

Projektbericht
Research Report

Ökonomische Effekte von Veranstaltungen in Österreich

Alexander Schnabl
Liliana Mateeva
Gerlinde Titelbach
Barbara Zucker

unter Mitarbeit von:
Brigitte Hochmuth
Julia Janke
Sarah Lappöhn
Alina Pohl



INSTITUT FÜR HÖHERE STUDIEN
INSTITUTE FOR ADVANCED STUDIES

Vienna

Mit freundlicher Unterstützung von
emba – event marketing board austria und der
Fachgruppe Werbung & Marktkommunikation Wien

Endbericht

Ökonomische Effekte von Veranstaltungen in Österreich

**Alexander Schnabl
Liliana Mateeva
Gerlinde Titelbach
Barbara Zucker**

**unter Mitarbeit von:
Brigitte Hochmuth
Julia Janke
Sarah Lappöhn
Alina Pohl**

Endbericht

Studie im Auftrag der Wirtschaftskammer Österreich

25. Juli 2012

**Institut für Höhere Studien (IHS), Wien
Institute for Advanced Studies, Vienna**

Kontakt:

Dipl.-Ing. Alexander Schnabl

☎: +43/1/599 91-211

E-Mail: schnabl@ihs.ac.at

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	1
2. Ökonomische Aspekte von Veranstaltungen	3
2.1. Abgrenzung des Begriffs Veranstaltung	3
2.2. Veranstaltungen als wirtschaftliches Gut	7
2.3. Veranstaltungen in Österreich	10
2.3.1. Kongresse und Tagungen	10
2.3.2. Festivals und Festspiele	11
2.3.3. Veranstaltungen als Tourismusattraktionen	12
2.3.4. Öffentliche Förderungen	15
3. Primärdatenerhebung	16
3.1. Veranstaltungsausgaben von Unternehmen, Eventagenturen und der öffentlichen Verwaltung	16
3.2. Vorleistungsstruktur	18
4. Untersuchungsmethode	20
4.1. Input-Output-Analyse	20
4.2. Gliederung der Effekte	22
4.3. Berechnete Effektarten	22
4.4. Annahmen	24
4.5. Arten von Klassifikationen	26
5. Ökonomische Analyse des Veranstaltungswesens	30
5.1. Ökonomische Effekte der Ausgaben für Eventagentur-Veranstaltungen	31
5.2. Ökonomische Effekte der Veranstaltungsausgaben der öffentlichen Verwaltung	32
5.3. Ökonomische Effekte der Veranstaltungsausgaben von Unternehmen	33
5.4. Ökonomische Effekte des Eventtourismus	34
5.5. Ökonomische Effekte der gesamten Veranstaltungsausgaben (inkl. Eventtourismus)	36
5.6. Anteil des Veranstaltungswesens an der österreichischen Wirtschaftsleistung	39
6. Executive Summary	41
7. Literaturverzeichnis	43

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Ausschließbarkeitskriterien eines Gutes	8
Tabelle 2: Ausgabenstruktur der TouristInnen in Österreich (2010).....	14
Tabelle 3: Hochrechnungsergebnisse der Veranstaltungsausgaben in Österreich im Jahr 2010	17
Tabelle 4: Kostenstruktur der Veranstaltungsausgaben von Eventagenturen, Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung	19
Tabelle 5: Wirtschaftssektoren nach CPA 2002 und NACE 2003 Klassifikationen (Sektoren 1 bis 40)	28
Tabelle 6: Wirtschaftssektoren nach CPA 2002 und NACE 2003 Klassifikationen (Sektoren 40 bis 95)	29
Tabelle 7: Ökonomische Effekte der Eventagentur-Veranstaltungen 2010	31
Tabelle 8: Ökonomische Effekte der Veranstaltungsausgaben der öffentlichen Verwaltung 2010	33
Tabelle 9: Ökonomische Effekte der Veranstaltungsausgaben der Unternehmen 2010	34
Tabelle 10: Ökonomische Effekte des Eventtourismus 2010.....	35
Tabelle 11: Ökonomische Effekte der gesamten Veranstaltungsausgaben (inkl. Eventtourismus) 2010.....	36
Tabelle 12: Auswirkungen der Ausgaben für Veranstaltungen und der Ausgaben von EventtouristInnen, 2010 gegliedert nach ÖCPA-Güterklassen (ÖCPA 2002)	37
Tabelle 13: Auswirkungen der Ausgaben für Veranstaltungen und der Ausgaben von EventtouristInnen, 2010 gegliedert nach ÖNACE-Wirtschaftsklassen (ÖNACE 2003).....	39
Tabelle 14: Anteil des Veranstaltungswesens an der Wirtschaftsleistung Österreichs im Jahr 2010	40

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Beispiele für Veranstaltungen	5
Abbildung 2: Wichtigste Akteure bei der Organisation von Veranstaltungen.....	7
Abbildung 3: Darstellung von Wertschöpfungs-, Beschäftigungs-, Kaufkraft- und Steuerwirkungen	21

1. Einleitung

In Wirtschaft und Politik als auch im privaten Bereich spielen Veranstaltungen eine zunehmend bedeutende Rolle. Österreich hebt sich durch sein vielfältiges Angebot an Veranstaltungen, beispielsweise das im Sportbereich besonders bekannte Hahnenkammrennen, hervor. Zudem ziehen glamouröse Events wie der Life Ball oder der Opernball die internationale und nationale Aufmerksamkeit auf sich. Veranstaltungen als soziale Ereignisse sind Orte, an denen Kultur ausgetauscht und gelebt wird.

Mittels Veranstaltungen werden verschiedenste Ziele verfolgt, aus denen sich dann das Veranstaltungsdesign ableitet. Denken wir zum Beispiel an Messen und Konferenzen, bei denen neue Produkte und Ideen vorgestellt werden und in dessen Verlauf diese Innovationen zu ihren KundInnen finden und Geschäftsabschlüsse gemacht werden. Oder an politische Gipfel, bei denen über die Rahmenbedingungen des Zusammenlebens von Menschen und ganzen Völkern entschieden wird. Firmeninterne Veranstaltungen, wie Workshops und Tagungen, sollen MitarbeiterInnen und PartnerInnen informieren und motivieren, während Sport- oder Kulturveranstaltungen vorwiegend Freizeit- und Unterhaltungscharakter haben. Veranstaltungen können auch einfach Feste sein, die ausschließlich der Freude und Zerstreuung dienen.

Neben diesen vorrangigen Zielausrichtungen von Veranstaltungen finden sich andere Faktoren, die für die österreichische Wirtschaft Relevanz haben. In welcher Form auch immer eine Veranstaltung zustande kommt und abgehalten wird, für die Vorbereitung und Durchführung von Veranstaltungen müssen Ausgaben getätigt werden, die der lokalen Wirtschaft zugutekommen. Sie haben einen Einfluss auf die Wertschöpfung, die Beschäftigung und die Kaufkraft. Bei größeren und bedeutenderen Veranstaltungen entsteht sogar ein touristischer Effekt, denn diese Großveranstaltungen bilden einen Anreiz für Personen aus dem Ausland nach Österreich zu reisen und hier wiederum Ausgaben zu tätigen.

In erster Linie profitierte im Jahr 2010 von der Durchführung von Veranstaltungen in Österreich das Beherbergungs- und Gaststättenwesen. Nicht außer Acht zu lassen sind jedoch auch alle im weiteren Sinn durch die Wertschöpfungskette beteiligten Anbieter von Waren und Dienstleistungen, wie zum Beispiel die Wirtschaftsbereiche Kultur, Sport und Unterhaltung. Durch die Wertschöpfungskette sind letztendlich in nahezu allen wirtschaftlichen Sektoren Wirkungen von Veranstaltungen spürbar.

In der vorliegenden Studie werden die wirtschaftlichen Auswirkungen von in Österreich stattfindenden Veranstaltungen im Aggregat auf die österreichische Wirtschaft für das Jahr 2010 untersucht und abgeschätzt. Mit dieser Studie wird erstmals eine Schätzung der ökonomischen Effekte von Veranstaltungen für Österreich vorgenommen. Da eine derartige

quantitative Bewertung je nach Genauigkeitsgrad mit vielen Herausforderungen verbunden ist, werden im Rahmen dieser Studie vor allem die Größenordnungen der wirtschaftlichen Effekte von Veranstaltungen in Österreich eingeschätzt.

Für die Berechnung der ökonomischen Wirkungen für Österreich werden nicht nur die direkten, sondern auch die indirekten und induzierten Effekte berücksichtigt. Bei den direkten Effekten handelt es sich um Wirkungen, die unmittelbar bei den VeranstalterInnen in Österreich entstehen, etwa Wertschöpfung und Beschäftigung. Demgegenüber handelt es sich bei den indirekten Effekten um Wirkungen, die bei VorleisterInnen und VorvorleisterInnen innerhalb der Wertschöpfungskette (z. B. Technik, Dekoration, künstlerische Tätigkeit, Raumvermietung, Werbung, usw.) generiert werden. Die induzierten Effekte entstehen durch die Einkommen der direkt und indirekt Beschäftigten. Folgende Effekte werden für Österreich ermittelt: Wertschöpfungseffekte, Beschäftigungseffekte, Kaufkrafteffekte und fiskalische Effekte.

In Kapitel zwei wird eine Abgrenzung des Begriffs Veranstaltung vorgenommen und die Veranstaltungen als wirtschaftliches Gut näher beleuchtet. Eine Abbildung des österreichischen Veranstaltungswesens gibt einen guten Überblick. Kapitel drei stellt die Ergebnisse der Primärdatenerhebung – die Befragungen von Eventagenturen, von Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung – dar. Die verwendete Untersuchungsmethode wird in Kapitel vier präsentiert. Abschließend werden in Kapitel fünf die ökonomischen Wirkungen der Eventbranche analysiert. Das Executive Summary schließt den Bericht ab.

2. Ökonomische Aspekte von Veranstaltungen

In diesem Kapitel wird zunächst eine Abgrenzung des Begriffs Veranstaltungen vorgenommen. Danach werden Veranstaltungen als wirtschaftliches Gut näher beleuchtet. Das Kapitel wird mit einer Analyse des österreichischen Veranstaltungswesens abgeschlossen.

2.1. Abgrenzung des Begriffs Veranstaltung

Eine Veranstaltung ist ein planmäßig erzeugtes Ereignis, das nicht alltäglich ist, an dem eine Gruppe von Menschen an einem bestimmten Ort teilnimmt, und das über einen bestimmten Zeitraum läuft. Es handelt sich also nicht um dauerhafte Ereignisse, sondern zeitlich eingeschränkt stattfindende Veranstaltungen, die sich jedoch jährlich wiederholen können. Wöchentliche Ereignisse, die im Rahmen des normalen Spielplans stattfinden wie z. B. Theatervorstellungen, Filmvorführungen, Konzerte und Musicals aber auch Fußballspiele wie beispielsweise die Bundesligaspiele, werden in dieser Studie nicht berücksichtigt. Diese Ereignisse dienen dem regulären Betrieb der Unternehmen beziehungsweise der Vereine. Veranstaltungen wie die Salzburger Festspiele, der Opernball und der Life Ball finden zwar auch regelmäßig statt, aber nur einmal jährlich und werden daher in die Studie mit einbezogen. Die Teilnahme an einer Veranstaltung weckt Zusammengehörigkeitsgefühle und vermittelt den Eindruck einer exklusiven Gemeinschaft anzugehören. Veranstaltungen sind meist monothematisch fokussiert (z. B. Markteintritt, Weihnachtsfeier) und interaktionsorientiert (z. B. Spiele mit TeilnehmerInnen). Durch mediale Übertragungen ist eine Präsenz vor Ort nicht immer notwendig, um die Veranstaltung mitzuerleben. Viele ZuschauerInnen sehen sich beispielsweise die Übertragung des Life Balls im Fernsehen an. Im Zusammenhang mit Veranstaltungen fällt auch oft der Begriff Events. Eine klare Abgrenzung dieser Begriffe ist nicht einfach. Der Begriff Event beinhaltet eine emotionale Komponente des Geschehens, beschreibt jedoch keine „objektiv messbare Eigenschaft“.¹ Events können erlebnisorientiert, interaktiv gestaltet und inszeniert werden und sind durch eine besondere Einmaligkeit gekennzeichnet. Letztendlich entscheidet jedoch jede/r TeilnehmerIn, ob es für sie/ihn ein Event ist oder nicht. Daher werden in dieser Studie beide Begriffe – Veranstaltungen und Events – als Synonyme betrachtet.

Veranstaltungen können unter anderem Charakteristika wie Einmaligkeit, Präsenz in den Medien und ein hoher Erinnerungswert zugeschrieben werden. Diese Form ein Ereignis zu transportieren spricht die zunehmenden Ansprüche von ZuschauerInnen, KundInnen und KonsumentInnen an, die mit den technischen Errungenschaften und mit der im Zuge dessen ermöglichten, zeitnahen Kommunikation gewachsen sind.

¹ Holzbaur, Ulrich (u.a.) 2010, S. 7.

Veranstaltungen können nach Art, Größe und Ziel unterteilt werden. Sie können in gewinnorientierte und in nicht gewinnorientierte Veranstaltungen eingeteilt werden. Hinter erst genannter steht ein kommerzielles Interesse, Gewinne können etwa aus Eintrittsgeld, Teilnahmegebühren oder Verkäufen auf der Veranstaltung generiert werden. Zu den nicht gewinnorientierten Veranstaltungen zählen vor allem private Veranstaltungen.² Veranstaltungen können öffentlich oder nicht öffentlich sein. Laut dem Wiener Veranstaltungsgesetz gelten Veranstaltungen als öffentlich, wenn diese allgemein zugänglich sind oder mehr als 20 Personen teilnehmen können.³

Die Motivation für Veranstaltungen ist vielschichtig und kann in der Verbreitung von Information durch Pressekonferenzen und in Hauptversammlungen liegen oder kann der Verkaufsförderung im Zuge von Promotionen und Messen dienen⁴. Veranstaltungen können als Marketing-Instrument, aber auch als Produkt beispielsweise als Sportveranstaltung fungieren. Im Rahmen von Symposien und Seminaren dienen sie etwa der Wissensvermittlung.

Veranstaltungen sind facettenreich und können in den verschiedensten Themenbereichen stattfinden. In Abbildung 1 ist die Vielfalt von Veranstaltungen anhand von Beispielen dargestellt, die Grafik erhebt jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Die Oberkategorien können wiederum in Unterkategorien eingeteilt werden. So können zum Beispiel Sportveranstaltungen aus dem Bereichen Fußball, Wintersport oder auch Motorsport kommen. Musikveranstaltungen können Festspiele, Festivals, Konzerte oder Musicals sein.

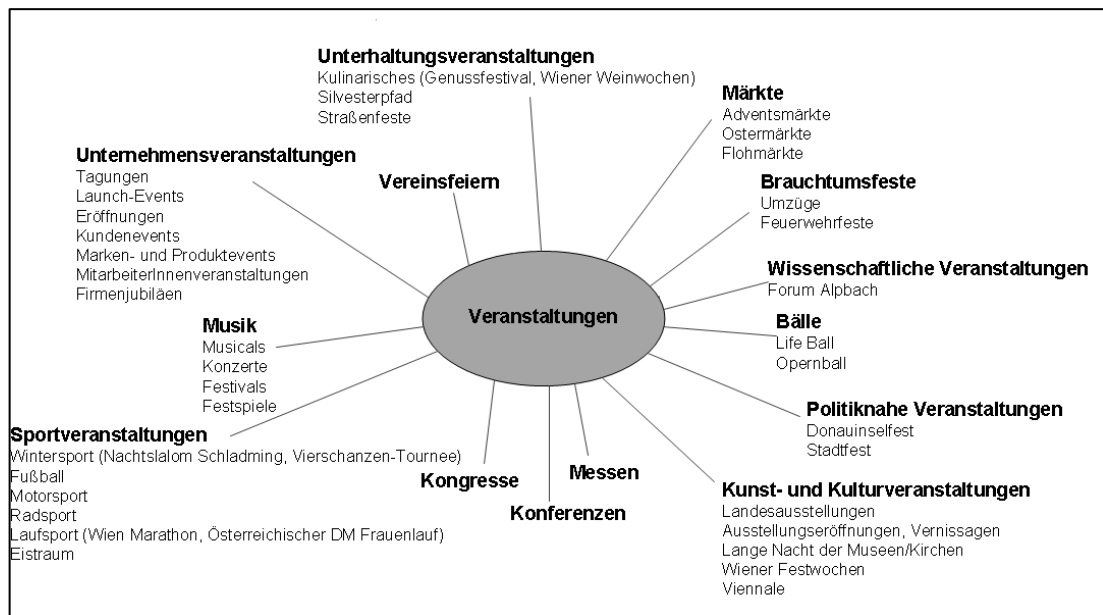
Um die wirtschaftliche Bedeutung von Veranstaltungen in Österreich zu erfassen, konzentriert sich die Studie auf die monetären Ströme. Dabei werden vor allem durch Veranstaltungen ausgelöste Umsätze, Eintrittsgelder oder sonstige Einnahmen und Ausgaben berücksichtigt. Zudem fließen die Vorleistungen der Zulieferer für direkt beteiligte Akteure ebenfalls in die Wertschöpfung mit ein.

Ebenso wie die Motivation und das Interesse Veranstaltungen zu besuchen, sind die involvierten Akteure, die Veranstaltungen initiieren bzw. organisieren eine heterogene Gruppe. Grob lässt sich diese Gruppe in Privatpersonen, Unternehmen, Eventagenturen, die öffentliche Verwaltung und gemeinnützige Vereine unterteilen, wobei Eventagenturen von den anderen genannten Gruppen beauftragt werden. In der vorliegenden Studie werden nur *österreichische* Veranstalter betrachtet. Die Aktivitäten von ausländischen Veranstaltern in Österreich fließen nur dann ein, wenn eine österreichische Eventagentur mit der Durchführung der Veranstaltung beauftragt wurde.

² Holzbaur, Ulrich (u.a.) 2010, S.17f.

³ Stadt Wien 2012.

⁴ <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/event.htm>, [Zugriff im April 2012].

Abbildung 1: Beispiele für Veranstaltungen

Quelle: IHS 2012.

Der Dienstleistungsbereich, dem direkt Veranstaltungen zugeordnet werden können, wird durch **Eventagenturen**⁵ abgedeckt. Eventagenturen sind konstant in diesem Bereich tätig und beschäftigen sich unter anderem mit Eventmanagement und Eventmarketing. Ersteres bezieht sich auf die operative Durchführung und Planung einer Veranstaltung, wohingegen Letzteres auch die Integration der Veranstaltung in die Unternehmenskommunikation mit einplant.⁶ Die Eventagenturen (EventmanagerInnen) organisieren Veranstaltungen für unterschiedliche Auftraggeber und müssen je nach Zielgruppe ihre Strategie und Planung anpassen. Die Aufgaben erstrecken sich von der Erstellung des kreativen Leitfadens und Programms, über die Ablaufplanung, die Budgeterstellung, das Sponsoring und die Werbung für die jeweilige Veranstaltung.

Für **Privatpersonen** gehören Veranstaltungen zur interessanten Freizeitgestaltung dazu und prägen das kulturelle Leben. Für ein herausragendes Ereignis sind Privatpersonen bereit Kilometer an Wegstrecke zurückzulegen und sogar extreme Wetterbedingungen auszuhalten wie beispielsweise bei der Vierschanzentournee. Veranstaltungen wie Geburtstage, Feiern von privaten Jubiläen, Hochzeiten, Familienfeiern und Ähnliches werden in der Studie nur dann berücksichtigt, wenn sie von Eventagenturen oder von einem anderen gewerblichen Veranstalter für Privatpersonen organisiert werden. Die privaten

⁵ In diesem Bericht wird der Begriff Eventagentur verwendet, der Veranstaltungsorganisationen bzw. Kongressveranstalter miteinbezieht.

⁶ Vgl. Hallamasch Concepts Artists Events GmbH (2009/2010), S. 7.

Veranstaltungen, die Privatpersonen selbst organisieren, werden in dieser Studie nicht berücksichtigt.

Für **Unternehmen** gehören Veranstaltungen einerseits zur Personalpolitik des Unternehmens. Für MitarbeiterInnen werden interne betriebliche Veranstaltungen organisiert wie etwa Informationsveranstaltungen (z. B. Hausversammlung, Abteilungssitzung) oder Betriebsveranstaltungen (z. B. Weihnachtsfeier, Betriebsausflug), die ein Zusammentreffen der MitarbeiterInnen in einem offenen Kontext ermöglichen. Andererseits werden zum Beispiel Werbe- und Informationsveranstaltungen von Unternehmen dafür genutzt, mit (potenziellen) KundInnen oder Auftraggeber in Kontakt zu treten.

Gemeinnützige Vereine organisieren ebenso Veranstaltungen, für ihre MitarbeiterInnen oder für die Öffentlichkeit, um ihre Inhalte zu vermitteln. Gemeinnützige Vereine sind eine besonders heterogene Gruppe, da sich diese nicht nur hinsichtlich der inhaltlichen Ausrichtung, sondern auch in Bezug auf die Organisationsstruktur maßgeblich unterscheiden können. Die Skala reicht neben Mischformen von Vereinen, die sich kaum von kommerziellen Unternehmen unterscheiden (Ausnahme Gewinn) über jene, die ausschließlich ehrenamtlich organisiert sind bis hin zu Vereinen, die mehr oder weniger ruhend gestellt sind.⁷ Deshalb können im Rahmen dieser Studie nur jene Vereine berücksichtigt werden, die unselbständig Beschäftigte haben und es wird davon ausgegangen, dass jene Vereine hinsichtlich der Veranstaltungsorganisation mit kommerziellen Unternehmen vergleichbar sind.

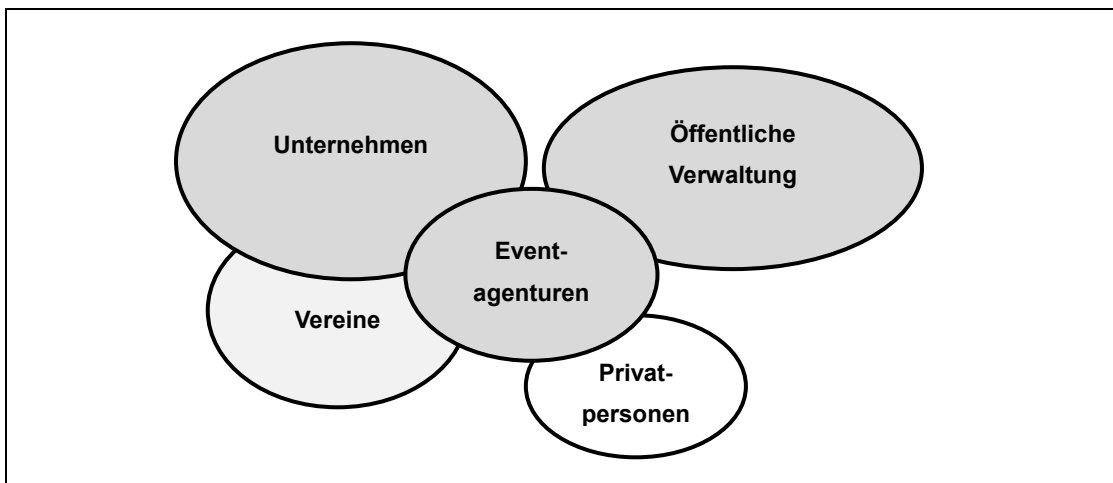
Auch für die **öffentliche Verwaltung** sind Veranstaltungen unterschiedlicher Art von Bedeutung. Genauso wie in kommerziellen Unternehmen werden interne und externe Veranstaltungen organisiert. Insbesondere die Wissensvermittlung bzw. der Informationsfluss zu den BürgerInnen ist hier entscheidend. Darüber hinaus werden von öffentlichen Verwaltungseinrichtungen auch Veranstaltungen organisiert, die eher einen kulturellen Charakter haben oder etwa die Vergemeinschaftung der BürgerInnen auf regionaler Ebene fördern soll. Darüber hinaus tragen staatliche Förderungen diverser Veranstaltungen in den Bereichen Kultur, Kunst, Soziales, Sport und Ähnliches maßgeblich für das gesellschaftliche Leben bei.

Abbildung 2 ist eine Darstellung der wichtigsten Akteure bei der Organisation von Veranstaltungen. Im Zentrum sind die Eventagenturen dargestellt, sie organisieren für andere Organisationen wie Unternehmen, die öffentliche Verwaltung oder für Privatpersonen Veranstaltungen. Zudem organisieren Unternehmen, Vereine und die öffentliche Verwaltung auch selbst ihre Veranstaltungen und beauftragen dafür keine Eventagentur. In dieser Studie

⁷ Siehe dazu genauer: Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (Hg)(2012): *Freiwilliges Engagement in Österreich. 1. Freiwilligenbericht*, Wien: BMASK.

werden die Veranstaltungen, die Eventagenturen organisieren, sowie die selbst organisierten Veranstaltungen von Unternehmen⁸ und der öffentlichen Verwaltung untersucht. Jene Veranstaltungen, die gemeinnützige Vereine mit ausschließlich ehrenamtlichen MitarbeiterInnen oder Privatpersonen selbst durchführen, werden allerdings nicht betrachtet.

Abbildung 2: Wichtigste Akteure bei der Organisation von Veranstaltungen



Quelle: IHS, 2012.

In der vorliegenden Studie wurden mittels Umfragen Daten zu wesentlichen Wirtschaftskennzahlen der folgenden involvierten Akteure erhoben: (1) der Eventagenturen oder sonstigen gewerblichen Veranstalter, (2) der Unternehmen⁹ und (3) der öffentlichen Verwaltung. Die Ausgaben von Privatpersonen oder gemeinnützigen Vereinen ohne Erwerbstätige sind nur erfasst, wenn diese eine Veranstaltung von Eventagenturen organisieren ließen.

2.2. Veranstaltungen als wirtschaftliches Gut

Neben den oben genannten Funktionen, die Veranstaltungen im gesellschaftlichen Leben aufweisen, können die Veranstaltungen an sich auch als Wirtschaftsgut betrachtet werden.

Generell kann ein Gut – wie in Tabelle 1 aufgezeigt – nach der Anwendbarkeit der Kriterien Ausschließbarkeit und Rivalität in private Güter, öffentliche Güter, Allmende- und Klubgüter eingeteilt werden:

⁸ Jene Vereine mit unselbständiger Beschäftigung sind in der Unternehmensbetrachtung bereits enthalten.

⁹ Jene Vereine mit unselbständiger Beschäftigung sind in der Unternehmensbetrachtung bereits enthalten.

Tabelle 1: Ausschließbarkeitskriterien eines Gutes

	Ausschließbarkeit	Nicht-Ausschließbarkeit
Rivalität	Privates Gut (z. B. Konsumgüter bzw. Konzerte)	Allmendegut (z. B. Fischbestände im Meer bzw. Straßenfeste)
Nicht-Rivalität	Klubgut (z. B. Pay-TV)	Öffentliches Gut (z. B. saubere Umwelt)

Quelle: Wienert 2008, S. 98; Darstellung IHS, 2012.

Ausschließbarkeit bedeutet, dass ein Individuum von der Nutzung eines Gutes ausgeschlossen werden kann und zum Beispiel erst durch das Entrichten eines Preises oder aufgrund anderer Exklusionskriterien Zugang erlangt. *Rivalität* hingegen besteht, wenn der Konsum eines Gutes nicht mit anderen Individuen geteilt werden kann, ohne dass die Qualität darunter leidet.

Veranstaltungen sind sowohl zeitlich als auch räumlich begrenzt und können somit nicht in die Kategorie des *öffentlichen Gutes* fallen. Jedenfalls sind bestimmte Veranstaltungen wie etwa ein Konzert, bei dem sich durch die Sitzplatzbeschränkung Rivalitäten und aufgrund der begrenzten Anzahl kostenpflichtiger Eintrittskarten Ausschließbarkeit ergeben, ein *privates Gut* (Prinzip: *first come, first served*). Hingegen repräsentiert etwa ein Straßenfest ein *Allmendegut*, sofern es prinzipiell für jede/n frei zugänglich ist. Im Falle des Straßenfestes kann sich eine Rivalität aufgrund der räumlichen Begrenzung ergeben, allerdings werden keine BesucherInnen per se ausgeschlossen. Das Kriterium der Ausschließbarkeit kann demnach in verschiedenen Nuancen auftreten, da eine Veranstaltung für bestimmte Gruppen offen sein kann und für andere nicht. Generell besteht bis zu einer gewissen Kapazitätsgrenze Nicht-Rivalität, ab dieser Grenze besteht dann vollkommene Rivalität. Daraus geht hervor, dass bei Veranstaltungen Ausschließbarkeit und Nicht-Ausschließbarkeit auftreten kann, hingegen Rivalität immer gegeben ist, wenn die Annahme beschränkter Kapazitäten (z. B. endliche Platzressourcen) getroffen wird. Für die in dieser Studie analysierten Veranstaltungen treffen daher keine auf die in Tabelle 1 genannten Kategorien der Klubgüter oder reinen öffentlichen Güter zu, bei denen von Nicht-Rivalität im Konsum ausgegangen wird. Auch bei ausschließbaren oder nicht-ausschließbaren (z. B. durch Eintrittsgelder) Veranstaltungen gibt es, bedingt durch den beschränkten Raum, immer Rivalitäten in der Inanspruchnahme des Gutes Veranstaltung. Veranstaltungsbeispiele für ein Klubgut oder ein reines öffentliches Gut im Sinne der ökonomischen Theorie sind daher im Rahmen dieser Studie nicht gegeben.

Im folgenden Abschnitt wird genauer auf die Externalitäten eingegangen, die durch eine Veranstaltung ausgelöst werden.

Externalitäten

Externe Effekte bzw. Externalitäten sind Effekte, die vom Konsum oder Produktion einer Leistung oder eines Gutes ausgehen, aber nicht im Preis widerspiegelt werden. Ein Beispiel für negative Externalitäten ist Umweltverschmutzung durch den Straßenverkehr. Bei Veranstaltungen wird hingegen von folgenden **positiven externen Effekten** gesprochen:¹⁰

- *Identifikationswert:* Bestimmte Veranstaltungen wie Dorffeste, kulinarische Veranstaltungen oder der Opernball werden mit der österreichischen Kultur verknüpft und sind Teil der Freizeitgestaltung. Sie gestalten das zwischenmenschliche Zusammenleben und wirken identitätsstiftend.
- *Bildungswert:* Veranstaltungen können einen Bildungseffekt haben. Bei einem kulinarischen Fest werden unter anderem Kenntnisse über verschiedene Produktionsprozesse in der Nahrungsmittelherstellung übermittelt.
- *Netzwerkeffekte:* Bei Veranstaltungen treffen oft viele Menschen aufeinander, die durch ein gemeinsames Interesse, den Bekanntenkreis oder das Arbeitsfeld verbunden sind. So werden Veranstaltungen genutzt um neue Menschen, mögliche Geschäfts- und Projektpartner kennenzulernen.
- *Wertschätzung der Existenz:* Auch wenn sie selbst keinen Besuch bestimmter Veranstaltungen (wie z. B. dem Opernball) planen, schätzen viele Leute deren Existenz als Zeichen einer reichhaltigen Kultur und eines umfangreichen Freizeitangebots.
- *Wertschätzung der Möglichkeit:* Die Steigerung der Vielfalt des Freizeitangebots und die Möglichkeit, das Angebot in Zukunft in Anspruch zu nehmen, werden als positiv wahrgenommen. So wird allein dadurch ein Nutzen generiert, dass die Möglichkeit besteht, auf eine Veranstaltung zu gehen.

Ökonomische Externalitäten

- *Touristische Effekte:* Besondere Großveranstaltungen oder international bekannte Veranstaltungen ziehen Touristen an, die noch Ausgaben außerhalb der Veranstaltung für Transport und im Hotellerie- und Gaststättenwesen tätigen.
- *Mediale Effekte:* Medien profitieren durch öffentliches Interesse an Veranstaltungen und können über die Veranstaltungen und die beteiligten Akteure berichten und ihre Werbeeinnahmen dadurch erhöhen.
- *Synergieeffekte:* Im Rahmen von Großveranstaltungen, wie beispielsweise Messen, werden die Interessen verschiedener Organisationen unter einem Dach zusammengeführt und aufgrund des Synergieeffekts kann im Vergleich zu kleineren Einzelveranstaltungen eine höhere Öffentlichkeitswirksamkeit erzielt werden. Auch hier gilt der Satz, dass das Ganze mehr ist als die Summe seiner Teile. Ein anderer Synergieeffekt ergibt sich beispielsweise im Zuge von Festivals, wo thematisch ähnliche

¹⁰ Vgl. Frey und Meier (2006), S. 6ff.

Veranstaltungen gebündelt werden und in der Folge etwa BesucherInnen auch Teilveranstaltungen des Festivals besuchen, welche sie als Einzelveranstaltung nicht besucht hätten.

- *Infrastruktur:* Veranstaltungen sind oftmals ein Auslöser dafür, dass die Umsetzung von Infrastrukturprojekten beschleunigt oder überhaupt in Gang gesetzt wird, wie zum Beispiel im Bereich des Tourismus oder Sports.

2.3. Veranstaltungen in Österreich

In Österreich finden jedes Jahr eine Vielzahl von Veranstaltungen – wie etwa Kongresse und Festspiele – statt, die sowohl für inländische als auch für ausländische BesucherInnen einen Anreiz darstellen, in den jeweiligen Veranstaltungsort zu reisen. In diesem Kapitel wird deshalb näher auf Kongresse, Festspiele und Veranstaltungen, die Tourismusattraktionen darstellen, eingegangen. Viele Veranstaltungen werden oft erst durch öffentliche Förderungen möglich, daher werden diese kurz thematisiert. Dabei ist festzuhalten, dass es sich hierbei um eine Auswahl von Veranstaltungen handelt und nicht um eine vollständige Aufzählung aller möglichen Veranstaltungsformen.

2.3.1. Kongresse und Tagungen

Kongresse und Tagungen bieten einen Knotenpunkt zum Austausch von Wissen und der Promotion neuer Produkte. Nationale und internationale TeilnehmerInnen reisen nach Österreich, um an solchen Veranstaltungen aus privatem oder beruflichem Interesse teilzunehmen. Für Eventagenturen und Unternehmen mit gastronomischen Dienstleistungen ist dies ein wichtiges Geschäftsfeld. Zudem fördern Kongresse und Tagungen die Bekanntmachung der Region und laden zur Erkundung der lokalen Umgebung ein. Sie spielen deshalb in der regionalen Entwicklung ebenfalls eine wesentliche Rolle.

Im Jahr 2009 gab es laut Leistungs- und Strukturstatistik der Statistik Austria 380 (390)¹¹ Unternehmen, die Messe- und Kongressveranstaltungen¹² organisierten und ausrichteten. Im Jahresdurchschnitt waren in dieser Wirtschaftsklasse rund 2.158 (2.087) Personen beschäftigt. Die Umsatzerlöse dieser Unternehmen beliefen sich 2009 auf rund 319 Mio. Euro (298 Mio. Euro) mit einer Bruttowertschöpfung zu Faktorkosten¹³ von 108 Mio. Euro.

¹¹ Die vorläufigen Ergebnisse der Leistungs- und Strukturstatistik des Jahres 2010 werden in Klammern angegeben (Statistik Austria, 2010).

¹² Nach ÖNACE 2008: N: 82.30

¹³ Durch das Abziehen von Vorleistungen von den Umsatzerlösen wird die wirtschaftliche Leistung des Unternehmens dargestellt. Durch das Abziehen von Steuern und Abgaben und Addition der Subventionen ergibt sich die Bruttowertschöpfung zu Faktorpreisen, Statistik Austria (2012), S. 3.

Im Jahr 2009 waren insgesamt 3.715 Personen in 278 Unternehmen im Bereich Event-Catering¹⁴ beschäftigt und davon waren 257 Personen unselbständig beschäftigt. Diese Unternehmen erwirtschafteten Umsatzerlöse in der Höhe von 237 Mio. Euro. Der Produktionswert betrug beinahe 230 Mio. Euro und die Bruttowertschöpfung lag bei rund 100 Mio. Euro.¹⁵

Im Jahr 2010 fanden in Österreich 2.458 Kongresse und Tagungen statt, davon 935 in Wien.¹⁶ Von den 3.705 in Österreich stattgefundenen Firmentagungen im Jahr 2010 wurden 1.999 in Wien abgehalten und rund 73 % aller Firmentagungen wurden von nationalen/heimischen Unternehmen initiiert. Viele TeilnehmerInnen von Kongressen und Firmentagungen übernachteten während ihres Aufenthalts und des Besuchs der Veranstaltung in Österreich. Insgesamt wurden 2.172.004 Nächtigungen aufgrund von Kongressen und Firmentagungen gebucht, 62 % entfielen dabei auf Wien. Der Anteil der Nächtigungen, die durch Tagungen in Wien ausgelöst wurden, betrug 12 % an den Gesamtnächtigungen im Jahr 2010.¹⁷

Laut einer Aufschlüsselung von Stoff-Hochreiner wenden die KongressteilnehmerInnen in Wien 2004 im Durchschnitt 32 % ihrer Ausgaben für Übernachtungen, 22 % für Kongressgebühren, 16 % für Reisekosten, 13 % für gastronomische Zwecke und die restlichen 49 % für Einkäufe, Kultur und Transport in der Stadt auf. Die durchschnittlichen Ausgaben eines/einer Kongressbesuchers/in in Wien betrugen pro Person und Nächtigung im Jahr 2010 rund 475 Euro. Die Übernachtungen und Gebühren für Kongresse und Tagungen sind dabei die höchsten Kostenfaktoren und machen über die Hälfte der Ausgaben aus.¹⁸

2.3.2. Festivals und Festspiele

Festspiele und Festivals sind ein sehr facettenreicher Veranstaltungsbereich. In Österreich finden jährlich zahlreiche Festivals und Festspiele mit den unterschiedlichsten musikalischen und künstlerischen Schwerpunkten statt. Viele davon sind international bekannt und ziehen

¹⁴ Nach ÖNACE 2008: I: 56.21.

¹⁵ Der Produktionswert setzt sich aus allen Gütern und Dienstleistungen zusammen, die für den Verkauf oder zur Eigenproduktion erzeugt wurden. Die Bestandsveränderungen, genauso wie die im und für den Betrieb erzeugten Waren und Dienstleistungen fließen ebenfalls mit ein. Werden nun Vorleistungen abgezogen, ergibt sich die Wertschöpfung.

¹⁶ Austrian Convention Bureau und Österreich Werbung (2010), S. 12 und S. 22.

¹⁷ Vgl. Vienna Convention Bureau (2010), S. 11.

¹⁸ Laut Hochrechnungen von Martina Stoff-Hochreiner leisteten die Wiener Tagungen und Kongresse im Jahr 2010 einen Beitrag zum BIP in der Höhe von rund 768 Mio. Euro, die Gesamtsteuereinnahmen betrugen fast 214 Mio. Euro. Betrachtet man den Beitrag zum BIP genauer, so resultieren nach Stoff-Hochreiner 591 Mio. Euro aus internationalen Kongressen, 87 Mio Euro aus internationalen Firmenveranstaltungen und die restlichen rund 90 Mio Euro aus nationalen Kongressen und Firmenveranstaltungen. Allerdings sind diese Berechnungen nicht mit der in der vorliegenden Studie vergleichbar, weil von Stoff-Hochreiner auch ausländische VeranstalterInnen miteinbezogen wurden. Vgl. Vienna Convention Bureau (2010), S. 14ff.

zahlreiche BesucherInnen aus dem Ausland an. Statistik Austria hat eine Übersicht mit den BesucherInnenzahlen von Festspielen und Festivals aus dem Jahr 2010 veröffentlicht.¹⁹ Jedoch wurde lediglich eine kleine Auswahl erhoben und diese Darstellung ist somit nicht vollständig. Zum einen sind nur selektive Daten bezüglich der BesucherInnenzahlen von Festspielen und Festivals verfügbar und zum anderen unterscheidet sich dieser Veranstaltungstyp in vielerlei Hinsicht und daher ist es schwierig zu schätzen, wie hoch die durch Festspiele und Festivals ausgelösten volkswirtschaftlichen Effekte sind. So variieren zum Beispiel die Ausgaben für Tickets beträchtlich und viele Festivals sind auch für die BesucherInnen kostenlos. Ein sehr bekanntes Beispiel sind die Salzburger Festspiele, hier waren im Jahr 2011 mehr als 200 Personen ganzjährig und über 3.600 Personen temporär im Sommer beschäftigt.²⁰ Das Gesamtbudget von knapp 51 Mio. Euro²¹ der Salzburger Festspiele lässt erahnen, wie groß die volkswirtschaftlichen Effekte sind. Neben den Salzburger Festspielen gibt es jedoch noch eine Vielzahl anderer Festspiele, die sicherlich ebenfalls große ökonomische Wirkungen haben.

2.3.3. Veranstaltungen als Tourismusattraktionen

Veranstaltungen können etwa kulturelle, sportliche, politische oder religiöse Schwerpunktsetzungen aufweisen. Je nach Anlass und inhaltlicher Ausrichtung einer Veranstaltung werden andere Zielgruppen angesprochen, die nicht ausschließlich in der Region zu verorten sind. Deshalb können beispielsweise aufgrund von bestimmten Veranstaltungen positive Effekte für die Tourismuswirtschaft entstehen.

Insgesamt betrachtet können solche Effekte bzw. Auswirkungen in *tangible* und *intangible* Effekte eingeteilt werden.²² Zu den *tangiblen* oder messbaren Auswirkungen zählen Beschäftigungseffekte, Wertschöpfungseffekte und dadurch in Gang gesetzte Multiplikator-Wirkungen auf Einkommen bzw. Konsum und folglich mehr Steuer- und Gebühreneinnahmen aufseiten des Staates. Schwierig zu quantifizieren sind hingegen die Netzwerk-, Image- und Infrastruktureffekte von Veranstaltungen. Zudem können Veranstaltungen häufig der Auslöser für die Planung oder die Beschleunigung des Ausbaus von Infrastrukturprojekten sein, womit wiederum touristische Anreize gesetzt werden können. Darüber hinaus können ganze Regionen vom positiven Image bestimmter Veranstaltungen profitieren und die Veranstalter leisten somit einen wichtigen Beitrag für das Marketing einer Stadt, Region oder Nation.²³

¹⁹ Vgl. Statistik Austria 2011c.

²⁰ Gaubinger, Bernd (2011), S. 1.

²¹ Homepage der Salzburger Festspiele (2012): Wirtschaftliche Eckdaten 2011.

²² Vgl. Metzler/Job (2007), S. 517.

²³ Vgl. Getz (2007), S. 405.

Eine grobe Einteilung des Eventtourismus kann in „Festivals und andere kulturelle Feierlichkeiten“, „Entertainment“, „Firmenevents“, „private Events“, „geschäftliche Events“, „Sport- und Erholungsevents“ und „ungeplante Events“ getroffen werden.²⁴ Grundsätzlich wird unterschieden, ob es sich bei einer Veranstaltung um eine primäre Attraktion²⁵ handelt, die Veranstaltung also den ausschlaggebenden Grund für die Reise darstellt, oder ob Touristen vor bzw. während ihrer Reise dazu angeregt werden, Veranstaltungen zu besuchen (sekundäre bzw. tertiäre Attraktion²⁶). Welche Anreizfunktion eine Veranstaltung hat, ist stark von der Art der Veranstaltung abhängig. Vor allem Festivals und kulturelle Veranstaltungen, Entertainment, private und Sport- und Erholungsevents eignen sich für einen spontanen Besuch im Zuge einer Reise. Dagegen werden Firmen- und geschäftliche Veranstaltungen wie zum Beispiel Kongresse meist das primäre Reisemotiv darstellen. Allerdings wird auch von Geschäftsreisenden oft in der Freizeit das kulturelle Angebot einer Stadt genutzt und dementsprechend wird die Nachfrage nach sekundären und tertiären Attraktionen erhöht. Die Trennung in primäre, sekundäre und tertiäre Attraktionen ist meist schwierig, da in den gängigen Umfragen zwar nach den Motiven der TouristInnen gefragt wird, jedoch nicht, ob es sich um das primäre Reisemotiv handelt. Zudem sind häufig Mehrfachnennungen möglich, was eine Abgrenzung weiter erschwert.

Da sich der österreichische Tourismus bereits auf einem sehr hohen Niveau befindet, ist seit circa drei Jahren eine Stagnation in der Tourismusnachfrage zu spüren.²⁷ Dadurch können einzelne Gebiete vor allem Wachstum verzeichnen, indem sie mit konkurrierenden Regionen in Wettbewerb treten und beispielsweise durch besondere Veranstaltungen die Attraktivität des jeweiligen Tourismus-Standortes erhöhen. Aufgrund dessen besteht seit den späten 1980er Jahren ein Wettbewerb um die touristische Attraktivität, sowohl zwischen Städten, die aufgrund eines Rückgangs in der Industrie nach anderen Einnahmequellen suchen mussten, als auch in den bis dahin schon für ihr kulturelles Angebot bekannten Städte, die ihren Ruf der Kulturstadt verteidigen.²⁸ In diesem Kontext spielt jedoch die kreative Atmosphäre für die einzelnen Regionen dahin gehend eine wichtigere Rolle, um sich von anderen Regionen abzugrenzen. Dies findet auch durch die wachsende Bedeutung der UNESCO-Klassifikation als immaterielles kulturelles Erbe Beachtung. Allerdings wird nicht nur der Tourismus durch Veranstaltungen begünstigt, sondern auch umgekehrt sind die Veranstalter häufig auf TouristInnen angewiesen, um ihre Veranstaltungen erfolgreich zu gestalten, weil die lokale Nachfrage oftmals nicht groß genug wäre.²⁹ Zudem können Veranstalter dazu beitragen, dass der Ausbau von Infrastruktureinrichtungen umgesetzt wird,

²⁴ Vgl. Getz (2007), S. 404.

²⁵ Vgl. Metzler/Job (2007), S. 517.

²⁶ Von sekundären Reisemotiven wird gesprochen, wenn vor Reiseantritt der Besuch einer bestimmten Einrichtung geplant wird, erfolgt die Entscheidung des Besuches vor Ort wird von tertiären Reisemotiven gesprochen (Vgl. Metzler/Job 2007, S. 517).

²⁷ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (2012), S. 4.

²⁸ Richards (1996), S. 67ff.

²⁹ Vgl. Lohmann (2006), S. 1.

weil die Attraktivität der Region mit den jeweiligen Veranstaltungen steigt³⁰ und dann eventuelle standortspezifische Nachteile wie Erreichbarkeit und Ausstattung einer Region kompensiert werden.

Damit Veranstaltungen die gewünschten touristischen Effekte hervorrufen, muss die Nachfrage entsprechend beeinflusst bzw. geschaffen werden. Das kann vor allem durch eine zielgruppengerechte Kommunikation über die Veranstaltungen geschehen, wodurch die Aufmerksamkeit auf das Ereignis gelenkt werden soll.³¹

Um die Bedeutung des Tourismus zu quantifizieren, sind zum einen die BesucherInnen- und Nächtigungszahlen sowie die Ausgaben der TouristInnen von Bedeutung. Der touristische Konsum im Jahr 2010 wird in Tabelle 2 ausgewiesen. Auf dieser Grundlage ist es möglich, entstehende Multiplikator-Effekte im Tourismus abzuschätzen. Der Großteil der Ausgaben von TouristInnen entfällt auf die Beherbergung (30 %) sowie auf Verpflegung (26 %). Auf den Transport am Zielort fallen in etwa 16 % der Ausgaben und neun Prozent werden für Kultur- und Unterhaltungsdienstleistungen ausgegeben. Auf Sonstiges, darunter Einzelhandel, entfallen 19 % der Ausgaben.

Tabelle 2: Ausgabenstruktur der TouristInnen in Österreich (2010)

	Ausgabenanteil
Beherbergung	30 %
Verpflegung	26 %
Transport	16 %
Kultur- und Unterhaltungsdienstleistungen	9 %
Sonstiges	19 %
Gesamt	100 %

Quelle: Statistik Austria (2010)³², Berechnung und Darstellung IHS, 2012.

Die Möglichkeiten den veranstaltungsbedingten Tourismus einer Region zu fördern, sind zahlreich. Man kann die Aufmerksamkeit durch das Veranstellen von mehreren aufeinanderfolgenden Großveranstaltungen (Mega-Events) wie das Organisieren der Olympischen Spiele oder einer Fußballweltmeisterschaft auf eine Region lenken und so die BesucherInnenzahlen stark steigern. Die Koordination und Organisation von solchen Tourismusstrategien wird meist von Interessensvertretungen, Eventagenturen und von öffentlichen Verwaltungseinheiten übernommen, die auch den Großteil der meist hohen Kosten tragen. Eine andere Möglichkeit das Image einer Region positiv zu gestalten, sind

³⁰ Vgl. Lohmann (2006), S. 1.

³¹ Vgl. Lohmann (2006), S. 1f.

³² Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend, Statistik Austria, WKO (2010): Tourismus in Österreich. Ein Überblick in Zahlen, Wien, S. 18.
www.statistik.at/web_de/static/tourismus_in_oesterreich_2010_ein_ueberblick_in_zahlen_statistik_austria_w_058160.pdf, [Zugriff am 30. Mai 2012].

sogenannte Themenjahre,³³ wie das Mozartjahr 2006. Zahlreiche musikinteressierte BesucherInnen kommen nach Österreich, weil das vielfältige Angebot von Musikveranstaltungen einen wichtigen Anreiz darstellt. Zusätzlich kann dadurch das Image einer Region nachhaltig geprägt werden, was besonders auf BesucherInnen spezieller Interessensgebiete bewusstseinsbildend wirkt. Allerdings kann durch die spezifische thematische Schwerpunktbildung einer Region, die Nachfrage auch diesbezüglich eingeschränkt werden, weil dann andere potenzielle TouristInnen während dieser Großveranstaltungen bewusst die Region meiden.³⁴

2.3.4. Öffentliche Förderungen

In Österreich werden unterschiedlichste Veranstaltungen vonseiten des Staates finanziell gefördert. Mithilfe der öffentlichen Förderungen in den Bereichen Kultur, Kunst und Sport werden somit verschiedene Veranstaltungsarten hervorgebracht. Besonders wichtig sind die Förderungen von Veranstaltungen in Kunst und Kultur, da die kreative Auseinandersetzung mit Kultur und kulturelle Aktivitäten ohne Unterstützung des Staates oft nicht stattfinden würden.

Veranstaltungen lösen zudem Wertschöpfungsketten vor allem in den Bereichen Kunst, Kultur, Sport und Unterhaltung aus. Außerdem profitieren aufgrund der Nachfrage nach verschiedenen Dienstleistungen auch Unternehmen anderer Wirtschaftszweige von diesen Aktivitäten wie zum Beispiel Bauunternehmen sowie Beherbergungs- und Gaststättenbetriebe. Die durch Veranstaltungen gesteigerte Nachfrage fördert somit die Attraktivität der Region für mehr wirtschaftliche Aktivitäten. Darüber hinaus wird vonseiten der öffentlichen Verwaltung bzw. der politischen Verantwortlichen gezielt zur Entwicklung der Region beitragen, weil im Zuge von Veranstaltungen thematische Akzente gesetzt werden und/oder die Besonderheiten einer Region hervorgehoben werden.

³³ Getz (1997), S. 55.

³⁴ Vgl. Lohmann (2006), S. 1.

3. Primärdatenerhebung

In dieser Studie wird erstmals eine Schätzung der ökonomischen Effekte von Veranstaltungen in Österreich vorgenommen. Da hinsichtlich der Fragestellung nur vereinzelt Sekundärdaten verfügbar sind, ist es eine Herausforderung die fehlenden Daten zu ergänzen. Mittels Befragungen von öffentlichen Verwaltungseinheiten, österreichischen Unternehmen und auch Eventagenturen, wird diese Datenlücke teilweise geschlossen. Die Vorgehensweise und die Ergebnisse dieser Primärdatenerhebungen werden im Folgenden kurz dargestellt. Außerdem werden die Annahmen über die Zusammensetzung der Vorleistungen präsentiert, die zusammen mit dem Auftraggeber, der aufgrund seiner Mitglieder über Expertise im Eventmanagement verfügt, erarbeitet wurden.

3.1. Veranstaltungsausgaben von Unternehmen, Eventagenturen und der öffentlichen Verwaltung

Im Zeitraum von November 2011 bis Mai 2012 wurden bezüglich der Veranstaltungsausgaben im Jahr 2010 eine Online-Umfrage der öffentlichen Verwaltung und eine telefonische Befragung von Unternehmen realisiert.³⁵ Zudem wurde in diesem Zeitraum auch das quantitative Auftragsvolumen von Veranstaltungen im Jahr 2010 der Eventagenturen bzw. Veranstaltungsorganisationen auf Basis eines Online-Fragebogens erhoben.

Im Rahmen der beiden Befragungen von öffentlichen Verwaltungseinheiten und Unternehmen wurde der Anteil der Ausgaben für Veranstaltungen an den Gesamtausgaben bzw. den gesamten Umsatzerlösen ermittelt. Hier wurden jene Veranstaltungen berücksichtigt, die von den Verwaltungseinheiten und den Unternehmen selbst veranstaltet und organisiert wurden, sprich deren Durchführung nicht (an Eventagenturen oder sonstige gewerbliche Veranstalter) ausgelagert wurde. Das bedeutet, dass die Ausgaben für jene Veranstaltungen, die von externen Unternehmen wie Eventagenturen organisiert wurden, an dieser Stelle explizit nicht mit eingerechnet wurden. Als Veranstaltungsausgaben wurden alle Ausgaben summiert, die aufgrund der Veranstaltung angefallen sind. Dazu zählen etwa Personalausgaben, Kosten für Catering, Raummiete und Ähnliches.

Eine weitere Frage dieser Studie ist, wie groß das Veranstaltungs-Auftragsvolumen für Eventagenturen in Österreich ist. Deshalb wurden jene Unternehmen, die als Eventagentur tätig sind, mittels einer Online-Umfrage gesondert befragt. An dieser Stelle wurden sowohl die Einnahmen aufgrund der Veranstaltungsorganisation der jeweiligen Eventagentur als

³⁵ Für die repräsentative telefonische Unternehmensbefragung wurde das Institut MAKAM Market Research beauftragt.

auch die Kosten der jeweiligen organisierten Veranstaltung erhoben. Zusätzlich zur Datenerhebung wurden die Eventagenturen befragt, für wie wichtig sie die professionalisierte Ausbildung zum Eventmanager bzw. zur Eventmanagerin erachten. Hier gab ein Anteil von 75 % der Eventagenturen³⁶ an, dass sie eine Fachausbildung in diesem Bereich als wichtig einschätzen.

Auf Basis der Befragungsergebnisse und der anschließenden Hochrechnungen konnte das Volumen abgeschätzt werden, dass vonseiten der österreichischen Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung für Veranstaltungen im Jahr 2010 aufgewendet wurde. Durchschnittlich betrug der Anteil für Veranstaltungsausgaben an den Umsatzerlösen von Unternehmen³⁷ 0,43 %, bei den öffentlichen Verwaltungseinheiten belief sich dieser Anteil im Jahr 2010 auf 0,38 % ihrer Gesamtausgaben.³⁸

Tabelle 3: Hochrechnungsergebnisse der Veranstaltungsausgaben in Österreich im Jahr 2010

Hochrechnung der Veranstaltungsausgaben in Euro		
	Veranstaltungen organisiert von Eventagenturen*	Veranstaltungen selbst organisiert**
Eventagenturen	2.485.580.485	
Öffentliche Verwaltungseinheiten		571.522.177
Unternehmen		2.520.358.126

Anmerkung: HR: Hochrechnung; *umfasst Veranstaltungsausgaben und Honorare von Eventagentur-Veranstaltungen, **umfasst nicht Veranstaltungen, die von Eventagenturen organisiert wurden.

Quelle: Berechnung und Darstellung IHS, 2012, basierend auf primären Datenerhebungen.

In Tabelle 3 werden die gesamten bereits hochgerechneten Veranstaltungsausgaben des Jahres 2010 in Österreich vonseiten der Veranstalter und der für die Veranstaltungsorganisation beauftragten Unternehmen aufgezeigt. Die Darstellung beinhaltet die nachfolgenden Punkte:

- Die Umsätze der Veranstaltungen, die von Eventagenturen für unterschiedliche Auftraggeber organisiert wurden, beliefen sich im Jahr 2010 auf rund 2,5 Mrd. Euro. Diese Umsätze setzen sich aus den Veranstaltungsausgaben und den Honoraren für die Eventagenturen zusammen.
- Die Ausgaben von der öffentlichen Verwaltung für Veranstaltungen betrugen 571,5 Mio. Euro und 2,5 Mrd. Euro haben Unternehmen für Veranstaltungen im Jahr

³⁶ Der Anteil von 75 % bezieht sich auf 194 gültige Antworten von Eventagenturen.

³⁷ Schätzung des Gesamtumsatzes österreichischer Unternehmen ohne den öffentlichen Sektor.

³⁸ Konsolidierte Staatsausgaben: 150,4 Mrd. Euro (die konsolidierten Staatsausgaben beinhalten nicht die Zahlungen zwischen den Gebietskörperschaften (z. B. Finanzausgleich und Sozialversicherungen); Statistik Austria (2011b): Gebarungen und Sektor Staat, Teil I, Wien, S. 29 und S. 37. www.statistik.at, [Zugriff am 1. Juni 2012].

2010 aufgewendet. Diese Ausgaben beziehen sich auf Veranstaltungen, die nicht von Eventagenturen organisiert wurden.

Die Summe der Ausgaben der diversen Veranstalter in Österreich im Jahr 2010 wurde somit auf Basis der Datenerhebung auf rund 5,6 Mrd. Euro hochgerechnet.

3.2. Vorleistungsstruktur

Eine Reihe von Vorleistungen – klassifiziert in Güterklassen – trägt dazu bei, dass Veranstaltungen zustande kommen. Für die Durchführung von Veranstaltungen müssen in der Regel die unterschiedlichsten Leistungen zugekauft werden: Darunter fallen für den Betrieb der Räumlichkeiten notwendige Leistungen (Energie, Wasser, Abwasserentsorgung, Reinigung, Miete etc.), Ausgaben für Werbung, Gastronomie, Musik oder auch Investitionen in die Ausrüstung. Der Kauf dieser Vorleistungen, daher die Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen in den betroffenen Güterklassen, führt wiederum zu Beschäftigungs- und Wertschöpfungseffekten bei den liefernden Unternehmen. Aber auch für die Erbringung der Vorleistungen sind Materialien und Leistungen notwendig, die zugekauft werden müssen.

Die Ausgaben für Veranstaltungen gliedern sich konkret in folgende Posten:

- *Technik*: Mietkosten für technisches Equipment zum Beispiel Bühnen, Ton- und Lichttechnik, AV-Technik
- *Dekoration*: zum Beispiel Blumen, Bilder, Transparente, Tischgestecke
- *KünstlerInnen/AkteurInnen*: zum Beispiel MusikerInnen, SprecherInnen
- *Raummieten* für die Veranstaltungsräumlichkeiten
- *Marketing*: Marketingkosten für Texte, Grafik, Druck, Versand, Inserate, Plakatwerbungen, Webauftritte, Pressekonferenzen usw.
- *Sonstige Dienstleistungen*: zum Beispiel Leihpersonal, DolmetscherInnen, Garderobenbetreuung, Reinigungspersonal, Fotografinnen
- *Catering*: Getränke und Speisen, Personalverpflegung
- *Fahrtkosten und Unterkunft*: zum Beispiel für KongressteilnehmerInnen
- *Abgaben und Gebühren*: zum Beispiel Versicherungen, Genehmigungen, Abzugssteuer, Musik-Verwertungsgesellschaften

Bei den Ausgaben der Eventagenturen für Veranstaltungen, die für AuftraggeberInnen organisiert werden, kommt noch das Agenturhonorar hinzu. Wenn das Unternehmen oder die öffentliche Verwaltungseinheit selber die Veranstaltung organisiert, fallen interne Kosten an wie etwa für den personellen Zeitaufwand.

Für die Verteilung der Veranstaltungsausgaben wurden daher zwei verschiedene Kostenstrukturen angenommen. Tabelle 4 zeigt die Struktur der Ausgaben von

Veranstaltungen, die Eventagenturen organisieren und jene, die Unternehmen und öffentliche Verwaltung selbst organisieren. In der ersten Spalte sind die vorher beschriebenen Positionen, jeweils einzeln, aufgelistet und in der zweiten bzw. vierten Spalte der Anteil an den Gesamtausgaben in Prozent.

Mithilfe dieser Kostenstruktur wurden die erhobenen Zahlen auf verschiedene Güterklassen (ÖCPA-Kategorien) aufgespalten.

Tabelle 4: Kostenstruktur der Veranstaltungsausgaben von Eventagenturen, Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung

Kostenstruktur der Veranstaltungsausgaben			
Veranstaltungen organisiert von Eventagenturen		Veranstaltungen organisiert von Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung	
Positionen	Ausgaben in %	Positionen	Ausgaben in %
Technik	24,34%	Technik	25,53%
Dekoration	6,05%	Dekoration	6,34%
KünstlerInnen/AkteurInnen	22,40%	KünstlerInnen/AkteurInnen	23,50%
Raummieten	6,86%	Raummieten	7,19%
Werbung	5,08%	Werbung	5,33%
Personal	4,99%	Personal	5,24%
Catering	10,05%	Catering	10,54%
BesucherInnen	6,95%	BesucherInnen	7,29%
Abgaben und Gebühren	2,17%	Abgaben und Gebühren	2,27%
Agenturhonorar	11,11%	Personalkosten	6,76%

Quelle: Berechnung und Darstellung IHS, 2012.

4. Untersuchungsmethode

Zur Quantifizierung der volkswirtschaftlichen Wirkungen aller Veranstaltungen in Österreich wird die Input-Output-Analyse als Instrument herangezogen. Dieses wird auf den nächsten Seiten näher vorgestellt.

4.1. Input-Output-Analyse

Methodisch beruht die Input-Output-Analyse auf den Arbeiten von Leontief (1936), der die Gesamtwirtschaft als ein System von Wirtschaftssektoren betrachtet, die jeweils Leistungsströme aufnehmen und abgeben.³⁹ Die Grundüberlegung nach Leontief besteht dabei darin, dass die regionale Primärnachfrage eine weitere Nachfrage nach Vorleistungsgütern auslöst. Diese Vorleistungen werden erneut aus der Region oder dem Ausland bezogen und führen wiederum zu regionalen Vorleistungsbezügen und so weiter. In der Input-Output-Tabelle werden diese Verflechtungsbeziehungen so abgebildet, dass die jeweiligen Bezugs- und Absatzstrukturen den einzelnen Sektoren zugeordnet werden können.

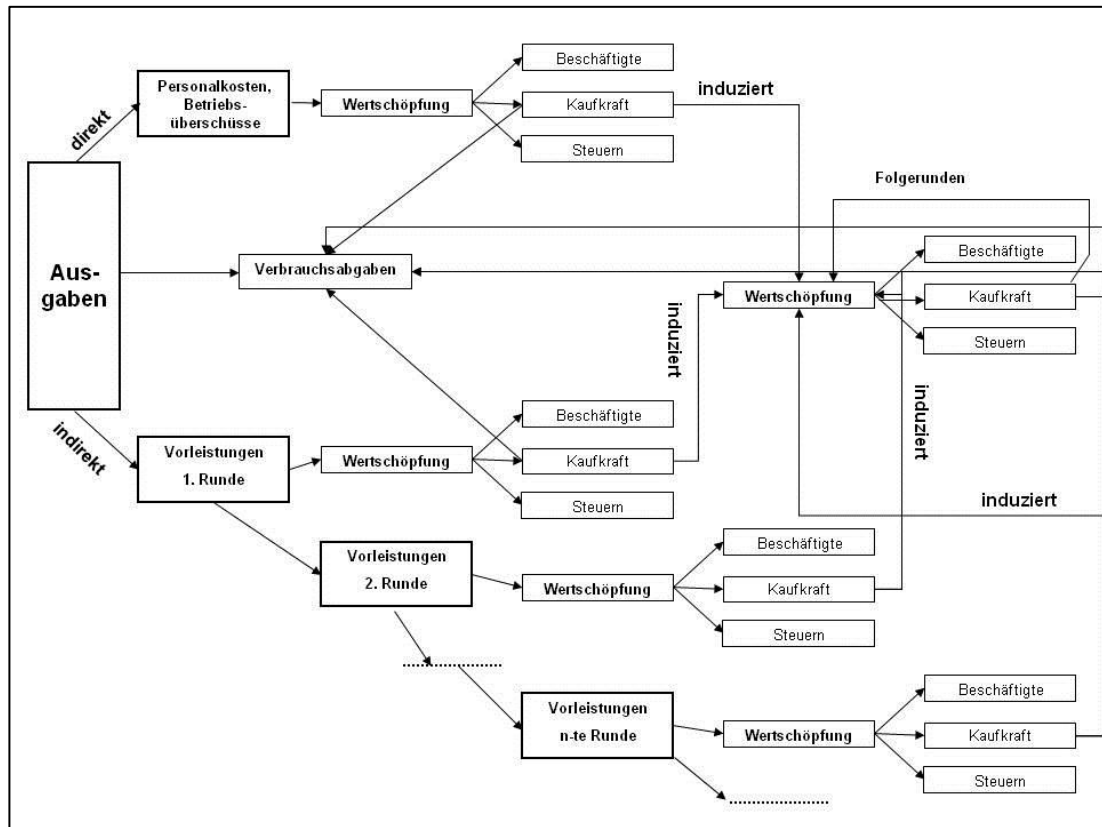
Die Input-Output-Analyse ermöglicht die Berechnung von direkten und indirekten Wertschöpfungs-, Kaufkraft- und Beschäftigungseffekten, die sich durch die Nachfrage nach bestimmten Leistungen (wie Bildung oder Investitionsgüter) ergeben. Zudem lassen sich mit diesem Instrument die Effekte auf das gesamtwirtschaftliche Aufkommen an Steuern und Sozialabgaben – getrennt nach Gebietskörperschaften – berechnen. Eine vereinfachte Struktur der Untersuchung im zentralen Bereich der Input-Output-Analyse ist schematisch in Abbildung 3 dargestellt.

Die Input-Output-Analyse basiert auf der, verglichen mit herkömmlichen makroökonomischen Modellen, sehr detaillierten Input-Output-Tabelle, die ergänzend zur volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung erstellt wird und die Verflechtungen der einzelnen Produktionsbereiche in einer Volkswirtschaft, sowie deren Beiträge zur Wertschöpfung darstellt. Abgeleitet aus den Vorleistungsverflechtungen und der Input-Struktur können Wertschöpfungs- und Beschäftigungsmultiplikatoren berechnet werden, welche die Beziehung zwischen Endnachfrage und Gesamtgüterproduktion abbilden.

Im Ergebnis liefert die Untersuchung die kumulierten Auswirkungen der betrachteten Ausgaben und Einrichtungen auf die Wirtschaft.

³⁹ Leontief erhielt dafür 1973 den Nobelpreis im Bereich der Wirtschaftswissenschaften: Wassily W. Leontief (1906-1999) „For the development of the input-output-method and for its application to important economic problems. Online im Internet unter URL: http://nobelprize.org/nobel_prizes/economics/laureates/1973/leontief.html. [Zugriff am 09. August 2010].

Abbildung 3: Darstellung von Wertschöpfungs-, Beschäftigungs-, Kaufkraft- und Steuerwirkungen



Quelle: IHS, 2009.

Diese Auswirkungen werden zusätzlich zu den so genannten „Erstrundeneffekten“ über gesamtwirtschaftliche Verflechtungen multiplikativ verstärkt. Die ursprünglich getätigten Ausgaben induzieren Folgerunden- beziehungsweise Multiplikator-Effekte, da wiederum jeder Betrieb für die Herstellung seiner Produkte und Dienstleistungen Halbfabrikate sowie Roh-, Hilfs- und Betriebsstoffe von anderen Branchen benötigt. Um von den Erstrundeneffekten auf die Höhe dieser Folgerundeneffekte schließen zu können, verwendet man die aus der Input-Output-Tabelle abgeleiteten Multiplikatoren, welche die sektoralen Verflechtungen der Volkswirtschaft in kompakter Form abbilden.

Die Höhe der Multiplikatoren hängt in erster Linie von der Struktur der wirtschaftlichen Verflechtungen der primär angeregten Sektoren mit den übrigen Sektoren ab, das heißt vor allem davon, an wen die Personal- und Sachausgaben fließen, und wie diese in Folgeaufträgen weitergegeben werden. Zu berücksichtigen ist auch, dass die Vorleistungen sowohl aus dem In- und Ausland bezogen werden können. Primäre Effekte, also Erstrundeneffekte, und davon durch Wirtschaftsverflechtungen ausgelöste weitere Effekte für Österreich gehen aber nur von jenem Teil der laufenden Ausgaben aus, der nicht durch Importe ins Ausland abfließt.

4.2. Gliederung der Effekte

Die berechneten Effekte können folgendermaßen gegliedert werden:

- 1) *Die direkten Effekte werden unmittelbar durch die Maßnahme(n) ausgelöst. Es werden vorwiegend die folgenden wirtschaftlichen Impulse beachtet:*
 - Die Personalausgaben (direkter Einkommenseffekt),
 - die Zahl der Beschäftigten bei den Veranstaltern selbst (direkter Beschäftigungseffekt),
 - etwaige Gewinne der Veranstalter (direkter Betriebsüberschuss).
- 2) *Die direkt ausgelösten Wirtschaftsaktivitäten verursachen aufgrund der wirtschaftlichen Verflechtungen (Vorleistungskette) die indirekten Effekte.*

Für die Durchführung von Veranstaltungen müssen in der Regel die unterschiedlichsten Leistungen zugekauft werden: Darunter fallen für den Betrieb von Räumlichkeiten notwendige Leistungen (Energie, Wasser, Abwasserentsorgung, Reinigung, Miete etc.), Ausgaben für Werbung, Gastronomie, Musik oder auch Investitionen in die Ausrüstung. Der Kauf dieser Vorleistungen führt wiederum zu Beschäftigungs- und Wertschöpfungseffekten bei den liefernden Unternehmen. Aber auch für die Erbringung der Vorleistungen sind Materialien und Leistungen notwendig, die zugekauft werden müssen usw. Die indirekten Effekte bilden diese Verflechtungskette in der Volkswirtschaft ab.

- 3) *Die direkten und indirekten Effekte („primäre Effekte“) bewirken eine Veränderung in der Beschäftigung; dies wiederum führt zu veränderten Einkommen, Kaufkraft und Konsum. Dieser Wirkungskanal löst die konsuminduzierten Effekte aus.*

4.3. Berechnete Effektarten

Folgende Effekte können abgeschätzt werden:

Effekte auf den Bruttoproduktionswert:

Der Bruttoproduktionswert entspricht der gesamten Produktion. Dazu zählt der Umsatz mit allen Erzeugnissen aus eigener Produktion, der Wert, der für den internen betrieblichen Gebrauch bestimmten Erzeugnisse und der Wert eventueller Lagerveränderungen.

Wertschöpfungseffekte:

Die Bruttowertschöpfung umfasst die innerhalb eines abgegrenzten Wirtschaftsgebietes erbrachte und in Marktpreisen ausgedrückte wirtschaftliche Leistung (Produktionswert abzüglich der Vorleistungen) der einzelnen Wirtschaftszweige oder der Volkswirtschaft insgesamt.

Beschäftigungseffekte:

Zur Abschätzung der ausgelösten Beschäftigungseffekte ist die Arbeitsproduktivität von zentraler Bedeutung. Die Arbeitsproduktivität definiert sich als Produktivitätsergebnis pro Beschäftigter bzw. Beschäftigtem. Der inverse Quotient – der so genannte „Arbeitskoeffizient“ – ist ein Maß für die Anzahl der Beschäftigten, die pro Produktionsmenge im Herstellungsprozess eingesetzt werden. Die Beschäftigungseffekte werden in Personenjahren (Jahresarbeitsplätze) als auch in Vollzeitäquivalenten (VZÄ) ausgewiesen. Ein VZÄ entspricht einem kollektivvertraglichen Vollzeitarbeitsplatz.

Fiskalische Effekte:

Zu den bereits angeführten Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekten kommen auch die nicht zu vernachlässigenden Steuerrückflüsse in Form von Sozialversicherungsbeiträgen und Steuern hinzu:

- Abgaben zur Sozialversicherung,
- Einkommensteuer,
- Körperschaftsteuer,
- Umsatzsteuer.

Für folgende bezugsberechtigte Gebietskörperschaften werden die Steuern und Abgaben dargestellt:

- Sozialversicherung,
- Bund,
- Bundesländer,
- Gemeinden.

Konsum in Österreich:

Zusätzlicher Konsum in Österreich wird durch die Nettoeinkommen, die von den Beschäftigten erwirtschaftet und in weiterer Folge nachfragewirksam werden, ausgelöst. Zur Quantifizierung der direkten Kaufkrafteffekte wird daher das nachfragewirksame Nettoeinkommen benötigt. In Österreich berechnet sich dieses aus den Personalausgaben

abzüglich der Steuern und Sozialversicherungsbeiträge. Von diesen Nettoeinkommen werden weiter die Ersparnisse und direkte sowie indirekte Ausgaben im Ausland abgezogen.

Zur besseren Veranschaulichung ein Beispiel im Rahmen der Veranstaltungswirtschaft: Bei der Organisation einer größeren Veranstaltung sind zahlreiche Vorleistungen enthalten. Zum einen ist es nötig, ausreichend Werbung für die Veranstaltung zu machen, weshalb Flyer, Plakate etc. gedruckt werden müssen. Zum anderen müssen Räumlichkeiten gemietet, Getränkelieferanten beauftragt sowie Sicherheitspersonal engagiert werden. All diese Vorbereitungen, die untrennbar mit der Veranstaltung verbunden sind, werden im Sinne der Input-Output-Analyse als Vorleistungen behandelt. Der Produktionswert ergibt sich durch alle Ausgaben, die getätigt werden, damit das Fest reibungslos stattfinden kann bzw. um das „Gut Veranstaltung“ zu produzieren. Um die direkte Wertschöpfung zu beziffern, werden von Einnahmen aus Ticketverkäufen und Gastronomieumsätzen die oben erwähnten Vorleistungen abgezogen. Übrig bleibt jener Wert, der durch die Veranstaltung zusätzlich für eine Volkswirtschaft entstanden ist. Doch dieser Effekt ist nur eine Teilmenge aller ökonomischen Auswirkungen, denn es werden einerseits durch das bei der Veranstaltung tätige Personal und andererseits durch die etwaigen beauftragten Subunternehmern Beschäftigungseffekte ausgelöst. Die beschäftigten Personen verfügen so über Einkommen, dass sie in weiterer Folge für Konsumausgaben aufwenden. Durch die gestiegene Nachfrage entstehen erneut ökonomische Effekte auf Beschäftigung, Produktion usw., der hier beschriebene Effekt wird als Multiplikatorwirkung bezeichnet. Auch die indirekten und induzierten Effekte lösen zusätzliche Wertschöpfungs- und Beschäftigungseffekte aus. Mit Beschäftigung und Konsum gehen auch fiskalische Effekte einher. Sobald ein Mitarbeiter beschäftigt wird, müssen Abgaben an die Sozialversicherung etc. bezahlt werden. All diese durch eine Veranstaltung ausgelösten Effekte wirken sich somit in den unterschiedlichen Bereichen einer Volkswirtschaft aus. In der vorliegenden Studie werden nur Veranstaltungen mit in die Berechnungen einbezogen, die von österreichischen Veranstaltern organisiert und durchgeführt wurden. Von ausländischen Veranstaltern durchgeführte Veranstaltungen generieren die meiste Wertschöpfung im Ausland und werden daher an dieser Stelle nicht berücksichtigt.

4.4. Annahmen

Die Input-Output-Analyse stellt ein wichtiges Instrument zur Abschätzung konjunktureller Auswirkungen unterschiedlicher Investitionen und Ausgaben dar. Unter Würdigung der Methode und der Interpretation der Ergebnisse und deren Aussagekraft muss jedoch berücksichtigt werden, dass die Analyse auf einer Reihe von vereinfachenden Annahmen beruht, von denen nun einige kurz dargestellt und erläutert werden.

Annahme 1: Ersatz- und Neuinvestitionen sind gleich zu behandeln.

Investitionen in den Kapitalstock können in zwei Kategorien unterteilt werden:

- Mit Ersatzinvestitionen werden alte oder nicht mehr funktionstüchtige Maschinen, Gebäude u.a. ersetzt, um die Produktion auf gleichem Niveau aufrechterhalten zu können.
- Mit Neuinvestitionen wird die Produktion erweitert, die Qualität der produzierten Erzeugnisse oder die Produktivität erhöht oder eine neue Produktion aufgenommen.

Während reine Ersatzinvestitionen zu keinerlei Veränderungen im Kapitalstock führen – sie verhindern dessen Absinken – wird dieser durch Neuinvestitionen erhöht. Eine Kapitalstockerhöhung führt zu einer Erhöhung der Produktion und kann auch zu einem Anstieg der Produktivität führen. Dies stärkt die Wettbewerbsfähigkeit und sichert existierende Arbeitsplätze, kann aber auch zu einem erhöhten Bedarf an Arbeitskräften führen. Reine Ersatzinvestitionen erhalten Arbeitsplätze, schaffen aber keine neuen. Nicht getätigte Ersatzinvestitionen führen jedoch zu einer Absenkung der Produktionsleistung und dadurch zu Arbeitsplatzreduktionen.

In der Praxis sind reine Ersatzinvestitionen selten. In der Regel wird mit dem Ersatz von Gerätschaften oder Ähnlichem meist gleichzeitig modernisiert, entweder weil die zu ersetzenden Maschinen in der ursprünglichen Form nicht mehr (am Markt) erhältlich sind oder weil das Unternehmen ohnehin eine Modernisierung plant. Folglich führen Ersatzinvestitionen häufig zu (impliziten) Neuinvestitionen. Diese beiden Kategorien können bei der Berechnung der Effekte demnach nicht getrennt werden.

Annahme 2: Abgesicherte und neu geschaffene Arbeitsplätze sind gleich zu behandeln.

Mit getätigten Investitionen und Ausgaben sind unmittelbar Arbeitsplätze, und in der Folge Wertschöpfung und Steuereinnahmen, verbunden. In Hinblick auf die Arbeitsplätze ist anzumerken, dass durch Investitionen und Ausgaben – je nach Auslastung der betroffenen Unternehmen – entweder bestehende Arbeitsplätze abgesichert oder aber neue Beschäftigungsverhältnisse geschaffen werden. Der volle Beschäftigungseffekt wird sich nur bei einer bereits 100-prozentigen Auslastung und einer entsprechenden Aufstockung der Kapazitäten entfalten. In allen anderen Fällen kommt es aber zu einer Absicherung bereits vorhandener Arbeitsplätze und einer Auslastung der Kapazitäten. Bei nicht permanent anfallender Nachfrage besteht auch häufig die Tendenz, diese eher in Form von Überstundenleistungen und Sonderschichten als durch die Neueinstellung von Arbeitskräften zu bedienen.

In der vorliegenden Untersuchung wird allerdings der Frage, welches Ausmaß der Beschäftigung abgesichert beziehungsweise neu geschaffen wird, nicht weiter

nachgegangen. Vielmehr wird das Gesamtausmaß der mit den Ausgaben und Investitionen in Verbindung stehenden Beschäftigung ausgewiesen, unabhängig davon, ob neue Arbeitsplätze generiert oder bei bereits bestehenden die Auslastung verändert wird.

Annahme 3: Preiseffekte werden nicht berücksichtigt.

Das statische Input-Output-Modell basiert auf der Annahme konstanter, preisunabhängiger Vorleistungskoeffizienten, das heißt, die Preise werden als gegeben angesehen. Dies bedeutet, dass keine Preiseffekte mit den getätigten Ausgaben und Investitionen verbunden sind, was angesichts der Analyse von Effekten in der Vergangenheit und der kurzfristigen Betrachtung von ökonomischen Wirkungen vertretbar ist.

Annahme 4: Unter Berücksichtigung von technischem Fortschritt, Inflation und Einkommenssteigerung kann die Input-Output-Tabelle aus dem Jahr 2007 verwendet werden.

Da die Erhebung der Datengrundlagen für die Input-Output-Tabellen sehr aufwendig ist, zumal alle Produktionsverflechtungen einer Volkswirtschaft aufgezeigt werden, sind die Tabellen nur mit einer Zeitverzögerung von einigen Jahren verfügbar.

Erfahrungsgemäß kann die Input-Output-Tabelle 2007 auch in den darauffolgenden Jahren für die Analyse verwendet werden, wenn aktuelle Informationen in die Analyse einbezogen werden können. Insbesondere werden der technische Fortschritt (in Form von Produktivitätssteigerung) und Inflationsaspekte (in Form von Preisänderungen), aber auch das gestiegene Einkommen pro Beschäftigter/m berücksichtigt.

Als Konsequenz bedeutet das, je später Ausgaben getätigt werden, desto geringer wird aufgrund des Produktivitätswachstums und der Inflation der damit verbundene Beschäftigungseffekt sein.

4.5. Arten von Klassifikationen

Im vorliegenden Bericht werden zwei verschiedene Arten von Klassifikationen eingesetzt, um einerseits die Unternehmen und um andererseits die Güterproduktion zu klassifizieren. Für die Klassifizierung der Güterproduktion wird die CPA⁴⁰-Klassifikation eingesetzt. In dieser werden die hergestellten Güter nach Art gegliedert (z. B. Dienstleistungen im Beherbergungswesen, chemische Erzeugnisse). Demgegenüber werden Unternehmen nach

⁴⁰ Classification of Products by Activity

NACE⁴¹ klassifiziert (z. B. Beherbergungsunternehmen, Chemieunternehmen). Beide Klassifikationen gleichen einander, so dass in der Regel, jedem Produkttyp nach CPA ein entsprechender Unternehmenstyp nach NACE gegenübersteht. Unternehmen können jedoch nicht nur Produkte aus dem eigenen Sektor, sondern auch aus anderen Sektoren anbieten (z. B. bieten Bauernhöfe oft auch Übernachtungsmöglichkeiten an, Beherbergungsunternehmen bieten häufig auch Dienstleistungen im Bereich der Gastronomie, des Einzelhandels oder Wellness an). Daher werden Unternehmen von EUROSTAT nach ihrem „bedeutendsten“ Gut klassifiziert.

Wird nun z. B. die Wirtschaftsleistung betrachtet, können durchaus deutlich andere Ergebnisse je nach Klassifikationstyp erhalten werden. So betrug im Jahr 2007 in Österreich die Wertschöpfung im Bereich „Beherbergungs- und Gaststättend**ienstleistungen**“ 11.814 Mio. Euro (CPA)⁴², demgegenüber erbrachten Unternehmen des „Beherbergungs- und Gaststätten**wesens**“ eine Wertschöpfung von 11.190 Mio. Euro (NACE).⁴³ Im Folgenden werden die einzelnen Sektoren nach CPA 2002 und NACE 2003 auf Zweistellerebene⁴⁴ mit ihren vollen Bezeichnungen dargestellt.

⁴¹ Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne

⁴² Österreichische Input-Output-Tabelle 2007 (Statistik Austria).

⁴³ Österreichische Verwendungstabelle 2007 (Statistik Austria).

⁴⁴ Die Güter bzw. die Wirtschaft werden hier nach 59 Sektoren geteilt.

**Tabelle 5: Wirtschaftssektoren nach CPA 2002 und NACE 2003 Klassifikationen
(Sektoren 1 bis 40)**

	CPA	NACE
01	Erzeugnisse der Landwirtschaft und Jagd	Landwirtschaft, Jagd
02	Forstwirtschaftliche Erzeugnisse	Forstwirtschaft
05	Fische und Fischereierzeugnisse	Fischerei und Fischzucht
10	Kohle und Torf	Kohlenbergbau, Torfgewinnung
11	Erdöl und Erdgas	Erdöl- und Erdgasbergbau
12	Uran und Thoriumerze	Uran- und Thoriumerzbergbau
13	Metallerze	Metallerzbergbau
14	Steine und Erden	Gewinnung von Steinen und Erden, sonstiger Bergbau
15	Nahrungs- und Futtermittel sowie Getränke	Herstellung von Nahrungs- und Genussmitteln und Getränken
16	Tabakerzeugnisse	Tabakverarbeitung
17	Textilien	Herstellung von Textilien und Textilwaren (ohne Bekleidung)
18	Bekleidung	Herstellung von Bekleidung
19	Leder und Lederwaren	Ledererzeugung und -verarbeitung
20	Holz sowie Holz-, Kork- und Flechtwaren	Be- und Verarbeitung von Holz (ohne Herstellung von Möbeln)
21	Papier, Pappe und Waren daraus	Herstellung und Verarbeitung von Papier und Pappe
22	Verlags- und Druckerzeugnisse	Verlagswesen, Druckerei, Vervielfältigung
23	Mineralölerzeugnisse	Kokerei, Mineralölverarbeitung
24	Chemische Erzeugnisse	Herstellung von Chemikalien und chemischen Erzeugnissen
25	Gummi- und Kunststoffwaren	Herstellung von Gummi- und Kunststoffwaren
26	Glas, Keramik, bearbeitete Steine und Erden	Herstellung und Verarbeitung von Glas, Herstellung von Waren aus Steinen und Erden
27	Metalle und Halbzeug daraus	Metallerzeugung und -bearbeitung
28	Metallerzeugnisse	Herstellung von Metallerzeugnissen
29	Maschinen	Maschinenbau
30	Büromaschinen, EDV-Geräte und -Einrichtungen	Herstellung von Büromaschinen, EDV-Geräten
31	Geräte der Elektrizitätserzeugung und -verteilung	Herstellung von Geräten der Elektrizitätserzeugung, -verteilung
32	Nachrichtentechnische, Rundfunk- und Fernsehgeräte, elektrische Bauteile	Rundfunk-, Fernseh- und Nachrichtentechnik
33	Medizinisch-, mess-, regeltechnische und optische Erzeugnisse, Uhren	Medizin- Mess- und Regelungstechnik, Optik
34	Kraftwagen und Kraftwagenteile	Herstellung von Kraftwagen und Kraftwagenteilen
35	Sonstige Fahrzeuge	Sonstiger Fahrzeugbau
36	Möbel, Schmuck, Musikinstrumente, Sportgeräte u.a.	Herstellung von sonstigen Erzeugnissen
37	Dienstleistungen der Rückgewinnung	Rückgewinnung (Recycling)
40	Energie und Dienstleistungen der Energieversorgung	Energieversorgung

Quelle: Statistik Austria, Klassifikationsdatenbank.

**Tabelle 6: Wirtschaftssektoren nach CPA 2002 und NACE 2003 Klassifikationen
(Sektoren 40 bis 95)**

	CPA	NACE
41	Wasser und Dienstleistungen der Wasserversorgung	Wasserversorgung
45	Bauarbeiten	Bauwesen
50	Handelsleistungen mit Kraftfahrzeugen, Reparatur von Kraftfahrzeugen, Tankstellenleistungen	Kraftfahrzeug-Handel, Reparatur von Kraftfahrzeugen, Tankstellen
51	Handelsvermittlungs- und Großhandelsleistungen	Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kraftfahrzeugen)
52	Einzelhandelsleistungen, Reparaturarbeiten an Gebrauchsgegenständen	Einzelhandel (ohne Kraftfahrzeugen, ohne Tankstellen), Reparatur von Gebrauchsgütern
55	Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	Beherbergungs- und Gaststättenwesen
60	Landverkehrs- und Transportleistungen in Rohrfernleitungen	Landverkehr, Transport in Rohrfernleitungen
61	Schifffahrtsleistungen	Schifffahrt
62	Luftfahrtleistungen	Flugverkehr
63	Dienstleistungen bezüglich Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr	Hilfs- und Nebentätigkeiten für den Verkehr, Reisebüros
64	Nachrichtenübermittlungsdienstleistungen	Nachrichtenübermittlung
65	Dienstleistungen der Kreditinstitute	Kreditwesen
66	Dienstleistungen der Versicherungen (ohne Sozialversicherung)	Versicherungswesen
67	Dienstleistungen des Kredit- und Versicherungshilfswesens	Mit dem Kredit- und Versicherungswesen verbundene Tätigkeiten
70	Dienstleistungen des Grundstücks- und Wohnungswesens	Realitätenwesen
71	Dienstleistungen der Vermietung beweglicher Sachen ohne Personal	Vermietung beweglicher Sachen ohne Personal
72	Dienstleistungen der EDV und von Datenbanken	Datenverarbeitung und Datenbanken
73	Forschungs- und Entwicklungsleistungen	Forschung und Entwicklung
74	Unternehmensbezogene Dienstleistungen	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen
75	Dienstleistungen der öffentlichen Verwaltung, Verteidigung und Sozialversicherung	Öffentliche Verwaltung, Sozialversicherung
80	Erziehungs- und Unterrichtsdienstleistungen	Unterrichtswesen
85	Dienstleistungen des Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesens	Gesundheits-, Veterinär- und Sozialwesen
90	Abwasser-, Abfallbeseitigungs- und sonstige Entsorgungsdienstleistungen	Abwasser- und Abfallbeseitigung und sonstige Entsorgung
91	Dienstleistungen von Interessenvertretungen, Kirchen u.a.	Interessenvertretungen, Vereine
92	Kultur-, Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen	Kultur, Sport und Unterhaltung
93	Sonstige Dienstleistungen	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen
95	Dienstleistungen privater Haushalte	Private Haushalte

Quelle: Statistik Austria, Klassifikationsdatenbank.

5. Ökonomische Analyse des Veranstaltungswesens

Mithilfe der Input-Output-Analyse wurden die ökonomischen Effekte des österreichischen Veranstaltungswesens auf die österreichische Wirtschaft und auf die ausländische berechnet. Dazu werden mehrere Teilaspekte untersucht:

- 1) *Wirkung der Veranstaltungsausgaben des Teilbereichs Eventagenturen:* Eventagenturen werden von Unternehmen, Vereinen, öffentlichen Verwaltungseinheiten sowie Privatpersonen beauftragt, Veranstaltungen durchzuführen. Für Planung und Durchführung von Veranstaltungen sind Personal- und Sachausgaben zu tätigen, die entsprechende Folgen im Wirtschaftskreislauf haben. Die Veranstaltungsausgaben enthalten dieselben Posten wie für alle Veranstaltungen (also auch diejenigen, die von Unternehmen oder öffentlichen Verwaltungseinheiten durchgeführt werden) jedoch statt den internen Personalkosten das Agenturhonorar.
- 2) *Wirkung der Veranstaltungsausgaben der öffentlichen Verwaltung:* Öffentliche Verwaltungseinheiten organisieren auch Veranstaltungen, für deren Durchführung sie keine Eventagenturen beauftragen. Die ökonomischen Effekte der Ausgaben für diese Veranstaltungen wurden gesondert betrachtet.
- 3) *Wirkung der Veranstaltungsausgaben von Unternehmen:* Auch Unternehmen organisieren Veranstaltungen, für die nicht extra Eventagenturen beauftragt werden.
- 4) *Wirkung des Eventtourismus:* Zahlreiche ausländische Gäste reisen nach Österreich, um an einer bestimmten Veranstaltung teilzunehmen. Aufgrund der Veranstaltung ergeben sich somit touristische Effekte.

Die ersten drei Teilaspekte sind so konstruiert, dass nur Aktivitäten von österreichischen Veranstaltern in die Berechnungen mit einbezogen wurden. Die ökonomischen Effekte des Eventtourismus wurden zunächst separat berechnet und erst in einem weiteren Schritt zu den Effekten des kompletten Veranstaltungswesens (Unternehmen, öffentliche Verwaltung und Eventagenturen) aufaddiert, um die ökonomischen Gesamtwirkungen der Veranstaltungsausgaben in Österreich zu erhalten.

Für die Darstellung der Ergebnisse werden mehrere Tabellen mit der gleichen Struktur präsentiert. Die verwendeten Begriffe in den Tabellen, wie zum Beispiel Bruttoproduktionswert, sind in Kapitel 4.3 näher erklärt. Alle Angaben, abgesehen von den Beschäftigungseffekten ausgedrückt in Personenjahren und Vollzeitäquivalenten, sind in Euro gemacht. Anhand der Tabelle 7 wird die Darstellung dieser Tabellen beschrieben, die darauffolgenden Tabellen sind analog zu verstehen.

5.1. Ökonomische Effekte der Ausgaben für Eventagentur-Veranstaltungen

In diesem Kapitel werden die ökonomischen Effekte jener Veranstaltungen aufgezeigt, die von Eventagenturen organisiert wurden. Das Augenmerk liegt dabei auf Veranstaltungen in Österreich, die von österreichischen Eventagenturen organisiert wurden, dementsprechend wurden Aktivitäten des Auslands nicht betrachtet. In Tabelle 7 sind die ökonomischen Effekte der Eventagentur-Veranstaltungen⁴⁵ dargestellt. In den Spalten sind die direkten, indirekten und induzierten Effekte abgebildet (für eine Begriffserklärung siehe Kapitel 4.2). In den Zeilen stehen die Effekte der verschiedenen ökonomischen Größen. Aufgrund von Rundungen kann es sein, dass die Einzelangaben in Summe von der Endsumme abweichen.

Tabelle 7: Ökonomische Effekte der Eventagentur-Veranstaltungen 2010

Eventagentur-Veranstaltungen					
		direkt	indirekt	induziert	gesamt
Bruttoproduktionswert in Euro	Österreich	2.485.580.485	1.429.074.966	640.033.212	4.554.688.663
	Ausland	0	828.140.156	285.509.383	1.113.649.539
	Gesamt	2.485.580.485	2.257.215.123	925.542.595	5.668.338.202
Bruttowertschöpfung in Euro	Österreich	1.535.455.916	601.537.365	269.407.764	2.406.401.045
	Ausland	0	348.587.204	120.178.833	468.766.037
	Gesamt	1.535.455.916	950.124.569	389.586.597	2.875.167.082
Beschäftigungseffekte in Personenjahren	Österreich	19.424	7.637	4.079	31.140
	Ausland	0	4.854	1.742	6.596
	Gesamt	19.424	12.491	5.821	37.736
Beschäftigungseffekte in Vollzeitäquivalenten	Österreich	16.036	6.417	3.472	25.925
	Ausland	0	4.158	1.486	5.644
	Gesamt	16.036	10.575	4.959	31.569
Konsum in Euro	Österreich	292.806.145	116.580.376	50.339.818	459.726.340
Sozialversicherung (SV) und Steuern in Euro	SV	210.559.606	84.013.033	38.093.714	332.666.353
	Bund	99.728.734	44.136.197	62.920.981	206.785.912
	Länder	20.433.172	9.089.581	13.025.093	42.547.847
	Gemeinden	26.318.642	11.197.211	11.400.989	48.916.843
	Gesamt	357.040.154	148.436.024	125.440.777	630.916.955

Quelle: IHS, 2012.

Aus Tabelle 7 ist ersichtlich, dass im Jahr 2010 durch die Ausgaben für Eventagentur-Veranstaltungen in Österreich ein Bruttoproduktionswert von rund 4,6 Mrd. Euro ausgelöst

⁴⁵ Um die Lesbarkeit des Textes zu verbessern, wird künftig von Eventagentur-Veranstaltungen gesprochen. Hier sollte immer berücksichtigt werden, dass die jeweiligen Veranstaltungen eigentlich von Unternehmen oder der öffentlichen Verwaltung bezahlt und veranstaltet wurden, aber für diese Veranstaltungen professionelle Dienstleister (Eventagenturen bzw. Kongressveranstalter) für die Organisation beauftragt wurden.

wurde, davon 2,5 Mrd. Euro direkt, 1,4 Mrd. Euro indirekt und 640 Mio. Euro konsuminduziert.

Die getätigten Ausgaben für Veranstaltungen, die von Eventagenturen organisiert wurden, bewirkten in Österreich eine direkte Wertschöpfung von 1,5 Mrd. Euro. Aufgrund der Wirtschaftsverflechtungen kamen rund 602 Mio. Euro an indirektem Wertschöpfungseffekt hinzu. Sowohl infolge der ausgezahlten Löhne der direkt Beschäftigten als auch der an die Beschäftigten gezahlten Löhne/Honorare aufgrund von Wirtschaftsverflechtungen wurde Konsum generiert. Dieser Konsum wiederum löste eine weitere „induzierte“ jährliche Wertschöpfung von 269 Mio. Euro aus. Insgesamt wurden 2,4 Mrd. Euro an Wertschöpfung in Österreich generiert.

In Summe wurden in Österreich Beschäftigungseffekte in der Höhe von rund 31.000 Personenjahren (rund 26.000 in Vollzeitäquivalenten) gesichert. Durch die Ausgaben der Eventagenturen wurde in Österreich ein wirksamer Nettokonsum in der Höhe von 460 Mio. Euro generiert.

Die Staatseinnahmen betrugen 631 Mio. Euro, wobei der größte Anteil von 333 Mio. Euro Sozialabgaben waren. Von den restlichen Einnahmen entfielen 207 Mio. Euro auf den Bund, 43 Mio. Euro auf die Länder und rund 49 Mio. Euro auf die Gemeinden.

5.2. Ökonomische Effekte der Veranstaltungsausgaben der öffentlichen Verwaltung

In Tabelle 8 sind die ökonomischen Effekte der Veranstaltungsausgaben der öffentlichen Verwaltung, wie zum Beispiel der Gemeindeämter, dargestellt. Betrachtet wurden jene Veranstaltungen, die von den Verwaltungseinheiten selbst organisiert wurden und nicht von Eventagenturen oder sonstigen gewerblichen Veranstaltern. Die Struktur von Tabelle 8 gleicht der von Tabelle 7.

Durch die Veranstaltungsausgaben der öffentlichen Verwaltung wurde in Österreich im Jahr 2010 ein Bruttoproduktionswert von mehr als einer Milliarde Euro generiert. Dieser fällt damit deutlich geringer aus als der durch Ausgaben für Eventagentur-Veranstaltungen ausgelöste Bruttoproduktionswert von 4,6 Mrd. Euro. Die Bruttowertschöpfung belief sich in Österreich auf 553 Mio. Euro. Die Beschäftigungseffekte betrugen knapp 7.000 Personenjahre, in Vollzeitäquivalenten gerechnet waren das knapp 5.900 im Jahr 2010. Der ausgelöste Nettokonsum machte 104 Mio. Euro aus. Insgesamt konnten wiederum 143 Mio. Euro an Steuern generiert werden und ebenso wie bei den Effekten aufgrund der Ausgaben von Eventagentur-Veranstaltungen, ging der größte Anteil davon an die Sozialversicherung.

Tabelle 8: Ökonomische Effekte der Veranstaltungsausgaben der öffentlichen Verwaltung 2010

Öffentliche Verwaltung					
		direkt	indirekt	induziert	gesamt
Bruttoproduktionswert in Euro	Österreich	571.522.177	322.670.878	145.605.469	1.039.798.524
	Ausland	0	189.774.656	64.355.492	254.130.148
	Gesamt	571.522.177	512.445.534	209.960.961	1.293.928.672
Bruttowertschöpfung in Euro	Österreich	355.819.612	135.821.139	61.289.388	552.930.139
	Ausland	0	79.881.426	27.089.015	106.970.441
	Gesamt	355.819.612	215.702.565	88.378.403	659.900.580
Beschäftigungseffekte in Personenjahren	Österreich	4.318	1.709	928	6.954
	Ausland	0	1.112	393	1.504
	Gesamt	4.318	2.820	1.320	8.459
Beschäftigungseffekte in Vollzeitäquivalenten	Österreich	3.651	1.439	790	5.881
	Ausland	0	954	335	1.289
	Gesamt	3.651	2.393	1.125	7.169
Konsum in Euro	Österreich	66.885.991	26.025.906	11.426.181	104.338.078
Sozialversicherung (SV) und Steuern in Euro	SV	48.094.023	18.755.953	8.666.051	75.516.027
	Bund	22.674.453	9.866.042	14.295.908	46.836.403
	Länder	4.644.589	2.031.973	2.959.359	9.635.922
	Gemeinden	5.994.689	2.501.804	2.590.987	11.087.479
	Gesamt	81.407.754	33.155.772	28.512.305	143.075.831

Quelle: IHS, 2012.

5.3. Ökonomische Effekte der Veranstaltungsausgaben von Unternehmen

Im Folgenden werden die ökonomischen Effekte betrachtet, die aufgrund der Veranstaltungsausgaben von Unternehmen entstehen. Unternehmen haben Ausgaben für Veranstaltungen und lösen damit wirtschaftliche Effekte aus. Des Weiteren erhalten Unternehmen Sponsorengelder für Veranstaltungen von anderen Akteuren. Die Veranstaltungsausgaben der Unternehmen umfassen daher die Gesamtkosten von Veranstaltungen (inkl. erhaltenes Sponsoring), die von den Unternehmen selbst durchgeführt werden, aber nicht das Sponsoring, das sie anderen Organisationen für Veranstaltungen zur Verfügung stellen. Untersucht wurden die Veranstaltungen, die von den Unternehmen selbst organisiert wurden und nicht von Eventagenturen oder sonstigen gewerblichen Veranstalter. Dabei wird angenommen, dass sich Vereine mit Erwerbscharakter⁴⁶ hinsichtlich ihrer Veranstaltungsausgaben ebenso wie gewinnorientierte Unternehmen verhalten, jene sind daher mit in den Berechnungen erfasst. Wie in Tabelle 9 zu erkennen ist, bewirken die Veranstaltungsausgaben von Unternehmen im Jahr 2010 einen Bruttoproduktionswert von

⁴⁶ Berücksichtigt wurden Vereine, die unselbständig Beschäftigte haben.

4,6 Mrd. Euro. Die direkten Effekte waren dabei mit 2,5 Mrd. Euro am höchsten, gefolgt von den indirekten (1,4 Mrd. Euro). Die Bruttowertschöpfung lag in Österreich bei knapp 2,5 Mrd. Euro. Aufgrund der Veranstaltungsausgaben von Unternehmen konnten Beschäftigungseffekte im Ausmaß von rund 30.700 Personenjahren bzw. 26.000 Vollzeitäquivalenten im Jahr 2010 erzielt werden. Der ausgelöste Konsum lag bei 460 Mio. Euro. Die Staatseinnahmen betrugen beinahe 631 Mio. Euro, wovon der größte Teil Sozialabgaben waren.

Tabelle 9: Ökonomische Effekte der Veranstaltungsausgaben der Unternehmen 2010

Unternehmen					
		direkt	indirekt	induziert	gesamt
Bruttoproduktionswert in Euro	Österreich	2.520.358.126	1.422.947.702	642.106.188	4.585.412.016
	Ausland	0	836.888.077	283.801.563	1.120.689.639
	Gesamt	2.520.358.126	2.259.835.779	925.907.751	5.706.101.655
Bruttowertschöpfung in Euro	Österreich	1.569.130.449	598.958.229	270.280.338	2.438.369.016
	Ausland	0	352.269.447	119.459.964	471.729.411
	Gesamt	1.569.130.449	951.227.676	389.740.302	2.910.098.427
Beschäftigungseffekte in Personenjahren	Österreich	19.040	7.534	4.092	30.667
	Ausland	0	4.904	1.731	6.635
	Gesamt	19.040	12.438	5.823	37.301
Beschäftigungseffekte in Vollzeitäquivalenten	Österreich	16.102	6.347	3.484	25.933
	Ausland	0	4.205	1.477	5.682
	Gesamt	16.102	10.553	4.961	31.616
Konsum in Euro	Österreich	294.960.822	114.771.755	50.388.365	460.120.942
Sozialversicherung (SV) und Steuern in Euro	SV	212.090.041	82.711.957	38.216.456	333.018.454
	Bund	99.992.169	43.508.301	63.043.588	206.544.058
	Länder	20.482.195	8.960.808	13.050.490	42.493.493
	Gemeinden	26.436.003	11.032.717	11.426.003	48.894.723
	Gesamt	359.000.408	146.213.783	125.736.537	630.950.728

Quelle: IHS, 2012.

5.4. Ökonomische Effekte des Eventtourismus

Wie in Kapitel 2.3 näher erläutert, spielt der Eventtourismus für Österreich eine wichtige Rolle. In dieser Studie werden nur importbereinigte Ausgaben von TouristInnen erfasst, die wegen einer Veranstaltung nach Österreich gekommen sind. Haben TouristInnen eine andere Motivation für den Besuch Österreichs gehabt und im Rahmen ihres Urlaubs eine Veranstaltung besucht, so werden sie nicht als EventtouristInnen betrachtet. Es wird dabei angenommen, dass zehn Prozent der TouristInnen wegen bestimmten Veranstaltungen nach

Österreich gekommen sind.⁴⁷ Somit werden zehn Prozent der importbereinigten Gesamtausgaben von TouristInnen 2010 mit in die Berechnungen einbezogen. In diesem Kapitel werden die Effekte des Eventtourismus näher erläutert, sie sind in Tabelle 10 dargestellt.

Tabelle 10: Ökonomische Effekte des Eventtourismus 2010

Eventtourismus					
		direkt	indirekt	induziert	gesamt
Bruttoproduktionswert in Euro	Österreich	2.078.035.805	1.236.712.863	556.647.078	3.871.395.745
	Ausland	0	893.771.828	291.172.891	1.184.944.719
	Gesamt	2.078.035.805	2.130.484.691	847.819.969	5.056.340.464
Bruttowertschöpfung in Euro	Österreich	1.181.255.596	520.566.810	234.308.223	1.936.130.629
	Ausland	0	376.213.399	122.562.761	498.776.160
	Gesamt	1.181.255.596	896.780.209	356.870.984	2.434.906.789
Beschäftigungseffekte in Personenjahren	Österreich	24.972	7.849	3.547	36.369
	Ausland	0	5.920	1.783	7.703
	Gesamt	24.972	13.770	5.331	44.072
Beschäftigungseffekte in Vollzeitäquivalenten	Österreich	21.283	6.618	3.020	30.922
	Ausland	0	5.026	1.521	6.547
	Gesamt	21.283	11.644	4.541	37.469
Konsum in Euro	Österreich	268.631.587	101.526.361	45.429.807	415.587.756
Sozialversicherung (SV) und Steuern in Euro	SV	196.584.540	73.260.775	33.139.890	302.985.205
	Bund	424.911.928	40.820.661	55.892.238	521.624.828
	Länder	87.908.902	8.429.342	11.569.862	107.908.106
	Gemeinden	73.444.474	10.137.986	10.087.132	93.669.591
	Gesamt	782.849.844	132.648.763	110.689.123	1.026.187.729

Quelle: IHS, 2012.

Durch den Eventtourismus wurde in Österreich im Jahr 2010 ein Bruttoproduktionswert von beinahe 4 Mrd. Euro ausgelöst, wovon mit 2,1 Mrd. Euro die direkten Effekte am höchsten waren. Die Bruttowertschöpfung betrug in Österreich knapp 2 Mrd. Euro, mehr als die Hälfte (1,2 Mrd. Euro) machten die direkten Effekte aus. Durch den Eventtourismus wurden Beschäftigungseffekte im Ausmaß von etwas mehr als 36.000 Personenjahren erreicht (rund 31.000 in Vollzeitäquivalenten). In Österreich wurde durch den Eventtourismus ein wirksamer Nettokonsum in der Höhe von mehr als 0,4 Mrd. Euro generiert. Die Staatseinnahmen beliefen sich auf etwas mehr als eine Milliarde Euro, wovon etwas mehr als die Hälfte auf den Bund entfallen.

⁴⁷ Laut T-MONA haben im Tourismusjahr 2008/09 10 % der Gäste ihren Urlaub als Veranstaltungs-/Eventbesuch bezeichnet. Auskunft von Österreich Werbung, 2. November 2011.

5.5. Ökonomische Effekte der gesamten Veranstaltungsausgaben (inkl. Eventtourismus)

In diesem Abschnitt werden die ökonomischen Effekte, die zum einen aufgrund der gesamten Veranstaltungsausgaben von österreichischen Veranstaltern (Unternehmen, öffentliche Verwaltung, Eventagentur-Veranstaltungen) und zum anderen aufgrund der Ausgaben von „Eventtouristen“ ausgelöst werden, für das Jahr 2010 aggregiert dargestellt.

Tabelle 11: Ökonomische Effekte der gesamten Veranstaltungsausgaben (inkl. Eventtourismus) 2010

Veranstalter gesamt inkl. Eventtourismus					
		direkt	indirekt	induziert	gesamt
Bruttoproduktionswert in Euro	Österreich	7.655.496.593	4.411.406.409	1.984.391.947	14.051.294.949
	Ausland	0	2.748.574.717	924.839.328	3.673.414.045
	Gesamt	7.655.496.593	7.159.981.126	2.909.231.275	17.724.708.994
Bruttowertschöpfung in Euro	Österreich	4.641.661.573	1.856.883.543	835.285.713	7.333.830.829
	Ausland	0	1.156.951.476	389.290.573	1.546.242.049
	Gesamt	4.641.661.573	3.013.835.019	1.224.576.286	8.880.072.879
Beschäftigungseffekte in Personenjahren	Österreich	67.754	24.729	12.646	105.129
	Ausland	0	16.790	5.649	22.438
	Gesamt	67.754	41.519	18.295	127.568
Beschäftigungseffekte in Vollzeitäquivalenten	Österreich	57.072	20.822	10.766	88.661
	Ausland	0	14.343	4.819	19.162
	Gesamt	57.072	35.165	15.585	107.823
Konsum in Euro	Österreich	923.284.545	358.904.399	157.584.171	1.439.773.115
Sozialversicherung (SV) und Steuern in Euro	SV	667.328.209	258.741.718	118.116.111	1.044.186.038
	Bund	647.307.284	138.331.202	196.152.715	981.791.201
	Länder	133.468.859	28.511.705	40.604.804	202.585.368
	Gemeinden	132.193.808	34.869.718	35.505.111	202.568.636
	Gesamt	1.580.298.160	460.454.342	390.378.741	2.431.131.244

Quelle: IHS, 2012.

Wie aus Tabelle 11 abzulesen ist, konnte infolge der gesamten Veranstaltungsausgaben in Österreich ein Bruttoproduktionswert von 14 Mrd. Euro erzielt werden, mehr als die Hälfte davon trugen die direkten Effekte bei. Die gesamte Bruttowertschöpfung lag in Österreich im Jahr 2010 bei rund 7,3 Mrd. Euro. Auch hier waren die direkten Effekte am höchsten. Insgesamt betrachtet konnten aufgrund der oben genannten Veranstaltungs- und Eventtourismusausgaben Beschäftigungseffekte im Ausmaß von 105.129 Personenjahren erzielt werden (in Vollzeitäquivalenten 88.661). Der ausgelöste Nettokonsum betrug im Jahr 2010 1,4 Mrd. Euro. Die Staatseinnahmen beliefen sich auf 2,4 Mrd. Euro, wovon mit rund einer Mrd Euro der größte Anteil auf Sozialversicherungseinnahmen entfiel und der Großteil der Steuereinnahmen auf den Bund.

Im Rahmen der Studie wurde zudem untersucht, welche Effekte die Veranstaltungsausgaben der verschiedenen Akteure und die Ausgaben der EventtouristInnen aus dem Jahr 2010 auf andere Wirtschaftszweige hatten und welche Wirtschaftsbereiche am meisten von den Veranstaltungsausgaben profitiert haben. In Tabelle 12 sind jene 10 Güterklassen aufgelistet, die nach der ÖCPA-Güterklassifikation 2002 am meisten von den Ausgaben der verschiedenen Veranstalter im Jahr 2010 profitiert haben.

Tabelle 12: Auswirkungen der Ausgaben für Veranstaltungen und der Ausgaben von EventtouristInnen, 2010 gegliedert nach ÖCPA-Güterklassen (ÖCPA 2002)

Güterklassifikation: Top 10 für Österreich		
Bruttowertschöpfung in Euro		
1.	Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	1.103.402.748
2.	Dienstleistungen der Vermietung beweglicher Sachen ohne Personal	690.231.357
3.	Kultur-, Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen	606.238.283
4.	Dienstleistungen des Grundstücks- und Wohnungswesens	434.079.351
5.	Unternehmensbezogene Dienstleistungen	353.025.963
6.	Sonstige Dienstleistungen	198.367.494
7.	Handelsvermittlungs- und Großhandelsleistungen	154.899.234
8.	Möbel, Schmuck, Musikinstrumente, Sportgeräte u.a.	132.960.232
9.	Bauarbeiten	113.375.053
10.	Einzelhandelsleistungen; Reparaturarbeiten an Gebrauchsgegenständen	102.610.923
Beschäftigungseffekte in Vollzeitäquivalenten		
1.	Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen	18.748
2.	Kultur-, Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen	9.187
3.	Sonstige Dienstleistungen	5.162
4.	Unternehmensbezogene Dienstleistungen	4.938
5.	Möbel, Schmuck, Musikinstrumente, Sportgeräte u.a.	2.553
6.	Einzelhandelsleistungen; Reparaturarbeiten an Gebrauchsgegenständen	2.530
7.	Erzeugnisse der Landwirtschaft und Jagd	2.046
8.	Bauarbeiten	1.566
9.	Dienstleistungen der Vermietung beweglicher Sachen ohne Personal	1.488
10.	Handelsvermittlungs- und Großhandelsleistungen	1.459

Quelle: IHS, 2012.

Im oberen Bereich der Tabelle 12 sind jene zehn Güterklassen dargestellt, die durch die Ausgaben für Veranstaltungen im Jahr 2010 die höchste Bruttowertschöpfung erfahren haben. Im unteren Bereich stehen die zehn Güterklassen, in denen durch die Ausgaben für Veranstaltungen die größten Beschäftigungseffekte (in Vollzeitäquivalenten) erzielt wurden.

Mit mehr als 1,1 Mrd. Euro hat die Güterklasse Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen am meisten von den Ausgaben für Veranstaltungen profitiert, gefolgt von der Güterklasse Dienstleistungen der Vermietung beweglicher Sachen ohne Personal (690 Mio. Euro). An dritter Stelle stehen mit 606 Mio. Euro Kultur-, Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen.

Die Beschäftigungseffekte waren in den Güterklassen Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen (18.748 in Vollzeitäquivalenten) sowie Kultur-, Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen (9.178 in Vollzeitäquivalenten) am höchsten, gefolgt von sonstigen Dienstleistungen (5.162 in Vollzeitäquivalenten).

In Tabelle 13 werden jene zehn Wirtschaftsbereiche aufgelistet – getrennt nach Bruttowertschöpfung und Vollzeitäquivalenten – die im Jahr 2010 am meisten von den Ausgaben für Veranstaltungen profitierten. Während in Tabelle 12 die Bereiche laut der Güterklassifikation gereiht wurden, werden sie nun nach der Wirtschaftsklassifikation NACE 2003 geordnet. Bei der Wirtschaftsklassifikation wird ein anderer Weg der Klassifizierung gewählt. Die Unternehmen werden nach dem Schwerpunkt ihrer wirtschaftlichen Tätigkeiten eingeteilt.

Mit etwas mehr als einer Milliarde Euro war die Bruttowertschöpfung – wie auch schon in der Güterklassifikation – in der Wirtschaftsklasse Beherbergungs- und Gaststättenwesen am höchsten. Mit einer Bruttowertschöpfung von 591 Mio. Euro liegt die Wirtschaftsklasse Kultur, Sport und Unterhaltung an zweiter Stelle. An dritter Stelle liegt mit 520 Mio. Euro die Wirtschaftsklasse Vermietung beweglicher Sachen ohne Personal.

Bezüglich der Beschäftigungseffekte lässt sich festhalten, dass wie auch schon in der Güterklassifikation die Klasse Beherbergungs- und Gaststättenwesen mit 17.440 Vollzeitäquivalenten am meisten durch Ausgaben für Veranstaltungen profitiert hat. An zweiter und dritter Stelle lagen ebenfalls Kultur, Sport und Unterhaltung (8.949 in Vollzeitäquivalenten) sowie die Wirtschaftsklasse Erbringung von sonstigen Dienstleistungen (4.981 in Vollzeitäquivalenten).

Tabelle 13: Auswirkungen der Ausgaben für Veranstaltungen und der Ausgaben von EventtouristInnen, 2010 gegliedert nach ÖNACE-Wirtschaftsklassen (ÖNACE 2003)

Wirtschaftsklassifikation: Top 10 für Österreich		
Bruttowertschöpfung in Euro		
1.	Beherbergungs- und Gaststättenwesen	1.032.260.305
2.	Kultur, Sport und Unterhaltung	590.903.092
3.	Vermietung beweglicher Sachen ohne Personal	520.400.802
4.	Realitätenwesen	413.901.824
5.	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen	314.368.622
6.	Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kfz)	208.848.140
7.	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	194.589.317
8.	Kreditwesen	146.235.949
9.	Einzelhandel (ohne Kfz, ohne Tankstellen); Reparatur von Gebrauchsgütern	143.761.361
10.	Bauwesen	119.647.688
Beschäftigungseffekte in Vollzeitäquivalenten		
1.	Beherbergungs- und Gaststättenwesen	17.440
2.	Kultur, Sport und Unterhaltung	8.949
3.	Erbringung von sonstigen Dienstleistungen	4.981
4.	Erbringung von unternehmensbezogenen Dienstleistungen	4.326
5.	Einzelhandel (ohne Kfz, ohne Tankstellen); Reparatur von Gebrauchsgütern	3.067
6.	Landwirtschaft, Jagd	2.298
7.	Herstellung von sonstigen Erzeugnissen	2.200
8.	Handelsvermittlung und Großhandel (ohne Handel mit Kfz)	1.685
9.	Bauwesen	1.638
10.	Landverkehr; Transport in Rohrfernleitungen	1.469

Quelle: IHS, 2012.

5.6. Anteil des Veranstaltungswesens an der österreichischen Wirtschaftsleistung

Abschließend werden in Tabelle 14 die Effekte von Veranstaltungen in Österreich in Relation zu den gesamtwirtschaftlichen österreichischen Kennzahlen gesetzt. Die durch Veranstaltungsausgaben von Veranstaltern und Eventtourismusaussgaben bewirkte Bruttowertschöpfung trägt 2,84 % zur gesamtösterreichischen Bruttowertschöpfung bei, die als Basis für das Bruttoinlandsprodukts dient. Der aufgrund der österreichischen Veranstaltungen evozierte Beschäftigungseffekt im Ausmaß von 88.661 Vollzeitäquivalenten im Jahr 2010 ergibt einen Anteil von 2,53 % an der gesamten Beschäftigung (umgerechnet in Vollzeitäquivalenten) in Österreich 2010.

Tabelle 14: Anteil des Veranstaltungswesens an der Wirtschaftsleistung Österreichs im Jahr 2010

	Österreich 2010	Effekte von Veranstaltungsausgaben und Eventtourismusaussgaben	
Kennzahl	absolut	absolut	Anteil in %
Bruttowertschöpfung in Euro	258.647.870.000	7.333.830.829	2,84
Beschäftigung in Vollzeitäquivalenten	3.503.100	88.661	2,53

Quelle: Wirtschaftskennzahlen Österreich gesamt: Statistik Austria 2012b, Knittler 2011, Darstellung IHS, 2012.

Wirtschaftseffekte österreichischer Veranstaltungen: Berechnung und Darstellung IHS, 2012.

6. Executive Summary

Das Veranstaltungswesen in Österreich ist durch eine Vielfalt von Veranstaltungen charakterisiert, die eine zunehmende Bedeutung in unterschiedlichen gesellschaftlichen Bereichen spielen. Neben den Aspekten des kulturellen Austauschs und des Erlebens können Veranstaltungen auch als Wirtschaftsgut betrachtet werden.

Ziel der vorliegenden Studie ist die Größenordnungen der ökonomischen Effekte von Veranstaltungen in und für Österreich erstmals einzuschätzen. Aufgrund der Heterogenität des Veranstaltungswesens bei gleichzeitiger lückenhafter Datenlage bezüglich des gesamten Veranstaltungsvolumens in Österreich – je nach Genauigkeitsgrad – war diese Einschätzung mit einigen Herausforderungen verbunden. Deshalb wurden Primärdatenerhebungen hinsichtlich der Veranstaltungsausgaben von Unternehmen und der öffentlichen Verwaltung durchgeführt. Darüber hinaus wurde das Auftragsvolumen der Eventagenturen erhoben, um das von Eventagenturen organisiert Veranstaltungsvolumen abschätzen zu können.

Dafür wurden über eine Input-Output-Analyse, der die Verknüpfungen zwischen den einzelnen Wirtschaftssektoren zugrunde liegen, die gesamtwirtschaftlichen Effekte von Veranstaltungen berechnet. Durch die gesamten Veranstaltungsausgaben von Unternehmen, der öffentlichen Verwaltung und für Veranstaltungen, die von Eventagenturen organisiert wurden als auch die Ausgaben von EventtouristInnen ergaben sich zusammenfassend folgende Effekte:

- Ein Bruttoproduktionswert von rund 14 Mrd. Euro wurde generiert, wobei jeweils knapp ein Drittel auf die Geschäftstätigkeit von Eventorganisationen an sich zurückzuführen ist, ein weiteres Drittel des Bruttoproduktionswertes durch Veranstaltungsausgaben von Unternehmen (Veranstaltungen, die von Unternehmen selbst und nicht von Eventagenturen organisiert wurden) zustande kam, sowie ein knappes letztes Drittel die Ausgaben für Veranstaltungen widerspiegelt, die durch Eventtourismus ausgelöst wurden. Nur ein kleiner Teil des gesamten Bruttoproduktionswertes entfällt auf die durch die öffentliche Hand ausgelösten Veranstaltungsausgaben.
- Die gesamte Bruttowertschöpfung lag in Österreich bei rund 7,3 Mrd. Euro.
- Durch Veranstaltungsausgaben wurden in Österreich insgesamt 105.129 Arbeitsplätze gesichert (in Vollzeitäquivalenten 88.661).
- Der ausgelöste Nettokonsum belief sich auf 1,4 Mrd. Euro. Die öffentliche Hand nahm 2,4 Mrd. Euro an Steuern und Sozialversicherungsbeiträgen ein.
- Zu den profitierenden Güterklassen zählten in erster Linie die Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen (1,1 Mrd. Euro), die Dienstleistungen der Vermietung beweglicher Sachen mit rund 690 Mio. Euro sowie die Kultur-, Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen (606 Mio. Euro).

- Die Beschäftigungseffekte waren in den Güterklassen Beherbergungs- und Gaststättendienstleistungen (18.748 in Vollzeitäquivalenten) sowie Kultur- Sport- und Unterhaltungsdienstleistungen (9.187 in Vollzeitäquivalenten) am höchsten.

7. Literaturverzeichnis

- Austrian Convention Bureau, Österreich Werbung (2010): Österreichische Kongressstatistik 2010. In: http://www.acb.at/media/files/%C3%96sterreichische_Kongressstatistik_2010.pdf, [Zugriff am 30. Mai 2012].
- Bundesministerium für Arbeit, Soziales und Konsumentenschutz (Hg.) (2010): Freiwilliges Engagement in Österreich. 1. Freiwilligenbericht, Wien: BMASK.
- Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend/Statistik Austria/WKO (2010): Tourismus in Österreich. Ein Überblick in Zahlen, Wien, S. 18. In: www.statistik.at/web_de/static/tourismus_in_oesterreich_2010_ein_ueberblick_in_zahlen_statistik_austria_w_058160.pdf, [Zugriff am 30. Mai 2012].
- Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend (2012): Österreich-Tourismus – Überwindung der Stagnation. Chancen und Wege, Bericht des Expertenbeirats „Tourismusstrategie“, Wien, April 2012, In: http://www.bmwfj.gv.at/Presse/AktuellePresseMeldungen/Documents/Bericht%20des%20Expertenbeirats_KF_2012.pdf, [Zugriff am 01. Juni 2012].
- Dahlmann, F. (2011): Der Kongress tanzt, Interview mit Martina Stoff-Hochreiner. In: Brand Eins 02/11. In: <http://www.brandeins.de/magazin/marketingevent/der-kongress-tanzt.html>, [Zugriff am 07. Mai 2012].
- Frey, B./Meier, S. (2006): The Economics of Museums. In: Ginsburgh V A, Thorsby D, Handbook of the Economics of Art and Culture, NORTH-Holland, Niederlande, S. 1183-1221.
- Gaubinger, B. (2011): Die wirtschaftliche Bedeutung der Salzburger Festspiele. Studie. In: <http://www.salzburgerfestspiele.at/Portals/0/D%20Studie%202011.pdf>, [Zugriff am 13. März 2012].
- Getz, D. (1997): Event Management and Event Tourism. Cognizant Communication Co., New York.
- Getz, D. (2007), Event Tourism: Definition, Evolution and Research. Tourism Management, 29(3), S.403-428.
- Hallamasch Concepts Artists Events GmbH (2009/2010): Professionelles Eventmarketing, Vortrag in der FH St. Pölten.

Holzbaur, U. (u.a.) (2010): Eventmanagement. Veranstaltungen professionell zum Erfolg führen. Berlin/Heidelberg: Springer-Verlag.

Knittler, Käthe (2011): Vollzeitäquivalente in der Mikrozensus-Arbeitskräfteerhebung. In: Statistische Nachrichten 11/2011, Wien, S. 1069-1107.

Leontief, W. (1936): „Quantitative Input and Output Relations in the Economic System of the United States.“ In: The Reviews of Economic Statistics 18, Nr. 3 (1936), S. 105-125.

Lohmann M. (2006): Was hat der Tourismus vom Event? – Kurzfassung Thesenpapier, Thüringer Tourismustag 2006. In: http://www.thueringen.de/imperia/md/content/tmwta/tourismus/tourismustag2006/vortrag_lohmann.pdf, [Zugriff am 01. Juni 2012].

Metzler, D./Job, H. (2007): Events und ihr Beitrag zur Regionalökonomie – die BUGA 05, München, S. 514-530.

Richards, G. (1996): The Policy Context of Cultural Tourism. In: Richards G: Cultural Tourism in Europe. CAB international: Wallingford, S. 67-79.

Salzburger Festspiele (2012): Wirtschaftliche Eckdaten. In: <http://www.salzburgerfestspiele.at/daten-fakten>, [Zugriff am 13. März 2012].

Stadt Wien (2010), Gesetz über die Regelung des Veranstaltungswesens (Wiener Veranstaltungsgesetz), I 580-000, In: <http://www.wien.gv.at/recht/landesrecht-wien/rechtsvorschriften/html/i5800000.htm>, [Zugriff im Mai 2012].

Stadt Wien (o.J.): Wiener Kongress-Bilanz 2010: Mehr Veranstaltungen, mehr Umsatz, weniger Nächtigungen. In: <http://www.wien.gv.at/rk/msg/2011/04/14004.html>, [Zugriff am 11. Juni 2012].

Statistik Austria/Bundesministerium für Wirtschaft, Familie und Jugend/WIFO (2010): Ein Tourismus-Satellitenkonto für Österreich. Methodik, Ergebnisse und Prognosen für die Jahre 2000 bis 2011. In: <http://www.bmwfj.gv.at/Tourismus/TourismusstudienUndPublikationen/Documents/Ein%20Tourismus-Satellitenkonto%20f%C3%BCr%20%C3%96sterreich%202000-2011.pdf>, [Zugriff am 09. Jänner 2012].

Statistik Austria (2011a): Österreich. Zahlen. Daten. Fakten. http://www.statistik.at/web_de/services/publikationen/1/index.html?id=1&listid=1&detail=627, [Zugriff am 09. Jänner 2012].

Statistik Austria (2011b): Gebarungen und Sektor Staat, Teil I, Wien, www.statistik.at, [Zugriff am 01. Juni 2012].

Statistik Austria (2011c): Festspiele und Festivals nach Bundesländern, Spieljahr 2010. In: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/bildung_und_kultur/kultur/festspiele_und_festivals/index.html, [Zugriff am 12. März 2012].

Statistik Austria (2012a): Glossar WirtschaftsAtlas, In: http://www.statistik.at/web_de/services/wirtschaftsatlas_oesterreich/index.html, [Zugriff am 18. Juni 2012]

Statistik Austria (2012b): Bruttoinlandsprodukt nach Wirtschaftssektoren, laufende Preise, In: http://www.statistik.at/web_de/statistiken/volkswirtschaftliche_gesamtrechnungen/bruttoinlandsprodukt_und_hauptaggregate/jahresdaten/019715.html, [Zugriff am 22. Juni 2012]

Vienna Convention Bureau (2010): Vienna Meetings Industry Report 2010, Wiener Tagungsindustrie Statistik 2010. In: <http://www.vienna.convention.at/Home/Archive/2011/Wiener-Tagungsstatistik-2010--Mehr-Veranstaltungen.aspx?lang=de-AT>, [Zugriff am 31. Oktober 2011].

Wienert H, (2008): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre. Band 1: Einführung und Mikroökonomie, 2. Auflage, Stuttgart.

Wirtschaftslexikon (o.A., o.J.): <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/event.htm>, [Zugriff im April 2012].

WKO/Fachverband Freizeit- und Sportbetriebe (2012): Mitgliederstatistik 2011, Mitgliederstatistik 31.12.2011 aktive (nach Bundesländern und Berufsgruppen), Berufsgruppe „O: Organisation und Vermittlung von Veranstaltungen, Kongressorganisation“. www.wko.at, [Zugriff am 16. April 2012].

AutorInnen: Alexander Schnabl, Liliana Mateeva, Gerlinde Titelbach, Barbara Zucker

Titel: **Ökonomische Effekte von Veranstaltungen in Österreich**

Projektbericht/Research Report

© 2012 Institute for Advanced Studies (IHS),
Stumpergasse 56, A-1060 Vienna • ☎ +43 1 59991-0 • Fax +43 1 59991-555 • <http://www.ihs.ac.at>
