

Penzkofer, Horst

**Article**

## Absagen von Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg: Bundesweite Umsatzeinbußen von 1,55 Milliarden Euro

ifo Schnelldienst

**Provided in Cooperation with:**

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

*Suggested Citation:* Penzkofer, Horst (2021) : Absagen von Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg: Bundesweite Umsatzeinbußen von 1,55 Milliarden Euro, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 74, Iss. 08, pp. 32-36

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/250801>

**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.*

Horst Penzkofer

# Absagen von Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg: Bundesweite Umsatzeinbußen von 1,55 Milliarden Euro

## IN KÜRZE

In einem »normalen« Messe- und Veranstaltungsjahr im Messezentrum Nürnberg werden Kaufkrafteffekte in Höhe von 1,93 Mrd. Euro generiert. Der Kaufkraftzufluss wird dabei zu rund 58% in der Metropolregion Nürnberg (1,11 Mrd. Euro) wirksam. Darüber hinaus werden durch die veranstaltungsinduzierte Produktion in Deutschland rund 15 600 Arbeitsplätze gesichert, und es entstehen Steuereinnahmen in einem Volumen von 365 Mio. Euro. Ab März 2020 wurden nahezu alle Veranstaltungen abgesagt, in das Jahr 2021 verschoben oder als digitales Event durchgeführt. Die ausgefallenen Veranstaltungen führten in Nürnberg zu einem Kaufkraftverlust von 0,73 Mrd. Euro, in der Metropolregion Nürnberg von 0,88 Mrd. Euro, im gesamten Bayern von 1,14 Mrd. Euro. Die Absagen gefährdeten im vergangenen Jahr bundesweit annähernd 12 600 Arbeitsplätze, darunter knapp 8 100 in der Metropolregion Nürnberg. Die wegen der Corona-Pandemie beschlossenen Hilfsprogramme haben aber dazu beigetragen, dass die bedrohten Arbeitsplätze weitgehend erhalten blieben. Aufgrund der andauernden Pandemie wird 2021 erneut ein schwieriges Jahr für die gesamte deutsche Messewirtschaft. Etwa 60% der für das Jahr 2021 geplanten Messen wurden bisher abgesagt oder ins nächste Jahr verschoben, und auch die NürnbergMesse GmbH musste in diesem Jahr schon viele Präsenzmessen aus dem Programm nehmen.

Die Untersuchung für die NürnbergMesse GmbH stellt eine Aktualisierung der Studie aus dem Jahr 2014 dar. Entsprechend der damaligen Studie war es auch Ziel dieser Untersuchung, die Kaufkraft-, Beschäftigungs- und Steuereffekte zu ermitteln, die Messen und Veranstaltungen wie Kongresse, Tagungen oder sonstige Events im Messezentrum Nürnberg in der Stadt Nürnberg, der Metropolregion Nürnberg, im Freistaat Bayern und in Deutschland in einem repräsentativen<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Für Analysen im Messewesen ist die zeitliche Abgrenzung von großer Bedeutung, da einige 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

Veranstaltungsjahr (2018/2019) auslösen. Die vorliegenden Untersuchungsergebnisse beziehen sich somit auf Veranstaltungsjahre vor der Corona-Pandemie. In die Studie einbezogen wurden zudem auch die jahresdurchschnittlichen baulichen Investitionen auf dem Gelände der NürnbergMesse GmbH. Auf Basis der Untersuchung war es darüber hinaus möglich, die wirtschaftlichen Einbußen der Absagen und Verschiebungen von Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg im Jahr 2020 für die Stadt Nürnberg, die Metropolregion Nürnberg, den Freistaat Bayern und Deutschland zu quantifizieren.

## ÜBERREGIONALE VERANSTALTUNGEN SIND WICHTIGE IMPULSGEBER UND MULTIPLIKATOREN FÜR DIE WIRTSCHAFT

Messen, Kongresse, Tagungen, Konzerte, Shows, betriebliche und gesellschaftliche Veranstaltungen stellen einen wichtigen Wirtschaftsfaktor für einen Standort bzw. eine Region dar. Dabei besitzen insbesondere internationale Leitmessen und Kongresse, die für die technologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen eines größeren Wirtschaftszweigs von ausschlaggebender Bedeutung sind, eine hohe Sogwirkung auf ausländische Aussteller und Besucher. Eine hohe Internationalität bei den Veranstaltungsakteuren löst wiederum starke wirtschaftliche Effekte aus, da ausländische Besucher und Aussteller länger am Veranstaltungsort bleiben und unter anderem auch mehr Geld für Übernachtung und Verpflegung ausgeben.

Die wirtschaftliche Bedeutung ergibt sich zunächst aus den direkten Nachfrageimpulsen der Veranstaltungsakteure. Deren Ausgaben steht ein Umsatz bei Dienstleistungs-, Handels- und Industrieunternehmen gegenüber. In diesem Umsatz, der unter ande-

»weniger starke« Jahre. Daher wurde die Analyse für ein (repräsentatives) »durchschnittliches« Messejahr (Zeitraum 2018/2019) durchgeführt, d.h., alle in Nürnberg stattfindende Messen gingen entsprechend ihrer Periodizität in die Berechnungen ein (z.B. die BrauBeviale mit dem Faktor 0,75, die Chillventa mit dem Faktor 0,5 und das Messe-Duo BIOFACH / VIVANESS mit dem Faktor 1,0). Das durchschnittliche Veranstaltungsjahr bezieht sich bei den Kongressen, Tagungen und sonstigen Events auf die beiden Jahre 2018 und 2019. Durch die Berücksichtigung von zwei Jahren wurden auch bei den sonstigen Veranstaltungen die wirtschaftlichen Effekte von »starken« und »weniger starken« Jahren geglättet.

rem in der Hotellerie, Gastronomie, bei Messebauern, Handwerksbetrieben und Verkehrsträgern anfällt, kommen die direkten Wirkungen zum Ausdruck, da die Veranstaltungsausgaben zu Produktion und damit auch zu Beschäftigung führen. Des Weiteren zu berücksichtigten sind Lieferungen und Leistungen von Unternehmen, die von den Ausgaben der Aussteller und Veranstaltungsbesucher nicht direkt profitieren. Diese leistungswirtschaftlichen Folgewirkungen erstrecken sich über zahlreiche Wirtschaftszweige (Penzkofer 2017).

Durch die Absage von Messen und anderen Veranstaltungen entsteht der Volkswirtschaft neben dem fehlenden Nachfragevolumen der Aussteller und Besucher aber ein noch größerer Schaden. Die wirtschaftlichen Wirkungen, die durch angebahnte oder abgeschlossene Aufträge ausgelöst werden, sind enorm. Diese lassen sich aber kaum quantifizieren, da letztlich keine genaue Zuordnung von Messebeteiligung und Auftragsabschluss hergestellt werden kann. So setzen insbesondere größere Unternehmen eine Vielzahl von Kommunikationsmedien ein. Welches Medium mit welchem Anteil letztlich zu einem Auftrag führt, lässt sich empirisch wohl nur in wenigen Fällen ermitteln. Von der Möglichkeit, durch eine Messebeteiligung kostengünstig in der Nähe des Firmenortes mit (inter-)nationalen Kunden Kontakt aufzunehmen, profitieren jedoch unbestritten vor allem kleine und mittlere Unternehmen. Ohne eine Messebeteiligung könnten unter Umständen Aufträge nicht akquiriert werden und damit Wachstumspotenziale für das Unternehmen und die Volkswirtschaft verlorengehen. Zudem könnten durch messeinduzierte Vertragsabschlüsse Investitionen angestoßen werden, die wiederum wirtschaftliche Folgewirkungen nach sich ziehen.

### **IN EINEM »NORMALEN« MESSE- UND VERANSTALTUNGSJAHR IM MESSEZENTRUM NÜRNBERG WERDEN DEUTSCHLANDWEIT KAUFKRAFTEFFEKTE VON 1,93 MRD. EURO GENERIERT**

Für die Hochrechnung der gesamten direkten Ausgaben der Veranstaltungsakteure wurden Strukturdaten von Ausstellern und Veranstaltungsbesuchern aus den Jahren 2018 und 2019, Erhebungsergebnisse aus der Studie zu den wirtschaftlichen Effekten für die NürnbergMesse GmbH für das »durchschnittliche« Veranstaltungsjahr 2013/2014, Befunde aus aktuellen Veranstaltungserhebungen des ifo Instituts, die aktuelle Input-Output-Tabelle sowie zahlreiche weitere volkswirtschaftliche Daten verwendet. Die Quantifizierung der wirtschaftlichen Wirkungen stellt dabei darauf ab, dass der etwaige Ausfall der Veranstaltungsausgaben als Nachfragevolumen nicht durch Ausgaben anderer Unternehmen und Personen kompensiert wird. Da die Veranstaltungen aber ursächlich für die Ausgaben sind, werden diese veranstaltungsbezogenen Ausgaben auf jeden Fall getätigt und nicht auf andere Nach-

fragezwecke umgeleitet. Würden die Veranstaltungen an einem anderen Standort durchgeführt, fielen diese Ausgaben und damit auch die wirtschaftlichen Effekte nicht zusätzlich am betreffenden Standort, sondern in einem anderen Wirtschaftsraum an.

Insgesamt werden durch die Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg in einem »durchschnittlichen« Veranstaltungsjahr direkte Ausgaben in Höhe von über 1,43 Mrd. Euro getätigt (Besucher: 434 Mio. Euro, Aussteller: 975 Mio. Euro, bauliche Investitionen: 25 Mio. Euro).<sup>2</sup> Auf die Stadt Nürnberg entfallen davon rund 0,60 Mrd. Euro (42% aller Veranstaltungsausgaben). Die restlichen Ausgaben werden jeweils zu rund 7% in der Metropolregion (ohne Nürnberg) und im restlichen Bayern, zu etwa 20% im übrigen Bundesgebiet und zu rund 24% im Ausland getätigt. In der gesamten Metropolregion Nürnberg fällt mit 0,70 Mrd. Euro fast die Hälfte der direkten Ausgaben an.

Die in Deutschland durch die Veranstaltungen (inkl. bauliche Investitionen) angestoßenen wirtschaftlichen **Kaufkrafteffekte** betragen im Normalfall Jahr für Jahr 1,93 Mrd. Euro.<sup>3</sup> Hierbei handelt es sich um den Wert sämtlicher Güter und Dienstleistungen, deren Bereitstellung erforderlich ist, um die Nachfragen und Anforderungen von Ausstellern und Besuchern im Messezentrum Nürnberg bedienen zu können. Der Kaufkraftzufluss wird zu rund 58% in der Metropolregion Nürnberg (1,11 Mrd. Euro) und zu rund 17% im übrigen Bayern (0,32 Mrd. Euro) wirksam. Die Stadt Nürnberg ist an den Kaufkrafteffekten mit 0,92 Mrd. Euro beteiligt (vgl. Abb. 1).

Die regionale Komponente der Veranstaltungen schlägt sich auch in der **Übernachtungszahl** nieder. In Nürnberg beruhen rund 890 000 Übernachtungen auf Messen und Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg. Dies sind rund ein Viertel aller Gästeübernachtungen in Nürnberg. Für die Metropolregion insgesamt resultiert eine Übernachtungszahl von 1,25 Millionen.

Die mit der veranstaltungsinduzierten Produktion verbundenen **Beschäftigungswirkungen** sichern in einem normalen »durchschnittlichen« Veranstaltungsjahr in Deutschland rund 15 600 Arbeitsplätze<sup>4</sup> (vgl. Abb. 2). Davon entfallen auf die Metropolregion über 10 100 Arbeitsplätze. Im Freistaat Bayern sind im Jahresdurchschnitt über 12 200 Personen durch Veranstaltungen im Messezentrum beschäftigt. Aufgrund von Lieferverflechtungen partizipieren aber auch Unternehmen in den übrigen Bundesländern an den wirtschaftlichen Wirkungen. Die Zahl der induzierten Arbeitsplätze beträgt außerhalb von Bayern fast 3 400. Seit der letzten Studie im Jahr 2014

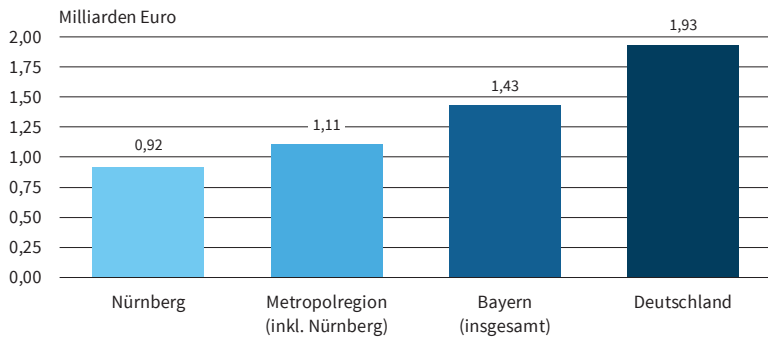
<sup>2</sup> Gegenüber dem durchschnittlichen Veranstaltungsjahr 2013/2014 bedeutet dies eine Steigerung von über 21% (Penzkofer 2016).

<sup>3</sup> Im Vergleich zum Effekt des durchschnittlichen Veranstaltungsjahres 2013/2014 ist dies ein Zuwachs von 17% (Penzkofer 2016).

<sup>4</sup> Die mit der veranstaltungsinduzierten Nachfrage verbundene Beschäftigung wurde mittels wirtschaftszweigspezifischer Arbeitskoeffizienten errechnet. Die ermittelten Beschäftigtenzahlen stellen bezogen auf die Arbeitszeit (den geleisteten Output) einer wirtschaftszweigspezifischen repräsentativen Arbeitsperson Vollzeitäquivalente dar.

Abb. 1  
**Kaufkrafteffekte**

Durchschnittliches Veranstaltungsjahr (2018/2019) der NürnbergMesse GmbH

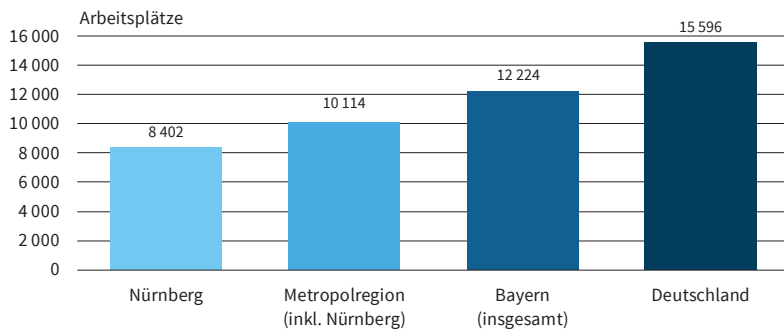


Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

Abb. 2  
**Beschäftigungseffekte**

Durchschnittliches Veranstaltungsjahr (2018/2019) der NürnbergMesse GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

generierte die NürnbergMesse bundesweit zusätzlich 765 Arbeitsplätze.

Durch die ausgelösten Produktionsprozesse, die resultierenden Einkommen und den privaten Verbrauch entstehen **Steuereinnahmen**. Für alle Gebietskörperschaften der Bundesrepublik ergeben sich für ein normales »durchschnittliches« Veranstaltungsjahr Steuereinnahmen in Höhe von 365 Mio. Euro.<sup>5</sup> Von den Steuereinnahmen entfallen knapp 21 Mio. Euro auf die Metropolregion Nürnberg und 109 Mio. Euro auf das restliche Bayern. Etwas weniger als zwei Drittel der Steuereinnahmen gehen an den Bund und die anderen Bundesländer (rund 235 Mio. Euro).

**DEUTLICHE STEIGERUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE ZWISCHEN DEN JAHREN 2014 UND 2019**

Internationale Leitmessen und Kongresse sind von ausschlaggebender Bedeutung für die wirtschaftlichen Effekte in einer Region. Zwischen 2014 und 2019 erhöhten sich die Zahl und der Anteil der ausländischen Besucher und Aussteller im Messezentrum Nürnberg. Die gestiegene Internationalität führte zu einer Zunahme bei den wirtschaftlichen Effekten. Mehr aus-

<sup>5</sup> Gegenüber dem durchschnittlichen Veranstaltungsjahr 2013/2014 ist dies eine Erhöhung um rund 63 Mio. Euro (Penzkofer 2016).

ländische Aussteller und Besucher bedeuten vor allem eine längere Verweildauer in der Region und damit mehr Übernachtungen sowie mehr Ausgaben in der Gastronomie. Im Zeitraum 2014 bis 2019 weisen alle ermittelten wirtschaftlichen Indikatoren einen Zuwachs auf. Bundesweit erhöhte sich der Kaufkraftzufluss um 17% (von 1,65 Mrd. Euro auf 1,93 Mrd. Euro), das Steueraufkommen um 21% (von 302 Mio. Euro auf 365 Mio. Euro) und die Zahl der veranstaltungsinduziert gesicherten Arbeitsplätze um 5% (von 14 831 auf 15 596). Prozentual fällt die Zunahme bei den Beschäftigungseffekten geringer aus als bei den Kaufkraft- und Steuereffekten, da die positiven Beschäftigungseffekte, die sich aus dem Produktionsvolumen ergeben, durch die gestiegene Arbeitsproduktivität vermindert werden.

Von der Zunahme der Internationalität bei den Veranstaltungsakteuren profitierten vor allem die Stadt Nürnberg und die Metropolregion Nürnberg. Ursächlich hierfür sind höhere Übernachtungszahlen und vermehrte Ausgaben in der Gastronomie. In der Metropolregion Nürnberg erhöhten sich die veranstaltungsinduzierten Steuereinnahmen um 26%, die Kaufkrafteffekte um 19% und die Zahl der Arbeitsplätze um über 6%. Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg stellen somit einen bedeutenden Wirtschaftsfaktor für die Region dar. Für die Metropolregion Nürnberg fallen die veranstaltungsinduzierten ökonomischen Effekte beeindruckend aus. Über 10 000 Arbeitsplätze, rund 1,11 Mrd. Euro Kaufkraft und 20,8 Mio. Euro Steuereinnahmen stehen hinter den Veranstaltungen im und den baulichen Investitionen ins Messezentrum Nürnberg.

**CORONA-BEDINGTE VERANSTALTUNGSABSAGEN IM MESSEZENTRUM NÜRNBERG FÜHRTEN DEUTSCHLANDWEIT ZU KAUFKRAFTVERLUSTEN VON 1,55 MRD. EURO**

Die NürnbergMesse ging zu Beginn des vorigen Jahres optimistisch ins Veranstaltungsjahr und erwartete für das Jahr 2020 einen Rekordumsatz für den Konzern (vgl. NürnbergMesse, Pressemeldung vom 9. Januar 2020). Zum Schutz vor der Verbreitung des Coronavirus mussten aber ab März 2020 nahezu alle Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg abgesagt (z.B. FENSTERBAU FRONTALE / HOLZ-HANDWERK, IFH/Intherm, GaLaBau, Consumenta), in das Jahr 2021 verschoben (z.B. Stone+tec Nürnberg, Interzoo) oder in einigen Fällen als digitales Event (z.B. FeuerTrutz, Chillventa, BrauBeviale) durchgeführt werden. Dabei ist für Messen, die im Jahresturnus stattfinden, eine Verschiebung in das kommende Jahr mit einer endgültigen Absage gleichzusetzen (vgl. hierzu auch Penzkofer 2020).

Mit Hilfe des Untersuchungsansatzes zur Berechnung der wirtschaftlichen Effekte für das durchschnittliche Messe- und Veranstaltungsjahr 2018/2019 war es auch möglich, die erlittenen Kaufkraftverluste

für das Messe- und Veranstaltungsjahr 2020 zu quantifizieren. Da es sich beim Veranstaltungsjahr 2020 um ein starkes Messejahr für die NürnbergMesse gehandelt hätte, wären ohne Corona-bedingte Absagen und Verschiebungen höhere wirtschaftliche Effekte angestoßen worden als dies in einem normalen »durchschnittlichen« Veranstaltungsjahr der Fall ist. So waren für das Jahr 2020 viele im zweijährigen Turnus stattfindende internationale Messen terminiert, wie etwa die Messen FENSTERBAU FRONTALE / HOLZ-HANDWERK, Interzoo, Chillventa, GaLaBau und Stone+tec Nürnberg. Die Berechnung der potenziellen<sup>6</sup> Kaufkrafteffekte für das ursprünglich im Jahr 2020 vorgesehene Messe- und Veranstaltungsportfolio ergab eine Größenordnung von 2,10 Mrd. Euro (vgl. Abb. 3). Realisiert wurden im Jahr 2020 davon 0,55 Mrd. Euro.

Die Differenzierung des Nachfrageausfalls für die untersuchten Wirtschaftsräume ergibt, dass infolge der Corona-Pandemie im Jahr 2020 im Messezentrum Nürnberg Veranstaltungen in einer Größenordnung abgesagt oder verschoben werden mussten, die für Nürnberg zu einem Kaufkraftverlust von 0,73 Mrd. Euro führten. In der Metropolregion insgesamt verursachten die Veranstaltungsabsagen einen Kaufkraftausfall von 0,88 Mrd. Euro, im gesamten Bayern von 1,14 Mrd. Euro und für Deutschland insgesamt resultierte im Jahr 2020 eine um 1,55 Mrd. Euro geringere Kaufkraft.

Die Veranstaltungsabsagen im Messezentrum Nürnberg gefährdeten im vergangenen Jahr zudem bundesweit annähernd 12 600 Arbeitsplätze, darunter knapp 8 100 in der Metropolregion Nürnberg.<sup>7</sup> Die angesichts der Einschränkungen in der Corona-Pandemie beschlossenen staatlichen Hilfsprogramme (u.a. Ausweitung des Kurzarbeitergeldes) und Wirtschaftshilfen haben aber dazu beigetragen, dass die bedrohten Arbeitsplätze weitgehend erhalten blieben. Durch Corona-bedingt fehlende veranstaltungsinduzierte Produktionsprozesse, geringere Einkommen und niedrigeren privaten Verbrauch entgingen allen Gebietskörperschaften in Deutschland rund 294 Mio. Euro Steuereinnahmen, davon betrafen knapp 17 Mio. Euro die Metropolregion Nürnberg.<sup>8</sup>

Aufgrund der andauernden Pandemie wird 2021 erneut ein schwieriges Jahr für die gesamte deutsche Messewirtschaft. Etwa 60% der für das Jahr 2021 geplanten Messen wurden bisher abgesagt oder ins nächste Jahr verschoben (vgl. AUMA 2021a), und auch die NürnbergMesse GmbH musste in diesem Jahr schon viele Präsenzmessen aus dem Programm

<sup>6</sup> Dabei gingen Messen, die im Jahr 2020 nicht als Präsenzmesse durchgeführt werden konnten, mit den Strukturdaten (z.B. Anzahl und Herkunft der Besucher bzw. Aussteller, vermietete Standfläche) der letzten physischen Veranstaltung in die Berechnung ein.

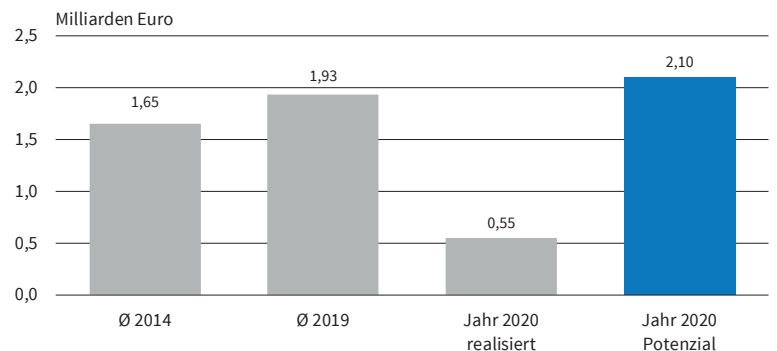
<sup>7</sup> Hätte das Veranstaltungsjahr 2020 ohne Einschränkungen durchgeführt werden können, wären deutschlandweit über 17 000 Arbeitsplätze gesichert worden.

<sup>8</sup> Ohne Corona-bedingte Absagen und Verschiebungen hätte im Jahr 2020 das veranstaltungsinduzierte Steueraufkommen in Deutschland knapp 400 Mio. Euro betragen.

Abb. 3

**Deutschlandweite Kaufkrafteffekte**

Veranstaltungsjahre der NürnbergMesse GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

nehmen.<sup>9</sup> Einige dieser Messen wurden hierbei als Ersatz im virtuellen Format durchgeführt, wie z.B. die Messen BIOFACH / VIVANESS 2021 eSPECIAL, IWA Studio Edition, Werkstätten:Messe 2021 Digital und Interzoo digital.

Wie schnell und in welchem Umfang Messen nach Beendigung der durch die Corona-Pandemie ausgelösten Beschränkungen wieder Fahrt aufnehmen, hängt davon ab, ob sich – sei es beispielsweise aus Corona-bedingtem verändertem Reiseverhalten der Geschäftsleute, anhaltender Verunsicherung oder aufgrund weiterhin bestehender Reisebeschränkungen in einigen Ländern – die Fachbesucher bald wieder in gleichem Umfang auf Messen informieren und die Unternehmen mit gewohnter Intensität ihre neuen Produkte und Dienstleistungen auf Messen präsentieren werden. Gegenwärtig ist dies allerdings noch nicht abzuschätzen. Beschleunigt durch die Corona-Pandemie dürften jedenfalls künftig vor allem auf überregionalen Fachmessen digitale Zusatzformate eine wesentlich stärkere Rolle spielen. Reine digitale Alternativen werden physische bzw. hybride Messen aber nicht ersetzen können, da die Stammkundenpflege, die Gewinnung von neuen Kunden bzw. Kontakten und die Generierung von Vertragsabschlüssen mittels digitaler Events nach bereits vorliegenden Befragungen<sup>10</sup> von Messeakteuren äußerst schwierig ist. Aber genau diese Kriterien zählen mit zu den wichtigsten Zielen, die Aussteller bei ihren Messebeteiligungen verfolgen.

<sup>9</sup> Nicht durchgeführt werden konnte unter anderem die Messe Stone+tec Nürnberg, und bei den Gastveranstaltungen war zum Beispiel die Spielwarenmesse von einer Absage betroffen.

<sup>10</sup> Eine Umfrage des AUMA (2021b) bei Ausstellern von drei großen Industrieverbänden hinsichtlich ihrer ersten Erfahrungen mit digitalen Events ergab, dass die Unternehmen im Schnitt nur ein Viertel des Nutzens einer realen Messe erreicht haben. Des Weiteren zeigte sich als Ergebnis einer Befragung des UFI (Global Association of the Exhibition Industry) bei rund 9 000 Messeakteuren aus 30 Ländern, dass jeweils rund 85% der Aussteller und Messebesucher virtuelle Veranstaltungen – insbesondere hinsichtlich des Knüpfens und Pflegens von Geschäftskontakten – für nicht so effektiv halten wie reale Begegnungen auf Messen. Allerdings heben die Besucher Zeit- und Kostenvorteile von digitalen Veranstaltungen hervor. Aussteller hingegen präferieren reale Veranstaltungen bezüglich aller befragten Kriterien. So wird beispielsweise auch der unternehmerische Erfolg von Messebeteiligungen im Verhältnis zum eingesetzten Kapital bei Präsenzmessen deutlich höher bewertet (vgl. UFI/explori 2020).

## LITERATUR

---

AUMA (Hrsg., 2021a), *AUMA Compact* (6), Berlin.

AUMA (Hrsg., 2021b), *AUMA Compact* (1), Berlin.

NürnbergMesse (Hrsg., 2020), *NürnbergMesse startet 2020 in »Knallerjahr«*, Pressemeldung vom 9. Januar 2020, Nürnberg.

Penzkofer, H. (2016), »Besucher und Aussteller im Messezentrum Nürnberg induzieren bundesweit Kaufkrafteffekte in Höhe von jährlich 1,65 Mrd. Euro«, *ifo Schnelldienst* 69(2), 31–35.

Penzkofer, H. (2017), »Gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen«, in: M. Kirchgeorg, W. M. Dornscheidt und N. Stoeck (Hrsg.), *Handbuch Messemanagement*, Springer Gabler, Wiesbaden, 109–120.

Penzkofer, H. (2020), »Messeabsagen verursachen hohe wirtschaftliche Einbußen«, *ifo Schnelldienst* 73(10), 58–62.

UFI, explori (Hrsg., 2020), *Global Recovery Insights 2020*, (22. Okt.; 10. Dez.), Paris, London.