Nr.	Antragsteller	Empfänger Fördermittel	Bezeichnung Förderprojekt / Projektzeitraum	Kurzbeschreibung des Förderprojektes	Fördersumme
1	City Initiative Karlsruhe e.V.	City Initiative Karlsruhe e.V. Kaiserstr. 70-74 76133 Karlsruhe	**Weiterentwicklung der Veranstaltungsreihe "Lounge 76"** Veranstaltungsreihe auf dem Marktplatz / Lounge 76 an 4-5 Terminen von Mai - September 2027	**Weiterentwicklung der Veranstaltungsreihe "Lounge 76"** Die City Initiative Karlsruhe ist Veranstalterin der Veranstaltungsreihe „Lounge76“, die seit mehreren Jahren erfolgreich auf dem Karlsruher Marktplatz durchgeführt wird und sich als attraktives Veranstaltungsformat in der Innenstadt etabliert hat. Ziel der Lounge76 ist es, die Aufenthaltsqualität und Attraktivität der Karlsruher Innenstadt nachhaltig zu erhöhen und gleichzeitig gezielt die innerstädtische Gastronomie sowie den Einzelhandel zu stärken. Durch die Schaffung zusätzlicher Besuchsanlässe, eine erhöhte Besucherfrequenz und eine längere Aufenthaltsdauer leistet die Veranstaltungsreihe einen aktiven Beitrag zur Belebung der Innenstadt und zur Steigerung der innerstädtischen Bruttowertschöpfung. Für das Jahr 2027 plant die City Initiative Karlsruhe, das bestehende Erfolgsformat strategisch weiterzuentwickeln und inhaltlich weiter zu profilieren. Neben den bewährten Elementen der Lounge76 sollen einzelne Veranstaltungstermine durch besondere thematische Schwerpunkte, zusätzliche Erlebnisangebote und aufmerksamkeitsstarke Programminhalte ergänzt werden. Ziel dieser Weiterentwicklung ist es, neue und zusätzliche Besuchergruppen anzusprechen, wie zum Beispiel Tagesgäste aus der Region und darüber hinaus, weitere Besuchsanlässe für die Karlsruher Innenstadt zu schaffen und die überregionale Strahlkraft der Veranstaltungsreihe zu erhöhen. Die konkreten Themenschwerpunkte und Sonderformate werden dabei in Abhängigkeit von geeigneten Kooperationspartnern, aktuellen Entwicklungen und den jeweiligen Rahmenbedingungen ausgestaltet. Durch die kontinuierliche Weiterentwicklung der Lounge76 wird das etablierte Veranstaltungsformat nachhaltig gestärkt und seine Funktion als Frequenzbringer für die Karlsruher Innenstadt weiter ausgebaut. Damit sollen insbesondere positive wirtschaftliche Impulse für Gastronomie und Einzelhandel gesetzt sowie die Innenstadt als attraktiver Einkaufs-, Gastronomie-, Erlebnis- und Aufenthaltsort langfristig gestärkt werden. Gesamtkosten Projekt: 100.000 - 120.000 €	20.000,00 €
2	IHK Karlsruhe Unterstützer: DEHOGA KTG KME	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Kaiserstr. 72-74 76133 Karlsruhe	**Stop-Over-Kampagne Karlsruhe in Belgien & Niederlande** Zeitraum: Februar - November 2027	**Weiterentwicklung der Stop-Over-Kampagne "Karlsruhe als attraktiver Zwischenstop im Raum Niederlande/Belgien"** Ziel der Maßnahme ist es, die touristische Nachfrage aus den wichtigen Auslandsmärkten Niederlande und Belgien weiter zu steigern und zusätzliche Übernachtungsgäste für Karlsruhe zu gewinnen. Damit sollen die Auslastung der touristischen Betriebe verbessert und zusätzliche Wertschöpfung für die lokale Wirtschaft generiert werden. Auf Basis der im Jahr 2026 gewonnenen Daten und Erkenntnisse soll die Ansprache potenzieller Gäste noch zielgerichteter in relevanten digitalen und analogen Umfeldern erfolgen. Vorgesehen ist ein umfangreiches Online-Marketingpaket, ergänzt um Influencermarketing sowie gezielte Out-of-Home-Maßnahmen. Ein zusätzlicher Fokus liegt auf dem ausgeprägten Durchreiseverkehr aus den Niederlanden und Belgien. Karlsruhe soll hier verstärkt als attraktiver Stop-over für ein bis zwei Übernachtungen positioniert werden – sowohl in der Hotellerie als auch auf den Karlsruher Campingangeboten. Der Schwerpunkt der Kommunikation liegt dabei auf der Inspirationsphase der Reiseplanung und auf konkreten Anlässen für einen Zwischenstopp in Karlsruhe. Von einer höheren Zahl an Kurzaufenthalten profitieren neben den Beherbergungsbetrieben auch Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Gastronomie, Einzelhandel und weitere touristische Leistungsträger. Durch die datenbasierte Aussteuerung der Maßnahmen können Reichweite und Zielgruppenansprache weiter optimiert und die Marktbearbeitung in den Niederlanden und Belgien nachhaltig intensiviert werden.	65.000,00 €

Nr.	Antragsteller	Empfänger Fördermittel	Bezeichnung Förderprojekt / Projektzeitraum	Kurzbeschreibung des Förderprojektes	Fördersumme
3	KME Karlsruhe Marketing- und Event GmbH Unterstützer: DEHOGA KTG Kulturamt	KME Karlsruhe Marketing- und Event GmbH Alter Schlachthof 11b 76131 Karlsruhe	**Schlosslichtspiele & Medienkunst in Karlsruhe – Reichweitensteigerung und Ausbau des innerstädtischen Gesamterlebnisses mit „Media Arts is here“** Zeitraum: Januar - August 2027	**Schlosslichtspiele & Medienkunst in Karlsruhe – Reichweitensteigerung und Ausbau des innerstädtischen Gesamterlebnisses mit „Media Arts is here“** Ziel der Maßnahme ist es, die Schlosslichtspiele Karlsruhe als überregional relevantes touristisches Highlight und als zentralen Bestandteil von „Media Arts is here“ noch stärker für die touristische Positionierung Karlsruhes zu nutzen. Die Verbindung aus Schlosslichtspielen, Medienkunst im öffentlichen Raum und der Auszeichnung als UNESCO City of Media Arts stellt ein besonderes Alleinstellungsmerkmal der Destination dar, dessen Potenzial künftig noch konsequenter für die Gästegewinnung und die Steigerung der touristischen Wertschöpfung ausgeschöpft werden soll. Hierzu soll zum einen die überregionale Bewerbung der Schlosslichtspiele in wichtigen nationalen Quellmärkten weiter intensiviert werden. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf reichweitenstarken Out-of-Home-Maßnahmen an hochfrequentierten Bahnhöfen. Die Kommunikation soll die Schlosslichtspiele dabei noch stärker im Gesamtkontext von „Media Arts is here“ und Karlsruhe als UNESCO City of Media Arts positionieren und den besonderen Charakter dieses Angebots als Reiseanlass für einen Aufenthalt in Karlsruhe herausstellen. Zum anderen soll das bereits bestehende innerstädtische Medienkunsterlebnis weiter verdichtet und die Besucherlenkung innerhalb der Innenstadt gestärkt werden. Ergänzende stationäre und mobile Installationen sowie punktuelle Walk Acts sollen zusätzliche Impulse setzen, Besucherinnen und Besucher der Schlosslichtspiele zu einem ausgedehnteren Aufenthalt in der Innenstadt motivieren und die unterschiedlichen Spielorte und Angebote von „Media Arts is here“ noch stärker miteinander verbinden. Durch die Kombination aus intensiverer überregionaler Vermarktung und einer weiteren Attraktivierung des innerstädtischen Gesamterlebnisses soll der bestehende USP Karlsruhes als UNESCO City of Media Arts touristisch noch wirksamer genutzt werden. Damit sollen insbesondere zusätzliche Übernachtungsgäste gewonnen, die Aufenthaltsdauer erhöht, die Auslastung touristischer und gastronomischer Betriebe verbessert und zusätzliche Wertschöpfung in der Stadt generiert werden.	65.000,00 €
4	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Unterstützer: DEHOGA IHK KME	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Kaiserstr. 72-74 76133 Karlsruhe	**Influencer Trips Karlsruhe** Zeitraum: Januar - Dezember 2027	**Gewinnung von ausgewählten reichweitenstarken Influencer:innen sowie Creator:innen aus Deutschland sowie relevanten europäischen Quellmärkten** Ziel der Maßnahme ist es, Karlsruhe durch hochwertigen, authentischen und reichweitenstarken Content gezielt als attraktive Städtereisedestination zu positionieren. Über Social Media und weitere Online-Kanäle sollen neue Zielgruppen angesprochen, die Sichtbarkeit touristischer Themen erhöht und konkrete Reiseanlässe für einen Aufenthalt in Karlsruhe geschaffen werden. Hierzu werden ausgewählte Influencer und Creator mit einer relevanten Reichweite von mehr als 70.000 Follower gezielt angesprochen und zu authentischen Reiseerlebnissen entlang der strategischen Erlebnisprofile Karlsruhes eingeladen. Im Mittelpunkt stehen dabei Erlebnisse, Angebote und Geschichten, die das touristische Profil der Stadt glaubwürdig und emotional vermitteln. Neben der unmittelbaren Reichweitenwirkung soll zugleich hochwertiges Foto-, Video- und Storytelling-Material entstehen, das für die weitere touristische Kommunikation der Destination genutzt werden kann. Auf diese Weise verbindet die Maßnahme gezielte Zielgruppenansprache mit nachhaltigem Content-Aufbau und stärkt die Wahrnehmung Karlsruhes als attraktives Ziel für Städtereisen.	20.000,00 €

Nr.	Antragsteller	Empfänger Fördermittel	Bezeichnung Förderprojekt / Projektzeitraum	Kurzbeschreibung des Förderprojektes	Fördersumme
5	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Unterstützer: KME DEHOGA IHK	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Kaiserstr. 72-74 76133 Karlsruhe	**„Karlsruhe in Listicles“ – Externe Blog-/ Listicle-Platzierungen für GEO & KI-Suchen** Zeitraum: Januar - Dezember 2027	**Touristische Sichtbarkeit Karlsruhes durch Listicles und externe Content-Platzierungen in der KI-gestützten Reiseplanung stärken** (z.B. Reiseportale, Magazin-/Blog-Umfelder) Die Art und Weise, wie Gäste Reiseziele recherchieren und ihre Reisen planen, verändert sich aktuell grundlegend. Neben klassischen Suchmaschinen werden zunehmend KI-gestützte Such- und Antwortsysteme genutzt, um Inspirationen, Empfehlungen und konkrete Reisevorschläge zu erhalten. Für die touristische Vermarktung Karlsruhes entsteht daraus die Notwendigkeit, bestehende Inhalte und Kommunikationsmaßnahmen gezielt an diese veränderten Such- und Informationsmechanismen anzupassen. Diese Umstrukturierung und zusätzliche Aufbereitung von Inhalten ist mit entsprechendem finanziellem Aufwand verbunden. Ziel der Maßnahme ist es, die Auffindbarkeit Karlsruhes insbesondere in der digitalen Reiseinspiration und Reiseplanung deutlich zu verbessern. Hierzu soll die Destination verstärkt in thematisch relevanten Listicles, Blogbeiträgen und redaktionellen Formaten auf reichweitenstarken externen Reise-, Magazin- und Content-Plattformen platziert werden. Gerade für KI-gestützte Systeme gewinnen externe Erwähnungen und thematisch passende Quellen an Bedeutung. Sie ergänzen die eigenen touristischen Kanäle und tragen dazu bei, Karlsruhe in relevanten inhaltlichen Zusammenhängen stärker zu repräsentieren. Bestehende Lücken in der externen digitalen Darstellung der Destination sollen so gezielt geschlossen werden. Der zentrale Mehrwert liegt darin, Karlsruhe dort sichtbarer zu machen, wo Reiseentscheidungen zunehmend vorbereitet werden: in KI-gestützten Such- und Empfehlungssystemen. Durch die gezielte Platzierung hochwertiger externer Inhalte soll die Wahrscheinlichkeit erhöht werden, dass Karlsruhe bei relevanten Reiseanfragen als Städtereiseziel, Ausflugsziel oder konkreter Reiseanlass berücksichtigt und empfohlen wird.	10.000,00 €
6	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Unterstützer: KME DEHOGA IHK	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Kaiserstr. 72-74 76133 Karlsruhe	**Jahreskooperation mit Ameropa** Zeitraum: Januar - Dezember 2027	**Aufbau einer ganzjährigen, nachhaltigen Vertriebskooperation zwischen Karlsruhe Tourismus und Ameropa** Ziel der Maßnahme ist der Aufbau einer langfristigen und ganzjährigen Vertriebskooperation zwischen Karlsruhe Tourismus und Ameropa. Karlsruhe soll dadurch kontinuierlich als attraktives, nachhaltiges und zentral gelegenes Städtereiseziel im deutschen Bahn- und Städtereisemarkt positioniert und die Vermarktung stärker mit konkreten Buchungsmöglichkeiten verknüpft werden. Im Mittelpunkt stehen buchbare Bahn-Hotel-Kombinationen und nachhaltige Reiseoptionen, über die Inspiration und Vertrieb unmittelbar miteinander verbunden werden. Damit können potenzielle Gäste entlang der Customer Journey nicht nur für Karlsruhe begeistert, sondern direkt zu einer konkreten Reisebuchung geführt werden. Über saisonale Themen, Veranstaltungen und unterschiedliche Reiseanlässe soll Karlsruhe ganzjährig in den relevanten Vertriebs- und Kommunikationskanälen von Ameropa präsent sein. Auf diese Weise werden unterschiedliche Zielgruppen angesprochen, zusätzliche Reiseanlässe geschaffen und Übernachtungen in den Karlsruher Beherbergungsbetrieben generiert. Perspektivisch soll aus einzelnen Kampagnen und Vertriebsmaßnahmen eine kontinuierliche Partnerschaft entstehen. Der besondere Mehrwert liegt dabei in der Verbindung von nachhaltiger Anreise, konkreter Buchbarkeit und touristischem Erlebnis vor Ort – und damit in einer durchgängigen, nachhaltigen Customer Journey vom Reiseimpuls bis zum Aufenthalt in Karlsruhe.	15.000,00 €

Nr.	Antragsteller	Empfänger Fördermittel	Bezeichnung Förderprojekt / Projektzeitraum	Kurzbeschreibung des Förderprojektes	Fördersumme
7	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Unterstützer: KME DEHOGA IHK	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Kaiserstr. 72-74 76133 Karlsruhe	**Strategische OTA Marketing- und Absatzkampagne** Zeitraum: Q2/2027	**Gezielte Online-Marketing- und Vertriebsabsatzkampagne mit einem strategischen OTA-Partner (Online Travel Agencies) bzw. Global Player** Ziel der Maßnahme ist es, Karlsruhe gemeinsam mit einem strategischen OTA-Partner bzw. Global Player unmittelbar im buchungsnahen Umfeld als attraktives und vielfältiges Städtereiseziel zu positionieren und zusätzliche Übernachtungsnachfrage zu generieren. Nach Einschätzung des DEHOGA Karlsruhe werden in der Karlsruher Hotellerie rund 75 % der Buchungen über Online Travel Agencies (OTAs) generiert. Damit stellen OTAs einen zentralen Vertriebskanal für die lokale Hotellerie dar und bieten ein besonders relevantes Umfeld, um Karlsruhe unmittelbar am Point of Sale sichtbar zu machen und konkrete Buchungsimpulse auszulösen. Hierzu wird inspiratives Destinationsmarketing gezielt mit konkreter Buchungsaktivierung verbunden. Im Mittelpunkt stehen ausgewählte Reiseanlässe wie Kultur, Festivals sowie die wachsende Techno- und elektronische Musikszene, über die insbesondere neue und jüngere Zielgruppen für einen Aufenthalt in Karlsruhe gewonnen werden sollen. Durch die hohe Reichweite sowie die vorhandenen Zielgruppen- und Buchungsdaten des Partners können relevante Quellmärkte präzise angesprochen und touristische Themen direkt mit buchbaren Hotelangeboten verknüpft werden. Karlsruhe wird damit nicht nur in der Inspirationsphase sichtbar, sondern unmittelbar in einem vertriebsrelevanten Umfeld präsentiert, in dem konkrete Reiseentscheidungen getroffen werden. Ein besonderer Mehrwert der Maßnahme liegt in ihrer Messbarkeit: Zusätzliche Buchungen, Übernachtungen und weitere relevante Leistungskennzahlen können über die Daten des Vertriebspartners konkret ausgewertet werden. So lässt sich der touristische und wirtschaftliche Nutzen der Kampagne transparent nachvollziehen und für zukünftige Vertriebsmaßnahmen gezielt weiterentwickeln.	30.000,00 €
8	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Unterstützer: KME DEHOGA IHK	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Kaiserstr. 72-74 76133 Karlsruhe	**Strategischer Ausbau des Busgruppenvertriebs** Zeitraum: Januar - Dezember 2027	**Gezielter Ausbau des strategisch relevanten Busgruppen-Segments durch aktive Vertriebsarbeit in Deutschland, der Schweiz und weiteren europäischen Quellmärkten.** Ziel der Maßnahme ist es, das für Karlsruhe strategisch relevante Busgruppen-Segment gezielt auszubauen und zusätzliche Gruppenreisende sowie Übernachtungen zu generieren. Gleichzeitig soll das internationale B2B-Vertriebsnetzwerk insbesondere in Deutschland, der Schweiz und weiteren europäischen Quellmärkten nachhaltig erweitert werden. Im Mittelpunkt steht eine aktive und kontinuierliche Vertriebsarbeit mit spezialisierten Partnern und Reiseveranstaltern. Über die bestehenden Kooperationen mit More!Touristik und der Tourismus Marketing GmbH Baden-Württemberg sowie über den zusätzlichen spezialisierten B2B-Vertriebskanal Busreisen.cc soll Karlsruhe gezielt in buchbare Gruppenreise-, Rundreise- und Mehrdestinationen-Angebote integriert werden. Ein besonderer Fokus liegt auf der direkten Ansprache und Akquise von Busreiseveranstaltern, der Generierung qualifizierter Veranstalterkontakte sowie der Platzierung konkreter, buchbarer Gruppenangebote für Karlsruhe. Durch die Einbindung in bestehende Reiseprogramme und europäische Rundreisen sollen neue Nachfragepotenziale erschlossen und zusätzliche Aufenthalte in Karlsruhe ausgelöst werden. Neben der kurzfristigen Generierung von Gruppenreisen und Übernachtungen zielt die Maßnahme insbesondere auf den Aufbau langfristiger Geschäftsbeziehungen und eine stärkere Verankerung Karlsruhes in den Vertriebsstrukturen relevanter Busreiseveranstalter. Damit wird das Busgruppen-Segment als wichtiger Baustein im internationalen B2B-Vertrieb systematisch weiterentwickelt.	10.000,00 €

Nr.	Antragsteller	Empfänger Fördermittel	Bezeichnung Förderprojekt / Projektzeitraum	Kurzbeschreibung des Förderprojektes	Fördersumme
9	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH <u>Unterstützer:</u> KME	Stadt Karlsruhe Marktamt Am Großmarkt 10 76137 Karlsruhe	**Beibehalten des Fliegenden Weihnachtsmanns zur Steigerung der Attraktivität der Weihnachtsstadt Karlsruhe** Zeitraum: Weihnachtsstadt 2027	**Weihnachtsstadt Karlsruhe stärken – Beibehaltung des „Fliegenden Weihnachtsmanns“ als touristisches Highlight** Die Weihnachtsstadt Karlsruhe ist ein elementarer Bestandteil der touristischen Highlightvermarktung und ein wichtiger Reise- und Besuchsanlass in der Vorweihnachtszeit. Der „Fliegende Weihnachtsmann“ spielt hierbei als etabliertes, emotionales und aufmerksamkeitsstarkes Highlight eine besondere Rolle. Ziel der Maßnahme ist es, den „Fliegenden Weihnachtsmann“ als festen Bestandteil der Weihnachtsstadt Karlsruhe beizubehalten und damit die Attraktivität des vorweihnachtlichen Gesamtangebots weiter zu stärken. Als besonderes Erlebnis mit hoher emotionaler Strahlkraft trägt der „Fliegende Weihnachtsmann“ dazu bei, zusätzliche Besucher für die Weihnachtsstadt zu gewinnen und einen konkreten Besuchsanlass zu schaffen. Gleichzeitig unterstützt das Angebot eine längere Aufenthaltsdauer in der Innenstadt und stärkt damit auch die Nutzung weiterer Angebote in Gastronomie, Einzelhandel, Kultur und Freizeit. Die Beibehaltung der Maßnahme leistet somit einen wichtigen Beitrag zur Profilierung und touristischen Vermarktung der Weihnachtsstadt Karlsruhe, zur Steigerung der Besucherzahlen und zur zusätzlichen Wertschöpfung während der Weihnachtszeit.	20.000,00 €
10	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH <u>Unterstützer:</u> KME DEHOGA IHK	KTG Karlsruhe Tourismus GmbH Kaiserstr. 72-74 76133 Karlsruhe	**Auswärts in Karlsruhe - Spieltag plus Stadterlebnis** Zeitraum: ausgewählte Heimspieltage KSC 2027	**Auswärts in Karlsruhe – Spieltag plus Stadterlebnis: Neue touristische Potenziale von Auswärtsfans erschließen** Auswärtsspiele des Karlsruher SC bringen regelmäßig zusätzliche Besucher nach Karlsruhe. Insbesondere bei längeren Anreisen, späten Anstoßzeiten und Wochenendterminen besteht das Potenzial, den Stadionbesuch mit Gastronomie, Freizeit- und Kulturangeboten sowie gegebenenfalls einer Übernachtung zu verbinden. Ziel der Maßnahme ist es, belastbare Erkenntnisse über das tatsächliche Verhalten von Auswärtsfans zu gewinnen. Untersucht werden sollen unter anderem Anreisewege, Gruppengrößen, Aufenthaltsdauer sowie die Nutzung weiterer Angebote in der Stadt. Gleichzeitig soll erprobt werden, wie Auswärtsfans niedrigschwellig erreicht und zu einem längeren beziehungsweise intensiveren Aufenthalt in Karlsruhe motiviert werden können. Hierzu soll das Besuchsverhalten an drei bis fünf ausgewählten Heimspieltagen mit unterschiedlichen Anstoßzeiten und Anreiseentfernungen untersucht werden. Ergänzend wird ein mobiler „Auswärtsfan-Guide“ entwickelt, der relevante Informationen rund um Anreise, Aufenthalt, Gastronomie, Übernachtung sowie Kultur- und Freizeitangebote kompakt bündelt und den Gästen einen einfachen Zugang zum Stadterlebnis ermöglicht. Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Vernetzung relevanter Partner wie KSC und Fanbetreuung, Hotellerie, Gastronomie sowie Kultur- und Freizeiteinrichtungen. Dadurch soll ein gemeinsamer Pilot entstehen, der sowohl die Bedürfnisse der Zielgruppe als auch konkrete Möglichkeiten zur Steigerung der touristischen Wertschöpfung berücksichtigt. Die Maßnahme schafft damit erstmals eine belastbare Datengrundlage für eine bislang wenig untersuchte Zielgruppe und soll aufzeigen, wie zusätzliche Aufenthaltsdauer, Konsum und Übernachtungen generiert werden können. Gleichzeitig stärkt sie die Positionierung Karlsruhes als attraktive, serviceorientierte und gastfreundliche Gastgeberstadt auch über den eigentlichen Stadionbesuch hinaus.	10.000,00 €

Nr.	Antragsteller	Empfänger Fördermittel	Bezeichnung Förderprojekt / Projektzeitraum	Kurzbeschreibung des Förderprojektes	Fördersumme
11	Kulturring Karlsruhe e.V.	Kulturverein Tempel e.V. Hardtstr. 37a 76185 Karlsruhe	**Sasha Waltz & Guest „Beethoven 7" bei Tanz Karlsruhe 2027** Zeitraum: 7. - 20. November 2027	**Sasha Waltz & Guest mit der Produktion "Beethoven 7" anlässlich des Beethoven Jahr 2027 (200. Todestag)** Seit 1996 versammelt das Kulturzentrum Tempel das Who is Who der internationalen zeitgenössischen Tanzszene in Karlsruhe für das renommierte Festival TANZ Karlsruhe. Für das „Beethoven Jahr 2027" bietet sich die einmalige Möglichkeit Sasha Waltz & Guest mit der Produktion „Beethoven 7" zum Festival einzuladen. Sasha Waltz geboren und aufgewachsen in Karlsruhe (2023 ins Goldene Buch der Stadt eingetragen) ist eine der bedeutendsten deutschen Choreografinnen, Tänzerinnen und Opernregisseurinnen der Gegenwart und gilt als internationaler Weltstar des zeitgenössischen Tanztheaters. Gesamtkosten 65.000,00 €.	10.000,00 €
12	Kulturring Karlsruhe e.V.	KOHI Kulturraum e.V. Werderstr. 47 76137 Karlsruhe	**20 Jahre KOHI** Zeitraum: April - Dezember 2027	**20 Jahre KOHI** Das soziokulturelle Zentrum KOHI Kulturraum am Werderplatz feiert 2027 sein 20 jähriges Jubiläum seit der Gründung. Dies soll gefeiert werden. Geplant sind eine Konzertreihe und Ausstellungen mit überregional bekannten Künstler sowie ein Open-Air-Festival auf dem Werderplatz im September. Ziel ist es auch überregional Publikum zu den Jubiläumsveranstaltungen anzuziehen. Gesamtkosten 30.000€.	5.000,00 €
13	Kulturring Karlsruhe e.V. / Kulturamt der Stadt Karlsruhe	ausgeschlachtet e.V. Alter Schlachthof 19 76131 Karlsruhe	**„20 Jahre Alter Schlachthof Karlsruhe - Festival der Kreativität und mehr…"** Zeitraum: 8. - 14. Mai 2027	**„20 Jahre Alter Schlachthof Karlsruhe - Festival der Kreativität und mehr…"** Vom 08. bis 16. Mai 2027 wird der Alte Schlachthof Karlsruhe zum Zentrum der Kreativität in Karlsruhe und begeht mit einem Festival sein 20-jähriges Jubiläum, dass die 2007 begonnene Umwandlung in einen Kreativpark und bis heute in Deutschland einzigartigen Ort der Kunst, Kultur und Kreativität zelebriert. Das Festival nutzt das 20-jährige Jubiläum um einen bereits überregional wahrgenommenen Kultur- und Kreativstandort für eine Woche in besonderer Weise zu inszenieren und daraus einen zusätzlichen Besuchsanlass für Karlsruhe zu schaffen. Dazu gehören Konzerte, Ausstellungen (u.a. eine internationale Lichtkunstausstellung in Kooperation mit der UNESCO City of Media Arts und Künstler:innen aus den Partnerstädten Karlsruhes), Performances, Filmvorführungen, Lesungen, Theatervorführungen, artistische Rundgänge etc. in den klassischen Kulturhäusern als auch in Ateliers, Werkstätten, Produktionsräumen, und den Freiflächen des Geländes. Für eine nachhaltige und langfristige Wirkung des Jubiläums sollen zudem ein – auch für die gezielte touristische Vermarktung nutzbarer – Film sowie eine Angebots- und Vertriebsplattform initiiert werden, die Synergien zwischen den Angeboten des Kreativareals, seiner Nutzer:innen und den touristischen Aktueren herbeiführt und für externe Besucher:innen sichtbar und unkompliziert buchbar machen. Dabei verbindet das Projekt mehrere touristisch relevante Profile der Stadt: Kultur und Festivals, Architektur und Stadtentwicklung, Kreativwirtschaft, Medienkunst und UNESCO Creative City sowie internationale Vernetzung und macht den Baustein „lebendige Kultur" der Tourismusstrategie Karlsruhes auf einzigartige Weise erlebbar. Gesamtkosten: 210.000,- EUR.	50.000,00 €
14	Kulturamt Stadt Karlsruhe	Staddt Karlsruhe Stadtamt Durlach Pfinztalstr. 33 76227 Karlsruhe	**Kampagne "Denkmal an Durlach"** Zeitraum: Januar bis Dezember 2027	**„Denkmal an Durlach" - Stadtmarketing-Kampagnenkonzept für den Karlsruher Stadtteil Durlach** „Denkmal an Durlach" ist ein Stadtmarketing-Kampagnenkonzept für den Karlsruher Stadtteil Durlach. Der Slogan trägt eine Doppelbedeutung: "Denkmal" steht für das historische Erbe: 830 Jahre Geschichte, verkörpert durch sechs Wahrzeichen wie Karlsburg, Turmberg und Stadtmauer usw. während „Denk mal an" als freundliche Einladung zum Besuch funktioniert. Angesprochen werden folgende Zielgruppen: Tagestouristen aus der Region, überregionale Touristen, Stopover Touristen, Familien, Genussmenschen und Geschichtsinterressierte. Der historienbezogene Heritage Tourism ist innerhalb Karlsruhes in dieser Form nur in Durlach möglich. Verschiedene Module tragen die Idee über verschiedene Mediakanäle in den Alltag. Geschaltet wird antizyklisch, konzentriert auf vier Monate im Jahr (Februar, April, Juni, Oktober), gezielt dann, wenn Durlach sonst wenig Publikum hat, nicht bei Altstadtfest, Kultursommer oder Weihnachtsmarkt. Kampagne ist auf drei Jahre angelegt, somit sind Folgeanträge für 2028/2029 avisiert.	30.000,00 €

Nr.	Antragsteller	Empfänger Fördermittel	Bezeichnung Förderprojekt / Projektzeitraum	Kurzbeschreibung des Förderprojektes	Fördersumme
15	Karlsruher Messe und Kongress GmbH Unterstützung: DEHOGA KTG KME	Karlsruher Messe und Kongress GmbH Festplatz 9 76137 Karlsruhe	**art in the city** Zeitraum: Januar & Februar 2027	**art in the city** Die art karlsruhe ist eine der wichtigsten Kunstmessen Deutschlands und somit auch eines der wichtigsten Kunstereignisse der Region und bringt jährlich ein internationales Publikum aus Kunstinteressierten, Sammler:innen und Galerist:innen nach Karlsruhe. Mit „art in the city“ soll die Strahlkraft der Messe über das Messegelände hinaus in die gesamte Stadt getragen werden. Karlsruhe wird rund um die art karlsruhe zur offenen Kunst-, Kultur- und Erlebnisstadt. Galerien, Ateliers, Museen, Kulturinstitutionen, Gastronomie, Hotellerie und Einzelhandel werden miteinander verknüpft und schaffen zusätzliche Erlebnisse rund um die Messe. Ziel ist es, aus dem Messebesuch einen längeren Aufenthalt und aus der Kunstmesse eine gesamtstädtisches Erlebniswoche zu machen. Gleichzeitig wird die lokale Kunst- und Kulturszene sichtbarer und Karlsruhe als Kunst- und Kulturstadt profiliert. Die art karlsruhe wird so in die Stadt verlängert und ihre internationale Strahlkraft für die Vermarktung Karlsruhes genutzt.	25.000,00 €
16	Karlsruher Messe und Kongress GmbH Unterstützung: DEHOGA KTG	Karlsruher Messe und Kongress GmbH Festplatz 9 76137 Karlsruhe	**Post IMEX FamTrip**	**Post IMEX FamTrip** Wir möchten für nationale/internationale Veranstaltungsplaner Karlsruhe als Kongressdestination erlebbar machen und so über mehr Kongresse mehr Umwegrendite für Hotellerie und lokale Wirtschaft generieren. Im Mai findet jährlich die IMEX, eine weltweite Destinationsmesse für die MICE-Branche statt. Im direkten Nachgang bietet das German Convention Bureau (GCB) die Organisation sog. FamTrips an, in deren Rahmen internationale Veranstaltungsplaner eine Kongressdestination genauer kennenlernen können. Wir (Messe Karlsruhe in Zusammenarbeit mit KTG/Convention Bureau) würden gerne einen solchen FamTrip nach Karlsruhe anbieten und entsprechend in 1-2 Tagen einer kleine Gruppe von Veranstaltungsplanern alle Vorteile des Kongressstandorts Karlsruhe vermitteln. Geplant wäre hier der Transfer vom Frankfurter Messegelände, 2 Übernachtungen sowie ein umfangreiches Programm vor Ort in Karlsruhe.	5.000,00 €
17	KME Karlsruhe Marketing und Event GmbH Unterstützung: DEHOGA KTG	Leichtathletik-Gemeinschaft Region Karlsruhe e.V. Hermann-Veit-Str. 7 76135 Karlsruhe	**Lange Laufnacht** Zeitraum: Mai 2027	**Weiterentwicklung "Lange Laufnacht Karlsruhe" als World Atheltics Event** Ziel der Maßnahme ist es, die Lange Laufnacht Karlsruhe langfristig zu sichern, qualitativ weiterzuentwickeln und ihre internationale Strahlkraft für den Sport- und Tourismusstandort Karlsruhe gezielt auszubauen. Bereits heute ist die Veranstaltung stark international geprägt: 2026 nahmen 1.180 Athlet:innen aus 48 Nationen teil, ergänzt um rund 3.000 weitere Besucher:innen. Die beantragte Förderung soll konkret für den Erwerb beziehungsweise Ausbau eines World Athletics Labels eingesetzt werden. Als offizielle Klassifizierung des Weltverbands World Athletics soll das Label dazu beitragen, die Lange Laufnacht noch stärker im internationalen Wettkampfkalender zu positionieren und ihre Attraktivität für internationale Athlet:innen und Teams weiter zu erhöhen. Damit soll die bereits hohe internationale Teilnehmerstruktur weiter ausgebaut und zugleich die internationale Sichtbarkeit Karlsruhes als Sport- und Tourismusstandort gestärkt werden. Zusätzliche internationale Teilnehmer:innen und Begleitpersonen schaffen unmittelbar Potenzial für weitere Übernachtungen und touristische Wertschöpfung. Die touristische Relevanz der Veranstaltung ist bereits heute deutlich messbar. Das Gutachten geht im Basisszenario von rund 4.380 Personennächten und einem direkten Umsatzeffekt von rund 690.200 Euro aus. Unter Einbeziehung indirekter und induzierter Effekte wird eine wirtschaftliche Gesamtwirkung von rund 966.300 Euro angenommen. Für die City Tax ergibt sich im Basisszenario ein zusätzliches Aufkommen von rund 17.500 Euro. Die Maßnahme verbindet damit die langfristige qualitative Weiterentwicklung der Veranstaltung mit einer gezielten Steigerung ihrer internationalen Reichweite, zusätzlicher Übernachtungsnachfrage und touristischer Wertschöpfung für Karlsruhe.	10.000,00 €