

## Kölner Messe-Veranstaltungen induzierten 2003 einen bundesweiten Umsatz von 1,7 Mrd. Euro

30

Horst Penzkofer

Die wirtschaftliche Bedeutung von Messen ergibt sich nicht nur aus absatzwirtschaftlich motivierten Überlegungen der Unternehmen als Aussteller und Besucher. Sie sind auch für die betreffenden Wirtschaftsräume der Messestandorte von erheblicher Bedeutung, treten doch Messeaussteller, -besucher und -veranstalter als Nachfrager von Leistungen auf, die in sehr unterschiedlichen Wirtschaftssektoren zum Teil erhebliche Produktions- und Beschäftigungseffekte induzieren.<sup>1</sup> Im Auftrag der Koelnmesse GmbH führte das ifo Institut eine Studie über die wirtschaftliche Bedeutung der Kölner Messen für die Region Köln, das Land Nordrhein-Westfalen und die Bundesrepublik Deutschland durch. Wesentliches Ziel dieser Untersuchung war – neben der Ermittlung und Analyse der Primäreffekte (direkte Wirkungen), die von der Durchführung der Kölner Messen ausgehen – abgeleitet aus den direkten Ausgabenströmen, auch die Erfassung und Berechnung der indirekt ausgelösten Umsatz- bzw. Produktions- und Beschäftigungseffekte (Sekundäreffekte) für die oben genannten Wirtschaftsräume. Darüber hinaus sollte das aus den Primär- und Sekundärwirkungen resultierende Steueraufkommen quantifiziert werden.

### Besucher- und Ausstellerbefragungen als empirische Basis

Um einen detaillierten und empirisch fundierten Einblick in die wirtschaftlichen Folgewirkungen 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 anlässlich der Messeveranstaltungen der Koelnmesse GmbH.<sup>2</sup> In die Studie konnten insgesamt die Angaben von rund 8 000 Besuchern und rund 800 Ausstellern einbezogen werden. Im Einzelnen wurden Besucher- und Ausstellerbefragungen bei folgenden Messeveranstal-

tungen durchgeführt: *Entsorga*, *Anuga*, *imm cologne*, *Practical World*, *Westdeutsche Kunstmessen*, *Mein Steckenpferd* und *FireEngineering*.<sup>3</sup> Die bei den Besucher- und Ausstellerbefragungen erzielten Antwortquoten gewährleisteten ohne Einschränkungen repräsentative Hochrechnungen. Anschließend wurden mittels eines simultanen Schätzverfahrens die Besucher- und Ausstellerausgaben der Messen berechnet, bei denen im Jahr 2003 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 her.

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. Unter wirtschaftlichen Aspekten ist für den Messestandort Köln das Jahr 2003 als ein vergleichsweise ausgabenstarkes Jahr zu charakterisieren. Im Jahr 2003 fanden u.a. die *Entsorga*, *IMB*, *Anuga FoodTec* (jeweils dreijähriger Turnus), *Anuga* und

<sup>1</sup> In enger Zusammenarbeit mit einigen Messgesellschaften hat das ifo Institut die methodischen Grundlagen für die Berechnung der Produktions- und Beschäftigungseffekte erarbeitet, die aus den jährlichen Besucher- und Ausstellerausgaben eines Messestandorts resultieren. In den letzten Jahren wurde im Rahmen verschiedener Studien zu den wirtschaftlichen Wirkungen der Messen und sonstiger Veranstaltungen einer Messgesellschaft die methodische Vorgehensweise zur Gewinnung und Aufbereitung von Informationen über die messeinduzierten Ausgaben der Besucher und Aussteller und über ihre wirtschaftlichen Wirkungen weiterentwickelt und verfeinert (vgl. hierzu u.a. Goldrian und Täger 1990; Weitzel 1999; Spannagel et al. 1999; Penzkofer und Täger 2001 sowie Penzkofer 2002; 2003).

<sup>2</sup> Im Jahr 2003 führte die Koelnmesse 54 Veranstaltungen auf dem weltweit viertgrößten Messegelände (286 000 qm Hallenfläche) durch, wobei rund 52% der Aussteller und rund 27% der Besucher aus dem Ausland kamen.

<sup>3</sup> *Entsorga*: Messe für den Entsorgungs- und Umweltschutzmarkt; *Anuga*: Fachmesse für die internationale Ernährungswirtschaft; *imm cologne*: Internationale Möbelmesse; *Practical World*: Internationale Eisenwarenmesse; *Westdeutsche Kunstmessen*: Westdeutsche Kunst Messe Köln, KUNSTKÖLN, Antiquariatsmesse Köln und *expo-natec*; *Mein Steckenpferd*: Kreativmesse für Handarbeit und Basteln; *FireEngineering*: Messe für Feuerwehrtechnik, Rettungswesen, Brand- und Katastrophenschutz.

IDS (jeweils zweijähriger Turnus) statt.<sup>4</sup> Neben den Berechnungen für das Messejahr 2003 wurden daher auch die wirtschaftlichen Folgewirkungen für ein durchschnittliches (repräsentatives) Messejahr ermittelt. Für ein repräsentatives Messejahr wurden die Besucher- und Ausstellerausgaben einer Veranstaltung entsprechend dem jeweiligen Messeturnus zugrunde gelegt.<sup>5</sup>

**Besucherausgaben betragen im Jahr 2003 insgesamt rund 394 Mill. €**

Im Jahr 2003 wurden rund 1,2 Mill. Besucher auf den Messen der Koelnmesse GmbH gezählt, die nach den Berechnungen des ifo Instituts insgesamt **394 Mill. €** an messe relevanten Ausgaben tätigten (vgl. Tab. 1). Dieses relativ hohe Ausgabenvolumen wurde insbesondere durch die internationalen Leitmessen *Anuga*, *imm cologne* und *Practical World* hervorgerufen, deren insgesamt über 350 000 Besucher knapp die Hälfte des Gesamtbetrages ausgaben.

Die **Ausgaben je Besucher** lagen im Durchschnitt aller Messeveranstaltungen bei **334 €**. Dieser Wert liegt deutlich über dem für die Bundesrepublik Deutschland insgesamt ermittelten Wert für überregionale Messen des Jahres 1997 (220 €; Spannagel et al. 1999, 49). Da in der Studie für Deutschland keine Ausgaben für Urlaubsaktivitäten ermittelt wurden, müssen für die Gegenüberstellung die Besucherausgaben der Kölner Messen um den Ausgabenbetrag gekürzt werden, der auf den vor- bzw. nachgelagerten Aufenthalt (u.a. Urlaub) entfällt. Auf dieser Basis würde sich für die Kölner Messen ein Ausgabenbetrag je Besucher von 288 € ergeben. Dieser Betrag liegt aber immer noch um rund 31% über dem für das Bundesgebiet insgesamt errechneten Wert (Ausgaben je Besucher bei überregionalen Messen im Jahr 1997: 220 €). Ausschlaggebend hierfür ist, dass das Kölner Messeprogramm im Jahr 2003 durch zahlreiche internationale Fachmessen und -veranstaltungen sehr attraktiv war.

<sup>4</sup> *IMB*: Weltmesse für Bekleidungstechnik und Textilverarbeitung; *Anuga FoodTec*: Internationale Fachmesse für Lebensmittel-Technologie; *IDS*: Internationale Dental-Schau; nicht auf dem Messeprogramm des Jahres 2003 standen: *Orgatec*: Internationale Fachmesse für Planung, Einrichtung und Management für Businesswelten; *HomeTech*: Internationale Messe für Hausgeräte; *didacta*: Bildungsmesse; *photokina*: Leitmesse der Photo- und Imaging-Branche.

<sup>5</sup> Das repräsentative Messejahr bezieht sich auf den Zeitraum 2001–2003. Für die Berechnung des Ausgabenvolumens des repräsentativen Messejahres wurde unter Beachtung des Messeturnus die jeweils aktuellste Veranstaltung berücksichtigt.

Tab.1

**Gesamtausgaben der Besucher von Kölner Messen**

Jahr	Besucher insgesamt (in Mill.)	Gesamtausgaben (in Mill. €)	Durchschnittliche Ausgaben pro Besucher (in €)
2003	1,18	394,0	334
Durchschnittliches Messejahr <sup>a)</sup>	1,17	352,1	302

<sup>a)</sup> Unter Berücksichtigung des Veranstaltungsturnus aller Messen im Zeitraum 2001–2003.

Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

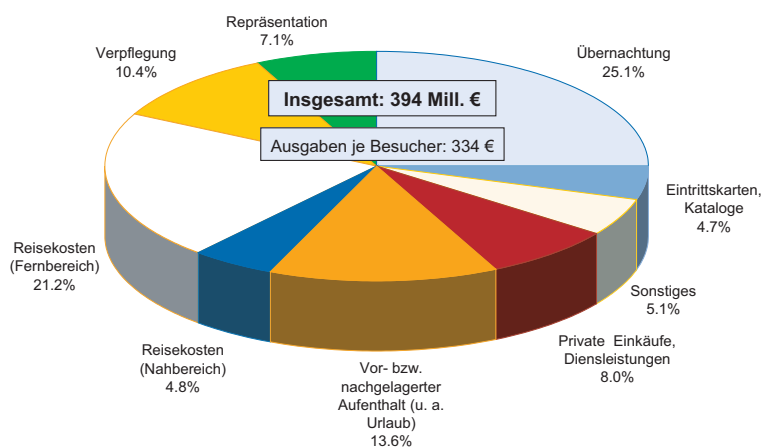
Bei einigen der Kölner Messeveranstaltungen lag der Ausgabenbetrag je Besucher deutlich über dem Durchschnittswert von 334 €. Dies traf vor allem für Messen mit einem überdurchschnittlich hohen Anteil an ausländischen Besuchern zu, die deutlich länger am Messestandort bleiben als inländische Besucher. Dementsprechend fielen auch höhere Ausgaben für die Übernachtung und Verpflegung an.

Aufgrund des unterschiedlichen Veranstaltungsrhythmus bzw. -turnus der verschiedenen Kölner Messen lag das Ausgabenvolumen für ein durchschnittliches Messejahr mit 352 Mill. € um 42 Mill. € unter dem des Jahres 2003. Daraus errechnet sich ein durchschnittlicher Ausgabenbetrag pro Besucher von 302 €.

**Von den Besucherausgaben profitiert insbesondere das Hotel- und Gaststättengewerbe**

Von den Gesamtausgaben der Besucher der Kölner Messen hatten die Ausgaben für Übernachtungen und in der Gastronomie in Höhe von 140 Mill. € (35%) das stärkste Gewicht (vgl. Abb. 1). Die Kosten der An- und Abreise schlu-

Abb. 1  
**Ausgaben der Besucher von Kölner Messen 2003**



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

gen mit 21% zu Buche. In nennenswertem Umfang partizipierte aber auch der Einzelhandel von den Besucherausgaben (31,5 Mill. €; 8%). Der Messeeintritt (inkl. Kauf von Katalogen) trug dagegen nur mit knapp 5% zu den gesamten Ausgaben der Besucher bei. Für einzelne Messen ergaben sich aber aufgrund unterschiedlicher Charakteristika zum Teil stark vom Durchschnitt abweichende Ausgabenstrukturen. So lagen bei internationalen Messen, wie z.B. der *Anuga*, *imm cologne* und *Practical World*, die Anteilswerte der Ausgaben für die Übernachtung deutlich über dem Durchschnitt.

Die gesamten Besucherausgaben fielen überwiegend in Köln an (61%). Knapp 19% der Ausgaben wurden im übrigen Nordrhein-Westfalen getätigt, so dass sich die Ausgaben der Besucher auf das Bundesland Nordrhein-Westfalen insgesamt konzentrierten.

Vergleicht man die Anteile der Ausgabenarten der Kölner Messen mit denen der AUMA-Veranstaltungen<sup>6</sup> aus dem Jahr 1997 (Spannagel et al. 1999, 51), so zeigt sich, dass aufgrund des hohen Grades an internationalem Publikum zum einen die Reisekosten und zum anderen die Übernachtungskosten höher ausfallen als im Bundesdurchschnitt. Unter dem Bundesdurchschnitt liegen die Ausgaben für private Einkäufe und für Verpflegung. Auf der einen Seite ist diese geringere Quote rein rechnerisch mit den hohen Anteilen bei den Übernachtungs- und Reisekosten zu begründen, auf der anderen Seite könnte dieses Ergebnis aber auch mit auf die allgemeine Tendenz zurückzuführen sein, dass die Fachbesucher ihre Messebesuche aus Kosten- und Zeitgründen zu verkürzen suchen, was implizit zu geringeren Ausgaben für private Einkäufe im Einzelhandel und in der Gastronomie führen dürfte.

### Bei den Ausstellerausgaben in Höhe von 845 Mill. € im Jahr 2003 dominierte der Standbau

Die Berechnungen haben für das Jahr 2003 Gesamtausgaben der Aussteller in Höhe von rund 845 Mill. € ergeben. Die Ausgaben pro Aussteller lagen bezogen auf alle Kölner Messerveranstaltungen bei über 27 000 € (vgl. Tab. 2). Dabei entfielen auf die befragten Messen *Anuga*, *imm cologne*, *Practical World* und *Entsorga* über 40% aller Ausstellerausgaben.

<sup>6</sup> Internationale, überregionale und regionale Veranstaltungen in Deutschland, die vom AUMA (Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.) erfasst werden.

**Tab. 2**

#### Gesamtausgaben der Aussteller von Kölner Messen

Jahr	Aussteller insgesamt (in Tsd.)	Gesamtausgaben (in Mill. €)	Durchschnittliche Ausgaben pro Aussteller (in €)
2003	31,3	845,3	27 048
Durchschnittliches Messejahr <sup>a)</sup>	26,9	759,8	28 273

<sup>a)</sup> Unter Berücksichtigung des Veranstaltungsturnus aller Messen im Zeitraum 2001–2003.

Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

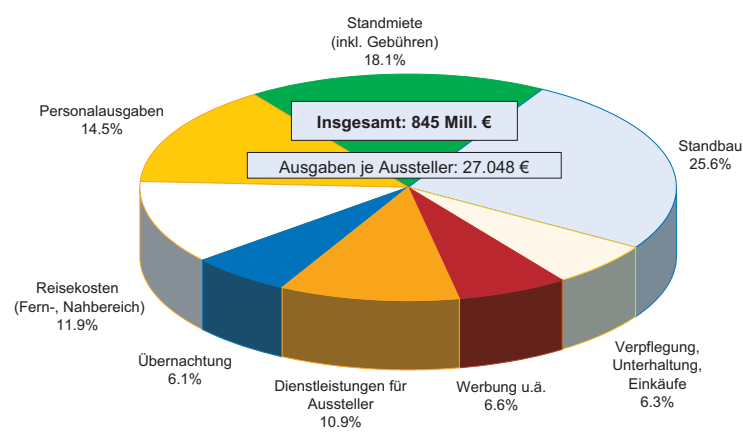
Die Gegenüberstellung der durchschnittlichen Ausstellerausgaben mit dem für AUMA-Messen in Deutschland ermittelten Wert von 23 520 € im Jahr 1997 (Spannagel et al. 1999, 39), ergibt für in Köln ausstellende Unternehmen einen um 15% höheren Wert.

Von den Gesamtausgaben der Aussteller entfielen knapp 26% auf den Standbau (vgl. Abb. 2), wobei rund 40% der Ausgaben für den Standbau im Ausland getätigt wurden; 14% der Ausgaben standen im Zusammenhang mit den Personalkosten für die Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Messebeteiligungen. Knapp ein Fünftel der Ausgaben der Aussteller ging an die Messegesellschaft (Standmiete inkl. Gebühren für Strom, Entsorgung usw.). Rund 11% der Ausgaben entfielen auf die An- und Abreise des Personals der ausstellenden Unternehmen. Die Ausgaben für Übernachtung, Verpflegung und private Einkäufe summierten sich auf über 100 Mill. € (rund 12%).<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Im Vergleich zur Ausgabenstruktur in Deutschland zum Zeitpunkt 1997 ergeben sich zwischen den Strukturanteilen der Aussteller in Köln (2003) und Deutschland insgesamt (1997) nur minimale Differenzen, die keine statistische Signifikanz aufweisen.

**Abb. 2**

#### Ausgaben der Aussteller von Kölner Messen 2003



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Während die Besucherausgaben größtenteils in der Region Köln anfielen, zeigt sich bei den Ausstellerausgaben eine gänzlich andere Ausgabenverteilung auf die Wirtschaftsräume. Knapp 40% wurden in der Region Köln, 14% im übrigen Nordrhein-Westfalen und 15% im restlichen Deutschland getätigt. Auf das Ausland entfielen rund 31% der Ausstellerausgaben. Die Differenzierung der Ergebnisse nach Besuchern und Ausstellern zeigt, dass die Ausgaben der Besucher einen deutlich stärkeren regionalen Bezug aufweisen. Ein wesentlicher Grund hierfür liegt darin, dass vor allem die ausländischen, aber auch inländische Aussteller viele Vorarbeiten und Elemente für den Messestand im Ausland oder außerhalb von Nordrhein-Westfalen produzieren lassen.

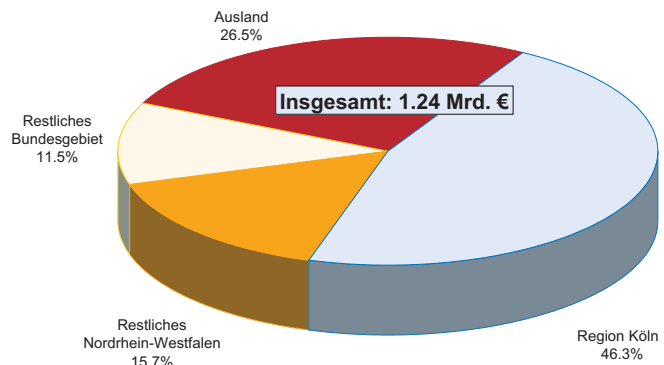
Unter Berücksichtigung des unterschiedlichen Turnus etlicher Messen auf dem Kölner Messegelände wurde für ein durchschnittliches Messejahr ein Ausgabenvolumen der Aussteller von rund 760 Mill. € errechnet. Auf dieser Basis resultiert ein Ausgabenbetrag je Aussteller in Höhe von 28 273 €. Trotz eines geringeren Gesamtvolumens bei den Ausstellerausgaben ergibt sich – aufgrund einer im Vergleich zu 2003 niedrigeren durchschnittlichen Ausstellerszahl – ein insgesamt leicht höherer Ausgabenbetrag für ein repräsentatives Messejahr.

**Primäres Ausgabenvolumen lag im Jahr 2003 bei 1,24 Mrd. €**

Insgesamt belief sich das direkte Ausgabenvolumen aller in- und ausländischen Besucher und Aussteller von Kölner Messen im Jahr 2003 auf **1,24 Mrd. €**; rund 68% davon entfielen auf die Ausstellerausgaben und 32% auf die Besucherausgaben. Ursächlich für den hohen Anteil an Ausgaben der ausstellenden Unternehmen ist insbesondere der hohe Grad an Internationalität der Aussteller, aber auch die hohen Ausstellerausgaben anlässlich international führender Messen, wie der *imm cologne*, *Anuga*, *ISM* (Internationale Süßwaren-Messe), *Practical World*, *Orgatec*, *interzum* (Leitmesse für den Zulieferbereich der Möbelfertigung und des Innenausbaus) oder *IMB*.

Diese unmittelbar durch die Kölner Messen ausgelösten Ausgaben fielen aber nicht gänzlich in Köln an. Die Berechnungen ergaben, dass die direkten Besucher- und Ausstellerausgaben zu 46,3% in Köln, 15,7% in Nordrhein-Westfalen (ohne Köln), 11,5% im übrigen Bundesgebiet und zu 26,5% im Ausland getätigt wurden (vgl. Abb. 3). In Deutschland fielen damit Messeausgaben in Höhe von insgesamt 911 Mill. € an.

**Abb. 3**  
**Aufteilung der Gesamtausgaben nach Regionen im Jahr 2003**



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Unter wirtschaftlichen Aspekten ist wie erwähnt das Messejahr 2003 ein relativ ausgabenstarkes Jahr. Für ein durchschnittliches Messejahr liegt nach den Berechnungen das unmittelbare Ausgabenvolumen der Aussteller und Besucher bei rund **1,11 Mrd. €**, also um 130 Mill. € geringer als im Jahr 2003.

**Rund 18 330 Erwerbstätige durch die Kölner Messen beschäftigt**

Die Ausgaben der Besucher und Aussteller der Kölner Messen haben eine direkte Nachfrage bei verschiedenen Unternehmen in- und außerhalb Kölns in unterschiedlichen Wirtschaftszweigen zur Folge. Die so ausgelöste Produktion bedingt aber zusätzliche indirekte wirtschaftliche Wirkungen: Die unmittelbaren Produktionseffekte induzieren zum einen vorleistungsbedingte Produktion in vorgelagerten Produktionsstufen und zum anderen Einkommenseffekte, da die Produktion zu Einkommen bei den privaten Haushalten führt und damit eine zusätzliche Nachfrage hervorruft.<sup>8</sup>

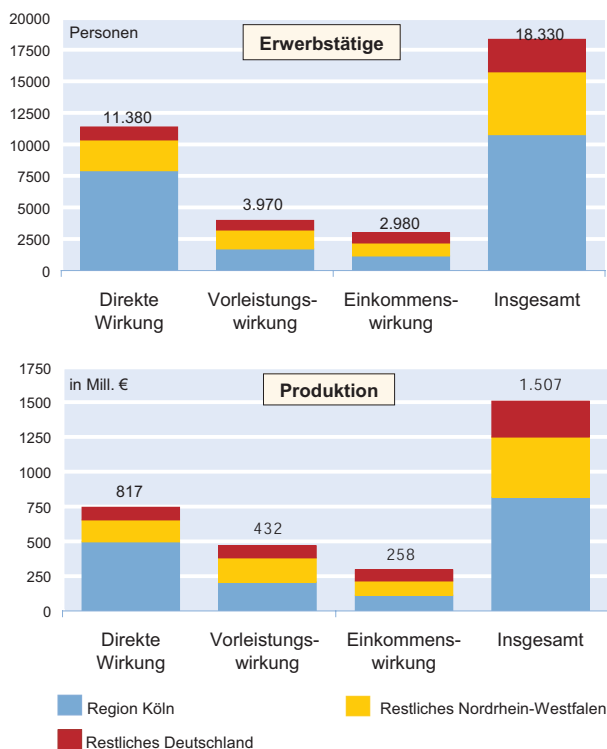
Da für diese Studie nur Wirkungen innerhalb Deutschlands interessieren, wurden in der Input-Output-Analyse die direkten Abflüsse ins Ausland und damit auch alle anderen indirekten Wirkungen im Ausland nicht berücksichtigt. Des Weiteren musste zur Ermittlung der Produktions- und Beschäftigteneffekte von den inlandsrelevanten Bruttoausgaben der Besucher und Aussteller die Mehrwertsteuer abgezogen werden.

<sup>8</sup> Die Quantifizierung dieser indirekten Wirkungen erfolgte mit Hilfe der Input-Output-Rechnung, die die Liefer- und Leistungsverflechtungen zwischen den verschiedenen Wirtschaftssektoren abbildet (Statistisches Bundesamt 2004). Zur Analyse der indirekten Effekte der Besucher- und Ausstellerausgaben wurden vom ifo Institut unter Berücksichtigung von Preis- und Produktivitätsentwicklungen gebietspezifische Input-Output-Tabellen für das Jahr 2003 approximiert. Zur Ermittlung regionaler Input-Output-Tabellen siehe zahlreiche Beiträge in Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (1995).

Abb. 4

**Primär- und Sekundärwirkungen der Kölner Messeaktivitäten 2003**

für Deutschland, Nordrhein-Westfalen und die Region Köln



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

Aufgrund der notwendigen Modifizierungen der primären Ausgabenwerte ergab sich ein um rund 29% vermindertes Produktionsvolumen für die Besucherausgaben in Höhe von 281,4 Mill. € und ein um 45% vermindertes Produktionsvolumen für die Ausstellerausgaben in Höhe von 463,3 Mill. €. Die relativ hohe Korrektur der Ausstellerausgaben ist auf die Auslandsanteile der Ausgaben für die Produktion von Messeständen und auf die internen Personalaufwendungen der deutschen und ausländischen Aussteller für die Planung und Vorbereitung der Kölner Messebeteiligungen zurückzuführen. Insgesamt resultierte ein durch die Kölner Messen ausgelöstes direktes Produktionsvolumen in Höhe von rund 745 Mill. € für das Messejahr 2003.

Werden auch die vorleistungs- und einkommensinduzierten indirekten Produktionswerte berücksichtigt, betrug 2003 das durch die Messeausgaben insgesamt ausgelöste **gesamtwirtschaftliche Produktionsvolumen 1,5 Mrd. €** (vgl. Abb. 4).<sup>9,10</sup> Das durch Kölner Messen in 2003 generierte direkte und indirekte Produktionsvolumen entspricht einem **Umsatz von 1,7 Mrd. €**.

Die Messewirkungen auf die **Arbeitsplätze** können mittels der direkt und indirekt ausgelösten Produktionstätigkeit quantifiziert werden.<sup>11</sup> Im Jahr 2003 wurden insgesamt durch

die Kölner Messen **18 330 Erwerbstätige** in der Bundesrepublik Deutschland beschäftigt.<sup>12</sup> Bezogen auf Nordrhein-Westfalen resultierten 15 745 von Kölner Messeveranstaltungen abhängige Arbeitsplätze (vgl. Abb. 4); knapp 60% bzw. 10 770 aller messeinduzierten Arbeitsplätze entfielen auf Köln.

Werden die wirtschaftlichen Effekte der Kölner Messeausgaben differenziert nach einzelnen **Wirtschaftssektoren** analysiert, so ergeben sich folgende Ergebnisse für das Messejahr 2003:

- Das **Produzierende Gewerbe** wird hauptsächlich durch die vorleistungs- und einkommensbedingten indirekten Produktionswirkungen der Messeausgaben angestoßen. Während die direkten Produktionswirkungen im Produzierenden Gewerbe einen Anteil von rund 8% an der gesamten direkten Produktion von 745 Mill. € haben, liegen die entsprechenden Produktionsanteile der indirekten Wirkungen bei knapp 30%. Das Produzierende Gewerbe erhält damit erhebliche Produktionseffekte aus dem multiplikativ verlaufenden Leistungsprozess, der durch die Kölner Messeausgaben über alle Wirtschaftssektoren in Gang gesetzt wird.
- Rund 30% des gesamten messeinduzierten Produktionsvolumens von 1,5 Mrd. € entfallen auf **Handwerksleistungen und sonstige messeaffine Dienstleistungen** wie z.B. Verkehrs- und Transportleistungen, Werbung und solche Dienstleistungen, die in einem engen Zusammenhang mit der Planung, Durchführung und Auswertung von Kölner Messebeteiligungen stehen. Der überdurchschnittlich hohe Anteil dieser Dienstleistungen an dem Gesamtvolumen der messeinduzierten Produktion kann auf Outsourcing-Aktivitäten (Planungs- und Vorbereitungsarbeiten für die Messebeteiligung; Standbau) der in- und ausländischen Aussteller zurückgeführt werden.
- Auf das **Beherbergungs- und Gaststättengewerbe** entfallen rund 16% des gesamten Produktionsvolumens und rund 31% aller Erwerbstätigen, deren Arbeitsplätze auf messeinduzierte Besucher- und Ausstellerausgaben zurückgeführt werden können. Der erhebliche Unterschied in den Anteilen zwischen der Produktion und den Erwerbstätigen kann auf die tendenziell geringen Beschäftigtenproduktivitäten in diesem personalintensiven Wirtschaftssektor zurückgeführt werden.

<sup>9</sup> Für Nordrhein-Westfalen riefen die direkten Ausgaben eine Produktion in Höhe von 654 Mill. € hervor. Die durch die Multiplikatorwirkungen verursachten gesamten Produktionseffekte beliefen sich auf 1,25 Mrd. €. Berechnungen für Köln ergaben für die durch Kölner Messen induzierten direkten, vorleistungs- und einkommensbedingten Produktionseffekte eine Größenordnung von 0,82 Mrd. €.

<sup>10</sup> Für ein durchschnittliches Messejahr ergibt sich ein gesamtes Produktionsvolumen in Höhe von 1,36 Mrd. €.

<sup>11</sup> Die mit der Nachfrage verbundene Beschäftigung wurde mit Hilfe sektorspezifischer Arbeitskoeffizienten errechnet.

<sup>12</sup> Die Zahl der messeinduzierten Erwerbstätigen für ein durchschnittliches Messejahr beträgt 16 525 Personen.

- Der Einzelhandel wurde in erhöhtem Ausmaß durch die einkommensbedingten indirekten Produktionswirkungen der Messeausgaben angestoßen. Während die direkten Produktionswirkungen im Einzelhandel einen Anteil von nicht ganz 5% an der gesamten direkten Produktion hatten, lagen die entsprechenden Produktionsanteile der indirekten einkommensbedingten Wirkungen im Einzelhandel bei 9%. Der Einzelhandel erhält somit erhebliche Produktionseffekte aus dem multiplikativ verlaufenden Nachfrageprozess. Von den im Jahr 2003 insgesamt durch die Kölner Messen beschäftigten Erwerbstätigen waren 1 470 Personen dem Einzelhandel zuzurechnen, davon 880 in Köln. Infolge einkommensbedingter Wirkungen (Konsumausgaben) profitierte auch der Einzelhandel in den übrigen Bundesländern: 180 der außerhalb Nordrhein-Westfalens durch die Kölner Messen induzierten Arbeitsplätze entfielen auf den Einzelhandel.

**Messeinduzierte Steuereinnahmen der Gebietskörperschaften betragen für das Jahr 2003 knapp 300 Mill. €**

Weitere mit den Messeaktivitäten in Köln verbundene Wirkungen stellen Steuereinnahmen der verschiedenen Gebietskörperschaften dar, die infolge von Produktionsprozessen, daraus resultierenden Einkommen und Gewinnen sowie durch den privaten Verbrauch anfallen.

Für alle Gebietskörperschaften der Bundesrepublik ergaben sich für das Jahr 2003 Steuereinnahmen in Höhe von knapp 300 Mill. €. <sup>13</sup> Ohne Berücksichtigung des interkommunalen Finanzausgleichs stehen von den anfallenden Steuerbeträgen der Stadt Köln 11,5 Mill. € und dem Bundesland Nordrhein-Westfalen (inkl. Gemeinden) 110,5 Mill. € zu (Bundesland Nordrhein-Westfalen insgesamt: 122 Mill. €; vgl. Abb. 5). Ein Betrag von 152 Mill. € fließt der Bundes-

republik Deutschland zu, und die anderen Bundesländer und Gemeinden partizipieren mit 24 Mill. €.

Der größte Anteil der Steuereinnahmen entfällt mit rund 60% 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 resultiert. Auf die Einkommen-, Lohn- und Körperschaftsteuer entfällt ein Anteil von rund 30%.

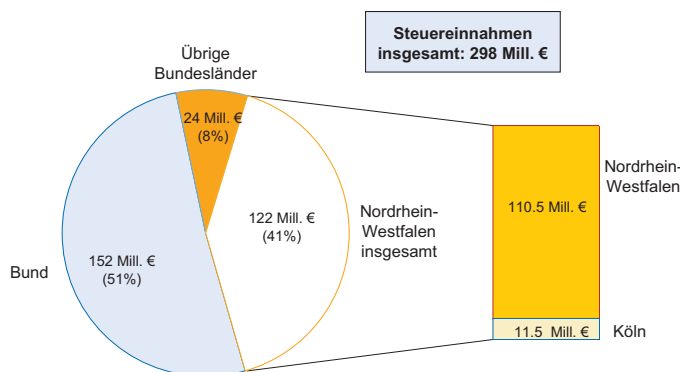
**Neben Messeveranstaltungen leisten auch Kongresse, Tagungen und sonstige Events einen bedeutenden Beitrag zu den wirtschaftlichen Effekten einer Region**

Das Ausgabevolumen von Kongress-, Veranstaltungsteilnehmern sowie die Aufwendungen der Organisatoren von Kongressen und Tagungen stellen einen nicht zu unterschätzenden wirtschaftlichen Effekt für den Wirtschaftsraum Köln dar. 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 Köln. Kongresse, Tagungen und sonstige Events, wie z.B. Karnevalssitzungen, Konzerte, Partyveranstaltungen, Bälle und Festessen, erleichtern somit auch das Standortmarketing für die Region.

Insgesamt wurden im Jahr 2003 von den **Veranstaltungsteilnehmern** (inkl. Referenten und Mitarbeiter der Tagungs- und Konferenzveranstalter) **160 Mill. €** ausgegeben. <sup>14</sup> Die **Ausgaben je Veranstaltungsteilnehmer** lagen bei **188 €**, bezogen auf die **Kongressteilnehmer** resultierte ein durchschnittlicher Ausgabenbetrag in Höhe von **434 €**. Entsprechend der Internationalität und der Dauer der Kongressveranstaltung reichte die Spanne der Ausgaben von rund 120 € bis zu rund 1 000 €.

Von den Gesamtausgaben aller Veranstaltungen hatten die Ausgaben für **Übernachtungen** und in der **Gastronomie** in Höhe von

**Abb. 5**  
**Steuereinnahmen von Kölner Messeaktivitäten 2003**



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

<sup>13</sup> Ein durchschnittliches Messejahr führt zu einem Steueraufkommen von rund 269 Mill. €.

<sup>14</sup> In die Untersuchung konnten insgesamt die Angaben von rund 1 400 Veranstaltungsteilnehmern einbezogen werden. Die Volumenberechnung für die Kongresse, Tagungen und sonstigen Events in den Objekten der KölnKongress GmbH (Congress-Centrum Koelnmesse, Gürzenich Köln, Tanzbrunnen Köln, Die Bastei, ZOOLocation und Zeughaus) erfolgte entsprechend dem Vorgehen für die Messen in Köln. In die Untersuchung wurden neun Events einbezogen, die das Veranstaltungsportfolio der KölnKongress GmbH im Jahr 2003 repräsentativ abbildeten.

59 Mill. € (37%) das stärkste Gewicht. Die Kosten der An- und Abreise schlugen mit knapp 20% zu Buche. In nennenswertem Umfang partizipierte auch der Einzelhandel von den Ausgaben der Veranstaltungsteilnehmer (8%).

Diese unmittelbar durch die Veranstaltungen ausgelösten Ausgaben wurden zu 80% in Köln, 6% in Nordrhein-Westfalen (ohne Köln), 5% im übrigen Bundesgebiet und zu 9% im Ausland getätigt. In Deutschland fielen Veranstaltungsausgaben in Höhe von 146 Mill. € an.

### Kongresse, Tagungen und Events führten zu einem bundesweiten Umsatz von 294 Mill. € und zu einer Beschäftigung von 3 350 Personen

Die Ermittlung der indirekten Effekte erfolgte – wie bei den Messerveranstaltungen – mittels der Input-Output-Rechnung. Insgesamt betrug das durch die Veranstaltungen der Köln-Kongress GmbH ausgelöste gesamtwirtschaftliche Produktionsvolumen 262 Mill. €. Dahinter verbirgt sich ein **Umsatz von 294 Mill. €**. Die hiermit direkt und indirekt in einem wirtschaftlichen Zusammenhang stehenden **Arbeitsplätze** lagen bei 3 350, davon 2 635 in Köln (vgl. Abb. 6). Vor allem aufgrund der unmittelbaren Bedürfnisse der Kongress- und Veranstaltungsteilnehmer waren diese Arbeitsplätze vorwiegend im Gast- und Beherbergungsgewerbe (40%), Handwerk inklusive Dienstleistungen (14%) sowie im Einzelhandel (10%) angesiedelt.

Infolge der von den Kongressen und Tagungen angestoßenen Produktionsprozesse, den daraus resultierenden Einkommen und Gewinnen sowie durch den privaten Verbrauch ergaben sich für alle Gebietskörperschaften der Bundesrepublik für das Jahr 2003 **Steuereinnahmen** in Höhe von rund 50 Mill. €. Von den anfallenden Steuerbeträgen kamen der Stadt Köln rund 2,2 Mill. € zu, dem Bundesland Nordrhein-

Westfalen (inkl. Gemeinden) rund 19,8 Mill. € (Nordrhein-Westfalen insgesamt: rund 22 Mill. €). Ein Betrag von rund 26 Mill. € floss der Bundesrepublik Deutschland zu.

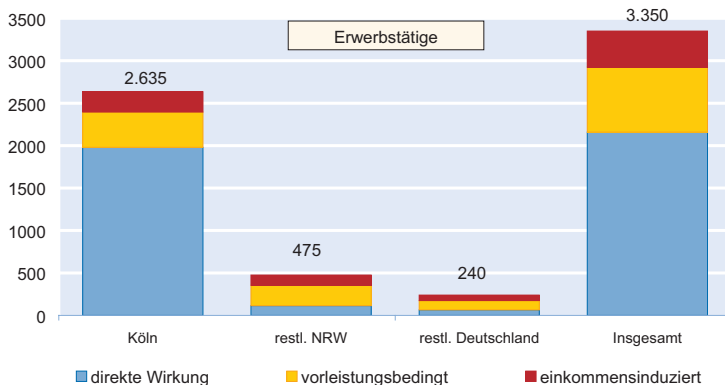
### Resümee

Auf Basis der Messe-, Kongress- und Veranstaltungsaktivitäten (Koelnmesse GmbH, KölnKongress GmbH) ergaben sich für das Jahr 2003 folgende wirtschaftlichen Effekte:

- Die für **Deutschland** insgesamt zurechenbaren gesamtwirtschaftlichen Produktionseffekte in Höhe von 1,77 Mrd. € ermöglichten die Beschäftigung von 21 680 Erwerbstätigen in Deutschland. Das insgesamt generierte direkte und indirekte Produktionsvolumen entspricht einem bundesweiten Umsatz von 2 Mrd. €.
- Die Berechnungen für **Köln** ergaben für die induzierten Produktionseffekte eine Größenordnung von 1 Mrd. €. Bezogen auf Arbeitsplätze folgte daraus, dass 62% aller insgesamt in Deutschland induzierten Arbeitsplätze auf die Region Köln entfielen (13 405 Erwerbstätige). Diese Arbeitsplätze waren aufgrund der unmittelbaren Ausgabeneffekte überwiegend im Gast- und Beherbergungsgewerbe angesiedelt.
- Für **Nordrhein-Westfalen** insgesamt riefen die Ausgaben eine Produktion in Höhe von knapp 1,5 Mrd. € hervor. Dadurch konnten 18 855 Erwerbstätige beschäftigt werden.
- Aufgrund der Lieferverflechtungen partizipierten auch Unternehmen in den **übrigen Bundesländern** an den wirtschaftlichen Wirkungen. Die gesamten Produktionseffekte betragen 285 Mill. €. Die Zahl der Erwerbstätigen betrug 2 825.
- Die mit den Veranstaltungen (Messen, Kongresse, sonstige Events) verbundenen **Steuereinnahmen** beliefen sich insgesamt auf 348 Mill. €.

Abb. 6

**Direkte und indirekte Beschäftigungswirkungen von Kongressen und Veranstaltungen der KölnKongress GmbH im Jahr 2003**



Damit stellen die Koelnmesse sowie Köln-Kongress einen nicht zu unterschätzenden Wirtschafts- und Beschäftigungsfaktor in der Region dar. Die wirtschaftliche Wirkung einer Messe- oder Kongressgesellschaft beruht aber nicht allein auf der technologie- und/oder marketingpolitischen Bedeutung einzelner Messe- oder Kongressveranstaltungen für die relevanten Wirtschaftszweige, sondern hat sein Fundament auch in den so genannten weichen Attraktions- und Standortfaktoren des Veranstaltungsplatzes und seines Umfeldes vornehmlich für die auswärtigen und ausländischen Besucher, Aussteller sowie Kongressteilnehmer.

So zwingt beispielsweise die zunehmende Internationalisierung des Messewesens und der verschärfte Wettbewerb zwischen den

größeren Messestandorten die Messegesellschaft und die übrigen Messeakteure, das Leistungs- und Imageprofil ihrer Messen und Messeleistungen fortlaufend an den sehr hohen Anforderungen und Erwartungen der in- und ausländischen Besucher und Aussteller auszurichten. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden und somit den Besuchern wie Ausstellern die erforderliche Servicequalität bieten zu können, wird in den nächsten beiden Jahren von der Koelnmesse der Masterplan 2006 umgesetzt (Koelnmesse 2004). Auf dem Messegelände soll die Infrastruktur verändert und damit qualitativ aufgewertet werden. Des Weiteren werden vier neue Hallen gebaut, die hohe Flexibilität für diverse Veranstaltungen bieten sollen. Darüber hinaus sind auch der Aus- bzw. Neubau des Bahnhofs »Köln Messe/Deutz« mit einem direkten Anschluss an das Messegelände sowie der Bau eines internationalen Kongress- und Convention Centers geplant. Mit der Realisierung dieser Maßnahmen scheint die Koelnmesse für die Herausforderungen der nächsten Jahre gut gerüstet zu sein und dürfte ihre Wettbewerbsposition festigen können.

## Literatur

- Goldrian, G. und U.Chr. Täger (1990), »Wirtschaftliche Bedeutung der Münchner Messeveranstaltungen, Eine ifo-Untersuchung über die direkten und indirekten Wirkungen von Messeausgaben«, *ifo Schnelldienst* 43(26/27), 28–42.
- Koelnmesse GmbH (Hrsg., 2004), *Der Geschäftsbericht der Koelnmesse 2003*, Köln.
- Penzkofer, H. (2003), »Leipziger Messe: Veranstaltungen und Kongresse führen zu einer Beschäftigung von über 4 800 Personen«, *ifo Schnelldienst* 56(14), 14–24.
- Penzkofer, H. (2002), »Wirtschaftliche Wirkungen der Frankfurter Messen«, *ifo Schnelldienst* 55(1), 15–22.
- Penzkofer, H. und U.Chr. Täger (2001), »Wirtschaftliche Wirkungen der Münchner Messen«, *ifo Schnelldienst* 54(23), 3–12.
- Spannagel, R., U.Chr. Täger, G. Weitzel et al. (1999), *Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland*, ifo Studien zu Handels- und Dienstleistungsfragen, Bd. 57, ifo Institut, München.
- Statistisches Bundesamt (Hrsg., 2004), *Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen: Input-Output-Rechnung 2000*, Fachserie 18, Reihe 2, Wiesbaden.
- Statistisches Landesamt Baden-Württemberg (Hrsg., 1995), *25 Jahre Input-Output-Rechnung Baden-Württemberg*, Materialien und Berichte, Heft 5, Stuttgart.
- Weitzel, G. (1999), »Die Leipziger Messe: Steigende Produktions- und Beschäftigungseffekte«, *ifo Schnelldienst* 52(10/11), 26–33.