

Wutzlhofer, Manfred

Article

Nachtrag: Die Bedeutung des Messeplatzes Deutschland

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:

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

Suggested Citation: Wutzlhofer, Manfred (2005) : Nachtrag: Die Bedeutung des Messeplatzes Deutschland, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 58, Iss. 05, pp. 3-6

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/164158>

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.

Standortentwicklung ist Aufgabe der öffentlichen Hand

Konkretes wirtschaftliches Handeln und damit auch Wirtschaftsförderung finden immer lokal und regional statt. Das gilt auch und gerade im globalen Wettbewerb, in dem dezentral ausgerichtete politische und wirtschaftliche Strukturen an Bedeutung gewinnen. Der allgemeine Ruf nach einer Zurückführung des Staatsanteils speziell in Deutschland verbindet sich immer stärker mit der Einsicht, dass die Ausgestaltung politischer und ökonomischer Rahmenbedingungen auf regionaler und kommunaler Ebene mehr Flexibilität erfordert. Das föderale Prinzip erfährt so eine ungeahnte Stärkung – vom EU-Integrationsprozess mit seinen lokalen Schwerpunktprojekten im Bereich der Infrastrukturentwicklung angefangen bis hinab auf Betriebsebene an einzelnen Standorten mit flexibleren Arbeitszeit- und Vergütungsmodellen.

Erfolgreiche Wirtschaftsförderung misst sich in Zeiten struktureller Veränderungen und anhaltenden Reformdrucks nicht am Prestige eines Projekts, sondern ganz pragmatisch an der Unterstützung wirtschaftlichen Wachstums und der Schaffung von Arbeitsplätzen. Wer etwa einen großen Automobilhersteller ansiedelt, kann mit breiter öffentlicher Zustimmung rechnen, und das zu Recht. Niemand zieht in Zweifel, dass in einem solchen Fall Aufwendungen für die Verkehrsanbindung oder direkte und indirekte Vergünstigungen für Unternehmen gut investiert sind. Die Ansiedelung und die Standortbindung von Unternehmen mit Unterstützung durch Kommunen oder andere Gebietskörperschaften ist als zulässige Form des Standortwettbewerbs anerkannt.

Beim Messewesen wird dagegen mit zweierlei Maß gemessen. Es ist gerade in Deutschland als weltweit führendem Messestandort zwar ein etablierter Faktor kommunaler Standortentwicklung und -sicherung, sieht sich aber einer anhaltenden und tendenziell verschärften Privatisierungsdiskussion ausgesetzt. Dabei wird komplett vernachlässigt, dass alle

namhaften deutschen Messengesellschaften bereits als Privatunternehmen in Form einer GmbH oder AG geführt werden. Sie sind private Kapitalgesellschaften und unterscheiden sich von Unternehmen mit privaten Kapitaleignern lediglich dadurch, dass ihre Gesellschafter öffentlich-rechtliche Körperschaften sind.

Das ändert nichts daran, dass sie rentabel und rational wirtschaften müssen und dies auch durch eine betriebswirtschaftliche Vollkostenrechnung steuern. Sie unterliegen der Bilanzierungspflicht und werden steuerlich an der Gewinnerzielungsabsicht gemessen. Sie nehmen keine Monopolstellung ein, sondern befinden sich in einem äußerst scharfen Standortwettbewerb und sind offen für die Zusammenarbeit mit Drittveranstaltern. Und sie stellen sich auch mit ihrem Auslandsengagement dem internationalen Wettbewerb, was im Fall Münchens von den Gesellschaftern ausdrücklich begrüßt wird.

Kapazitäten der Großmessen am Bedarf orientiert

Woher rührt also der angebliche Veränderungsbedarf, der in der generellen Forderung nach Privatisierung mündet? Zum einen werden pauschal Überkapazitäten behauptet, die sich nachteilig auf den Wettbewerb auswirken, weil sie zu Dumpingpreisen führen und damit zu einer Wettbewerbsverzerrung. Das entspricht so pauschal keineswegs den Tatsachen. An den Standorten der Großmessen sind die Kapazitäten eine Voraussetzung, um das Messeprogramm realisieren zu können. Das belegt das Beispiel Münchens mit einem, je nach Messejahr mit Veranstaltungen in unterschiedlichem Turnus, 13- bis 15-maligem Umschlag. Zu den Hauptmessezeiten im Frühjahr und Herbst ist die Neue Messe München überbucht. Deren Dimensionierung und weiterer Ausbau ist am Bedarf orientiert – die Kapazitäten wurden auf der Grundlage des Messeprogramms geschaffen



Manfred Wutzlhofer*

* Manfred Wutzlhofer ist Vorsitzender der Geschäftsführung der Messe München GmbH.

und keineswegs umgekehrt. Für eine seriöse Aussage zu Überkapazitäten muss folglich nach Standorten und dem Umfang des Messeprogramms differenziert werden. Wo erst gebaut und dann am Programm gearbeitet wird, um die Hallen zu füllen, ist eine kritische Bewertung sicherlich angemessen.

Jenseits pauschaler Feststellungen kann es bei der Privatisierungsdiskussion demnach allenfalls um die Frage gehen, inwieweit Investitionen einer Kommune oder eines Landes in das Gelände oder in die Bauten einer Messegesellschaft zulässig sind. Dazu ist festzustellen, dass zur Wirtschaftsförderung der öffentlichen Hand selbstverständlich auch die Unterstützung bei der Entwicklung eines Messegeländes und beim Bau von Messehallen gehört. Das hat nicht nur Tradition in Deutschland und Europa, sondern gilt für alle größeren Messeplätze weltweit.

Auffällige Gedächtnislücken

Die Ausgestaltung dieser Form der Wirtschaftsförderung kann an den einzelnen Standorten sehr unterschiedlich sein und reicht von Zuschüssen und Kapitaleinlagen bis zur Erleichterung von Grundstückskäufen. Wann immer bei größeren Messeplätzen wirtschaftliche Unterstützung durch die öffentliche Hand in Abrede gestellt wird, sollte man getrost kritisch nachfragen. Das Gedächtnis erweist sich da häufig als sehr lückenhaft. Nachvollziehbar ist es nicht, warum einzelne Messegesellschaften dazu neigen, verschämt die Vergünstigungen zu verschweigen, die sie beim Aufbau der eigenen Infrastruktur erfahren haben – in welcher Form auch immer. Dies ist eine zulässige Form des Standortwettbewerbs und in jeder Hinsicht zu vergleichen mit der Förderung von Unternehmensansiedlungen. Es gibt keinen Grund, warum das Messewesen davon ausgeschlossen sein sollte.

Tatsächlich kritisch wäre dagegen eine Subventionierung des Messebetriebs zu bewerten. Hier handelt es sich um den Kern des Veranstaltungsgeschäfts, das nahezu ausschließlich von privaten Kapitalgesellschaften betrieben wird, wie auch die deutschen Großmessen sie darstellen. Eine Subventionierung der Kosten des Messebetriebs würde in der Tat zu einer Verzerrung des Preiswettbewerbs führen und wäre sicherlich auch nicht mit geltendem EU-Recht vereinbar.

In diesem Punkt gilt zumindest für die großen deutschen Messegesellschaften ganz eindeutig, dass ihr Veranstaltungsgeschäft nicht subventioniert wird. Sie erwirtschaften mit zum Teil sehr beachtlicher Umsatzrentabilität die gesamten Kosten des laufenden Betriebs und bewältigen auch notwendige Investitionen in den Hallenausbau aus eigener Finanzkraft.

Beachtliche Umsatzrenditen

Das Beispiel der Neuen Messe München belegt, dass diese grundsätzlichen Feststellungen durch Zahlen und Fakten zu erhärten sind und dass insbesondere auch die Aussagen zur so genannten Umwegrentabilität belastbar sind. Im turnusbedingt vergleichsweise schwachen Messejahr 2003 erzielte die Messe München trotz schwieriger wirtschaftlicher Rahmenbedingungen ein EBITDA (Betriebsergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen) von 26,2 Mill. €. Im operativen Bereich wurde eine Umsatzrendite von über 17% erwirtschaftet. Seit der Messeverlagerung im Jahr 1998 wurde mit der Neuen Messe München in allen Jahren ein positives operatives Ergebnis erzielt – mit einer, abhängig vom Messeturnus, Umsatzrendite zwischen 17 und 33%. In dem Fünfjahreszeitraum von 1998 bis 2002 haben neben München auch Köln, Hannover, Frankfurt und Düsseldorf – diese fünf zählen international zu den Top-Ten – durchweg ein positives EBITDA ausgewiesen.

In Deutschland hat in der Regel die öffentliche Hand Grund und Boden in die Messegesellschaften eingebracht und die notwendige Verkehrsanbindung geschaffen. Zum Teil wird auch der Bau der Messehallen vorfinanziert durch Gesellschafterdarlehen, die langfristig von den Messegesellschaften getilgt und mit Zinszahlungen bedient werden. Im Falle der Messe München ist ein Teil der Baumaßnahmen für das neue Messegelände auf diese Weise vorfinanziert worden. Die seit 1998 neu gebauten vier weiteren Messehallen inklusive des separaten Eingangs Nord wurden voll von der Messe München selbst aus eigener Kraft finanziert. Die getätigten Gesellschafterdarlehen sind keinesfalls verlorene Zuschüsse, sondern fließen langfristig mit Verzinsung an die öffentliche Hand zurück.

Klare Erwartungen der Gesellschafter

Dieses Modell entspricht normalem Geschäftsgebaren von Investoren, die sich aus ihrer Sachinvestition eine langfristige Rendite des Messe-Investments erwarten. Dies ergibt sich zum einen aus der laufenden Minderung des gebundenen Kapitals (ROI) und zum anderen aus der Umwegrentabilität, durch die der öffentlichen Hand über ein höheres Steueraufkommen zusätzliche Einnahmen zufließen.

Die private Rechtsform der großen Messegesellschaften in Deutschland, ob GmbH oder Aktiengesellschaft, schafft hinsichtlich der Kapitalströme Transparenz und ist klarer Ausdruck der Verpflichtung, sich als Wirtschaftsunternehmen im Wettbewerb durch renditeorientiertes, effizientes Wirtschaften zu behaupten. Wie jedes andere Unternehmen stehen die deutschen Messegesellschaften im Standortwettbewerb zueinander. Und sie müssen sich als Veranstalter im Zuge fortschreitender Globalisierung auch der internationalen Konkur-

renz stellen und sich strategisch und operativ in neuen Märkten positionieren. Ihre Gesellschafter erwarten ohne jede Einschränkung wirtschaftlichen Erfolg und unterscheiden sich in diesem Punkt in nichts von privaten Investoren.

Im Falle der Messe München wurde der Messegrund als Sacheinlage der Eigentümer eingebracht, was sich ebenfalls nicht von dem Geschäftsverhalten privater Kapitalgeber unterscheidet. Darüber hinaus gibt es für Infrastrukturinvestitionen der öffentlichen Hand genügend Beispiele, nicht zuletzt aus den neuen Bundesländern, die aus standortpolitischen Gründen vollkommen legitim sind. Zudem wären bestimmte Investitionen ohne flankierende Maßnahmen der öffentlichen Hand nie getätigt worden. Historische Beispiele sind die Entwicklung der Eisenbahn in Deutschland Mitte des 19. Jahrhunderts, wo die Schienenwege staatlich finanziert wurden, oder der Bau von Autobahnen.

Die deutschen Großmessen verfügen durchschnittlich über je 360 000 Quadratmeter Grund. Allein der Erwerb des Bodens – von den Erschließungsmaßnahmen ganz zu schweigen – würde Investitionen erfordern, die ein mittelständisches Privatunternehmen – und das sind nach Größe und Umsatz die deutschen Großmessen – gar nicht aufbringen könnte. In Italien, Frankreich oder den USA ist dies nicht anders, und direkte oder indirekte Hilfen sind ebenso gängige Praxis. So stellte beispielsweise Paris das Messeareal kostenlos zur Verfügung, und die Handelskammer finanzierte den Bau der Messehallen (vgl. Capital 2/2005, 60).

Umwegrentabilität ist nicht zu bezweifeln

Eine Infrastrukturfinanzierung aus Steuermitteln ist ohne Zweifel gerechtfertigt, wenn sich der Aufwand langfristig für die Entwicklung einer Region rechnet. Dies betrifft die so genannte Umwegrentabilität, bei der ebenfalls gerne pauschal der Multiplikatoreffekt aus den primären Gesamtausgaben von Ausstellern und Besuchern in Frage gestellt wird. Die Auseinandersetzung um die statistische Methode ist nicht mein Thema. Ich will mich im Folgenden auf die nicht bestrittenen Primäreffekte konzentrieren, auch wenn ich keine Veranlassung sehe, die in den Studien quantifizierten Sekundäreffekte am Messestandort München von zusätzlichen 796 Mill. € in einem durchschnittlichen Messejahr zu bezweifeln.

Die Studie des Münchner ifo Instituts für Wirtschaftsforschung zu den wirtschaftlichen Wirkungen des Messeplatzes München in den Jahren 1998 bis 2000 wurde unter repräsentativer Befragung von 3000 Besuchern und 4500 Ausstellern erstellt. Sie bietet einen direkten Vergleich zu den Zahlen einer Vorgängerstudie aus dem Jahr 1990. Dies ist insofern bedeutsam, als die erste Studie die volkswirtschaftliche Rentabilität der Messeverlagerung untersuchen sollte

und die zweite auf der Grundlage gleicher Methodik die Folgen der Messeverlagerung überprüfte.

Während für die Messe auf dem alten Gelände direkte Ausgaben der Besucher und Aussteller von 532 Mill. € im Jahr 1989 ermittelt wurden, hatten sich diese im Jahr 2000 auf 936 Mill. € erhöht. Durch den Bau der Neuen Messe München haben sich demnach die direkten Ausgaben von Ausstellern und Besuchern im Vergleichszeitraum um 76% erhöht. Das Beispiel der Neuen Messe München beweist den zusätzlichen Nutzen, den auch Kritiker öffentlicher Investitionen in das Messewesen nicht ernsthaft in Abrede stellen können.

Positive Steuerbilanz

Nach der ifo Studie von 2001 erzeugt ein durchschnittlich repräsentatives Messejahr direkte Besucherausgaben von 392 Mill. €. Hinzu kommen direkte Ausstellerausgaben im Erhebungszeitraum von 883 Mill. € pro Messejahr. Dies entspricht insgesamt 1,275 Mrd. € an jährlichen Direktausgaben, von denen zirka 80% oder über 1 Mrd. € dem Inland zugute kommen. Auf Bayern und die Stadt München entfallen hierbei 795 Mill. €. Die restlichen Ausgaben sind im Ausland wirksam.

Hierbei entstehen Steuereinnahmen in Höhe von 310 Mill. € p.a., von denen 37% auf Bayern (31% auf den Freistaat, 6% auf die Stadt München) entfallen, also zirka 115 Mill. €. Den Zuschüssen der Gesellschafter der Messe München – in den ersten Jahren nach der Verlagerung jährlich rund 30 Mill. € für die Grundinvestition – stehen die Steuereinnahmen in Höhe von 115 Mill. € p.a. gegenüber, die diesen öffentlich-rechtlichen Körperschaften zugute kommen. Ohne die Investition in die Neue Messe München würde das Steueraufkommen nicht in dieser Höhe generiert, wie die vergleichende Untersuchung des ifo Instituts belegt.

Im Falle der Messe München hängt der Zuschuss mit der von den Gesellschaftern gewählten Finanzierungsstruktur für den Bau der Neuen Messe München zusammen, wobei es sich ausschließlich um eine Teilfinanzierung des ersten Bauabschnitts bis zum Jahr 2018 handelt. Dabei sind für die erste Hälfte des Finanzierungszeitraums Verluste eingerechnet, die in der zweiten Hälfte durch Jahresüberschüsse kompensiert werden. Die bisher geleisteten Zuschüsse für die Zinsen des Baudarlebens lagen von Anfang an im prognostizierten Rahmen und wurden meist nicht voll abgerufen. Die Messe München erwirtschaftet über den gesamten Mittelbedarf für den Messebetrieb hinaus einen beträchtlichen Anteil an der Finanzierung des ersten Bauabschnitts.

Seit 1998, dem Jahr der Verlagerung der Messe München an ihren neuen Standort, bis 2004 haben die öffentlichen Gesellschafter zirka 690 Mill. € an steuerlichen Mehrein-

nahmen verzeichnen können. Dies übertrifft deutlich das für die Grundfinanzierung zur Verfügung gestellte Gesellschafterdarlehen von 520,7 Mill. €. Die Investition in die Messe München hat sich für ihre Gesellschafter damit auch unter Renditeaspekten gelohnt.

Die wirtschaftliche Wirkung einer Messe beruht aber nicht nur auf diesen Investitionsgesichtspunkten. Wichtig sind hier vor allem Faktoren für die Attraktivität und Ausstrahlungskraft eines Standorts im Hinblick auf die Globalisierung der Volkswirtschaften und die Internationalisierung des Messewesens.

Unverzichtbar für den Mittelstand

Im Ausland konkurriert die Messe München ebenso wie andere deutsche Großmessen unmittelbar mit Betreibergesellschaften in Privatbesitz, und dies mit Erfolg, wie der weltweite Ausbau der deutschen Messeadaptionen zeigt. Grund des Erfolgs sind die attraktiven Messekonzeptionen und die organisatorischen Fähigkeiten der deutschen Messeveranstalter. Sie begleiten mit ihren Messeangeboten in aufstrebenden Märkten insbesondere mittelständische Unternehmen, die sich den Anforderungen der Globalisierung stellen müssen. Viel stärker noch als international agierende Großunternehmen ist gerade der Mittelstand auf diese neuen Messeplattformen angewiesen, um seine Vertriebs- und Marketingstrategien umsetzen zu können. Damit sind die deutschen Großmessen Wegbereiter für eine erfolgreiche Handelstätigkeit deutscher Firmen im Ausland.

Deutschlands Messen verfolgen betriebswirtschaftlich gesehen das Ziel, Gewinne zu erwirtschaften wie jedes andere privatrechtlich organisierte Unternehmen. Neben diesem Ziel haben sie aber auch einen übergreifenden volkswirtschaftlichen Auftrag, nämlich zur Entwicklung und Sicherung von Standorten beizutragen und zugleich ihren Kunden, insbesondere dem Mittelstand, den Zugang zu neuen Märkten zu eröffnen.

Öffentliche Hand wird entlastet

Diesen Zweck erfüllt das deutsche Messewesen für das vom Welthandel stark abhängige Deutschland auf sehr effektive Weise. Würden sonst fünf der zehn umsatzstärksten Veranstalter aus Deutschland kommen, und würden sonst zwei Drittel aller internationalen Leitveranstaltungen hierzulande stattfinden? Diese herausragende Position des Messestandorts Deutschland bestätigt, dass die deutschen Großmessen im internationalen Vergleich ausgesprochen leistungs- und wettbewerbsfähig sind. Sie tragen mit ihren Gewinnen sowie direkt und indirekt erzeugten Umsätzen zu volkswirtschaftlich messbaren Mehreinnahmen der öffentlichen Hand bei und entlasten deren Haushalte.

Die Konstruktion, die die deutschen Großmessen so erfolgreich gemacht hat, verbindet klare Besitzverhältnisse, die dem öffentlichen Interesse an lokaler und regionaler Standortentwicklung entspringen, mit einer privatwirtschaftlichen Organisation, und zwar mit allen Konsequenzen für eine renditeorientierte Betriebsführung. In der Privatisierungsdiskussion sollte deshalb auch berücksichtigt werden, dass die geschilderte herkömmliche Konstruktion eine sehr zeitgemäße Form von einer Art Public/Private-Partnership ist.

Ob private Investoren eingebunden werden sollen, obliegt der Entscheidung der Gesellschafter. Sie werden dabei sehr sorgfältig prüfen, wie die bisher getätigten Investitionen zu bewerten sind, und sie werden als öffentlich-rechtliche Körperschaften ihr fundamentales Interesse am Bestand des Messeprogramms am Ort und in der Region geltend machen. Die bisherige Privatisierungsdiskussion geht auf diese Interessenslage der Gesellschafter überhaupt nicht ein und kann daher auch nicht beantworten, was denn eigentlich mit einer angeblich überfälligen Neuordnung des Messewesens in Deutschland erreicht werden soll. Dass hier viele Messestandorte unterschiedlicher Größe im Wettbewerb zueinander stehen, kann diese Forderung jedenfalls nicht begründen. Dieser Wettbewerb ermöglicht schließlich für die ausstellenden Firmen und auch für Standort-ungebundene Messeveranstalter kostengünstige Flächenmieten und Messebeteiligungen, wie sie vor allem eine mittelständisch strukturierte Wirtschaft braucht.

Der Beitrag ist in englischer Sprache im CESifo Internet Forum auf unserer Website www.cesifo.de zu finden.