

PROJEKTBERICHT

Wirtschaftliche Bedeutung der Messe Frankfurt

Eine regional- und gesamtwirtschaftliche Analyse für
Frankfurt, Hessen und Deutschland



Von

Jakob Ambros
Silvia Golm
Renke Janshen
Fabian Malik
Dr. Andreas Sachs
Hauke Toborg
Eva Willer

Auftraggeber

Messe Frankfurt GmbH

Abschlussdatum

November 2025

Enabling progress. With evidence.

Prognos gibt Orientierung in Zeiten der Ungewissheit. Wir vereinen Wirtschaftsforschung und Strategieberatung, um tragfähige Entscheidungen in komplexen Umfeldern zu ermöglichen. Unsere belastbaren Daten, präzisen Analysen und innovativen Methoden unterstützen Verantwortliche in Politik, Wirtschaft und Gesellschaft dabei, den Wandel aktiv zu gestalten. So ermöglichen wir Fortschritt mit Substanz. Für Entscheidungen, die auf Evidenz beruhen.

Geschäftsführer

Christian Böllhoff

Gründungsjahr

1959

Präsident des Verwaltungsrates

Dr. Jan Giller

Arbeitssprachen

Deutsch, Englisch, Französisch

Handelsregisternummer

Berlin HRB 87447 B

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer

DE 122787052

Rechtsform

Aktiengesellschaft nach schweizerischem
Recht; Sitz der Gesellschaft: Basel-Stadt
Handelsregisternummer
CH-270.3.003.262-6

Unsere Standorte

Hauptsitz der Prognos AG in der Schweiz

Prognos AG
St. Alban-Vorstadt 24
4052 Basel
info@prognos.com

X: [Prognos AG](#)
LinkedIn: [@Prognos_AG](#)
prognos.com

Weitere Standorte der Prognos AG in Deutschland

Prognos AG
Goethestr. 85
10623 Berlin

Prognos AG
Domshof 21
28195 Bremen

Prognos AG
Werdener Straße 4
40227 Düsseldorf

Prognos AG
Heinrich-von-Stephan-Str. 17
79100 Freiburg

Prognos AG
Hermannstraße 13
(c/o WeWork)
20095 Hamburg

Prognos AG
Nymphenburger Str. 14
80335 München

Prognos AG
Eberhardstr. 12
70173 Stuttgart

Standort der Prognos AG in Belgien

Prognos AG
Résidence Palace, Block C
Rue de la Loi 155
1040 Brüssel

Tochtergesellschaft
in Österreich
Prognos Europe GmbH
Walcherstraße 11
1020 Wien

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung	4
1 Hintergrund, Zielsetzung und Vorgehen	6
2 Datengrundlage und methodisches Vorgehen	8
2.1 Befragungen und messeeigene Daten	9
2.1.1 Aufbau und Durchführung der Befragungen	9
2.1.2 Messeeigene Daten	10
2.2 Hochrechnungen	11
2.2.1 Aussteller	11
2.2.2 Besuchende	12
2.3 Regionalisierung und Branchenzuordnung	12
2.4 Input-Output Rechnung	13
2.5 Ableitung fiskalischer Effekte	14
3 Ergebnisse	16
3.1 Ausgabenimpuls (direkter Effekt)	16
3.1.1 Ausgaben von Besuchenden	17
3.1.2 Ausgaben von Ausstellern	19
3.2 Gesamteffekt (Umsätze und Arbeitsplätze)	21
3.3 Ergebnisse nach Branchen	23
3.4 Steuereinnahmen	24

Zusammenfassung

Die Messe Frankfurt ist einer der weltweit führenden Messeplätze und zeichnet sich durch eine Vielzahl internationaler Veranstaltungen aus. Als Marktplatz für Aussteller und Besuchende hat die Messe Frankfurt einen signifikanten wirtschaftlichen Einfluss am Veranstaltungsort und darüber hinaus. Sie sorgt für Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen insbesondere während des Zeitraums einer Veranstaltung – beispielsweise im Gastgewerbe und im öffentlichen Nah- und Fernverkehr.

Die Corona-Pandemie bedeutete einen tiefen Einschnitt in die wirtschaftlichen Aktivitäten der Messe Frankfurt und der Messewirtschaft insgesamt. Hinzu kommen Herausforderungen für Messeplätze durch Aspekte wie die zunehmende Digitalisierung, Klimaschutzmaßnahmen oder geopolitische Konflikte. Diese haben das Potenzial, die Messewirtschaft substanzial zu beeinflussen, indem sie das Verhalten von Besuchenden und Ausstellern verändern.

Die vorliegende Studie bestimmt den wirtschaftlichen Beitrag der Messe Frankfurt am Standort und darüber hinaus, der durch Veranstaltungen in einem durchschnittlichen Messejahr im Messezyklus 2024/25 entsteht. Kern der Studie sind Befragungen zum Ausgabeverhalten von Ausstellern und Besuchenden bei ausgewählten Veranstaltungen. Diese dienen dazu, den Ausgabenimpuls im Rahmen von Veranstaltungen an der Messe Frankfurt zu bestimmen. Über wissenschaftlich fundierte Input-Output-Modellrechnungen werden regional und überregional direkte, indirekte und induzierte jährliche wirtschaftliche und fiskalische Effekt quantifiziert. Die Studie aktualisiert und ergänzt damit bestehende Berechnungen aus dem Jahr 2017.¹

Veranstaltungen auf dem Gelände der Messe Frankfurt lösen direkte, indirekte und induzierte Umsätze in Deutschland insgesamt in Höhe von 3,7 Mrd. Euro aus (siehe Abbildung). Am stärksten profitiert die kreisfreie Stadt Frankfurt mit Umsatzeffekten in Höhe von 2.130 Mio. Euro, gefolgt von Hessen mit weiteren 577 Mio. Euro und den sonstigen Bundesländern mit 1.017 Mio. Euro. Um die damit verbundenen wirtschaftlichen Aktivitäten durchzuführen, sind insgesamt gut 30.000 Beschäftigte nötig – mehr als die Hälfte davon in Frankfurt. Dienstleistungsaktivitäten rund um die Messewirtschaft wie die Vermietung oder der Bau von Messeständen sowie das Gastgewerbe vor allem in Frankfurt profitieren am stärksten. Die wirtschaftlichen Aktivitäten führen zu Steuereinnahmen in Höhe von 677 Mio. Euro. Die Stadt Frankfurt profitiert mit 45 Mio. Euro, das Land Hessen, die anderen deutschen Bundesländer sowie der Bund profitieren mit 622 Mio. Euro.

¹ Penzkofer (2018): Veranstaltungen der Messe Frankfurt lösen 3,6 Milliarden Euro Umsatz jährlich aus, ifo Schnelldienst 2/2018.

Abbildung: Wirtschaftliche Bedeutung von Veranstaltungen der Messe Frankfurt



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung; *Steuereinnahmen werden auf die folgenden Gebietskörperschaften verteilt: Bund, Bundesländer, Kommunen
 © Prognos 2025

Die Zahlen zu Ausstellern und Besuchenden haben sich nach dem Einbruch durch die Corona-Pandemie deutlich erholt – liegen aber unter dem Niveau der Vorgängerstudie aus dem Jahr 2017. Gleichzeitig liegen die Ausgaben sowohl der Besuchenden als auch der Aussteller über dem damaligen Niveau.² Im Durchschnitt gibt ein Aussteller im Messezyklus 2024/25 rund 62.000 Euro aus, Besuchende durchschnittlich rund 815 Euro. Die Kombination beider Aspekte – geringere Zahl an Ausstellern und Besuchenden sowie Zunahme der Ausgaben je Aussteller und Besuchenden – führt in Summe lediglich zu einem leicht höheren Gesamteffekt im Vergleich zur Vorgängerstudie. Strukturell haben sich die Impacts deutlicher verschoben: Die Stadt Frankfurt profitiert etwas stärker von den Veranstaltungen der Messe Frankfurt, das Land Hessen etwas geringer. Wesentlich hierfür ist, dass die Stadt Frankfurt ihre Übernachtungskapazitäten ausgebaut hat, die von Ausstellern und Besuchenden von Veranstaltungen an der Messe Frankfurt präferiert genutzt werden.

² Berichtet werden nominale Zahlen. Auch ein Vergleich preisbereinigter Werte zeigt, dass die Ausgaben von Ausstellern und Besuchenden zugenommen haben.

1 Hintergrund, Zielsetzung und Vorgehen

Messen sind ein wichtiger Austauschplatz für Aussteller, Kundinnen und Kunden. Sie tragen dazu bei, dass Akteure einer Branche oder eines Wirtschaftsbereichs in Kontakt bleiben und Entwicklungen und Ideen innerhalb der Branche und darüber hinaus schnell Verbreitung finden. Neben diesen absatzwirtschaftlich begründeten Motiven aus Sicht der teilnehmenden Aussteller und Besuchenden haben Messen und Veranstaltungen einen signifikanten wirtschaftlichen Einfluss am Veranstaltungsort und darüber hinaus, indem die Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen insbesondere während des Zeitraums einer Veranstaltung deutlich zunimmt – beispielsweise im öffentlichen Nah- und Fernverkehr oder im Gastgewerbe.³

Durch die Corona-Pandemie sind wirtschaftliche Aktivitäten der Messewirtschaft erheblich eingebrochen. Zwar hat sich die Messewirtschaft seit der Pandemie wieder deutlich erholt. Allerdings sieht sich die Branche Herausforderungen wie einer zunehmenden Digitalisierung, einem veränderten Bewusstsein zum Thema Klimaschutz sowie geopolitischen Konflikten gegenüber. Diese haben das Potenzial, die Messewirtschaft substanzial zu beeinflussen, indem sie das Verhalten von Besuchenden oder Ausstellern verändern.

Die vorliegende Studie bestimmt die regionalen und überregionalen wirtschaftlichen Effekte, die von Veranstaltungen auf dem Gelände der Messe Frankfurt ausgelöst werden. Die Ergebnisse gelten für Messen und Kongresse und für ein durchschnittliches Messejahr im Zeitraum 2024/25.

Dazu wird ein mehrstufiges, wissenschaftlich fundiertes Verfahren genutzt. Der wirtschaftliche Impuls durch Ausgaben von Besuchenden und Ausstellern wird bei ausgewählten Veranstaltungen repräsentativ durch Befragungen erhoben (2.1). Diese Befragungsdaten sind essenziell für die Hochrechnung der gesamten Ausgaben eines durchschnittlichen Jahres (Abschnitt 2.2). Die Regionalisierung dieses Gesamtempulses erfolgt auf Grundlage von Informationen aus der Befragung (2.3). Der nach regionaler Wirksamkeit unterteilte Gesamtempuls fließt dann in ein regionalökonomisches Input-Output-Modell. Damit wird über regionale Multiplikatoren sowie durch Nutzung amtlicher Daten der wirtschaftliche Effekt als Summe der direkten, indirekten und induzierten Wirkungen bestimmt (2.4). Abschließend wird daraus abgeleitet der fiskalische Effekt im Inland bestimmt (2.5).

³ Diese sogenannten vorgelagerten Effekte basieren auf Ausgaben im Kontext von Veranstaltungen auf dem Gelände der Messe Frankfurt. Von der Messe Frankfurt organisierte Veranstaltungen an anderen Messestandorten sind nicht Teil der Untersuchung. Ebenso werden sogenannte nachgelagerte Effekte – etwa durch Geschäftsabschlüsse von Unternehmen aufgrund des Messebesuchs – in dieser Studie nicht berücksichtigt.

INFO

Studienreihe „Messewirtschaft im Blick“

Diese Studie für die Messe Frankfurt ist Teil einer vom Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) in Auftrag gegebenen Studienreihe. Insgesamt nehmen zehn Messeplätze an dieser Studienreihe teil. Durch vergleichbar konzipierte Befragungen an den zehn Messestandorten ist die Verknüpfung von Befragungsdaten verschiedener Messeplätze möglich. An verschiedenen Stellen der Hochrechnungsmethodik wird auf die Summe an Befragungsdaten im Rahmen der AUMA-Studienreihe zurückgegriffen, um die Belastbarkeit und Aussagekraft der Ergebnisse zu verbessern.

2 Datengrundlage und methodisches Vorgehen

Kern der Untersuchung ist die Bestimmung der wirtschaftlichen Bedeutung von Veranstaltungen auf dem Gelände der Messe Frankfurt in einem durchschnittlichen Jahr im Zeitraum 2024/25. Unter Veranstaltungen werden Eigenveranstaltungen, Gastmessen und sonstige Veranstaltungen wie Kongresse oder Konzerte verstanden.

Während dieses Zeitraums zählte die Messe Frankfurt insgesamt gut 3,4 Mio. Eintritte von Besuchenden bei Eigen- und Gastmessen und bei Kongressen und Konzerten.⁴ Zudem haben in diesem Zeitraum über 65.000 Unternehmen auf dem Gelände der Messe Frankfurt ausgestellt (Tabelle 1).

Tabelle 1: Aussteller und Besuchseintritte der Messe Frankfurt

2024 und 2025, gerundet

Veranstaltungen	Aussteller	Besuchseintritte
Eigen- und Gastmessen	61.000	1.900.000
Sonstige Veranstaltungen	4.500	1.500.000

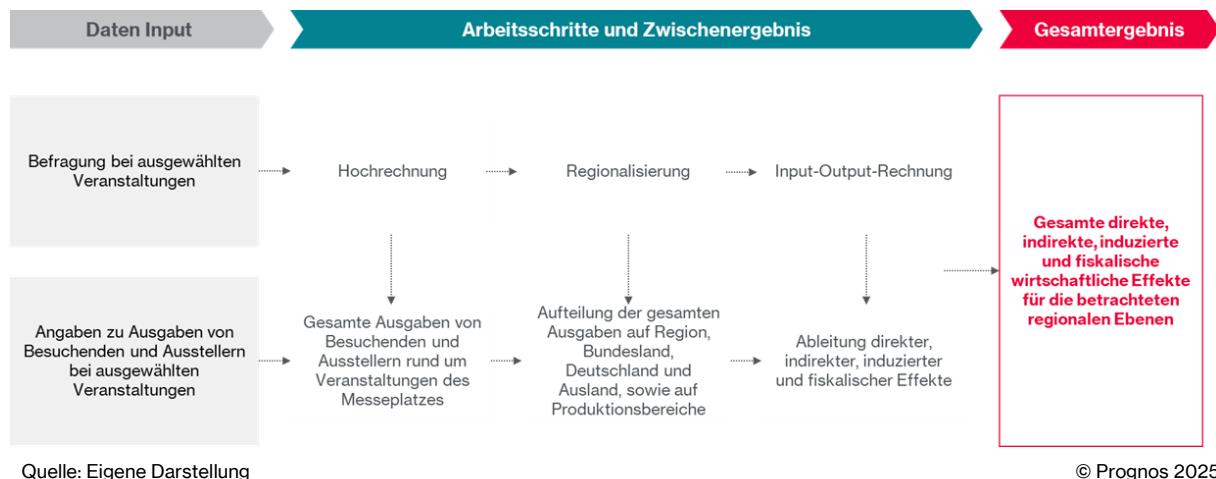
Quelle: Messe Frankfurt, eigene Darstellung und Berechnung; Werte sind hier gerundet dargestellt

© Prognos 2025

Für die Bestimmung der wirtschaftlichen Bedeutung sind verschiedene aufeinander aufbauende Arbeitsschritte nötig (Abbildung 1). Diese werden im Folgenden im Detail beschrieben.

⁴ Bei einer Besuchsdauer von einem Tag entspricht die Zahl der Eintritte der Zahl der Besuchenden. Bei einer längeren Besuchsdauer erhöht sich die Zahl der Eintritte entsprechend.

Abbildung 1: Methodisches Vorgehen



2.1 Befragungen und messeeigene Daten

2.1.1 Aufbau und Durchführung der Befragungen

Für die Messe Frankfurt GmbH wurden durch das Befragungsinstitut Wissler & Partner in den Jahren 2024 und 2025 insgesamt zehn Befragungen bei Eigenveranstaltungen der Messe Frankfurt – jeweils von Besuchenden und Ausstellern – durchgeführt.⁵ Grundlage für die Befragungen waren durch Prognos erstellte und mit der Messe Frankfurt sowie dem Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V. (AUMA) abgestimmte Fragebögen. Die zu befragenden Messen wurden so ausgewählt, dass am Ende Befragungsdaten für möglichst unterschiedliche Messetypen vorliegen. Dabei wurden folgende Messetypen unterschieden:

- Überregional
 - Investitionsgütermesse, Fachbesuche
 - Konsumgütermesse, Fachbesuche
 - Konsumgüterausstellung, vorrangig Privatbesuche
 - Dienstleistungsmessen
- Regional
 - Investitionsgütermesse, Fachbesuche
 - Konsumgütermesse, Fachbesuche
 - Konsumgüter-, Publikumsmesse
 - Dienstleistungsmessen

Im Wesentlichen wird in den Fragebögen das individuelle Ausgabeverhalten (Reisekosten, Übernachtung, Verpflegung etc.) von Besuchenden und das Ausgabeverhalten von ausstellenden Unternehmen (Standbau, Transport & Logistik, externes Messepersonal etc.) abgefragt. Die Zielgröße bei den Befragungen von Besuchenden wurde anhand der FKM-Zertifizierungsrichtlinie

⁵ Befragt wurde bei den folgenden Messen: Automechanika, heimtextil, prolight+sound, ISH, IFFA, formnext, eurobike sowie christmasworld, ambiente und creativeworld.

bestimmt.⁶ Bei Besuchenden war das Ziel mindestens 80 Prozent der in der FKM-Richtlinie geforderten Befragungszahl zu erreichen. Da vorwiegend besuchsstarken Messen befragt wurden, lag die Zahl der Befragungen von Besuchenden in Frankfurt pro Messe im Bereich von 1.000. Bei Ausstellern wurde eine Vollbefragung durchgeführt und ein Rücklauf von rund 40 Prozent angestrebt. Insgesamt wurden bei den zehn Veranstaltungen rund 8.950 Aussteller und 6.500 Besuchende befragt.

Die Befragungsdaten wurden anschließend durch Prognos geprüft, normiert und für die Weiterverarbeitung vorbereitet. Neben der Bereinigung um offensichtlich fehlerhafte Angaben wurde eine Extremwert-Korrektur durchgeführt, um Verzerrungen durch Ausreißer zu reduzieren. Dazu wurden für jede Ausgabenkategorie für Besuchende nach Herkunft sowie für Aussteller nach Standgröße die höchsten 2,5 Prozent der Befragungswerte nicht weiter berücksichtigt.

2.1.2 Messeeigene Daten

Zusätzlich zu den Befragungen wurden Strukturdaten von der Messe Frankfurt selbst bereitgestellt. Zur systematischen Erhebung und Auswertung von Messekennzahlen wurde daher eine Datenmaske an die Messe Frankfurt übermittelt. Sie dient als standardisierte Vorlage zur Erfassung zentraler Informationen über Aussteller und Besuchende.

In der Datenmaske werden allgemeine Informationen zu den einzelnen Messeveranstaltungen abgefragt. Dazu gehören der Name der Veranstaltung, das Jahr, die Dauer in Tagen, der Turnus (z. B. jährlich, alle zwei Jahre etc.), der MesseTyp (z. B. Investitionsgüter- oder Konsumgütermesse) und die Branchenzuordnung – also die Einordnung der Messe in einen spezifischen Wirtschaftsbereich.

Darüber hinaus werden zu den Besuchenden und Ausstellern folgende Angaben bereitgestellt:

- Besuchende:
 - Gesamtzahl der Besuchseintritte – soweit vorhanden nach Herkunftsregion
 - Anteil der Fachbesuche
 - Durchschnittliche Aufenthaltsdauer
 - Besuchserlöse (Einnahmen der Messe für Eintrittskarten zu Veranstaltungen)
- Aussteller:
 - Gesamtzahl der Aussteller - soweit vorhanden nach Herkunftsregion
 - Bruttofläche und vermietete Nettofläche
 - Nettostandmiete sowie Nebenkosten (Strom, Wasser, Reinigung, Bewachung, Marketing, Entsorgung etc.)
 - Ausgaben für von Ausstellern erworbene Gutscheine für den Messeeintritt

Diese messeeigenen Daten dienen dazu, fehlende Informationen aus den Befragungen zu ergänzen, da der Fragebogen nicht von allen Besuchenden und Ausstellern präzise ausgefüllt wird. Zudem sind die Gesamtzahl an Besuchseintritten und die Herkunft der Besuchenden (soweit

⁶ FKM ist die Gesellschaft zur Freiwilligen Kontrolle von Messe- und Ausstellungszahlen. Deren Zertifizierungsrichtlinie bildet ein Regelwerk zur objektiven Prüfung und Veröffentlichung von Messe- und Ausstellungsdaten (<https://www.fkm.de/wp-content/uploads/2023/01/fkm-zertifizierung-12-2022.pdf>).

vorhanden) sowie die Gesamtzahl an Ausstellern und die Verteilung dieser nach Standgröße essenziell für die spätere Hochrechnung.

Im **Ergebnis** liefern die Befragungen sowie die messeeigenen Daten die empirische Evidenz zum Ausgabeverhalten von Besuchenden und Ausstellern nach verschiedenen Merkmalen im Rahmen von Veranstaltungen und somit die Datengrundlage für die weiteren Analyseschritte.

2.2 Hochrechnungen

Die Hochrechnungen dienen dazu, die Befragungsinformationen der Stichprobe auf die Gesamtzahl der Aussteller und Besuchenden zu übertragen. Grundsätzlich erfolgt die Hochrechnung auf Grundlage der Zuordnungen von Befragungsinformationen zu bestimmten Messetypen, Besuchs- und Ausstellergruppen.

Da nicht alle Veranstaltungen jährlich stattfinden und es demnach starke und schwache Messejahre gibt, wird die wirtschaftliche Bedeutung für ein durchschnittliches Messejahr bestimmt. Dazu führen wir eine Turnusbereinigung durch – zwei- und mehrjährlich stattfindende Veranstaltungen werden im Vergleich zu einjährig stattfindenden Veranstaltungen schwächer gewichtet.

2.2.1 Aussteller

Für die Hochrechnung der Ausgaben von Ausstellern auf Grundlage der Befragungen sind primär die Standgröße des Ausstellers sowie der Messetyp relevant. Aus den Angaben in der Befragung ist bekannt, welche Ausgaben ein Aussteller einer bestimmten Standgröße bei einer bestimmten Messe und einem bestimmten Messetyp im Durchschnitt aufweist.⁷ Dies wird verknüpft mit den Angaben der Messe Frankfurt zur Verteilung der Aussteller nach Standgröße für eine bestimmte Veranstaltung. Wir nehmen nun an, dass sich die durchschnittlichen Ausgaben befragter Aussteller für eine bestimmte Standgröße bei einer Messe ähnlich zu den Ausstellerausgaben der nicht befragten Aussteller derselben Standgröße bei dieser Messe verhalten. Anschließend wird ein vergleichbares Vorgehen für die Bestimmung der Ausstellerangaben bei nicht befragten Messen angewendet.⁸

Die durchschnittlichen Ausgaben werden dabei für jede Ausgabenkategorie (Kosten für Standmiete, Standbau, Unterkunft, An- und Abreise, Mobilität vor Ort, Verpflegung, Catering, Werbung, Versicherung, externes Personal, Sonstiges) einzeln betrachtet. Dies ist notwendig, da nicht alle Aussteller für alle Kategorien vergleichbar verwertbare Informationen liefern.

⁷ Wir unterscheiden die Standgrößen 1-15 qm, 16-25 qm, 26-100 qm, 101-500 qm, 510-1.000 qm und >1.000 qm.

⁸ Alternativ dazu haben wir die Herkunft des Ausstellers anstelle der Standgröße als verbindendes Element für die Hochrechnung genutzt. Dabei zeigten sich keine relevanten Unterschiede in den Hochrechnungsergebnissen.

2.2.2 Besuchende

Um Ausgaben der Besuchenden aus der Befragung auf die Gesamtheit aller Besuchenden am Messeplatz hochzurechnen, wurde die Herkunftsregion als Unterscheidungsmerkmal genutzt.⁹ Dabei gehen wir davon aus, dass an einem Messeplatz bei einer Veranstaltung alle Besuchenden einer Region ein vergleichbares Ausgabeverhalten zeigen wie die Befragten aus dieser Region. Wichtig ist dabei, dass die Befragungsinformationen für eine bestimmte Ausgabenkategorie und eine bestimmte Herkunftsregion von Besuchenden belastbar sind. Dazu wurde ein statistisches Verfahren genutzt, um die Aussagekraft der Befragungsinformationen einer Veranstaltung an einem Messeplatz je Kategorie und Herkunftsregion zu prüfen.¹⁰ Sind Befragungsinformationen für eine Veranstaltung, eine Ausgabenkategorie und eine Herkunftsregion an diesem Messeplatz nicht belastbar, werden ergänzende Befragungsinformationen anderer Veranstaltungen am selben Messeplatz, aber für dieselbe Ausgabenkategorie und Herkunftsregion herangezogen. Sind auch diese angereicherten Befragungsinformationen nicht belastbar, werden Befragungsinformationen vergleichbarer Veranstaltungen an anderen Messeplätzen für dieselbe Ausgabenkategorie und Herkunftsregion genutzt. Diese Vergleichsdaten wurden im Rahmen der AUMA-Studienreihe zu wirtschaftlichen Effekten der Messewirtschaft an weiteren Messeplätzen erhoben.

Damit ergibt sich je Veranstaltung ein durchschnittlicher Kostenbetrag von Besuchenden nach Herkunftsregion für unterschiedliche Kostenkategorien wie Reise und Mobilität vor Ort, Verpflegung und Übernachtung oder private Einkäufe. Zusätzlich wurde berücksichtigt, dass manche Ausgaben pro Tag anfallen und demnach abhängig von der Besuchsdauer sind, während beispielweise Reisekosten zur Anreise an den Standort unabhängig von der Besuchsdauer anfallen.

Im **Ergebnis** liefern die Hochrechnungen die insgesamt im Rahmen von Veranstaltungen durch Besuchende und Aussteller getätigten direkten Ausgaben, den sogenannten Ausgabenimpuls.

2.3 Regionalisierung und Branchenzuordnung

Die Ausgaben von Besuchenden und Ausstellern werden in unterschiedlichen Regionen getätigkt – in Frankfurt, im Bundesland Hessen, im sonstigen Deutschland oder im Ausland. Zum Beispiel werden Ausgaben für eine Übernachtung in Frankfurt dort direkt wirksam. Die Ausgaben eines Bahntickets werden dagegen insbesondere zwischen Start- und Zielbahnhof verteilt. Für die Ableitung regionalökonomischer Effekte ist die korrekte Zuordnung der Ausgaben zur jeweiligen Region essenziell. Wir nutzen dafür drei verschiedene Ansätze:

- *Direkte Evidenz:* Dabei bestimmen wir für jede Ausgabenart (Übernachtung, Reisekosten, Verpflegung etc.) den jeweiligen regional wirksamen Anteil. Grundsätzlich nutzen wir für die

⁹ Wir unterscheiden zwischen den Herkunftsregionen Frankfurt, sonstiges Hessen, sonstiges Deutschland, sonstiges Europa, Asien, Amerika, Afrika und Australien/Ozeanien.

¹⁰ Machen zum Beispiel lediglich zehn Besuchende aus Amerika Angaben zu ihren Reisekosten, ist zu vermuten, dass die so ermittelten durchschnittlichen Reisekosten je Besuchenden aus Amerika nicht belastbar – bzw. anfällig für Ausreißer – sind.

regionale Zuordnung Befragungsinformationen. Beispielsweise wird abgefragt, wo eine Übernachtung getätigt wird und welche Ausgaben dafür anfallen.

- *Kombinatorische Evidenz*: Vor allem bei den Reisekosten werden Befragungsinformationen (Herkunftsort und Anreisemodi) durch eigene Rechercheerkenntnisse ergänzt. So wurde etwa bei der Anreise mit dem Flugzeug mittels Auswertung von flugbezogenen Kosten (vor allem Start- und Landegebühren), dem Marktanteil deutscher Fluggesellschaften und deren rechtlichen und operativen Hubs ein empirisch gestütztes System zur Regionalisierung entwickelt, das verschiedene Anreisemodi differenziert.
- *Indirekte Evidenz*: Da die Befragung der Aussteller aus Effizienzgründen knapp gehalten wird, wurden an verschiedenen Stellen Erkenntnisse der Befragung von Besuchenden auch für die Ausstellerbefragung genutzt. Dies ist etwa der Fall bei der Regionalisierung der Reisekosten von Ausstellern. Zudem wurden Angaben zu sonstigen Ausgaben in den Befragungen auf Grundlage von Angaben in der Literatur regionalisiert. So wurde bei der Frage nach den sonstigen Kosten als Beispiele auf „Telefon, Porto, Reinigung und Reparaturen“ verwiesen. Wir folgen dabei der in der Literatur etablierten Annahme, dass diese überwiegend persönlichen Dienstleistungen als Teil von Konsumausgaben einen hohen Regionalbezug aufweisen.¹¹

Nach Festlegung dieser Regionalisierungsregeln werden die hochgerechneten Ausgabenvolumina für jede Ausgabenart einer Region (Frankfurt, sonstiges Hessen, sonstiges Deutschland, Ausland) und zudem einem Produktionsbereich zugeordnet. Wir orientieren uns dabei am vom Statistischen Bundesamt genutzten Klassifikationssystem.

Im **Ergebnis** liefert die Regionalisierung eine Zuordnung der insgesamt getätigten direkten Ausgaben nach Produktionsbereich und nach Region, in der die Ausgaben wirksam werden.

2.4 Input-Output Rechnung

Die hochgerechneten, regionalisierten und Produktionsbereichen zugeordneten Ausgaben werden anschließend in ein **regionalökonomisches Input-Output-Modell** eingespeist. Damit können Produktionsverflechtungen zwischen Kreisen und Bundesländern für 63 Branchen in Deutschland abgebildet werden.

Die Ausgaben der Besuchenden und Aussteller – die direkten Ausgaben bzw. der Ausgabenimpuls – bilden dabei lediglich einen Teil der wirtschaftlich wirksamen Effekte ab. Zusätzliche wirtschaftliche Aktivitäten, die durch den Ausgabenimpuls angestoßen werden, haben über Lieferkettenbeziehungen indirekte Auswirkungen auf weitere Produktionsbereiche. Zudem können diese weiteren ökonomischen Effekte außerhalb von Frankfurt verortet sein. So ist nicht zu erwarten, dass von Ausgaben in Frankfurt ausschließlich Unternehmen in Frankfurt profitieren, da Lieferketten in der Regel über mehrere Kreis- oder Bundeslandgrenzen verlaufen. Das

¹¹ Siehe z. B. Krähmer, C. & Stoetzer, M-W. (2009): Die Nachfrageeffekte der Hochschulen in Jena: Eine regionalökonomische Analyse der Einkommens- und Beschäftigungswirkungen. Wirtschaftswissenschaftliche Schriften, Fachhochschule Jena, Fachbereich Betriebswirtschaft. Reihe: Angewandte Wirtschaftspolitik und Wirtschaftsforschung, No. 01/2009 und Glückler, J., Panitz, R. & Janzen, K. (2019): Jährliche wirtschaftliche Effekte der Landesuniversitäten in Baden-Württemberg. Studie im Auftrag der Landesrektorenkonferenz Baden-Württemberg. Heidelberg: Universität Heidelberg.

genutzte **regionalökonomische Modell REGINA** (Infobox) bildet diese Lieferbeziehungen zwischen Unternehmen über mehrere Stufen für die betrachteten Regionen ab.

INFO

Das regionalökonomische Modell REGINA

Das Prognos-eigene Modell **REGINA** (REGionalized National Accounts) erlaubt eine fundierte Auswertung von wirtschaftlichen Effekten auf Ebene der Kreisfreien Stadt Frankfurt, des Landes Hessen sowie Gesamtdeutschlands. REGINA stellt wirtschaftliche Verflechtungen zwischen allen 400 Landkreisen und Kreisfreien Städten in Deutschland rückblickend bis zum aktuellen Rand dar. Es ermöglicht sowohl die Analyse regionaler Wirtschaftsverflechtungen auf Branchenebene als auch die Bestimmung der Auswirkungen regionaler Schocks in der Region selbst und darüber hinaus. REGINA basiert auf amtlichen Daten und ist entsprechend am gesamtwirtschaftlichen Rahmen für Deutschland angedockt. Dabei werden wichtige ökonomischen Indikatoren der regionalen Wirtschaftsstruktur auf Kreisebene bestimmt und die Interaktionen zwischen Güterkonsum und Güterproduktion abgebildet. Kern des Regionalmodells ist die Schätzung von regionalisierten Input-Output-Matrizen (IO-Matrizen) für alle deutschen Kreise und kreisfreien Städte mit detaillierter Unterteilung in bis zu 63 Produktionsbereiche.

Hinzu kommen induzierte Effekte, die entstehen, da der Ausgabenimpuls sowie der indirekte Effekt zusätzliches Einkommen entlang der Lieferkette generiert. Dieses zusätzliche Einkommen wird anteilig für zusätzlichen Konsum verwendet – erzeugt also eine zusätzliche Nachfrage in der Region und darüber hinaus. Über durchschnittliche Produktivitätsmaße je Branche und Region werden daraus Beschäftigungseffekte abgeleitet.¹²

Im **Ergebnis** liefert die Input-Output-Rechnung den gesamten wirtschaftlichen Effekt (gemessen als Netoumsatz) und die dafür nötige Beschäftigung. Dieser Gesamteffekt setzt sich aus dem direkten Effekt (den direkten Ausgaben oder dem Ausgabenimpuls), dem indirekten (entlang der Lieferketten) sowie dem induzierten Effekt (durch zusätzliches Einkommen zusätzlicher Konsum) zusammen.

2.5 Ableitung fiskalischer Effekte

Der Ausgabenimpuls von Besuchenden und Ausstellern rund um Veranstaltungen der Messe Frankfurt und die dadurch ausgelösten Auswirkungen auf Produktion und Beschäftigung haben Steuereinnahmen zur Folge. Wir fokussieren dabei auf die Einkommensteuer, Gewerbesteuer, Umsatzsteuer sowie Grundsteuer. Diese sind eindeutig den wirtschaftlichen Aktivitäten, die durch Ausgaben von Ausstellern und Besuchenden ausgelöst werden, zuzuordnen.

¹² Die Begriffe Arbeitsplätze, Beschäftigte und Jobs werden hier synonym genutzt. Gemeint ist jeweils die Zahl an Vollzeitäquivalenten.

Diese zusätzlich eingenommenen Steuern werden nach profitierender Region verteilt. So werden erhobene Grundsteuern dort als Steuereinnahmen verbucht, wo sie erhoben werden. Bei den Gewerbesteuern erfolgt die Verteilung durch Berücksichtigung von Bundes- und Landesvervielfältiger sowie dem regionalen Hebesatz. Einkommensteuern werden über einen Verteilungsschlüssel zwischen Gemeinden, Länder und Bund verteilt. Frankfurt selbst erhält einen festgelegten Anteil des Gemeindeanteils. Die Umsatzsteuereinnahmen werden ebenfalls nach einem festgelegten Schlüssel zwischen Bund, Länder und Gemeinden verteilt. Der Anteil Frankfurts ergibt sich vereinfacht gesagt durch den Einwohneranteil, die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und deren Entgeltsumme.

Im **Ergebnis** zeigt der fiskalische Effekt die insgesamt durch den zuvor berechneten wirtschaftlichen Gesamteffekt angestoßenen Steuerzahlungen in Deutschland sowie eine Übersicht, welche Gebietskörperschaft nach Umverteilung in welchem Ausmaß Steuereinnahmen erhält.

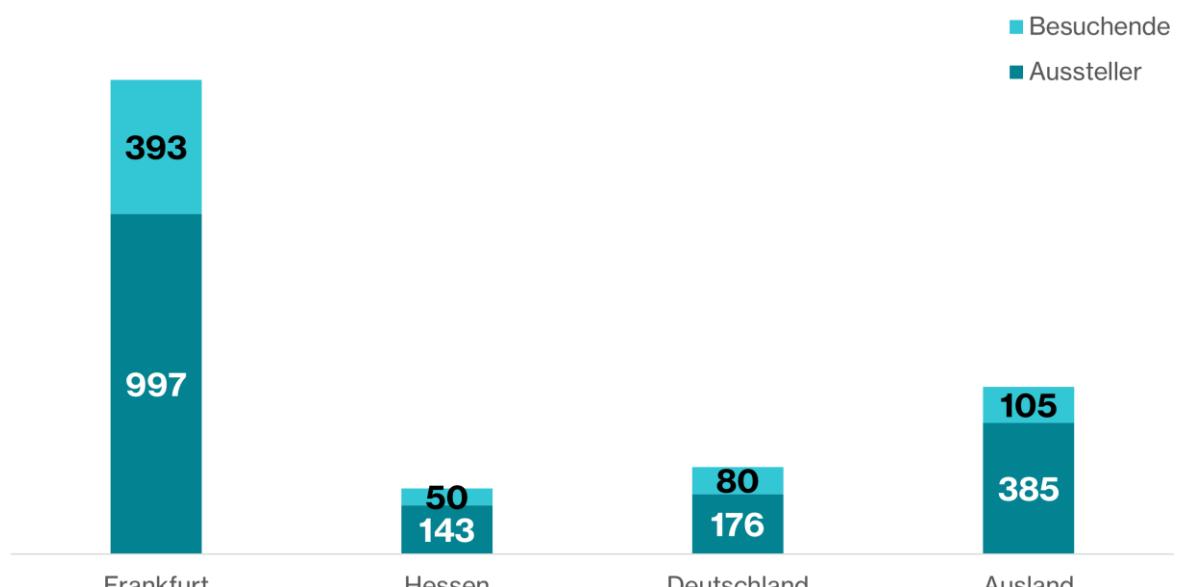
3 Ergebnisse

3.1 Ausgabenimpuls (direkter Effekt)

Aussteller und Besuchende geben in einem durchschnittlichen Messejahr 2024/25 im Rahmen von Veranstaltungen der Messe Frankfurt insgesamt 2,3 Mrd. Euro aus, 1,8 Mrd. Euro davon in Deutschland (Abbildung 2).¹³ Damit werden knapp 79 Prozent der direkten Ausgaben in Deutschland getätigt, gut 21 Prozent im Ausland. Für die Bestimmung der wirtschaftlichen Bedeutung der Messe Frankfurt im Rahmen dieser Studie wird nur der Ausgabenimpuls in Deutschland und nicht der im Ausland berücksichtigt. Der weitaus größte Teil der Ausgaben wird direkt in der Stadt Frankfurt getätigt. Hier geben Aussteller 997 Mio. Euro und Besuchende 393 Mio. Euro aus. In Hessen und Deutschland ist der Ausgabenimpuls deutlich geringer.

Abbildung 2: Ausgaben der Aussteller und Besuchenden nach Region

in Mio. Euro



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2025

Der Ausgabenimpuls durch Aussteller ist dabei im Durchschnitt mehr als doppelt so groß wie der Impuls durch Besuchende.

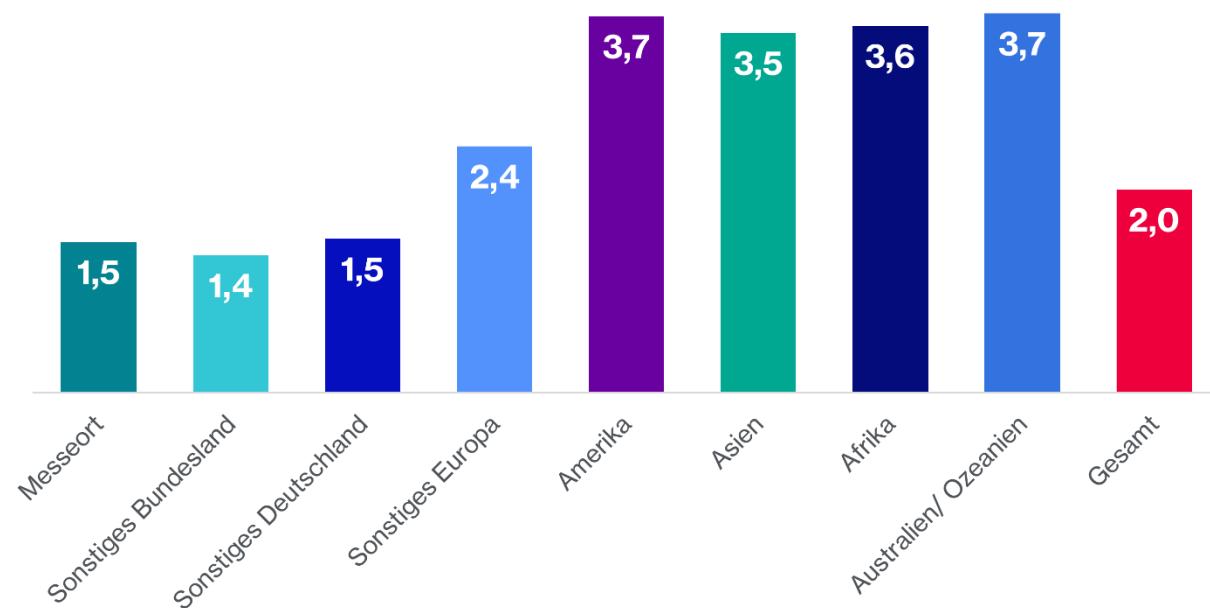
¹³ Ausgaben von Besuchenden und Ausstellern bei Konzerten und Kongressen (Sonstige Veranstaltungen) wurden auf Grundlage der Vorgängerstudie sowie der Ausgabenentwicklung bei den Messeveranstaltungen adaptiert.

3.1.1 Ausgaben von Besuchenden

Besuchende von Messen auf dem Gelände der Messe Frankfurt geben während des Zeitraums 2024/25 im Durchschnitt rund 810 Euro pro Kopf bzw. gut 400 Euro pro Eintritt aus. Die durchschnittliche Besuchsdauer beträgt etwas mehr als zwei Tage, wobei sich die Besuchsdauer zwischen Besuchenden verschiedener Herkunftsregionen erheblich unterscheidet (Abbildung 3). Besuchende aus der Region oder dem Inland besuchen eine Messe häufig nur einen Tag, während Besuchende mit längerer Anreise im Durchschnitt zwischen drei und vier Tagen bleiben.

Abbildung 3: Durchschnittliche Besuchsdauer nach Herkunftsregion

in Tagen



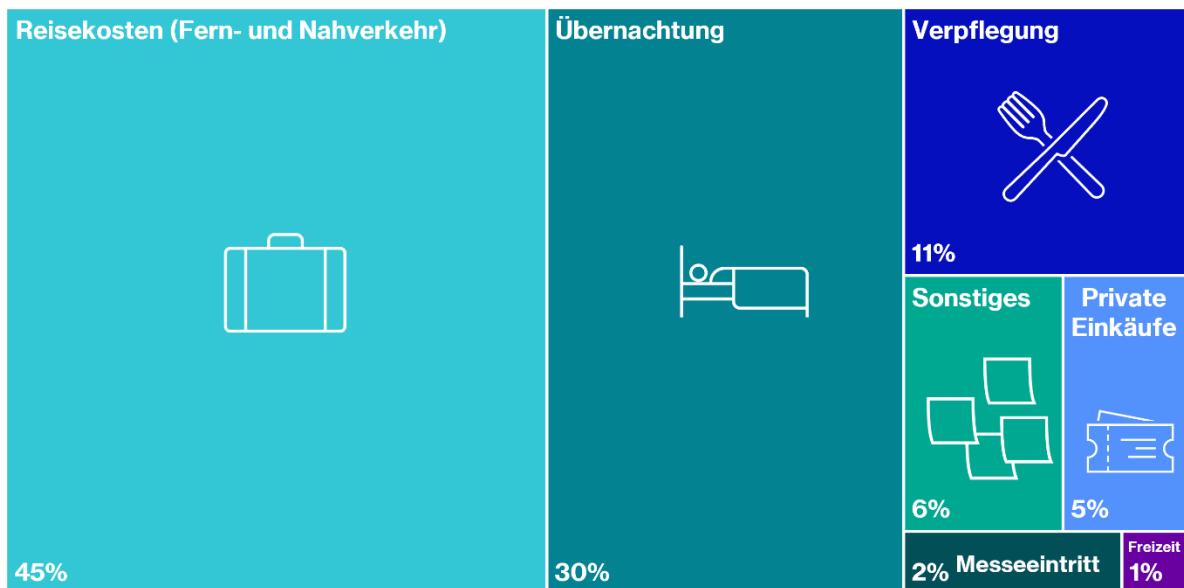
Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2025

Besuchende von Messeveranstaltungen der Messe Frankfurt reisen häufig aus dem Ausland an und haben – vor allem verglichen mit anderen Messeplätzen – entsprechend hohe Reisekosten. Da sie häufig mehr als einen Tag in Frankfurt verbringen, fallen höhere Übernachtungskosten an. Entsprechend sind Ausgaben der Besuchenden für Mobilität (sowohl zur An- und Abreise als auch vor Ort) mit 45 Prozent an den Gesamtausgaben und Übernachtung mit 30 Prozent die größten Ausgabeposten. Ebenfalls relevante Posten sind Ausgaben für Verpflegung sowie Ausgaben für private Einkäufe (auf dem Messegelände oder außerhalb) sowie für Unterhaltung und Freizeit (Abbildung 4).

Abbildung 4: Ausgaben der Messebesuchenden nach Ausgabenkategorien

in Prozent



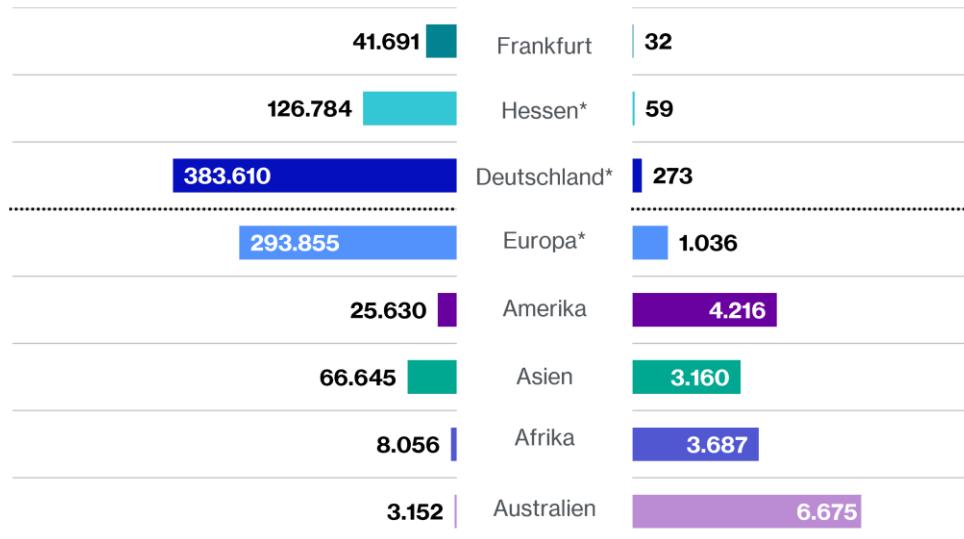
Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2025

Allerdings gibt es zwischen Besuchenden je nach Herkunftsregion erhebliche Unterschiede im Ausgabevolumen. Besuchende aus Frankfurt selbst geben im Durchschnitt lediglich 32 Euro im Rahmen von Veranstaltungen aus, Besuchende aus Hessen mit 59 Euro knapp doppelt so viel (Abbildung 5). Dabei ist zu beachten, dass diese lokalen und regionalen Besuchenden, die oftmals eine Veranstaltung an nur einem Tag besuchen, nur entsprechend geringe Ausgaben für An- und Abreise und Übernachtung haben. Besuchende aus anderen Bundesländern geben durchschnittlich 273 Euro aus. Am höchsten sind die Ausgaben von Besuchende aus Australien und Amerika. Dies liegt zum einen an einer längeren Besuchsdauer und zum anderen an deutlich höheren Reisekosten.¹⁴

¹⁴ Eine Normierung der durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf für die Besuchsdauer zeigt geringere Differenzen zwischen den Ausgaben von Personen unterschiedlicher Herkunftsregion. Allerdings geben Besuchende aus Australien, Amerika oder Asien auch je Eintritt deutlich mehr aus als Besuchende aus der Region, Deutschland oder Europa.

Abbildung 5: Anzahl und durchschnittliche Ausgaben von Besuchenden nach Herkunftsregion
Anzahl der Besuchenden **Ausgaben je Besuchenden, in EUR**



* Hessen ohne Frankfurt, Deutschland ohne Hessen, Europa ohne Deutschland

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2025

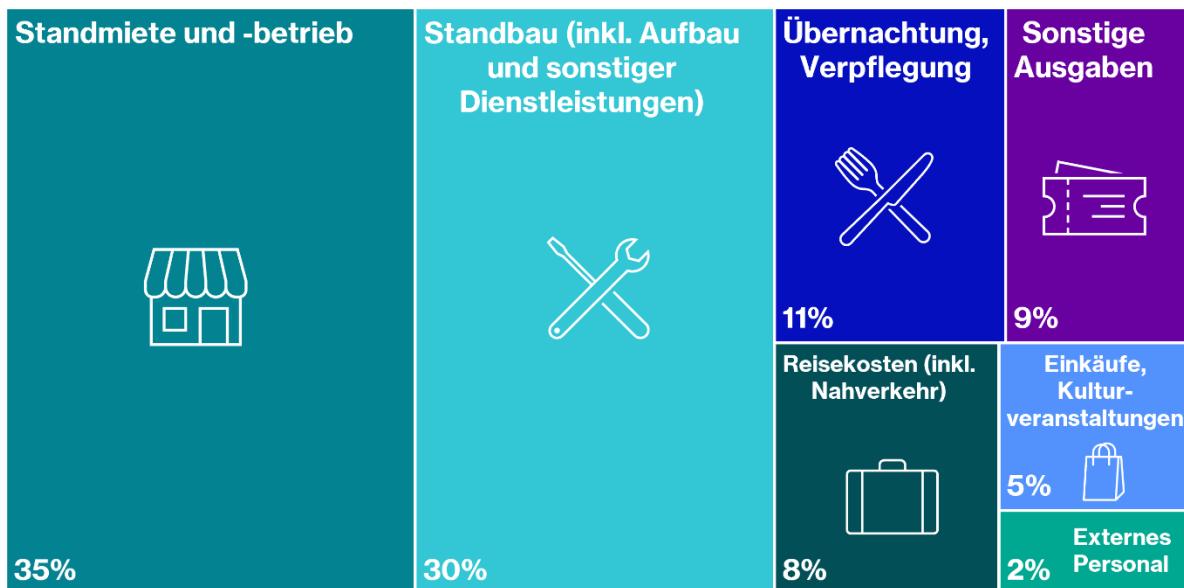
In Abbildung 5 zeigt sich die hohe Internationalität von Veranstaltungen in Frankfurt. Zwar kommen die meisten Besuchenden aus Hessen oder anderen deutschen Bundesländern, allerdings stammen mehr als vier von zehn Besuchende aus dem Ausland. Knapp 300.000 Gäste reisen aus dem europäischen Ausland an, zudem besuchen mit mehr als 66.000 Personen insbesondere asiatische Gäste Veranstaltungen der Messe Frankfurt.

3.1.2 Ausgaben von Ausstellern

Aussteller bei Messeveranstaltungen auf dem Gelände der Messe Frankfurt geben während des Zeitraums 2024/25 im Durchschnitt rund 62.000 Euro aus. Mit 65 Prozent wenden Aussteller einen wesentlichen Anteil dieser Gesamtausgaben für die Bereiche Standmiete und -betrieb sowie Standbau inklusive Aufbau und sonstiger Dienstleistungen auf (Abbildung 6). Reisekosten für internes Personal sind dagegen mit 8 Prozent an den durchschnittlichen Gesamtausgaben der Aussteller nur ein kleinerer Posten. Insbesondere ist die Herkunftsregion eines Ausstellers kein zuverlässiger Indikator für seine durchschnittlichen Ausgaben (Abschnitt 2.2.1). Ein signifikantes Merkmal zur Bestimmung der Ausstellerausgaben ist dagegen die Standgröße. 2.2.2

Abbildung 6: Ausgaben der Aussteller nach Ausgabenkategorien

in Prozent



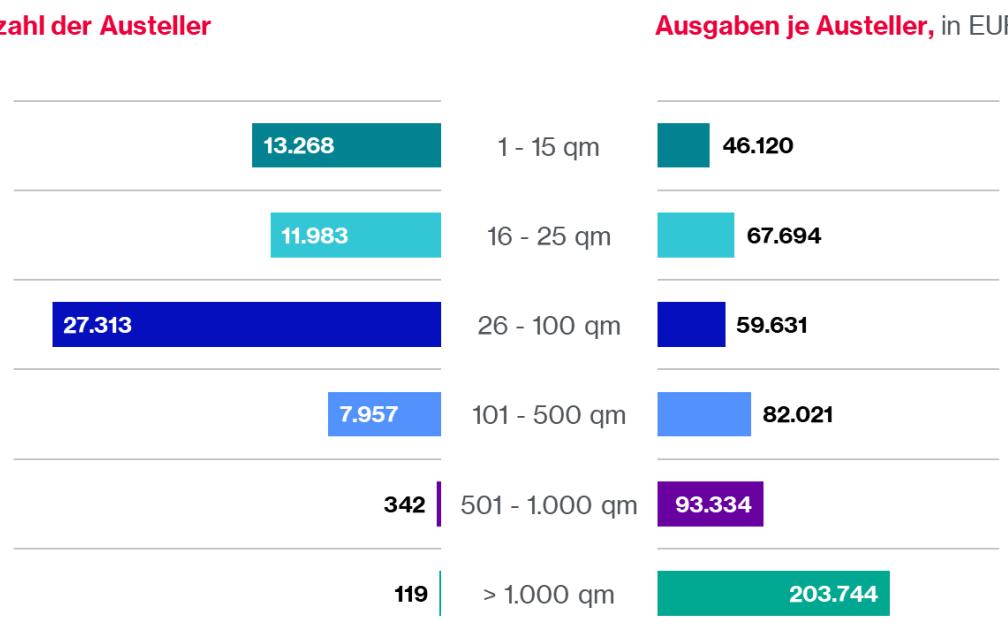
Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2025

Generell zeigt sich in Frankfurt, dass eine größere genutzte Standfläche mit einem höheren durchschnittlichen Ausgabenbetrag in Verbindung steht (Abbildung 7). So geben Aussteller mit einer Standfläche von 1-15 qm im Durchschnitt gut 46.000 Euro aus, Aussteller mit einer Standfläche von 26-100 qm knapp 60.000 Euro und Aussteller mit einer Standfläche von 101-500 qm gut 82.000 Euro. Auffällig ist der vergleichsweise hohe Ausgabenbetrag von Ausstellern mit einer Standfläche von 16-25 qm. Diese geben mit knapp 68.000 Euro durchschnittlich mehr aus als Aussteller mit einer Standfläche von 26-100 qm.

Am häufigsten nutzen Aussteller in Frankfurt eine Standgröße von 26-100 qm, gefolgt von sehr kleinen (1-15 qm, gut 13.000 Unternehmen) und kleinen Ständen (16-25 qm, knapp 12.000 Unternehmen). Knapp 8.000 Unternehmen nutzen dagegen große Standflächen (101-500 qm).

Abbildung 7: Anzahl und durchschnittliche Ausgaben von Ausstellern nach Standgröße



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2025

3.2 Gesamteffekt (Umsätze und Arbeitsplätze)

Dieser Ausgabenimpuls von 1,9 Mrd. Euro in Deutschland durch Veranstaltungen auf dem Gelände der Messe Frankfurt sorgt für einen wirtschaftlichen Gesamteffekt von 3,7 Mrd. Euro. Dieser setzt sich zusammen aus dem Ausgabenimpuls, dem indirekten Effekt durch Zuliefererbeziehungen sowie dem induzierten Effekt durch zusätzliches Einkommen von Beschäftigten entlang der Lieferkette.

Der größte Teil des Gesamteffekts fällt mit 2,1 Mrd. Euro in Frankfurt an. Demnach profitieren Unternehmer und Dienstleister vor Ort erheblich von Veranstaltungen an der Messe Frankfurt. Hessen profitiert mit 580 Mio. Euro direkten, indirekten und induzierten Umsätzen, Deutschland mit 1,0 Mrd. Euro (Abbildung 8). Der indirekte und induzierte Effekt in Hessen und Deutschland ist deutlich größer, als es der Ausgabenimpuls – der direkte Effekt – vermuten lässt. Grund hierfür ist die limitierte Leistungsfähigkeit der Unternehmen in der kreisfreien Stadt Frankfurt. Manche Vorleistungsaufträge von Unternehmen, die in Frankfurt ansässig sind, werden deshalb an Unternehmen in Hessen oder in anderen Bundesländern vergeben.

Abbildung 8: Direkte, indirekte und induzierte Umsätze von Messen und Veranstaltungen an der Messe Frankfurt

in Mio. Euro



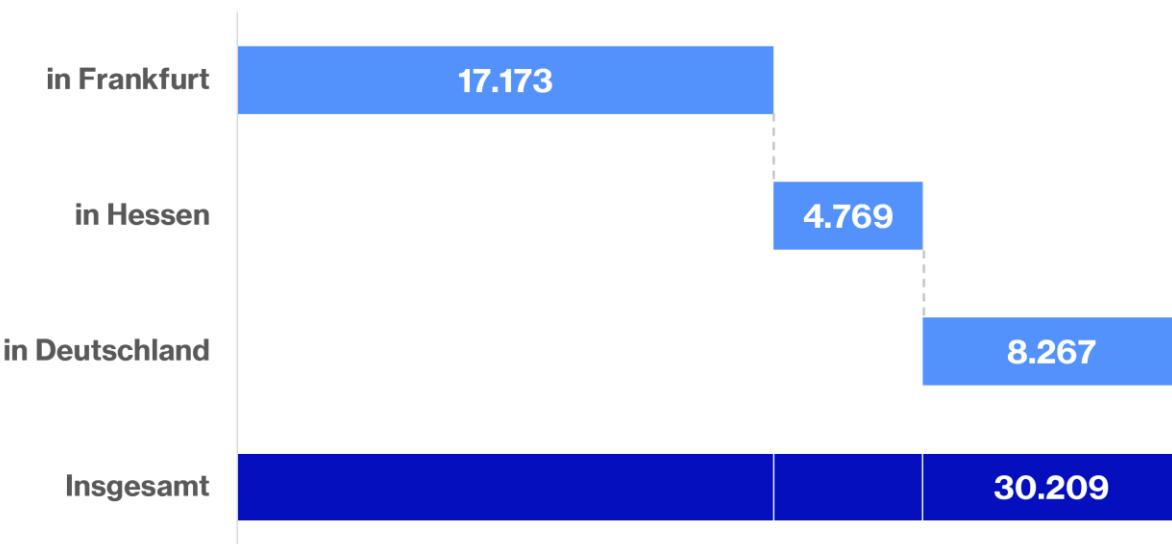
Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2025

Diese direkten, indirekten und induzierten Umsätze werden durch Beschäftigte in Frankfurt, Hessen und Deutschland geleistet. Insgesamt sichern Veranstaltungen an der Messe Frankfurt bundesweit die Beschäftigung von gut 30.000 Personen (Abbildung 9). Gut 17.000 Beschäftigte davon sind in Frankfurt tätig, weitere knapp 5.000 in Hessen und rund 8.000 in Deutschland.

Abbildung 9: Direkt, indirekt und induziert Beschäftigte von Messen und Veranstaltungen an der Messe Frankfurt

in Beschäftigten



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

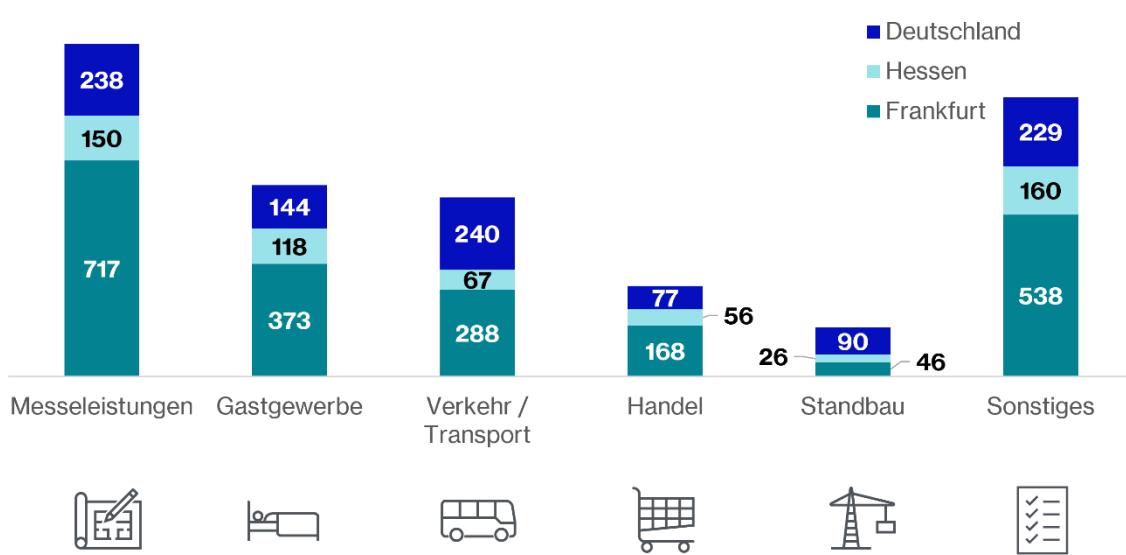
© Prognos 2025

3.3 Ergebnisse nach Branchen

Die direkten, indirekten und induzierten Umsätze werden in unterschiedlichen Branchen erbracht. Am stärksten profitiert die Branche Sonstige wirtschaftliche Dienstleistungen (hier: Messeleistungen). Darunter fallen beispielsweise die Vermietung von Messeständen, die Vermittlung und Überlassung von Arbeitskräften oder Wach- und Sicherheitsdienstleistungen (Abbildung 10).

Abbildung 10: Direkte, indirekte und induzierte Umsätze nach Branchen

in Mio. Euro



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

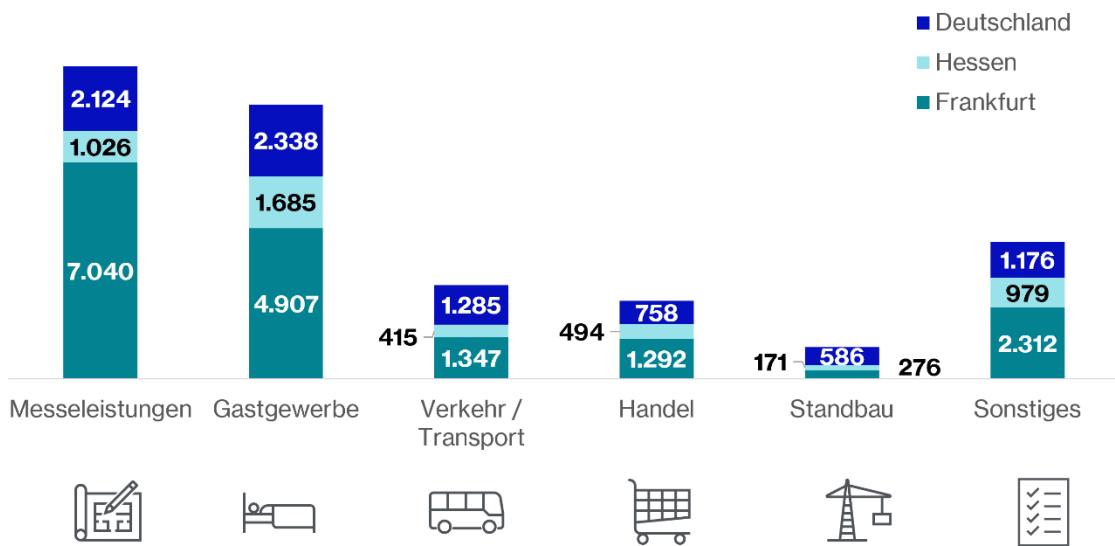
© Prognos 2025

Gut 700 Mio. Euro Umsätze fallen in diesem Bereich in Frankfurt an, weitere 150 Mio. Euro in Hessen und 238 Mio. Euro in Deutschland. Auch das Gastgewerbe – also Hotels und sonstige Beherbergungsbetriebe sowie Restaurants und Caterer – profitiert deutlich. Allein in Frankfurt werden im Rahmen von Veranstaltungen gut 370 Mio. Euro direkt, indirekt und induziert umgesetzt. Die Bereiche Verkehr und Transport, Handel und die Bauwirtschaft (hier: Standbau) haben ebenfalls relevante Umsätze zu verzeichnen. Diese fallen allerdings stärker in Deutschland und in Hessen an.

Diese branchenspezifischen Umsätze erfordern einen erheblichen Personaleinsatz. Dieser variiert je nach Branchenproduktivität. So sind im Bereich Messeleistungen gut 9.000 Beschäftigte im Rahmen von Messeveranstaltungen tätig – etwa 7.000 davon in Frankfurt. Auffällig ist die hohe Beschäftigtenzahl im Gastgewerbe. Dieses ist von einer hohen Personalintensität geprägt. Hier gehen knapp 9.000 Beschäftigungsverhältnisse auf die Veranstaltungen an der Messe Frankfurt zurück (Abbildung 11).

Abbildung 11: Direkt, indirekt und induziert Beschäftigte nach Branchen

in Beschäftigten



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

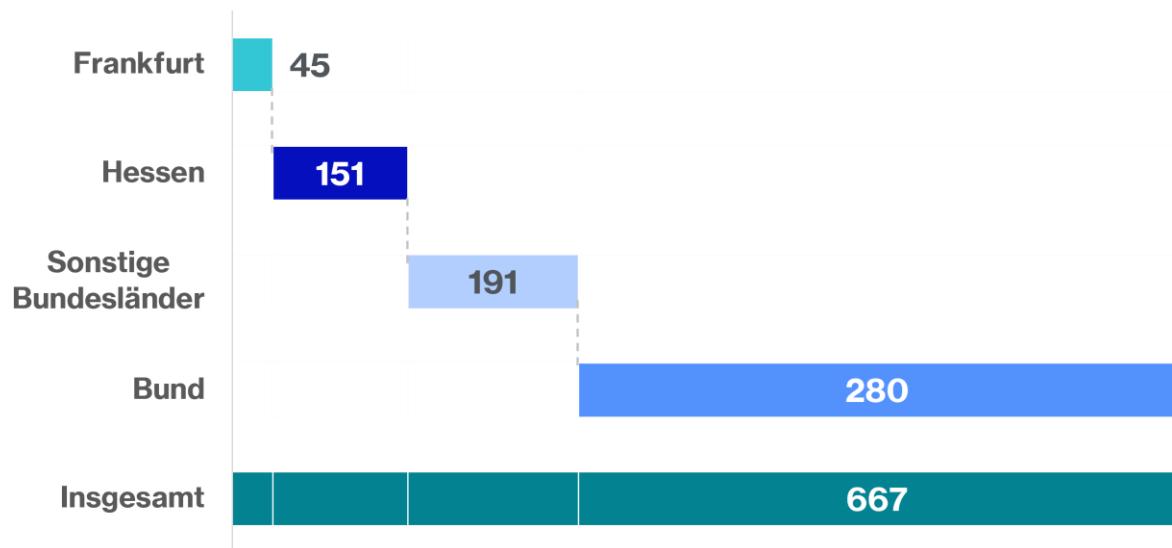
© Prognos 2025

3.4 Steuereinnahmen

Durch die direkten, indirekten und induzierten wirtschaftlichen Aktivitäten in einem durchschnittlichen Messejahr entstehen Steuereinnahmen in Höhe von 667 Mio. Euro (Abbildung 12).

Abbildung 12: Steuereinnahmen durch Messen und Veranstaltungen an der Messe Frankfurt, nach Empfängerregion

in Mio. Euro



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2025

Davon profitieren verschiedene Gebietskörperschaften in unterschiedlichem Ausmaß. Der größte Profiteur ist der Bund, der insgesamt 280 Mio. Euro erhält. Auf die Stadt Frankfurt entfallen Steuereinnahmen in Höhe von 45 Mio. Euro.

Impressum

Wirtschaftliche Bedeutung der Messe Frankfurt

Eine regional- und gesamtwirtschaftliche Analyse für Frankfurt, Hessen und Deutschland

Herausgeber

Prognos AG
Nymphenburger Straße 14
80335 München
Telefon: +49 89 954 1586-710
Fax: +49 89 954 1586-719
E-Mail: info@prognos.com
www.prognos.com

Kontakt

Dr. Andreas Sachs (Projektleitung)
Telefon: +49 89 9541 586 702
E-Mail: andreas.sachs@prognos.com

Satz und Layout: Prognos AG
Stand: November 2025
Copyright: 2025, Prognos AG

Alle Inhalte dieses Werkes, insbesondere Texte, Abbildungen und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei der Prognos AG. Jede Art der Vervielfältigung, Verbreitung, öffentlichen Zugänglichmachung oder andere Nutzung bedarf der ausdrücklichen, schriftlichen Zustimmung der Prognos AG.

Zitate im Sinne von § 51 UrhG sollen mit folgender Quellenangabe versehen sein: Prognos (2025): Wirtschaftliche Bedeutung der Messe Frankfurt – Eine regional- und gesamtwirtschaftliche Analyse für Frankfurt, Hessen und Deutschland, im Auftrag der Messe Frankfurt GmbH.