

Veranstaltungen bei der Messe Frankfurt lösen Jahr für Jahr bundesweit einen Umsatz von 3,1 Milliarden Euro aus

32

Horst Penzkofer

Das ifo Institut hat bereits vor zehn Jahren im Auftrag der Messe Frankfurt GmbH eine Untersuchung zur wirtschaftlichen Bedeutung der Veranstaltungen auf dem Frankfurter Messegelände für Frankfurt, Hessen und die Bundesrepublik Deutschland erstellt. Mit Hilfe empirischer Erhebungen ausgewählter Frankfurter Veranstaltungen wurden mittels eines Schätzmodells die Gesamtausgaben und darauf aufbauend sowohl die Kaufkraft-, Beschäftigungs- und Steuereffekte für ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr (Zeitraum von 1998 bis 2000) berechnet.

In Anlehnung an die Untersuchung aus dem Jahr 2000 war es erneut das Ziel der im Jahr 2010 von der Messe Frankfurt GmbH beauftragten Studie, die wirtschaftlichen Wirkungen für ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr (Zeitraum von 2009 bis 2011) für die Wirtschaftsräume Frankfurt, Hessen und Deutschland zu quantifizieren.¹ Damit konnten die Ausgabenvolumina der Besucher und Aussteller sowie die daraus resultierenden Kaufkraft- und Beschäftigungseffekte mit den entsprechenden Werten der Studie aus dem Jahr 2000 verglichen werden.

Besucher- und Ausstellerbefragungen als empirische Ausgangsbasis

Um einen detaillierten und empirisch fundierten Einblick in die wirtschaftlichen Wirkungen von Messeveranstaltungen für einen Wirtschaftsraum zu erlangen, ist es erforderlich, die Ausgaben von Messebesuchern und -ausstellern nach verschiedenen Kategorien abzubilden (z.B. Übernachtung, Gastronomie, private Einkäufe). Ein zentraler methodischer Baustein (vgl. hierzu z.B. Täger und Penzkofer 2005 sowie Penzkofer 2009a) der Berechnung messeinduzierter Ausgaben sind daher *Primärerhebungen* bei Ausstellern und Besuchern anlässlich von Messeveranstaltungen. So wurden beispielsweise für die Berechnungen der wirtschaftlichen Effekte der Frankfurter Veranstaltungen rund 12 500 Besucher und Aussteller befragt.

Die empirische Fundierung ist das eine, ausschlaggebend für die Ermittlung repräsentativer Ergebnisse ist aber darüber hinaus, bei welchen Typen von Messen Befragungen erfolgen. Hier gilt es, Veranstaltungen auszuwählen, die das *Veranstaltungsportfolio* des jeweiligen Messestandorts repräsentativ abbilden.

Auf Basis der Informationen aus den standardisierten Besucher- und Ausstellerbefragungen werden für verschiedene *Messtypen* (z.B. internationale Konsumgüter- oder Investitionsgütermessen) *Aussteller- und Besucherindikatoren* ermittelt. Diese Indikatoren bilden die Grundlage für die Hochrechnung der Stichprobenergebnisse zum Gesamtvolumen der Besucher- und Ausstellerausgaben.² Multivariate Analyseverfahren haben für die Ausgaben der Messebesucher gezeigt, dass die regionale Herkunft der Besucher und der Anteil an Fachbesuchern, beides Faktoren, die hoch mit der Verweildauer am Messeplatz korrelieren, einen gewichtigen Einfluss auf das Gesamtvolumen der Besucherausgaben ausüben. Insbesondere (ausländische) Fachbesucher, die sich zum Teil im Rahmen eines mehrtägigen Messebesuchs über richtungweisende Entwicklungen eines Wirtschaftszweigs informieren, prägen in einem erheblichen Ausmaß die Ausgabenstruktur. Auf Basis entsprechender Befunde erfolgt die Hochrechnung für die Ausgaben der Aussteller.

Für methodisch gesicherte Analysen im Messewesen ist die *zeitliche Abgrenzung* von großer Bedeutung, da eine Reihe von Veranstaltungen nicht jährlich, sondern in einem mehrjährigen Turnus durchgeführt wird. In Frankfurt finden beispiels-

¹ Eine solche Quantifizierung der wirtschaftlichen Wirkungen stellt darauf ab, dass die durch die Messe- und Veranstaltungsausgaben »ausgelasteten« Produktions- und Beschäftigungskapazitäten nicht durch andere Nachfrageaktivitäten tangiert bzw. genutzt werden, d.h. der etwaige Ausfall der Messe- und Veranstaltungsausgaben als Nachfragevolumen wird nicht durch Ausgaben anderer Unternehmen und Personen kompensiert. Die Studie stellt somit eine Impact-Analyse dar.

² Das verwendete Modell stellt dabei anhand zahlreicher Messemerkmale kausale Zusammenhänge zwischen den in die Befragungen eingegangenen Veranstaltungen und den nicht befragten Messen her.

weise die Messe *Automechanika* (Internationale Leitmesse der Automobilwirtschaft) und die Messe *ISH* (Internationale Leitmesse für Bad, Gebäude-, Energie und Klimatechnik) in einem zweijährlichen Rhythmus statt, die Messe *IFFA* (Internationale Leitmesse der Fleischwirtschaft) weist sogar einen dreijährlichen Veranstaltungsturnus auf. 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 Veranstaltungsjahr* durchzuführen, d.h. alle an einem Standort stattfindenden Veranstaltungen müssen entsprechend ihrer Periodizität in die Berechnungen eingehen (vgl. Penzkofer 2009b, 12).

Veranstaltungsaffine Ausgaben führen zu direkten und indirekten wirtschaftlichen Wirkungen

Die *unmittelbaren Ausgaben* der Besucher und Aussteller haben vielfältige Effekte auf das wirtschaftliche Geschehen.³ Sie führen unter anderem 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 Beschäftigungseffekte erfolgt mittels wirtschaftszweigspezifischer Arbeitskoeffizienten, die, sofern sie für den jeweiligen Untersuchungszeitraum noch nicht zur Verfügung stehen, auf Basis der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung fortgeschrieben werden müssen.

Die direkten Ausgaben 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. Eine weitere indirekte Wirkung resultiert aus den *Einkommen der privaten Haushalte*, die infolge der Produktion entstehen. Ein Teil des sich ergebenden verfügbaren Einkommens wird wieder verausgabt. Die hieraus entstehenden leistungswirtschaftlichen Wirkungen gilt es ebenfalls zu berücksichtigen. Als Methode zur Quantifizierung der ge-

³ Hierbei ist zu beachten, dass weder die wirtschaftlichen Effekte der angestoßenen bzw. abgeschlossenen Aufträge im Rahmen der Messen noch die wirtschaftlichen Effekte privater Käufe bei Ausstellern in die Berechnungen einbezogen werden.

samtwirtschaftlichen Bedeutung (direkte und indirekte Effekte) wird die Input-Output-Rechnung verwendet, die die Transaktionen zwischen den Produktionssektoren eines Jahres abbildet.⁴

Aussteller und Besucher geben weltweit 2,4 Milliarden Euro für Veranstaltungen bei der Messe Frankfurt aus

Die einzel- und gesamtwirtschaftlichen Funktionen von Messen sind vielschichtig. Je nach betrachteter Zielgruppe treten unterschiedliche Funktionen in den Vordergrund (vgl. Kirchgeorg 2003). Während beispielsweise für die Messebesucher und -aussteller die Informations- und Verkaufsfunktion von zentraler Bedeutung sind, greifen gesamtwirtschaftlich betrachtet neben marktbildenden und -pflegenden Funktionen, die Handels-, Transparenz- und Wirtschaftsförderungsfunktion.

Die aufgeführten messespezifischen Funktionen zeigen, dass die wirtschaftliche Bedeutung von Messen sich nicht nur aus absatzwirtschaftlich motivierten Überlegungen der Unternehmen als Aussteller und Besucher ergibt. Messen und Veranstaltungen sind auch für die betreffenden Wirtschaftsräume der Messestandorte von erheblicher Bedeutung, treten doch Messeaussteller und -besucher als Nachfrager von Leistungen auf, die in sehr unterschiedlichen Wirtschaftssektoren zum Teil erhebliche wirtschaftliche Effekte induzieren. Insbesondere internationale Leitmessungen, die für die technologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen eines größeren Wirtschaftszweigs von ausschlaggebender Bedeutung sind, besitzen eine hohe »Sogwirkung« auf Fachbesucher aus dem In- und Ausland. Neben Messen leisten aber auch Kongresse, Tagungen und sonstige Events einen bedeutenden Beitrag zu den wirtschaftlichen Effekten in einer Region.

Insgesamt beläuft sich das *direkte Ausgabenvolumen* der Besucher und Aussteller von Veranstaltungen bei der Messe Frankfurt auf rund 2,4 Mrd. Euro; hiervon gehen auf Besucher und Aussteller von Messen rund 2,3 Mrd. Euro und auf Besucher sonstiger Veranstaltungen 0,1 Mrd. Euro zurück (vgl. Abb. 1).

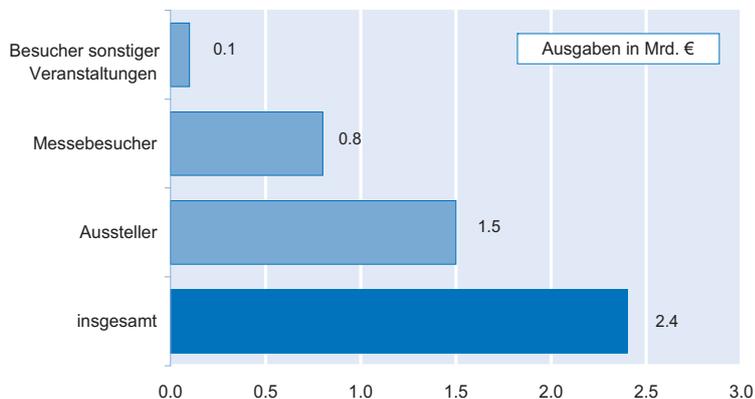
Diese unmittelbar durch Frankfurter Veranstaltungen ausgelösten Ausgaben fallen aber nicht gänzlich in Frankfurt

⁴ Infolge zeitintensiver Arbeiten liegen die der Input-Output-Rechnung zugrunde liegenden Tabellen erst mit zeitlicher Verzögerung vor. Während sich über einen längeren Zeitraum die Input-Output-Strukturen sehr wohl verändern, treten in einer kurzfristigen Betrachtung nur geringfügige Strukturveränderungen auf, so dass drei bis vier Jahre zurückliegende Tabellen als eine gute Näherungslösung der aktuellen Wirtschaftsstruktur angesehen werden können. Der Untersuchungszeitraum der Studie bezog sich auf die Jahre 2009 bis 2011, die verwendete Input-Output-Tabelle repräsentiert das Jahr 2007.

Abb. 1

Verteilung der direkten Ausgaben

Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe Frankfurt GmbH

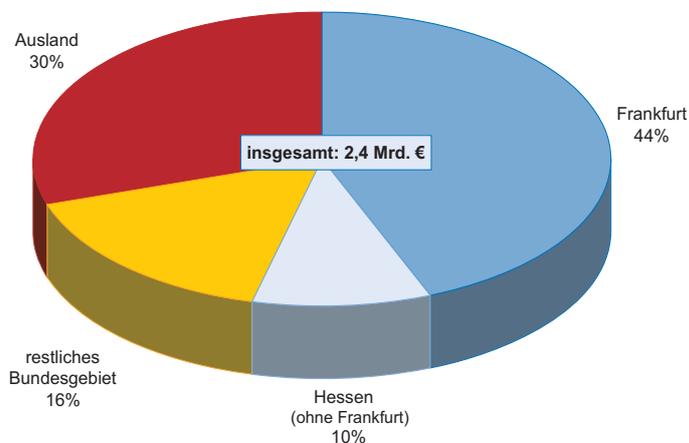


Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Abb. 2

Regionale Verteilung der Ausgaben

Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe Frankfurt GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

an (vgl. Abb. 2). Während beispielsweise die Ausgaben der Besucher und Aussteller für die Übernachtung, Verpflegung und für private Einkäufe überwiegend in Frankfurt getätigt werden, schlagen andere Ausgabenarten, wie etwa die Kosten für die An- und Abreise auswärtiger Besucher und Aussteller, den Standbau und die Personalausgaben, zum großen Teil im übrigen Bundesgebiet oder im Ausland zu Buche. Entscheidend hierfür ist im Wesentlichen der Wohnort bzw. Firmensitz der Besucher bzw. Aussteller. Nach den Befragungen und den hierauf basierenden Hochrechnungen werden die direkten Ausgaben zu rund 44% in Frankfurt, etwa 10% im restlichen Hessen, 16% im übrigen Bundesgebiet und zu 30% im Ausland getätigt. In Hessen insgesamt fällt somit über die Hälfte der direkten Veranstaltungsausgaben an.

Das Hotel- und Gaststättengewerbe profitiert am stärksten von den Ausgaben der Messebesucher

Etwas mehr als ein Drittel der direkten Ausgaben sind den in- und ausländischen Besuchern zuzurechnen. Von den *Gesamtausgaben der Messebesucher* (über 0,8 Mrd. Euro) haben die Ausgaben in der Hotellerie und Gastronomie mit rund 39% das zweitstärkste Gewicht. Nur die Kosten der An- und Abreise im Fernverkehr schlagen mit 40% etwas mehr zu Buche. Fokussiert man die getätigten Ausgaben auf das Inland, so fallen über 55% der Ausgaben im Hotel- und Gaststättengewerbe an. In nennenswertem Umfang partizipiert auch der Einzelhandel von den gesamten Besucherausgaben (rund 7%). Der Messeeintritt (inkl. Kauf von Katalogen) trägt zu den gesamten Ausgaben der Messebesucher dagegen nur zu 4% bei. Die *Ausgaben je Messebesucher* liegen für Frankfurter Messen im Schnitt bei rund 450 Euro.⁵ Dieser Wert liegt deutlich über dem für die Bundesrepublik Deutschland insgesamt ermittelten Wert für überregionale Konsumgüter- bzw. Investitionsgütermessen (rund 390 Euro bzw. rund 350 Euro; vgl. Penzkofer 2009b, 23). Ausschlaggebend hierfür ist, dass das Frankfurter Messeprogramm durch zahlreiche internationale Fachmessen geprägt ist, die insbesondere von in- und ausländischen Fachbesuchern mit hoher Entscheidungskompetenz frequentiert werden. Darüber hinaus geben Besucher von sonstigen Veranstaltungen jährlich rund 0,1 Mrd. Euro aus.⁶

Von den *Gesamtausgaben der ausstellenden Unternehmen* in Höhe von jahresdurchschnittlich knapp 1,5 Mrd. Euro entfallen rund 27% auf den Standbau; knapp 17% der Ausgaben stehen im Zusammenhang mit den Personalkosten für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Messebeteiligungen. Knapp ein Viertel der Ausgaben der Aussteller geht an die Messeveranstalter (Standmiete inkl. Gebühren für Strom, Entsorgung usw.). Über 12% der Ausgaben entfallen auf

⁵ Bei einigen Frankfurter Messen liegt der Ausgabenbetrag je Besucher deutlich über 450 Euro. Dies trifft vor allem für Messen mit einem überdurchschnittlich hohen Anteil an ausländischen Fachbesuchern zu, die länger in Frankfurt bleiben als inländische Besucher. Von dieser höheren Ausgabenbereitschaft profitieren vor allem die Hotellerie und Gastronomie des Messestandorts.

⁶ Je Kongressteilnehmer errechnet sich ein Ausgabenbetrag von rund 470 Euro und je Eventbesucher ein Ausgabenbetrag von rund 110 Euro.

die An- und Abreise des Personals der ausstellenden Unternehmen. Die Ausgaben für die Übernachtung und Verpflegung summieren sich auf rund 14%. Bezogen auf alle Frankfurter Messeveranstaltungen liegen die *Ausgaben pro Aussteller* für ein repräsentatives Messejahr bei rund 38 700 Euro. Die Gegenüberstellung der durchschnittlichen Ausstellerausgaben mit dem für überregionale Messen in Deutschland ermittelten Wert von 35 700 Euro (vgl. Penzkofer 2009b, 19), ergibt für in Frankfurt ausstellende Unternehmen einen um rund 8% höheren Wert.

Veranstaltungen der Messe Frankfurt sichern rund 32 500 Arbeitsplätze in Deutschland

Den Ausgaben der Aussteller und Besucher steht ein Umsatz bei verschiedenen Unternehmen gegenüber. Die hierdurch ausgelöste direkte Produktion bedingt eine Reihe zusätzlicher indirekter wirtschaftlicher Wirkungen: Die unmittelbaren Produktionseffekte führen durch die Nachfrage nach Vorleistungen zu vorleistungsbedingter Produktion und setzen sich in allen Produktionsstufen fort. Neben den vorleistungsbedingten Produktionseffekten kommen noch Einkommenseffekte hinzu, da die Produktion zu Einkommen bei den privaten Haushalten führt. Dies ruft eine zusätzliche Nachfrage und damit Produktion hervor.

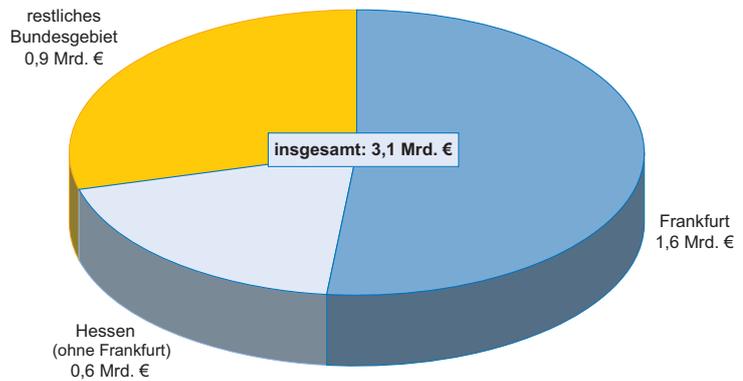
Werden die gesamten (direkten und indirekten) Produktionseffekte in die Betrachtung einbezogen, so errechnet sich, dass insgesamt in einem durchschnittlichen Veranstaltungsjahr in *Deutschland* rund 32 500 Arbeitsplätze⁷ von den Ausgaben abhängig sind, die anlässlich der Veranstaltungen auf

dem Frankfurter Messegelände getätigt werden (vgl. Abb. 3). Bezogen auf *Frankfurt* resultieren rund 18 700 *abhängige Arbeitsplätze*. In Hessen insgesamt sind im Jahresdurchschnitt rund 24 800 Personen durch Veranstaltungen der Messe Frankfurt beschäftigt. Aufgrund der Lieferverflechtungen partizipieren aber auch Unternehmen in den übrigen Bundesländern an den wirtschaftlichen Wirkungen. Die Zahl der induzierten Arbeitsplätze beträgt außerhalb von Hessen über 7 700. Werden die bundesweit induzierten Arbeitsplätze (rund 32 500) in Relation zur weltweiten Mitarbeiterzahl der Messe Frankfurt gesetzt, so *sichert jeder Mitarbeiter der Messe Frankfurt rund 20 Arbeitsplätze in Deutschland*.

Die gesamten veranstaltungsinduzierten Arbeitsplätze sind aufgrund der unmittelbaren Ausgabeneffekte überwiegend im Hotel- und Gaststättengewerbe (35%) angesiedelt. Weitere 9 100 Arbeitsplätze entfallen auf das Handwerk und andere Dienstleistungen im Rahmen der Veranstaltungen. Im Einzelhandel befinden sich rund 8% der Arbeitsplätze.

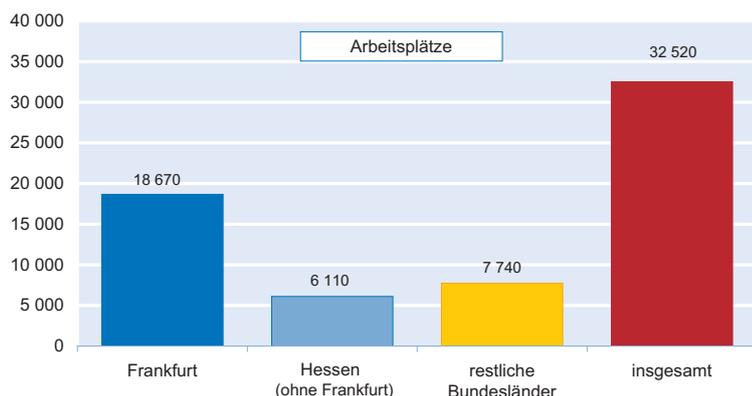
Auf Basis der von allen Besuchern und Ausstellern insgesamt ausgelösten (direkten und indirekten) Produktionseffekte errechnet sich ein bundesweit *induziertes Kaufkraftvolumen* von jahresdurchschnittlich 3,1 Mrd. Euro (vgl. Abb. 4). Die *regionale Bedeutung* der durchgeführten Veranstaltungen unterstreicht der

Abb. 4
Kaufkrafteffekte
Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe Frankfurt GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Abb. 3
Beschäftigungseffekte
Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe Frankfurt GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

⁷ Die mit der veranstaltungsinduzierten Nachfrage verbundene Beschäftigung wurde mittels wirtschaftszweigspezifischer Arbeitskoeffizienten errechnet. Die ermittelten Erwerbstätigen stellen bezogen auf die Arbeitszeit (den geleisteten Output) einer wirtschaftszweigbezogenen repräsentativen Arbeitsperson Vollzeitäquivalente dar.

erzielte Kaufkraftzufluss für *Frankfurt*: mit 1,6 Mrd. Euro wird über die Hälfte des Kaufkraftzuflusses in Frankfurt wirksam. Nimmt man noch das restliche Hessen hinzu, so entstehen im *Bundesland Hessen* durch die Veranstaltungen bei der Messe Frankfurt insgesamt 2,2 Mrd. Euro an zusätzlichem Kaufkraftvolumen.

Die regionale Komponente der Veranstaltungen schlägt sich auch in der Übernachtungszahl nieder. In *Frankfurt* basieren rund 1,75 Millionen Übernachtungen bzw. rund 29% aller Übernachtungen⁸ auf Veranstaltungen der Messe Frankfurt.

Veranstaltungen bei der Messe Frankfurt induzieren Steuereinnahmen in Höhe von 567 Millionen Euro

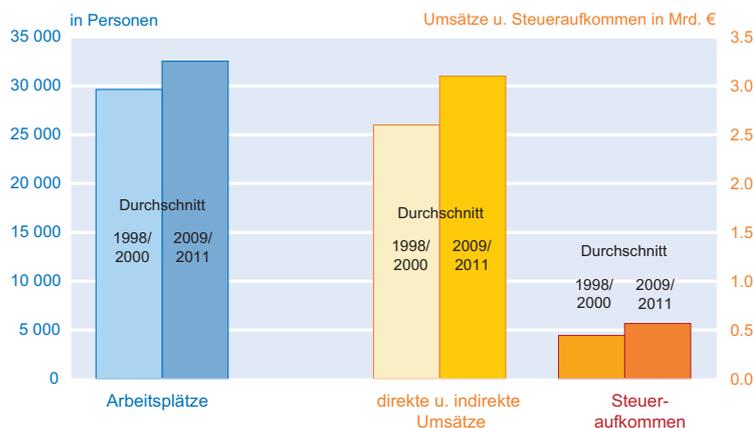
Weitere mit den Veranstaltungen verbundene Wirkungen stellen Steuereinnahmen der verschiedenen Gebietskörperschaften (Stadt Frankfurt, Bundesland Hessen, restliche Bundesländer, Bund) dar, die infolge von Produktionsprozessen, daraus resultierenden Einkommen und Gewinnen sowie durch den privaten Verbrauch anfallen. Die bedeutendsten Positionen sind die Mehrwertsteuer sowie die Lohn- und Einkommensteuer.

Der Beitrag der Veranstaltungen bei der Messe Frankfurt zu den Einnahmen der öffentlichen Haushalte ist nicht unerheblich: Für alle Gebietskörperschaften der Bundesrepublik Deutschland ergeben sich für ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr *Steuereinnahmen* in Höhe von 567 Mill. Euro; davon entfallen rund 29 Mill. Euro auf Frankfurt und 159 Mill. Euro auf das übrige Hessen. Die Hälfte der 567 Mill. Euro Steuereinnahmen entfällt auf den Bund (285 Mill. Euro).

Deutlicher Anstieg der veranstaltungsinduzierten Umsätze, Arbeitsplätze und des Steueraufkommens in den vergangenen zehn Jahren

Die Veranstaltungsaktivitäten der Messe Frankfurt stellen, wie die Untersuchungsergebnisse zeigen, sowohl für die Stadt Frankfurt als auch für das Bundesland Hessen einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor dar. Das ifo Institut hat bereits im Jahr 2000 eine Studie zu den wirtschaftlichen Effekten der Veranstaltungen der Messe Frankfurt erstellt. Werden die sich jeweils auf ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr beziehenden Befunde aus dem Jahr 2000 mit

Abb. 5
Wirtschaftliche Effekte der Frankfurter Veranstaltungen
Vergleich der durchschnittlichen Veranstaltungszeiträume 1998/2000 und 2009/2011



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

denen der aktuellen Untersuchung verglichen, so ergeben sich folgende Ergebnisse (vgl. Abb. 5):

- Das aktuell bundesweit induzierte *Kaufkraftvolumen* in Höhe von jahresdurchschnittlich 3,1 Mrd. Euro fällt um rund 19% höher aus, als für den Zeitraum 1998 bis 2000 ermittelt.
- Die erhöhten Umsätze hatten eine gesteigerte Produktionsstätigkeit zur Folge. Dadurch wuchs die Zahl der von Veranstaltungen der Messe Frankfurt direkt und indirekt abhängigen *Arbeitsplätze* um rund 10%.
- Die im Vergleich zur Studie aus dem Jahr 2000 höheren Veranstaltungsausgaben führten zudem zu einem höheren *Steueraufkommen* von rund 27%.

Basierend auf die im Zehnjahresvergleich im Zeitraum 2009/2011 *höhere Internationalität der Besucher und Aussteller* legten die wirtschaftlichen Effekte für die Stadt Frankfurt stärker zu als für Deutschland insgesamt. Mehr ausländische Besucher und Aussteller bedeuteten eine längere Verweildauer in Frankfurt und damit mehr Übernachtungen sowie mehr Ausgaben in der Gastronomie. Im Einzelnen wuchs der Kaufkraftzufluss für Frankfurt um rund 23%, die Zahl der Arbeitsplätze stieg um 11%, und die Steuereinnahmen legten um rund 32% zu.

Literatur

Kirchgeorg, M. (2003), »Funktionen und Erscheinungsformen von Messen«, in: M. Kirchgeorg, W.M. Dornscheidt, W. Giese und N. Stoeck (Hrsg.), *Handbuch Messemanagement*, Gabler, Wiesbaden, 51–71.

Penzkofer, H. (2009a), »Düsseldorfer Messen und Veranstaltungen von DüsseldorfCongress sichern die Arbeitsplätze von bundesweit knapp 28 100 Personen«, *ifo Schnelldienst* 62(22), 47–51.

⁸ Im Jahr 2010 lag die Zahl der Übernachtungen bei etwas über 6 Millionen.

Penzkofer, H. (2009b), *Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland*, AUMA-Schriftenreihe – Edition 30, Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., Institut der deutschen Messewirtschaft, Berlin.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2010), *Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung – Input-Output-Rechnung – 2007*, Wiesbaden.

Täger, U.Chr. und H. Penzkofer (2005), »Production and employment effects of trade fairs and exhibitions«, in: M. Kirchgeorg, W.M. Dornscheidt, W. Giese und N. Stoeck (Hrsg.), *Trade Show Management*, Gabler, Wiesbaden, 127–139.