

Die wirtschaftliche Bedeutung von Veranstaltungen der Olympia Sport- und Veranstaltungs- zentrum Innsbruck GmbH und der Congress und Messe Innsbruck GmbH

Oliver Fritz, Gerhard Streicher

Wissenschaftliche Assistenz: Alexandros Charos,
Sabine Ehn-Fragner, Fabian Gabelberger,
Susanne Markytan, Michael Weingärtler



Die wirtschaftliche Bedeutung von Veranstaltungen der Olympia Sport- und Veranstaltungszentrum Innsbruck GmbH und der Congress und Messe Innsbruck GmbH

Oliver Fritz, Gerhard Streicher

Juni 2019

Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Im Auftrag von: Tourismusverband Innsbruck und seine Feriendörfer

Begutachtung: Philipp Piribauer • Wissenschaftliche Assistenz: Alexandros Charos, Sabine Ehn-Fragner,
Fabian Gabelberger, Susanne Markytan, Michael Weingärtler

Inhalt

Im Mittelpunkt dieser Studie stehen die volks- und regionalwirtschaftlichen Effekte von Veranstaltungen, die von der Olympia Sport- und Veranstaltungszentrum Innsbruck GmbH und der Congress und Messe Innsbruck GmbH ausgerichtet werden. Neben den für spezifische Veranstaltungen relevanten Ausgaben auf der Nachfrage- wie auch Angebotsseite (z. B. Aufwand von Messeausstellern, Kosten von Bühnenbild und Kostümen) wird zudem der laufende Aufwand für den Betrieb der Veranstaltungsinfrastruktur (Messe- und Kongresshallen, Sport- und Spielstätten) in der Simulation berücksichtigt, die mit dem multi-regionalen ökonomischen Input-Output-Modell für Österreich (ASCANIO) durchgeführt wird. Insgesamt sind demnach mit den Veranstaltungen eine Bruttowertschöpfung von 200 Mio. € sowie knapp 3.400 Beschäftigungsverhältnisse verbunden, von denen rund drei Viertel auf das Bundesland Tirol entfallen.

Rückfragen: oliver.fritz@wifo.ac.at

2019/153-4/S/WIFO-Projektnummer: 2317

© 2019 Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung

Medieninhaber (Verleger), Herausgeber und Hersteller: Österreichisches Institut für Wirtschaftsforschung,
1030 Wien, Arsenal, Objekt 20 • Tel. (+43 1) 798 26 01-0 • Fax (+43 1) 798 93 86 • <https://www.wifo.ac.at/> • Verlags- und Herstellungsort: Wien

Verkaufspreis: 40 € • Kostenloser Download: <https://www.wifo.ac.at/www/pubid/61847>

Die wirtschaftliche Bedeutung von Veranstaltungen der Olympia Sport- und Veranstaltungszentrum Innsbruck GmbH und der Congress und Messe Innsbruck GmbH

Inhalt

I.	Einleitung	1
II.	Methode zur Simulation gesamtwirtschaftlicher Effekte	3
III.	Simulationsgrundlagen	9
A.	<i>Unternehmensebene</i>	9
B.	<i>BesucherInnenausgaben</i>	9
C.	<i>Aufwendungen von externen Veranstalterorganisationen</i>	13
IV.	Simulationsergebnisse	17
V.	Imageeffekte der Veranstaltungen	23
VI.	Schlussfolgerungen	25
	Glossar	27
	Literaturhinweise	27

Abbildungs- und Übersichtsverzeichnis

Abbildung 1: Modellstruktur ASCANIO	5
Abbildung 2: Umsatzeffekte nach Gütern	19
Übersicht 1: BesucherInnen und VeranstalterInnen nach Veranstaltungskategorien (CMI)	10
Übersicht 2: Veranstaltungen nach Kategorien (CMI)	10
Übersicht 3: Herkunft der BesucherInnen nach Veranstaltungstyp (CMI)	11
Übersicht 4: Durchschnittliche Ausgaben je BesucherIn und Veranstaltung nach Veranstaltungskategorien (CMI)	12
Übersicht 5: Gesamtausgaben von BesucherInnen nach Veranstaltungskategorien (CMI)	12
Übersicht 6: Berücksichtigte Veranstaltungen (Olympiaworld)	12
Übersicht 7: Durchschnittliche Ausgaben je BesucherIn nach der Herkunft (Olympiaworld)	13
Übersicht 8: Externe Veranstaltungskosten je BesucherIn und Veranstaltung (CMI)	14
Übersicht 9: Externe Veranstaltungskosten nach Veranstaltungstyp in (CMI)	14
Übersicht 10: Kosten der MesseausstellerInnen (CMI)	14
Übersicht 11: Simulationsrelevante Ausgaben	17
Übersicht 12: Direkte und indirekte gesamtwirtschaftliche Effekte	18
Übersicht 13: Direkte, indirekte und induzierte gesamtwirtschaftliche Effekte	18
Übersicht 14: Verteilung der Steuereinnahmen auf Basis des Finanzausgleichs nach Gebietskörperschaften	18
Übersicht 15: Umsatzeffekte nach Gütern	20
Übersicht 16: Direkte, indirekte und induzierte Effekte der BesucherInnen für Veranstaltungen (CMI)	21
Übersicht 17: Imageeffekte für die Tourismusregion	23

I. Einleitung

Die wirtschaftliche Bedeutung von Veranstaltungen verschiedenster Art für die Region des Veranstaltungsorts, umliegende Regionen und darüber hinaus für ganz Österreich wird durch die Zahl der VeranstaltungsbesucherInnen bzw. die Erlöse aus dem Verkauf von Eintrittskarten nur unvollständig erfasst. BesucherInnen von Veranstaltungen wie auch Personen, die aktiv an der Durchführung der Veranstaltung beteiligt sind (SportlerInnen und ihre BetreuerInnen, KünstlerInnen, MesseausstellerInnen usw.), reisen zu den Veranstaltungen an und fragen während ihres Aufenthalts Verpflegungs- wie Unterkunftsleistungen nach. Sie nutzen eventuell den Besuch für diverse andere Freizeitaktivitäten vor Ort. Auch für Organisation und Durchführung der Veranstaltungen sind Leistungen erforderlich (wie etwa Standauf- und -abbau sowie -betrieb bei Messen; Aufwendungen für Sicherheit, Ticketkontrolle, Licht- und Tontechnik etc.; Aufwendung für die Produktion von Kulturveranstaltungen wie Bühnenbild, Kostüme etc.), darüber hinaus ist die Veranstaltungsinfrastruktur zu erhalten und betreiben (z.B. Einrichtung und Betrieb der Messehallen, Sportstätten, Konferenzräumlichkeiten usw.). All dies ist mit Wertschöpfung in der Veranstaltungsregion, aber auch – über Handels- und Zulieferverflechtungen – in anderen (benachbarten, aber auch weiter entfernten) Regionen verbunden.

Im Mittelpunkt dieser Studie stehen Veranstaltungen, die von der **Olympia Sport- und Veranstaltungszentrum Innsbruck GmbH** ("Olympiaworld"; ausschließlich Veranstaltungen in der *Olympiahalle Innsbruck*) sowie der **Congress und Messe Innsbruck GmbH** ("CMI") im Geschäftsjahr 2017/2018 ausgerichtet wurden. Abgeschätzt werden die Effekte, die von Veranstaltungen dieser Organisationen, aber auch von den Organisationen selbst, auf die österreichische und insbesondere Tiroler Wirtschaft ausstrahlen.

Der Bericht ist wie folgt gegliedert: Kapitel II widmet sich einer ausführlichen Beschreibung des für die Simulationen verwendeten regionalwirtschaftlichen Modells ASCANIO; in Kapitel III wird das Vorgehen bei der Berechnung der Simulationsinputs, einschließlich der dabei getroffenen Annahmen, dargestellt, die einen wichtigen Rahmen für die Interpretation der Ergebnisse bilden. Das letzte Kapitel IV fasst die Simulationsergebnisse zusammen.

II. Methode zur Simulation gesamtwirtschaftlicher Effekte

Für die Berechnung der gesamtwirtschaftlichen Effekte werden folgende Bereiche berücksichtigt:

- **Unternehmen:** Aufwendungen, welche im Laufe eines Geschäftsjahres bei den beiden genannten Unternehmen (CMI, Olympiaworld) im Rahmen ihrer Unternehmensaktivitäten anfallen sowie die von diesen Unternehmen erwirtschaftete Bruttowertschöpfung, bestehend aus Löhnen und Gehältern der eigenen MitarbeiterInnen, den Betriebsüberschüssen sowie den Abschreibungen.¹⁾
- **Externe VeranstalterInnen:** Aufwendungen von Unternehmen, die als Veranstaltungsorganisatoren aufgetreten sind bzw. die als AusstellerInnen an Messen teilgenommen haben (Auf- und Abbau sowie Betrieb des Messestandes).
- **BesucherInnen:** Ausgaben der BesucherInnen von Veranstaltungen, die im Zusammenhang mit der Veranstaltung stehen. Dazu zählen Ausgaben für An- und Abreise zum und vom Veranstaltungsort, für Verpflegung und Unterkunft, für Einkäufe und Freizeitaktivitäten unmittelbar vor, während oder unmittelbar nach dem Veranstaltungsbesuch sowie gegebenenfalls auch Ausgaben für Urlaubsaufenthalte, die in direktem Zusammenhang mit der Veranstaltung gesehen werden können (d.h. ohne den Veranstaltungsbesuch wahrscheinlich nicht angefallen wären).

Die so abgegrenzten Ausgaben der Unternehmen, VeranstalterInnen, AusstellerInnen und BesucherInnen stellen die sogenannten **direkten gesamtwirtschaftlichen Effekte** der hier betrachteten Veranstaltungsaktivitäten dar. Im Wirtschaftskreislauf bilden diese aber nur den ersten Schritt: Produktionsverflechtungen zwischen den Sektoren bewirken, dass nicht nur die unmittelbar von den genannten Ausgaben profitierenden Unternehmen, sondern auch Drittfirmen – über Zulieferbeziehungen – indirekt mit den Veranstaltungen in Verbindung stehen. Diese **indirekten Effekte** ergeben sich aus den durch den Nachfrageimpuls der direkten Effekte ausgelösten Zulieferungen und durchlaufen mehrere Ebenen des Produktionssystems (Lieferungen dritter Unternehmen an die direkten Auftragnehmer, Lieferungen an diese Zulieferer usw.). Darüber hinaus wird entlang dieser Lieferkette auch Wertschöpfung generiert – diese besteht wie schon zuvor erwähnt aus Löhnen und Gehältern, Abschreibungen und Betriebsüberschüssen (Gewinnen). Die Wertschöpfung ist für zusätzliche, sogenannte **induzierte Effekte** im Wirtschaftskreislauf verantwortlich: 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, Unterneh-

¹⁾ Bei den direkten Wertschöpfungseffekten müssen Subventionen, die an die Unternehmen fließen, abgezogen werden.

menssteuern sowie Sozialversicherungsabgaben. Direkte, indirekte und induzierte Effekte zusammen ergeben die regional- bzw. volkswirtschaftlichen Wirkungen von Veranstaltungen, also zumindest einen Teil der von diesen ausgehenden "Umwegrentabilität".

Während die direkten Effekte über Befragungen (von BesucherInnen, VeranstalterInnen, AusstellerInnen usw.) bzw. über Sekundärdaten (Informationen der Unternehmen zu ihren Erlösen und Aufwendungen) erhoben und somit quantifiziert werden können, ist das für indirekte und induzierte Effekte nicht möglich. Für die Abschätzung dieser Effekte sind geeignete multisektorale und multiregionale Simulationsmodelle erforderlich. Das WIFO hat für solche Zwecke das Modell **ASCANIO** entwickelt, ein multiregionales und -sektorales Modell der österreichischen Wirtschaft.

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, usw. – in konsistenter Weise abgeleitet) sowie ein Modell für die Lohnbildung.

Die Verflechtungen zwischen den Sektoren werden in den regionalen Input-Output-Tabellen dargestellt; diese definieren die Vorleistungsverflechtungen zwischen den Wirtschaftssektoren (Beispiel: Zukauf von Werbeleistungen für eine Veranstaltung). 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.

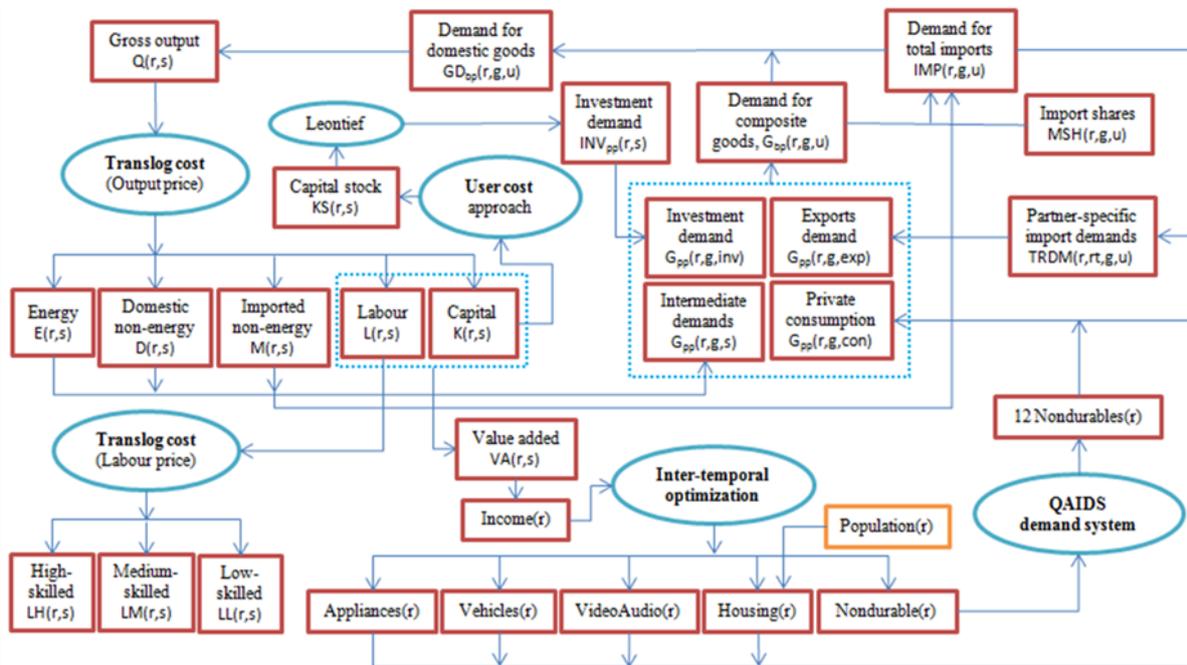
ASCANIO ist Teil einer Modellfamilie, die auf unterschiedlichen geografischen Ebenen angesiedelt ist.²⁾ Gemeinsam ist diesen Modellen ein theoretischer Kern, der um detaillierte statistische Informationen auf der jeweiligen Regionsebene ergänzt wird.³⁾ Die Struktur dieser Modellfamilie weist ein Schema wie in Abbildung 1 dargestellt auf.

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

²⁾ Diese reicht von BERIO – auf Ebene der österreichischen Bezirke – über FIDELIO – einem Modell der EU 28 – bis zu ADAGIO, einem Weltmodell, das, je nach Version, zwischen 40 und 67 Länder bzw. Regionen umfasst.

³⁾ Für eine genaue Beschreibung der Strukturen vgl. *Kratena et al.* (2013 und 2017), *Streicher* (2009) sowie *Fritz et al.* (2005).

Abbildung 1: Modellstruktur ASCANIO



Q: WIFO, IPTS.

- *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 Center darstellen, ergibt sich eine systematische – und nicht unbeträchtliche – regionale Dispersion von Konsumausgaben. KonsumentInnen besuchen zudem auch Shopping Center außerhalb des eigenen Bundeslandes, womit es zu interregionalen Kaufkraftabflüssen kommt.

- *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.

Die Modellebenen von ASCANIO bestehen aus:

- neun Bundesländern (sowie 42 Nationalstaaten, darunter die übrigen Länder der EU 27, 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 Beschäftigung⁴⁾, nach Sektoren und Regionen. Diese können auch getrennt nach den genannten Wirkungsstufen (direkt, indirekt und induziert) abgeschätzt werden.

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 die Verteilung auf die Gebietskörperschaften Bund, Länder und Gemeinden (aggregiert auf Länderebene).

Diese Analysemethode berücksichtigt den gesamten Wirtschaftskreislauf, ist jedoch auch einigen Einschränkungen unterworfen, die bei der Interpretation der Ergebnisse mitberücksichtigt werden müssen:

- (1) Sie umfasst keinesfalls alle gesamtwirtschaftlichen Effekte, die sich aus Veranstaltungen theoretisch ableiten lassen: So erhöhen Veranstaltungen jeder Art auch die Lebensqualität in einer Region, womit diese als Wohn- aber auch Standortregion für Unternehmen attraktiver wird und Kaufkraftabflüsse in andere Regionen (Besuch von Konzerten, Sportveranstaltungen usw. in anderen Bundesländern oder im nahen Ausland) abnehmen. Wissensaustausch und -weitergabe während Konferenzen oder Firmenveranstaltungen, Kooperationsanbahnungen usw. zählen ebenfalls zu den intangiblen Effekten mit gesamtwirtschaftlicher Bedeutung, die jedoch kaum quantifizierbar sind. Letzteres gilt auch für Umsatzsteigerungen von Unternehmen, die auf Messen ausstellen, und die hier nicht berücksichtigt werden können.
- (2) Die Qualität der Analyse ist auch von der Qualität der Daten zu den direkten Effekten abhängig, die für diese Studie zum Teil über Befragungen erhoben wurden. BesucherInnen wie auch VeranstalterInnen und AusstellerInnen sind teilweise aber nicht bereit, Informationen zu ihren Ausgaben (Aufwendungen) zur Verfügung zu stellen, andererseits kann nicht davon ausgegangen werden, dass die gemachten Angaben immer mit den tatsächlichen Ausgaben übereinstimmen. Darüber hinaus sind Befragungen mit einem hohen Aufwand

⁴⁾ Ebenso wie der Produktionswert; dieser stellt allerdings nur eine Umsatzgröße dar, die nur sehr bedingt Aussagen über die Leistung eines Wirtschaftssektors zulässt.

verbunden und können somit nur eine Stichprobe aller BesucherInnen bzw. VeranstaltungsorganisatorInnen und AusstellerInnen umfassen. Zwar wurden die Befragungsdaten plausibilisiert und gegebenenfalls bereinigt, dennoch muss von hohen, statistisch aber nicht quantifizierbaren Schwankungsbreiten der Simulationsergebnisse ausgegangen werden.

- (3) Letzteres kommt nicht nur durch unvollständige oder mangelhafte Daten zu den direkten Effekten zustande, sondern auch durch den Einsatz eines multiregionalen und multisektoralen Simulationsmodells. Bei der Erstellung eines solchen Modells müssen für fehlende Informationen (z.B. zu den Handelsverflechtungen zwischen Sektoren und Regionen) auf Schätzungen zurückgegriffen werden, die mit Unsicherheit behaftet sind.
- (4) 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.
- (5) Zu guter Letzt muss erwähnt werden, dass in der Berechnung der gesamtwirtschaftlichen Effekte keine Opportunitätskosten berücksichtigt werden. Die der Simulation zugrundeliegenden Ausgaben von BesucherInnen, VeranstalterInnen und AusstellerInnen hätten auch dann in vielen Fällen gesamtwirtschaftliche Effekte ausgelöst, wären sie alternativen Verwendungen zugeführt worden. Solche Alternativrechnungen wurden hier nicht durchgeführt.

III. Simulationsgrundlagen

A. *Unternehmensebene*

Die Olympia Sport- und Veranstaltungszentrum Innsbruck GmbH und die Congress und Messe Innsbruck GmbH stellten neben Informationen über den MitarbeiterInnenstand auch solche über Erlöse (nach Erlösarten) und Aufwendungen (nach unterschiedlich detaillierten Güter- und Leistungsgruppen) aus ihrer Tätigkeit im vergangenen Geschäftsjahr zur Verfügung, wobei zum Teil auch eine regionale Verortung der zuliefernden Unternehmen möglich war. Für die Congress und Messe Innsbruck GmbH konnte überdies auf Daten der Leistungs- und Strukturhebung von Statistik Austria für die Jahre 2013 bis 2015 zurückgegriffen werden. Die Olympia Sport- und Veranstaltungszentrum Innsbruck GmbH schränkte ihre Informationen auf jenen Geschäftsbereich ein, der Veranstaltungen betrifft.

Diese Informationen wurden in Folge zu einem Simulationsinput für ASCANIO verarbeitet: Alle Aufwendungen wurden, unter Berücksichtigung der vorhandenen regionalen Informationen, den im Modell vorhandenen Gütern zugeordnet. Aus Erlösen und Aufwendungen ergab sich gemäß den Vorschriften der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung eine unternehmensspezifische Bruttowertschöpfung, wobei wie erwähnt Subventionen zum Abzug gebracht werden mussten. Aus Vertraulichkeitsgründen wird der Simulationsinput der einzelnen Unternehmen nicht im Detail dargestellt.

B. *BesucherInnenausgaben*

Informationen zu den BesucherInnen von Veranstaltungen wurden im Rahmen einer mündlichen Befragung auf Grundlage eines strukturierten Fragebogens und einer Stichprobe von Veranstaltungen erhoben. Im Mittelpunkt dieser Befragung standen die Ausgaben, gegliedert nach verschiedenen Kategorien, die die BesucherInnen im Rahmen des Veranstaltungsbesuchs tätigten. Die Ausgaben für Veranstaltungseintritte wurden zwar erhoben, in der Simulation jedoch nicht verwendet, da die Eintrittsgelder Erlöse für die VeranstalterInnen darstellen und dementsprechend dort Berücksichtigung fanden. Die um diese Ausgaben bereinigten Befragungsergebnisse wurden auf die Gesamtheit aller VeranstaltungsbesucherInnen hochgerechnet.

Die Herkunft der Besucher spielt bei der Ermittlung der simulationsrelevanten Ausgaben bzw. eventuell anfallenden Opportunitätskosten eine entscheidende Rolle: Während bei BesucherInnen aus dem Ausland angenommen werden kann, dass diese Ausgaben alternativ im Ausland getätigt worden wären und somit keine Opportunitätskosten anfallen, ist das bei inländischen BesucherInnen so nicht der Fall. Zusätzliche Ausgaben für ein Konzert, eine Messe usw. werden eventuell von den KonsumentInnen durch geringere Ausgaben für andere Konsumgüter vollständig oder teilweise kompensiert – die gesamtwirtschaftlichen Effekte der Ausgaben im Zusammenhang mit der Veranstaltung müssten dementsprechend kompensiert werden. Auf die Berücksichtigung dieser Opportunitätskosten wurde hier verzichtet – sowohl bei BesucherInnen aus Tirol wie auch aus anderen Bundesländern.

Zudem ist auch die Aufenthaltsdauer relevant – eine längere Aufenthaltsdauer ist in der Regel mit höheren Ausgaben für Unterkunft, Verpflegung etc. verbunden.

CMI

Insgesamt wurden 509 Veranstaltungen mit mehr als 580.000 BesucherInnen in die Berechnung der gesamtwirtschaftlichen Effekte mitaufgenommen. Übersicht 1 stellt die Zahl der BesucherInnen und VeranstalterInnen nach Veranstaltungskategorien dar. Allein auf Basis der BesucherInnenzahlen sind Messen mit einem Anteil von über 47% das wichtigste Veranstaltungsegment, gefolgt von Kulturevents (ca. 25%) sowie gesellschaftlichen Veranstaltungen (ca. 21%). Zieht man auch andere Faktoren in Betracht, welche insbesondere für die Berechnung der direkten, indirekten und induzierten Effekte wesentlich sind (etwa die Ausgaben der nationalen und internationalen BesucherInnen), so sind Kongresse, Tagungen und Messen jener Bereich, der für die CMI die größte Bedeutung einnimmt.

Übersicht 1: BesucherInnen und VeranstalterInnen nach Veranstaltungskategorien (CMI)

	BesucherInnen	Anzahl	VeranstalterInnen
Kongresse	20.484		57
Firmen	19.063		86
Gesellschaft	121.252		220
Kultur	145.730		111
Messen	277.102		35
<i>Insgesamt</i>	<i>583.631</i>		<i>509</i>

Q: CMI.

Die Befragung von BesucherInnen wurde durch ein unabhängiges Institut durchgeführt. In die Stichprobe wurden folgende 15 Veranstaltungen, gegliedert nach vier Kategorien, aufgenommen:

Übersicht 2: Veranstaltungen nach Kategorien (CMI)

<i>Konferenzen</i>	ESTS ISPAD
<i>Gesellschaftliche Events</i>	Ball der Tiroler Wirtschaft Bauernbundball Maturaball SilvesterBeats Technikerball
<i>Kulturveranstaltungen</i>	Adventsingen Chippendales Internationaler Tanzsommer Michael Mittermaier Herbert Pixner
<i>Messen</i>	FAFGA Herbstmesse Innsbruck Interalpin

Q: CMI, WIFO.

Insgesamt wurden über 6.000 BesucherInnen befragt, das entspricht rund 1% aller BesucherInnen (rund 580.000); die Befragung hat damit 0,9% aller BesucherInnen von gesellschaftlichen Veranstaltungen erfasst, für Kulturveranstaltungen beläuft sich dieser Wert auf 1,2%, für Konferenzen (inkl. Firmenveranstaltungen) auf 1,6% und für Messen auf 0,9%.

Teil des Befragungsprogramms waren auch Fragen zur Herkunft der BesucherInnen; die Ergebnisse sind der Übersicht 3 zu entnehmen.

Übersicht 3: Herkunft der BesucherInnen nach Veranstaltungstyp (CMI)

	Konferenzen und Firmenveranstaltungen	Gesellschaftliche Events	Kulturveranstaltungen	Messen
	In %			
Innsbruck	4	23	22	10
Tirol ohne Innsbruck	25	70	53	36
Burgenland	0	0	0	0,8
Kärnten	0	0,4	0,3	0,7
Oberösterreich	6	0,3	0,9	0,5
Niederösterreich	8	0,3	0,5	2
Salzburg	4	0,2	1	1
Steiermark	3	0,3	0,5	11
Vorarlberg	5	1	2	0,6
Wien	12	0,2	0,3	19
Ausland	33	4	19	18

Q: BesucherInnenbefragung CMI, WIFO-Berechnungen.

Die Ausgaben je BesucherIn sind in Übersicht 4 dargestellt. Es zeigt sich, dass KonferenzbesucherInnen die höchsten Ausgaben tätigen, gefolgt von TeilnehmerInnen von Firmenveranstaltungen.⁵⁾ Die geringsten Ausgaben fallen bei Besuchen von Kulturveranstaltungen an. Rechnet man die Ausgaben je BesucherIn und Tag, so ergeben sich 530 Euro für Konferenzen und Firmenveranstaltungen; 380 Euro für gesellschaftliche Events; 305 Euro für MessebesucherInnen und schließlich 280 Euro für Personen, die an kulturellen Veranstaltungen teilnehmen. BesucherInnen der CMI-Veranstaltungen wurden auch danach befragt, ob der Veranstaltungsbesuch mit einem Urlaubsaufenthalt vor oder nach der Veranstaltung verbunden war und welche Ausgaben dafür anfielen (siehe auch Übersicht 4).⁶⁾

Insgesamt ergeben sich damit Gesamtausgaben von rund 242 Mio. Euro, die von BesucherInnen von CMI-Veranstaltungen getätigt werden, und die als Input in die Modellsimulation eingehen (Übersicht 5).

⁵⁾ Es wurde, nach Rücksprache mit CMI angenommen, dass die Ausgaben von BesucherInnen von Firmenveranstaltungen (die nicht Teil der Befragung waren) denen von BesucherInnen gesellschaftlicher Veranstaltungen entsprechen – mit Ausnahme der Anreise, für die Kosten von 100 Euro festgelegt wurden.

⁶⁾ Diese Frage war im Fragebogen für BesucherInnen der Olympiaworld und der Innsbrucker Festwochen nicht inkludiert, was deren durchschnittliche Ausgaben etwas nach unten verzerrt.

Übersicht 4: Durchschnittliche Ausgaben je BesucherIn und Veranstaltung nach Veranstaltungskategorien (CMI)

	Konferenzen	Firmenveranstaltungen	Gesellschaftliche Events	Kulturveranstaltungen	Messen
	In Euro				
Anreise	430	100	11	18	55
Unterkunft	475	169	169	118	212
Verpflegung	180	39	39	51	41
Einkäufe	117	99	99	67	27
Freizeitaktivitäten	39	9	9	9	6
Ausflüge	11	26	26	7	11
Sonstiges	29	25	25	17	15
Urlaub vor / nach der Veranstaltung*)	106	12	10	34	31
Insgesamt	1.387	479	388	321	398

Q: BesucherInnenbefragung CMI, WIFO-Berechnungen. Werte auf Euro gerundet. – *) Diese Frage wurde nur bei Veranstaltungen der CMI berücksichtigt.

Übersicht 5: Gesamtausgaben von BesucherInnen nach Veranstaltungskategorien (CMI)

	Mio. Euro
Konferenzen	28,4
Firmenveranstaltungen	9,1
Gesellschaftliche Events	47,1
Kulturveranstaltungen	46,7
Messen	110,2
Insgesamt	241,6

Q: BesucherInnenbefragung CMI, WIFO-Berechnungen.

Olympiaworld

In die Simulationsrechnungen wurden 24 Veranstaltungen mit insgesamt 91.500 BesucherInnen mitaufgenommen; die Veranstaltungen sind Übersicht 6 zu entnehmen. Befragt wurden über 2.800 Personen, das entspricht 3,1% aller BesucherInnen dieser Veranstaltungen. Rund 70% der BesucherInnen kommen aus Tirol, rund 23% aus dem Ausland und nur in etwa 8% aus anderen österreichischen Bundesländern.

Übersicht 6: Berücksichtigte Veranstaltungen (Olympiaworld)

AbbaMania	Frauenlauf	Kickboxing Austrian Open
Air + Style	Go Shred	Luke Mockridge
Bischofsweihe	Handball Qualifikation Damen	Mario Barth
Blasmusik Wettbewerb	Harry Potter in Concert	O4 Pop Up Location
Die große Schlagerparty	Haute Route Tourstopp	ÖFB Länderspiel/VIP Area
Die Toten Hosen	ISU Cup of Tyrol	OTTO Waalkes
Ehrlich Brothers	JUFF Landesjugendsingen	Rainhard Fendrich
Einkleidung ÖSV	Junioren WM Short Track	Taekwondo

Q: Olympiaworld.

Übersicht 7 veranschaulicht die Ausgaben je BesucherIn, differenziert nach der Herkunft. Wie zu erwarten geben Tiroler BesucherInnen am wenigsten für die Veranstaltung aus (auch hier wiederum ohne Veranstaltungseintritte), ausländische jedoch am meisten. Die Ausgaben liegen auch deutlich unter jenen, die BesucherInnen von Veranstaltungen der CMI in der Befragung angeben.

Übersicht 7: Durchschnittliche Ausgaben je BesucherIn nach der Herkunft (Olympiaworld)

	Ausland	Übriges Österreich In Euro	Tirol
An- und Abreise	79	52	13
Unterkunft	19	5	1
Verpflegung	14	11	5
Einkäufe	20	13	11
Freizeitaktivitäten	6	11	3
Sonstiges	14	17	6
Insgesamt	152	109	39

Q: BesucherInnenbefragung Olympiaworld, WIFO-Berechnungen. Werte auf Euro gerundet.

Aus der Zahl der BesucherInnen und ihren durchschnittlichen Ausgaben ergeben sich auch hier die simulationsrelevanten Gesamtausgaben, die bei 6,4 Mio. Euro liegen.

C. Aufwendungen von externen Veranstalterorganisationen

Tätigen Veranstalterorganisationen oder AusstellerInnen Aufwendungen, die in direktem Zusammenhang mit der Veranstaltung stehen (Aufwand für Bühnenauf- und -abbau, Technik, Security, Standbau usw.), so sind auch diese mit weiterführenden volkswirtschaftlichen Effekten verbunden, die mittels einer Modellsimulation ermittelt werden können. Zur Berechnung der direkten Effekte, also der Aufwendungen je Veranstaltung, wurden für jedes Unternehmen folgende Berechnungsschritte vorgenommen:

CMI

Die Kosten für die Organisation einer Veranstaltung wurden im Rahmen einer Befragung unter VeranstalterInnen erhoben. Dabei wurden verschiedene Kostenkategorien unterschieden: für extern zugekaufte Dienstleistungen, Catering, gemietete technische Ausstattung, sonstige Sachaufwendungen sowie Personalkosten eigener Mitarbeiter wurde angenommen, dass diese Kosten mit der Zahl der BesucherInnen variieren. Die im Durchschnitt aller Befragten ermittelten Kosten wurden mit der Zahl der BesucherInnen aller Veranstaltungen hochgerechnet. Honorare von Vortragenden, Künstlern usw. sowie deren Verpflegung und Transport wurden als Veranstaltungsfixkosten betrachtet – für die Hochrechnung wurde die Zahl aller Veranstaltungen herangezogen. Gebühren, die von den VeranstalterInnen an die CMI abzuführen waren, blieben unberücksichtigt, da sie als Erlöse der CMI Teil der Unternehmensanalyse waren.

Nachdem der Rücklauf bei der Befragung unter VeranstalterInnen sehr gering ausfiel (insgesamt konnten Antworten von nur 13 VeranstalterInnen verarbeitet werden), wurden die

ermittelten durchschnittlichen Kosten ausführlich mit dem Auftraggeber diskutiert und plausibilisiert. Über alle Veranstaltungstypen hinweg ergaben sich folgende durchschnittliche Kosten:

Übersicht 8: Externe Veranstaltungskosten je BesucherIn und Veranstaltung (CMI)

	In Euro
Durchschnittliche Kosten je BesucherIn	
Externe Dienstleistungen	28
Externes Catering	37
Miete für technische Ausstattung	13
Sachaufwendungen (z.B. Dekoration, Getränke, ...)	3,5
Personalkosten (z.B. Löhne, Diäten, Unterkunft von eigenen Mitarbeitern)	4,5
Sonstige Aufwendungen	5
Durchschnittliche Kosten je Veranstaltung	
Honorare für Vortragende oder Künstler usw.	4.100
Kosten für Unterkunft und Verpflegung von Vortragenden oder Künstlern usw.	5.800
Transport- und Reisekosten von Vortragenden oder Künstlern usw.	6.200

Q: VeranstalterInnenbefragung CMI, WIFO-Berechnungen.

Insgesamt beliefen sich die Aufwendungen der externen VeranstalterInnen auf rund 23 Mio. Euro, die sich auf die einzelnen Veranstaltungstypen wie folgt aufgliedern:

Übersicht 9: Externe Veranstaltungskosten nach Veranstaltungstyp (CMI)

	Mio. Euro
Konferenzen	4,5
Firmenveranstaltungen	8,2
Gesellschaftliche Events	3,0
Kulturveranstaltungen	5,0
Messen	2,4

Q: VeranstalterInnenbefragung CMI, WIFO-Berechnungen.

Auch die Kosten von MesseausstellerInnen – insgesamt 3.843 an der Zahl – wurden im Rahmen einer Befragung erhoben. Insgesamt beliefen sich deren Aufwendungen auf rund 25,5 Mio. Euro; Kosten für Standmieten, die als Erlöse an die CMI fließen, sowie Kosten von eigenen MitarbeiterInnen wurden nicht miteingerechnet. Diese Aufwendungen verteilen sich auf die einzelnen erhobenen Kostenkategorien wie folgt.

Übersicht 10: Kosten der MesseausstellerInnen (CMI)

	Mio. Euro
Kosten für Fremdfirmen bei der Standherstellung, Standauf- und -abbau	2,9
Standbezogene Material- und Sachkosten	5,5
Hin- und Rücktransport von Waren und Materialien usw.	2,7
An- und Abreise (von Personal)	2,0
Kosten für temporäres Personal bzw. Fremdpersonal	4,0
Kosten für Unterkunft und Verpflegung	3,1
Sonstige Kosten	5,3

Q: VeranstalterInnenbefragung CMI, WIFO-Berechnungen.

Olympiaworld

Eine Befragung unter den OrganisatorInnen jener der Olympiaworld zurechenbaren Veranstaltungen blieb leider ohne brauchbarem Ergebnis. Für die Simulation wurde daher auf Informationen aus der österreichischen Input-Output-Tabelle 2014 zurückgegriffen: Die Befragung der BesucherInnen von Veranstaltungen der Olympiaworld ergab Ticketerlöse von rund 6,5 Mio. Euro über alle Veranstaltungen hinweg. Auf Basis der aus der Input-Output-Tabelle für den Sektor 93 (Erbringung von Dienstleistungen des Sports, der Unterhaltung und der Erholung) bekannten Verteilung der Erlöse dieses Sektors auf Aufwendungen und Bruttowertschöpfungskomponenten (Personalkosten, Betriebsüberschüsse, Abschreibungen) wurde ein Simulationsinput generiert.

IV. Simulationsergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Modellsimulation dargestellt. Diese Simulationen gehen zusammengefasst von folgenden Ausgaben von BesucherInnen, VeranstalterInnen bzw. AusstellerInnen aus:⁷⁾

Übersicht 11: Simulationsrelevante Ausgaben

	Mio. Euro
CMI	290,2
Olympiaworld	12,9

Q: WIFO-Berechnungen.

Ausgehend von diesen Werten ist mit den Veranstaltungsaktivitäten der beiden Institutionen eine Bruttowertschöpfung von rund 200 Mio. Euro verbunden, werden nur direkte und indirekte Effekte erfasst (also die Effekte, die bei der CMI und der Olympiaworld und ihren Zulieferern – sowie deren Zulieferern usw. – verortet sind); einschließlich der induzierten Effekte (privater Konsum, Abschreibungen, Investitionen, usw.) beträgt die Bruttowertschöpfung knapp 380 Mio. Euro. Die damit verbundenen Beschäftigungseffekte umfassen insgesamt ca. 3.400 Beschäftigungsverhältnisse (BVH; direkte und indirekte Effekte) bzw. 6.100 BVH (inkl. der induzierten Effekte). Die Steuereinnahmen liegen zwischen 67 und 126 Mio. Euro.⁸⁾ An Sozialversicherungsabgaben wird ein Aufkommen von 36 bzw. 65 Mio. Euro geschätzt. Die Wirtschaft Tirols vereint, wie erwartet, den höchsten Anteil der Effekte auf sich: Knapp drei Viertel der direkten und indirekten Wertschöpfung und Beschäftigung fallen in Tirol an.

Den Großteil der Effekte geht auf Veranstaltungen der CMI zurück, zum einen bedingt durch die weitaus größte Zahl an Veranstaltungen (und damit BesucherInnen und VeranstalterInnen), zum anderen durch die laut Befragung relativ hohen durchschnittlichen BesucherInnenausgaben, darunter etwa auch allfällige Ausgaben für Urlaube vor oder nach einer Veranstaltung (siehe Übersicht 4).

⁷⁾ Zusätzlich stellen auch Unternehmensaufwendungen und die unternehmensspezifische Bruttowertschöpfung einen Modellinput dar, der aber in diesen Zahlen aber aus Vertraulichkeitsgründen nicht enthalten ist.

⁸⁾ Diesen Steuereinnahmen wurden die den Institutionen ausbezahlten Subventionen und Zuschüsse nicht gegengerechnet.

Übersicht 12: Direkte und indirekte gesamtwirtschaftliche Effekte

	<u>Olympiaworld</u>	<u>CMI</u>
Bruttowertschöpfung in Mio. Euro	10	190
Beschäftigungsverhältnisse	160	3.200
Steuereinnahmen in Mio. Euro	3	64
Sozialversicherungsbeiträge in Mio. Euro	2	34
Davon Tirol		
Bruttowertschöpfung in Mio. Euro	6	140
Beschäftigungsverhältnisse	110	2.400

Q: WIFO-Berechnungen.

Übersicht 13: Direkte, indirekte und induzierte gesamtwirtschaftliche Effekte

	<u>Olympiaworld</u>	<u>CMI</u>
Bruttowertschöpfung in Mio. Euro	18	360
Beschäftigungsverhältnisse	300	5.800
Steuereinnahmen in Mio. Euro	6	120
Sozialversicherungsbeiträge in Mio. Euro	3	62
Davon Tirol		
Bruttowertschöpfung in Mio. Euro	9	190
Beschäftigungsverhältnisse	150	3.200

Q: WIFO-Berechnungen.

Das in das Simulationsmodell integrierte Steuermodell verteilt die anfallenden Steuereinnahmen auf Basis des Finanzausgleichsgesetzes auf die einzelnen Gebietskörperschaften, wie Übersicht 14 zeigt. Der Großteil der Steuereinnahmen entfällt mit rund zwei Dritteln auf den Bund; den Rest teilen sich Länder und Gemeinden in etwa im Verhältnis 60:40 auf.

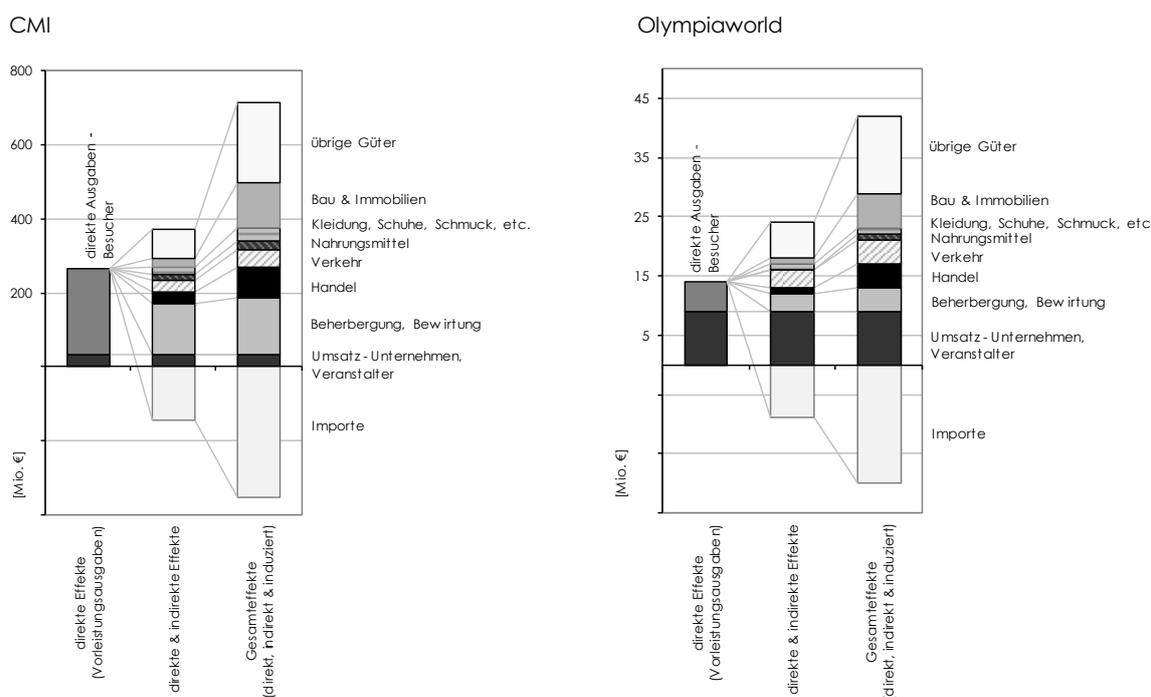
Übersicht 14: Verteilung der Steuereinnahmen auf Basis des Finanzausgleichs nach Gebietskörperschaften

Gebietskörperschaft	<u>CMI</u>			<u>Olympiaworld</u>		
	Bund	Länder	Gemeinden	Bund	Länder	Gemeinden
			Mio. Euro			
Burgenland		0,8	0,4		0,0	0,0
Kärnten		1,7	1,0		0,1	0,0
Niederösterreich		4,5	2,4		0,2	0,1
Oberösterreich		4,1	2,4		0,2	0,1
Salzburg		1,6	1,1		0,1	0,1
Steiermark		3,5	1,9		0,2	0,1
Tirol		2,4	4,0		0,1	0,2
Vorarlberg		1,1	0,7		0,1	0,0
Wien		5,0	3,9		0,2	0,2
Österreich	80	25	18	4	1	1

Q: WIFO-Berechnungen. Österreich-Werte zum Teil auf Mio. Euro gerundet.

Im Verlauf des Wirtschaftskreislaufs – von direkten, über die indirekten, und schließlich zu den Gesamteffekten, also inklusive der induzierten Wirkungen – zeigen sich Ausbreitungseffekte, in der regionalen Dimension wie in der sektoralen: sind die direkten Effekte auf einen engen Bereich an Sektoren – in diesem Fall die Wirtschaftssektoren N82 (wirtschaftliche Dienstleistungen, in dem CMI verortet ist) und R93 (Erbringung von Dienstleistungen des Sports – Olympiaworld) – und Regionen (alle in Tirol) konzentriert, zeigen sich bei den indirekten und v.a. bei der Berücksichtigung der induzierten Wirkungen weltweite Verbindungen (über Importe aus allen Weltregionen) zu praktisch allen Sektoren. Die folgende Abbildung 2 bzw. Übersicht 15 verdeutlichen den sektoralen Aspekt und stellt die Umsätze⁹⁾ nach verschiedenen Gütergruppen dar. Neben der deutlichen Zunahme typischer "induzierter" Güter – Bau & Immobilien (die Nachfrage sowohl von Geschäfts- wie Wohnbauten wird aus der Wertschöpfung motiviert, aus Einkommen bzw. Abschreibungen und Gewinnen) sowie Handel (v.a. der Einzelhandel ist ganz überwiegend vom privaten Konsum abhängig) – zeigt sich auch eine Ausweitung der Importe.

Abbildung 2: Umsatzeffekte nach Gütern



Q: WIFO-Berechnungen.

⁹⁾ Die Darstellung der Umsätze ist dadurch begründet, dass damit die Güterstruktur besser verdeutlicht werden kann; die Größenordnung der Effekte selbst wird besser in der Dimension "Wertschöpfung" dargestellt – dabei werden Doppelzählungen, die bei der Betrachtung kumulierter Umsätze unvermeidlich sind, ausgeschlossen. Aus diesem Grund beruht die Berechnung des Bruttoinlandsprodukts BIP auch auf der Wertschöpfung, und nicht den Umsätzen.

Übersicht 15: Umsatzeffekte nach Gütern

Sektor	Direkte Effekte (Vorleistungsausgaben)	Direkte und indirekte Effekte Mio. Euro	Gesamteffekte (direkt, indirekt und induziert)
		<u>CMI</u>	
Umsatz – Unternehmen, VeranstalterInnen	34	34	34
direkte Ausgaben – BesucherInnen	233		
Beherbergung und Bewirtung		136	153
Handel		31	82
Verkehr		33	49
Nahrungsmittel & Getränke		14	24
Kleidung, Schuhe, Schmuck, etc.		21	34
Bau & Immobilien		23	122
Übrige		81	215
Gesamte Nachfrage nach heim. Gütern		373	713
Importe		143	355
		<u>Olympiaworld</u>	
Umsatz – Unternehmen, VeranstalterInnen	9	9	9
direkte Ausgaben – BesucherInnen	5		
Beherbergung und Bewirtung		3	4
Handel		1	4
Verkehr		3	4
Nahrungsmittel & Getränke			1
Kleidung, Schuhe, Schmuck, etc.		1	1
Bau & Immobilien		1	6
Übrige		6	13
Gesamte Nachfrage nach heim. Gütern		24	42
Importe		9	20

Q: WIFO-Berechnungen.

In einer weiteren Simulation wurden die durch Ausgaben von BesucherInnen der CMI-Veranstaltungen ausgelösten Effekte nach Veranstaltungstyp berechnet. MessebesucherInnen sind für ca. 45% aller BesucherInnenausgaben verantwortlich, dementsprechend sind mit dieser Art von Veranstaltungen auch die weitaus höchsten gesamtwirtschaftlichen Effekte verbunden: Rund 141 Mio. Euro an Bruttowertschöpfung entlang der Wertschöpfungskette wurden bundesweit von MessebesucherInnen, jeweils rund 55 bis 56 Mio. Euro von BesucherInnen von Veranstaltungen im Bereich Gesellschaft und Kultur und ca. 37 Mio. Euro von BesucherInnen von Kongressen und Firmenveranstaltungen generiert (Übersicht 16). Dabei zeigt sich, dass die beiden Standorte Congress Innsbruck (hier wird der überwiegende Teil der Konferenzen und Firmenveranstaltungen, gesellschaftlichen und kulturellen Events veranstaltet) und Messe Innsbruck (hier findet der Großteil der Messen statt) im Vergleich ähnliche Werte bei der Wertschöpfung, aber auch bei den anderen Effekten aufweisen.

Übersicht 16: Direkte, indirekte und induzierte Effekte der BesucherInnen für Veranstaltungen (CMI)

	Konferenzen und Firmenver- anstaltungen	Gesellschaft- liche Events	Kulturveran- staltungen	Summe [Spalten 1.-3]	Messen
Beschäftigung (BVH)	600	918	903	2.421	2.262
Bruttowertschöpfung in Mio. Euro	37,1	56,0	55,4	148,5	140,9
Beschäftigung (BVH) Tirol	334	505	507	1.346	1.253
Bruttowertschöpfung Tirol in Mio. Euro	19,8	29,4	29,7	78,9	75,2
Steuern in Mio. Euro	13,0	20,5	19,9	53,4	48,1
SV-Beiträge in Mio. Euro	6,0	9,1	9,0	24,1	22,7

Q: WIFO-Berechnungen.

V. Imageeffekte der Veranstaltungen

Zusätzlich zu den gesamtwirtschaftlichen Effekten, die durch die mit Organisation und Besuch der Veranstaltungen verbundenen Ausgaben ausgelöst werden, können Veranstaltungsorte bzw. die ihnen zugehörigen Tourismusregionen längerfristig profitieren, wenn der Veranstaltungsbesuch (die Veranstaltung selber und / oder der Veranstaltungsort bzw. die Veranstaltungsregion) einen positiven Eindruck bei BesucherInnen hinterlässt. Die Veranstaltung wirkt in diesem Fall als eine Art "Teaser", der dem Besucher/der Besucherin die Vorzüge des Ortes bzw. der Region erkennen lässt und den Wunsch erweckt, die Region für einen weiteren, eventuell ausgedehnteren Urlaubsaufenthalt zu bereisen. Solche Imageeffekte lassen sich zwar nur sehr schwer quantitativ erfassen (in zusätzliche touristische Umsätze umrechnen), dennoch werden sie von TourismusmanagerInnen immer wieder als ein gewichtiges Argument herangezogen, um die oft nicht unwesentlichen Kosten einer Veranstaltung für die öffentliche Hand zu rechtfertigen. Aus den BesucherInnenbefragungen dieser Studie ergeben sich Hinweise auf solche potentiellen Imageeffekte aus Antworten auf zwei spezifische Fragen:

- 1) Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Innsbruck oder Tirol in Zukunft wieder besuchen werden?
- 2) Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie einem Freund, Kollegen einen Besuch in Innsbruck oder Tirol empfehlen?

Die Antwortmöglichkeiten reichen dabei von "unwahrscheinlich" (zugeordneter Wert 0) bis "äußerst wahrscheinlich" (Wert 10); höhere Werte lassen also auf höhere, positive Imageeffekte für den Standort schließen. Die Auswertungen dieser beiden Fragen sind in Übersicht 17 dargestellt und lassen durchwegs positive Imageeffekte vermuten – die TeilnehmerInnen der Veranstaltung schätzen nicht nur die Wahrscheinlichkeit eines weiteren Besuchs von Innsbruck bzw. Tirol als sehr hoch ein, sondern sind auch bereit, Freunden und Bekannten einen Besuch zu empfehlen.

Übersicht 17: Imageeffekte für die Tourismusregion

CMI	Wahrscheinlichkeit, dass Innsbruck oder Tirol wieder besucht wird	Wahrscheinlichkeit, dass ein Besuch in Innsbruck einem Freund/Kollegen oder einer Freundin/ Kollegin empfohlen wird
	0 ... unwahrscheinlich; 10 ... äußerst wahrscheinlich	
Konferenzen und Firmenveranstaltungen	8,4	9,2
Gesellschaftliche Events	9,6	9,2
Kulturveranstaltungen	9,7	9,5
Messen ¹⁾	–	8,4
Olympiaworld	9,7	9,6

Q: BesucherInnenbefragungen. – ¹⁾ Die Wiederbesuchsabsicht der MessebesucherInnen wurde nicht abgefragt.

VI. Schlussfolgerungen

Veranstaltungen unterschiedlichster Art stellen für viele Regionen einen wichtigen Wirtschaftsfaktor dar. Dieser geht vor allem von den Ausgaben aus, welche die BesucherInnen im Rahmen dieser Veranstaltungen tätigen und von der vor allem das Beherbergungswesen, die Gastronomie und der Einzelhandel, aber auch jene Wirtschaftsbereiche profitieren, die Teil der nachgelagerten Wertschöpfungskette sind. Schließt man auch jene, sogenannten induzierten, Effekte mit ein, die entstehen, weil Veranstaltungen in der Regel von gewinnorientierten Unternehmen organisiert werden und ArbeitnehmerInnen beschäftigen, also Einkommen generieren, das zum Teil ausgegeben wird, so erhöhen sich Wertschöpfung und Zahl der Beschäftigten, die mit Veranstaltungen verbunden sind.

Dazu kommen weitere potentielle wirtschaftliche Effekte, die aber schwer quantifizierbar sind und in der Studie daher nicht berücksichtigt werden konnten: Veranstaltungen erhöhen die Lebens- und Standortqualität einer Region, was ihre Attraktivität für die Bevölkerung und ansässige Unternehmen steigert. So wäre es gänzlich undenkbar, dass eine Landeshauptstadt wie Innsbruck keine Konzerte, Konferenzen oder auch Messen ausrichtet.¹⁰⁾ Letztere dienen als "Marktplatz" für Konsumenten und Anbieter, ermöglichen Preisvergleiche und somit das Funktionieren eines marktwirtschaftlichen Systems, was sich in zusätzlichem Umsatz für die dort ausstellenden Unternehmen niederschlägt. Setzt die Region stark auf den Tourismus als Wirtschaftsfaktor, so können Veranstaltungen das Image der Tourismusregion prägen und längerfristig für eine höhere Nachfrage aus dem In- und Ausland sorgen, was wiederum mit positiven wirtschaftlichen Effekten einhergeht.

Keine Berücksichtigung in der Simulation fanden auch mögliche negative Wirkungen von Veranstaltungen; dass es solche geben kann (etwa Lärmbelästigungen, Umweltschäden durch den An- und Abreiseverkehr etc.), soll hier aber der Ordnung halber erwähnt werden. Ebenso wurden keinerlei Opportunitätskosten simuliert – es kann nicht davon ausgegangen werden, dass Ausgaben von BesucherInnen keinen alternativen Konsum verdrängen (wenn zum Beispiel eine Veranstaltung in Tirol besucht, dafür aber eine andere in Vorarlberg ausgelassen wird), der einen negativen Multiplikatorprozess in Gang setzen würde. Die Studie dient damit zwar der Illustration, welche gesamtwirtschaftlichen Effekte von Veranstaltungen ausgelöst werden können, kann aber andererseits nicht dazu verwendet werden, unterschiedliche wirtschaftliche Aktivitäten auf Basis ihres gesamtwirtschaftlichen Ergebnisses miteinander zu vergleichen oder sogar zu bewerten.

Die hier präsentierten Schätzungen der gesamtwirtschaftlichen Effekte beruhen auf einem Modell, das die mit den Veranstaltungen verbundene Nachfrage auf Seite der VeranstalterInnen und BesucherInnen in Bruttowertschöpfung und Beschäftigung entlang der gesamten regionalen Wertschöpfungskette übersetzt. Die bei der Anwendung eines solchen Modells immer notwendigen Annahmen sowie Informationen zu den Inputdaten, die Großteils auf Befragungen beruhen, wurden im Bericht dargelegt, um dem Leser eine realistische Einschätzung

¹⁰⁾ Argumente dafür finden sich zum Beispiel in *Yigitcanlar et al. (2007)* oder, hinsichtlich der touristischen Attraktivität von Städten, in *Csapo (2012)*.

solcher Berechnungen zu ermöglichen und vor allem auch auf ihre inhärente Unsicherheit hinzuweisen.

CMI und Olympiaworld organisieren teilweise sehr unterschiedliche Veranstaltungen (Messen, Konferenzen, Sport- sowie Kulturveranstaltungen), auch die Herkunftsstruktur der BesucherInnen unterscheidet sich zwischen den Institutionen deutlich. Daraus ergeben sich beachtliche Divergenzen in den Ausgaben je BesucherIn, die bei der CMI zwischen ca. 320 Euro (Kulturveranstaltungen) und rund 1.400 Euro (bei Konferenzen) schwanken, bei der Olympiaworld je nach Herkunft der BesucherInnen zwischen 40 Euro und 150 Euro – wiederum in Abhängigkeit von der Herkunftsregion des Besuchers/der Besucherin. Darüber hinaus werden die den Simulationen zugrundgelegten direkten Effekte von Unterschieden hinsichtlich der Zahl der Veranstaltungen, der räumlichen Abgrenzung (Ausgaben lokaler BesucherInnen werden nicht weiter berücksichtigt) sowie der Höhe der Ausgaben für die Veranstaltungsorganisation bestimmt. Die wirtschaftlichen Gesamteffekte gehen fast ausschließlich auf die unterschiedliche Verteilung der direkten Effekte zurück, während die indirekten und induzierten Effekte (relativ zum direkten Effekt) in ähnlicher Höhe auftreten – der gesamtwirtschaftliche Multiplikatorprozess unterscheidet sich demnach nur wenig zwischen den verschiedenen Veranstaltungen bzw. Institutionen.

Insgesamt ist mit den einbezogenen Veranstaltungen eine Bruttowertschöpfung von knapp 380 Mio. Euro und eine Beschäftigung von rund 6.100 Erwerbstätigen (BVH) verknüpft (direkte, indirekte und induzierte Effekte). Davon entfallen auf die CMI rund 360 Mio. Euro an Bruttowertschöpfung und rund 5.800 Beschäftigungsverhältnisse, mit den Veranstaltungsaktivitäten der Olympiaworld stehen 18 Mio. Euro an Bruttowertschöpfung bzw. 300 BVH in Zusammenhang. Die öffentliche Hand nimmt von beiden Institutionen Steuern in der Höhe von 126 Mio. Euro ein, die Sozialversicherungsträger Beiträge von 65 Mio. Euro.¹¹⁾

¹¹⁾ Diesen Steuereinnahmen wurden die den Institutionen ausbezahlten Subventionen und Zuschüsse nicht gegen gerechnet.

Glossar

Produktionswert

Der Produktionswert eines Unternehmens stellt den Wert der Verkäufe von Waren und Dienstleistungen aus eigener Produktion an andere (in- und ausländische) Wirtschaftseinheiten ohne Gütersteuern dar, zuzüglich der produzierten und noch nicht verkauften Waren sowie der selbst erstellten Anlagen.

Bruttowertschöpfung

Die Bruttowertschöpfung wird durch Abzug der Vorleistungen von den Produktionswerten errechnet; sie umfasst also nur den im Produktionsprozess geschaffenen Mehrwert. Die Bruttowertschöpfung ist bewertet zu Herstellungspreisen, das heißt ohne die auf die Güter zu zahlenden Steuern (Gütersteuern), aber einschließlich der empfangenen Gütersubventionen. Beim Übergang von der Bruttowertschöpfung (zu Herstellungspreisen) zum Bruttoinlandsprodukt sind die Nettogütersteuern (Gütersteuern abzüglich Gütersubventionen) global hinzuzufügen, um zu einer Bewertung des Bruttoinlandsprodukts zu Marktpreisen zu gelangen.

Literaturhinweise

- Csapo, J. (2012), "The Role and Importance of Cultural Tourism in Modern Tourism Industry", in: Strategies for Tourism Industry – Micro and Macro Perspectives, IntechOpen.
- Fritz, O., G. Streicher, G. Zakarias (2005), "MultiREG – Ein multiregionales, multisektorales Prognose- und Analysemodell für Österreich", WIFO Monatsberichte, 2005, 78(8), S. 571-584.
- Kratena, K., G. Streicher, U. Temurshoev, A. F. Amores, I. Arto, I. Mongelli, F. Neuwahl, J. M. Rueda-Cantucho, V. Andreoni (2013), FIDELIO – Fully Interregional Dynamic Econometric Long-term Input-Output Model for the EU27, JRC81864, DOI: [10.2791/17619](https://doi.org/10.2791/17619).
- Kratena, K., G. Streicher, S. Salotti, M. Sommer, J. M. Valderas Jaramillo (2017), FIDELIO 2: Overview and theoretical foundations of the second version of the Fully Interregional Dynamic Econometric Long-term Input-Output model for the EU-27, JRC Technical Reports, DOI: [10.2760/313390](https://doi.org/10.2760/313390).
- Streicher, G. (2009), A Regional Projection and Simulation Model of the Austrian Economy, Südwestdeutscher Verlag für Hochschulschriften.
- Yigitcanlar, T., Baum, S., Horton, S. (2007), "Attracting and Retaining Knowledge Workers in Knowledge Cities", Journal of Knowledge Management, 11(5), S. 6-17.