

PROJEKTBERICHT

Wirtschaftliche Bedeutung der Messe München

Eine regional- und gesamtwirtschaftliche Analyse für
München, Bayern und Deutschland



Von

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

Auftraggeber

Messe München GmbH

Abschlussdatum

März 2026

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

Arbeitsprachen

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](https://www.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	16
3.1.2 Ausgaben von Ausstellern	19
3.2 Gesamteffekt (Umsätze und Arbeitsplätze)	21
3.3 Ergebnisse nach Branchen	23
3.4 Steuereinnahmen	26

Zusammenfassung

Die Messe München zählt zu den weltweit führenden Messegesellschaften und veranstaltet zahlreiche Messen im In- und Ausland. Als zentraler Marktplatz für Aussteller und Besucher hat sie einen erheblichen wirtschaftlichen Einfluss auf den Veranstaltungsstandort München, in weite Teile Bayerns und darüber hinaus. Insbesondere während der Veranstaltungen entsteht eine erhöhte Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen, etwa im Gastgewerbe und im öffentlichen Nah- und Fernverkehr.

Nach dem Neustart der Messebranche infolge der Corona-Pandemie haben Messen und Kongresse wieder zahlreiche Besuchende und Aussteller auf dem Messegelände in München versammelt. Der Wunsch der Menschen nach persönlichem Austausch und Begegnungen ist deutlich spürbar. Die Messeplätze richten daher ihren Blick in die Zukunft und entwickeln Themen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit weiter. Gleichzeitig haben geopolitische Konflikte das Potenzial, die Messewirtschaft substantziell zu beeinflussen, indem sie das Verhalten von Besuchenden und Ausstellern verändern.

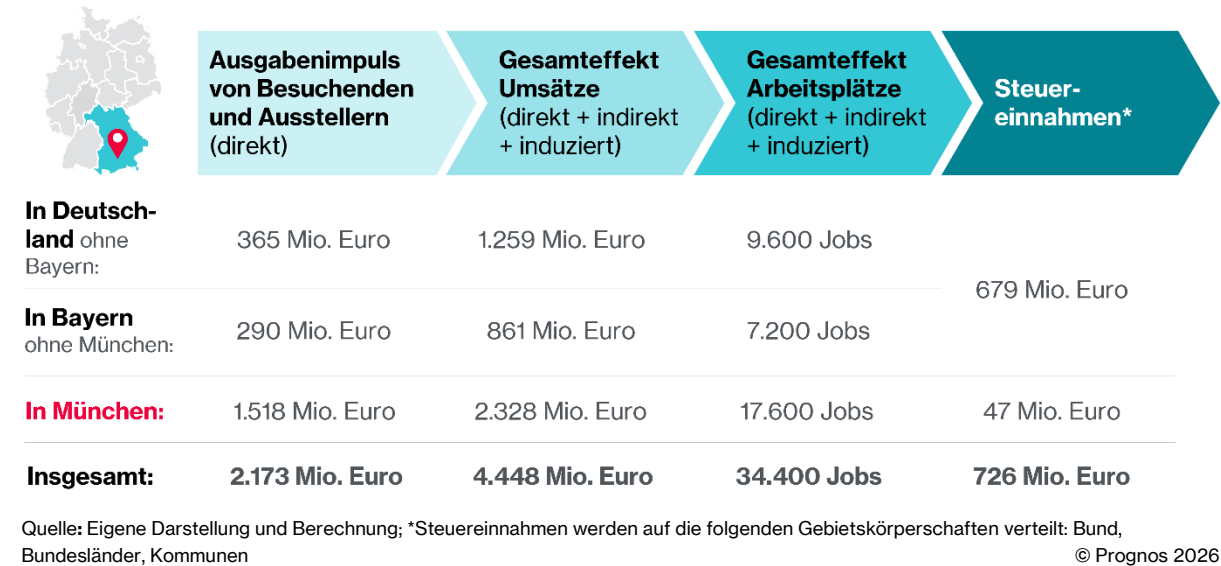
Die vorliegende Studie bestimmt den wirtschaftlichen Beitrag der Messe München am Standort München, für den Freistaat Bayern und darüber hinaus, der durch Veranstaltungen in einem durchschnittlichen Messejahr im Messezyklus 2024/25 entsteht. Kern der Studie sind Befragungen zum Ausgabeverhalten von Ausstellern und Besuchenden bei ausgewählten Veranstaltungen. Diese dienen dazu, den Ausgabenimpuls im Rahmen von Veranstaltungen an der Messe München zu bestimmen. Über wissenschaftlich fundierte Input-Output-Modellrechnungen werden regional und überregional direkte, indirekte und induzierte jährliche wirtschaftliche und fiskalische Effekte quantifiziert. Die Studie aktualisiert und ergänzt damit bestehende Berechnungen aus dem Jahr 2020.¹

Veranstaltungen auf dem Gelände der Messe München lösen direkte, indirekte und induzierte Umsätze in Deutschland insgesamt in Höhe von 4,448 Mrd. Euro aus (siehe Abbildung). Am stärksten profitiert die Landeshauptstadt München mit Umsatzeffekten in Höhe von 2,328 Mrd. Euro. Auf weitere Teile des Freistaats Bayern entfallen zusätzlich 861 Mio. Euro und auf andere Bundesländer 1,259 Mrd. Euro. Um die damit verbundenen wirtschaftlichen Aktivitäten durchzuführen, sind insgesamt gut 34.400 Menschen beschäftigt – mehr als die Hälfte davon in München. Dienstleistungsaktivitäten rund um die Messewirtschaft wie die Vermietung oder der Bau von Messeständen sowie insbesondere das Gastgewerbe profitieren am stärksten. Die wirtschaftlichen Aktivitäten führen zu Steuereinnahmen in Höhe von 726 Mio. Euro. Die Landeshauptstadt München profitiert mit 47 Mio. Euro, der Freistaat Bayern, andere Bundesländer sowie der Bund profitieren mit 679 Mio. Euro.

¹ Penzkofer (2020): Messe München generiert in einem „normalen“ Veranstaltungsjahr 3,3 Milliarden Euro Umsatz, ifo Schnelldienst 7/2020.

Abbildung 1: Wirtschaftliche Bedeutung von Veranstaltungen der Messe München

in einem durchschnittlichen Messejahr



Veranstaltungen der Messe München sind heute internationaler als zum Zeitpunkt der Vorgängerstudie 2020. Zudem 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 70.000 Euro aus, Besuchende durchschnittlich rund 900 Euro. Die Kombination beider Aspekte – eine größere Internationalität sowie Zunahme der Ausgaben je Aussteller und Besuchenden - führt in Summe zu einem deutlich höheren Gesamteffekt im Vergleich zur Vorgängerstudie.

² Berichtet werden nominale Zahlen. Auch ein Vergleich preisbereinigter Werte zeigt, dass die Ausgaben von Ausstellern und Besuchenden zugenommen haben. Der Gesamteffekt liegt preisbereinigt mit rund 3,7 Mrd. Euro über dem damaligen Ergebnis von rund 3,3 Mrd. Euro.

1 Hintergrund, Zielsetzung und Vorgehen

Messen sind ein wichtiger Austauschplatz für Aussteller und Besuchende. Sie tragen dazu bei, dass Akteure einer Branche oder eines Wirtschaftsbereichs Kontakte knüpfen oder diese vertiefen und damit Entwicklungen und Innovationen innerhalb der Branche und darüber hinaus in die Anwendung kommen. 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

Seit dem Ende der Corona-Pandemie hat sich die Messewirtschaft wieder deutlich erholt. Zukunftsgerichtete Themen wie Digitalisierung und Nachhaltigkeit werden in der Messebranche weiterentwickelt. Darüber hinaus haben geopolitische Konflikte das Potenzial, die Messewirtschaft 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 München 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 Gesamtimpulses erfolgt auf Grundlage von Informationen aus der Befragung (2.3). Der nach regionaler Wirksamkeit unterteilte Gesamtimpuls 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 München. Von der Messe München 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 „Messegewirtschaft im Blick“

Diese Studie für die Messe München 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 Eigen- und Gastveranstaltungen sowie Kongressen auf dem Gelände der Messe München in einem durchschnittlichen Jahr im Zeitraum 2024/25.⁴

Während dieses Zeitraums zählte die Messe München insgesamt gut 3,8 Mio. Eintritte von Besuchenden bei Eigen- und Gastmessen sowie bei Kongressen.⁵ Zudem haben in diesem Zeitraum rund 66.000 Unternehmen auf dem Gelände der Messe München ausgestellt (Tabelle 1).

Tabelle 1: Aussteller und Besuchseintritte der Messe München

2024 und 2025, gerundet

	Aussteller	Besuchseintritte
Eigen- und Gastmessen sowie Kongresse	66.000	3.800.000

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

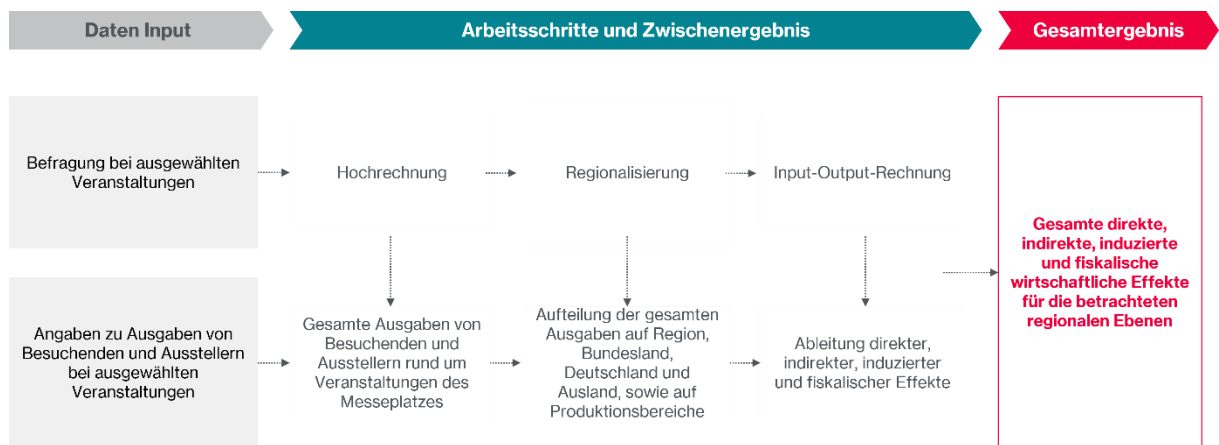
© Prognos 2026

Für die Bestimmung der wirtschaftlichen Bedeutung sind verschiedene aufeinander aufbauende Arbeitsschritte nötig (Abbildung 2). Diese werden im Folgenden im Detail beschrieben.

⁴ Im Rahmen der Turnusgewichtung werden zusätzlich Veranstaltungen berücksichtigt, die zuletzt 2022 oder 2023 stattgefunden haben und einen mehrjährigen Turnus aufweisen. Turnusgewichtete Ergebnisse beziehen sich auf ein durchschnittliches Messejahr. Zur Turnusgewichtung siehe Abschnitt 2.2.

⁵ 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 2: Methodisches Vorgehen



Quelle: Eigene Darstellung

© Prognos 2026

2.1 Befragungen und messeeigene Daten

2.1.1 Aufbau und Durchführung der Befragungen

Für die Messe München GmbH wurden durch die Gelszus Messe-Marktforschung GmbH in den Jahren 2024 und 2025 insgesamt sieben Befragungen bei Veranstaltungen der Messe München – jeweils von Besuchenden und Ausstellern – durchgeführt.⁶ Grundlage für die Befragungen waren durch Prognos erstellte und mit der Messe München 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 Messtypen vorliegen. Dabei wurden folgende Messtypen 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 Ausgabenverhalten (Reisekosten, Übernachtung, Verpflegung etc.) von Besuchenden und das Ausgabenverhalten von ausstellenden Unternehmen (Standbau, Transport & Logistik, externes Messepersonal etc.) abgefragt. Die Zielgröße bei den Befragungen von Besuchenden wurde anhand der FKM-Zertifizierungsrichtlinie

⁶ Befragt wurde bei den folgenden Messen: f.re.e, bauma, ISPO, EXPO REAL, productronica und bei den beiden Kongressen World of Photonics Congress und ESICM.

bestimmt.⁷ Bei Besuchenden war das Ziel mindestens 80 Prozent der in der FKM-Richtlinie geforderten Befragungszahl zu erreichen. Da vorwiegend besuchsstarke Messen befragt wurden, lag die Zahl der Befragungen von Besuchenden in München pro Messe im Bereich von 1.000. Bei Ausstellern wurde eine Vollbefragung durchgeführt. Insgesamt wurden bei den sieben Veranstaltungen rund 2.600 Aussteller und 6.200 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 München selbst bereitgestellt. Zur systematischen Erhebung und Auswertung von Messekennzahlen wurde daher eine Datenmaske an die Messe München 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

⁷ 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 Turnusgewichtung 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.⁸ Dies wird verknüpft mit den Angaben der Messe München 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.⁹

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.

⁸ Wir unterscheiden die Standgrößen 1-15 qm, 16-25 qm, 26-100 qm, 101-500 qm, 510-1.000 qm und >1.000 qm.

⁹ 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.¹⁰ 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.¹¹ 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 getätigt – in München, im Bundesland Bayern, im sonstigen Deutschland oder im Ausland. Zum Beispiel werden Ausgaben für eine Übernachtung in München 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

¹⁰ Wir unterscheiden zwischen den Herkunftsregionen München, sonstiges Bayern, sonstiges Deutschland, sonstiges Europa, Asien, Amerika, Afrika und Australien/Ozeanien.

¹¹ 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 knappgehalten 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.¹²

Nach Festlegung dieser Regionalisierungsregeln werden die hochgerechneten Ausgabenvolumina für jede Ausgabenart einer Region (München, sonstiges Bayern, 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 München verortet sein. So ist nicht zu erwarten, dass von Ausgaben in München ausschließlich Unternehmen in München profitieren, da Lieferketten in der Regel über mehrere Kreis- oder Bundeslandgrenzen verlaufen. Das

¹² 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** (**REG**ionalized **N**ational **A**ccounts) erlaubt eine fundierte Auswertung von wirtschaftlichen Effekten auf Ebene der Kreisfreien Stadt München, des Landes Bayern 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.¹³

Im **Ergebnis** liefert die Input-Output-Rechnung den gesamten wirtschaftlichen Effekt (gemessen als Nettoumsatz) 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 München 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.

¹³ 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. München selbst erhält einen festgelegten Anteil des Gemeindeanteils. Die Umsatzsteuereinnahmen werden ebenfalls nach einem festgelegten Schlüssel zwischen Bund, Länder und Gemeinden verteilt. Der Anteil Münchens 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.

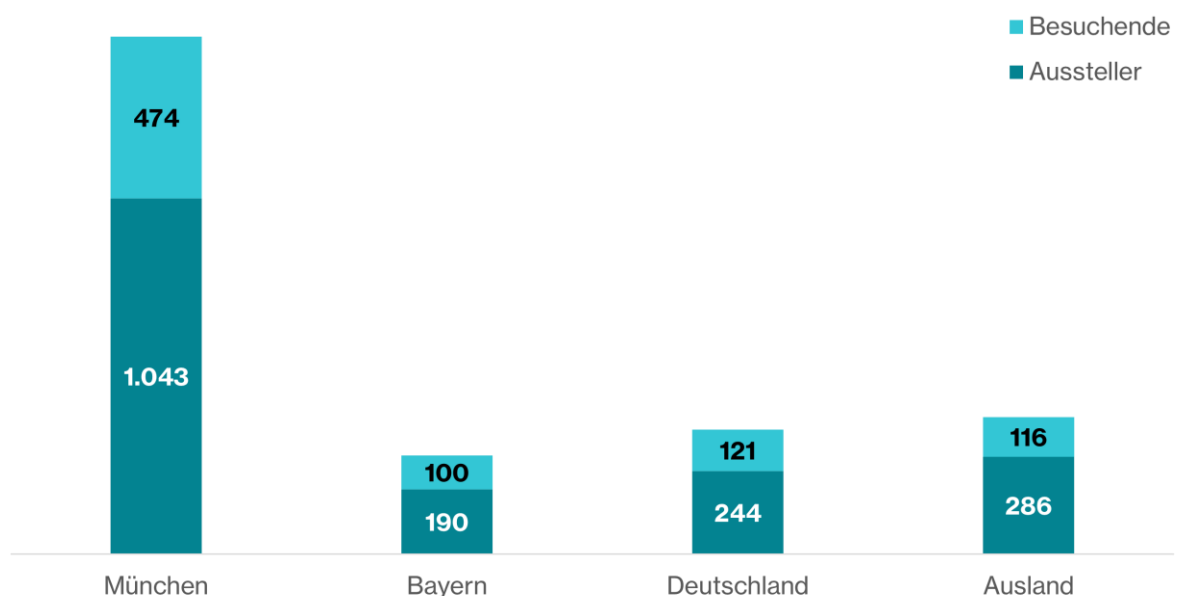
3 Ergebnisse

3.1 Ausgabenimpuls (direkter Effekt)

Aussteller und Besuchende geben in einem durchschnittlichen Messejahr 2024/25 im Rahmen von Veranstaltungen der Messe München insgesamt knapp 2,6 Mrd. Euro aus, knapp 2,2 Mrd. Euro davon in Deutschland (Abbildung 3). Damit werden knapp 85 Prozent der direkten Ausgaben in Deutschland getätigt, gut 15 Prozent im Ausland. Für die Bestimmung der wirtschaftlichen Bedeutung der Messe München 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 München getätigt. Hier geben Aussteller mehr als 1 Mrd. Euro und Besuchende knapp 500 Mio. Euro aus. In Bayern und Deutschland ist der Ausgabenimpuls deutlich geringer.

Abbildung 3: Ausgaben der Aussteller und Besuchenden nach Region

in Mio. Euro, turnusgewichtet



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2026

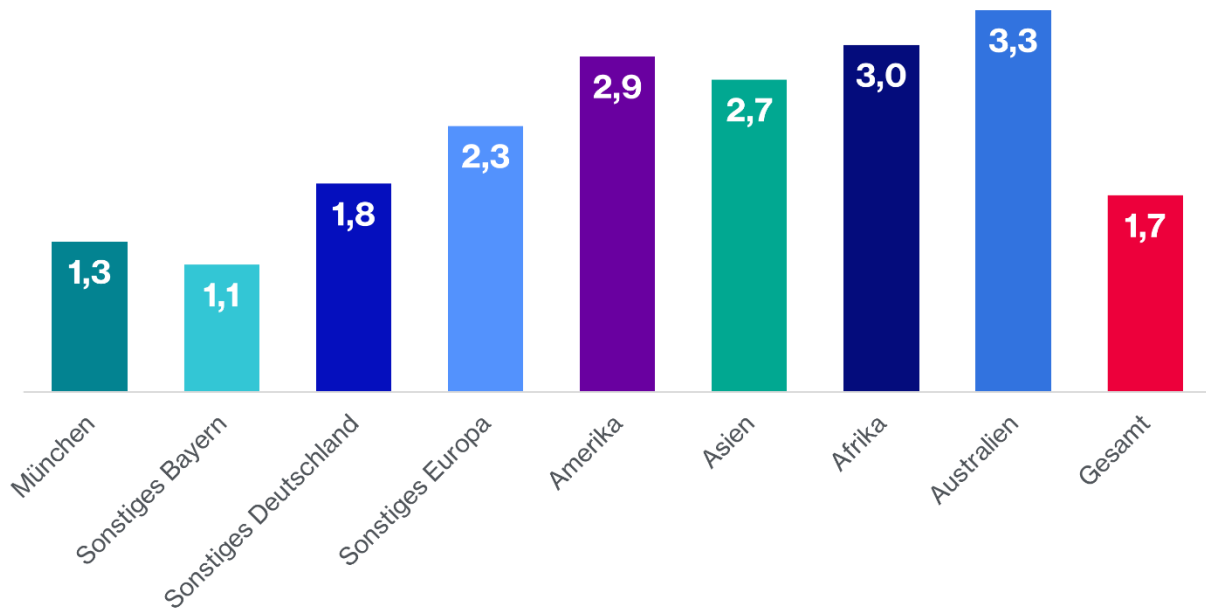
Der Ausgabenimpuls durch Aussteller ist dabei im Durchschnitt mehr als doppelt so groß wie der Impuls durch Besuchende.

3.1.1 Ausgaben von Besuchenden

Besuchende von Messen auf dem Gelände der Messe München geben während des Zeitraums 2024/25 im Durchschnitt rund 900 Euro pro Kopf bzw. gut 530 Euro pro Eintritt aus. Die durchschnittliche Besuchsdauer beträgt ungefähr 1,7 Tage, wobei sich die Besuchsdauer

zwischen Besuchenden verschiedener Herkunftsregionen erheblich unterscheidet (Abbildung 4). Besuchende aus der Region oder dem Inland besuchen eine Messe häufig nur einen Tag, während Besuchende mit längerer Anreise im häufig 3 Tage oder länger bleiben.

Abbildung 4: Durchschnittliche Besuchsdauer nach Herkunftsregion
in Tagen



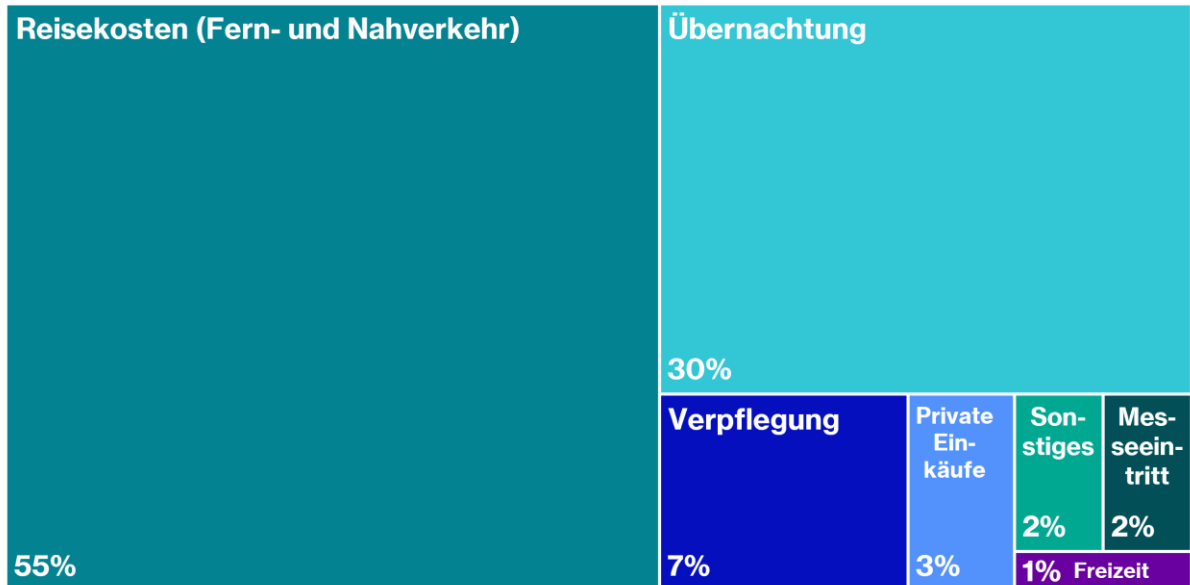
Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2026

Besuchende von Messeveranstaltungen der Messe München reisen nicht selten aus dem Ausland an und haben – vor allem verglichen mit anderen Messeplätzen – entsprechend hohe Reisekosten. Da sie häufig mehr als einen Tag in München verbringen, fallen höhere Übernachtungskosten an. Entsprechend sind Ausgaben der Besuchenden für Mobilität (sowohl zur An- und Abreise als auch vor Ort) mit 55 Prozent an den Gesamtausgaben und Übernachtung mit 30 Prozent die größten Ausgabeposten (Abbildung 5).

Abbildung 5: Ausgaben der Messebesuchenden nach Ausgabenkategorien

in Prozent



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2026

Allerdings gibt es zwischen Besuchenden je nach Herkunftsregion erhebliche Unterschiede im Ausgabevolumen. Besuchende aus München selbst geben im Durchschnitt lediglich 43 Euro im Rahmen von Veranstaltungen aus, Besuchende aus Bayern mit 129 Euro mehr als doppelt so viel (Abbildung 6). Dabei ist zu beachten, dass diese lokalen und regionalen Besuchenden, die oftmals eine Veranstaltung an nur einem Tag besuchen, entsprechend geringe Ausgaben für An- und Abreise und Übernachtung haben. Besuchende aus anderen Bundesländern geben durchschnittlich 904 Euro aus – nur etwas weniger als Besuchende aus dem sonstigen Europa mit 1.562. Am höchsten sind die Ausgaben von Besuchenden aus Amerika, Asien, Afrika und Australien. Dies liegt zum einen an einer längeren Besuchsdauer und zum anderen an deutlich höheren Reisekosten.¹⁴

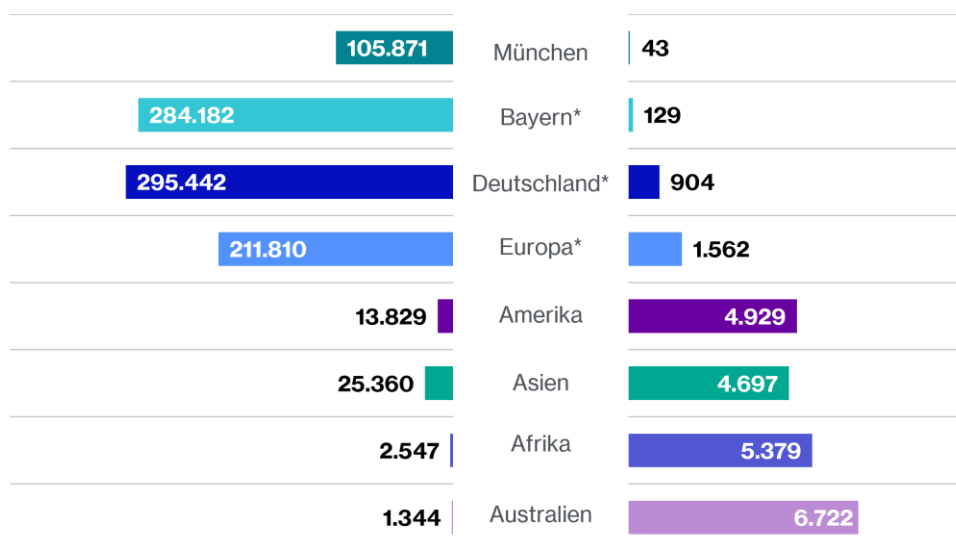
¹⁴ Eine Normierung der durchschnittlichen Ausgaben pro Kopf für die Besuchsdauer zeigt geringere Differenzen zwischen den Ausgaben von Personen unterschiedlicher Herkunftsregion. Allerdings geben Besuchende aus Australien, Amerika oder Asien auch je Eintritt deutlich mehr aus als Besuchende aus der Region,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

Abbildung 6: Anzahl und durchschnittliche Ausgaben von Besuchenden nach Herkunftsregion

turnusgewichtet

Anzahl der Besuchenden

Ausgaben je Besuchenden, in EUR



* Bayern ohne München, Deutschland ohne Bayern, Europa ohne Deutschland

Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2026

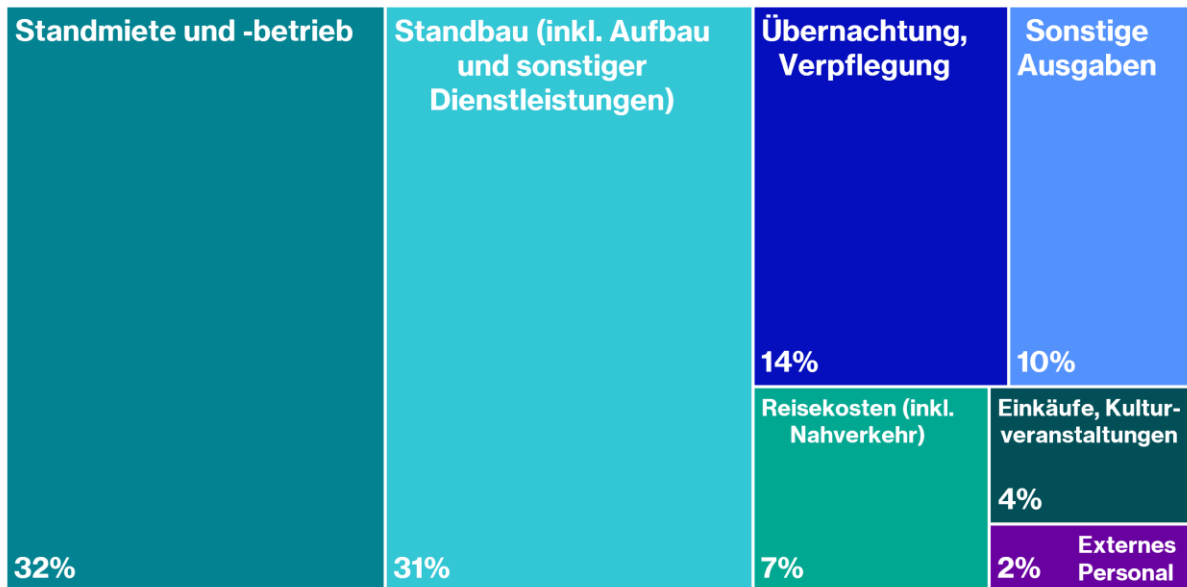
In Abbildung 6 zeigt sich die relativ hohe Internationalität von Veranstaltungen in München. Zwar kommen die meisten Besuchenden aus Bayern oder anderen deutschen Bundesländern, allerdings stammen mehr als drei von zehn Besuchenden aus dem Ausland. Gut 210.000 Gäste reisen aus dem europäischen Ausland an, zudem besuchen mit mehr als 25.000 Personen insbesondere asiatische Gäste Veranstaltungen der Messe München.

3.1.2 Ausgaben von Ausstellern

Aussteller bei Messeveranstaltungen auf dem Gelände der Messe München geben während des Zeitraums 2024/25 im Durchschnitt rund 70.000 Euro aus. Mit 63 Prozent wenden Aussteller einen wesentlichen Anteil dieser Gesamtausgaben für die Bereiche Standmiete und -betrieb sowie Standbau inklusive Aufbau und sonstiger Dienstleistungen auf (Abbildung 7). Reisekosten für internes Personal sind dagegen mit 7 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.

Abbildung 7: Ausgaben der Aussteller nach Ausgabenkategorien

in Prozent



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2026

Generell zeigt sich in München, dass eine größere genutzte Standfläche mit einem höheren durchschnittlichen Ausgabenbetrag in Verbindung steht (Abbildung 8). So geben Aussteller mit einer Standfläche von 1-15 qm im Durchschnitt gut 45.000 Euro aus, Aussteller mit einer Standfläche von 26-100 qm gut 70.000 Euro und Aussteller mit einer Standfläche von 101-500 qm gut 104.000 Euro.

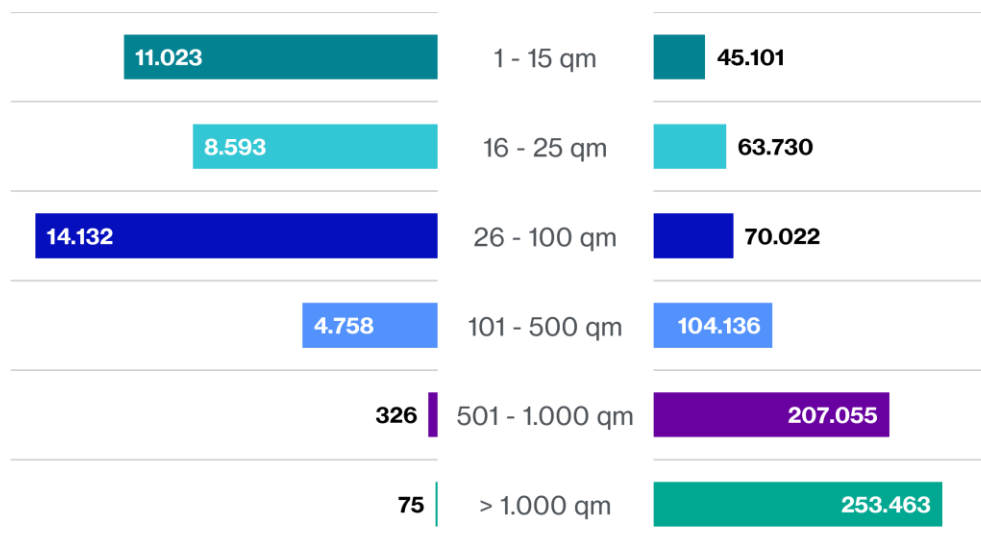
Am häufigsten nutzen Aussteller in München eine Standgröße von 26-100 qm, gefolgt von sehr kleinen (1-15 qm, gut 11.000 Unternehmen) und kleinen Ständen (16-25 qm, knapp 8.600 Unternehmen). Nur rund 400 Unternehmen nutzen dagegen große (101-500 qm) und sehr große Standflächen.

Abbildung 8: Anzahl und durchschnittliche Ausgaben von Ausstellern nach Standgröße

turnusgewichtet

Anzahl der Aussteller

Ausgaben je Aussteller, in EUR



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2026

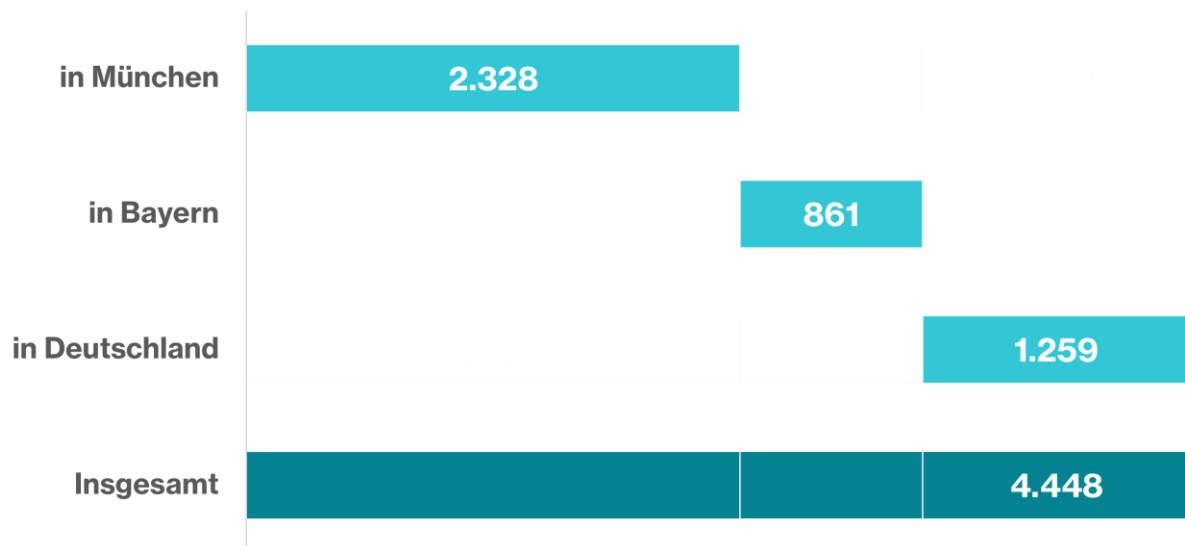
3.2 Gesamteffekt (Umsätze und Arbeitsplätze)

Dieser Ausgabenimpuls von knapp 2,2 Mrd. Euro in Deutschland durch Veranstaltungen auf dem Gelände der Messe München sorgt für einen wirtschaftlichen Gesamteffekt von knapp 4,5 Mrd. Euro. Dieser setzt sich zusammen aus dem Ausgabenimpuls, dem indirekten Effekt durch Zulieferbeziehungen sowie dem induzierten Effekt durch zusätzliches Einkommen von Beschäftigten entlang der Lieferkette.

Der größte Teil des Gesamteffekts fällt mit gut 2,3 Mrd. Euro in München an. Demnach profitieren Unternehmer und Dienstleister vor Ort erheblich von Veranstaltungen an der Messe München. Bayern profitiert mit 861 Mio. Euro direkten, indirekten und induzierten Umsätzen, Deutschland mit knapp 1,3 Mrd. Euro (Abbildung 9). Der indirekte und induzierte Effekt in Bayern 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 München. Manche Vorleistungsaufträge von Unternehmen, die in München ansässig sind, werden deshalb an Unternehmen in Bayern oder in anderen Bundesländern vergeben.

Abbildung 9: Direkte, indirekte und induzierte Umsätze von Messen und Veranstaltungen an der Messe München

in Mio. Euro



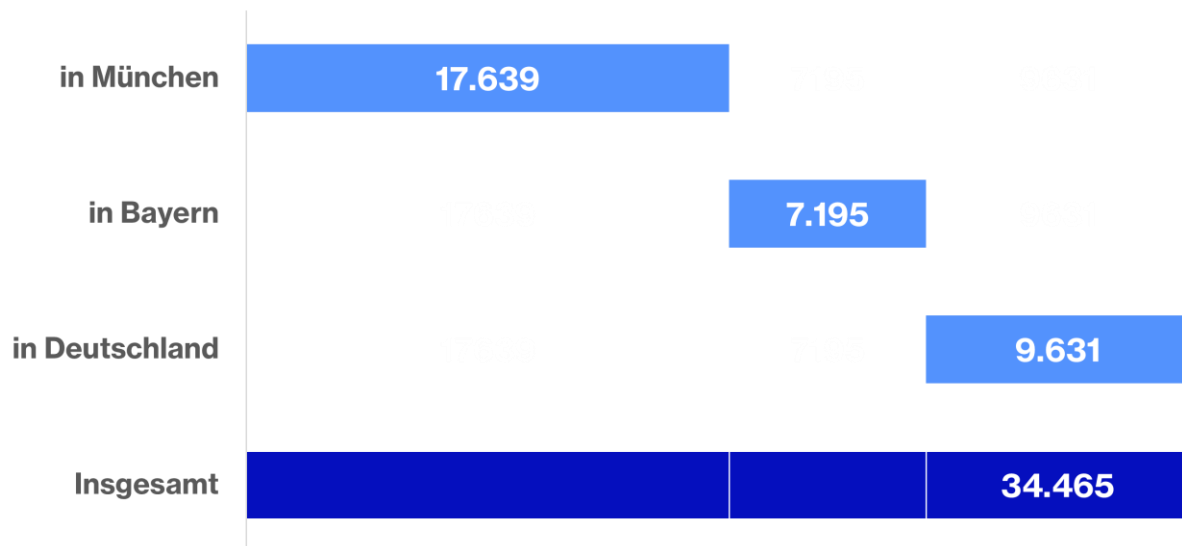
Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2026

Diese direkten, indirekten und induzierten Umsätze werden durch Beschäftigte in München, Bayern und Deutschland geleistet. Insgesamt sichern Veranstaltungen an der Messe München bundesweit die Beschäftigung von gut 34.000 Personen (Abbildung 10). Knapp 18.000 Beschäftigte davon sind in München tätig, weitere gut 7.000 in Bayern und gut 9.600 in Deutschland.

Abbildung 10: Direkt, indirekt und induziert Beschäftigte von Messen und Veranstaltungen an der Messe München

in Beschäftigten



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

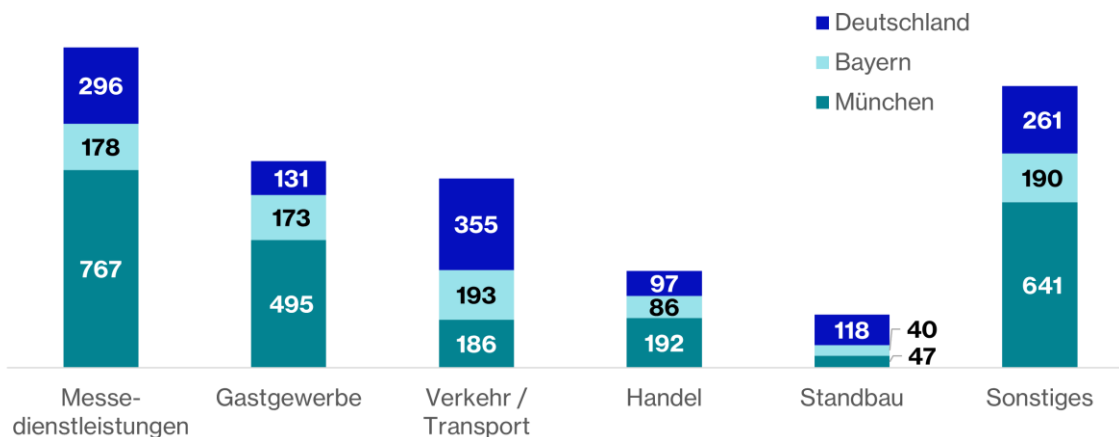
© Prognos 2026

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 Wach-, Sicherheits- und Reinigungsdienstleistungen, Messestand-betreuung und -design, Licht- und Tontechnik oder die Vermietung von Messeständen (Abbildung 11).

Abbildung 11: Direkte, indirekte und induzierte Umsätze nach Branchen

in Mio. Euro



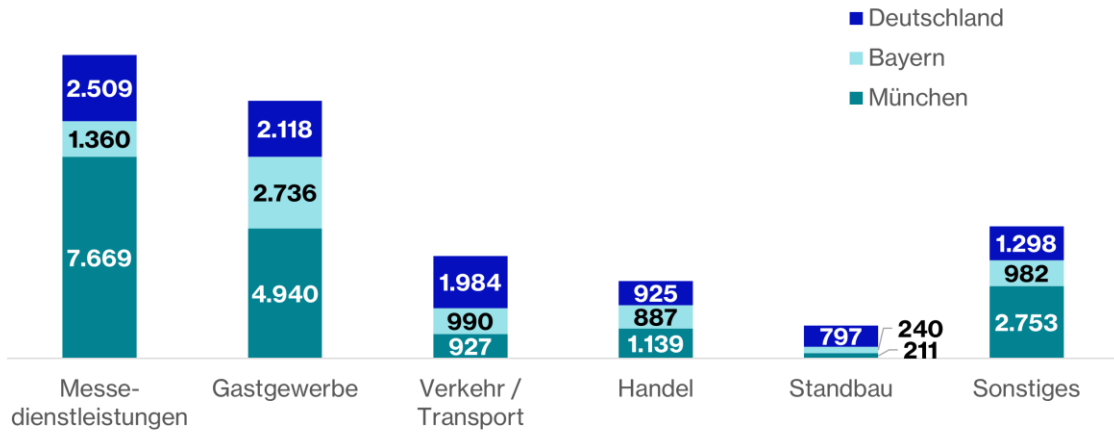
Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2026

767 Mio. Euro Umsätze fallen in diesem Bereich in München an, weitere 178 Mio. Euro in Bayern und 296 Mio. Euro in Deutschland. Auch das Gastgewerbe – also Hotels und sonstige Beherbergungsbetriebe sowie Restaurants und Caterer – profitiert deutlich. Allein in München werden im Rahmen von Veranstaltungen 495 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 Bayern an.

Diese branchenspezifischen Umsätze erfordern einen erheblichen Personaleinsatz. Dieser variiert je nach Branchenproduktivität. So sind im Bereich Messeleistungen gut 11.500 Beschäftigte im Rahmen von Messerveranstaltungen tätig – 7.669 davon in München. Auffällig ist die hohe Beschäftigtenzahl im Gastgewerbe. Dieses ist von einer hohen Personalintensität geprägt. Hier gehen knapp 9.800 Beschäftigungsverhältnisse auf die Veranstaltungen an der Messe München zurück (Abbildung 12).

Abbildung 12: Direkt, indirekt und induziert Beschäftigte nach Branchen
in Beschäftigten

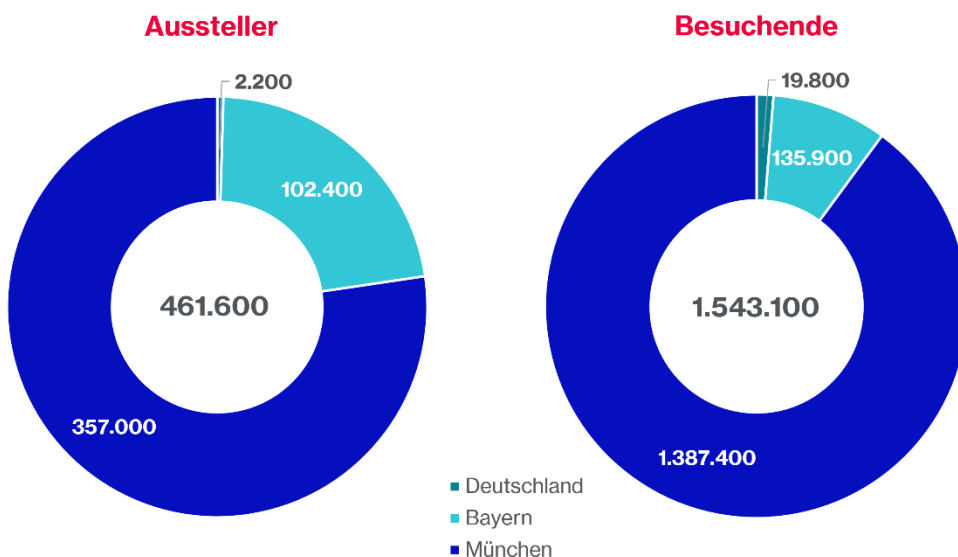


Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2026

Insgesamt werden in einem durchschnittlichen Messejahr gut 2 Mio. Übernachtungen von Besuchenden und Ausstellern von Veranstaltungen auf dem Gelände der Messe München gebucht (Abbildung 13). Das Gastgewerbe vor Ort profitiert davon erheblich – gut 1,7 Mio. Übernachtungen werden in München getätigt, weitere gut 200.000 im Umland.

Abbildung 13: Anzahl der Übernachtungen in Beherbergungsbetrieben in München, Bayern und Deutschland



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

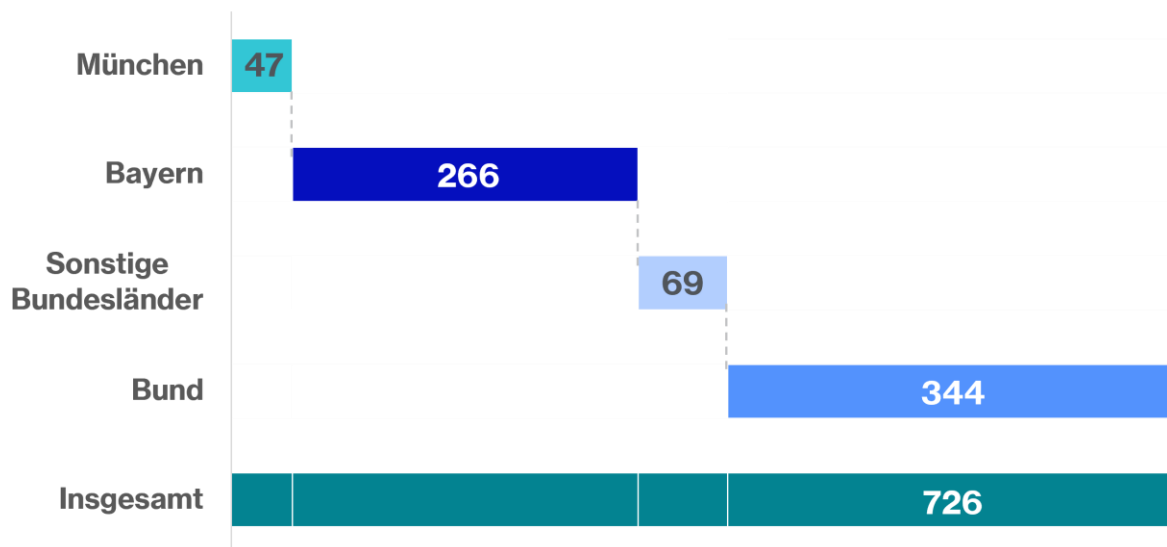
© Prognos 2026

3.4 Steuereinnahmen

Durch die direkten, indirekten und induzierten wirtschaftlichen Aktivitäten in einem durchschnittlichen Messejahr entstehen Steuereinnahmen in Höhe von 726 Mio. Euro (Abbildung 14).

Abbildung 14: Steuereinnahmen durch Messen und Veranstaltungen an der Messe München, nach Empfängerregion

in Mio. Euro



Quelle: Eigene Darstellung und Berechnung

© Prognos 2026

Davon profitieren verschiedene Gebietskörperschaften in unterschiedlichem Ausmaß. Der größte Profiteur ist der Bund, der insgesamt 344 Mio. Euro erhält. Auf die Stadt München entfallen Steuereinnahmen in Höhe von 47 Mio. Euro.

Impressum

Wirtschaftliche Bedeutung der Messe München

Eine regional- und gesamtwirtschaftliche Analyse für München, Bayern 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: Februar 2026
Copyright: 2026, 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 (2026): Wirtschaftliche Bedeutung der Messe München – Eine regional- und gesamtwirtschaftliche Analyse für München, Bayern und Deutschland, im Auftrag der Messe München GmbH.