

Titel der Drucksache:

Planung und Umsetzung Großveranstaltungen
Kulturdirektion, Quartal 1 und Quartal 2/2026

Drucksache

0735/26

öffentlich

| Beratungsfolge | Datum | Behandlung |
|--|------------|------------------|
| Dienstberatung OB | 26.03.2026 | nicht öffentlich |
| Ausschuss für Kultur und Theatertransformation | 20.04.2026 | öffentlich |

Informationen aus der Verwaltung

Groß-Veranstaltungen in Quartal 1 und Quartal 2 2026

- Altstadtfrühling 28.03.-12.04.26
- Töpfermarkt 18.- 19.04.26
- Walpurgis/ Familien-und Sportfest 30.04./01.05.26
- Blumen- und Gartenmarkt 08.-10.05.26
- Krämerbrückenfest 19.-21.06.26

Die Vorbereitungen zu allen Veranstaltungen liegen im Plan. Die Antragsformulare für alle Veranstaltungen wurden im Februar 2026 veröffentlicht; Teilnehmergebühren transparent veröffentlicht.

Die beiden zuständigen Fachabteilungen (Märkte und Volksfeste Domplatz; Events und Großveranstaltungen) stehen weiterhin vor der Herausforderung, Kapazitätsüberlastung durch unbesetzte Stellen sowie krankheitsbedingten Ausfall auszugleichen. Die Abteilungsleitung Märkte und Volksfeste Domplatz wird derzeit kommissarisch durch die Abteilungsleitung Events und Großveranstaltungen übernommen.

Kommunikation

Netzwerke: Die Stadtverwaltung hat nicht-öffentliche Dialogformate a) mit Markthändlern und b) mit Schaustellern zur Diskussion aktueller Themen und Bedarfe etabliert und verstetigt. Die Treffen wurden von beiden Zielgruppen gut besucht und aus Sicht der Stadtverwaltung positiv aufgenommen.

Allgemein: Die städtische Medienkommunikation wurde im Jahr 2025 strategisch weiterentwickelt und an aktuelle Nutzungsgewohnheiten angepasst. Ein stärkerer Fokus liegt nun auf Social-Media-Kanälen und kreativen Bewegtbildformaten wie Reels, um jüngere Zielgruppen zu erreichen. Ergänzend arbeitet die Stadtverwaltung mit regionalen Influencern zusammen, um Inhalte authentisch zu vermitteln und organische Reichweiten zu erhöhen.

Parallel dazu wurde auch das visuelle Erscheinungsbild der kommunalen Veranstaltungen grundlegend modernisiert. Hierzu zählt erstmalig ein einheitliches Corporate Design für städtische Events, wodurch ein Wiedererkennungswert erzielt, die Kommunikation insgesamt übersichtlicher und zeitgemäßer gestaltet wird. Gleichzeitig bleiben typische Symbole und Gestaltungselemente integriert, weswegen Charakter und Identität der Stadt in allen Formaten wahrnehmbar ist.

Rückblick auf vergangene Veranstaltungen 2025

Im Jahr 2025 konnten insgesamt 11 städtische Veranstaltungen erfolgreich durchgeführt werden, darunter der Altstadtfrühling, das Krämerbrückenfest, das Weinfest, das Oktoberfest sowie der Erfurter Weihnachtsmarkt. Ein Teil dieser Veranstaltungen konnte mit einem deutlichen Besucherplus im Vergleich zu den Vorjahren abgeschlossen werden. Das Weinfest zählte 50.000 (2024: 46.000) Besuchende, das Krämerbrückenfest 150.000 (2024: 120.000) Besuchende, das Oktoberfest 150.000 (2024: 130.000) Besuchende und der Weihnachtsmarkt 1 Millionen Besuchende (5% mehr als 2024). Dies unterstreicht die anhaltende Attraktivität und positive öffentliche Wahrnehmung der Formate. Auch in wirtschaftlicher Hinsicht ist eine positive Entwicklung festzustellen. Nicht zuletzt beim Thema Sponsoring hat die Kulturdirektion in den vergangenen vier Jahren kontinuierlich eine Strategie entwickelt und erfolgreich umgesetzt. Durch eine systematische Ansprache und Betreuung von Partnern konnte die Stadtverwaltung in 2025 den vergangenen Festjahren insgesamt über 400.000 Euro an Sponsoringmitteln generieren. Beim Krämerbrückenfest wurden im Jahr 2025 rund 90.000 Euro an Sponsorengeldern generiert. Für 2026 wird ein Volumen von etwa 120.000 Euro erwartet.

Diese positive Entwicklung der Einnahmesituation geht einher mit einem steigenden organisatorischen und personellen Aufwand, insbesondere in den Bereichen Akquise, Betreuung sowie Umsetzung der vereinbarten (Sicherheits-)maßnahmen mit den Partnern. Die erfolgreiche Sponsoringstrategie führt auch zu wachsender überregionaler Aufmerksamkeit des Krämerbrückenfestes. Beispiele hierfür sind neugewonnene Partner wie Mastercard oder eBay Kleinanzeigen, während Unternehmen wie IKEA bereits wiederholt als Sponsoringpartner auftreten. Die bestehende Strategie wird schrittweise auch auf weitere städtische Veranstaltungen ausgeweitet.

Programmatisch

Aufgrund der konzeptionellen Weiterentwicklung und steigender Sponsoringeinnahmen ist es gelungen für das Programm des Krämerbrückenfestes und anderer Veranstaltungen auch überregional bekannte Künstler zu binden. In den vergangenen Jahren konnten u.a. Künstlerinnen und Künstlern wie Gentleman, Kaffkiez, Mighty Oaks, Elif, Leony sowie im vergangenen Jahr Roy Bianco & Die Abbrunzati Boys gewonnen werden.

Insgesamt zeigt sich, dass die städtischen Veranstaltungen durch die strategische Neuausrichtung des Sponsorings zunehmend als attraktive Plattform für Kooperationen mit regionalen, nationalen und internationalen Partnern wahrgenommen werden. Bei „kleineren“ Veranstaltungsformaten, wie bspw. dem Weinfest wird verstärkt die Zusammenarbeit mit regionalen Künstlern und Partnern forciert.

Sicherheit

Vor dem Hintergrund gestiegener sicherheitsrelevanter Anforderungen bei öffentlichen Veranstaltungen wurden für die Großveranstaltungen (Altstadtfrühling, Krämerbrückenfest, Oktoberfest und Weihnachtsmarkt) die Sicherheitskonzepte umfassend bearbeitet. Im Ergebnis konnten alle Veranstaltungen, unter Einhaltung der vereinbarten Sicherheitsstandards, realisiert werden.

Im Anschluss an Großveranstaltungen wurden strukturierte Auswertungsrunden etabliert, deren Erkenntnisse in die konzeptionelle Weiterentwicklung der Sicherheitsanforderungen aller Veranstaltungen einfließen.

Anlagenverzeichnis

24.03.2026, gez. Dr. Horn

Datum, Unterschrift
