

Messen und Veranstaltungen der Messe München lösen bundesweit jährlich einen Umsatz von 2,17 Mrd. Euro aus

38

Horst Penzkofer

Das ifo Institut hat bereits im Jahr 2001 im Auftrag der Messe München GmbH die wirtschaftliche Bedeutung der von der Messe München durchgeführten Veranstaltungen für München, den Freistaat Bayern und die Bundesrepublik Deutschland ermittelt. Mit Hilfe empirischer Erhebungen über messerelevante Ausgaben bei Ausstellern und Besuchern ausgewählter Münchner Messen wurden mittels eines Schätzmodells die Gesamtausgaben und darauf aufbauend sowohl die Produktions-, Beschäftigungs- und Steuereffekte für ein durchschnittliches Messe- und Veranstaltungsjahr (Zeitraum von 1998 bis 2001) berechnet.

In Anlehnung an die Untersuchung aus dem Jahr 2001 wurde in der im Jahr 2006 von der Messe München GmbH beauftragten Studie die wirtschaftlichen Wirkungen für ein durchschnittliches Messe- und Veranstaltungsjahr (Zeitraum von 2004 bis 2007) für die Wirtschaftsräume München, Bayern und Deutschland quantifiziert.¹ Damit konnten die Ausgabenvolumina der Besucher und Aussteller sowie die daraus resultierenden Produktions- und Beschäftigungseffekte mit den entsprechenden Werten der Studie aus dem Jahr 2001 verglichen werden. Im Weiteren sollten aber auch die im Messe- und Veranstaltungsjahr 2007 ausgelösten wirtschaftlichen Effekte berechnet werden.

Besucher- und Ausstellerbefragungen als empirische Basis

Zur Quantifizierung der aus den Ausgaben der Messebesucher, -aussteller und Kongressteilnehmer resultierenden sozio-ökonomischen Effekte hat das ifo Institut in den vergangenen Jahren die datentechnischen und methodischen Grundlagen erarbeitet.² Aufbauend auf den Ergebnissen führte das ifo Institut für Deutschland insgesamt und darüber hinaus für zahlreiche Messegesellschaften Studien zu den wirtschaftlichen Wirkungen von Messe- und Kongressveranstaltungen durch.³

Um einen detaillierten und empirisch fundierten Einblick in die wirtschaftlichen Folgewirkungen von Messe- und Kongressveranstaltungen für einen Wirtschaftsraum zu erlangen, ist es erforderlich, die Ausgabenströme von Messebesuchern, -ausstellern und Kongressteilnehmern nach verschiedenen Ausgabenkategorien abzubilden. Ein zentraler methodischer Baustein der Untersuchungen des ifo Instituts sind daher stets umfangreiche Primärerhebungen bei Ausstellern und Besuchern anlässlich von Messe- und Kongressveranstaltungen. So basieren die Berechnungen der wirtschaftlichen Folgewirkungen der Münchner Messen und sonstigen Veranstaltungen auf den Angaben von rund 14 200 Besuchern, Ausstellern und Kongressteilnehmern.

Die empirische Fundierung ist das eine, ausschlaggebend für die Ermittlung repräsentativer Ergebnisse ist aber darüber hinaus, im Rahmen welcher Messen bzw. Kongressveranstaltungen Befragungen erfolgen. Hier gilt es, die Messen und Veranstaltungen auszuwählen, die das Veranstaltungsportfolio der jeweiligen Messegesellschaft repräsentativ abbilden. Bezogen auf die Messen sind in die Untersuchung 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 mit »nur« nationaler bzw. regionaler Bedeutung.

Für methodisch gesicherte Analysen im Messewesen ist zudem die zeitliche Abgrenzung von großer Bedeutung, da eine Reihe von Messen nicht jährlich, son-

¹ 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 »Umwegrentabilität« größerer Infrastrukturprojekte haben diese Annahme zur Grundlage. Die Studie stellt somit eine reine Impact-Analyse dar.

² Vgl. hierzu beispielsweise Spannagel (1999) sowie Träger und Penzkofer (2005).

³ Vgl. hierzu beispielsweise Penzkofer (2002; 2007).

dern in einem mehrjährigen Turnus durchgeführt werden.⁴ Dementsprechend gibt es, gemessen an den Aussteller- und Besucherzahlen und damit auch im Hinblick auf die wirtschaftlichen Auswirkungen, »starke« und »schwache« Jahre. Es ist daher erforderlich, die Analyse für ein repräsentatives Messejahr durchzuführen, d.h. alle in einem Messestandort stattfindenden Messen müssen entsprechend ihrer Periodizität in die Berechnungen eingehen.

Die messe- und veranstaltungsaffinen Ausgaben führen zu direkten wirtschaftlichen Effekten und induzieren multiplikative indirekte Wirkungen

Die Ausgaben der Messebesucher setzen sich außer dem Messeintritt primär aus den Ausgaben für Gastronomie, Übernachtung, private Einkäufe und den Reisekosten zusammen. Bei den Ausstellern sind in erster Linie folgende Ausgabenkategorien zu berücksichtigen: Standmiete, Standbau, Reise- und Personalkosten, Werbeaktionen sowie Verpflegung und Übernachtung. Nicht in die Berechnung miteinbezogen werden dürfen die Umsätze der Messegesellschaften, da die Umsätze der jeweiligen Messen weitestgehend aus den Aufwendungen der ausstellenden Unternehmen (z.B. Standmiete) und der Besucher (z.B. Eintrittsgeld) resultieren. Diese Aufwendungen werden durch die Ausgaben der Aussteller und Besucher erfasst. Die aus den Befragungen gewonnenen Angaben der Besucher und Aussteller werden zu den durch die Veranstaltungen induzierten Gesamtausgaben hochgerechnet. Dies erfolgt unter Verwendung von messerelevanten Indikatoren.⁵

Die unmittelbaren Ausgaben der Messebesucher, -aussteller sowie der Kongressteilnehmer haben vielfältige Effekte auf das wirtschaftliche Geschehen (Primärwirkungen). Sie führen unter anderen durch die Nachfrage zur Produktion und damit auch zur Beschäftigung in verschiedenen Wirtschaftszweigen. Die Umsetzung der Aussteller- und Besucherausgaben in Produktions- und Beschäftigungswirkungen setzt voraus, dass die jeweiligen Ausgaben den verschiedenen Wirtschaftsbereichen (Gastgewerbe, Einzelhandel, Transportgewerbe, unternehmensnahe Dienstleistungen usw.) zugeordnet werden, in denen sie Nachfrageimpulse anstoßen. Die Berechnung der Beschäf-

tigungseffekte erfolgt dann mittels branchenspezifischer Arbeitskoeffizienten.

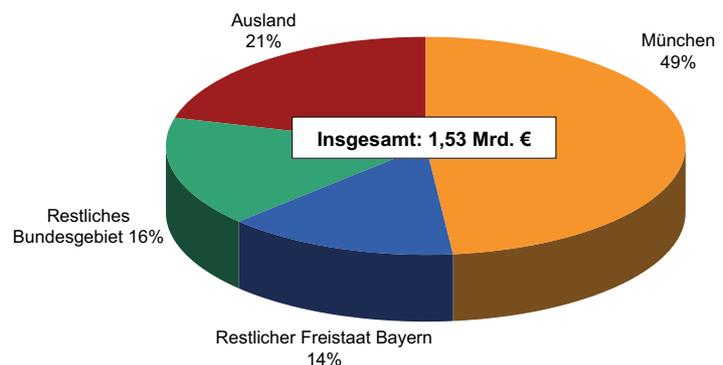
Die direkten Ausgaben der Messe- und Veranstaltungsaktoren bilden allerdings nur einen Teil der wirtschaftlichen Effekte ab. Infolge der ausgeprägten Arbeitsteilung werden in erheblichem Umfang Güter und Dienstleistungen von Unternehmen bezogen, die von den Ausgaben der Aussteller und Besucher nicht direkt betroffen sind. Diese indirekt begünstigten Unternehmen fragen ihrerseits wiederum Vorleistungen von Gütern und Dienstleistungen nach. So ergibt sich eine Kette von leistungswirtschaftlichen Folgewirkungen über alle Wirtschaftszweige (Sekundärwirkungen). Zur Quantifizierung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung von Messen und sonstigen Veranstaltungen gilt es somit auch die durch Vorlieferungen ausgelösten Produktions- und Beschäftigungseffekte einzubeziehen. Als gängige Methode hierfür wird die Input-Output-Rechnung verwendet, die die Transaktionen zwischen den Produktionssektoren abbildet.

In einem durchschnittlichen Veranstaltungsjahr werden von in- und ausländischen Besuchern und Ausstellern direkte Ausgaben in Höhe von rund 1,53 Mrd. € getätigt

Insgesamt geben induziert durch die Veranstaltungen⁶ der Messe München GmbH Besucher und Aussteller im In- und Ausland jedes Jahr im Schnitt rund 1,53 Mrd. € aus (vgl. Abb. 1). Dies entspricht im Vergleich zur Studie aus dem Jahr 2001 einer Steigerung von über 19%; damals lag das durchschnittliche Ausgabenvolumen bei 1,28 Mrd. €. Diffe-

⁶ Die Basis der Untersuchung bilden die Messen auf dem neuen Messege-lände, im M,O,C, sowie Kongressveranstaltungen und sonstige Events im ICM (Internationales Congress Center München).

Abb. 1
Regionale Verteilung der Veranstaltungsausgaben
Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe München (2004 bis 2007)



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

⁴ Beispielhaft seien für München die Messen bauma, BAU, Transport Logistic, Laser und drinktec genannt.
⁵ Multivariate Analyseverfahren haben für die Ausgaben der Messebesucher gezeigt, dass die regionale Herkunft der Besucher und der Anteil an Fachbesuchern, beide Faktoren hoch mit der Verweildauer am Messeplatz korreliert, einen gewichtigen Einfluss auf das Gesamtvolumen der Besucherausgaben ausüben.

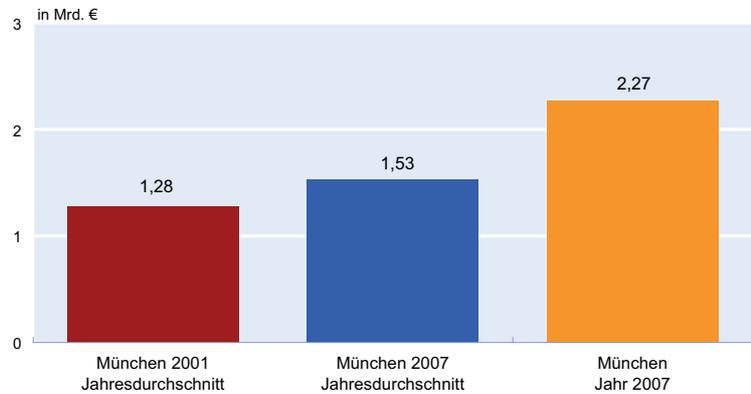
renziert nach den inländischen Wirtschaftsräumen zeigen sich auch positive Entwicklungen: Die in München verbleibenden Ausgaben betragen jährlich rund 740 Mill. € (1998/2001: 610 Mill. €) – ein Plus von 21%. Für das restliche Bayern resultierte ein Zuwachs von 190 auf 220 Mill. €, und auch das übrige Bundesgebiet profitierte infolge einer Ausgabensteigerung von 230 auf 250 Mill. €.

Die Berechnungen für das **Veranstaltungsjahr 2007** ergaben deutlich höhere Ausgabenbeträge seitens der Besucher und Aussteller von Veranstaltungen der Messe München. Das außerordentlich hohe direkte Ausgabenvolumen von insgesamt **2,27 Mrd. €** wurde durch turnusgemäß im Jahr 2007 stattfindende internationale Leitmessen hervorgerufen (vgl. Abb. 2). Zu nennen wären hierbei unter anderem Messen wie BAU, bauma, Transport Logistic und Laser. Zusätzlich wurde die Textilmaschinenmesse ITMA durchgeführt – alles Messen mit starker Nachfrage auf Aussteller- und Besucherseite. Große jährlich stattfindende Leitmessen wie Expo Real, ispo winter und inhorta europe trugen ebenso zu der überdurchschnittlich hohen Ausgabenentwicklung im Jahr 2007 bei.

Bezogen auf die einzelnen Akteure ergeben sich für ein durchschnittliches Jahr folgende Ausgabenbeträge je Messe- bzw. Veranstaltungsteilnehmer: Die **Ausgaben je Messebesucher** (Neue Messe München) liegen bei **334 €**, jeder **Aussteller** (Neue Messe München) gibt im Schnitt über **36 750 €** aus, je **Kongressteilnehmer** (Internationales Congress Center München) fällt ein Betrag von knapp **660 €** an, und die Ausgaben bei **sonstigen Events** (wie Firmenveranstaltungen, Hauptversammlungen, Bälle) betragen je Teilnehmer knapp **110 €**.

Von den **Gesamtausgaben der Besucher** (Neue Messe München) hat die Kostenposition »An- und Abreise« mit einem Anteil von knapp 24% das stärkste Gewicht. Die Ausgaben für Übernachtungen schlagen mit über 19% und in der Gastronomie mit gut 16% zu Buche. In starkem Umfang partizipiert auch der Einzelhandel von den Besucherausgaben (rund 11% der Gesamtausgaben). Während auf den vor- bzw. nachgelagerten Aufenthalt (u.a. Kurzurlaub) über 7% entfallen, trägt der Messeeintritt (inkl. Kauf von Katalogen) zu den gesamten Ausgaben aller Besucher dagegen nur zu rund 7% bei.

Für die Ermittlung der messeinduzierten **Gesamtausgaben der Aussteller** wurden alle betrieblichen Ausgaben als relevant angesehen, die aus der Sicht des Unternehmens mit der Planung, Vorbereitung, Durchführung und Nachbearbeitung der einzelnen Messebeteiligung in einem direkten Zusammenhang stehen. Unter Zugrundelegung dieses Krite-

Abb. 2
**Gesamtes direktes induziertes Ausgabenvolumen
Messe München: Vergleich 2001 zu 2007**


Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

riums wurden auch die unternehmensinternen Personalkosten in die Ermittlung der Gesamtausgaben der Aussteller einbezogen. Desgleichen wurden die Ausgaben für die An- und Abreise des Auf- und Abbaupersonals sowie des Standpersonals der Unternehmen berücksichtigt, da diese Ausgaben in einem unmittelbaren Zusammenhang mit der Vorbereitung und Durchführung der Messeaktivitäten stehen. Für die Analyse der wirtschaftlichen Effekte der beiden zuletzt erwähnten Ausgabenarten ist allerdings zu beachten, dass diese Ausgaben nur zu einem geringen Teil in München wirtschaftlich wirksam werden, da diese Ausgaben in der Regel am Firmensitz des ausstellenden Unternehmens getätigt werden.

Gemessen am Gesamtwert aller Ausstellerausgaben entfallen folgende Ausgabenanteile auf die Positionen

– Standbau	rd. 20%;
– Standmiete (inkl. Nebenkosten)	rd. 19%;
– unternehmensinternes Personal	rd. 17%;
– Reisekosten (Fern-, Nahbereich)	rd. 12%;
– unternehmensnahe Dienstleistungen	rd. 12%;
– Übernachtung	rd. 8%;
– Verpflegung	rd. 7%.

Die übrigen Ausgabenarten (z.B. für private Einkäufe und Werbemaßnahmen) bringen es zusammen auf einen Anteil von rund 5%.

Zusätzlich indirekt ausgelöste Wirtschaftseffekte führen zu einem insgesamt veranstaltungsinduzierten bundesweiten Umsatz in Höhe von jährlich 2,17 Mrd. €

Die von den Besuchern, Ausstellern und Kongressteilnehmern ausgelöste Produktion bedingt eine Reihe von indirek-

ten wirtschaftlichen Wirkungen. Die unmittelbaren Produktionseffekte führen durch die Nachfrage nach Vorleistungen zu vorleistungsbedingter Produktion, die sich in allen Produktionsstufen fortsetzt. Neben diesen 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.⁷ Werden diese gesamten (direkten und indirekten) Produktionseffekte in die Betrachtung einbezogen, so errechnet sich ein bundesweit induziertes Umsatzvolumen von jahresdurchschnittlich 2,17 Mrd. € (vgl. Abb. 3). Im Veranstaltungszeitraum 1998 bis 2001 lag der Umsatzbetrag bei 1,82 Mrd. €.

In Relation zu einem Durchschnittsjahr führte das veranstaltungsstarke Jahr 2007 bei den insgesamt induzierten bundesweiten Umsätzen mit 3,23 Mrd. € zu einem sehr hohen Betrag. Damit wurden im Jahr 2007 einmalig über 1 Mrd. € mehr an Umsätzen durch Veranstaltungen der Messe München angestoßen, als dies im Durchschnitt Jahr für Jahr erwartet werden kann.

Über 21 900 Personen im Jahresdurchschnitt durch Veranstaltungen der Messe München beschäftigt

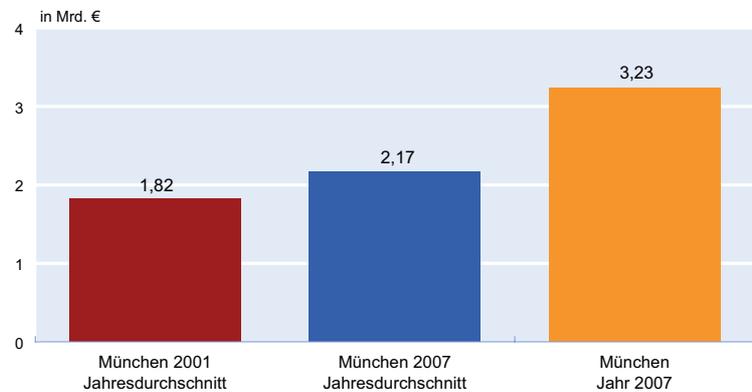
Aus der durch die Veranstaltungsausgaben induzierten Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen ergeben sich **Beschäftigungseffekte**.⁸ Werden die direkt und indirekt ausgelösten Beschäftigungseffekte addiert, ergibt sich eine von Veranstaltungen der Messe München abhängige Zahl von Arbeitsplätzen in Höhe von **21 932**. Bezogen auf München resultieren 12 637 von Münchner Veranstaltungen abhängige Arbeitsplätze. Für den Freistaat Bayern ergeben sich weitere 5 410 Arbeitsplätze, also für Bayern insgesamt über 18 000 Arbeitsplätze.

⁷ Die Quantifizierung der indirekten Wirkungen erfolgte mit Hilfe der Input-Output-Rechnung, die die Liefer- und Leistungsverflechtungen zwischen den verschiedenen Wirtschaftszweigen abbildet. Hierbei wurde die aktuellste Input-Output-Tabelle des Statistischen Bundesamtes hinsichtlich von Preis- und Produktivitätsentwicklungen für den Untersuchungszeitpunkt aktualisiert. Zur Analyse der regionalen indirekten Effekte wurden gebietsspezifische Input-Output-Tabellen approximiert.

⁸ Die mit der ermittelten Nachfrage verbundene Beschäftigung wurde mittels branchenspezifischer Arbeitskoeffizienten errechnet. Die ermittelten Arbeitsplatzeffekte stellen Vollzeitäquivalente dar.

Abb. 3

Direkt und indirekt induzierte Umsätze Messe München: Vergleich 2001 zu 2007



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

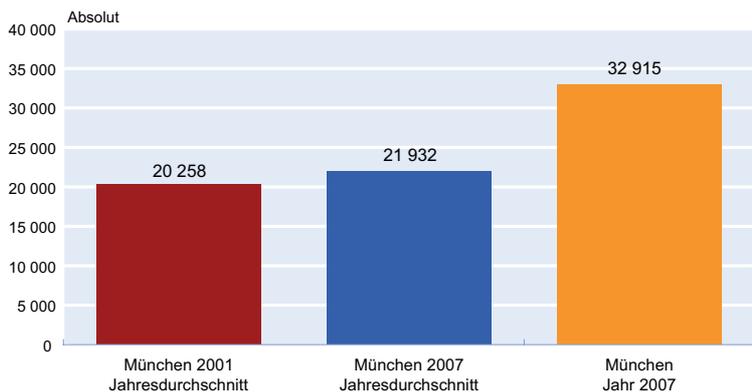
Auch für die veranstaltungsinduzierten Beschäftigungseffekte zeigt der Zeitvergleich ein positives Bild (vgl. Abb. 4): Während im Zeitraum 1998 bis 2001 im Durchschnitt 20 258 Personen von Veranstaltungen der Messe München abhängig waren, sind es aktuell über 8% mehr (1 674 Personen). Wie schon bei der Ausgaben- und Umsatzbetrachtung ragt auch bei den Beschäftigungseffekten das Veranstaltungsjahr 2007 heraus: Mit 32 915 veranstaltungsabhängigen Arbeitsplätzen konnten 2007 einmalig knapp 11 000 Arbeitsplätze mehr generiert werden.

Das Steueraufkommen der veranstaltungsinduzierten Ausgaben beläuft sich für ein durchschnittliches Jahr auf 363 Mill. €

Weitere mit den Veranstaltungsaktivitäten der Messe München verbundene Wirkungen stellen Steuereinnahmen der verschiedenen Gebietskörperschaften (Stadt München,

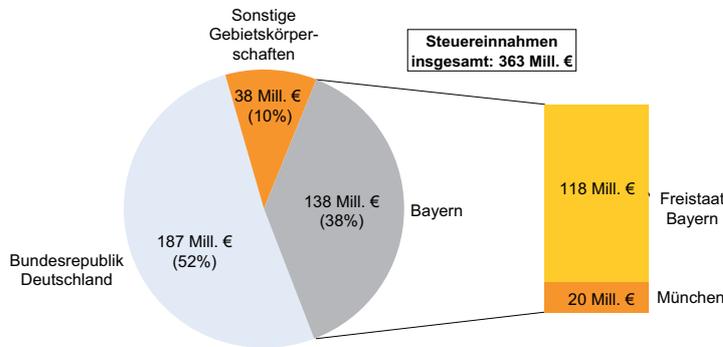
Abb. 4

Direkt und indirekt induzierte Arbeitsplätze Messe München: Vergleich 2001 zu 2007



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Abb. 5
Regionale Verteilung des Steueraufkommens
 Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe München (2004 bis 2007)



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Freistaat Bayern, Bundesrepublik Deutschland) dar, die infolge von Produktionsprozessen, daraus resultierenden Einkommen und Gewinnen sowie durch den privaten Verbrauch anfallen. Die bedeutendsten Positionen sind die Mehrwertsteuer, Lohnsteuer, Einkommensteuer sowie Körperschaftsteuer.

Die anfallenden **Steuerbeträge** in Höhe von **363 Mill. €** – dies bedeutet gegenüber dem Durchschnittsjahr 1998/2001 mit Steuereinnahmen von 310 Mill. € eine Steigerung um 17% – erhält entsprechend den für die jeweiligen Steuerarten zugrunde liegenden Vorschriften zu gut 5% (bzw. 20 Mill. €) die Stadt München (vgl. Abb. 5). Auf den Freistaat Bayern entfallen knapp 33% (bzw. 118 Mill. €) und auf die Bundesrepublik Deutschland rund 52% (187 Mill. €). Ein Anteil von gut 10% fließt den übrigen Bundesländern zu.

Im veranstaltungsstarken **Jahr 2007** stieg das induzierte Steueraufkommen auf rund **540 Mill. €** (vgl. Abb. 6). München und der Freistaat Bayern erhielten hier von 206 Mill. € und somit einmalig um 68 Mill. € mehr als jahresdurchschnittlich (rund 138 Mill. €) zu erwarten.

Fazit: Deutlicher Anstieg der veranstaltungsinduzierten Umsätze, Arbeitsplätze und Steuereinnahmen seit 2001

Die Messe-, Kongress- und Eventaktivitäten der Messe München GmbH stellen, wie die vorgestellten Ergebnisse für ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr zeigen, sowohl für die Stadt München als auch für den Freistaat Bayern einen nicht zu unterschätzenden Wirtschaftsfaktor dar. So resultiert für München, bezogen auf die Messen, ein Um-

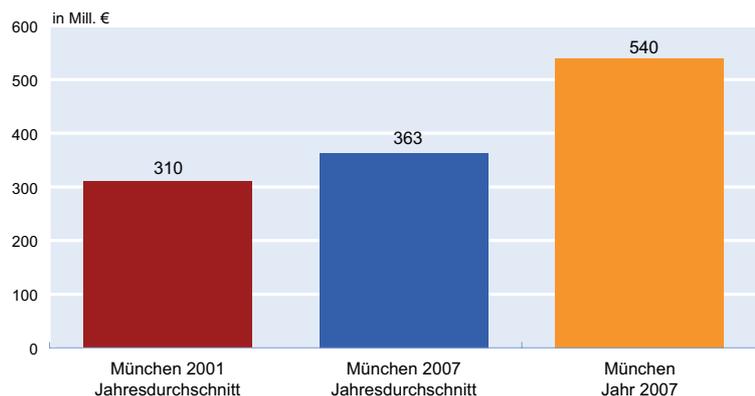
wegrenditefaktor von jahresdurchschnittlich 5,9; für die Kongressveranstaltungen liegt der Faktor bei knapp 14. Zusammengefasst heißt dies, dass ein Euro Veranstaltungsumsatz der Messe München mehr als den sechsfachen Umsatzbetrag in München generiert.

Das ifo Institut hat bereits 2001 eine Studie über die wirtschaftliche Bedeutung der Veranstaltungen der Messe München GmbH erstellt. Werden die sich jeweils auf ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr beziehenden Befunde aus dem Jahr 2001 mit denen der aktuellen Untersuchung verglichen, so zeigen sich folgende Ergebnisse:

- Das aktuell bundesweit induzierte **Umsatzvolumen** in Höhe von jahresdurchschnittlich 2,17 Mrd. € fällt um 19% höher aus, als für den Zeitraum 1998 bis 2001 ermittelt.
- Die erhöhten Umsätze brachten eine Zunahme der von Veranstaltungen der Messe München GmbH abhängigen **Beschäftigten** mit sich: 21 932 zu 20 258 (+ 8%). Der im Vergleich zum Umsatzvolumen geringere Wachstumsfaktor ist auf die gestiegene Arbeitsproduktivität in den letzten Jahren zurückzuführen.
- Die im Vergleich zur Studie von 2001 höheren Veranstaltungsausgaben führten zudem zu einem höheren **Steueraufkommen** (+ 17%).

Die vom ifo Institut durchgeführten Studien zu den wirtschaftlichen Effekten von Messen und sonstigen Veranstaltungen haben gezeigt, dass die Intensität und die »vorleistungs- und einkommensbedingten« Wirkungen der Messe- und Veranstaltungsausgaben zu einem erheblichen Teil von der Zahl ausländischer Besucher und Aussteller auf international anerkannten Leitmesen sowie von der Zahl

Abb. 6
Direkt und indirekt induziertes Steueraufkommen
 Messe München: Vergleich 2001 zu 2007



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

internationaler Kongressteilnehmer beeinflusst werden. Da die Veranstaltungen der Messe München sehr hohen internationalen Charakter aufweisen, resultieren für München und den Freistaat Bayern bedeutende wirtschaftliche Effekte, die in den vergangenen sechs Jahren sogar noch gesteigert werden konnten.

Literatur

- Penzkofer, H. (2002), »Wirtschaftliche Wirkungen der Frankfurter Messen«, *ifo Schnelldienst* 55(1), 15–22.
- Penzkofer, H. (2007), »Knapp 6 700 Arbeitsplätze basieren bundesweit auf Essener Messen und Kongressen«, *ifo Schnelldienst* 60(22), 52–55.
- 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.
- 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.