen Effekte herangezogen.

## 5 EMPIRISCHE EFFEKTE DER KARNEVALSAKTIVITÄTEN

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der empirischen Erhebungen dargestellt. Zunächst wird die Anbieterseite präsentiert. Die wesentlichen Anbieter des Sitzungskarnevals sind die Karnevalsvereine und der Dachverband AKK e. V. Die Befragungsergebnisse der Angebotsseite werden in 5.1 dargestellt. Die Nachfrageseite und die wesentlichen Ergebnisse der Besucherbefragungen werden in 5.2 dargestellt. In 5.3 werden die gesamtwirtschaftlichen Hochrechnungen präsentiert.

### 5.1 DIE ANBIETER VON KARNEVALSAKTIVITÄTEN

Im Rahmen einer web-basierten Befragung wurden die Karnevalsvereine, die im AKK e. V. organisiert sind, befragt. Die standardisierte Befragung der Karnevalsvereine wurde vom 08.11. bis zum 06.12.2012 durchgeführt. Die Vereine wurden nach Ihren Aktivitäten im Sitzungskarneval (insbesondere die generierten Umsätze mit Speisen und Getränken und Ticketverkauf), im Straßenkarneval (Ausgaben für Kostüme, Bau von Motivwagen und Wurfmaterial) und zu den strukturellen Eigenschaften des Vereins (Mitgliederzahl, sonstige Aktivitäten) befragt. Zusätzlich zu allen im AKK e. V. organisierten Vereinen wurden auch einige Vereine befragt, die sich im Koblenzer Karneval engagieren, aber nicht dem AKK e. V. zugehörig sind. Insgesamt wurden 57 Vereine gebeten, sich an der Befragung zu beteiligen. Nach zweimaliger Erinnerung haben sich insgesamt 44 Vereine an der Befragung beteiligt. Dies entspricht einer Rücklaufquote von 77,2%. Die statistischen Auswertungen zu den Vereinen wurden jeweils auf die Grundgesamtheit aller Koblenzer Karnevalsvereine hochgerechnet. Die Angaben beziehen sich auf die Session 2011/12.

In der folgenden Tabelle 5 werden einige Strukturmerkmale zu den befragten Vereinen dargestellt. Über 10.000 Menschen sind in Koblenz in Karnevalsvereinen engagiert. Dies entspricht im Durchschnitt 200 Mitgliedern pro Verein, wobei die tatsächliche Mitgliederzahl der befragten Vereine von 13 bis 650 Mitglieder reicht. Insgesamt sind 1.942 Kinder und Jugendliche als Mitglieder in den Vereinen aktiv.

**Tabelle 5: Strukturmerkmale der Vereine**

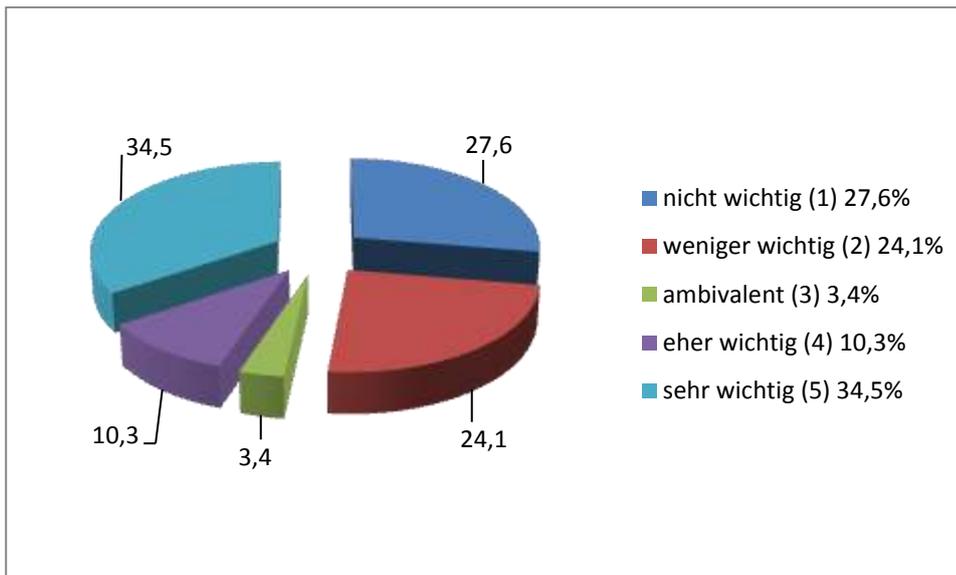
Mitglieder gesamt	10.354
Mitglieder/Verein	200
Anzahl Mitglieder Kinder und Jugendliche	1.942
Anteil Kinder und Jugendliche	18,8

Quelle: Eigene Erhebung

Die befragten Vereine sind vielfältig engagiert. Fast drei Viertel (72,5%) der Vereine bieten auch Aktivitäten an, die nichts mit dem Karneval zu tun haben und nur 27,5% der befragten Vereine bezeichnen sich als reine Karnevalsvereine. Das soziale Engagement der Vereine ist vielfältig und beinhaltet u.a. die Gestaltung von Seniorennachmittagen, Grillfesten, St. Martins-Umzügen und weiteren Aktivitäten. Dennoch spielt der Karneval eine übergeordnete Bedeutung, da im Durchschnitt über alle Vereine der Umfang der Karnevalsaktivitäten 60,3% an allen Vereinsaktivitäten

einnimmt. Die außerkarnevalistischen Veranstaltungen spielen eine wichtige Rolle für die Finanzierung der Karnevalsaktivitäten der Vereine. Wie in Abbildung 2 dargestellt, sind die außerkarnevalistischen Aktivitäten für 44,8% der befragten Vereine sehr wichtig, bzw. wichtig für die Finanzierung der Karnevalsaktivitäten. Auf die Grundgesamtheit aller Vereine hochgerechnet ergaben sich Einnahmen aus außerkarnevalistischen Aktivitäten in Höhe von 243.436 € im Jahresdurchschnitt der Jahre 2011 und 2012.

**Abbildung 2: Bedeutung außerkarnevalistischer Aktivitäten für die Finanzierung (% , n=29)**



Quelle: Eigene Erhebung

In Tabelle 6 sind nähere Angaben zum Sitzungskarneval der Session 2011/12 aufgeführt. Laut Angabe der Karnevalsvereine haben insgesamt 26.095 Besucher Sitzungen besucht. Dies entspricht einer durchschnittlichen Besucherzahl von 208 Personen. Ein knappes Drittel (32,6%) der Vereine hat auch Kindersitzungen angeboten, diese wurden von insgesamt 3.154 Kindern und Jugendlichen besucht. Bei der Mehrheit der Kindersitzungen (57,1%) war der Eintritt frei. Neben den Vereinen, die im AKK e. V. organisiert sind, ist auch der Dachverband selbst als Veranstalter im Karneval tätig. In diesem Kontext haben an der Auftaktveranstaltung am 11.11., der Inthronisation von Prinz und Confluentia, der Seniorensitzung, der Sitzung für Menschen mit Behinderung, der Erstürmung und den beiden Karnevalsveranstaltungen auf dem Schängelschiff insgesamt 6.600 Besucher teilgenommen.

**Tabelle 6: Statistik zum Sitzungskarneval Session 2011/12**

Anzahl Besucher	26.095
Besucher pro Sitzung	208
Kindersitzungen Anzahl Besucher	3.154
Anteil Vereine mit Kindersitzungen (%)	32,6
Anteil Kindersitzungen nicht kostenpflichtig (%)	57,1

Quelle: Eigene Erhebung

Die Karnevalsvereine wurden zu deren Einnahmen und Ausgaben im Sitzungskarneval 2011/12 befragt. Die aggregierten und hochgerechneten Ergebnisse werden in Tabelle 7 dargestellt. Insgesamt betragen die Einnahmen mit Ticketverkauf für alle Sitzungen ca. 200.000 €. Knapp 35.000 € wurden an Saalmieten für die Karnevalsveranstaltungen ausgegeben. Die Einnahmen auf den Veranstaltungen betragen insgesamt ca. 230.000 €. An sonstigen Ausgaben wurden ca. 160.000 € getätigt. Sonstige Ausgaben beinhalten Ausgaben für Orden, Musik, Geschenke etc.

**Tabelle 7: Einnahmen und Ausgaben Sitzungskarneval Session 2011/12**

<b>Einnahmen</b>	
Ticketverkauf	196.131 €
Ticketverkauf Kindersitzungen	4.604 €
Speisen- und Getränkeumsatz	200.335 €
Speisen- und Getränkeumsatz Kindersitzungen	29.078 €
<b>Ausgaben</b>	
Saalmieten	32.355 €
Saalmieten Kindersitzungen	2.289 €
Sonstige Ausgaben	156.972 €
Sonstige Ausgaben Kindersitzungen	2.306 €

Quelle: Eigene Erhebung

Die Vereine wurden nach deren Ausgaben für Kostüme, Motivwagen und Wurfartikel befragt. Die Ergebnisse sind in Tabelle 8 dargestellt. Insgesamt gaben die Vereine an, 173.464 € für Kostüme ausgegeben zu haben. Von den befragten Vereinen gaben 62% an, einen Motivwagen für die Session 2011/12 gebaut zu haben. Die gesamten Kosten für den Wagenbau wurden auf ca. 34.000 € geschätzt, dies entspricht ca. 1.000 € pro Wagen. Über 40.000 € wurden laut Angaben der befragten Vereine für Wurfartikel ausgegeben.

**Tabelle 8: Ausgaben für Kostüme, Motivwagen und Wurfartikel Session 2011/12**

Kostümausgaben	173.464 €
Motivwagenbau Kosten	33.815 €
Kosten/Wagen	1.004 €
Wurfartikel	41.013 €

Quelle: Eigene Erhebung

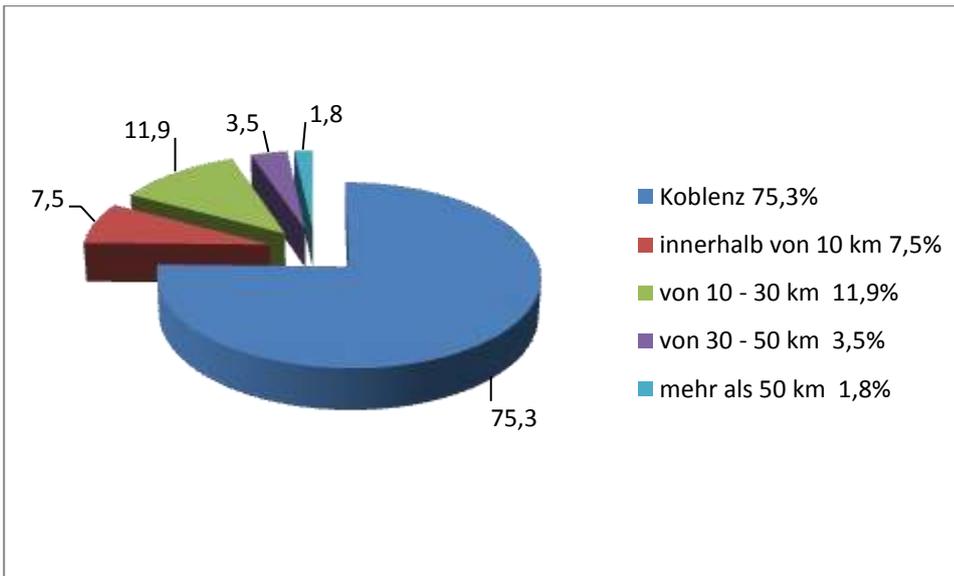
Die dargestellten Ergebnisse der Anbieterseite, d.h. die Ausgaben und Einnahmen der Karnevalsvereine, zeigt bereits, dass der Koblenzer Karneval beträchtliche ökonomische Effekte generiert. Um ein ausgewogenes Bild der ökonomischen Effekte zu erhalten, wurden die Besucher von Karnevalsveranstaltungen befragt.

## **5.2 DIE NACHFRAGER VON KARNEVALSAKTIVITÄTEN**

Um ein detailliertes Bild über die Besucher von Karnevalsveranstaltungen zu erhalten, wurden auf ausgewählten Karnevalssitzungen Besucherbefragungen durchgeführt. In diesem Kontext wurden den Besuchern Fragen hinsichtlich der direkten Ausgaben für Speisen und Getränke auf den Veranstaltungen, den Transportkosten, die im Zusammenhang mit der besuchten Veranstaltung entstanden sind, den indirekten Ausgaben für Kostümierung, Kleidung, Friseurbesuch und sonstiger Ausgaben gestellt. Des Weiteren wurden Daten über die persönlichen Eigenschaften der Besucher erhoben. Insgesamt wurden Daten auf vier größeren Sitzungen während der Session 2012/13 mit einem Rücklauf von  $n=229$  erhoben. Aufgrund des relativ niedrigen Rücklaufs können die vorliegenden Daten nicht als repräsentativ für alle Karnevalsveranstaltungen in Koblenz angesehen werden, dennoch liefern die Daten einen guten Überblick über strukturelle Eigenschaften der Besucher und deren Konsumverhalten.

Im Folgenden werden Daten zur Besucherstruktur dargestellt. Die Besucher wurden gefragt, welche Postleitzahl ihr Wohnort hat. Dieser Indikator wurde für die Messung der Distanz zum Veranstaltungsort und damit zur lokalen und regionalen Verankerung der Veranstaltung verwendet. Die folgende Abbildung 3 zeigt, dass die Mehrheit der Besucher (75,3% der Befragten) direkt aus dem Koblenzer Stadtgebiet angereist ist. Rund ein Fünftel (19,4%) der befragten Besucher kam aus dem Koblenzer Umland, d.h. einem Umkreis von ca. 30 km. Ein geringer Anteil der Befragten hatte eine weitere Anreise. Dies zeigt, dass der Koblenzer Karneval in erster Linie lokal und regional geprägt ist.

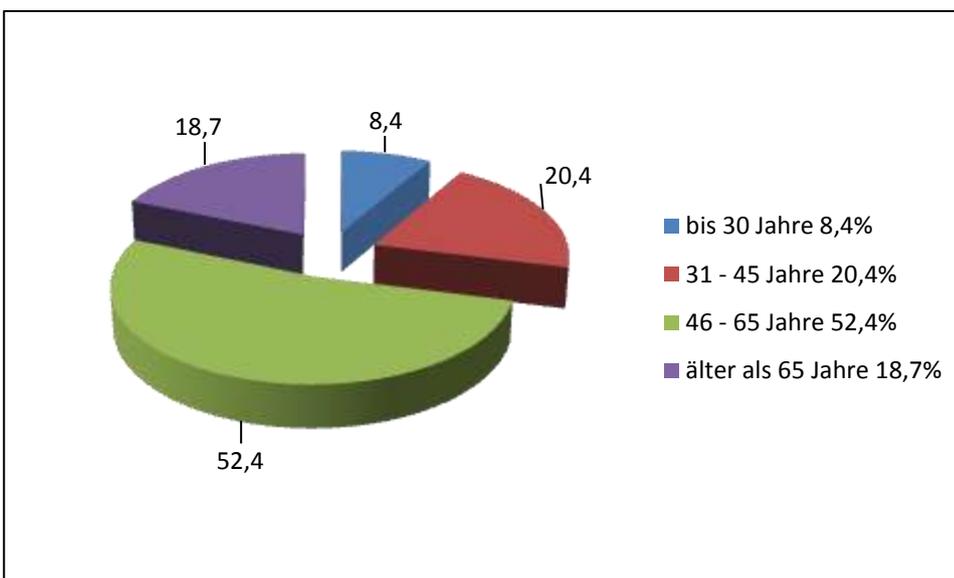
**Abbildung 3: Wohnort der Besucher von Karnevalsveranstaltungen (% , n=227)**



Quelle: Eigene Erhebung

In Abbildung 4 ist die Altersstruktur der Befragten dargestellt. Die Mehrheit (52,4%) der befragten Besucher war zum Befragungszeitpunkt zwischen 46 und 65 Jahre alt. Ein knappes Fünftel (18,7%) war älter als 65 Jahre. Die Befragung hat gezeigt, dass der Sitzungskarneval auch für jüngere Besucher attraktiv ist, da 8,4% der Befragten jünger als 30 Jahre und 20,4% zwischen 31 und 45 Jahre alt war. In diesem Zusammenhang ist allerdings darauf hinzuweisen, dass die Besucherbefragungen nur auf Veranstaltungen durchgeführt wurden, die sich an ein erwachsenes Publikum gerichtet haben, d.h. Veranstaltungen, die sich an Kinder und Jugendliche richten, wurden bewusst bei den Besucherbefragungen ausgeblendet. Die empirische Erhebung bei den Karnevalsvereinen hat gezeigt, dass es eine Vielzahl an Veranstaltungen gibt, die sich gezielt an jüngeres Publikum wenden.

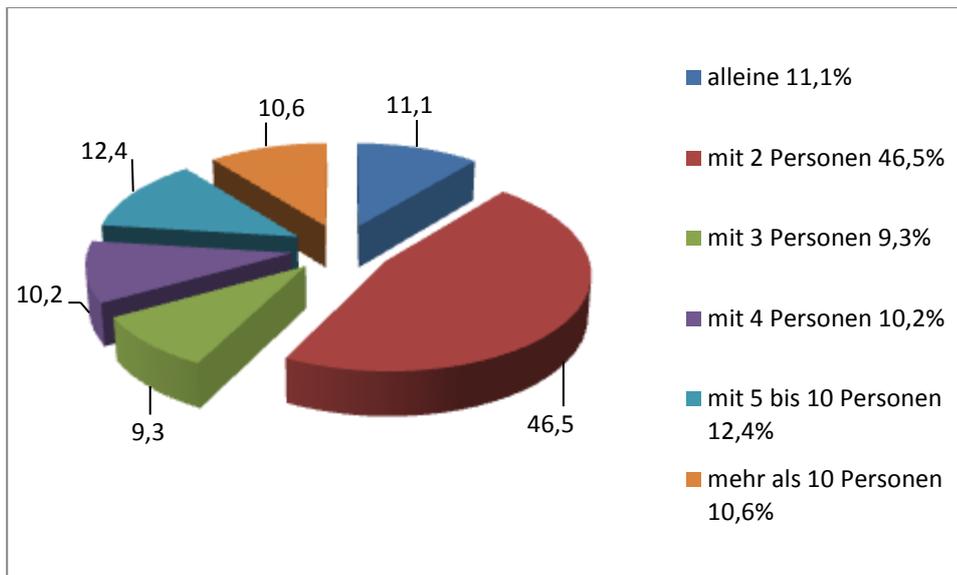
**Abbildung 4: Altersstruktur der befragten Besucher (% , n=225)**



Quelle: Eigene Erhebung

Die Besucher wurden gefragt, in welcher Gesellschaft die Sitzung besucht wurde. Die Ergebnisse sind in Abbildung 5 dargestellt. Erwartungsgemäß besuchen die meisten Karnevalisten die Veranstaltungen in Gesellschaft ihres Partners oder ihrer Partnerin (46,5%). Nur wenige Besucher haben die Veranstaltungen alleine besucht (11,1%). Des Weiteren haben die Besucherbefragungen gezeigt, dass es üblich ist, die Sitzungen in Gruppen zu besuchen. So haben 12,4% der Befragten die Sitzungen in Gruppen mit fünf bis zehn Personen besucht und 10,6% der befragten Besucher haben an der Sitzung in einer Gruppe mit mehr als 10 Personen teilgenommen.

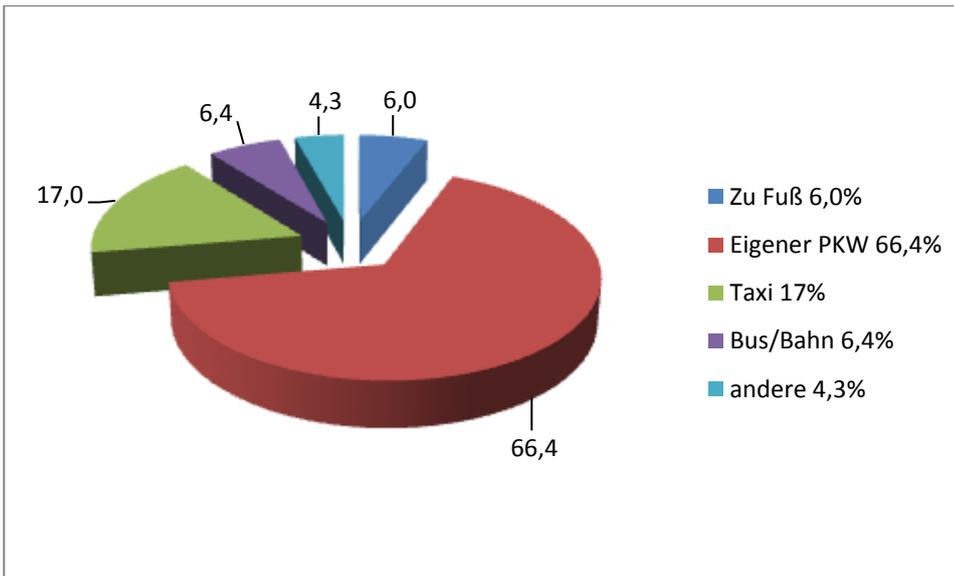
**Abbildung 5: Anzahl Personen, mit denen eine Sitzung besucht wurde (% , n=226)**



Quelle: Eigene Erhebung

Um die indirekten Effekte des Sitzungskarnevals zu erfassen, wurden die Besucher nach deren Transportmittel für An- und Abreise gefragt. Wie bereits erwähnt, ist der Koblenzer Karneval eher lokal und regional geprägt. Dies spiegelt sich auch in der Statistik zur An- und Abreise wider, wie in Abbildung 6 dargestellt. Die große Mehrheit der Besucher (66,4%) ist zur Sitzung mit dem eigenen PKW angereist, 6% der befragten Besucher kam zu Fuß zur Veranstaltung. Dennoch generiert der Koblenzer Karneval Umsätze und damit Wertschöpfung im Transportgewerbe, da 17% der Besucher für An- und/oder Abreise auf Taxiunternehmen zurückgegriffen hat und 6,4% der Befragten Bus oder Bahn genutzt hat.

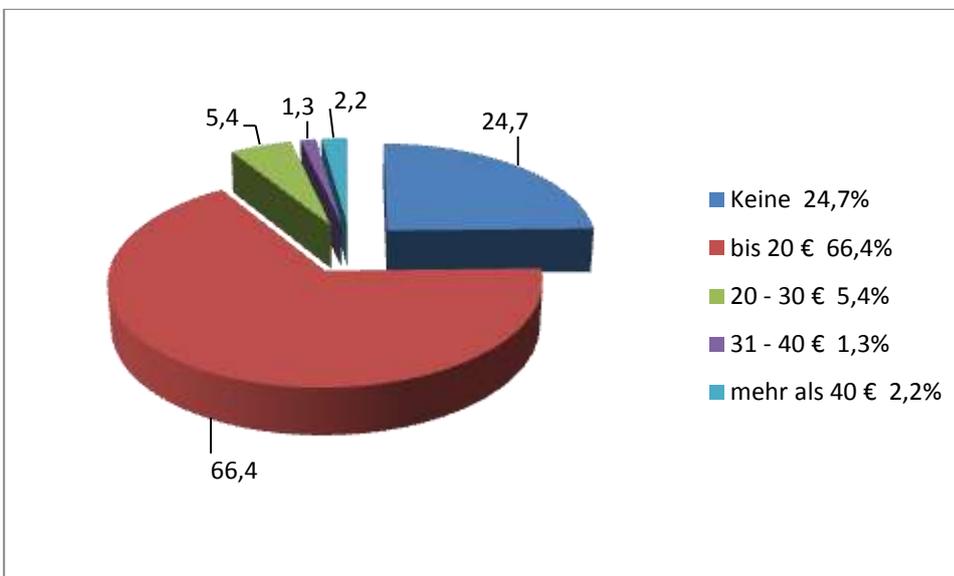
**Abbildung 6: Verkehrsmittel für An- und Abreise (% , n=229)**



Quelle: Eigene Erhebung

In Abbildung 7 sind die Ausgaben für An- und Abreise pro Person dargestellt. Rund zwei Drittel (66,4%) hatte Ausgaben in Höhe von bis zu 20€ pro Person getätigt, um zur Sitzung und wieder nach Hause zu gelangen. Knapp ein Viertel der Befragten (24,7%) hatte keinerlei Transportkosten. Ein knappes Zehntel der Besucher (8,9%) hatte Transportkosten pro Person, die höher als 20€ waren.

**Abbildung 7: Ausgaben für An- und Abreise pro Person (% , n=223)**

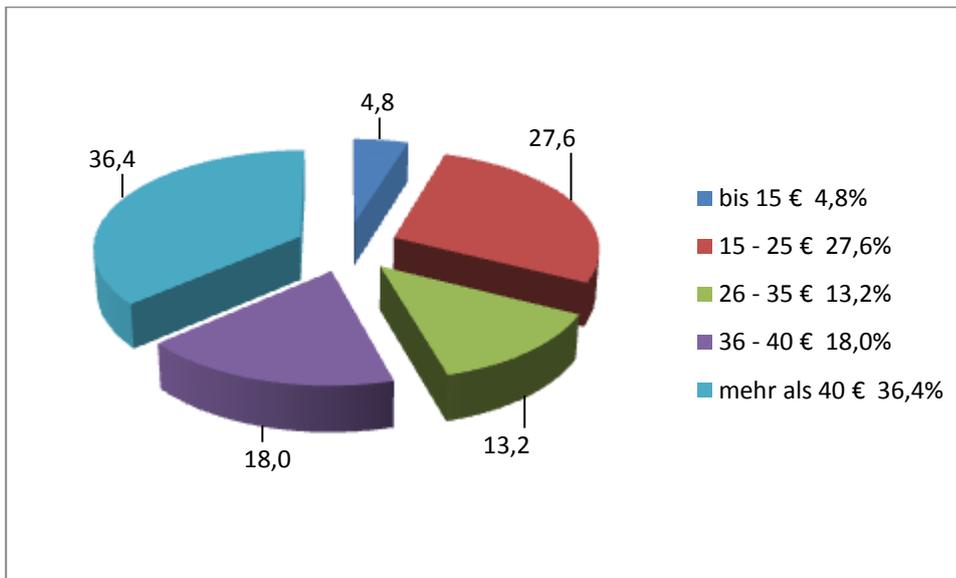


Quelle: Eigene Erhebung

Der Verzehr auf den Karnevalsveranstaltungen und die indirekten Ausgaben, die im Vorfeld der Sitzungen getätigt wurden, spielen eine wichtige Rolle für die Schätzung der Wirtschaftskraft des Koblenzer Karnevals. Die Besucher der Veranstaltungen wurde daher gefragt, wie hoch ihre Ausgaben für Speisen und Getränke pro Person auf den besuchten Veranstaltungen waren. Die Ergebnisse sind in Abbildung 8

dargestellt und zeigen die relativ hohe Zahlungsbereitschaft für Verzehr auf den Karnevalsveranstaltungen. Lediglich 4,8% der befragten Besucher gab weniger als 15€ pro Person für Speisen und Getränke aus. Etwas weniger als ein Drittel (27,6%) der Befragten gab zwischen 15 und 25€ pro Person und Sitzung für Verzehr aus. Von den befragten Besuchern gaben 13,2% an, zwischen 26 und 35€ für Speisen und Getränke pro Person ausgegeben zu haben. Die große Mehrheit der Besucher (54,4%) gab an, mehr als 36€ für Speisen und Getränke pro Person ausgegeben zu haben.

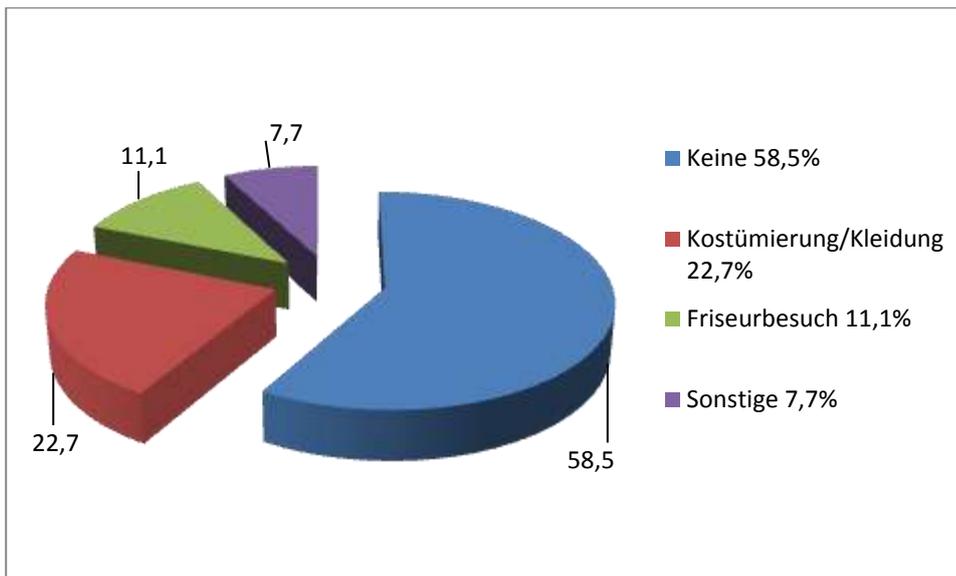
**Abbildung 8: Ausgaben für Speisen und Getränke pro Person (% , n=228)**



Quelle: Eigene Erhebung

Neben den direkten Ausgaben für Speisen und Getränke auf den Karnevalsveranstaltungen spielen auch die indirekten Ausgaben, die im Vorfeld der Veranstaltungen getätigt werden, eine wichtige Rolle für die regionale Wertschöpfung. Die Besucher wurden daher gefragt, ob und in welchem Umfang weitere Ausgaben getätigt wurden. Die Ergebnisse sind in Abbildung 9 dargestellt. Die Mehrheit der Befragten (58,8%) hatte keine weiteren Ausgaben im Vorfeld der Sitzungen getätigt. Ein knappes Viertel der Befragten (22,7%) gab an, Ausgaben für Kostümierung und/oder Kleidung getätigt zu haben. 11,1% der befragten Besucher antworteten, dass im Zusammenhang mit der Veranstaltung ein Friseur besucht wurde und 7,7% der Befragten hatten sonstige Ausgaben getätigt. Sonstige Ausgaben, die nicht weiter spezifiziert wurden können z. B. Ausgaben für Babysitter oder ähnliches sein.

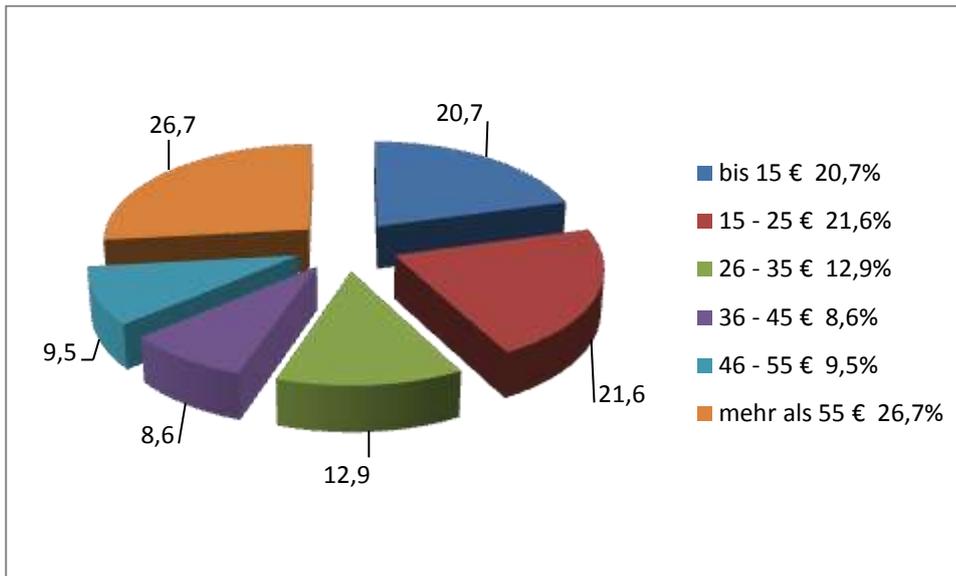
Abbildung 9: Weitere Ausgaben im Vorfeld der Sitzungen (% , n=196)



Quelle: Eigene Erhebung

Um die ökonomischen Effekte abschätzen zu können, wurden die Besucher nach dem finanziellen Umfang der sonstigen Ausgaben, die im Vorfeld der Sitzungen getätigt wurden, gefragt. Die Ergebnisse sind in Abbildung 10 dargestellt. Wie bereits dargestellt, haben 41,5% der befragten Besucher angegeben, weitere Ausgaben getätigt zu haben. Diese Ausgaben können vom finanziellen Umfang her aber durchaus beträchtlich sein. Von den Befragten gaben 20,7% an, weniger als 15€ pro Person ausgegeben zu haben. Ein knappes Viertel (21,6%) gab an, zwischen 15 und 25€ pro Person für Ausgaben, die im Zusammenhang mit der besuchten Karnevalsveranstaltung stehen, ausgegeben zu haben. 12,9% der Befragten hat zwischen 26 und 35€ pro Person ausgegeben und 18,1% der befragten Besucher hat zwischen 36 und 55€ pro Person für sonstige Ausgaben im Vorfeld der Sitzungen ausgegeben. Ein relativ hoher Anteil, nämlich 26,7%, der befragten Besucher hat im Zusammenhang mit der besuchten Karnevalsveranstaltung mehr als 55€ pro Person in Form von sonstigen Ausgaben getätigt. Dies zeigt, dass der Koblenzer Karneval Umsätze und Wertschöpfung nicht nur im Bereich Verzehr, sondern auch in weiteren Dienstleistungen generiert.

**Abbildung 10: Ausgaben, die im Vorfeld der Veranstaltung getätigt wurden pro Person (% ,n=116)**



Quelle: Eigene Erhebung

In Tabelle 9 sind die durchschnittlichen Ausgaben der Besucher von Karnevalsveranstaltungen dargestellt. Im Durchschnitt hat jeder befragte Besucher knapp 100€ ausgegeben. Die Kosten für An- und Abreise belaufen sich auf ca. 17€ pro Person und für Speisen und Getränke wurden durchschnittlich ca. 41€ pro Person veranschlagt. Weitere Ausgaben, d.h. Kosten für Kostümierung, Friseurbesuch und Sonstiges, wurden mit ca. 41€ pro Person angegeben.

**Tabelle 9: Durchschnittliche Ausgaben der Sitzungsbesucher (n=229)**

Speisen/Getränke pro Person	41,27 €
Transportkosten pro Person	17,08 €
Weitere Ausgaben pro Person	40,82 €
Summe	99,17 €

Quelle: Eigene Erhebung

Die Analyse der Anbieter und Nachfrager von Karnevalsaktivitäten in Koblenz deutet bereits darauf hin, dass in der Summe eine nicht unbedeutende Wirtschaftskraft vom Koblenzer Karneval ausgeht. Im folgenden Abschnitt werden daher Anbieter- und Nachfrageseite zusammengeführt, um eine gesamtwirtschaftliche Schätzung der ökonomischen Effekte des Koblenzer Karnevals zu ermöglichen.

## 5.3 GESAMTWIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE DES KARNEVALS

In diesem Unterkapitel werden die Schätzungen und Hochrechnungen hinsichtlich der gesamtwirtschaftlichen Wirtschaftskraft des Koblenzer Karnevals präsentiert. Die Schätzungen basieren auf den Ergebnissen der beiden durchgeführten Befragungen. Zusätzlich wurden einige Annahmen getroffen, die im Einzelnen erläutert werden. Die Ergebnisse werden gegliedert nach den Aktivitäten des Koblenzer Karnevals, d.h. dem Sitzungs-, Straßen- und Kneipenkarneval, dargestellt.

### 5.3.1 ÖKONOMISCHE EFFEKTE DES SITZUNGSKARNEVALS

Die Schätzungen hinsichtlich des Sitzungskarnevals basieren auf den Ergebnissen der Besucherbefragung und den Befragungen der Koblenzer Karnevalsvereine. Aufgrund der hinreichend großen Stichprobengröße können die Ergebnisse als statistisch robust angesehen werden. Bei den Hochrechnungen auf die volkswirtschaftlichen Effekte wurden die inversen Koeffizienten, bzw. Multiplikatoren, wie in Kapitel 5 dargestellt, verwendet. Die ökonomischen Effekte des Sitzungskarnevals in Koblenz werden in Tabelle 10 dargestellt.

**Tabelle 10: Die ökonomischen Effekte des Sitzungskarnevals in Koblenz (pro Session)**

Speisen und Getränke	2.347.931 €
Transportkosten	993.868 €
Weitere Ausgaben Besucher	2.388.891 €
Tickets	344.155 €
Kostüme Vereine	310.500 €
Sonstige Ausgaben Vereine	347.320 €
Saalmieten	45.037 €
Summe	6.777.703 €

Quelle: Eigene Berechnungen

Die ökonomischen Effekte, d.h. die induzierten Nachfrageeffekte des Sitzungskarnevals in Koblenz belaufen sich pro Session und somit jährlich auf ca. 6,8 Mio. €. Erwartungsgemäß entfällt ein großer Anteil auf die induzierten Nachfrageeffekte für Speisen und Getränke mit einer induzierten Nachfrage von ca. 2,3 Mio. €. Die Analyse des Sitzungskarnevals zeigt, dass insbesondere die weiteren Ausgaben, dies beinhaltet z. B. die Ausgaben für Kostüme oder Friseurbesuche, mit einer induzierten Nachfrage von ca. 2,4 Mio. € eine große Bedeutung haben.

### 5.3.2 ÖKONOMISCHE EFFEKTE DES STRAßENKARNEVALS

Im Hinblick auf die Analyse des Straßenkarnevals wurden wichtige Variablen, wie z. B. die Ausgaben für Wagenbau und Wurfmateriale, im Rahmen der Befragung der Koblenzer Karnevalsvereine erhoben. Die Schätzungen hinsichtlich der

volkswirtschaftlichen Effekte können daher in diesem Bereich als relativ robust gelten. Die wesentlichen nachfragewirksamen Effekte sind in Tabelle 11 dargestellt. Die jährlichen Ausgaben der Koblenzer Karnevalsvereine belaufen sich auf nachfragewirksame 160.000 €, wobei ca. 67.000 € auf Wurfmaterial und ca. 56.000 € auf den Wagenbau entfallen.

**Tabelle 11: Straßenkarneval - Die Ausgaben der Vereine (Session 2011/12)**

Wagenbau	56.133 €
Wurfmaterial	67.262 €
Sonstiges	36.520 €
Summe	159.914 €

Quelle: Eigene Berechnungen

Zusätzlich wurden Annahmen in Bezug auf das Ausgabeverhalten der Besucher des Straßenkarnevals getroffen, damit Hochrechnungen hinsichtlich der gesamtwirtschaftlichen Effekte des Straßenkarnevals vorgenommen werden konnten. Der Straßenkarneval ist sicherlich für den Großteil der Bevölkerung die wichtigste Aktivität im Karnevalsgeschehen und zieht auch die meisten Besucher an. Naturgemäß gestaltet sich hier eine Abschätzung der volkswirtschaftlichen Effekte als schwierig, da wichtige Ausgabekategorien, wie z. B. die individuellen Ausgaben für Kostüme, Transport und Verzehr, i. d. R. nicht direkt beobachtbar sind. In diesem Kontext wurden daher für die Abschätzung der gesamtwirtschaftlichen Effekte wichtige Größen geschätzt und in zwei verschiedenen Szenarien dargestellt, um trotz der relativ schwachen Datenlage zu Einschätzungen zu kommen. Zur Plausibilitätsprüfung wurden hier auch die existierenden Studien herangezogen.

Den Ausgaben für Kostüme kommt, aufgrund der großen Besucherzahl, eine besondere Bedeutung im Straßenkarneval zu. In der Karnevalssession 2010/11 wurde laut Branchenangaben<sup>6</sup> ein Umsatz mit Karnevalsartikeln in Höhe von 300,2 Mio. € erzielt. Insgesamt wurden 2,4 Mio. Erwachsenenkostüme und 1,9 Mio. Kostüme für Kinder verkauft. Hinzu kamen ca. eine Mio. Perücken, 2,2 Mio. Hüte und 6,7 Mio. Schminksets. Wenn sonstige Artikel in diesem Kontext vernachlässigt werden, ergibt dies durchschnittliche Ausgaben für Kostümierung in Höhe von 21,22 € pro Person.

Unter der Annahme, dass bei 150.000 Besuchern des Rosenmontagszuges (und den Umzügen der Stadtteile) für Speisen und Getränke pro Person 10 € ausgegeben werden, für Kostümierung pro Person 21,22 € anfallen und Transportkosten in Höhe von 5 € pro Person anfallen, entsteht eine induzierte jährliche Nachfrage in Höhe von 9,8 Mio. €, wie in Tabelle 12 dargestellt.

<sup>6</sup> Die Angaben beziehen sich auf dpa (Afx); DVSI (Fachgruppe Karneval).

**Tabelle 12: Ökonomische Effekte des Straßenkarnevals - Szenario 1**

Gastronomie	2.610.000 €
Kostüme	5.697.570 €
Transport	1.335.000 €
Ausgaben der Vereine	159.914 €
Summe	9.802.484 €

Quelle: Eigene Berechnungen

In Tabelle 13 ist ein pessimistischeres Szenario bezüglich des Ausgabeverhaltens der Besucher dargestellt. Unter der Annahme dass 150.000 Besucher des Rosenmontagsumzuges und der Stadtteilumzüge jeweils 5 € für den Verzehr, 10 € für die Kostümierung und 2,50 € für den Transport ausgeben, ergibt sich eine jährliche volkswirtschaftliche Nachfrage in Höhe von ca. 4,8 Mio. €.

**Tabelle 13: Ökonomische Effekte des Straßenkarnevals - Szenario 2**

Gastronomie	1.305.000 €
Kostüme	2.685.000 €
Transport	667.500 €
Ausgaben der Vereine	159.914 €
Summe	4.817.414 €

Quelle: Eigenen Berechnungen

Beide Szenarien zeigen die gesamtwirtschaftliche Bedeutung des Straßenkarnevals für die Wertschöpfung der Region. Im Kontext der induzierten Nachfrage des Straßenkarnevals ist anzumerken, dass sich die Analysen und Hochrechnungen in erster Linie auf den Koblenzer Rosenmontagszug stützen und die Vielzahl von Umzügen in den Stadtteilen ausblenden.

### **5.3.3 ÖKONOMISCHE EFFEKTE DES KNEIPENKARNEVALS**

Zum Kneipenkarneval gehören zum einen die Vielzahl der Angebote der lokalen und regionalen Gastronomie, die mit dem Karneval in Beziehung stehen, zum anderen die Nachfrage, die im Rahmen privater Feste und Karnevalsparties wirksam wird und des Weiteren die Nachfrageeffekte, die durch externe Anbieter von Gastronomie- und Cateringangeboten auf den Karnevalssitzungen der Vereine entstehen. Hier liegen den Vereinen Daten über Umsatzzahlen nicht vor.

Die beiden empirischen Erhebungen bezogen sich in erster Linie auf den Sitzungs- und den Straßenkarneval in Koblenz. Der Kneipenkarneval wurde bisher ausgeblendet. Empirische Ergebnisse aus anderen Karnevalshochburgen zeigen jedoch, dass die wirtschaftliche Bedeutung des Kneipenkarnevals als beträchtlich angenommen werden kann. So kam die bereits dargestellte Studie zum Kölner Karneval zu dem Ergebnis, dass der Straßen-, Sitzungs- und Kneipenkarneval jeweils ca. ein Drittel der gesamten Wirtschaftskraft des Kölner Karnevals in Höhe von

jährlich ca. 460 Mio. € generiert haben. Die induzierte Nachfrage des Sitzungskarnevals wurde in Koblenz mit 6,8 Mio. € geschätzt. Der Nachfrageeffekt des Straßenkarnevals wurde, unter bereits diskutierten Annahmen, mit 9,8 Mio. € beziffert. In Koblenz existiert eine lebhafte Kneipenszene, die insbesondere in der Karnevalszeit zahlreiche Veranstaltungen und Parties organisiert. Unter der Annahme, dass im Koblenzer Karneval eine ähnliche Struktur der Karnevalsaktivitäten wie im Kölner Karneval unterstellt werden kann, kann von einer induzierten Nachfrage des Kneipenkarnevals mindestens in Höhe des Sitzungskarnevals, d.h. in Höhe von jährlich 6,8 Mio. € ausgegangen werden.

Im folgenden Kapitel werden die Ergebnisse und Schätzungen der Studie zusammengeführt und näher analysiert.

## **6 ZUSAMMENFASSENDE ANALYSE DER GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE**

In Kapitel 5 wurden die induzierten Nachfrageeffekte des Koblenzer Karnevals dargestellt. In diesem Kapitel werden die Ergebnisse zusammengeführt und im Kontext der volkswirtschaftlichen Effekte näher analysiert. Dabei wird auf die theoretische Argumentation der Input-Output-Analyse aus Kapitel 4 zurückgegriffen.

Die Bruttowertschöpfung ist ein wichtiger Indikator für die Bedeutung einer wirtschaftlichen Aktivität für das regionale Bruttoinlandsprodukt. Für den Sitzungskarneval wurden die induzierten Nachfrageeffekte mit jährlich ca. 6,8 Mio. € abgeschätzt. Für den Straßenkarneval wurde, unter der Annahme von Szenario 1, eine induzierte Nachfrage in Höhe von ca. 9,8 Mio. € hochgerechnet. Unter der Annahme, dass der Koblenzer Karneval eine ähnliche Aufteilung karnevalistischer Aktivitäten im Bereich Sitzungs-, Straßen- und Kneipenkarneval aufweist, wie der Kölner Karneval, wurde für den Kneipenkarneval eine Nachfrage in Höhe von 6,8 Mio. € unterstellt. Dies ergibt eine gesamte induzierte Nachfrage in Höhe von jährlich 23,4 Mio. €.

Wie bereits dargestellt, ist die Bruttowertschöpfung, also der Beitrag der betrachteten Branche zum regionalen Bruttoinlandsprodukt, von Branche zu Branche verschieden. Im empirischen Teil dieser Studie wurde dargestellt, dass insbesondere die Gastronomie von den Aktivitäten des Karnevals profitiert. Wenn daher aus Gründen der Vereinfachung, die prozentuale Wertschöpfung dieser Branche unterstellt wird, ergibt sich eine gesamtwirtschaftliche Wertschöpfung des Karnevals in Koblenz in Höhe von ca. 11,7 Mio. €. Dies bedeutet, dass der Karneval innerhalb einer relativ kurzen Zeitspanne einer Session - hier ist insbesondere die Zeit von Inthronisation bis Aschermittwoch von Bedeutung - mit ca. 11,7 Mio. € zum regionalen Bruttoinlandsprodukt in Koblenz beiträgt. Zum Vergleich belief sich die Bruttowertschöpfung in Koblenz im Jahre 2010 für das Verarbeitende Gewerbe auf 859 Mio. € und auf 5.290 Mio. € für die gesamte Wirtschaft.

Wie bereits erläutert, führt jeder Euro, der in der Gastronomie ausgegeben wird zu einem Arbeitnehmerentgelt in Höhe von 31 Cent und zu einem Bruttobetriebsüberschuss in Höhe von 18,8 Cent. Jeder Euro Umsatz in der Gastronomie generiert also ein Primäreinkommen in Höhe von 49,8 Cent. Das Primäreinkommen der privaten Haushalte setzt sich zusammen aus dem empfangenen Arbeitnehmerentgelt und dem Einkommen aus selbstständiger Tätigkeit. Legt man das Primäreinkommen pro Kopf in Rheinland-Pfalz von jährlich 21.700 Euro zugrunde, so bedeutet dies, dass ein Umsatz von 43.574 Euro in der Gastronomie nötig ist, um eine Person in Vollzeitäquivalenten zu beschäftigen. Auf diese Art lassen sich aufgrund von Analysen der Nachfrageeffekte des Karnevals Beschäftigungseffekte ermitteln, die zeigen, in welchem Umfang der Karneval in Koblenz Beschäftigung in der Stadt Koblenz und der Region sichert. Hochgerechnet auf die gemessenen und induzierten Nachfrageeffekte ergibt dies ein Beschäftigungsvolumen in Höhe von 537 Personen. Dies bedeutet, dass in Koblenz pro Jahr 537 Personen direkt und indirekt durch den Karneval in Vollzeitäquivalenten beschäftigt sind.

Die vorliegende Studie zeigt daher, dass dem Karneval in Koblenz eine große ökonomische Bedeutung zukommt. Der Karneval generiert in großem Maße Nachfrage, nicht nur in direkt betroffenen Branchen wie der Gastronomie, sondern auch indirekte Nachfrageeffekte in vorgelagerten Branchen. Über die direkten und indirekten Nachfrageeffekte leistet der Koblenzer Karneval einen wichtigen Beitrag zur regionalen Wertschöpfung und zum regionalen Bruttoinlandsprodukt. Darüber hinaus generiert der Karneval in Koblenz einen wichtigen Beitrag zur regionalen Beschäftigung.

In diesem Kontext ist es wichtig, auf die methodischen Begrenzungen dieser Studie hinzuweisen. Die Schätzungen zum Sitzungskarneval basieren auf zwei Primärerhebungen, die bei der Anbieter- und Nachfrageseite durchgeführt wurden und sind somit als recht robust anzusehen. Die Schätzungen zum Straßenkarneval basieren zum einen auf den Daten der Befragung der Vereine und zum anderen auf Annahmen, die jedoch als recht konservativ angesehen werden können. Die Schätzungen des Straßenkarnevals beziehen sich in erster Linie auf den Rosenmontagszug in Koblenz, da für die verschiedenen Stadtteilumzüge keine verlässlichen Daten vorliegen. Für den Kneipenkarneval wurde unterstellt, dass dieser in Koblenz eine ähnliche wirtschaftliche Bedeutung wie in anderen Karnevalsregionen aufweist.

## 7 DIE SOZIALE BEDEUTUNG DES KARNEVALS IN KOBLENZ

Der Karneval spielt eine wichtige Rolle für die Förderung von Kindern und Jugendlichen. Die empirische Analyse hat gezeigt, dass in den Karnevalsvereinen mit einer Mitgliederzahl von 1.942 die Kinder und Jugendlichen ca. 18,8% der gesamten Mitglieder der Koblenzer Karnevalsvereine stellen. Bezogen auf die gesamte Koblenzer Bevölkerung bedeutet dies, dass 14,7% der Bevölkerung in Koblenz im Alter zwischen 3 und 18 Jahren im Karneval engagiert ist. Neben der aktiven Einbindung von Kindern und Jugendlichen in die karnevalistischen Aktivitäten leisten die Vereine durch ihre Sitzungstätigkeit einen wichtigen Beitrag im lokalen Umfeld. So bieten knapp ein Drittel (32,6%) aller befragten Vereine Kindersitzungen an, die in den meisten Fällen (57,1%) kostenlos besucht werden können. Somit kann der Karneval als ein wichtiges Mittel zur Inklusion und Integration breiter Bevölkerungsgruppen auf lokaler Ebene angesehen werden. In diesem Kontext spielen auch die Seniorensitzungen und die Sitzung für Menschen mit Behinderung eine wichtige soziale Rolle.

Die empirischen Analysen haben gezeigt, dass der Karneval in Koblenz eine wichtige gesellschaftliche Stellung einnimmt. Mit insgesamt 10.354 Mitgliedern sind knapp ein Zehntel (9,7%) der gesamten Koblenzer Bevölkerung im Karneval engagiert. Neben reinen Karnevalsaktivitäten engagiert sich die große Mehrheit der Vereine (72,5%) im lokalen Gemeinwesen und bietet vielfältige Aktivitäten für die Bevölkerung an, wie z. B. die Gestaltung von Seniorennachmittagen, Grillfesten oder St. Martins-Umzügen. Die Erhebungen haben gezeigt, dass diese Aktivitäten einen wichtigen Beitrag zur Finanzierung der karnevalistischen Aktivitäten leisten. Das ehrenamtliche Engagement der Mitglieder der Karnevalsvereine, z. B. deren Arbeitsleistung im Wagenbau oder in der Organisation sozialer Aktivitäten, kann zwar nicht ökonomisch beziffert werden, dennoch zeigt dies die soziale Bedeutung der karnevalistischen und außer-karnevalistischen Aktivitäten der Vereine für das Gemeinwesen in den Stadtteilen und für die Stadt Koblenz.

## 8 ZUSAMMENFASSUNG

Der Karneval spielt eine wichtige Rolle in Koblenz. In der vorliegenden Studie wurden die wirtschaftlichen Effekte des Karnevals näher untersucht. Dazu wurden zwei Primärerhebungen durchgeführt. Zum einen wurden die Karnevalsvereine in Koblenz zu deren Einnahmen und Ausgaben hinsichtlich des Sitzungs- und Straßenkarnevals befragt, zum anderen wurden Besucherbefragungen durchgeführt, die das Ausgabeverhalten der Besucher näher analysiert haben.

Im Rahmen von Input-Output-Analysen wurden Hochrechnungen hinsichtlich des Nachfragevolumens der karnevalistischen Aktivitäten durchgeführt. Der Sitzungskarneval generiert demnach eine volkswirtschaftliche Nachfrage pro Session und somit jährlich in Höhe von ca. 6,8 Mio. €. Der Straßenkarneval generiert eine gesamtwirtschaftliche Nachfrage in Höhe von 9,8 Mio. €. Für den Kneipenkarneval wurde, ausgehend von bisherigen empirischen Studien, von einer Nachfrage in Höhe des Sitzungskarnevals, d.h. in Höhe von 6,8 Mio. € pro Jahr, ausgegangen.

Das gesamtwirtschaftliche Nachfragevolumen des Koblenzer Karnevals in Höhe von 23,4 Mio. € führt zu einer Wertschöpfung in Koblenz in Höhe von jährlich 11,7 Mio. €. Dies ist der Beitrag des Koblenzer Karnevals zum regionalen Bruttoinlandsprodukt.

Die Beschäftigungseffekte der Karnevalsaktivitäten in Koblenz belaufen sich auf 537 Personen in Vollzeitäquivalenten. Dies bedeutet, dass 537 in Vollzeit beschäftigte Personen vom Koblenzer Karneval abhängen.

Zudem spielt der Koblenzer Karneval eine wichtige Rolle für das Gemeinwesen der Stadt Koblenz und deren Stadtteile.

## LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS

### **BCG (2009)**

Studie zum Kölner Karneval, BostonConsultingGroup.

### **Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz und Reaktorsicherheit (2006)**

Wirkungen des Ausbaus erneuerbarer Energien auf den deutschen Arbeitsmarkt, Berlin.

### **Görgens, E. & Ruckriegel, K. (2007)**

Makroökonomik, Lucius & Lucius, Stuttgart.

### **Penzkofer, H. (2005)**

Wirtschaftliche Bedeutung des Messestandorts Deutschland, Ifo Schnelldienst, 3/2005, S. 11-14.

### **Sellenthin, M. O. (2012)**

Ökonomische Effekte der Buga 2011 in Koblenz, in Wilbert, K.-J., Baedorf, O., Graf zu Eltz, K., Faas, H., Flöck, B., Gassen, H.-D. und Metz, Th., BUGA Koblenz: Was bleibt? Veränderungen und Nachhaltigkeit in der Region Mittelrhein, Garwain Verlag, Koblenz.

### **Stadt Koblenz (2013)**

Monatliche Bevölkerungszahlen März 2013, Kommunale Statistikstelle, Koblenz.

### **Statistisches Bundesamt (2011)**

Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen des Bundes – Input-Output-Rechnung, Wiesbaden.

### **Statistisches Bundesamt (2010)**

Input-Output-Rechnung im Überblick, Wiesbaden.

### **TMF (2012)**

Social Trends – Karneval, Tomorrow Focus Media.

### **Welp, M. (2009)**

Die Westfalen und Karneval – passt das überhaupt? In Westfalen regional.

## ABBILDUNGS- UND TABELLENVERZEICHNIS

Abbildung 1:	Beispiele für die wirtschaftliche Verflechtung des Sitzungskarnevals .....	8
Abbildung 2:	Bedeutung außerkarnevalistischer Aktivitäten für die Finanzierung (%, n=29) .....	14
Abbildung 3:	Wohnort der Besucher von Karnevalsveranstaltungen (%, n=227) .....	17
Abbildung 4:	Altersstruktur der befragten Besucher (%, n=225) .....	17
Abbildung 5:	Anzahl Personen, mit denen eine Sitzung besucht wurde (%, n=226).....	18
Abbildung 6:	Verkehrsmittel für An- und Abreise (%, n=229) .....	19
Abbildung 7:	Ausgaben für An- und Abreise pro Person (%, n=223) .....	19
Abbildung 8:	Ausgaben für Speisen und Getränke pro Person (%, n=228) .....	20
Abbildung 9:	Weitere Ausgaben im Vorfeld der Sitzungen (%, n=196).....	21
Abbildung 10:	Ausgaben, die im Vorfeld der Veranstaltung getätigt wurden pro Person (%, n=116) .....	22
Tabelle 1:	Input-Koeffizienten 2008 – Gastronomie und Beherbergungsdienstleistungen	9
Tabelle 2:	Bruttowertschöpfung nach Produktionsbereichen in % des Produktionswertes.....	10
Tabelle 3:	Input-Koeffizienten 2008 – Nahrungs- und Futtermittel, Getränke, Tabakerzeugnisse .....	11
Tabelle 4:	Inverse Koeffizienten und Multiplikatoren inländischer Produktion 2008.....	12
Tabelle 5:	Strukturmerkmale der Vereine .....	13
Tabelle 6:	Statistik zum Sitzungskarneval Session 2011/12.....	15
Tabelle 7:	Einnahmen und Ausgaben Sitzungskarneval Session 2011/12 .....	15
Tabelle 8:	Ausgaben für Kostüme, Motivwagen und Wurfartikel Session 2011/12.....	15
Tabelle 9:	Durchschnittliche Ausgaben der Sitzungsbesucher (n=229) .....	22
Tabelle 10:	Die ökonomischen Effekte des Sitzungskarnevals in Koblenz (pro Session) ....	23
Tabelle 11:	Straßenkarneval - Die Ausgaben der Vereine (Session 2011/12).....	24
Tabelle 12:	Ökonomische Effekte des Straßenkarnevals - Szenario 1 .....	25
Tabelle 13:	Ökonomische Effekte des Straßenkarnevals - Szenario 2 .....	25

## AUTORENPORTRAIT



**Prof. Dr. Mark O. Sellenthin** lehrt seit 2010 Allgemeine Volkswirtschaftslehre, Regionalökonomie und Mathematik im Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Hochschule Koblenz – University of Applied Sciences. Seine Forschungsschwerpunkte sind u.a. Regional- und Innovationsökonomie sowie die Evaluation wirtschaftspolitischer Maßnahmen. Vor seiner Tätigkeit als Professor war er 4 Jahre Wissenschaftlicher Mitarbeiter und Projektleiter im Forschungsbereich Industrieökonomie und Internationale Unternehmensführung am Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim.

An der Befragung der Karnevalsvereine hat eine studentische Projektgruppe bestehend aus Vanessa Bläser, Katharina Strebel, Dominika Koziollek, Elisa Zimmermann, Marion Koletzko und Jessica Henn dankenswerterweise mitgewirkt.

## SCHRIFTENVERZEICHNIS

- Nr. 1      Verfahren der Kundenwertermittlung  
Darstellung und Bewertung der Kundenwertmessung als Bestandteil des  
Marketing-Controlling  
Prof. Dr. Andreas Mengen  
Mai 2009
- Nr. 2      Entscheidungsmodell für den wirtschaftlichen RFID-Einsatz  
Prof. Dr. Silke Griemert  
Januar 2010
- Nr. 3      Kann politische Macht gegen die Gesetze der Globalisierung regieren?  
Eine kritische Analyse am Beispiel Deutschlands  
Prof. Dr. Georg Schlichting; Isabelle Heinrichs, B. Sc.  
Februar 2010
- Nr. 4      Steuerliche Auswirkungen des Wachstumsbeschleunigungsgesetzes für  
die Unternehmen  
Prof. Dr. Arno Steudter  
November 2010
- Nr. 5      Die internationale Finanzmarktkrise - Was sind die Ursachen und  
wirtschaftlichen Folgen der Krise und was bringen die  
Rettungsmaßnahmen?  
Prof. Dr. Georg Schlichting; Julia Pohl M. Sc.; Thomas Zahn M. Sc.  
November 2010
- Nr. 6      Social media usage behavior of students in Finland and Germany and its  
marketing implications  
Prof. Dr. Axel Schlich  
September 2011
- Nr. 7      Personal Branding von Musikern. Wie man im Musikgeschäft zu einer  
starken Marke wird  
Prof. Dr. H. J. Schmidt; Lisa Horländer B. Sc.  
Dezember 2011
- Nr. 8      Kundenwertmanagement - Wie werden wertvolle Kunden identifiziert  
und welche Maßnahmen sind für ihre Bearbeitung bei Konsumgütern,  
Industriegütern und Dienstleistungen geeignet?  
Prof. Dr. Andreas Mengen; Andreas Krings M. Sc.  
März 2012

- Nr. 9      Experts for sale: Academic consulting as mechanism for knowledge and technology Transfer  
Prof. Dr. Mark O. Sellenthin  
September 2012
- Nr. 10     Steuern im Wandel der Zeit –  
Man soll die Henne nicht schlachten, die die goldenen Eier legt!  
Prof. Dr. W. Edelfried Schneider; Dipl. Wirtschaftsjurist Lukas  
Karrenbrock  
Januar 2013
- Nr. 11     Wirtschaftskraft des Karnevals – Die regionalökonomischen Effekte des  
Karnevals in Koblenz  
Prof. Dr. Mark O. Sellenthin  
Juni 2013