

Penzkofer, Horst

Article

Jahr für Jahr bundesweiter Umsatz von rund 3 Milliarden Euro

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:

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

Suggested Citation: Penzkofer, Horst (2017) : Jahr für Jahr bundesweiter Umsatz von rund 3 Milliarden Euro, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut - Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 70, Iss. 17, pp. 39-44

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/175104>

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

Düsseldorfer Messen und Veranstaltungen von Düsseldorf Congress Sport & Event: Jahr für Jahr bundesweiter Umsatz von rund 3 Milliarden Euro

Die wirtschaftliche Bedeutung von Messen ergibt sich nicht nur aus absatzwirtschaftlich motivierten Überlegungen der Unternehmen als Aussteller und Besucher. Messen sind auch für den Wirtschaftsraum des Messestandorts von erheblicher Bedeutung, treten doch Messeaussteller und -besucher als Nachfrager von Leistungen auf, die in sehr unterschiedlichen Wirtschaftszweigen zum Teil erhebliche wirtschaftliche Effekte induzieren. Neben Messen leisten aber auch Kongresse, Tagungen und sonstige Events einen bedeutenden Beitrag zu den wirtschaftlichen Effekten eines Standorts bzw. einer Region.

Im Auftrag der Messe Düsseldorf GmbH und des Tochterunternehmens Düsseldorf Congress Sport & Event GmbH (DCSE) führte das ifo Institut eine Studie zu den wirtschaftlichen Wirkungen der Messen auf dem Düsseldorfer Messegelände sowie der sonstigen Veranstaltungen der DCSE für die Stadt Düsseldorf, das Land Nordrhein-Westfalen und die Bundesrepublik Deutschland durch. Ziel der Untersuchung war es, die Kaufkraft-, Beschäftigungs- und Steuereffekte zu ermitteln, die Messen sowie Kongresse, Firmenveranstaltungen, Sportevents, Konzerte und Shows im Jahresdurchschnitt auslösen.

UMFANGREICHE AUSSTELLER- UND BESUCHER-BEFRAGUNGEN BILDEN DIE BASIS DER UNTERSUCHUNG

Für die Berechnung des Ausgabenvolumens des durchschnittlichen Messejahres (Zeitraum 2013–2016) wurde die jeweils aktuellste Veranstaltung berücksichtigt und mit dem Messeturnus gewichtet. Beispielsweise gingen die Messen MEDICA und ProWein mit dem Faktor 1, die Messe Tube mit dem Faktor $\frac{1}{2}$, die Messe EuroShop mit dem Faktor $\frac{1}{3}$ sowie die Messe drupa mit dem Faktor $\frac{1}{4}$ in die Berechnungen ein. Als Ergebnis liefern die Berechnungen die im Durchschnitt Jahr für Jahr induzierten wirtschaftlichen Effekte eines repräsentativen Messejahres, das turnusgewichtet das gesamte Düsseldorfer Messeportfolio beinhaltet. Die wirtschaftlichen Wirkungen von starken bzw. schwachen Messejahren werden dadurch geglättet. Das durchschnittliche Veranstaltungsjahr (Kongresse und sonstige Events) bezieht sich auf den Zeitraum 2015/16.

Ein zentraler Faktor für die Validität der Ergebnisse sind die der Untersuchung zugrunde liegenden Daten. Für die Berechnungen der wirtschaftlichen Wir-

kungen¹ der Düsseldorfer Messen² und der Veranstaltungen der DCSE wurden rund 4 800 Messebesucher, über 4 900 Aussteller, knapp 1 400 Kongressteilnehmer und über 2 900 Besucher sonstiger Veranstaltungen (z.B. Konzerte, Shows, Hauptversammlungen, Firmen- und Sportevents) befragt. Im Messebereich fanden beispielsweise bei folgenden Veranstaltungen Besucher- und Ausstellerehebungen statt: boot, EuroCIS, BEAUTY, wire/Tube, K (Messe für Kunststoff und Kautschuk), MEDICA, drupa und ProWein.

Auf Basis der Informationen aus den standardisierten Besucher- und Ausstellerbefragungen³ wurden für verschiedene Messetypen (entsprechend den Kompetenzfeldern der Messe Düsseldorf) und Veranstaltungstypen (z.B. internationale, nationale und regionale Kongresse, Konzerte, Sportevents) Aussteller-,

kompenziert. Die Studie stellt somit eine auf die veranstaltungsinduzierten Ausgaben der Besucher und Aussteller orientierte Impact-Analyse dar.

² Hierbei ist zu beachten, dass weder die wirtschaftlichen Effekte der angestoßenen bzw. abgeschlossenen Aufträge im Rahmen der Messen noch die wirtschaftlichen Effekte privater Käufe bei Ausstellern in die Berechnungen einbezogen wurden.

³ Die Ausgaben der Messeakteure und Veranstaltungsteilnehmer wurden nach verschiedenen Ausgabenkategorien abgebildet (z.B. Übernachtung, Verpflegung, private Einkäufe) und den entsprechenden Wirtschaftszweigen (Gastgewerbe, Einzelhandel, Transportgewerbe, unternehmensnahe Dienstleistungen usw.) zugeordnet. Nur so ist es möglich, wirtschaftszweigspezifische Nachfrageimpulse abzubilden. Zur methodischen Vorgehensweise siehe beispielsweise Spannagel (1999), Täger und Penzkofer (2005) sowie Penzkofer (2009a).

¹ Die ermittelten wirtschaftlichen Effekte stellen darauf ab, dass die durch die Messe- und Veranstaltungsausgaben ausgelasteten Produktions- und Beschäftigungskapazitäten nicht durch andere Nachfrageaktivitäten tangiert bzw. genutzt werden, d.h., der etwaige Ausfall der Messe- und Veranstaltungsausgaben als Nachfragevolumen wird nicht durch Ausgaben anderer Unternehmen und Personen

Besucher- und Kongressindikatoren ermittelt. Diese Indikatoren bildeten die Grundlage für die Hochrechnung des Gesamtvolumens der Besucher- und Ausstellerausgaben. Das verwendete Hochrechnungsmodell stellt dabei anhand zahlreicher Merkmale kausale Zusammenhänge zwischen den in die Befragungen eingegangenen Veranstaltungen und den nicht befragten Veranstaltungen her.

Die direkten Ausgaben der Messeakteure und Veranstaltungsteilnehmer 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, Messe- und Veranstaltungsbesucher sowie Kongressteilnehmer 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 Produktionseffekte zu berücksichtigen. Eine weitere indirekte Wirkung resultiert aus den Einkommen der privaten Haushalte, die infolge der messe- und veranstaltungsinduzierten Produktion entstehen. Ein Teil des sich ergebenden verfügbaren Einkommens wird wieder verausgabt.⁴ Die hieraus entstehenden leistungswirtschaftlichen Wirkungen gilt es, ebenfalls in die Berechnungen einzubeziehen. Als Methode zur Quantifizierung der wirtschaftlichen (direkten und indirekten) Effekte wurde die Input-Output-Rechnung⁵ verwendet, die die Transaktionen zwischen den Wirtschaftszweigen abbildet.

AUSSTELLER UND BESUCHER VON DÜSSELDORFER MESSEN GEBEN IN EINEM DURCHSCHNITTLICHEN MESSEJAHR ÜBER 1,9 MRD. EURO AUS

Die Düsseldorfer Messen genießen von Seiten der beteiligten Akteure allem Anschein nach eine sehr hohe Wertschätzung. In- und ausländischen Aus-

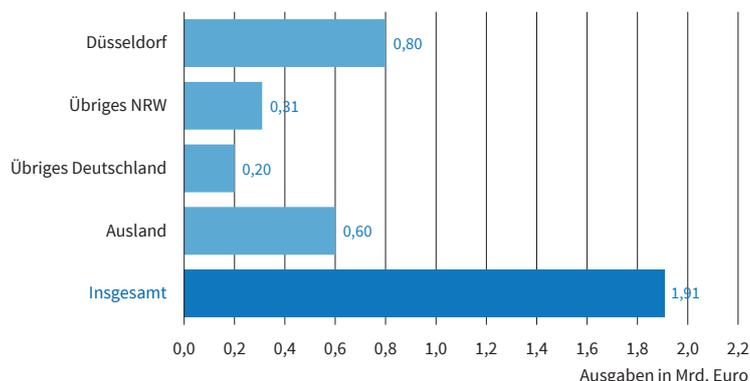
⁴ Höherer Konsum der beschäftigten Personen im Vergleich zum Konsum bei Bezug von Transferleistungen.

⁵ 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 nur wenige Jahre zurückliegende Tabellen als eine gute Näherungslösung der aktuellen Wirtschaftsstruktur angesehen werden können. Der Untersuchungszeitraum der Studie bezog sich auf die Jahre 2013 bis 2016, die verwendete Input-Output-Tabelle repräsentiert das Jahr 2012.

Abb. 1

Regionale Verteilung der Messeausgaben

Durchschnittliches Messejahr der Messe Düsseldorf GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

stellern und Besuchern ist die Beteiligung an einer Messe bzw. der Besuch einer Messe insgesamt jährlich 1,91 Mrd. Euro wert. Diese unmittelbar durch Düsseldorfer Messen ausgelösten Ausgaben fallen aber nicht gänzlich in Düsseldorf an (vgl. Abb. 1). Während beispielsweise die Ausgaben der Besucher und Aussteller für die Übernachtung, Verpflegung und für private Einkäufe überwiegend in Düsseldorf getätigt werden, schlagen andere Ausgabenarten, wie etwa die Kosten für die An- und Abreise auswärtiger Besucher und Aussteller, den Standbau und die Personalausgaben, zum großen Teil im übrigen Bundesgebiet oder im Ausland zu Buche. Entscheidend hierfür ist im Wesentlichen der Wohnort bzw. Firmensitz der Besucher bzw. Aussteller. Von den Messeausgaben werden annähernd 42% in Düsseldorf (795 Mio. Euro) getätigt; in Nordrhein-Westfalen insgesamt fallen Ausgaben in Höhe von 1,11 Mrd. Euro an.

Von den Gesamtausgaben der Messebesucher (0,67 Mrd. Euro) haben die Ausgaben in der Hotellerie und Gastronomie mit rund 47% das stärkste Gewicht. Die Kosten der An- und Abreise schlagen mit fast 38% zu Buche. In nennenswertem Umfang partizipiert aber auch der Einzelhandel von den Besucherausgaben (rund 6%). Der Messeeintritt (inkl. Kauf von Katalogen) trägt zu den gesamten Ausgaben der Besucher dagegen nur zu rund 4% bei. Im Schnitt liegen die Ausgaben je Besucher bei 517 Euro. Bei einigen Düsseldorfer Messen fällt der Ausgabenbetrag je Besucher aber deutlich höher aus als der Durchschnittswert. Dies trifft vor allem für Messen mit einem sehr hohen Anteil an ausländischen Fachbesuchern zu, da Messebesucher aus dem Ausland im Schnitt länger in der Messestadt bzw. in der Region verweilen als das aus Deutschland ange-reiste Fachpublikum und somit vergleichsweise höhere Ausgaben tätigen. Hiervon profitieren vor allem die Hotellerie und Gastronomie.

Von den Gesamtausgaben der ausstellenden Unternehmen in Höhe von jahresdurchschnittlich 1,24 Mrd. Euro entfällt knapp ein Fünftel auf den Standbau; fast 17% der Ausgaben stehen im Zusammen-

hang mit den Personalkosten für die Durchführung von Messebeteiligungen. Rund 21% der Ausstellerausgaben geht an den Messveranstalter (Standmiete inkl. Gebühren für Strom, Entsorgung usw.). Knapp 12% der Ausgaben entfallen auf die An- und Abreise des Personals der ausstellenden Unternehmen. Die Ausgaben für Übernachtung, Verpflegung und private Einkäufe summieren sich auf annähernd 18%. Bezogen auf alle Messeveranstaltungen liegen die Ausgaben pro Aussteller für ein durchschnittliches Messejahr bei 43 150 Euro.

Ausschlaggebend für die hohen Gesamtausgaben der Aussteller und Besucher ist, dass die Düsseldorfer Messen sowohl auf der Aussteller- als auch auf der Besucherseite eine sehr hohe Internationalität aufweisen. Voraussetzung hierfür ist wiederum, dass das Düsseldorfer Messeprogramm durch zahlreiche internationale Leitmesse geprägt ist, die für die technologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen eines Wirtschaftszweigs von ausschlaggebender Bedeutung sind.

DÜSSELDORFER MESSEN INDUZIEREN IN DEUTSCHLAND EINEN KAUFKRAFTZUFLUSS VON 2,44 MRD. EURO ...

Durch die direkten Ausgaben der Besucher und Aussteller wird – wie bereits erwähnt – eine indirekte Produktionskette bei Unternehmen angestoßen, die von den Ausgaben der Aussteller und Besucher nicht direkt betroffen sind. Werden die insgesamt messeinduzierten (direkten und indirekten) Produktionseffekte in Kaufkrafteffekte umgerechnet, so resultiert aus den Düsseldorfer Messen Jahr für Jahr ein Kaufkraftzufluss⁶ in Höhe von rund 2,44 Mrd. Euro. Dieses Kaufkraftvolumen wird zu rund 53% in Düsseldorf (1,29 Mrd. Euro)⁷ und zu rund 30% im übrigen Nordrhein-Westfalen (0,74 Mrd. Euro) wirksam. Zudem generieren die Messen über 1 Million Übernachtungen⁸ in Düsseldorf und weitere rund 710 000 Übernachtungen außerhalb von Düsseldorf.

⁶ Nachfragepotenzial (inkl. MwSt.) nach Gütern und Dienstleistungen in einer Wirtschaftsregion.

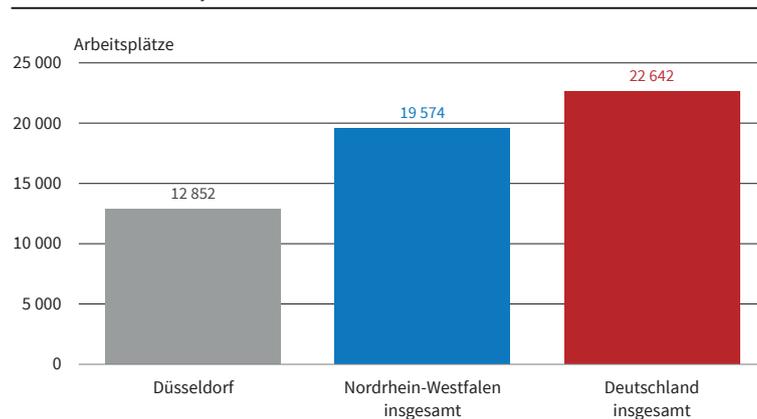
⁷ Die regionale Bedeutung wird häufig auch durch den Umwegrenditefaktor veranschaulicht (erzielter regionaler Kaufkraftzufluss in Relation zum Umsatz des Unternehmens). Für Düsseldorf ergibt sich folgende Relation: Ein Euro Inlandsmesseumsatz generiert im Jahresdurchschnitt rund 6,2 Euro Umsatz im Raum Düsseldorf. Generell ist hierbei allerdings zu beachten, dass der Umwegrenditefaktor nicht isoliert von der Umsatzbezugsgröße (z.B. Konzernumsatz, Umsatz mit Messen im Inland) und auch nicht isoliert von der Größe des betreffenden Wirtschaftsraums (potenzielle Aufnahmefähigkeit der Messeausgaben) gesehen werden kann.

⁸ Dies sind rund 23% aller Übernachtungen in Düsseldorf.

Abb. 2

Beschäftigungswirkungen der Düsseldorfer Messen

Durchschnittliches Messejahr



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

... UND SICHERN ÜBER 22 600 ARBEITSPLÄTZE

Werden die mit den in Deutschland getätigten Messeausgaben induzierten direkten und indirekten Produktionseffekte betrachtet, so errechnet sich, dass in einem durchschnittlichen Messejahr bundesweit 22 642 Arbeitsplätze⁹ von Düsseldorfer Messen ausgelösten Ausgaben gesichert werden (vgl. Abb. 2). Bezogen auf Düsseldorf resultieren rund 12 850 abhängige Arbeitsplätze. Die gesamten messeinduzierten Arbeitsplätze in Düsseldorf sind aufgrund der unmittelbaren Ausgabeneffekte überwiegend im Gast- und Beherbergungsgewerbe sowie im Handwerk und in unternehmensnahen Dienstleistungsbereichen angesiedelt. In Nordrhein-Westfalen insgesamt sind im Jahresdurchschnitt knapp 19 600 Personen durch Düsseldorfer Messen beschäftigt.

DÜSSELDORFER MESSEN GENERIEREN BUNDESWEIT EIN STEUERAUFKOMMEN VON RUND 465 MIO. EURO

Weitere mit den Messeaktivitäten verbundene Wirkungen sind Steuereinnahmen der verschiedenen Gebietskörperschaften (Stadt Düsseldorf, Bundesland Nordrhein-Westfalen, Bundesrepublik Deutschland) die infolge von Produktionsprozessen, daraus resultierenden Einkommen und Gewinnen sowie durch den privaten Verbrauch anfallen. Der Beitrag der Düsseldorfer Messen zu den Einnahmen der öffentlichen Haushalte ist nicht unerheblich: Für alle Gebietskörperschaften der Bundesrepublik Deutschland ergeben sich für ein durchschnittliches Messejahr Steuereinnahmen in Höhe von rund 465 Mio. Euro; davon entfallen 30,1 Mio. Euro auf Düsseldorf¹⁰ und rund 164 Mio. Euro auf das übrige Nordrhein-Westfalen.

⁹ Die mit der messeinduzierten Nachfrage verbundene Beschäftigung wurde mittels wirtschaftszweigspezifischer Arbeitskoeffizienten errechnet. Die ermittelten Arbeitsplätze stellen bezogen auf die Arbeitszeit (den geleisteten Output) einer wirtschaftszweigspezifischen repräsentativen Arbeitsperson Vollzeitäquivalente dar.

¹⁰ Da die Aufteilung des Steueraufkommens nicht mit dem Entste-

STARKES MESSEJAHR 2016 LÖST SEHR HOHE WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE AUS

Mit über 30 Messen, darunter unter anderem die Messen drupa, K, MEDICA und wire/Tube, verzeichnete die Messe Düsseldorf GmbH im Jahr 2016 das zweitstärkste Umsatzjahr (Basis: Konzernumsatz) ihrer Geschichte. Bezogen auf den Inlandsumsatz war es sogar das stärkste Umsatzjahr. In diesem Ausnahmejahr konnten sämtliche wirtschaftliche Effekte eines durchschnittlichen Messejahres deutlich übertroffen werden (vgl. Abb. 3).

Die weltweit getätigten direkten Messeausgaben erhöhten sich auf 2,77 Mrd. Euro; gegenüber einem Durchschnittsjahr eine Zunahme um 860 Mio. Euro. Der Kaufkraftzufluss stieg in Deutschland um 1,06 Mrd. Euro auf 3,50 Mrd. Euro, und die Steuereinnahmen für Bund, Länder und Gemeinden betragen 664 Mio. Euro; d.h., sie lagen um knapp 200 Mio. Euro über den Steuereinnahmen eines durchschnittlichen Messejahres. Die Anzahl der durch Messen gesicherten Arbeitsplätze belief sich bundesweit auf fast 33 000.

VON DEN VERANSTALTUNGEN DER DCSE SIND BUNDESWEIT ÜBER 5 000 ARBEITSPLÄTZE ABHÄNGIG

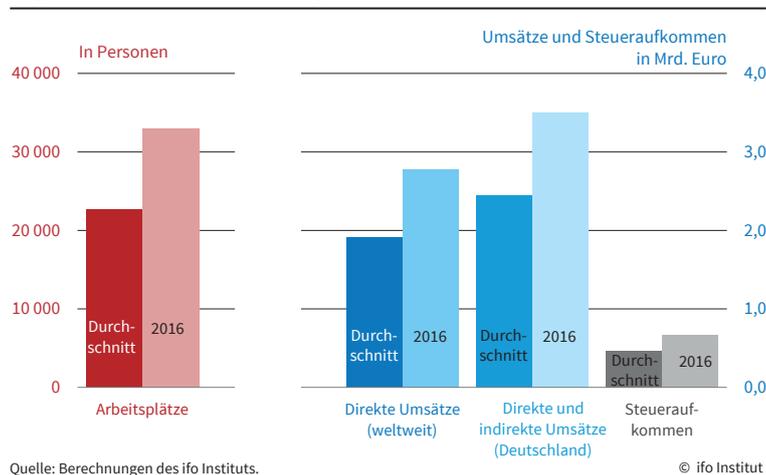
Die DCSE erzielt mit ihren Veranstaltungen Jahr für Jahr wirtschaftliche Effekte im dreistelligen Millionenbereich. Die direkten Ausgaben der Eventbesucher und Teilnehmer an Kongressen/Tagungen belaufen sich pro Jahr auf rund 308 Mio. Euro. Rund 73% der Ausgaben werden dabei direkt in Düsseldorf ausgegeben (229 Mio. Euro). Die Ausgaben je Eventbesucher liegen bei 102 Euro, bezogen auf die Kongressteilnehmer resultiert ein durchschnittlicher Ausgabenbetrag in Höhe von 638 Euro.

Fortsetzung Fußnote 10: hungsort der Steuerdeckungsgleich ist, weicht die regionale Verteilung des Steueraufkommens von den Kaufkraft- und Arbeitsplatzeffekten deutlich ab. Beispielsweise erhält von der Umsatzsteuer die Kommune nur rund 2%.

Abb. 3

Wirtschaftliche Effekte der Düsseldorfer Messen

Vergleich eines durchschnittlichen Messejahres mit dem Jahr 2016



Der durch die Kongresse, Tagungen und sonstigen Veranstaltungen induzierte Kaufkraftzufluss summiert sich bundesweit auf rund 542 Mio. Euro, wobei Düsseldorfer Unternehmen (z.B. Hotels, Restaurants, Einzelhändler, öffentlicher Nahverkehr, Taxiunternehmen) mit rund 369 Mio. Euro am stärksten profitieren. Hieraus ergibt sich für den Raum Düsseldorf ein Umwegenditefaktor von 10,8. Die Kongresse, Tagungen und sonstigen Events induzieren zudem rund 395 000 Übernachtungen in Düsseldorf.

Die Kongresse, Tagungen und sonstige Events führen im jährlichen Durchschnitt zu einer Beschäftigung von 5 050 Personen in der Bundesrepublik Deutschland – über 3 800 aller veranstaltungsinduzierten Arbeitsplätze entfallen auf Düsseldorf, weitere rund 800 Arbeitsplätze auf das übrige Nordrhein-Westfalen.

Darüber hinaus haben die Veranstaltungen der DCSE pro Jahr bundesweit Steuereinnahmen in Höhe von rund 102 Mio. Euro zur Folge. Von dem Steueraufkommen stehen Düsseldorf 6,2 Mio. Euro und Nordrhein-Westfalen insgesamt über 45 Mio. Euro zu.

GESAMTERGEBNISSE FÜR EIN DURCHSCHNITTLICHES MESSE- UND VERANSTALTUNGSJAHR

Für ein durchschnittliches Messe- und Veranstaltungsjahr (Kongresse, Firmen- und Sportveranstaltungen, Konzerte sowie sonstige Events) belaufen sich die direkten Gesamtausgaben auf rund 2,22 Mrd. Euro, davon werden rund 1,59 Mrd. Euro in Deutschland ausgegeben. Die in Deutschland durch die Messen und Veranstaltungen angestoßenen gesamtwirtschaftlichen Kaufkrafteffekte betragen knapp 3 Mrd. Euro (vgl. Abb. 4). Dieser Kaufkraftzufluss wird zu rund 56% in Düsseldorf (1,66 Mrd. Euro) und zu 28,5% im übrigen Nordrhein-Westfalen (0,85 Mrd. Euro) wirksam. In Nordrhein-Westfalen insgesamt belaufen sich somit die Kaufkraftzuflüsse auf 2,51 Mrd. Euro. Werden die Kaufkraftzuflüsse für den Raum Düsseldorf in Bezug zum jahresdurchschnittlichen Inlandsumsatz der Messe Düsseldorf (inkl. DCSE) gesetzt, so errechnet sich, dass je Euro Inlandsumsatz ein Umsatz von 6,7 Euro im Raum Düsseldorf ausgelöst wird.

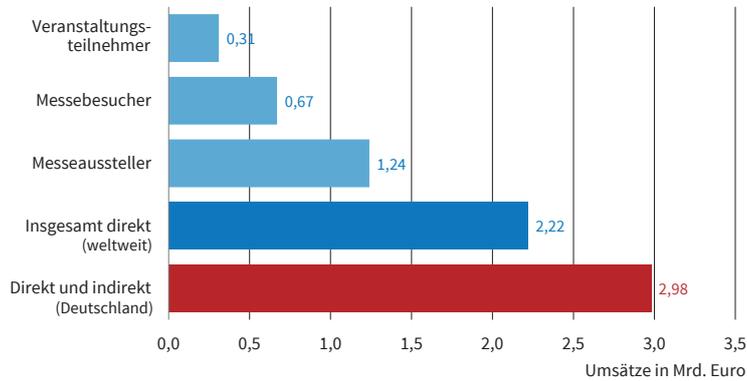
Im Zusammenhang mit den Messen und Veranstaltungen werden in Düsseldorf rund 1,43 Mio. Übernachtungen gebucht. Dies sind annähernd 32% aller in einem Jahr in Düsseldorf anfallenden Übernachtungen. Außerhalb von Düsseldorf fallen darüber hinaus weitere rund 730 000 Übernachtungen an.

Während eines durchschnittlichen Messe- und Veranstaltungs-

Abb. 4

Direkt und indirekt induzierte Umsätze

Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe Düsseldorf GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

gaben an einem anderen Standort tätigen. Diese Ausgaben würden somit fehlen. Es würde sich sogar ein Kaufkraftentzug in der Region ergeben, da lokale Aussteller und Fachbesucher ihre Messe- bzw. Kongressausgaben an den »anderen« Veranstaltungsstandort verlagern würden.

ERHÖHTE INTERNATIONALITÄT BEI AUSSTELLERN UND BESUCHERN BEWIRKT FÜR DÜSSELDORF STEIGERUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE

Bereits vor acht Jahren wurde eine Untersuchung (Zeitraum

jahres werden knapp 27 700 Arbeitsplätze in Deutschland gesichert. Davon entfallen 16 664 Arbeitsplätze auf Düsseldorf und rund 24 200 Arbeitsplätze auf Nordrhein-Westfalen insgesamt. Rund 34% der gesamten messe- und veranstaltungsinduzierten Arbeitsplätze sind im Hotel- und Gaststättengewerbe angesiedelt. Auf das Handwerk und veranstaltungsaffine Dienstleistungen entfallen rund 29% der Beschäftigten.

Durch die ausgelösten Produktionsprozesse, die resultierenden Einkommen und Gewinne sowie durch den privaten Verbrauch entstehen Steuereinnahmen. Für alle Gebietskörperschaften der Bundesrepublik ergeben sich für ein durchschnittliches Messe- und Veranstaltungsjahr Steuereinnahmen in Höhe von rund 567 Mio. Euro. Auf Düsseldorf entfällt hiervon ein Betrag von über 36 Mio. Euro.

Da die Messen und sonstigen Veranstaltungen in Düsseldorf ursächlich für die getätigten Ausgaben von Besuchern, Ausstellern und Kongressteilnehmern sind, würden die wirtschaftlichen Effekte ohne diese Messen und Kongresse entfallen. Die auswärtigen Aussteller, Besucher und Kongressteilnehmer würden ihre Aus-

wirkungen (Zeitraum 2005/08) zu den wirtschaftlichen Effekten der Messen und sonstigen Veranstaltungen für die Messe Düsseldorf GmbH erstellt (vgl. Penzkofer 2009b). Im Zeitvergleich erhöhte sich bundesweit der Kaufkrafteffekt um nominal rund 9% (von 2,74 Mrd. Euro auf 2,98 Mrd. Euro) und das Steueraufkommen um nominal rund 13% (von 502 Mio. Euro auf 567 Mio. Euro). Die Zahl der gesicherten Arbeitsplätze (von 28 061 auf 27 692) sank leicht um rund 1%. Dieser Rückgang ist darauf zurückzuführen, dass sich die Zahl der Arbeitsplätze zum einen auf den realen Produktionsoutput bezieht und sich zum anderen Arbeitsproduktivitätseffekte auswirken.

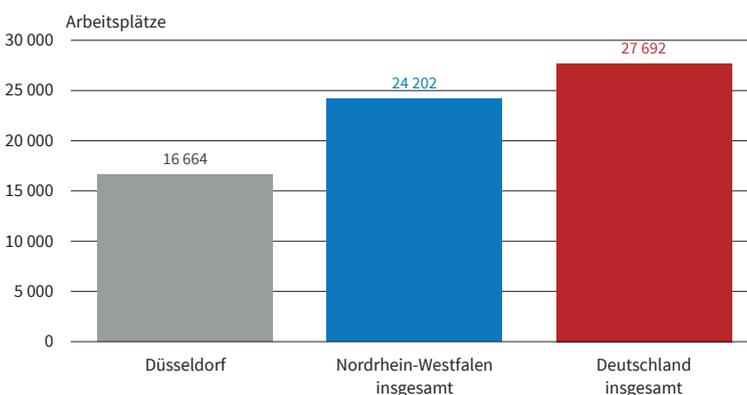
Für Düsseldorf weisen dagegen im achtjährigen Zeitraum sowohl die Zahl der gesicherten Arbeitsplatzeffekte (2005/08: 16 071; 2013/16: 16 664; rund + 4%) als auch die Kaufkraft- und Steuereffekte einen Zuwachs auf. Die Kaufkraftzuflüsse erhöhten sich um rund 15% auf 1,66 Mrd. Euro (2005/08: 1,44 Mrd. Euro) und das Steueraufkommen legte um rund 22% auf 36,3 Mio. Euro (2005/08: 29,8 Mio. Euro) zu.

Der im Bundesvergleich stärkere Anstieg bei den wirtschaftlichen Effekten in Düsseldorf ist zum einen

auf die in den vergangenen acht Jahren gestiegene Internationalität der Messebesucher und Aussteller zurückzuführen. Mehr ausländische Fachbesucher und Aussteller bedeuten eine längere Verweildauer in Düsseldorf und damit vor allem mehr Übernachtungen sowie mehr Ausgaben in der Gastronomie. Zum anderen war auch bei der Zahl der Veranstaltungsbesucher ein deutlicher Anstieg zu verzeichnen. Hierbei fiel der Zuwachs bei den Kongress- und Tagungsteilnehmern, die im Vergleich zu den sonstigen Eventbesuchern eine höhere überregionale Teilnehmerstruktur und

Abb. 5

Beschäftigungswirkungen der Düsseldorfer Messe-, Kongress- und Eventaktivitäten in einem Durchschnittsjahr



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

zugleich eine längere Aufenthaltsdauer am Veranstaltungsort aufweisen, überproportional stark aus.

LITERATUR

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

Spannagel, R., U.Chr. Täger, G. Weitzel et al. (1999), *Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland*, ifo Studien zu Handels- und Dienstleistungsfragen, Bd. 57, ifo Institut, München.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2016), *Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung – Input-Output-Rechnung – 2012*, Wiesbaden.

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