

Pressemitteilung

Weihnachtsmärkte & Stadtfeste in Gefahr: Auflagen, Kosten und Gebühren setzen Veranstalter unter Druck

bcsd-Umfrage zeigt dringenden Handlungsbedarf

Berlin, 19.11.2025 – Veranstaltungen im öffentlichen Raum sind mehr als Unterhaltung: Sie sind Orte gesellschaftlicher Begegnung, gelebter Tradition und gelingender Identifikation – und damit ein wesentlicher Teil unserer kulturellen und demokratischen Infrastruktur. Sie bieten Anlässe, zu denen sich Menschen außerhalb ihrer Nachbarschaften und digitalen Plattformen begegnen, sich austauschen, Kultur genießen und nicht zuletzt auch gemeinsam feiern. Sie stärken das Stadtimage, fördern Gemeinschaft und Teilhabe. **Weihnachtsmärkte, Stadtfeste, Open-Air-Konzerte: Was unsere Innenstädte lebendig macht, steht aber zunehmend auf der Kippe**, die Organisatoren dieser Feste geraten verstärkt unter Druck. Eine aktuelle bcsd-Umfrage unter 258 Stadtmarketingorganisationen zeigt, wie sehr wachsende Anforderungen an Sicherheitsauflagen, steigende Kosten (bei den Umfrageteilnehmenden von durchschnittlich 44% über die letzten drei Jahre) sowie Genehmigungsverfahren die Veranstalter belasten.

Die Ergebnisse der bcsd-Erhebung zeigen eine klare Tendenz: Der Druck auf lokale Veranstalter wächst– mit direkten Folgen für das gesellschaftliche Leben.

- **Zentrale Ergebnisse der Studie: Hoher gesellschaftlicher Nutzen:** Die Befragten sehen die Belebung der Innenstadt (100%), die Stärkung von Stadtimage und Identität (94,9%) sowie die Stärkung des zivilgesellschaftlichen Zusammenhalts (86,3%) als zentrale Gründe für die Durchführung von Veranstaltungen.
- **Steigende Herausforderungen:** Sicherheitsauflagen, steigende Kosten, GEMA-/KSK-Gebühren sowie komplexere Genehmigungsprozesse belasten die Veranstalter zunehmend.
- **Finanzielle Realität:** 75,7 % der Befragten müssen neben den Personal- und Sachkosten Geld zuschießen, nur 1,6 % verzeichnen einen finanziellen Überschuss (bezogen auf das gesamte Jahr)
- Mehr als die Hälfte der Organisationen (56,8 %) muss deshalb bereits das Veranstaltungsangebot reduzieren, wobei fehlende finanzielle Mittel, gestiegene Kosten und höhere Sicherheitsaufwendungen die Hauptgründe sind
- **Zentrale Rolle des Stadtmarketings:** 99 % der Organisationen verantworten Veranstaltungen und 84,1 % setzen eigene Konzepte um.

Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e. V.

Geschäftsstelle Jürgen Block (Geschäftsführer)
Tieckstraße 38, 10115 Berlin
T: 030 28 04 26 71 | office@bcsd.de
www.bcsd.de

Bankverbindung Volksbank an der Niers eG
BIC: GENODED1GDL
IBAN: DE94 3206 1384 4302 2220 24
UST.-ID Nr.: DE 238 769 633 | VR 35492 B

Vorstand Gerold Leppa (Bundesvorsitzender),
Karmen Strahonja, Martin Knabenreich,
Michael Gerber, Michael Metzler, Steffen Schoch,
Katja Teixeira

Gerold Leppa, Bundesvorsitzender bc sd: „Veranstaltungen im öffentlichen Raum sind weit mehr als Unterhaltung – sie sind das Herzstück unserer Gesellschaft, Treffpunkt für Bürgerinnen und Bürger, Ausdruck von Tradition, Gemeinschaft und Identität. Fallen Märkte und Feste aus, verliert die Gesellschaft ihre Mitte. Steigende Auflagen und Kosten gefährden diese zentralen Orte des Miteinanders. Stadtmarketingorganisationen und Veranstaltungsorganisatoren brauchen jetzt klare Rahmenbedingungen und Unterstützung, um Tradition, Kultur und Gemeinschaft zu bewahren“

Handlungsbedarf: So bleiben Feste und Märkte lebendig

Damit Stadtfeste, Märkte und Kulturveranstaltungen auch künftig sichere Orte der Begegnung bleiben, dürfen staatliche Aufgaben wie die Gefahrenabwehr – etwa bei Anschlags- oder Attentatsrisiken – nicht auf die Veranstalter abgewälzt werden. Sicherheitsvorgaben müssen finanziell tragbar, in der Haftung der Verantwortlichen angemessen und organisatorisch umsetzbar sein. „Es kann nicht sein, dass sich die übergeordneten staatlichen Ebenen zurückhalten und die Verantwortung und finanzielle Last bei den kommunalen Ordnungsbehörden und teils ehrenamtlich engagierten Veranstaltern abladen“, **so Leppa weiter.** „Wir brauchen hier bundesweite und verlässliche Regeln, die alle Ebenen fordern, sonst werden wir bald niemanden mehr finden, der die immer weiter steigende Verantwortung für Veranstaltungen übernehmen und deren Finanzierung stemmen kann.“

Nur so bleiben unsere Innenstädte Orte für fröhliches Feiern, Begegnung, Kultur und Gemeinschaft – und damit lebendige Zentren unserer Gesellschaft.

Die vollständige Umfrage finden Sie unter diesem [Link](#).

Wir danken [MK Illumination](#), [Musikagent JMS GmbH](#) und [Trade in Time](#) für die freundliche Unterstützung.

Die politischen Handlungsempfehlungen der bc sd sind [hier](#) abrufbar.

Bildmaterial kann auf Anfrage gern zur Verfügung gestellt werden.

Kontakt für Rückfragen:

Daniela Hoffmann
Geschäftsstelle bc sd e.V.
Telefon: (0 30) 28 04 26 71
E-Mail: office@bc sd.de
Web: www.bc sd.de

Über die bc sd

Die Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland e.V. wurde 1996 in Berlin gegründet. Die bcsd vertritt als Bundesverband City- und Stadtmarketingorganisationen aus mehr als 450 Städten des gesamten Bundesgebietes.

Die bcsd fördert und unterstützt alle, die sich in den Städten in jeder Form des City- und Stadtmarketings gemeinsam mit den Menschen für eine vitale und funktionierende Innenstadt einsetzen. Die bcsd arbeitet für die Zukunftsfähigkeit der Städte. Wir sind davon überzeugt, dass die Stärke der Städte in der Zukunft maßgeblich davon abhängen wird, ob und wie stark sich deren Bewohner:innen mit der Stadt identifizieren. Und das heißt: ob und in welchem Maße sie bereit sind, Verantwortung für ihre Stadt zu übernehmen.

www.bcsd.de/verband/ueber-uns