

Horst Penzkofer

Veranstaltungen in der Messe Dortmund und den Westfalenhallen generieren starke wirtschaftliche Impulse

Im Auftrag der Westfalenhallen Unternehmensgruppe Dortmund hat das ifo Institut nach 2009 zum zweiten Mal eine Untersuchung zu den wirtschaftlichen Effekten durchgeführt, die in einem durchschnittlichen Veranstaltungsjahr – u.a. Messen, Kongresse, Tagungen, Konzerte – durch die Unternehmensgruppe ausgelöst werden. Auf Basis empirischer Erhebungen ausgewählter Veranstaltungen wurden mittels eines Schätzmodells die Gesamtausgaben und darauf aufbauend die Kaufkraft-, Beschäftigungs- und Steuereffekte eines durchschnittlichen Veranstaltungsjahres berechnet.

BESUCHER- UND AUSSTELLERBEFRAGUNGEN BILDEN DIE ZENTRALE BASIS DER UNTERSUCHUNG

Die wirtschaftlichen Effekte von Messen gehen weit über die absatzwirtschaftlich motivierten Überlegungen der Aussteller und Besucher hinaus. Messen und Ausstellungen sind insbesondere für den Wirtschaftsraum des Messestandorts von großer Bedeutung, da durch die messeinduzierten Ausgaben der Aussteller und Besucher Arbeitsplätze, Steuereinnahmen und Kaufkraftzuflüsse in der Region entstehen. Neben Messen leisten aber auch weitere Veranstaltungen, wie z.B. Kongresse, Tagungen, Konzerte, Shows sowie betriebliche, gesellschaftliche und sportliche Events, einen bedeutenden Beitrag zu den wirtschaftlichen Effekten eines Wirtschaftsraumes.

Da einige Messen nicht jährlich, sondern in einem mehrjährigen Turnus durchgeführt werden, gibt es, gemessen an den Aussteller- und Besucherzahlen und damit auch im Hinblick auf die wirtschaftlichen Auswirkungen, »starke« und »weniger starke« Jahre. Daher wurde die Analyse für ein durchschnittliches Messejahr durchgeführt, d.h., alle Messen gingen entsprechend ihrer Periodizität in die Berechnungen ein (vgl. Penzkofer 2018, S. 10).

Ein wichtiger Faktor für die Validität der Ergebnisse sind die der Untersuchung zugrunde liegenden Daten. Für die Berechnungen der wirtschaftlichen Wirkungen der Messen und sonstigen Veranstaltungen wurden rund 2 900 Messebesucher, über 800 Aussteller und über 2 300 Besucher sonstiger Veranstaltungen repräsentativ befragt. Auf Basis der Informationen aus den standardisierten Besucher- und Ausstellerbefragungen wurden für verschiedene Veranstaltungstypen (z.B. internationale, nationale oder regionale Messen und Kongresse) Aussteller- und Besucherindikatoren ermittelt (vgl. Hochheim

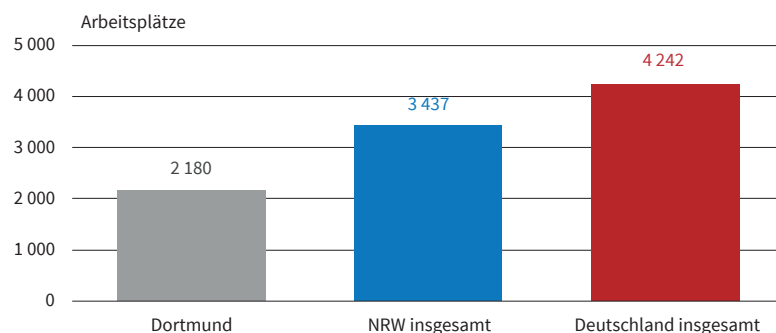
und Penzkofer 2019). Diese Indikatoren bildeten die Grundlage für die Hochrechnung der Stichprobenergebnisse zum Gesamtvolumen der Besucher- und Ausstellerausgaben. Das verwendete Modell stellt dabei anhand zahlreicher Merkmale kausale Zusammenhänge zwischen den in die Befragungen eingegangenen Veranstaltungen und den nicht befragten Veranstaltungen her.

Zur Berechnung der direkten und indirekten Effekte wurde die aktuellste Input-Output-Rechnung verwendet, die die Transaktionen zwischen den Wirtschaftszweigen abbildet (vgl. Penzkofer 2017). Die Quantifizierung der wirtschaftlichen Wirkungen stellt darauf ab, dass die durch die Messe- und Veranstaltungsausgaben ausgelasteten Produktions- und Beschäftigungskapazitäten nicht durch andere Nachfrageaktivitäten tangiert bzw. genutzt werden, d.h., der etwaige Ausfall der Messe- und Veranstaltungsausgaben als Nachfragevolumen wird nicht durch Ausgaben anderer Unternehmen und Personen kompensiert. Die Studie stellt somit eine auf die veranstaltungsinduzierten Ausgaben der Besucher und Aussteller orientierte Impact-Analyse dar. Da die Veranstaltungen am Standort Dortmund aber ursächlich für die Ausgaben sind, werden diese veranstaltungsbezogenen Ausgaben auf jeden Fall getätigt und nicht auf andere Nachfragezwecke umgeleitet. Würden die Veranstaltungen an einem anderen Standort durchgeführt, fielen diese veranstaltungsrelevanten Ausgaben und damit auch die wirtschaftlichen Effekte nicht zusätzlich am Standort Dortmund, sondern in einem anderen Wirtschaftsraum an. In diesem Zusammenhang ist auch zu berücksichtigen, dass Effekte angestoßener bzw. realisierter Aufträge im Rahmen der Messen unberücksichtigt bleiben. Insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen aus dem lokalen Umfeld er-

öffnet 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.

VERANSTALTUNGEN IN DEN WESTFALENHALLEN BEWIRKEN IN DEUTSCHLAND EINEN KAUFKRAFTZUFLUSS VON 493 MIO. EURO

Abb. 2 Beschäftigungseffekte
Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Westfalenhallen Unternehmensgruppe Dortmund



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

Den höchsten Beitrag zu den ermittelten wirtschaftlichen Effekten tragen Messen bei. Hervorzuheben sind hierbei vor allem Messen mit hoher Internationalität wie beispielsweise Europas größte Jagdmesse JAGD & HUND oder die international führende Fachmesse InterTabac. Auf Platz 2 hinsichtlich der wirtschaftlichen Bedeutung liegen Kongresse, Tagungen und Firmenveranstaltungen. Die insgesamt durch die Dortmunder Messen, Kongresse und sonstigen Veranstaltungen angestoßenen gesamtwirtschaftlichen (direkten und indirekten) Kaufkrafteffekte betragen rund 493 Mio. Euro. Dieses Kaufkraftvolumen wird zu 43% in Dortmund (212 Mio. Euro) und zu 35% im übrigen Nordrhein-Westfalen (170,6 Mio. Euro) wirksam. Hierbei handelt es sich um den Wert sämtlicher Güter und Dienstleistungen, die insgesamt notwendig sind, um die Nachfragen und Anforderungen von Ausstellern und Besuchern in den Westfalenhallen bedienen zu können.

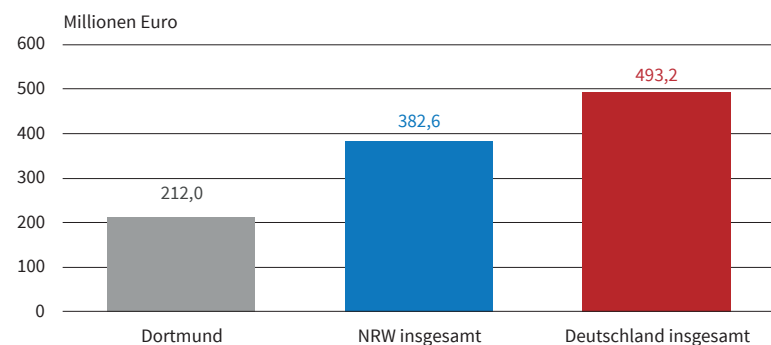
Jährlich gehen rund 195 500 Übernachtungen in Dortmund auf Veranstaltungen in den Westfalenhallen zurück. Dies sind über 15% aller Übernachtungen in Dortmund. Besonders bedeutend ist in diesem Zusammenhang das Messegeschäft, das mit rund 160 000 Übernachtungen über 80% aller Übernachtungen auslöst.

DEUTSCHLANDWEIT WERDEN ÜBER 4 200 ARBEITSPLÄTZE DURCH VERANSTALTUNGEN IN DEN WESTFALENHALLEN GESICHERT

Während eines durchschnittlichen Veranstaltungsjahres werden rund 4 240 Arbeitsplätze in Deutschland gesichert. Davon entfallen 2 180 Arbeitsplätze auf Dortmund. Im übrigen Nordrhein-Westfalen sind im Jahresdurchschnitt knapp 1 260 Personen beschäftigt. Von den Veranstaltungen in den Westfalenhallen profitieren insbesondere die Beschäftigten im Handwerk, in veranstaltungsaffinen Dienstleistungsbranchen sowie im Hotel- und Gaststättengewerbe. Rund 24% der veranstaltungsinduzierten Arbeitsplätze sind im Hotel- und Gaststättengewerbe angesiedelt. Auf das Handwerk und veranstaltungsaffine Dienstleistungsbranchen entfallen rund 32% der Beschäftigten.

Durch die ausgelösten Produktionsprozesse, die resultierenden Einkommen und Gewinne sowie durch den privaten Verbrauch entstehen zudem Steuereinnahmen. Für alle Gebietskörperschaften der Bundesrepublik ergeben sich für ein repräsentatives Veranstaltungsjahr Steuereinnahmen in Höhe von knapp 88 Mio. Euro. Auf Dortmund entfällt hiervon ein Betrag von rund 3 Mio. Euro, auf das übrige Nordrhein-Westfalen rund 30 Mio. Euro.

Abb. 1 Kaufkrafteffekte
Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Westfalenhallen Unternehmensgruppe Dortmund



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

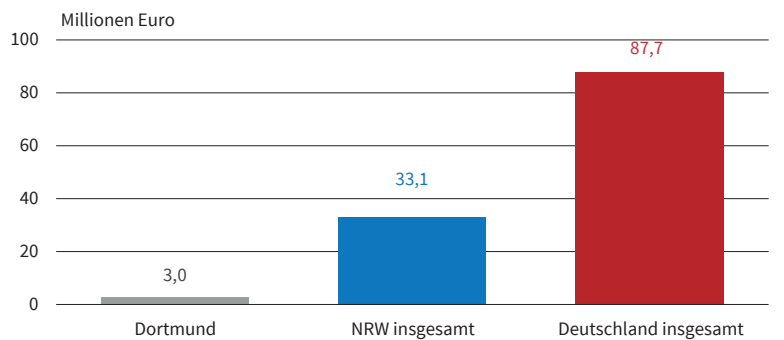
SEIT DEM JAHR 2009 KONNTEN DIE WIRTSCHAFTLICHEN EFFEKTE VOR ALLEM IN DORTMUND GESTEIGERT WERDEN

Im Jahr 2009 wurde erstmals eine Untersuchung zu den wirtschaftlichen Effekten der Veranstaltungen für die Westfalenhallen Unternehmensgruppe erstellt. Alle Indikatoren weisen im Zeitvergleich einen Zuwachs auf. In Dortmund erhöhte sich der Kauf-

Abb. 3

Steueraufkommen

Durchschnittliches Veranstaltungsjahr der Westfalenhallen Unternehmensgruppe Dortmund



Quelle: Berechnungen des ifo Instituts.

© ifo Institut

kraftzufluss um 30% (von 163 Mio. Euro auf 212 Mio. Euro), das Steueraufkommen um 43% (von 2,1 Mio. Euro auf 3,0 Mio. Euro) und die Zahl der veranstaltungsinduziert gesicherten Arbeitsplätze um 11% (von rund 1 960 auf 2 180). Die wirtschaftliche Bedeutung der Veranstaltungen geht aber über Dortmund hinaus. Bundesweit erhöhte sich der Kaufkrafteffekt um 17% (von 421 Mio. Euro auf 493 Mio. Euro), das Steueraufkommen um 22% (von rund 72 Mio. Euro auf knapp 88 Mio. Euro), und die Zahl der veranstaltungsinduziert gesicherten Arbeitsplätze wuchs um 4%. Die Wachstumsrate der Arbeitsplätze fällt im Vergleich zu den anderen Effekten geringer aus, da die positiven Beschäftigungswirkungen, die sich aus dem wachsenden Produktionsvolumen ergeben, durch die Auswirkungen der steigenden Arbeitsproduktivität wieder vermindert werden.

Der Zuwachs bei den wirtschaftlichen Effekten ist auf die gestiegene Internationalität der Besucher und Aussteller zurückzuführen. Ursächlich hierfür sind vor allem die durch eine vergleichsweise hohe Internationalität geprägten Messen InterTabac und JAGD & HUND. Mehr ausländische Besucher und Aussteller bedeuten vor allem eine längere Verweildauer und damit mehr Übernachtungen sowie mehr Ausgaben in der Gastronomie.

LITERATUR

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

Penzkofer, H. (2017), »Gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen«, in: M. Kirchgeorg, W. M. Dornscheidt und N. Stoeck (Hrsg.), *Handbuch Messemanagement*, Springer Gabler, Wiesbaden, 109-120.

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