

**Die wirtschaftliche Bedeutung
des Messewesens anhand
ausgewählter Messeveranstaltungen**

Oliver Fritz, Gerhard Streicher

Wissenschaftliche Assistenz: Susanne Markytan,
Birgit Schuster



Die wirtschaftliche Bedeutung des Messewesens anhand ausgewählter Messeveranstaltungen

Oliver Fritz, Gerhard Streicher

Juli 2016

Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Im Auftrag der Reed Messe Wien GmbH

Wissenschaftliche Assistenz: Susanne Markytan, Birgit Schuster

Inhalt

Die direkten, indirekten und induzierten volks- und regionalwirtschaftlichen Effekte der vielfältigen Unternehmensaktivitäten des Messeveranstalters Reed Exhibitions für die Wiener Stadtwirtschaft werden auf Basis von Simulationen mit dem multiregionalen ökonometrischen Modell ASCANIO geschätzt. Die Modellsimulationen werden für drei ausgewählte Messeveranstaltungen, zehn Kongresse sowie für die Aktivitäten des Wiener Unternehmensstandortes durchgeführt. Sie ergeben eine jährliche Bruttowertschöpfung von rund 190 Mio. € sowie ein Beschäftigungsvolumen von rund 3.100 Jahresbeschäftigungsverhältnissen. Weitere Effekte sind Steuereinnahmen von rund 60 Mio. € sowie Sozialversicherungsbeiträge von 30 Mio. €. Der Großteil dieser Wirkungen wird mit der Veranstaltung von Kongressen bzw. über die Ausgaben erzielt, die die Besucher dieser Kongresse tätigen.

Rückfragen: Oliver.Fritz@wifo.ac.at, Gerhard.Streicher@wifo.ac.at

2016/199-1/A/WIFO-Projektnummer: 1316

© 2016 Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis	II
Übersichtsverzeichnis	II
1 Einleitung	1
2 Untersuchungsmethode	2
3 Simulationsannahmen	6
3.1 <i>Messen</i>	6
3.2 <i>Kongresse und Business Events</i>	8
3.3 <i>Unternehmen Reed Exhibitions</i>	10
4 Simulationsergebnisse	11
5 Auswertung der Besucher- und Ausstellerbefragungen	14
5.1 <i>Aussteller</i>	14
5.2 <i>Besucher</i>	21

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Modellstruktur ASCANIO	4
Abbildung 2:	Beschäftigte im Unternehmen nach Größenklassen	14
Abbildung 3:	Wirtschaftsbereiche der Betriebe	15
Abbildung 4:	Herkunft der Aussteller nach In- und Ausland	16
Abbildung 5:	Unternehmenssitze der Aussteller nach Ländern	17
Abbildung 6:	Beherbergungskategorien bei Übernachtung	17
Abbildung 7:	Bedeutung von Messeteilnahmen für Aussteller	19
Abbildung 8:	Beweggründe für die Messeteilnahme	20
Abbildung 9:	Umsatzerwartung und Wichtigkeit der Messeteilnahme	20
Abbildung 10:	Aufgabenbereiche der Messebesucher	21
Abbildung 11:	Herkunft der Besucher nach In- und Ausland	22
Abbildung 12:	Unternehmens- / Wohnsitze der Besucher nach Ländern	23
Abbildung 13:	Von Messebesuchern gewählte Unterkunftsarten	23

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1:	Besucher und Aussteller der drei untersuchten Messen 2015	7
Übersicht 2:	Kongresse 2015	9
Übersicht 3:	Business Events 2015	10
Übersicht 4:	Wirtschaftliche Effekte nach Veranstaltungsteilnehmern	11
Übersicht 5:	Sozialversicherungsbeiträge und Steuern nach Gebietskörperschaften	12
Übersicht 6:	In der Modellsimulation nicht erfasste Messen	13
Übersicht 7:	Ausgestellte Produktbereiche auf den untersuchten Messen	15

1 Einleitung

Messeveranstaltungen werden ausgerichtet, um Anbietern (also den Ausstellern) eine Plattform zur Präsentation ihrer Produkte zu bieten und ihnen die Möglichkeit einzuräumen, in direkten Kontakt mit zahlreichen potentiellen Kunden zu kommen. Diese Kunden, also die Messebesucher, finden auf Messen an einem einzigen Ort ein sehr breites Angebot innerhalb eines abgegrenzten Themenbereichs vor. Damit reduzieren Messeveranstaltungen Such- sowie sonstige Transaktionskosten für Anbieter und auch Kunden (vorwiegend Privatpersonen bei Publikumsmessen, bei Fachmessen andere Unternehmen). Zwar wurden diese Transaktionskosten durch die Verbreitung des Internets (sowohl in den Bereichen B2C als auch B2B) in der jüngeren Vergangenheit bereits massiv verringert, der noch immer wichtige persönliche Kontakt zwischen Kunden und Anbietern ist jedoch auf Messen sehr viel einfacher herzustellen, so dass diese ihren Platz in einer funktionierenden Marktwirtschaft behaupten können.

Stellen diese günstigen Geschäftsbedingungen und die daraus resultierende Umsätze für Aussteller bzw. die Informations- und Konsummöglichkeiten der Besucher die eigentliche Motivation für die Ausrichtung von Messen dar, so sind mit den Veranstaltungen selbst ebenfalls wirtschaftliche Aktivitäten verbunden, deren weitergehende volkswirtschaftliche Effekte in diesem Bericht modellhaft abgeschätzt werden sollen. Messen müssen geplant, organisiert und durchgeführt werden, wofür entsprechende Ressourcen notwendig sind. Besucher und Aussteller tätigen Ausgaben (für An- und Abreise, Messestände, gastronomischen Konsum, Nächtigungen etc.), die über Multiplikatoreffekte weiterreichende wirtschaftliche Effekte in Gang setzen, so dass auch Unternehmen, die nicht direkt an der Messe beteiligt sind, davon profitieren.

Im Mittelpunkt dieser Kurzstudie stehen die volkswirtschaftlichen Effekte von Messen, die durch den Studienauftraggeber, das Unternehmen Reed Exhibitions, organisiert werden. Reed Exhibitions ist einer der bedeutendsten Veranstalter von Publikums- und Fachmessen, der nicht nur international tätig ist, sondern auch am Standort Wien, und damit das Messegeschehen in der Bundeshauptstadt maßgeblich prägt. Es werden jedoch nicht nur die Reed-Messen auf ihre Multiplikatorwirkungen hin untersucht, sondern auch andere Veranstaltungen unter der Schirmherrschaft des Unternehmens. Dabei handelt es sich um Kongresse und Firmenevents am Veranstaltungsort Messe Wien.

Konkret werden somit jene wirtschaftlichen Effekte geschätzt, die mit der Organisation von drei Messen – Wohnen & Interieur, SMART und INTERTOOL – sowie von zehn Kongressen, die allesamt in den letzten Monaten in Wien stattfanden, in Zusammenhang stehen. Darüber hinaus wird auch die gesamte Geschäftstätigkeit des Unternehmens Reed Exhibitions selbst, also die vom Unternehmen direkt generierte Bruttowertschöpfung sowie anderweitige Aufwendungen, in die Modellsimulationen integriert.

2 Untersuchungsmethode

Die direkten Effekte der hier im Mittelpunkt stehenden Veranstaltungen können durch eine detaillierte Analyse der Ausgaben abgeleitet werden; daraus ergeben sich Umfang und Struktur der Tätigkeiten (und damit der Art der Unternehmen), die **direkt** und unmittelbar mit diesen Aktivitäten in Zusammenhang stehen. Im Wirtschaftskreislauf stellt dies aber nur den ersten Schritt dar: Produktionsverflechtungen zwischen den Sektoren bewirken, dass nicht nur die unmittelbar beauftragten Unternehmen, sondern auch Drittfirmen – über Zulieferbeziehungen – **indirekt** mit Messen und anderen Veranstaltungen in Verbindung stehen. In beiden Stufen wird darüber hinaus Wertschöpfung generiert – diese besteht aus Löhnen und Gehältern, Abschreibungen und Betriebsüberschüssen (Gewinnen). Diese **induzieren** zusätzliche Effekte im Wirtschaftskreislauf: Einkommen fließt in den privaten Konsum, Abschreibungen und Gewinne lösen Investitionsnachfrage aus (sowohl Ersatz- wie möglicherweise auch Erweiterungsinvestitionen). Auf allen Stufen fallen darüber hinaus Steuern und Abgaben an: Gütersteuern (am wichtigsten ist hier die Mehrwertsteuer), Einkommens- und Lohnsteuern, Unternehmenssteuern sowie Sozialversicherungsabgaben.

Für die Abschätzung dieser Effekte wird ASCANIO, ein regionales Wirtschaftsmodell, verwendet. ASCANIO bildet die Verflechtungen zwischen den Wirtschaftssektoren auf der Ebene der österreichischen Bundesländer ab; die grundlegende Strukturinformation beruht dabei auf der Österreichischen Input-Output-Tabelle (publiziert von Statistik Austria) des Jahres 2011, die um wirtschaftstheoretisch fundierte Verhaltensgleichungen ergänzt wurde. Diese Verhaltensgleichungen beschreiben

- den privaten Konsum (in Abhängigkeit von Einkommen und Preisen);
- die Faktornachfrage nach Arbeit, Kapital und Vorleistungen (in Abhängigkeit von Löhnen, Preisen und Produktionsmenge, sowie – im Fall von Kapital und den daraus abgeleiteten Investitionen – dem Zinsniveau), sowie
- die Preisbildung; hierzu zählen die Produktionspreise (von diesen sind alle weiteren Preise – unter Berücksichtigung von Transport- und Handelsspannen, Gütersteuern, etc. – in konsistenter Weise abgeleitet) sowie ein Modell für die Lohnbildung.

Die Verflechtungen zwischen den Sektoren werden in den regionalen Input-Output-Tabellen abgebildet; diese definieren die Vorleistungsverflechtungen zwischen den Wirtschaftssektoren (Beispiel: Werbeleistungen als Vorleistung für Reed Exhibitions). Die Herkunft dieser Vorleistungsgüter – aus der eigenen Region, aus anderen Modellregionen oder aus dem "Rest der Welt" – wird in einem Handelsmodell bestimmt; für das Basisjahr ist diese Handelsmatrix aus statistischen Quellen abgeleitet; Preisreaktionen im Modell können die Struktur dieser Handelsflüsse aber auch verändern.

ASCANIO ist Teil einer Modellfamilie, die auf unterschiedlichen geografischen Ebenen angesiedelt ist.¹⁾ Gemeinsam ist diesen Modellen ein theoretischer Kern, der um detaillierte statistische Informationen auf der jeweiligen Regionsebene ergänzt wird²⁾. Die Struktur dieser Modellfamilie weist ein Schema wie in Abbildung 1 dargestellt auf.

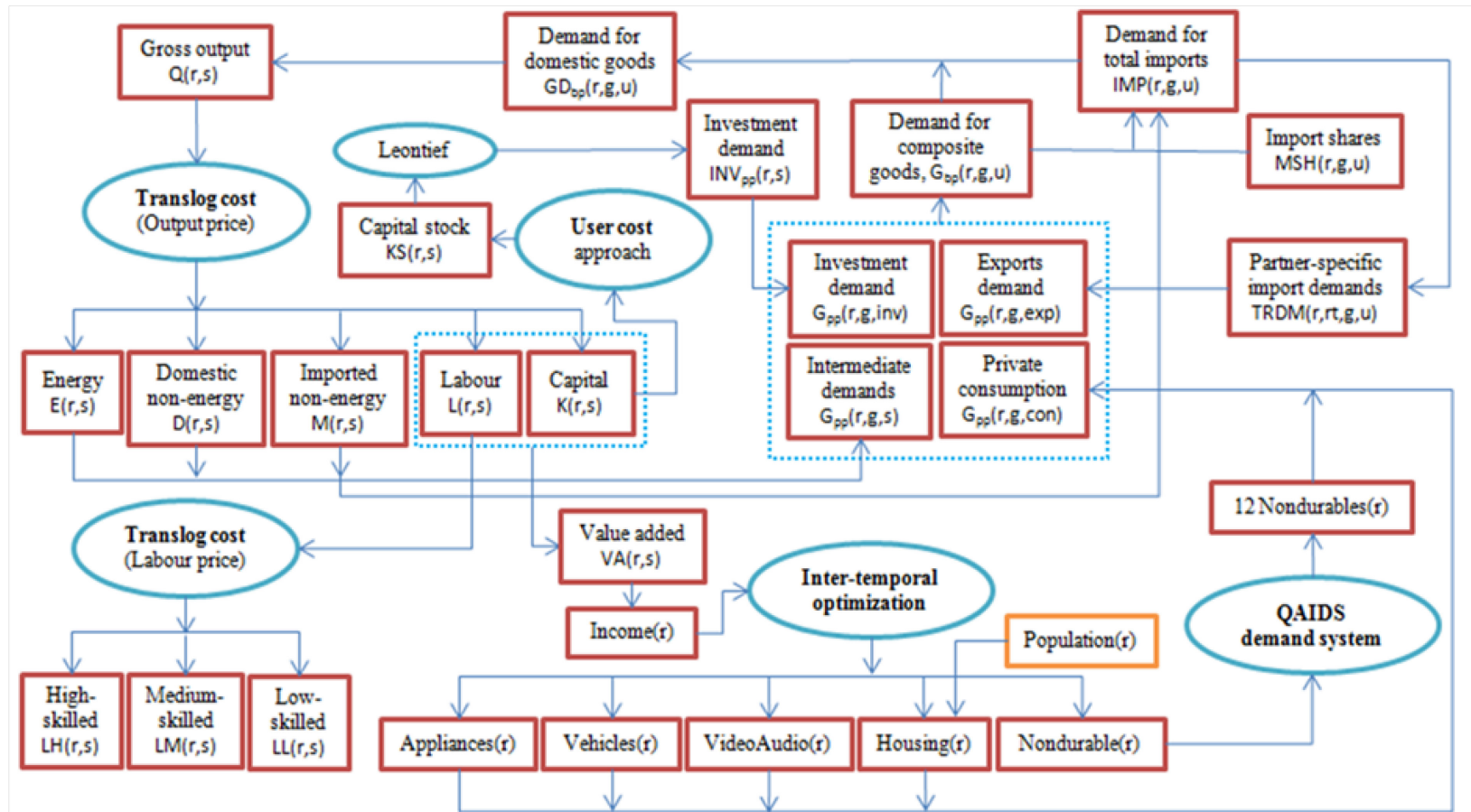
Als Bundesländermodell hat ASCANIO allerdings einige Besonderheiten, die Mechanismen abbilden, die als "regionale Umverteilungsprozesse" bezeichnet werden können:

- *Pendlerverflechtungen*. Diese spielen eine besondere Rolle in der Untersuchungsregion dieser Studie: etwa 250.000 in Wien Beschäftigte wohnen in anderen Bundesländern (in erster Linie in Niederösterreich und dem Burgenland). Umgekehrt pendeln immerhin etwa 80.000 WienerInnen zu Arbeitsstätten außerhalb ihrer Wohnregion. Dies bewirkt eine Umverteilung von verfügbarem Einkommen von der Arbeitsregion (in der das Einkommen erwirtschaftet wird) zur Wohnregion (in der der daraus resultierende Konsum primär getätigt wird).
- *Inlandtourismus*. Ähnlich wie die Pendlerverflechtungen bewirkt Tourismus eine Umverteilung vom Wohnort zur Urlaubsregion. Ist die Urlaubsregion ebenfalls in Österreich, impliziert dies einen inner-österreichischen Transfer von Konsumausgaben (wichtige Bundesländer im Inlandtourismus sind das Burgenland, die Steiermark und Salzburg. Für die "großen" Tourismusregionen Tirol und Vorarlberg – wie auch für Wien – sind ausländische Gäste wichtiger als der Inlandtourismus).
- *Interregionale Einkäufe*. Nicht zuletzt durch "institutionalisierte" Einkaufsmöglichkeiten, wie sie Shopping-Zentren darstellen, ergibt sich eine systematische – und nicht unbeträchtliche – regionale Dispersion von Konsumausgaben. Gerade im Großraum Wien, aber außerhalb der Landesgrenzen, finden sich einige Beispiele für solche "Einkaufsinstitutionen", mit der Shopping City Süd als erstem und immer noch größtem, wenn auch seit längerer Zeit nicht mehr einzigem, Beispiel.
- *Weitere Mechanismen*, die systematisch die Nachfrage von der Wohn- (oder Arbeits-) Region entkoppeln, existieren zum Beispiel im Schul- und Gesundheitsbereich; diese sind für die vorliegende Arbeit allerdings nicht von Bedeutung.

¹⁾ Diese reicht von BERIO – auf Ebene der österreichischen Bezirke – über FIDELIO – einem Modell der EU28 – bis zu ADAGIO, einem Weltmodell, das, je nach Version, zwischen 40 und 67 Länder bzw. Regionen umfasst.

²⁾ Für eine genaue Beschreibung der Strukturen vgl. Kratena et al (2013) sowie Fritz et al. (2005).

Abbildung 1: Modellstruktur ASCANIO



Q: WIFO, IPTS.

Die Modellebenen von ASCANIO bestehen aus:

- neun Bundesländern (plus einem "Rest der Welt"),
- 63 Gütern bzw. Wirtschaftssektoren,
- den Endnachfragekategorien privater und öffentlicher Konsum, Investitionen, sowie Exporte.

Die wesentlichen Variablen, die ASCANIO modelliert, sind Wertschöpfung und Beschäftigung³⁾, nach Sektoren und Regionen. Diese können auch getrennt nach den genannten Wirkungsstufen (direkt, indirekt und induziert) abgeschätzt werden:

- Erstens, die **direkten Effekte**, welche die Änderungen in Bruttowertschöpfung und Beschäftigung (sowie Produktionswert) durch die mit den Veranstaltungen direkt verbundenen Ausgabenströme darstellen.
- Zweitens, die **indirekten Effekte**, die sich aus den durch den Nachfrageimpuls der direkten Effekte ausgelösten Zulieferungen ergeben und mehrere Ebenen des Produktionssystems durchlaufen (Lieferungen dritter Unternehmen an die direkten Auftragnehmer, Lieferungen an diese Zulieferer usw.).
- Und drittens, die **induzierten Effekte**, die dadurch entstehen, dass in den mit den direkten und indirekten Effekten in Zusammenhang stehenden Wirtschaftsbranchen zusätzliches Einkommen (in Form von Löhnen, Gehältern und Gewinnen) geschaffen wird, das zu einer Auswirkung auf den privaten Konsum nach sich zieht; weiters die Investitionstätigkeit anregen kann, wenn durch die zusätzliche Produktion Kapazitätsengpässe entstehen (Erweiterungsinvestitionen) oder die zusätzliche Liquidität für Ersatzinvestitionen herangezogen wird; und zu guter Letzt auch über zusätzliches Steueraufkommen den öffentlichen Konsum, d. h. die Ausgaben des Staates, bzw. den Finanzierungssaldo der öffentlichen Hand beeinflussen kann.

Bei der Interpretation der Simulationsergebnisse ist vor allem bei den Beschäftigtenzahlen eine gewisse Vorsicht angebracht: hier handelt es sich nicht notwendigerweise um zusätzlich geschaffene, also neue Arbeitsplätze. Vielmehr ist es die Zahl der durch die simulierten Wirtschaftseffekte ausgelasteten Beschäftigten (Zahl der "branchentypischen Beschäftigungsverhältnisse"). Die errechnete Zahl der Arbeitsplätze stellt also in einem gewissen Sinn die "benötigte" Anzahl dar, die durch einen Mix aus Neueinstellungen, Überstunden und Behebung von Unterauslastung bestehender Beschäftigungsverhältnisse (also "gesicherte Arbeitsplätze") abgedeckt wird. Dieser Mix wird also nicht zuletzt von der konjunkturellen Lage in den betroffenen Sektoren bestimmt sein.

Wie erwähnt modelliert ASCANIO auch das Steueraufkommen bzw. die Sozialversicherungsabgaben. Die zugrundeliegenden Steuerquoten wurden aus den Steuerstatistiken für die Jahre 2007-2012 abgeleitet. Ein an ASCANIO angeschlossenes Finanzausgleichsmodul schätzt

³⁾ sowie der Produktionswert; dieser stellt allerdings nur eine Umsatzgröße dar, die nur sehr bedingt Aussagen über die Leistung eines Wirtschaftssektors zulässt.

die Verteilung auf die Gebietskörperschaften Bund, Länder und Gemeinden (aggregiert auf Länderebene). Grundlage dafür ist das Finanzausgleichsgesetz FAG 2005, aktualisiert für das geltende FAG 2008.

3 Simulationsannahmen

Simuliert werden sollen also die mit den oben aufgezählten Aktivitäten von Reed Exhibitions am Standort Wien verbundenen wirtschaftlichen Effekte. Nachdem wie erwähnt Reed Exhibitions vor allem als Veranstalter von Messen, aber auch als Host von Business Events und Kongressen tätig ist, werden diese beiden Bereiche getrennt voneinander erfasst und ihre Effekte simuliert. Zusätzlich wird in den Modellsimulationen das Unternehmen Reed Exhibitions selbst mit all seinen Aufwendungen sowie der erwirtschafteten Bruttowertschöpfung berücksichtigt, allerdings ohne die Geschäftssparte Standbau, da Zahlungen von Messeausstellern für fremdvergebene Standbauleistungen Teil der Simulation der wirtschaftlichen Effekte von Messen sind. Andere Direktzahlungen von Ausstellern an Reed Exhibitions werden wiederum in der Unternehmenssimulation berücksichtigt, nicht aber in der Messesimulation, um Doppelzählungen zu vermeiden und damit die wirtschaftlichen Effekte nicht zu überschätzen.

Im Folgenden werden Datengrundlagen und Annahmen der drei individuell durchgeführten Simulationen für Messen, Veranstaltungen und das Unternehmen Reed Exhibitions selbst beschrieben.

3.1 Messen

Bei den drei auf Wunsch des Auftraggebers in der Modellsimulation berücksichtigten Messen handelt es sich um zwei Fachmessen sowie eine Publikumsmesse:

- Die **SMART Automation Austria** ist Österreichs einzige Fachmesse für die industrielle Automatisierungstechnik mit einem Fokus auf Fabrik- und Prozessautomatisierung und fand von 10. bis 13. Mai 2016 in Wien statt.
- An denselben Tagen wurde auch die **INTERTOOL** ausgerichtet, eine Fachmesse für Fertigungstechnik für den metallverarbeitenden Bereich, mit einem Schwerpunkt auf Werkzeugmaschinen und Präzisionswerkzeugen für die Werkstückbearbeitung sowie Einrichtungen, Verfahren und Systemen entlang der Prozesskette.
- Die **Wohnen & Interieur** schließlich ist eine Publikumsmesse für Wohnen und Design und fand im Untersuchungszeitraum von 5. bis 13. März 2016 in Wien statt.

Bei diesen drei Messen wurden im Auftrag von Reed Exhibitions Besucher wie Aussteller durch ein Marktforschungsinstitut⁴⁾ befragt, um daraus Simulationsdatengrundlagen zu erarbeiten sowie zusätzliche Informationen über das Verhalten und die Charakteristika von Besuchern und Ausstellern zu generieren. Während die Aussteller gebeten wurden, selbständig einen

⁴⁾ Die Befragungen wurden im Auftrag von Reed Exhibitions von der Market Marktforschungsgesellschaft m.b.H. durchgeführt; die Daten wurden vom WIFO bereinigt und ausgewertet.

Fragebogen auszufüllen und diesen dann abzugeben, wurden Besucher von Interviewern auf den Messen direkt befragt.⁵⁾

Insgesamt wurden die drei Messen von mehr als 100.000 Personen besucht, die auf 939 Aussteller trafen (siehe Übersicht 1).

Übersicht 1: Besucher und Aussteller der drei untersuchten Messen 2015

	Aussteller	Besucher
INTERTOOL	274	21.546
SMART	165	
Wohnen & Interieur	500	78.568
Insgesamt	939	100.114

Q: Reed Exhibitions.

Als Publikumsmesse wird die Wohnen & Interieur von weit mehr Interessierten besucht als die beiden Fachmessen. Auch die Zahl der Aussteller ist bei der Wohnen & Interieur aufgrund des Publikumscharakters größer als bei den Fachmessen INTERTOOL und SMART zusammen.

Besucher- und Ausstellerfragebögen sind für alle drei Messen nahezu identisch und können dem Anhang dieses Berichts entnommen werden. Für die Modellsimulationen waren dabei vor allem jene Fragen von Relevanz, die Ausgaben im direkten Zusammenhang mit dem Messebesuch bzw. der Ausstellung auf der Messe betrafen.

So wurden die Besucher gebeten, eine Abschätzung ihrer gesamten Ausgaben während des Messebesuchs abzugeben und dabei auch Begleitpersonen zu berücksichtigen. Zusätzlich sollten sie diese Ausgaben auf Konsumkategorien aufteilen – um einen höheren Rücklauf zu erzielen, wurden dabei lediglich sieben Ausgabegruppen unterschieden: Übernachtungen, An- und Abreise, Verpflegung, Einkäufe, kulturelle Aktivitäten sowie sonstige berufliche und sonstige private Ausgaben. Auch die Herkunft der Besucher (nach Bundesland bzw. In- und Ausland) ist sowohl für den Veranstalter, als auch als Ergänzung der Datenbasis der Modellsimulation von Interesse und wurde erhoben. Damit wurde es möglich, den Datensatz um die Ausgaben jener Personen zu bereinigen, die in Wien wohnhaft sind. Die Konsumausgaben von Wienern im Rahmen des Messebesuchs werden in der Simulation deswegen nicht berücksichtigt, weil anzunehmen ist, dass Mittel in derselben Höhe alternativ anderen Konsumzwecken in Wien zugeführt worden wären, womit die Nettoeffekte für Wien annähernd Null sein sollten. Die Simulation der Besuchereffekte basiert somit nur auf den Ausgaben regionsfremder Besucher, die einen tatsächlichen Mittelzufluss in die Wiener Stadtwirtschaft darstellen.

Für die Aussteller wird ein ganz ähnlicher Ansatz verwendet, auch hier werden aus den Antworten der Befragung Ausgaben für die Simulation der wirtschaftlichen Effekte abgeleitet.

⁵⁾ Die Stichprobengröße der Befragung betrug bei den Ausstellern insgesamt 474 (INTERTOOL: 149, SMART: 91, Wohnen & Interieur: 234) und bei den Besuchern 1.217 (INTERTOOL: 372, SMART: 314, Wohnen & Interieur: 531).

Diese Ausgaben betreffen die Errichtung des Messestandes (entweder durch unternehmens-eigene Ressourcen oder im Rahmen einer Fremdvergabe des Aufbaus bzw. der Anmietung eines Fertigstandes), die Kosten für den Betrieb des Standes sowie anderweitige (berufliche wie private) Ausgaben im Zusammenhang mit der Messe, analog zur Erfassung solcher Ausgaben bei den Besuchern. Für Standaufbau- sowie Betriebskosten und private Ausgaben sind im Fragebogen Ausgabengruppen definiert, denen die Befragten Anteile zuordnen sollten.

Für alle Ausgaben sowie die Ausgabenanteile nach Kategorien wurden aus den validen Antworten jeweils (nach einer Plausibilitätsüberprüfung bereinigte) Mittelwerte errechnet und auf die Gesamtanzahl an Besuchern und Ausstellern je Messe hochgerechnet. Daraus ergaben sich rund € 11,5 Mio. an (simulationsrelevanten) Ausgaben der Besucher (also ca. € 115 je Besucher) sowie rund € 12 Mio. für die Aussteller (€ 12,800 pro Aussteller); es sind diese Ausgaben, die über Multiplikatoreffekte die in der Modellberechnung berücksichtigten unmittelbaren und mittelbaren volks- bzw. regionalwirtschaftlichen Effekte der Messen ergeben.

Mit jeweils 40% (ca. € 4,5 Mio.) wurde der Großteil des Besucherbudgets für An- bzw. Abreise und Verpflegung verwendet; da nur 12-13% der Besucher von Fachmessen bzw. rund 6% der Besucher der Wohnen & Interieur auch in Wien nächtigten (was für alle drei Messen zusammen ein Volumen von rund 16,000 Nächtigungen ergäbe, wovon ein Teil auf unentgeltliche Unterkünfte bei Freunden und Verwandten entfällt), wurden durchschnittlich nur rund 6% der Ausgaben (ca. € 700,000) für die Bezahlung von Unterkünften verwendet.

Laut Befragungsergebnissen entfällt bei den Ausstellern rund 43% des Messebudgets (€ 5 Mio.) auf Standmieten und rund 27% auf Personalaufwendungen (etwas mehr als € 3 Mio.); Kosten für Unterkünfte während der Messen spielen mit einem Anteil von rund 7% (€ 800,000) auch bei den Ausstellern eine eher untergeordnete Rolle. Auf Basis der Angaben der befragten Aussteller zur Zahl der während einer Messe anfallenden Nächtigungen für das Messepersonal ergibt sich eine Zahl von rund 14,00 Nächtigungen.⁶

3.2 Kongresse und Business Events

Für die Simulationen der wirtschaftlichen Effekte aus der Organisation von Kongressen wurden zehn internationale Veranstaltungen herangezogen, die im Untersuchungszeitraum stattfanden. An diesen haben insgesamt mehr als 60.000 Personen teilgenommen, die zu 95% aus dem Ausland kommen und somit eindeutig einen externen Zufluss von Mitteln an die Wiener Stadtwirtschaft auslösen (siehe Übersicht 2).

⁶) Das sich aus diesen groben Schätzungen ergebende durchschnittliche Nächtigungsentgelt der Aussteller liegt mit ca. € 57 etwas über dem der Besucher (ca. € 44) – dies lässt u.a. eine höhere Zahl an unentgeltlichen Besuchernächtigungen vermuten.

Übersicht 2: Kongresse und Teilnehmerzahlen 2015

20 th Congress of EHA	10.000
EFIC Pain in Europe IX	3.633
European Stroke Conference – ESC	2.500
23 rd Annual Cochrane Colloquium	1.356
EASL – International Liver Congress 2015	10.127
European Biomass Conference and Exhibition – EUBCE	1.000
Check-Point Sales Kick-off Europe 2015	1.250
Fonds Professionell 2015	1.400
European Utility Week 2015	10.000
18 th ECCO 40 th ESMO European Cancer Congress	19.121
Insgesamt	60.387

Q: Reed Exhibitions.

Nach Informationen des Vienna Convention Bureau⁷⁾ geben Teilnehmer internationaler Kongresse im Tagesdurchschnitt € 534 aus – darin enthalten sind die Kosten für die An- und Abreise (Flug-, Bahntickets etc.), die Konferenzgebühr, Nächtigungsentgelte sowie sonstige private Ausgaben. Die sonstigen Ausgaben wurden auf Basis eines vom WIFO geschätzten touristischen Konsumvektors auf mehr als 70 verschiedene Güter und Dienstleistungen aufgeteilt. In Kombination mit der durchschnittlichen Kongressdauer von 4,2 Tagen ergeben sich daraus simulationsrelevante Ausgaben von rund € 128 Mio., wobei nur die Ausgaben der ausländischen Teilnehmer berücksichtigt wurden. Diese Ausgaben wurden zusätzlich noch um jenen Anteil an den Konferenzgebühren bereinigt, der an Reed Exhibitions abzuführen ist (und damit in die Unternehmenssimulation eingeht).

Darüber hinaus wurden auch die Effekte von Firmenveranstaltungen simuliert, für die allerdings weder Informationen zu den privaten Ausgaben von Teilnehmern noch jenen der Veranstalter (für Catering, Informationsmaterial, technische Ausrüstung etc.) zur Verfügung standen. Auch konkrete Zahlen zu den Teilnehmernächtigungen fehlten. Aus diesem Grund wurden lediglich Nächtigungsentgelte in der Höhe von rund € 700.000 in der Simulation berücksichtigt, basierend auf den von Reed Exhibitions zur Verfügung gestellten Teilnehmerzahlen (bereinigt um einen angenommenen Anteil von in Wien wohnhaften Teilnehmern), der bekannten Dauer der Veranstaltungen sowie den in Wien 2015 beobachteten durchschnittlichen Nächtigungsentgelten der mittleren Hotelklasse. Die konservativ geschätzte, relativ geringe Ausgabenhöhe ergibt sich nicht nur durch fehlende Daten zu Unternehmens- und Teilnehmerausgaben, sondern auch aufgrund der Tatsache, dass viele solcher Veranstaltung nur einen einzigen Tag umfassen und somit keine Veranlassung zu Übernachtungen bieten. Aus all diesen Gründen stellen die hier berechneten volkswirtschaftlichen Effekte nur einen Teil jener Effekte dar, die tatsächlich durch solche Veranstaltungen zu erwarten sind.

⁷⁾ Vienna Convention Bureau, Vienna Meetings Industry Report 2015.

Übersicht 3: Business Events 2015

	Veranstaltung	Personen
Jänner 2015		
13.-14.	SEAT Händlertagung	100
14.	KIA Händlertagung	160
14.	Mazda Händlertagung	200
14.	Lease Plan	35
14.	Citroen Händlertagung	200
15.	Peugeot Händlertagung	200
16.	Opel Händlertagung	220
Februar 2015		
3.-5.	Check Point Sales Kick Off	1.250
12.	Weissenböck PK	20
12.	Raiffeisen Lagerhaus Vortrag	80
18.-20.	BMW Austria Training	40
März 2015		
4.-5.	Fonds Professionell	1.000
April 2015		
28.4.-8.5	Skoda Autopräsentation	4.570
Mai 2015		
8.	RAIKA Jahrestagung	1.000
19.	OMV Hauptversammlung	1.200
20.-21.	DMX Online Messe	1.482
21.-22.	Erste Bank	450
Juni 2015		
18.	REGAL Verlag Branchentreff	2.000
18.	Alu König Stahl Meeting	200
Oktober 2015		
6.	Post AG	700
19.-20.	SAP Österreich Truck	200
22.	ÖBB	600
November 2015		
17.	Gewinn Info-Day	5.800
25.-26.	A1 Betriebsversammlung	2.500

Q: Reed Exhibitions.

3.3 Unternehmen Reed Exhibitions

Als dritte Simulationsübung wurden die Multiplikatorwirkungen der gesamten Aufwendungen des Unternehmens Reed Exhibitions mit Standort Wien, aber wie erwähnt ohne den Geschäftsbereich des Standbaus (dessen Effekte indirekt über die Ausgaben der Aussteller für den Standbau berücksichtigt wurden), geschätzt; diese beliefen sich im Geschäftsjahr 2015/16 auf rund € 13,5 Mio., aufgeteilt auf den Zukauf von Gütern und Dienstleistungen sowie die vom Unternehmen erwirtschaftete Bruttowertschöpfung (getrennt nach Löhnen und Gehältern, Abschreibungen und Gewinnen).

4 Simulationsergebnisse

Die Ergebnisse der Modellberechnung der mit den oben beschriebenen Aktivitäten von Reed Exhibitions in Verbindung stehenden wirtschaftlichen Effekten ist Übersicht 4 zu entnehmen – die Effekte werden getrennt nach Messebesuchern, Messeausstellern, Teilnehmern an Kongressen und Firmenevents sowie das Unternehmen Reed Exhibitions ausgewiesen.

Übersicht 4: *Wirtschaftliche Effekte nach Veranstaltungsteilnehmern*

Mio. €	Besucher				Aussteller				Messe Reed				Kongressteilnehmer			
	Direkte & indirekte Effekte		Gesamteffekte: direkt, indirekt & induziert		Direkte & indirekte Effekte		Gesamteffekte: direkt, indirekt & induziert		Direkte & indirekte Effekte		Gesamteffekte: direkt, indirekt & induziert		Direkte & indirekte Effekte		Gesamteffekte: direkt, indirekt & induziert	
	Wertschöpfung	Beschäftigungsverhältnisse	Wertschöpfung	Beschäftigungsverhältnisse	Wertschöpfung	Beschäftigungsverhältnisse	Wertschöpfung	Beschäftigungsverhältnisse	Wertschöpfung	Beschäftigungsverhältnisse	Wertschöpfung	Beschäftigungsverhältnisse	Wertschöpfung	Beschäftigungsverhältnisse	Wertschöpfung	Beschäftigungsverhältnisse
B	0	3	0	6	0	5	0	9	0	0	0	5	1	27	3	54
K	0	3	0	7	0	3	0	8	0	1	0	7	2	30	4	71
N	1	9	1	23	3	54	5	80	0	2	2	26	7	123	15	256
O	0	8	1	19	1	23	2	41	0	2	1	21	4	81	11	189
S	0	5	1	12	1	11	1	20	0	1	1	10	4	58	8	119
ST	0	6	1	16	1	20	2	34	0	1	1	15	3	68	8	155
T	0	6	1	13	0	4	1	12	0	0	1	8	4	61	8	132
V	0	3	0	6	0	2	0	6	0	0	0	4	2	28	4	56
W	7	117	9	152	2	31	4	57	12	11	18	103	52	1.049	73	1.348
Insgesamt	9	160	15	254	9	154	16	268	13	19	24	198	79	1.523	133	2.381

Q: WIFO.

Aus direkten und indirekten Effekten aller dieser Aktivitäten zusammengenommen ergibt sich eine Bruttowertschöpfung von rund € 110 Mio. und eine Zahl von dadurch ausgelasteten Beschäftigungsverhältnissen im Ausmaß von rund 1.800. Werden auch die induzierten Effekte berücksichtigt, steigt die Bruttowertschöpfung auf einen Betrag von rund € 190 Mio., die Zahl der verbundenen Beschäftigungsverhältnisse auf rund 3.100 (wobei die Beschäftigtenzahlen nicht als "zusätzliche" oder "neu geschaffene" Beschäftigungsverhältnisse interpretierbar sind, sondern eben als "mit den Aktivitäten direkt, indirekt und induziert verbundene" Beschäftigungsverhältnisse).

Die relativ hohen Effekte des Kongreßwesens spiegeln sich zum einen die hohe inlandswirksame Multiplikatorwirkung des Kongresstourismus wider sowie die Tatsache, dass diese Ausgaben fast ausschließlich von Ausländern getätigt werden und somit eine Bereinigung um Ausgaben von in Wien lebenden Personen (Besuchern, Veranstaltungsteilnehmern) praktisch keine Auswirkungen zeigt.

Aus regionaler Sicht profitiert erwartungsgemäß Wien am meisten von diesen Effekten: Der Anteil der Bundeshauptstadt an den direkten und indirekten Wirkungen beläuft sich auf rund

70%, durch die räumlich stärker diffundierenden induzierten Wirkungen sinkt dieser Anteil bei den Gesamteffekten auf etwas unter 60%.

ASCANIO simuliert neben den realwirtschaftlichen Effekten auch das mit diesen Effekten verbundene Aufkommen an Sozialversicherungsbeiträgen und Steuern nach Gebietskörperschaften (siehe Übersicht 5).

Übersicht 5: Sozialversicherungsbeiträge und Steuern nach Gebietskörperschaften

Mio. €	Steuern und Abgaben – Aufkommen			Verteilung der Steuern nach FAG2008		
	Sozialver- sicherungs- beiträge	Gütersteuern	Unternehmens- und Einkommens- steuern	Bundes- steuern	Landes- steuern	Summe Gemeinde- steuern
B	0,7	0,5	0,6	0,0	0,4	0,2
K	0,9	0,7	0,8	0,0	0,8	0,5
N	4,0	2,9	3,4	0,0	2,2	1,3
O	2,8	1,7	2,3	0,0	1,9	1,1
S	1,6	1,2	1,4	0,0	0,8	0,5
ST	2,0	1,3	1,8	0,0	1,7	0,9
T	1,6	1,4	1,4	0,0	1,0	0,6
V	0,7	0,5	0,6	0,0	0,5	0,3
W	16,7	23,7	13,2	0,0	2,5	2,8
Insgesamt	31,1	34,0	25,6	39,4	11,9	8,3

Q: WIFO.

An die Sozialversicherungsanstalten fließen demnach rund € 31 Mio., das Aufkommen an Güter- bzw. Unternehmens- und Einkommenssteuern beträgt € 34 bzw. € 25 Mio. Auf Basis des Finanzausgleichs werden die Steuereinnahmen auf Bund (€ 39 Mio.), Länder (€ 12 Mio.) und Gemeinden (€ 8 Mio.) verteilt. Wien kann dabei mit etwas über € 5 Mio. an steuerlichen Effekten rechnen.

Nach Angaben von Reed Exhibitions sind die drei hier simulierten Messeveranstaltungen hinsichtlich Ausgaben und Herkunft von Besuchern und Ausstellern repräsentativ für weitere, von Reed Exhibitions organisierte Messen in Wien – ist das der Fall, können die Simulationsergebnisse für die drei Messen auf alle von Reed Exhibitions organisierten Messeveranstaltungen hochgerechnet werden (allerdings bei entsprechend erhöhter statistischer Unsicherheit).

Die nicht explizit in der Modellsimulation erfassten Messen sind in Übersicht 6 dargestellt und wurden von insgesamt rund 2.400 Ausstellern und rund 316.000 Besuchern frequentiert, wobei hinsichtlich der Besucherzahlen die Ferienmesse Wien in Kombination mit der Vienna Auto Show mit ca. der Hälfte den weitaus größten Anteil einnimmt.

Übersicht 6: In der Modellsimulation nicht erfasste Messen

	Aussteller	Besucher
Austropharm	143	5.069
Gast Wien	183	8.636
Aquatherm	173	16.135
Wim	102	3.901
Bauen & Energie	459	45.266
Ferien Messe Wien	839	
VAS (Vienna Auto Show)	41	156.047
Modellbau 2015	250	
Ideenwelt 2015		57.522
Gewinn 2015	80	6015
VIECC 2015	155	17.000
Insgesamt	2.425	315.591

Q: Reed Exhibitions.

Einschließlich dieser Messen und auf Basis einer sehr vereinfachten Hochrechnung erhöhen sich die gesamtwirtschaftlichen Effekte (direkt, indirekt und induziert) auf rund € 270 Mio. bei der Bruttowertschöpfung und rund 4.400 Beschäftigungsverhältnisse. Diese Hochrechnung ergibt weiters ein Sozialversicherungsaufkommen von rund € 44 Mio., Gütersteuern von rund € 48 Mio. und Unternehmens- und Einkommenssteuern von rund € 36 Mio., womit sich auch die Wiener Zuflüsse aus den Steuermitteln auf über € 7 Mio. erhöhen.

Rund € 115 Mio. an Wertschöpfung (42% des Gesamteffekts) gehen damit auf das Messewesen von Reed Exhibitions zurück, mehr als € 130 Mio. (49%) auf die Veranstaltung von Kongressen und Firmenevents und fast € 25 Mio. (9%) auf das Unternehmen Reed Exhibitions selbst. Gleichzeitig sind Messen für 1.900 (42%), Kongresse und Firmenevents für 2.400 (53%) und Reed Exhibitions für 200 Beschäftigungsverhältnisse (4%) verantwortlich.

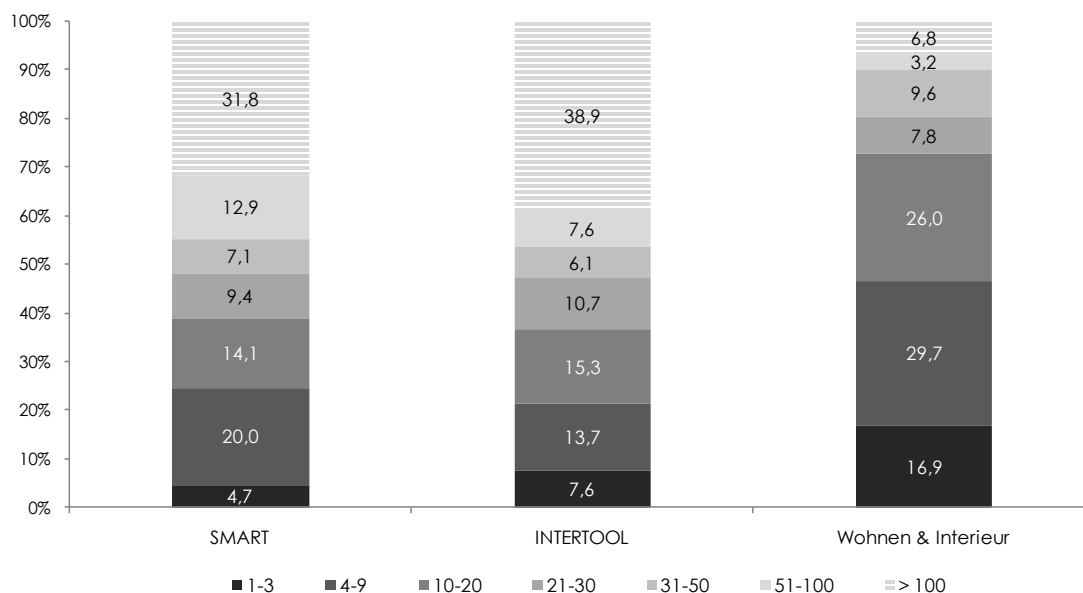
5 Auswertung der Besucher- und Ausstellerbefragungen

Stehen die Modellsimulationen zu den volks- und regionalwirtschaftlichen Auswirkungen auch im Mittelpunkt der Studie, so erlaubt eine Auswertung der Befragungsdaten, die für die drei hier untersuchten Messen vorliegen, zusätzliche Erkenntnisse über Besucher und Aussteller, die vor allem für den Veranstalter Reed Exhibitions von Interesse sein könnten. Dabei muss jedoch, nachdem es sich bei den Befragungen um keine Vollerhebungen handelte und das Antwortverhalten je nach Frage unterschiedliche Qualität aufwies, auf mögliche statistische Unschärfen hingewiesen werden.

5.1 Aussteller

Wie zu erwarten bietet die Wohnen & Interieur als Publikumsmesse mit Schwerpunkt auf Angeboten für Privatkunden im Haushaltsbereich vorwiegend kleinen und mittelständischen Unternehmen eine Kundenplattform, während die beiden industriellen Fachmessen Unternehmen aller Größenklassen anziehen. Diese Muster entsprechen auch annähernd der Unternehmensgrößenverteilung in jenen Branchen, an die sich die jeweilige Messe vorwiegend wendet – im Bereich Wohnen und Design sind das vor allem kleinere und mittelständische Produktionsbetriebe (wie z.B. Tischlereien) und auch Handelsunternehmen, während SMART und INTERTOOL auch für größere Industriebetriebe von Interesse sind.

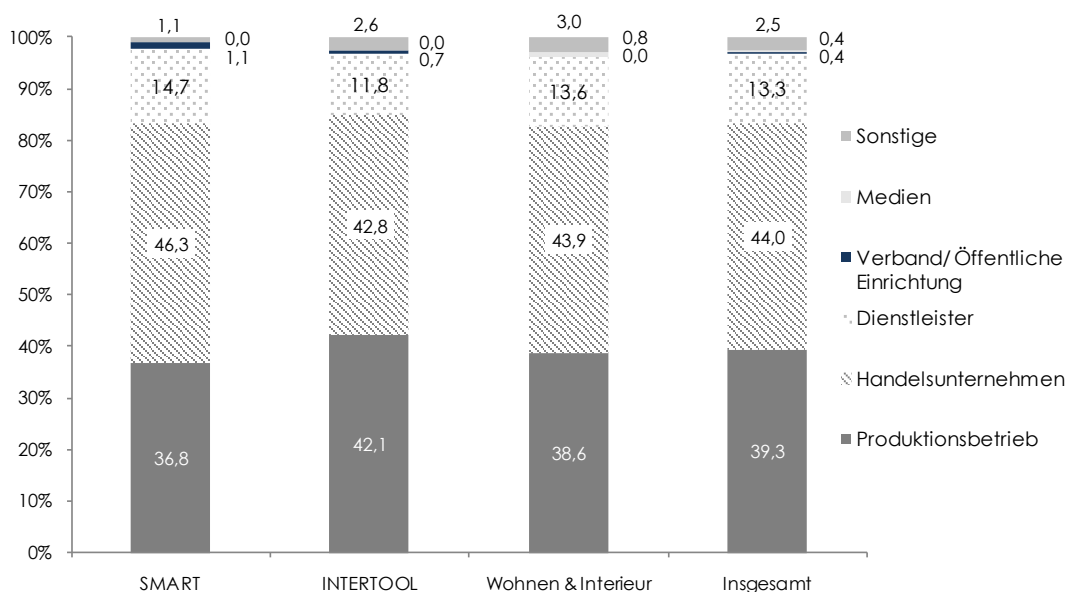
Abbildung 2: Beschäftigte im Unternehmen nach Größenklassen
Anteile an der jeweiligen Messe in Prozent



Q: Reed Exhibitions, WIFO.

Relativ wenig unterscheiden sich die drei Messen hinsichtlich einer, allerdings sehr breiten, Branchenstruktur – Produktions- und Handelsunternehmen überwiegen unter den Ausstellern, von denen nur 12-15% der Dienstleistungssparte zugeordnet werden können.

Abbildung 3: Wirtschaftsbereiche der Betriebe
Anteile an der jeweiligen Messe in Prozent



Q: Reed Exhibitions, WIFO.

Ganz anders natürlich das Bild, wenn innerhalb dieser großen Wirtschaftsbereiche nach Branchen unterschieden wird (siehe Übersicht 7) – hier werden die unterschiedlichen Zielgruppen bei Ausstellern sehr deutlich, wobei auch bei den beiden Fachmessen ein relativ breites Spektrum an Branchen sichtbar wird, das auf den Messen vertreten ist.

Inländische Unternehmen sind am häufigsten auf den Messen vertreten, wobei bei SMART und Wohnen & Interieur Unternehmen aus dem Raum Wien und Niederösterreich dominieren, bei der INTERTOOL jene aus Oberösterreich, die noch vor Wien und Niederösterreich mit der größten Anzahl an Ausstellern vor Ort sind. Ausländische Unternehmen sind am stärksten auf der INTERTOOL vertreten, wobei hier, wie auch auf der SMART, deutschen Unternehmen ein deutliches Übergewicht zukommt. Bei der Wohnen & Interieur sind darüber hinaus relativ viele Unternehmen aus den osteuropäischen Nachbarländern vertreten, was die Herkunftsstruktur etwas breiter streut.

Übersicht 7: Ausgestellte Produktbereiche auf den untersuchten Messen

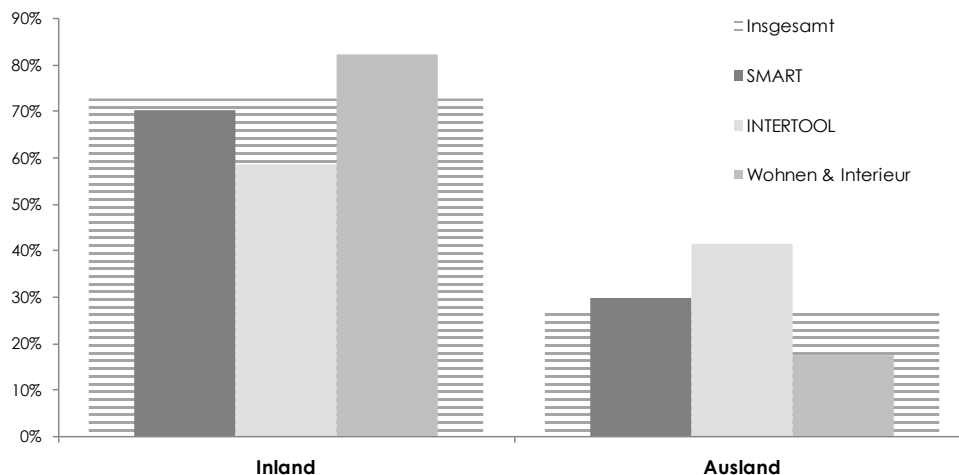
Anteile in %

Wohnen & Interieur		Smart		Intertool	
Esszimmer, Tische, Stühle	9,7	Automatisierungstechnik	21,2	Präzisionswerkzeuge	11,4
Garten, Balkon, Wintergärten	8,3	Mess- und Regeltechnik	12,5	Komponenten, Bauteile und Zubehör	9,1
Küche	8,1	Dienstleistungen, Engineering für die		Qualitätssicherung, Messen und Prüfen	8,2
Boden, Wände, Fliesen	7,0	Automatisierungstechnik	7,7	Abtragende Werkzeugmaschinen	6,8
Schlafzimmer	6,7	Antriebstechnik (elektrisch / mechanisch)	7,2	Sonstige Werkzeugmaschinen und Maschinen	6,8
Wohnzimmer	6,1	Sensorik & industrielle Bildverarbeitung	7,2	Auftragsfertigung, Service und Dienstleistungen	6,4
Leuchten / Licht	5,2	Steuerungstechnik / SPS	7,2	Industrieroboter, Werkstück- u.	
Spezialmöbel	4,5	Bedienen und Beobachten	6,7	Werkzeughandhabungstechnik	5,9
Klein- u. Einzelmöbel	4,3	Busysteme & industrielle Kommunikation	6,7	Oberflächentechnik	5,9
Wohnaccessoires, Heimtextilien	4,3	Industrie-Elektronik	6,3	Industriellen Software und Engineering	5,0
Türen, Tore, Fenster	3,8	Automatisiertes Handling	4,8	Umformende Werkzeugmaschinen	5,0
Haushaltsgeräte, Zubehör	3,4	Niederspannungstechnik	2,9	Spanende Werkzeugmaschinen	4,6
Wellness	3,4	Pneumatik für die Automation	1,4	Förder- und Lagertechnik	3,7
Stiegen, Geländer	3,1	Prozess-Leittechnik	0,5	Umwelttechnik	3,2
Bad & Sanitär	2,9	Sonstige	7,7	Fluidtechnik	2,7
Öfen, Heiz- u. Klimageräte	2,2			Betriebsausstattung und Arbeitsschutz	2,3
Home Entertainment, Smart Living	2,0			Schweißen	1,8
Wohnstile	1,8			Institute, Verbände, Verlage	0,9
Sicherheitstechnik	1,1			Sonstige	10,0
Institutionen, Beratung, Verlage	0,2				
Sonstige	11,9				
Insgesamt	100,0		100,0		100,0

Q: Reed Exhibitions, WIFO.

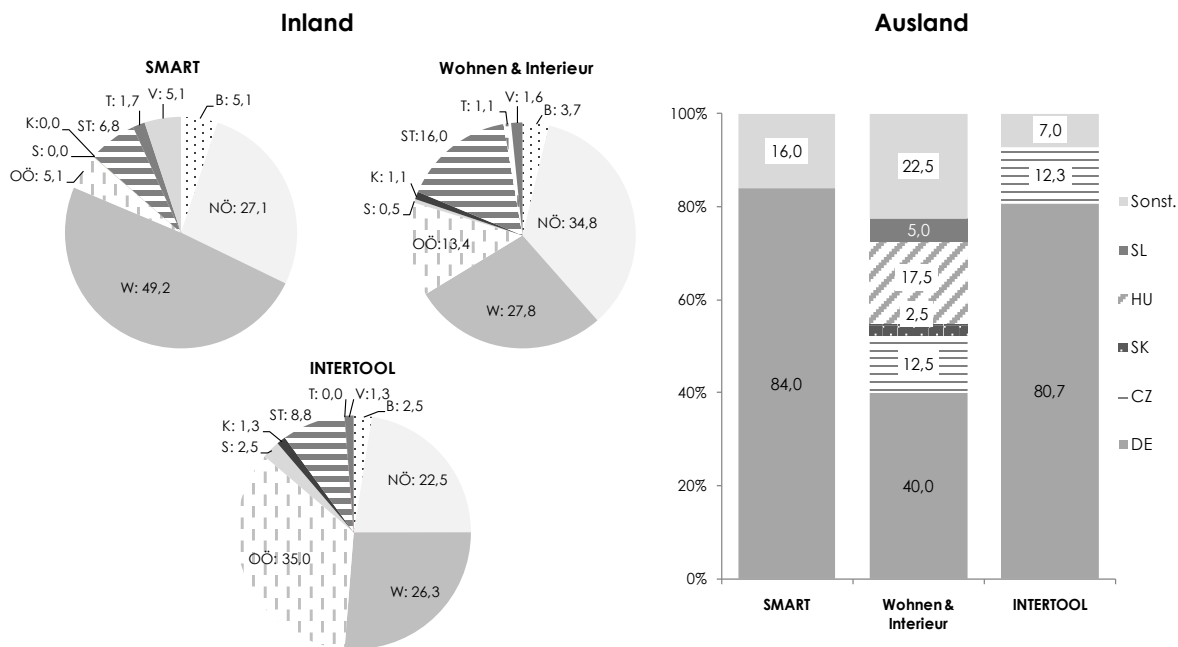
Abbildung 4: Herkunft der Aussteller nach In- und Ausland

Anteile an der jeweiligen Fachmesse in Prozent



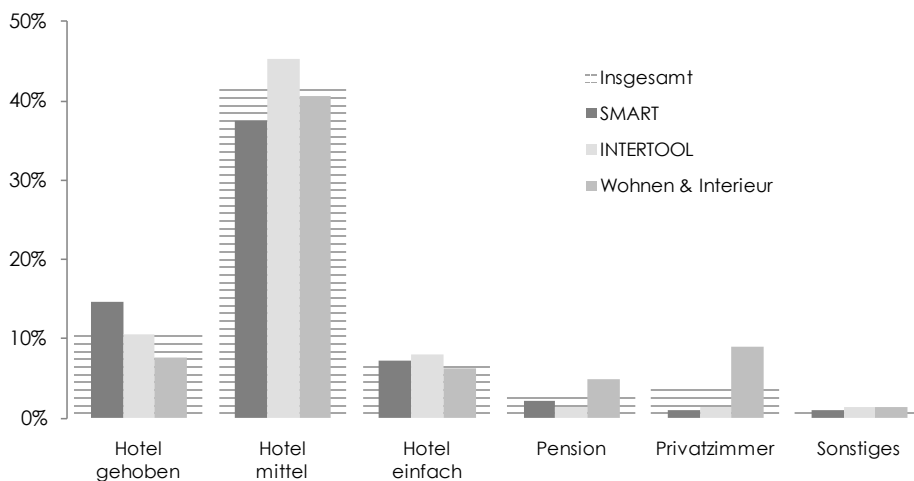
Q: Reed Exhibitions, WIFO.

Abbildung 5: Unternehmenssitze der Aussteller nach Ländern
Anteile an der jeweiligen Fachmesse in Prozent



Q: Reed Exhibitions, WIFO.

Abbildung 6: Beherbergungskategorien bei Übernachtung
Anteile an der jeweiligen Fachmesse in Prozent



Q: Reed Exhibitions, WIFO.

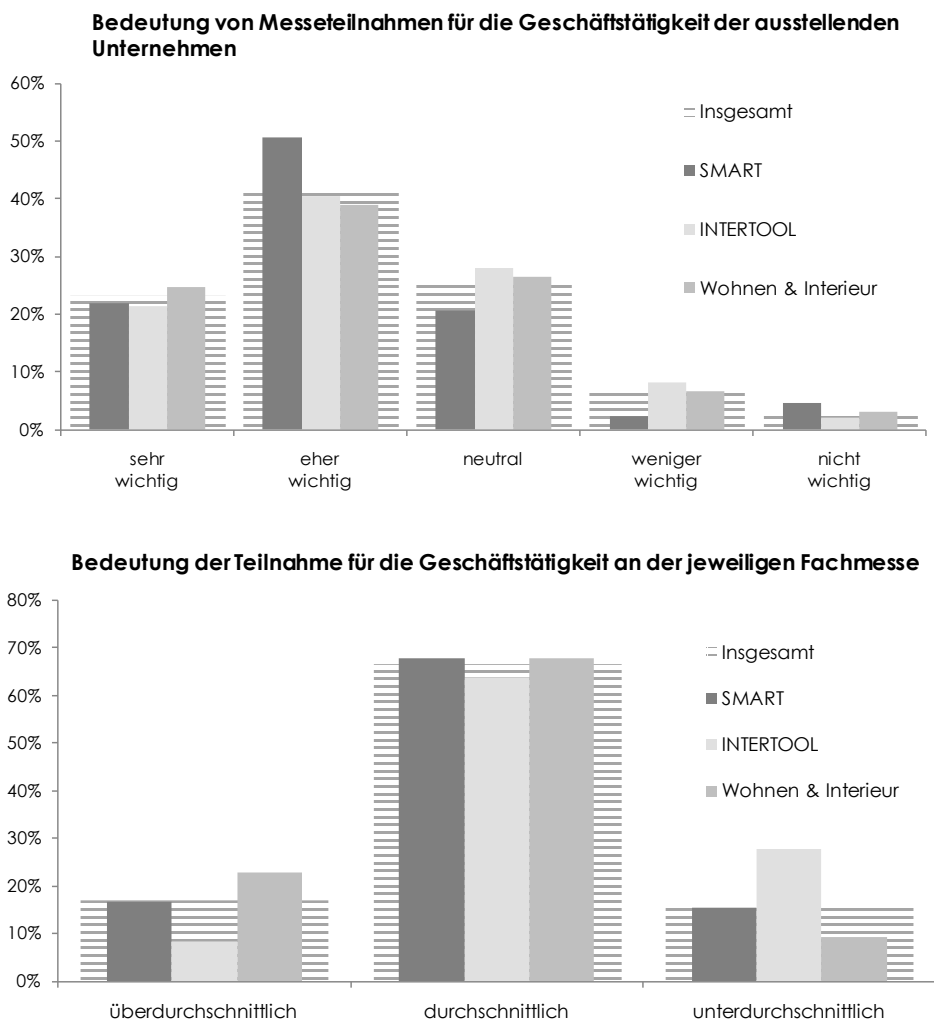
Die Aussteller (die zum überwiegenden Teil ohne private Begleitpersonen anreisen) und ihr Personal übernachten meist in Unterkünften der mittleren Kategorie, bei der SMART geben aber doch 15% an, in gehobenen Hotelkategorien abzustiegen. Dieses Muster entspricht jenem, das auch bei den Messebesuchern zu beobachten ist (siehe dazu unten).

Messeteilnahmen im Allgemeinen werden von den Ausstellern zum Großteil als eher oder sehr wichtig eingestuft. Die drei hier abgefragten Messen spielen laut Aussagen der Aussteller gegenüber anderen Messen mehrheitlich keine über-, aber auch keine untergeordnete Rolle – eine überdurchschnittliche Bedeutung kommt noch am ehesten der Wohnen & Interieur zu, während eine leicht überdurchschnittliche Zahl an Ausstellern die INTERTOOL als weniger bedeutend einstuft.

Wertet man die Antworten auf die Frage nach der Bedeutung von Messen im Allgemeinen nach Unternehmensgrößenklassen aus, so schätzen bei der Wohnen & Interieur fast 90% der ausstellenden Unternehmen über 100 Beschäftigten eine Messe als wichtig oder sehr wichtig ein, bei kleineren und mittleren Unternehmen sind dies nur 60-70%. Bei den beiden Fachmessen sind die Unterschiede weniger stark ausgeprägt: Bei jenen SMART-Ausstellern, für die Messen wichtig oder sehr wichtig sind, handelt es sich eher um mittlere bis größere Unternehmen als Kleinunternehmen, bei der INTERTOOL jedoch um kleinere und größere Unternehmen und weniger um das Segment der Unternehmen zwischen 10 und 100 Beschäftigten.

Für kleinere Unternehmen spielt die SMART im Vergleich zu anderen Messen häufiger eine untergeordnete Rolle als für mittlere und größere Unternehmen; bei der INTERTOOL trifft diese Einschätzung aber öfter auf mittlere Unternehmensgrößen zu. Die Wohnen & Interieur wird von den kleinsten, aber auch den größten Unternehmen öfter als überdurchschnittlich bedeutend betrachtet als von den mittelgroßen Unternehmen.

Abbildung 7: Bedeutung von Messeteilnahmen für Aussteller
 Anteile an der jeweiligen Fachmesse in Prozent

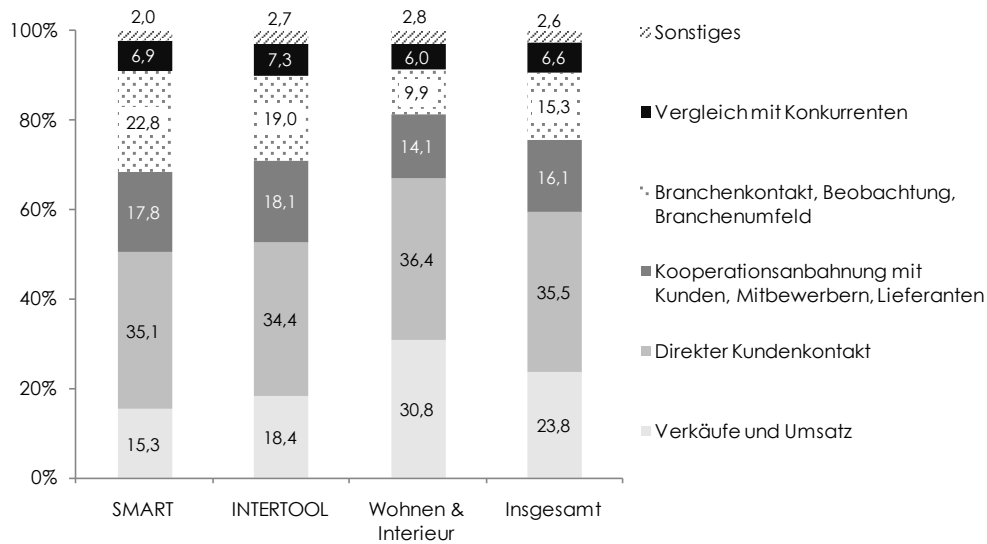


Q: Reed Exhibitions, WIFO.

Hauptbeweggrund, als Aussteller an einer Messe teilzunehmen, sind sowohl auf den Fachmessen wie auf der Publikumsmesse der direkte Kundenkontakt – bei letzterer ist neben diesem aber auch das Verkaufs- und Umsatzziel von großer Bedeutung, d. h. das Tätigen von Geschäftsabschlüssen bereits auf der Messe. Andererseits werden Fachmessen etwas häufiger als Gelegenheit wahrgenommen, Kontakte im Branchenumfeld zu knüpfen. Kooperationsanbahnung sowohl mit Kunden (was allerdings vor allem bei den Unternehmenskunden der Fachmessen relevant sein sollte) als auch mit Mitbewerbern und Lieferanten steht bei allen drei Messen gleich hoch im Kurs.

Abbildung 8: Beweggründe für die Messeteilnahme

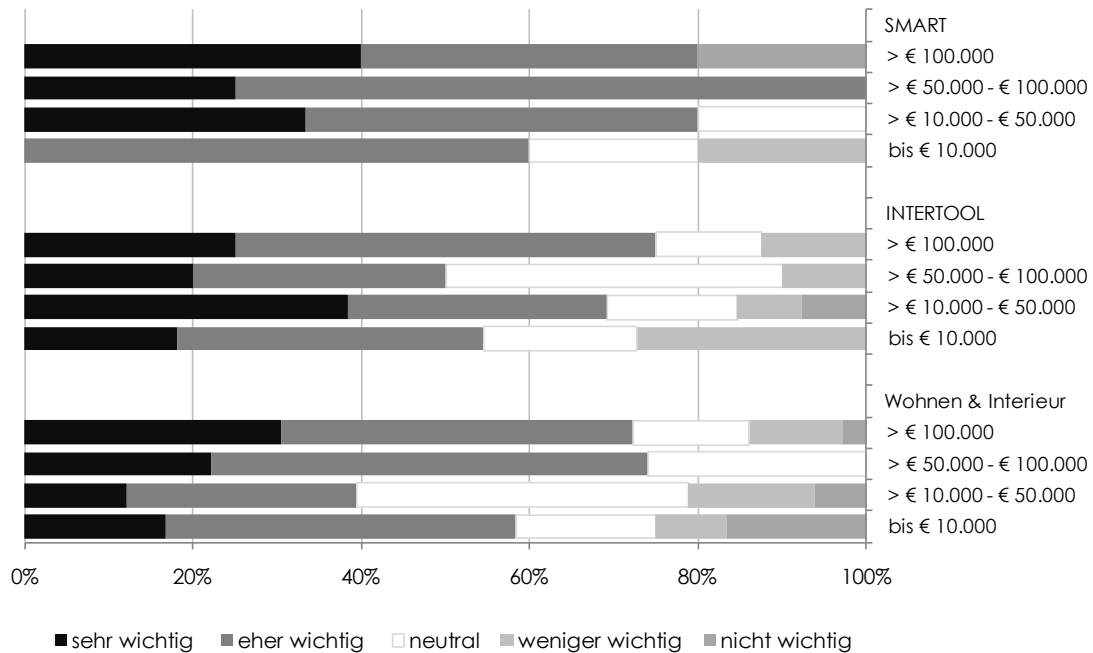
Anteile an der jeweiligen Fachmesse in Prozent



Q: Reed Exhibitions, WIFO.

Abbildung 9: Umsatzerwartung und Wichtigkeit der Messeteilnahme

Anteile je Kategorie und Fachmesse in Prozent



Q: Reed Exhibitions, WIFO.

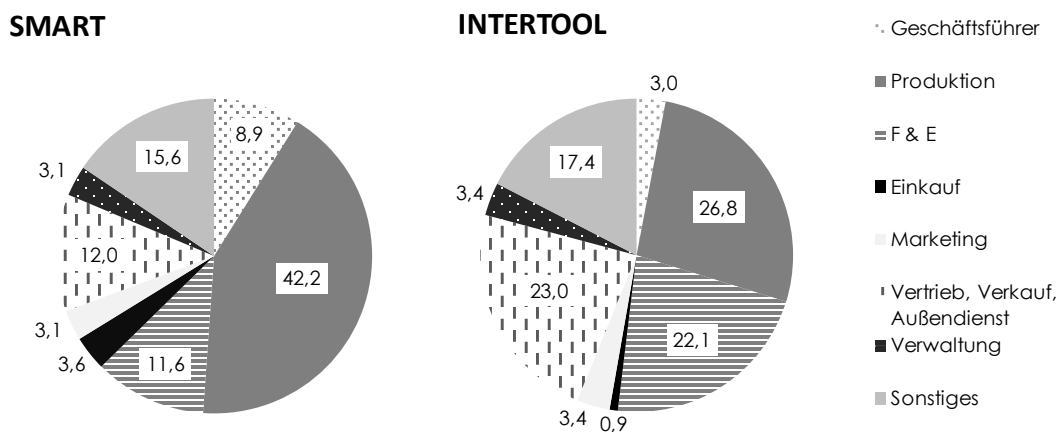
Gefragt nach den konkreten Umsatzerwartungen, die mit der Messeteilnahme verbunden sind – also Umsätzen aus Geschäften, die auf der Messe getätigt oder durch den Messekontakt initiiert werden – setzen Aussteller der Wohnen & Interieur mit durchschnittlich € 160.000 solche weit höher an als Aussteller der beiden Fachmessen, die je Unternehmen einen Wert von durchschnittlich rund € 80.000 an zusätzlichen Umsätzen erwarten.

Die Verkreuzung von Umsatzerwartungen mit den Einschätzungen zur Bedeutung der Messe sind nicht nur aufgrund der geringen Antwortraten hinsichtlich der Umsatzerwartungen mit besonderer Vorsicht zu interpretieren – diese Erwartungen dürften stark mit der Unternehmensgröße in Zusammenhang stehen.

5.2 Besucher

Wie zu erwarten wird die Publikumsmesse Wohnen & Interieur vorwiegend aus privaten Interessen besucht (83% der Befragten), während die beiden Fachmessen praktisch ausschließlich beruflichen Interessen dienen (SMART 98%, INTERTOOL 94%). Dabei wird die INTERTOOL vorwiegend von Mitarbeitern der Abteilungen Produktion, Vertrieb, Verkauf und Außendienst sowie Forschung und Entwicklung frequentiert, die SMART wendet sich besonders an Personal des Produktionsbereichs.

Abbildung 10: Aufgabenbereiche der Messebesucher
Anteile an der jeweiligen Fachmesse in Prozent



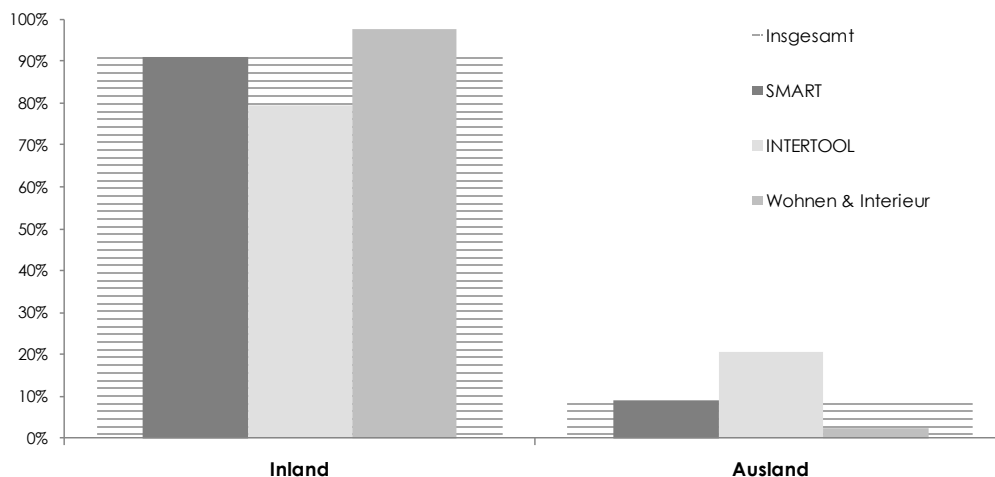
Q: Reed Exhibitions, WIFO.

Ähnlich wie bei den Ausstellern stellt sich die Herkunftsstruktur der Besucher dar (vgl. Abbildung 11 und Abbildung 12): Diese kommen bei allen drei Messen überwiegend aus dem Inland (und dabei vornehmlich aus Wien und Niederösterreich), mit höheren Auslandsanteilen bei SMART und INTERTOOL, die bei den Inländern wiederum sehr viel mehr Besucher aus weiter entfernten Bundesländern ansprechen als dies bei der Wohnen & Interieur der Fall ist.

Fast 85% der Besucher reisen für höchstens einen Tag an und bleiben daher auch nicht über Nacht in der Stadt – wie zu erwarten liegt dieser Anteil bei der Wohnen & Interieur etwas höher als bei den beiden Fachmessen. Dementsprechend nächtigen auch kaum 10% der Besucher aller drei Messen, bei den Fachmessen liegt dieser Anteil bei etwa 12%, bei Besuchern der Wohnen & Interieur bei knapp über 6%. Diese Gäste nehmen aber fast ausschließlich Unterkünfte in Wien in Anspruch, lediglich 2,7% der Nächtigungen entfallen auf Wien-Umgebung, Unterkünfte in weiter entfernten Regionen kommen auf einen Anteil unter 1%.

Abbildung 11: Herkunft der Besucher nach In- und Ausland

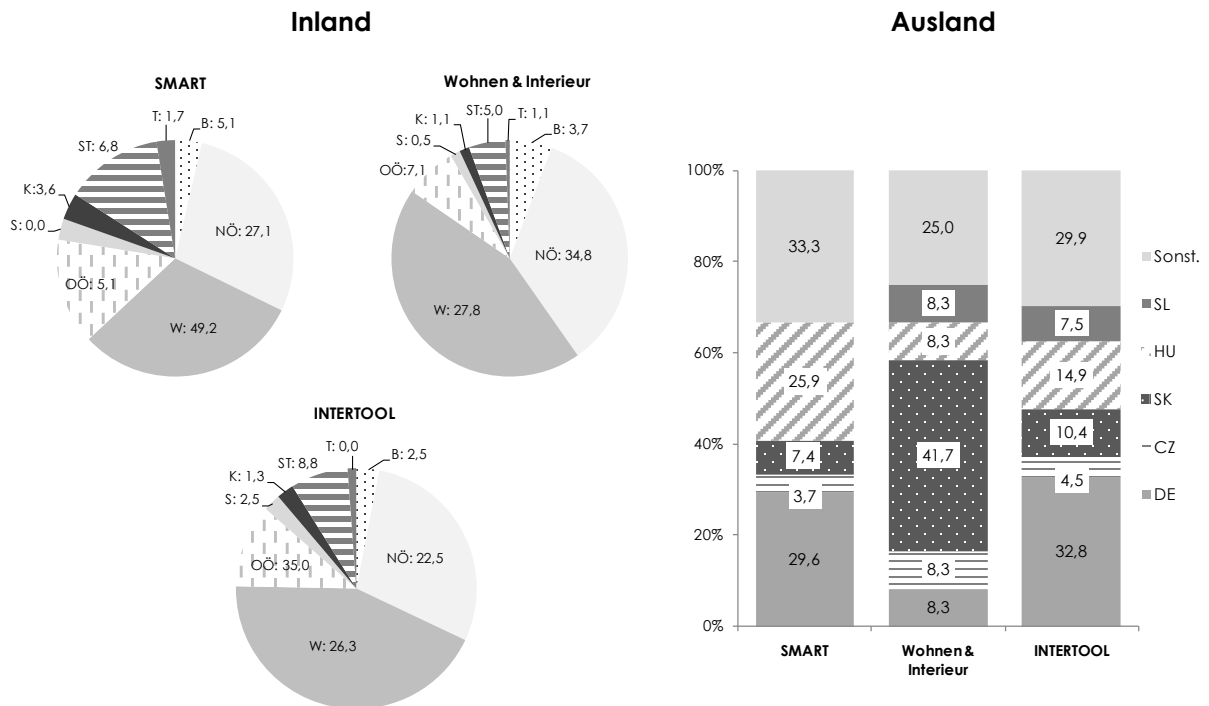
Anteile an der jeweiligen Fachmesse in Prozent



Q: Reed Exhibitions, WIFO.

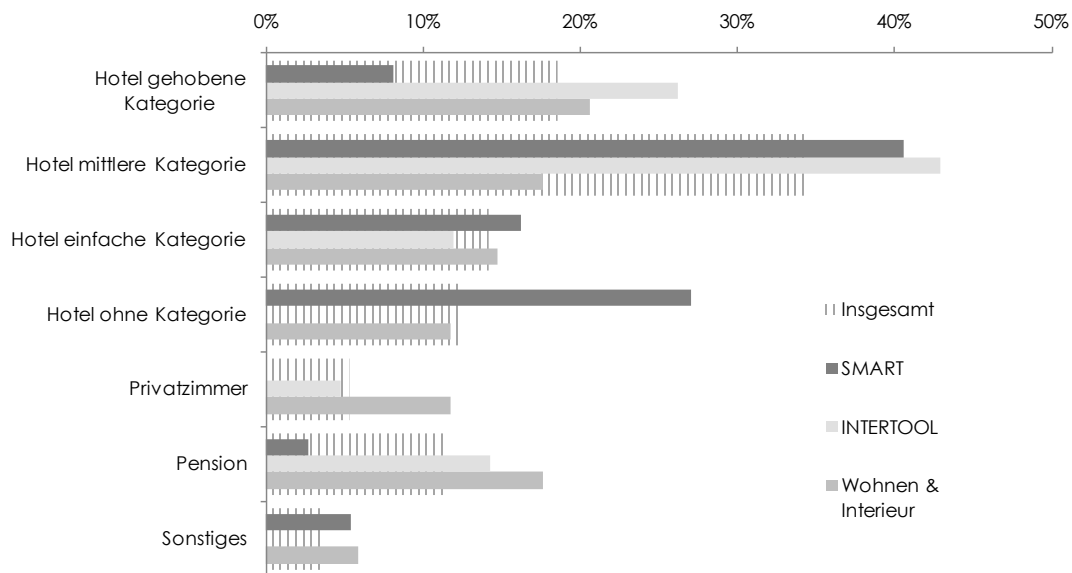
Abbildung 12: Unternehmens- / Wohnsitze der Besucher nach Ländern

Anteile an der jeweiligen Fachmesse in Prozent



Q: Reed Exhibitions, WIFO.

Abbildung 13: Von Messebesuchern gewählte Unterkunftsarten



Q: Reed Exhibitions, WIFO.

Mehr als ein Drittel der nächtigenden Besucher steigen in Unterkünften der mittleren Kategorie ab, etwas weniger als ein Viertel in Hotels der höchsten Qualitätsstufe – beide Kategorien zusammen ergeben 65% der mit den Messen in Verbindung stehenden Nächtigungen. Ein direkter Vergleich der Hotelklassenselektion von Messebesuchern mit jener von Wien-Reisenden insgesamt ist kaum möglich, da unklar bleibt, welche Hotelkategorie von den Befragten der mittleren Kategorie zugeordnet wird – 2015 fielen jedenfalls rund 61% der Nächtigungen in Wien auf Hotels mit 4- bzw. 5-Sternen, damit dürfte das Verhalten der Messebesucher wenig vom durchschnittlichen Hotelselektionsverhalten abweichen.