

Der Karneval als Wirtschaftsfaktor: Trink doch ene met

Marc Scheufen / Armin Mertens, 09.02.2026

Die Karnevalssession ist in diesem Jahr aufgrund der frühen Lage Osterns kürzer als im letzten Jahr. Die komprimierte Dauer bündelt den närrischen Konsum auf wenige Wochen und zeigt sich vor allem an den Höhepunkten zwischen Weiberfastnacht und Aschermittwoch. Welche wirtschaftlichen Impulse daraus entstehen und welche Rolle Hotellerie und Gastronomie dabei spielen, zeigt ein genauer Blick auf die Session.

Die gegenwärtige Karnevalssession erstreckt sich vom 11. November 2025 bis zum Aschermittwoch am 18. Februar 2026. Mit einer Dauer von 100 Tagen fällt sie spürbar kürzer aus als die vorangegangene Session mit 115 Tagen (Scheufen/Mertens, 2025). Diese verkürzte Zeitspanne wirkt sich unmittelbar auf das wirtschaftliche Geschehen aus – vor allem in Bereichen, in denen der Karneval wirtschaftlich eine besonders große Rolle spielt, beispielsweise in der Gastronomie. Trotz der kürzeren Session zeigt sich der Karneval als zentraler Wirtschaftsfaktor, mit Umsätzen im Milliardenbereich. Ob in der Gastronomie, im Einzelhandel oder dem Transport, den Hotels und in sonstigen Bereichen (etwa Tickets) – der Karneval lässt die Kassen klingeln.

Umsätze auf Deutschlandebene

Auf Deutschlandebene kann unter Berücksichtigung des Verbraucherpreisindex (Statistisches Bundesamt, 2025) und der Extrapolation von Umsatzzahlen aus Studien von der Boston-Consulting-Group (BCG) und der

Rheinischen Hochschule (2019; 2025) der Gesamtumsatz der Karnevalssession 2025/26 auf mindestens 1,96 Milliarden Euro geschätzt werden. Mit knapp 898 Millionen Euro entfällt der größte Teil dieses Umsatzes auf den Bereich Gastronomie, gefolgt von Einzelhandel (400 Millionen Euro), Transport (286 Millionen Euro), Hotelübernachtungen (210 Millionen Euro) und Sonstiges (162 Millionen Euro), wie etwa Tickets, Medien oder Wagenbau. Im Vorjahr lag der geschätzte Gesamtumsatz aufgrund der langen Session noch bei mindestens 2,1 Milliarden Euro (Scheufen/Mertens, 2025).

Allein in Köln fallen laut der aktualisierten Studie der Rheinischen Hochschule und BCG (2025) rund 850 Millionen Euro an, sodass Köln mit einem Anteil von über 40 Prozent an den Gesamtumsätzen eine zentrale Bedeutung für den Karneval als Wirtschaftsfaktor zukommt.

Hotelübernachtungen auf Kreisebene

Die besondere Rolle der Karnevalshauptstadt Köln zeigt sich auch bei den Hotelübernachtungskosten. Auf Basis originärer Daten zu den durchschnittlichen Übernachtungskosten pro Nacht an den Hauptkarnevalstagen der aktuellen Session kann der Mehrpreis für alle 400 Landkreise und kreisfreien Städte betrachtet werden. Die Daten wurden automatisiert über das Vergleichsportale Check24 erhoben. Hierfür wurden die Preise für ein Standard-Doppelzimmer für zwei Erwachsene aller

Preisaufschlag für eine Übernachtung an Karneval in den Karnevalshochburgen

Karnvals-Hochburg	Bundesland	Preisanstieg (in Euro)	Preisanstieg (in Prozent)
Köln	Nordrhein-Westfalen	+88 €	+66 %
Bremen	Bremen	+14 €	+14 %
Rottweil	Baden-Württemberg	+13 €	+12 %
Berlin	Berlin	+8 €	+7 %
Aachen	Nordrhein-Westfalen	+1 €	+0 %
Marne	Schleswig-Holstein	+0 €	+0 %
Nürnberg	Bayern	+0 €	+0 %
München	Bayern	-2 €	-2 %
Mainz	Rheinland-Pfalz	-3 €	-2 %
Düsseldorf*	Nordrhein-Westfalen	-4 €	-4 %
Köthen	Sachsen-Anhalt	-5 €	-5 %

*Aufgrund der Messe EuroShop 2026 in Düsseldorf vom 22.-26.2. mit starkem Messeffekt nur Vergleich mit der Woche vor Karneval (5. Februar bis 10. Februar).

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der Daten aus Check24

knapp 16.000 Hotels in Deutschland aus verschiedenen Zeiträumen gesammelt. Neben den Preisen für die Hauptkarnevalstage (12. Februar bis 17. Februar) wurden Vergleichspreise eine Woche vor den Karnevalstagen (5. Februar bis 10. Februar) und eine Woche danach (19. Februar bis 24. Februar) erfasst.

Die Tabelle zeigt das Ranking von elf deutschen Karnevalshochburgen (Widmann, 2000). Dabei zeigt sich Köln wie im Vorjahr als Spitzenreiter beim Preisanstieg für eine Übernachtung während der Karnevalstage. So kostet eine Nacht in einem Hotel der Rheinmetropole im Schnitt 88 Euro mehr als im Vergleichszeitraum. Das bedeutet einen durchschnittlichen Preisaufschlag von knapp 66 Prozent. Gegenüber dem Vorjahr (mit einem Durchschnittspreis von 226 Euro im Vergleich zu 221 Euro in diesem Jahr) kostet eine Hotelübernachtung in Köln im Schnitt aber immerhin knapp 2 Prozent weniger. Bezogen auf den diesjährigen Preisanstieg an Karneval folgt mit weitem Abstand auf Rang zwei Bremen mit einem mittleren Preisaufschlag von 14 Euro (plus 14 Prozent) pro Nacht.

Fazit

In der Karnevalssession 2025/26 wird gegenüber dem Rekordumsatzjahr 2025 (Scheufen/Mertens, 2025) zwar von geringeren Umsätzen, aber immer noch von fast 2 Milliarden Euro für Gastronomie, Einzelhandel,

Transport, Hotelübernachtungen und Sonstiges ausgegangen. Die hohe Nachfrage bei knappem Angebot kann sich dabei auch in einem Preisanstieg niederschlagen. So müssen die Jecken besonders bei Hotelübernachtungen in Köln besonders tief in die Tasche greifen.

Literatur

BCG/RH – Boston Consulting Group / Rheinische Hochschule, 2025, Kölner Karneval: Wirtschaftskraft und Wahrnehmung, Ergebnispräsentation, Köln

BCG / RFH – Boston Consulting Group / Rheinische Fachhochschule Köln, 2019, Kölner Karneval: Wirtschaftskraft, Image, Zukunft, Ergebnispräsentation, Köln

Scheufen, Marc / Mertens, Armin, 2025, Die jecke Zick als Wirtschaftsfaktor. Bes der Nubbel brennt, IW-Kurzbericht, Nr. 19, Köln

Statistisches Bundesamt, 2026, Verbraucherpreisindex: Deutschland, Jahre, Klassifikation der Verwendungszwecke des Individualkonsums (COICOP 2-5-Steller Hierarchie) [2.2.2026]

Widmann, Torsten, 2000, Fasnet – Fasching – Karneval, in: Bundesrepublik Deutschland. Nationalatlas, Bd. 10, S. 60 f.