

Besucher und Aussteller im Messezentrum Nürnberg induzieren bundesweit Kaufkrafteffekte in Höhe von jährlich 1,65 Mrd. Euro

Ziel der von der NürnbergMesse GmbH beauftragten Untersuchung des ifo Instituts war es, die Kaufkraft-, Beschäftigungs- und Steuereffekte zu ermitteln, die Messen und Veranstaltungen wie Kongresse, Tagungen oder sonstige Events am Standort Nürnberg, in der Metropolregion Nürnberg, im Freistaat Bayern und in Deutschland im Jahresdurchschnitt auslösen. Mit Hilfe empirischer Erhebungen ausgewählter Nürnberger Messen und Veranstaltungen wurden mittels eines Schätzmodells die Gesamtausgaben und darauf aufbauend die wirtschaftlichen Effekte für ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr berechnet. In die Studie einbezogen wurden darüber hinaus auch die jahresdurchschnittlichen baulichen Investitionen auf dem Gelände der NürnbergMesse GmbH.

Empirische Datenbasis ist entscheidend für repräsentative Ergebnisse

Das ifo Institut befasst sich seit Jahren mit der deutschen Messe- und Kongresswirtschaft. Zur Quantifizierung der aus den Ausgaben der Veranstaltungsakteure resultierenden gesamtwirtschaftlichen Effekte hat das ifo Institut in den vergangenen Jahren die datentechnischen und methodischen Grundlagen erarbeitet (vgl. hierzu z.B. Träger und Penzkofer 2005 sowie Penzkofer 2009). Ein wichtiger Faktor für die Validität der Ergebnisse sind die der Untersuchung zugrunde liegenden Daten. Damit ein Höchstmaß an statistischer Sicherheit gewährleistet ist, wurden rund 5 500 Besucher (Messen, Kongresse) und 1 870 Aussteller repräsentativ befragt.

Für Analysen in der Messebranche ist die zeitliche Abgrenzung von großer Bedeutung, da einige Veranstaltungen nicht jährlich, sondern in einem mehrjährigen – meist zweijährigen – Turnus durchgeführt werden. Dementsprechend gibt es, gemessen an den Aussteller- und Besucherzahlen und damit auch im Hinblick auf die wirtschaftlichen Auswirkungen, »starke« und »schwache« Jahre. Daher wurde die Analyse für ein durchschnittliches Messejahr durchgeführt, d.h. alle im Messezentrum Nürnberg stattfindenden Messen gingen entsprechend ihrer Periodizität in die Berechnungen ein: Beispielsweise die BrauBeviale mit dem Faktor 0,75 und die Chillventa mit dem Faktor 0,5. Aufgrund der jährlichen Durchführung erhielt die Messe BIOFACH den Faktor 1,0. Die Analyse der Kongresse und sonstigen Veranstaltungen bezog sich ebenfalls auf ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr. Hierfür wurden die Ver-

anstaltungen zweier Jahre jeweils mit dem Faktor 0,5 in die Berechnung einbezogen.

Auf Basis der Informationen aus den standardisierten Besucher- und Ausstellerbefragungen wurden für verschiedene Veranstaltungstypen (z.B. Fach- und Publikums-messen; internationale, nationale und regionale Kongresse) Aussteller- und Besucherindikatoren ermittelt. Diese besucher-, aussteller- und kongressspezifische Indikatoren bildeten die Grundlage für die Hochrechnung der Stichprobenergebnisse zum Gesamtvolumen der Besucher- und Ausstellerausgaben. Das verwendete Modell stellt dabei anhand zahlreicher Veranstaltungsmerkmale kausale Zusammenhänge zwischen den in die Befragungen eingegangenen Veranstaltungen und den nicht befragten Veranstaltungen her.

Die direkten Ausgaben der Messe- und Veranstaltungsakteure bilden allerdings nur einen Teil der wirtschaftlichen Effekte ab. Infolge der ausgeprägten Arbeitsteilung werden in erheblichem Umfang Güter und Dienstleistungen von Unternehmen bezogen, die von den Ausgaben der Aussteller und Besucher nicht direkt betroffen sind. Diese indirekt begünstigten Unternehmen fragen ihrerseits wiederum Vorleistungen von Gütern und Dienstleistungen nach. So ergibt sich eine Kette von leistungswirtschaftlichen Folgewirkungen über alle Wirtschaftszweige. Zur Quantifizierung der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung von Messen und sonstigen Veranstaltungen gilt es somit, auch die durch Vorlieferungen ausgelösten Produktions- und Beschäftigungseffekte einzubeziehen. Als Methode hierfür wird die

Input-Output-Rechnung¹ verwendet, die die Transaktionen zwischen den Produktionssektoren abbildet.

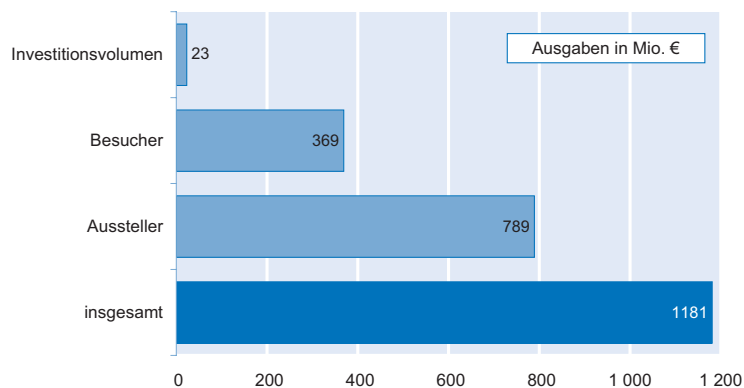
Die Quantifizierung der wirtschaftlichen Wirkungen stellt dabei darauf ab, dass die durch die Messe- bzw. Kongressausgaben »ausgelasteten« Produktions- und Beschäftigungskapazitäten nicht durch andere Nachfrageaktivitäten tangiert bzw. genutzt werden, d.h., der etwaige Ausfall der Messe- bzw. Kongressausgaben als Nachfragevolumen wird nicht durch Ausgaben anderer Unternehmen und Personen kompensiert. Die Studie stellt somit eine auf die veranstaltungsinduzierten Ausgaben der Besucher und Aussteller orientierte Impact-Analyse dar. 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 diesem Zusammenhang ist auch zu berücksichtigen, dass Effekte angestoßener bzw. realisierter Aufträge² im Rahmen der Messen ebenso unberücksichtigt bleiben wie etwaige Auslandsaktivitäten³ der Messegesellschaft.

Aussteller, Besucher und die NürnbergMesse geben Jahr für Jahr rund 1,18 Mrd. Euro für Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg aus

Insbesondere internationale Leitmessen, die für die technologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen eines größeren Wirtschaftszweigs von ausschlaggebender Bedeutung sind, besitzen eine hohe Sogwirkung auf Aussteller und Fachbesucher aus dem In- und Ausland. Basierend auf den Erhebungen bei Messen, Kongressen und sonstigen Veranstaltungen (Konzerte, Firmenveranstaltungen, Sport- und Showevents etc.) sowie auf den sich daran anschließenden

Abb. 1

Verteilung der direkten Ausgaben
Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der NürnbergMesse GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Hochrechnungen für alle Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg, ergibt sich ein gesamtes direktes weltweites Ausgabenvolumen von rund 1,18 Mrd. Euro für ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr (vgl. Abb. 1).⁴

Diese unmittelbar durch die Veranstaltungen ausgelösten Ausgaben fallen aber nicht gänzlich in Nürnberg an. Während beispielsweise die Ausgaben der Messebesucher und Aussteller für die Übernachtung und Verpflegung überwiegend in Nürnberg getätigt werden, schlagen andere Ausgabenarten, wie etwa die Reisekosten oder die Ausgaben für den Standbau, zum großen Teil im übrigen Bundesgebiet oder im Ausland zu Buche. Entscheidend hierfür ist im Wesentlichen der Wohnort bzw. Firmensitz der Veranstaltungsteilnehmer. Die gesamten direkten Ausgaben werden zu rund 43% in Nürnberg, zu etwa 7% in der Metropolregion (ohne Nürnberg), zu und 7% im restlichen Bayern, zu rund 21% im übrigen Bundesgebiet und zu rund 22% im Ausland getätigt. In der Metropolregion Nürnberg fällt mit über 590 Mio. Euro die Hälfte der direkten Ausgaben an.

Knapp ein Drittel der direkten Veranstaltungsausgaben sind den in- und ausländischen Messebesuchern und Kongressteilnehmern zuzurechnen (vgl. Abb. 1). Von den Gesamtausgaben der Besucher (369 Mio. Euro) haben die Ausgaben in der Hotellerie und Gastronomie mit rund 37% (bzw. 136 Mio. Euro) das stärkste Gewicht. Vergleichbar bedeutend sind nur noch die Kosten der An- und Abreise im Fernverkehr, die rund 35% betragen. In nennenswertem Umfang partizipiert auch der Einzelhandel von den Besucherausgaben (rund 6%). Die Ausgaben je Besucher liegen für die Nürnberger Messen im Schnitt bei rund 340 Euro. Bei einigen Nürnberger Messen liegt der Ausgabenbetrag je Besucher deutlich über 340 Euro. Dies trifft vor

¹ Infolge zeitintensiver Arbeiten liegen die der Input-Output-Rechnung zugrunde liegenden Tabellen erst mit zeitlicher Verzögerung vor. Während sich über einen längeren Zeitraum die Input-Output-Strukturen sehr wohl verändern, treten in einer kurzfristigen Betrachtung nur geringfügige Strukturveränderungen auf, so dass drei bis vier Jahre zurückliegende Tabellen als eine gute Näherungslösung der aktuellen Wirtschaftsstruktur angesehen werden können. Der Untersuchungszeitraum der Studie bezog sich auf die Jahre 2013 und 2014, die verwendete Input-Output-Tabelle repräsentiert das Jahr 2010.

² Insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen aus dem lokalen Umfeld eröffnet sich durch eine Messebeteiligung die kostengünstige Möglichkeit, neue internationale Kontakte zu knüpfen und Aufträge abzuschließen. Diese Aufträge könnten Investitionen auslösen und damit Arbeitsplätze sichern bzw. schaffen.

³ Es werden nur Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg berücksichtigt.

⁴ Darin enthalten sind auch die – auf das Jahr 2014 bezogenen – durchschnittlichen baulichen Investitionen ins Messezentrum Nürnberg im Zeitraum 2004 bis 2014.

allem für Messen mit einem überdurchschnittlich hohen Anteil an ausländischen Fachbesuchern zu, die länger in Nürnberg bleiben als inländische Besucher. Von dieser höheren Ausgabenbereitschaft profitieren vor allem die Hotellerie und Gastronomie des Messestandorts. Je Kongressteilnehmer errechnet sich ein Ausgabenbetrag von rund 620 Euro und je Eventbesucher ein Ausgabenbetrag von rund 100 Euro.

Von den Gesamtausgaben der ausstellenden Unternehmen in Höhe von jahresdurchschnittlich 789 Mio. Euro entfallen rund 21% auf den Standbau; etwa 17% der Ausgaben stehen im Zusammenhang mit den Personalkosten für die Durchführung von Beteiligungen an Messen und Kongressen. Weniger als ein Fünftel der Ausgaben der Aussteller geht an die Messeveranstalter (Standmiete inkl. Nebenkosten für Strom, Entsorgung usw.). Über 13% der Ausgaben entfallen auf die An- und Abreise des Personals der ausstellenden Unternehmen. Die Ausgaben für die Übernachtung und Verpflegung summieren sich auf über 15% (rund 121 Mio. Euro). Bezogen auf alle Nürnberger Veranstaltungen liegen die Ausgaben pro Aussteller im Schnitt bei rund 31 900 Euro.

Messe- und veranstaltungsaffine Ausgaben lösen in Deutschland Kaufkrafteffekte von 1,65 Mrd. Euro aus

Rund 925 Mio. Euro der gesamten direkten Gesamtausgaben in Höhe von 1,18 Mrd. Euro werden in Deutschland ausgegeben. Diesen direkten bundesweiten Ausgaben der Messe- und Veranstaltungsakteure steht ein Umsatz bei Dienstleistungs-, Handels- und Industrieunternehmen gegenüber. In diesem Umsatz kommen die direkten Wirkungen zum Ausdruck.⁵ Die hierdurch ausgelöste direkte 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 Einkommenseffekte hinzu, da die Produktion zu Einkommen bei den privaten Haushalten führt.⁶ Dies ruft wiederum eine zusätzliche Nachfrage und damit Produktion hervor.

Die in Deutschland durch die Veranstaltungen angestoßenen gesamtwirtschaftlichen (direkten und indirekten) Kaufkrafteffekte betragen rund 1,65 Mrd. Euro (vgl. Abb. 2). Dieser zusätzliche Kaufkraftzufluss wird zu rund 56% in der Me-

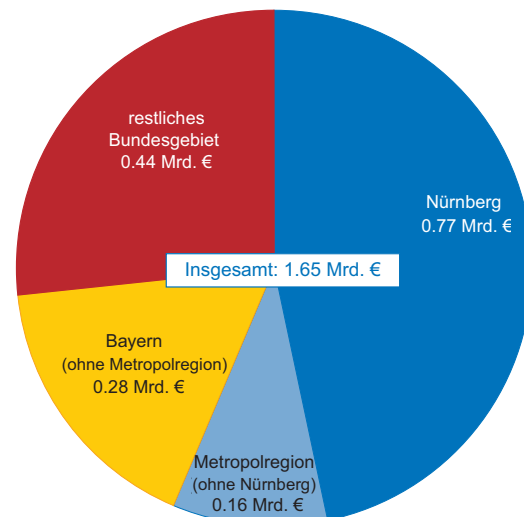
⁵ Zu beachten ist, dass die Umsätze/Erlöse der NürnbergMesse GmbH selbst nicht miteinbezogen werden dürfen, da sie weitgehend aus den Aufwendungen der ausstellenden Unternehmen und der Besucher (z.B. Standmiete, Eintritt usw.) resultieren, diese Aufwendungen aber bei den Ausstellern und Besuchern erfasst werden.

⁶ Höherer Konsum der beschäftigten Personen im Vergleich zum Konsum bei Bezug von Transferleistungen.

Abb. 2

Kaufkrafteffekte

Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der NürnbergMesse GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

troppolregion Nürnberg (0,93 Mrd. Euro) und zu 17% im übrigen Bayern (0,28 Mrd. Euro) wirksam. Die Stadt Nürnberg ist an den Kaufkrafteffekten mit 0,77 Mrd. Euro beteiligt.

Die regionale Komponente der Veranstaltungen schlägt sich auch in der Übernachtungszahl nieder. Zu den bedeutendsten Profiteuren der durchgeführten Messen und Veranstaltungen im Nürnberger Messezentrum zählt die lokale Hotellerie. Die mit den Messen, Kongressen und sonstigen Events verbundenen Übernachtungen in Nürnberg erreichen pro Jahr eine Größenordnung von rund 800 000. Stellt man die veranstaltungsinduzierte Übernachtungszahl den jahresdurchschnittlichen Gästeübernachtungen in Nürnberg (2,75 Mio. im Schnitt der Jahre 2013 und 2014) gegenüber, so ergibt sich, dass rund 29% aller Gästeübernachtungen auf Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg zurückgeführt werden können. Für die Metropolregion Nürnberg insgesamt resultiert eine Übernachtungszahl von 1,12 Millionen.

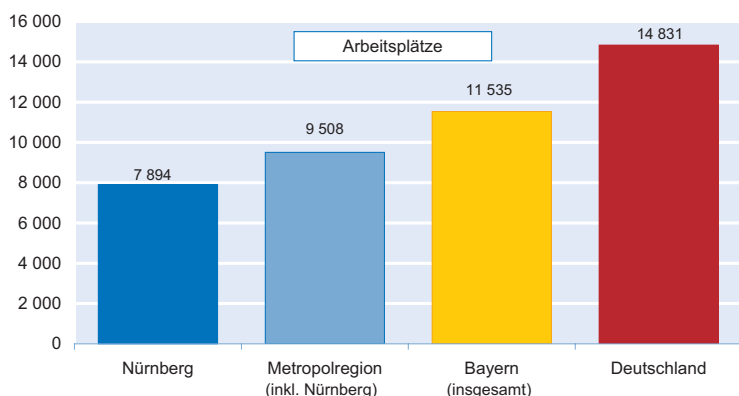
Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg sichern über 14 800 Arbeitsplätze in Deutschland

Die mit der direkten und indirekten Produktion verbundenen Beschäftigtenwirkungen generieren in einem durchschnittlichen Veranstaltungsjahr in Deutschland 14 831 Arbeitsplätze⁷, die in einem Zusammenhang mit den Ausgaben anläss-

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.

Abb. 3**Beschäftigungseffekte**

Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der NürnbergMesse GmbH



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

lich der Veranstaltungen (inkl. baulicher Investitionen) im Messezentrum Nürnberg stehen (vgl. Abb. 3). Davon entfallen auf die Metropolregion Nürnberg rund 9 500 Arbeitsplätze. Im Freistaat Bayern sind im Jahresdurchschnitt über 11 500 Personen durch Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg beschäftigt. Aufgrund der Lieferverflechtungen partizipieren aber auch Unternehmen in den übrigen Bundesländern an den wirtschaftlichen Wirkungen. Die Zahl der induzierten Arbeitsplätze beträgt außerhalb von Bayern knapp 3 300.

Von den Nürnberger Veranstaltungen profitieren insbesondere die Beschäftigten im Hotel- und Gaststättengewerbe sowie im Handwerk und Dienstleistungsbereich. Rund 30% der veranstaltungsinduzierten Arbeitsplätze sind im Hotel- und Gaststättengewerbe angesiedelt. Auf das Handwerk und veranstaltungsaffine Dienstleistungen entfallen rund 29% der Beschäftigten. In den Handelsbereichen (Groß-, Einzelhandel, Handelsvermittlung) sowie im gesamten Transport- und Verkehrssektor sind jeweils rund 10% der Personen beschäftigt. Die übrigen Arbeitsplätze verteilen sich auf die übrigen Wirtschaftszweige.

Die Nürnberger Veranstaltungen induzieren Steuereinnahmen in Höhe von rund 302 Mio. Euro

Weitere mit den Veranstaltungen verbundene Wirkungen stellen Steuereinnahmen der verschiedenen Gebietskörperschaften dar, die infolge von Produktionsprozessen, daraus resultierenden Einkommen und Gewinnen sowie durch den privaten Verbrauch anfallen. Die bedeutendsten Positionen sind die Umsatzsteuer sowie die Lohn- und Einkommensteuer.

Für alle Gebietskörperschaften der Bundesrepublik summieren sich – infolge der durch die Nürnberger Veranstal-

tungen ausgelösten direkten und indirekten Wirkungen auf Produktion und Einkommen – die Steuereinnahmen für ein durchschnittliches Veranstaltungsjahr auf insgesamt rund 302 Mio. Euro. Da die Aufteilung des Steueraufkommens⁸ nicht mit dem Entstehungsort der Steuer deckungsgleich ist, weicht die regionale Verteilung des Steueraufkommens von den Kaufkraft- und Arbeitsplatzeffekten deutlich ab. Von den Steuereinnahmen in Höhe von 302 Mio. Euro entfallen knapp 17 Mio. Euro auf die Metropolregion Nürnberg und 90 Mio. Euro auf das übrige Bayern. Etwas weniger als zwei Drittel der Steuereinnahmen gehen an den Bund und die anderen Bundesländer (195 Mio. Euro).

Veranstaltungen im Messezentrum Nürnberg stellen bedeutenden Wirtschaftsfaktor für die Region dar

Die wirtschaftliche Bedeutung von Messen und sonstigen Veranstaltungen ergibt sich nicht nur aus absatzwirtschaftlich motivierten Überlegungen der Unternehmen als Aussteller und Besucher. Messen, Kongresse und sonstige Events sind auch für die betreffenden Wirtschaftsräume von erheblicher Bedeutung, treten doch Messeaussteller und -besucher sowie Kongressteilnehmer und Veranstaltungsbesucher als Nachfrager von Leistungen auf, die in sehr unterschiedlichen Wirtschaftssektoren zum Teil erhebliche Produktions- und Beschäftigungseffekte induzieren. Zu den Profiteuren zählen insbesondere Branchen wie das Hotel- und Gaststättengewerbe, der Einzelhandel sowie Dienstleister im Bereich Messebau oder Logistik. Von den Ausgaben der Messe- und Veranstaltungsakteure partizipieren aber nicht nur die Unternehmen und damit die Erwerbstätigen in diesen Wirtschaftszweigen, sondern auch der Fiskus. Dabei sind vor allem internationale Leitmesse und Kongresse von ausschlaggebender Bedeutung für die wirtschaftlichen Effekte in einer Region.

Die Untersuchungsergebnisse zeigen, dass die Veranstaltungsaktivitäten im Messezentrum Nürnberg sowohl für Nürnberg und die Metropolregion als auch für den Freistaat Bayern ein bedeutender Wirtschaftsfaktor sind. Für die Metropolregion Nürnberg fallen die ökonomischen Effekte beeindruckend aus. Rund 9 500 Arbeitsplätze, etwa 930 Mio. Euro Kaufkraft und knapp 17 Mio. Euro Steuereinnahmen stehen hinter den Veranstaltungen im und den kontinuierlichen baulichen Investitionen ins Messezentrum Nürnberg.

⁸ Beispielsweise erhält von der Umsatzsteuer die Kommune rund 2%, der Bund über 53%, und der Rest geht an die Länder.

Da die Veranstaltungen ursächlich für die getätigten Ausgaben von Besuchern, Ausstellern und Kongressteilnehmern in Nürnberg bzw. in der Metropolregion Nürnberg sind, würden die wirtschaftlichen Effekte ohne diese Messen und Kongresse entfallen. Die auswärtigen Aussteller, Besucher und Kongressteilnehmer würden ihre Ausgaben an einem anderen Standort tätigen. Es würde sich sogar ein Kaufkraftentzug für die Region ergeben, da lokale Aussteller und Fachbesucher ihre Messe- bzw. Kongressausgaben⁹ an den anderen Veranstaltungsstandort verlagern würden.

Die Berechnungen zu den wirtschaftlichen Effekten beinhalten ausschließlich die veranstaltungsaffinen Ausgaben der Aussteller, Besucher und Kongressteilnehmer. Nicht in der Untersuchung enthalten sind die wirtschaftlichen Wirkungen, die durch angebahnte oder abgeschlossene Aufträge in einer Region ausgelöst werden. Hierdurch könnten Investitionen angestoßen werden, die wiederum wirtschaftliche Folgewirkungen nach sich ziehen. Zusätzlich profitieren lokale Aussteller von der Möglichkeit, kostengünstig am Firmenort mit (inter-)nationalen Kunden Kontakt aufzunehmen.

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.

Literatur

Penzkofer, H. (2009), »Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland«, AUMA-Schriftenreihe – Edition 30, Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., Institut der deutschen Messewirtschaft, Berlin.

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

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

⁹ Die Ausgaben lokaler Besucher und Aussteller werden nicht in der Untersuchung berücksichtigt, da nur zusätzliche wirtschaftliche Effekte für einen Standort ermittelt werden.