

16. Juni 2026

Ahrtal Marketing GmbH geht neue Wege bei kostenfreien Events

Freiwillige Beiträge sollen Veranstaltungen langfristig sicher – Erster Testlauf beim Musiksommer

Das Ahrtal steht für Lebensfreude, Kultur und gemeinschaftliche Erlebnisse. Veranstaltungen wie der Ahrweiler Musiksommer sind fester Bestandteil dieser Identität. Doch die Rahmenbedingungen für die Finanzierung solcher Angebote – insbesondere kostenfreie – haben sich grundlegend verändert: Öffentliche Mittel werden knapper, während Kosten für Organisation, Sicherheit und Infrastruktur steigen.

Vor diesem Hintergrund geht die Ahrtal Marketing GmbH (AMG) gemeinsam mit ihren Partnern neue Wege in der Veranstaltungsfinanzierung. Künftig wird bei ausgewählten, eintrittsfreien Veranstaltungen die Möglichkeit geschaffen, einen freiwilligen Beitrag zu leisten – einfach, digital und transparent.

Den Auftakt macht der Ahrweiler Musiksommer, der am 18. Juni auf dem Marktplatz startet. Besucherinnen und Besucher können vor Ort per Smartphone einen Betrag ihrer Wahl beitragen – nach dem Prinzip: „Was einer nicht schafft, das schaffen viele gemeinsam.“

Möglich wird dies durch eine digitale Lösung, welche die VR Bank RheinAhrEifel zur Verfügung stellt. Per QR-Code können Unterstützungsbeiträge innerhalb weniger Sekunden abgegeben werden – unkompliziert über gängige Zahlungsmethoden.

„Die öffentliche Hand wird langfristig nicht mehr alle kostenfreien, kulturellen Angebote in vollem Umfang finanzieren können. Gleichzeitig ist uns wichtig, dass zentrale Veranstaltungen im Ahrtal weiterhin für alle zugänglich bleiben“, erklärt Andreas Lambeck, Geschäftsführer der AMG. „Freiwillige Beiträge sind für uns ein fairer und zeitgemäßer Weg, Qualität und Zugänglichkeit miteinander zu verbinden.“

Schrittweise Einführung – mit Augenmaß

Wichtig ist den Verantwortlichen eine behutsame Umsetzung: Das Modell wird zunächst testweise beim diesjährigen Musiksommer eingeführt. Perspektivisch kann es – abhängig von Erfahrungen und Akzeptanz – auch auf weitere, nicht eintrittsfinanzierte Veranstaltungen ausgeweitet werden. „Wir wollen niemanden überfordern oder Erwartungen enttäuschen. Deshalb gehen wir diesen Weg bewusst schrittweise“, ergänzt Citymanager Florian Hüsön.

Ein zentraler Punkt sei dabei die klare Zweckbindung der Mittel: Die freiwilligen Beiträge fließen direkt in die Finanzierung der jeweiligen Veranstaltung – etwa in Kulturprogramm, Technik, Sicherheit oder Infrastruktur. Damit soll sichergestellt werden, dass die Unterstützung nachvollziehbar eingesetzt wird und unmittelbar den Besucherinnen und Besuchern zugute kommt.

Mit dem neuen Ansatz setzt die Ahrtal Marketing GmbH bewusst auf Gemeinschaft, Innovationskraft und Eigenverantwortung. Ziel ist es, auch in Zukunft ein lebendiges Veranstaltungsangebot zu sichern – trotz schwieriger finanzieller Rahmenbedingungen. „Das Ahrtal lebt von seinen Menschen. Wenn viele einen kleinen Beitrag leisten, kann daraus Großes entstehen“, so Lambeck abschließend.



Bildunterschrift:

Stellten die digitale Möglichkeit für freiwillige Beiträge per QR-Code vor: (v. l.) Christian van de Loo (Filialleiter der VR Bank RheinAhrEifel), Veranstaltungsmanagerin des Musiksommer, Ellen Tappe, und City-Manager Florian Hüsson.

©Barbara Knieps

Pressekontakt

Barbara Knieps
Presse und Kommunikation
Tel: 02641/917123
barbara.knieps@ahrtal.de
www.ahrtal.de