

Bundesweit knapp 6 500 Personen durch Hamburger Messen und Kongresse beschäftigt

Die wirtschaftliche Bedeutung von Messen ergibt sich nicht nur aus absatzwirtschaftlich motivierten Überlegungen der Unternehmen als Aussteller und Besucher. Messen sind auch für den betreffenden Wirtschaftsraum eines Messestandorts von erheblicher Bedeutung, treten doch Messeaussteller, -besucher und -veranstalter als Nachfrager von Leistungen auf, die in sehr unterschiedlichen Wirtschaftssektoren zum Teil erhebliche Produktions- und Beschäftigungseffekte induzieren (vgl. Träger und Penzkofer 2005). Ebenso stellen das Ausgabevolumen von Kongress-, Veranstaltungsteilnehmern sowie die Aufwendungen der Organisatoren von Kongressen und Tagungen einen nicht zu unterschätzenden wirtschaftlichen Effekt für den betreffenden Wirtschaftsraum dar. Zu den Profiteuren zählen insbesondere die Hotellerie und Gastronomie, Messebauer, Spediteure, der Einzelhandel sowie auch Verkehrsbetriebe.

Im Auftrag der Hamburg Messe und Congress GmbH führte das ifo Institut eine Studie über die wirtschaftliche Bedeutung der Hamburger Messen und Kongresse für die Region Hamburg und die Bundesrepublik Deutschland durch. Wesentliches Ziel dieser Untersuchung war neben der Ermittlung und Analyse der Primäreffekte (direkte Wirkungen), die von der Durchführung der Hamburger Messen und Kongresse ausgehen, abgeleitet aus den direkten Ausgabenströmen, auch die Erfassung und Berechnung der indirekt ausgelösten Umsatz- bzw. Produktions- und Beschäftigungseffekte (Sekundäreffekte).

Die Ermittlung wirtschaftlicher Effekte erfordert eine breite empirische Basis

Zur Quantifizierung der aus den Ausgaben der Messebesucher, -aussteller und Kongressteilnehmer resultierenden sozioökonomischen Effekte hat das ifo Institut in den vergangenen Jahren die datentechnischen und methodischen Grundlagen erarbeitet.¹ Aufbauend auf den Ergebnissen führte das ifo Institut für Deutschland insgesamt und darüber hinaus für einige Messegesellschaften Studien zu den wirtschaftlichen Wirkungen von Messe- und Kongressveranstaltungen durch.²

Um einen detaillierten und empirisch fundierten Einblick in die wirtschaftlichen Wirkungen von Messe- und Kongressveranstaltungen

für einen Wirtschaftsraum zu erlangen, ist es erforderlich, die Ausgaben der Messe- und Kongressakteure nach verschiedenen Kategorien abzubilden (z.B. Übernachtung, Gastronomie, private Einkäufe). Ein zentraler methodischer Baustein der Berechnung der messe- bzw. kongressinduzierten Ausgaben sind daher Primärerhebungen bei Messeausstellern, -besuchern und Kongressteilnehmern. Für die Berechnungen der wirtschaftlichen Folgewirkungen der Hamburger Messen und Kongresse wurden über 12 000 Besucher, rund 1 350 Aussteller und knapp 1 150 Kongressteilnehmer befragt. Die bei den Befragungen erzielten Antwortquoten gewährleisteten ohne Einschränkungen repräsentative Hochrechnungen. Hierbei wurden mittels eines simultanen Schätzverfahrens die Gesamtausgaben der Messen und Kongresse berechnet, bei denen keine schriftlichen Erhebungen durchgeführt wurden. Das verwendete Modell stellt dabei anhand zahlreicher Messe- und Kongressmerkmale kausale Zusammenhänge zwischen den in die Befragungen eingegangenen Veranstaltungen und den nicht befragten Messen und Kongressen her.

Die empirische Fundierung ist das eine, ausschlaggebend für die Ermittlung repräsentativer Ergebnisse ist aber darüber hin-

¹ Vgl. hierzu beispielsweise Spannagel (1999), Penzkofer und Träger (2001) sowie Penzkofer (2002; 2004; 2006).

² Eine solche Quantifizierung der wirtschaftlichen Wirkungen stellt darauf ab, dass die durch die Messe- und Kongressausgaben »ausgelasteten« Produktions- und Beschäftigungskapazitäten nicht durch andere Nachfrageaktivitäten tangiert bzw. genutzt werden, d.h. der etwaige Ausfall der Messe- und Kongressausgaben als Nachfragevolumen wird nicht durch Ausgaben anderer Unternehmen und Personen kompensiert. Nahezu alle Studien zur Berechnung der so genannten »Umwegerentabilität« größerer Infrastrukturprojekte haben diese Annahme zur Grundlage. Die Studie stellt somit eine reine Impact-Analyse dar.

aus, bei welchen Typen von Messen und Kongressen Befragungen erfolgen. Hier gilt es, die Messen und Veranstaltungen auszuwählen, die das Veranstaltungsportfolio der jeweiligen Messe- bzw. Kongressgesellschaft repräsentativ abbilden.³ In die Untersuchung sind somit nicht nur Messen von internationalem Rang einzubeziehen, die einen überdurchschnittlich hohen Anteil an ausländischen Besuchern und Ausstellern aufweisen – mit entsprechend hohen Ausgaben –, sondern auch Messen von »nur« regionaler bzw. lokaler Bedeutung.

Für methodisch gesicherte Analysen im Messewesen ist zudem die zeitliche Abgrenzung von großer Bedeutung, da eine Reihe von Veranstaltungen nicht jährlich, sondern in einem mehrjährigen Turnus durchgeführt wird. Dementsprechend gibt es, gemessen an den Aussteller- und Besucherzahlen und damit auch im Hinblick auf die wirtschaftlichen Auswirkungen, »starke« und »schwache« Jahre. Daher ist es erforderlich, die Analyse für ein repräsentatives Messejahr durchzuführen, d.h. alle in einem Messeort stattfindenden Messen müssen entsprechend ihrer Periodizität in die Berechnungen eingehen. Für die Berechnung der wirtschaftlichen Effekte der Hamburger Messen bedeutet dies, dass die größte Schiffsbaumesse der Welt, die *SMM* (Shipbuilding, Machinery & Marine Technology; Leitmesse der maritimen Industrie) oder etwa auch die Messe *WindEnergy* (Leitmesse der Windkraftbranche), die beide nur alle zwei Jahre stattfinden, gemäß ihrem Veranstaltungsturnus Berücksichtigung finden.

Im Jahresdurchschnitt betragen die Gesamtausgaben der Messebesucher und -aussteller rund 292 Mill. €

Insbesondere internationale Leitmessen, die für die technologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen eines Wirtschaftszweigs von ausschlaggebender Bedeutung sind, besitzen eine hohe »Sogwirkung« auf Fachbesucher aus dem In- und Ausland. Unter diesem Blickwinkel nehmen für Hamburg die *SMM*

³ Im Einzelnen wurden 2005 und 2006 bei folgenden Messe- und Kongressveranstaltungen Befragungen durchgeführt: *DU und DEINE WELT* (Verbraucherausstellung), *hanseboot* (Bootsausstellung), *shk* (Fachmesse für Sanitär, Heizung und Klima), *NORTEC* (Fachmesse für Produktionstechnik), *REISEN HAMBURG* (Ausstellung Tourismus und Caravaning), *INTERNORGA* (Fachmesse für Hotellerie und Gastronomie), *WindEnergy* (Leitmesse der Windkraftbranche), *SMM* (Leitmesse für Schiffbau, Hafenausrüstung und Meerestechnik), *Seatrade Europe – Cruise, Ferry & Rivercruise Convention* –, *Tagung der Vereinigung Nordwestdeutscher Chirurgen*, *Tagung der Deutschen Gesellschaft für Thorax-, Herz- und Gefäßchirurgie*, *International Conference on Offshore Mechanics and Arctic Engineering* und *International Ornithological Congress*.

Tab. 1
Gesamtausgaben der Besucher von Hamburger Messen

| Jahr | Gesamtausgaben (in Mill. €) | Durchschnittliche Ausgaben pro Besucher (in €) |
|--|-----------------------------|--|
| Durchschnittliches Messejahr ^{a)} | 113,4 | 116 |
| 2006 | 131,0 | 126 |

^{a)} Unter Berücksichtigung des Veranstaltungsturnus.

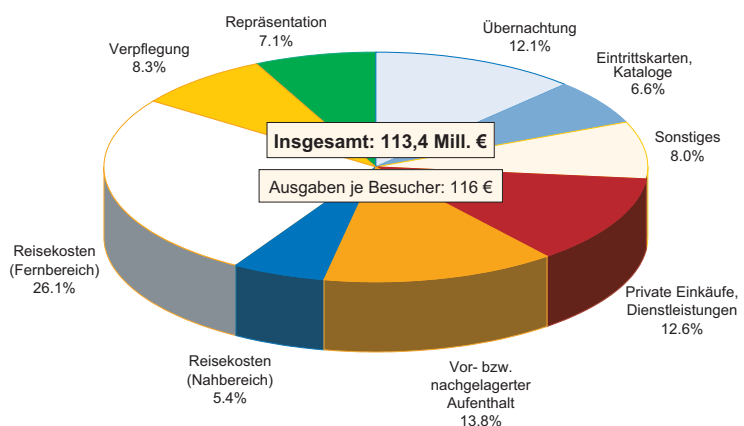
Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

und die *WindEnergy* eine zentrale Position ein. Als weitere wichtige Messen mit überregionaler Ausstrahlung und daher hohen wirtschaftlichen Effekten für Hamburg sind die Veranstaltungen *hanseboot* und *INTERNORGA* anzuführen.

Insgesamt werden von den Hamburger Messebesuchern im Durchschnitt jährlich über 113 Mill. € ausgegeben (vgl. Tab. 1), wobei über zwei Drittel der gesamten Ausgaben in Hamburg getätigt werden. Die Ausgaben je Messebesucher liegen im Schnitt bei 116 €. Bei einigen der Hamburger Messeveranstaltungen resultiert ein Ausgabenbetrag je Besucher von deutlich über dem Durchschnittswert von 116 €. Dies trifft vor allem für Messen mit einem überdurchschnittlich hohen Anteil an ausländischen Besuchern zu, die länger am Messestandort bleiben als inländische Besucher. Dementsprechend fallen auch höhere Ausgaben für die Übernachtung und Verpflegung an.

Da neben den Ausgaben, die die Messebesucher während des Messebesuchs für Verpflegung und Übernachtung aufwenden (über 20%), auch die Ausgaben der Besucher für ihre den Messen vor- bzw. nachgelagerten Urlaubsaktivitäten (knapp 14%) vor allem in den Bereichen Gastronomie und Hotellerie anfallen, profitieren diese Wirtschaftszweige mit einem

Abb. 1
Ausgabenstruktur der Besucher von Hamburger Messen
durchschnittliches Messejahr



Tab. 2
Gesamtausgaben der Aussteller von Hamburger Messen

| Jahr | Gesamtausgaben (in Mill. €) | Durchschnittliche Ausgaben pro Aussteller (in €) |
|--|-----------------------------|--|
| Durchschnittliches Messejahr ^{a)} | 178,9 | 14 772 |
| 2006 | 207,4 | 15 312 |

^{a)} Unter Berücksichtigung des Veranstaltungsturnus.

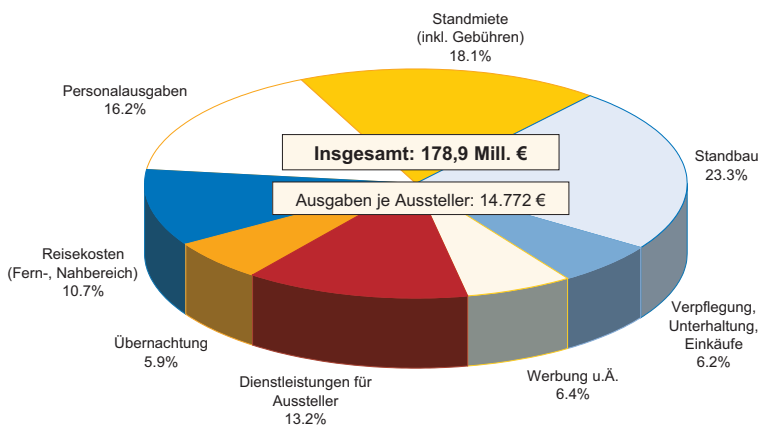
Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Anteil von insgesamt gut einem Drittel am stärksten von den Besucherausgaben (vgl. Abb. 1). Von den Gesamtausgaben der Besucher der Hamburger Messen nehmen die Kosten für die An- und Abreise mit rund 26% das zweitstärkste Gewicht ein. In nennenswertem Umfang partizipiert auch der Einzelhandel von den Besucherausgaben (knapp 13%). Der Messeeintritt (inkl. Kauf von Katalogen) selbst beträgt an den gesamten Ausgaben der Besucher dagegen nur knapp 7%.

Die Berechnungen der Gesamtausgaben der Aussteller haben einen Betrag in Höhe von jährlich rund 179 Mill. € ergeben.⁴ Bezogen auf die Hamburger Messeveranstaltungen resultiert ein **Ausgabenbetrag pro Aussteller** von knapp 14 800 € (vgl. Tab. 2). Während die Besucherausgaben zu über zwei Drittel in Hamburg anfallen, zeigt sich bei den Ausstellerausgaben eine andere Ausgabenverteilung: »Nur« rund 45% der Ausstellerausgaben werden in Hamburg wirksam.

⁴ Für die Ermittlung der messeinduzierten Gesamtausgaben der Aussteller werden alle betrieblichen Ausgaben als relevant angesehen, die aus der Sicht des Unternehmens mit der Planung, Vorbereitung, Durchführung und Nachbearbeitung der einzelnen Messebeteiligung auf dem Hamburger Ausstellungsgelände in einem direkten Zusammenhang stehen. Unter Zugrundelegung dieses Kriteriums werden auch die unternehmensinternen Personalkosten in die Ermittlung der Gesamtausgaben der Hamburger Aussteller einbezogen.

Abb. 2
Ausgabenstruktur der Aussteller von Hamburger Messen durchschnittliches Messejahr



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Die Differenzierung der Ergebnisse nach Besuchern und Ausstellern zeigt somit, dass die Ausgaben der Besucher einen deutlich stärkeren regionalen Bezug aufweisen. Ein wesentlicher Grund hierfür liegt darin, dass vor allem die ausländischen, aber auch die inländischen Aussteller viele Vorarbeiten und Elemente für den Messestand im Ausland oder außerhalb von Hamburg produzieren lassen.

Von den Gesamtausgaben der Aussteller entfallen über 23% auf den Standbau (vgl. Abb. 2); 16% der Ausgaben stehen im Zusammenhang mit den Personalkosten für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Messebeteiligungen. Weniger als ein Fünftel der Ausgaben der Aussteller geht an die Messegesellschaft (Standmiete inkl. Gebühren für Strom, Entsorgung usw.). Rund 11% der Ausgaben entfallen auf die An- und Abreise des Personals der ausstellenden Unternehmen. Die Ausgaben für Übernachtung, Verpflegung und private Einkäufe summieren sich auf rund 12%.

Im Jahresdurchschnitt knapp 4 700 Erwerbstätige durch Hamburger Messen beschäftigt

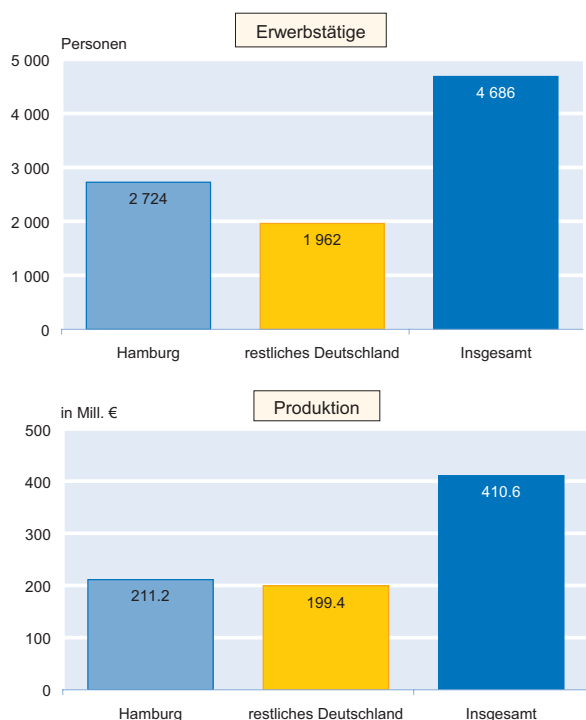
Nach Bereinigung der Bruttoausgaben um die Mehrwertsteuer, die nur im Ausland anfallenden Ausgaben der Messeakteure sowie die erst via Einkommenseffekt wirkenden Personalkosten bei den Messeausstellern ergibt sich ein durch die Hamburger Messeveranstaltungen ausgelöstes **direktes Produktionsvolumen** in Höhe von jährlich 201 Mill. €. Die mit der direkten Produktion verbundenen **Beschäftigungswirkungen**⁵ ergeben 2 803 Erwerbstätige, deren Arbeitsplätze in einem unmittelbaren Bezug zu den direkten Ausgaben der Messebesucher und -aussteller stehen.

Die von den Besuchern und Ausstellern ausgelöste Produktion bedingt aber auch eine Reihe von indirekten wirtschaftlichen Wirkungen. Die unmittelbaren Produktionseffekte führen durch die Nachfrage nach Vorleistungen zu vorleistungsbedingter Produktion und setzen sich in allen Produktionsstufen fort.⁶ Neben den vorleis-

⁵ Die im Folgenden ausgewiesenen Zahlen der Erwerbstätigen enthalten sowohl Teil- als auch Vollzeitbeschäftigte. Die mit der ermittelten Nachfrage verbundene Beschäftigung wurde mittels sektorspezifischer Arbeitskoeffizienten errechnet.

⁶ Die Quantifizierung dieser indirekten Wirkungen (bzgl. Produktion und Beschäftigung) für Hamburg und Deutschland erfolgte mit Hilfe der Input-Output-Rechnung, die die Liefer- und Leistungsverflechtungen zwischen den verschiedenen Wirtschaftssektoren abbildet. Zur Berechnung der indirekten Produktions- und Beschäftigungseffekte wurde zunächst die Input-Output-Tabelle des Statistischen Bundesamtes für das Jahr 2002 verwendet. Diese Tabelle wurde hinsichtlich von Preis- und Produktivitätsentwicklungen aktualisiert. Zur Analyse der indirekten Effekte der Besucher- und Ausstellerausgaben wurde für Hamburg eine gebietspezifische Input-Output-Tabelle approximiert.

Abb. 3
Jahresdurchschnittliche Produktions- und Beschäftigungswirkungen der Hamburger Messen für Hamburg und Deutschland



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

tungsbedingten Produktionseffekten kommen noch Einkommenseffekte hinzu, da die Produktion zu Einkommen bei den privaten Haushalten führt und damit eine zusätzliche Nachfrage hervorruft. Diese vermehrte Endnachfrage löst wiederum multiplikative Produktionseffekte aus. Werden noch diese Effekte in die Betrachtung miteinbezogen, so resultiert ein **gesamtes generiertes Produktionsvolumen** von 411 Mill. €. Insgesamt sind pro Jahr in Deutschland 4 686 **Erwerbstätige** von den Ausgaben abhängig, die anlässlich der Hamburger Messen getätigt werden (vgl. Abb. 3). Bezogen auf Hamburg resultieren 2 724 von Hamburger Messeveranstaltungen abhängige Arbeitsplätze; knapp 60% aller messeinduzierten Arbeitsplätze entstehen somit in Hamburg.

Weitere mit den Messeaktivitäten in Hamburg verbundene Wirkungen stellen Steuereinnahmen für alle Gebietskörperschaften der Bundesrepublik dar. Von den anfallenden **Steuerebträgen** steht Hamburg, bezogen auf ein durchschnittliches Messejahr, 9,3 Mill. € zu.

Kongress- und veranstaltungsinduzierte Ausgaben führen zu einer Beschäftigung von knapp 1 800 Personen

Das Ausgabevolumen von Kongress-, Veranstaltungsteilnehmern sowie die Aufwendungen der Organisatoren von

Kongressen und Tagungen stellen einen nicht zu unterschätzenden wirtschaftlichen Effekt für den Wirtschaftsraum Hamburg dar. Aus regionalwirtschaftlicher Sicht geht es dabei aber nicht nur um quantifizierbare Produktions- und Beschäftigungseffekte, sondern auch um die Verbesserung wichtiger »weicher« Standortfaktoren durch ein erhöhtes Medieninteresse und einen zusätzlichen Imagegewinn für Hamburg.

Im Jahresdurchschnitt belaufen sich die **Gesamtausgaben** der in- und ausländischen Kongress- und Veranstaltungsteilnehmer auf rund 92 Mill. €. Die Ausgaben je **Veranstaltungsteilnehmer** liegen im Schnitt bei rund 105 €, bezogen auf die **Kongressteilnehmer** resultiert ein durchschnittlicher Ausgabenbetrag in Höhe von 409 €. Entsprechend der Internationalität und der Dauer der Kongressveranstaltung reicht die Spanne der Ausgaben von rund 165 € bis zu deutlich über 2 000 €.

Von den Gesamtausgaben aller Kongressveranstaltungen, die zu 78% in Hamburg getätigt werden, haben die Ausgaben für **Übernachtungen** und in der **Gastronomie** (39%) das stärkste Gewicht. Die Kosten der An- und Abreise schlagen mit rund 22% zu Buche. Der Einzelhandel profitiert zu rund einem Zehntel von den Ausgaben der Kongressteilnehmer.

Die Ermittlung der indirekten Effekte erfolgte – wie bei den Messeveranstaltungen – mittels der Input-Output-Rechnung. Insgesamt beträgt das durch die Kongresse und sonstigen Veranstaltungen ausgelöste gesamtwirtschaftliche Produktionsvolumen 143 Mill. €. Die mit der direkten und indirekten Produktion verbundenen Beschäftigungswirkungen ergeben 1 769 **Erwerbstätige**, deren Arbeitsplätze in einem Bezug zu den Ausgaben der Kongressteilnehmer und Veranstaltungsbesucher stehen. Über 77% bzw. 1 369 der insgesamt kongress- und veranstaltungsinduzierten Beschäftigten sind Hamburg zuzuordnen.

Die veranstalteten Kongresse und Veranstaltungen induzieren über die ausgelösten direkten und indirekten Wirkungen auf Produktion und Einkommen Steuereinnahmen für die verschiedenen Gebietskörperschaften. Von den **Steuereinnahmen** entfallen pro Jahr 4,3 Mill. € auf Hamburg.

Messen, Kongresse und sonstige Veranstaltungen der Hamburg Messe und Congress GmbH führen im Jahresdurchschnitt zu einer Beschäftigung von knapp 6 500 Personen

Für ein repräsentatives Veranstaltungsjahr belaufen sich die **Gesamtausgaben** der in- und ausländischen Messebesu-

⁷ Die Gesamtausgaben setzen sich wie folgt zusammen: Kongresse 72 Mill. € und sonstige Veranstaltungen 20 Mill. €.

cher, -aussteller sowie Kongress-/Veranstaltungsteilnehmer auf rund **385 Mill. €**. Nach Abzug der im Ausland wirksamen Ausgaben reduzieren sich die in Deutschland anfallenden Primärausgaben von 385 Mill. € auf 334 Mill. €. Dahinter verbirgt sich ein durch die Veranstaltungen ausgelöstes direktes Produktionsvolumen in Höhe von 271 Mill. €. Das direkte Produktionsvolumen führt durch die Nachfrage nach Erzeugnissen zu vorleistungsbedingter Produktion, deren Wirkungen sich über alle Produktionsstufen multiplikativ fortsetzen. Darüber hinaus werden infolge der Verwendung der zusätzlichen Einkommen für konsumtive Zwecke weitere Produktionswirkungen ausgelöst. Die insgesamt angestoßenen **gesamtwirtschaftlichen** (direkten und indirekten) **Produktionseffekte** betragen rund **553 Mill. €**. Dieses Produktionsvolumen wird zu 56% in Hamburg und zu 44% im übrigen Bundesgebiet wirksam.

Die **regionale Bedeutung** der durchgeführten Veranstaltungen unterstreicht der erzielte Kaufkraftzufluss (**Umwegrendite**). Der durch die Veranstaltungen induzierte Umsatz liegt im Jahresdurchschnitt bundesweit bei 627 Mill. €. Auf Hamburg entfallen hiervon rund 352 Mill. €. Ein Euro Umsatz der Hamburg Messe und Congress GmbH generiert damit im **Jahresdurchschnitt 7,6 € Umsatz** in Hamburg. Bezogen auf die Messen resultiert eine Umwegrendite in Höhe von 6,0 €. Für die Kongresse/Tagungen und sonstige Veranstaltungen errechnet sich mit 16,6 € ein nahezu dreimal so hoher Faktor. Die mit den Messen, Kongressen und sonstigen Events verbundenen **Übernachtungen** in Hamburg erreichen pro **Jahr** eine Größenordnung von rund **565 000**.

Während eines durchschnittlichen Veranstaltungsjahres werden insgesamt **6 455 Erwerbstätige** in der Bundesrepublik Deutschland beschäftigt (vgl. Abb. 4). Bezogen auf **Hamburg** resultieren knapp **4 100** (exakt: 4 093) abhängige Arbeitsplätze. Die gesamten veranstaltungsinduzierten Arbeitsplätze in Hamburg sind aufgrund der unmittelbaren Ausgabeneffekte überwiegend im Gast- und Beherbergungsge-

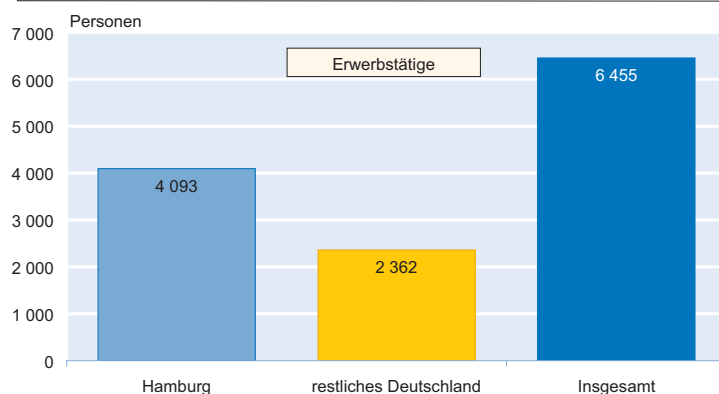
werbe (41%), Handwerk (inkl. Dienstleistungen für die Aussteller) (25%) sowie im Einzelhandel (10%) angesiedelt. Damit stellt die Hamburg Messe und Congress GmbH einen nicht zu unterschätzenden Wirtschafts- und Beschäftigungsfaktor in Hamburg dar.

Weitere mit den Veranstaltungsaktivitäten der Hamburg Messe und Congress GmbH verbundene Wirkungen stellen **Steuereinnahmen** der verschiedenen Gebietskörperschaften dar, die infolge von Produktionsprozessen, daraus resultierenden Einkommen und Gewinnen sowie durch den privaten Verbrauch anfallen. Auf **Hamburg** entfallen im Jahresdurchschnitt **Steuereinnahmen** in Höhe von **13,6 Mill. €**.

Literatur

Penzkofer, H. (2002), »Wirtschaftliche Wirkungen der Frankfurter Messen«, *ifo Schnelldienst* 55(1), 15–22.
 Penzkofer, H. (2004), »Kölner Messe-Veranstaltungen induzierten 2003 einen bundesweiten Umsatz von 1,7 Mrd. €«, *ifo Schnelldienst* 57(21), 30–37.
 Penzkofer, H. (2006), »Wirtschaftliche Wirkungen der Leipziger Messe: Über 6 000 Personen durch Veranstaltungen und Kongresse beschäftigt«, *ifo Schnelldienst* 59(24), 58–63.
 Penzkofer, H. und U.Chr. Täger (2001), »Wirtschaftliche Wirkungen der Münchner Messen«, *ifo Schnelldienst* 54(23), 23–32.
 Täger, U.Chr. und H. Penzkofer (2005), »Production and employment effects of trade fairs and exhibitions«, in: M. Kirchgeorg et al. (Hrsg.), *Trade Show Management*, Gabler, Wiesbaden, 127–139.
 Spannagel, R., U.Chr. Täger, G. Weitzel et al. (1999), *Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland*, ifo Studien zu Handels- und Dienstleistungsfragen, Bd. 57, ifo Institut, München.

Abb. 4
Jahresdurchschnittliche Beschäftigungswirkungen der Hamburger Messe- und Kongressaktivitäten für Hamburg und Deutschland



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.