

Studie zur Bedeutung der Wirtschaftsausstellung auf der Allgäuer Festwoche



Ergebnisse einer multidimensionalen Analyse zu Struktur, Wirkung und Zukunftsperspektiven der FEWO

November 2025



INIT
Institut für Nachhaltige und
Innovative Tourismusentwicklung

**Hochschule
Kempten**
University of Applied Sciences

Erstellt durch:

Marina Bergler

Christiaan Niemeijer

Hochschule Kempten

Institut für Nachhaltige und Innovative Tourismusentwicklung (INIT)

MANAGEMENT SUMMARY

Die vorliegende Studie untersucht die Wirtschaftsausstellung der Allgäuer Festwoche (FEWO) als bedeutendes regionales Ereignis an der Schnittstelle von Wirtschaftsförderung, gesellschaftlicher Begegnung und kultureller Identität. Aufbauend auf qualitativen Interviews, Aussteller- und Besucherbefragungen, regionalökonomischen Berechnungen sowie einem Benchmarking mit Vergleichsmessen in Süddeutschland wird die besondere Stellung der Festwoche als hybride Veranstaltung zwischen Markt, Volksfest und Netzwerkplattform herausgearbeitet.

Die Analyse zeigt, dass regionale Verbrauchermessen in Deutschland oft einer doppelten Funktion oft gerecht werden: Sie generieren direkte und indirekte wirtschaftliche Impulse und stiften zugleich gesellschaftliche Werte, indem sie als Treffpunkte, Kommunikationsräume und identitätsstiftende Ereignisse fungieren. Die Allgäuer Festwoche nimmt hierin eine Sonderstellung ein. Trotz einer vergleichsweise kleinen Ausstellungsfläche und einer eher geringen Ausstellerzahl erzielt sie außergewöhnlich hohe Besucherzahlen und verfügt dabei über eine stabile regionale Verankerung, die andere Messen in dieser Form kaum erreichen.

Die durchgeführte wirtschaftliche Analyse der Festwoche weist einen Gesamteffekt für die Region von rund 19,1 Millionen Euro aus, wovon der größte Teil aus direkten Konsumausgaben der Besucherinnen und Besucher resultiert. Die Messe erweist sich damit als relevanter Wirtschafts- und Standortfaktor für die Stadt Kempten und die Region Allgäu. Gleichzeitig verdeutlichen die Befragungsergebnisse der Studien des Mittelstands-Institut aus den Jahren 2016 bis 2020 einen Wandel der Besucherinteressen: Erlebnisorientierung, Networking-Möglichkeiten, Digitalisierung und personalisierte Inhalte gewinnen an Bedeutung und prägen zunehmend das Messeerleben. Für die künftige Ausrichtung ergibt sich daraus ein klarer strategischer Auftrag, diese Entwicklungen in das Konzept der Allgäuer Festwoche zu integrieren.

Aus den im Rahmen dieser Studie geführten Experteninterviews wird ersichtlich, dass die Festwoche ein hohes emotionales und gesellschaftliches Kapital besitzt, jedoch zugleich vor Herausforderungen steht. Dazu gehören der Wandel der Ausstellerstruktur, steigende Kosten, die Konkurrenz digitaler Informationswege sowie die Notwendigkeit, den wirtschaftlichen Kern der Messe gegenüber dem wachsenden Volksfestcharakter zu stärken.

INHALTS- und ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Management Summary	4
1. Ziele, Methodik und Aufbau der Untersuchung	5
1.1 Zielsetzung der Studie	5
1.2 Methodisches Vorgehen	5
1.3 Datengrundlagen der Untersuchung	5
1.4 Zielgruppen und Untersuchungsdesign	6
2. Entwicklung und Trends regionaler Verbrauchermessen	7
2.1 Rolle regionaler Messen in Deutschland	7
2.2 Ökonomische Bedeutung	7
2.3 Entwicklung von Aussteller- und Besucherzahlen	8
2.4 Messtrends und veränderte Besucherbedürfnisse	9
2.5 Trends regionaler Wirtschaftsausstellungen	10
3. Die Allgäuer Festwoche – Entwicklung, Stand und Benchmark	11
3.1 Besucherentwicklung	11
3.2 Herkunftsstruktur der Besucher	12
3.3 Eintrittspreisentwicklung	13
3.4 Entwicklung der Standmieten	14
3.5 Branchenstruktur und Regionalität der Aussteller	15
3.6 Benchmark mit vier süddeutschen Messen	16
4. Wirtschaftliche Aspekte der Festwoche	17
4.1 Methodischer Ansatz der Wirtschaftlichkeitsanalyse	17
4.2 Datenbasis und Annahmen	17
4.3 Direkte, indirekte und induzierte Effekte	18
4.4 Gesamtergebnisse der monetären Wirkung	19
5. Die Wirtschaftsausstellung aus Sicht von Ausstellern und Besuchern	20
5.1 Ergebnisse der Besucherbefragungen 2016 und 2019	20
5.2 Ergebnisse der Ausstellerbefragungen	21
5.3 Veränderungen im Kauf- und Besuchsverhalten	21
5.4 Wahrnehmung zentraler Angebotsbereiche	22
6. Ergebnisse der Experteninterviews zur Bedeutung der Festwoche	23
6.1 Positive Wahrnehmungen	23
6.2 Kritische Aspekte	23
6.3 Zukunftspotenziale	24
6.4 Begrenzende Faktoren	25
7. Kernaussagen der Analyse	27

8. Perspektiven: Wirtschaft, Gesellschaft und Emotion	28
8.1 Wirtschaftliche Perspektive	28
8.2 Gesellschaftliche und kulturelle Perspektive	29
8.3 Emotionale Bindung und regionale Identität	29
Quellenverzeichnis	30

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Vergleich der Besucherzahlen Allgäuer Festwoche und regionaler Messen in Deutschland 2015 – 2024*	8
Abbildung 2: Besucherbedürfnisse von Messebesuchern	10
Abbildung 3: Entwicklung der Besucherzahlen auf der Allgäuer Festwoche	11
Abbildung 4: Herkunft der Festwochenbesucher (Durchschnitt 2016 bis 2019)	12
Abbildung 5: Entwicklung des regulären Eintrittspreisen 2015 bis 2025*	13
Abbildung 6: Entwicklung der Standmieten auf der Allgäuer Festwoche 2015 bis 2025*	14
Abbildung 7: Herkunft der Aussteller nach Regionen – 2019 vs. 2025	15
Abbildung 8: Vertretene Branchen im Jahresvergleich 2019 vs. 2025	15
Abbildung 9: Benchmark „Vergleich zu regionalen Verbrauchermessen in Süddeutschland/ Zusammenstellung nach eigener Recherche“	17
Abbildung 10: Interesse der Besucher an Warengruppen auf der Festwoche im Vergleich 2016 und 2019	21
Abbildung 11: Dimensionen, der Dreiklang der Allgäuer Festwoche.....	28

KAPITEL 1: Ziele, Methodik und Aufbau der Untersuchung

1.1 Zielsetzung der Studie

Ziel dieser Studie ist es, die wirtschaftliche, gesellschaftliche und strukturelle Bedeutung der Wirtschaftsausstellung im Rahmen der Allgäuer Festwoche zu erfassen und auf Grundlage empirischer Analysen eine wissenschaftlich fundierte Bewertung vorzunehmen. Die Untersuchung soll dabei sowohl quantitative Effekte wie regionale Wertschöpfung, Ausstellerstruktur und Besucherströme als auch qualitative Aspekte wie Wahrnehmung, Erwartungen und Zukunftsperspektiven beleuchten.

Im Mittelpunkt steht die Frage, wie sich die Festwoche als regional geprägtes Verbrauchermesseformat im Spannungsfeld zwischen Tradition, wirtschaftlicher Funktion und modernen Messeanforderungen behauptet und weiterentwickeln kann. Die Studie richtet sich primär an politische Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger, die städtische Verwaltung sowie die Organisatoren der Allgäuer Festwoche. Ihnen soll eine fundierte Grundlage geboten werden, um strategische Entscheidungen zur künftigen Ausrichtung des Formats treffen zu können.

1.2 Methodisches Vorgehen

Die Analyse basiert auf einer Kombination aus Sekundäranalysen, qualitativen Erhebungen und ökonomischen Berechnungen. Die Methodik orientiert sich an wissenschaftlichen Standards der Messe- und Regionalforschung. Zur Erfassung der ökonomischen Effekte wurden bewährte Ansätze aus der Veranstaltungsökonomie herangezogen, insbesondere die Unterscheidung zwischen direkten, indirekten und induzierten Effekten sowie die Verwendung eines Multiplikators zur Abbildung von Folgewirkungen.

Die Untersuchung umfasst mehrere methodische Bausteine, die miteinander verzahnt wurden:

- **Sekundäranalyse** relevanter Daten, Statistiken, Studien und Erhebungen
- **Qualitative Leitfadeninterviews** mit unterschiedlichen Akteuren
- **Wirtschaftlichkeitsanalyse** anhand standardisierter Berechnungsmodelle
- **Benchmarking** mit regional vergleichbaren Messen

Diese mehrdimensionale Methodik ermöglicht es, die Festwoche sowohl im regionalen als auch im überregionalen Kontext valide einzuordnen.

1.3 Datengrundlagen der Untersuchung

Die Studie stützt sich auf drei zentrale Datenquellen. Erstens wurden umfangreiche Sekundärdaten genutzt, darunter Messeberichte, Statistiken und Auswertungen der AUMA, wirtschaftswissenschaftliche Studien, Berichte des ifo-Instituts sowie frühere Evaluationen der Allgäuer Festwoche. Besonders wertvoll waren hierbei die regelmäßig durchgeführten Gäste- und Ausstellerbefragungen des Mittelstands-Instituts Kempten, die die zeitlichen Entwicklungen über zehn Jahre hinweg abbilden.

Zweitens wurden Primärdaten erhoben. Leitfadengestützte Interviews mit Vertreterinnen und Vertretern aus Wirtschaftsförderung, Tourismus, Handel und Verbänden lieferten qualitative Einsichten in die Rolle und Wahrnehmung der Festwoche aus lokalstrategischer Perspektive.

Drittens erfolgte ein systematischer Vergleich mit ausgewählten regionalen Verbrauchermessen in Süddeutschland. Diese Messedaten dienten als Referenzpunkte, um die FEWO im Wettbewerb und in ihrer strukturellen Positionierung einzuordnen.

1.4 Zielgruppen und Untersuchungsdesign

Die Analyse richtet den Fokus auf drei zentrale Zielgruppen, deren Perspektiven für die Bedeutung der Festwoche maßgeblich sind. Die erste Gruppe umfasst die Aussteller – Unternehmen, Institutionen und Organisationen, die an der Wirtschaftsausstellung teilnehmen und die Messe als Plattform zur Kundenansprache und Präsentation ihrer Leistungen nutzen. Die zweite Gruppe bilden die Besucherinnen und Besucher, insbesondere jene, die die Messe als Informations-, Erlebnis- oder Kaufanlass nutzen. Die dritte Gruppe sind lokale Stakeholder, darunter politische Entscheidungsträger, Wirtschaftsförderungseinrichtungen, Vertreter des Tourismus und regionale Verbände.

Das Untersuchungsdesign zielt darauf ab, die Interessen, Erwartungen und Bewertungen dieser drei Gruppen systematisch zu erfassen und in die Gesamtanalyse einzubetten. Durch die Kombination quantitativer und qualitativer Daten entsteht ein umfassendes Bild, das sowohl wirtschaftliche Effekte als auch strukturelle und gesellschaftliche Dimensionen der Festwoche abbildet.

KAPITEL 2: Entwicklung und Trends regionaler Verbrauchermessen

2.1 Rolle regionaler Messen in Deutschland

Regionale Verbrauchermessen erfüllen in Deutschland traditionell eine wichtige Funktion als niedrigschwellige Plattformen des Austauschs zwischen Wirtschaft, Bevölkerung und regionalen Akteuren. Sie dienen nicht allein der Präsentation von Produkten und Dienstleistungen, sondern bilden zugleich einen sozialen Raum, in dem Begegnung, Information und Erlebnis aufeinandertreffen. Ihre Bedeutung ergibt sich aus dem spezifischen Charakter, der wirtschaftliche Impulse, gesellschaftliche Teilhabe und kulturelle Identität miteinander verbindet. (AUMA Trends 2024/2025" 2025)

Im Gegensatz zu überregionalen Leitmessen stehen bei regionalen Verbrauchermessen nicht die Innovationsführerschaft oder die internationale Geschäftsanbahnung im Mittelpunkt, sondern der unmittelbare Kontakt zwischen Anbietern und Konsumenten. Die Nähe zwischen Ausstellern und Besuchern – häufig verbunden durch regionale Bindung, persönliche Bekanntschaft oder langjährige Teilhabe – prägt die Qualität der Interaktionen und schafft ein anderes Niveau von Vertrauen und Authentizität. Diese Merkmale erklären, warum regionale Messen trotz zunehmender digitaler Alternativen weiterhin stabil nachgefragt werden. (AUMA Trends 2024/2025" 2025)

Gleichzeitig erfüllen regionale Messen eine strategische Funktion in der Standortpolitik. Sie stärken regionale Wertschöpfung, erhöhen die Sichtbarkeit lokaler Unternehmen und tragen zur Profilbildung von Stadt und Region bei. Kommunale Entscheidungsträger nutzen Messen, um wirtschaftliche Netzwerke zu fördern, politische Kommunikation zu unterstützen oder gesellschaftliche Gruppen sichtbar einzubinden. Dadurch entsteht eine besondere Mischung aus ökonomischer Relevanz und gesellschaftlicher Funktion, die für Großstädte wie für ländliche Räume von hoher Bedeutung ist.

2.2 Ökonomische Bedeutung

Die wirtschaftliche Bedeutung regionaler Verbrauchermessen ist seit Jahren Gegenstand empirischer Untersuchungen – sowohl durch Messeverbände wie den AUMA als auch durch wirtschaftswissenschaftliche Institute wie das ifo-Institut. Studien zeigen konsistent, dass regionale Messen – trotz begrenzter Ausstellungsfläche und vergleichsweise kleiner Finanzvolumina – erhebliche Wertschöpfung generieren. Dies liegt an der Vielzahl kleiner und mittelständischer Aussteller, die auf diesen Veranstaltungen eine zentrale Rolle spielen.

Regionale Verbrauchermessen erreichen häufig zwischen 50.000 und 200.000 Besuchende pro Messedurchlauf. Für viele Regionen ist dies eine Besucherzahl, die sonst nur durch große Kulturevents oder kommunale Feste erzielt wird. Die durchschnittlichen Ausgaben der Besucherinnen und Besucher liegen nach übereinstimmenden Marktanalysen im Bereich von rund 60 bis 100 Euro pro Kopf. Diese Ausgaben verteilen sich auf gastronomische Angebote, Käufe bei Ausstellern sowie ergänzende Ausgaben in der Stadt und Region. (Quelle: AUMA (Hrsg.) Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland, 2018)

Darüber hinaus entstehen indirekte Effekte durch Aufträge, die Aussteller an lokale Dienstleister vergeben – etwa beim Standbau, Catering, der Logistik oder im Bereich der technischen Dienstleistungen. Regionale Messen erzeugen zudem induzierte Effekte über Löhne und Einkommen, die wiederum zu Konsumausgaben führen. Aus ökonomischer Perspektive sind regionale Messen daher systemrelevante Bausteine im Wirtschaftskreislauf einer Region. Besonders Städte, deren regionale Funktion vom

Mittelstand geprägt ist, profitieren überdurchschnittlich. (Quelle: AUMA (Hrsg.) Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland, 2018)

Nicht zuletzt haben Messen eine imagebildende Wirkung auf eine Region, indem sie Produkte und Leistungen aus der Region sichtbar machen und damit zur Markenbildung beitragen. Diese weichen Faktoren lassen sich zwar weniger monetarisieren, sie gelten jedoch als zentrale Elemente langer Wertschöpfungsketten – insbesondere im Tourismus, im Einzelhandel und in der lokalen Wirtschaftsförderung.

2.3 Entwicklung von Aussteller- und Besucherzahlen

Die Entwicklung der Ausstellerzahlen regionaler Verbrauchermessen zeigt zwischen 2015 und 2019 eine bemerkenswerte Stabilität. In diesem Zeitraum lagen die Beteiligungszahlen nahezu konstant. Diese Phase war von hoher Planungssicherheit, stabilen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und einem positiven Konsumklima geprägt. Der pandemiebedingte Einbruch der Jahre 2020 bis 2022 stellte einen tiefen Einschnitt dar. Veranstaltungsabsagen, Restriktionen und Unsicherheiten führten zu einem abrupten Rückgang sowohl der Ausstellerbeteiligung als auch der Besucherzahlen.

Mit der Wiederaufnahme der Messen ab 2023 setzte eine Erholungsphase ein, die jedoch nicht in allen Regionen gleichermaßen dynamisch verlief. Bundesweit erreichten regionale Verbrauchermessen im Jahr 2023 und 2024 etwa 80 Prozent des Vor-Corona-Niveaus. Diese Entwicklung spiegelt die strukturellen Herausforderungen wider, vor denen die Messebranche steht: verändertes Konsumverhalten, Digitalisierung, Kostensteigerungen und Konkurrenz durch alternative Informationskanäle.

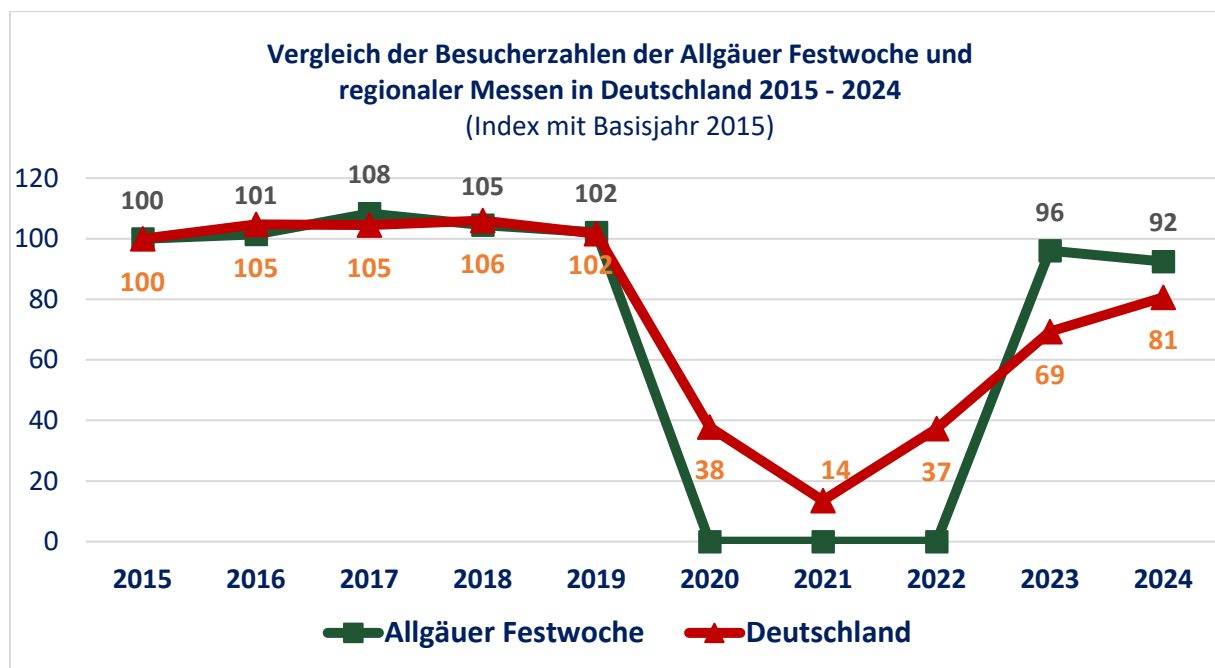


Abbildung 1: Vergleich der Besucherzahlen Allgäuer Festwoche und regionaler Messen in Deutschland 2015 – 2024*

*Quelle: Kempten Messe- und Veranstaltungs-Betrieb / AUMA "Deutsche Messewirtschaft in Zahlen" 2025

Vergleicht man diese bundesweiten Entwicklungen mit der Allgäuer Festwoche, lässt sich feststellen, dass die FEWO eine deutlich stabilere Entwicklung bei den Besucherzahlen aufweist (siehe Abb. 1). Während vergleichbare Messen spürbare Rückgänge verzeichneten, kam die Festwoche besser durch die Krisenjahre. In den Jahren nach der Pandemie erreichte die Festwoche schnell wieder ein weitgehend ähnliches Niveau bei den Besucherzahlen wie vor der Corona-Krise. Dies lässt sich vor allem durch zwei Faktoren erklären: Erstens ist die Festwoche tief in der regionalen Identität verankert, was eine hohe Stammkundenbindung erzeugt. Zweitens spricht die Allgäuer Festwoche aufgrund ihres hybriden Charakters aus Volksfest, Kulturveranstaltung und Wirtschaftsausstellung mehrere Besuchermotive gleichzeitig an.

2.4 Messetrends und veränderte Besucherbedürfnisse

Die aktuellen Trends in der Messebranche zeigen deutlich, dass die Erwartungen der Besucherinnen und Besucher einem tiefgreifenden Wandel unterliegen. Eine zentrale Erkenntnis aus einer AUMA-Umfrage aus dem Jahr 2024 bei deutschen Messeveranstaltern ist, dass Messebesucher sich verstärkt hybride Formate wünschen, die Erlebnis, Wissenstransfer und Networking kombinieren. Der klassische Messebesuch steht zunehmend im Wettbewerb mit digitalen Informationsmöglichkeiten, weshalb der Mehrwert einer Messe stärker in der persönlichen Begegnung und im Erlebnis liegen muss. (Quelle: AUMA "AUMA-Veranstalter-Ausblick-2025-2026 " 2025)

Die wichtigsten Entwicklungen sind:

- die wachsende Bedeutung des Eventcharakters,
- der Wunsch nach gezielten Networking-Möglichkeiten,
- die Erwartung digitaler Begleitangebote,
- der Bedarf an Community-Formaten,
- und der Wunsch nach stärker personalisierten Inhalten.

Diese Trends lassen sich auf strategischer Ebene so interpretieren, dass die Messebranche zunehmend vom reinen Präsentationsformat zum integrierten Kommunikations- und Erlebnisformat wird. Besucher suchen nicht nur nach Produkten, sondern nach Inspiration, Austausch und emotionalen Erlebnissen.

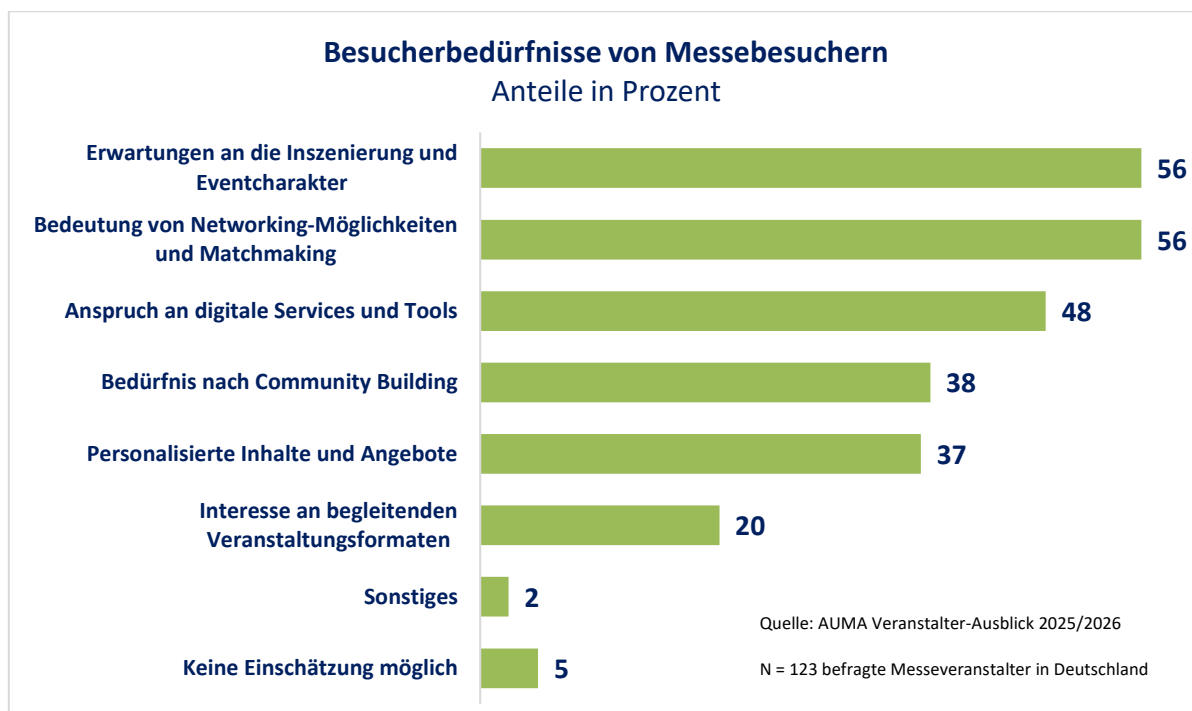


Abbildung 2: Besucherbedürfnisse von Messebesuchern

Die hier dargestellten Ergebnisse unterstreichen die Notwendigkeit für Veranstalter, den Charakter ihrer Messeangebote kontinuierlich weiterzuentwickeln. Für die Allgäuer Festwoche bedeutet dies konkret, dass sowohl die wirtschaftsbezogenen Inhalte als auch die erlebnisorientierten Elemente weiter ausbalanciert werden müssen, um den unterschiedlichen Erwartungen gerecht zu werden.

2.5 Trends regionaler Wirtschaftsausstellungen

Regionale Wirtschaftsausstellungen stehen vor einer mehrfachen Transformation. Zum einen verändern sich die Anforderungen seitens der Aussteller. Viele Unternehmen erwarten neben hoher Besucherfrequenz zunehmend qualifizierte Leads, zielgerichtete Kommunikationskanäle und eine sichtbare Verknüpfung mit digitalen Plattformen. Zum anderen verändern sich gesellschaftliche Rahmenbedingungen: Themen wie Nachhaltigkeit, regionale Wertschöpfung und soziale Verantwortung prägen die Wahrnehmung und beeinflussen die Attraktivität regionaler Messen.

Hinzu kommt eine fortschreitende Profilverschiebung: Viele Wirtschaftsausstellungen entwickeln sich zu Erlebnismessen, bei welchen Beratungsangebote, Workshops und thematische Sonderflächen an Bedeutung gewinnen. Die reine Produktpräsentation tritt zurück, während Themeninszenierungen und Erlebnisbereiche stärker in den Vordergrund rücken. Diese Veränderungen reflektieren den Wunsch der Besucher nach ganzheitlichen Erlebnissen und nach Orten, die sowohl Informations- als auch Unterhaltungsbedürfnisse erfüllen.

Für traditionelle Messen stellt diese Entwicklung sowohl eine Chance als auch eine Herausforderung dar. Einerseits eröffnen sich neue Möglichkeiten der Profilierung und Themenbesetzung, andererseits steigen die Anforderungen an Konzeption, Organisation und Infrastruktur. Die Allgäuer Festwoche ist hiervon in besonderer Weise betroffen, da sie bereits heute Elemente einer klassischen Wirtschaftsausstellung mit solchen eines Volksfests verbindet. Dieser hybride Charakter kann ein strategischer Vorteil sein, sofern er klar strukturiert und zielgerichtet weiterentwickelt wird.

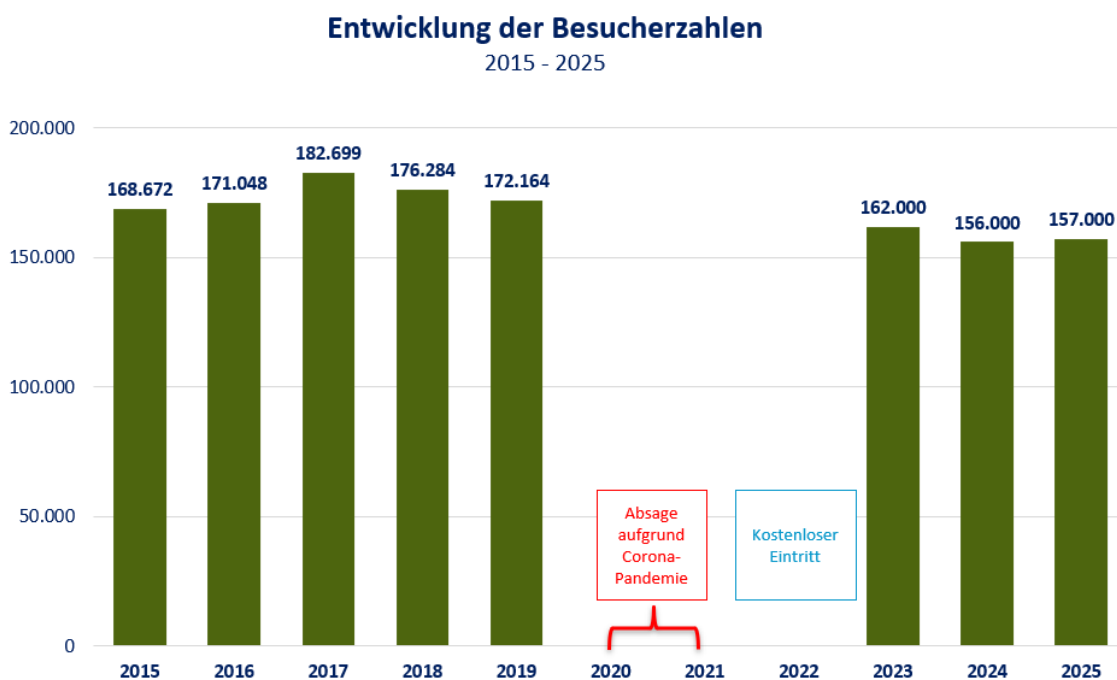
KAPITEL 3: Die Allgäuer Festwoche – Entwicklung, Stand und Benchmark

3.1 Entwicklung der Besucherzahlen

Die Besucherzahlen der Allgäuer Festwoche zeigen über einen Zeitraum von mehr als zehn Jahren eine bemerkenswert stabile Entwicklung, die sich deutlich von der allgemeinen Lage regionaler Messen in Deutschland unterscheidet. Zwischen 2015 und 2019 lagen die Besucherzahlen konstant zwischen rund 168.000 und 183.000 Personen. Dieser Zeitraum kann als Phase struktureller Stabilität gelten, in der sowohl das Konzept der Festwoche als auch die wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen eine hohe Kontinuität aufwiesen.

Der pandemiebedingte Einschnitt der Jahre 2020 und 2021 stellt einen deutlichen Bruch in dieser Entwicklung dar. Zwei vollständige Absagen verhinderten nicht nur die Durchführung, sondern hemmten auch Planungsprozesse sowie den Austausch zwischen Ausstellern und Besuchenden. Dennoch zeigt sich, dass die Festwoche nach dieser erzwungenen Pause ihre Besucherinnen und Besucher schnell wieder zurückgewinnen konnte.

Mit dem Wiederbeginn im Jahr 2022 – in reduzierter Form und mit kostenlosem Eintritt – wurde bewusst ein niederschwelliger Wiedereinstieg gewählt. Die Besucherzahlen dieses Übergangsjahres sind aufgrund der besonderen Rahmenbedingungen nicht mit den vorherigen und späteren Ausgaben vergleichbar. Das Jahr 2023 markiert hingegen eine Rückkehr zum gewohnten Muster. Mit 162.000 Besuchenden lag die Zahl sehr nahe am Durchschnitt der „Vor-Corona-Zeit“ und unterstreicht die anhaltende Attraktivität der Festwoche. Die Folgejahre 2024 und 2025 zeigen mit 156.000 bzw. 157.000 Besuchenden Werte, die zwar etwas unter dem Vorkrisenniveau liegen, jedoch eine ungebrochen positive Nachfragesituation widerspiegeln.



Quelle: Kempten Messe- & Veranstaltungs-Betrieb; 2025

Abbildung 3: Entwicklung der Besucherzahlen auf der Allgäuer Festwoche

Die langfristige Betrachtung verdeutlicht darüber hinaus, dass die Allgäuer Festwoche trotz pandemiebedingter Unterbrechungen eine hohe Resilienz besitzt. Diese Widerstandsfähigkeit hängt wesentlich damit zusammen, dass die Festwoche nicht nur als Messe, sondern auch als regionales Ereignis mit hoher emotionaler und kultureller Bindung wahrgenommen wird. Die hohe Stammkundenbindung, die in den Besucherbefragungen mehrfach bestätigt wurde, fungiert als tragendes Element der Stabilität.

3.2 Herkunftsstruktur der Besucher

Die Besucherstruktur der Allgäuer Festwoche wurde in Befragungen des Mittelstands-Instituts Kempten für die Jahre 2016 und 2016 erhoben und weist eine ausgeprägte Regionalität auf. Im Durchschnitt der Jahre 2016 bis 2019 stammten rund 73 Prozent der Besucherinnen und Besucher aus Kempten und dem Allgäu. Dieser hohe regionale Anteil ist ein charakteristisches Merkmal der Festwoche und unterscheidet sie von vielen anderen vergleichbaren Messen, die stärker auf überregionale Reichweite setzen.



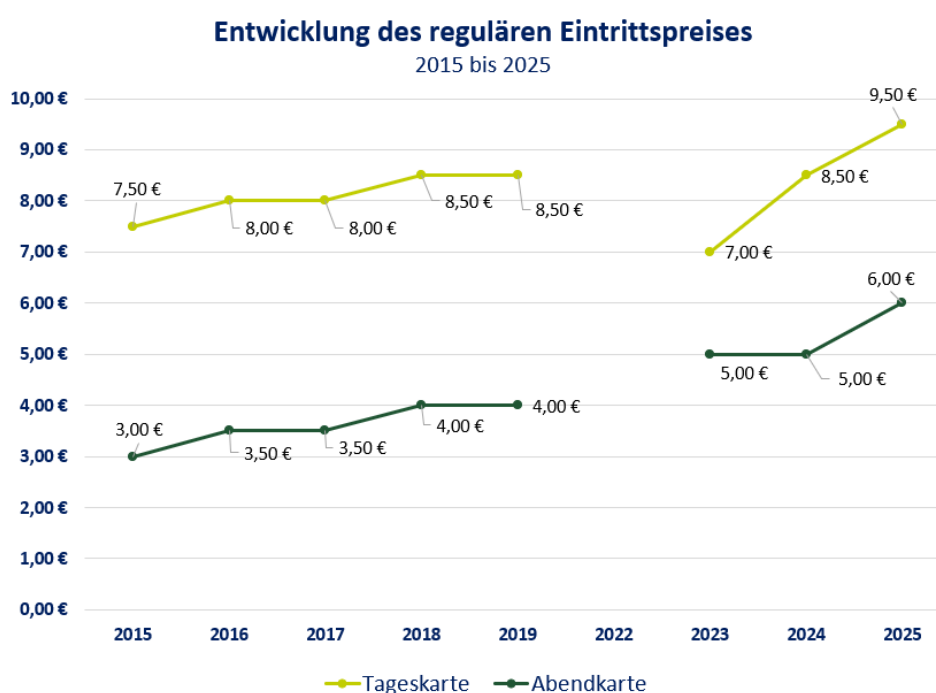
Abbildung 4: Herkunft der Festwochenbesucher (Durchschnitt 2016 bis 2019)

Die dominierende regionale Besucherbasis zeigt, dass die Festwoche als traditionelles identitätsbildendes Ereignis fungiert, das im Jahresrhythmus der Region fest verankert ist. Zum anderen erfüllt sie eine soziale Funktion als Treffpunkt und Ort der Begegnung für verschiedene Bevölkerungsgruppen. Dieser soziale Charakter begünstigt die starke regionale Bindung, während die überregionale Anziehungskraft eher begrenzt bleibt.

Diese hohe Regionalität kann aus zwei Perspektiven betrachtet werden. Einerseits ist sie ein Vorteil, da die Festwoche ein starkes und verlässliches Stammpublikum besitzt, das auch in Krisenzeiten stabil bleibt. Andererseits ergibt sich daraus eine natürliche Wachstumsgrenze: Die Erweiterung der Reichweite über die Region hinaus ist vergleichsweise schwierig und wird durch die thematische Ausrichtung sowie die geografische Lage begrenzt.

3.3 Entwicklung der Eintrittspreise

Die Eintrittspreisentwicklung der Allgäuer Festwoche zwischen 2015 und 2025 zeigt eine moderat steigende Preisstruktur mit mehreren markanten Veränderungen. Zwischen 2015 und 2018 kam es insbesondere bei der Abendkarte zu deutlichen Preissteigerungen, die bis 2018 einem Anstieg von über 30 Prozent entsprachen. Die Tageskarte stieg in diesem Zeitraum langsamer, aber ebenfalls spürbar an.



*2022 fand die Allgäuer Festwoche aufgrund der Corona Pandemie in kleinerer Form und mit kostenlosem Eintritt statt. In 2020 und 2021 konnte die Allgäuer Festwoche aufgrund der Pandemie nicht stattfinden.

Abbildung 5: Entwicklung des regulären Eintrittspreises 2015 bis 2025*

* Quelle: Daten zur Verfügung gestellt von Kempten Messe- und Veranstaltungs-Betrieb

Die Jahre 2020 und 2021 sind aufgrund der pandemiebedingten Absage mit Lücken in der Grafik dargestellt. Das Jahr 2022 stellt hingegen eine Ausnahme dar, da die Festwoche aufgrund einer reduzierten Durchführung und eines abgespeckten Messeprogramms vollständig kostenfrei war.

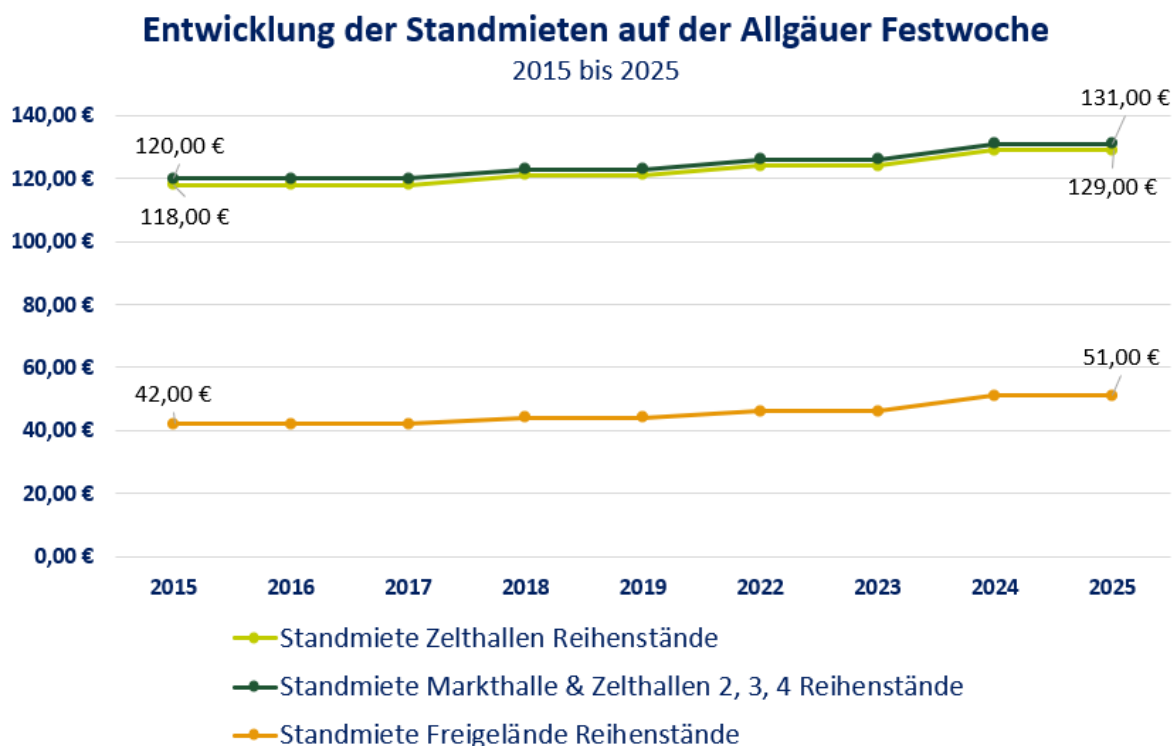
Ab 2023 erfolgte die Rückkehr zu regulären Eintrittspreisen. Bemerkenswert ist dabei die Verschiebung der Zeitlogik der Abendkarte: Sie gilt seit 2023 bereits ab 16 Uhr und nicht wie zuvor erst ab 17 Uhr. Gleichzeitig stiegen die Preise der Abendkarte in den Folgejahren 2024 und 2025 deutlich an, sodass sie sich im Jahr 2025 im Vergleich zu 2015 nahezu verdoppelt hat. Auch die Tageskarte weist bis 2025 einen kumulierten Anstieg von 13 bis 27 Prozent auf.

Preissteigerungen erfolgten primär in Schritten von 0,50 Euro, was nahelegt, dass die Anpassungen moderat und psychologisch verträglich gestaltet wurden. Der größere Preissprung im Jahr 2025 – jeweils um einen Euro – ist vor dem Hintergrund steigender Kostenstrukturen in Veranstaltungswirtschaft, Energie und Logistik zu sehen.

3.4 Entwicklung der Standmieten

Die Standmieten der Aussteller weisen über den Zeitraum von 2015 bis 2025 eine moderate, aber kontinuierliche Steigerung auf. Über zehn Jahre verteilt sind alle Standmietkategorien um etwa 9 bis 21 Prozent gestiegen. Die Preisentwicklung verläuft dabei nach Kategorien differenziert:

- Die Zelthallen-Reihenstände verzeichneten einen Anstieg von 120 Euro im Jahr 2015 auf 131 Euro im Jahr 2025, was einer Zunahme von rund neun Prozent entspricht.
- Die Markthalle und die größeren Zelthallen entwickelten sich sehr ähnlich und stiegen ebenfalls um rund neun Prozent.
- Die Freigelände-Reihenstände wiesen mit einem Anstieg von 42 Euro auf 51 Euro eine deutlich stärkere relative Steigerung (rund 21 Prozent) auf.



*2022 fand die Allgäuer Festwoche aufgrund der Corona Pandemie in kleinerer Form und mit kostenlosem Eintritt statt. In 2020 und 2021 konnte die Allgäuer Festwoche aufgrund der Pandemie nicht stattfinden.

Abbildung 6: Entwicklung der Standmieten auf der Allgäuer Festwoche 2015 bis 2025*

* Quelle: Daten zur Verfügung gestellt von Kempten Messe- und Veranstaltungs-Betrieb

Die Preissteigerungen gestalteten sich über die Jahre weitgehend gleichmäßig und boten damit den Ausstellern eine gewisse Planbarkeit hinsichtlich der Kosten für den eigenen Messeauftritt. Stärkere Erhöhungen der Standmieten wären auch im Hinblick auf die Entwicklung der Nachfrage im Ausstellerbereich voraussichtlich kontraproduktiv gewesen.

3.5 Branchenstruktur und Regionalität der Aussteller

Die Branchenstruktur der an der Festwoche teilnehmenden Aussteller zeigt sowohl Kontinuitäten als auch Verschiebungen zwischen den Jahren 2019 und 2025. Insgesamt ist ein Rückgang der Ausstellerezahl von 333 auf 250 festzustellen, was einem Rückgang von über 80 Ausstellern entspricht. Diese Entwicklung steht in Zusammenhang mit allgemeinen Trends bei regionalen Verbrauchermessen sowie pandemiebedingten Marktveränderungen.

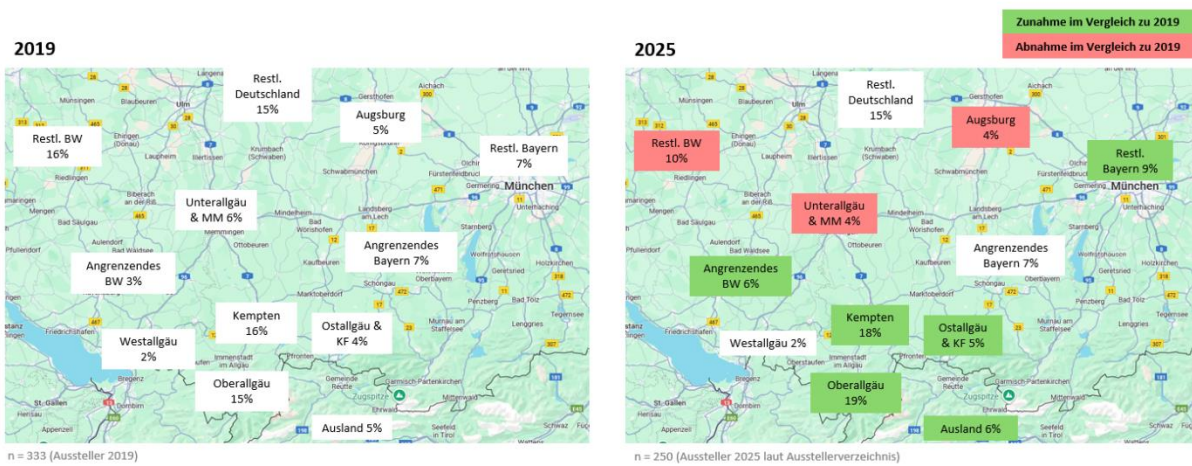


Abbildung 7: Herkunft der Aussteller nach Regionen – 2019 vs. 2025

Gleichzeitig ist eine leichte Zunahme an regionalen Ausstellern zu beobachten. Während im Jahr 2019 rund 44 Prozent der Aussteller aus dem Allgäu stammten, sind es im Jahr 2025 rund 46 Prozent. Diese

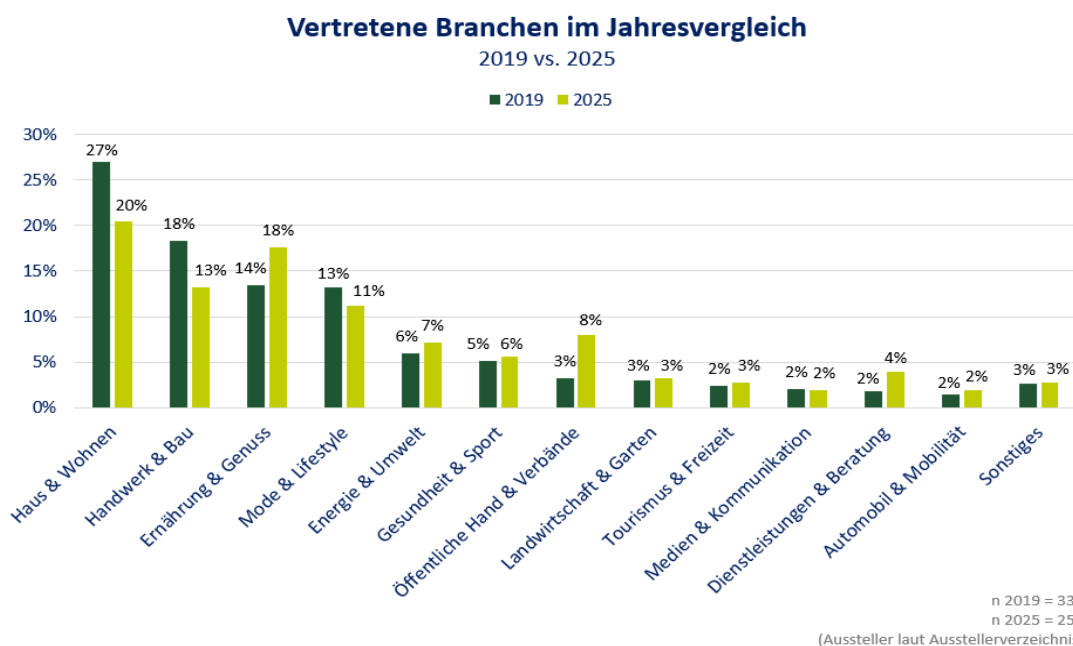


Abbildung 8: Vertretene Branchen im Jahresvergleich 2019 vs. 2025

Entwicklung unterstreicht die stärkere Fokussierung auf regionale Anbieter – ein Trend, der sowohl durch Ausstellerpräferenzen als auch durch Besucherinteressen unterstützt wird.

Inhaltlich zeigt die Branchenstruktur deutliche Themenschwerpunkte. Sowohl 2019 als auch 2025 ist der Bereich „Haus & Wohnen“ der am stärksten vertretene Ausstellungsbereich. Allerdings ist dessen Anteil leicht rückläufig. Gleichzeitig haben die Bereiche „Ernährung & Genuss“, „Öffentliche Hand & Verbände“ sowie „Energie & Umwelt“ Zugewinne verzeichnet. Diese Veränderungen spiegeln gesellschaftliche Entwicklungen wider, insbesondere das wachsende Interesse an Nachhaltigkeit, Gesundheit und regionaler Wertschöpfung.

3.6 Benchmark mit vier süddeutschen Messen

Um die Position der Allgäuer Festwoche im regionalen Wettbewerb besser zu verstehen, wurde ein Benchmark mit vier süddeutschen Verbrauchermessen durchgeführt: dem Maimarkt Mannheim, der Südwestmesse in Villingen-Schwenningen, der IBO Bodensee in Friedrichshafen und der Oberschwabenschau in Ravensburg. Die Analyse zeigt, dass die FEWO in mehreren Aspekten eine besondere Stellung einnimmt.

Hinsichtlich der Rahmenbedingungen verfügt die Festwoche mit rund 18.000 Quadratmetern über die mit Abstand kleinste Ausstellungsfläche. Die vergleichbaren Messen weisen Flächen zwischen 60.000 und über 160.000 Quadratmetern auf. Diese infrastrukturelle Begrenzung wirkt sich auch auf die Anzahl der Aussteller aus, wobei die FEWO mit circa 270 Ausstellern deutlich unter den Werten der Vergleichsmessen liegt.

Trotz dieser limitierenden Faktoren erzielt die Festwoche bemerkenswerte Besucherzahlen. Mit 157.000 Besuchenden im Jahr 2025 liegt sie im Benchmark an zweiter Stelle – lediglich der Maimarkt Mannheim überschreitet diese Zahl deutlich. Die hohe Besucherfrequenz ist vor allem auf den hybriden Charakter der Festwoche zurückzuführen, der wirtschaftliche Ausstellung, Volksfest und Kulturangebot miteinander verbindet. Jedoch bieten auch die anderen Messen Rahmenprogramm, weshalb vermutet werden kann, dass die Festwoche eine einzigartige und besonders publikumswirksame Kombination verschiedener Erlebnisangebote bietet.

Die Veranstaltungsdauer ist ebenfalls ein Unterscheidungsmerkmal. Mit neun Tagen Messe plus Vorabend (ohne Messe) liegt die FEWO deutlich über den Kurzformaten wie der IBO Bodensee oder der Oberschwabenschau, die jeweils fünf Tage dauern. Die Öffnungszeiten des Geländes – insbesondere der abendliche Festbetrieb – verlängern zusätzlich die Aufenthaltsdauer und erhöhen die Besucherreichweite.

Beim regulären Eintrittspreis positioniert sich die Festwoche im unteren Bereich. Die Tageskarte ist teurer als bei der Südwestmesse, aber günstiger als bei den anderen drei Vergleichsmessen. Einen besonderen Stellenwert nimmt der hohe Regionalanteil der Aussteller ein, der bei der FEWO deutlich höher ausfällt als bei vergleichbaren Messen, zu denen allerdings keine ähnlich detaillierten regionalen Daten vorliegen.



Allgäuer Festwoche		Maimarkt Mannheim	Südwestmesse	IBO Bodensee	Oberschwabenschau	
Ort	Kempten (Allgäu)	Mannheim	Villingen-Schwenningen	Friedrichshafen	Ravensburg	
Gründungsjahr & Turnus	1949, jährlich	1613, jährlich	1950, jährlich	1950, jährlich	1965, jährlich	
Größe & Reichweite	Besucherzahl	157.000 (2025)	264.000 (2024)	63.500 (2025)	55.100 (2025)	
	Ausstellierzahl	Ca. 270 (2025)	988 (2024)	473 (2025)	524 (2025)	
	Ausstellungsfläche	Bruttofläche: 18.000 m²	Bruttofläche: ca. 168.500 m²	Bruttofläche: ca. 51.100 m²	Bruttofläche: 60.000 m²	Bruttofläche: ca. 40.000 m²
		Aussteller Standfläche: ca. 7.000 m²	Aussteller Standfläche: ca. 58.300 m²	Aussteller Standfläche: ca. 21.200 m²	Aussteller Standfläche: ca. 16.000 m²	Aussteller Standfläche: ca. 18.100 m²
		Veranstaltungsdauer	9 Tage + Vorabend, August	11 Tage, April/Mai	9 Tage, Mai/Juni	5 Tage, März
Wirtschaftliche Bedeutung	Eintrittspreis	Tageskarte: 9,50€ Abendkarte ab 16 Uhr: 6€	Tageskarte: 10€ Ab 16 Uhr: 6€	Tageskarte: 8€ Ab 16 Uhr: 5,50€	10, 50 € 12 €	
	Messethemen	Publikums-Mehrbranchenmesse	Publikums-Mehrbranchenmesse	Publikums-Mehrbranchenmesse, Tourismus, Bau, Garten- & Landschaftsbau	Publikums-Mehrbranchenmesse, Land- & Forstwirtschaft, Fischerei, Nutztierrhaltung, Veterinärmedizin	
Programm	Kulturelles Programm	28 Musikkapellen, 37 Bands/Sänger, 17 Tanzgruppen, Sonstige Bühnenauftritte	Reitturnier, Theater, Lesungen, Angebote für Kinder (Rutschen, Kino, Theater etc.)			
		Thementage: Familie, Senioren, Nachhaltigkeit, Arbeitgeber der Region				
		Schützenumzug, Lichterfest				
	Öffnungszeiten	Messe: 10 bis 18 Uhr Restliches Gelände: bis ca. 24 Uhr	9 bis 18 Uhr	9 bis 17 Uhr	10 bis 18 Uhr	9 bis 18 Uhr
Aussteller	Anteil regionaler Aussteller	Aussteller aus 5 Ländern (2024), v.a. DE	Aussteller aus 24 Ländern, v.a. DE	Aussteller aus 17 Ländern, v.a. DE, AUT, IT	Aussteller aus 14 Ländern, v.a. DE, CH, AUT, IT und FR	
	Branchen	Bauen, Wohnen, Ernährung, Freizeit, Haushalt etc.	Industrie, Handel, Handwerk, Hauswirtschaft und Landwirtschaft		Mobilität, Kinder, Jugend, Bildung, Genuss, Haushalt, Wohnen, Gesundheit, Sport, Freizeit, Reisen, Garten, Bauen	

Abbildung 9: Benchmark „Vergleich zu regionalen Verbrauchermessen in Süddeutschland/ Zusammenstellung nach eigener Recherche“

KAPITEL 4: Wirtschaftliche Aspekte der Festwoche

4.1 Methodischer Ansatz der Wirtschaftlichkeitsanalyse

Die wirtschaftliche Analyse der Allgäuer Festwoche basiert auf anerkannten Verfahren der Veranstaltungsökonomie, die darauf abzielen, die direkten, indirekten und induzierten Effekte einer regionalen Großveranstaltung zu erfassen. Solche Methoden kommen regelmäßig bei der Bewertung von Volksfesten, Veranstaltungen, regionalen Messen sowie Kultur- und Sportereignissen zum Einsatz. Sie ermöglichen eine systematische Bewertung der Wertschöpfung, die durch Besucherinnen und Besucher, Ausstellende sowie durch den organisatorischen Aufwand entsteht.

Zentrales Element der Analyse ist die Unterscheidung zwischen drei Kategorien ökonomischer Effekte. **Direkte Effekte** bezeichnen sämtliche Ausgaben, die unmittelbar durch die Veranstaltung ausgelöst werden und einer Region zufließen. Dazu gehören insbesondere die Konsumausgaben der Besucher und die lokal wirksamen Ausgaben der Ausstellenden. **Indirekte Effekte** beschreiben den wirtschaftlichen Nutzen, der entlang der Wertschöpfungsketten entsteht, beispielsweise durch Zulieferaufträge für regionale Dienstleister. **Induzierte Effekte** entstehen schließlich durch zusätzliche Konsumausgaben, die sich aus neu generierten Einkommen ergeben, etwa durch temporäre Beschäftigung oder zusätzliche Umsätze in Gastronomie und Handel. (Quelle: AUMA (Hrsg.) Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland, Schriftenreihe Institut der Deutschen Messewirtschaft; Edition 49; Berlin, 2018)

Für die Allgäuer Festwoche wurde ein standardisiertes Berechnungsmodell angewendet, das sich an etablierten Ansätzen der AUMA sowie an früheren Studien des Mittelstands-Instituts Kempten orientiert. Das Modell setzt voraus, dass sämtliche Ausgaben, die in der Region verbleiben, mit einer regionalen Bindungsquote gewichtet werden, um zu bestimmen, welcher Teil der direkten Ausgaben tatsächlich der regionalen Wirtschaft zugutekommt. Für die Abbildung der indirekten und induzierten Effekte wird ein Multiplikator verwendet, der den gesamten wirtschaftlichen Einfluss aggregiert.

4.2 Datenbasis und Annahmen

Die Berechnung der regionalen wirtschaftlichen Effekte der Festwoche beruht auf einer Kombination aus empirischen Messwerten und wissenschaftlich fundierten Annahmen. Für die Besucherzahl wurden die offiziell erhobenen Werte zugrunde gelegt, für das Jahr 2025 etwa 160.000 Besucherinnen und Besucher. Der durchschnittliche Ausgabenwert pro Besuch wurde mit 98 Euro bemessen, was sowohl den Befragungsergebnissen früherer Jahre entspricht als auch im Rahmen vergleichbarer regionaler Messen üblich ist.

Die Aussteller generieren zusätzliche Ausgaben, die anteilig in die regionale Wertschöpfung einfließen. Der durchschnittliche lokal wirksame Ausgabebetrag von 5.100 Euro pro Aussteller basiert auf Erfahrungswerten der Stadt Kempten, Auswertungen früherer Befragungen sowie Vergleichsdaten anderer regionaler Messen. Mit rund 270 Ausstellern im Jahr 2025 ergibt sich hieraus ein relevanter wirtschaftlicher Beitrag.

Die **regionale Bindungsquote von 70 Prozent** entspricht einem branchenüblichen Wert für Veranstaltungen dieser Größenordnung. Sie berücksichtigt, dass ein Teil der Ausgaben an nicht-regionale Anbieter (z. B. Technik, überregionale Logistikdienstleister) fließt. Der **Multiplikator von 1,60** spiegelt die

Kombination direkter, indirekter und induzierter Effekte wider und ist im Rahmen vergleichbarer Studien üblich.

Im Detail setzt sich die Datenbasis wie folgt zusammen:

- **Besucher:** 160.000
- **Ø-Ausgabe je Besucher:** 98 €
- **Aussteller:** 270
- **Ø-lokale Ausgaben je Aussteller:** 5.100 €
- **Regionale Bindungsquote:** 70 %
- **Multiplikator:** 1,60

Dies ermöglicht eine robuste, praxisnahe Schätzung des wirtschaftlichen Nutzens der Festwoche. Gleichzeitig ist zu beachten, dass es sich teilweise um konservative Annahmen handelt, die bewusst keine überzogenen Effekte ausweisen.

4.3 Direkte, indirekte und induzierte Effekte

Auf Grundlage der dargestellten Annahmen ergeben sich für die Allgäuer Festwoche erhebliche direkte wirtschaftliche Effekte. Die direkten Besucherausgaben von rund 160.000 Personen zu jeweils 98 Euro summieren sich auf etwa 15,7 Millionen Euro. Hinzu kommen die lokal wirksamen Ausstellerausgaben, die bei 270 Ausstellenden und durchschnittlich 5.100 Euro pro Aussteller einen Betrag von rund 1,4 Millionen Euro ergeben.

Berechnungsschritt	Formel	Wert (in Euro)
Besucherausgaben	$160.000 \times 98 \text{ €}$	15.680.000
Ausstellerausgaben (lokal)	$261 \times 5.100 \text{ €}$	1.331.000
Direkte Ausgaben gesamt	Summe	17.011.000
Davon regional wirksam	$\times 0,70$	11.907.700
Indirekt + induziert	Gesamteffekt – Direkt (regional)	7.144.940
Gesamteffekt (regional)	Direkt (regional) $\times 1,60$	19.050.320

Insgesamt betragen die **direkten Ausgaben somit rechnerisch etwa 17,1 Millionen Euro**. Da nicht alle Ausgaben vollständig in der Region verbleiben, wird dieser Betrag mit der regionalen Bindungsquote von 70 Prozent gewichtet. Daraus ergibt sich ein **direkter regionaler Effekt von etwa 11,9 Millionen Euro**, der unmittelbar der Wirtschaft in Kempten und im Allgäu zugutekommt.

Die indirekten und induzierten Effekte werden durch den Multiplikator von 1,60 abgebildet. Dieser Multiplikator drückt aus, dass jeder Euro, der in der Region verbleibt, zusätzliche wirtschaftliche Aktivitäten auslöst – sei es durch Aufträge an Zulieferer, zusätzliche Beschäftigung oder gesteigerte Konsumausgaben. Die Anwendung des Multiplikators ergibt für die Festwoche **zusätzliche Effekte von rund 7,2 Millionen Euro**.

Damit ergibt sich rechnerisch ein regionaler Gesamteffekt von rund 19,1 Millionen Euro. Da die hier durchgeführten Berechnungen zum Teil auf allgemein gültigen Kennzahlen beruhen, dürfte der **reale Effekt zwischen 18 bis 20 Millionen** zu veranschlagen sein.

Diese Zahlen machen deutlich, dass die Allgäuer Festwoche nicht nur eine kulturelle und gesellschaftliche Institution darstellt, sondern auch ein bedeutender Wirtschafts- und Standortfaktor für die Region ist.

4.4 Gesamtergebnisse der monetären Wirkung

Der regionale Gesamteffekt setzt sich aus mehreren Wirkungsketten zusammen, die sowohl den direkten Konsum als auch die durch die Veranstaltung ausgelösten Folgeaktivitäten umfassen. Dabei entfällt der größte Teil der Wertschöpfung auf die direkten Besucherausgaben, gefolgt von den indirekten und induzierten Effekten. Ein mögliches Nachmessegeschäft der Aussteller ist kein Gegenstand der Berechnung. Der berechnete Effekt bezieht sich ausschließlich auf die Ausgaben die sich aus dem Messegesehen auf dem Festgelände zurückführen lassen.

Hinzu kommen wirtschaftlich schwer messbare, aber strategisch bedeutsame Effekte wie Imagebildung, Standortmarketing und die Stärkung regionaler Netzwerke. Diese ergänzen die monetären Effekte und erhöhen die gesamtwirtschaftliche Bedeutung der Festwoche über die direkt quantifizierbaren Effekte hinaus.

KAPITEL 5: Die Wirtschaftsausstellung aus Sicht von Ausstellern und Besuchern

5.1 Ergebnisse der Besucherbefragungen 2016 und 2019

Die Besucherbefragungen der Jahre 2016 und 2019 bieten einen fundierten Einblick in das Interessens- und Nutzungsverhalten der Gäste der Allgäuer Festwoche. Beide Befragungen verdeutlichen, dass sich die Besuchermotive im Laufe der Zeit spürbar verschoben und innerhalb der Zielgruppen unterschiedliche Nutzungsprofile herausgebildet haben.

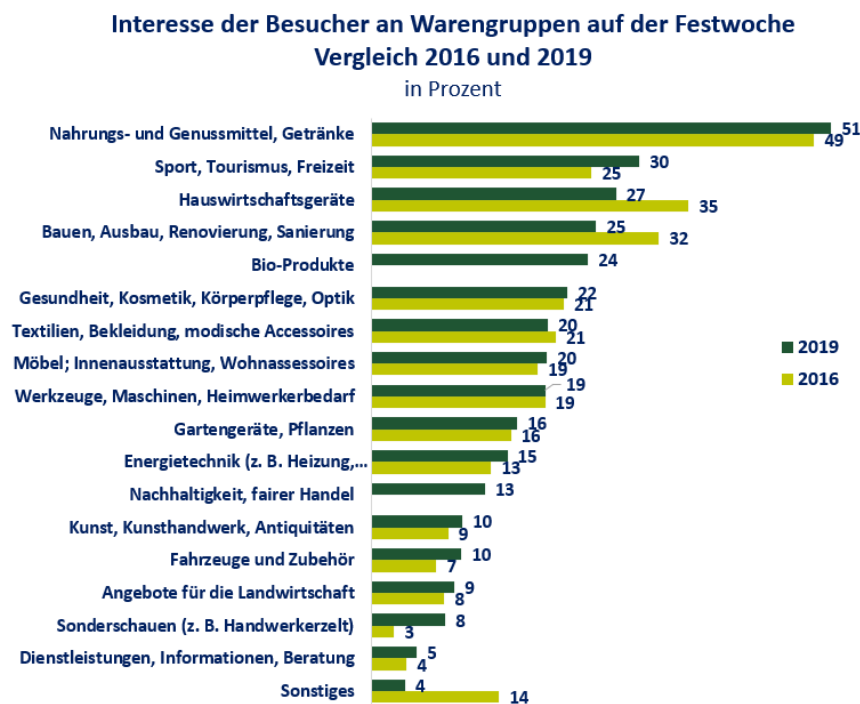


Abbildung 10: Interesse der Besucher an Warengruppen auf der Festwoche im Vergleich 2016 und 2019

Ein zentrales Ergebnis ist die deutliche Dominanz des Segments „Nahrungs- und Genussmittel/Getränke“, das sowohl 2016 als auch 2019 mit über 50% der Nennungen das mit Abstand wichtigste Interessensfeld darstellt. Diese Kategorie ist eng mit der charakteristischen Mischung aus Messe, Volksfest und kulinarischer Erlebniswelt verknüpft und spricht breite Bevölkerungsgruppen an. Zugleich zeigt sich ein wachsendes Interesse an den Themen „Sport, Tourismus und Freizeit“, das innerhalb von drei Jahren um fünf Prozentpunkte gestiegen ist. Eine ähnliche Dynamik ist im Bereich „Gesundheit, Kosmetik und Körperpflege“ zu beobachten, was auf langfristige gesellschaftliche Trends wie den stärkeren Fokus auf Wohlbefinden und Prävention zurückzuführen ist.

Andere Bereiche verzeichnen dagegen einen deutlichen Rückgang. Vor allem „Hauswirtschaftsgeräte“ sowie „Bauen, Ausbau, Renovierung, Sanierung“ haben im Vergleich zwischen 2016 und 2019 an Bedeutung verloren. Dieser Rückgang deutet darauf hin, dass die Festwoche in bestimmten traditionellen Produktgruppen weniger als Kaufplattform genutzt wird und sich der Fokus stärker auf Erlebnis- und Informationsangebote verlagert. Auch klassische „Werkzeuge, Maschinen, Heimwerkerbedarf“ sowie „Gartengeräte, Pflanzen“ zeigen stabile, aber geringe Werte und gehören damit nicht zu den wesentlichen Besuchermotiven.

Ein signifikanter Trend ist die zunehmende Relevanz nachhaltiger Konsumformen. Im Jahr 2019 wurde das Interesse an Bio-Produkten erstmals gesondert erfasst und erzielte aus dem Stand 24 Prozent der Nennungen. Das wachsende Interesse an nachhaltigen und regionalen Lebensmitteln unterstreicht nicht nur eine branchenspezifische Entwicklung, sondern auch die Bedeutung des Themas Regionalität, das sich durch die gesamte Analyse zieht.

5.2 Ergebnisse der Besucherbefragungen zur Bedeutung und Gestaltung der Festwoche

Aus der Perspektive der Besuchenden wird die Festwoche nicht allein als Wirtschaftsausstellung wahrgenommen, sondern vor allem als „bunte Mischung“ aus Messe, Volksfest und Kulturangebot. Diese Kombination gilt bei den Befragten als zentrale Attraktion und soll nach überwiegender Meinung unbedingt beibehalten werden. Die Festwoche erfüllt demnach ein breites Spektrum an Bedürfnissen: Informationssuche, Unterhaltung, Begegnung und kulturelle Teilhabe.

Der Festcharakter hat in den letzten Jahren an Bedeutung gewonnen. Während früher stärker die reine Ausstellung im Vordergrund stand, wird zunehmend das Rahmenprogramm als entscheidender Besuchsggrund genannt. Diese Entwicklung korrespondiert mit bundesweiten Messetrends, wonach Erlebnisorientierung und emotionale Inszenierungen an Bedeutung gewinnen.

Ein weiteres wichtiges Ergebnis betrifft die Informationsnutzung. Die Besucherinnen und Besucher tätigen zunehmend weniger Direktkäufe auf der Messe. Stattdessen dient die Festwoche mehr als Plattform zur Informationssammlung für spätere Kaufentscheidungen. Diese Entwicklung spricht für ein differenziertes Konsumverhalten und die Bedeutung der Messe als Ort der Inspiration und Entscheidungsfindung. Das direkte Kaufinteresse konzentriert sich heute stärker auf spontane Genusskäufe und weniger auf investitionsintensive Verbraucherprodukte.

Die Besucherbefragungen zeigen außerdem ein großes, stabiles Stammpublikum, das die Festwoche als traditionelles Ereignis im Jahreskalender betrachtet. Dieser Aspekt trägt wesentlich zur Stabilität der Besucherzahlen bei und erklärt, weshalb die Festwoche im Vergleich zu anderen regionalen Messen besonders resilient ist.

Wiederkehrende Kritikpunkte der Besucher betreffen vor allem die Preisgestaltung – sowohl beim Eintritt als auch bei gastronomischen Angeboten – sowie die Parkplatzsituation. Diese Aspekte haben sich in beiden untersuchten Jahren als zentrale Optimierungsfelder herausgestellt.

5.3 Ergebnisse der Ausstellerbefragungen

Die Ausstellerbefragungen zeigen ein differenziertes Bild der Erwartungen und Wahrnehmungen der Unternehmen, die an der Festwoche teilnehmen. Von zentraler Bedeutung sind die Messeziele, die zwischen 2016 und 2019 einen klaren Bedeutungszuwachs erfahren haben. Vor allem die Neukundengewinnung und die Generierung von Direktverkäufen werden zunehmend als zentrale Zielgrößen genannt. Dies weist darauf hin, dass die Festwoche für Aussteller weiterhin eine wichtige Kontakt- und Verkaufsplattform darstellt.

Trotz eines vorsichtigeren Kaufverhaltens der Besuchenden bewerten viele Aussteller ihren Messeerfolg im Jahr 2019 positiv. Sowohl Umsatz als auch die Qualität der Kontakte werden überwiegend zufriedenstellend eingeschätzt. Diese positive Wahrnehmung wird dadurch verstärkt, dass viele

Unternehmen optimistisch in Bezug auf das Nachmessegeschäft sind. Sie erwarten, dass aus den geknüpften Kontakten im Anschluss an die Veranstaltung zusätzliche Aufträge entstehen.

Die Aussteller heben zudem die Konzeption der Festwoche hervor, insbesondere die zentrale Lage im Stadtpark sowie die besondere Mischung aus Messe, Fest und kulturellen Elementen. Diese Kombination wird als Alleinstellungsmerkmal wahrgenommen und trägt zur Anziehungskraft der Veranstaltung bei. Die Messeorganisation – einschließlich PR, Werbung und Service – erhält mehrheitlich positive Bewertungen.

Gleichzeitig zeigen sich in den Befragungen auch kritische Aspekte. Diese betreffen vor allem logistische Fragen wie die Optimierung der Standverteilung, die Ausstellerparkplätze und die Erreichbarkeit des Geländes. Einige Aussteller bemängeln zudem die gestiegene Preisstruktur und die wahrgenommene Abnahme der Kaufkraft der Besucher. Diese Kritikpunkte geben Hinweise auf strukturelle Herausforderungen, die im Laufe der Zeit an Bedeutung gewonnen haben.

5.4 Ergebnisse der Ausstellerbefragung 2025

Die Ergebnisse der aktuellen Ausstellerbefragung aus dem Jahr 2025 ergänzen die bisherigen Erkenntnisse und verdeutlichen sowohl Kontinuitäten als auch Veränderungen. Die Festwoche besitzt nach wie vor einen hohen Stellenwert bei den Ausstellern, die sie vielfach als „5. Jahreszeit“ beschreiben und als Muss-Event für die regionale Wirtschaft betrachten. Diese starke emotionale Bindung unterstreicht die kulturelle und gesellschaftliche Bedeutung der Veranstaltung.

Aus Sicht der Aussteller erfüllt die Festwoche eine wichtige gesellschaftliche Funktion als Treffpunkt und Austauschplattform. Viele Aussteller schätzen insbesondere den regionalen Charakter der Messe, die Nachfrage nach regionalen Dienstleistern sowie die Präsenz von Landwirtschaft und Handwerk. Gleichzeitig wird jedoch kritisch angemerkt, dass die Zahl der Aussteller rückläufig ist und sich damit die Attraktivität des Gesamtangebots tendenziell abgeschwächt hat.

Ein wiederkehrendes Thema der Befragung ist der wahrgenommene Profilwandel der Festwoche. Aussteller berichten, dass der Volksfest- und Partycharakter zunehmend dominiert, während der Messeanteil an Sichtbarkeit verliert. In Verbindung mit einer geringeren Kaufkraft der Besucher und – je nach Wetterlage – starken Schwankungen der Besucherfrequenz entsteht ein heterogenes Gesamtbild des Messeerfolgs. Die Atmosphäre der Veranstaltung wird jedoch nach wie vor positiv wahrgenommen.

Kritik äußern einige Aussteller in 2025 am gastronomischen Angebot, das im Vergleich zu früheren Jahren als weniger überzeugend bewertet wird. Auch organisatorische Fragen wie die Anzahl der Aussteller, die Platzierung der Stände oder die Parkmöglichkeiten bleiben relevante Themen. Gleichzeitig bleibt die grundsätzliche Beteiligungsbereitschaft hoch, was auf die starke regionale Verwurzelung und die gesellschaftliche Bedeutung der Festwoche zurückzuführen ist.

KAPITEL 6: Ergebnisse der Experteninterviews zur Bedeutung der Allgäuer Festwoche

Die Expertengespräche bieten eine tiefgehende, qualitativ fundierte Perspektive auf die Bedeutung der Allgäuer Festwoche aus Sicht zentraler regionaler Stakeholder. Sie ergänzen die quantitativen Analysen um strategische Einschätzungen und helfen, strukturelle Herausforderungen, kulturelle Funktionen und zukünftige Entwicklungspotenziale differenziert zu verstehen. Die Interviews wurden mit Vertreterinnen und Vertretern aus Stadtverwaltung, Wirtschaftsförderung, Tourismus und Handel geführt. Die Aussagen zeigen ein bemerkenswert homogenes Bild, das jedoch auch deutliche Spannungsfelder aufweist.

6.1 Positive Aspekte

Ein zentrales Resultat der Experteninterviews ist die klare Einschätzung, dass die Allgäuer Festwoche weit mehr als eine regionale Messe ist. Sie wird als **multifunktionales Leitereignis** betrachtet, das Elemente der Wirtschaftsförderung, des Kulturlebens, der regionalen Identität und der sozialen Begegnung in einzigartiger Weise verbindet. Viele Expertinnen und Experten betonen die Festwoche als „Herzstück“ im regionalen Veranstaltungskalender, das in seiner Bedeutung weit über den reinen Messebetrieb hinausgeht.

Ein immer wieder hervorgehobener Punkt ist die **hohe gesellschaftliche Relevanz** der Festwoche. Sie fungiert als Treffpunkt für Menschen unterschiedlicher Generationen und sozialer Hintergründe und hat damit eine wichtige integrative Funktion. Dies wird als besonders wertvoll angesehen, da vergleichbare Orte der Gemeinschaft in städtischen Kontexten zunehmend selten werden. Der Begriff „Klassentreffen des Allgäus“ wurde von mehreren Befragten verwendet und verdeutlicht die emotionale Bindung der Bevölkerung.

Auch aus wirtschaftlicher Perspektive wird die Festwoche positiv bewertet. Die Veranstaltung gilt als **wichtiges Schaufenster der regionalen Wirtschaft**, das sowohl etablierten Unternehmen als auch kleinen und mittleren Betrieben Sichtbarkeit verschafft. Die Festwoche unterstützt regionale Wertschöpfungsketten, schafft Aufträge und stärkt lokale Branchen wie Gastronomie, Hotellerie und Dienstleistungen. Der hohe Anteil regionaler Aussteller wird als Stärke hervorgehoben, da er die Identifikation fördert und kurze Wege sowie persönliche Kontakte ermöglicht.

Schließlich wird auch der **Marketing- und Imagewert** der Festwoche betont. Sie gilt als Botschafterin für die Region, stärkt das Selbstbild, dient als Plattform für Kommunalpolitik und regionale Initiativen und trägt zu einem positiven Außenbild Kemptens und des Allgäus bei. Viele Expertinnen und Experten sind der Ansicht, dass die Festwoche ein Alleinstellungsmerkmal besitzt, das sie von anderen regionalen Messen deutlich unterscheidet.

6.2 Kritische Aspekte

Trotz der insgesamt positiven Einschätzung werden in den Interviews auch kritische Punkte benannt, die teils struktureller, teils konzeptioneller Natur sind. Ein wiederkehrender Kritikpunkt betrifft die **inhaltliche Profilentwicklung** der Festwoche. Zahlreiche Experten weisen darauf hin, dass der wirtschaftliche Messeanteil in den letzten Jahren an Sichtbarkeit verloren habe, während der Fest- und Unterhaltungscharakter stärker in den Vordergrund gerückt sei. Diese Verschiebung wird einerseits als Teil der Attraktivität wahrgenommen, andererseits als Risiko für die wirtschaftliche Kernfunktion.

Die **Rückgänge bei der Zahl der Aussteller** werden ebenfalls als problematisch eingeschätzt. Diese Entwicklung erschwert es, die Messe als wirtschaftlich relevante Plattform weiterzuentwickeln, und könnte langfristig die Vielfalt und Attraktivität des Angebots mindern. Einige Experten sprechen sogar von einem „Ausdünnen“ bestimmter Branchen, welches die Positionierung der Wirtschaftsausstellung schwächt.

Auch der **logistische Rahmen** wird in den Interviews kritisch adressiert. Dazu zählen Themen wie Parkraumsituation, Flächenbegrenzungen, Engstellen auf dem Gelände, Infrastruktur der Zelthallen und die Entwicklung der Standmieten. Diese Herausforderungen sind zum Teil auf die räumliche Lage im Stadtpark zurückzuführen, die zwar atmosphärisch einzigartig ist, aber die angesprochenen infrastrukturellen Einschränkungen mit sich bringt. Die physische Begrenztheit des Geländes wird als zentrale strukturelle Hürde identifiziert.

Darüber hinaus wird die **Kostenstruktur für Aussteller** als zunehmend anspruchsvoll beschrieben. Steigende Material-, Energie- und Personalkosten wirken sich auf die Bereitschaft zur Messeteilnahme aus. Einige Experten befürchten, dass bestimmte Ausstellerguppen aus wirtschaftlichen Gründen künftig wegfallen könnten, wenn keine Gegenmaßnahmen erfolgen.

Schließlich werden die **Preisgestaltung für Besucher**, das gastronomische Angebot sowie Aspekte der Aufenthaltsqualität thematisiert. Zwar genießt die Festwoche ein hohes Ansehen, jedoch äußern einige Experten die Sorge, dass Preissteigerungen und teilweise kritisierte Angebotsqualität den langfristigen Zuspruch beeinflussen könnten.

6.3 Zukunftspotenziale

Die Auswertung der Interviews zeigt eindrücklich, dass die Experten trotz der identifizierten Herausforderungen großes Potenzial für die zukünftige Entwicklung der Festwoche sehen. Ein zentraler Ansatzpunkt liegt in der **Weiterentwicklung des Messekonzepts**. Viele Befragte sprechen sich dafür aus, die Stärken der Festwoche – ihre regionale Verwurzelung, die emotionale Bindung und den besonderen Charakter – zu bewahren und gleichzeitig den wirtschaftlichen Kern zu modernisieren und sichtbarer zu machen.

Ein wichtiges Zukunftspotenzial besteht in der **Stärkung der regionalen Identität**. Die Festwoche könnte sich noch deutlicher als Messe der regionalen Wirtschaft positionieren und stärker auf Anbieter aus dem Allgäu, nachhaltige Produkte und lokale Wertschöpfungsketten setzen. Dieser Ansatz wird durch das gewachsene gesellschaftliche Interesse an Regionalität und Nachhaltigkeit unterstützt.

Weitere Potenziale liegen in der **Erweiterung thematischer Schwerpunkte**, etwa in den Bereichen Energie & Umwelt, Gesundheit, nachhaltige Ernährung oder Digitalisierung, die in den Besucherbefragungen zunehmende Bedeutung erlangt haben. Die Festwoche könnte durch die Integration solcher Zukunftsthemen ihren gesellschaftlichen Mehrwert weiter erhöhen.

Auch im Bereich Infrastruktur und Organisation werden Potenziale gesehen. Eine moderate Erweiterung oder Umstrukturierung der Messeflächen, eine Optimierung der Wegeführung, verbesserte gastronomische Angebote oder digitale Services könnten die Qualität der Veranstaltung steigern. Die Experten betonen zudem die Möglichkeit, durch gezielte Konzepte – etwa Sonderflächen, Workshops oder Themeninszenierungen – zusätzliche Zielgruppen zu erschließen.

Schließlich wird die **hybride Natur der Festwoche** als strategischer Vorteil beschrieben. Die Kombination aus Wirtschaftsausstellung, Festbetrieb und Kulturprogramm ermöglicht eine breite Besucherbasis und hohe emotionale Bindung. Dieses Profil könnte künftig stärker als Alleinstellungsmerkmal genutzt werden, um sich im Wettbewerb regionaler Messen zu positionieren.

6.4 Begrenzende Faktoren

Trotz der erkannten Potenziale weisen die Expertinnen und Experten auf verschiedene Faktoren hin, die die zukünftige Entwicklung der Festwoche limitieren könnten. Ein zentraler begrenzender Faktor ist die **räumliche Struktur des Stadtparks**, der als Veranstaltungsort zwar einen hohen atmosphärischen Wert besitzt, jedoch hinsichtlich Flächenangebot, Infrastruktur und Erweiterungsmöglichkeiten klare Grenzen aufweist. Dies betrifft insbesondere mögliche Vergrößerungen der Messebereiche und die Optimierung der Wegeführung.

Auch die **Marktdynamik im Messewesen** stellt eine Herausforderung dar. Der Rückgang bestimmter Ausstellergruppen, veränderte Geschäftsmodelle, digitale Alternativen zur Produktpräsentation und die zunehmende Kostenbelastung erschweren es, die Attraktivität der Wirtschaftsausstellung langfristig zu sichern. Diese Entwicklungen werden durch überregionale Trends verstärkt, auf die die Festwoche nur begrenzt Einfluss nehmen kann.

Ein weiterer limitierender Faktor betrifft die **Kaufkraft der Besucherinnen und Besucher**, die nach Einschätzung einiger Experten tendenziell rückläufig ist. Diese Entwicklung wirkt sich unmittelbar auf den wirtschaftlichen Erfolg der Aussteller aus und erschwert es, neue Branchen oder investitionsintensive Produktkategorien dauerhaft zu etablieren.

Schließlich stellt die **Balance zwischen Festbetrieb und Wirtschaftsausstellung** eine strukturelle Herausforderung dar. Während der Festcharakter wesentlich zur Attraktivität beiträgt, kann er zugleich die Wahrnehmung der Ausstellungsbereiche überlagern. Die Experten warnen daher davor, dass die wirtschaftliche Bedeutung der Messe weiter an Sichtbarkeit verlieren könnte, wenn keine klaren konzeptionellen Leitlinien entwickelt werden.

KAPITEL 7: Kernaussagen der Analyse

Die zusammenführende Betrachtung der quantitativen Daten, qualitativen Interviews und regional-ökonomischen Berechnungen ergibt ein vielschichtiges, aber in zentralen Punkten konsistentes Bild der Allgäuer Festwoche. Die folgenden Kernaussagen dienen als analytische Verdichtung und markieren die wesentlichen Schlussfolgerungen der Untersuchung.

Erstens zeigt sich, dass die Allgäuer Festwoche eine **außergewöhnlich starke regionale Verankerung** besitzt. Sowohl die Herkunftsstruktur der Besucherinnen und Besucher als auch der hohe Anteil regionaler Aussteller belegen, dass die Festwoche tief im sozialen, kulturellen und wirtschaftlichen Gefüge des Allgäus verwurzelt ist. Diese Verwurzelung fungiert als wesentliche Stabilitätsressource, insbesondere in Zeiten externer Krisen oder struktureller Veränderungen.

Zweitens kann die Festwoche trotz begrenzter Ausstellungsflächen und einer niedrigen Ausstellierzahl im Vergleich zu anderen regionalen Messen eine bemerkenswert hohe Besucherfrequenz generieren. Diese Diskrepanz verdeutlicht, dass die Attraktivität der Festwoche nur bedingt durch die Größe der Messeflächen oder die Anzahl der Aussteller erklärt werden kann. Vielmehr spielt der **hybride Charakter der Festwoche** – die Verbindung von Wirtschaftsausstellung, Volksfest und Kulturveranstaltung – eine zentrale Rolle für den hohen Zuspruch.

Drittens zeigt die Wirtschaftlichkeitsanalyse, dass die Festwoche für die Region einen **substanziellen wirtschaftlichen Effekt** von rund 19,1 Millionen Euro erzeugt. Dieser Wert umfasst die direkten, indirekten und induzierten Effekte und belegt die Bedeutung der Veranstaltung als Wirtschaftsmotor für Kempten und das Allgäu. Insbesondere die direkten Konsumausgaben der Besucherinnen und Besucher bilden eine zentrale ökonomische Säule, die nicht nur die Messe selbst, sondern auch die regionale Gastronomie, den Handel und Dienstleistungssektoren stärkt.

Viertens macht die Analyse deutlich, dass die Festwoche vor einem **Profilwandel** steht. Besucherbedürfnisse verschieben sich zunehmend in Richtung Erlebnisorientierung, sozialer Austausch, Themenvielfalt und digitale Begleitangebote. Zugleich hat der wirtschaftliche Kern der Messe im Vergleich zu früher an Sichtbarkeit verloren. Diese Entwicklung birgt Risiken, eröffnet aber auch Chancen für eine strategische Neupositionierung, die den Messeanteil stärkt, ohne die kulturellen und gesellschaftlichen Stärken zu vernachlässigen.

Fünftens ergeben die Befragungen und Experteninterviews, dass sowohl Aussteller als auch die regionale Bevölkerung der Festwoche einen hohen **Symbol- und Identitätswert** zuschreiben. Die Festwoche wird als Treffpunkt, Gemeinschaftsereignis und Ausdruck regionaler Lebensfreude wahrgenommen. Gleichzeitig bestehen konkrete Herausforderungen wie steigende Kosten, Veränderungen der Ausstellerstrukturen sowie infrastrukturelle Begrenzungen im Stadtpark.

Schließlich zeigt die Analyse, dass die Zukunft der Festwoche maßgeblich davon abhängt, wie gut es gelingt, die unterschiedlichen Interessen – wirtschaftliche Relevanz, gesellschaftliche Bedeutung und atmosphärische Qualität – in einer **strategischen Balance** zu halten. Die Festwoche verfügt über ein starkes Fundament, befindet sich aber in einem Transformationsprozess, der ein aktives Steuerungskonzept erfordert.

KAPITEL 8: Perspektiven – Wirtschaft, Gesellschaft und Emotion

Die Allgäuer Festwoche ist ein Ereignis, das sich nicht allein durch seine ökonomischen Kennzahlen beschreiben lässt. Ihre Bedeutung erschließt sich vielmehr durch das Zusammenspiel wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und emotionaler Dimensionen. Dieses Kapitel beschreibt den Dreiklang und zeigt auf welche Perspektiven sich daraus für die zukünftige Entwicklung ergeben.

Dreiklang der Allgäuer Festwoche



Abbildung 11: Dimensionen, der Dreiklang der Allgäuer Festwoche

8.1 Wirtschaftliche Perspektive

Aus wirtschaftlicher Sicht steht die Allgäuer Festwoche auf einem soliden Fundament. Der regionale Gesamteffekt von rund 19,1 Millionen Euro verdeutlicht die Bedeutung der Veranstaltung als wirtschaftlicher Impulsgeber. Die direkten Konsumausgaben der Besucherinnen und Besucher bilden dabei die größte Säule und tragen erheblich zu Umsatzsteigerungen in Gastronomie, Handel und Dienstleistungsbranchen bei. Auch die Aussteller mit lokal wirksamen Ausgaben tragen zu einer breiten Verteilung der Wertschöpfung bei.

Die wirtschaftliche Perspektive ist jedoch nicht frei von Herausforderungen. Die rückläufige Zahl der Aussteller und die klare räumliche Begrenzung des Stadtparkgeländes setzen dem Wachstum in quantitativer Hinsicht Grenzen. Zudem haben veränderte Konsumgewohnheiten und die zunehmende Preissensibilität der Besucher Auswirkungen auf die wirtschaftliche Bedeutung einzelner Ausstellergruppen. Darüber hinaus sind auch die zunehmenden Kosten für die Durchführung der Festwoche eine große Last für die Veranstaltung. Steigende Personalkosten, erhöhte Anforderungen an die Sicherheit und auch der allgemeine Kostendruck durch steigende Preise für Energie und benötigte Dienstleistungen sind eine große Belastung für die Etats der Stadt Kempten.

Gleichzeitig eröffnen sich durch die Festwoche auch neue wirtschaftliche Potenziale. Die steigende Nachfrage nach nachhaltigen, regional produzierten Produkten, nach Gesundheits- und Ernährungsthemen sowie nach innovativen Beratungsformaten kann dazu beitragen, neue Marktsegmente zu erschließen. Die Integration digitaler Elemente – beispielsweise digitale Informationssysteme, Ausstellerdatenbanken oder hybride Kontaktmöglichkeiten – könnte die Reichweite der Wirtschaftsausstellung erhöhen und zusätzliche Zielgruppen ansprechen.

Langfristig kann die wirtschaftliche Perspektive der Festwoche gestärkt werden, indem der Messecharakter stärker sichtbar gemacht und strategisch weiterentwickelt wird, ohne dabei den beliebten Festcharakter zu verlieren. Die Kunst besteht darin, wirtschaftliche Ansprüche und atmosphärische Qualitäten miteinander zu verbinden, sodass beide Bereiche voneinander profitieren.

8.2 Gesellschaftliche und kulturelle Perspektive

Die gesellschaftliche Bedeutung der Allgäuer Festwoche ist aus den Untersuchungen klar hervorgegangen. Sie dient als großformatige Bühne für Austausch, Begegnung und Partizipation. Der Festwoche kommt damit die Funktion eines sozialen Raums zu, der niedrigschwelligen Zugang bietet und breite Bevölkerungsgruppen miteinander verbindet. Dieser integrative Charakter ist im städtischen Kontext von hohem Wert, da er einen Beitrag zur sozialen Kohäsion leistet.

Besonders hervorzuheben ist die Rolle der Allgäuer Festwoche als Ort des **Gemeinschaftserlebens**. Die Besucherbefragungen haben gezeigt, dass viele Gäste die Festwoche als festen Bestandteil ihres Jahreskalenders betrachten. Sie fungiert als Treffpunkt unterschiedlicher Generationen und gesellschaftlicher Gruppen. Die häufig verwendete Metapher des „Klassentreffens des Allgäus“ beschreibt dieses Gefühl von Vertrautheit und Wiedersehen sehr treffend.

Die kulturelle Perspektive zeigt sich in der Verbindung von Musik, Kulinarik, Unterhaltung und traditionellem Brauchtum. Die Festwoche stärkt damit die kulturelle Identität der Region und ermöglicht es, Traditionen in zeitgemäßer Form erlebbar zu machen. Besonders wertvoll ist der hohe Anteil regionaler Vereine, Musikkapellen und kultureller Gruppen, die das Programm prägen und die kulturelle Vielfalt sichtbar machen.

Gleichzeitig bietet die Festwoche einen wichtigen Raum für öffentliche Kommunikation. Kommunale Akteure, politische Vertreter, Verbände und Institutionen nutzen die Veranstaltung, um mit Bürgerinnen und Bürgern in Kontakt zu treten. Dadurch wird die Festwoche auch zu einer politischen Kommunikationsplattform, die die regionale Demokratie stärkt und Dialog ermöglicht.

8.3 Emotionale Bindung und regionale Identität

Neben den wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Perspektiven spielt die emotionale Dimension eine herausragende Rolle für die Festwoche. Die emotionale Bindung, die viele Besucherinnen und Besucher mit der Festwoche haben, ist ein zentraler Erfolgsfaktor. Begriffe wie **Heimatgefühl, Lebensfreude, Vertrautheit und Verbundenheit** prägen die Wahrnehmung vieler Menschen und sind häufige Motive für den Besuch.

Diese emotionale Bindung entsteht aus dem Zusammenspiel mehrerer Faktoren: der vertrauten Kulisse des Stadtparks, den regionalen kulturellen Elementen, dem Wiedersehen mit Bekannten und der besonderen Atmosphäre, die aus der Mischung von Messe, Kultur und Volksfest entsteht. Die emotionale Komponente ist eng mit der regionalen Identität verknüpft, die durch die Festwoche gestärkt und sichtbar gemacht wird.

In den Experteninterviews wurde mehrfach betont, dass die Festwoche ein Stück gelebte Allgäuer Identität repräsentiert. Diese authentische Verankerung verschafft der Veranstaltung ein Profil, das in der regionalen Veranstaltungslandschaft einzigartig ist. Sie ist nicht einfach ein touristisches oder kommerzielles Event, sondern ein festes Element des kollektiven Selbstverständnisses der Region.

Die emotionale Perspektive ist insofern bedeutsam, als sie nicht isoliert betrachtet werden kann. Sie beeinflusst das wirtschaftliche Verhalten (z. B. Besucherloyalität, Teilnahmebeständigkeit) ebenso wie die gesellschaftliche Nutzung (z. B. Treffpunktfunktion) und die strategische Ausrichtung (z. B. regionale Positionierung). Die emotionale Bindung ist daher ein zentraler Faktor für die langfristige Stabilität und Attraktivität der Festwoche.

Quellenverzeichnis

Das folgende Quellenverzeichnis fasst alle in der Studie verwendeten Daten- und Informationsgrundlagen zusammen. Es umfasst sowohl unmittelbar genutzte Dokumente als auch ergänzende Literatur, die zur Kontextualisierung, Validierung und methodischen Einordnung herangezogen wurde. Die Strukturierung erfolgt in **Primärquellen**, **Sekundärquellen**, **Methoden- und Vergleichsliteratur** sowie **interne Materialien**, soweit diese im Rahmen der Präsentation genutzt wurden.

1. Primärquellen

Präsentation: „Studie zur Bedeutung der Wirtschaftsausstellung auf der Allgäuer Festwoche“

Hochschule Kempten, Institut für Nachhaltige und Innovative Tourismusentwicklung (INIT),

Erstellt durch Prof. Dr. Guido Sommer & Christiaan Niemeijer

Besucher- und Ausstellerbefragungen der Allgäuer Festwoche (2016, 2019, 2025)

Durchgeführt durch: – Mittelstands-Institut Kempten an der Hochschule Kempten (MIT) im Auftrag der Stadt Kempten

Experteninterviews zur Bedeutung der Allgäuer Festwoche

Durchgeführt im Rahmen der vorliegenden Untersuchung (2024/2025).

2. Sekundärquellen

AUMA – Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft

– AUMA-Veranstalter-Ausblick 2025/2026

Messen zwischen Effizienzdruck und Innovationsschub

Hrsg. AUMA Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.,
Berlin, August, 2025.

– AUMA-Trends 2025/2026

Messewirtschaft - Wandel ist unser ständiger Begleiter

Aktuelle Trends und Perspektiven zur deutschen Messewirtschaft.

Berlin, Juli 2025

– AUMA (Hrsg.) Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen und Ausstellungen in Deutschland

Schriftenreihe Institut der Deutschen Messewirtschaft

Edition 49; Berlin, 2018

ifo Institut – Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung

ifo Schnelldienst 10 / 2020 73. Jahrgang 14. Oktober 2020

Studien zu regionalökonomischen Effekten von Veranstaltungen und Messen

Branchen- und Marktanalysen regionaler Messen

- Veröffentlichungen zu Besucher- und Ausstellerentwicklung regionaler Verbrauchermessen
- Vergleichsdaten zu Maimarkt Mannheim, Südwestmesse, IBO Bodensee und Oberschwabenschau (öffentliche Presseinformationen und Verbandsdaten)

3. Methoden- und Vergleichsliteratur

AUMA (Verband der deutschen Messewirtschaft): Offizielle Kennzahlen und Daten

AUMA – Verband der deutschen Messewirtschaft. (2025.). Messe Deutschland: Kennzahlen. Abgerufen von www.auma.de

Prognos AG: Fundierte Analyse der gesamtwirtschaftlichen Effekte

Prognos AG. Die gesamtwirtschaftliche Bedeutung von Messen in Deutschland. 2025 Abgerufen von www.prognos.com;

IfM Bonn

Institut für Mittelstandsforschung. Die Zukunft der Messewirtschaft in Deutschland, 2010 Abgerufen von core.ac.uk

4. Interne Materialien und empirische Grundlagen bereitgestellt durch den Messe- und Veranstaltungs-Betrieb Kempten

- Ausstellerstatistiken der Allgäuer Festwoche (2015–2025)
- Besucherstatistiken der Allgäuer Festwoche (2015–2025)
- Preis- und Standmietenentwicklungen (Auswertung der Kempten Messe- und Veranstaltungs- Betrieb)