ECONSTOR
*Make Your Publications Visible.*

A Service of

ZBW Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Penzkofer, Horst; Täger, Uwe Chr.

**Article**

# Wirtschaftliche Wirkungen der Münchner Messe

ifo Schnelldienst

**Provided in Cooperation with:**
Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

*Suggested Citation:* Penzkofer, Horst; Täger, Uwe Chr. (2001) : Wirtschaftliche Wirkungen der Münchner Messe, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 54, Iss. 23, pp. 23-32

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/163717

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

# Wirtschaftliche Wirkungen der Münchner Messen



Horst Penzkofer und Uwe Chr. Täger

**Die Messe München GmbH beauftragte das ifo Institut, die direkten und indirekten wirtschaftlichen Folgewirkungen der Münchner Messen zu untersuchen und auf wesentliche Bestimmungsfaktoren hin zu analysieren (Britschkat, Penzkofer und Täger 2001). Mit Hilfe von empirischen Erhebungen über messerelevante Ausgaben bei Ausstellern und Besuchern ausgewählter Münchner Messen[1] in den Jahren 2000 und 2001 wurden in einem Schätzmodell für alle Messen und Ausstellungen im Zeitraum von 1998 bis 2001 die jeweiligen Gesamtausgaben ermittelt. Unter Verwendung dieser Ergebnisse wurden auf der Grundlage aller relevanten Ausgabenarten von Messebesuchern und -ausstellern sowie mit Hilfe von Input-Output-Tabellen die direkten und indirekten Produktions- und Beschäftigungseffekte für ein durchschnittliches Messejahr (Zeitraum von 1998 bis 2001) berechnet.[2] Darüber hinaus wurden die ermittelten Werte über die Ausgabenvolumina der Besucher und Aussteller sowie über die daraus resultierenden Produktions- und Beschäftigungseffekte mit den entsprechenden Werten einer gleichartigen Studie aus dem Jahr 1990 verglichen (Goldrian und Täger 1990).**

## Besucherausgaben betrugen im Jahr 2000 knapp 620 Mill. DM

Im Jahr 2000 wurden 2,12 Mill. Besucher auf den Messen und sonstigen Veranstaltungen der Messe München GmbH gezählt, die nach den Berechnungen des ifo Instituts **insgesamt 618,4 Mill. DM an messerelevanten Ausgaben tätigten** (vgl. Tab.1). Aufgrund des unterschiedlichen Veranstaltungsrhythmus bzw. -turnus der verschiedenen Münchner Messen lagen die Ausgabenvolumina in den Vorjahren z.T. erheblich höher (1999: 655,8 Mill. DM; 1998: 966,4 Mill. DM). Das außerordentlich hohe Ausgabenvolumen 1998 wurde durch die internationale Leitmesse Bauma hervorgerufen, die mit rund 380 000 Besuchern ein Ausgabenvolumen von rund 400 Mill. DM stimulierte. Zur Berechnung der wirtschaftlichen Wirkungen der Münchner Messeveranstaltungen wird daher unter Berücksichtigung des jeweiligen Turnus der einzelnen Messen für einen Jahreszeitraum von vier Jahren ein durchschnittliches (repräsentatives) Messejahr zugrunde gelegt. Für dieses durchschnittliche Messejahr beträgt das **Ausgabenvolumen der Besucher rund 766 Mill. DM.**

Für das Jahr 2000 betragen die **durchschnittlichen Ausgaben pro Besucher** für alle Münchner Messen und sonstigen Veranstaltungen **rund 292 DM.** Werden nur die klassischen Münchner Messen ohne die meist kleineren Gastveranstaltungen und Kongresse auf dem Münchner Messegelände und im M.O.C. berücksichtigt, so ergibt sich für diese Gruppe von Münchner Messeveranstaltungen für das Jahr 2000 ein **durchschnittlicher Ausgabenbetrag pro Besucher von 381 DM.** Dieser Wert liegt etwas unter dem Durchschnittswert für überregionale Messeveranstaltungen für die Bundesrepublik Deutschland in Höhe von 431 DM im Jahr 1997 (Spannagel et al. 1999, S. 49). Diese Differenz kann auf die Besucherstruktur der Messen der GHM (Gesellschaft für Handwerksmessen) zurückgeführt werden, deren Besucher hauptsächlich aus dem Münchner Umland und aus Bayern

[1] In die Studie konnten insgesamt die Angaben von rund 3 000 Besuchern und rund 4 500 Ausstellern einbezogen werden. Im Einzelnen handelt es sich um die folgenden Veranstaltungen: INHORGENTA MÜNCHEN, ANALYTICA, ISPO – Sommer, INTERMOT MÜNCHEN, IBA, EXPO REAL, SYSTEMS, ELECTRONICA, HEIM + HANDWERK, I.H.M., GARTEN MÜNCHEN, BAU 2001.

[2] Eine solche Quantifizierung der wirtschaftlichen Wirkungen stellt darauf ab, dass die durch die Messeausgaben »ausgelasteten« Produktions- und Beschäftigungskapazitäten nicht durch andere Nachfrageaktivitäten tangiert bzw. genutzt werden, d.h. der etwaige Ausfall der Messeausgaben als Nachfragevolumen wird nicht durch Ausgaben anderer Unternehmen und Personen kompensiert. Nahezu alle Studien zur Berechnung der sog. »Umwegerentabilität« größerer Infrastrukturprojekte haben diese Annahme zur Grundlage.

**Tab.1**
**Gesamtausgaben der in- und ausländischen Besucher von Münchner Messen und sonstigen Veranstaltungen in den Jahren 1998, 1999 und 2000**

| Jahr | Anzahl der Besucher aus dem ... | | Besucher insgesamt | Gesamtausgaben (in Mill. DM) | Durchschnittliche Ausgaben pro Besucher (in DM) |
|---|---|---|---|---|---|
| | Inland | Ausland | | | |
| 1998 | 2 432 399 | 240 254 | 2 672 653 | 966,4 | 362 |
| 1999 | 1 885 426 | 134 997 | 2 020 423 | 655,8 | 325 |
| 2000 | 1 943 885 | 171 437 | 2 115 322 | 618,4 | 292 |
| Durchschnittliches Messejahr [a)] | - | - | - | 766,0 | 338 |

[a)] Unter Berücksichtigung des Veranstaltungsturnus aller Messen im Zeitraum 1998 bis 2001.

Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts.

kommen (wie z.B. Internationale Handwerksmesse, Heim und Handwerk).

Andererseits liegen die durchschnittlichen Besucherausgaben für einige Münchner Messeveranstaltungen deutlich höher. Besonders die von Fachbesuchern stark frequentierten Messen wie z.B. **ISPO Sommer** mit durchschnittlichen Ausgaben pro Besucher in Höhe von knapp 800 DM oder die Leitmesse **Internationale Fachmesse Weltmarkt des Backens** (IBA) mit gut 1 000 DM ragen mit merklich überdurchschnittlichen Beträgen heraus. Andere Messen wie z.B. die Heim und Handwerk mit durchschnittlichen Besucherausgaben von rund 120 DM, die Intermot München mit knapp 300 DM oder die Systems mit rund 300 DM werden vornehmlich von Besuchern frequentiert, die sich als Auswärtige überwiegend nur einen Tag in München aufhalten oder aus der Münchner Region oder Bayern kommen.

Das Ausgabenvolumen der Besucher für eine Messe wird entscheidend vom internationalen Stellenwert der jeweiligen Messe und damit von den Anteilen der **ausländischen Aussteller und Besucher** beeinflusst. Darüber hinaus spielen die Zeitdauer der Messe und damit auch die Aufenthaltsdauer der in- und ausländischen Besucher eine entscheidende Rolle für die Höhe der Besucherausgaben. Die Ausgabenneigung der Fach- und Publikumsbesucher wird ferner **von der Attraktivität des Messestandorts und seines Umfeldes** erheblich beeinflusst. Diejenigen Münchner Messen, die als **Leitmessen für den Weltmarkt,** aber auch für den gesamten europäischen Wirtschaftsraum eine herausragende marketing- und technologiepolitische Bedeutung besitzen, sind durch überdurchschnittlich hohe Ausgaben pro Besucher geprägt. Diese Ausgaben werden zu einem überwiegenden Teil »außerhalb des Messegeländes« in der Stadtregion München und im angrenzenden Umland getätigt.

## Übernachtungsausgaben bei den Messebesuchern dominierend

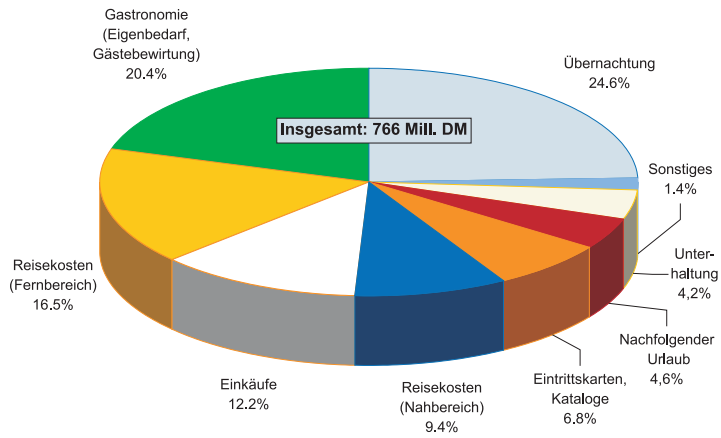
Gemessen am Ausgabenvolumen von rund 766 Mill. DM für ein durchschnittliches Messejahr entfallen auf die **Ausgaben für Übernachtung knapp 25%** (vgl. Abb. 1). Rund drei Viertel der Übernachtungsausgaben werden in der Stadtregion und ein Viertel im »entfernteren« Umland getätigt.

Die Ausgaben für **Verpflegung** (inkl. Gästebewirtung 20,4%) und für **private Einkäufe im Einzelhandel** (12,2%) werden fast ausschließlich in der Stadtregion München wirksam, während die Ausgaben **für die An- und Abreise** von auswärtigen Besuchern (16,5%) zu einem erheblichen Teil am Firmen- oder Wohnsitz des auswärtigen Besuchers getätigt werden und daher nur zu einem geringen Teil in München eine »wirtschaftliche Wirkung« auslösen. Die Ausgaben für die Nutzung des öffentlichen Personen-Nahverkehrs und für sonstige Verkehrsmittel für die An- und Abfahrt zum Messegelände München-Riem erlangen einen Anteil von insgesamt 9,4% und können im Hinblick auf ihre regionalen Wirkungen ganz der Stadtregion München zugerechnet werden.

Aufgrund der Verlagerung der Messe aus der Innenstadt auf das neue Messegelände nach Riem haben sich – den gewonnenen Daten nach – die Anteile der **Besucherausgaben für private Einkäufe im Münchner Einzelhandel tendenziell gemindert.** Auch wenn aufgrund der veränderten Methodik der Datengewinnung und -aufbereitung für die aktuelle Studie ein direkter Vergleich zwischen den Ausgabenanteilen für Einkäufe im Münchner Einzelhandel zwischen 1989 und 2000 erschwert wird, so weisen z.B. die deutlichen Anteilsminderungen für diese spezielle Ausgabenart von 29,0% im Jahr 1989 auf 8,5% im Jahr 2000 bei Besuchern der Messe ISPO Sommer oder von 23,9 auf 10,9% bei der Messe Systems darauf hin, dass zahlrei-

Abb. 1

**Ausgaben der Besucher von Münchner Messen**
- für ein durchschnittliches Messejahr (1998 bis 2001) -




Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung.

che Besucher dieser Messen nicht mehr bereit sind, im Rahmen eines Messebesuches auf dem neuen Messegelände Riem auch noch in die Innenstadt zum Shopping zu fahren.

## Ausstellerausgaben im Jahr 2000 in Höhe von 1,54 Mrd. DM

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 auf dem Münchner Ausstellungsgelände im direkten Zusammenhang stehen. Unter Zugrundelegung dieses Kriteriums wurden auch die **unternehmensinternen Personalkosten bzw. -ausgaben** in die Ermittlung der Gesamtausgaben der Münchner Aussteller einbezogen. Desgleichen wurden die Ausgaben für die An- und Abreise des Aufbau- und Standpersonals der Unternehmen berücksichtigt, da diese Ausgaben in einem unmittelbaren Zusammenhang mit der Vorbereitung und Durchführung der Münchner Messeaktivitäten stehen. Für die Analyse der wirtschaftlichen Wirkungen der beiden zuletzt erwähnten Ausgabenarten ist zu berücksichtigen, dass diese Ausgaben nur zu einem geringen Teil in der Münchner Stadtregion wirtschaftlich wirksam werden, d.h. diese Ausgaben werden teilweise am Firmensitz des ausstellenden Unternehmens getätigt.

Für das Messejahr 2000 ergibt sich **ein Gesamtvolumen** der über 33 000 Aussteller aller Münchner Messen und Ausstellungen **in Höhe von 1,54 Mrd. DM** (vgl. Tab. 2). Im Jahr 1999 belief sich das entsprechende Ausgabenvolumen auf 1,74 Mrd. DM, im Jahr 1998 auf 1,51 Mrd. DM. Das hohe Ausgabenvolumen im Jahr 1999 wurde durch die Ausrichtung von zwei größeren Messen beeinflusst, der BAU, die alle zwei Jahre stattfindet, und der IFAT, der Internationalen Fachmesse für Umwelt und Entsorgung, die alle drei Jahre auf dem Münchner Messegelände veranstaltet wird.

Unter Berücksichtigung des unterschiedlichen Turnus der meisten Messen und sonstigen Veranstaltungen auf dem Münchner Messegelände und im M.O.C. wurde für ein **durchschnittliches Messejahr ein Ausgabenvolumen der Aussteller in Höhe von 1,73 Mrd. DM errechnet.** Dabei wurden auch größere Messen mit stark internationaler Ausstellerbeteiligung in die Berechnung einbezogen, die wie

Tab.2

**Gesamtausgaben der Aussteller von Münchner Messen und sonstigen Veranstaltungen in den Jahren 1998, 1999 und 2000**

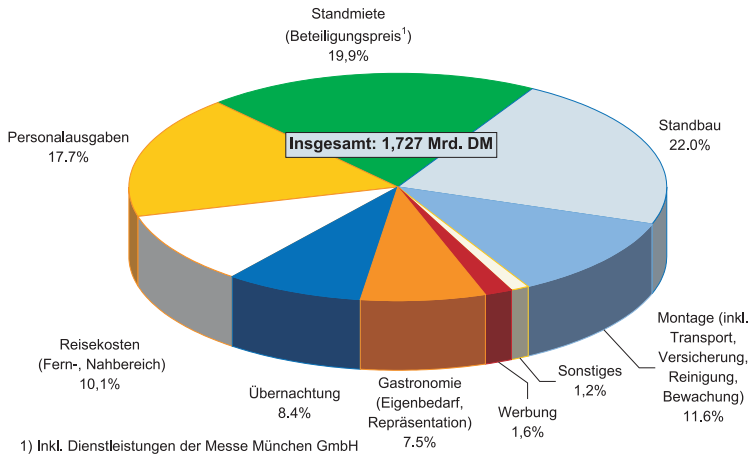
| Jahr | Anzahl der Aussteller aus dem ... | | Aussteller insgesamt | Gesamtausgaben (in Mill. DM) | Durchschnittliche Ausgaben pro Aussteller (in DM) |
|---|---|---|---|---|---|
| | Inland | Ausland | | | |
| 1998 | 22 762 | 7 549 | 30 311 | 1 508,7 | 49 774 |
| 1999 | 24 873 | 6 760 | 31 633 | 1 741,3 | 55 046 |
| 2000 | 24 981 | 8 402 | 33 383 | 1 543,8 | 46 246 |
| Durchschnittliches Messejahr [a] | - | - | - | 1 727,2 | 52 857 |

[a] Unter Berücksichtigung des Veranstaltungsturnus aller Messen im Zeitraum 1998 bis 2001.

Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts.

Abb. 2

**Ausgaben der Aussteller von Münchner Messen**
- für ein durchschnittliches Messejahr (1998 bis 2001) -




1) Inkl. Dienstleistungen der Messe München GmbH
Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung.

z.B. die Drinktec oder die Bauma in einem drei- bzw. vierjährigen Turnus auf dem Münchner Messegelände stattfinden.[3]

Gemessen am durchschnittlichen Gesamtwert **aller Ausstellerausgaben von 1,73 Mrd. DM** entfielen die größten Anteile auf die Ausgaben für ...

- den Standbau 22,0%,
- die Standmiete (Beteiligungspreis)[4] 19,9%,
- das unternehmensinterne Personal 17,7%.

Mit Ausnahme der Ausgaben für An- und Abreise (Nah- und Fernbereich 10,1%), für Übernachtung (8,4%), für Verpflegung (inkl. Gästebewirtung 7,5%) und für die Inanspruchnahme von unternehmensnahen Dienstleistungen (5,5% ohne Ausgaben für Transport, Versicherung, Reinigung und Bewachung) weisen die übrigen Ausgabenarten für eine Münchner Messebeteiligung nur geringe Anteile in einer Größenordnung von 3,5 bis 0,5% auf (vgl. Abb. 2).

Für das Messejahr 2000 betragen die **durchschnittlichen Ausgaben pro Aussteller** aller Münchner Messen, Ausstellungen und Veranstaltungen rund 46 300 DM. Werden in einer derartigen Durchschnittsbetrachtung nur die Aussteller der Münchner Messen einbezogen, die als sog. Eigenveranstaltung durchgeführt werden, so belaufen sich die durchschnittlichen Ausstellerausgaben auf **knapp 56 200 DM.**

Die höchsten durchschnittlichen Ausstellerausgaben pro Aussteller von den im Rahmen der Studie befragten Messen weisen die **international führenden Messen BAU 2001 mit über 142 000 DM und IBA 2000 mit gut 93 000 DM auf.** Die mehr regionalen Messen, wie die Konsumgüter- und Publikumsmesse Heim und Handwerk mit durchschnittlichen Ausstellerausgaben von rund 37 000 DM oder die Garten-Messe im M.O.C. mit rund 21 000 DM, sind dagegen durch kostensparende Beteiligungsaktivitäten der meist kleinbetrieblichen Aussteller charakterisiert.

## Gesamtvolumen der primären Messeausgaben von Besuchern und Ausstellern beträgt 2,16 Mrd. DM

Basierend auf den Ausgabeninformationen der schriftlichen und mündlichen Erhebungen bei den Besuchern und Ausstellern von über zehn ausgewählten Münchner Messen und auf den sich daran anschließenden Berechnungen für alle Münchner Messen mit Hilfe eines (Simulations-)Modells ergibt sich ein **gesamtes Ausgabenvolumen aller Besucher und Aussteller von 2,16 Mrd. DM für das Jahr 2000** (vgl. Tab. 3).

**Tab. 3**
**Gesamtausgaben der Besucher und Aussteller von Münchner Messen**
**– in Mill. DM –**

| Jahr | Aussteller-Gesamtausgaben (1) | Besucher-Gesamtausgaben (2) | Gesamtes Ausgabenvolumen (1) + (2) |
|---|---|---|---|
| 1998 | 1 508,8 (61,0%) | 966,4 (39,0%) | 2 475,2 (100%) |
| 1999 | 1 741,3 (72,6%) | 655,8 (27,4%) | 2 397,1 (100%) |
| 2000 | 1 543,8 (71,4%) | 618,4 (28,6%) | 2 162,2 (100%) |
| Durchschnittliches Messejahr [a)] | 1 727,2 (69,3%) | 766,0 (30,7%) | 2 493,2 (100%) |

[a)] Unter Berücksichtigung des Veranstaltungsturnus aller Messen im Zeitraum 1998 bis 2001.

Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts.

[3] Entsprechend den Besucherausgaben beruhen die späteren Berechnungen über die direkten und indirekten Produktions- und Beschäftigungseffekte auf diesem durchschnittlichen Ausgabenvolumen.

[4] In diesen Ausgaben bzw. Kosten sind auch die Ausgaben für Energie und sonstige Dienstleistungen der Messe München GmbH enthalten, die an die Aussteller verrechnet werden.

**Tab. 4**
**Wirkungen der Besucher- und Ausstellerausgaben für einzelne Wirtschaftsräume [a)]**

| Wirkungen in ausgewählten Wirtschafträumen | Ausgaben in Mill. DM | in % |
|---|---|---|
| **Besucherausgaben insgesamt, davon wirksam ...** | **766,0** | **100** |
| – im Ausland | 68,9 | 9,0 |
| – in Deutschland insgesamt | 697,1 | 91,0 |
| darunter: | | |
| in Bayern (inkl. München) | 634,9 | 83,0 |
| in der Stadtregion München | 485,0 | 63,4 |
| **Ausstellerausgaben insgesamt, davon wirksam ...** | **1 727,2** | **100** |
| – im Ausland | 425,2 | 24,6 |
| – in Deutschland insgesamt | 1 302,0 | 75,4 |
| darunter: | | |
| in Bayern (inkl. München) | 920,5 | 53,3 |
| in der Stadtregion München | 697,9 | 40,4 |
| **Messeausgaben insgesamt, davon wirksam ...** | **2 493,2** | **100** |
| – im Ausland | 494,1 | 19,8 |
| – in Deutschland insgesamt | 1 999,1 | 80,2 |
| darunter: | | |
| in Bayern (inkl. München) | 1 555,4 | 62,4 |
| in der Stadtregion München | 1 182,9 | 47,5 |

[a)] Durchschnittliches Messejahr unter Berücksichtigung des Veranstaltungsturnus aller Messen im Zeitraum 1998 bis 2001.
Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts.

Davon entfallen auf die Besucherausgaben 28,6% und auf die Ausstellerausgaben 71,4%. Diese Verteilung der Ausgabenanteile verschiebt sich zugunsten der Anteile für die Besucherausgaben, wenn in dem jeweiligen Messejahr größere und international anerkannte Leitmessen auf dem neuen Münchner Messegelände durchgeführt werden, die in der Regel eine hohe Anzahl von ausländischen Fachbesuchern anziehen.

Unter Berücksichtigung des unterschiedlichen Turnus einzelner, meist größerer Messen ergibt sich für ein **durchschnittliches Messejahr ein Gesamtvolumen von 2,5 Mrd. DM**, wobei rund 70% auf die Ausstellerausgaben und rund 30% auf die Besucherausgaben entfallen.

## Knapp zwei Drittel der Messeausgaben werden in Bayern wirtschaftlich wirksam

Von allen Ausstellerausgaben werden »nur« **rund 40% in der Stadtregion München und knapp 13% im restlichen Bayern wirtschaftlich wirksam** (vgl. Tab. 4). Ein wesentlicher Grund hierfür liegt darin, dass vor allem die ausländischen, aber auch die größeren Aussteller viele Vorarbeiten für den Messestand im Ausland oder in den übrigen Bundesländern produzieren lassen. Insgesamt werden daher **knapp 25% aller Ausstellerausgaben im Ausland** und 22% der Ausstellerausgaben im »restlichen« Deutschland (d.h. außerhalb von Bayern) getätigt. Insgesamt werden über 50% der (primären) Ausgaben der Aussteller in Bayern wirtschaftlich wirksam. Dieser hohe Anteil »bayerischer Wertschöpfung« in der Produktion und Bereitstellung von Münchner Messeleistungen ist ein Abbild des hohen Anteils von Ausstellern aus Bayern auf Münchner Messen und Veranstaltungen.

Von den **messeinduzierten Besucherausgaben** verbleiben rund 63% in der Stadtregion München bzw. 83% in Bayern. Diese hohen Anteile können primär auf die Übernachtungs- und Verpflegungsausgaben zurückgeführt werden, die fast ausschließlich in München und Umgebung getätigt werden. Besucherausgaben, die außerhalb des Münchner Messe-»Markts« wirksam werden, erstrecken sich hauptsächlich auf Ausgaben für die Reisen nach München.

Von den gesamten Messeausgaben der Besucher und Aussteller in Höhe von 2,5 Mrd. (für ein durchschnittliches Messejahr) entfallen auf die Stadtregion München 47,5% und auf Bayern 62,4% (einschließlich München).

## Hohe indirekte Wirkungen der Besucher- und Ausstellerausgaben

Die Ausgaben der Besucher und Aussteller der Münchner Messen haben eine direkte Nachfrage bei verschiedenen Unternehmen in- und außerhalb Münchens in unterschiedlichen Wirtschaftszweigen zur Folge. Die messeinduzierte Nachfrage führt zu Produktion und damit auch zu Beschäftigung im Inland, aber auch im Ausland, wenn es sich bei den nachgefragten Produkten und Dienstleistungen um solche ausländischen Ursprungs handelt. So wird z.B. ein beachtlicher Teil der Produktion für die Messestände vor allem von ausländischen Ausstellern im Ausland erstellt.

Zur Berechnung der indirekten Produktions- und Beschäftigungseffekte wurde zunächst die **Input-Output-Tabelle des Statistischen Bundesamtes** für das Jahr 1995 ver-

wendet (Statistisches Bundesamt 2000). Diese Tabelle wurde für das Jahr 2000 hinsichtlich der Preis- und Produktivitätsentwicklungen aktualisiert. Um nicht nur Aussagen für Deutschland machen zu können, sondern auch für die Regionen München und Bayern, waren weitere statistische Arbeiten notwendig: einerseits die Zuordnung der direkten Ausgaben von Ausstellern und Besuchern zu den Regionen München, Bayern, Deutschland und Ausland, andererseits die Erstellung regionaler Input-Output-Tabellen zur Ermittlung der indirekten Wirkungen der Messeausgaben für die Regionen München und Bayern.

Da für diese Studie nur Wirkungen innerhalb Deutschlands interessieren, wurden in der Input-Output-Analyse die direkten Abflüsse ins Ausland und damit auch alle anderen indirekten Wirkungen im Ausland nicht berücksichtigt. Des Weiteren muss zur Ermittlung der Produktions- und Beschäftigungseffekte von den inlandsrelevanten Bruttoausgaben der Besucher und Aussteller die Mehrwertsteuer in Abzug gebracht werden.

Infolge der beiden **notwendigen Modifizierungen der primären Ausgabenwerte** ergibt sich, gemessen an den Bruttoausgaben, ein um rund 20% verminderten Produktionsvolumen für die **Besucherausgaben in Höhe von 614,2 Mill. DM** und ein um 44% verminderten Produktionsvolumen für die **Ausstellerausgaben in Höhe von 966 Mill. DM.** Die relativ hohe Korrektur der Ausstellerausgaben ist auf die hohen Auslandsanteile der Ausgaben für die Produktion von Messeständen und auf die internen Personalaufwendungen der ausländischen Aussteller für die Planung und Vorbereitung der Münchner Messebeteiligungen zurückzuführen. Insgesamt ergibt sich ein durch die Münchner Messen ausgelöstes **direktes Produktionsvolumen von insgesamt 1 580,2 Mill. DM** (für ein durchschnittliches Messejahr).

## Knapp 20 300 Erwerbstätige direkt und indirekt von Münchner Messen abhängig

Aus der durch die Messeausgaben und die direkte Produktion induzierte Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen ergeben sich die indirekten Produktions- und Beschäftigungseffekte aufgrund der multiplikativ wirkenden Leistungsverflechtungen in der gewerblichen Wirtschaft in Deutschland. Für alle Messeausgaben beläuft sich die **vorleistungsbedingte indirekte Produktion auf rund 1 040 Mill. DM,** dies entspricht einer Zahl von rund 4 920 Erwerbstätigen[5] (vgl. Tab. 5). Aufgrund dieser Vorleistungen und der direkten Nachfrage in den verschiedenen Liefer- und Wirtschaftssektoren werden bei den Beschäftigten **zusätzliche Einkommenseffekte** und daraus resultierende Nachfrage der konsumierenden Haushalte angestoßen, die wiederum zu einer zusätzlichen Produktion führt. Diese sich aus dem

[5] Die im Folgenden ausgewiesenen Zahlen der Erwerbstätigen enthalten sowohl Teil- als auch Vollzeitbeschäftigte.

**Tab. 5**
**Direkte und indirekte Produktions- und Beschäftigungswirkungen der Besucher und Ausstellerausgaben der Münchner Messen[a]**

| Messeteilnehmer | Direkte Wirkungen (1) | Vorleistungs-wirkungen (2) | Einkommens-wirkungen (3) | Indirekte Wirkungen insgesamt (2) + (3) | Direkte und indirekte Wirkungen (1) + (2) + (3) |
|---|---|---|---|---|---|
| **Besucher** | | | | | |
| - Produktion[b] absolut | 614,2 | 476,8 | 161,7 | 638,5 | 1 252,8 |
| (in %) | (49,0) | (38,1) | (12,9) | (51,0) | (100) |
| - Erwerbstätige[c] absolut | 6 170 | 2 208 | 913 | 3 121 | 9 291 |
| (in %) | (66,4) | (23,9) | (9,8) | (33,6) | (100) |
| **Aussteller** | | | | | |
| - Produktion[b] absolut | 966,0 | 566,1 | 351,5 | 917,6 | 1 883,6 |
| (in %) | (51,3) | (30,1) | (18,7) | (48,7) | (100) |
| - Erwerbstätige[c] absolut | 6 271 | 2 710 | 1 986 | 4 696 | 10 967 |
| (in %) | (57,2) | (24,7) | (18,1) | (42,8) | (100) |
| **Insgesamt** | | | | | |
| - Produktion[b] absolut | 1 580,2 | 1 042,9 | 513,2 | 1 556,1 | 3 136,4 |
| (in %) | (50,3) | (33,3) | (16,4) | (49,7) | (100) |
| - Erwerbstätige[c] absolut | 12 441 | 4 918 | 2 899 | 7 817 | 20 258 |
| (in %) | (61,4) | (24,3) | (14,3) | (38,6) | (100) |

[a] Für ein durchschnittliches Messejahr (1998–2001).
[b] In Mill. DM.
[c] Anzahl der Erwerbstätigen.

Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts.

privaten Verbrauch ergebenden indirekten Wirkungen führten zu einer Produktion in Höhe von rund 510 Mill. DM. Werden die **vorleistungsbedingten und die einkommensinduzierten Produktionswerte** addiert, ergibt sich eine zusätzlichen Produktion von **knapp 1 560 Mill. DM** aufgrund indirekter Wirkungen.

Die direkten und indirekten Wirkungen haben für ein durchschnittliches Messejahr folgendes Gesamtergebnis zur Folge:

- Insgesamt beträgt das durch die Messeausgaben ausgelöste **gesamtwirtschaftliche Produktionsvolumen 3 136,4 Mill. DM.** Es errechnet sich ein Gesamtmultiplikator von 1,985; d.h. eine durch Messeausgaben induzierte Produktion in Höhe von 1 000 DM erzeugt einen zusätzlichen Produktionswert in Höhe von 985 DM.
- Die mit den Münchner Messen direkt und indirekt in einem wirtschaftlichen Zusammenhang stehenden Arbeitsplätze betragen knapp 20 300.
- Von dem gesamten messeinduzierten Produktionsvolumen in Höhe von 3,1 Mrd. DM entfielen **50% auf die direkten und 50% auf die indirekten,** d.h. vorleistungs- und einkommensstimulierten Produktionsvolumina bzw. -effekte.
- Hinsichtlich der **Beschäftigungseffekte** der Münchner Messen ergibt sich eine etwas andere Verteilung: Von der Gesamtzahl der von den Münchner Messen abhängigen Erwerbstätigen entfallen **rund 39% auf die indirekten Wirkungen und 61% auf die direkten Wirkungen.** Ein wesentlicher Grund hierfür liegt darin, dass die **direkte Produktion** von Gütern (und Bereitstellung von Dienstleistungen) für den Besuch von und für die Beteiligung an Münchner Messen sich überwiegend auf **arbeitsintensive Wirtschafts- und insbesondere Dienstleistungssektoren** erstreckt (wie z.B. Hotel, Gastronomie, Verkehrs- und Transportunternehmen), die **indirekte Produktion** sich dagegen auf alle Liefersektoren der gewerblichen Wirtschaft erstreckt, die eine im Durchschnitt geringere Arbeitsintensität aufweist. Hieraus resultiert die geringere Anzahl von rund 7 800 Erwerbstätigen gegenüber rund 12 440 Erwerbstätigen, die durch die direkten Produktionswirkungen und die unmittelbare Nachfrage nach messerelevanten Gütern und Dienstleistungen entstehen.

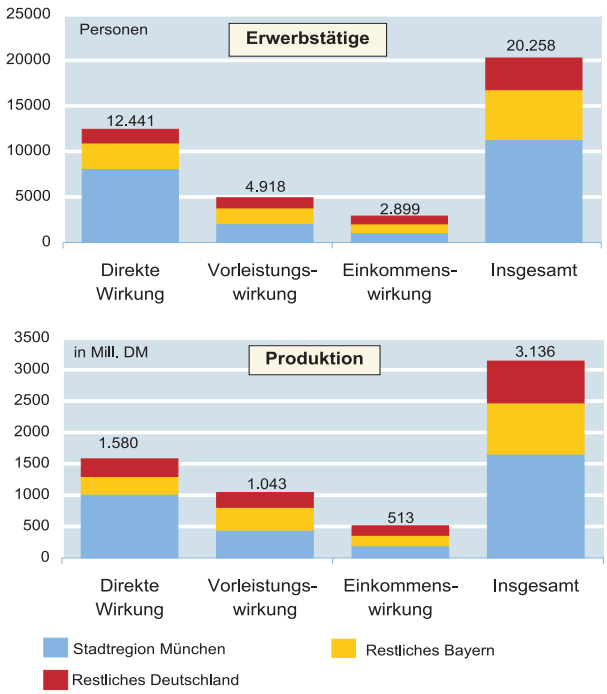
## Hohe messeinduzierte Produktions- und Beschäftigungseffekte für die Stadtregion München

Wesentliches Ziel dieser Untersuchung war die Differenzierung der messeinduzierten Produktions- und Beschäftigungseffekte nach einzelnen Wirtschaftsräumen, so nach der **Stadtregion München, dem Freistaat Bayern (ohne die Stadtregion München) und das übrige Deutschland** (ohne den Freistaat Bayern) (vgl. Abb. 3).

**Abb. 3**

**Primär- und Sekundärwirkungen der Münchner Messen**

für Deutschland, den Freistaat Bayern und die Stadtregion München, ein durchschnittliches Messejahr (1998 bis 2001)




Quelle: Berechnungen des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung.

Von dem **direkten Produktionsvolumen** aller Primärausgaben in Höhe von **knapp 1,6 Mrd. DM** entfallen

- 64,3% (1 016 Mill. DM) auf die Stadtregion München,
- 17,9% (284 Mill. DM) auf das restliche Bayern und
- 17,7% (280 Mill. DM) auf das übrige Deutschland.

Werden die indirekten vorleistungs- und einkommensbedingten Wirkungen zusätzlich berücksichtigt, so entfallen vom gesamten Produktionsvolumen in Höhe von 3,1 Mrd. DM »nur« 52,8% auf die Stadtregion München, während auf das restliche Bayern mit 26% und auf das übrige Deutschland mit 21,2% höhere Anteile entfallen als beim direkten Produktionsvolumen. Der verminderte Produktionsanteil der Stadtregion München resultiert daraus, dass diese als »relativ kleiner Wirtschaftsraum« im Vergleich zum restlichen Bayern und übrigen Deutschland einen höheren Anteil an »ausländischen bzw. regionsfremden Waren und Dienstleistungen« bei den indirekten Produktionswirkungen bezieht.

Werden die direkten und indirekten Wirkungen der Münchner Messeausgaben auf die daraus resultierende Anzahl der **Erwerbstätigen** bezogen, so ergibt sich folgende Verteilung nach den relevanten Wirtschaftsräumen:

- 11 310 Erwerbstätige (55,8%) in der Stadtregion München
- 5 471 Erwerbstätige (27,0%) im restlichen Bayern
- 3 476 Erwerbstätige (17,2%) im übrigen Deutschland

**20 258 Erwerbstätige (100%) in Deutschland**

Über die Hälfte der rund 20 300 Erwerbstätigen, deren Arbeitsplätze durch die direkten und indirekten Wirkungen der Münchner Messeausgaben begründet werden, gehen einer Beschäftigung in der Stadtregion München nach. Dieser hohe Anteil an »messeinduzierten« Münchner Erwerbstätigen kann vor allem darauf zurückgeführt werden, dass die Primärnachfrage aus den Besucher- und Ausstellerausgaben hauptsächlich von denjenigen Wirtschaftssektoren »aufgenommen und bedient« werden, die sich durch einen vergleichsweise hohen Personaleinsatz auszeichnen (wie z.B. Hotel, Gastronomie und Handwerk).

## Unternehmensnahe Dienstleistungsunternehmen profitieren am meisten

Werden die Produktions- und Beschäftigungseffekte der Münchner Messeausgaben differenziert nach einzelnen Wirtschaftssektoren analysiert, so ergeben sich folgende Ergebnisse:

Rund 42% des gesamten messeinduzierten Produktionsvolumens in Höhe von 3,1 Mrd. DM entfallen auf sog. **sonstige unternehmensnahe Dienstleistungen** wie z.B. Verkehrs- und Transportleistungen, Werbung und solche Dienstleistungen, die in einem engen Zusammenhang mit der Planung, Durchführung und Auswertung von Münchner Messebeteiligungen stehen. Auf diesen Wirtschaftssektor entfallen allerdings nur 28% der messeinduzierten Erwerbstätigen.

Auf das **Beherbergungs- und Gaststättengewerbe** entfallen rund 16% des gesamten Produktionsvolumens und rund 35% aller Erwerbstätigen, deren Arbeitsplätze auf messeinduzierte Besucher- und Ausstellerausgaben zurückgeführt werden können. Der erhebliche Unterschied in den Anteilen zwischen der Produktion und den Erwerbstätigen kann auf die tendenziell geringen Arbeitsentgelte bzw. Beschäftigtenproduktivitäten in diesem Wirtschaftssektor zurückgeführt werden. Die Arbeitsentgelte pro Erwerbstätigen liegen im Hotel- und Gaststättengewerbe deutlich niedriger als in den übrigen Wirtschaftssektoren.

Sowohl der **Industriesektor** als auch der **Handelssektor** erhalten hauptsächlich durch die vorleistungs- und einkommensbedingten indirekten Produktionswirkungen der Messeausgaben erhebliche Impulse. Während die **direkten Produktionswirkungen** im Handel einen Anteil von 5,0% und im Industriesektor von 6,9% an der gesamten direkten Produktion von 1,6 Mrd. haben, liegen die entsprechenden Produktionsanteile der **indirekten Wirkungen im Handel bei 10,2% und im Industriesektor bei 31,7%**. Sowohl die Industrie als auch der Handel erhalten damit erhebliche Produktionseffekte aus dem multiplikativ verlaufenden Leistungsprozess, der durch die Münchner Messeausgaben über alle Wirtschaftssektoren in Bayern und im restlichen Deutschland ausgelöst wird.

## Steueraufkommen der messeinduzierten Besucher- und Ausstellerausgaben beträgt über 600 Mill. DM

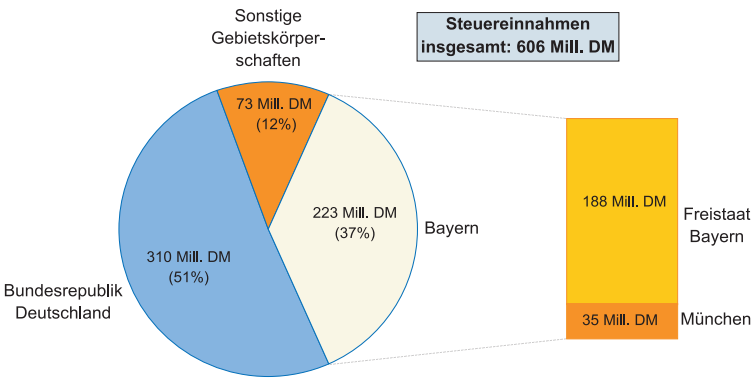
Weitere mit den Messeaktivitäten in München verbundene Wirkungen stellen Steuereinnahmen der verschiedenen Gebietskörperschaften (Stadt München, Freistaat Bayern, Bundesrepublik Deutschland) dar, die infolge von Produktionsprozessen, daraus resultierenden Einkommen und Gewinnen sowie durch den privaten Verbrauch anfallen.[6]

Insgesamt ergeben sich aus den direkten und indirekten messeinduzierten Produktionseffekten der Besucher- und Ausstellerausgaben von rund 3,1 Mrd. DM für die **verschiedenen Gebietskörperschaften Steuereinnahmen in Höhe von 606 Mill. DM für ein durchschnittliches Messejahr** (vgl. Abb. 4). Von diesem Gesamtvolumen an Steuer-

[6] Die Ermittlung der Steuern basiert auf den Daten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung. Grundsätzlich ist jedoch zu beachten, dass die ausgewiesenen Steuerbeträge Werte vor dem Finanzausgleich darstellen.

Abb. 4

**Steuereinnahmen von Münchner Messen**
- für ein durchschnittliches Messejahr (1998 bis 2001) -




Quelle: Berechnungen des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung.

einnahmen entfallen rund 67% auf die Ausstellerausgaben und 33% auf die Besucherausgaben, die rund 38% aller messeinduzierten Ausgaben ausmachen. Das anteilsmäßig etwas höhere Steueraufkommen aus den Ausstellerausgaben dürfte auf die stärkeren Leistungsverflechtungen dieser Ausgabenarten wie z.B. Ausgaben für den Messestandbau zurückgeführt werden.

Der größte Anteil der Steuereinnahmen entfällt mit rund 50% auf die **Mehrwertsteuer**, die sich aus der Summe der bei den Ausgaben der Besucher und Aussteller anfallenden Mehrwertsteuer und der Mehrwertsteuer ergibt, die aus dem einkommensinduzierten privaten Verbrauch resultiert. Gemäß dem sog. Vorabzug für den Bund und die Gemeinden und dem danach folgenden Verteilungsschlüssel der Mehrwertsteuer auf die einzelnen Gebietskörperschaften erhält der **Bund** mit rund 51% den größten Anteil an der Mehrwertsteuer. Von den gesamten Steuereinnahmen entfällt mit rund 22% auf die **Einkommen- und Lohnsteuer** der zweithöchste Anteil, auf die **Körperschaftsteuer** entfällt ein Anteil von rund 12%.

Wird das messeinduzierte Steueraufkommen nach den verschiedenen Gebietskörperschaften ermittelt, so ergibt sich folgende Verteilung: Rund 51% aller Steuereinnahmen aus den Münchner Messeausgaben entfallen auf den Bund und 31% auf den Freistaat Bayern (188 Mill. DM). Für die Konzentration der Steuereinnahmen auf diese beiden Gebietskörperschaften ist hauptsächlich der Aufteilungsschlüssel für die Mehrwertsteuer zwischen Bund und den Ländern bestimmend. Vor der Finanzmittelzuweisung durch das Land auf die Kommunen entfallen knapp 6% aller Steuereinnahmen auf München (35 Mill. DM). Aufgrund der Steuergesetzgebung dominieren bei den messeinduzierten Steuereinnahmen Münchens die Lohn- und Produktionssteuern.

## Starker Anstieg der Ausstellerausgaben in den letzten zehn Jahren

Das ifo Institut hat bereits 1990 eine Studie über »Die wirtschaftliche Bedeutung der Messen für München und Bayern« erstellt. In dieser Studie wurden auch Prognosen für die Entwicklung der Besucher- und Ausstellerausgaben vor dem Hintergrund des damals noch geplanten neuen Messegeländes in Riem sowie Besucher- und Ausstellerkonzepte für die neue Messen erstellt. Da die Studie aus dem Jahr 1990 in erster Linie die wirtschaftlichen Folgewirkungen der Münchner Messen für die Regionen München und Bayern zum Inhalt hatte, beschränkt sich der folgende Vergleich, mit Ausnahme des gesamten Ausgabenvolumens, hinsichtlich der messerelevanten Effekte auf München und das restliche Bayern. Insgesamt kommt dieser Vergleich[7] zu folgenden Ergebnissen:

Das **Ausgabenvolumen** in Höhe von 2,5 Mrd. DM fällt um 26% höher aus, als in der früheren Studie prognostiziert, da insbesondere die vehemente Entwicklungsdynamik der Ausstellerausgaben in der Prognose unterschätzt wurde (Zuwachs knapp 50%). Sowohl die unternehmensinternen Aufwendungen und Aktivitäten für die Planung, Durchführung und Nachbearbeitung von Messen als auch die unternehmensexternen Aufwendungen für die Ausgestaltung von Beteiligungen (u.a. vermehrter Einsatz von Multimedia-Aktivitäten) an wichtigen Messen haben sich in den letzten zehn Jahren z.T. erheblich erhöht.

Trotz der erhöhten Messeausgaben insgesamt blieben die von der Münchner Messe abhängigen **Beschäftigten** für München und das restliche Bayern in Höhe von insgesamt 16 800 gegenüber dem bereinigten Prognosewert in Höhe von rund 17 000 nahezu konstant. Dies ist zum einen auf die im Vergleich zur Prognoseannahme höher ausgefallenen Produktivität (gemessen am realen Bruttoinlandsprodukt je Erwerbstätigen) in den letzten zehn Jahren zurückzuführen und zum anderen fiel ein Teil des erhöhten Ausgabenwerts der Besucher und Aussteller auch außerhalb von Bayern an und wurde dort wirtschaftlich wirksam.

Die im Vergleich zur Prognose von 1990 höheren Messeausgaben führten insbesondere für den Freistaat Bayern zu einem deutlich über der damaligen Schätzung liegenden **Steueraufkommen** (Zuwachs über 40%). Das aktuell für **München** ermittelte Steueraufkommen von rund 35 Mill. DM liegt dagegen nur knapp über dem in der früheren Studie prognostizierten Wert von 34 Mill. Ursächlich für die Zunahme im Steueraufkommen ist nicht der Zuwachs bei der Lohn- und Einkommensteuer, sondern das gestiegene Ausgabenvolumen der Besucher und vor allem der Aussteller (u.a. Standbau in Bayern, Ausgaben für die Vorbereitung und Durchführung der Messen in Bayern) führte zu einem Anstieg des Mehrwertsteueraufkommens und damit zu einem höheren Steueraufkommen für München und Bayern insgesamt. Die Erhöhung des Mehrwertsteuersatzes darf in diesem Zusammenhang zwar nicht vernachlässigt werden, spielt aber nur eine nachgeordnete Rolle.

## Fazit

Die wirtschaftliche Wirkung einer Messegesellschaft beruht nicht allein auf der **technologie- und marketingpolitischen**

[7] Um die Prognosewerte aus dem Jahr 1990 mit den aktuell für das Jahr 2000 ermittelten Wirkungen des neuen Messegeländes vergleichen zu können, mussten zum einen Anpassungen hinsichtlich der tatsächlichen Preissteigerung und Produktivitätsentwicklung vorgenommen werden und zum anderen mittels eines Schätzmodells die unternehmensinternen Personalausgaben der Aussteller für die Vorbereitung, Durchführung und Auswertung ihrer Münchner Messebeteiligungen sowie die Ausgaben für die An- und Abreise, die in der früheren Studie nicht erfasst wurden, quantifiziert werden.

Bedeutung der einzelnen Messeveranstaltungen für die relevanten Wirtschaftszweige, sondern hat sein Fundament auch in den sog. weichen Attraktions- und Standortfaktoren des Messeplatzes und seines Umfeldes vornehmlich für die auswärtigen und ausländischen Besucher und Aussteller. Zunehmende Internationalisierung des Messewesens und der verschärfte Wettbewerb zwischen den größeren Messestandorten zwingen die Messegesellschaft und darüber hinaus die übrigen Messeakteure, das Leistungs- und Imageprofil ihrer Messen und der sonstigen Messeleistungen fortlaufend an den z.T. sehr hohen Anforderungen und Erwartungen der in- und ausländischen Messebesucher und -aussteller abzuprüfen und auszurichten.

Die in dieser Studie gewonnenen Ergebnisse über die wirtschaftlichen Wirkungen der messeinduzierten Besucher- und Ausstellerausgaben zeigen deutlich, dass vor allem die verschiedenen Dienstleistungssektoren in der Landeshauptstadt München erhebliche Nachfrageimpulse von den Messeausgaben erhalten. Vom gesamten Produktionsvolumen in Höhe von 3,1 Mrd. DM entfallen rund 80% auf den Dienstleistungsbereich. Um den Messeplatz München hauptsächlich für die Kaufkraft der auswärtigen Besucher interessant auszugestalten, muss dem Hotel- und Gaststättengewerbe, aber auch den sonstigen messeaffinen Bereichen der unternehmensnahen Dienstleistungen hohe Aufmerksamkeit geschenkt werden. Dabei sind vor allem kleinere, inhabergeführte Unternehmen anzusprechen, die in diesen Dienstleistungssektoren zahlreich vertreten sind und sich durch eine hohe Handlungsflexibilität auszeichnen. Zur Entwicklung und Entstehung einer möglichst einladenden und hohen »Gastfreundschaft« gegenüber allen Messebeteiligten ist daher eine enge und stetige Standortkooperation zwischen der Messegesellschaft und den wichtigen Messeakteuren der Landeshauptstadt München und des Umlandes notwendig.

Sowohl diese aktuelle Studie zu den wirtschaftlichen Wirkungen der Münchner Messen als auch ähnliche Studien für andere deutsche und ausländische Messegesellschaften machen deutlich, dass die Intensität und die »vorleistungs- und einkommensbedingten« Wirkungen der Messeausgaben zu einem erheblichen Teil von der Zahl der ausländischen Besucher und Aussteller der international anerkannten Leitmessen beeinflusst werden. Dabei spielen nicht allein die messeaffinen Ausgaben eine wichtige Rolle, sondern auch die übrigen Ausgaben der ausländischen Besucher und Aussteller, die häufig einen Messebesuch oder eine Messebeteiligung in München mit anderen privaten und geschäftlichen Anlässen in München und im übrigen Deutschland verbinden. Nichtsdestoweniger bildet das Münchner Messe-»Ereignis« den primären und originären Anlass für den Aufenthalt in Bayern und in Deutschland. Aus diesem Grund ist die technologie- und marketingpolitische Qualität der Messen an dem jeweiligen Messeplatz der wichtigste Prüfstand für den Besuch oder die Beteiligung eines ausländischen Besuchers oder Ausstellers an einer Münchner Messe.

## Literatur

Britschkat, G., H. Penzkofer und U.Chr. Täger (2001), *Quantifizierung der wirtschaftlichen Folgewirkungen der Münchner Messen,* Gutachten im Auftrag der Messe München GmbH, München.
Goldrian, G. und U.Chr. Täger (1990), »Wirtschaftliche Bedeutung der Münchner Messeveranstaltungen«, *ifo Schnelldienst* 43 (26-27), 28–41.
Spannagel, R. et al. (1999), *Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland,* ifo Studien zu Handels- und Dienstleistungsfragen, Bd. 5, München.
Statistisches Bundesamt (2000), *Fachserie 18: Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen, Reihe 2: Input-Output-Rechnung 1995,* Wiesbaden.