

Treffpunkt Köln: Welche wirtschaftliche Bedeutung haben Meetings und Kongresse für Köln?

Auftraggeber:



Cologne Convention Bureau
KölnTourismus GmbH
Kardinal-Höffner-Platz 1
50667 Köln

Projektbearbeitung:



Europäisches Institut für TagungsWirtschaft (EITW)
Ralf Kunze
Friedrichstr. 57-59
38855 Wernigerode
www.eitw.de

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung.....	2
Ergebnisse im Detail	3
Methodik	8
Glossar	11
Autor	13
Anhang	14

Zusammenfassung

Rund 557,3 Mio. € geben in- und ausländische Meeting- und Kongressteilnehmer pro Jahr im Zusammenhang mit Tagungen in Köln aus, dabei reichen die Ausgaben pro Person von 120 € für Tagesteilnehmer bis zu ca. 900 € bei internationalen Übernachtungsteilnehmern, die mehrere Tage in der Stadt verweilen.

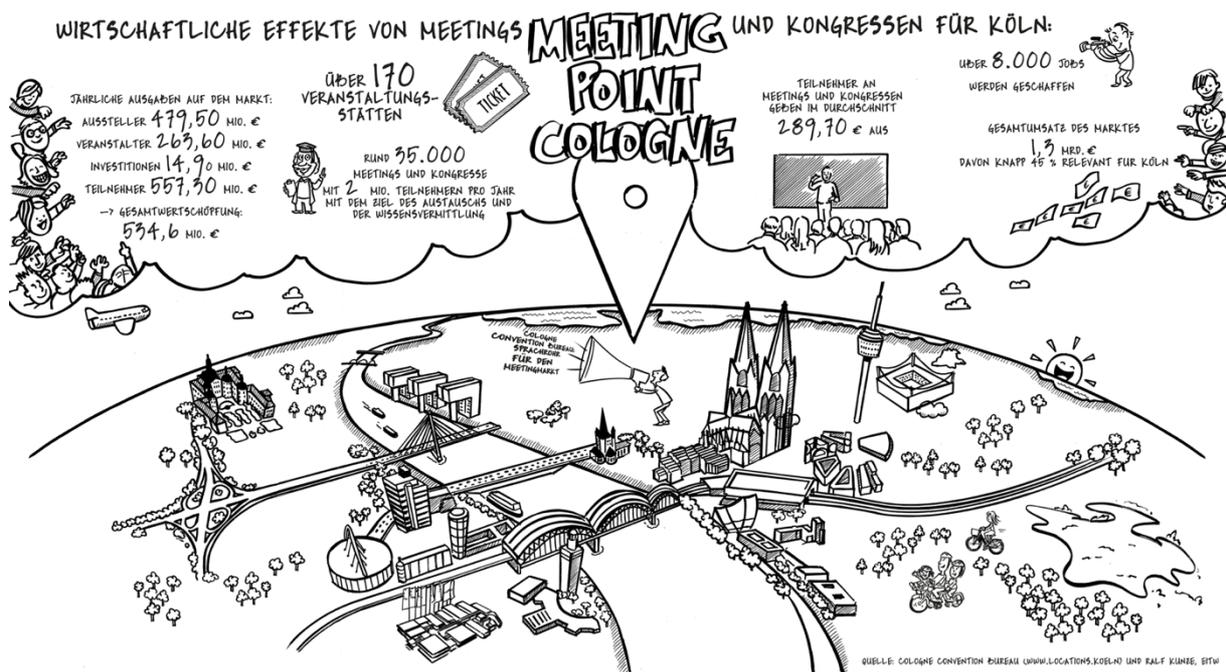
Zusammen mit den Ausgaben der Veranstalter, Teilnehmer und Aussteller addieren sich die gesamten Ausgaben im Bundesgebiet, die durch den Kölner Tagungsmarkt ausgelöst werden, auf 1,3 Mrd. € auf.

Diese Ausgaben sorgen unter Berücksichtigung der Herstellung von Vorleistungsgütern und -dienstleistungen für 470 Mio. € Wertschöpfung. Hinzu kommen 34 Mio. € durch induzierte Effekte wie weiterer Konsum und Investitionen.

Im Jahr 2015 werden dadurch insgesamt 7.577 Jobs finanziert (8.056 im Jahr 2017) davon 3.549 direkt in Köln.

In der Gesamtsumme von direkten, indirekten und induzierten Wertschöpfungseffekten trägt der Meeting- und Kongresstourismus 0,4% zur gesamten Wirtschaftsleistung der Stadt bei.

Abbildung 1: Illustration



Quelle: Cologne Convention Bureau

Ergebnisse im Detail

Kennzahlen Meetingmarkt Köln

Das Angebot auf dem Kölner Meetingmarkt ist vielfältig: 2017 werden hier Veranstaltungen in 174 Veranstaltungsstätten durchgeführt, dabei dominieren die Eventlocations.

Abbildung 2: Angebot

Angebotssituation	
Veranstaltungsstätten gesamt ¹	174
Veranstaltungszentren (VC)	19
Tagungshotels (TH)	56
Eventlocations ² (EL)	99

1) Betriebe mit mindestens 50 Sitzplätzen im größten Saal bei Reihenbestuhlung

2) Siehe auch Glossar

Quelle: EITW TagungsBarometer Köln 2017/2018

Der gesamte Veranstaltungsmarkt Kölns umfasst im Jahr 2017 knapp 50.000 Veranstaltungen mit 4 Mio. Teilnehmern. Zwei Drittel davon sind dem Meetingmarkt zuzuordnen – was in absoluten Zahlen 35.160 Meetings & Kongresse mit 1,97 Mio. Teilnehmern entspricht.

Abbildung 3: Nachfrage

Nachfrage Veranstaltungen		Nachfrage Meetings & Kongresse	
Veranstaltungen	49.521	Meetings & Kongresse	35.160
Teilnehmer	4,003 Mio.	Berufl. motivierte Teilnehmer	1,97 Mio.

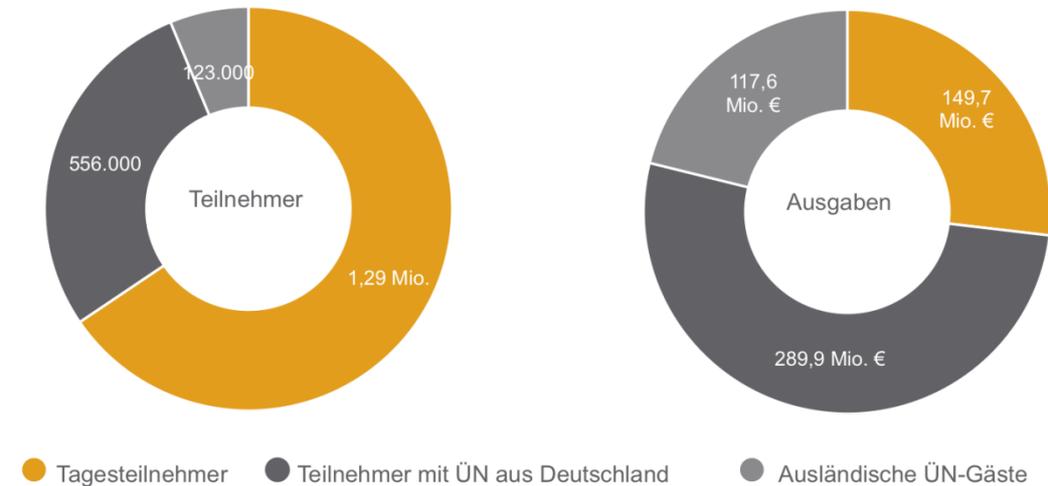
Quelle: EITW TagungsBarometer Köln 2017/2018, eigene Berechnungen

Diese teilen sich auf in Tages-Teilnehmer (1,29 Mio.) und Übernachtungsgäste (679.000). International sind 123.000 der Übernachtungsgäste. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer von Meetingteilnehmern in Köln beträgt 1,6 Tage.

Ausgaben der Teilnehmer

Die Teilnehmer tätigen mit 557,3 Mio. € die meisten Ausgaben z. B. für die Kongressteilnahme oder die Übernachtung. Davon entfallen 407,5 Mio. € auf Übernachtungsgäste und ein Anteil von 149,7 Mio. € auf Tagesgäste. Demzufolge weicht die Aufteilung der Ausgaben stark von der Aufteilung der Teilnehmer ab:

Abbildung 4: Aufteilung Teilnehmer und Ausgaben



Quelle: EITW TagungsBarometer Köln 2017/2018, eigene Berechnungen

Als Gesamtdurchschnitt über alle Teilnehmerarten ergibt sich somit ein Betrag von 289,70 € pro Teilnehmer.

Dabei zeigt sich eine große Spannweite vom Tagesteilnehmer mit ca. 120 € bis hin zum internationalen Teilnehmer an mehrtägigen großen Kongressen mit rund 900 € pro Veranstaltung. Bei deutschen Übernachtungsteilnehmern liegen die Ausgaben bei 409 €.



Die Ausgaben verteilen sich unterschiedlich auf die verschiedenen Arten von Veranstaltungsstätten. Mit 37 % entfällt der Großteil der Teilnehmer auf die Tagungshotels (TH), in Bezug auf beruflich motivierte Veranstaltungen sogar 60 %, da besonders viele kleine Meetings in der Hotellerie durchgeführt werden. An zweiter Stelle stehen die Veranstaltungszentren (oder VeranstaltungCentren, VC) mit 33 % der Teilnehmer und danach folgen mit 30 % die Eventlocations (EL).

Auch beim Umsatz führen die Tagungshotels, sie generieren mit 236 Mio. € (42 %) den meisten Umsatz. Eventlocations und Veranstaltungszentren liegen nahe beieinander: In den VC beträgt der Umsatz 153 Mio. € (28 %), während in den EL 169 Mio. € (30 %) durch die Teilnehmer ausgegeben werden. Hervorzuheben ist jedoch, dass die Veranstaltungszentren mit 10 % der Veranstaltungsstätten knapp ein Drittel des Umsatzes erwirtschaften.



Anzahl der TN	33 %	37 %	30 %
Umsatz der TN	153 Mio. € (28 %)	236 Mio. € (42 %)	169 Mio. € (30 %)

Quelle: Eigene Berechnungen

Von den gesamten Teilnehmerausgaben ist ein Anteil von 70,5 % relevant für die Stadt Köln, d.h. Ausgaben von 393 Mio. € bewirken wirtschaftliche Effekte in der Stadt.

Ausgaben der Aussteller

Größere Tagungen und Kongresse werden häufig von Ausstellungen begleitet. So ist in Deutschland davon auszugehen, dass ca. 10–17 % der beruflich motivierten Veranstaltungen eine Ausstellung enthalten. In Köln sind es laut Informationen des TagungsBarometers 16 %. Das bedeutet, dass bei ca. 5.600 Tagungen und Kongressen in Köln eine Ausstellung begleitend stattfindet. Bei einer durchschnittlichen Anzahl von 10 Ausstellern pro Ausstellung ist von einer Gesamtzahl von 56.000 Ausstellern auszugehen, die jährlich insgesamt 479,5 Mio. € ausgeben. Diese Ausgaben werden für die Ausstellung (Standbau, Werbung etc.) sowie für das Standpersonal (Reisekosten, Verpflegung usw.) gezahlt. Von diesem Betrag sind nur 117,6 Mio. € für Köln relevant, da ein Großteil der Ausgaben (z. B. meistens der Standbau) außerhalb der Region getätigt werden.

Ausgaben der Veranstalter

Die Ermittlung der Veranstalter-Ausgaben basiert auf den durchschnittlichen Ausgaben der Veranstalter je Teilnehmer. Primärforschungen des EITW zeigen, dass Veranstaltern bei kleineren Veranstaltungen ein Budget ab 250 € pro Person zur Verfügung steht. Je größer die Veranstaltung desto höher das Budget. Basierend auf den Größenklassen der Kölner Meetings wurde ein Gesamtdurchschnitt von 275 € pro Teilnehmer angesetzt. Die ermittelten Ausgaben von Veranstaltern lägen damit bei 529,6 Mio. €.

Um Doppelzahlungen zu vermeiden, mussten von den Veranstalterausgaben jedoch Zahlungen der Teilnehmer an die Veranstalter (wie der Teilnehmerbeitrag) und von den Ausstellern an die Veranstalter (wie die Ausstellergebühr) abgezogen werden. Somit kommen die Initiatoren der Meetings mit letztendlich 263 Mio. € an dritter Stelle der Module mit ihren Ausgaben für Catering, Raummiete, Technik und Personal.

Um die relevanten Ausgaben zu ermitteln (siehe dazu auch Erläuterung zur Relevanz der Ausgaben im Glossar), mussten zusätzlich noch z. B. die Ausgaben der Veranstalter aus der Region abgezogen werden, so dass ein Betrag 94,9 Mio. € durch die Veranstalter für Köln relevant ist.

Wertschöpfung, Vorleistungen und Produktion

Um die Effekte umfassend zu ermitteln, werden die Auswirkungen der Ausgaben in den unterschiedlichen wirtschaftlichen Effektstufen (siehe dazu auch Glossar) addiert und dann in verschiedenen "Maßeinheiten" dargestellt, wovon die Wertschöpfung und die Produktion die wichtigsten sind:

Tabelle 1: Kennzahlen der Effektstufen

	Wertschöpfung	Produktion
direkt + indirekt	470.869.838,11 €	897.147.794,75 €
induziert	34.055.526,59 €	59.267.297,37 €
alle Effektstufen	504.925.364,70 €	956.415.092,12 €

Quelle: Eigene Berechnungen

Das folgende Diagramm stellt den Bezug der Kennzahlen zueinander dar:

Abbildung 5: Wirtschaftliche Effekte



Quelle: Eigene Berechnungen

Die Wertschöpfung symbolisiert, was an Wert geschaffen wird und enthält als einen wichtigen Teil z. B. die gezahlten Einkommen an die Angestellten des Tagungsmarktes. Was nicht selbst erstellt wird, muss eingekauft werden und wird als Vorleistung bezeichnet. Beide addiert ergeben die Gesamtproduktion des Tagungsmarktes.

Interessant ist in dieser Darstellung das Verhältnis von Wertschöpfung zu Vorleistungen. Bei güterorientierten Branchen wie z. B. der Eisen- und Stahlindustrie macht der Anteil der Wertschöpfung von der Produktion ein Zehntel aus. Der Fakt, dass der Wert auf dem Meeting- und Kongressmarkt über die Hälfte ausmacht, kennzeichnet die Branche als Dienstleistungsbranche, in der die Beschäftigten einen sehr hohen Wert haben.

Investitionen

Zu den induzierten Effekten gehören, neben dem Konsum der auf dem Meetingmarkt beschäftigten Personen, die Investitionen. Aus Abgrenzungsgründen wurden derzeit nur die Investitionen der Veranstaltungsstätten berücksichtigt, da diese eindeutig dem Meetingmarkt zugeordnet werden können. Diese Investitionen wurden in Köln erstmals für eine deutsche Großstadt primär durch eine Befragung ermittelt. Die Befragung ergab, dass die Investitionssumme Kölner Locations insgesamt jährlich 14,9 Millionen Euro beträgt.

Bekannte Beispiele für Investitionen in neue Veranstaltungsstätten sind in letzter Zeit das Steigenberger Hotel oder das kleine Boutique Midtown Hotel bis hin zur Motorworld am Butzweilerhof. Was jedoch auch zu den Investitionen zählt, sind Ausgaben für Ausbau und Technik, wie bspw. die neuen Screens zur Besucherlenkung in Kölns ältestem Kongresshaus, dem Gürzenich.

Beschäftigte

Durch den Kölner Meetingmarkt entstehen über alle Effektstufen hinweg deutschlandweit 7.577 Jobs, von denen knapp 47 % direkt Köln zugeordnet werden können: 3.549 Jobs entstehen in Kölner Betrieben, vor allem in Locations, in Beherbergungsbetrieben sowie in der Gastronomie (30 %), aber auch bei verschiedensten Arten von Event- und Personaldienstleistungen (38 %). Weitere Jobs sind den Bereichen Transport, Baugewerbe, Einzelhandel usw. zuzuordnen.

Steuern

Aus den gesamten Effektstufen und unterschiedlichen wirtschaftlichen Auswirkungen entstehen auch Steuer-Effekte für Köln. Berücksichtigt man Lohn-/Einkommens-, Körperschafts-, Umsatz- und Gewerbesteuer, so ergeben sich aus dem Kölner Meetingmarkt Gesamt-Steuer-effekte in Höhe von 88 Mio. € in ganz Deutschland.

Projektion auf 2017

Wie im Kapitel Methodik erläutert wird, beziehen sich die wirtschaftlichen Effektdaten aufgrund der zugrunde liegenden Wirtschaftsdaten auf das Jahr 2015. Projiziert man die ermittelten Kennzahlen auf das Jahr 2017 so ergeben sich folgende Steigerungen (von 2015 auf 2017) in den Kennzahlen:

- Wertschöpfung: um 5,9 % auf 534,6 Mio. €,
- Einkommen: um 5,8 % auf 316,5 Mio. € und
- Beschäftigte: stärkste Steigerung mit 6,3 %, dies resultiert in 8.056 Jobs deutschlandweit, davon 3.786 Jobs in Köln.

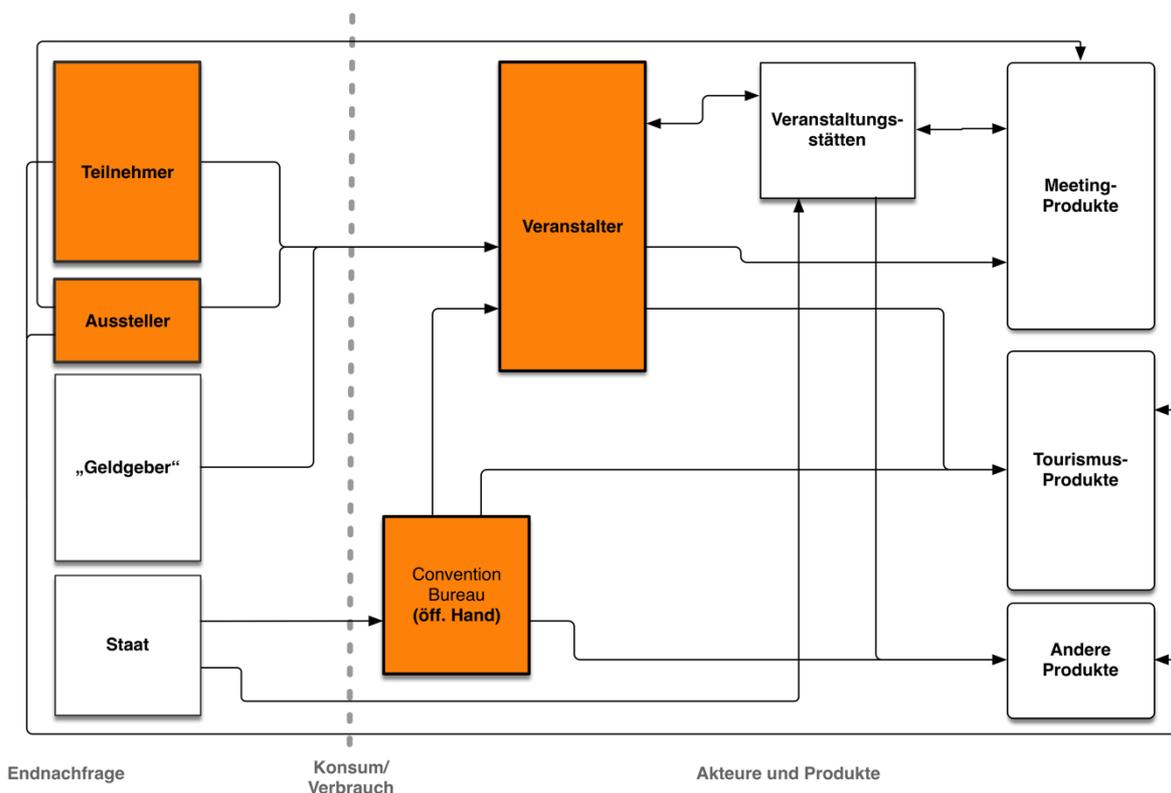
Methodik Entstehung

Die vorliegende Methodik zur Berechnung der wirtschaftlichen Effekte des Meetingmarktes wurde von Ralf Kunze im Rahmen seiner Dissertation entwickelt. Sie basiert auf einer Untersuchung der weltweiten Tourismus- und Meetingforschung. Dabei wurden verschiedenste Berechnungsmethoden identifiziert, analysiert und für die Nutzung auf dem deutschen Meetingmarkt geprüft. Als genaueste mögliche Methode hat sich dabei die Input-Output Analyse auf Basis einer regionalspezifischen Input-Output-Tabelle herausgestellt. Diese Grundmethode wurde in Details weiterentwickelt und speziell auf den deutschen Meetingmarkt angepasst. Weiterentwicklungen beinhalten z. B. eine Relevanzprüfung der Ausgaben, eine Erstellung der regionalen Input-Output-Tabelle über den Flegg Location Quotient (FLQ) sowie der modulare Aufbau und die Nutzung von Sekundärdaten. Details dazu können in der Dissertation eingesehen werden (siehe Kapitel Autor).

Module

Bei der Sichtung der internationalen Forschung fällt auf, dass viele Studien nur einzelne Akteure einbeziehen. Um wirklich alle Verursacher wirtschaftlicher Effekte zu ermitteln, wurde ein Geldflussdiagramm entwickelt, das alle Zahlungswege zwischen Akteuren auf dem Markt darstellt (siehe folgende Grafik).

Abbildung 6: Geldflussdiagramm (vereinfacht)



Quelle: Ralf Kunze

Für die Ermittlung wirtschaftlicher Effekte können nur Endverbraucher berücksichtigt werden. Diese befinden sich in der Grafik links von der „Konsumgrenze“. Die Veranstalter sind hierbei stellvertretend für die „Geldgeber“ zu betrachten.

Diese verschiedenen Akteure bzw. Ausgabenarten fließen als Module in das Berechnungsmodell ein. Die Summe aller Module bildet dann den Markt ab. Für Köln wurde dabei der Fokus auf die folgenden Hauptakteure gelegt:

- Teilnehmer
- Aussteller
- Veranstalter
- Convention Bureau

Auch die Investitionen auf dem Tagungsmarkt wurden erstmals über eine Befragung spezifisch für Köln ermittelt, diese stellen jedoch kein Modul, sondern eine Effekstufe (induzierte Effekte) dar.

Datenbedarf

Um die wirtschaftlichen Effekte ermitteln zu können, bedarf es dreierlei Arten von Daten:

Wirtschaftsdaten bilden die spezifischen wirtschaftlichen Bedingungen der betrachteten Region ab. So wurden in Köln Beschäftigungszahlen sowie Daten aus der VGRdL (Volkswirtschaftliche Gesamtrechnungen der Länder) zur regionalen Anpassung der Input-Output-Tabelle genutzt.

Marktdaten geben Auskunft darüber, wie viele Meetings und Kongresse mit wie vielen Teilnehmern stattfinden. Für eine höhere Genauigkeit der Berechnungen sind jedoch noch Differenzierungen notwendig: die Veranstaltungen werden nach Größe und Dauer und die Teilnehmer nach Herkunft (lokal, national, international) differenziert.

Ausgabendaten bilden die Basis der Berechnungen, deshalb ist eine genaue Ermittlung essentiell für eine korrekte Ermittlung der wirtschaftlichen Effekte. Die Ausgaben werden von allen einzubeziehenden Akteuren benötigt, jeweils aufgesplittet auf konsumierte Produkte bzw. Dienstleistungen (bei Teilnehmern z. B. Reisekosten, Tagungsbeitrag, Übernachtung, gastronomische Services und Shopping, Kultur o.ä.)

Datenherkunft

Wirtschaftsdaten wurden aus offiziellen Quellen wie der Bundesagentur für Arbeit (Beschäftigtenzahlen) und dem Statistischen Bundesamt (z. B. Input-Output-Tabelle für Deutschland) entnommen. Marktdaten stehen fast vollständig aus dem TagungsBarometer zur Verfügung. Die Ausgabenwerte für Teilnehmer, Veranstalter und Aussteller wurden durch eine qualifizierte Schätzung ermittelt. Dazu wurden gesamtdeutsche Mittelwerte herangezogen und auf Basis von unterschiedlichen Kölner Statistiken auf die Stadt angepasst. Für Investitionen standen keine Erfahrungswerte zur Verfügung, deshalb wurden diese Ausgaben bei den Veranstaltungsstätten direkt abgefragt und primär erhoben. Auch die Ausgaben des Convention Bureaus wurden freundlicherweise zur Verfügung gestellt.

Datenbezug

Aufgrund der zugrunde gelegten Wirtschaftsdaten (Input-Output-Tabelle, Kennzahlen der Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnungen) musste die Input-Output Analyse auf Basis von Zahlen des Jahres 2015 durchgeführt werden, es erfolgt jedoch eine Projektion der wichtigsten Kennzahlen auf das letzte abgeschlossene Geschäftsjahr, 2017. Die angegebenen Marktdaten beziehen sich damit im Interesse der Aktualität und Vergleichbarkeit auf das Jahr 2017, die Ausgabendaten und wirtschaftliche Effekte aber – insofern nicht anders angegeben – auf das Jahr 2015.

Ablauf der Berechnungen

Die für die Module ermittelten Ausgaben werden in verschiedenen Schritten umgewandelt, aufaddiert und fließen letztendlich in eine Input-Output-Analyse auf Basis einer regionalen Input-Output-Tabelle ein. Diese Tabelle wird regionsspezifisch von der nationalen Tabelle auf Basis regionaler Beschäftigtenzahlen mit Hilfe der FLQ-Methode abgeleitet. Erläuterungen bezüglich Input-Output-Analyse und FLQ-Methode können dem Glossar entnommen werden. Dort wird auch die wissenschaftliche Kritik erläutert, die wichtig für das Verständnis der ermittelten Zahlen ist.

Mit der Input-Output-Analyse werden dann detailliert die direkten, indirekten und induzierten Effekte ermittelt, die durch die Ausgaben in der regionalen Wirtschaft ausgelöst werden. Als "Maßeinheiten" für diese Effekte werden Wertschöpfung, Einkommen und Beschäftigung genutzt.

In einem nachfolgenden Schritt werden auf Basis der ermittelten Effekte die steuerlichen Auswirkungen für die Region ermittelt. Basis für die Berechnungen bilden die Steuerarten

- Lohn-/Einkommensteuer,
- Körperschaftsteuer,
- Umsatzsteuer und
- Gewerbesteuer.

Aufgrund der komplexen Steuerberechnung in Deutschland werden diese fiskalischen Auswirkungen auf Basis von Indikatoren wie z. B. der Bruttowertschöpfung geschätzt.

Zum Abschluss der Effektberechnung erfolgt eine Projektion der wichtigsten Kennzahlen auf das Jahr 2017. Basis dieser Projektion bildet die reale Marktentwicklung in Köln (in Bezug auf Veranstaltungen und Teilnehmer) sowie die gesamtdeutsche Preissteigerung zwischen 2015 und 2017 in Höhe von 2,3 %.

Der gesamte Ablauf der Berechnungen wird in einer Grafik visualisiert, die im Anhang zu finden ist.

Glossar

Meetings und Kongresse

Kongresstourismus umfasst die Gesamtheit der Beziehungen und Erscheinungen, die sich aus Reise und Aufenthalt von beruflich motivierten Personen ergeben, die in eine Destination reisen und an externen Veranstaltungen teilnehmen.

Ein **Meeting** ist dabei größtenteils eintägig, wird ab 10 Personen erfasst. Der Vorbereitungs- aufwand ist gering, deshalb ist eine kurzfristige Einberufung möglich.

Dagegen hat ein **Kongress** mehr als 250 Teilnehmer, ist meistens länger als 1 Tag und besteht aus verschiedenen Veranstaltungsteilen. Da die Organisation langfristig und komplex ist, geht man hier von einem Entscheidungs- und Vorbereitungszeitraum von 1–3 Jahren aus, bei Mega-Kongressen noch länger.

Der **Meetingmarkt** erstreckt sich von kleinen Meetings über weitere Formen bis hin zu großen Kongressen.

Veranstaltungsstätten



Zu den **Veranstaltungszentren** (oder auch VeranstaltungsCentren, VC) gehören Kongresszentren, Sport- und Mehrzweckhallen, Arenen sowie Bürgerhäuser, die speziell zur Durchführung von Veranstaltungen gebaut wurden und keine Übernachtungsmöglichkeiten anbieten. In Köln gehören dazu z. B. das große CongressCentrum der Koelnmesse genauso wie das Komedi im Mediapark.

Tagungshotels (TH) bieten neben den Tagungsräumlichkeiten auch Übernachtungsmöglichkeiten an, damit erstreckt sich hier die Palette vom Hotel Excelsior bis hin zur Jugendherberge.



Zu den **Eventlocations** (EL) zählen besondere Veranstaltungsstätten, die ursprünglich für einen anderen Zweck gebaut wurden. In Köln gehören dazu z. B. Schlösser/Kirchen, Theaterbauten, Schiffe, Sport-/Kultur- und Freizeitstätten, Studios und Lounges, Museen und Industriehallen wie das Palladium und das E-Werk.

Die **Relevanz der Ausgaben** findet bisher meistens nur in internationalen wissenschaftlichen Tourismusstudien Anwendung. Relevanz bedeutet, dass diese Ausgaben nicht nur in der jeweiligen Region wirksam werden (also dort ausgegeben werden), sondern auch von außen in diese Region fließen – denn nur diese Ausgaben bedeuten „neues Geld“ für die Region.

Effektstufen

In der Volkswirtschaft spricht man von verschiedenen Effektstufen: den direkten, indirekten und induzierten Effekten. Diese Stufen lassen sich am besten an einem einfachen Beispiel erklären:

Die Teilnehmer zahlen eine Teilnehmergebühr an den Veranstalter, um an einer Tagung teilnehmen zu können. Diese Zahlung bezeichnet man volkswirtschaftlich als **direkten Effekt**.

Dieser gezahlte Betrag verbleibt jedoch nicht bei dem Veranstalter. Er bezahlt damit z. B. die Veranstaltungsstätte und ein kleines Buffet mit Kaffee, Tee und Backwaren für die Pause. Diese Zahlungen werden als **indirekte Effekte** bezeichnet.

Die Backwaren werden vom Caterer jedoch wiederum bei einem lokalen Bäcker eingekauft. Damit der Bäcker diese Backwaren herstellen kann, muss er aber Zutaten wie Mehl, Eier usw. einkaufen. Somit tätigt der Bäcker wiederum Ausgaben bei Müller und Bauer. So spricht man in der Volkswirtschaft von mehreren Runden, die das Geld durch die Wirtschaft zirkuliert. Rechnet man alle Runden zusammen, so erhält man die indirekten Effekte.

Letztlich gibt es noch die **induzierten Effekte**. Darunter versteht man Wirkungen durch ausgelöste Einkommen.

Einkommen entstehen bei Privatpersonen, die im Tagungsmarkt arbeiten und hier Lohn bzw. Gehalt beziehen. Hauptsächlich Miete, Einkäufe, Urlaub (auch bezeichnet als Lebenshaltungskosten) werden von diesem Geld bezahlt.

Zweitens entsteht Einkommen bei Unternehmen in Form von Gewinnen. Diese werden wiederum z.T. für Investitionen verausgabt.

Input-Output-Analyse (IOA)

Die IOA basiert auf dem Input-Output-Modell, das auch als Leontief-Modell nach seinem Entwickler bezeichnet wird. Es gehört heute zu den meistgenutzten Modellen zur Berechnung wirtschaftlicher Effekte. Die Analyse benutzt Input-Output-Tabellen, die produktions- und gütermäßige Verflechtungen innerhalb einer Volkswirtschaft (oder einer Region) und nach außen in einer Tabellenform wiedergeben.

Die IOA ist ein Modell, d.h. eine vereinfachte Abbildung der Wirtschaft und kann diese deshalb nicht vollkommen realistisch darstellen. Im Interesse der vereinfachten Darstellung müssen deshalb Annahmen in Kauf genommen werden, die so nicht der Wirklichkeit entsprechen. Die größten Kritikpunkte betreffen dabei die Annahme von gleichbleibenden Preisen und konstanten Inputverhältnissen. Weiterhin gehören dazu:

- Die bezogenen Inputs eines spezifischen Produktionsbereiches verhalten sich proportional zu seinem Output – das bedeutet, dass Preisänderungen sowie Substitutionseffekte ausgeschlossen sind.
- Arbeit oder Kapital sind unbegrenzt verfügbar, Engpässe sind ausgeschlossen.
- Konstante Skalenerträge, deshalb wird z. B. ein Technologiefortschritt ausgeschlossen.
- Statik des Modells, deshalb keine dynamischen Reaktionen.
- Lagerbestände sind ausgeschlossen – Nachfrageimpulse führen unmittelbar zur Produktion.

Diese Kritikpunkte sollten beim Lesen der Studie und zum Verständnis der Ergebnisse beachtet werden.

Flegg Location Quotient (FLQ)

Der FLQ gehört zu den Location Quotients, d. h. die Erstellung der regionalen Input-Output-Tabelle basiert auf regionalspezifischen Anpassungsfaktoren für jeden einzelnen Wirtschaftszweig, der den Grad der Konzentration dieser Industrie in der Region im Vergleich zur Konzentration dieser Industrie im Land wiedergibt. Die Konzentration der Industrie wird beim FLQ durch die Beschäftigtenzahlen wiedergegeben. Von ihren Vorläufern (wie z. B. dem Simple Location Quotient SLQ) unterscheidet sich der FLQ darin, dass sie die relative Größe der Region einbezieht.

Bei der derivativen Erstellung regionaler IOT (und damit auch bei FLQ) gibt es drei mögliche Fehlerquellen:

1. Regionale Unterschiede in Konsumstrukturen werden ignoriert. Dies dürfte besonders bei stark urbanisierten oder in stark ländlichen Regionen ins Gewicht fallen.
2. Unterschiede zwischen der regionalen und der nationalen Technologie werden ignoriert. Dies sollte für technologisch besonders fortschrittliche Regionen relevant sein.
3. Die interregionalen Handelsströme werden systematisch unterschätzt.

Diese dem FLQ-Modell innewohnende Kritik sollte wie auch die Kritik an IOA zur Einschätzung der Ergebnisse berücksichtigt werden.

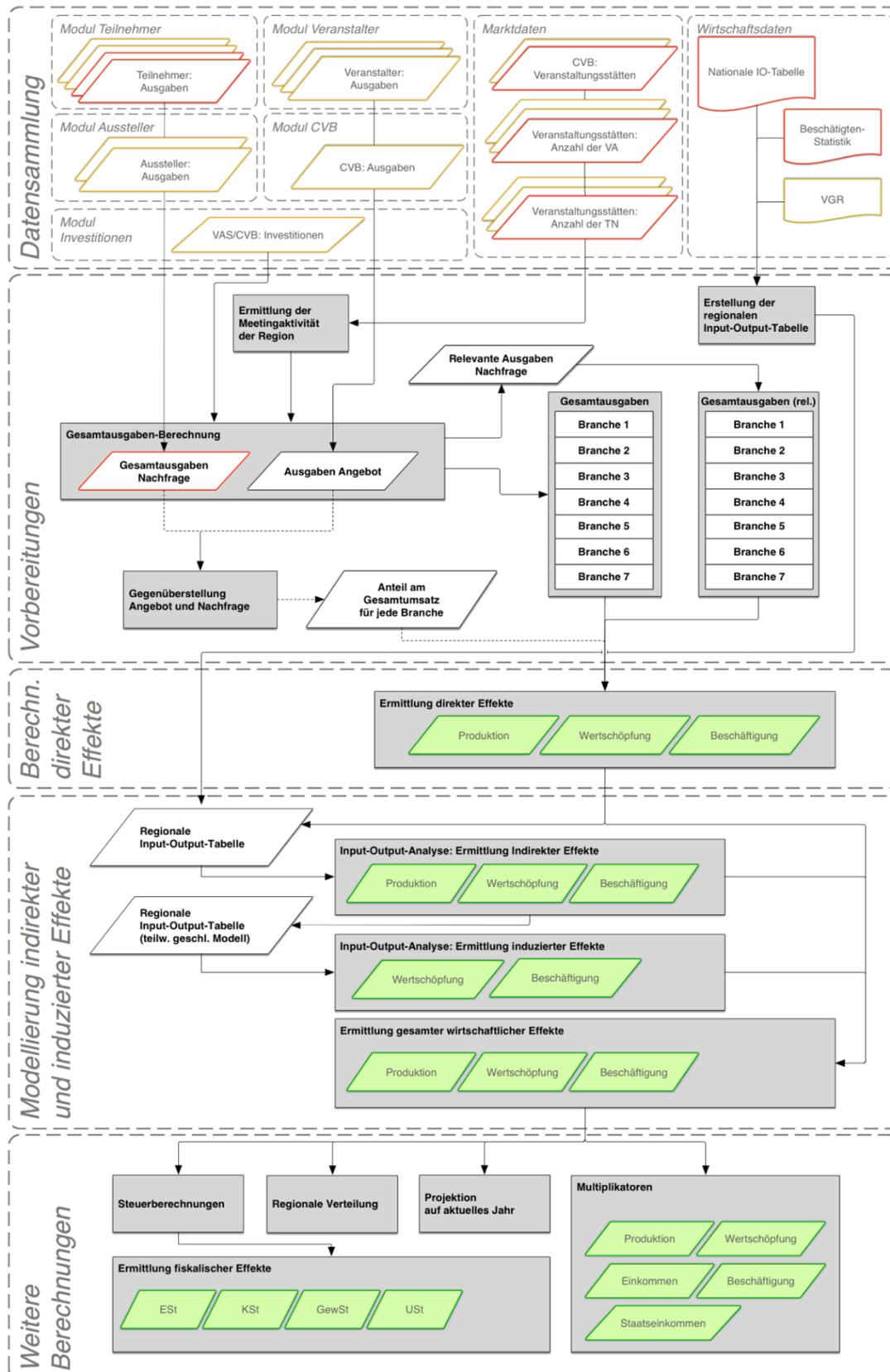
Autor

Ralf Kunze, Gründungsmitglied und Gesellschafter des Europäischen Instituts für Tagungs-Wirtschaft EITW, ist seit ca. 15 Jahren in der Tagungsmarktforschung tätig und hat dort federführend verschiedenste Studien und Analysen durchgeführt. Seit 2007 ist er zusätzlich auch Dozent im Tourismus u.a. an der Hochschule Harz in Wernigerode.

2011 begann er, im Rahmen seiner Dissertation an der Leuphana Universität Lüneburg eine allgemein anwendbare regionale Berechnung für die wirtschaftlichen Effekte des Tagungsmarktes zu entwickeln. Im Jahr 2018 konnte er die Doktorarbeit im schriftlichen Teil als auch in der Disputation mit einem "Summa cum laude" abschließen. Die Dissertation ist im Springer-Verlag unter dem Titel "Regionalökonomische Auswirkungen von Tagungen und Kongressen - Entwicklung eines allgemein anwendbaren Modells für Deutschland" (ISBN 978-3-658-23498-0) erhältlich.

Anhang

Abbildung 7: Grafische Darstellung des Berechnungsablaufes



Quelle: Ralf Kunze