

Berlin *aktuell*

Karneval der Kulturen

Wirtschaftliche Bedeutung und Potenziale

Juni 2011



Leistung für Berlin.

Die wirtschaftlichen Effekte des Karneval der Kulturen

Berlin feiert den Karneval der Kulturen

Vom 10. bis 13. Juni 2011, wenn für ein Pfingstwochenende zigtausend Berliner und kulturinteressierte Touristen die zahlreichen Musik- und Theaterveranstaltungen sowie die vielfältigen und farbenprächtigen Umzüge des Karneval der Kulturen besuchen, zeigt Berlin sich einmal mehr von seiner besten Seite als tolerante, lebensfrohe und weltoffene Metropole. Die jährlich hohen Besucherzahlen zeigen den Karneval der Kulturen als Publikumsmagneten, ähnlich der früher in Berlin regelmäßig stattfindenden Love Parade. Berlin ist die Stadt mit der höchsten Zahl an Migranten in Deutschland und ist berühmt für seine junge, dynamische Kultur- und Kreativszene.

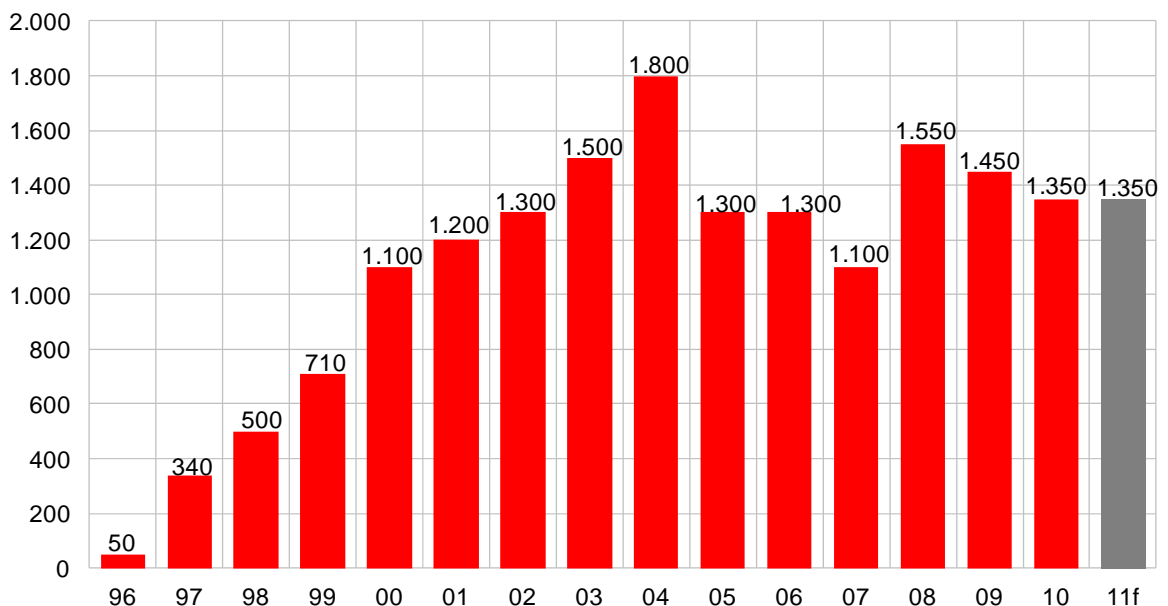
Für einen Karneval in Berlin gab es schon vor vielen Jahren Ideen und Konzepte. Allerdings wurden diese nie umgesetzt, da sie zu sehr an bereits bestehende Karnevalstraditionen angelehnt waren und die

Besonderheiten Berlins nicht berücksichtigten. Den ersten Karneval der Kulturen gab es schließlich am 15. und 16. Mai 1996 zum Himmelfahrtstag. Er sollte sich einreihen in die neueren europäischen Traditionen, wie z. B. den Rotterdamer Zomercarnaval und den Notting Hill Carnival in London. Der Notting Hill Carnival ist eine mehrtägige Veranstaltung, die jährlich am letzten Augustwochenende im Londoner Stadtteil Notting Hill stattfindet. Dieser Carnival zieht bis zu 1,5 Millionen Teilnehmer und Besucher an und ist zusammen mit dem Karneval der Kulturen in Berlin eine der größten Veranstaltungen dieser Art in Europa. Charakteristisch sind die hohe Beteiligung afrikanischer und karibischer Einwanderer sowie die große Zahl kleiner Musikbühnen.

In Berlin standen von Anfang an die Umzüge durch das Berliner Szeneviertel Kreuzberg im Mittelpunkt der Veranstaltung. Nach und nach wuchs der Berliner Karneval zu einem viertägigen Straßenfest mit zahlreichen musikalischen und choreographischen Darbietungen.

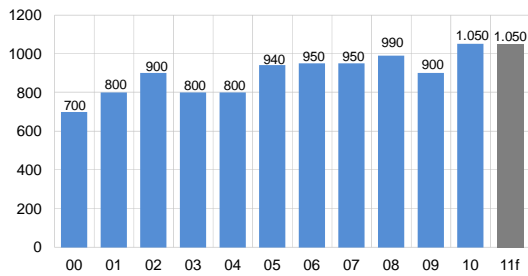
Berlin - Karneval der Kulturen

Besucher in 1.000



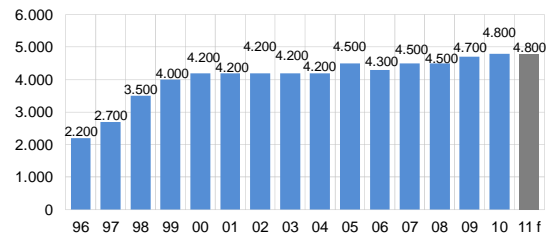
Quelle: Werkstatt der Kulturen Berlin, Grafik IBB

Berlin - Karneval der Kulturen
Teilnehmer Straßenfest (Künstler)



Quelle: Werkstatt der Kulturen Berlin, Grafik IBB

Berlin - Karneval der Kulturen
Teilnehmer Umzug



Quelle: Werkstatt der Kulturen Berlin, Grafik IBB

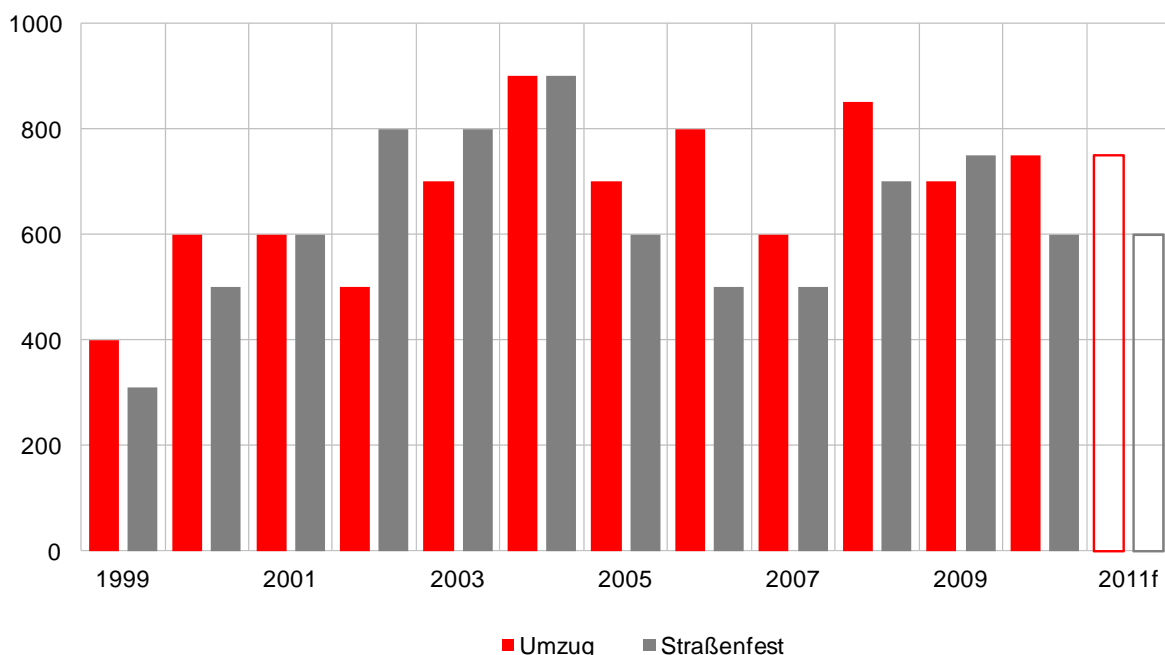
Auch ein Kinderkarneval wird mittlerweile als Standardprogramm durchgeführt. Die Besucherzahlen stiegen von 50.000 im Jahr 1996 kontinuierlich an. 1997 waren es bereits 340.000. Zum Pfingstfest 2000 wurde die Millionengrenze überschritten. Im Jahr 2003 wurden bereits 1,5 Millionen Besucher gezählt. In den letzten Jahren schwankte die Besucherzahl zwischen 1.800.000 (2004), bzw. 1.100.000 (2007) und 1.350.000 (2010). Wobei im vergangenen Jahr wieder die Zahl der Umzugsbesucher die der Straßenfestbesucher überstieg.

Die Zahl der Umzugsteilnehmer stieg ebenfalls stetig von rund 2.200 (1996) auf 4.800 (2010) Akteure aus fast allen Erdteilen.

Die Zahl der am Straßenfest teilnehmenden Künstler stieg von zunächst 700 im Jahr 2000 auf 1.050 im vergangenen Jahr. Seit dem Jahr 2000 werden sowohl die Originalität und Fantasie der Darbietungen als auch die Dekorationen mit Preisen ausgezeichnet. In der Regel wird der Karneval mit einer großen Abschlussparty gekrönt. Als Medienpartner sind die lokalen Zeitungen sowie diverse Berliner Fernseh- und Radiosender an allen Tagen vor Ort. Am Umzug sind neben deutschen zahlreiche südamerikanische und afrikanische Gruppen beteiligt. Selbst Teilnehmer aus Australien sind inzwischen dabei.

Von brasilianischer Samba bis zu Berner Fasnachtsbläsern beweisen die rund 100 Blöcke und Gruppen des Karnevals ein-

Berlin - Karneval der Kulturen
Besucher in 1.000



Quelle: Werkstatt der Kulturen Berlin, Grafik IBB

drucksvoll, dass Berlins Anziehungskraft seine Weltoffenheit ist. In diesem Jahr sind 95 Gruppen mit 4.800 Teilnehmern zum Straßenumzug des viertägigen Karneval der Kulturen gemeldet. Hinzu kommen 1.050 am Straßenfest teilnehmende Künstler. Rund 1,35 Millionen Besucher werden vom 10. bis 13. Juni in Berlin erwartet.

Kulturelle Ereignisse in der Hauptstadt rufen nicht nur regelmäßig besondere Feststimmungen hervor, sondern bewirken auch positive wirtschaftliche Effekte. Keine andere Stadt kann mit so vielen Veranstaltungen der Kreativ- und Kulturszene aufwarten, seien es die jährlichen Veranstaltungen der Berliner Festspiele, vor allem die internationalen Filmfestspiele, das Jazz Fest oder das Theatertreffen. Hinzu kommen so vielfältige Veranstaltungen wie das Tanzfest, die Lange Nacht der Museen, die sommerlichen Open-Air-Veranstaltungen am Gendarmenmarkt und den Freilichtbühnen mit Filmen und Konzerten von Rock bis Klassik, die Straßenfeste wie der Christopher Street Day und das Silvesterfest vor dem Brandenburger Tor. Auch der Karneval der Kulturen ist mittlerweile zu einem wichtigen wirtschaftlich-touristischen Ereignis für die ganze Stadt geworden.

Kreativ- und Kulturmetropole Berlin

Die kreativen und kulturellen Bereiche sind für Berlin von entscheidender wirtschaftlicher Bedeutung. Mit mehr als 25.000 Unternehmen ist nahezu jedes sechste Unternehmen Berlins in den kreativen Sektoren tätig. Nicht zuletzt ist der Kultur- und Kreativsektor eine schnell wachsende Branche. Die Unternehmen dieses Bereichs erwirtschaften dabei mit rund 85.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten einen jährlichen Umsatz von rund 18,4 Mrd. EUR. All diese Unternehmen haben sich bewusst für die deutsche Hauptstadt als Standort entschieden. Denn in Berlin spiegelt sich der schnelle Wechsel von Einflüssen und Tendenzen.

Dieses Neben- und Durcheinander der Stile macht die Stadt attraktiv vor allem für junge Menschen aus aller Welt. Sie setzen

Trends und sind mit ihren individualisierten Lebensentwürfen Teil der kreativen Atmosphäre, die die Stadt ausstrahlt. Mehr als 790.000 Menschen unter 25 Jahren leben in Berlin, das sind 23,2% der Gesamtbevölkerung.

Kulturelle Einrichtungen und Veranstaltungen machen eine Stadt attraktiv; sie stärken das Image einer Stadt und die Identität. Kultur trägt auch dazu bei, Brücken zwischen verschiedenen ethnischen Bevölkerungsgruppen zu bauen; gleichzeitig wird die Integration von Zuwanderern in einer Stadt unterstützt.

Berlin ist eine kosmopolitische Stadt. Viele Menschen aus verschiedenen Ländern kommen hier zusammen. Die Wegzüge und Zuzüge in die Hauptstadt sorgen für ständige Dynamik. Rund 1,6 Millionen Berliner haben die Stadt seit 1991 verlassen, 1,7 Millionen sind neu nach Berlin gezogen – ein regelrechter Bevölkerungsaustausch. Dadurch ist die Stadt ein idealer Ort für den Dialog der Kulturen: Knapp 458.000 melderechtlich registrierte ausländische Einwohner (13,2%) wohnen in der deutschen Hauptstadt. Sie stammen aus 168 Staaten und sorgen für eine große Pluralität an Kulturen. Der Anteil der Personen mit Migrationshintergrund an der Gesamtbevölkerung wird sogar auf etwa 22-25% (mehr als 800.000 Personen) geschätzt und wird in den nächsten Jahren voraussichtlich noch zunehmen. Der unverwechselbare und weltoffene Charakter der Stadt wird von ihnen entscheidend mitgeprägt, was nicht nur bei dem jährlich stattfindenden Karneval der Kulturen spürbar ist. Viele ihrer Freunde leben in anderen Metropolen, in London oder kommen von dort und leben jetzt hier. Oder eben aus New York, Tokio, Bangkok, Shanghai, Madrid oder Paris und so weiter. Ohne die Zuwanderung aus dem Ausland würde die Bevölkerungszahl in Berlin spürbar abnehmen. Die Integration dieser Zuwanderer ist eine der zentralen Aufgaben aktueller und künftiger Politik. Der Karneval der Kulturen leistet hier einen wichtigen Beitrag.

Früher als andere Bundesländer ist Berlin zu einer Einwanderungsstadt geworden.

Ethnische und kulturelle Vielfalt bedeutet Bereicherung, erfordert aber zugleich Kompetenz und stellt neue Anforderungen an die Gesellschaft. Zu Berlin gehört auch eine Vielfalt an Religionen: Von den rund 3,4 Millionen Einwohnern Berlins sind 19,3% evangelisch, 9,3% katholisch und 2,7% bekennen sich zu einer anderen christlichen Konfession. Zum Islam bekennen sich 7,2% der Berliner. Die jüdische Gemeinschaft hat sich im Laufe der letzten zehn Jahre durch Neuzuwanderer aus Staaten der früheren Sowjetunion verdoppelt. Derzeit zählt die Jüdische Gemeinde zu Berlin gut 12.000 Mitglieder (0,3%). Auch hinduistische und buddhistische Religionsgemeinschaften sind in der Stadt vertreten. Etwa 60% der Einwohner Berlins sind konfessionslos.

Karneval der Kulturen als Wirtschaftsfaktor

Zum diesjährigen Straßenumzug des Karneval der Kulturen werden in Berlin 96 Gruppen mit 4.800 Teilnehmern erwartet. Ein kleiner Teil der Gruppen kommt aus anderen europäischen Ländern angereist. Waren in der Vergangenheit zwischen 10 und 15 ausländische Gruppen gemeldet, haben sich dieses Jahr nur 7 Gruppen aus dem Ausland angemeldet, darunter Gruppen aus Schweden, Polen und Tschechien. Hinzu kommen 1,35 Millionen karneval-begeisterte Besucher, die den Karneval der Kulturen in Berlin miterleben wollen.

Das Karneval-Großereignis zieht auch im Frühsommer 2011 wieder vor allem Berliner Besucher an, es kann aber auch mit Touristen aus dem Ausland gerechnet werden, die den Karneval zum Anlass für ein- oder mehrtägige Berlin- und Eventreisen nehmen. Sie kommen als Individualreisende oder in der Reisegruppe und nutzen neben einem Karnevalsabstecher gleichzeitig das vielfältige Kultur- und Kreativprogramm der Hauptstadt. Neben dem eigentlichen Karnevalsumzug und dem mehrtägigem Straßenfest locken auch die zahlreichen Partys in den angesagten Berliner Clubs, bzw. die Kiezfeste die sich in Partnerschaft mit dem Karneval organisiert haben.

Der Berlin-Tourismus hat sich in den vergangenen Jahren insgesamt überaus gut entwickelt. Allein im vergangenen Jahr kamen insgesamt 9 Mio. Hotelgäste aus dem In- und Ausland in die deutsche Hauptstadt. Das entspricht einem Plus von 9%. Die Reisenden sorgten für 20,8 Mio. Übernachtungen in den Hotels und Beherbergungsbetrieben der Stadt. Hier wurde sogar ein Zuwachs von 10,2% verzeichnet. Auch bei den internationalen Gästen war die deutsche Hauptstadt – trotz Nachwirkungen der Wirtschafts- und Finanzkrise – beliebt. Die Zahl der Gästekünfte aus dem Ausland stieg im vergangenen Jahr um 13,7% auf 3,3 Mio. Bei den Übernachtungen wurde hier ein Zuwachs von 14,1% auf 8,5 Mio. registriert. Der Anteil der internationalen Besucher an der Besucherzahl insgesamt lag 2010 bei 36,2%. Im Jahr 2000 betrug der Auslandsanteil erst 27,4%. Nach Angaben des Marktforschungsprojekts „Qualitätsmonitor Deutschlandtourismus“ kommen 71% der Berlin-Gäste wegen des Kunst- und Kulturangebots der Hauptstadt.

Während des Karneval der Kulturen steht nicht nur der Karneval selbst im Fokus der kulturinteressierten auswärtigen Berlinbesucher sondern auch das umfangreiche allgemeine kulturelle Angebot sowie das vielfältige Rahmenprogramm rund um das Karnevalereignis. Bereits heute genießt Berlin den Ruf einer europaweit einzigartigen Kulturmetropole, die mehr als 175 Museen und Sammlungen zählt. Hinzu kommen die vielfältigen Shoppingmöglichkeiten in der Hauptstadt. Somit sorgen die Karnevalstouristen sowie die Tänzer, Musiker, Künstler und Journalisten nicht nur für Umsätze in der klassischen Tourismusbranche wie dem Hotel- und Gaststättengewerbe, sondern zum großen Teil auch in den Bereichen Einzelhandel und sonstige allgemeine Dienstleistungen. Hierzu gehören so unterschiedliche Bereiche wie Verleih von Kraftfahrzeugen, öffentliche und private Kultureinrichtungen, Eventdienstleistungen wie Sicherheits- und Ordnungsdienste, Copy-Shops, Sekretariats-, Schreib- und Übersetzungsdienste, Ausstellungs- und Messeeinrichtungen, Parkhäuser, Tankstellen, Telekommunikation und Fotografisches Gewerbe so-

wie Kredit- und Versicherungsgewerbe. Aber auch für viele lokale Bus- und Taxiunternehmen stellt der Karneval der Kulturen eine wichtige Umsatzgröße dar.

Vor allem als Shoppingmetropole hat sich Berlin mittlerweile einen guten Ruf erarbeitet. Neben den etablierten Einkaufsmeilen haben sich in Mitte am Hackeschen Markt und in Prenzlauer Berg rund um die Kastanienallee moderne Fashionstores und Läden mit Berlin-Design angesiedelt. Auch die liberalen Ladenschlusszeiten und Aktionen des Einzelhandels wie die „Lange Nacht des Shoppings“ tragen zum positiven Image des Shoppingstandorts Berlin bei. Die Vielfalt des nahezu unüberschaubaren Einkaufs- und Entertainmentangebots in Berlin spricht auch die Karnevaltouristen an. Über die tatsächliche Höhe der durch den Tourismus in diesen Branchen bewirkten Umsätze gibt es allerdings keine hinreichenden Indikatoren, denn die Informationsbasis über das Nachfrageverhalten der Karneval-Reisenden ist höchst unvollkommen.

Berliner Karnevalsbesucher konsumieren nur geringfügig

Der überwiegende Teil der Karnevalsgäste kommt aus Berlin. Der Karneval und das Straßenfest bieten vielen Händlern und Verkäufern die Möglichkeit, ihre Stände in dem ausgewiesenen Festivalbereich aufzustellen. Die Palette reicht von Ständen, die Speisen und Getränke anbieten, bis hin zum Kunsthandwerk aus dem In- und Ausland. Die hier getätigten Ausgaben werden in der wirtschaftlichen Betrachtung des Karnevals berücksichtigt. Im Durchschnitt der Jahre 2007 bis 2010 konsumiert der einzelne Besucher an den Ständen am Rande des Umzugs mit 0,30 EUR und auf dem Straßenfest mit rund 2,80 EUR nur geringfügige Beträge. In der Summe ergeben sich aber rund 1,8 Mio. EUR, die an den Ständen ausgegeben werden.

Auch muss berücksichtigt werden, dass nicht alle Karnevalsbesucher ausschließlich an den Ständen auf dem Karnevalsgelände einkaufen. Viele gastronomische Einrichtungen am Rande der Umzugsstre-

cke profitieren ebenfalls von der Veranstaltung. Legt man hier wiederum moderate weitere Ausgaben von rund 3,00 EUR für die Berliner Karnevalsgäste zugrunde, kommen im Umfeld des Festes noch einmal insgesamt 2,7 Mio. EUR zusammen.

Auswärtige Gäste sorgen für höheren zusätzlichen Konsum

Zusätzlich zu den heimischen Karnevalsbesuchern kommen auch auswärtige Touristen zum Festival der Kulturen nach Berlin. Allerdings reisen sie nicht gerade in großer Zahl extra zum Karneval nach Berlin. Zum tatsächlichen Übernachtungsaufkommen werden in der amtlichen Statistik keine erschöpfenden Aussagen gemacht, da hier lediglich Beherbergungsbetriebe einbezogen werden, die mehr als acht Gäste unterbringen können. Nicht berücksichtigt werden somit alle Beherbergungsbetriebe mit weniger als neun Betten, also kleine Ferienwohnungen, Privatzimmer und sonstige Kleinbetriebe.

Da über den Anteil der auswärtigen Besucher keine Zahlen vorliegen, wird in einem ersten Szenario von geschätzten 13.500 auswärtigen Gästen ausgegangen (Szenario 1). Anschließend werden in einem zweiten und dritten Szenario jeweils expandierende Entwicklungen mit auswärtigen Karnevals-Besucherzahlen von insgesamt 40.500 bzw. 67.500 simuliert. Somit ergeben sich folgende Zwischenergebnisse:

In den einzelnen Szenarien sorgen die auswärtigen Gäste für insgesamt 6,4 Mio. EUR (Szenario 1) bzw. 8,9 Mio. EUR und 11,4 Mio. EUR (Szenarien 2 und 3) zusätzlichen Konsum in Berlin.

Dabei wurde bei den auswärtigen Karnevalsbesuchern angenommen, dass der überwiegende Teil (90%) aufgrund eines geringen Budgets in Privatwohnungen von Freunden und Verwandten übernachtet. In der Analyse wird hinsichtlich der Übernachtungsmöglichkeiten angenommen, dass lediglich eine sehr geringe Zahl von Teilnehmern und Touristen im Hotelbereich übernachtet (10%). Die durchschnittlichen Ausgabensätze der auswärtigen

Karnevalstouristen pro Person und Tag beruhen auf Erhebungen der dwif-Consulting GmbH – ein Unternehmen des Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Instituts für Fremdenverkehr e. V. an der Universität München:

Hotels:	196,70 EUR
Gasthöfe:	92,10 EUR
Bekanntbesucher:	34,60 EUR

Die Berücksichtigung der durchschnittlichen Aufenthaltsdauer der gewerblichen Übernachtungsgäste erfolgt auf der Grundlage der Ergebnisse der offiziellen Tourismusstatistik des Landes Berlin von 2010 und beträgt zwischen 2 und 2,4 Tagen, die Verwandten/-Bekanntbesuche sind auf 2,5 Tage berechnet.

Auf Basis dieser Prämissen und unter Berücksichtigung der multiplikativen Ausgaben-/Beschäftigungseffekte sowie der Primäripulse aus dem Karnevalsetat sowie den Ausgaben der Teilnehmer und Karnevaltouristen während des Pfingstwochenendes 2011 werden mit Hilfe eines Simulationsmodells für die Berliner Regionalwirtschaft die zusätzlichen Wertschöpfungs-, Beschäftigungs- und Einnahmeeffekte für Berlin errechnet.

Ausgaben der Organisatoren und der Karnevalsgruppen

Der Karneval der Kulturen wird in diesem Jahr mit 270.000 EUR von der Senatsverwaltung gefördert. Hinzu kommen diverse Einnahmen, z. B. aus den vereinnahmten Standmieten. Alles in allem beträgt das Budget des Karnevalbüros in diesem Jahr rund 800.000 EUR. Kosten entstehen vor allem für Logistik wie Straßensperrungen, sanitäre Einrichtungen, Müllentsorgung, für Ordnungskräfte sowie Öffentlichkeitsarbeit. Die Künstler des Straßenfests erhalten lediglich eine Aufwandsentschädigung. Für die Unterstützung der am Karnevalsumzug teilnehmenden Gruppen bleibt kaum etwas übrig. Zwar haben sich nach Angaben der Organisatoren 162 kleine und mittelständische Unternehmer gefunden, die einzelne Formationen unterstützen. Dennoch gibt es viele Gruppen ohne Sponsoren, die ihre Kosten von

2.000 bis 9.000 Euro für Kostüme, Wagen und Dekoration Jahr für Jahr allein finanzieren müssen. Ein zusätzlicher Wirtschaftsfaktor, der in der Summe mit rund 380.000 EUR pro Jahr berechnet werden kann.

Zwischen 5,7 Mio. EUR und 11,4 Mio. EUR zusätzliche Wirtschaftsleistung in 2011

Die primären Umsatz- und Beschäftigungswirkungen im Tourismusbereich ziehen ihrerseits durch den regionalen Einkommens- und Vorleistungsmultiplikator weitere indirekte Beschäftigungswirkungen in den vor- bzw. nachgelagerten Branchen nach sich und schaffen somit erneut Einkommen in einer Vielzahl verschiedener Branchen in Berlin. Ausgaben der Karnevals-Teilnehmer, der Journalisten und Karnevalstouristen sind somit auf der anderen Seite Einnahmen bei Berliner Unternehmen, die diese verwenden, um damit Ausgaben zu tätigen, die ihrerseits Umsätze und Arbeitsplätze z. B. bei ihren Lieferanten bewirken. Die Umsätze der Karnevalstouristen verursachen also zusätzlich Einnahmen und Investitionen, die unmittelbare und mittelbare Effekte auf andere volkswirtschaftliche Größen wie Wachstum und Beschäftigung ausüben – und dies über einen längeren Zeitraum. Von besonderem Interesse sind dabei die Auswirkungen auf die Einnahmen der öffentlichen Hand. Diese profitiert einerseits von höheren Steuer- und Sozialversicherungseinnahmen und andererseits durch geringere Inanspruchnahme von Sozialhilfeempfängern. So wird mit Hilfe einer ökonomischen Modellrechnung unter realistischen Annahmen untersucht, wie sich die oben dargestellten zusätzlichen Umsatzeffekte zum Karneval der Kulturen vom 10. bis 13. Juni 2011 auf die Berliner Gesamtwirtschaft auswirken.

Im Ergebnis führen die Ausgaben der Veranstalter sowie die zusätzlichen Konsumimpulse durch die Karneval-Besucher und die Teilnehmer zu einer Steigerung des Berliner Bruttoinlandsprodukts in 2011 von insgesamt 5,7 Mio. EUR (Szenario I), bzw. 8,6 Mio. EUR (Szenario II), bzw. 11,4 Mio. EUR (Szenario III).

Insgesamt werden im Zusammenhang mit dem Karneval der Kulturen 2011 im ersten Szenario rund 21 befristete Arbeitsplätze in der Hauptstadt geschaffen, von denen ungefähr die Hälfte zumindest für eine gewisse Zeit erhalten bleibt (zum Vergleich: Szenario II: 30 Arbeitsplätze; Szenario III: 40 Arbeitsplätze).

Und auch für den Berliner Haushalt rechnet sich der Karneval der Kulturen, da ein Teil der Subventionen über zusätzliche Steuereinnahmen und Gebühren in den Haushalt fließt. Die öffentlichen Einnahmen Berlins erhöhen sich durch die zusätzlichen Wertschöpfungseffekte im ersten Szenario um insgesamt etwa 170.000 EUR (zum Vergleich: Szenario II: 280.000 EUR; Szenario III: 390.000 EUR).

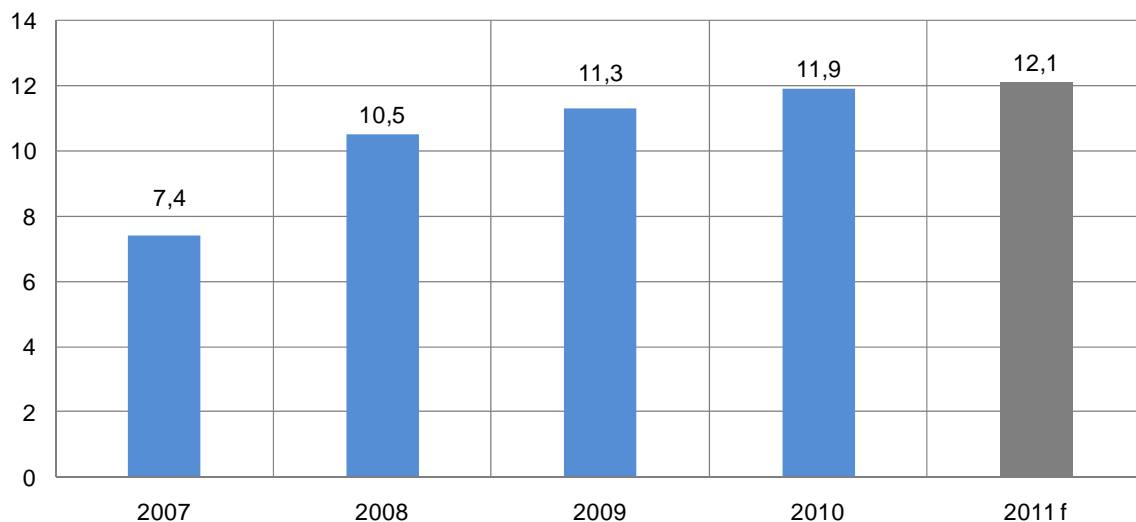
53,2 Mio. EUR zusätzliche Wirtschaftsleistung seit 2007

Berücksichtigt man, dass der Karneval ein jährlich wiederkehrendes Ereignis ist und betrachtet den Zeitraum 2007 bis 2011, so stellen sich im Ergebnis neben der jährli-

chen Wirtschaftsleistung zusätzlich ökonomische Nachlaufeffekte ein. Effekte des aktuellen Jahres werden um die wirtschaftlichen Nachlaufeffekte früherer Jahre erhöht. Das wirtschaftliche Umfeld des Karnevals, wie z. B. die Gastronomie oder Busreiseunternehmen, stellen sich dabei auf das jährlich wiederkehrende Ereignis ein, bzw. profitiert noch von den bestehenden Strukturen der Vorjahre. Es gibt also einen messbaren strukturellen Unterschied zwischen einmaligen touristischen Highlights und jährlich wiederkehrenden kontinuierlich gepflegten Aktivitäten, wie dem Karneval der Kulturen.

Insgesamt wurden vor diesem Hintergrund seit 2007 mittels touristischer Umsätze in Höhe von insgesamt 45,3 Mio. EUR auf dem Festivalgelände und im Umfeld des Karnevals und durch Ausgaben vom Veranstalter und den Teilnehmern ein zusätzliches Bruttoinlandsprodukt (BIP) in Höhe von rund 53 Mio. EUR angestoßen. Auch wenn einige Investitionen der Karnevalveranstalter nicht rentabel gewesen sein sollten, so sind es doch die gesamtwirtschaftlichen Effekte für Berlin.

Karneval der Kulturen: Steigerung der Wirtschaftskraft (BIP)
2007-2011; in Mio. EUR



Quelle: eigene Berechnung IBB

In diesem Zeitraum wurden in der Gastronomie und im tourismusnahen Gewerbe rund 220 vorwiegend befristete Arbeitsplätze geschaffen.

Die wirtschaftliche Nachhaltigkeit einer jährlich wiederkehrenden kulturellen Veranstaltung gegenüber dem einmaligen Ereignis wird besonders bei der Steigerung der öffentlichen Einnahmen deutlich. Seit 2007 konnten aufgrund der Tätigkeiten rund um den Karneval der Kulturen rund 4,2 Mio. EUR mehr öffentliche Einnahmen verbucht werden. Damit konnten die eingesetzten öffentlichen Mittel und Spenden, zumindest aus volkswirtschaftlicher Perspektive, mit einer ordentlichen Rendite an die Stadt zurückgezahlt werden.

Bedeutende Tourismus-Effekte durch den Karneval der Kulturen

Neben diesen volkswirtschaftlich messbaren Wertschöpfungs-, Einkommens- und Beschäftigungszuwächsen existiert eine Form von „nicht monetärem“ Nutzen, der zwar schwer messbar ist, jedoch ebenso volkswirtschaftliche Wirkungen entfaltet. Hierzu dürfte insbesondere der Imagege-

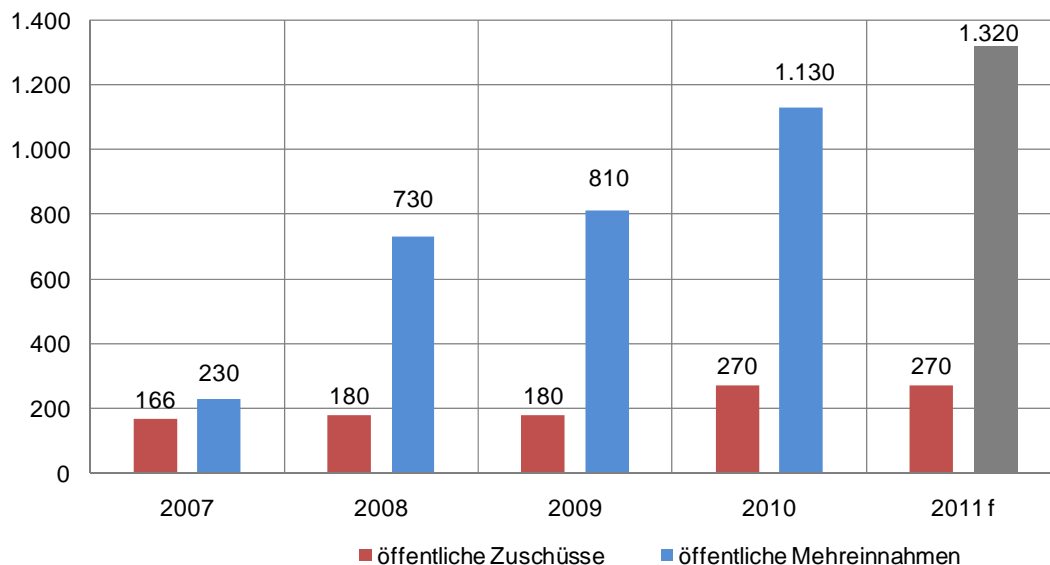
winn durch die Darstellung Berlins als junge, weltoffene, dynamische und moderne Trendstadt gehören. Von großer Bedeutung ist dabei die nationale und internationale Medienberichterstattung.

Das ist eine hervorragende Werbung für die deutsche Hauptstadt. Durch die weltweite Berichterstattung wird Berlin auch am Pfingstwochenende im Juni 2011 enorme Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Hinzu kommen die Berichte auf den vielen nationalen und internationalen Homepages.

Das zeigen sehr deutlich auch die Erfahrungen mit anderen Großveranstaltungen, z. B. der Leichtathletik-Weltmeisterschaft 2009. So reisten im August 2009 insgesamt 756.600 Hotelgäste aus dem In- und Ausland in die deutsche Hauptstadt. Das entspricht einem Plus von 6,4%. Die Reisenden sorgten für 1,97 Mio. Übernachtungen in den Hotels und Beherbergungsbetrieben der Stadt. Hier wurde sogar ein Zuwachs von 11,9% verzeichnet. Im gleichen Vorjahresmonat stiegen Besucher- und Übernachtungszahlen lediglich um 2,9% bzw. 2,3%.

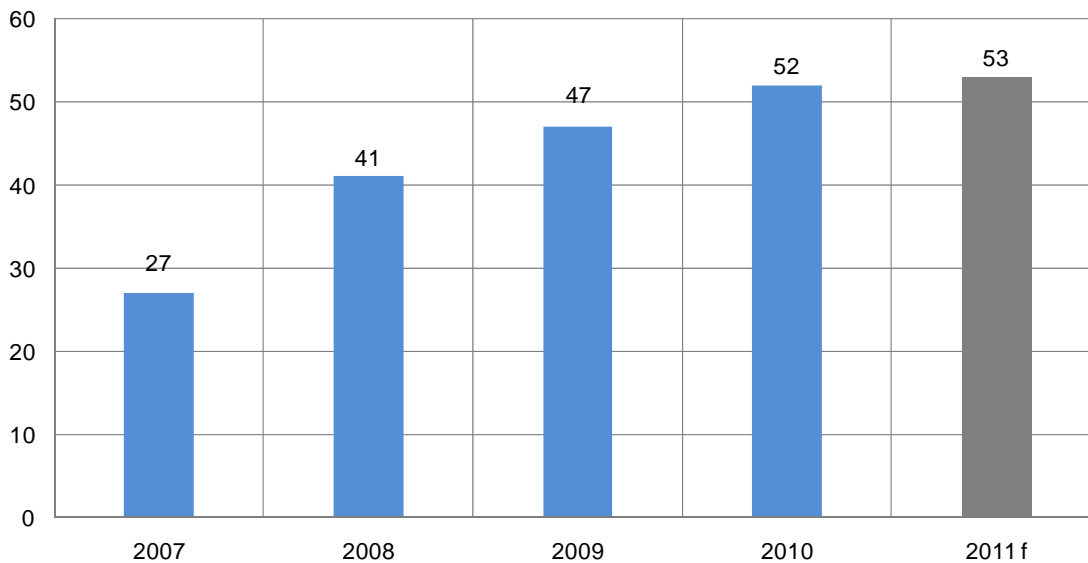
Karneval der Kulturen: öffentliche Mehreinnahmen vs. Zuschüsse

2007-2011; in tausend EUR



Quelle: Werkstatt der Kulturen und eigene Berechnung IBB

Karneval der Kulturen: gesicherte und geschaffene Arbeitsplätze 2007-2011



Quelle: eigene Berechnung IBB

Auch bei den internationalen Gästen war die deutsche Hauptstadt – trotz Wirtschafts- und Finanzkrise – während der Leichtathletik-Weltmeisterschaft beliebt. Die Zahl der Gästeankünfte aus dem Ausland stieg im Leichtathletik-Weltmeisterschaftsmonat August 2009 um 5,2% auf 291.900. Bei den Übernachtungen wurde hier ein Zuwachs von 10,9% auf 871.700 registriert. Trotz der stark gestiegenen Bettenkapazitäten in Berlin stieg die durchschnittliche Bettenauslastung im gesamten Beherbergungsgewerbe im August 2009 auf rund 59,5%, nach 57,8% im entsprechenden Vorjahresmonat.

Fazit

Mit kulturellen und sportlichen Großveranstaltungen hat Berlin die Chance, sich als moderner und innovativer Wirtschafts-, Wissenschafts-, Kultur- und Sportstandort international vorzustellen. Die vielen Kultur- und Sport-Events transportieren national und international die kulturelle Vielfalt und Weltoffenheit Berlins. Sie tragen den "Berlin-Hype" in die Welt. Auch der Karneval der Kulturen als Teil dieser kulturellen Vielfalt bringt Menschen und Investoren überall in der Welt dazu, in der deutschen Hauptstadt etwas zu sehen, was erst da-

durch Realität wird, dass sie diesem Ruf folgen. Kultur als Standortvorteil sozusagen. Auch Investoren schauen nicht nur auf die nackte Analyse der wirtschaftlichen Lage eines Standorts. So gesehen sind Investoren und Kultur zwei Seiten derselben Medaille Berlin. Wirtschaft und Kreativität, diese Mischung hat etwas enorm Zeitgenössisches.

Die Prioritäten liegen auf der Hand: Kulturelle Veranstaltungen fördern und unterstützen bzw. weiter ausbauen! Ein großes Karnevalsfestival der Kulturen, warum nicht? Kultur ist doch, neben der Wissenschaft, eines der Pfunde, mit dem Berlin international wuchern kann. Genau solche Veranstaltungen wie den Karneval der Kulturen braucht und verkraftet Berlin, auch wenn Veranstaltungen dieser Größenordnung den normalen Ablauf der Stadt und manche Bewohner kurzzeitig beeinträchtigen. Der Senat kann Veranstaltungen dieser Art jedoch nicht anordnen. Er kann aber den Erfolg einer über lange Jahre gewachsenen Veranstaltung anerkennen und den Veranstaltern alle notwendige Unterstützung zukommen lassen, um die Veranstaltungen in der Stadt zu halten.

Anhand des Karneval der Kulturen konnte gezeigt werden, dass die Kontinuität einer jährlich wiederkehrenden Veranstaltung sich letztlich auch wirtschaftlich für die Stadt auszahlt. Es macht eben einen Unterschied, ob Veranstaltungen nur einmalig aufgeführt werden oder ob sie wiederkehrend dem wirtschaftlichen und touristischen Umfeld die Gelegenheit geben, sich auf das Ereignis regelmäßig vorzubereiten. Erst dann stellen sich, dank wirtschaftlicher Nachlaufeffekte in den folgenden Jahren, auch die nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolge ein. Neben der guten Stimmung in der Stadt wird dann auch die Berliner Wirtschaft gestärkt. Der kreative Bereich und der Tourismus sind zwei wichtige Wachstumsmärkte in Berlin. Allein durch den Karneval der Kulturen konnte das Bruttoinlandsprodukt seit 2007 um insgesamt 53,2 Mio. EUR gesteigert werden. Gleichzeitig konnten rund 220 Arbeitsplätze in der Hauptstadt gesichert und geschaffen werden, von denen ungefähr die Hälfte zumindest für eine gewisse Zeit erhalten bleibt. Vor allem durch die Stimulierung von Konsum im wirtschaftlichen Umfeld des Karneval der Kulturen, trägt dieser über die Jahre gerechnet zu zusätzlichen öffentlichen Einnahmen in Höhe von 4,2 Mio. EUR bei. Unter Berücksichtigung der wirtschaftlichen Nachlaufeffekte bringt letztlich 2011 jeder von der öffentlichen Hand investierte Euro in den Karneval der Kulturen rund das 5-fache an öffentlichen Einnahmen für Berlin zurück.

Zudem profitiert Berlin erheblich von dem Ruf, den ein solches Events ausstrahlt. Berlin ist im Bereich Kreativität und Kultur zumindest die Nummer eins in Europa. Mit Festivals wie dem Karneval der Kulturen wird Berlin auch künftig noch mehr Besucher aus aller Welt anziehen. Denn auch Touristen schätzen das Original.

Aber auch für eine aktive Stadtentwicklungspolitik ist die Förderung und Bereitstellung eines breit gefächerten kulturellen Angebots wichtig. Ein breites kulturelles Angebot erhöht den Freizeitwert einer Stadt und spielt für die Wohnortwahl, insbesondere von Spitzenkräften, sogenannten High-Potentials, die beruflich und privat häufig besonders mobil sind, eine gro-

ße (und möglicherweise sogar die entscheidende) Rolle. Ein Merkmal eines hochwertigen, anspruchsvollen Kulturangebots ist neben dem Vorhandensein von Museen und Ausstellungen ein Veranstaltungskalender, der nicht nur die etablierten und hochsubventionierten offiziellen Festivals aufführt. Besonders auswärtige Besucher und Touristen wissen diese kulturellen Einrichtungen zu schätzen.

Herausgeber:
Investitionsbank Berlin
Volkswirtschaft
Verantwortlich:
Hartmut Mertens
Telefon: 030/2125-4738

Bundesallee 210
10719 Berlin
volkswirtschaft@ibb.de

Verfasser:
Hartmut Mertens
Telefon: 030/2125-4738
Claus Pretzell
Telefon: 030/2125-4752

Redaktionsschluss 6. Juni 2011