

Christian Rusche

Die Fünfte Jahreszeit als Wirtschaftsfaktor

Es gibt in ganz Deutschland die Tradition, vor dem Beginn der Fastenzeit vor Ostern noch einmal zu feiern. Karneval, Fasching, Fasnacht usw. beginnen am 11.11. eines Jahres und enden am Aschermittwoch des Folgejahres. Dieser Zeitraum wird Session genannt und variiert in der Länge, was einen Einfluss auf die wirtschaftlichen Effekte hat. Diese wirtschaftlichen Effekte zu quantifizieren ist nicht trivial. Für die letzte Session 2022/23 variieren sie zwischen 1,8 und 2,8 Milliarden Euro für ganz Deutschland. Davon entfallen mehr als 40 % auf Nordrhein-Westfalen und allein auf Köln rund 23 %. Relativ gesichert ist, dass mehrere Zehntausend Arbeitsplätze an den Feierlichkeiten hängen.

Einleitung

Die sogenannte Fünfte Jahreszeit hat in Deutschland viele Namen: Karneval, Fasching, Fastnacht oder Fasnet. Widmann (2000, S. 61) hat in seinem Beitrag versucht, die Bezeichnung nach Kreisen zuzuordnen. Grob vereinfacht wird im Norden, beginnend ab Bonn, vor allem vom Karneval gesprochen, während im Südosten einschließlich Sachsens und Teilen Mecklenburg-Vorpommerns der Begriff Fasching verwendet wird. Im Südwesten dominieren Fasnet, Fasnacht und Fastnacht. Diese Bezeichnungen bedeuten so viel wie die Nacht vor der Fastenzeit. Fasching dagegen geht auf das Ausschenken des Fastentrunks zurück (ebd., S. 60). Und auch Karneval kann mit dem letzten Fest vor dem Beginn der Fastenzeit vor Ostern in Verbindung gebracht werden: So wird die Fastenzeit im italienischen scherzhaft „carne vale“ („Fleisch, leb wohl!“) genannt (ebd.). Folglich hat sich in ganz Deutschland das Brauchtum, bis Aschermittwoch, dem Beginn der Fastenzeit, noch einmal kräftig zu feiern, etabliert. Im Jahr 2014 wurden der Rheinische Karneval mit all seinen lokalen Varianten und die Schwäbisch-Alemannische Fastnacht sogar in das *Bundesweite Verzeichnis des immateriellen Kulturerbes* aufgenommen (Deutsche UNESCO-Kommission, 2023). Aufgrund der hohen Bedeutung für ganz Deutschland wird im Folgenden gezeigt, wie groß die wirtschaftliche Bedeutung der Fünften Jahreszeit ist. Dazu werden zunächst relevante Studien kurz zusammengefasst. Anschließend werden die wirtschaftlichen Effekte für die Session 2022/23 geschätzt, bevor dieser Beitrag mit einem Fazit endet.

Vorhandene Studien

Bereits Widmann (2000, S. 61) gibt eine Schätzung für die wirtschaftlichen Effekte der Fünften Jahreszeit an. Demnach handele es sich um ein Marktvolumen von 4,5 bis 5 Milliarden DM (circa 2,3 bis 2,6 Mrd. Euro). Zudem würden 50.000 Vollzeitarbeitsplätze gesichert. Zur Gründung der Aktion „Fasching hat Herz“ durch 15 Faschingsgesellschaften (Münchner Gesellschaft Narrhalla, 2013) wurden Schätzungen des Bundes Deutscher Karneval (BDK), in dem 2,6 Millionen Mitglieder in circa 4.700 Vereinen organisiert sind, angeführt, um die Bedeutung zu unterstreichen. Demnach würden jährlich

circa zwei Milliarden Euro durch Karneval usw. umgesetzt. Die Werte dürften sich auf die Session 2012/13 beziehen. Zudem würden bundesweit 40.000 Arbeitsplätze in 3.000 Unternehmen geschaffen. Zusätzlich wird eine Schätzung des Marktvolumens nach Bundesländern angegeben. Demnach entfallen 43 % des Gesamtumsatzes auf Nordrhein-Westfalen. Auf Platz zwei folgt Bayern (13 %) vor Baden-Württemberg (12 %). Auf den weiteren Plätzen: Hessen kommt auf 8 % und Rheinland-Pfalz auf 7 %.

Neben diesen nationalen Studien gibt es auch Analysen, die die Bedeutung von Karneval für einzelne Städte untersuchen. Unter anderem zu nennen sind Welp (2010), der für Münster einen positiven Effekt von rund 18 Millionen Euro berechnet, und Sellenthin (2013), der für Koblenz einen Effekt von 23,4 Millionen Euro ermittelt. Zudem gibt es zwei Studien, die sich mit dem Kölner Karneval befassen: Die Boston Consulting Group (BCG 2009) schätzt die Wirtschaftskraft des Kölner Karnevals in der Session 2008/09 auf rund 460 Millionen Euro, zusätzlich wird von rund 5.000 geschaffenen Arbeitsplätzen ausgegangen. Die Boston Consulting Group und die Rheinische Fachhochschule Köln (BCG/RFH 2019) kommen in einer Folgestudie für 2018 auf einen Umsatz von 596 Millionen Euro und circa 6.500 Arbeitsplätze.

Schätzung für die Session 2022/23

Die zuletzt genannte Studie (BCG/RFH 2019) hat jedoch einen Schönheitsfehler: Sie vermischt zwei aufeinanderfolgende Karnevalssessionen. Die Session beginnt jeweils am 11.11. eines Jahres und endet am Aschermittwoch des Folgejahres. Da sich die Lage des Aschermittwochs am Osterfest orientiert, variiert auch die Länge einer Session. Die Studie bezieht die Daten zu den Umzügen und zu Weiberfastnacht aus dem Februar 2018 und damit der Session 2017/18, während die Daten zum 11.11. ebenfalls aus dem Jahr 2018 und damit der Session 2018/19 stammen. Was sich nach einer Petitesse anhört, kann einen Unterschied machen, weil die Session 2017/18 95 Tage und die Session 2018/19 115 Tage hatte. In der längeren Session bleibt somit mehr Zeit für Sitzungen und Vorbereitungen. Zudem führt eine längere Session dazu, dass die Umzüge später im Jahr liegen und es somit tendenziell wärmer ist. Dies ist wichtig, weil im Durchschnitt pro

Grad höherer Außentemperatur rund 23.300 Zuschauer mehr zum Kölner Karneval kommen (Hüther 2015). Diese Faktoren sorgen dafür, dass eine längere Session tendenziell zu mehr Umsatz führt. Grob geschätzt dürften die 596 Millionen Euro für die Session 2017/18 zu hoch liegen. Theoretisch ist der Wert für die Session 2018/19 zu niedrig. Allerdings war der Rosenmontagsumzug 2019 durch ein Sturmtief beeinträchtigt (SZ 2019), was diese Aussage relativiert.

Bevor nun eine Schätzung der wirtschaftlichen Bedeutung der Fünften Jahreszeit für ganz Deutschland abgegeben wird, muss festgehalten werden: Aufgrund zahlreicher Faktoren, wie dem Wetter, erhebt die Schätzung keinen Anspruch auf universelle Gültigkeit. Um dies zu berücksichtigen, wird auf zwei Wegen vorgegangen.

- (1) Die Studie der Boston Consulting Group (BCG 2009) bezieht sich auf die Session 2008/09. Die Session hatte 106 Tage und somit wurden von den 461 Millionen Euro Gesamtumsatz im Durchschnitt rund 4,35 Millionen pro Tag verzeichnet. Die Folgestudie aus dem Jahr 2019 bezieht die Daten aus zwei Sessions mit 95 sowie 115 Tagen, somit gilt sie überschlagsmäßig für eine Mischsession mit 105 Tagen. Von den 596 Millionen wurden somit rund 5,68 Millionen pro Tag erzielt, was der Session 2018/19 zugerechnet wird. In zehn Jahren ist der Umsatz pro Sessionstag um rund 1,33 Millionen Euro gestiegen. Im Jahr somit im Durchschnitt um 0,13 Millionen Euro. In der Session 2012/2013 mit 94 Tagen wurden bei linearer Fortschreibung rund 4,88 Millionen Euro pro Tag angewendet. Damit beträgt der Umsatz in Köln rechnerisch rund 459 Millionen Euro. Bezogen auf die zwei Milliarden Euro für ganz Deutschland (Münchner Gesellschaft Narrhalla 2013) beträgt der Anteil von Köln somit rund 23 %. Auf die Session 2022/2023 mit 103 Tagen fortgeschrieben wären es 6,21 Millionen Euro pro Tag oder rund 639 Millionen Euro insgesamt. Da Köln einen Anteil von rund 23 % hat, käme man somit auf rund 2,8 Milliarden Euro für ganz Deutschland.

Die Frage ist: Das ist zwar wie ein Karnevalsumzug um ganz viele Ecken gedacht, geht es einfacher?

- (2) Die Antwort ist: Ja. Gemäß dem Handelsverband Deutschland (HDE, 2020) betrug der Mehrumsatz im Einzelhandel durch Karneval und Co. für die Session 2019/20 mit 107 Tagen 360 Millionen Euro deutschlandweit. Bereiche des Einzelhandels machen in der Studie zu Köln 2019 (BCG/RFH 2019) einen Anteil von 21,5 % aus. Dabei handelt es sich um Textilien, Orden/Schals, Süßigkeiten und Dekoration. Wird dieser Anteil auf ganz Deutschland angewendet und hochgerechnet, betrug der Gesamtumsatz im Karneval 2019/20 rund 1,67 Milliarden Euro. Werden die un-

terschiedliche Länge der Session und die Inflation berücksichtigt (Statistisches Bundesamt 2023), kann ein Gesamtumsatz in Deutschland von rund 1,78 Milliarden Euro für die Session 2022/23 geschätzt werden.

Fazit

Die Fünfte Jahreszeit ist für ganz Deutschland von hoher kultureller Bedeutung. Zudem sind Karneval, Fasching und Fasnacht ein erheblicher Wirtschaftsfaktor, der bundesweit mehrere Zehntausend Arbeitsplätze sichert. Es ist jedoch mit Unsicherheit behaftet, wie hoch die Umsätze genau sind. Die Schätzungen in diesem Beitrag liegen zwischen rund 1,8 und 2,8 Milliarden Euro für ganz Deutschland. Unbestritten ist, dass davon mehr als 40 % auf Nordrhein-Westfalen entfallen. Allein der Anteil Kölns dürfte bei rund 23 % liegen. Für die Hochburgen ist er zudem ein nicht zu unterschätzender Marketingfaktor. Es ist jedoch sympathisch, dass sich die närrische Zeit nicht auf ein enges Zahlenkorsett festlegen lässt.

Literatur

- BCG – Boston Consulting Group (2009): Festkomitee: Studie zum Kölner Karneval, Ergebnispräsentation (<https://t1p.de/2z0rd>; 7.11.2023)
- BCG / RFH – Rheinische Fachhochschule Köln (2019): Kölner Karneval: Wirtschaftskraft, Image, Zukunft, Ergebnispräsentation (<https://t1p.de/nlmax>; 7.11.2023)
- Deutsche UNESCO-Kommission (2023): Bundesweites Verzeichnis Immaterielles Kulturerbe, 5. aktualisierte Auflage, Bonn
- HDE – Handelsverband Deutschland (2020): Karneval bringt Handel 360 Millionen Euro Umsatz (<https://t1p.de/pvbf9>; 7.11.2023)
- Hüther, Michael (2015): Alaaf: Zwei Milliarden Euro (<https://t1p.de/fl3yl>; 7.11.2023)
- Münchner Gesellschaft Narrhalla (2013): „Fasching hat Herz“, Eine Aktion zur Pflege von Brauchtum und Tradition und Aktivierung des „Münchner und bayerischen Faschings“ (<https://t1p.de/ji172>; 7.11.2023)
- Sellenthin, Mark O. (2013): 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
- Statistisches Bundesamt (2023): Datenbank, Verbraucherpreisindex: Deutschland, Jahre (61111-0001), Wiesbaden
- Süddeutsche Zeitung vom 4.3.2019: Rosenmontagsumzüge in mehreren Bundesländern abgesagt (<https://t1p.de/rpmsm>; 7.11.2023)
- Welp, Matthias (2010): Die Westfalen und Karneval – passt das überhaupt?, in: Westfalen regional vom 1.1.2010 (<https://t1p.de/qq9ni>; 7.11.2023)
- Widmann, Torsten (2000): Fasnet – Fasching – Karneval, in: Leibniz-Institut für Länderkund (Hrsg.), Nationalatlas Bundesrepublik Deutschland, Band 10, S. 60–61