

Leipziger Messe: Veranstaltungen und Kongresse führen zu einer Beschäftigung von über 4 800 Personen

14

Horst Penzkofer

Gesamtwirtschaftliche Produktions- und Beschäftigungseffekte der Leipziger Messen hat das ifo Institut im Auftrag der Leipziger Messe GmbH bereits für die Jahre 1994 bis 1997 ermittelt (Weitzel 1999). In Anlehnung an diese Untersuchungen war es wesentliches Ziel dieser Studie, ausgehend von den gesamten Ausgaben der Messeaussteller und -besucher aller Leipziger Messeveranstaltungen sowie den gesamten Ausgaben der Kongressteilnehmer und -aussteller des Congress Center Leipzig (CCL) die direkten und indirekten Produktions- und Beschäftigungswirkungen sowie das messeinduzierte Steueraufkommen für das Jahr 2002 und ein repräsentatives Messejahr (Zeitraum 2001/2002) zu quantifizieren. Darüber hinaus sollte auch die wirtschaftliche Bedeutung der Leipziger Messe- und Kongressaktivitäten für die Region Leipzig¹, die neuen Bundesländer und die Bundesrepublik Deutschland offengelegt werden.²

Um einen detaillierten und empirisch fundierten Einblick in die wirtschaftlichen Auswirkungen von Messeveranstaltungen für einen Standort und den jeweiligen Wirtschaftsraum zu erlangen, ist es erforderlich, die Ausgabenströme von Messebesuchern und -ausstellern nach verschiedenen Ausgabenkategorien abzubilden. Ein zentraler methodischer Baustein der Berechnung der messeinduzierten Ausgaben waren daher die Primärerhebungen bei Ausstellern und Besuchern. In die Studie konnten insgesamt die Angaben von über 7 700 Besuchern und 730 Ausstellern einbezogen werden.^{3,4}

Aufgabenstellung der Studie erfordert verschiedene Untersuchungsebenen

Für Analysen im Messewesen ist die zeitliche Abgrenzung von großer Bedeutung, da eine Reihe von Veranstaltungen nicht jährlich, sondern in einem meist zweijährigen Turnus durchgeführt wird. Dementsprechend gibt es, gemessen an den Aussteller- und Besucherzahlen und damit auch im Hinblick auf die wirtschaftlichen Auswirkungen, »starke« und »schwache« Messejahre. Insofern würde die Festlegung auf nur einen einjährigen Bezugszeitraum zum einen der Zielsetzung, die wirtschaftlichen Auswirkungen der Leipziger Messen und Ausstellungen umfas-

send darzustellen und zu analysieren, nicht gerecht werden und zum anderen auch Jahres- bzw. Entwicklungsvergleiche verzerren.⁵

¹ Die Region Leipzig umfasst die Stadt Leipzig inkl. eines Einzugsgebietes von 25 km. Im Rahmen der Befragungen wurde zudem gezielt danach gefragt, ob die Ausgaben der Messe- und Kongressakteure in Leipzig oder im Umkreis von 25 km anfielen. Als Ergebnis zeigte sich, dass über 90% der in der Region Leipzig getätigten Ausgaben der Stadt Leipzig zugerechnet werden können.

² Eine solche Quantifizierung der wirtschaftlichen Wirkungen stellt darauf ab, dass die durch die Messeausgaben »ausgelasteten« Produktions- und Beschäftigungskapazitäten nicht durch andere Nachfrageaktivitäten tangiert bzw. genutzt werden, d.h. der etwaige Ausfall der Messeausgaben als Nachfragevolumen wird nicht durch Ausgaben anderer Unternehmen und Personen kompensiert. Nahezu alle Studien zur Berechnung der sog. »Umwegerentabilität« größerer Infrastrukturprojekte haben diese Annahme zur Grundlage.

³ Im Einzelnen handelt es sich um folgende Messeveranstaltungen: *Buchmesse*, *Auto Mobil International (AMI)*, *Orthopädie&Reha-Technik*, *Modell&Hobby* und *Leipziger Spielfest* sowie *denkmal*. Die bei den Ausstellerbefragungen erzielten Rücklaufquoten lagen mit rund 30% über den bei vergleichbaren Umfragen resultierenden Werten. Die Volumenberechnung für die Kongressteilnehmer, -aussteller und Organisatoren von Kongressen erfolgte entsprechend dem Vorgehen für die Messen in Leipzig. In die Erhebungen wurden fünf Kongresse mit regionalem, nationalem und internationalem Charakter einbezogen: *Tagung der mittel-deutschen Gastroenterologen*, *Vollversammlung der Initiative D21*, *Deutsche Gesellschaft für Kinderheilkunde*, *PMR Expo* und *SAP Utilities Conference*. Die Befragungen bei den Kongressveranstaltungen lieferten ebenfalls eine überdurchschnittlich hohe Meldebeteiligung (z.T. über 50%).

⁴ Mit Hilfe der Informationen aus den standardisierten Besucher- und Ausstellerbefragungen wurden die Stichprobenergebnisse zum Gesamtvolumen der Besucher- und Ausstellerausgaben der befragten Messen und Kongresse hochgerechnet. Anschließend wurden mittels eines vom ifo Institut entwickelten simultanen Schätzverfahrens die Besucher- und Ausstellerausgaben der Messen bzw. Kongresse berechnet, bei denen im Jahr 2002 keine schriftlichen Erhebungen durchgeführt wurden. Das verwendete Modell stellt dabei anhand zahlreicher Messemerkmale kausale Zusammenhänge zwischen den in die Befragungen eingegangenen Veranstaltungen und den nicht befragten Messen bzw. Kongressen her.

⁵ So fanden beispielsweise nicht im Berichtsjahr 2002, aber in 1997, dem Jahr der letzten ifo-Untersuchung zu den wirtschaftlichen Wirkungen der Leipziger Messen, die *BauFach*, die *GÄSTE* sowie die *TerraTec* statt.

Bei den bisher für die Leipziger Messe GmbH vorgelegten Berechnungen zu den direkten und indirekten Effekten der Messe- und Kongressaktivitäten wurden Reisekosten (Fernbereich) der Besucher und Aussteller sowie interne Personalkosten der Aussteller nicht einbezogen.⁶ Da auch diese Ausgabenarten in den jüngsten Studien des ifo Instituts berücksichtigt wurden (Spannagel et al. 1999; Täger und Penzkofer 2001; Penzkofer 2002), werden im Folgenden die Ergebnisse des erweiterten Untersuchungsansatzes vorgelegt.⁷

Ausgaben der Messebesucher betragen im Jahr 2002 rund 76 Mill. €

Die Attraktivität von Messen kann primär an der Zahl der in- und ausländischen Besucher gemessen und eingeschätzt werden und darüber hinaus an ihren Ausgaben am Messestandort und in den angrenzenden Regionen. Insbesondere internationale Leitmessungen, die für die technologischen und wirtschaftlichen Entwicklungen eines größeren Wirtschaftszweigs von ausschlaggebender Bedeutung sind, besitzen eine hohe »Sogwirkung« auf Fachbesucher aus dem In- und Ausland. Die vielfältigen Möglichkeiten, sich bei weltbekannten oder noch fremden Unternehmen über richtungweisende Entwicklungen umfassend zu unterrichten, fördert die Ausgabenbereitschaft vor allem der Fachbesucher bei einem zum Teil mehrtägigen Messebesuch. Ferner wird diese Ausgabenbereitschaft in einem hohen Maße von der Attraktivität des jeweiligen Messeplatzes und der jeweiligen Wirtschaftsregion beeinflusst.

Insgesamt wurden im Jahr 2002 von den über 1 Mill. Besuchern aller Leipziger Messeveranstaltungen 75,9 Mill. € ausgegeben.⁸ Die Ausgaben je Besucher lagen damit im Durchschnitt bei 72,4 € (vgl. Tab. 1). Einige Leipziger Messeveranstaltungen weisen allerdings deutlich höhere durchschnittliche Besucherausgaben auf. Zu nennen ist hierbei in erster Linie die Messe *Orthopädie&Reha-Technik* (308 €). Der hohe Ausgabenwert ist vor allem darauf zurückzuführen, dass die Messe gemeinsam mit einem internationalen Kongress veranstaltet wird und daher durch einen relativ hohen Anteil an ausländischen Besuchern, die eine deutlich

⁶ Diese Ausgabenarten bedingen i. d. R. nur einen geringen wirtschaftlichen Effekt am jeweiligen Messestandort, für höher aggregierte Wirtschaftsräume (z.B. neue Bundesländer, Deutschland insgesamt) resultieren infolge dieser Ausgaben allerdings spürbare Wirkungen.

⁷ Vergleiche hinsichtlich der wirtschaftlichen Effekte zwischen den Jahren 1996 und 2002 bzw. 1996/1997 und 2001/2002 basieren dagegen auf den in früheren Jahren zugrunde gelegten Ausgabenkomponenten; d.h. es werden für das Jahr 2002 (bzw. 2001/2002) weder die Reisekosten (Fernbereich) noch die internen Personalkosten berücksichtigt.

⁸ Die Besucherausgaben für ein durchschnittliches Messejahr (2001/2002) liegen leicht über dem Volumen des Jahres 2002. Für ein durchschnittliches Messejahr ist mit einem Ausgabenvolumen auf Seiten der Besucher von rund 77,3 Mill. € zu rechnen.

**Tab. 1
Gesamtausgaben der Besucher von Leipziger Messen**

Jahr	Gesamtausgaben (in Mill. €)	Durchschnittliche Ausgaben pro Besucher (in Mill. €)
2002	75,9	72,4
Durchschnittliches Messejahr ^{a)}	77,3	72,7

^{a)} Unter Berücksichtigung des Veranstaltungsturnus aller Messen im Zeitraum 2001/2002.

Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts.

längere Weildauer am Messestandort als inländische Besucher aufweisen, gekennzeichnet ist: Insofern fallen höhere Ausgaben für Übernachtung und Verpflegung an. Weit über dem Durchschnittswert liegende Ausgaben pro Besucher wurden darüber hinaus anlässlich der Messen *Midora*, *denkmal*, *Fashion Look* (Frühjahr; Herbst: mit *Body Look*) und *Z 2002 (Zuliefermesse)* getätigt.

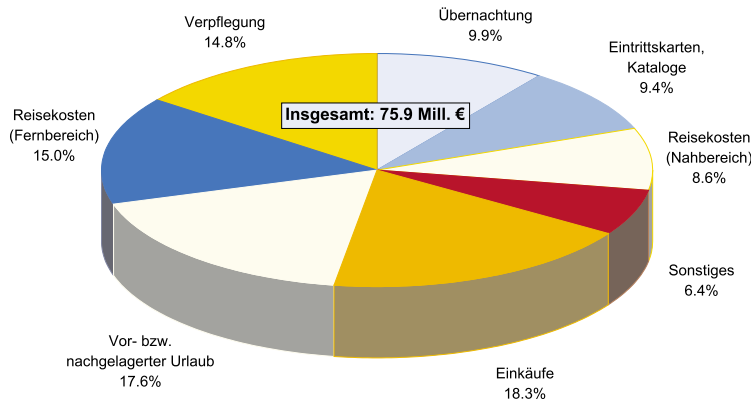
Von der Höhe der gesamten Besucherausgaben rangiert die *AMI/AMITEC*, sie verzeichnet mit Abstand die höchste Besucherzahl aller Leipziger Messen, auf dem ersten Platz. Mit einem Ausgabenvolumen von knapp über 18 Mill. € trägt sie zu fast einem Fünftel zu den gesamten Besucherausgaben des Jahres 2002 bei. Auf den nächsten Rängen folgen die *Haus-Garten-Freizeit/mitteldeutsche handwerksmesse (HGF/mhm)*, *Buchmesse*, *Modell&Hobby* und die *Games Convention (GC)*. Insgesamt vereinen die genannten fünf Messen rund 60% der gesamten Besucherausgaben auf sich.⁹

Gastronomie, Hotellerie und Einzelhandel profitieren am stärksten von den Leipziger Messen

Da neben den Ausgaben, die die Messebesucher während des Messebesuchs für Verpflegung und Übernachtung (insgesamt 18,8 Mill. € bzw. 24,7%) aufwendeten, auch die Ausgaben der Besucher für ihre den Messen vor- bzw. nachgelagerten Urlaubsaktivitäten (13,4 Mill. €) vor allem in den Bereichen Gastronomie und Hotellerie anfielen, profitierten diese Wirtschaftszweige am stärksten von den Besucherausgaben (vgl. Abb. 1). In nennenswertem Umfang partizipierte auch der Leipziger Einzelhandel von den Gesamtausgaben der Messebesucher. Die Ausgaben für private Einkäufe (inkl. Dienstleistungen) beliefen sich auf 13,9 Mill. € (bzw. 18,3% der gesamten Besucherausgaben). Der Mes-

⁹ Unter den Gastveranstaltungen dominieren die *Touristik&Caravanning* und die *Motorrad Messe*. Das Ausgabenvolumen der Besucher dieser zwei Messen liegt bei über einem Zehntel gemessen an den gesamten Besucherausgaben.

Abb. 1
Ausgaben der Besucher von Leipziger Messen 2002



Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung.

seeintritt (inkl. Kauf von Katalogen) trug zu den gesamten Ausgaben der Besucher dagegen nur zu rund 9% bei.

Es fällt auf, dass die Übernachtungskosten anlässlich aller Leipziger Messen deutlich niedriger ausfallen als im Bundesdurchschnitt (vgl. Spannagel et al. 1999, S. 51). Dies ist u.a. darauf zurückzuführen, dass die Übernachtungspreise in Leipzig und Umgebung deutlich unter dem Bundesdurchschnitt (geprägt von westdeutschen Messeplätzen) liegen. Die zu Beginn des Jahres bei zahlreichen Messebeteiligten intensiv geführte Diskussion über hohe Hotelpreise zu Messezeiten betrifft somit Leipzig nicht.

Die gesamten Besucherausgaben fallen überwiegend in der Region Leipzig an (71%). Rund 23% der Ausgaben werden in den neuen Bundesländern (ohne Region Leipzig) getätigt, so dass sich die Ausgaben der Besucher auf die neuen Bundesländer insgesamt konzentrieren. Auf die alten Bundesländer entfallen 4% der Besucherausgaben, wobei es sich hierbei ausschließlich um Anreisekosten handelt.

Ausstellerausgaben im Jahr 2002 in Höhe von über 87 Mill. €

Für die Ermittlung der messeinduzierten Gesamtausgaben der Aussteller wurden alle betrieblichen Ausgaben als relevant angesehen, die aus der Sicht des Unternehmens mit der Planung, Vorbereitung, Durchführung und Nachbearbeitung der einzelnen Messebeteiligung auf dem Leipziger Ausstellungsgelände in einem direkten Zusammenhang stehen. Unter Zugrundelegung dieses Kriteriums wurden auch die unternehmensinternen Personalkosten bzw.

-ausgaben in die Ermittlung der Gesamtausgaben der Leipziger Aussteller einbezogen. Desgleichen wurden die Ausgaben für die An- und Abreise des Aufbau- und Standpersonals der Unternehmen berücksichtigt, da diese Ausgaben in einem unmittelbaren Zusammenhang mit der Vorbereitung und Durchführung der Leipziger Messeaktivitäten stehen. Für die Analyse der wirtschaftlichen Wirkungen der beiden zuletzt erwähnten Ausgabenarten ist zu berücksichtigen, dass diese Ausgaben nur zu einem geringen Teil in der Region Leipzig wirtschaftlich wirksam werden, d.h. diese Ausgaben werden überwiegend am Firmensitz des ausstellenden Unternehmens getätigt.

Für das Messejahr 2002 ergibt sich ein **Gesamtvolumen** der über 10 000 Aussteller aller Leipziger Messen in Höhe von **87,1 Mill. €**

(vgl. Tab. 2). Die **Ausgaben pro Aussteller** lagen – bezogen auf alle Leipziger Messeveranstaltungen – bei **8 674 €**. Die Spannweite der durchschnittlichen Ausgaben pro Aussteller ist beachtlich. Sie reicht bei den volumenstarken Messen von rund 5 560 € (*Buchmesse*) bis zu rund 45 800 € (*AMI/AMITEC*). Die *AMI/AMITEC* nimmt unter allen Leipziger Messen eine herausragende Stellung ein, denn – gemessen an den durchschnittlichen Ausstellerausgaben – folgen die *GC* und die *Orthopädie&Reha-Technik* erst mit weitem Abstand. Auch die in 2001 veranstalteten Messen *BauFach* und *GÄSTE* reichen bei weitem nicht an den Wert der *AMI/AMITEC* heran.¹⁰ Ausschlaggebend für den hohen Ausgabenbetrag je Aussteller dürfte die zunehmende Kommunikations- und Imagefunktion sowie die damit verbundene Visualisierung des Messeauftritts durch die moderne Multimediatechnologie sein. Die Aussteller der *AMI* nutzen

¹⁰ Insbesondere im Vergleich der Ausgaben je Aussteller bei überregionalen Messen in Deutschland 1997 (28 630 €; vgl. Spannagel et al. 1999, S. 39) wird der Stellenwert der *AMI/AMITEC* (45 800 €) deutlich.

Tab. 2
Gesamtausgaben der Aussteller von Leipziger Messen

Jahr	Gesamtausgaben (in Mill. €)	Durchschnittliche Ausgaben pro Aussteller (in Mill. €)
2002	87,1	8 674
Durchschnittliches Messejahr ^{a)}	96,3	9 045

^{a)} Unter Berücksichtigung des Veranstaltungsturnus aller Messen im Zeitraum 2001/2002.

Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts.

allem Anschein nach verstärkt die Leipziger Messe, um sich ihrem Fachpublikum und ihren Kunden auf hohem Niveau zu präsentieren.

Die zuletzt genannten Faktoren dürften auch bei der GC, die erstmals in Leipzig stattfand, zu relativ hohen Ausgaben pro Aussteller geführt haben. Die Aussteller haben anlässlich dieser »Premiere« ihre Messebeteiligung recht ausgabenintensiv gestaltet, insbesondere was den Standbau betrifft.

Von der Höhe der Ausstellerausgaben rangiert die AMI/AMITEC (15,9 Mill. €) unter den Leipziger Messen auf dem ersten Platz. Über 18% des gesamten Ausgabenvolumens aller Aussteller von Leipziger Messen in 2002 werden durch diese Messe induziert. Auf die fünf ausgabenstärksten Messen (AMI/AMITEC, Buchmesse, HGF/mhm, Touristik&Caravaning (T&C), Orthopädie&Reha-Technik) entfallen über die Hälfte aller Ausstellerausgaben. Zu berücksichtigen ist hierbei allerdings, dass in 2002 mit der BauFach und der GÄSTE zwei bedeutende Messen turnusgemäß nicht stattfanden.

Unter Berücksichtigung des unterschiedlichen Turnus der meisten Messen und sonstigen Veranstaltungen auf dem Leipziger Messegelände wurde für ein durchschnittliches Messejahr ein Ausgabenvolumen der Aussteller in Höhe von 96,3 Mill. € errechnet (vgl. Tab. 2). Dabei wurden auch größere Messen mit relativ starker internationaler Ausstellerteilnahme in die Berechnung einbezogen, die wie z.B. die BauFach oder die GÄSTE in einem zweijährigen Turnus auf dem Leipziger Messegelände stattfinden.

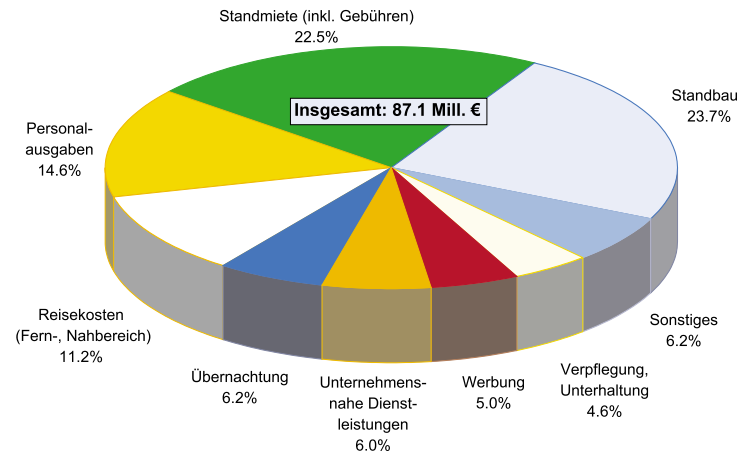
Gemessen an dem Gesamtwert aller Ausstellerausgaben von 87,1 Mill. € entfielen die größten Anteile auf die Ausgaben ...

- für den Standbau 23,7%,
- für die Standmiete (inkl. Gebühren) 22,5%,
- für das unternehmensinterne Personal 14,6%.

Mit Ausnahme der Ausgaben für die Reise (Nah- und Fernbereich: 11,2%), Übernachtung (6,2%), Inanspruchnahme von unternehmensnahen Dienstleistungen (6%), Werbung (5%) und für die Verpflegung/Unterhaltung (4,6%) weisen die übrigen Ausgabenarten für eine Leipziger Messebeteiligung nur geringe Anteile in einer Größenordnung von 0,8 bis 2,6% auf (vgl. Abb. 2).

Im Hinblick auf wesentliche Unterschiede in den Ausgabenpositionen für einzelne Messen kann grundsätzlich festgestellt werden, dass

Abb. 2
Ausgaben der Aussteller von Leipziger Messen 2002



Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung.

- die internationale Ausstellerteilnahme wohl den stärksten Einfluss auf die Höhe der Ausstellerausgaben ausübt: Mit steigender Zahl ausstellender Unternehmen aus dem Ausland nehmen u.a. tendenziell die Kostenanteile für Übernachtung sowie An- und Abreise zu.
- sich investitionsorientierte Messen in der Regel durch einen höheren Anteil der Ausgaben für den Auf- und Abbau auszeichnen.
- ein intensiver Wettbewerb in einer Branche tendenziell zu höheren Ausgaben für Werbung, Repräsentation und z.T. auch für den Standbau führt.

Generell ist festzuhalten, dass sich zwischen den Strukturanteilen der verschiedenen Ausgabenarten der Aussteller in Leipzig und Deutschland insgesamt (zum Zeitpunkt 1997) nur minimale Differenzen ergeben. Die Prozentanteile je Ausgabenart weichen maximal nur zu ± 2 Prozentpunkte ab.

Gesamtausgaben der Messebesucher und -aussteller betrug 2002 rund 163 Mill. €

Insgesamt belief sich das direkte Ausgabenvolumen aller in- und ausländischen Besucher und Aussteller von Leipziger Messen im Jahr 2002 auf 163 Mill. €; rund 53% davon entfielen auf die Ausstellerausgaben und 47% auf die Besucherausgaben.

Diese unmittelbar durch die Leipziger Messen ausgelösten Ausgaben fallen aber nicht gänzlich in Leipzig an. Während beispielsweise die Ausgaben der Messebesucher und -aussteller für die Übernachtung, Verpflegung und privaten Einkäufe zu rund 90% in Leipzig getätigt werden, schlagen andere Ausgabenarten, wie etwa die Kosten für die

Tab. 3
Aufteilung der Gesamtausgaben nach Regionen
im Jahr 2002
 – in Mill. € –

Region	Ausgaben der		Insgesamt	
	Aussteller	Besucher	in Mill. €	in %
Region Leipzig	41,5	54,2	95,7	59
Restliche neue Bundesländer	12,6	17,4	30,0	18
Restliches Bundesgebiet	27,0	3,1	30,1	19
Ausland	6,0	1,2	7,2	4
Insgesamt	87,1	75,9	163,0	100

Quelle: Befragungen und Berechnungen des ifo Instituts.

An- und Abreise auswärtiger Besucher und Aussteller, den Standbau und die Personalausgaben für die Vorbereitung von Messebeteiligungen, zum großen Teil in den neuen Bundesländern, im übrigen Bundesgebiet oder im Ausland zu Buche.¹¹

Nach den Befragungen und den hierauf basierenden Berechnungen wurden die direkten Besucher- und Ausstellerausgaben zu 59% in Leipzig (95,7 Mill. €), 18% (30 Mill. €) in den neuen Bundesländern (ohne Leipzig), 19% im übrigen Bundesgebiet (30,1 Mill. €) und zu 4% im Ausland (7,2 Mill. €) getätigt (vgl. Tab. 3). In Deutschland fielen somit Messeausgaben in Höhe von 155,8 Mill. € an.

7%iger Anstieg der Messeausgaben im Zeitraum 1996 bis 2002

Bei der Analyse der **Entwicklung der Messeausgaben**¹² sind, wie bereits erwähnt, die Veranstaltungsintervalle zu berücksichtigen. Im Jahr 2002 fielen u.a. turnusbedingt die *BauFach*, *GÄSTE* und *TerraTec* aus, was sich nicht nur bei der Zahl der Aussteller, sondern auch bei den Ausgaben spürbar bemerkbar machte. Somit ist als Vergleichsmaßstab nicht das Jahr 1997 (Messejahr der letzten Untersuchung des ifo Instituts), sondern das Jahr 1996 heranzuziehen.

Gegenüber dem aus Turnusgründen eher vergleichbaren Jahr 1996 haben sich die Ausgaben insgesamt um 6,7% erhöht. Der Zuwachs beruht auf den erhöhten Besucherausgaben, die – trotz eines knapp geringeren durchschnittlichen Ausgabenbetrags pro Besucher – infolge der kräftigen Zunahme der Besucherzahl um über 22% anstiegen.

¹¹ Entscheidend hierfür ist der Wohnort der Besucher bzw. der Firmensitz der Aussteller.

¹² Da in früheren Studien für die Leipziger Messe weder Reise- noch interne Personalkosten ermittelt wurden, bleiben diese Ausgabenarten an dieser Stelle unberücksichtigt.

Die Ausstellerausgaben wiesen im Vergleich zu 1996 eine leicht rückläufige Tendenz auf (– 5,3%). Ursächlich hierfür war der Rückgang bei der Ausstellierzahl. Die Ausgaben pro Aussteller entwickelten sich demgegenüber positiv (+ 11%).

Werden die Messeausgaben zweier durchschnittlicher Messejahre (1996/97 zu 2001/02) gegenübergestellt, die turnusbereinigt auch die Veranstaltungen der (Vergleichs-)Jahre 1997 und 2001 enthalten, so ergibt sich eine Steigerung der Messeausgaben um knapp 2%.

Deutschlandweit über 3 400 Erwerbstätige durch die Leipziger Messen beschäftigt

Den Ausgaben der Aussteller und Besucher steht ein Umsatz bei verschiedenen Unternehmen gegenüber. In diesem Umsatz kommen die direkten Wirkungen der Leipziger Messeaktivitäten in der Region Leipzig, den neuen Bundesländern und in Deutschland zum Ausdruck. Die Nachfrage führt zu Produktion und damit auch zu Beschäftigung.¹³

Die von den Besuchern und Ausstellern ausgelöste Produktion bedingt aber auch eine Reihe von indirekten wirtschaftlichen 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 und damit eine zusätzliche Nachfrage hervorruft. Diese vermehrte Endnachfrage löst wiederum multiplikative Produktionseffekte aus.

Die Quantifizierung dieser indirekten Wirkungen (bzgl. Produktion und Beschäftigung) für die Region Leipzig, die neuen Bundesländer und Deutschland erfolgte mit Hilfe der Input-Output-Rechnung, die die Liefer- und Leistungsverflechtungen zwischen den verschiedenen Wirtschaftssektoren abbildet.¹⁴ Zur Analyse der indirekten Effekte der Besucher- und Ausstellerausgaben wurden vom ifo Institut gebietsspezifische Input-Output-Tabellen für die Region Leipzig und die neuen Bundesländer approximiert. Diese Tabellen wurden von der amtlichen Tabelle für die Bundesrepublik

¹³ Die mit der Nachfrage verbundene Beschäftigung wurde mit Hilfe sektorspezifischer Arbeitskoeffizienten errechnet.

¹⁴ Zur Berechnung der indirekten Produktions- und Beschäftigungseffekte wurde zunächst die Input-Output-Tabelle des Statistischen Bundesamtes für das Jahr 2000 verwendet. Diese Tabelle wurde für das Jahr 2002 hinsichtlich von Preis- und Produktivitätsentwicklungen aktualisiert.

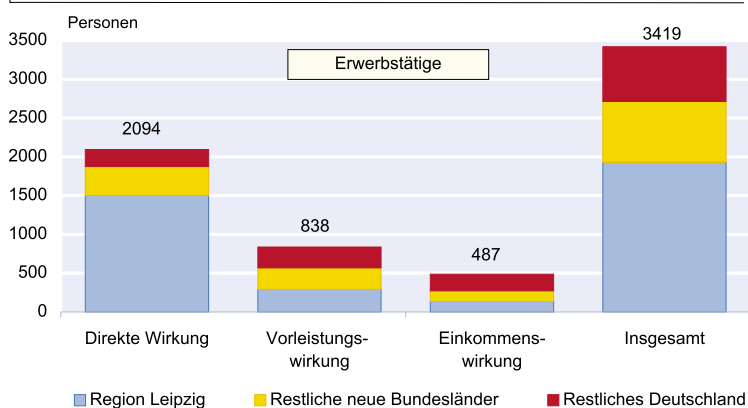
lik Deutschland unter Berücksichtigung der in diesen regionalen Abgrenzungen verfügbaren Statistiken abgeleitet.¹⁵

Insgesamt ergibt sich ein durch die im Jahr 2002 veranstalteten Leipziger Messen ausgelöstes **direktes Produktionsvolumen von insgesamt 125,9 Mill. €**. Aufgrund der multiplikativ wirkenden Leistungsverflechtungen in der gewerblichen Wirtschaft in Deutschland beläuft sich für alle Messeausgaben die vorleistungsbedingte indirekte Produktion auf rund 82,2 Mill. €. Durch die direkte und vorleistungsbedingte indirekte Produktion in den verschiedenen Liefer- und Wirtschaftssektoren werden bei den Beschäftigten zusätzliche Einkommenseffekte und eine daraus resultierende Nachfrage der Haushalte (privater Verbrauch) angestoßen, die zu einer zusätzlichen Produktion in Höhe von rund 42,5 Mill. € führen. Werden die vorleistungsbedingten und die einkommensinduzierten Produktionswerte addiert, ergibt sich eine zusätzliche Produktion von insgesamt 124,7 Mill. € aufgrund indirekter Wirkungen. Somit beträgt das durch die Messeausgaben direkt und indirekt ausgelöste **gesamtwirtschaftliche Produktionsvolumen 250,6 Mill. €**. Die Produktionseffekte für die einzelnen Wirtschaftsräume enthält Tabelle 4.

Die Messewirkungen auf die **Arbeitsplätze** können mittels der direkt und indirekt ausgelösten Produktionstätigkeit quantifiziert werden. Im Jahr 2002 wurden insgesamt durch die Leipziger Messen über **3 400 Erwerbstätige**¹⁶ in der Bundesrepublik Deutschland beschäftigt. Bezogen auf die neuen Bundesländer resultierten über **2 700** (knapp 80%) von Leipziger Messeveranstaltungen abhängige Arbeitsplätze (Abb. 3); über **71%** bzw. rund **1 930** dieser Arbeitsplätze in den neuen Bundesländern entfielen auf die **Region Leipzig**.

Dieser hohe Anteil an »messeinduzierten« Leipziger Erwerbstätigen kann vor allem darauf zurückgeführt werden,

Abb. 3
Primär- und Sekundärwirkungen der Leipziger Messen für Deutschland, die neuen Bundesländer und die Region Leipzig im Jahr 2002



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung.

dass die Primärnachfrage aus den Besucher- und Ausstellerausgaben hauptsächlich von denjenigen Wirtschaftssektoren »aufgenommen und bedient« wird, die sich durch einen vergleichsweise hohen Personaleinsatz auszeichnen (z.B. Hotel, Gaststätten, Handwerk).

Messeinduziertes Steueraufkommen betrug 2002 rund 49 Mill. €

Weitere mit den Messeaktivitäten in Leipzig verbundene Wirkungen stellen Steuereinnahmen der verschiedenen Gebietskörperschaften (Stadt Leipzig, neue und alte Bundesländer, Bundesrepublik Deutschland) dar, die infolge von Produktionsprozessen, daraus resultierenden Einkommen und Gewinnen sowie durch den privaten Verbrauch anfallen.¹⁷

Insgesamt ergeben sich aus den direkten und indirekten messeinduzierten Produktionseffekten der Besucher- und Ausstellerausgaben von rund 251 Mill. € für die verschiedenen Gebietskörperschaften **Steuereinnahmen in Höhe von 49 Mill. €**. Der größte Anteil der Steuereinnahmen entfällt mit rund 55% auf die Mehrwertsteuer, die sich aus der Summe der bei den Ausgaben der Besucher und Aussteller anfallender Mehrwertsteuer und der Mehrwertsteuer ergibt, die aus dem einkommensinduzierten privaten Verbrauch

Tab. 4
Produktionseffekte der Besucher- und Ausstellerausgaben der Leipziger Messen im Jahr 2002
– in Mill. € –

	Region Leipzig	Neue Bundesländer insgesamt	Deutschland insgesamt
Direkte Wirkung	82,7	106,4	125,9
Vorleistungswirkung	24,6	49,8	82,2
Einkommenswirkung	10,7	21,6	42,5
Direkte und indirekte Wirkung	118,0	177,8	250,6

Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

¹⁵ Zur Ermittlung regionaler Input-Output-Tabellen siehe zahlreiche Beiträge in Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (1995).

¹⁶ Die im Folgenden ausgewiesenen Zahlen der Erwerbstätigen enthalten sowohl Teil- als auch Vollzeitbeschäftigte.

¹⁷ Die Ermittlung der Steuern basiert auf den Daten der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung. Grundsätzlich ist jedoch zu beachten, dass die ausgewiesenen Steuerbeträge Werte vor dem Finanzausgleich darstellen.

resultiert. Auf die Einkommen-, Lohn- und Körperschaftsteuer entfällt ein Anteil von rund 32%.

Wird das messeinduzierte Steueraufkommen nach den verschiedenen Gebietskörperschaften ermittelt, so ergibt sich folgende Verteilung: Rund 51% aller Steuereinnahmen aus den Leipziger Messeausgaben entfallen auf den Bund und 30% auf die neuen Bundesländer (14,8 Mill. €). Für die Konzentration der Steuereinnahmen auf diese beiden Gebietskörperschaften ist hauptsächlich der Aufteilungsschlüssel für die Mehrwertsteuer zwischen Bund und den Ländern bestimmend. Vor der Finanzmittelzuweisung durch das Land auf die Kommunen entfallen über 6% aller Steuereinnahmen auf Leipzig (3,2 Mill. €).

Die durch Kongressveranstaltungen im CCL induzierten Ausgaben führen zu einer Beschäftigung von rund 420 Personen

Im Gegensatz zu früheren Untersuchungen für den Messe- und Kongressstandort Leipzig wurden im Rahmen dieser Studie die Ausgaben im Kongressbereich durch eigenständige Erhebungen und Befragungen ermittelt.

Insgesamt wurden im Jahr 2002 von den Kongressteilnehmern (inkl. Referenten und Mitarbeiter der Tagungs- und Konferenzveranstalter) 11,5 Mill. € ausgegeben. Die **Ausgaben je Kongressteilnehmer** lagen im Durchschnitt bei rund 272 €. Entsprechend der Internationalität (Herkunft der Kongressteilnehmer) und der Dauer der Kongressveranstaltung reicht die Spanne der Ausgaben von rund 135 € (*Tagung Initiative D21*) bis zu knapp 850 € (*SAP Conference*).

Im Rahmen einiger Kongresse fanden parallel Ausstellungen statt. Die Berechnungen ergaben für das Jahr 2002 Gesamtausgaben der Aussteller in Höhe von rund 7 Mill. € (ohne Mieteinnahmen des CCL). Die **Ausgaben pro Aussteller** lagen bezogen auf alle Kongressveranstaltungen bei knapp 8 500 €. Über alle Kongresse betrachtet ist die Spannweite der durchschnittlichen Ausgaben pro Kongressaussteller beachtlich. Sie reicht von rund 3 750 € (*Tagung Initiative D21*) bis zu rund 15 180 € (*SAP Conference*).

Das **Gesamtvolumen der primären Kongressausgaben** (Kongressteilnehmer und -aussteller) betrug unter Berücksichtigung der Mieteinnahmen des CCL 20,1 Mill. €. Wie bei den Messeausgaben wiesen auch bei den Kongressen die Ausgaben der Teilnehmer einen stärkeren regionalen Bezug auf. Während von den Ausgaben der Kongressteilnehmer über 80% auf Leipzig entfielen, sind es bei den Kongressausstellern »nur« knapp 26%.

Nach Bereinigung der Bruttoausgaben um die Mehrwertsteuer, die nur im Ausland anfallenden Ausgaben der Kon-

gressteilnehmer und -aussteller sowie die erst via Einkommenseffekt indirekt wirkenden Personalkosten der Aussteller resultierte ein durch das CCL ausgelöstes **direktes Produktionsvolumen in Höhe von 14,2 Mill. €**. Die mit der direkten Produktion verbundenen Beschäftigungswirkungen ergaben **260 Erwerbstätige**, deren Arbeitsplätze in einem unmittelbaren Bezug zu den direkten Ausgaben der Kongressteilnehmer und -aussteller stehen.

Werden noch die vorleistungsbedingten und einkommensinduzierten Produktionswerte in die Betrachtung miteinbezogen, so resultierte für 2002 ein **gesamtes** durch das CCL generiertes **Produktionsvolumen in Höhe von 29,1 Mill. €**. Dadurch wurden 2002 deutschlandweit die **Arbeitsplätze** von insgesamt rund **420 Personen** gesichert, darunter knapp 280 in der Region Leipzig.

Für alle Gebietskörperschaften der Bundesrepublik ergaben sich infolge der durch die im CCL veranstalteten Kongresse ausgelösten direkten und indirekten Wirkungen auf Produktion und Einkommen **Steuereinnahmen in Höhe von rund 5,7 Mill. €**. Wie bei der Verteilung des messeinduzierten Steueraufkommens nach den verschiedenen Gebietskörperschaften »profitiert« der Bund aufgrund der Gesetzgebung am stärksten: Rund die Hälfte aller Steuereinnahmen entfällt auf den Bund, 30% auf die neuen Bundesländer (ohne Leipzig) und 7% (0,4 Mill. €) auf Leipzig.

Steueraufkommen sämtlicher Veranstaltungen und Kongresse belief sich im Jahr 2002 auf fast 70 Mill. €

Neben den Messeveranstaltungen und Kongressen im CCL leisten auch Sonderveranstaltungen, die zusätzliche Kaufkraft in die Region bringen, einen bedeutenden Beitrag zu den wirtschaftlichen Effekten. Aus regionalwirtschaftlicher Sicht geht es dabei aber nicht nur um quantifizierbare Produktions- und Beschäftigungseffekte, sondern auch um die Verbesserung wichtiger »weicher« Standortfaktoren durch ein erhöhtes Medieninteresse und einen zusätzlichen Imagegewinn für die Region Leipzig.

Zu den rund 150 Sonderveranstaltungen auf dem Leipziger Messegelände kamen mehr als 700 000 Besucher, darunter 340 000 Teilnehmer des 31. Deutschen Turnfests. Aus der Vielzahl der Veranstaltungen ragt des Weiteren das Deutschlandtreffen der Landsmannschaft Ostpreußen mit rund 80 000 Teilnehmern aus allen Regionen Deutschlands und dem Ausland heraus. Darüber hinaus fanden zahlreiche Sonderveranstaltungen aus den Bereichen Sport, Rock- und Popmusik statt.

Zu berücksichtigen sind auch die bisher noch nicht erfassten Ausgaben der Leipziger Messe GmbH; hierzu zählen un-

ter anderem die Aufwendungen für Instandhaltung sowie Werbungs- und Kommunikationskosten in Zusammenhang mit Messeveranstaltungen.¹⁸

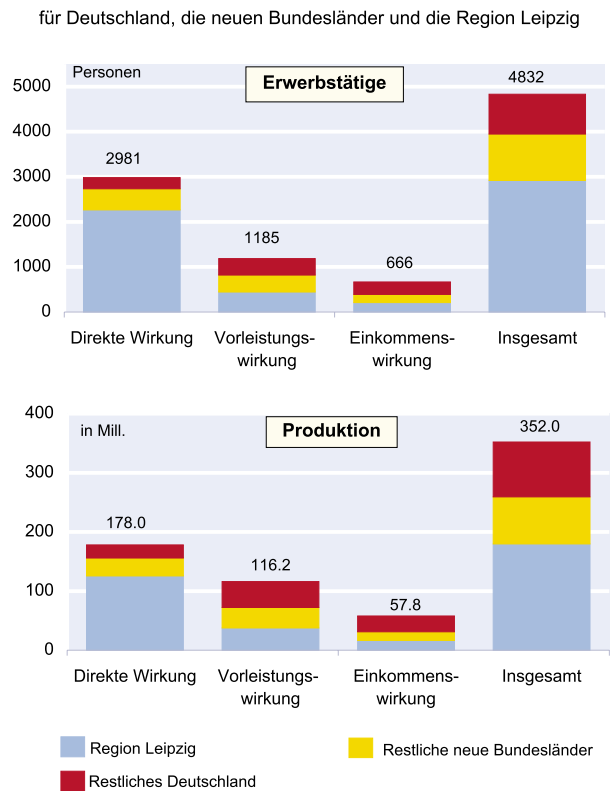
Die **gesamten Bruttoausgaben** im Zusammenhang mit Leipziger Messen, Kongressen (CCL) und Sonderveranstaltungen beliefen sich im Jahr 2002 auf 227,3 Mill. €. Hieraus resultierten direkte Produktionseffekte in Höhe von 178 Mill. €. Die durch die zusätzliche Nachfrage nach Vorleistungen (Produktionskette) induzierten Produktionseffekte und die über die Endnachfrage nach Konsumgütern (Einkommenseffekt) ausgelösten Produktionseffekte führten zu einer multiplikativen Produktionszunahme in Höhe von 174 Mill. €. Damit lagen die **gesamten Produktionswirkungen** im Jahr 2002 bei 352 Mill. €.

Auf Basis der Messe- und Kongressaktivitäten (inkl. Sonderveranstaltungen und noch nicht erfassten Ausgaben der Leipziger Messe GmbH) für das Jahr 2002 ergaben sich für die zu untersuchenden Regionen folgende Befunde (vgl. Abb. 4):

- Die für Deutschland insgesamt zurechenbaren gesamtwirtschaftlichen Produktionseffekte in Höhe von 352 Mill. € ermöglichten die **Beschäftigung von über 4 800 Erwerbstätigen in Deutschland**.
- Die Berechnungen für die **Region Leipzig** ergaben für die induzierten direkten, vorleistungs- und einkommensbedingten **Produktionseffekte** eine Größenordnung von 179 Mill. €. Bezogen auf Arbeitsplätze folgt daraus, dass 60% aller insgesamt in Deutschland durch Leipziger Messen und Kongresse induzierten Arbeitsplätze auf die Region Leipzig entfallen (**2 919 Erwerbstätige**). Diese Arbeitsplätze sind aufgrund der unmittelbaren Ausgabeneffekte überwiegend im Gast- und Beherbergungsgewerbe sowie im unternehmensnahen Dienstleistungsbereich (z.B. für Reinigung und Bewachung) angesiedelt.
- Für die neuen Bundesländer (ohne Leipzig) riefen die **direkten** Ausgaben eine **Produktion** in Höhe von 30,4 Mill. € hervor. Die durch die Multiplikatorwirkungen verursachten **gesamten Produktionseffekte** beliefen sich letztlich auf 79,5 Mill. €. Dadurch konnten insgesamt

¹⁸ Während die Ausgaben der Leipziger Messen und Kongresse im CCL mittels Befragungen und darauf aufbauend mittels eines Simulationsmodells hochgerechnet wurden, basiert die Berechnung der Ausgaben anlässlich der Sonderveranstaltungen auf Schätzungen, die sich aber an Ausgabenstrukturen von Messebesuchern mit bestimmten Charakteristika (u.a. regionale Herkunft, Dauer des Messeaufenthalts, Publikumsmesse usw.) orientieren. Die in die Untersuchung miteinzubeziehenden Aufwendungen für Instandhaltung und Kommunikation beruhen auf Angaben der Leipziger Messe GmbH.

Abb. 4
Primär- und Sekundärwirkungen der Leipziger Messe- und Kongressaktivitäten 2002

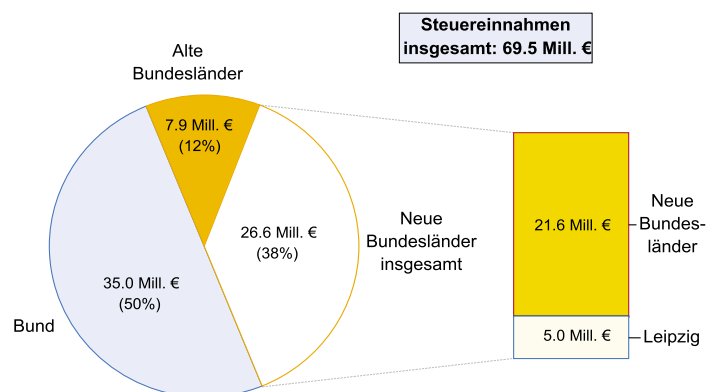


Quelle: Berechnungen des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung.

1 028 Erwerbstätige in den neuen Bundesländern beschäftigt werden.

- Aufgrund der Lieferverflechtungen zwischen den neuen und alten Bundesländern partizipierten die Unternehmen

Abb. 5
Steuereinnahmen von Leipziger Messe- und Kongressaktivitäten 2002



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts für Wirtschaftsforschung.

in Westdeutschland in erheblichem Umfang an den indirekten Wirkungen. Die induzierten Produktionseffekte betragen 92,7 Mill. €. Damit fielen die indirekt ausgelösten Produktionseffekte zu rund 41% in Westdeutschland an. Die Zahl der hierdurch mit den Leipziger Messen und Kongressen direkt und indirekt im Zusammenhang stehenden Erwerbstätigen betrug 885.

Die mit den Messe- und Kongressaktivitäten (inkl. Sonderveranstaltungen und noch nicht erfasste Ausgaben der Leipziger Messe GmbH) verbundenen **Steuereinnahmen** der verschiedenen Gebietskörperschaften betragen für das Jahr 2002 insgesamt 69,5 Mill. € (vgl. Abb. 5). Ohne Berücksichtigung des interkommunalen Finanzausgleichs standen von den anfallenden Steuerbeträgen der Stadt Leipzig rund 5 Mill. €, den neuen Bundesländern rund 21,6 Mill. € und den alten Bundesländern rund 7,9 Mill. € zu. Ein Betrag von rund 35 Mill. € floss dem Bund zu.

Produktionseffekte sämtlicher Veranstaltungen und Kongresse 2002 mit einem Plus von 9% gegenüber 1996

Aufgrund turnusbedingter Ausgabenschwankungen bei den Messeveranstaltungen können nur die Jahre 1996 und 2002 bzw. die durchschnittlichen Messejahre 1996/97 und 2001/2002 verglichen werden.

Die Gegenüberstellung vergleichbarer Jahre führt zu folgenden Ergebnissen (vgl. Tab. 5):¹⁹

- Die **Produktionseffekte** weisen 2002 im Vergleich zu 1996 ein Plus von 9% auf. In der geringeren Produktionsstei-

gerung zwischen den durchschnittlichen Messejahren 1996/97 und 2001/2002 kommt die Tatsache zum Ausdruck, dass hierbei auch Veranstaltungen in die Berechnung eingehen, die sowohl 1997 als auch 2001 stattfanden und zugleich einen Ausstellerrückgang im Beobachtungszeitraum (1997/2001) aufweisen.

- Im Vergleich zu den Produktionseffekten haben sich die **Beschäftigteneffekte** noch etwas günstiger entwickelt. Dieses Ergebnis ist auf den ersten Blick erstaunlich, da im Zeitraum 1996 bis 2002 z.T. deutliche Produktivitätsfortschritte zu verzeichnen waren. Ursächlich für diesen »Widerspruch« ist die Verschiebung der Ausgabenströme von der Aussteller- hin zur Besucherseite (bei den Messen ein Zuwachs bei den Besucherausgaben von über 22%). Da aber die Ausgaben der Besucher überwiegend auf Sektoren (Handel, Gastronomie, Beherbergung) mit hoher Teilzeitbeschäftigung und gleichzeitig hoher Arbeitsintensität gerichtet sind, resultiert eine vergleichsweise positive Entwicklung bei der Erwerbstätigenzahl. Unterstützt wurde dieser Trend noch dadurch, dass die erhöhten Ausgaben anlässlich von Kongress- und Sonderveranstaltungen überwiegend auf die bereits genannten arbeitsintensiven Sektoren entfielen.
- Die **veränderte Ausgabenstruktur** führte auch dazu, dass ein größerer Anteil sowohl der Produktion als auch der Erwerbstätigenzahl auf die neuen Bundesländer entfällt: Besucherausgaben (Übernachtung, Verpflegung usw.) weisen einen deutlich höheren lokalen Bezug auf als Ausstellerausgaben (Standbau, Inanspruchnahme von unternehmensnahen Dienstleistun-

¹⁹ In Anlehnung an die früheren Untersuchungen basiert der Vergleich auf den ohne Reise- und Personalkosten ausgelösten Effekten.

Tab. 5
Entwicklung der gesamtwirtschaftlichen Effekte 1996 bis 2002

Direkte und indirekte Wirkungen ^{a)} auf die ...	1996	1996/97 ^{b)}	2002	2001/02 ^{b)}	Veränderung 2002 zu 1996 in %	Veränderung 2001/02 zu 1996/97 in %
Produktion (Mill. €)	280,7	310,4	306,1	318,3	9,0	2,5
darunter: Neue Bundesländer	208,6	231,4	237,0	245,9	13,6	6,3
Zahl der Arbeitsplätze	3 900	4 150	4 326	4 493	10,9	8,3
darunter: Neue Bundesländer	3 200	3 400	3 663	3 796	14,5	11,5
Haushaltseinnahmen von Bund, Ländern und Gemeinden (Mill. €)	63,4	75,2	89,1	92,7	40,5	23,3
davon: Steuern	41,4	50,1	60,6	63,1	46,4	25,9
Sozialversicherung ^{c)}	22,0	25,1	28,5	29,6	29,5	17,9

^{a)} Ohne Reisekosten im Fernbereich und ohne interne Personalkosten. – ^{b)} 1996/1997 und 2001/2002 turnusbereinigt (jeweils durchschnittliche Messejahre). – ^{c)} Arbeitnehmer- und Arbeitgeberbeiträge.

Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

gen, Transportkosten usw.). Die Folge dieser Ausgabenverschiebung führte implizit dazu, dass der den neuen Bundesländern zuzurechnende Produktionsanteil von rund 74 auf über 77% anstieg. Bei den Erwerbstätigenzahlen erhöhte sich die Quote von 82 auf über 84%.

- Sehr positiv entwickelten sich auch die **Steuereinnahmen**: Im Zeitraum zwischen 1996 und 2002 betrug der Zuwachs des durch Veranstaltungen auf dem Leipziger Messegelände induzierten Steueraufkommens rund 46%. Dieser Anstieg gründet sich insbesondere auf folgende Faktoren: Zwischen 1996 und 2002 stieg die durch die Messe- und Kongressaktivitäten ausgelöste Erwerbstätigenzahl deutlich an, was zwangsläufig zu einem höheren Lohnsteueraufkommen führt. Parallel hierzu erhöhten sich die Einkommen der Erwerbstätigen, wieder mit der Folge eines steigenden Lohnsteueraufkommens. Des Weiteren wurde zum 1. April 1998 der Mehrwertsteuersatz von 15 auf 16% angehoben. Werden neben den Steuereinnahmen auch noch die Beiträge der Arbeitgeber und Arbeitnehmer zur Sozialversicherung (2002: 28,5 Mill. €) erfasst, so wurden 2002 (ohne Reise- und internen Personalkosten) durch die Leipziger Messe- und Kongressaktivitäten über 89 Mill. € an Haushaltseinnahmen von Bund, Ländern und Gemeinden induziert. Gerade bei der gegenwärtigen Situation der öffentlichen Haushalte kann dies als eine nicht hoch genug einzuschätzende Wirkung angesehen werden. Werden die durch die Reise- und Personalkosten verursachten Effekte zusätzlich berücksichtigt, betragen die gesamten Haushaltseinnahmen (Steuern, Sozialversicherung) über 101 Mill. €.

Resümee

Die Leipziger Messe hatte 1996 mit dem neuen Messegelände einen guten Start. Zwischenzeitlich erhöhte sich die Besucherzahl von rund 827 000 (1996) auf nunmehr über 1 Million. Dies belegt, dass zahlreiche Leipziger Messen auf großes Besucherinteresse stoßen. Rückgänge waren allerdings im Vergleich der Jahre 1996 bis 1999 zu den Jahren 2000 bis 2002 bei der Zahl der Aussteller zu verzeichnen. Insbesondere die Rezession in der Baubranche wirkte sich bei den bauaffinen Veranstaltungen der Messe Leipzig negativ aus.

Zu den besonders zugkräftigen Leipziger Messen zählt die *AMI*. Die *AMI*, hinter der IAA die Nummer 2 der bundesdeutschen Automobilmessen, hat sich zu einer »Schlüsselmesse« mit einer zunehmenden Akzeptanz bei Besuchern und Ausstellern entwickelt. Die über 250 000 Besucher und rund 350 Aussteller gaben über 34 Mill. € aus und vereinigten damit gut ein Fünftel der gesamten messeinduzierten Ausgaben des Jahres 2002. Die erste

deutsche Messe für Computer- und Videospiele »GC – Games Convention« startete mit großem Erfolg und lockte durch ihr Event-Konzept rund 80 000 Besucher an, darunter ein Drittel aus den alten Bundesländern. Die GC hat sich gleich bei ihrer Premiere als nationale »Leitmessen« präsentiert. Auf europäischer Ebene muss die GC gegen die Londoner Computerspiel-Fachmesse ECTS antreten, die fast zeitgleich zur Leipziger GC durchgeführt wurde.

Generell spielen Publikumsmessen in Leipzig eine große Rolle. Neben der *AMI* und *GC* sind dies die *HGF/mhm*, *T&C*, *Modell&Hobby*, *Motorrad Messe* und *Buchmesse*. Auch wenn die Buchmesse vorwiegend als Branchentreff und Informationsbörse für Aussteller (Verlage, Dienstleister) und Fachbesucher gilt, handelt es sich schwerpunktmäßig um eine überregionale Publikumsmesse, mit der die Kontakte zum lesenden Publikum intensiviert werden sollen.

Die Entwicklung des Congress Center Leipzig (CCL) stellt sich sehr positiv dar. Die Zahl der Teilnehmer an Kongressen und Tagungen erhöhte sich zwischen 1996 und 2002 um rund 70% auf 55 650. Parallel hierzu stieg der Anteil internationaler Veranstaltungen auf nunmehr rund 13%. Insbesondere internationale Medizinveranstaltungen zählen zum Programm des CCL.

Die durch Messen, Kongresse sowie Sonderveranstaltungen auf dem Leipziger Messegelände stimulierten Produktions- und Beschäftigungseffekte weisen mit 352 Mill. € (Produktionswirkung) und mit über 4 800 Arbeitsplätzen ein beachtliches Volumen an wirtschaftlichen und sozioökonomischen Folgewirkungen auf. Unter regionalwirtschaftlichem Gesichtspunkt ist hervorzuheben, dass durch die Veranstaltungen auf dem Leipziger Messegelände rund 3 950 Personen in den neuen Bundesländern Beschäftigung finden. Damit stellt die Messe Leipzig einen nicht zu unterschätzenden Wirtschafts- und Beschäftigungsfaktor in der Region dar.

Die in den letzten Jahren von der Leipziger Messengesellschaft erarbeitete Marktposition im deutschen und europäischen Messewesen muss vor dem Hintergrund der zunehmenden Intensität des Wettbewerbs zwischen den zahlreichen Messeveranstaltungen in Deutschland und in Europa sowie eines strengeren Controlling von Ausstellungs- und Besuchsaktivitäten der Unternehmen gesehen werden. Auch wenn die über mehrere Jahrzehnte hinweg gewachsenen Wettbewerbsvorsprünge der führenden westdeutschen Messestandorte nicht aufgeholt werden konnten, so haben dennoch einige Leipziger Messeveranstaltungen den Anspruch auf eine überregionale Wirkung erfüllt. Darüber hinaus wurde das Leipziger Messegeschehen aufgrund des neuen Messe-

geländes und des neuen Kongresszentrums sowohl in den neuen als auch in den alten Bundesländern mehr und mehr verankert.

Literatur

- Penzkofer, H. (2002), »Wirtschaftliche Wirkungen der Frankfurter Messen«, *ifo Schnelldienst* 55(1), 15–22.
- Penzkofer, H. und U. Chr. Träger (2001), »Wirtschaftliche Wirkungen der Münchner Messen«, *ifo Schnelldienst* 54(23), 3–12.
- Spannagel, R. et al. (1999), *Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland*, ifo Studien zu Handels- und Dienstleistungsfragen, Bd. 57, München.
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (1995), *25 Jahre Input-Output-Rechnung Baden-Württemberg*, in *Materialien und Berichte*, Heft 5, Stuttgart.
- Weitzel, G. (1999), »Die Leipziger Messe: Steigende Produktions- und Beschäftigungseffekte«, *ifo Schnelldienst* 52(10/11), 26–33.