

## Pressemeldung

**Ihr Pressekontakt:**  
Europäischer Verband der  
Veranstaltungs-Centren e.V.  
Felix Lechla  
Tel. +49 (0) 69 915096987  
presse@evvc.org

Frankfurt, 04.05.2023

### **Veranstaltungsmarkt in Deutschland erholt sich schrittweise: Chancen durch quantitatives Wachstum und qualitative Weiterentwicklung Ergebnisse des Meeting- & EventBarometers 2022/23**

**Die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT), das GCB German Convention Bureau e.V. und der EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. präsentieren die Ergebnisse des neuen „Meeting- & EventBarometers 2022/2023“. Die zentralen Kennzahlen zum Markt von Tagungen, Kongressen und Events in Deutschland im Jahr 2022 bestätigen, dass die Zahl an Präsenzveranstaltungen deutlich gestiegen ist, während hybride und virtuelle Formate abgenommen haben. Aus den Ergebnissen lässt sich eine sukzessive Markterholung bei gleichzeitig voranschreitender struktureller Transformation ableiten.**

#### **Entwicklung der Geschäftsreisen im deutschen Incoming-Tourismus**

Die Zahl der internationalen Geschäftsreisen nach Deutschland hat sich 2022 im Vergleich zum Vorjahr von fünf auf elf Millionen mehr als verdoppelt. Damit verzeichnet auch das Business Travel-Segment nach zwei Jahren coronabedingter Rückgänge erstmals wieder Wachstum und erreicht rund 70 Prozent des Rekordniveaus aus dem Vorkrisenjahr 2019.

Im Vergleich zu den internationalen Wettbewerbern kann Deutschland seine Position als Geschäftsreiseziel Nummer 1 der Europäer mit 9,2 Millionen Geschäftsreisen weiter ausbauen und führt im Ranking mit deutlichem Abstand vor Frankreich (vier Millionen Geschäftsreisen) und Spanien (2,9 Millionen). Innerhalb des Marktes für Geschäftsreisen gewinnt das MICE-Segment post Corona an Bedeutung. 60 Prozent der Business Trips aus Europa nach Deutschland waren 2022 promotable Geschäftsreisen, aus den Überseemärkten lag deren Anteil sogar bei 67 Prozent. Gleichzeitig liegt die Recovery der promotablen Geschäftsreisen mit 74 Prozent deutlich über jener der klassischen Geschäftsreisen.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT: „Die Entwicklung dieses Marktsegmentes ist für uns außerordentlich wichtig, denn der Anteil der Geschäftsreisen am deutschen Incoming-Tourismus aus Europa liegt mit 20 Prozent fast doppelt so hoch wie im europäischen Durchschnitt (elf Prozent). Bei den Reisen aus Übersee erreichen die Business Traveller sogar einen Anteil von 33 Prozent. Um auch in Zukunft an der Recovery zu partizipieren, müssen wir uns kontinuierlich auf die sich verändernden Anforderungen des Marktes im Zuge der ökologischen Transformation einstellen: Mehr als die Hälfte der Veranstalter geben im Meeting- & EventBarometer an, dass ihre Kunden die Berücksichtigung von Nachhaltigkeit erwarten. Viele Akteure im Deutschlandtourismus haben sich auf diese Herausforderungen eingestellt: Fast zwei Drittel der Anbieterbetriebe haben Teile ihres

Angebotsportfolios bereits nachhaltig ausgerichtet, rund ein Fünftel hat sich bereits im gesamten Bereich der Lieferkette strategisch nachhaltig aufgestellt. Als wichtigste Gründe dafür nennen die Befragten zum einen die Einsparung von Ressourcen und zum anderen die Erwartungen der Kunden – ein wichtiger Beleg dafür, wie ökologische Transformation, Servicequalität und wirtschaftlicher Erfolg miteinander verbunden sind.“

### **Der deutsche Tagungs- und Kongressmarkt kommt zurück**

Die Entwicklung des deutschen Veranstaltungsmarktes 2022 unterstreicht dessen transformative Kraft angesichts multipler Herausforderungen ebenso wie die konstante Relevanz von Business Events im Kommunikationsmix von Organisationen. Insgesamt erreichte das reale Volumen der Veranstaltungen vor Ort (Präsenz, hybrid) im vergangenen Kalenderjahr wieder 48,5 Prozent des Niveaus von 2019. Die Erholung des Marktes zeichnet sich mit dem Ende der Corona-Maßnahmen von Beginn des zweiten Quartals bis Ende des Jahres 2022 ab. Das Veranstaltungsvolumen erreicht in diesem Zeitraum wieder 66 Prozent des Niveaus vor der Pandemie.

Die Zahl der Teilnehmer\*innen an Präsenzveranstaltungen beläuft sich auf 172 Millionen, zusammen mit den Vor-Ort-Teilnehmer\*innen hybrider Veranstaltungen sind es sogar 184 Millionen. Das bedeutet einen Zuwachs der reinen Präsenzteilnehmer\*innen von 246 Prozent (2021: 50 Mio). Zu den Präsenzteilnehmer\*innen kamen im letzten Jahr weitere 28,5 Millionen Online-Teilnehmer\*innen einer hybriden Veranstaltung (2021: 36,3 Mio) und weitere 53,4 Millionen reine Online-Teilnehmer\*innen (2021: 327 Mio). Während die Zahl der Online-Teilnehmer\*innen zurückging, erwiesen sich Präsenzveranstaltungen mit hybriden Elementen als die treibende Kraft auf dem Veranstaltungsmarkt. 2022 fanden in Deutschland über alle Formate – online, hybrid, analog – hinweg insgesamt 2,6 Millionen Veranstaltungen mit insgesamt 266,4 Millionen Teilnehmer\*innen statt.

### **Gestärkte Rolle von Business Events als Plattformen zum Wissensaustausch**

Beruflich motivierte Reisen nehmen im Vergleich zum Vorjahr wieder deutlich zu. Durch den Wegfall der Corona-Bestimmungen sind Kongresse, Tagungen und Seminare 2022 auch wieder deutlich größer geworden (bezogen auf die Teilnehmer\*innenzahl) als im Vorjahr: es gab eine starke Verlagerung hin zu größeren Veranstaltungen ab 101 Teilnehmer\*innen und einen entsprechend starken Rückgang bei den ganz kleinen Veranstaltungen (bis 50 Teilnehmer\*innen). Das Bedürfnis nach persönlichen Treffen ist deutlich gestiegen und relativiert das Verhältnis zu virtuellen und hybriden Veranstaltungen. „Business Events sind eines der wesentlichen Instrumente zur Lösung komplexer Sachverhalte. Menschen, die im beruflichen Kontext zusammenkommen, sorgen für Wissenstransfer, bilden Netzwerke und liefern so die Plattformen, auf denen Antworten für die großen Fragen unserer Zeit entwickelt werden. Insbesondere in einer Ära multipler, globaler Herausforderungen können sie die notwendigen Transformationsprozesse unterstützen und dem konstruktiven Dialog auf vielfältigen Ebenen und in variablen Formaten eine Bühne bieten“, so Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB German Convention Bureau e.V.

Die Zunahme beruflich motivierter Reisen spiegelt sich auch in den Zahlen internationaler Teilnehmer\*innen wider. Ihr Anteil betrug im Jahr 2022 durchschnittlich 3,9 Prozent (2021: 2 Prozent). Damit entwickelt sich die internationale Nachfrage zwar verhaltener als der nationale Markt, aber ebenfalls deutlich positiv.

### **Nachhaltigkeit zunehmend im Fokus**

Die Vor-Ort-Teilnehmer\*innen von hybriden Formaten bilden gemeinsam mit den Teilnehmer\*innen an reinen Präsenzformaten eine wachsende Gruppe von Menschen, die sich persönlich treffen will. Diese Zahlen verdeutlichen den Bedarf nach einem doppelten Fokus auf persönlicher Begegnung und

virtueller Vernetzung, der insbesondere von den befragten Veranstaltern mit Blick auf die Marktentwicklung der nächsten Jahre bestätigt wird.

Vor allem im Hinblick auf das Thema Nachhaltigkeit ist der sinnvolle Einsatz der Digitalisierung unumgänglich. In der aktuellen Befragung wird die Wichtigkeit von Nachhaltigkeit grundsätzlich höher bewertet als bei der letzten Befragung. Rund ein Fünftel der Anbieterbetriebe ist bereits im gesamten Bereich der Lieferkette strategisch nachhaltig aufgestellt. Die große Mehrheit der befragten Anbieter kann verschiedene Teilbereiche nachhaltiger Bestrebungen erfüllen, während weniger als 10 Prozent der Befragten sich nicht aktiv mit dem Thema beschäftigen. Für Veranstalter hat nachhaltiges Eventmanagement mit durchschnittlich 7,1 eine Bedeutung im oberen Bereich. Differenziert nach unterschiedlichen Aspekten von Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen liegt das Catering knapp vor der CO<sub>2</sub>-Kompensation und vor einem Zertifizierungssystem. Insgesamt beeinflusst Nachhaltigkeit zunehmend Unternehmensentscheidungen und damit die gesamte Veranstaltungsplanung.

### **Optimistische Zukunftsprognosen**

Basierend auf den Umsätzen aus 2022 sind die Aussichten für das Jahr 2023 und 2024 überaus positiv. Sämtliche Anbieter bzw. Betriebsarten gehen für die nächsten beiden Jahre von einer positiven Umsatzentwicklung von rund 20 Prozent aus. Die Veranstalter bestätigen diesen positiven Ausblick: 81 Prozent gehen von einer guten bis sehr guten Buchungslage in den kommenden Monaten aus und rechnen mit einem Budgetwachstum von rund 20 Prozent bis 2023/24. Diese optimistischen Prognosen belegen, dass die Durchführung von Veranstaltungen trotz unterschiedlichster Herausforderungen wieder stark gefragt ist.

### **Veranstaltungsmarkt zunehmend resilient gegenüber multiplen Herausforderungen**

Neben den positiven Aussichten stellen die Themen Energieversorgung, Inflation und Preissteigerung sowie Personalbedarf die größten Herausforderungen für die kommenden Jahre dar. Zu den meistgenannten Folgen der verschiedenen Herausforderungen zählen bei den Anbietern eine Veränderung der Gebäude-Bewirtschaftung und ein größerer Preisdruck durch die Kund\*innen. Für die Veranstalter zählen vor allem die steigenden Kosten und Budgetkürzungen zu den herausforderndsten Folgen.

Zusätzlich ist der Personal- und Fachkräftebedarf im Vergleich zum Vorjahr gestiegen. Am stärksten macht sich der Personalbedarf in den Tagungshotels bemerkbar. Fast 70 Prozent von ihnen geben an, dass sie auf der Suche nach Personal sind, was sich auf die Belastung der bestehenden Mitarbeiter\*innen auswirkt. Um dieser Situation entgegenzuwirken, wird vor allem auf Diversität in Teams gesetzt sowie auf die stärkere Förderung von Frauen. Darüber hinaus ist die Planung flexibler Arbeitszeitmodelle ein weiterer Schritt. „Die Auseinandersetzung mit Themen der Diversität und Gleichberechtigung sind wichtige Lösungsansätze für den Fachkräftebedarf und wirken als positive Wettbewerbsfaktoren für Unternehmen“, ist Ilona Jarabek, Präsidentin des EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. überzeugt.

### **Ausblick**

Die Ergebnisse des Meeting- & EventBarometers 2022/23 zeigen: Die Strahlkraft von Veranstaltungen ist ungebrochen. Die Teilnahme an Präsenzveranstaltungen – die den größten Anteil aller Teilnehmer\*innen über alle Formate hinweg ausmacht – unterstreicht deren hohe Relevanz als Kommunikationsinstrument von Unternehmen und Organisationen. Dennoch sind auch die digitalen Formate weiterhin von großer Bedeutung und bilden auch in Zukunft eine wichtige Rolle im Kommunikationsmix. Jenseits der physischen Reise erschafft die Digitalisierung enorme Möglichkeitsräume, Reichweiten von Veranstaltungen zu vergrößern und auch diejenigen zu inkludieren, die aus unterschiedlichen Gründen nicht vor Ort anwesend sein können oder wollen.

Insgesamt zeigt sich der deutsche Tagungs- und Kongressmarkt gegenüber den aktuellen multiplen Herausforderungen resilient und zukunftsfähig. Künftige Business Events werden vor allem durch

kurzfristige Planungszyklen, einen höheren Einfluss von Nachhaltigkeitsaspekten sowie einen erhöhten Personalbedarf bestimmt. Diese Rahmenbedingungen erschaffen gleichzeitig einen enormen Möglichkeitsraum, um neue innovative Lösungen voranzutreiben, die nachhaltig und zukunftsfähig sind.

### **Über das Meeting- & EventBarometer Deutschland**

Das Meeting- & EventBarometer ist die einzige Studie, die den gesamten Veranstaltungsmarkt – sowohl den Kongress- als auch den Eventbereich – in Deutschland untersucht und ein aussagekräftiges Bild dieser Branche zeichnet. Initiatoren sind der EVVC Europäische Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. das GCB German Convention Bureau e.V. und die Deutsche Zentrale für Tourismus e.V. (DZT). 2022 haben die Partner bereits zum 16. Mal das Europäische Institut für TagungsWirtschaft (EITW) beauftragt, den Veranstaltungsmarkt zu beleuchten.

### **Über die DZT**

Die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) vertritt das Reiseland Deutschland im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz und wird von diesem aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages gefördert. In enger Zusammenarbeit mit ihren Partnern aus dem Deutschlandtourismus, Verbänden und Wirtschaftsunternehmen entwickelt die DZT Strategien und Marketingkampagnen, um das positive Image der deutschen Reisedestinationen im Ausland auszubauen und den Tourismus nach Deutschland zu fördern.

Die zentralen strategischen Handlungsfelder der DZT sind:

- zielgerichtete Marktforschung und Analyse der marktspezifischen Kundennachfrage von verschiedenen reisebezogenen wertebasierten Lebenswelten im Kontext von Nachhaltigkeit und Kultur
- Relationship-Management und Knowhow-Transfer zur Unterstützung der mittelständisch geprägten Reisewirtschaft
- Steigerung der Brand Awareness und Schärfung des Markenprofils des Reiselandes Deutschland mit dem Fokus auf Nachhaltigkeit und Klimaschutz.

### **Schwerpunkthemen Nachhaltigkeit und Digitalisierung**

Die DZT fördert einen zukunftsgerichteten Tourismus in Einklang mit der Zielsetzung der Bundesregierung. Nachhaltigkeits- und Digitalisierungsthemen stehen dabei im Fokus.

Um den Incoming-Tourismus nachhaltiger und zugleich wettbewerbsfähig zu gestalten, verfolgt die Organisation eine Drei-Säulen-Strategie, die den externen Wissenstransfer und einen begleitenden Kommunikationsansatz mit einer organisationsinternen Nachhaltigkeitsinitiative koppelt. Die DZT positioniert das Reiseland Deutschland im internationalen Wettbewerb als Reiseziel mit nachhaltigen und inklusiven Angeboten.

Die DZT ist Schrittmacher bei der Implementierung immersiver Technologien (Virtual, Augmented und Mixed Reality), bei der Nutzung von Conversational Interfaces (z.B. Sprachassistenten) und Anwendungen künstlicher Intelligenz (KI), beispielsweise in Chatbots. Um die Sichtbarkeit touristischer Angebote auf KI-gestützten Vermarktungsplattformen zu sichern, koordiniert die DZT das gemeinsame Open Data/Knowledge Graph-Projekt der deutschen Tourismuswirtschaft.

Die DZT unterhält 25 Ländervertretungen und steuert diese von ihrer Zentrale in Frankfurt am Main. Weitere Informationen unter [www.germany.travel/presse](http://www.germany.travel/presse)

### **Über den EVVC - Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.**

Der EVVC - Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. repräsentiert rund 650 Veranstaltungszentren, Kongresshäuser, Arenen und Special Event Locations in Europa. Veranstaltungsplaner und Zulieferbetriebe ergänzen das Spektrum und machen den EVVC zum vielseitigsten Netzwerk der Branche.

Seinen Mitgliedern und Partnern bietet er die Plattform für vertrauensvolle und offene Kommunikation, wichtige Informationen und Hilfestellungen für die tägliche Arbeit sowie Impulse für branchenrelevante Themen der Gegenwart und Zukunft. Grundprämisse ist die Verpflichtung zu nachhaltigem Handeln und die Umsetzung entsprechender Maßnahmen. Mehr unter [www.evvc.org](http://www.evvc.org)

### **Über das GCB German Convention Bureau e.V.**

Aufgabe des GCB German Convention Bureau e.V. ist es, die Positionierung Deutschlands als eine weltweit führende und nachhaltige Kongress- und Tagungsdestination zu sichern und weiter auszubauen.

Als Impulsgeber für Innovationsthemen in der Tagungs- und Kongressbranche bietet das GCB seinen Mitgliedern

hochwertige Marktforschungsdaten. Durch die Entwicklung von zielgruppenspezifischen Marketingaktivitäten ist das GCB in den internationalen Märkten sowie national präsent und fördert die Mitglieder und Partner bei der Vermarktung ihres Angebotes.

Über 160 Mitglieder, die rund 380 Betriebe repräsentieren, zählen zu den führenden Hotels, Kongresszentren, Locations, städtischen Marketingorganisationen, Veranstaltungsagenturen sowie Dienstleistern aus der deutschen Tagungs- und Kongressbranche. Als Strategische Partner unterstützen die Deutsche Lufthansa, die Deutsche Bahn und die DZT Deutsche Zentrale für Tourismus die Arbeit des GCB. Strategischer Messe-Partner ist die IMEX Group. Das Frankfurt Airport Marriott Hotel - Sheraton Frankfurt Airport Hotel & Conference Center, das Hamburg Convention Bureau und die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein unterstützen das GCB als "Partner im Fokus 2023". Informationen zum Tagungsland Deutschland unter [www.gcb.de](http://www.gcb.de)

#### **Über das Europäische Institut für TagungsWirtschaft (EITW)**

Das Europäische Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW) hat sich auf die aktuelle Auseinandersetzung mit innovativen Projektarbeiten aus dem Meeting- und Eventbereich spezialisiert; dabei liefert das EITW den Entscheidern von Kongressdestinationen konkrete Marktdaten sowie differenzierte Wirtschaftskraftberechnungen. Das EITW betreibt deutschland- und europaweit Trendforschung im MICE-Markt, kooperiert mit Dach- bzw. Fachverbänden und pflegt Kontakte zu internationalen Wissenschaftseinrichtungen. Mehr unter [www.eitw.eu](http://www.eitw.eu)

Redaktionelle Rückfragen richten Sie bitte an:

Herrn Felix Lechla, Tel. +49 (0) 69 915096987, E-Mail: [presse@evvc.org](mailto:presse@evvc.org)