

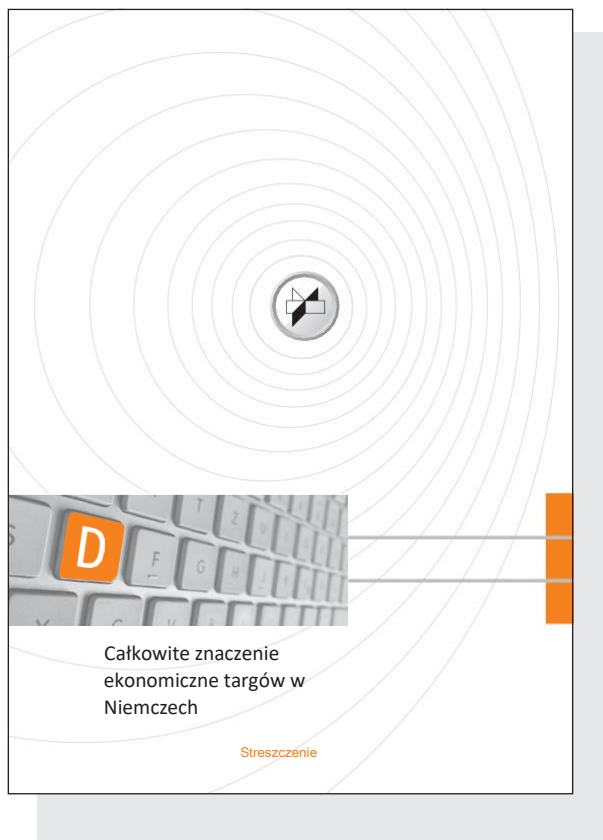


# Całkowite znaczenie ekonomiczne targów w Niemczech

Streszczenie



## Wydawca



Wydawca:  
**AUMA**  
Stowarzyszenie  
Niemieckiego Przemysłu Targowego

Littenstraße 9  
10179 Berlin, Niemcy  
Nr tel: +49 30 24000-0  
Fax +49 30 24000-330  
info@auma.de  
auma.de

Wydawca AUMA Dokumentation:  
Julia Tornier, Manager Public Relations, AUMA

Autor:  
Horst Penzkofer, ifo Institute, Munich  
Project implementation:  
Hendrik Hochheim, Manager Trade Fair Research, AUMA

Opracowanie graficzne:  
CCL, Berlin

Berlin, May 2018



## Spis treści

Słowo wstępne	4
Całkowite znaczenie ekonomiczne targów w Niemczech Horst Penzkofer, ifo Institute, Munich	5



## Słowo wstępne

Niniejsze podsumowanie jest wstępną publikacją głównych wniosków z badania „Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen in Deutschland, 2018” (Całkowite znaczenie ekonomiczne targów w Niemczech). Szczególne podziękowania należą się Panu Horstowi Penzkofer, z ifo Institute Munich, który jako ekspert targowy przeprowadził badanie po raz trzeci w imieniu AUMA.

Jako stowarzyszenie reprezentujące niemiecki przemysł targowy, AUMA wspiera Światowy Dzień Targów 2018. Z tej okazji AUMA przedstawi najnowsze dane opisujące całkowite znaczenie ekonomiczne branży w Niemczech. Pełne opracowanie w języku niemieckim zostanie opublikowane w tym samym czasie.

Światowe Stowarzyszenie Przemysłu Targowego (UFI) wezwało branżę na całym świecie do wzięcia udziału w Światowym Dniu Targów w dniu 6 czerwca 2018 r. Tegoroczne działania podkreślą globalny ekonomiczny wpływ i sukcesy sektora targowego, a także skupią się na powiązanych ścieżkach i możliwościach kariery. Są to już trzecie obchody tego święta. Celem tej największej kampanii uświadamiającej znaczenie branży targowej i eventowej jest zaangażowanie krajowych stowarzyszeń i firm na całym świecie w zwiększenie rangi przemysłu jako jednego z najważniejszych motorów napędzających wzrost gospodarczy na poziomie miast, regionów i państw.

### **Hendrik Hochheim**

Manager Trade Fair Research, AUMA

➤ [\*\*h.hochheim@auma.de\*\*](mailto:h.hochheim@auma.de)



# Całkowite znaczenie ekonomiczne targów w Niemczech

## Cel analizy

Ekonomiczne znaczenie targów nie ogranicza się jedynie do czynników finansowych przedsiębiorstw jako wystawców i zwiedzających. Targi mają również **globalne znaczenie ekonomiczne**, ponieważ wystawcy i zwiedzający są konsumentami usług, co prowadzi do generowania znacznych efektów w zakresie produkcji i zatrudnienia w wielu gałęziach gospodarki.

Celem analizy było określenie **wpływu na produkcję, zatrudnienie i opodatkowanie**, generowanego przez targi w Niemczech średnio w skali roku (okres od 2014 do 2017 r.). Oznacza to, że uwzględnione zostały wszystkie targi odbywające się w Niemczech zgodnie z ich cyklem organizacyjnym. W związku z tym, że ifo Insitute przeprowadził analizę wpływu ekonomicznego targów w imieniu AUMA dziewięć lat temu, możliwe było również przeanalizowanie zmiany efektów ekonomicznych między latami targowymi 2005/8 oraz 2014/17.

## Metoda analizy

Aby przeprowadzić obliczenia, które można by udowodnić statystycznie, działania targowe muszą być monitorowane przez dłuższy czas. Kluczowym czynnikiem dla poprawności wyników są dane stanowiące podstawę analizy. Niniejsze badanie opiera się na odpowiedziach udzielonych przez około 50 000 zwiedzających na targach krajowych i zagranicznych, oraz około 30 000 wystawców na targach krajowych i zagranicznych, zebranych w ciągu ostatnich czterech lat w ramach reprezentatywnych ankiet na różnych niemieckich targach. Na podstawie informacji uzyskanych ze znormalizowanych ankiet przeprowadzonych wśród zwiedzających i wystawców, opracowano wskaźniki wystawców i zwiedzających dla różnych typów targów (np. międzynarodowe i krajowe targi dóbr konsumenckich lub kapitałowych). Wskaźniki te stały się podstawą do ekstrapolacji całkowitej liczby wydatków poniesionych przez zwiedzających i wystawców.



**Bezpośrednie wydatki** zwiedzających i wystawców mają swoje odzwierciedlenie w działaniach produkcyjnych i usługowych firm produkcyjnych, handlowych i usługowych. Dzięki wyraźnemu podziałowi pracy, istnieje zapotrzebowanie na dużą liczbę towarów i usług, które są dostarczane przez firmy, które bezpośrednio nie odczuwają wydatków ponoszonych przez zwiedzających i wystawców. Ci **pośredni beneficjenci** z kolei potrzebują pośrednich nakładów na towary i usługi. Tworzy to łańcuch ekonomicznych efektów domina we wszystkich segmentach gospodarki. Aby oszacować całkowite znaczenie ekonomiczne targów, konieczne jest uwzględnienie również efektów produkcji i zatrudnienia generowanych przez produkcję pośrednią. Obliczanie bezpośrednich i pośrednich efektów w powiązaniach gospodarczych opiera się na modelu wejścia-wyjścia.

## Wydatki generowane bezpośrednio przez targi

**Średnie roczne całkowite wydatki krajowych i zagranicznych zwiedzających i wystawców wynoszą około 14,5 mld euro**, z czego 9,6 mld euro jest wydawane przez wystawców, a 4,7 mld euro przez zwiedzających. Jeżeli uwzględni się inwestycje organizatorów targów (0,2 mld euro), wydatki ponoszone w czasie przeciętnego roku targowego wynoszą 14,5 mld euro. W porównaniu z wynikami za rok 2009, stanowi to wzrost o około 21%.

**Międzynarodowe i krajowe targi** odpowiadają za najwyższy odsetek ponoszonych wydatków tj. 81% (11,85 mld euro). Prawie 10% całkowitych wydatków, czyli 1,44 miliarda euro, ponoszone jest na targi i wystawy regionalne. Mniejsze wydarzenia o znaczeniu regionalnym i lokalnym odpowiadają za około 7% (i/lub 1,03 mld euro) całkowitych wydatków. Organizatorzy targów odpowiadają za 1,5% udziału w całkowitych wydatkach.

**Z łącznych wydatków firm wystawienniczych** w wysokości około 9,58 mld euro, ponad połowa jest przeznaczana na wynajem i montaż stoisk, oraz na koszty powiązane. Podróż na oraz z targów, a także zakwaterowanie i wyżywienie stanowią około jednej czwartej wydatków. Na podstawie wszystkich wydarzeń targowych, wydatki na wystawcę wynoszą około 28 400 euro.

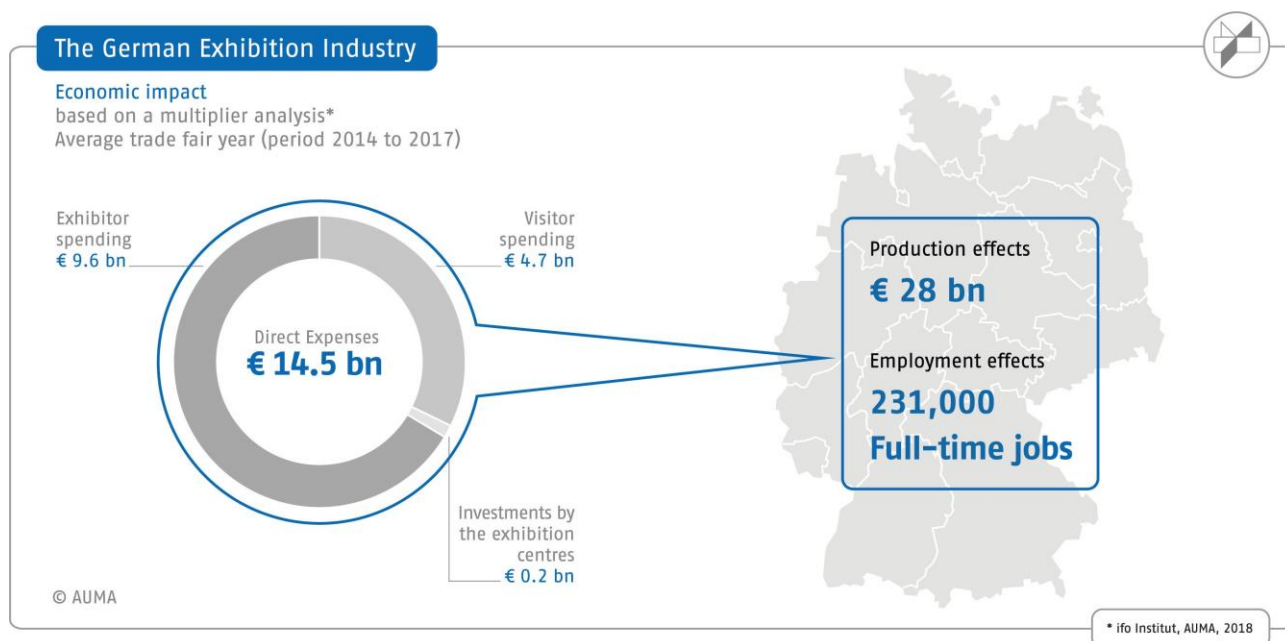
**Wydatki zwiedzających** (4,74 miliarda euro) są zdominowane przez koszty noclegów, wyżywienia, a także podróży na oraz z imprez targowych. Wydatki na zakwaterowanie stanowią największą część wydatków na poziomie około 26%. Po nich są koszty podróży (21,6%) oraz wydatki na wyżywienie (21,5%). Te trzy elementy stanowią około 70% wydatków. Około jedna ósma wydatków jest ponoszona na zakupy oraz na usługi. Wydatki na zwiedzającego na wszystkich typach targów wynoszą średnio 191 euro.

## Całkowity wpływ ekonomiczny zwiększył się znacznie w ciągu ostatniej dekady

Bezpośrednie wydatki wywołane przez targi i wystawy mają wielu efektów na wszystkich poziomach produkcji, dzięki zapotrzebowaniu na pośrednie nakłady wymagane do produkcji. Ponadto dalsze efekty produkcyjne są powodowane przez wykorzystanie dodatkowego dochodu na cele konsumpcyjne. **Całkowite efekty produkcyjne wywołane bezpośrednio i pośrednio wynoszą 28,0 mld euro**, a więc są o 4,5 mld euro wyższe niż w latach 2005/08.



Jeżeli uwzględnimy całkowite efekty produkcyjne wynikające z wydatków ponoszonych na targi, to zapewniły one około **231 100 miejsc pracy** w średnim roku targowym w latach 2014-2017 w Niemczech. W porównaniu z okresem 2005/08 oznacza to wzrost o 4 800 miejsc pracy. Około 126 200 osób lub ponad połowa tych miejsc związanych z targami znajduje się w sektorze usług. Pracownicy branży hotelarsko-gastronomicznej odnoszą szczególnie duże korzyści z targów. Około 31% miejsc pracy związanych z targami znajduje się w tym sektorze. Pod względem wpływu na zatrudnienie w innych branżach, targi zapewniają 46 800 miejsc pracy w przemyśle wytwórczym i 49 100 miejsc pracy w dystrybucji i transporcie.



Dzięki wywołanym procesom produkcyjnym, zwiększają się przychody i zyski, a także dodatkowe przychody z podatków generowane przez konsumpcję prywatną. W przypadku wszystkich regionalnych organów administracyjnych w Republice Federalnej Niemiec, przeciętny rok targowych generuje **wpływy z podatków w wysokości około 4,5 miliarda euro**. Liczba ta jest o 700 milionów euro wyższa niż w przypadku przeciętnego roku targowego w okresie 2005/08.

## Większe całkowite efekty ekonomiczne ze względu na rosnący międzynarodowy charakter uczestników targów

Wzrost ogólnych efektów ekonomicznych wynika z **rosnącego międzynarodowego charakteru zwiedzających i wystawców**. Międzynarodowe i krajowe targi odbywające się w Niemczech stały się o wiele bardziej atrakcyjne w ciągu ostatniej dekady. Liczba zagranicznych zwiedzających na międzynarodowych i krajowych targach wzrosła o 400 000 osób między latami 2005/08 a 2014/17, a liczba zagranicznych wystawców wzrosła z około 89 000 do ponad 100 000. Większa liczba zwiedzających i wystawców przyjeżdżających z zagranicy oznacza, że przedłużą oni swój pobyt w Niemczech, co przełoży się na większą liczbę noclegów, wyższe wydatki na wyżywienie oraz większy całkowity wpływ na gospodarkę.