

Penzkofer, Horst

Article

Messe München generiert in einem »normalen« Veranstaltungsjahr: 3,3 Milliarden Euro Umsatz

ifo Schnelldienst

Provided in Cooperation with:

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

Suggested Citation: Penzkofer, Horst (2020) : Messe München generiert in einem »normalen« Veranstaltungsjahr: 3,3 Milliarden Euro Umsatz, ifo Schnelldienst, ISSN 0018-974X, ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung an der Universität München, München, Vol. 73, Iss. 07, pp. 71-76

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/225158>

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

Messe München generiert in einem »normalen« Veranstaltungsjahr 3,3 Milliarden Euro Umsatz

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 weitere Veranstaltungen, wie z.B. Kongresse, Tagungen sowie betriebliche und gesellschaftliche Events, einen bedeutenden Beitrag zu den wirtschaftlichen Effekten eines Standorts bzw. einer Region.

Im Auftrag der Messe München GmbH führte das ifo Institut nach 2001, 2007 und 2013 zum vierten Mal eine Studie zu den wirtschaftlichen Wirkungen durch, die Ausgaben von Ausstellern und Besuchern auf Messen (Messe München, MOC Veranstaltungszentrum München) und Kongressen bzw. sonstigen Veranstaltungen (ICM – Internationales Congress Center München, Messe München Conference Center Nord) am Standort München auslösen. Ziel der Untersuchung war es, die Kaufkraft-, Beschäftigungs- und Steuereffekte zu ermitteln, die Messen und sonstige Veranstaltungen im Jahresdurchschnitt in München, Bayern und Deutschland generieren.

METHODIK DER UNTERSUCHUNG BASIERT AUF EMPIRISCHEN BEFRAGUNGEN

Um einen empirisch fundierten Einblick in die wirtschaftlichen Wirkungen¹ von Messe- und Kongressveranstaltungen für einen Wirtschaftsraum zu erlangen, ist es erforderlich, die Ausgabenströme von Messebesuchern, -ausstellern und Kongressteilnehmern nach verschiedenen Ausgabenkategorien abzubilden. Im

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 kompensiert. Die Studie stellt somit eine auf die veranstaltungsinduzierten Ausgaben der Besucher und Aussteller orientierte Impact-Analyse dar. 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. Würden also die Veranstaltungen an einem anderen Standort durchgeführt, fielen diese veranstaltungsrelevanten Ausgaben und damit auch die wirtschaftlichen Effekte nicht zusätzlich am betreffenden Standort, sondern in einem anderen Wirtschaftsraum an.

IN KÜRZE

Zum Schutz vor der Verbreitung des Coronavirus wurden im ersten Halbjahr 2020 zahlreiche Messen abgesagt, ab März nahezu alle Veranstaltungen. Damit zählt die Messewirtschaft zu den am stärksten betroffenen Branchen der Coronakrise. Die Messe München musste bisher unter anderem die Internationale Handwerksmesse, die OutDoor by ISPO und die Weltleitmesse für die Umwelttechnologie IFAT absagen. Seit März finden am Standort München keine Messen und Kongresse mehr statt. Sollten in diesem Jahr keine Veranstaltungen mehr am Standort München durchgeführt werden können, so errechnet sich auf Basis der Untersuchung ein dadurch für die deutsche Wirtschaft resultierender Umsatzverlust von bis zu 2,4 Mrd. Euro. Die vorliegenden Ergebnisse beziehen sich auf Veranstaltungsjahre vor der Corona-Pandemie und zeigen die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der am Standort München veranstalteten Messen und Kongresse. In einem »normalen« Veranstaltungsjahr generieren die Münchner Messen und Kongresse in Deutschland einen Umsatz von rund 3,3 Mrd. Euro, sichern rund 27 300 Arbeitsplätze und induzieren Steuereinnahmen in Höhe von 646 Mio. Euro.

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 Messen² und sonstigen Veranstaltungen auf den Angaben von rund 5 600 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 sonstigen Veranstaltungen auszuwählen, die das gesamte Veranstaltungsportfolio der jeweiligen Messegesellschaft repräsentativ abbilden. Letztlich müssen je Messe-

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 werden.

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 (vgl. Hochheim und Penzkofer 2019). Unter Verwendung der aus den Befragungen gewonnenen veranstaltungstypspezifischen Indikatoren werden die in direktem Bezug zu den Veranstaltungen stehenden Gesamtausgaben berechnet. Das verwendete Modell stellt dabei anhand zahlreicher Veranstaltungsmerkmale kausale Zusammenhänge zwischen den in die Befragungen eingegangenen Veranstaltungen und den nicht befragten Veranstaltungen her.

Für Analysen in der Messebranche ist die zeitliche Abgrenzung von großer Bedeutung, da einige Veranstaltungen nicht jährlich, sondern in einem mehrjährigen Turnus durchgeführt werden. Für die Berechnung des Ausgabenvolumens des durchschnittlichen Messejahres (Zeitraum 2016 bis 2019) wurde die jeweils aktuellste Veranstaltung berücksichtigt und mit dem Messeturnus gewichtet (vgl. Penzkofer 2018, S. 10). Beispielsweise gingen die Messen ISPO (Sportartikel) und EXPO REAL (Immobilien) mit dem Faktor 1, die Messe IFAT (Umwelttechnologie) mit dem Faktor $\frac{1}{2}$, die Messe bauma (Baumaschinen) mit dem Faktor $\frac{1}{3}$ sowie die Messe drinktec (Getränkeindustrie) mit dem Faktor $\frac{1}{4}$ in die Berechnungen ein. Im Ergebnis resultieren dadurch die im Durchschnitt Jahr für Jahr induzierten wirtschaftlichen Effekte eines Messejahres, das turnusgewichtet das gesamte Münchner Messeportfolio beinhaltet. Die wirtschaftlichen Wirkungen von »starken« bzw. »weniger starken« Messejahren werden dadurch geglättet. Das durchschnittliche Veranstaltungsjahr (Kongresse, Tagungen und sonstige Events) bezieht sich ebenfalls auf den Zeitraum 2016 bis 2019. Die Veranstaltungen gingen daher jeweils mit dem Faktor $\frac{1}{4}$ in die Berechnungen ein.

Die direkten Ausgaben der Messeakteure und Veranstaltungsteilnehmer für beispielsweise Übernachtung, Verpflegung, An- und Abreise, Bau des Messestandes oder Transport von Ausstellungsobjekten bilden 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. Die Berechnung der indirekten Effekte basiert auf dem Input-Output-Modell (vgl. Penzkofer 2017).³

³ 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

Die Ermittlung der Beschäftigungseffekte erfolgte mittels branchenspezifischer Arbeitskoeffizienten.

AUSSTELLER UND BESUCHER GEBEN WELTWEIT 2,58 MRD. EURO FÜR VERANSTALTUNGEN BEI DER MESSE MÜNCHEN AUS

Für ein repräsentatives Veranstaltungsjahr belaufen sich die direkten Gesamtausgaben der in- und ausländischen Messeakteure, Kongressteilnehmer und sonstiger Veranstaltungsbesucher auf 2,58 Mrd. Euro (Messen: 2,52 Mrd. Euro, Kongresse und sonstige Events: 0,06 Mrd. Euro⁴), davon werden rund 1,83 Mrd. Euro in Deutschland ausgegeben. Dieser hohe Ausgabenbetrag verdeutlicht die hohe Wertschätzung, die in- und ausländische Aussteller und Besucher den Veranstaltungen am Standort München beimessen. So liegen die Ausgaben je Besucher für Messen auf dem Gelände der Messe München im Schnitt bei rund 590 Euro und die Ausgaben je Aussteller betragen rund 47 500 Euro.

Rund 38% der direkten Messeausgaben sind den in- und ausländischen Besuchern zuzurechnen. Hierbei profitiert insbesondere das Hotel- und Gaststättengewerbe. Von den Gesamtausgaben der Messebesucher (jahresdurchschnittlich 963 Mio. Euro) haben die Ausgaben in der Hotellerie und Gastronomie mit rund 35% das zweitstärkste Gewicht. Nur die Kosten der An- und Abreise im Fernverkehr schlagen mit rund 36% etwas mehr zu Buche. In nennenswertem Umfang partizipiert auch der Einzelhandel von den Besucher Ausgaben (rund 7%). Der Messeeintritt (inkl. Kauf von Katalogen) trägt zu den gesamten Ausgaben der Besucher dagegen nur zu knapp 5% bei. Die Ausgaben der Messebesucher weisen einen starken regionalen Bezug und somit eine hohe lokale Wirkung bei Produktion und Beschäftigung auf. Mit Ausnahme der Reisekosten im Fernbereich fallen nämlich die Ausgaben der Besucher zum überwiegenden Teil in München an.

Von den Gesamtausgaben der ausstellenden Unternehmen in Höhe von jahresdurchschnittlich 1,561 Mrd. Euro entfallen rund 31% auf den Standbau; fast 18% der Ausgaben stehen im Zusammenhang mit den Personalkosten für die Durchführung von Messebeteiligungen. Knapp ein Viertel der Ausgaben der Aussteller geht an den Messeveranstalter (Standmiete inkl. Gebühren für Strom, Entsorgung usw.), und etwa 13% der Ausgaben entfallen auf die An- und Abreise des Personals der ausstellenden Unternehmen. Die Ausgaben für die Übernachtung und Verpflegung summieren sich auf etwa 15%. Die Ausstellerausgaben weisen eine breite räumliche Streuung auf. Dies liegt darin begründet, dass die Aussteller viele Vorarbeiten

bis vier Jahre zurückliegende Tabellen als eine gute Näherungslösung der aktuellen Wirtschaftsstruktur angesehen werden können. Der Untersuchungszeitraum der Studie bezog sich auf die Jahre 2016 bis 2019, die verwendete Input-Output-Tabelle repräsentiert das Jahr 2016 (vgl. Statistisches Bundesamt 2020).

⁴ Je Kongressteilnehmer ergibt sich ein Ausgabenbetrag von mehr als 1 000 Euro, und die Ausgaben bei sonstigen Veranstaltungen (wie z.B. Seminaren, Hauptversammlungen, gesellschaftlichen Events) betragen je Teilnehmer knapp 160 Euro.

für den Messestand nicht am Ausstellungsort, sondern am Firmensitz bzw. von spezialisierten Unternehmen in Deutschland oder im Ausland produzieren lassen.

Die gesamten Veranstaltungsausgaben werden somit nicht nur in München getätigt, aber München profitiert mit einem Betrag von 1,14 Mrd. Euro am stärksten (vgl. Abb. 1). Aufgeteilt nach Wirtschaftsräumen werden die direkten Ausgaben der Besucher und Aussteller zu rund 44% in München, etwa 12% im restlichen Bayern, 15% im übrigen Bundesgebiet und zu 29% im Ausland getätigt. In Bayern insgesamt fällt somit über die Hälfte der weltweiten direkten Veranstaltungsausgaben an; bezogen auf die in Deutschland wirksamen Ausgaben (1,83 Mrd. Euro) sind es sogar fast 80%.

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

Die Ausgaben in Höhe von 2,58 Mrd. Euro entsprechen im Vergleich zur Studie aus dem Jahr 2013 einer Steigerung von rund 32%; damals lag das durchschnittliche Ausgabenvolumen bei 1,95 Mrd. Euro (vgl. Abb. 2). Im Vergleich zur Untersuchung aus dem Jahr 2001 (durchschnittliches Ausgabenvolumen: 1,28 Mrd. Euro) hat sich der Ausgabenbetrag sogar verdoppelt. Differenziert nach den inländischen Wirtschaftsräumen zeigen sich ebenfalls deutliche positive Entwicklungen im Zeitraum 2013 bis 2019: Die in München getätigten Ausgaben erhöhten sich von 0,89 auf nunmehr jährlich 1,14 Mrd. Euro (+ 28%). Für das restliche Bayern resultierte ein Zuwachs von 260 auf 310 Mio. Euro, und auch das übrige Bundesgebiet profitierte infolge einer Ausgabensteigerung von 320 auf 380 Mio. Euro.

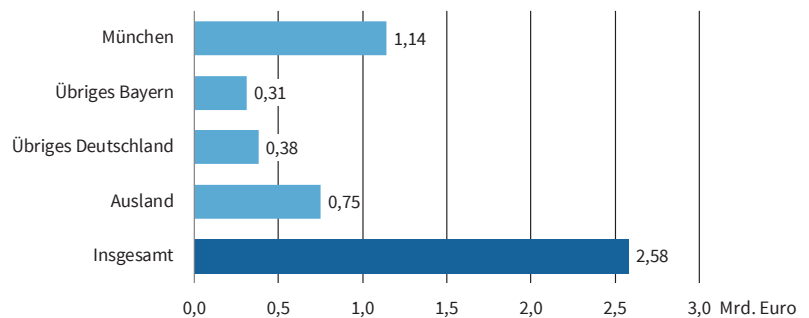
MESSE- UND SONSTIGE VERANSTALTUNGS-AFFINE AUSGABEN LÖSEN IN DEUTSCHLAND KAUFKRAFT-EFFEKTE VON RUND 3,3 MRD. EURO AUS ...

Rund 1,83 Mrd. Euro der gesamten direkten Gesamtausgaben in Höhe von 2,58 Mrd. Euro werden in Deutschland ausgegeben. In diesem bundesweiten Umsatz, der unter anderem in der Hotellerie, Gastronomie, bei Messebauern, Handwerksbetrieben, Taxiunternehmern und Verkehrsträgern anfällt, kommen die direkten Wirkungen zum Ausdruck. Die hierdurch ausgelöste Produktion bedingt eine Reihe zusätzlicher indirekter wirtschaftlicher Wirkungen: Die unmittelbaren Produktionseffekte führen durch die Nachfrage nach Vorleistungen zu vorleistungsbedingter Produktion und setzen sich in allen Produktionsstufen fort. Neben den vorleistungsbedingten Produktionseffekten kommen noch Einkommensef-

Abb. 1

Regionale Verteilung der direkten Ausgaben

Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe München GmbH



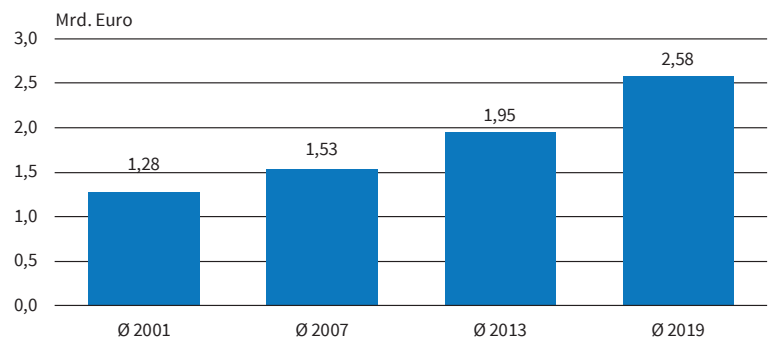
Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

Abb. 2

Gesamtes direktes Ausgabenvolumen

Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe München GmbH



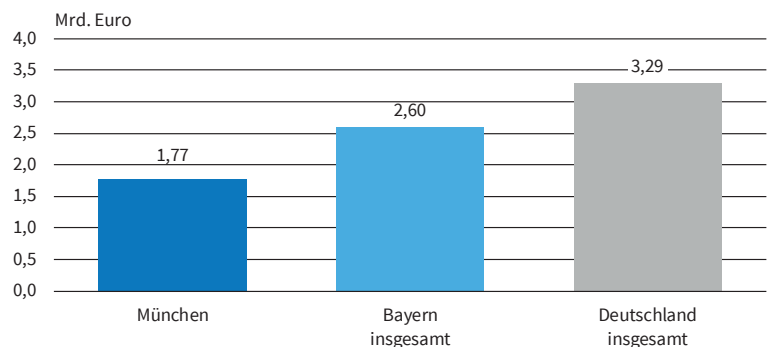
Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

Abb. 3

Kaufkrafteffekte

Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe München GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

effekte hinzu, da die Produktion zu Einkommen bei den privaten Haushalten führt. Dies ruft wiederum eine zusätzliche Nachfrage⁵ und damit Produktion hervor.

Der in Deutschland durch die Münchner Veranstaltungen (Messen, Kongresse und sonstige Events) angestoßene gesamtwirtschaftliche Kaufkraftzufluss⁶ beträgt 3,29 Mrd. Euro (vgl. Abb. 3). Die regionale Be-

⁵ Höherer Konsum der veranstaltungsinduziert beschäftigten Personen im Vergleich zum Konsum bei Bezug von Transferleistungen.

⁶ Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen im untersuchten Wirtschaftsraum.

deutung der durchgeführten Veranstaltungen unterstreicht der erzielte Kaufkrafteffekt für München. Über die Hälfte des Kaufkraftzuflusses (1,77 Mrd. Euro bzw. 54% der Effekte) wird in München wirksam. Nimmt man bei den Kaufkrafteffekten noch das restliche Bayern hinzu (0,83 Mrd. Euro bzw. 25% der Effekte), so entstehen im Freistaat Bayern durch die Veranstaltungen der Messe München insgesamt 2,6 Mrd. Euro an zusätzlichem Kaufkraftzufluss bzw. annähernd 80% aller in Deutschland generierten Kaufkrafteffekte.

Im Vergleich zur letzten Untersuchung aus dem Jahr 2013 (2,63 Mrd. Euro) stiegen die bundesweit induzierten Umsätze um 25%. Betrachtet man nur München, so erhöhten sich die veranstaltungsinduzierten Umsätze sogar um 28%. Dies ist auf die gestiegene Internationalität bei den Messeakteuren zurückzuführen. Ausländische Besucher und Aussteller sorgen durch längere Aufenthalte insbesondere in München für höhere Ausgaben in der Hotellerie, Gastronomie und beim Einzelhandel.

... UND SICHERN RUND 27 300 ARBEITSPLÄTZE

In Deutschland werden rund 27 300 Arbeitsplätze⁷ durch die Aussteller- und Besucherausgaben anlässlich der Veranstaltungen am Standort München gesichert, davon allein rund 16 360 in München (vgl. Abb. 4). Dies sind 60% aller Stellen. In Bayern insgesamt sind im Jahresdurchschnitt rund 22 640 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 veranstaltungsinduzierten Arbeitsplätze beträgt außerhalb Bayerns rund 4 650. Seit der letzten Studie im Jahr 2013 (rund 24 400 Arbeitsplätze) generierte die Messe München bundesweit zusätzlich 2 900 Arbeitsplätze.

⁷ Die mit der veranstaltungsinduzierten Nachfrage verbundene Beschäftigung wurde mittels wirtschaftszweigspezifischer Arbeitskoeffizienten errechnet. Die ermittelten Beschäftigtenzahlen stellen bezogen auf die Arbeitszeit (den geleisteten Output) einer wirtschaftszweigbezogenen repräsentativen Arbeitsperson Vollzeitäquivalente dar.

Von den Münchner Veranstaltungen profitieren insbesondere die Beschäftigten im Hotel- und Gaststättengewerbe sowie im Handwerk, Messebau und in verschiedenen Dienstleistungssparten. Rund 33% der veranstaltungsinduzierten Arbeitsplätze sind im Hotel- und Gaststättengewerbe angesiedelt. Die Bedeutung der Messen und Kongresse für die Hotellerie zeigt sich auch daran, dass rund 1,4 Mio. Übernachtungen in München und weitere rund 500 000 Übernachtungen in der Region von München auf Veranstaltungen der Messe München zurückzuführen sind. Auf Bereiche im Umfeld des Messebaus und -betriebs sowie auf Dienstleister für Veranstaltungen (z.B. Eventagenturen, Licht- und Bühnentechniker, Künstler verschiedener Sparten für Bühnenshows) entfallen rund 28% der Beschäftigten. Im Groß- und Einzelhandel sowie im Transport- und Verkehrssektor sind jeweils rund 9% der Personen beschäftigt. Die restlichen Arbeitsplätze verteilen sich auf die übrigen Wirtschaftszweige.

DIE MÜNCHNER VERANSTALTUNGEN INDUZIEREN STEUEREINNAHMEN IN HÖHE VON 646 MIO. EURO

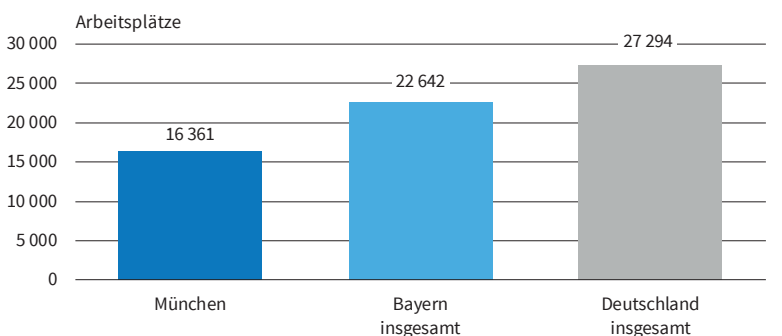
Weitere mit den Veranstaltungsaktivitäten der Messe München verbundene Wirkungen stellen Steuereinnahmen für die verschiedenen Gebietskörperschaften dar, die infolge von Produktionsprozessen, daraus resultierenden Einkommen und Gewinnen sowie durch den privaten Verbrauch anfallen. Mit den seit dem Jahr 2013 gestiegenen veranstaltungsinduzierten Kaufkraft- und Beschäftigungseffekten ging auch eine Zunahme des Steueraufkommens einher. Für die öffentlichen Haushalte summieren sich – infolge der durch die Münchner Veranstaltungen ausgelösten direkten und indirekten Wirkungen auf Produktion und Einkommen – die Steuereinnahmen für ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr auf insgesamt rund 646 Mio. Euro; ein Plus von 32% gegenüber der Studie aus dem Jahr 2013. Da die Aufteilung des Steueraufkommens⁸ nicht mit dem Entstehungsort der Steuer deckungsgleich ist, weicht die regionale Verteilung des Steueraufkommens von den regionalen Kaufkraft- und Arbeitsplatzeffekten deutlich ab. Von den Steuereinnahmen in Höhe von 646 Mio. Euro entfallen 33 Mio. Euro auf München (+ 38% gegenüber 2013) und 217 Mio. Euro auf das übrige Bayern. Etwas mehr als 60% der Steuereinnahmen gehen an den Bund und die anderen Bundesländer (396 Mio. Euro).

ERHÖHTE INTERNATIONALITÄT BEI AUSSTELLERN UND BESUCHERN FÜHRT ZU STEIGERUNG DER WIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE

Die Münchner Messen ziehen immer mehr ausländische Aussteller und Besucher nach München. In den vergangenen sechs Jahren hat sich die Zahl der aus-

⁸ Beispielsweise erhält die Kommune von der Umsatzsteuer nur rund 2%.

Abb. 4
Beschäftigungseffekte
Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Messe München GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

ländischen Aussteller bei Eigenveranstaltungen der Messe München am Standort München um 8 Prozentpunkte von 44% (Jahresdurchschnitt 2010/2013) auf 52% (Jahresdurchschnitt 2016/2019) erhöht, und der durchschnittliche Auslandsanteil bei den Besuchern stieg von 32% auf 36% (Datenbasis: Messe München GmbH). Die gestiegene Internationalität der Messeakteure bewirkte in den vergangenen Jahren eine deutliche Zunahme bei den wirtschaftlichen Effekten vor allem in München. Dies liegt daran, dass ausländische Besucher und Aussteller – wie bereits erwähnt – länger in München bleiben und unter anderem mehr Geld für Übernachtung und Verpflegung ausgeben. Werden die sich jeweils auf ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr beziehenden Befunde aus dem Jahr 2013 (vgl. Penzkofer 2014) mit denen der aktuellen Untersuchung verglichen, so ergeben sich folgende Ergebnisse: In München erhöhte sich der Kaufkraftzufluss um 28% (von 1,38 Mrd. Euro auf 1,77 Mrd. Euro), das Steueraufkommen um 38% (von 24 Mio. Euro auf 33 Mio. Euro) und die Zahl der veranstaltungsinduziert gesicherten Arbeitsplätze um 15% (von 14 177 auf 16 361). Die Wachstumsrate für die Arbeitsplätze fällt im Vergleich zu den anderen Effekten geringer aus, da die positiven Beschäftigungswirkungen, die sich aus dem wachsenden Produktionsvolumen ergeben, durch die »negativen Auswirkungen« der gestiegenen Arbeitsproduktivität vermindert werden.

Von den Veranstaltungen der Messe München profitiert aber nicht nur München, sondern auch der Freistaat Bayern und die Bundesrepublik Deutschland. Alle berechneten Indikatoren weisen für Bayern und die übrigen Bundesländer im Vergleich zur Studie des Jahres 2013 Zuwächse auf, die allerdings etwas geringer ausfallen als für München. Die Entwicklung der wirtschaftlichen Effekte für Deutschland insgesamt zeigt Abbildung 5: Das aktuell bundesweit induzierte Kaufkraftvolumen in Höhe von jahresdurchschnittlich 3,3 Mrd. Euro fällt um rund 25% höher aus als für den Jahresdurchschnitt im Zeitraum 2010/2013. Die Zahl der von Veranstaltungen der Messe München direkt und indirekt abhängigen Arbeitsplätze wuchs bundesweit um rund 12%, und die im Vergleich zur Studie aus dem Jahr 2013 höheren Veranstaltungsausgaben führten zu einem höheren Steueraufkommen von rund 32%.

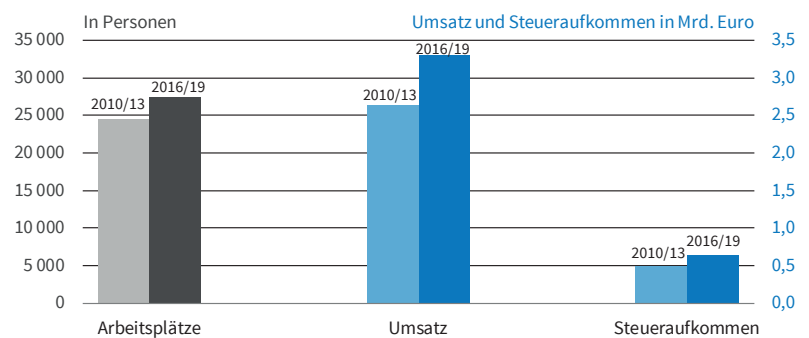
Die Veranstaltungen der Messe München sind somit ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor für München und haben auch landes- und bundesweit⁹ deutliche positive wirtschaftliche Auswirkungen. Zu den Profiteuren der Veranstaltungsausgaben zählen insbesondere Branchen wie das Hotel- und Gaststättengewerbe, der Einzelhandel sowie Dienstleister im

⁹ Die Bedeutung für die deutsche Wirtschaft insgesamt zeigt sich aktuell in der Coronakrise. Seit März 2020 finden am Standort München keine Messen mehr statt. Sollten in diesem Jahr keine Veranstaltungen mehr durchgeführt werden können, so rechnet die Messe München mit Umsatzverlusten von bis zu 240 Mio. Euro. Auf Basis des in der Untersuchung für die Münchner Messen ermittelten Umwegendite-Faktors resultieren hieraus für die deutsche Wirtschaft Umsatzverluste von rund 2,4 Mrd. Euro.

Abb. 5

Wirtschaftliche Effekte der Münchner Veranstaltungen

Vergleich der durchschnittlichen Veranstaltungszeiträume 2010/2013 und 2016/2019



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

Bereich Messebau oder Logistik. Bei den vorliegenden Ergebnissen ist zudem zu berücksichtigen, dass die Berechnungen zu den wirtschaftlichen Effekten ausschließlich die veranstaltungsaffinen Ausgaben der Aussteller, Besucher und Kongressteilnehmer beinhalten.¹⁰ Nicht in der Untersuchung enthalten sind beispielsweise die wirtschaftlichen Wirkungen, die durch abgeschlossene Aufträge ausgelöst werden. Diese Aufträge könnten Investitionen anstoßen und damit Arbeitsplätze sichern und schaffen.

STARKES MESSEJAHR 2019 LÖST SEHR HOHE WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE AUS

Mit annähernd 180 Veranstaltungen verzeichnete die Messe München im Jahr 2019 das stärkste Umsatzjahr ihrer Geschichte.¹¹ Großen Anteil daran hatte die im dreijährigen Turnus stattfindende bauma¹², die flächenmäßig größte Messe der Welt. In diesem Ausnahmejahr konnten sämtliche wirtschaftliche Effekte eines durchschnittlichen Veranstaltungsjahres deutlich übertroffen werden. So stieg der Kaufkraftzufluss in Deutschland auf 4,3 Mrd. Euro; gegenüber einem Durchschnittsjahr eine Zunahme um 1,0 Mrd. Euro. Die Steuereinnahmen für Bund, Länder und Gemeinden betragen 846 Mio. Euro. Damit lagen sie um 200 Mio. Euro über den Steuereinnahmen eines durchschnittlichen Veranstaltungsjahres. Die Anzahl der durch die Münchner Veranstaltungen gesicherten Arbeitsplätze belief sich im Jahr 2019 bundesweit auf rund 35 900; ein Plus von 8 600 Arbeitsplätzen im Vergleich zu einem durchschnittlichen Veranstaltungsjahr.

¹⁰ Die Studie erfasst somit nur einen Teil der wirtschaftlichen Effekte. Hierbei handelt es sich aber um die sozioökonomischen Wirkungen, die repräsentativ auf empirischer Basis ermittelbar sind. Darüber hinaus gehende wirtschaftliche Effekte bestehen zwar (Aufträge und internationale Kundenkontakte für ausstellende Unternehmen, Medieninteresse und damit Imagegewinn für die betreffende Region usw.), lassen sich aber kaum bzw. nicht quantitativ abbilden.

¹¹ Im Geschäftsjahr 2019 betrug der Konzernumsatz 474,2 Mio. Euro. Die Messe München GmbH erzielte einen Umsatz von 404,4 Mio. Euro.

¹² Die Weltleitmesse für Bau-, Baustoff- und Bergbaumaschinen sowie Baufahrzeuge und Baugeräte sorgte bundesweit für einen Kaufkraftzufluss von 1,55 Mrd. Euro. Für die Berechnung der Effekte des Durchschnittsjahres 2016/2019 gingen die wirtschaftlichen Wirkungen der bauma mit dem Faktor $\frac{1}{3}$ ein.

LITERATUR

Hochheim, H. und H. Penzkofer (2019), »Totgesagte leben länger: Messen im Spiegel von Langzeitstudien«, in: C. Zanger (Hrsg.), *Eventforschung – Aktueller Stand und Perspektiven*, Springer Gabler, Wiesbaden, 25–46.

Penzkofer, H. (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* 67(10), 38–42.

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. (2018), *Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland*, AUMA-Schriftenreihe – Edition 49, Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., Institut der deutschen Messewirtschaft, Berlin.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2020), *Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung – Input-Output-Rechnung – 2016*, Wiesbaden.