

## Meetings und Kongresse als Wirtschaftsfaktor für Köln

- *Cologne Convention Bureau veröffentlicht neue Studie*
- *Kölner Meetingmarkt bringt pro Jahr 1,3 Mrd. Euro Umsatz für Deutschland*
- *Kongressteilnehmer geben durchschnittlich 289,70 Euro in Köln aus*
- *Ausgaben im Rahmen von Meetings & Kongressen fließen in viele Branchen*
- *Meetingmarkt wirkt auf Image von Köln*

**KÖLN, 9. April 2018** Welche wirtschaftliche Bedeutung hat der Meetingmarkt für die Stadt Köln? Eine Studie im Auftrag des Cologne Convention Bureau (CCB) beantwortet diese Frage und schlüsselt die wirtschaftlichen Effekte von Meetings und Kongressen für Köln erstmalig umfassend auf. Die neue Art der Berechnung betrachtet nicht nur die Ausgaben der Teilnehmer, sondern bezieht die Ausgaben der Veranstalter und der Aussteller mit ein sowie zum ersten Mal auch Investitionen von Locations vor Ort.

Die Analyse entwickelte Ralf Kunze im Rahmen seiner Dissertation an der Leuphana Universität Lüneburg. Kunze begleitet die Destination Köln bereits seit Gründung des CCB mit seiner Tätigkeit beim Europäischen Institut für TagungsWirtschaft (EITW). Die Berechnung der wirtschaftlichen Effekte erfolgte über eine regionale Input-Output Analyse, mit der sich detaillierte Kennzahlen wie Wertschöpfung, Einkommen und Beschäftigte für den Meetingmarkt Köln ermitteln lassen. Kunze entwickelte das Verfahren auf Basis der weltweiten Tourismus- und Meetingforschung und passte dieses speziell an den deutschen Markt an.

### Kennzahlen Meetingmarkt Köln

In Köln finden pro Jahr rund 35.000 Meetings und Kongresse mit zwei Millionen Teilnehmern in über 170 Veranstaltungsstätten statt. Der Gesamtumsatz (Konsum) des Kölner Meetingmarktes liegt den Berechnungen zufolge jährlich bei 1,3 Milliarden Euro im Bundesgebiet. Rund 45 Prozent davon (720,1 Millionen Euro) verbleiben in Köln. Da es sich um eine klassische Querschnittsbranche handelt, fließen viele Ausgaben in Hotellerie, Gastronomie, Veranstaltungsstätten und in Bereiche wie Transport, Einzelhandel oder Kultur.

### Ausgaben von Teilnehmern, Ausstellern und Veranstaltern

Die Ausgaben der Teilnehmer von Meetings und Kongressen in Köln liegen jährlich bei 557,3 Millionen Euro und bilden damit den größten Ausgabenanteil bei allen Akteuren. 64,5 Prozent der Teilnehmer sind Tagesgäste und 35,5 Prozent Übernachtungsgäste. Durchschnittlich geben die Kongressteilnehmer, als Besucher der Stadt, 289,70 Euro in Köln aus. Der zweithöchste Anteil ist mit 479,5 Millionen Euro pro Jahr auf die Aussteller zurückzuführen. Diese tätigen Ausgaben für kongress- oder tagungsbegleitende Ausstellungen. Als Initiatoren der Meetings folgen an dritter Stelle die Veranstalter mit Ausgaben in Höhe von 263,6 Millionen Euro – unter anderem für Catering, Raummiete, Technik und Personal.

### Tagungshotels sind beliebte Meeting-Locations

Mit 37 Prozent nimmt der Großteil der Teilnehmer an Meetings in Tagungshotels teil, gefolgt von 33 Prozent in Veranstaltungszentren und 30 Prozent in Eventlocations. Die Verteilung des Umsatzes lehnt sich an die Aufteilung der Teilnehmerzahlen an: Tagungshotels generieren mit 236 Millionen Euro (42 Prozent) den meisten Umsatz, gefolgt von 169 Millionen Euro (30 Prozent) in Eventlocations und 153 Millionen Euro (28 Prozent) in Veranstaltungszentren.

**Erstmalig betrachtet: Ausgaben für Investitionen**

Die Studie berücksichtigt – erstmalig in Deutschland – auch die Ausgaben für Investitionen von Unternehmen vor Ort und lässt damit eine ganzheitliche Betrachtung zu. Denn die Veranstaltungsstätten setzen teils erhebliche Mittel ein, um ihre Leistungen erhalten oder optimieren zu können, wie z. B. bauliche Maßnahmen oder Modernisierungen. Die innerhalb der Studie ermittelte Investitionssumme von Locations beträgt jährlich 14,9 Millionen Euro.

**Wirtschaftliche Effekte für Köln**

534,6 Millionen Euro beträgt die erbrachte Wertschöpfung des Kölner Meetingmarktes, der zudem deutschlandweit 8.056 Arbeitsplätze schafft. Knapp 50 Prozent des Beschäftigungsaufkommens entfallen mit 3.786 Erwerbstätigen direkt auf Köln: davon 30 Prozent auf Locations, Beherbergungsbetriebe und Gastronomie sowie 38 Prozent auf den Bereich Eventdienstleistungen. Der Rest teilt sich auf die Bereiche Transport, Baugewerbe sowie Einzelhandel auf. Deutschlandweit sind außerdem 88,3 Millionen Euro Steuereinnahmen dem Kölner Meetingmarkt zuzuordnen.

**Lokale Kompetenzen in Wirtschaft und Wissenschaft**

Geschäftlich motivierte Veranstaltungen mit dem Ziel des Austauschs und der Wissensvermittlung profitieren von einer starken lokalen Wirtschaft und Wissenschaft. Gleichzeitig repräsentieren Meetings und Kongresse die Kompetenzen einer Stadt und wirken auf das Image von Köln. Das CCB konzentriert sich neben der Bewerbung der vorhandenen Ausstattung des Standortes wie Locations, Hotels und Infrastruktur, insbesondere auf die in Köln vorhandenen Kompetenzen in Wissenschaft und Wirtschaft – anknüpfend an die Strategie des German Convention Bureau (GCB).

**Über das Cologne Convention Bureau (CCB):**

Das Cologne Convention Bureau (CCB) ist das offizielle Kongressbüro im Auftrag der Stadt Köln. Eingebettet in die KölnTourismus GmbH dient es Veranstaltungsplanern als erste neutrale Anlaufstelle für Fragen zu Köln als Tagungs-, Kongress- und Incentive-Metropole. Das CCB, das in diesem Jahr sein 10-jähriges Jubiläum feiert, arbeitet bei der Vermarktung Kölns als Tagungs- und Kongressdestination eng mit der Branche zusammen und wird von über 160 Partnern im Rahmen eines Partnermodells unterstützt.

#meetingpointcologne #visitkoeln  
[locations.koeln](http://locations.koeln)

**Kontakt:**

Nadja Brahm, Unternehmenskommunikation  
Tel. +49 (0)221. 34643 232, [nadja.brahm@koelntourismus.de](mailto:nadja.brahm@koelntourismus.de)