

Penzkofer, Horst

Article

Aussteller und Besucher von Messen und Veranstaltungen der Messe München lösen jährlich bundesweit einen Umsatz von über 2,6 Mrd. Euro aus

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:

Ifo Institute – Leibniz Institute for Economic Research at the University of Munich

Suggested Citation: Penzkofer, Horst (2014) : Aussteller und Besucher von Messen und Veranstaltungen der Messe München lösen jährlich bundesweit einen Umsatz von über 2,6 Mrd. Euro aus, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 67, Iss. 10, pp. 38-42

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/165431>

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.

Aussteller und Besucher von Messen und Veranstaltungen der Messe München lösen jährlich bundesweit einen Umsatz von über 2,6 Mrd. Euro aus

38

Horst Penzkofer

Im Auftrag der Messe München GmbH hat das ifo Institut nach 2001 und 2007 im Jahr 2013 erneut die durch die Ausgaben von Ausstellern und Besuchern auf Münchner Messen (Messe München und MOC Veranstaltungszentrum) und Kongressen bzw. sonstigen Veranstaltungen (Internationales Congress Center München, ICM) ausgelösten direkten und indirekten wirtschaftlichen Wirkungen ermittelt. Mit Hilfe empirischer Erhebungen über veranstaltungsrelevante Ausgaben bei Ausstellern und Besuchern ausgewählter Münchner Messen und Kongresse wurden mittels eines Schätzmodells die Gesamtausgaben und darauf aufbauend sowohl die Kaufkraft-, Beschäftigungs- und Steuereffekte für ein durchschnittliches Messe- und Veranstaltungsjahr (Zeitraum von 2010 bis 2013) für München, den Freistaat Bayern und die Bundesrepublik Deutschland berechnet. Aufgrund identischer Untersuchungsansätze der Studien aus den Jahren 2001, 2007 und 2013 konnten zudem die Ausgabenvolumina der Besucher und Aussteller sowie die daraus resultierenden wirtschaftlichen Effekte verglichen werden.

Messen erfüllen einzel- und gesamtwirtschaftliche Funktionen

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

Die wirtschaftliche Bedeutung von Messen ergibt sich somit nicht nur aus absatzwirtschaftlich motivierten Überlegungen der Unternehmen als Aussteller und Besucher. Messen 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 Produktions- und Beschäftigungseffekte induzieren. Zu den Profiteuren zählen insbesondere die Hotellerie und Gastronomie, Messebauer, Spediteure, der Einzelhandel sowie auch Verkehrsbetriebe. 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. Neben Messen leisten aber auch Kongresse, Tagungen und sonstige Events einen be-

deutenden Beitrag zu den wirtschaftlichen Effekten in einer Region.

Die Quantifizierung der wirtschaftlichen Wirkungen stellt dabei darauf ab, dass die durch die Messe- bzw. Kongressausgaben »ausgelasteten« Produktions- und Beschäftigungskapazitäten nicht durch andere Nachfrageaktivitäten tangiert bzw. genutzt werden, d.h. der etwaige Ausfall der Messe- bzw. Kongressausgaben als Nachfragevolumen wird nicht durch Ausgaben anderer Unternehmen und Personen kompensiert. Die Studie stellt somit eine auf die veranstaltungsinduzierten Ausgaben der Besucher und Aussteller orientierte Impact-Analyse dar.¹ Da die Messen bzw. Kongresse am jeweiligen Standort aber ursächlich für die Aussteller- und Besucherausgaben sind, werden diese veranstaltungsbezogenen Ausgaben auf jeden Fall getätigt und nicht auf andere Nachfragezwecke umgeleitet.² Würden also die Veranstaltungen an einem anderen Standort durchgeführt, fielen diese veranstaltungsrelevanten Ausgaben und damit auch die wirtschaftlichen Effekte nicht zu-

¹ Die Ergebnisse dieser Untersuchung stellen somit zwar nicht den einzigen, aber sicherlich einen sehr wichtigen Faktor zur Beurteilung der wirtschaftlichen Bedeutung von Veranstaltungen (Messen, Kongresse, sonstige Events) bzw. einer Messegesellschaft für einen regionalen Wirtschaftsraum dar.

² In- und ausländische Kongressteilnehmer, Fachbesucher und Aussteller von Messen tätigen die betrachteten Ausgaben mit Bezug zur jeweiligen Veranstaltung. Wechselt eine Veranstaltung den Standort, wechseln auch die veranstaltungsrelevanten Ausgabenströme. Da der Veranstaltungsort für Privatbesucher aber durchaus entscheidungsrelevant für den Besuch sein kann, gehen die Ausgaben der Privatbesucher aus dem Veranstaltungsort nicht in die Berechnungen ein.

sätzlich am betreffenden Standort, sondern in einem anderen Wirtschaftsraum an. In diesem Zusammenhang ist zudem auch zu berücksichtigen, dass Effekte angestoßener bzw. realisierter Aufträge³ im Rahmen der Messen ebenso unberücksichtigt bleiben wie etwaige Auslandsaktivitäten und Investitionen oder Erhaltungsausgaben der Messegesellschaft.

Besucher- und Ausstellerbefragungen bilden den zentralen methodischen Baustein der Untersuchungen

Zur Quantifizierung der aus den jährlichen Besucher- und Ausstellerausgaben eines Veranstaltungsstandorts resultierenden sozioökonomischen Effekte von Messen, Kongressen und sonstigen Veranstaltungen hat das ifo Institut in den vergangenen Jahren die datentechnischen und methodischen Grundlagen erarbeitet (vgl. Träger und Penzkofer 2005). Aufbauend auf den Ergebnissen führte das ifo Institut für Deutschland insgesamt und darüber hinaus auch für einige Messegesellschaften Studien zu den wirtschaftlichen Wirkungen von Messe- und Kongressveranstaltungen durch (vgl. Penzkofer 2009; 2012).

Um einen empirisch fundierten Einblick in die wirtschaftlichen Wirkungen von Messe- und Kongressveranstaltungen für einen Wirtschaftsraum zu erlangen, ist es erforderlich, die Ausgabenströme von Messebesuchern, -ausstellern und Kongressteilnehmern nach verschiedenen Ausgabenkategorien abzubilden. Im Zentrum der Untersuchungen des ifo Instituts stehen daher stets umfangreiche Primärerhebungen bei Ausstellern und Besuchern anlässlich von Messe- und Kongressveranstaltungen. So basieren die Berechnungen der wirtschaftlichen Wirkungen der Münchner Messen und sonstigen Veranstaltungen auf den Angaben von rund 5 500 Besuchern, Ausstellern und Kongressteilnehmern.

Ausschlaggebend für die Ermittlung repräsentativer Ergebnisse ist 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. Letztlich müssen je Messe- bzw. Veranstaltungstyp (z.B. Investitionsgütermessen, Konsumgütermessen für Fach- oder Privatbesucher, fachbezogene oder allgemeine Verbraucherausstellungen sowie regionale, nationale oder internationale Kongresse) besucher- und ausstellerspezifische Indikatoren für die Berechnung der veranstaltungsinduzierten Ausgaben ermittelt werden. Unter Verwendung der aus den Befragungen gewonnenen veranstaltungstypspezifischen Indikatoren werden die in direktem Bezug zu den Veranstaltungen stehenden Gesamtausgaben

³ Insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen aus dem lokalen Umfeld eröffnet sich durch eine Messebeteiligung die kostengünstige Möglichkeit, neue internationale Kontakte zu knüpfen und Aufträge abzuschließen.

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

Die unmittelbaren Ausgaben der Messebesucher, -aussteller sowie der Kongressteilnehmer haben vielfältige Effekte auf das wirtschaftliche Geschehen. 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 direkten Ausgaben der Messe- und Veranstaltungsaktive 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. 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.⁴ Die Berechnung der Beschäftigungseffekte erfolgt dann mittels branchenspezifischer Arbeitskoeffizienten.

Für methodisch gesicherte Analysen im Messewesen ist zudem die zeitliche Abgrenzung von großer Bedeutung, da eine Reihe von Messen nicht jährlich, sondern in einem mehrjährigen Turnus durchgeführt werden. 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.⁵ Für den Messestandort München bedeutet dies beispielsweise, dass die Messe drinktec (vier-

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 2010 bis 2013, die verwendete Input-Output-Tabelle repräsentiert das Jahr 2010 (Statistisches Bundesamt 2014).
⁵ Sämtliche Veranstaltungen des ICM im Zeitraum von 2010 bis 2013 gingen in die Berechnungen mit dem Faktor 0,25 ein.

jähriger Turnus) mit dem Faktor 0,25, die Messe bauma (dreijähriger Turnus) mit dem Faktor 1/3, die Messen BAU, Transport Logistic und Laser (jeweils zweijähriger Turnus) mit dem Faktor 0,5 berücksichtigt werden.

In- und ausländische Kongressteilnehmer, Messebesucher und Aussteller tätigen in einem durchschnittlichen Veranstaltungsjahr direkte Ausgaben in Höhe von rund 1,95 Mrd. Euro

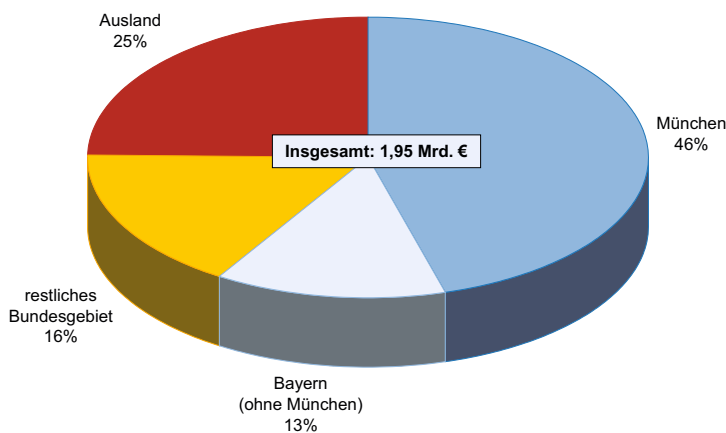
Die Ausgaben der Veranstaltungsbesucher (Kongressteilnehmer, Messebesucher und Besucher sonstiger Veranstaltungen) in Höhe von rund 730 Mill. Euro setzen sich zu rund drei Viertel aus den Ausgaben für Gastronomie (rund 15%), Übernachtung (rund 20%), private Einkäufe (knapp 10%) und den Reisekosten (rund 30%) zusammen. Bei den Ausstellern (Ausgaben von rund 1,22 Mrd. Euro) dominieren die mit dem Messestand in engem Zusammenhang stehenden Ausgaben (Standbau, Standmiete, Dienstleistungen wie z.B. Standbewachung und -reinigung; insgesamt rund 50% der Ausgaben). Den zweiten bedeutenden Ausgabenblock bilden personalbezogene Kosten (z.B. für Übernachtung und Verpflegung; insgesamt rund ein Drittel der Ausgaben).⁶

Insgesamt geben induziert durch die Veranstaltungen der Messe München GmbH⁷ Besucher und Aussteller im In- und Ausland jedes Jahr im Schnitt rund 1,95 Mrd. Euro aus. Dabei besitzen die Ausgaben der Besucher einen starken regionalen Bezug und damit eine hohe lokale Wirkung bei der Produktion und Beschäftigung. Mit Ausnahme der Reisekosten im Fernbereich fallen nämlich die Ausgaben der Besucher zum überwiegenden Teil am jeweiligen Veranstaltungsort an. Die Ausgaben der Aussteller weisen gegenüber den Besucherausgaben eine vergleichsweise breitere räumliche Streuung auf. Ein wesentlicher Grund hierfür liegt darin, dass die Aussteller viele Vorarbeiten und Elemente für den Messestand nicht am Veranstaltungsort, sondern am Firmensitz bzw. von spezialisierten Unternehmen in Deutschland oder im Ausland

⁶ Nicht in die Berechnung miteinbezogen werden dürfen die Umsätze der Messengesellschaft, da deren Umsätze weitestgehend aus den Aufwendungen der ausstellenden Unternehmen (z.B. Standmiete) und der Besucher (z.B. Eintrittsgeld) sowie der Vermietung von Hallen und Räumlichkeiten resultieren. Diese Aufwendungen werden durch die Ausgaben der Aussteller und Besucher erfasst.

⁷ Die Basis der Untersuchung bilden die Veranstaltungen auf dem Gelände der Messe München, im MOC Veranstaltungszentrum sowie im Internationalen Congress Center München.

Abb. 1
Regionale Verteilung der Ausgaben
Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe München GmbH

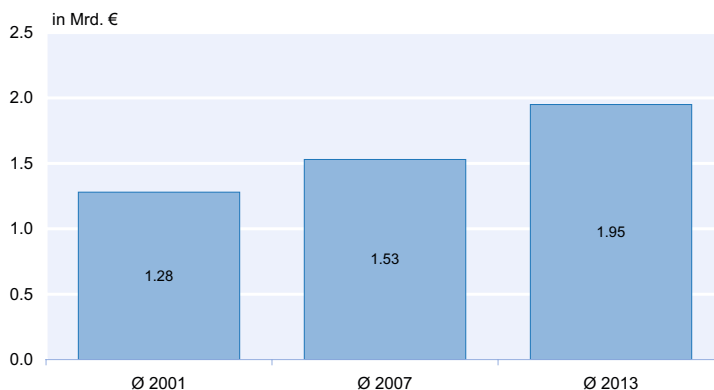


Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

produzieren lassen. Die gesamten Veranstaltungsausgaben werden somit nicht nur in München getätigt, aber München profitiert mit einem Betrag von rund 890 Mill. Euro am stärksten (vgl. Abb. 1).

Die Ausgaben in Höhe von 1,95 Mrd. Euro entsprechen im Vergleich zur Studie aus dem Jahr 2007 einer Steigerung von rund 27%; damals lag das durchschnittliche Ausgabenvolumen bei 1,53 Mrd. Euro (vgl. Abb. 2). Im Vergleich zur Untersuchung aus dem Jahr 2001 (durchschnittliches Ausgabenvolumen: 1,28 Mrd. Euro) beträgt der Zuwachs sogar über 50%. Differenziert nach den inländischen Wirtschaftsräumen zeigen sich ebenfalls deutliche positive Entwicklungen im Zeitraum 2007 bis 2013: Die in München getätigten Ausgaben erhöhten sich von 740 auf nunmehr jährlich rund 890 Mill. Euro – ein Plus von 20%. Für das restliche Bayern resultierte ein Zuwachs von 220 auf 260 Mill. Euro, und auch das übrige Bundesgebiet profitierte infolge einer Ausgabensteigerung von 250 auf 320 Mill. Euro.

Abb. 2
Gesamtes direktes Ausgabevolumen
Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe München GmbH



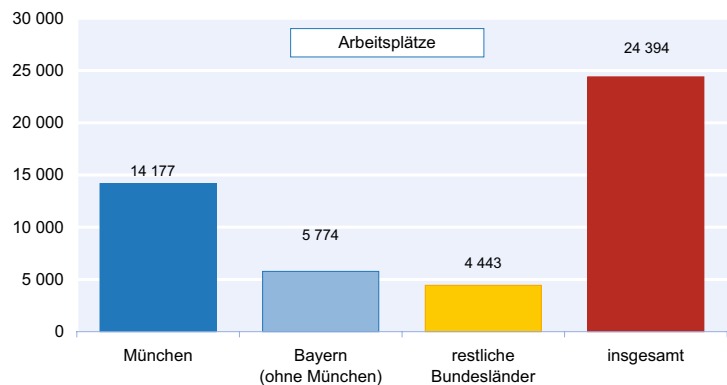
Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Bezogen auf die einzelnen Akteure ergeben sich für das durchschnittliche Veranstaltungsjahr 2010/2013 folgende Ausgabenbeträge je Messe- bzw. Veranstaltungsteilnehmer: Die Ausgaben je Messebesucher (Messe München) liegen im Schnitt bei 445 Euro, jeder Aussteller (Messe München) gibt durchschnittlich rund 42 800 Euro aus, je Kongressteilnehmer (ICM) fällt ein Betrag von knapp 1 000 Euro an, und die Ausgaben bei sonstigen Events (wie Firmenveranstaltungen, Hauptversammlungen, gesellschaftlichen Events) betragen je Teilnehmer über 110 Euro.

Veranstaltungen der Messe München sichern bundesweit rund 24 400 Arbeitsplätze

Die durch die Ausgaben der Besucher, Aussteller und Kongressteilnehmer ausgelöste direkte Produktion bedingt eine Reihe von weiteren indirekten 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. Auf Grundlage der von den Besuchern und Ausstellern insgesamt ausgelösten (direkten und indirekten) Produktionseffekte errechnet sich ein bundesweit induziertes Umsatzvolumen von jahresdurchschnittlich 2,63 Mrd. Euro (vgl. Abb. 3). Die regionale Bedeutung der durchgeführten Veranstaltungen unterstreicht der erzielte Kaufkraftzufluss für München. Über die Hälfte des Kaufkraftzuflusses (1,38 Mrd. Euro) wird in München

Abb. 4
Beschäftigungseffekte
Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe München GmbH

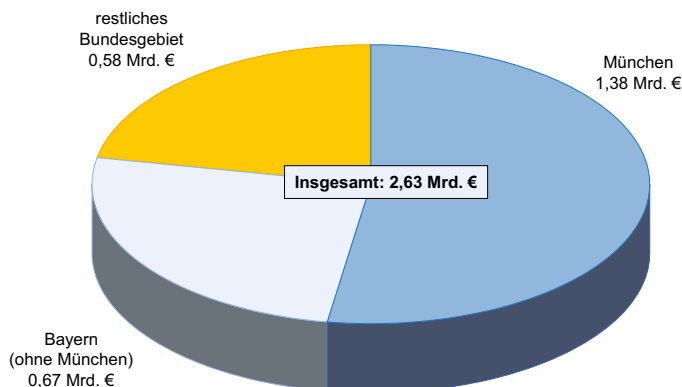


Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

wirksam. Nimmt man noch das restliche Bayern hinzu, so entstehen im Freistaat Bayern durch die Veranstaltungen der Messe München insgesamt über 2 Mrd. Euro an zusätzlichem Kaufkraftzufluss.

Werden die gesamten (direkten und indirekten) Produktionseffekte betrachtet, so errechnet sich, dass insgesamt in einem durchschnittlichen Veranstaltungsjahr in Deutschland rund 24 400 Arbeitsplätze⁸ von den Ausgaben abhängig sind, die anlässlich der Veranstaltungen der Messe München getätigt werden (vgl. Abb. 4). Bezogen auf München resultieren rund 14 200 abhängige Arbeitsplätze. In Bayern insgesamt sind im Jahresdurchschnitt knapp 20 000 Personen durch Veranstaltungen der Messe München beschäftigt. Aufgrund der Lieferverflechtungen partizipieren aber auch Unternehmen in den übrigen Bundesländern an den wirtschaftlichen Wirkungen. Die Zahl der induzierten Arbeitsplätze beträgt außerhalb von Bayern über 4 400.

Abb. 3
Verteilung der Kaufkrafteffekte in Deutschland
Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe München GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Das Steueraufkommen der veranstaltungsinduzierten Ausgaben beläuft sich jahresdurchschnittlich auf 490 Mill. Euro

Weitere mit den Veranstaltungsaktivitäten der Messe München verbundene Wirkungen stellen Steuereinnahmen der verschiedenen Gebietskörperschaften (Stadt München, Freistaat Bayern, Bundesrepublik Deutschland) dar, die infolge von Produktionsprozessen, daraus resultierenden Einkommen und

⁸ 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.

Gewinnen sowie durch den privaten Verbrauch anfallen. Die bedeutendsten Positionen sind die Umsatzsteuer sowie die Lohn- und Einkommensteuer.

Der Beitrag der Veranstaltungen bei der Messe München 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 490 Mill. Euro; davon entfallen rund 24 Mill. Euro auf München und 161 Mill. Euro auf das übrige Bayern. Die Hälfte der 490 Mill. Euro Steuereinnahmen entfällt auf den Bund (247 Mill. Euro). Ein Anteil von knapp 12% fließt den übrigen Bundesländern zu.

Deutlicher Anstieg der veranstaltungsinduzierten wirtschaftlichen Wirkungen in den vergangenen zwölf Jahren

Die Veranstaltungsaktivitäten 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. Das ifo Institut hat bereits in den Jahren 2001 und 2007 eine Studie zu den wirtschaftlichen Effekten der Veranstaltungen der Messe München erstellt. Werden die sich jeweils auf ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr beziehenden Befunde aus den Jahren 2001 und 2007 mit denen der aktuellen Untersuchung verglichen, so ergeben sich sowohl für das induzierte Kaufkraftvolumen, die veranstaltungsabhängigen Arbeitsplätze als auch für das generierte Steueraufkommen deutliche Zuwächse.

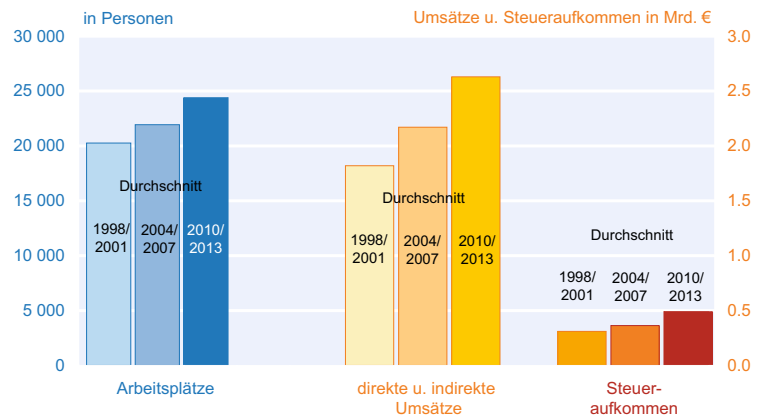
Im Einzelnen resultieren im Zeitverlauf für die veranstaltungsinduzierten wirtschaftlichen Effekte folgende Ergebnisse (jeweils bezogen auf ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr; vgl. Abb. 5):

- Das aktuell bundesweit induzierte Umsatzvolumen in Höhe von jahresdurchschnittlich 2,63 Mrd. Euro fällt um 21% höher aus als für das durchschnittliche Veranstaltungsjahr 2007. Gegenüber dem Veranstaltungsjahr 2001 beträgt die Steigerung knapp 45%.⁹
- Die erhöhten Umsätze bedingten eine gesteigerte Produktionstätigkeit. Dies führte zu einer Zunahme der von Veranstaltungen der Messe München GmbH abhängigen Beschäftigten: Zwischen den durchschnittlichen Veranstaltungsjahren 2001 und 2013 erhöhte sich die Zahl der veranstaltungsabhängigen Arbeitsplätze um rund 20%.

⁹ Preisbereinigt beträgt die Steigerung knapp 20%.

Abb. 5

Wirtschaftliche Effekte der Münchner Veranstaltungen Vergleich der durchschnittlichen Veranstaltungszeiträume



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

- Die im Vergleich zur Studie aus dem Jahr 2001 höheren Veranstaltungsausgaben führten zudem zu einem höheren Steueraufkommen von rund 58%.¹⁰

Ursächlich für die positive Entwicklung der wirtschaftlichen Effekte dürfte die hohe Internationalität der Veranstaltungen der Messe München sein. Frühere Untersuchungen des ifo Instituts zu den wirtschaftlichen Effekten von Messen und sonstigen Veranstaltungen haben gezeigt, dass die wirtschaftlichen Wirkungen der Messe- und Veranstaltungsausgaben zu einem erheblichen Teil von der Zahl ausländischer Besucher und Aussteller auf international anerkannten Leitmesse sowie von der Zahl internationaler Kongressteilnehmer beeinflusst werden. In den vergangenen zwölf Jahren hat sich die Zahl der ausländischen Aussteller um 10 Prozentpunkte von 39% (Jahresdurchschnitt 1998/2001) auf 49% (Jahresdurchschnitt 2010/13) erhöht, und der durchschnittliche Auslandsanteil bei den Besuchern stieg von 17% auf 33% (Datenbasis: Messe München GmbH).

Literatur

Penzkofer, H. (2009), *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.

Penzkofer, H. (2012), »Veranstaltungen bei der Messe Frankfurt lösen Jahr für Jahr bundesweit einen Umsatz von 3,1 Milliarden Euro aus«, *ifo Schnelldienst* 65(7), 32–37.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2014), *»Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung – Input-Output-Rechnung – 2010«*, Wiesbaden.

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.

¹⁰ Die im Vergleich zum Umsatzvolumen höhere Wachstumsrate ist unter anderem auch auf den im Betrachtungszeitraum 2001 bis 2013 erhöhten Umsatzsteuersatz zurückzuführen.