

Kölle alaaf!

Wenn in der Region Karneval gefeiert wird, dann klingeln die Kassen

Von Joachim Heinz

Im Köln-Bonner Raum beginnt die Karnevalssession bereits im Sommer. Das bedeutet nicht, daß sich der traditionsbewußte rheinische Jeck in diesem Jahr vor dem 11. November in bunter Verkleidung aus dem Haus wagen wird. Tatsache aber ist, daß in den meisten Karnevalsvereinen der Region zwischen Düren und Bergischem Land – alles in allem über 1300 – die Vorbereitungen für die sogenannte fünfte Jahreszeit längst begonnen haben. Ein Umstand, den auch die Organisatoren von „InterKarneval“ für ihre eigenen Interessen zu nutzen wissen.

Am 24. Juni öffnet die nach eigenen Angaben „größte Karnevalsmesse Europas“ auf dem Messegelände von Köln-Deutz ihre Pforten. Im vergangenen Jahr informierten sich rund 14 000 Besucher über die neuesten Trends. Auch diesmal werden 150 Aussteller drei Tage lang ihre Produkte und Dienstleistungen präsentieren: vom kleinen Familienbetrieb, der Fahnen und Wimpel anfertigt, über Versicherungsunternehmen und Veranstaltungstechniker bis hin zu den großen Handelsriesen, die Kostüme aller Art unters närrische Volk bringen. Karneval, das ist ein stetig wachsender Wirtschaftszweig – allem Gerede von Konsumflaute und sinkender Kaufkraft zum Trotz.

Viele Arbeitsplätze gesichert

Der „Bund Deutscher Karneval“ (BDK) schätzt, daß deutschlandweit mittlerweile rund vier bis fünf Milliarden Euro im Jahr bei dem bunten Treiben umgesetzt werden, ein nicht unwesentlicher Anteil davon natürlich in der Region Köln-Bonn. Das sichere ganzjährig bis zu 12 000 Arbeitsplätze, so BDK-Ehrenpräsident Franz Wolf. Viele Unternehmen stellen überdies während der Session zusätzliche Mitarbeiter ein. Meist ab Mitte Januar, wenn in den

Karnevalshochburgen die Prinzenproklamationen über die Bühne gehen, bis hin zu den „tollen Tagen“ zwischen Weiberfastnacht und Aschermittwoch. So wie der Bonner Thomas Gimbel. Neun feste Mitarbeiter beschäftigt der Spezialist in Sachen Kunstprägetechnik. „Aber in Spitzenzeiten auch schon mal bis zu zwanzig.“

In dem mittelständischen Unternehmen werden unter anderem Fahrzeugkleinteile, Schlüsselanhänger oder Kühl-



(Fast) jeder Jeck ist anders.

schrankmagneten hergestellt. Und Orden für die Karnevalsgesellschaften der Region. Etwa 10 bis 15 Euro kosten die farbigen Plaketten aus Zink, Messing oder Kupfer, die an Freunde des rheinischen Humors verliehen werden und oftmals das aktuelle Motto der Session oder das Wappen der Karnevalsgesellschaft zeigen. Die Bestellungen reichen bis hin zu über tausend pro Verein. Das sichert Gimbel rund sechzig Prozent seines Umsatzes.

Auch bei den Süßwarenherstellern sind die Karnevalsgesellschaften und deren Mitglieder gern gesehene Kunden, die mit Sonderrabatten und diversen Angeboten wie etwa speziellen Abpackungsgrößen gelockt werden. Allein beim großen Kölner Rosenmontagszug wurden in diesem Jahr 140 Tonnen „Kamelle“, also Bonbons, kleine Schokoladentafeln, Pralinenpackungen oder Gummibärchen geworfen. Die meisten Karnevalisten finanzieren ihr

„Wurfmaterial“ aus eigener Tasche. Gut und gerne 200 Euro, bisweilen auch mehr, investiert fast jeder der 10 000 Teilnehmer, damit die Munition auch am Ende des sieben Kilometer langen Zugweges nicht ausgeht. Da paßt es gut, daß bei den klassischen Karnevalsgesellschaften die aufwendig gearbeitete Uniform nur einmal angeschafft werden muß und im Ernstfall auch das Festkomitee Kölner Karneval mit seinem Fundus von 30 000 Kostümen aushelfen kann. Denn die Kosten für solche Verkleidungen liegen deutlich über dem, was der gemeine Jeck für Cowboyhut oder Indianerperücke auszugeben bereit wäre.

Zuschauer als feste Größe

Dennoch sind beim Geschäft mit dem Karneval gerade diese Leute, die auch als Zuschauer am Straßenrand stehen, eine feste Größe. Rosenmontag machen sich pro Jahr rund 1,5 Millionen Menschen in Köln auf, um den Umzug zu bestaunen, zum Bonner Zug kommen immerhin 250 000 Besucher. Bei dieser Gelegenheit verdreifachen nach Angaben von KölnTourismus die Taxi-Fahrer, Brauhäuser oder Einzelhändler in der Domstadt ihren Umsatz. Den Übernachtungsgästen bieten Hotels spezielle Karnevalspakete an. Und seitdem der Köln-Bonner Airport auch von Billigfliegern angesteuert wird, hat sich die Zahl der Besucher aus dem Ausland noch einmal deutlich erhöht.

So kommt es, daß eigentlich alle Beteiligten vor allem eines haben: den sprichwörtlichen „Spaß an d'r Freud“. Nur die Krawattenhersteller legten zur vergangenen Session eine ernüchternde Bilanz vor. Zwar sei es guter Brauch, daß die „jecken Wiever“, sprich „die ausgelassenen Närrinnen“, an Weiberfastnacht den Herren mittels Schere die Krawatten kürzten. Aber die rund 200 000 abgeschnittenen Binder kurbelten den Umsatz nicht an. Getragen werde an diesem Tag, was ohnehin in die Altkleidersammlung gehört.