



› Die wirtschaftliche Bedeutung der Volksfeste in Deutschland 2023

Aktuelle Situation, Entwicklungen, Trends

mit „Weihnachtsmärkte in Deutschland 2024“

Auftraggeber:

Deutscher Schaustellerbund e.V.

Am Weidendamm 1A
10117 Berlin
Tel: (030) 59 00 99-780
www.dsbev.de

Köln, 26.2.2025

Erarbeitet durch:

**ift Freizeit- und
Tourismusberatung GmbH**
Goltsteinstraße 87a, 50968 Köln
Tel (02 21) 98 54 95 01
www.ift-consulting.de

Christian Rast, Geschäftsleitung
Lukas Melzer, Consultant

Vorwort

Dieter Janecek

**Koordinator der Bundesregierung
für die Maritime Wirtschaft und Tourismus**



Volksfeste haben auch nach den Jahren der Pandemie weiterhin eine große Bedeutung für unser Land, die über die eines bloßen Wirtschaftsfaktors weit hinausgeht. Die vorliegende Studie beleuchtet diese Bedeutung und die aktuelle Situation des Schaustellergewerbes und zeigt dessen Entwicklung seit dem Jahr 2018 auf, als die Studie zuletzt aktualisiert wurde.

Seit 2018 ist viel geschehen. Die Corona-Pandemie samt Veranstaltungsverbots führte zu einem weitgehenden Stillstand der Branche. Im Anschluss brachte der Angriffskrieg Russlands gegen die Ukraine einen starken Anstieg der Energiepreise mit sich. Dies stellte die Schaustellerbranche ebenso wie Inflation und Arbeitskräftemangel vor enorme Herausforderungen. Die aktuelle Studie nimmt die Auswirkungen dieser Krisen und Herausforderungen auf die Volksfeste besonders in den Blick.

Umso erfreulicher ist der Befund, dass die Anzahl der Volksfeste in den Jahren nach der Corona-Pandemie weitgehend unverändert geblieben ist. Wenigen verschwundenen Volksfesten stehen einzelne neue Volksfeste gegenüber. Das Angebot bewegt sich nach wie vor bei rund 9.750 Volksfesten im Jahr. Vor allem große und mittlere Volksfeste erfreuen sich weiterhin großer Beliebtheit und steigender Besuchszahlen. Insgesamt sind die Besuchszahlen auf den Volksfesten in Deutschland von 170 Mio. im Jahr 2000 auf 198 Mio. in 2023 gestiegen. Mit ihren ca. 30.800 Beschäftigten und weiteren rund 26.300 Arbeitsplätzen außerhalb der Schaustellerunternehmen trägt die Branche zur Sicherung von rund 57.160 Vollzeit Arbeitsstellen bei.

Das Thema Nachhaltigkeit spielt in vielen Bereichen auf Volksfesten eine wichtige Rolle und ist auch Gegenstand der vorliegenden Studie. Die Bilanz fällt positiv aus: Volksfeste finden in den Zentren der Städte statt und sind in der Regel unkompliziert per ÖPNV oder zu Fuß erreichbar. Zudem tragen gut abgestimmte Reiserouten der Schausteller dazu bei, das Verkehrsaufkommen vergleichsweise gering zu halten. In mehr als der Hälfte der Veranstalterkommunen, die an der Befragung teilnahmen, werden die Volksfeste bereits mehrheitlich mit grünem Strom betrieben.

Das Image der Volksfeste hat sich in den vergangenen Jahren nicht grundlegend verändert und ist weiterhin sehr positiv. Die Aussage, dass Volksfeste ein wichtiger Bestandteil von Kultur und Tradition sind, erfährt wie in den vergangenen Jahren eine hohe Zustimmung. Zudem passen Volksfeste nach Meinung der Bevölkerung „in die heutige Zeit“. Auch im Bereich Tourismus spielt die Attraktivität der Volksfeste eine große Rolle als Impulsgeber für den Tourismus aus dem In- und Ausland.

Die Erfolgsgeschichte der Volksfeste und die Resilienz der Schaustellerbranche in Krisenzeiten ist vor allem ein Verdienst der zahlreichen Schaustellerunternehmen, ganz überwiegend Klein- und kleine Unternehmen, die seit Generationen im Familienbetrieb geführt werden. Für deren Anliegen im Zusammenhang mit der Sicherung der Institution Volksfest angesichts aktueller wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Herausforderungen werde ich stets ein offenes Ohr haben.

Ich wünsche allen Verbandsmitgliedern weiterhin erfolgreiche, erlebnisorientierte Veranstaltungen im Herzen der Städte und Kommunen!

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	2
Management Summary	6
1. Einführung	10
1.1 Ausgangssituation	10
1.2 Zielsetzung	13
1.3 Begriffsbestimmung	13
1.4 Methodische Grundlagen und Umfang der Untersuchung	14
1.4.1 Bevölkerungsrepräsentative Online-Panel-Befragung	14
1.4.2 Online-Befragung von Schaustellern	15
1.4.3 Online-Befragung von Veranstalterkommunen	15
2. Branchenprofil Schausteller	16
2.1 Struktur der Branche	16
2.2 Aktivitätsprofil der Schausteller	20
2.3 Wirtschaftliche Situation der Betriebe	21
3. Volksfeste und Volksfestbesuche	24
3.1 Das Angebot: Anzahl der Volksfeste in Deutschland	24
3.2 Das Image	24
3.2.1 Das Volksfest aus Sicht der Besucher	24
3.2.2 Das Volksfest aus Sicht der Veranstalterkommunen	25
3.3 Die Nachfrage: Umfang und Struktur der Volksfestbesuche	25
3.3.1 Volksfestbesuchshäufigkeit	25
3.3.2 Begleitung beim Volksfestbesuch	27
3.3.3 Besuchsvolumen	28
3.4 Größe und Frequentierung der besuchten Volksfeste	29
4. Die wirtschaftliche Bedeutung der Volksfeste 2023	31
4.1 Ausgaben der Volkfestbesucher	31
4.1.1 Höhe und Struktur der Tagesausgaben	31
4.1.2 Ausgaben in Abhängigkeit von der Größe des besuchten Volksfestes	33
4.2 Regionalwirtschaftliche Effekte der deutschen Volksfeste	33
4.2.1 Monetäre Effekte	33

4.2.2	Wertschöpfungseffekt	36
4.2.3	Arbeitsmarkteffekte	37
4.2.4	Fiskalische Effekte	37
4.2.5	Kennziffern zur Bemessung der regionalwirtschaftlichen Effekte	38
5.	Nachhaltigkeitsaspekte auf Volksfesten	40
5.1	Nachhaltigkeitsaspekte aus Sicht der Schausteller	41
5.2	Nachhaltigkeitsaspekte aus Sicht der Besucher	42
5.3	Nachhaltigkeitsaspekte aus Sicht der Veranstalterkommunen	43
6.	Weihnachtsmärkte in Deutschland 2024	45

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Dauer der Tätigkeit der Familie im Schaustellergewerbe	17
Abbildung 2: Umsatzanteil nach Unternehmensbereich	18
Abbildung 3: Anzahl nicht mitarbeitender Familienangehöriger	19
Abbildung 4: Umsatzgrößenklassen	20
Abbildung 5: Bewertung wirtschaftliche Situation	22
Abbildung 6: Erwartete Entwicklung der wirtschaftlichen Situation in den kommenden drei Jahren	22
Abbildung 7: Wahrnehmung von Volksfesten in der Bevölkerung	25
Abbildung 8: Anreisestrecke letzter Veranstaltungsbesuch	26
Abbildung 9: Anzahl der begleitenden Kinder beim letzten Volksfestbesuch	27
Abbildung 10: Die Wertschöpfung im Überblick	36
Abbildung 11: Genutzte Verkehrsmittel beim letzten Volksfestbesuch	42
Abbildung 12: Bedeutung ausgewählter ökologischer Aspekte für Besucher	43
Abbildung 13: Anreisestrecke letzter Weihnachtsmarktbesuch	46
Abbildung 14: Art und Anlass des Weihnachtsmarktbesuchs	46
Abbildung 15: Umsätze durch Weihnachtsmarktbesucher	49
Abbildung 16: Wahrnehmung von Weihnachtsmärkten	50

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Struktur der Branche nach Geschäftstypen	17
Tabelle 2: Mitarbeiterzahlen (feste Mitarbeiter ganzjährig, inkl. Familienangehörige)	19
Tabelle 3: Durchschnittliche Anzahl besuchter Veranstaltungen und Veranstaltungstage	20
Tabelle 4: Besuchshäufigkeit nach Herkunftsregion der Befragten	26
Tabelle 5: Die größten Volksfeste in Deutschland nach offiziellen Besuchszahlen 2023	28
Tabelle 6: Strukturdaten der Volksfeste nach ihrer Größe	30
Tabelle 7: Ausgaben auf Volksfesten 2023	32
Tabelle 8: Ausgaben außerhalb des Volksfestgeländes 2023	35
Tabelle 9: Ausgaben auf Weihnachtsmärkten 2024	48
Tabelle 10: Ausgaben außerhalb des Weihnachtsmarktgeländes 2024	49

Management Summary

Kennzahlen

Zur Schaustellerbranche zählen insgesamt rund

- › 5.600 Schaustellerunternehmen,
- › die mit ihren 30.800 Beschäftigten und
- › insgesamt mindestens 13.200 Geschäften vom Imbiss bis zur Achterbahn die
- › ca. 9.750 deutschen Volksfeste besichtigen.

Die Volksfeste verzeichneten zuletzt rund 198,4 Mio. Besuche pro Jahr.

Die Bruttoumsätze auf den Volksfestplätzen belaufen sich auf rund 6,51 Mrd. Euro. Von diesen Umsätzen geben die Schausteller rund 1,11 Mrd. Euro an den Veranstaltungsorten für Warenbezug, Gebühren, Aushilfspersonal und persönliche Konsumausgaben aus. Zusätzliche rund 2,23 Mrd. Euro werden von den Volksfestbesuchern außerhalb des Volksfestgeländes ausgegeben.

Das sorgt in den ausrichtenden Kommunen für eine Wertschöpfung von 1,64 Mrd. Euro und für die Schaffung und Sicherung von weiteren rund 26.360 Arbeitsplätzen außerhalb der Schaustellerunternehmen. Damit trägt die Schaustellerbranche direkt und indirekt zu rund 57.160 Vollzeitstellen bei. Alle 7.500 Besucher wird in den Kommunen ein Arbeitsplatz vor Ort durch das Volksfest (und außerhalb der Schaustellerbranche) geschaffen. Pro Volksfestbesucher werden damit rund 8,30 Euro Wertschöpfung, also neues Einkommen generiert. Pro Veranstaltung sind dies 169.000 Euro Wertschöpfung.

Ein Teil der Ausgaben der Schausteller fließt den Kommunen als Veranstalter der Volksfeste direkt zu: rund 406 Mio. Euro für Standgebühren und andere Abgaben. Das sind rund 42.000 Euro pro Veranstaltung oder rund 2,00 Euro pro Besucher. Dazu kommen unter Berücksichtigung der Ausgaben außerhalb des Volksfestgeländes

873 Mio. Euro Gemeinschaftssteuereinnahmen. Davon dürften rund 147 Mio. Euro in Form kommunaler Steuern direkt den Veranstaltungsorten zukommen. Damit dürften die Kommunen mit über 552 Mio. Euro direkt von Volksfesten profitieren oder 2,80 Euro pro Volksfestbesucher (Abgaben und Steuern).

In Summe fließen den öffentlichen Kassen trotz der Senkung der Mehrwertsteuer auf Speisen im Zeitraum von 2020 bis 2023 fast 1,28 Mrd. Euro aus der Schaustellerbranche zu. Das sind rund 6,50 Euro pro Besucher.

Branchenprofil Schausteller

Die Schaustellerunternehmen sind vor allem mit Gastronomie-, Imbiss- und Ausschankbetrieben (37 %) sowie Fahrgeschäften (24 %), Verkaufsgeschäften nach Schaustellerart (19 %) und Spielgeschäften (14 %) auf den deutschen Volksfesten unterwegs und das im Durchschnitt bereits seit 105 Jahren. Die deutschen Schaustellerunternehmen betreiben durchschnittlich 1,9 unterschiedliche Geschäfte. 48 % der befragten Unternehmen haben in den vergangenen fünf Jahren Geschäfte hinzugenommen, 31 % gaben ein oder mehrere Geschäfte auf.

Die Schaustellerunternehmen beschäftigen einschließlich der Inhaber und der mitarbeitenden Familienangehörigen durchschnittlich 3,9 feste Mitarbeiter. Davon sind durchschnittlich 2,5 Personen Familienangehörige. Die Branche ist damit durch Kleinst- und kleine Unternehmen geprägt.

Im Durchschnitt beschicken die Unternehmen 21 Veranstaltungen pro Jahr (einschließlich Weihnachtsmärkte). Insgesamt stehen die Schausteller (ohne Tage für Auf- und Abbau) durchschnittlich an rund 141 Tagen pro Jahr auf Volksfesten und Weihnachtsmärkten.

Ihre wirtschaftliche Situation bewerten die Schausteller insgesamt als befriedigend bis gut und damit besser als noch vor fünf Jahren. Allerdings erwarten 45 % der Befragten eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation des eigenen Betriebs in den kommenden drei Jahren, insbesondere aufgrund des Personalmangels, der steigenden Kosten und finanziellen Belastungen, insbesondere in den Bereichen Personal, Energie und Standplätze, sowie wachsender Bürokratie und behördlichen Auflagen.

Dieser skeptischen Zukunftseinschätzung der Branche steht allerdings eine nach wie vor hohe Nachfrage auf den Volksfesten gegenüber. Entsprechend ist die Zahl der Volksfeste stabil geblieben.

Volksfestangebot

Die Anzahl der Volksfeste ist in den letzten Jahren trotz der Coronakrise weitgehend unverändert geblieben. Wenigen verschwundenen Volksfesten stehen einzelne neue Volksfeste gegenüber. Damit bewegt sich das Angebot bei nach wie vor rund 9.750 Volksfesten.

Die Größe der der Veranstaltungen variiert erheblich. Das größte deutsche Volksfest ist das Münchner Oktoberfest mit seinen insgesamt 550 Geschäften und 7,2 Millionen Besuchern in 2023. Allein die 30 größten deutschen Volksfeste zählten 49 Millionen Besucher in 2023.

Image von Volksfesten

Volksfeste sind etwas für die ganze Familie, diese Ansicht teilen die meisten Volksfestbesucher. Auch die Aussage, dass Volksfeste ein wichtiger Teil unserer Tradition und Kultur sind, findet große Zustimmung – immerhin geht das älteste deutsche Volksfest, das Lullusfest in Bad Hersfeld, auf das 9. Jahrhundert zurück.

Noch stärker als die Besucher nehmen die kommunalen Vertreter Volksfeste als

Freizeitangebot für die ganze Familie und wichtigen Teil der Kultur und Tradition wahr. Die Volksfeste haben nach Ansicht der Veranstalterkommunen in den vergangenen Jahren eher an Attraktivität gewonnen. Vielerorts sind die Volksfeste ein wichtiger Magnet, um Gäste und Touristen in die jeweilige Stadt bzw. Gemeinde zu locken. Dadurch bringen sie wichtige wirtschaftliche Wertschöpfungseffekte in die Städte, Gemeinden und Regionen.

Volksfestnachfrage

Die Intensität und Häufigkeit der Volksfestbesuche hängt stark vom Alter ab, die 16- bis 25-Jährigen gehen besonders häufig auf Volksfeste (fast sechs Mal pro Jahr), während die über 55-Jährigen die geringste Besuchsintensität haben (rund drei Besuche pro Jahr). Insgesamt zählten die Volksfeste in Deutschland im vergangenen Jahr rund 198,4 Mio. Besucher.

Volksfestbesuche sind überdies ein Gemeinschaftserlebnis für alle Einkommensgruppen. Mehr als neun von zehn Volksfestbesuchen werden in Begleitung unternommen. Die Besuchshäufigkeit ist unabhängig von der Einkommenssituation der Befragten.

Regional gesehen weisen nach wie vor der Süden und Westen der Republik eine überdurchschnittlich hohe Volksfestbesuchshäufigkeit auf.

Ausgaben auf Volksfesten

Die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben aller Besucher betragen rund 32,80 Euro je Besuchstag. Dabei entfallen 47 % dieser Ausgaben auf die gastronomische Versorgung. Auf größeren Volksfesten tätigen die Besucher weit überdurchschnittliche Ausgaben in Höhe von durchschnittlich 45,80 Euro pro Person.

Entwicklung 2000 bis 2023

Die Schaustellerbranche hat sich in den vergangenen 23 Jahren erheblich verändert: ein zunächst schrumpfendes, zuletzt aber stagnierendes Angebot an Veranstaltungen, demgegenüber steigende Besucherzahlen vor allem der großen und mittleren Volksfeste, das Ende neuer Superlative bei den Fahrgeschäften, steigender Zuspruch bei den Weihnachtsmärkten und Top-Volksfesten und erhöhte Pro-Kopf-Ausgaben – von denen wegen gestiegener Kosten nur ein Teil bei den Unternehmen der Branche ankommt.

Das Angebot an Volksfesten ist in den letzten 23 Jahren deutlich zurückgegangen. Gab es nach Analyse der im Komet-Kalender gelisteten Veranstaltungen im Jahr 2000 noch 12.000 Volksfeste, so sank diese Zahl bis zum Jahr 2012 auf 9.900, um sich in den Folgejahren nach Einschätzung des Deutschen Schaustellerbundes nur noch geringfügig auf nun 9.750 zu reduzieren. Der Deutsche Schaustellerbund greift mit seiner Einschätzung auf die ständige Rücksprache mit seinen 91 Mitgliedsverbänden im gesamten Bundesgebiet zurück.

Das Image der Volksfeste hat sich in den vergangenen zwölf Jahren nicht grundlegend gewandelt und ist sehr positiv besetzt. Volksfeste passen nach Meinung der Bevölkerung „in die heutige Zeit“. Die Aussage, dass Volksfeste ein wichtiger Bestandteil von Kultur und Tradition sind, erfuhr schon immer eine hohe Zustimmung.

Die Besuchszahlen auf den Volksfesten in Deutschland sind in den vergangenen 23 Jahren von 170 Mio. im Jahr 2000 auf rund 198 Mio. in 2023 gestiegen. Auch die Anzahl der Besuchstage stieg von 3,2 Volksfestbesuchen auf 4,0 Besuche an.

Die hohe und weiterhin steigende Besucherzahl zeugt von der ungebrochenen Beliebtheit von Volksfesten als Besuchsziel der Bevölkerung. Vor allem große und mittlere Volksfeste erfreuen sich großer Beliebtheit und steigender Besucherzahlen.

Für das Jahr 2000 wurden umgerechnet Pro-Kopf-Ausgaben der Besucher auf Volksfesten in Höhe von durchschnittlich 15,35 Euro, für das Jahr 2012 von durchschnittlich 21,20 Euro. ermittelt. Im Jahr 2018 wurden durchschnittlich 28,10 Euro von den Besuchern pro Kopf und Tag auf Volksfesten (ohne Weihnachtsmärkte) ausgegeben. Für das Jahr 2023 konnte eine Steigerung der Pro-Kopf-Ausgaben auf rund 32,80 Euro ermittelt werden. Dieser Anstieg um rund 17 % ist vor allem auf die zuletzt stark gestiegene Inflation zurückzuführen. Wesentlich höhere Teuerungsraten in für Schaustellerbetriebe besonders relevanten Bereichen (Personal, Energie, Lebensmittel) wurden nur in Teilen an die Volksfestbesucher weitergegeben.

Nachhaltigkeit auf Volksfesten

Nachhaltigkeitsaspekte spielen in vielen Bereichen auf Volksfesten eine wichtige Rolle, von der An- und Abreise der Besucher und Schausteller, über Lebensmitteleinkauf und -konsum bis hin zu Ver- und Entsorgung.

Aufgrund der hohen Dichte an Volksfesten in Deutschland, dem hohen Besuchsanteil Einheimischer, der zentralen Lage vieler Volksfeste und der gut abgestimmten Reiserouten der Schausteller ist das Verkehrsaufkommen gemessen an der Gesamtanzahl der Besucher gering. Auch bei Volksfesten ist das Auto noch das wichtigste Verkehrsmittel für An- und Abreise, aber dessen Nutzung ist rückläufig und von geringerer Bedeutung als bei anderen Großveranstaltungen, auch bedingt durch das Angebot und den Ausbau zusätzlicher Mobilitätsangebote durch die veranstaltenden Kommunen.

In mehr als der Hälfte der Veranstalterkommunen, die an der Befragung teilnahmen, werden die Volksfeste bereits mehrheitlich mit grünem Strom betrieben.

Die Schausteller legen vor allem Wert auf den Einsatz regionaler Produkte und Lebensmittel und wollen diesen in den

kommenden Jahren weiter ausbauen. Dies trifft auf eine wachsende Nachfrage durch die Besucher. Insbesondere jüngere Altersgruppen mit überdurchschnittlicher Volksfestbesuchshäufigkeit und hohem Ausgabeverhalten messen auch dem häufigeren Einsatz von Bioprodukten, Ökostrom, Shuttles und Busverbindungen eine signifikant höhere Bedeutung bei.

Weihnachtsmärkte

Die Bedeutung der Weihnachtsmärkte für die Branche nimmt seit Jahren stetig zu. Inzwischen machen die Umsätze auf Weihnachtsmärkten 33 % der Branchenumsätze aus (2017/18: 31 %). Schaustellunternehmen standen im vergangenen Jahr durchschnittlich an 34,1 Tagen auf Weihnachtsmärkten – ebenfalls ein leichter Anstieg gegenüber 2017/18 (32,5 Tage).

Um die Bedeutung der Weihnachtsmärkte auch aus Besuchersicht zu evaluieren, wurde in der Adventszeit 2024 eine vertiefende Erhebung durchgeführt.

Die Besucher nehmen Weihnachtsmärkte als wichtigen Bestandteil von Kultur und Tradition wahr, deren Attraktivität in den letzten Jahren sogar noch zugenommen hat.

Diese Entwicklung spiegelt sich in weiterhin steigenden Besuchszahlen wider. In der Adventszeit 2024 verzeichneten die Weihnachtsmärkte in Deutschland rund 170,0 Mio. Besuche, ein Plus von rund 10,0 Mio. Besuchen (6 %) gegenüber der Adventszeit 2017.

Mit durchschnittlichen Ausgaben pro Person und Besuchstag von 24,50 Euro auf dem Weihnachtsmarkt und weiteren 28,70 Euro außerhalb des Veranstaltungsgeländes sind die Weihnachtsmärkte ein wichtiger Wirtschaftsfaktor als Event und als Zugpferd für die Innenstädte.

Von den Umsätzen der Weihnachtsmarktbesucher – 4,17 Mrd. Euro auf Weihnachtsmärkten und weitere 4,88 Mrd. Euro außerhalb des Veranstaltungsgeländes – profitieren vor allem der lokale Einzelhandel, das örtliche Gastgewerbe und die kommunalen Haushalte. Die Weihnachtsmärkte sind ursächlich für den Großteil dieser Umsätze. Bei 62 % der Besuche war der Weihnachtsmarkt der Hauptanlass für die Unternehmung, den Tagesausflug oder die Übernachtungsreise.

Den höheren Pro-Kopf-Ausgaben und Umsätzen stehen starke Kostensteigerungen gegenüber, sodass diese der Schaustellerbranche und den Händlern nur in Teilen zugutekommen.

Neben den ökonomischen Effekten gehen von den Weihnachtsmärkten auch positive soziale, gesellschaftliche und kulturelle Effekte aus. Weihnachtsmärkte sind wie Volksfeste ein Gemeinschaftserlebnis, Treffpunkt und Begegnungsort für alle Alters- und Einkommensgruppen. Mehr als neun von zehn Weihnachtsmarktbesuchen werden in Begleitung unternommen.

1. Einführung

1.1 Ausgangssituation

Die Bedeutung, die den deutschen Volksfesten und den sie beschickenden Schaustellern und Schaustellerinnen zukommt, geht weit über die rein wirtschaftlichen Vorteile für die ausrichtenden Städte und Kommunen hinaus: Die Volksfeste, Kirmessen, Kirchweihen, Schützenfeste, Dulten, Weihnachtsmärkte u. v. m. schaffen, was vielen unserer unter Monokultur und Online-Handel leidenden Innenstädte und Fußgängerzonen sukzessive verloren zu gehen droht: Eine Atmosphäre, die die Menschen aufmerksam und neugierig macht, sie begeistert, anlockt und zum Verweilen einlädt. Volksfeste sind positive regionale, nationale oder internationale Imagerträger, gewissermaßen die Visitenkarten der ausrichtenden Städte, Gemeinden und Kreise und Impulsgeber für den Tourismus aus dem In- und Ausland.

Attraktive Volksfeste stiften Identität, schaffen ein Wir-Gefühl und stärken den sozialen Zusammenhalt unter den Menschen: Hier begegnet man einander, hier kommen Familien und Freunde, Jung und Alt, Arm und Reich, unabhängig von Herkunft, Religion oder politischer Verortung zusammen.

Im Auftrag des Deutschen Schaustellerbundes e.V. (DSB) erstellte die Firma *ift* Freizeit- und Tourismusberatung erstmals im Jahr 2000 eine Studie zur „Bedeutung des Wirtschaftsfaktors Volksfest im Bereich des mittelständischen Fremdenverkehrsgewerbes in der Bundesrepublik Deutschland und seine Auswirkungen auf die Leistungssteigerung im mittelständischen Schaustellergewerbe“, die seitdem mehrfach – zuletzt im Jahr 2018 – aktualisiert wurde.

2018 bescheinigte die Studie den Volksfesten rund 189,6 Mio. Besucher pro Jahr und einen Gesamtumsatz von ca. 4,75 Mrd. Euro. Mehr als die Hälfte der durch Volksfeste ausgelösten Wertschöpfung kam dabei anderen Branchen als dem Schaustellergewerbe zugute.

Seit dieser letzten Aktualisierung ist viel geschehen. Verschiedene große gesellschaftliche und wirtschaftliche Krisen stellten auch die Schaustellerbranche vor enorme Herausforderungen: Die Corona-Pandemie führte durch ein mehr als zweijähriges Verbot sämtlicher Veranstaltungen zu einem kompletten Stillstand der Branche, die Schausteller und Schaustellerinnen durften ihren Beruf in dieser Zeit nicht ausüben. Kaum war die Hochphase dieser Krise halbwegs überwunden, führte der Krieg in der Ukraine auch in Deutschland zur Explosion der Energiepreise. Anders als in der Corona-Zeit griff für die Schaustellerbranche keines der staatlich aufgelegten Förderprogramme, insbesondere keine Strompreisbremse. Diese Preissteigerungen konnten also nicht abgefedert werden und auch die Personalsituation hat sich im Zuge der Corona-Krise weiter verschärft. Zudem müssen sich natürlich auch die Schausteller den Herausforderungen stellen, die die Klimakrise mit sich bringt.

Nachfolgend wollen wir aufgrund der angesprochenen Veränderungen die aktuelle Situation der Branche und die Entwicklungen seit 2018 etwas näher beleuchten:

- › **Coronakrise:** Seit März 2020 führte das Coronavirus zu einem flächendeckenden wirtschaftlichen und kulturellen Stillstand in unserem Land – auch auf den Volksfestplätzen. Den Schaustellern und Schaustellerinnen war es über zwei Jahre hinweg nicht erlaubt, ihren Beruf auszuüben – bei weiterlaufenden Kosten. Nur dank staatlicher Hilfen konnte das Überleben der Schaustellerbetriebe in dieser Zeit gesichert werden. Nun gilt es, die rechtlich und administrativ nicht einfachen Schlussabrechnungen durchzuführen, damit diese Pandemie auch für die Schaustellerbranche endgültig der Vergangenheit angehören kann. Nachdem im Frühjahr 2022 die letzten Corona-Maßnahmen beendet wurden und die

Volksfeste wieder stattfinden konnten, bemerkte die Branche sofort Nachholeffekte der Bevölkerung, die nun mehr als zwei Jahre lang keine Möglichkeit zur Erholung hatte und die Traditionsveranstaltungen anschließend stärker frequentierte.

- › Energiekrise: Mit dem Angriff Russlands auf die Ukraine ging eine Energiekrise einher, die in Deutschland zur Explosion vor allem der Strom- und Gaspreise führte. Die Schausteller sahen sich mit Strompreisen von mancherorts bis zu 80 ct. / kWh konfrontiert, was besonders für die Betreiber sehr stromintensiver Fahrgeschäfte eine enorme Herausforderung war. Die Bundesregierung erarbeitete schließlich eine Strom- und Gaspreisbremse, um die Wirtschaft in dieser Zeit zu unterstützen. Trotz Zusicherung aus dem federführenden Bundeswirtschaftsministerium, dass diese Preisbremse auch für die Branche der Schausteller greifen werde, gelang es dort schließlich nicht, das Programm so auszugestalten, dass die Förderung auch bei den Schaustellern ankam. So mussten sie während der gesamten Zeit der akuten Energiekrise – im Gegensatz zum stehenden Gewerbe – die exorbitant hohen Strompreise selbst finanzieren.
- › Arbeitskräftemangel: Das ohnehin schon seit Jahren drängende Problem des Arbeitskräftemangels hat sich – besonders auch in der Schaustellerbranche – massiv verschärft. Dieser betrifft nicht nur eine unbestimmte Vielzahl von Schaustellerunternehmen direkt, sondern in seiner Konsequenz alle Volksfeste und damit im Rückschluss auch alle Schaustellerbetriebe. Denn wenn z. B. die spektakulären Fahrgeschäfte nicht mehr von A nach B bewegt werden können, weil die zupackenden Kräfte fehlen, leidet die Attraktivität eines Volksfestes in Gänze. Das durch die Bundesregierung auf den Weg gebrachte Fachkräfteeinwanderungsgesetz wird für das Schaustellergewerbe keine Linderung mit sich bringen, denn die dort aufgestellten Kriterien in Bezug auf die berufliche Qualifikation, Sprachkenntnisse und Verdienst sind nicht auf die Arbeitsverhältnisse auf Volksfesten und Weihnachtsmärkten anwendbar. Bereits jetzt müssen Schausteller Engagements auf Volksfestplätzen absagen, weil ihnen das Personal fehlt.
- › Schwerlastverkehr: Um große und schwere Geschäfte – häufig die Attraktionen der Volksfeste – von einer Stadt zur anderen transportieren zu können, benötigen die Schausteller – ebenso wie andere Branchen – Genehmigungen und sind hierzu auf das Vemags-System angewiesen. Sie stellen aber fest, dass die ursprünglich beabsichtigte bundesweite Vereinheitlichung des Vemags-Systems in der Praxis nicht funktioniert und beklagen – wie viele andere auch – die teilweise sehr langen Bearbeitungszeiten, eine intransparente Gebührenordnung und nicht selten auch komplett ausbleibende Genehmigungen – trotz rechtzeitiger Beantragung. Hinzu kommen auch hier massive Gebührenerhöhungen, die von den Schaustellern nicht an Auftraggeber durchgereicht werden können, denn sie transportieren (lediglich) ihr eigenes Gut.
- › Nachhaltigkeit: Ebenso wie in der gesamten Gesellschaft, rückt die Frage der Nachhaltigkeit seit einigen Jahren natürlich auch in der Schaustellerbranche immer stärker in den Fokus. Die Bilanz des Gewerbes und unserer Traditionsfeste ist positiv: Volksfeste finden in den Zentren der Städte statt, sind dementsprechend unkompliziert per ÖPNV oder zu Fuß erreichbar, bei größeren Veranstaltungen werden in der Regel Shuttle-Dienste oder vergünstigte ÖPNV-Tickets angeboten. Und auch die Schaustellerfahrzeuge haben nur äußerst geringe Laufleistungen, denn sie werden nur für den Transport von Festplatz zu Festplatz genutzt. Immer mehr Volksfeste werden mit grünem Strom betrieben und die Branche hat komplett auf LED-Technik umgestellt. Zudem kaufen die Schausteller in Märkten und Großmärkten vor Ort, d. h. nur bedarfsgerechte Mengen, kurze Wege, kurze Lagerung, kurze Kühlung. Zudem ist der Anteil an Einwegverpackungen und Einweggeschirr minimiert worden, der Anteil kompostierbarer Verpackungen nimmt ständig zu. Mehrweg ist in sehr vielen

Betrieben längst und seit Jahren Standard.

Die Branche beklagt jedoch, dass der Gesetzgeber zum Teil Forderungen aufstellt, die an der Realität der reisenden Tätigkeit vorbeigehen (z. B. flächendeckende Mehrwegtätigkeiten auch für kleinste Betriebe mit geringen Grundflächen) oder dem Wesen eines Volksfestes (das sich also unterschiedslos an alle Menschen richtet) nicht mehr gerecht werden (ausschließlich Bioprodukte, nur noch Produkte aus der Region, nur noch fair gehandelte Produkte). Von den reisenden Betrieben wird hier oft deutlich mehr erwartet, als von den stehenden, manches ist „auf der Reise“ schlichtweg nicht umsetzbar.

Zu den genannten kommen immer wieder neue Hürden hinzu, wie z. B. die gegenwärtig mancherorts explodierenden GEMA-Gebühren für die Musik auf Weihnachtsmärkten, die zunächst die Veranstalter, im Wege der Umlage auf die Standgelder dann aber auch die Schausteller werden zahlen müssen. Der Verzicht auf Musik („stille Märkte“), die Verkürzung von Spieltagen oder die Abschaffung des vielerorts so beliebten Bühnenprogramms, schädigen den Charakter und die Atmosphäre der Veranstaltungen massiv.

Aber auch eine überbordende Bürokratie erschwert vielerorts den Berufsalltag. Ein Beispiel hierfür ist die gaststättenrechtliche Erlaubnis: Der Wirt einer Restauration an festem Ort hat den Ordnungsbehörden einmalig seine Zuverlässigkeit nachzuweisen. Die reisenden Gastronomen führen diesen Nachweis im Rahmen der Erteilung ihrer Reisegewerbekarte. Zudem müssen sie diesen Nachweis in vielen Bundesländern für die von ihnen hier zusätzlich noch verlangte „Gestattung“ gem. § 12 GastG für jedes einzelne Engagement auf jedem Volksfestplatz immer wieder aufs Neue führen – selbst auf Plätzen, auf denen sie seit Jahren präsent und persönlich bekannt sind, sogar in ihren Heimatstädten. Und damit bis zu 25-mal pro Jahr.

Das jüngst erstellte Gutachten des Rechtswissenschaftlers Prof. Dr. Martin Burgi von der Juristischen Fakultät der LMU München erkennt in dieser doppelten Erlaubnispflicht einen Verstoß gegen die Berufswahlfreiheit gemäß Art. 12 unseres Grundgesetzes. Zudem darf von Reisegastronomen aus anderen EU-Staaten aufgrund der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie innewohnenden Verbots keine solche Gestattung verlangt werden, so dass das Festhalten an dieser Pflicht für deutsche Gastronomen eine sogenannte Inländer-Diskriminierung darstellt.

Schon vor Jahren wurde auf Bundesebene, namentlich mit dem Zweiten Mittelstandsentlastungsgesetz, der Weg zur Abschaffung dieser Bürokratie frei gemacht. Bisher haben sich aber nur wenige Länder eigene Gaststättengesetze gegeben und Bürokratie abgebaut. Ergebnis des Rechtsgutachtens von Prof. Burgi ist aber auch, dass für eine Abkehr nicht zwingend eine Gesetzesänderung in den Ländern erforderlich ist. Damit wäre auch eine schnelle Änderung der Verwaltungspraxis unproblematisch möglich.

Aufgrund der hohen Kosten bei gleichzeitiger Inflation wird es zukünftig noch schwieriger werden, Volksfeste auskömmlich zu beschicken, was nicht unerhebliche Risiken für das kulturelle Angebot unseres Landes, für sein Brauchtum und seine Traditionen birgt. Letztlich droht auch den öffentlichen Haushalten Schaden, denn den ausrichtenden Kommunen erwachsen durch die Ausgaben der Besucher auf und außerhalb der Volksfestgelände, durch den Bezug von Gütern und Dienstleistungen durch die Schausteller in der örtlichen Wirtschaft und durch die Abgaben und Gebühren der Schausteller, nennenswerte wirtschaftliche Effekte – ohne dass dem im Saldo Kosten gegenüberstünden. Denn die bei den Kommunen entstehenden Kosten für die Organisation der Feste werden durch entsprechende, von den Schaustellern getragene Gebühren gedeckt.

Vor dem Hintergrund der ungebrochenen Dynamik der Veränderungen innerhalb und im Umfeld der Branche hat der Deutsche Schaustellerbund e.V. zum dritten Mal eine Aktualisierung der vorliegenden Studie und zum ersten Mal eine Erweiterung beauftragt:

Neben den Beschickern der Volksfeste und Weihnachtsmärkte und ihren Besuchern kommen nun erstmals auch die Veranstalter zu Wort. Zudem wird neben den wirtschaftlichen Entwicklungen der Traditionsfeste auch der wichtige Aspekt der Nachhaltigkeit Beachtung finden.

1.2 Zielsetzung

Ziel der vorliegenden Untersuchung ist eine detaillierte Beschreibung der wirtschaftlichen Bedeutung und der aktuellen Situation und Wahrnehmung des Schaustellergewerbes bzw. der Volksfeste in Deutschland.

Dabei geht es sowohl um die Generierung quantitativer Daten (z. B. Anzahl und Häufigkeit der Volksfestbesuche, Umfang der Ausgaben bei Volksfestbesuchen, Bruttoumsätze, Wertschöpfungseffekte für die ausrichtenden Kommunen), als auch um qualitative Aspekte (z. B. Einschätzung der Familienfreundlichkeit oder von Nachhaltigkeitsaspekten Volksfesten).

Wo methodisch und inhaltlich möglich, sollen überdies über den Vergleich mit den Ergebnissen aus den Vorgängerstudien Entwicklungen im Schaustellergewerbe und bei den Volksfesten aufgezeigt werden.

Die vorliegende Aktualisierung widmet sich zudem vertiefend folgenden Fragen:

- › Wie hoch sind die Ausgaben der Volksfestbesucher, wie haben sich die Besuchszahlen entwickelt?
- › Welche möglicherweise dauerhaften Auswirkungen bzw. Nachholeffekte hat die Corona-Pandemie auf das Besuchsverhalten? Wie wirken sich die aktuellen Krisen (Energieknappheit, Konjunktur, Inflation, Sorge vor Krieg etc.) auf das Besuchsverhalten aus?
- › Wie nachhaltig werden Volksfeste bereits angebotsseitig veranstaltet (Veranstalterkommunen, Schausteller) sowie welche aktuelle und zukünftige Bedeutung hat das Thema Nachhaltigkeit für die Besucher?

1.3 Begriffsbestimmung

Die Gewerbeordnung definiert das Volksfest folgendermaßen¹:

„Ein Volksfest ist eine im Allgemeinen regelmäßig wiederkehrende, zeitlich begrenzte Veranstaltung, auf der eine Vielzahl von Anbietern unterhaltende Tätigkeiten im Sinne des § 55 Abs. 1 Nr. 2 (selbständig unterhaltende Tätigkeiten als Schausteller oder nach Schaustellerart) ausübt und Waren feilbietet, die üblicherweise auf Veranstaltungen dieser Art angeboten werden.“

Damit zählen sowohl die klassischen, großen Volksfeste wie Münchener Oktoberfest, Canstatter Volksfest oder Cranger Kirmes zu den Volksfesten, wie auch Frühjahrs- und Herbstmärkte, Schützenfeste und – in Einzelfällen – Weihnachtsmärkte, auf denen neben Gastronomie auch Entertainment z.B. in Form von Fahrgeschäften wie Karussells oder Riesenrädern, Schießgeschäften, Verkaufsgeschäften nach Schaustellerart (z.B. Süßwaren) oder anderen Schaustellerbetrieben geboten wird.

¹ § 60 b Abs. 1 der Gewerbeordnung

Abzugrenzen vom Begriff des Volksfestes sind die Messen nach § 64 der Gewerbeordnung, die Ausstellungen nach § 65 der Gewerbeordnung sowie der Großmarkt nach § 66 und der Wochenmarkt nach § 67 der Gewerbeordnung. Auch der sogenannte Spezialmarkt – die Vielzahl der Weihnachtsmärkte sind aufgrund ihrer Thematisierung „Winter und Weihnachten“ Spezialmärkte – und der Jahrmarkt zählen nach § 68 der Gewerbeordnung nicht zu den Volksfesten, da bei ihnen der Warenverkauf im Vordergrund steht. Allerdings lässt die Gewerbeordnung nach § 68 Abs. 3 ausdrücklich zu, dass „auf einem Spezialmarkt oder Jahrmarkt auch Tätigkeiten im Sinne des § 60 b Abs. 1 ausgeführt werden können“. Damit ist eine scharfe Trennung von Volksfesten und den Spezial- und Jahrmärkten nicht möglich und auch nicht sinnvoll.

1.4 Methodische Grundlagen und Umfang der Untersuchung

Die in der Folge dargestellten Ergebnisse wurden auf der Grundlage folgender Erhebungen ermittelt:

- › Bundesweite, bevölkerungsrepräsentative Online-Panel-Befragung von Volksfestbesuchern mit einer Stichprobe von n = 2.000 in 2 Wellen,
- › Online-Befragung von Schaustellern mit einer Stichprobe von n = 692,
- › Online-Befragung von Veranstalterkommunen von Volksfesten mit einer Stichprobe von n = 98,
- › Auswertung von Sekundärdaten.

Für die Ergebnisdarstellung sind die Werte bei Prozentwerten auf ganze Zahlen gerundet worden. Summen und Differenzen können daher rundungsbedingt abweichen.

1.4.1 Bevölkerungsrepräsentative Online-Panel-Befragung

Das Befragungsdesign der vorangegangenen Studie aus dem Jahr 2017/18 wurde für die vorliegende Studie weitgehend übernommen. Die Befragung 2023 erfolgte erneut über ein Online-Panel in mehreren Wellen. Damit konnte sichergestellt werden, dass keine Erinnerungsverluste der Probanden in die Befragungsergebnisse einfließen. Durch die Konstanz im Befragungsdesign ist eine weitgehende Vergleichbarkeit der im Jahr 2023 erhobenen Ergebnisse mit den Ergebnissen der vorherigen Studie gegeben.

Die Befragung wurde erneut von der Firma LIGHTSPEED GMI in Form einer Online-Panel-Befragung in zwei Wellen zu jeweils 1.000 Interviews mit Personen, die in den letzten zwölf Monaten mindestens ein Volksfest besucht hatten, durchgeführt. Die erste Welle fand im Juli 2023 statt, die zweite Welle im Oktober desselben Jahres. Befragt wurden Personen ab 16 Jahre in deutschen Haushalten (unabhängig von der Nationalität der dort wohnenden) mit Internetanschluss. Diese stellten 2020 insgesamt 92 % der deutschen Haushalte².

Die Auswahl der Probanden erfolgte über einen Quotenplan bzgl. der zu befragenden Altersgruppen, des Wohnsitzes nach Bundesland sowie des Geschlechts. Das Interview umfasste Fragen

² Quelle: Statistisches Bundesamt 2020, Ausstattung privater Haushalte mit PC, Internetzugang und Breitbandanschluss im Zeitvergleich 2010-2020.

u. a. zum besuchten Volksfest, zum Ausgabeverhalten und zu persönlichen Daten des Probanden. Die Stichprobe der Befragten, die innerhalb der letzten sechs Wochen ein Volksfest besucht hat, liegt bei 1.128.

Die Auswahl einer repräsentativen Zufallsstichprobe ermöglicht Aussagen zu den Fehlertoleranzen bei der Hochrechnung der Stichprobe auf die Grundgesamtheit.

1.4.2 Online-Befragung von Schaustellern

Die Befragung von Schaustellern wurde mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens im Rahmen einer Online-Befragung durchgeführt. Die Befragung wurde mit Hilfe des Online-Befragungstools SurveyMonkey durchgeführt. Der dazugehörige Link wurde im Juli 2023 durch den DSB an seine Mitglieder versandt. Die Befragung endete im Oktober 2023.

Mit insgesamt 692 Teilnehmern wurde bezogen auf die Grundgesamtheit von 4.005 im DSB organisierten Schaustellerunternehmen eine aussagekräftige Stichprobengröße (17 % der Grundgesamtheit) erreicht.

Abgefragt wurden Strukturdaten der Unternehmen sowie zur Anzahl besuchter Volksfeste, Angaben zum Vorleistungs- und Warenbezug sowie zur Relevanz von Nachhaltigkeitsaspekten und zu Einschätzungen der Branchenentwicklung.

1.4.3 Online-Befragung von Veranstalterkommunen

Die Befragung der Veranstalterkommunen von Volksfesten wurde mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens im Rahmen einer Online-Befragung durchgeführt. Die Befragung wurde mit Hilfe des Online-Befragungstools SurveyMonkey durchgeführt. Der dazugehörige Link wurde im Juli 2023 durch den Deutschen Städte- und Gemeindebund an seine Mitglieder versandt. Die Befragung endete im Oktober 2023.

Insgesamt nahmen 96 Veranstalterkommunen von Volksfesten an der Befragung teil, darunter Gemeinden mit weniger als 5.000 Einwohnern ebenso wie Städte mit mehr als einer Million Einwohner.

Abgefragt wurden Angaben zu den veranstalteten Volksfesten, zu deren Nachfrage sowie zu Aspekten und Planungen im Bereich Nachhaltigkeit.

2. Branchenprofil Schausteller

Die Schausteller sind Beschicker der traditionellen Volksfeste, Kirmessen, Jahrmärkte und mittlerweile auch zahlreicher Weihnachtsmärkte in Deutschland.

Seit dem 1. Januar 2002 ist der Begriff des Schaustellers und seine Berufstätigkeit in der Allgemeinen Verwaltungsvorschrift für den Vollzug des Titels III der Gewerbeordnung (ReisegewVwV), an deren Erarbeitung der Deutsche Schaustellerbund maßgeblich beteiligt war, erstmals einheitlich definiert.

Dort heißt es unter Punkt 1.2:

"Von einer Schaustellereigenschaft ist dann auszugehen, wenn ein Gewerbetreibender

1. mit einer oder mehreren Betriebsstätten,
2. mit nach äußerer Aufmachung und Gestaltung volksfesttypischen Geschäften aus den Bereichen:
 - a) Fahrgeschäfte
 - b) Verkaufsgeschäfte
 - c) Zeltgaststätten, Imbiss und Ausschank (als Reisegewerbe)
 - d) Schau- und Belustigungsgeschäfte
 - e) Schießgeschäfte
 - f) Ausspielungsgeschäfte

ausschließlich oder überwiegend seine Reisegewerbetätigkeit an wechselnden Orten auf Volksfesten, Jahrmärkten, Schützenfesten, Kirchweihen und ähnlichen Veranstaltungen ausübt.

Schausteller dürfen im Rahmen der Gewerbebefreiheit auch an anderen Veranstaltungen teilnehmen oder sich sonst wie gewerbsmäßig betätigen; ihre Schaustellereigenschaft verlieren sie nur dann, wenn solche Tätigkeiten einen weit überwiegenden Anteil einnehmen."

Keine Schausteller im Sinne dieser Definition sind zum Beispiel:

1. Hilfsdienst, Lieferanten und Verleiher, die lediglich Serviceleistungen für Schaustellerbetriebe leisten, wie z.B. Zeltverleiher,
2. Betreiber stationärer Gaststätten, die nur gelegentlich anlässlich von Volksfesten eine Zeltgaststätte betreiben, ansonsten aber nicht als Schausteller tätig sind,
3. Markthandel, der ausschließlich auf Verkaufsveranstaltungen ohne Volksfestcharakter ausgeübt wird.

Im Rahmen der Befragung von Schaustellern sowie durch die Auswertung interner Statistiken des DSB e.V. und seiner Mitgliedsverbände wurden aktuelle Daten zur Situation der Branche erfasst.

2.1 Struktur der Branche

Der DSB zählte Anfang 2023 insgesamt 4.700 aktive Mitgliedschaften von Schaustellern, die eine oder mehrere Geschäftseinheiten betreiben. Schätzungsweise 90 % der Schaustellerunternehmen sind im DSB organisierte Mitglieder. Der Organisationsgrad ist damit seit 2017/18 erneut gestiegen. Zumeist handelt es sich um Familienbetriebe. In der Regel haben auch die Ehepartner und älteren Kinder bereits eigene Betriebe, aber keine separate Mitgliedschaft im Verband. Verbandsvertreter schätzen daher, dass es in Summe rund 5.600 Schaustellerunternehmen in

Deutschland gibt, die mit mindestens 13.200 Geschäftseinheiten (Sommer- und Wintergeschäfte) Volksfeste beschicken können. Diese Geschäfte gliedern sich in folgende Typen:

Tabelle 1: Struktur der Branche nach Geschäftstypen

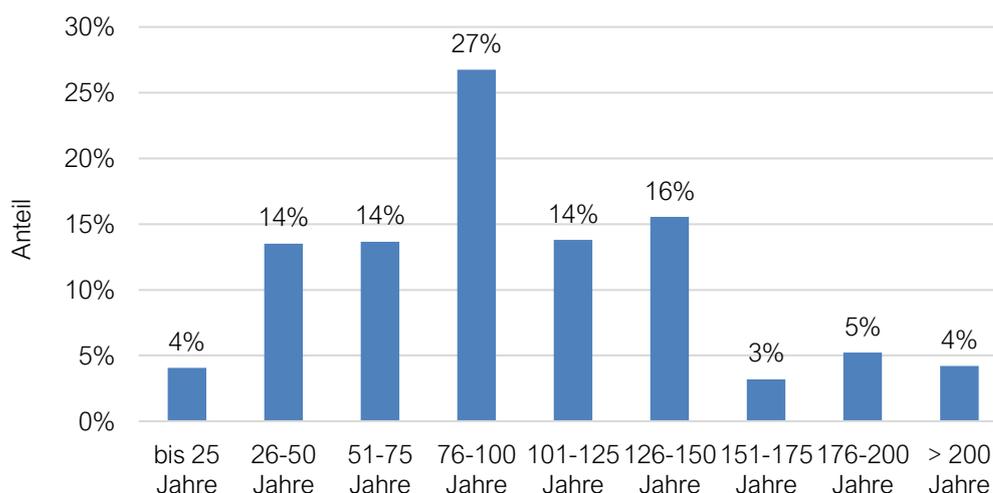
Typ des Geschäfts	Mitglieder DSB	Stichprobe*
Fahrgeschäfte	24 %	23 %
Gastronomie (Imbiss und Ausschank)	37 %	12 %
Imbisse (ausschließlich Essen)		21 %
Ausschank (ausschließlich Getränke)		8 %
Verkauf nach Schaustellerart (z.B. Eis, Verzehr-, Süßwaren)	19 %	20 %
Spielgeschäfte (Losgeschäfte, Ringe, Derby etc.)	14 %	12 %
Schießgeschäfte	2 %	1 %
Schau und Belustigung (z.B. Irrgarten, Geisterbahn)	4 %	3 %

Quelle: Mitgliederstatistik DSB e.V., Schaustellerbefragung 2023, n = 549 (Werte gerundet)
* Schwerpunkt der Schaustellerunternehmen

Die in der Folge dargestellten Ergebnisse der Befragung beziehen sich jeweils auf die Anzahl der Befragten, die bei der jeweiligen Frage geantwortet haben und nicht auf die Stichprobe insgesamt.

Durchschnittlich sind die Familien der befragten Schausteller seit 105 Jahren im Schaustellergewerbe tätig. Das älteste befragte Unternehmen ist bereits seit 400 Jahren auf Deutschlands Volksfesten unterwegs.

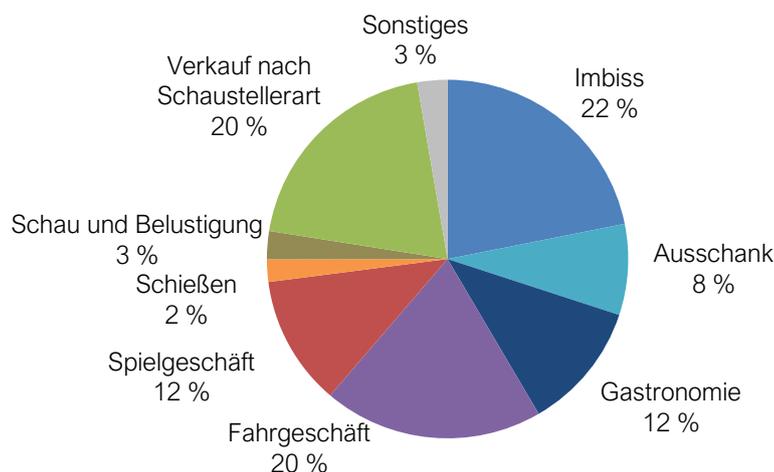
Abbildung 1: Dauer der Tätigkeit der Familie im Schaustellergewerbe



Quelle: Schaustellerbefragung 2023, n = 688 (Werte gerundet)

Die befragten Schausteller waren mit insgesamt mindestens 1.630 Geschäften unterwegs. Den umsatzmäßigen Schwerpunkt der 549 Unternehmen, die dazu Angaben machten, bilden dabei die Imbissgeschäfte (22 %) sowie die Fahrgeschäfte (20 %) und der Verkauf nach Schaustellerart (20 %). Gastronomische Geschäfte (Getränke und/oder Speisen) generieren durchschnittlich 42 % der Umsätze der befragten Unternehmen.

Abbildung 2: Umsatzanteil nach Unternehmensbereich



Quelle: Schaustellerbefragung 2023, n = 549 (Werte gerundet)

Die Schaustellerunternehmen reisen mit durchschnittlich 6,5 Personen, wenn sie Volksfeste beschicken, darunter sind im Durchschnitt 1,3 nicht mitarbeitende Familienangehörige. Einschließlich der Inhaber und der mitarbeitenden Familienangehörigen beschäftigen die Schaustellerunternehmen durchschnittlich 3,9 feste Mitarbeiter. Davon sind durchschnittlich 2,5 Personen Familienangehörige. Hochgerechnet auf 5.600 Schaustellerunternehmen bedeutet dies 21.840 feste Mitarbeiter, davon 14.000 Familienangehörige. Darüber hinaus werden saisonal durchschnittlich 3,2 feste Mitarbeiter und maximal 8,2 gleichzeitig tätige Aushilfskräfte pro Unternehmen eingestellt. Der Anteil ganzjährig fest beschäftigter Mitarbeiter ist in den vergangenen Jahren gesunken. Dieser Rückgang wurde überwiegend durch zusätzliche saisonal beschäftigte Mitarbeiter und Aushilfskräfte kompensiert. Auf Basis dieser Zahlen kann – konservativ geschätzt – davon ausgegangen werden, dass die Schaustellerunternehmen im Durchschnitt ganzjährig mindestens 5,5 feste Mitarbeiter einschließlich der Inhaber und der mitarbeitenden Familienangehörigen in Vollzeit beschäftigen.³ Hochgerechnet auf 5.600 Schaustellerunternehmen bedeutet dies 30.800 feste Mitarbeiter, davon mehrheitlich mit 16.800 Personen externe Kräfte.

Mehr als drei von fünf Unternehmen haben maximal drei Mitarbeiter. Nur 5 % der Unternehmen haben mehr als zehn Mitarbeiter. Die Branche ist damit durch Kleinst- und kleine Unternehmen geprägt. Deren Anteil ist seit der letzten Erhebung im Jahr 2017/18 weiter gestiegen.

³ Eine genauere Hochrechnung der Vollzeitstellenäquivalente der Aushilfen ist nicht möglich, da nicht genau bekannt ist, ob die Aushilfen bei allen besuchten Volksfesten bzw. für welchen genauen Zeitraum sie jeweils eingestellt werden.

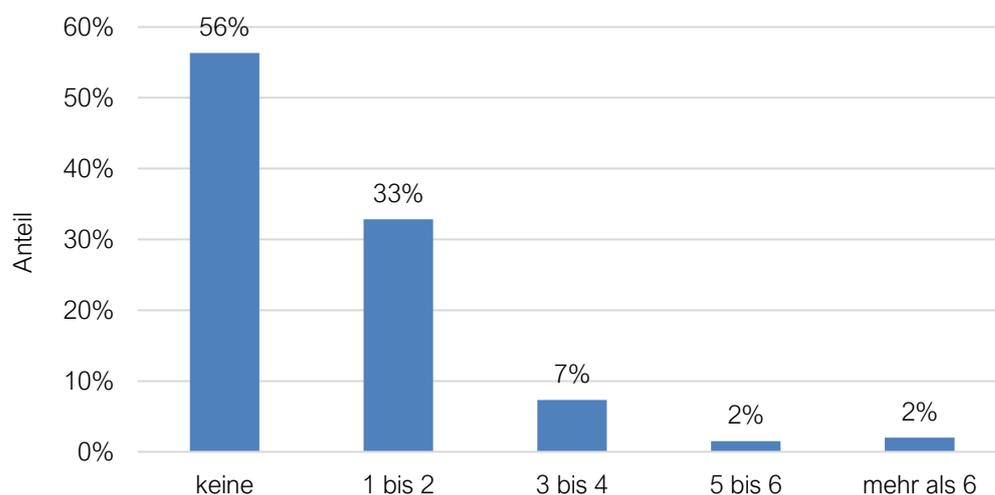
Tabelle 2: Mitarbeiterzahlen (feste Mitarbeiter ganzjährig, inkl. Familienangehörige)

Mitarbeiter	Unternehmen	Anteil
1 bis 3	237	62 %
4 bis 6	111	29 %
7 bis 10	20	5 %
11 bis 20	10	3 %
mehr als 20	6	2 %

Quelle: Schaustellerbefragung 2023, n = 384 (Werte gerundet)

Bei rund 44 % der Schaustellerunternehmen reisen nicht mitarbeitende Familienangehörige mit. Bei einem Großteil dieser Unternehmen sind es ein oder zwei Personen.

Abbildung 3: Anzahl nicht mitarbeitender Familienangehöriger



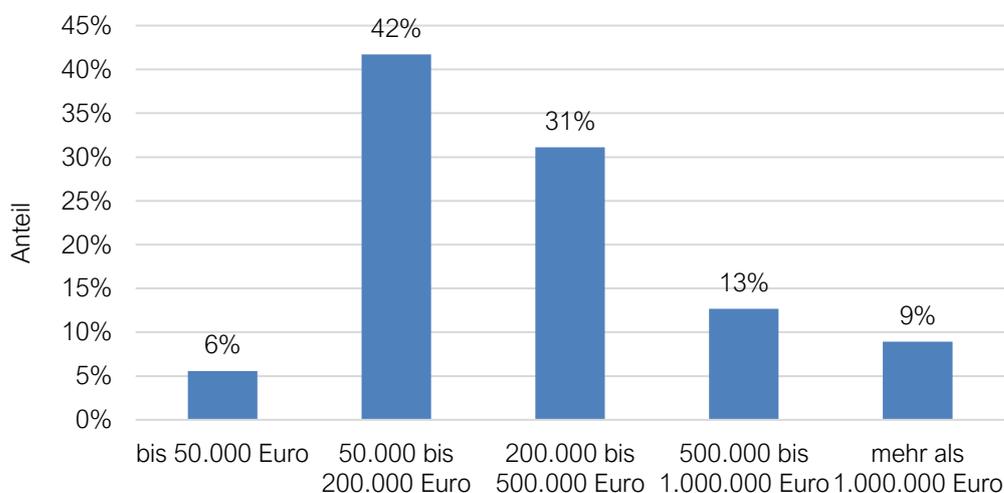
Quelle: Schaustellerbefragung 2023, n = 396 (Werte gerundet)

Im Durchschnitt geben die Schausteller rund 26,30 Euro während eines Aufenthaltstages auf einem Volksfest für persönliche Ausgaben (Lebensmittel, Gebrauchsartikel, Kleidung, persönliche Ausgaben für Freizeit, Unterhaltung, Bildung etc.) pro Person aus.

Angaben zu ihrer Umsatzgrößenklasse machten 537 befragte Unternehmen. Es lässt sich ein Umsatz von durchschnittlich über 480.000 Euro brutto⁴ ableiten.

⁴ Unter Berücksichtigung geltender Steuerermäßigungen für bestimmte schaustellerische Leistungen und den Verkauf zubereiteter Speisen

Abbildung 4: Umsatzgrößenklassen



Quelle: Schaustellerbefragung 2023, n = 537 (Werte gerundet)

Angaben zum unternehmerischen Schwerpunkt und zum Umsatz machten 478 Befragte. Die Bandbreite der Umsätze ist innerhalb der jeweiligen Geschäftsarten sehr hoch. Sie reicht z. B. im Bereich Gastronomie von 50.000 Euro pro Jahr bei einem kleinen Imbissbetrieb bis zu mehreren Millionen Euro Jahresumsatz bei einem großen Zeltbetrieb. Zusätzlich gibt es große Unterschiede in den Umsätzen in Abhängigkeit vom unternehmerischen Schwerpunkt. Während nahezu die Hälfte der Unternehmen mit Schwerpunkt im Bereich Gastronomie (Speisen und Getränke) einen Jahresumsatz von mehr als 500.000 Euro generiert, erzielen mehr als 60 % der Unternehmen mit Schwerpunkt im Spielgeschäft oder Schießen einen Jahresumsatz von weniger als 200.000 Euro.

2.2 Aktivitätsprofil der Schausteller

Im Durchschnitt beschicken die Unternehmen mit ihren Geschäften 21 Veranstaltungen pro Jahr (einschließlich Weihnachtsmärkte). 80 % beschicken zwischen 10 und 40 Veranstaltungen. Dabei handelt es sich um durchschnittlich fünf große Volksfeste, jeweils sieben mittlere und kleinere Volksfeste und zwei Weihnachtsmärkte.

Mit all ihren Geschäften stehen die Schausteller (ohne Tage für Auf- und Abbau) durchschnittlich an insgesamt 141 Tagen pro Jahr auf Volksfesten. Das schließt Spieltage auf Weihnachtsmärkten ein, wo man häufig mit einem ausschließlich für diesen Zweck vorhandenen Geschäft präsent ist. Bei durchschnittlich 34 Spieltagen auf Weihnachtsmärkten verbleiben rund 107 Spieltage auf Volksfesten während der übrigen Saison, davon 45 Spieltage auf großen Volksfesten, 36 auf mittleren Volksfesten und 26 auf kleineren Volksfesten.

Tabelle 3: Durchschnittliche Anzahl besuchter Veranstaltungen und Veranstaltungstage gesamt

	Ø-Anzahl besuchter Veranstaltungen	Ø-Veranstaltungstage gesamt
Große Volksfeste	4,5	45,3
Mittlere Volksfeste	7,3	35,7

	Ø-Anzahl besuchter Veranstaltungen	Ø-Veranstaltungstage gesamt
Kleine Volksfeste	7,2	25,5
Weihnachtsmärkte	1,6	34,1
Gesamt	20,6	140,6

Quelle: Schaustellerbefragung 2023, n = 537

Dazu kommen Auf- und Abbautage und reine Reisetage zwischen zwei Veranstaltungsorten. In der übrigen Zeit werden Unterhalts- und Pflegearbeiten durchgeführt, sicherheitsrelevante Wartungen vorgenommen sowie Planungs- und Verwaltungstätigkeiten erledigt.

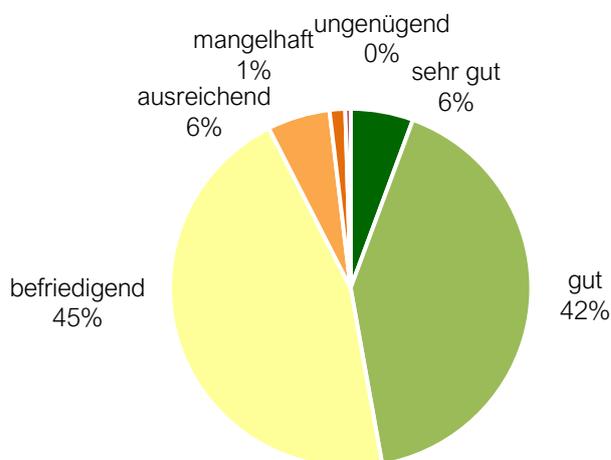
Im Vergleich zum Jahr 2017/18 ist die durchschnittliche Anzahl der besuchten Veranstaltungen (2017/18: 22,0 Veranstaltungen) und Veranstaltungstage (149,4 Tage) leicht zurückgegangen. 51 % der befragten Schaustellerunternehmen gaben an, dass sie seit dem Ende der Covid-19-Pandemie ein oder mehrere, der von Ihnen üblicherweise beschickten, Volksfeste aus Ihrer Tour streichen mussten. Die Hauptgründe dafür sind zu stark gestiegene Kosten der Veranstaltungen, Personalmangel und die Tatsache, dass einzelne Volksfeste nicht mehr stattfinden.

2.3 Wirtschaftliche Situation der Betriebe

Die Schaustellerbranche wird durch einen hohen Fixkostenanteil und ein hohes wirtschaftliches Risiko gekennzeichnet. Die Betriebe halten bei jeder Veranstaltung unabhängig von der Nachfrage, die z. B. maßgeblich durch die Witterung beeinflusst wird, das volle Angebot vor. Die Kosten für Auf- und Abbau, das Vorhalten von Personal und die Beleuchtung des Geschäfts entstehen ganz unabhängig von der Zahl der Besucher.

Trotz dieser schwierigen Rahmenbedingungen bewerten die Schaustellerunternehmen ihre wirtschaftliche Situation insgesamt als befriedigend bis gut (Schulnote 2,6). Nahezu die Hälfte der Befragten bewertet ihre Situation als gut oder sehr gut. Auf der anderen Seite konstatieren nur 2 % eine mangelhafte oder gar ungenügende wirtschaftliche Situation. Damit hat sich die wirtschaftliche Situation der Schaustellerunternehmen seit der letzten Erhebung im Jahr 2017/18 verbessert.

Abbildung 5: Bewertung wirtschaftliche Situation

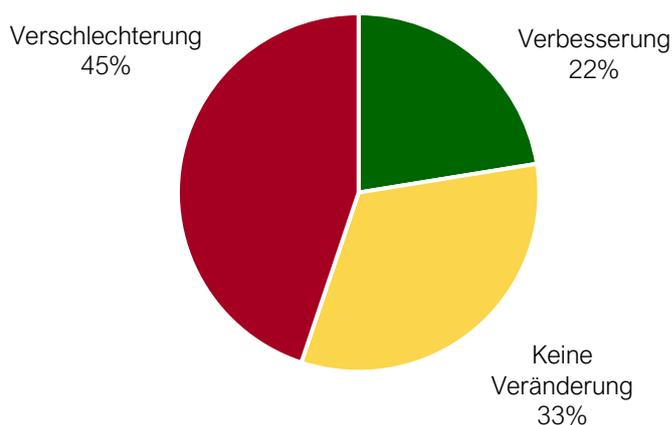


Quelle: Schaustellerbefragung 2023, n = 214 (Werte gerundet)

48 % der befragten Unternehmen haben in den vergangenen fünf Jahren Geschäfte hinzugenommen, 31 % gaben ein oder mehrere Geschäfte auf. Hinzugekommen sind vor allem Imbissgeschäfte und Verkaufsgeschäfte nach Schaustellerart.

Dennoch rechnen nur 22 % der Befragten mit einer Verbesserung der wirtschaftlichen Situation in den kommenden drei Jahren. Im Gegenzug erwarten 45 % der Befragten eine Verschlechterung der wirtschaftlichen Situation des eigenen Betriebs.

Abbildung 6: Erwartete Entwicklung der wirtschaftlichen Situation in den kommenden drei Jahren



Quelle: Schaustellerbefragung 2023, n = 214 (Werte gerundet)

Aus Sicht der Betriebe zählen zu den größten Problemen der Branche in den kommenden drei Jahren vor allem:

- › Personalmangel und -kosten (74 % der 196 Unternehmen, die eine Angabe gemacht haben)

- › allgemeine Kosten und finanzielle Belastungen (51 % der Unternehmen)
- › Energiekosten und -versorgung (33 %)
- › Bürokratie und behördliche Auflagen (26 %)
- › Standgelder und Platzmangel (23 %) sowie
- › Inflation und sinkende Kaufkraft (19 %).

Jeweils zwischen fünf und zehn Prozent der Befragten sehen außerdem Probleme in den Bereichen Gewalt/Sicherheit, wirtschaftliche Lage, politische Einflüsse und Regulierungen und Transport- und Logistikkosten.

3. Volksfeste und Volksfestbesuche

Im Folgenden wird ein Überblick über Umfang und Struktur von Angebot und Nachfrage im Bereich der Volksfeste gegeben.

3.1 Das Angebot: Anzahl der Volksfeste in Deutschland

Während es für andere Bereiche der Freizeitbranche durchaus detaillierte Statistiken gibt, gestaltet sich eine Analyse der Volksfeste deutlich schwieriger. Amtliche Statistiken sind für diesen Bereich der Freizeitwirtschaft nicht vorhanden.

Die vergangenen Marktstudien haben gezeigt, dass der sogenannte Komet-Kalender als umfassendstes Markt- und Messeverzeichnis (erschieden im Pirmasenser Komet Druck- und Verlags-haus) nicht mehr den gesamten Volksfestmarkt und ein verzerrtes Bild der Angebotslandschaft abbildet.

Der Deutsche Schaustellerbund schätzt aufgrund der ständigen Rücksprache mit seinen 91 Mitgliedsverbänden, dass die Anzahl der Volksfeste seit 2017/18 weitgehend unverändert ist. Wenigen verschwundenen Volksfesten stehen einzelne neue Volksfeste gegenüber. Damit bewegt sich das Angebot bei **nach wie vor rund 9.750 Volksfesten**.

Volksfeste gibt es in Städten und Gemeinden jeder Größe. Die besucherstärksten Volksfeste finden jedoch überwiegend in Großstädten statt. Insgesamt nahmen 48 der 82 deutschen Großstädte an der Online-Befragung von Veranstalterkommunen teil. Durchschnittlich gibt es in den Großstädten 5,9 Volksfeste an insgesamt 35,9 Tagen pro Jahr. Das jeweils größte Volksfest in einer deutschen Großstadt umfasst durchschnittlich 145 Geschäfte bzw. Aussteller, dauert zwölf Tage und zählt in dieser Zeit rund 650.000 Besucher.

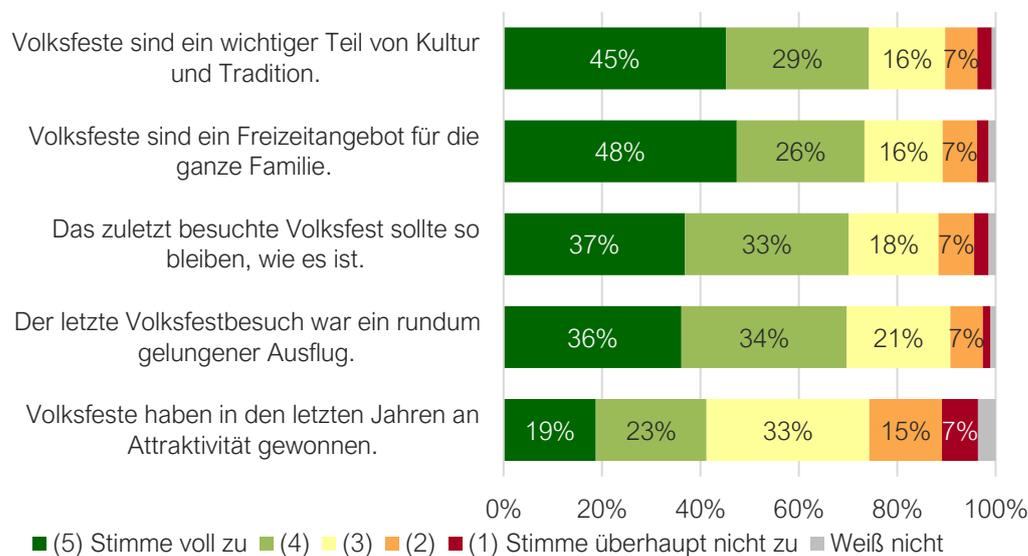
3.2 Das Image

Das Image spiegelt den Gesamteindruck, den die Besucher und veranstaltenden Kommunen von Volksfesten haben, wider. Während der Gesamteindruck der Besucher vom subjektiven Empfinden geprägt ist, basieren die Einschätzungen der Kommunen teils auf statistischen Erhebungen zu Nachfrage und Effekten von Volksfesten.

3.2.1 Das Volksfest aus Sicht der Besucher

Zusammenfassend empfinden die Besucher laut den Befragungsergebnissen das Volksfest als ein Freizeitangebot für die ganze Familie, das einen wichtigen Beitrag zur Tradition und Kultur leistet. Der letzte Volksfestbesuch wird von den meisten Befragten als gelungener Ausflug wahrgenommen. Das zuletzt besuchte Volksfest sollte daher nach Meinung der meisten Befragten so bleiben, wie es ist.

Abbildung 7: Wahrnehmung von Volksfesten in der Bevölkerung



Quelle: Online-Panel-Befragung Volksfestbesucher 2023, n = 2.000 (Werte gerundet)

3.2.2 Das Volksfest aus Sicht der Veranstalterkommunen

Noch stärker als die Besucher nehmen die kommunalen Vertreter Volksfeste als Freizeitangebot für die ganze Familie und wichtigen Teil der Kultur und Tradition wahr. Die Volksfeste haben nach Ansicht von etwas mehr als der Hälfte der kommunalen Vertreter in den letzten Jahren an Attraktivität gewonnen. In 60 % der befragten Kommunen sind die Volksfeste ein wichtiger Magnet, um Gäste und Touristen in die jeweilige Stadt bzw. Gemeinde zu locken. Nach Ansicht von 56 % der Befragten bringen sie dadurch wichtige wirtschaftliche Wertschöpfungseffekte in die Stadt bzw. Gemeinde und gesamte Region.

3.3 Die Nachfrage: Umfang und Struktur der Volksfestbesuche

3.3.1 Volksfestbesuchshäufigkeit

Die Befragten sind in den vergangenen zwölf Monaten an durchschnittlich rund 4,0 Tagen auf Volksfeste gegangen.

Die Besuchshäufigkeit der Volksfeste korreliert mit dem Alter. Die befragten 16- bis 25-Jährigen gaben an, durchschnittlich 5,8 Volksfestbesuche pro Jahr zu unternehmen. Bei den 26- bis 35-Jährigen sind es noch 5,3 Besuche pro Jahr, bei den 36- bis 45-Jährigen 4,1 Besuche. Die geringste Besuchshäufigkeit weisen mit 3,0 Volksfestbesuchen pro Jahr die 56- bis 74-Jährigen auf.

Die Besuchshäufigkeit ist weitgehend unabhängig vom Haushaltseinkommen der Befragten. Personen keiner Einkommensgruppe besuchen Volksfeste signifikant häufiger oder seltener als Angehörige einer darüber oder darunter liegenden Einkommensgruppe.

Die folgende Tabelle zeigt die Besuchshäufigkeiten von Volksfesten nach dem Wohnort der Befragten.

Tabelle 4: Besuchshäufigkeit nach Herkunftsregion der Befragten

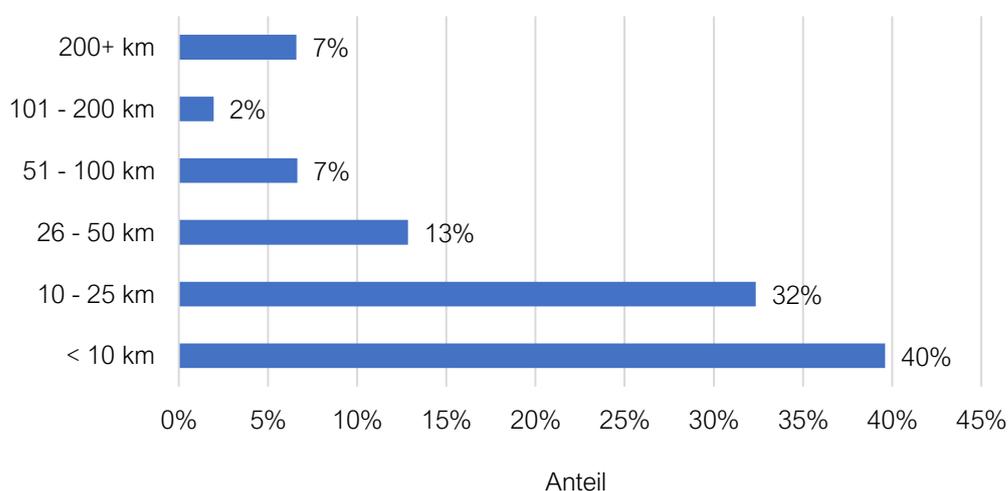
Herkunftsregion ⁵	Anzahl der Besuche in den letzten 12 Monaten	
	2017/18	2023
Nord	3,8	3,5
Süd	4,4	4,4
Ost	3,8	3,4
West	4,3	4,3
Bundesweit	4,1	4,0

Quelle: Online-Panel-Befragung Volksfestbesucher 2023, n = 2.000

Der Schwerpunkt der Volksfestbesuchsaktivität liegt unverändert im Süden und Westen der Republik. Diese räumliche Nachfragestruktur entspricht weitgehend der Angebotsstruktur. Im Norden und Osten war die Besuchshäufigkeit von Volksfesten bereits 2017/18 geringer.

Volksfestbesuche werden vor allem von Einheimischen unternommen. 85 % der Besucher kommen aus einem Radius von maximal 50 Kilometern. Im Durchschnitt nehmen die Volksfestbesucher der ersten Befragungswelle im Juli rund 50 Kilometer Anreisestrecke auf sich, in der zweiten Befragungswelle sind es rund 66 Kilometer. Die akzeptierte Anreisestrecke war somit im Herbst höher als im Sommer, was vermutlich an den zahlreichen Großveranstaltungen im Spätsommer und Herbst liegt, zu denen Besucher in der Regel auch eine weitere Anreise in Kauf nehmen.

Abbildung 8: Anreisestrecke letzter Veranstaltungsbesuch



Quelle: Online-Panel-Befragung Volksfestbesucher 2023, n = 2.000 (Werte gerundet)

Für 67 % der Befragten war der Besuch des letzten Volksfestes der Hauptanlass für einen gezielten Tagesausflug vom Wohnort aus. 28 % der Befragten besuchten die letzte Veranstaltung, da sie sich aus einem anderen Anlass, wie z. B. einem Einkaufsbummel, der Arbeit, Schule etc.

⁵ Nord: NI, SH, HH, MV, HB; Süd: BY, BW; Ost: SN, BE, BB, ST, TH; West: NW, HE, RP, SL

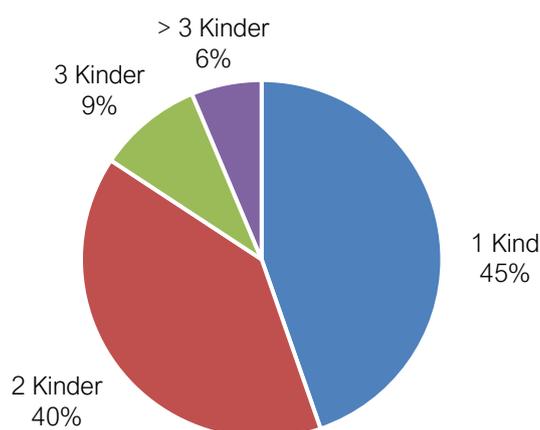
ohnehin am Veranstaltungsort aufhielten. 6 % der insgesamt befragten Volksfestbesucher haben die zuletzt besuchte Veranstaltung im Rahmen einer mehrtägigen Reise mit Übernachtung außerhalb des eigenen Wohnortes besucht. Deren Anteil war in der zweiten Welle im Herbst mit 7 % signifikant höher als in der ersten Welle (4 %), was für die hohe touristische und räumliche Strahlkraft der großen Volksfeste im Spätsommer und Herbst spricht.

70 % der Befragten sind regelmäßige Besucher des zuletzt besuchten Volksfestes und besuchen dieses in der Regel jedes Jahr.

3.3.2 Begleitung beim Volksfestbesuch

Volksfestbesuche werden in Begleitung unternommen. In der Online-Panel-Befragung gaben insgesamt über 90 % der befragten Volksfestbesucher an, dass sie das letzte Volksfest in Begleitung besucht haben. Im Schnitt waren sie mit fünf Personen (sich selbst eingeschlossen) auf dem Volksfest. 12 % waren in einer Gruppe von 6 bis 10 Personen unterwegs, 4 % mit noch größeren Gruppen.

Abbildung 9: Anzahl der begleitenden Kinder beim letzten Volksfestbesuch



Quelle: Online-Panel-Befragung Volksfestbesucher 2023, n = 573, alle Befragten, die mit Kindern das letzte Volksfest besucht haben (Werte gerundet)

29 % aller Befragten gaben an, den letzten Volksfestbesuch mit einem oder mehreren Kindern unternommen zu haben. Von den 573 Befragten, die Angaben zur Anzahl der Kinder machten, die sie begleitet haben, waren 45 % mit einem Kind und 40 % mit zwei Kindern auf dem letzten Volksfest. Im Durchschnitt begleiteten 1,9 Kinder die Befragten, von denen durchschnittlich 1,6 Kinder zur Familie des Befragten gehörten. Die Kinder der Befragten waren im Durchschnitt neun Jahre alt. 87 % der begleitenden Kinder waren jünger als 16 Jahre.

3.3.3 Besuchsvolumen

Aus der Stichprobe und deren Besuchshäufigkeit und Begleitung beim Volksfestbesuch lässt sich das Besuchsvolumen ableiten und auf die Gesamtbevölkerung hochrechnen.

Demnach ergeben sich im vergangenen Jahr **rund 188,4 Mio. Besuche durch Personen in deutschen Haushalten auf Volksfesten.**

Ausländische Besucher wurden im Rahmen dieser Erhebungen nicht erfasst. Ihr Anteil an den Besuchern beträgt auf dem Oktoberfest in München 21 %.⁶ Dies ist jedoch ein Spitzenwert, der von keinem anderen Volksfest in Deutschland erreicht wird. Die Volksfeste in Nordrhein-Westfalen verzeichnen allerdings einen regen Zustrom von Besuchern aus den Niederlanden, auf Volksfesten im Saarland, in Rheinland-Pfalz und Baden-Württemberg spielen französische Besucher eine Rolle, bayerische Volksfeste begrüßen Besucher aus Österreich und der Tschechischen Republik. Da insgesamt ein großer Anteil der Besucher auf die besucherstarken Volksfeste in Deutschland entfällt, gehen wir von **insgesamt 10,0 Mio. ausländischen Besuchen auf deutschen Volksfesten aus.**

Insgesamt ergibt sich somit ein Besuchsvolumen von 198,4 Mio. Besuchen auf deutschen Volksfesten pro Jahr.⁷

Die folgende Tabelle zeigt die offiziellen Besuchszahlen der besucherstärksten Volksfeste in Deutschland.⁸ Diese 30 Volksfeste kommen allein schon auf 49,0 Mio. Besucher, also rund 26 % der Gesamtbesuche auf Volksfesten.

Tabelle 5: Die größten Volksfeste in Deutschland nach offiziellen Besuchszahlen 2023

Ort	Volksfest	Besuchszahl 2023
München	Oktoberfest	7.200.000
Stuttgart	Cannstatter Wasen	4.300.000
Düsseldorf	Rheinkirmes	4.100.000
Herne	Cranger Kirmes	3.800.000
Nürnberg	Frühlingsfest	ca. 2.000.000
Nürnberg	Herbstvolksfest	ca. 2.000.000
Paderborn	Libori	1.600.000
Bremen	Freimarkt	1.500.000*
Fürth	Michaeliskirchweih	1.500.000
Hamburg	Sommerdom	1.500.000

⁶ Quelle: Stadt München, Besucherbefragung Oktoberfest 2019

⁷ Bezieht sich auf den Zeitraum Herbst 2022 bis Herbst 2023.

⁸ Liste erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Kieler Woche (3,8 Mio. Besuche) wurde hierbei nicht berücksichtigt.

Ort	Volksfest	Besuchszahl 2023
Hamburg	Frühlingsdom	1.500.000
Hamburg	Winterdom	1.400.000*
Stuttgart	Frühlingsfest	1.400.000
Bonn	Pützchens Markt	ca. 1.300.000
Oldenburg	Kramermarkt	1.300.000
Straubing	Gäubodenvolksfest	1.300.000
Soest	Allerheiligenkirmes	1.200.000*
Hamburg	Hafengeburtstag	1.100.000
Erlangen	Bergkirchweih	ca. 1.000.000
Neuss	Bürger-Schützenfest	ca. 1.000.000
Oberhausen-Sterkrade	Fronleichnamskirmes	ca. 1.000.000
Rosenheim	Herbstfest	1.000.000
Hannover	Schützenfest	900.000
Düren	Annakirmes	ca. 800.000
Hannover	Frühlingsfest	650.000
Köln	Deutzer Kirmes	600.000
Bremen	Osterwiese	500.000
Lutherstadt Eisleben	Eisleber Wiesenmarkt	500.000
Rostock	Hanse Sail	500.000
Rudolstadt	Vogelschießen	ca. 500.000

Quelle: eigene Recherchen; * 2022

3.4 Größe und Frequentierung der besuchten Volksfeste

Nach der Einschätzung der im Rahmen der Online-Panel-Umfrage befragten Volksfestbesucher handelte es sich bei:

- › 31 % der zuletzt besuchten Volksfeste um „große Volksfeste“,
- › bei 43 % um „mittlere Volksfeste“ und
- › bei 26 % um „kleine Volksfeste“.

Erwartungsgemäß unterscheiden sich die Ergebnisse in Abhängigkeit vom Zeitpunkt der Befragung und der Herkunft der Befragten. In der zweiten Befragungswelle gaben signifikant mehr Befragte an, zuletzt ein großes Volksfest besucht zu haben. Befragte aus dem Süden Deutschlands besuchten überdurchschnittlich häufig große Volksfeste. Diese Ergebnisse decken sich mit der zeitlichen und räumlichen Angebotsstruktur der Volksfeste in Deutschland.

Geht man davon aus, dass ausländische Besucher primär die großen Volksfeste (wie z. B. das Oktoberfest) aufsuchen, so ergibt sich daraus in etwa folgende Verteilung der Besuche:

- › ca. 61,5 Mio. Besuche auf großen Volksfesten,
- › ca. 85,0 Mio. Besuche auf mittleren Volksfesten und
- › ca. 51,9 Mio. Besuche auf kleinen Volksfesten.

Ausgehend von den dargestellten Ergebnissen kann die Struktur von Volksfestangebot und -nachfrage wie folgt zusammengefasst werden.

Tabelle 6: Strukturdaten der Volksfeste nach ihrer Größe

Volksfestgröße	Besucher in Mio.	Volksfeste*	Ø Besuche
Groß	61,5	160	ca. 385.000
Mittel	85,0	3.120	ca. 27.000
Klein	51,9	6.470	ca. 8.000
Gesamt	198,4	9.750	20.000

Quelle: Eigene Hochrechnungen *ift* GmbH 2023, alle Werte gerundet, * Schätzung auf Basis Befragung Veranstalterkommunen und DSB

Die vergleichsweise geringe Zahl von Besuchern der Vielzahl kleinerer Volksfeste macht deutlich, warum diese Veranstaltungen für viele Schausteller nicht mehr attraktiv sind. Angesichts der geringen Frequenzen ist es bei annähernd gleichen Betriebskosten wesentlich schwerer, ausreichende Einnahmen zu erzielen.

4. Die wirtschaftliche Bedeutung der Volksfeste 2023

Im Rahmen der Ermittlung der wirtschaftlichen Bedeutung der Volksfeste werden auf Basis der Angaben zu den Besucherausgaben zunächst die Branchenumsätze ermittelt. Anschließend werden auf Basis der Angaben der Schausteller zu ihrer Ausgabenstruktur die direkten monetären Effekte für die ausrichtenden Kommunen ermittelt. Dazu zählen Wertschöpfung, Arbeitsmarkteffekte und fiskalische Effekte. Die wirtschaftlichen Effekte durch Investitionen, Transportkosten der Schausteller sowie Einkommen der Schausteller bleiben unberücksichtigt.

4.1 Ausgaben der Volkfestbesucher

Im Rahmen der Online-Panel-Befragung wurden 2.000 Personen, welche in den jeweils zurückliegenden zwölf Monaten ein Volksfest besucht hatten, zu ihren Ausgaben auf dem zuletzt besuchten Volksfest befragt.

4.1.1 Höhe und Struktur der Tagesausgaben

Volksfestbesucher in Deutschland geben ausgehend von den Ergebnissen der Online-Panel-Befragung durchschnittlich 75,00 Euro pro Besuch aus. Diese Ausgaben beziehen sich auf durchschnittlich 2,3 Personen. Somit ergeben sich auf Basis der durchgeführten Online-Panel-Befragung durchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben von rund 32,80 Euro je Besuchstag.

Im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2017/18 ist zu berücksichtigen, dass es damals eine erste Befragungswelle im Dezember/Januar mit einem hohen Anteil an Weihnachtsmarktbesuchern gab. Deren Ausgabeverhalten ist im Durchschnitt wesentlich geringer als das der Volksfestbesucher. Berücksichtigt man nur die Ergebnisse der zweiten und dritten Befragungswelle ergaben sich schon damals durchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben von 28,10 Euro pro Volksfestbesuch.

Der Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben um rund 17 % ist im Wesentlichen auf die zuletzt stark gestiegene Inflation zurückzuführen. Die Verbraucherpreisindizes im Bereich Freizeit, Unterhaltung und Kultur stiegen zwischen Oktober 2018 und Oktober 2023 um 13 %, im Gastgewerbe um 26 %. In Bereichen, die einen Großteil der Betriebskosten der Schaustellerbetriebe verursachen, waren die Teuerungsraten in der Regel noch weitaus höher: Der Mindestlohn stieg zwischen April 2018 und April 2023 um rund 36 % von 8,84 Euro auf 12,00 Euro, der Verbraucherpreisindex für Nahrungsmittel um rund 35 %. Die Stromkosten haben sich zwischen dem 2. Halbjahr 2019 und dem 1. Halbjahr 2023 mehr als verdoppelt (Quelle: Statistisches Bundesamt). Der Preis für einen Liter Diesel war 2023 rund 36 % höher als noch fünf Jahre zuvor (Quelle: ADAC).

Die Gegenüberstellung zeigt, dass die Schaustellerbetriebe nur einen Teil der für sie angefallenen höheren Kosten durch höhere Ausgaben der Volksfestbesucher kompensieren konnten.

Mit Abstand die höchsten Ausgaben werden für Gastronomie (Zelt, Imbiss, Ausschank etc.) getätigt, nämlich 47 % der Gesamtausgaben. Es folgen die Fahrgeschäfte mit 21 % und Einkäufe, zu denen beispielsweise auch Süßwaren zählen, mit 10 %. Für Spielgeschäfte (9 %), Schau und Belustigung (6 %), das Schießen (3 %) beziehungsweise Sonstiges (4 %) wird jeweils deutlich weniger ausgegeben.

- › Wer ein bis fünf Tage pro Jahr auf ein Volksfest geht, gibt pro Tag und Kopf durchschnittlich rund 31,60 Euro aus.

- › Besucher mit sechs oder mehr Besuchen geben pro Tag und Kopf 39,60 Euro aus.

Tabelle 7: Ausgaben auf Volksfesten 2023

Ausgaben für	Ausgaben in Euro	
	gesamt	pro Kopf
Gastronomie	34,80	15,30
Fahrgeschäfte	15,80	6,90
Einkäufe	7,50	3,30
Spielgeschäfte	7,00	3,00
Schau und Belustigung	4,50	2,00
Schießen	2,40	1,00
Sonstiges	3,00	1,30
insgesamt	75,00	32,80

Quelle: Online-Panel-Befragung Volksfestbesucher 2023, n = 2.000, alle Werte gerundet

Auf dieser Basis sowie der in Kapitel 3.3.4 dargestellten Zahl der Volksfestbesuche ergeben sich Gesamtausgaben auf deutschen Volksfesten durch Besucher mit Wohnsitz in Deutschland in Höhe von 6,18 Mrd. Euro. Dazu kommen die Ausgaben der ausländischen Besucher. Aus Mangel an qualifizierten Daten wird für die Besucher mit Wohnsitz im Ausland von den gleichen Pro-Kopf-Ausgaben ausgegangen.⁹ Auf dieser Basis ergeben sich rund 330 Mio. Euro, die ausländische Besucher auf deutschen Volksfesten ausgeben.

Insgesamt werden somit auf deutschen Volksfesten pro Jahr durch die Besucher aktuell brutto 6,51 Mrd. Euro ausgegeben. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung von rund 22 % gegenüber 2017/18¹⁰, die auf höhere Besuchszahlen und in Folge der hohen Inflation gestiegene Pro-Kopf-Ausgaben zurückzuführen ist.

Dieser Umsatz fließt aber nur zu einem gewissen Teil der traditionellen Schaustellerbranche zu, da Volksfeste nicht nur von Schaustellern, sondern von zehntausenden Markthändlern, Brauereien, Vereinen, der örtlichen Gastronomie, Metzgereien, Bäckereien und Kunsthandwerkern beschickt werden.

Der Anteil der Schausteller an der Gesamtzahl der Beschicker solcher Veranstaltungen beträgt zwischen ca. 20 und 90 %.

⁹ Tatsächlich dürften die Ausgaben der ausländischen Besucher überdurchschnittlich sein, da sie einerseits primär die besonders großen Volksfeste ansteuern (allen voran das Oktoberfest) und andererseits längere Anreisewege als die deutschen Besucher haben. Solche längeren Anreisewege korrelieren in der Freizeitwirtschaft mit der Ausgabenhöhe.

¹⁰ 5,33 Mrd. Euro unter Annahme durchschnittlicher Pro-Kopf-Ausgaben von 28,10 Euro pro Volksfestbesuch (exkl. Weihnachtsmärkte)

4.1.2 Ausgaben in Abhängigkeit von der Größe des besuchten Volksfestes

Wie auch in anderen Branchen der Freizeitwirtschaft gibt es bei den Volksfesten einen Zusammenhang zwischen der Größe und der Höhe der durch die Besucher getätigten Ausgaben. Dies hängt u. a. damit zusammen, dass die Aufenthaltsdauer auf einer größeren und somit auch besucherstärkeren Veranstaltung länger ist. Man braucht schlichtweg mehr Zeit, um das Angebot auszuschöpfen.

- › Wer zuletzt ein großes Volksfest besucht hat, gab pro Tag und Kopf durchschnittlich rund 45,80 Euro aus.
- › Besucher mittlerer Volksfeste gaben pro Tag und Kopf durchschnittlich rund 32,90 Euro aus.
- › Besucher kleiner Volksfeste hatten Pro-Kopf-Ausgaben von durchschnittlich gerundet 24,20 Euro pro Tag.

Höhere Ausgaben bei größeren Volksfesten bedeuten, dass der Umsatzanteil der großen Volksfeste noch wesentlich größer ist, als ihr Anteil an den Besuchszahlen auf deutschen Volksfesten. Das macht sie selbstverständlich auch für die Schausteller besonders interessant. Auf der anderen Seite sorgen die geringen Pro-Kopf-Ausgaben bei Volksfesten mit wenigen Besuchern dafür, dass diese für die Schausteller und damit letztlich auch für die Besucher immer unattraktiver werden. Diese Schere zwischen kleinen und großen Volksfesten ist seit der letzten Erhebung im Jahr 2017/18 weiter auseinander gegangen. Die Folge ist ein Konzentrationsprozess, der auch aus anderen Bereichen der Freizeitwirtschaft bekannt ist.

4.2 Regionalwirtschaftliche Effekte der deutschen Volksfeste

Die durch die Volksfeste ausgelösten regionalwirtschaftlichen Effekte umfassen:

- › Monetäre Effekte durch die Ausgaben von Besuchern und Schaustellern vor Ort
- › Einkommenswirkungen (Wertschöpfungseffekt)
- › Arbeitsmarkteffekte und
- › fiskalische Effekte (für die kommunalen Haushalte).

Auf Basis der entsprechenden Ergebnisse werden am Ende des Kapitels leicht anzuwendende Kennziffern zur Abschätzung der verschiedenen regionalwirtschaftlichen Effekte eines Volksfestes in Abhängigkeit von seiner Größe und Dauer dargestellt.

4.2.1 Monetäre Effekte

Die monetären Effekte von Volksfesten ergeben sich primär durch:

- › den Vorleistungsbezug der Schaustellerunternehmen am Veranstaltungsort
- › zu entrichtende Abgaben und Gebühren
- › die Konsumausgaben der Schausteller, ihrer Familienangehörigen sowie ihrer Beschäftigten und
- › die Ausgaben, welche seitens der Volksfestbesucher außerhalb des Volksfestgeländes getätigt werden. Dazu zählen beispielsweise Ausgaben für öffentliche Transportmittel oder eine

Hotelübernachtung. Dabei werden nur die Volksfestbesucher berücksichtigt, die als Tourist im Rahmen einer Übernachtungsreise oder als Tagesausflügler mit Hauptanlass Volksfestbesuch die jeweilige Veranstaltung besuchen.

4.2.1.1 Betriebskosten (inkl. Personalkosten)

Für den Betrieb ihrer Geschäfte entstehen den Schaustellern vor Ort Kosten. Im Rahmen der Befragung wurden die entsprechenden Betriebskosten im letzten Jahr insgesamt abgefragt sowie der jeweilige Anteil, der üblicherweise aus Ausgaben am Veranstaltungsort resultiert.

In Summe beliefen sich die angegebenen Betriebskosten vor Ort auf durchschnittlich rund 174.000 Euro im letzten Jahr. 45 % der Kosten fielen vor Ort an. Dabei schwankt die Höhe der jeweiligen Anteile der Ausgaben am Veranstaltungsort von rund einem Fünftel bei Reparaturen, rund 30 % bei Wareneinkäufen und einem Drittel bei Personal¹¹ über 42 % bei Betriebsmitteln bis hin zu 100 % für die Standgebühren.

Die wichtigste Position der Kosten vor Ort bilden dabei die Standgebühren mit über 72.000 Euro pro Jahr und rund 43.000 Euro Wareneinkäufe für den Betrieb.

Bei 5.600 Schaustellerunternehmen bedeutet dies rund 0,98 Mrd. Euro, die jährlich durch die Schaustellerunternehmen für Betriebskosten vor Ort aufgewendet werden.

4.2.1.2 Persönliche Ausgaben

Die Schaustellerfamilien wurden zu ihren persönlichen Ausgaben während des Volksfestes vor Ort befragt. Im Durchschnitt ergaben sich:

- › Ausgaben von rund 91,90 Euro pro Tag, die sich auf
- › rund 3,4 Personen (inkl. nicht mitarbeitende Familienangehörige) bezogen und somit
- › durchschnittliche Tagespersonenausgaben von rund 27,00 Euro bedeuten.

Hochgerechnet auf 140,6 beschickte Veranstaltungstage ergeben sich Gesamtausgaben von rund 12.921 Euro pro Unternehmen. Das bedeutet, dass 5.600 Schaustellerunternehmen rund 72,3 Mio. Euro an Konsumausgaben in den Standortkommunen tätigen. Durch die nicht zur Schaustellerfamilie gehörenden festen Mitarbeiter kommen bei Annahme gleicher Tagespersonenausgaben schätzungsweise weitere 63,8 Mio. Euro an persönlichen Ausgaben hinzu.

4.2.1.3 Ausgaben von Volksfestbesuchern außerhalb des Volksfestgeländes

In der Online-Panel-Befragung wurden auch die Ausgaben der Volksfestbesucher außerhalb des Volksfestgeländes abgefragt. 49,4 % der befragten Volksfestbesucher gaben an, auch außerhalb des Veranstaltungsgeländes Ausgaben getätigt zu haben.

¹¹ Hierunter fallen insbesondere die Ausgaben der Aushilfen, die meist vor Ort engagiert werden.

Für 65,0 % dieser Besucher war der Volksfestbesuch der Hauptanlass für einen gezielten Tagesausflug vom Wohnort aus. Für weitere 2,9 % der Befragten war das Volksfest der Hauptbesuchsanlass für eine gezielte mehrtägige Reise mit Übernachtung.

Ausgehend von den Ergebnissen der Online-Panel-Befragung gibt dieser Anteil der Volksfestbesucher durchschnittlich 76,40 Euro pro Besuch außerhalb des Veranstaltungsgeländes aus. Diese Ausgaben beziehen sich auf durchschnittlich 2,3 Personen. Somit ergeben sich für 33,6 % der Volksfestbesucher, für die das Volksfest der Hauptanlass ihres Ausflugs bzw. ihrer Reise war und die Ausgaben außerhalb des Veranstaltungsgeländes getätigt haben, zusätzliche durchschnittliche Pro-Kopf-Ausgaben von 33,40 Euro je Besuchstag für Ausgaben außerhalb des Volksfestgeländes.

Tabelle 8: Ausgaben außerhalb des Volksfestgeländes 2023

Ausgaben für	Ausgaben in Euro	
	gesamt	pro Kopf
Verpflegung im Gastgewerbe	21,60	9,40
Übernachtung	15,80	6,90
Einzelhandel	10,10	4,40
ÖPNV	9,60	4,20
Freizeitaktivitäten	8,80	3,80
Parken	4,10	1,80
Dienstleistungen	3,30	1,40
Taxi	3,10	1,40
insgesamt	76,40	33,40

Quelle: Online-Panel-Befragung Volksfestbesucher 2023, n = 672, Besucher, für die das Volksfest der Hauptanlass ihres Ausflugs bzw. ihrer Reise war und die Ausgaben außerhalb des Veranstaltungsgeländes getätigt haben, alle Werte gerundet

Geben nun 33,6 % der 198,4 Mio. Volksfestbesucher 33,40 Euro außerhalb des Volksfestgeländes aus, dann ergeben sich weitere Ausgaben in Höhe von insgesamt 2,08 Mrd. Euro brutto.

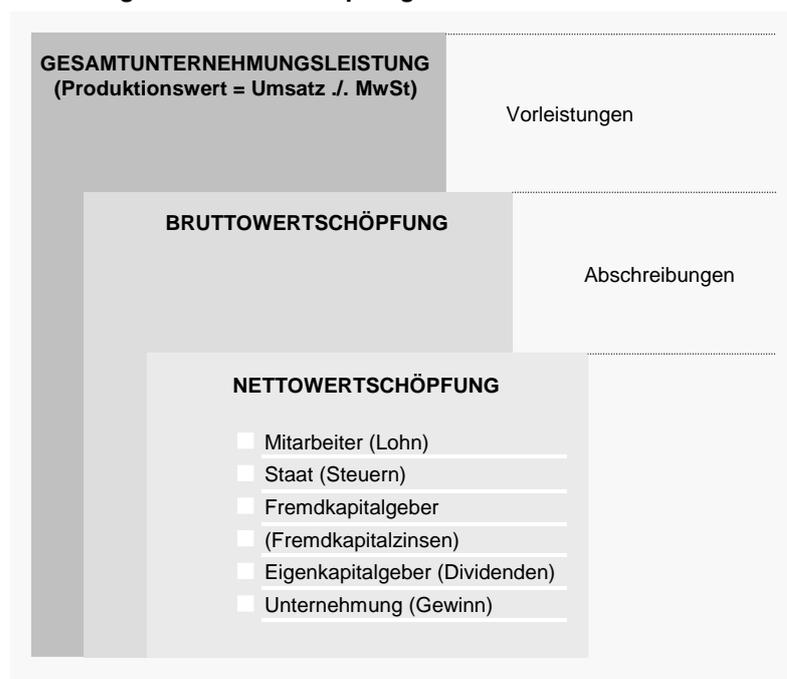
4.2.1.4 Zusammenfassung der monetären Effekte

Insgesamt summieren sich die monetären Effekte durch die Betriebskosten vor Ort (0,98 Mrd. Euro), die Konsumausgaben der Schausteller, ihrer Familien und Angestellten (136 Mio. Euro) sowie die Ausgaben der Volksfestbesucher außerhalb des Volksfestgeländes (2,23 Mrd. Euro) auf rund 3,34 Mrd. Euro brutto.

4.2.2 Wertschöpfungseffekt

Die Wertschöpfung entspricht dem von einer Branche in einer bestimmten Periode (z. B. in einem Geschäftsjahr) geschaffenen Wertzuwachs. Sie gilt heute als die geeignetste Größe, um die Leistung eines Unternehmens bzw. einer Branche zu messen.

Abbildung 10: Die Wertschöpfung im Überblick



Quelle: eigene Darstellung ift GmbH 2013

Bei der Ermittlung der Wertschöpfung sind folgende Faktoren relevant:

- › **Vorleistungen** sind Güter und Dienstleistungen, die nicht in der eigenen Unternehmung produziert werden, sondern von Dritten bezogen werden. Also z. B. Warenbezüge, Energie, Verbrauchsmaterial, Versicherungen usw.
- › Bei der **Bruttowertschöpfung** handelt es sich um die Gesamtunternehmungsleistung (Produktionswert = Umsatz abzgl. Mehrwertsteuer) abzüglich der Vorleistungen.
- › Die **Nettowertschöpfung** errechnet sich aus der Bruttowertschöpfung abzüglich der in der Unternehmung vorgenommenen Abschreibungen. Die Nettowertschöpfung wird verteilt und fließt so wiederum in die Volkswirtschaft ein: In Form von Löhnen an das Personal, von Zinsen an die Fremdkapitalgeber, von Dividenden an die Eigenkapitalgeber und von Reingewinn an die Unternehmung (zur eventuellen Reinvestition).
- › Das **Bruttoinlandsprodukt** ist die Summe der Bruttowertschöpfungen aller Wirtschaftszweige in einer Volkswirtschaft.

Zur Berechnung der Wertschöpfung aus den Umsätzen werden Quoten herangezogen. Diese Wertschöpfungsquoten, die je nach Wirtschaftsbereich differieren, drücken aus, wie einkommenswirksam die Umsätze sind, also wie viel Prozent des Nettoumsatzes tatsächlich als Löhne, Gehälter und Gewinne verbleiben, also zu Einkommen werden. Die Wertschöpfungsquoten

reichen dabei von zwölf Prozent im Lebensmitteleinzelhandel bis zu über 50 % in bestimmten Dienstleistungsbereichen.¹²

Für die Betriebskosten der Schausteller ergibt sich eine durchschnittliche Wertschöpfungsquote von 42 %. Die Personalkosten sind zu 100 % Löhne. Bei den Konsumausgaben der Schausteller und Besucher außerhalb des Volksfestgeländes kann von 30 % ausgegangen werden. Insgesamt ergibt sich daraus eine Wertschöpfung an den Ausrichtungsorten in Höhe von rund 1,07 Mrd. Euro (1. Umsatzstufe), das entspricht einer Quote von 36 %.

Die direkten Ausgaben der Schausteller werden also nur teilweise zu Einkommen. Die Differenz zwischen Nettoumsatz und Wertschöpfung der 1. Umsatzstufe wird für sogenannte Vorleistungen zum Aufbau bzw. zur Aufrechterhaltung der Dienstleistungen verwendet. Durch diesen Vorleistungsbezug entsteht ebenfalls Wertschöpfung.

Da die Vorleistungsverflechtungen dieser 2. Umsatzstufe nicht im Detail nachzuvollziehen sind, wird eine durchschnittliche Wertschöpfungsquote in Höhe von 30 % angesetzt.¹³ Auf dieser Basis ergeben sich Einkommenswirkungen in der 2. Umsatzstufe in Höhe von rund 572 Mio. Euro. Die gesamten Einkommenswirkungen lassen sich durch Addition der Werte für die 1. und 2. Umsatzstufe ermitteln und betragen demzufolge rund 1,64 Mrd. Euro.

4.2.3 Arbeitsmarkteffekte

Es kann lediglich ein fiktives Äquivalent an Vollarbeitsplätzen ermittelt werden. Hierzu wird folgende Hilfsrechnung angestellt:

- › Berechnungsgrundlage sind die von den Schaustellern und Besuchern außerhalb des Volksfestgeländes ausgehenden absoluten Einkommenswirkungen der 1. und 2. Umsatzstufe von insgesamt 1,64 Mrd. Euro.
- › Das durchschnittliche Volkseinkommen lag in Deutschland 2022 bei insgesamt rund 33.707 Euro pro Kopf, umgerechnet auf 45,60 Mio. Erwerbstätige in Deutschland (Arbeitnehmer und Unternehmer) ergibt sich ein durchschnittliches Einkommen pro Erwerbstätigem von 62.363 Euro.
- › Aus der Gegenüberstellung dieser Indikatoren lässt sich ein theoretisches Äquivalent von rund 26.360 Beziehern eines durchschnittlichen Einkommens pro Erwerbstätigen durch die Volksfeste ableiten.
- › Dazu kommen die 30.800 Beschäftigten der Schaustellerbetriebe selbst.
- › Insgesamt sorgt die Branche also für rund 57.160 Vollzeitstellenäquivalente.

4.2.4 Fiskalische Effekte

Umsätze bewirken nicht nur Einkommens- und Beschäftigungseffekte, sondern tragen auch zum Steueraufkommen bei. Über das in den Bruttoumsätzen der Branche von rund 6,5 Mrd. Euro

¹² Quelle: eigene Berechnung *ift* GmbH auf Basis VGR des Bundes 2022

¹³ vgl. *dwif* 49, S. 146

enthaltene Umsatzsteueraufkommen fließen Bund, Ländern und Kommunen rund 627 Mio. Euro als Gemeinschaftssteuer zu. Da gastronomische Betriebe einen hohen Anteil an den Umsätzen auf Volksfesten haben, wirkte sich die Senkung der Mehrwertsteuer auf Speisen in den Jahren 2020 bis 2023 erheblich auf das Umsatzsteueraufkommen aus, das aus diesem Grund trotz höherer Umsätze im Jahr 2022/23 geringer war als noch 2017/18.

Durch die erzielten Einkommen (inkl. der außerhalb der Volksfeste, aber diesen zurechenbaren Ausgaben) werden bei einem unterstellten durchschnittlichen Steuersatz von 15 % weitere rund 247 Mio. Euro an Gemeinschaftssteuern erzielt.

Insgesamt ergeben sich somit Gemeinschaftssteuereinnahmen in Höhe von über 873 Mio. Euro.

Hinzu kommen weitere Effekte durch die von den Schaustellern direkt an die Kommunen zu entrichtenden Gebühren und Abgaben auf Volksfesten. Diese belaufen sich auf rund 406 Mio. Euro pro Jahr oder gerundet 2,00 Euro pro Besucher.

Insgesamt fließen den öffentlichen Kassen daher aus der Schaustellerbranche rund 1,28 Mrd. Euro zu. Das sind rund 6,50 Euro pro Besucher.

Das Steueraufkommen auf kommunaler Ebene lässt sich nicht exakt ermitteln, näherungsweise kann jedoch der für touristische Umsätze bekannte Satz von 2,5 – 3 % vom Nettoumsatz herangezogen werden. Aus Gründen der Vorsicht wird mit dem Wert von 2,5 % gerechnet. Daraus ergeben sich Steuereinnahmen für die Kommunen in Höhe von rund 147 Mio. Euro, im Durchschnitt also 74 Cent pro Volksfestbesuch.

Insgesamt profitieren die Kommunen demnach über Gebühren und Steuern direkt mit rund 2,80 Euro pro Besucher.

4.2.5 Kennziffern zur Bemessung der regionalwirtschaftlichen Effekte

Für die rund 9.750 deutschen Volksfeste wurden Umsätze in Höhe von 6,51 Mrd. Euro ermittelt, von denen rund 1,11 Mrd. Euro über die Ausgaben der Schaustellerbetriebe und ihrer Mitarbeiter in die örtliche Wirtschaft fließen. Darin enthalten sind rund 406 Mio. Euro für kommunale Abgaben und Gebühren. Weitere 2,23 Mrd. Euro fließen durch Ausgaben der Volksfestbesucher außerhalb des Volksfestgeländes in die örtliche Wirtschaft. Die Wertschöpfungseffekte belaufen sich in den ausrichtenden Kommunen auf insgesamt rund 1,64 Mrd. Euro, was für insgesamt 26.360 rechnerische Vollzeitstellenäquivalente sorgt.

Umgerechnet auf ein durchschnittliches Volksfest bedeutet dies:

- › rund 667.000 Euro direkter Umsatz vor Ort durch die Schaustellerbetriebe
- › nahezu 42.000 Euro an Abgaben und Gebühren, die direkt den Kommunen zufließen
- › eine Wertschöpfung von etwa 169.000 Euro
- › 2,7 Vollzeitstellenäquivalente

Pro Besucher ergeben sich folgende Durchschnittswerte:

- › 16,80 Euro direkter Umsatz in der örtlichen Wirtschaft (inkl. der Ausgaben der Besucher außerhalb des Volksfestes für Taxi, ÖPNV, Hotel o.ä.)
- › rund 2,00 Euro an Abgaben und Gebühren, die direkt den Kommunen zufließen, und 2,80 Euro, wenn man die geschätzten Steuern hinzurechnet
- › rund 8,30 Euro Wertschöpfung vor Ort.

Darüber hinaus wird pro 7.500 Besuchen auf einem Volksfest eine dauerhafte Vollzeitstelle am Veranstaltungsort gesichert.

Die genannten Effekte pro Besuch fallen bei großen, besuchsstarken Volksfesten pro Besuch höher aus, bei kleinen Volksfesten pro Besuch geringer. Als Grundlage für die Bemessung der Effekte einzelner Veranstaltungen sind diese Durchschnittswerte daher nicht geeignet, da, wie zuvor aufgezeigt, die Anzahl der Besucher pro Geschäft und Tag sowie die Ausgaben pro Besucher mit der Größe der Volksfeste, im Ergebnis also der auf dem Volksfest erzielte Umsatz, zunehmen.

5. Nachhaltigkeitsaspekte auf Volksfesten

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt gesamtgesellschaftlich und folglich auch auf Volksfesten immer mehr an Bedeutung. Aspekte aller drei Nachhaltigkeitsdimensionen spielen sowohl bei den Schaustellerunternehmen selbst als auch bei den veranstaltenden Kommunen und den Besuchern der Volksfeste eine große Rolle.

Auch die deutsche Schaustellerbranche ist sich ihrer Verantwortung für die Umwelt und die Gesellschaft bewusst und setzt sich dafür ein, in den Fragen der Nachhaltigkeit und des Umweltschutzes positive Beiträge zu leisten. Bereits im Jahre 1991 haben sich die Mitglieder des Deutschen Schaustellerbundes mit großer Mehrheit selbst verpflichtet, dem Schutz der Umwelt mehr Bedeutung beizumessen und ressourcenschonend zu wirtschaften.

Seitdem

- › konnte der Stromverbrauch der Schaustellerbetriebe deutlich gesenkt werden,
- › werden immer mehr Feste ausschließlich mit Öko-Strom betrieben,
- › haben im Bereich der Verpackungen Mehrwegsysteme, kompostierbare Lösungen oder auch der Verzicht deutlich zur Reduzierung des Abfalls beigetragen,
- › sind im Bereich des ÖPNV neue Wege zur Erreichung des Volksfestplatzes beschritten worden,
- › sind die Schausteller und Schaustellerinnen auch in Bezug nachhaltiger Kost (bio, vegan, vegetarisch, regional ...) den Wünschen der Gäste nachgekommen,
- › betrachten die Schaustellerinnen und Schausteller auch z. B. die Bereiche der Reinigung der Geschäfte, Einbindung der Zulieferer der Branche, Transport und Beschaffung als Möglichkeiten nachhaltigen Handelns.

Der große historische Vorteil in diesem Zusammenhang ist die Erreichbarkeit der Feste und Märkte: Volksfeste und Weihnachtsmärkte sind praktisch ausnahmslos in den Zentren der Städte, etwa auf den Marktplätzen, Schlossplätzen usw. gelegen. Mit nur wenigen Fahrzeugen bringen die Schausteller das Event direkt vor die Tür der Besucher. Die Lage bringt es mit sich, dass sie für den Großteil der Bevölkerung zu Fuß, mit dem Fahrrad oder unkompliziert mit dem ÖPNV zu erreichen sind.

Und wenn das Auto tatsächlich für unverzichtbar gehalten wird, schaffen Parkleitsysteme Ordnung, auf organisierten Parkplätzen gibt es Stellplätze, für die direkte Anbindung zum Festplatz sorgen eigens eingerichtete Shuttle-Dienste.

Auch die Wege der Schausteller sind in der Regel sehr kurz. Dank sinnvoller Routenplanung betragen die Gesamtstrecken der Tournee mit jährlich ca. 15-25 Volksfestplätzen oft weniger als 1.500 Kilometer. Die Zugmaschinen, Anhänger und Wohnwagen stehen mehr als 300 Tage im Jahr auf dem Festplatz, dem Parkplatz oder dem heimischen Betriebsgelände.

Zudem spielen Nachhaltigkeit und Umweltschutz auch in allen einzelnen Sparten der Branche eine zentrale Rolle, sei es bei der Nutzung nachhaltiger und ressourcenschonender Reinigungsmittel, dem Einkauf von regionaler Ware, der Vermeidung von Verpackungsmaterialien u. v. m.

Nachhaltigkeit heißt zudem natürlich auch, Rücksicht zu nehmen – etwa beim Lärmschutz. Auf Volksfesten wird dieser gewährleistet etwa durch die Positionierung der Geschäfte unter Berücksichtigung der Wohnbebauung, die fachgerechte Aussteuerung der Lautsprecheranlagen und die Einmessung und Begrenzung der Lautstärke durch Limiter.

Der Deutsche Schaustellerbund wirbt weiterhin bei Veranstaltern und Versorgern für mehr Ökostrom auf den Festen und mehr und bessere Angebote im ÖPNV. Zudem ermuntert der Deutsche Schaustellerbund e.V. auch die Zulieferer der Branche zu noch mehr Bewusstsein für den Schutz der Umwelt. Und schließlich werden natürlich die Mitglieder des DSB e.V. über neue Techniken, Produkte, Trends usw. informiert und man arbeitet mit versierten Partnern zusammen.

Um zu den Fragen der Nachhaltigkeit eine noch konkretere und detailliertere Datenlage zu erhalten, wurden neben den zuvor bereits thematisierten ökonomischen (Wertschöpfungs-, Arbeitsmarkt- und fiskalische Effekte) und sozialen Effekten (u. a. Volksfeste als wichtiger Teil von Kultur und Tradition und Freizeitangebot für alle Alters- und Einkommensgruppen) im Rahmen der Befragungen auch ökologische Aspekte in verschiedenen Bereichen und aus unterschiedlichen Perspektiven untersucht.

5.1 Nachhaltigkeitsaspekte aus Sicht der Schausteller

Grundsätzlich halten 55 % aller befragten Schaustellerunternehmen eine ökologische Betriebsführung für (eher) wichtig. Nur 9 % halten dies für (eher) unwichtig. Bereits rund drei von vier Schaustellunternehmen nutzen umweltfreundliche, insbesondere kompostierbare Verpackungen.

Ein Großteil der befragten Schaustellerunternehmen (71 %) bietet Produkte zum Verzehr an. Vor dem Hintergrund der Nachhaltigkeit spielen vor allem die Art, Herkunft und Herstellung der verarbeiteten und angebotenen Lebensmittel eine zentrale Rolle. Etwas mehr als die Hälfte der Schaustellerunternehmen (51 %), die Produkte zum Verzehr vertreiben, bieten auch vegetarische und/oder vegane Hauptgerichte an. In Betrieben, die vegetarische Hauptgerichte anbieten, machen diese rund 35 % der verkauften Hauptgerichte aus.

70 % der Unternehmen, die Produkte zum Verzehr anbieten, verwenden dazu auch Lebensmittel regionaler Erzeuger zur Weiterverarbeitung in ihrem Betrieb, die sie entweder vor Ort oder von entsprechenden Anbietern aus der Nähe ihres Heimatortes beziehen (Umkreis max. 30 km). Diese haben durchschnittlich einen Anteil von 53 % an der Gesamtzahl der verkauften Hauptgerichte. Damit kommt regionalen Produkten auf Volksfesten eine noch höhere Bedeutung zu als zertifizierter Bio-Ware. Diese kommt in etwa einem von fünf Betrieben zum Einsatz.

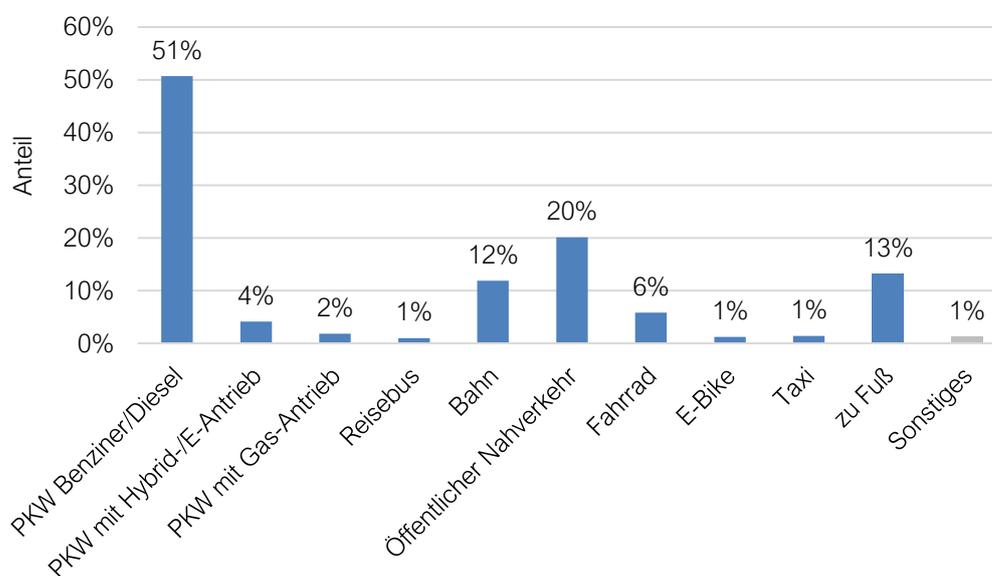
In den kommenden drei Jahren wollen 62 % der Betriebe, die Produkte zum Verzehr anbieten, deutlich mehr regionale Produkte einsetzen, 33 % wollen mehr Bio-Produkte einsetzen. 42 % der Betriebe wollen ihr Angebot an vegetarischen Hauptgerichten ausbauen, 30 % das der veganen Hauptgerichte.

5.2 Nachhaltigkeitsaspekte aus Sicht der Besucher

An- und Abreiseverkehre sind verantwortlich für einen Großteil der in Freizeit und Tourismus verursachten CO₂-Emissionen. Auf Volksfesten betrifft dies neben dem Reiseverhalten der Schau- stellunternehmen auch das der Besucher.

Durch die hohe Dichte an Volksfesten in Deutschland ist auch die zurückgelegte Distanz der Besucher gering. Volksfestbesuche werden vor allem von Einheimischen unternommen. 85 % der Veranstaltungsbesucher kommen aus einem Radius von maximal 50 Kilometern.

Abbildung 11: Genutzte Verkehrsmittel beim letzten Volksfestbesuch (Mehrfachnennungen möglich)



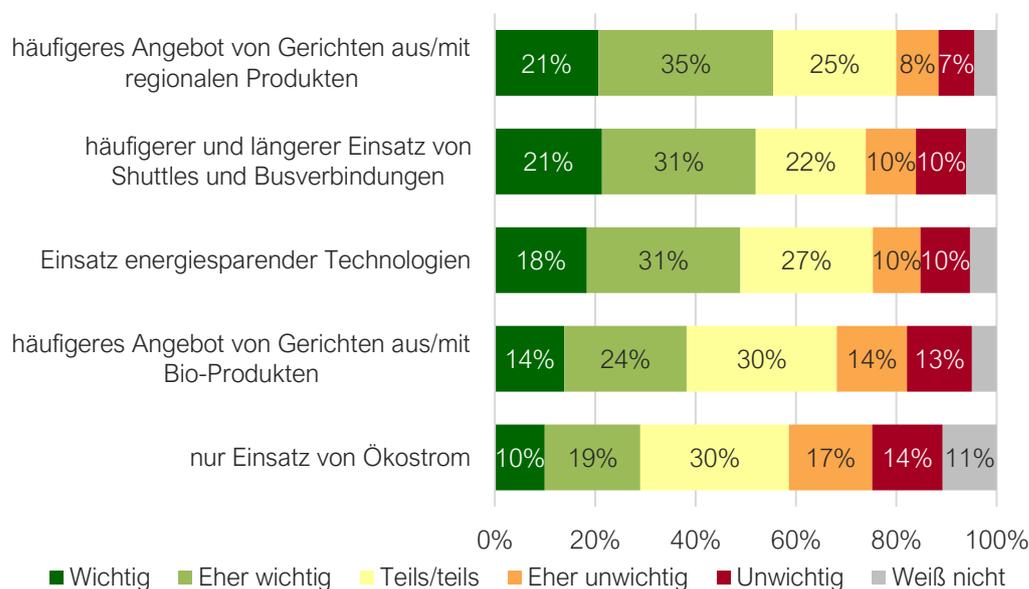
Quelle: Online-Panel-Befragung Volksfestbesucher 2023, n = 2.000 (Werte gerundet)

Nur etwas mehr als die Hälfte der Besucher nutzte bei ihrem letzten Volksfestbesuch das Auto und rund jeder Fünfte bzw. Achte den öffentlichen Nahverkehr oder die Bahn. Unterschiede ergeben sich vor allem in Abhängigkeit von der Größe des zuletzt besuchten Volksfestes. Besucher großer Volksfeste nutzten überdurchschnittlich häufig mehrere Verkehrsmittel, insbesondere den öffentlichen Nahverkehr (27 %) und die Bahn (22 %). Besucher kleiner Volksfeste kommen hingegen eher zu Fuß oder per Fahrrad zum Volksfestgelände. Gegenüber der letzten Erhebung im Jahr 2017/18 ist der Anteil der Nutzer von Bahn und öffentlichem Nahverkehr um je zwei Prozentpunkte gestiegen. Die Nutzung des Autos für den Volksfestbesuch ist hingegen leicht rückläufig.

Verglichen mit anderen (Groß-)Veranstaltungen ist auf Volksfesten der Anteil der Personen, die ohne PKW und stattdessen mit öffentlichen Verkehrsmitteln anreisen, überdurchschnittlich hoch – insbesondere unter Berücksichtigung der Tatsache, dass im Gegensatz zu anderen Großveranstaltungen eine Vielzahl an Volksfesten im ländlichen Raum stattfinden, in dem das öffentliche Verkehrsangebot in der Regel weniger gut ausgebaut ist.

Mehr als 80 % der Besucher haben bei Ihrem letzten Volksfestbesuch eine Mahlzeit zu sich genommen, davon rund 75 % eine Mahlzeit mit Fleisch und etwa jeder Fünfte eine vegetarische oder vegane Mahlzeit. Die Vielfalt der angebotenen Speisen auf Volksfesten halten mehr als 70 % der Befragten für ausreichend.

Abbildung 12: Bedeutung ausgewählter ökologischer Aspekte für Besucher



Quelle: Online-Panel-Befragung Volksfestbesucher 2023, n = 2.000 (Werte gerundet)

Allerdings ist mehr als der Hälfte der Befragten ein häufigeres Angebot von Gerichten aus/mit regionalen Produkten wichtig. Für Personen bis 35 Jahre haben ökologische Aspekte auf Volksfesten einen überdurchschnittlich hohen Stellenwert. Diese Altersgruppen messen auch dem häufigeren Einsatz von Bioprodukten, Ökostrom, Shuttles und Busverbindungen eine signifikant höhere Bedeutung bei. Zugleich sind dies die Altersgruppen mit der höchsten Volksfestbesuchersintensität und -häufigkeit sowie dem höchsten Ausgabeverhalten.

5.3 Nachhaltigkeitsaspekte aus Sicht der Veranstalterkommunen

Die Volksfestplätze sind in der Regel zentral gelegen und auch mit öffentlichen Verkehrsmitteln gut zu erreichen. In 79 % der befragten Veranstalterkommunen finden Volksfeste in unmittelbarer Nähe zur Innenstadt bzw. zum Ortszentrum statt. Die Entfernung zur nächsten Bushaltestelle beträgt durchschnittlich 600 m (Median: 200 m) und zum nächsten (Haupt-)Bahnhof 2,4 km (Median: 2,0 km). Zusätzlich gab es in 80 % der befragten Veranstalterkommunen besondere Mobilitätsangebote im Zusammenhang mit Volksfesten:

- › verdichtete Taktzeiten beim ÖPNV / ausgeweitetes Angebot / Nachtbus (59 %)
- › vergünstigte / kostenlose Nutzung des ÖPNV (32 %)
- › Park & Ride Systeme (31 %)
- › spezielle Parkangebote für Radfahrer/E-Bikes (31 %)
- › vergünstigte / kostenlose Parkgebühren (8 %).

Nach Einschätzung der veranstaltenden Kommunen reisen nur 32 % der Besucher per PKW an. 35 % der Besucher kommen zu Fuß oder mit dem Fahrrad zum Volksfest, 30 % nutzen öffentliche Verkehrsmittel. Dabei ist zu berücksichtigen, dass in der Stichprobe Großstädte mit einem in der Regel gut ausgebauten öffentlichen Verkehrsnetz überrepräsentiert sind. Auf Volksfesten in eher ländlichen Regionen müssen auswärtige Besucher öfters mit dem PKW anreisen, da die Verbindungen im öffentlichen Verkehr deutlich schlechter sind. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass der PKW-Besatz bei Volksfesten im Durchschnitt etwas höher sein sollte, da mehr Mitfahrende im PKW sitzen. Einerseits ist der Familienanteil auf Volksfesten sehr hoch, andererseits werden häufig Fahrgemeinschaften gebildet, um Genussmittel zu konsumieren (insbesondere in Zelten bzw. der Gastronomie).

In 58 % der Veranstalterkommunen, die an der Befragung teilnahmen, werden die Volksfeste bereits mehrheitlich mit grünem Strom betrieben, davon in mehr als der Hälfte ausschließlich mit grünem Strom.

Mehr als 60 % der befragten Kommunen planen konkrete Maßnahmen in den kommenden drei Jahren, um die Veranstaltung der Volksfeste nachhaltiger zu gestalten. Neben dem Ausbau des regionalen Warenbezugs und der grünen Stromversorgung soll vor allem der Einsatz von Einwegprodukten und das Müllaufkommen reduziert werden.

6. Weihnachtsmärkte in Deutschland 2024

Im Fokus der vorliegenden Studie standen die traditionellen Volksfeste in Deutschland. Wegen der weiter zunehmenden Bedeutung der Weihnachtsmärkte für das Schaustellergewerbe wurden im Rahmen einer Ergänzungserhebung auch Daten zu diesem Marktsegment erhoben. Dazu wurden im Zeitraum vom 27.12.2024 bis zum 02.01.2025 insgesamt 1.011 Besucherinnen und Besucher von Weihnachtsmärkten in der Adventszeit 2024 in einer bundesweiten, bevölkerungsrepräsentativen Online-Panel-Befragung zu ihrem Besuchs- und Ausgabeverhalten befragt.

Die Ergebnisse ermöglichen es, die in den Vorgängerstudien aufgezeigten Entwicklungen hinsichtlich der Besuchszahlen und Umsätze auch für die Weihnachtsmärkte fortschreiben zu können.

Anzahl der Veranstaltungen

Insgesamt gibt es aktuell laut GEMA rund 3.250 Weihnachtsmärkte in Deutschland. Die 5.600 Schaustellerunternehmen beschicken jeweils 1,6 Weihnachtsmärkte im Durchschnitt, meist für einen Zeitraum von rund drei bis vier Wochen. Zudem werden Weihnachtsmärkte nicht nur von Schaustellern, sondern von zehntausenden Markthändlern, Metzgereien, Bäckereien, Vereinen, Verbänden und Kunsthandwerkern usw. beschickt.

Umfang und Struktur der Weihnachtsmarktbesuche

Die Befragten sind in der vergangenen Adventszeit an durchschnittlich 3,4 Tagen auf Weihnachtsmärkte gegangen.

Die **Besuchshäufigkeit** der Weihnachtsmärkte korreliert, wie auch die der Volksfeste, mit dem Alter. Die befragten 16- bis 25-Jährigen gaben an, durchschnittlich 4,7 Weihnachtsmarktbesuche zu unternehmen. Bei den 26- bis 35-Jährigen sind es noch 3,5 Besuche pro Saison, bei den 36- bis 45-Jährigen 3,3 Besuche. Die geringste Besuchshäufigkeit weisen mit 2,6 Weihnachtsmarktbesuchen die 66- bis 74-Jährigen auf.

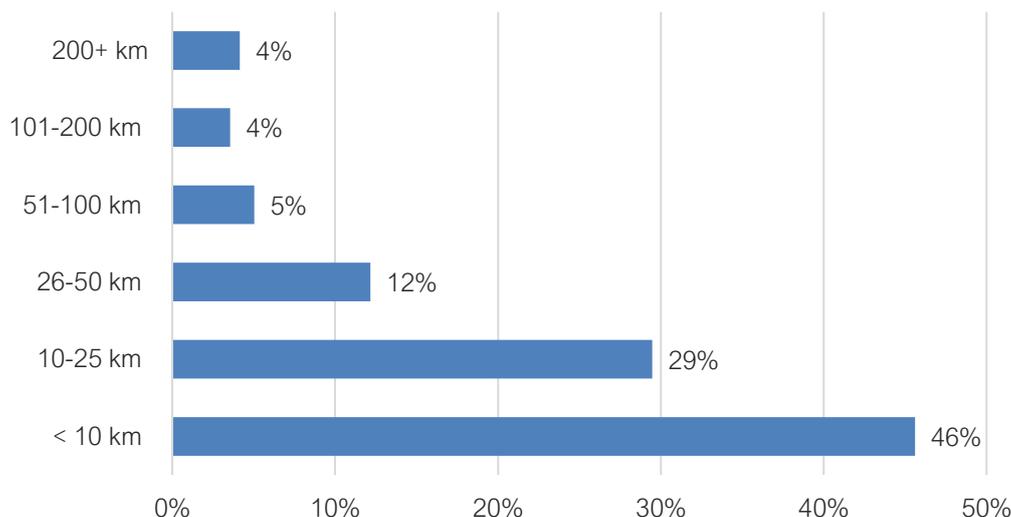
Die Besuchshäufigkeit ist weitgehend unabhängig vom Geschlecht und Haushaltseinkommen der Befragten. Befragte aus allen Einkommensgruppen tätigten durchschnittlich mehr als 3,0 Besuche auf Weihnachtsmärkten in der vergangenen Adventszeit.

Jedoch gibt es regionale Unterschiede bei der Besuchshäufigkeit in Abhängigkeit vom Wohnort der Befragten.¹⁴ Während Personen aus dem Westen bzw. Norden Deutschlands durchschnittlich an 3,8 bzw. 3,5 Tagen auf Weihnachtsmärkte gehen, tätigen die Befragten aus dem Osten und Süden des Landes durchschnittlich nur 3,2 bzw. 3,0 Besuche.

Weihnachtsmärkte sind noch mehr als Volksfeste vorrangig Veranstaltungen für die einheimische Bevölkerung. Mehr als die Hälfte der Besuche finden in einem Radius von maximal zehn Kilometern rund um den Wohnort statt.

¹⁴ Nord: NI, SH, HH, MV, HB; Süd: BY, BW; Ost: SN, BE, BB, ST, TH; West: NW, HE, RP, SL

Abbildung 13: Anreisestrecke letzter Weihnachtsmarktbesuch

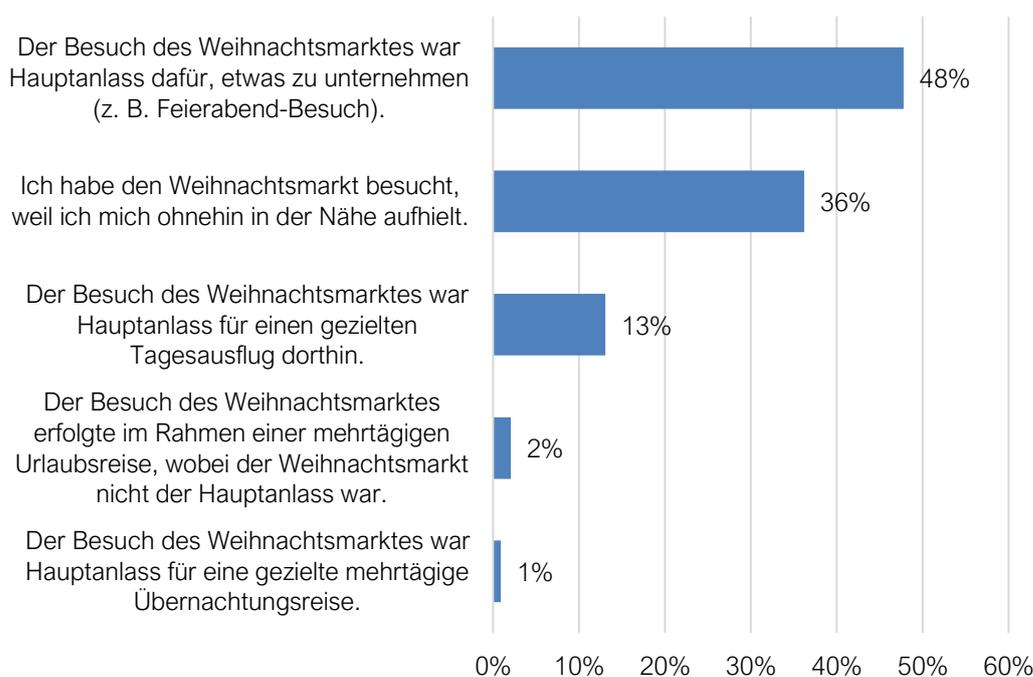


Quelle: Online-Panel-Befragung Weihnachtsmarktbesucher 2024, n = 1.011 (Werte gerundet)

Entsprechend nutzte nur rund die Hälfte der Besucher bei ihrem letzten Weihnachtsmarktbesuch das Auto. Rund ein Drittel der Gäste (33 %) nutzte zur Anreise die Bahn oder den ÖPNV, jeder Fünfte kam zu Fuß oder fuhr mit dem Fahrrad.

Zwei Drittel der Besucher haben den Weihnachtsmarkt bei ihrem letzten Besuch ganz gezielt aufgesucht. 48 % der Besuche erfolgten im Rahmen von gezielten Unternehmungen, 13 % als Tagesausflüge, 3 % im Rahmen von mehrtägigen Reisen. Für ein Drittel der Übernachtungsreisenden war der Besuch des Weihnachtsmarktes der Hauptanlass ihrer Reise.

Abbildung 14: Art und Anlass des Weihnachtsmarktbesuchs



Quelle: Online-Panel-Befragung Weihnachtsmarktbesucher 2024, n = 1.011 (Werte gerundet)

Weihnachtsmärkte sind wie Volksfeste ein Gemeinschaftserlebnis, Treffpunkt und Begegnungsort für alle Alters- und Einkommensgruppen. Mehr als neun von zehn Weihnachtsmarktbesuchen werden in **Begleitung** unternommen. Mit rund 3,3 Personen ist die durchschnittliche Gruppengröße geringer als auf Volksfesten. Mehr als 70 % der Befragten sind in Gruppen mit zwei bis vier Personen unterwegs.

58 % der Befragten in Begleitung wurden bei ihrem letzten Weihnachtsmarktbesuch von ihrem (Ehe-)Partner begleitet, 43 % von Freunden und Bekannten. 27 % der Befragten in Begleitung gaben an, den letzten Weihnachtsmarktbesuch mit einem oder mehreren Kindern unternommen zu haben. Von den 250 Befragten, die Angaben zur Anzahl der Kinder machten, die sie begleitet haben, waren 53 % mit einem Kind und 33 % mit zwei Kindern auf dem letzten Weihnachtsmarkt. Im Durchschnitt begleiteten 1,7 Kinder die Befragten. Die Kinder der Befragten waren im Durchschnitt neun Jahre alt. 90 % der begleitenden Kinder waren jünger als 16 Jahre.

Aus der Stichprobe und deren Besuchshäufigkeit und Begleitung beim Weihnachtsmarktbesuch lässt sich das **Besuchsvolumen** ableiten und auf die Gesamtbevölkerung hochrechnen.

Demnach ergeben sich für die Adventszeit 2024 rund 161,9 Mio. Besuche durch Personen in deutschen Haushalten auf Weihnachtsmärkten. Für die ausländischen Besucher, die beispielsweise auf den Kölner Weihnachtsmärkten eine sehr große Rolle spielen, gehen wir von einem Volumen von 5 % der deutschen Besucher aus, also von insgesamt 8,1 Mio. ausländischen Besuchen auf deutschen Weihnachtsmärkten.

Insgesamt ergibt sich somit ein Besuchsvolumen von 170,0 Mio. Besuchen auf deutschen Weihnachtsmärkten in der Adventszeit 2024.

Ausgaben der Besucher

Weihnachtsmarktbesucher geben ausgehend von den Ergebnissen der Online-Panel-Befragung durchschnittlich rund 24,50 Euro je Besuchstag aus.

Damit sind die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Vergleich zur letzten Erhebung im Jahr 2017 um 6,50 Euro oder 36 % gestiegen. Der Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben ist im Wesentlichen auf die zuletzt stark gestiegene Inflation zurückzuführen. Der Mindestlohn stieg seit 2017 um rund 40 %, der Verbraucherpreisindex für Nahrungsmittel um rund 41 %, für Strom um rund 38 % (Quelle: Statistisches Bundesamt).

Die höchsten Ausgaben tätigen die Besucher für Speisen, nämlich 32 % der Gesamtausgaben. Zusammen mit den Ausgaben für Getränke (26 %) entfällt mehr als die Hälfte der Gesamtausgaben (58 %) auf das gastronomische Angebot. 27 % der Ausgaben sind Einkäufe, z. B. von Geschenken oder Kunsthandwerk. Deutlich weniger geben die Besucher für Fahrgeschäfte (8 %) und Sonstiges (7 %) aus.

Tabelle 9: Ausgaben auf Weihnachtsmärkten 2024

Ausgaben für	Pro-Kopf-Ausgaben in Euro je Besuchstag
Speisen	7,90
Einkäufe	6,50
Getränke	6,40
Fahrgeschäfte	2,00
Sonstiges	1,70
insgesamt	24,50

Quelle: Online-Panel-Befragung Weihnachtsmarktbesucher 2024, n = 1.011, alle Werte gerundet

Auf dieser Basis sowie der dargestellten Zahl der Weihnachtsmarktbesuche ergeben sich **Gesamtausgaben auf deutschen Weihnachtsmärkten in Höhe von 4,17 Mrd. Euro**. Dies entspricht einer Umsatzsteigerung von rund 45 % gegenüber 2017, die auf höhere Besuchszahlen und in Folge der hohen Inflation gestiegene Pro-Kopf-Ausgaben zurückzuführen ist.

Dieser Umsatz fließt aber nur zu einem gewissen Teil der traditionellen Schaustellerbranche zu, da die dort ebenfalls tätigen Markthändler (Kunsth Handwerk etc.) nicht der hier untersuchten Schaustellerbranche angehören.

Ein bedeutender Faktor sind die Weihnachtsmärkte für die Schausteller aber bereits seit über 30 Jahren und ihre Bedeutung nimmt stetig zu: Inzwischen machen die Umsätze auf Weihnachtsmärkten 33 % der Branchenumsätze aus (2017/18: 31 %). Mehr als 92 % der befragten Schaustellunternehmen beschicken Weihnachtsmärkte und generieren dort entsprechend Umsätze.

Regionalwirtschaftliche Effekte der Weihnachtsmärkte

Durch den Vorleistungsbezug der Schaustellerunternehmen, die zu entrichtenden Abgaben und Gebühren und die Konsumausgaben der Schausteller, ihrer Familienangehörigen sowie ihrer Beschäftigten entstehen am Veranstaltungsort regionalwirtschaftliche Effekte. Diese umfassen neben den monetären auch Wertschöpfungs-, Arbeitsmarkt- und fiskalische Effekte.

Weitere Effekte gehen von den Ausgaben der Besucher außerhalb der Weihnachtsmärkte aus. 71 % der befragten Weihnachtsmarktbesucher gaben an, bei ihrem letzten Weihnachtsmarktbesuch auch außerhalb des Veranstaltungsgeländes Ausgaben getätigt zu haben.

Ausgehend von den Ergebnissen der Online-Panel-Befragung geben Weihnachtsmarktbesucher durchschnittlich 28,70 Euro pro Besuch und Person außerhalb des Veranstaltungsgeländes aus.¹⁵ 31 % der Ausgaben entfallen auf den Einzelhandel, 21 % auf Verpflegung im Gastgewerbe und 18 % auf Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben im Rahmen von mehrtägigen Aufenthalten. Für sonstige Dienstleistungen und Aktivitäten außerhalb des Veranstaltungsgeländes, wie

¹⁵ Durchschnitt aller Weihnachtsmarktbesucher, also inkl. Personen ohne Ausgaben außerhalb des Veranstaltungsgeländes

ÖPNV, Taxi, Parken oder Kino, geben die Besucher durchschnittlich 30 % der Gesamtausgaben aus.

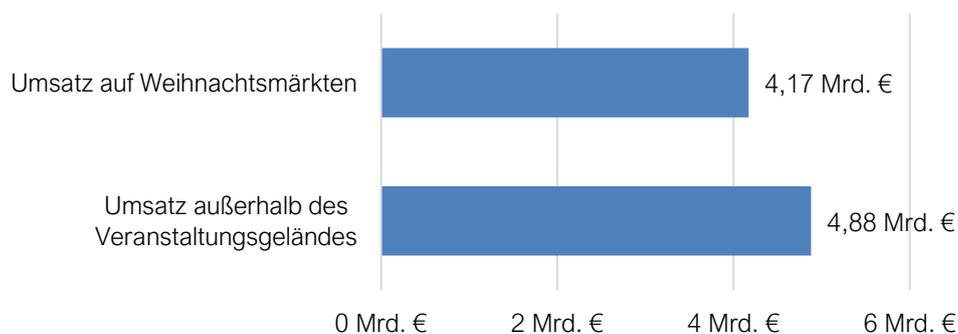
Tabelle 10: Ausgaben außerhalb des Weihnachtsmarktgeländes 2024

Ausgaben für	Ausgaben in Euro pro Kopf
Einzelhandel	8,90
Verpflegung im Gastgewerbe	5,90
Übernachtungen	5,30
Freizeitaktivitäten	2,50
ÖPNV	2,20
Dienstleistungen	1,50
Taxi	1,00
Sonstiges	1,40
insgesamt	28,70

Quelle: Online-Panel-Befragung Weihnachtsmarktbesucher 2024, n = 1.011, alle Werte gerundet

Geben nun 170,0 Millionen Weihnachtsmarktbesucher durchschnittlich 28,70 Euro außerhalb des Veranstaltungsgeländes aus, dann ergeben sich **weitere Ausgaben in Höhe von insgesamt 4,88 Milliarden Euro brutto**.

Abbildung 15: Umsätze durch Weihnachtsmarktbesucher



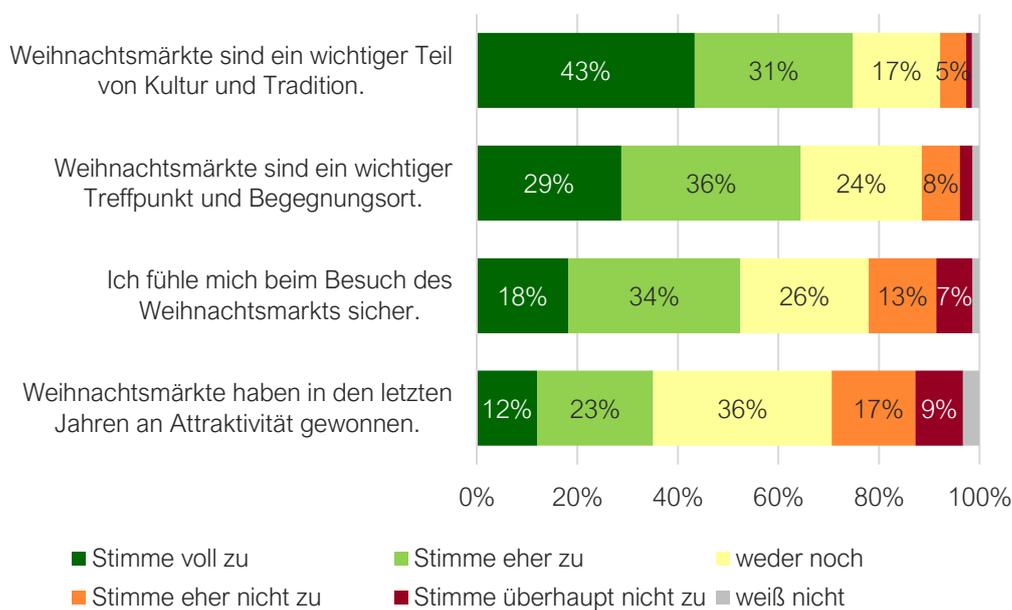
Quelle: eigene Berechnungen ift GmbH auf Basis Online-Panel-Befragung Weihnachtsmarktbesucher 2024

Die Weihnachtsmärkte sind ursächlich für den Großteil dieser Umsätze. Bei 62 % der Besuche war der Weihnachtsmarkt der Hauptanlass für die Unternehmung, den Tagesausflug oder die Übernachtungsreise.

Dadurch sind die Weihnachtsmärkte für die ausrichtenden Städte und Gemeinden ein wichtiger Wirtschaftsfaktor als Event und als Zugpferd für die Innenstädte. Gerade der lokale Einzelhandel, das örtliche Gastgewerbe und die kommunalen Haushalte profitieren davon.

Die positive Entwicklung der Weihnachtsmärkte setzt sich nach der Pandemie ungebrochen fort. Die Besucherzahlen und Umsätze steigen weiter. Zugleich stellen starke Kostensteigerungen die Schausteller und Händler vor große Herausforderungen.

Abbildung 16: Wahrnehmung von Weihnachtsmärkten



Quelle: Online-Panel-Befragung Weihnachtsmarktbesucher 2024, n = 1.011 (Werte gerundet)

Neben den ökonomischen Effekten gehen von den Weihnachtsmärkten aber auch positive soziale, gesellschaftliche und kulturelle Effekte aus. Die Besucher nehmen Weihnachtsmärkte nicht nur als wichtigen Treffpunkt und Begegnungsort, sondern auch als wichtigen Bestandteil von Kultur und Tradition wahr, deren Attraktivität in den letzten Jahren sogar noch zugenommen hat.