

# Berlin *aktuell*

Bedeutung der Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter  
für den Wirtschaftsstandort Berlin

Dezember 2015

**Editorial des Vorstandsvorsitzenden  
der Investitionsbank Berlin**



Dr. Jürgen Allerkamp

Zu Recht wird die Messe als das Aushängeschild der Wirtschaft einer Stadt bezeichnet. Sie ist der Salon, in den man seine Handelspartner einlädt, um sich über die neuesten Entwicklungen in ihrem Gewerbe zu informieren. Die Aussteller können ihren Kunden präsentieren, was sie anzubieten haben und natürlich möchten man auch sehen, wo die Mitbewerber stehen. Als Messegast möchte man von der neuen Waren- und Dienstleistungswelt inspiriert werden und zwischen verschiedenen Angeboten vergleichen. Schließlich lebt eine Messe von der Begeisterung, die sie bei den Messebesuchern auslöst. Gerade Berlin beheimatet eine Reihe von Messen, die mit ihrem offenen Publikumscharakter ganz hervorragend in die deutsche Hauptstadt passen. Seien es die Internationale Funkausstellung, die ITB-Berlin oder die Internationale Grüne Woche, die regelmäßig hunderttausende Messegäste in die Hauptstadtregion locken und begeistern.

Mit dem Betrieb einer Messe werden stets vielfältige wirtschaftliche Dimensionen angesprochen: Zuvorderst hat sie eine ganz direkte wirtschaftliche Bedeutung für die Unternehmen, die als Aussteller für das Waren- und Dienstleistungsangebot einer Messe sorgen. Die Unternehmen hoffen auf neue Aufträge und Verkäufe, die ihnen ihre zukünftigen Umsätze sichern. Aber nicht nur die Aussteller und Kunden profitieren von einer Messe. Es ist auch immer der Messestandort selbst, auf

den der Glanz der Messe strahlt. Es verwundert daher nicht, dass die Hauptstadt Berlin ganz erheblich von den Messe- und Kongressveranstaltungen profitiert, die z.B. von der Messe Berlin GmbH am Standort Berlin ausgerichtet werden.

Viele Wirtschaftsbereiche profitieren unmittelbar von den anreisenden Besuchern. Dazu gehören vor allem die Bereiche, die mit den Messe-Gästen Kontakt haben, wie die Hotellerie, die Gastronomie oder die Transportunternehmen. Aus volkswirtschaftlicher Sicht ist ein im Hotel ausgegebener Euro eines Messegastes jedoch noch nicht am Ende seiner Reise angekommen. Die Unternehmen, deren Umsätze direkt von den Ausgaben der Messe- und Kongressgäste profitieren, zahlen Gehälter und Rechnungen an ihre Mitarbeiter und Lieferanten. Diese Zahlungen, führen zu weiterer wirtschaftlicher Aktivität in vielen Bereichen der Wirtschaft und letztlich zu steuerlichen Mehreinnahmen für Berlin. Mit Hilfe eines ökonomischen Regionalmodells haben die Volkswirte der Investitionsbank Berlin berechnet, dass ein Euro Kaufkraft der Messegäste unter Berücksichtigung von multiplikativen Ausgaben- und Beschäftigungseffekten bereits im Jahr der Messe zu einer Bruttowertschöpfung von 1,20 EUR führt.

Berlin wird eine wichtige Messestadt bleiben – in Deutschland die wichtigste. Als wichtiger Baustein für das nationale und internationale Profil der wachsenden Stadt Berlin ist eine moderne und leistungsstarke Messe unverzichtbar. Es wäre ganz in meinem Sinne, wenn die Ergebnisse dieser IBB-Studie die derzeit lebhaft geführte Diskussion um das Ausstattungsniveau des Messestandortes Berlin um einige aktuelle Wirtschaftlichkeitsbetrachtungen bereichern und den Handlungsträgern eine Entscheidungshilfe an die Hand geben könnte.

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'C. Allerkamp'.

Dr. Jürgen Allerkamp  
Vorsitzender des Vorstands  
der Investitionsbank Berlin

## Zusammenfassung

Der Messeplatz Berlin mit seinen zahlreichen Leitmessen wird auch künftig international Maßstäbe setzen. Aber bereits heute ist die Messe ein enormer Wirtschaftsfaktor für die deutsche Hauptstadt. In Berlin sind laut amtlicher Statistik in der Branche Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter 864 Berliner Unternehmen tätig. Sie beschäftigen rund 3.700 Personen, davon knapp 3.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und rund 700 geringfügig Beschäftigte. Die Unternehmen der Branche erwirtschafteten im Jahr 2013 einen Umsatz von 586 Mio. EUR (aktuellere amtliche Zahlen wurden noch nicht veröffentlicht).

Nach Abzug von aus anderen Regionen bezogenen Waren und Dienstleistungen sowie unter Ausklammerung von Subventionen wurde 2013 in der Branche der Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter eine Bruttowertschöpfung von ca. 222 Mio. EUR in der Hauptstadt erwirtschaftet. Das ist auf den ersten Blick mit lediglich 0,2% ein verschwindend kleiner Bruchteil gemessen an der gesamten Bruttowertschöpfung in der Hauptstadt (105 Mrd. EUR). Zunächst kann somit der volkswirtschaftliche Beitrag der Branche, der in der amtlichen Statistik ausgewiesen wird, als eher gering eingestuft werden.

Allerdings darf die volkswirtschaftliche Bedeutung der Messe nicht allein an den für diese Branche ausgewiesenen amtlichen Kennziffern gemessen werden. Denn die reale wirtschaftliche Wirkung von Messe- und Kongressveranstaltungen muss viel weiter gefasst werden. So tätigen die Messe- und Kongressgäste Ausgaben in den Bereichen Übernachtung, Verpflegung und Transport. Daneben gehen sie einkaufen und besuchen nach den Messveranstaltungen die vielfältigen Freizeit- und Kultureinrichtungen der Stadt. Diese Ausgaben führen vor allem außerhalb der Messveranstaltungen zu hohen Umsätzen in den verschiedensten Bereichen der Wirtschaft.

Im Jahr 2014 wurden allein von der Messe Berlin GmbH 74 Veranstaltungen ausgerichtet, davon 50 Messen und 24 Kongresse, wobei das Kongressgeschäft aufgrund der Schließung des ICCs und der Eröffnung des CityCubes in diesem Jahr nicht vollumfänglich ausgeschöpft wurde. Insgesamt haben rund 1,9 Mio. Menschen die Messen (1,84 Mio.) und Kongresse (104 Tsd.) besucht. Davon profitiert nicht nur die Messe, sondern auch die Gastronomie und Hotelbranche in Berlin. Zusammen haben alle Besucher der unterschiedlichen Messen und Kongresse der Messe Berlin GmbH für Konsumausgaben in Höhe von 887 Mio. EUR in Berlin gesorgt. Dazu kommen die Ausgaben der rund 28.700 Messe-Austeller, die im Jahr 2014 rund 490 Mio. EUR für Transportunternehmen, Handwerker und Sicherheitsfirmen in Berlin ausgegeben haben.

Diese zusätzlichen Umsatzeffekte der Messe-Besucher sowie der Aussteller lassen sich mit Hilfe des IBB-Simulationsmodells für die Berliner Wirtschaft in Wertschöpfung, Beschäftigung und öffentliche Einnahmen umrechnen:

- Konsum der Gäste der Messe Berlin GmbH sowie Ausgaben der Aussteller von zusammen 1,4 Mrd. EUR
- Zusätzliches Berliner Bruttoinlandsprodukt in den kommenden fünf Jahren in Höhe von 2,1 Mrd. EUR. Mit 1,6 Mrd. EUR fiel der größte Teil bereits im Jahr 2014 an
- Zudem werden bereits im Jahr der Messe 6.500 neue Arbeitsplätze geschaffen bzw. gesichert, davon einige mit temporärem Charakter
- Die öffentlichen Einnahmen werden sich aufgrund der zusätzlichen Wertschöpfungseffekte um 65 Mio. EUR erhöhen

Berlin gehört weltweit zu den wichtigsten Messeplätzen. Die Messe Berlin GmbH leistet hierzu mit ihren Leitmessen einen wichtigen Beitrag. Davon profitiert Berlin.

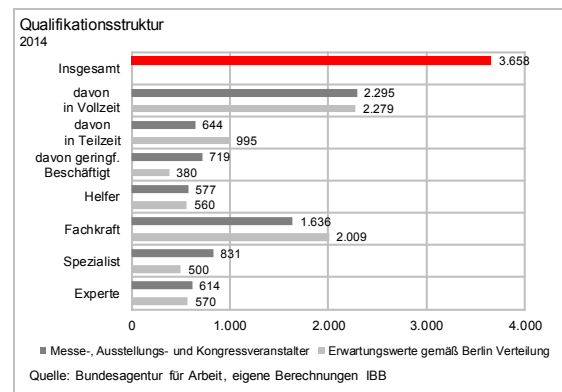
**Messestandort mit Geschichte**

Deutschland ist unbestritten der weltweit führende Messestandort. Das liegt einerseits an der starken und breiten industriellen Ausrichtung der deutschen Wirtschaft und andererseits an der zentralen Lage innerhalb Europas. In der vorliegenden Untersuchung soll der Blick auf das Messegesehen speziell in der deutschen Hauptstadt gerichtet werden. Hier hat sich die Wirtschaft in den Jahren nach 2005 äußerst dynamisch entwickelt. Viele neue Unternehmen haben sich in Berlin angesiedelt oder wurden gegründet. Berlin ist auch im touristischen Bereich eine hochattraktive Metropole, die ein vielfältiges Kulturangebot bereithält. Daneben aber ist Berlin auch einer der wichtigsten Messe- und Kongressstandort Deutschlands. Berlin hat eine lange Messetradition, die auch in den Zeiten der Teilung der Stadt nie völlig verloren gegangen ist. So ist die erstmals in den 20er Jahren in Berlin ausgerichtete Internationale Funkausstellung eine der ältesten Industriemessen Deutschlands. Auch die Internationale Luftfahrtausstellung hat eine lange Tradition in Berlin. Sie fand unter diesem Namen das erste Mal im Jahr 1928 in Berlin statt.

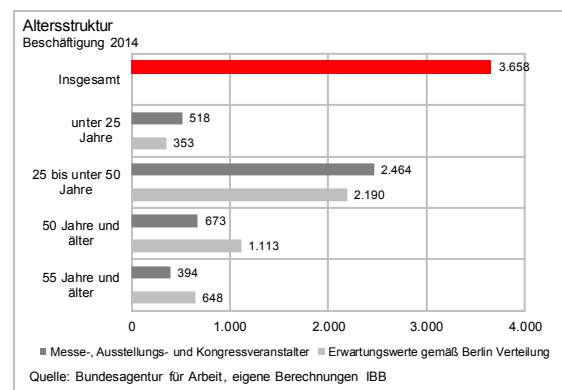
**Die Branche mit dem jungen Gesicht**

Laut amtlicher Statistik Berlin-Brandenburg sind allein in Berlin in der Branche Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter heute 864 Unternehmen tätig. Die Unternehmen in dieser Branche befassen sich vor allem mit der Organisation und Verwaltung von Veranstaltungen, wie Messen, Kongresse und Konferenzen. Im Jahr 2014 waren in den Unternehmen der Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter rund 3.700 Personen beschäftigt, davon knapp 3.000 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte und rund 700 geringfügig Beschäftigte. Ein Vergleich mit der Verteilung der Qualifikationsstruktur in der Berliner Wirtschaft insgesamt macht deutlich, dass in der Messe-Branche einerseits besonders viele Spezialisten (16,8%; Berliner Wirtschaft insgesamt: 15,6%) und andererseits mehr geringfügig

Beschäftigte (19,7%; Berlin: 10,4%) als in der gesamten Berlin Wirtschaft eingesetzt werden. Mit 44,7% etwas geringer fällt dagegen der Anteil an Fachkräften aus (Berlin: 54,9%). Fachkräfte übernehmen gegenüber Helfern deutlich komplexere bzw. stärker fachlich ausgerichtete Arbeiten. Spezialisten übernehmen zusätzlich Planungs- und Kontrolltätigkeiten. Experten dagegen sind meist mit hoch komplexen Tätigkeiten befasst, dazu zählen u. a. Entwicklungs-, Leitungs- und Führungsaufgaben.



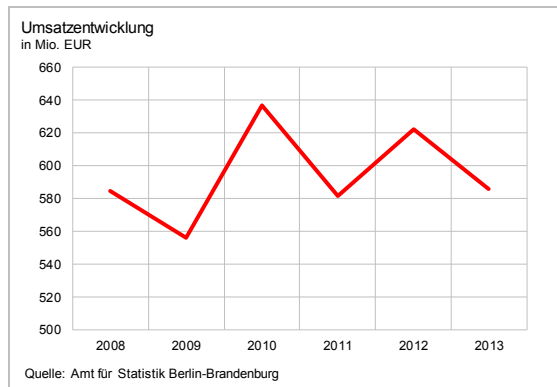
Die Altersstruktur der Messe-Mitarbeiter fällt im Vergleich mit der gesamten Berliner Wirtschaft bemerkenswert jung aus. Sind in Berlin lediglich 59,7% der Beschäftigten zwischen 25 und 50 Jahre alt, so sind es in der Messebranche sogar 67,4%. Dass die Branche konsequent auf junge Menschen setzt, macht der Anteil bei den unter 25-jährigen deutlich. 14,2% der in der Branche Beschäftigten sind unter 25 Jahre alt, über ganz Berlin gerechnet liegt die Quote gerade einmal bei 9,7%.



## Bedeutung der Messe- und Kongressveranstalter für den Wirtschaftsstandort Berlin

## Messen im Zweijahresrhythmus

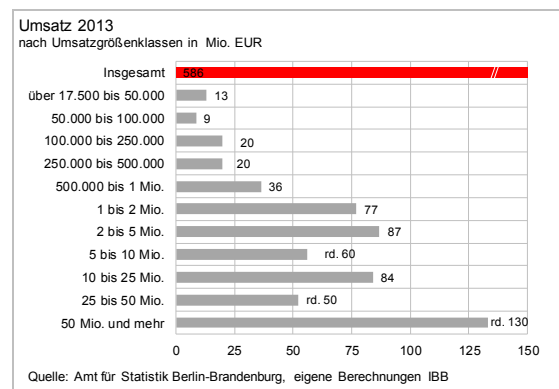
Laut amtlicher Statistik Berlin-Brandenburg haben die Unternehmen der Messe-Branche<sup>1</sup> im Jahr 2013 einen Umsatz von 586 Mio. EUR erwirtschaftet.



Im Zeitablauf wird deutlich, dass ungerade Jahre turnusgemäß die schwächeren Umsatzjahre in der Berliner Messe-Branche sind. Das hängt mit einem teils zweijährigen Zyklus einiger wichtiger internationaler Leitmesse zusammen. So werden die InnoTrans, eine internationale Fachmesse für Verkehrstechnik, und die ILA, eine Leistungsschau für alle Geschäftsfelder der Aerospace-Industrie, nur in geraden Jahren ausgetragen. Ein Umsatzvergleich mit dem jeweiligen Vorjahr ist daher nicht zielführend. Vergleicht man daher die Umsatzwerte des ungeraden Jahres 2011 mit den letzten verfügbaren amtlichen Daten in 2013 so ergibt sich eine deutliche Umsatzsteigerung um 4,7 Mio. EUR (+7,7%) auf 586 Mio. EUR.

Dominiert wird das Berliner Messegeschehen von einigen großen Unternehmen. Gerade einmal 19 Unternehmen erwirtschafteten Umsätze von jeweils mehr als 5 Mio. EUR pro Jahr. Zusammen kommen diese Unternehmen, die nur rund 2% aller Unternehmen der Branche Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter ausmachen, auf 325 Mio. EUR bzw. 55% des gesamten Branchenumsatzes. Berlinweit

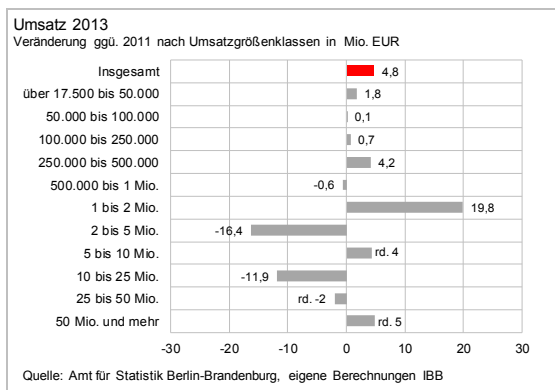
werden in der Unternehmensgrößenklasse mit mehr als 5 Mio. EUR Umsatz allerdings bereits 80% aller Umsätze erzielt. Rund 98% der Unternehmen (845) der Branche Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstaltung fallen im Umkehrschluss in die Umsatzklasse mit weniger als 5 Mio. EUR Umsatz pro Jahr. Zusammen kommen diese Unternehmen mit 261 Mio. EUR auf 45% des gesamten Umsatzes.



Nach Abzug von vorab aus anderen Regionen bezogenen Waren und Dienstleistungen sowie unter Ausklammerung von Subventionen wurde 2013 in der Branche der Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter eine Bruttowertschöpfung von 222 Mio. EUR in der Hauptstadt erwirtschaftet. Das ist mit gerade einmal 0,2% lediglich ein verschwindend kleiner Bruchteil gemessen an der gesamten Bruttowertschöpfung der Hauptstadt (105 Mrd. EUR). Der Personalaufwand in der Branche liegt bei 17,4% bezogen auf den Umsatz, der Materialaufwand bei 67,9%. Im Jahr 2013 wurden zudem Buttoanlageinvestitionen von nur 22 Mio. EUR in Ausrüstungsgegenstände und Gebäude getätigt, das sind gerade einmal 10% bezogen auf die Bruttowertschöpfung. Zum Vergleich: In der Berliner Wirtschaft insgesamt lag diese Quote zuletzt bei knapp 20%.

<sup>1</sup> Unternehmen mit mehr als 17.500 EUR Umsatz

## Bedeutung der Messe- und Kongressveranstalter für den Wirtschaftsstandort Berlin



Insgesamt kann der volkswirtschaftliche Beitrag der Branche, der direkt in der amtlichen Statistik ausgewiesen wird, daher als eher gering eingestuft werden. Doch sollte die volkswirtschaftliche Bedeutung dieser Branche nicht allein an den ausgewiesenen amtlichen Kennziffern gemessen werden. Denn die reale wirtschaftliche Wirkung einer Messeveranstaltung muss viel weiter gefasst werden, da eine Messe wie ein äußerst effizienter wirtschaftlicher Katalysator auf viele verschiedene Branchen und Segmente wirkt und dort ein Vielfaches an Umsätzen und letztlich Bruttowertschöpfung auslöst.

### Große volkswirtschaftliche Wirkung

So tätigen die Messe- und Kongressgäste Ausgaben in den Bereichen Übernachtung, Verpflegung und Transport. Daneben gehen sie einkaufen und besuchen nach den Messeveranstaltungen die vielfältigen Freizeit- und Kultureinrichtungen der Hauptstadt. Dabei ist das Ausgabeverhalten von Messe-Fachbesuchern und Kongressteilnehmern grundsätzlich um ein vielfaches höher als bei B2C-Veranstaltungen. Die Ausgaben führen vor allem außerhalb der Messeveranstaltungen zu hohen Umsätzen in den verschiedensten Bereichen der Berliner Wirtschaft. So profitieren direkt von den Ausgaben der Messegäste vor allem die Hotels und die Gastronomie, aber auch Dienstleistungsbereiche, wie der Verkehr, der Einzelhandel und weitere freiberufliche Dienstleister bis hin zu Übersetzungsdiensten sowie viele Kultur- und Freizeiteinrichtungen der

Stadt. Um die Unternehmen der Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter hat sich in den verschiedensten Bereichen der Wirtschaft mittlerweile eine Infrastruktur aus weiteren Unternehmen etabliert, die sich auf die Messe- und Kongressgäste eingestellt haben und weitgehend auf deren Kaufkraft angewiesen sind.

Volkswirtschaftlich betrachtet entstehen aus den Ausgaben der Messe- und Kongressgäste somit Umsätze in vielen Berliner Unternehmen. Nach Abzug der Vorleistungen aus anderen Regionen tragen diese Unternehmen mit ihren in Berlin erbrachten Leistungen zum Bruttoinlandsprodukt der Stadt bei. Doch hier ist die Wirkungskette eines im Rahmen einer Messe ausgegebenen Euros noch nicht zu Ende. Denn die Unternehmen, deren Umsätze direkt von den Ausgaben der Messe- und Kongressgäste profitieren, haben Angestellte und Lieferanten, deren Gehälter und Rechnungen bezahlt werden müssen. Diese Zahlungen, die indirekt von den Ausgaben der Messegäste abhängen, führen zu weiteren wirtschaftlichen Aktivitäten. Beispielsweise durch den Konsum der Angestellten, aber auch durch Neueinstellungen von Personal und Investitionen bei den Zulieferfirmen der Messe-Unternehmen. Obwohl die Firmen reale wirtschaftliche Wirkung entfalten, finden sich ihre Zahlen aber nicht in der amtlichen Statistik für Messe-Unternehmen. Hier helfen ökonomische Modelle weiter, die diese sogenannten Multiplikatoreffekte berechnen können.

Dieser von der Branche der Messe und Kongressveranstalter ausgehende Multiplikatoreffekt soll im Folgenden exemplarisch am Beispiel der Tätigkeit der Messe Berlin GmbH mit Hilfe des ökonomischen Regionalmodells der Investitionsbank Berlin berechnet werden. Da die Messe Berlin selbst eine große Zahl von Messen und Kongressen veranstaltet und auch Messeflächen für externe Anbieter bereithält, ist sie einerseits für einen bedeutenden Anteil an den Umsätzen der Branche verantwortlich und sorgt anderer-

## Bedeutung der Messe- und Kongressveranstalter für den Wirtschaftsstandort Berlin

seits dafür, dass viele gut zahlende Messe- und Kongressteilnehmer, darunter viele Fachbesucher aus dem In- und Ausland, nach Berlin kommen.

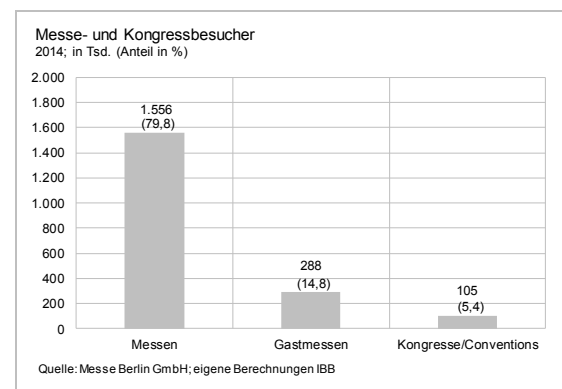
### Veranstaltungen der Messe Berlin GmbH

Im Jahr 2014 wurden 74 Veranstaltungen unter der Schirmherrschaft der Messe Berlin GmbH durchgeführt, davon 50 Messen und 24 Kongresse. Dabei stellt das Jahr 2014 ein Sonderfall dar, in normalen Jahren werden rund 40 Kongresse über die Messe Berlin betreut. Insgesamt 16 der 50 Messen wurden in Eigenregie von der Messe Berlin GmbH ausgerichtet. Darunter befinden sich Leitmessen wie die Internationale Grüne Woche (411.000 Besucher), die IFA (240.000), die ILA (227.000) und die ITB Berlin (172.000). Diese Eigenveranstaltungen der Messe Berlin GmbH lockten insgesamt 1,5 Mio. Menschen in die Hauptstadt, darunter 795.000 Fachbesucher.

Weitere 34 Messen wurden nicht von der Messe Berlin GmbH selbst sondern in Form von Gastveranstaltungen von externen Veranstaltern auf dem Berliner Messegelände durchgeführt. Die größten Messen darunter waren die KiJu (50.000 Besucher), die Venus (29.000), die Einstieg (21.000) und die Cosmetics (20.000). Diese 34 Gastmessen wurden im Jahr 2014 von zusammen 288.000 Messegästen besucht. Auf den 24 Kongressen, die 2014 das Gelände der Messe Berlin GmbH genutzt haben, wurden zusammen knapp 105.000 Besucher gezählt. Rund 70% der Kongressgäste sind allein für die Veranstaltung extra nach Berlin gereist.

Jeder Berlin-Gast bringt zusätzliche Kaufkraft in die Stadt. Nach Untersuchungen der Berlin Tourismus & Kongress GmbH sind es über alle Besuchergruppen gerechnet rund 62 EUR pro Person und Tag. Dabei gibt ein Tagesreisender ohne Übernachtung nur 32 EUR pro Tag in Berlin aus, ein Tourist mit Hotel-Übernachtung dagegen rund 205 EUR. In Bezug auf die Messe- und Kongressgäste, die als Geschäftsreisende gesteigerte Ansprüche an

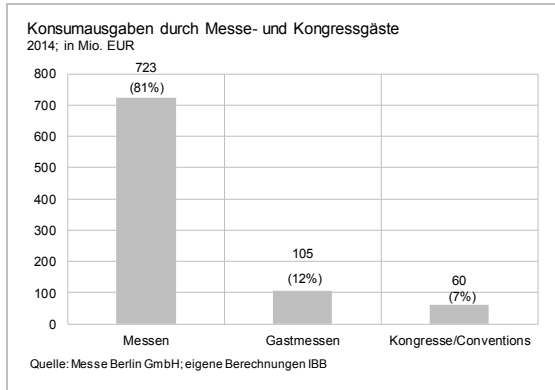
Unterbringung und Aufenthalt stellen, können deutlich höhere Ausgabensätze angenommen werden als für den durchschnittlichen Berlin-Touristen. Nach Berechnungen der IBB-Volkswirte waren es 2014 bei Fachbesuchern einer Messe rund 243 EUR, die pro Tag in Berlin ausgegeben wurden. Darin enthalten sind Ausgaben für die Übernachtung (vorwiegend in einem Hotel), Verpflegung, Transport, Einkäufe sowie für Freizeit und Kultur. Für die Tagesgäste einer Messe kann mit einem Durchschnittssatz von immerhin 83 EUR pro Tag und Gast gerechnet werden.



Insgesamt sind im Jahr 2014 rund 1,9 Mio. Menschen aufgrund von Messen (1,84 Mio.) und Kongressen (104 Tsd.) der Messe Berlin GmbH nach Berlin gekommen. Zusammen haben allein diese Besucher im Jahr 2014 für Konsumausgaben in Höhe von 887 Mio. EUR in Berlin gesorgt. Diese Ausgaben wurden aufgrund von Veranstaltungen getätigt, die entweder von der Messe Berlin GmbH ausgerichtet wurden oder bei denen sie ihre eigenen Flächen weiteren Messeausrichtern zur Verfügung gestellt hat. Die Ausgaben von Besuchern anderer Messe- und Kongressveranstaltungen, die z.B. in Hotels ausgerichtet werden, sind darin nicht enthalten. Der größte Teil fließt mit 515 Mio. EUR ins Berliner Gastgewerbe (Hotellerie und Gastronomie). Davon profitiert der Einzelhandel mit 71 Mio. EUR, in den Kultur- und Freizeitbereich fließen 53 Mio. EUR. Weitere 248 Mio. EUR fließen in Transport und in Miete.

**Messegeschäft ist Massengeschäft**

Dabei entfällt mit 828 Mio. EUR der größte Teil der Konsumausgaben auf die Kategorie der Messegäste, davon allein 723 Mio. EUR auf die Eigenmessen der Messe Berlin GmbH.



Bei einer Messe handelt es sich gewöhnlich um eine Veranstaltung, bei der Produkte oder Dienstleistungen einem Fachpublikum und/oder dem privaten Besuchern an einem ausgewiesenen Messestandort präsentiert werden. Aufgrund des großen Aufwands beim Auf- und Abbau der temporären Messestände sind Messen per Definition mehrtägige Veranstaltungen. Bei den Ausstellern einer Messe und beim Fachpublikum können daher ein längerer Aufenthalt und somit auch höhere Ausgaben angenommen werden als bei den privaten Besuchern einer Messe. Allein im Jahr 2014 haben insgesamt 1,84 Mio. Menschen die Messen und Gastmessen der Messe Berlin GmbH besucht. Darunter befanden sich nach Angaben der Messe Berlin GmbH rund 50% Fachbesucher (795.000). Für diese Besuchergruppe wird nicht nur ein höherer Ausgabensatz pro Tag angenommen sondern auch eine längere Aufenthaltsdauer. Dabei variiert die Aufenthaltsdauer von Messe zu Messe, über alle Messen gerechnet sind es jedoch rund 4,3 Tage, die ein Messe-Fachgast im Durchschnitt in der Hauptstadt verbrachte. Insgesamt steuern die Fachgäste von Messen aufgrund ihrer hohen Ausgabensätze und ihrer langen Aufenthaltsdauer mit 740 Mio. EUR den größten Teil der Kaufkraft und somit letztlich der Konsumeffekte bei.

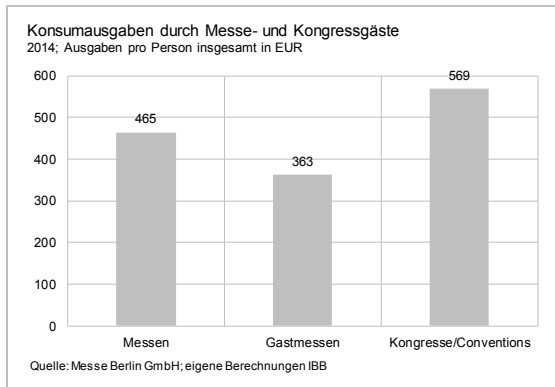
Auch wenn das private Messepublikum bei einer mehrtägigen Messe tendenziell nur einen Tag auf dem Messegelände verbringt, kann dieser Messebesuch letztlich der Anlass für einen erneuten und vielleicht mehrtägigen privaten Aufenthalt in der Hauptstadt sein, bei dem die vielfältigen kulturellen Highlights und Sehenswürdigkeiten der Stadt z.B. gemeinsam mit der Familie besucht werden. Rechnet man die über 100 Mio. Tagesgäste pro Jahr in Berlin mit in die Aufenthaltsdauer ein, dann beträgt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer eines Berlinbesuchers statistisch gesehen nur rund 1,3 Tage. Ein Wert, der auch für einen Messegast angesetzt werden kann, der nicht zum Fachpublikum gehört. Legt man einen durchschnittlichen Ausgabensatz von 83 EUR für private Tagesgäste auf Messen zugrunde, dann summieren sich die Ausgaben auf immerhin noch 89 Mio. EUR.

**Kongressgäste geben am meisten aus**

Bei einem Kongress handelt es sich um eine Zusammenkunft von Personen, die gemeinsam in einem speziellen Themenbereich arbeiten und sich über den aktuellen Stand oder neueste Entwicklungen informieren wollen. Es kann, anders als bei einer Messe, davon ausgegangen werden, dass die Kongressteilnehmer für die Dauer der gesamten Veranstaltung anwesend sind. Nach Angaben der Messe Berlin GmbH waren es im Jahr 2014 rund 105.000 Menschen die Kongresse am Messeplatz Berlin besucht haben. Bei diesen so genannten B2B-Gästen kann mit besonders hohen Tagesausgaben von mindestens 243 EUR pro Tag und Person ausgegangen werden. Wenn sie nach Berlin reisen, geben sie rund 100 EUR für Übernachtung, 55 EUR für Verpflegung und rund 89 EUR für Transport, Einkäufe und Kultur aus. Im Jahr 2014 haben die Kongressgäste insgesamt Ausgaben in Höhe von 60 Mio. EUR getätigt.



## Bedeutung der Messe- und Kongressveranstalter für den Wirtschaftsstandort Berlin



Zwar stellen die Konsumausgaben der Kongressbesucher nur rund 7% der gesamten Ausgaben, die in Berlin aufgrund der Tätigkeit der Messe Berlin GmbH ausgelöst wurden. Aber vor allem aufgrund des höheren Ausgabeverhaltens sowie der längeren Aufenthaltsdauer kommen Kongressgäste, pro Person und Aufenthalt gerechnet, mit Ausgaben von durchschnittlich 569 EUR auf die höchsten absolute Ausgaben am Standort Berlin. Ein Gast im so genannten B2C-Messegeschäft gibt während seines Aufenthalts mit durchschnittlich 465 EUR deutlich weniger in Berlin aus.

Die Größenordnungen der dieser Untersuchung zugrundeliegenden Ausgabensätze werden in einer Untersuchung der Fairmas Gesellschaft für Marktanalyse bestätigt. In ihrem Hotel-Report vom Mai 2015 wird anhand von Daten des Berliner Hotelgewerbes berechnet, wieviel Umsatz diese während ausgewählter Kongressveranstaltungen generiert haben. Anschließend wird ein entsprechender Referenzzeitraum ohne die Veranstaltung herangezogen, um dann beide Ergebnisse miteinander zu vergleichen. Nach diesen Berechnungen haben die 18.000 Besucher eines einzelnen Kongresses im Jahr 2012 rund 16 Mio. EUR in Berlin ausgegeben, das entspricht Ausgaben von rund 890 EUR pro Person. Für diesen ausgewählten viertägigen Kongress werden gemäß aktueller Berechnungen der IBB-Volkswirte auch im Jahr 2014 durchschnittlich 958 EUR pro Person und Aufenthalt in Berlin ausgegeben.

### Auch die Aussteller geben Geld aus

Die rund 28.700 Aussteller, die im Jahr 2014 in der Statistik der Messe Berlin GmbH geführt werden, tätigen ebenfalls Ausgaben in der deutschen Hauptstadt. Im Schnitt sind es gemäß einer Untersuchung des ifo Instituts aus dem Jahre 2011 pro Aussteller 28.430 EUR, die für die Vorbereitung eines Messestandes, für den Transport der Messeprodukte, das Personal und die Unterkunft ausgegeben werden. Von diesen Mitteln werden in Berlin knapp 60% und in anderen Regionen 40% ausgegeben. In der Summe waren es im letzten Jahr somit 490 Mio. EUR, die die Aussteller allein in Berlin ausgegeben haben und die in die Berechnung der Berliner Messeeffekte Eingang finden.

### Volkswirtschaftliche Effekte der Messe

Auf Basis dieser realitätsnahen, aber konservativ gewählten Kaufkraft-Prämissen und unter Berücksichtigung der multiplikativen Ausgaben-/Beschäftigungseffekte sowie der Primäripulse aus den Ausgaben der Fachbesucher und der privaten Gäste von Messen und Kongressen können mit Hilfe des ökonometrischen Simulationsmodells der Investitionsbank Berlin für die Berliner Regionalwirtschaft die zusätzlichen Wertschöpfungs-, Beschäftigungs- und Einnahmeeffekte für die Stadt berechnet werden. Basis für die Modellrechnung sind dabei die Ausgaben der Besucher der von Messe Berlin GmbH ausgerichteten Veranstaltungen sowie die Ausgaben der Messe-Aussteller am Standort Berlin. Insgesamt ließen die Besucher der Messe Berlin GmbH im Jahr 2014 rund 887 Mio. EUR in der Stadt.

- Davon entfällt mit rund 723 Mio. EUR der größte Anteil auf die eigenen Messeveranstaltungen.
- Rund 105 Mio. EUR Ausgaben können auf die von der Messe Berlin GmbH veranstalteten Gastmessen zurückgeführt werden
- 60 Mio. EUR entfallen auf Kongresse.

## Bedeutung der Messe- und Kongressveranstalter für den Wirtschaftsstandort Berlin

Ebenso werden in der Modellrechnung die 490 Mio. EUR berücksichtigt, die als Ausgaben der Messe-Aussteller in Berlin verbleiben.

Die Umsatzeffekte der Messe-Besucher und der Aussteller lassen sich in Wertschöpfung, Beschäftigung und öffentliche Einnahmen umrechnen. Die primären Umsatz- und Beschäftigungswirkungen im Tourismusbereich ziehen ihrerseits durch den regionalen Einkommens- und Vorleistungsmultiplikator weitere indirekte Beschäftigungswirkungen in den vor- bzw. nachgelagerten Branchen nach sich und schaffen somit erneut Einkommen in einer Vielzahl verschiedener Branchen in Berlin, und zwar nicht nur im Gastgewerbe und im Einzelhandel. Die Ausgaben der Fachbesucher und der privaten Messegäste sind somit auf der anderen Seite Einnahmen bei Berliner Unternehmen, die diese verwenden, um damit Ausgaben zu tätigen, die ihrerseits Umsätze und Arbeitsplätze bei ihren Lieferanten bewirken. Die Umsätze der Messe-Besucher verursachen also zusätzlich Einnahmen und Investitionen, die unmittelbare und mittelbare Effekte auf andere volkswirtschaftliche Größen wie Wachstum und Beschäftigung ausüben – und dies über einen längeren Zeitraum. Von besonderem Interesse sind neben dem Wirtschaftswachstum und der Schaffung neuer Arbeitsplätze in Berlin die Auswirkungen auf die Einnahmen der öffentlichen Hand. Diese profitiert einerseits von höheren Steuer- und Sozialversicherungseinnahmen und andererseits durch geringere Inanspruchnahme von Sozialhilfeempfängern. Unter realistischen Modellannahmen wird untersucht, wie sich die oben dargestellten zusätzlichen Umsatzeffekte der Messe-Gäste langfristig auf die Berliner Gesamtwirtschaft auswirken.

### Ein Messe-Euro führt zu 5,10 Euro Kaufkraft in Berlin

Im Ergebnis führen der zusätzliche Konsum der Messe Berlin-Gäste und die Ausgaben der Aussteller (von zusammen 1,38 Mrd. EUR) aufgrund der hohen Multiplikatorwirkung bereits im Jahr des Mes-

setermins zu einer Steigerung der gesamten Berliner Wirtschaftsleistung von 1,6 Mrd. EUR. Weitere 0,5 Mrd. EUR werden in Form von nachlaufenden Wirtschaftseffekten erst in den Jahren 2015 bis 2018 in der Berliner Wirtschaft ankommen, denn einige der neu geschaffenen Arbeitsplätze werden auch in den nächsten Jahren noch Bestand haben. Vor allem die im Jahr der Messe getätigten Investitionen werden erst in den Folgejahren ihre volle wirtschaftliche Wirkung entfalten. So sorgen die Ausgaben im Jahr der Messe auch noch in den folgenden Jahren für wirtschaftliches Wachstum, allerdings mit rasch abnehmender Stärke. In den Jahren von 2014 bis 2018 führen die Ausgaben der Gäste der Messe Berlin GmbH somit zu einem Anstieg der Bruttowertschöpfung in Höhe von insgesamt 2,1 Mrd. EUR.

Ausgehend von den Umsatzerlösen 2014 des Messe Berlin Konzerns in Höhe von 269,3 Mio. EUR lässt sich zudem berechnen, dass 1 EUR Messe- und Veranstaltungsumsatz rund 5,10 EUR Kaufkraft in Berlin auslösen. 1 EUR Kaufkraft wiederum, Grundlage für Umsätze in vielen Berliner Unternehmen, führt unter Berücksichtigung von multiplikativen Ausgaben-/Beschäftigungseffekten bereits 2014 zu einer Bruttowertschöpfung in Höhe von 1,20 EUR. Auf einen einzelnen Gast der Messe Berlin GmbH entfällt zudem eine Wirtschaftsleistung von im Schnitt 1.090 EUR. Auf die Besucher von Messen und Gastmessen entfällt dabei eine Wirtschaftsleistung von im Schnitt 1.100 EUR. Zwar kann den von der Messe Berlin GmbH betreuten Kongressgästen aufgrund ihrer absolut gerechnet geringeren Ausgaben auch nur eine geringe Wirtschaftsleistung zugerechnet werden; sie sind mit 142 Mio. EUR in den Jahren 2014 bis 2018 nur für etwa 7% der zusätzlichen Wirtschaftsleistung der Messe Berlin verantwortlich. Rechnet man dies aber auf einen einzelnen Kongressgast herunter, so führen seine Ausgaben vor allem aufgrund der längeren Aufenthaltsdauer zu einer höheren Wirtschaftsleistung in Berlin von im Schnitt sogar 1.360 EUR.

## Bedeutung der Messe- und Kongressveranstalter für den Wirtschaftsstandort Berlin

Neben der Steigerung der Wirtschaftsleistung aufgrund erhöhter Umsätze sorgen die Ausgaben der Messe-Gäste auch für die Schaffung neuer Arbeitsplätze. Denn vor allem in den sehr personalintensiven Bereichen wie Gastronomie, Hotellerie, Einzelhandel und in weiteren Dienstleistungsbereichen führt mehr Umsatz in der Regel zu einem höheren Personaleinsatz. Hier entstehen dann neue Jobs oder vorhandene Arbeitsplätze können gesichert werden. Im Jahr der Messe selbst sind es nach Berechnungen der IBB-Volkswirte 6.500 neue Arbeitsplätze, die direkt oder

indirekt auf die Ausgaben der Gäste der Messe Berlin GmbH zurückgeführt werden können. Allerdings kann nur eine beschränkte Aussage über die Quantität, aber nicht über die Qualität und Ausgestaltung der Arbeitsplätze getroffen werden. So muss davon ausgegangen werden, dass einige der neu geschaffenen Arbeitsplätze nur temporären Charakter haben. Dies betrifft vor allem Tätigkeiten, die nur während der Messe benötigt werden sowie Tätigkeiten, die nur einen niedrigen Ausbildungsstand voraussetzen.

Auch für den Berliner Haushalt zahlt sich der Messebetrieb aus. Denn die öffentlichen Einnahmen werden sich bereits im Jahr der Messe aufgrund der zusätzlichen Wertschöpfungseffekte um rund 65 Mio. EUR erhöhen.

Neben diesen volkswirtschaftlich messbaren Wertschöpfungs-, Einkommens- und Beschäftigungszuwächsen existiert darüber hinaus noch eine Form von „nicht monetärem“ Nutzen, der zwar schwer messbar ist, aber ebenso volkswirtschaftliche Wirkungen entfaltet. Hierzu dürfte insbesondere der Imagegewinn durch die Darstellung Berlins als moderne Messe- und Kongressdestination gehören. Von großer Bedeutung ist dabei die nationale und internationale Medienberichterstattung rund um die Messeereignisse. Eine Messe ist letztlich eine hervorragende Werbung für die deutsche Hauptstadt. Viele der Messe-Gäste nehmen ein positives Bild der deutschen Hauptstadt zurück in ihre Heimatländer und berichten über die Stadt oder kommen erneut nach Berlin.

Hinzu kommen die vielen Geschäftskontakte, die auf den Berliner Messen geknüpft werden. Ihr Nutzen wird sich erst in den nächsten Jahren in Form von neuen Aufträgen in den jeweiligen Unternehmen auszahlen. Und sobald es sich um in Berlin ansässige Firmen handelt, wird dieser Mehrumsatz auch in Berlin zu weiterem Wirtschaftswachstum führen.

## Fazit

Seit 2005 entwickelt sich nicht nur die Wirtschaftsleistung Berlins besser als in Deutschland insgesamt und in vielen anderen Städten, sondern vor allem auch der Tourismus sowie das Kongress- und Messegewerbe. Die vorliegende Untersuchung zeigt, dass die volkswirtschaftliche Bedeutung der Branche Messe-, Ausstellungs- und Kongressveranstalter sich nicht allein an den für Berlin ausgewiesenen amtlichen Kennziffern messen lässt. Die für den Betrieb von Messen eingesetzten Mittel lohnen sich für die Stadt gleich mehrfach, wie das Beispiel der Messe Berlin GmbH gezeigt hat. Jeder Messe-Euro Umsatz sorgt für 5,10 EUR an zusätzlicher Kaufkraft in der Stadt. Die Kaufkraft der Gäste der Messe Berlin GmbH führt zudem in den Jahren von 2014 bis 2018 zu einem Anstieg der Bruttowertschöpfung in Höhe von insgesamt 2,1 Mrd. EUR.

Damit ist die Messe Berlin GmbH ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in der deutschen Hauptstadt. Es profitiert vor allem die Gastronomie und Hotelbranche, Messebauer, Logistik- und Eventunternehmen, Personal- und Hostess-Services, Nahverkehr sowie zahlreiche weitere Branchen aus Industrie, Handwerk und Dienstleistungen in Berlin.

Aber nicht nur Großveranstaltungen der Messe Berlin GmbH haben sich für Berlin zu einem wichtigen Wirtschaftsfaktor in diesem Bereich entwickelt. Auch die beiden Fashion Weeks im Januar und Juli erhöhen bereits deutlich die Bruttowertschöpfung Berlins und bringen Steuern und Abgaben für die Berliner Stadtkasse. Ebenso darf die traditionell sehr gut besuchte Berlinale im Februar eines jeden Jahres in der Liste der wichtigen Berliner Großveranstaltungen nicht unerwähnt bleiben.

Voraussetzung für einen funktionierenden Messestandort ist eine auskömmlich ausgelegte Messe-Infrastruktur. Und dafür sieht es in Berlin mittelfristig gar nicht schlecht aus. Zwar ist seit April 2014 das 1979 gebaute Internationale Congress Centrum (ICC) geschlossen worden. Inzwischen gibt es jedoch bereits Überlegungen, Teile des ICC bis 2022 zu sanieren und zu modernisieren. In der im Mai 2014 neu eröffnete multifunktionale Messe- und Kongresshalle CityCube Berlin können Veranstaltungen mit einer Kapazität bis zu 11.000 Teilnehmern gleichzeitig stattfinden. Dafür wurden 22.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche gebaut. Zusammen mit den umliegenden, ebenfalls multifunktionalen Messehallen können Kongresse aller bekannten Größenordnungen auf der Messe Berlin durchgeführt werden.

Andererseits hat gerade der private Hotelbetreiber des Estrel eine deutliche Erweiterung seiner Kongresskapazitäten vorgenommen. Es wird also sowohl von staatlicher als auch von privater Seite geplant und gebaut. Eine äußerst vorteilhafte Situation für Berlin, denn Investition in Messe- und Kongressflächen werden sich bereits mittelfristig für die Stadt rechnen. Investitionen in den Messestandort Berlin sollten daher nicht zu kurz greifen. Der Messestandort Berlin hat alle Möglichkeiten auch in den nächsten Jahrzehnten eine führende Rolle zu spielen. Vor allem weil die Menschen und inzwischen auch wieder die Unternehmer und Unternehmen gerne nach Berlin kommen.

Aber auch inhaltlich muss sich der Messestandort Berlin kontinuierlich weiterentwickeln. Denn in dem Maße, wie sich Märkte und Trends verändern, müssen sich auch Funktion und Erscheinungsbild der Messe weiterentwickeln. So sind Informationen zu Produkten oder Dienstleistungen heute über das Internet weltweit schnell verfügbar und leicht vergleichbar. Auf der anderen Seite muss daher der Eventcharakter deutlich stärker betont werden. Zudem werden digitale Techniken auch im Berliner Messegeschäft künftig eine wichtigere Rolle spielen. Nicht nur auf dem Ausstellungsgelände sondern auch zur Vorbereitung, Begleitung und Nachbereitung von Messen im Internet. Erfolgreiche Messen der Zukunft werden viel mehr sein als heute – sowohl regional ausgerichtet als auch global, für Konzerne als auch für den Mittelstand und Startups. Sie werden personalisierter sein und gleichzeitig vernetzt, ergebnis- und erlebnisorientiert. Mit dem richtigen Mix aus Realität und Virtualität sollte es der Berliner Messebranche aber gelingen, sich für das Jahr 2020 fit zu machen.



*Herausgeber:*

Investitionsbank Berlin  
Volkswirtschaft  
Bundesallee 210  
10719 Berlin

*Verfasser:*

Claus Pretzell  
Telefon: 030/2125-4752

*Verantwortlich:*

Hartmut Mertens  
Telefon: 030/2125-4738

Redaktionsschluss: Oktober 2015

Weitere Publikationen unter

[www.ibb.de/volkswirtschaft](http://www.ibb.de/volkswirtschaft)



Investitionsbank Berlin

Dieses Werk ist lizenziert unter  
einer Creative Commons Namens-  
nennung 3.0 Deutschland Lizenz.

[http://creativecommons.org/licenses/by/3.0  
/de/](http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/de/)

