

Persiflagewagen für den Kölner Rosenmontagszug der Öffentlichkeit präsentiert



Zugleiter Marc Michelske vor dem Zugleiterwagen

Premiere für Marc Michelske: Erstmals durfte der neue Zugleiter des Kölner Rosenmontagszuges „seine“ Persiflagewagen der Öffentlichkeit präsentieren. Traditionell lädt das Festkomitee Kölner Karneval am Dienstag vor Weiberfastnacht die Präsidentinnen und Präsidenten seiner Mitgliedsgesellschaften in die Wagenbauhalle, um einen ersten Blick auf die Persiflagen zu werfen. „Wir haben mit unseren Wagen Themen aufgegriffen, die regional, national und international wichtig für die Gesellschaft sind. Dazu gehören die Verwahrlosung der Stadt Köln genauso wie der deutschlandweite Bildungsnotstand, die Bundestagswahlen oder die politische Situation in den USA und der Ukraine“, betont Zugleiter Marc Michelske. Alle Wagen wurden in Anlehnung an das aktuelle Sessionsmotto „FasteLOVEnd – wenn Dräum widder blöhe“ gestaltet. „Das Thema Liebe ist also der rote Faden, der sich durch den gesamten Zug ziehen wird.“ Vorgestellt wurden insgesamt 17 Persiflagewagen, zwei weitere Motive bleiben noch bis Rosenmontag geheim. Unter anderem wurde ein Wagenbau zurückgehalten, um aktuell auf die Ergebnisse der Bundestagswahl reagieren zu können.



Dass in diesem Jahr nur 19 Motivwagen statt wie bisher 25 zu sehen sein werden, ist den Sparzwängen des Festkomitees geschuldet. In den vergangenen Monaten hat das Festkomitee immer wieder ausgeführt, dass die rund 3,5 Millionen Euro an Kosten, die der „Zoch“ jedes Jahr verursacht, für eine gemeinnützige Organisation kaum noch zu stemmen sind. Festkomitee-Präsident Christoph Kuckelkorn betonte deshalb nochmals, wie wichtig eine Erhöhung der Kulturförderung von Seiten der Stadt ist. „Es kann nicht sein, daß der hauptsächlich vom Ehrenamt getragene Karneval so ein großer

Motor für diese Stadt ist, aber kaum etwas zurückbekommt.“ Das Festkomitee läßt derzeit von der Boston Consulting Group erneut die Wirtschaftskraft des Karnevals untersuchen, und erste Zahlen liegen bereits vor: Nach Angaben von BCG steigt die Wirtschaftskraft um rund 42 Prozent von knapp 600 Millionen Euro (2019) auf 850 Millionen Euro (2025). Das liegt zum Teil an der Inflation und gestiegenen Kosten, aber auch an einer stark gestiegenen Nachfrage vor allem in den Bereichen Veranstaltungen und Hotellerie.

Dr. Dennis Utzerath (Managing Partner & Director bei BCG): „Die vorläufigen Ergebnisse der aktuellen Studie bestätigen erneut die enorme wirtschaftliche Bedeutung des Kölner Karnevals, der im lokalen und überregionalen Tourismus eine Veranstaltung der ersten Liga ist. Die starke Entwicklung über die letzten Jahre reflektiert den weiter wachsenden Zuspruch, aber auch die massiven Kostensteigerungen.“ Die gesamten Ergebnisse der BCG-Studie werden im Sommer veröffentlicht – dann gemeinsam mit der Rheinischen Hochschule Köln, die im Auftrag des Festkomitees derzeit ebenfalls eine Befragung zum Außenbild des Kölner Karnevals durchführt.

Aufgrund des größeren Kostendrucks geht Deutschlands größte Open-Air-Veranstaltung 2025 neue Wege. So wird am Zugweg und online eine Rosenmontagszug-Spange für € 10,00 verkauft, mit der die Besucher einen ganz persönlichen Beitrag zum Zoch leisten können. „Schon am ersten Tag nach der Präsentation gingen mehrere Hundert Bestellungen im Festkomitee ein“, freut sich Zugleiter Marc Michelske. „Das zeigt, wie viel den Kölschen ‚ihr‘ Zoch wert ist. Dafür sind wir sehr dankbar, denn wir sind auf jede Einnahme angewiesen, um auch in Zukunft allen Jecken einen kostenlos zugänglichen Rosenmontagszug ermöglichen zu können.“

Quelle (Text) Festkomitee Kölner Karneval von 1823 e.V.;
(Foto/s): Festkomitee Kölner Karneval von 1823 e.V. / Costa
Belibasakis