

Meeting- & EventBarometer Deutschland 2022/2023

Die Deutschland-Studie des
Kongress- und Veranstaltungsmarktes



- 1 **Key Findings**
- 2 **Entwicklung der Nachfrage**
- 3 **Entwicklung des Angebots**
- 4 **Herkunft der Veranstalter**
- 5 **Umsätze & Budgets**
- 6 **Fokusthemen**
- 7 **Fokusthema: Personal**
- 8 **Fokusthema: Nachhaltigkeit**
- 9 **Ausblick & Prognosen**
- 10 **Projektdesign**



Key Findings



**Veranstaltungsmarkt
in Deutschland erholt
sich schrittweise:
Bereinigte Recovery
bereits 66 %**



**Rolle von Business
Events bestätigt:
Beruflich motivierte
Veranstaltungen
dominieren**



**Digitale Formate bleiben
von Bedeutung:
Veranstalter planen
wieder mit mehr
digitalen und hybriden
Events**



**Nachhaltigkeit steht
zunehmend im Fokus:
Veranstalter sehen
Ressourceneinsparung
als Chance**



**Veranstaltungsmarkt
resilient:
Herausforderungen
Personal, Inflation und
Energie**

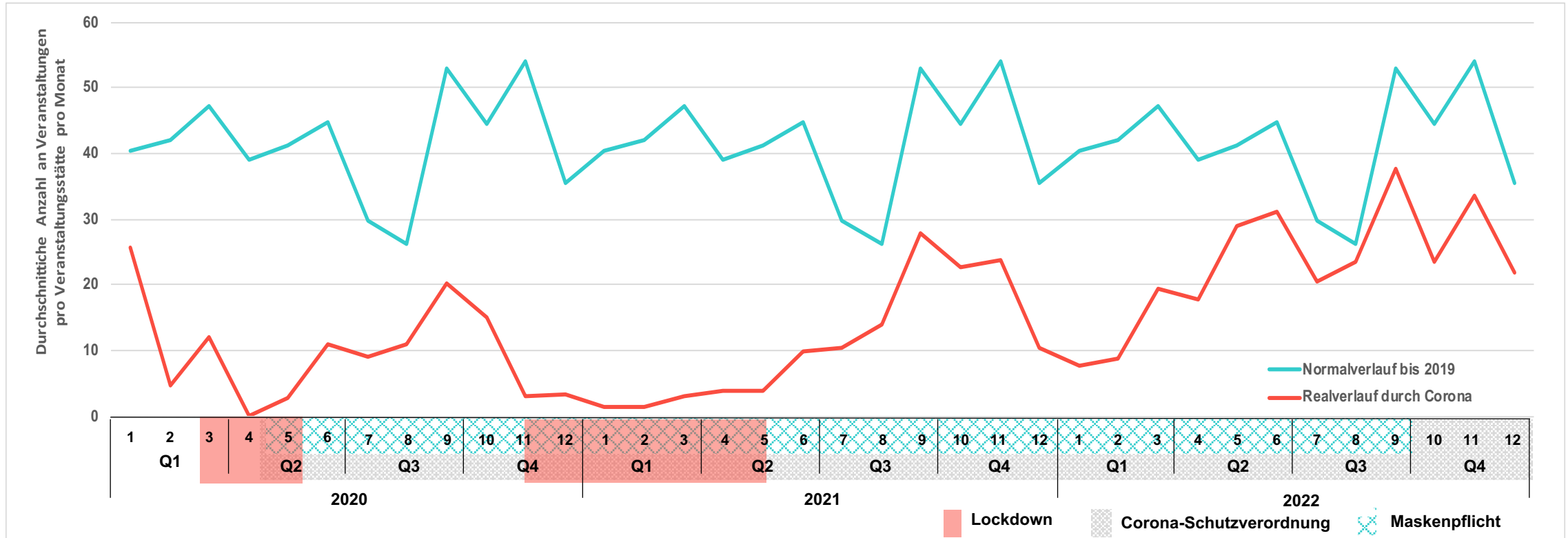


**Zukunftsaussichten
optimistisch:
Anbieter und Veranstalter
rechnen mit steigenden
Budgets**



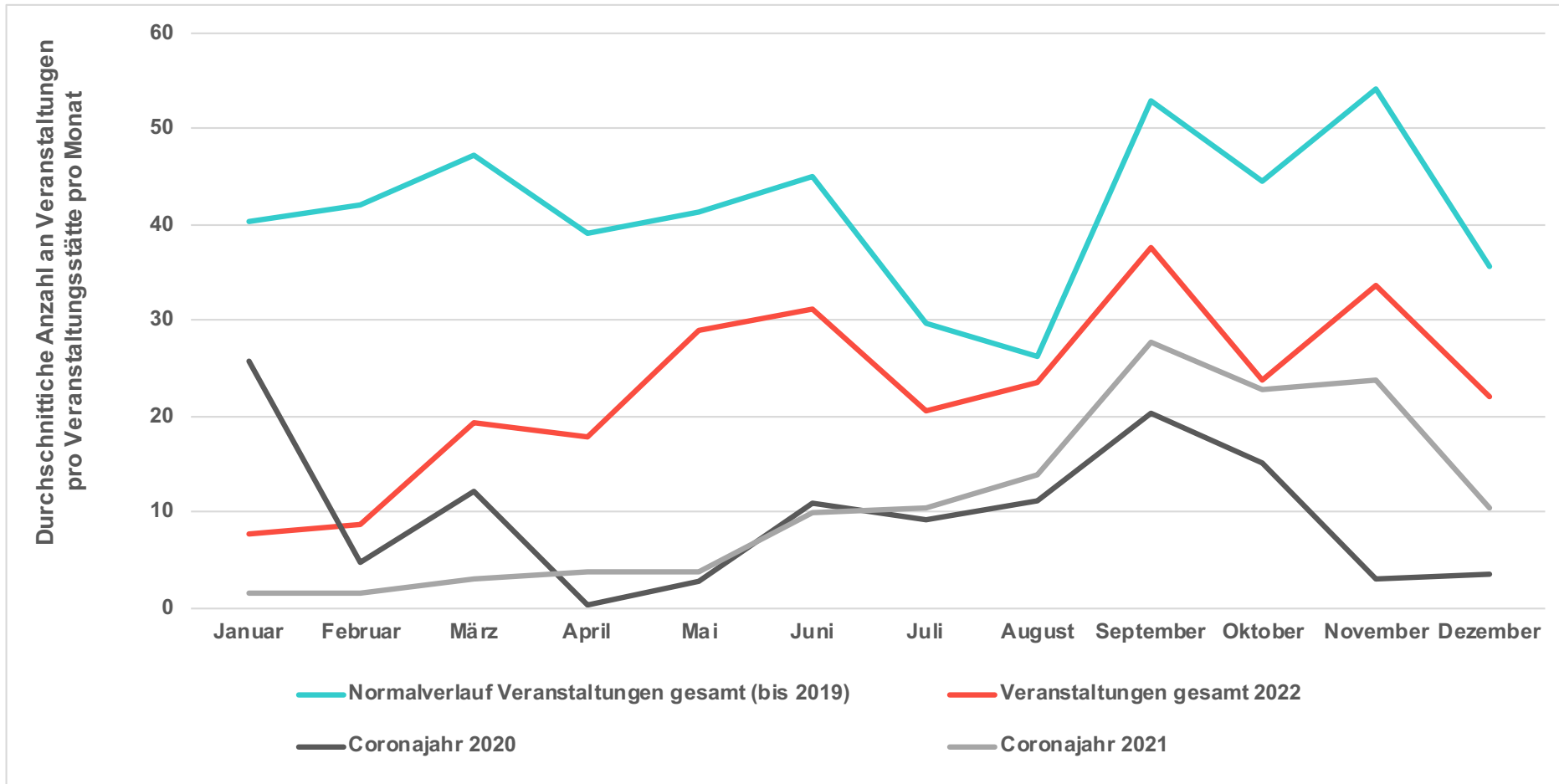
Entwicklung der Nachfrage

Recovery – Die Entwicklung 2020 bis 2022 in der Übersicht



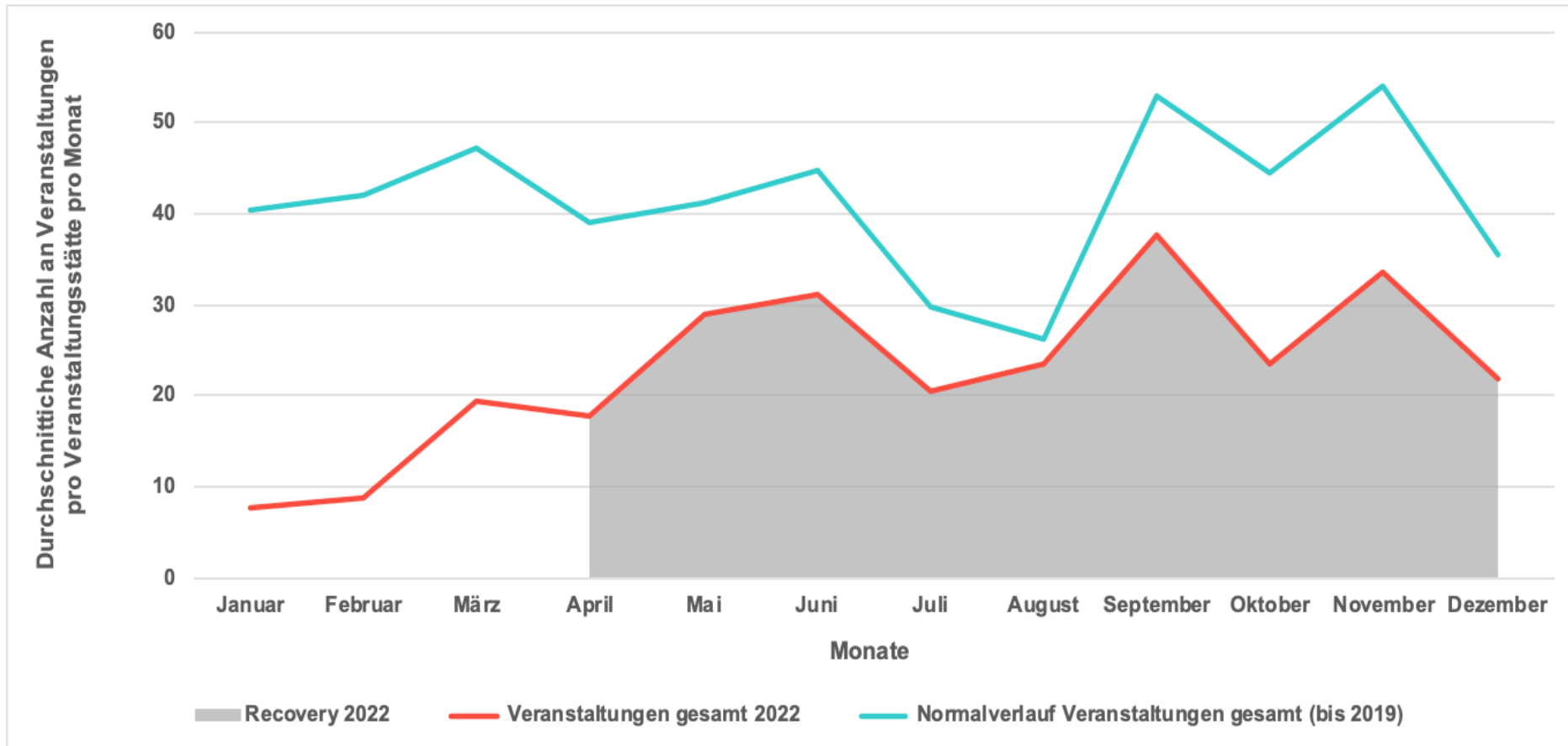
Eigene Berechnungen: EITW 2020-2023

Recovery – Jahresübersichten der drei Corona-Jahre im Vergleich



Eigene Berechnungen: EITW 2020-2023

Bereinigte Recovery: Ab Q2 – 66% im Vergleich zu 2019



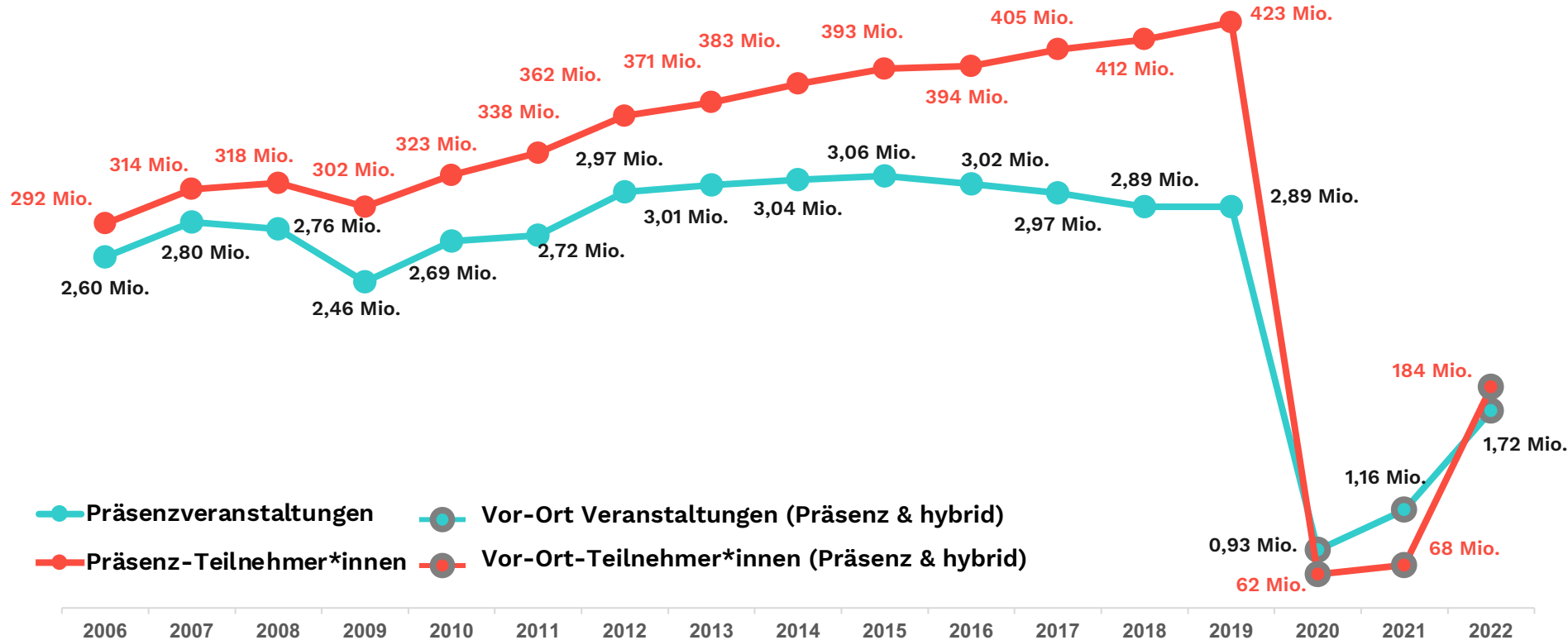
Die Recovery beginnt ab Q2 im Jahr 2022. In der Zeit von Q2 bis Q4 wurden in Bezug auf das Veranstaltungsvolumen 65,7 Prozent des Normalverlaufs für diesen Zeitraum wieder erreicht.

Eigene Berechnungen: EITW 2020-2023

Nachfrageseite: Teilnehmer*innen und Veranstaltungen vor Ort



Entwicklung der Teilnehmer*innen und Veranstaltungen vor Ort von 2006 bis 2022



Im Vergleich zu 2021 nahm die Zahl an reinen Präsenzveranstaltungen und –teilnehmer*innen wieder deutlich zu.

Insgesamt erreicht das Volumen der Veranstaltungen vor Ort (Präsenz, hybrid) 2022 wieder 59,7%* des Niveaus von 2019 (vor Corona).

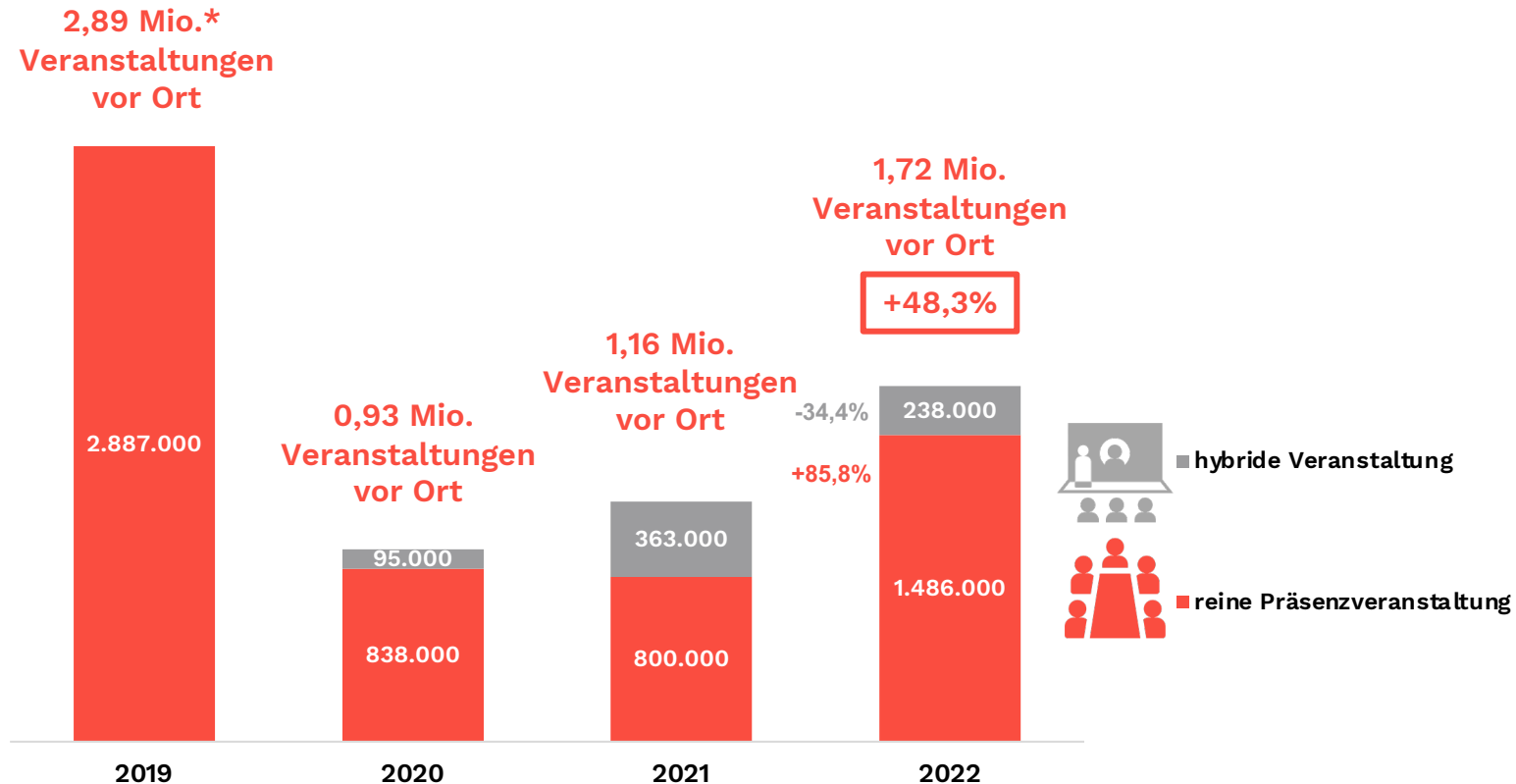
Hinweis: bis 2019 wurden ausschließlich Präsenzveranstaltungen erfasst.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2007 bis 2023: Gesamtzahl der Veranstaltungen, Gesamtzahl der Teilnehmer*innen

*Nachträglich korrigierter Wert. Stand 21. September 2023

Comeback der reinen Präsenzveranstaltungen

Entwicklung der Veranstaltungen ab 2019 bis 2022



Basierend auf den Angaben der Anbieterbetriebe wurde die Zahl der **Präsenzveranstaltungen** ermittelt. Diese streben mit der Aufhebung der Corona-Bestimmungen 2022 wieder deutlich nach oben.

Im Vergleich zu 2021 nahm die Anzahl an reinen Präsenzveranstaltungen wieder stark zu, jedoch ging damit ein Rückgang der hybriden Veranstaltungen einher.

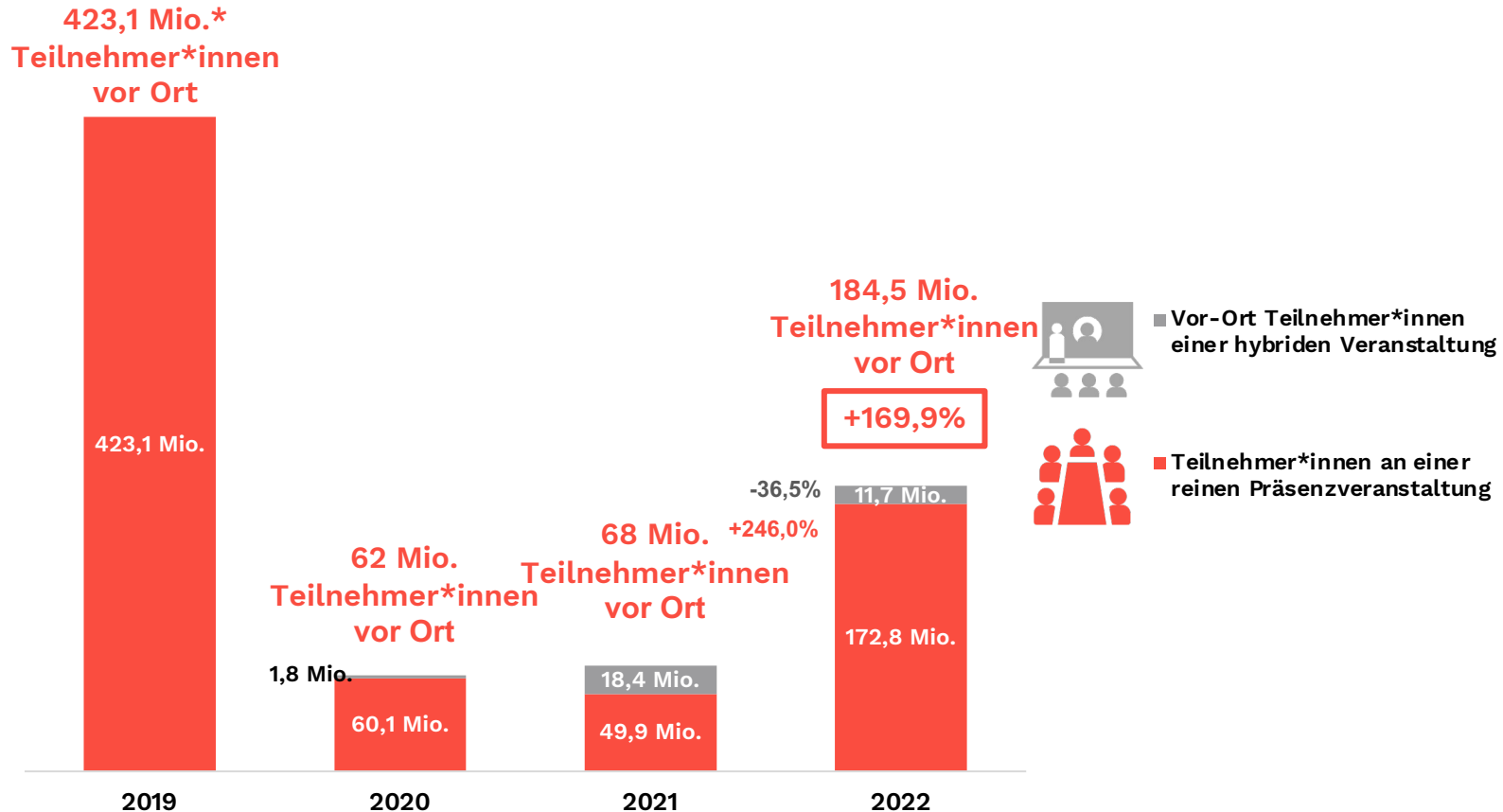
2022 fanden mit 1,72 Mio. Veranstaltungen 48,3 Prozent mehr Veranstaltungen vor Ort (Präsenz-Veranstaltungen plus hybride Veranstaltungen) statt als im Vorjahr.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2020 - 2023: Gesamtzahl der Veranstaltungen vor Ort

* Die Erfassung der verschiedenen Veranstaltungsformen Präsenz, hybrid und virtuell wurde erst ab 2020 vollzogen.

Teilnehmer*innen vor Ort kommen zurück

Entwicklung der Veranstaltungen von 2019 bis 2022



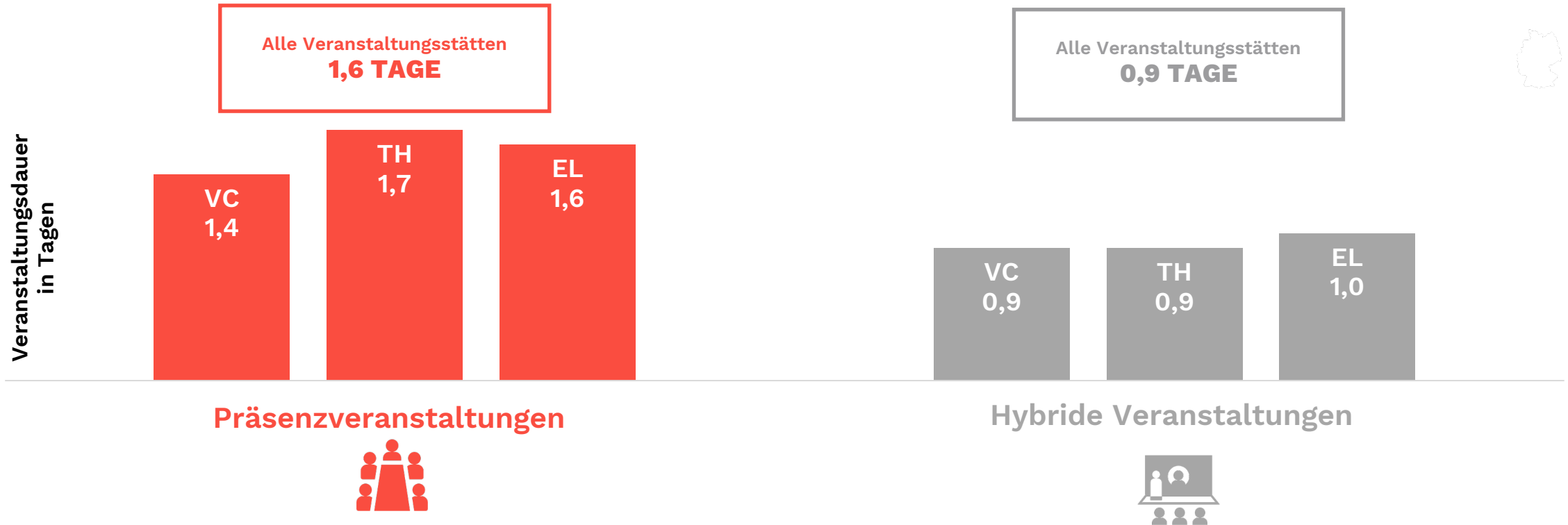
Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2020 - 2023: Anzahl der Präsenz-Teilnehmer*innen bzw. Teilnehmer*innen vor Ort
 * Die Erfassung der verschiedenen Veranstaltungsformen Präsenz, hybrid und virtuell wurde erst ab 2020 vollzogen

Auch die Zahl der **Teilnehmer*innen vor Ort** wurde basierend auf den Angaben der Anbieterbetriebe ermittelt.

Im Vergleich zu 2021 nahm die Anzahl der Teilnehmer*innen an reinen Präsenzveranstaltungen wieder stark zu, der jedoch durch den Rückgang der Teilnehmer*innen vor Ort an hybriden Veranstaltungen etwas abgeschwächt wurde. Die Teilnehmer*innen vor Ort (Teilnehmer*innen an Präsenzveranstaltungen plus Vor-Ort Teilnehmer*innen von hybriden Veranstaltungen) nahmen 2022 um 169,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu.

Präsenzveranstaltungen werden 2022 wieder länger

Dauer über alle Anbieter und nach Art der Veranstaltungsstätte



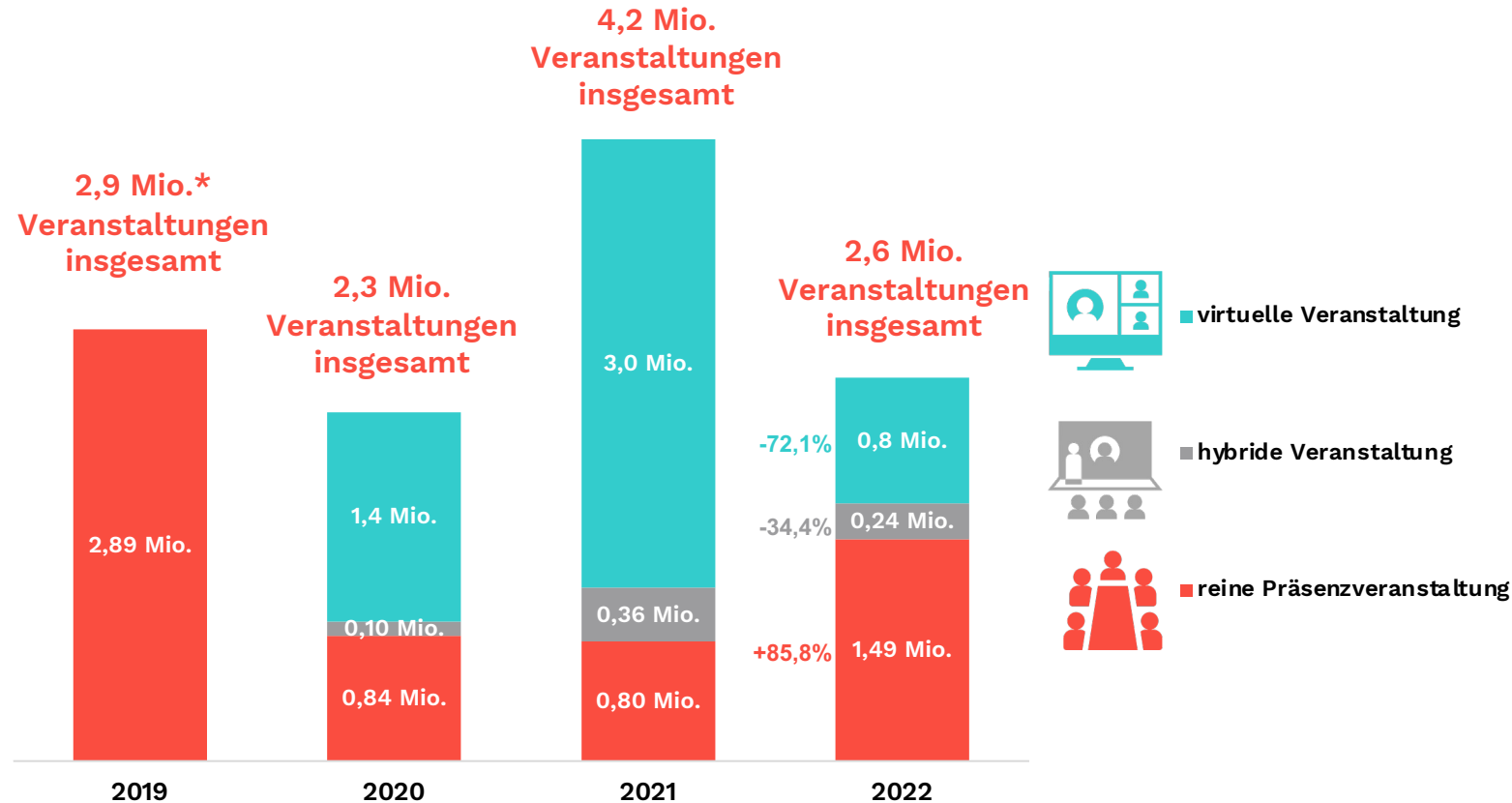
Präsenzveranstaltungen hatten bei den Anbietern grundsätzlich die längste Dauer, gefolgt von hybriden Veranstaltungen. Im Vergleich zu 2021 ist die Dauer der Präsenzveranstaltungen wieder leicht angestiegen (2021 = 1,4 Tage). Dies lässt sich auf längere Veranstaltungen in den Veranstaltungs-Centren (2021 = 1,2 Tage) und den Eventlocations (2021 = 1,1 Tage) zurückführen. In den Tagungshotels dauerten die Präsenzveranstaltungen am längsten (2021 = 1,7 Tage).

Die Dauer der hybriden Veranstaltungen ist konstant geblieben (2021 = 0,9 Tage). Diese dauern in den Eventlocations mit minimalem Abstand am längsten.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Gesamtzahl der Veranstaltungen 2022 und deren Dauer
Anbieter n=264

Präsenz/hybrid/digital - neuer Veranstaltungssplit zeichnet sich ab Barometer

Entwicklung der Veranstaltungen von 2019 bis 2022



Alle Veranstaltungen summieren sich im Jahr 2022 auf 2,6 Mio. auf (2021 = 4,2 Mio.).

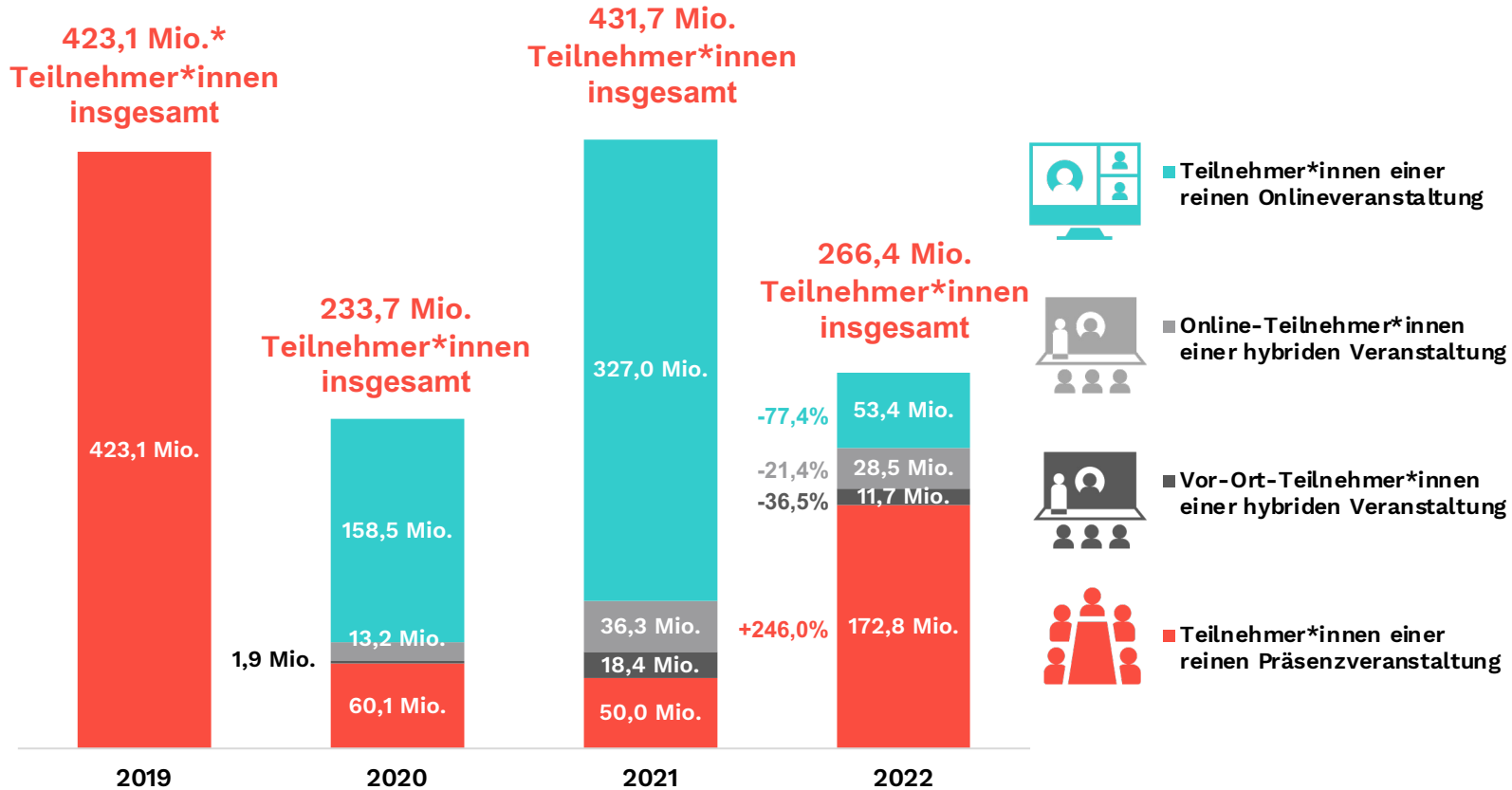
Betrachten wir nur die Veranstaltungen vor Ort (Präsenz und Hybrid) in der Summe, dann ist hier ein Zuwachs von 48,3% gegenüber dem Vorjahr festzustellen (Zuwachs von 85,8% bei reinen Präsenzveranstaltungen & Rückgang von 34,4% bei den hybriden Veranstaltungen). Wir beobachten hier also ein Comeback der reinen Präsenzveranstaltungen.

Betrachten wir die virtuellen Veranstaltungen, zeigt sich, dass diese im Vergleich zum letzten Jahr stark abgenommen haben.

Basis: EITW, Anbieter- & Veranstalterbefragungen 2020 - 2023: Gesamtzahl der Veranstaltungen gesamt.
* Die Erfassung der verschiedenen Veranstaltungsformen Präsenz, hybrid und virtuell wurde erst ab 2020 vollzogen.

Teilnehmer*innen: Trend zum neuen Split zeichnet sich ab Meeting- & EventBarometer

Entwicklung der Teilnehmer*innen von 2019 bis 2022



Die Teilnehmer*innen in der Summe ergeben für das Jahr 2022 insgesamt 266,4 Mio. und liegen damit durch den Einbruch bei den virtuellen Veranstaltungen deutlich unter der Teilnehmer*innenzahl aus dem vorherigen Jahr 2021.

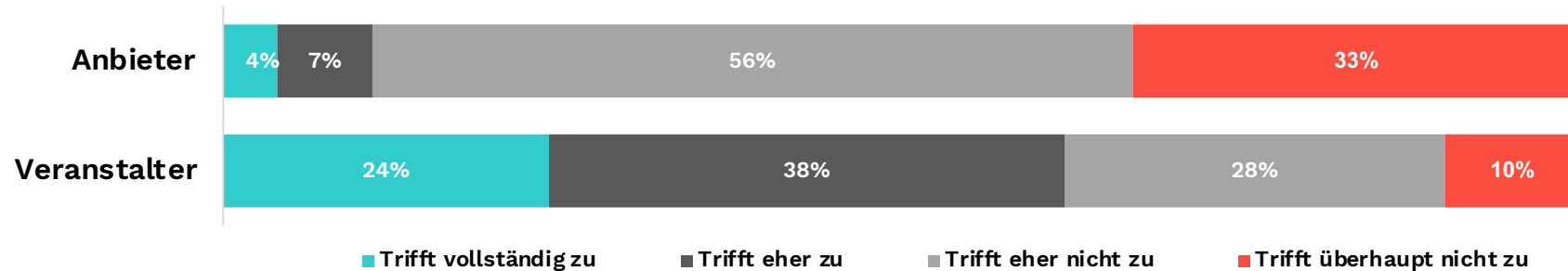
Basis: EITW, Anbieter- & Veranstalterbefragungen 2020 - 2023: Anzahl der Teilnehmer*innen gesamt
 * Die Erfassung der verschiedenen Veranstaltungsformen Präsenz, hybrid und virtuell wurde erst ab 2020 vollzogen.

Anbieter und Veranstalter fassen Digitalisierung unterschiedlich auf

Statement: „Veranstaltungen werden wieder vermehrt virtuell durchgeführt.“



Meinungsbild
zum Statement



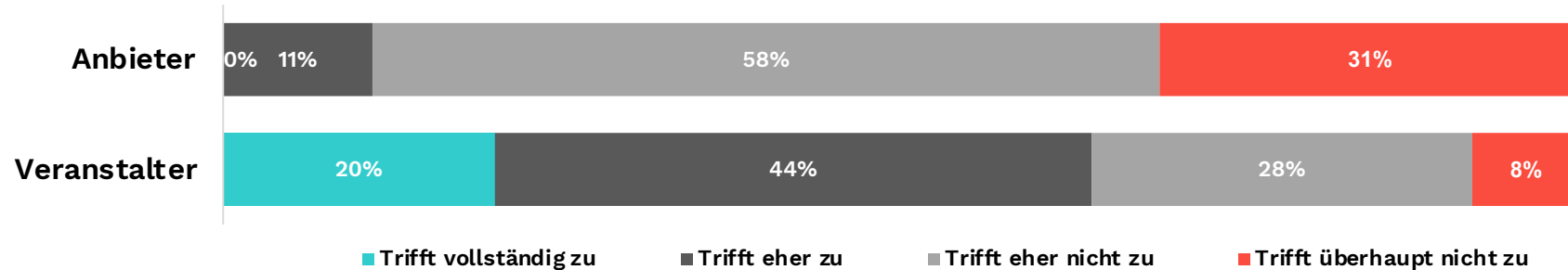
Veranstalter und Anbieter haben hier unterschiedliche Auffassungen – für Veranstalter ist vor allem die virtuelle Durchführung von Veranstaltungen (62 Prozent trifft eher bis vollständig zu) ein Thema, während um die 90 Prozent der Anbieter (eher) nicht zustimmen.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken?
Anbieter n=191, Veranstalter n=597

Hybride Veranstaltungen in den Köpfen der Veranstalter stärker präsent

Statement: „Veranstaltungen werden überwiegend hybrid geplant.“

Meinungsbild
zum Statement



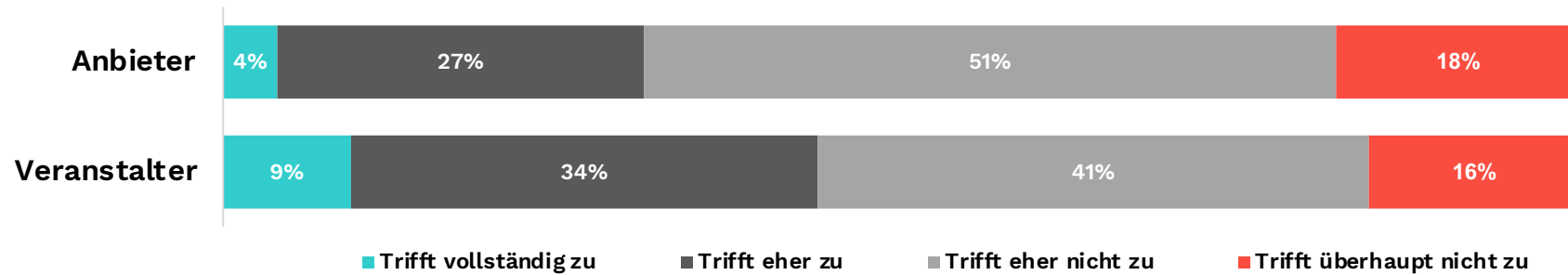
Fast zwei Drittel der Veranstalter stimmen dem Statement (eher) zu, dass Veranstaltungen überwiegend hybrid geplant werden. Die Anbieter spüren diese Entwicklung bislang nicht – für fast 90 Prozent trifft diese Aussage (eher) nicht zu.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken?
Anbieter n=191, Veranstalter n=597

Dauer von Business Events in Zukunft stabil

Statement: „Veranstaltungen werden kürzer.“

Meinungsbild
zum Statement

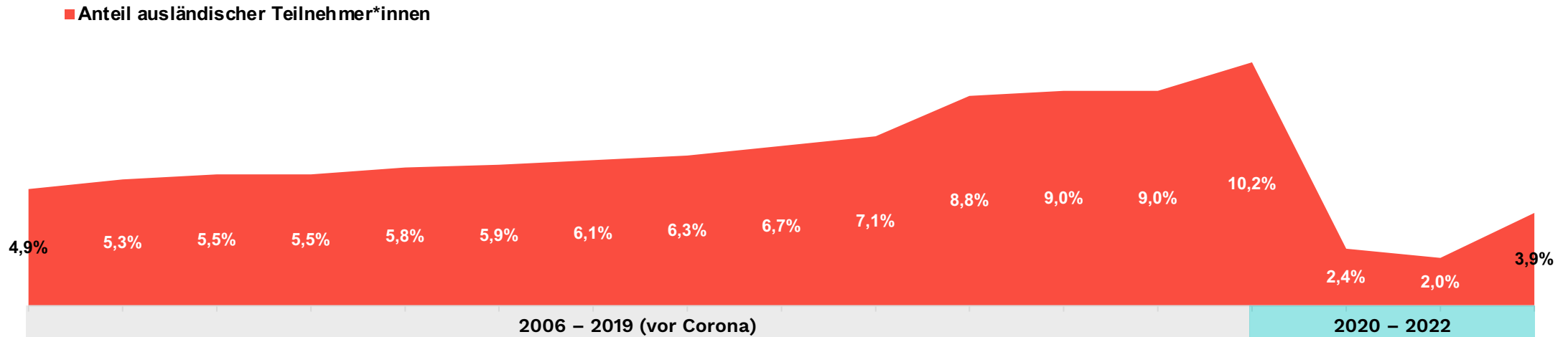


Über die Hälfte der **Anbieter** und **Veranstalter** gehen davon aus, dass Veranstaltungen in Zukunft nicht kürzer werden.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken?
Anbieter n=183, Veranstalter n=587

Anteil internationaler Teilnehmer*innen steigt wieder

Internationale Teilnehmer*innen bei Präsenzveranstaltungen in Deutschland



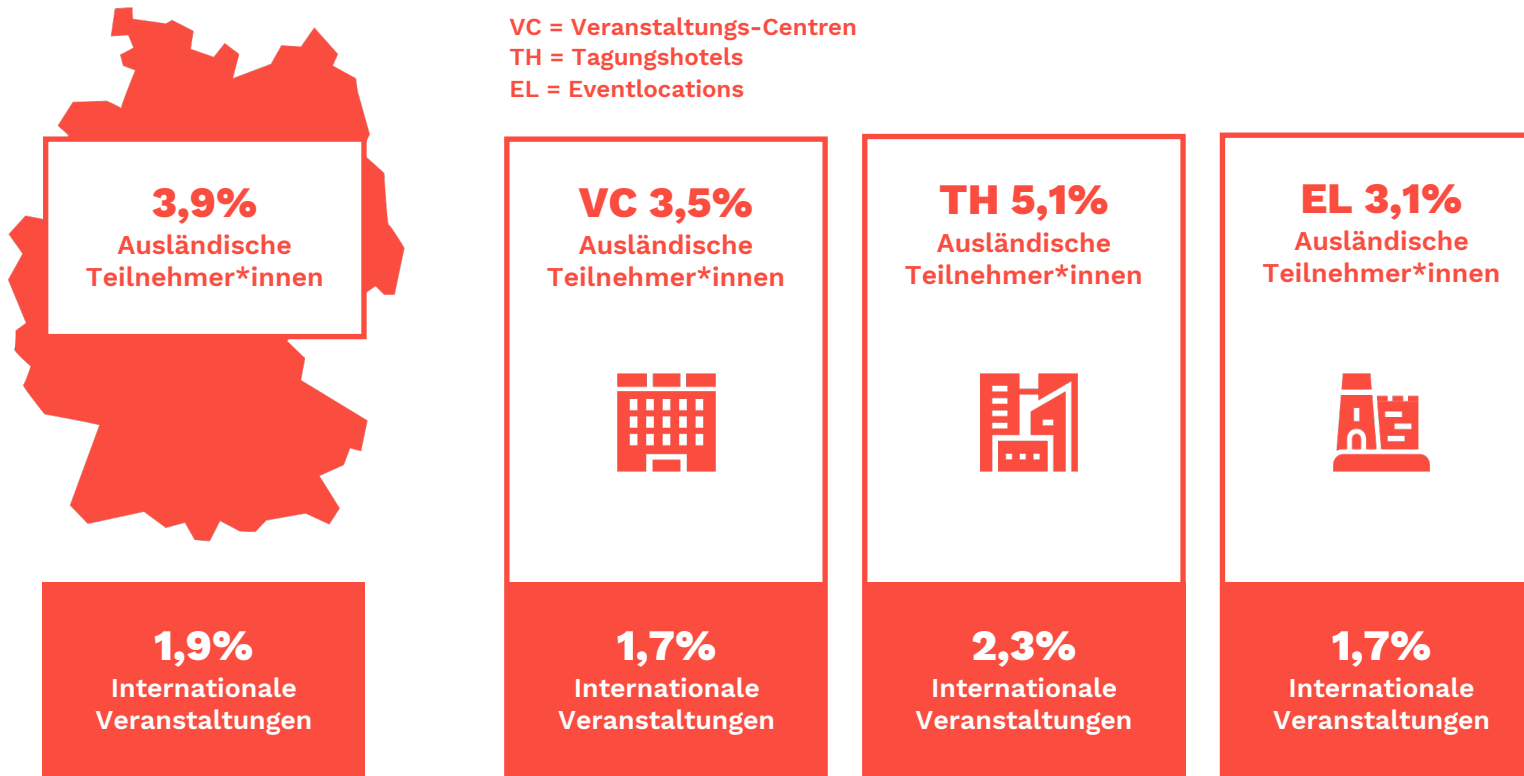
Der Anteil ausländischer Teilnehmer*innen betrug 2022 durchschnittlich 3,9 Prozent (2021 = 2,0 Prozent).

Je nach Art der Veranstaltungsstätte schwankte der Anteil ausländischer Teilnehmer*innen. In den Tagungshotels lag der Anteil mit 5,1 Prozent höher als in den Veranstaltungs-Centren (3,5 Prozent) und in den Eventlocations (3,1 Prozent).

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2007 bis 2023: Gesamtzahl der Teilnehmer*innen, davon aus dem Ausland

Tagungshotels mit größtem Anteil internationaler Teilnehmer*innen

Anteil internationaler Teilnehmer*innen bei Präsenzveranstaltungen in Deutschland



Der Anteil **ausländischer Teilnehmer*innen** betrug 2022 durchschnittlich 3,9 Prozent (2021 = 2,0 Prozent).

Je nach Art der Veranstaltungsstätte variierte der Anteil ausländischer Teilnehmer*innen. Er lag in den Tagungshotels mit 5,1 Prozent etwas höher als in den Veranstaltungs-Centren (3,5 Prozent) und in den Eventlocations, wo der Anteil 3,1 Prozent ausmachte.

Der Anteil von **internationalen Veranstaltungen** (mindestens 10 Prozent ausländische Teilnehmer*innen) lag 2022 bei 1,9 Prozent (2021 = 1,0 Prozent). In den Tagungshotels wurden mit 2,3 Prozent die meisten internationalen Veranstaltungen durchgeführt, gefolgt von den Veranstaltungs-Centren und Eventlocations (jeweils 1,7 Prozent).

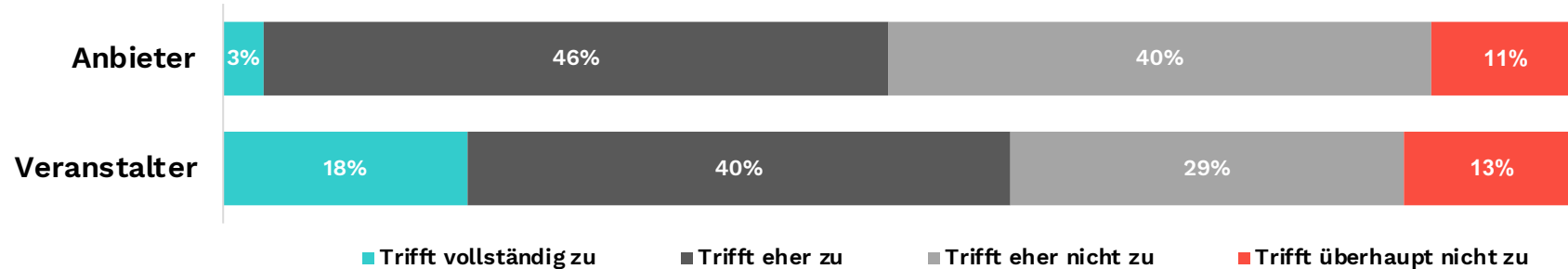
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Anteil der Präsenzteilnehmer*innen aus dem Ausland in % bei allen Veranstaltungen Anbieter n=164 (bitte eventuell schätzen); Bitte geben Sie die Anzahl internationaler Veranstaltungen an (Angabe als absolute Zahl). Anbieter n=218

Entscheidung für internationale Teilnahme zukünftig bewusster?



Statement: „Die Anzahl der internationalen Teilnehmer*innen geht zurück.“

Meinungsbild
zum Statement

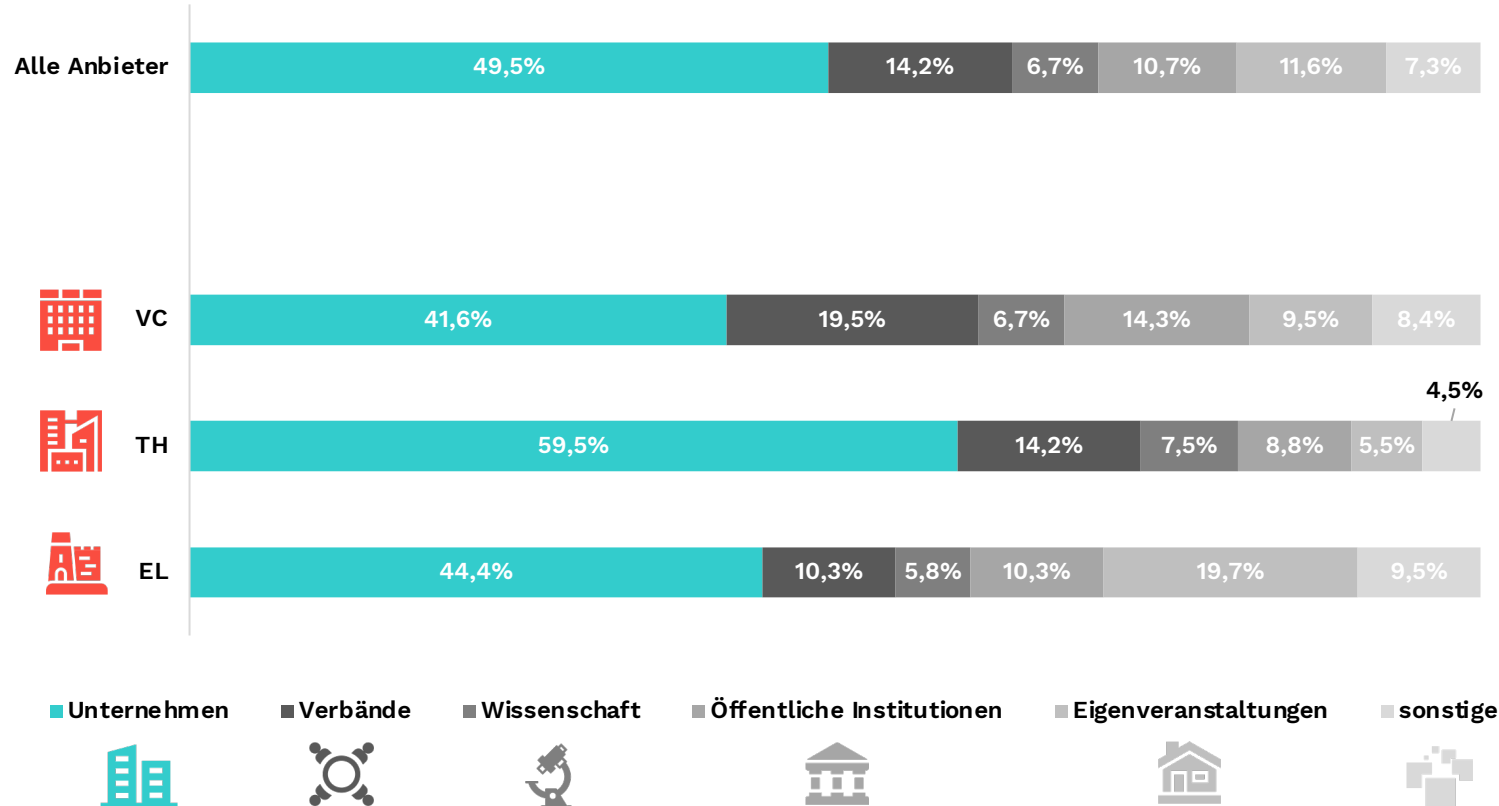


Die **Veranstalter** gehen tendenziell davon aus, dass die Zahl der internationalen Teilnehmer*innen zurück gehen wird (58 Prozent). Die **Anbieter** sind geteilter Meinung.

Beachte: Die Statements beziehen sich auf die zukünftige Entwicklung von Business Events. Die Aussagen der Befragten sind nicht auf den für 2022 ermittelten Anteil ausländischer Teilnehmer*innen anzuwenden, da sich der Gesamtmarkt hier noch in der Erholung befand.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken?
Anbieter n=150, Veranstalter n=582

Corporates wichtigste Kundengruppe



Die **Unternehmen** waren 2022 die anteilig größte Veranstalter-Gruppe. Mit deutlichem Abstand folgten die Verbände als zweitwichtigste Kundengruppe.

Im Vergleich zum Vorjahr hat der Anteil der Unternehmen wieder zugenommen (+ 8 Prozentpunkte), während die Anteile aller anderen Veranstalter-Arten – mit Ausnahme der Wissenschaft – leicht zurückgegangen sind.

Am deutlichsten machte sich die „Rückkehr“ der Unternehmen bei den Veranstaltungszentren bemerkbar (+12,4 Prozentpunkte).

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Bitte geben Sie an, aus welchen Veranstalter-Arten sich Ihre Veranstaltungen prozentual zusammensetzen
Anbieter n=212



Entwicklung des Angebots

Veranstaltungsstätten in Deutschland

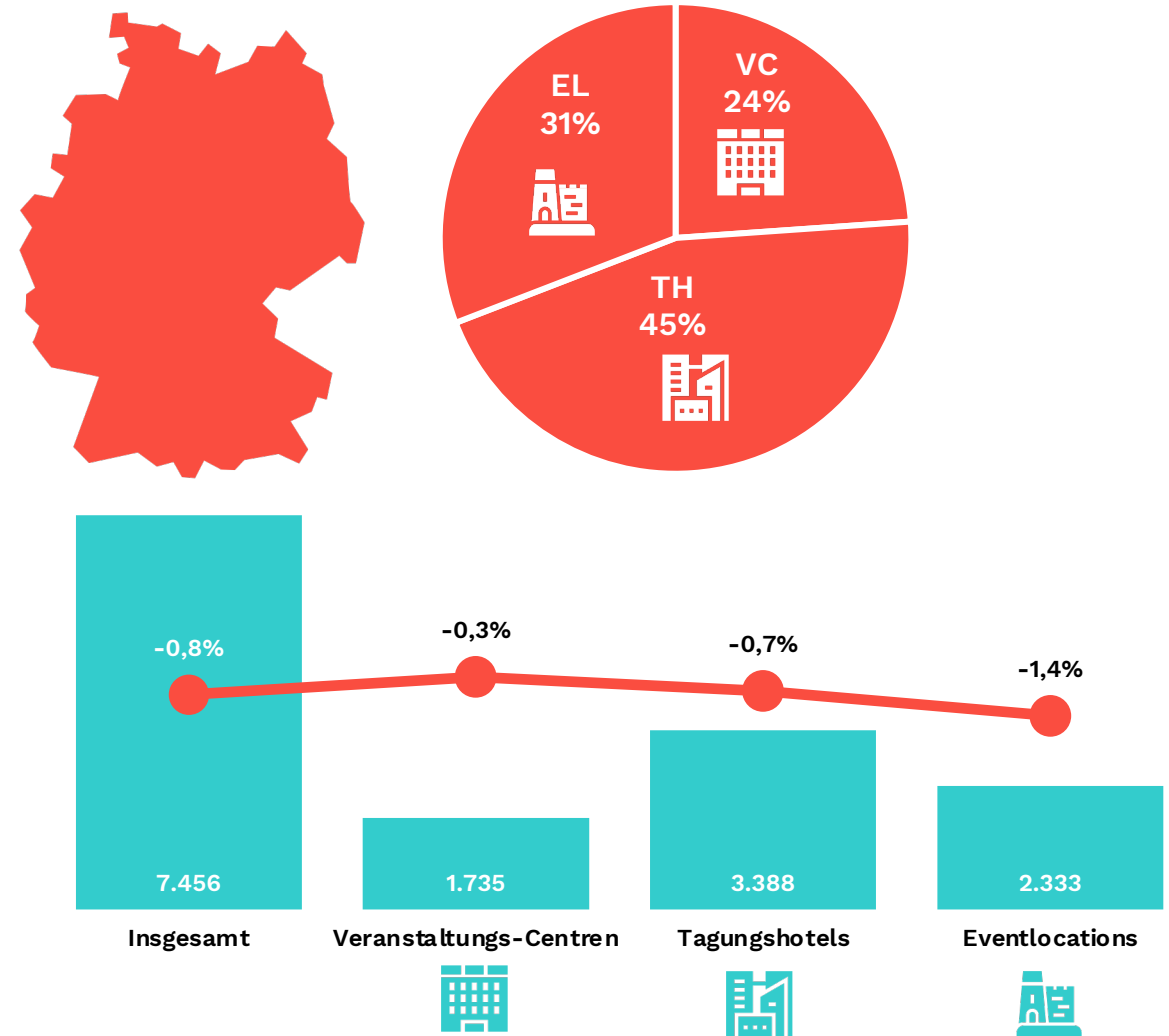
Aufteilung der Veranstaltungsstätten nach Arten

Im Jahr 2022 sank die Zahl der Anbieter von Tagungs- und Veranstaltungsstätten um 0,8 Prozent. Es waren vor allem die **Eventlocations**, wo der Rückgang mit 1,4 Prozent am stärksten war.

Die prozentuale Aufteilung der verschiedenen Veranstaltungsstätten-Arten verschiebt sich nur minimal, wobei die **Tagungshotels** den größten Anteil ausmachen, gefolgt von den Eventlocations. Rund ein Viertel der Veranstaltungsstätten sind **Veranstaltungs-Centren**.

Das Angebot ist damit weiterhin leicht rückläufig.

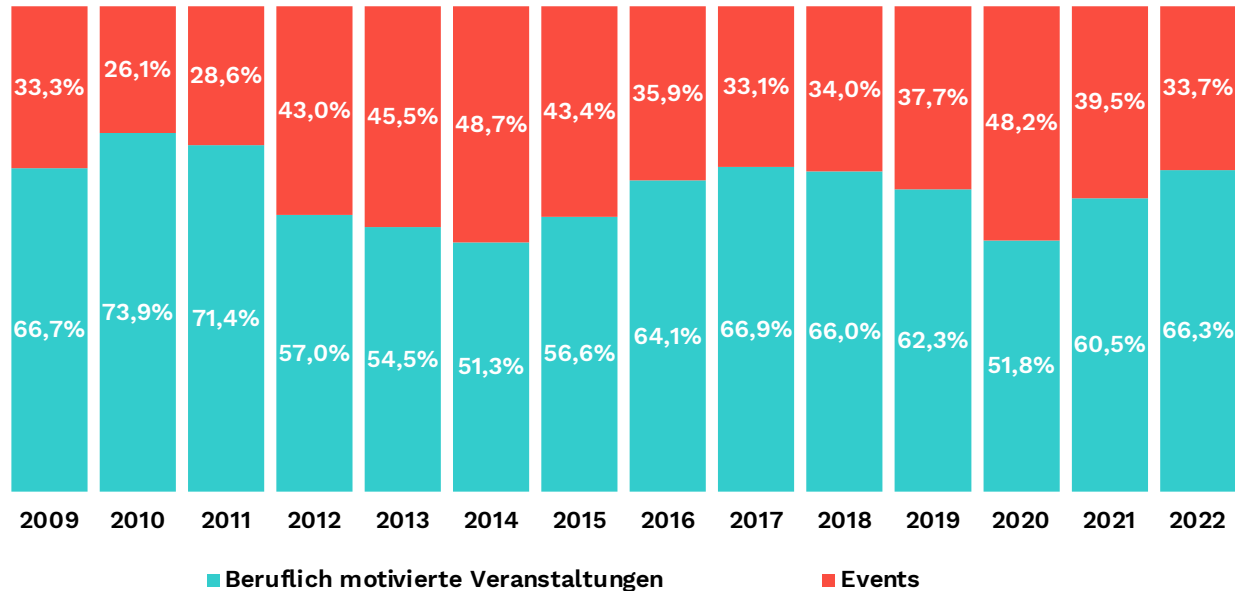
Hinweis: Genaue Angaben zur Entwicklung wie etwa Insolvenzen oder Umnutzungen können hier nicht gemacht werden.



Basis: EITW, eigene Erhebungen 2023

Beruflich motivierte Veranstaltungen überwiegen

Verteilung der beruflich motivierten Veranstaltungen und Events



Zu den **beruflich motivierten Veranstaltungen** zählen die Kongresse, Tagungen und Seminare sowie Ausstellungen und Präsentationen. Die übrigen Kategorien von Veranstaltungsarten lassen sich unter dem Begriff **Events** zusammenfassen. Mit dieser vereinfachten Unterscheidung lässt sich die Aufteilung nach geschäftlichen Veranstaltungen und jenen mit Freizeitcharakter auf dem Gesamtmarkt übersichtlich darstellen.

Im Vergleich zu 2021 ist der Anteil der beruflich motivierten Veranstaltungen 2022 wieder gestiegen und machte zwei Drittel aller Veranstaltungen aus.

Die beruflich motivierten Veranstaltungen überwogen vor allem in den **Tagungshotels** mit 79,0 Prozent. In den **Veranstaltungs-Centren** lag der Fokus etwas stärker bei den Events (beruflich motivierte Veranstaltungen machten 47,3 Prozent aus). In den **Eventlocations** überwogen die beruflich motivierten Veranstaltungen das Geschehen (55,3 Prozent).

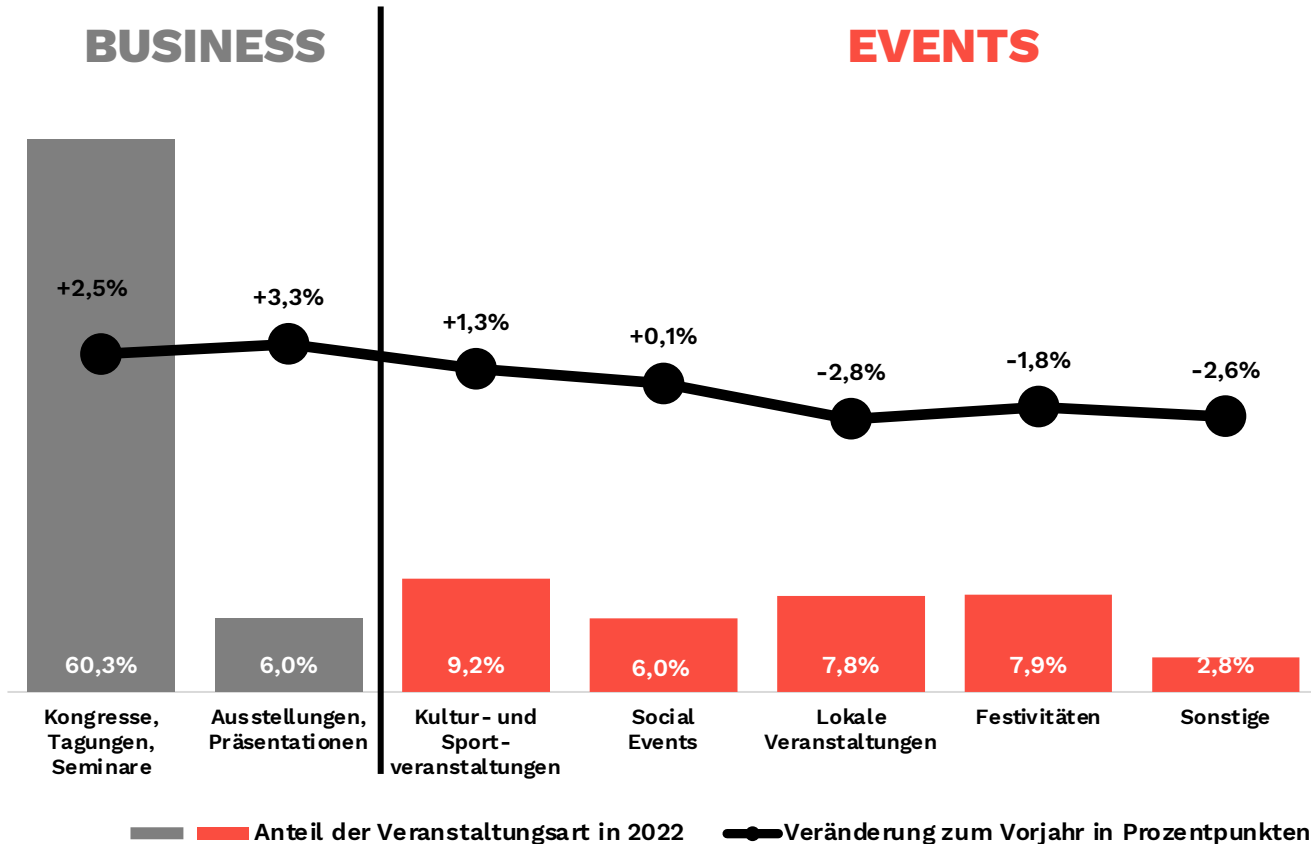
Beachte: Bei der Erhebung des Meeting- & EventBarometers ist nicht der gesamte Tagungsmarkt abdeckt, da Betriebe erst ab einer Kapazität von mindestens 100 Sitzplätzen in Reihenbestuhlung im größten Raum befragt werden.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2010–2023: Wie teilen sich die Veranstaltungen in Ihrem Hause auf? (bitte Anzahl in den Arten angeben) Anbieter n=238

Kongresse, Tagungen und Seminare wichtigste Veranstaltungsart



Prozentuale Verteilung der Veranstaltungsarten



Die mit Abstand wichtigste Veranstaltungsart in den deutschen Veranstaltungsstätten war 2022 die Kategorie Kongresse, Tagungen und Seminare. Im Vergleich zu 2021 machte sie auch noch 2,5 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr aus.

Höhere Anteile entfielen 2022 außerdem auf **Ausstellungen und Präsentationen** sowie auf **Kultur- und Sportveranstaltungen**.

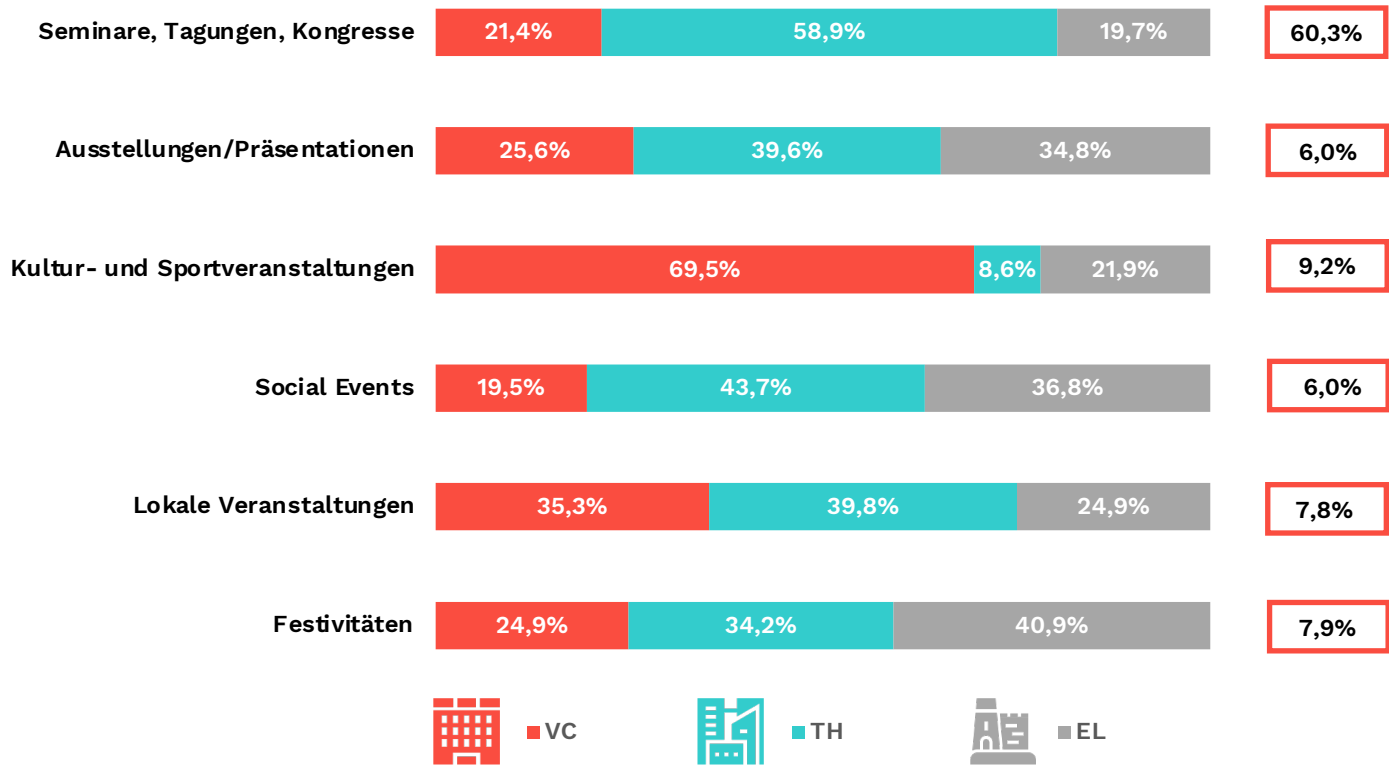
Beachte: diese Darstellung zeigt nur die Verteilung der Veranstaltungen auf die verschiedenen Arten und deren Veränderungen im Vergleich zum Vorjahr. Sie sagt jedoch nichts zum Volumen und der Größe der Veranstaltungen aus.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022 & 2023: Wie teilen sich die Präsenzveranstaltungen und hybride Veranstaltungen in Ihrem Hause auf die folgenden Arten auf? Anbieter n=238

Veranstaltungsarten in den Veranstaltungsstätten-Arten

Prozentuale Verteilung der Veranstaltungsarten

MARKTANTEIL 2022



Betrachtet man die verschiedenen Veranstaltungsarten unabhängig von ihrem Marktanteil nach der Verteilung auf die unterschiedlichen Arten von Veranstaltungsstätten, so zeigen sich die Profile der jeweiligen Tagungslocations.

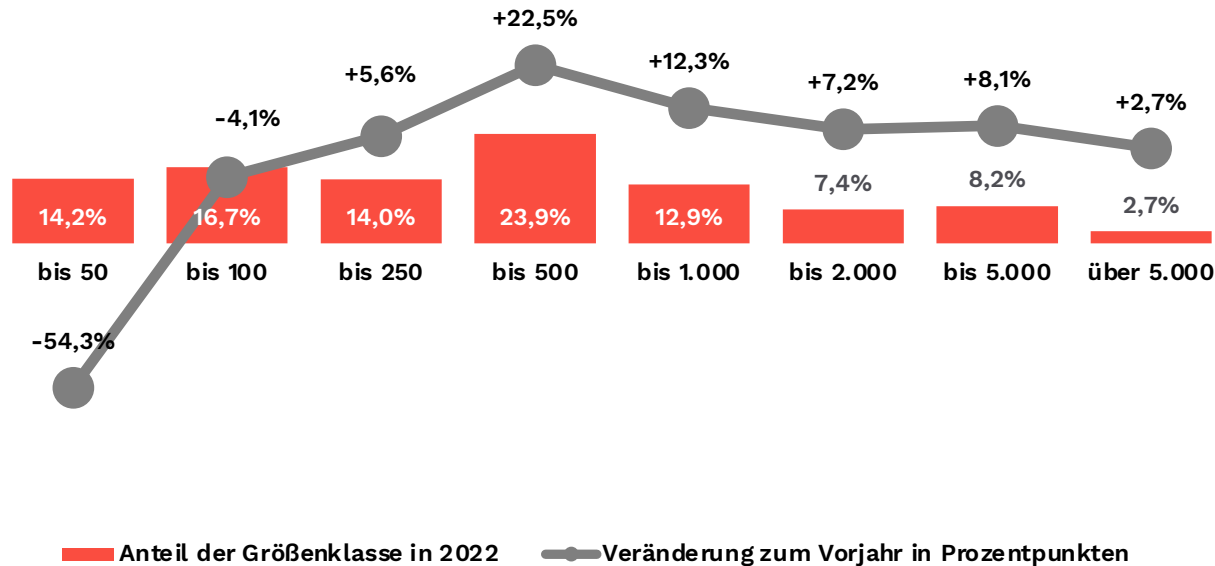
Die **Veranstaltungs-Centren** stachen erneut besonders bei den Kultur- und Sportveranstaltungen hervor. Die **Tagungshotels** hingegen traten vor allem bei Seminaren, Tagungen und Kongressen zum Vorschein. Die **Eventlocations** deckten einen großen Anteil der Festivitäten und Social Events ab.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: eigene Darstellung – Verteilung der verschiedenen Arten von Veranstaltungen auf Veranstaltungsstätten-Arten Anbieter n=238

Anteil kleiner Veranstaltungen geht wieder stark zurück



Größenklassen Seminare, Tagungen, Kongresse



Bei den **Größenklassen von Kongressen, Tagungen und Seminaren** gab es 2022 im Vergleich zum Jahr 2021 eine starke Verschiebung zu den größeren Veranstaltungen. Die kleinen Veranstaltungen bis 50 Teilnehmer*innen machten nur noch 14,2 Prozent aus (-54,3 Prozentpunkte).

Dadurch, dass 2022 die Kapazitätsbeschränkungen für Veranstaltungen aufgehoben wurden und die Durchführung von Großveranstaltungen wieder möglich war, erklärt sich die Zunahme der Anteile bei den größeren Größenklassen. Besonders stark vertreten waren Tagungen und Kongresse für 251 bis 500 Teilnehmer.

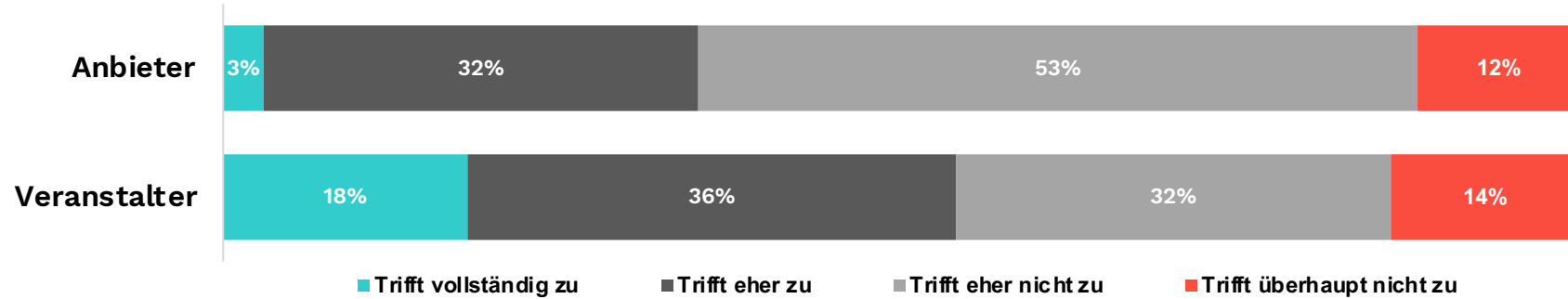
Beachte: diese Darstellung zeigt nur die prozentuale Verteilung der Veranstaltungen auf die verschiedenen Größenklassen und die Veränderungen in Prozentpunkten im Vergleich zum Vorjahr auf. Sie muss losgelöst vom Gesamtvolumen der Veranstaltungen in den Jahren 2021 und 2022 betrachtet werden.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2022 & 2023: Bitte geben Sie an, in welche Größenklassen sich die Veranstaltungsart Seminare, Tagungen und Kongresse bei Präsenzveranstaltungen in Ihrem Haus aufteilt und – falls möglich – wie hoch der Anteil ausländischer Gäste ist. Anbieter n=101

Zahl der Teilnehmer*innen bei Business Veranstaltungen stabil & EventBarometer

Statement: "Veranstaltungen werden kleiner, weniger Teilnehmer*innen."

Meinungsbild
zum Statement



Die **Anbieterbetriebe** gehen mehrheitlich nicht davon aus, dass die Business Veranstaltungen kleiner werden bzw. mit weniger Teilnehmer*innen abgehalten werden.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken?
Anbieter n=190, Veranstalter n=584

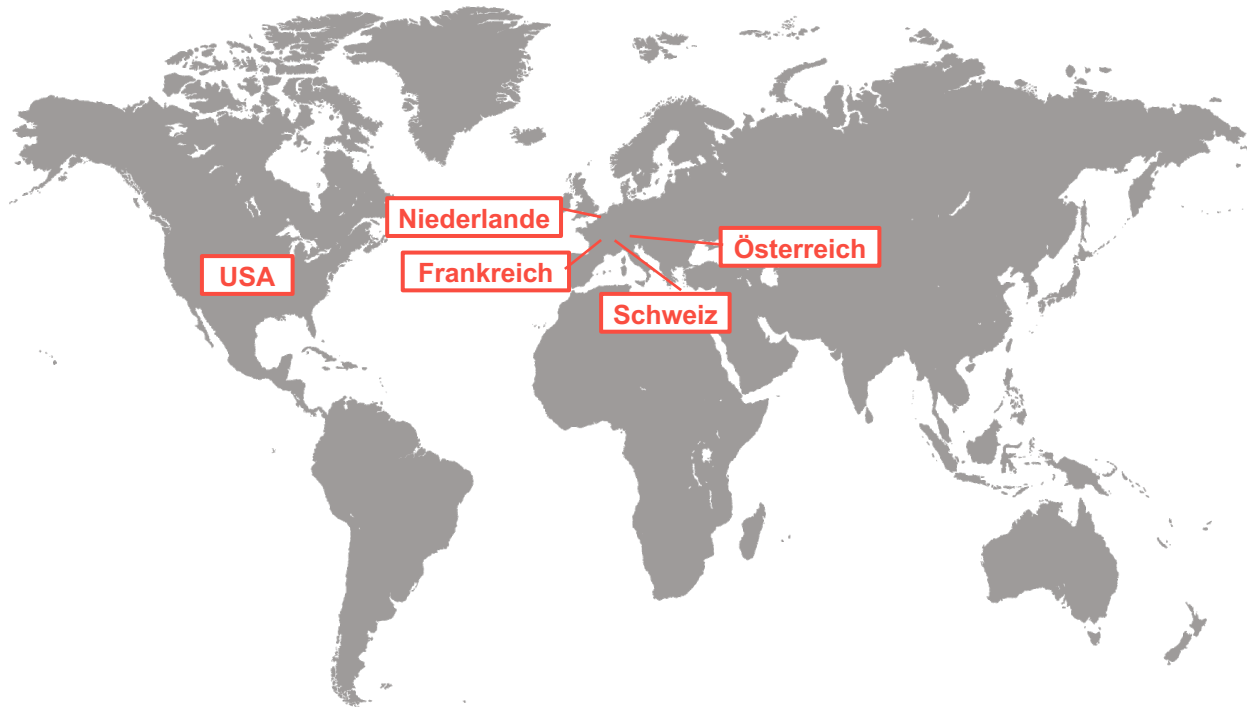


Herkunft Veranstalter

Nachbarländer und USA unter den wichtigsten Quellmärkten



Internationale Quellmärkte der Anbieterbetriebe



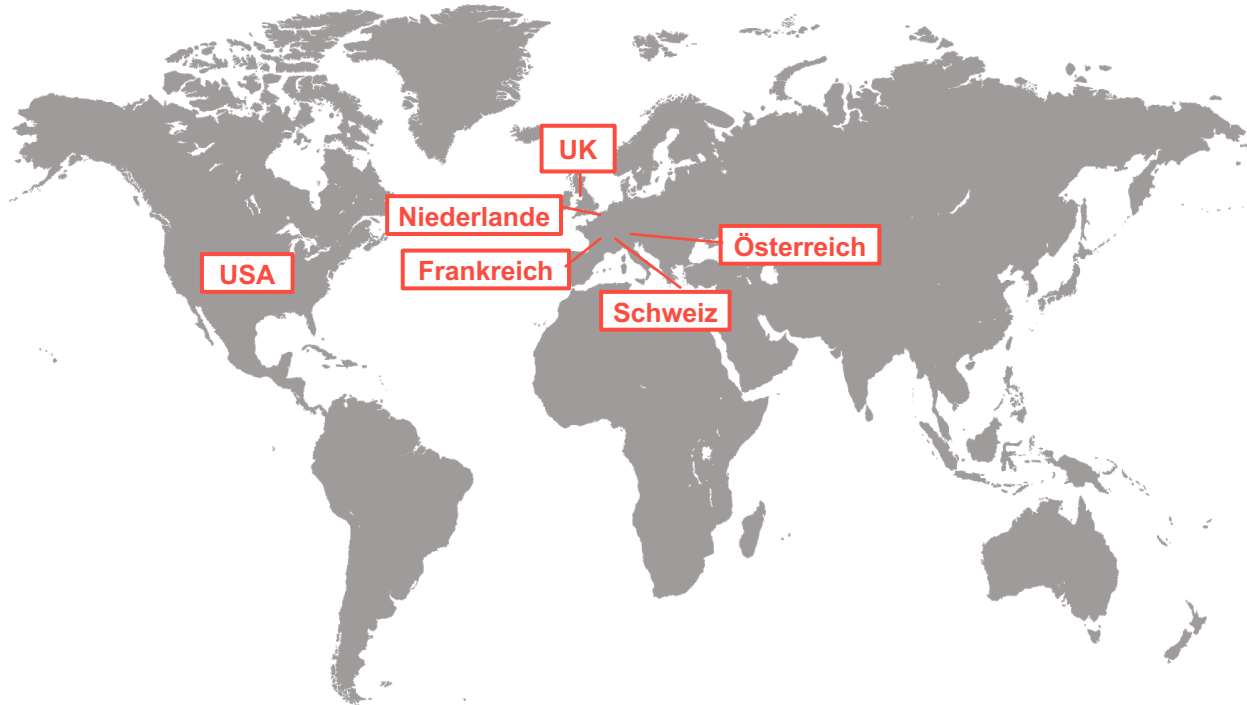
Im Ranking der **wichtigsten internationalen Quellmärkte** standen 2022 abermals die direkten Nachbarländer Deutschlands (Österreich, Schweiz) auf den Plätzen 1 und 2 gefolgt von den USA.

Weitere Anrainerstaaten wie die Niederlande und Frankreich befanden sich ebenfalls unter den Top 5 Quellmärkten.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Welche internationalen Quellmärkte sind die wichtigsten für Ihre Veranstaltungsstätte? Anbieter n=80

Fokus bleibt auf europäischen Quellmärkten

Potentielle Quellmärkte der Anbieterbetriebe in Zukunft



Für die zukünftigen Marketing-Aktivitäten in internationalen Quellmärkten ist es wichtig, potentielle neue Märkte zu identifizieren.

Im Ranking der potentiellen Quellmärkte sind die Länder gelistet, aus denen Anfragen für Veranstaltungen vorlagen, unabhängig davon, ob die Veranstaltungen zustande kamen.

Unter den Top 3 der potentiellen Quellmärkte waren die Schweiz, UK und Österreich.

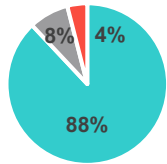
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Aus welchen internationalen Quellmärkten erhalten Sie Anfragen für künftige Veranstaltungen? Hierzu zählen auch Anfragen, die noch nicht bestätigt sind bzw. nicht bestätigt wurden. Anbieter n=85



Umsätze & Budgets

Umsatzveränderungen 2022 im Vergleich zu 2021: Anbieter Meeting- & EventBarometer

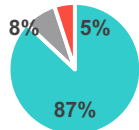
Umsatzveränderung 2022 im Vergleich zu 2021
(Aufteilung der Einschätzungen)



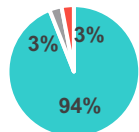
Umsatzveränderung 2022 im Vergleich zu 2021 in %
(Mittelwerte)



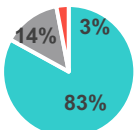
+76,7%



+72,5%



+66,9%



+93,0%

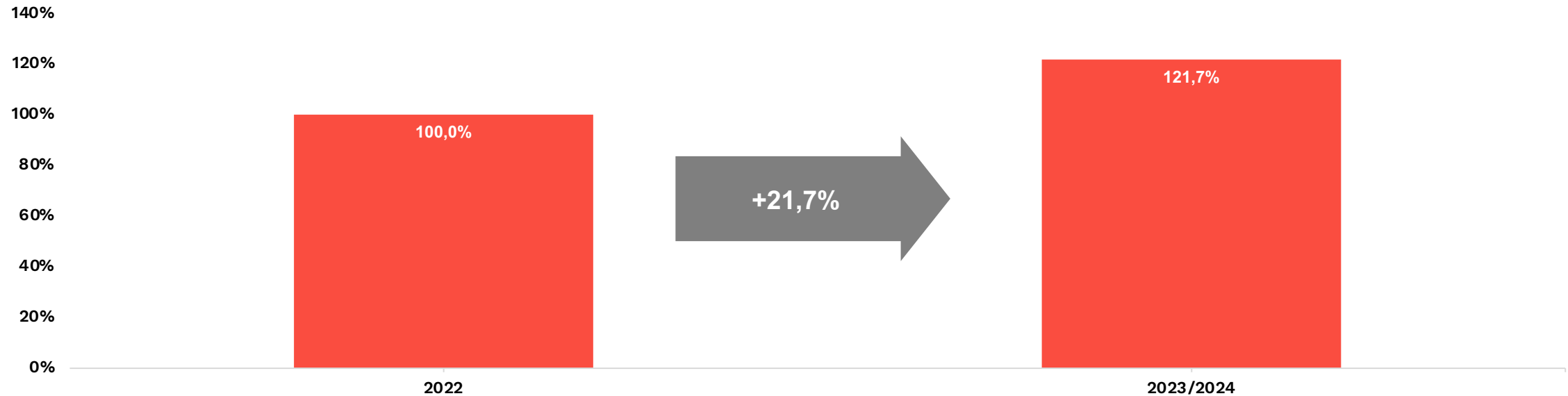
■ Zuwachs ■ Gleichbleibend ■ Abnahme

Ein Vergleich mit dem Pandemiejahr 2021 zeigt, dass die Umsätze im Jahr 2022 insgesamt um 76,7 Prozent gestiegen sind und ein Aufwärtstrend deutlich spürbar ist. Steigende Umsätze waren für die große Mehrheit der **Anbieter** (88%) zutreffend, für einige wenige Betriebe blieben die Umsätze auf gleichem Niveau oder gingen noch weiter zurück.

Betrachtet man die Lage in den einzelnen Arten von Veranstaltungsstätten zeigt sich, dass im Jahr 2022 steigende Umsätze vor allem in den **Tagungshotels** registriert wurden (94 Prozent gaben einen Zuwachs an). In Bezug auf die prozentuale Umsatzveränderung lagen sie mit einem Plus von 66,9 Prozent allerdings hinter den **Veranstaltungs-Centren** und den **Eventlocations**, die mit 93 Prozent die stärkste Umsatzveränderung erfuhren, obwohl nur 83 Prozent der Eventlocations einen Zuwachs angaben.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: In welchem Maße veränderte sich im Jahr 2022 der Umsatz durch Veranstaltungen verglichen mit dem Jahr 2021? Bitte wählen Sie die Art der Veränderung im Dropdown-Menü aus und tragen den Wert in % entsprechend in der Spalte daneben ein (bei gleichbleibendem Volumen entsprechend eine 0). Anbieter n=252

Anbieter gehen von einem Umsatzzuwachs von über 20 Prozent aus



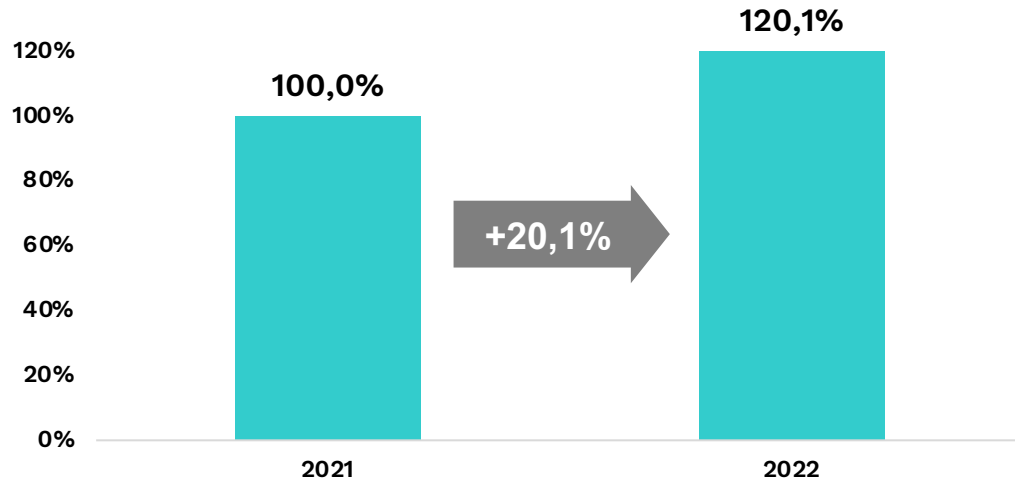
Das Diagramm zeigt die Einschätzung der künftigen Umsatzentwicklung für 2023 und 2024 basierend auf den Umsätzen aus 2022. Sämtliche Anbieter bzw. Betriebsarten gehen für die nächsten beiden Jahre von einer positiven Umsatzentwicklung von mehr als 20 Prozent aus!

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Wie schätzen Sie die Entwicklungen für die nächsten zwei Jahre ein? Bitte geben Sie an, um wie viel Prozent sich der Umsatz im Vergleich zum Jahr 2022 verändern wird. Anbieter n=169

Veranstalterbudgets sind gestiegen und steigen um rund 20 Prozent

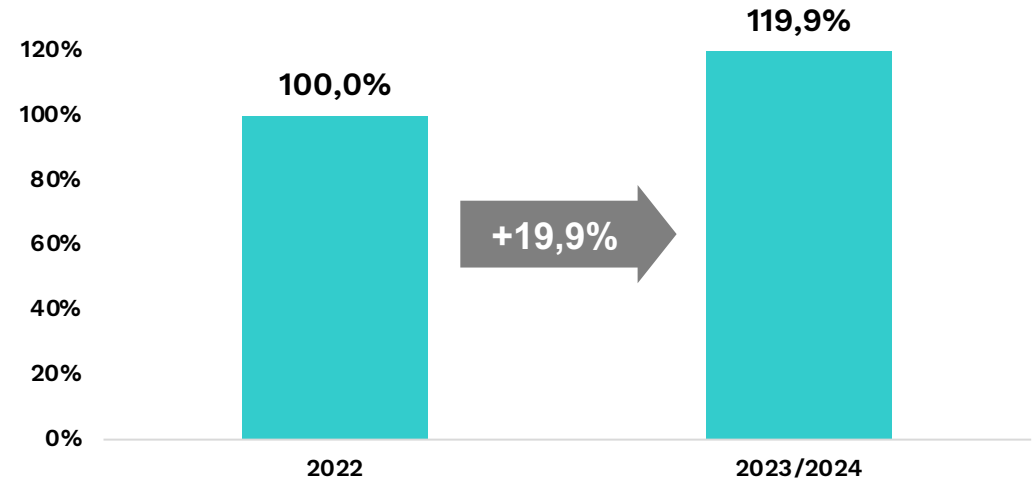
Entwicklung des Budgets

Rückblick



Bei den Veranstaltern lag das Budget im Jahr 2022 um 20,1 Prozent über dem Niveau von 2021 – das Budget war bei fast der Hälfte der Befragten gleich geblieben und nur bei 44 Prozent gestiegen.

Ausblick

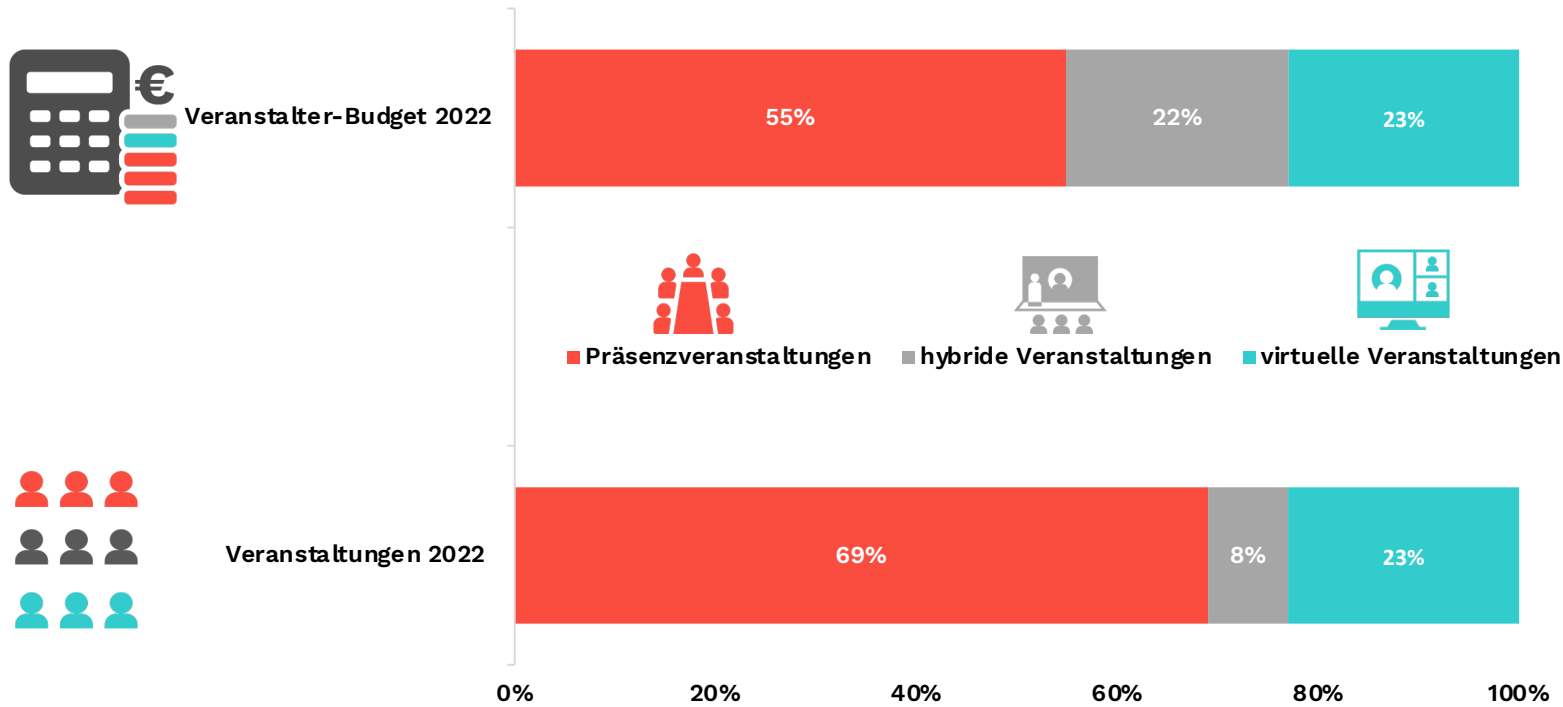


Für das laufende Jahr 2023 und das kommende Jahr werden ebenfalls Budgetsteigerungen von rund 20 Prozent erwartet. Für das Jahr 2024 nimmt der Anteil derjenigen zu, die von einem Zuwachs des Budgets ausgehen.

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2023: Wie bewerten Sie die Entwicklung Ihres Veranstaltungsbudgets im Vergleich zum Jahr 2022? Bitte wählen Sie die Art der Veränderung im Dropdown-Menü aus und tragen den Wert in % entsprechend in der Spalte daneben ein. Veranstalter n=599

Über die Hälfte der Budgets wurde für Präsenzveranstaltungen verplant

Welche Arten der Veranstaltungs-Durchführung nehmen den größten Posten bei den Budgets ein?



Präsenzveranstaltungen beanspruchten 2022 etwas über die Hälfte des Budgets der Veranstalter, machten aber über zwei Drittel der Veranstaltungen aus.

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2023: Wie setzte sich Ihr Veranstaltungsbudget bezogen auf die verschiedenen Arten der Durchführung 2022 zusammen? Summe ergibt 100%. Wie viele Veranstaltungen (mit mindestens 20 Teilnehmer*innen) haben Sie 2022 durchgeführt? Veranstalter n=515



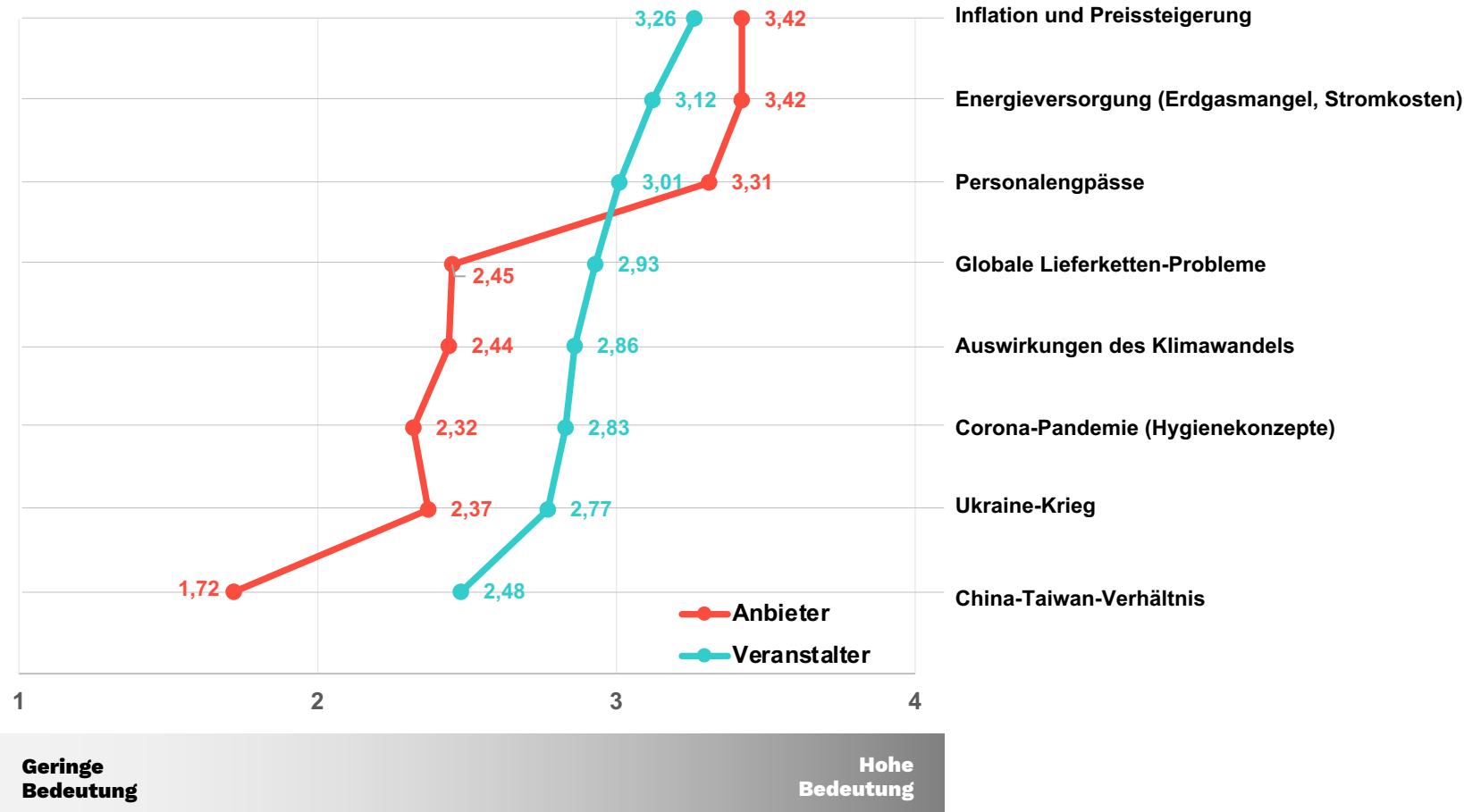
 06

Fokusthemen

Inflation, Energie und Personal sind die größten Herausforderungen Barometer

Darstellung der Herausforderungen anhand von Mittelwerten

Die Befragten wurden gebeten, die Bedeutung für verschiedene Herausforderungen in Bezug auf das eigene Unternehmen anzugeben

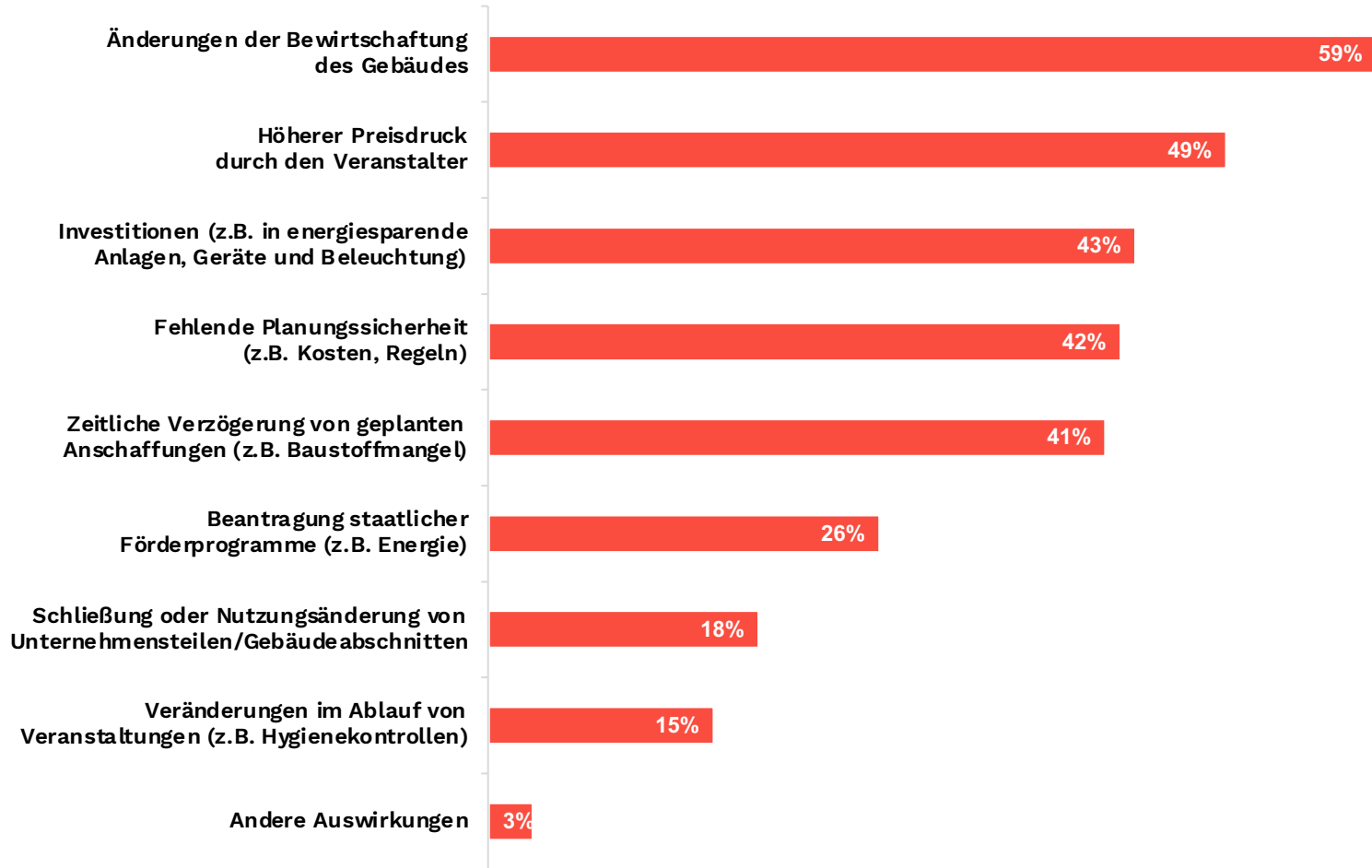


Die Anbieter sind von den Herausforderungen Inflation, Energie und Personal stärker betroffen als die Veranstalter.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken?
Anbieter n=213, Veranstalter n=602

Wie wirken sich die Herausforderungen bei den Anbietern aus?

ANBIETER



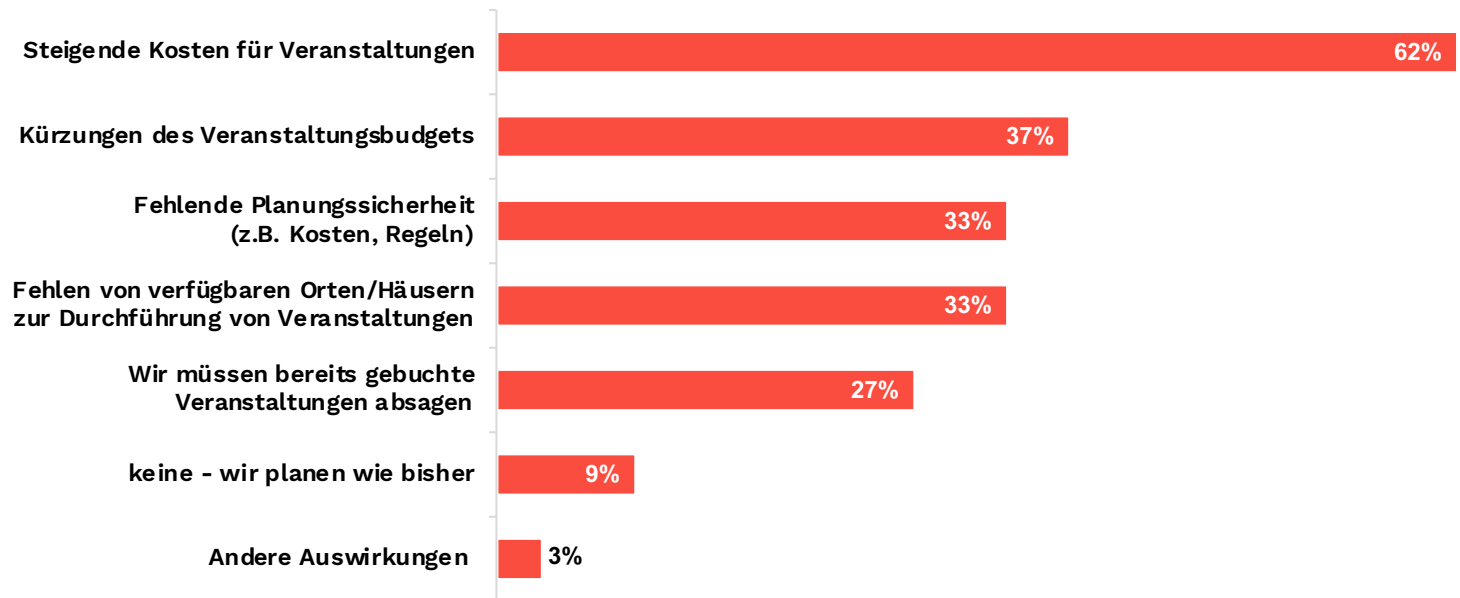
Änderungen in der Bewirtschaftung des Gebäudes und der Preisdruck durch die Veranstalter wirken sich am stärksten auf die Anbieter aus, aber auch Planungssicherheit und die Investition in energiesparende Anlagen sind wichtig.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Welche der folgenden möglichen Auswirkungen treffen auf Ihre Veranstaltungsstätte bzw. das laufende Geschäft zu? Bitte wählen Sie die zutreffenden Antworten aus, Mehrfachauswahl möglich. Anbieter n=213

Wie wirken sich die Herausforderungen bei den Veranstaltern aus?



VERANSTALTER



Steigende Kosten und Budgetkürzungen beeinflussen in erster Linie die Veranstaltungsplanung.

Veranstalterbefragung 2023: Welche der folgenden möglichen Auswirkungen treffen auf Ihre Veranstaltungsplanung zu? Bitte wählen Sie die zutreffenden Antworten aus, Mehrfachauswahl möglich. Veranstalter n=622

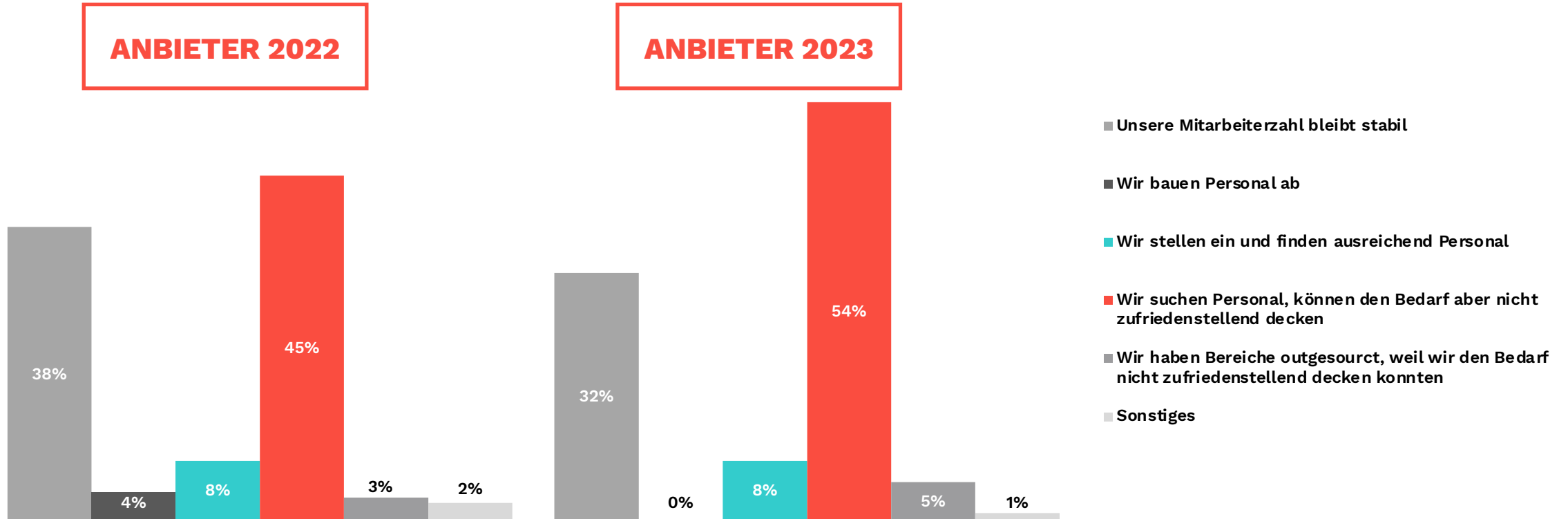




 07

PERSONAL

Personalsituation bleibt herausfordernd



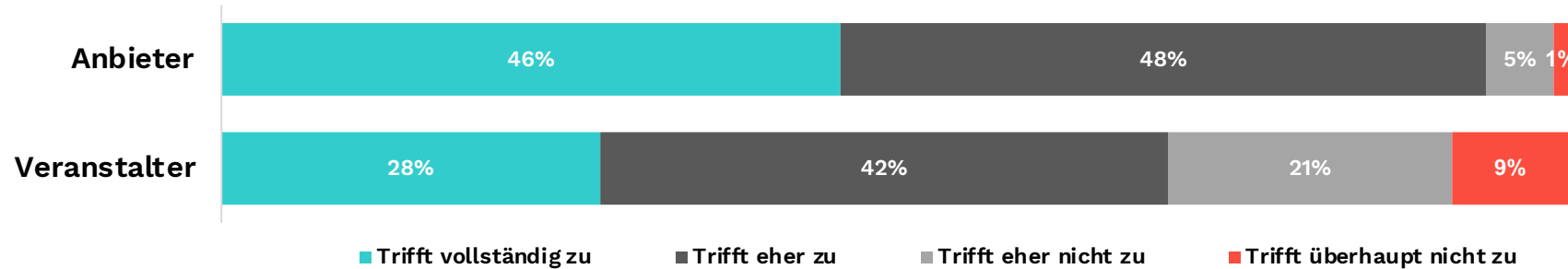
Die Mehrheit der **Anbieter** befindet sich auf Personalsuche. 62 Prozent der Betriebe möchten gerne Personal einstellen (2022 waren es noch 53 Prozent), jedoch finden nur 8 Prozent der Veranstaltungsstätten ausreichend Personal und bei 54 Prozent wird der Bedarf nicht zufriedenstellend gedeckt.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022 & 2023: Wie schätzen Sie Ihren Personalbedarf zukünftig ein? Anbieter 2021/2022 n=259, Anbieter 2022/2023 n=214

Personalgewinnung durch Krisen erschwert

Statement: "Die Personalgewinnung wird durch die Krisen zusätzlich erschwert."

Meinungsbild
zum Statement



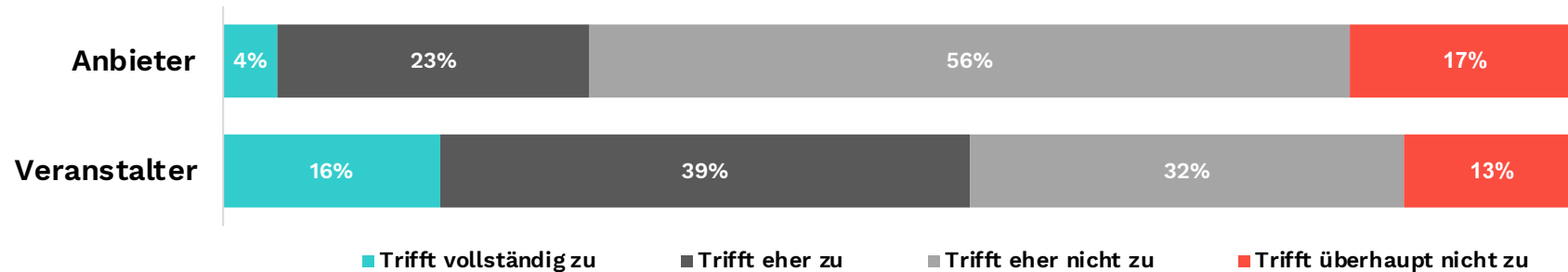
94 Prozent der **Anbieter** bestätigen, dass die Personalgewinnung durch verschiedene Krisen noch zusätzlich erschwert wird. Die **Veranstalter** sind davon nicht so stark betroffen.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken? Anbieter n=184, Veranstalter n=584

Personal der Anbieter ist technisch überwiegend fit

Statement: "Das Personal verliert den Anschluss an die Technik."

Meinungsbild
zum Statement

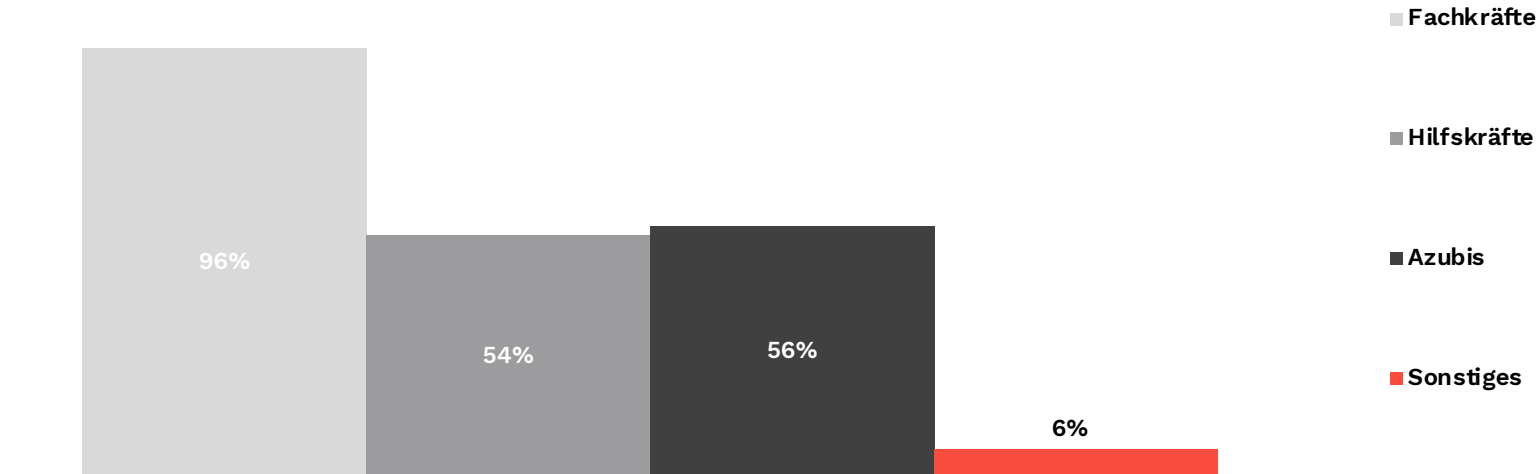


Knapp drei Viertel der **Anbieter** stimmen dem Statement nicht zu, dass ihr Personal den Anschluss an die Technik verliert. Bei den **Veranstaltern** ist das Meinungsbild unstimmig. Etwas mehr als die Hälfte hat das Gefühl, technisch den Anschluss zu verlieren.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken? Anbieter n=169, Veranstalter n=568

Suchende Betriebe benötigen vor allem Fachkräfte

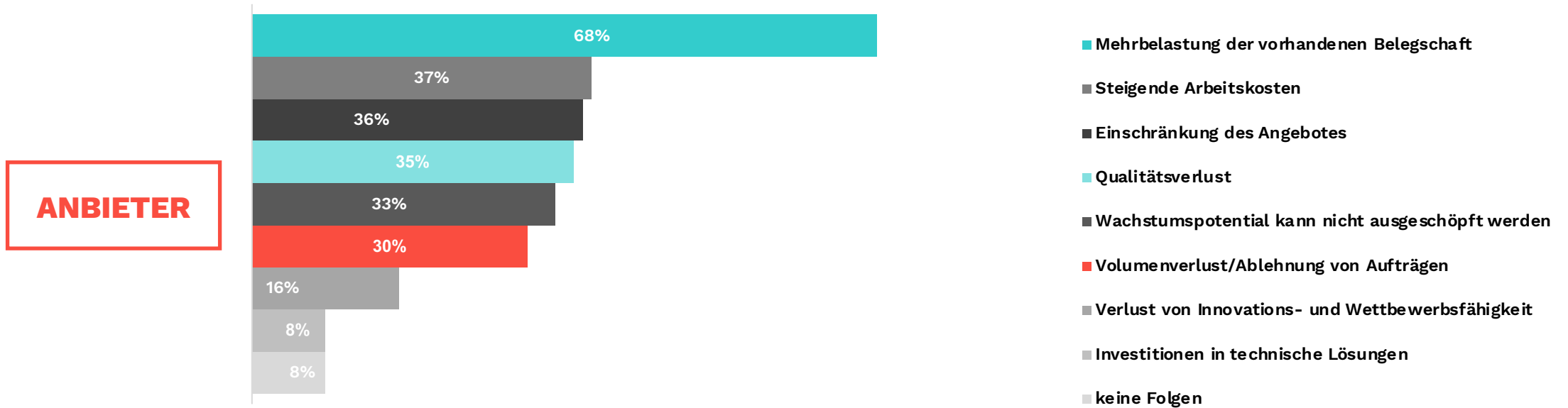
ANBIETER 2023



Von den **Anbieterbetrieben**, die nach Personal suchen (vgl. 62 Prozent von Seite 43), sind mit Abstand die meisten Betriebe auf der Suche nach Fachkräften, gefolgt von Azubis und Aushilfen.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Welches Personal wird gesucht? (Mehrfachnennungen möglich) Anbieter n=124

Vorhandene Belegschaft fängt Mehrbelastung auf



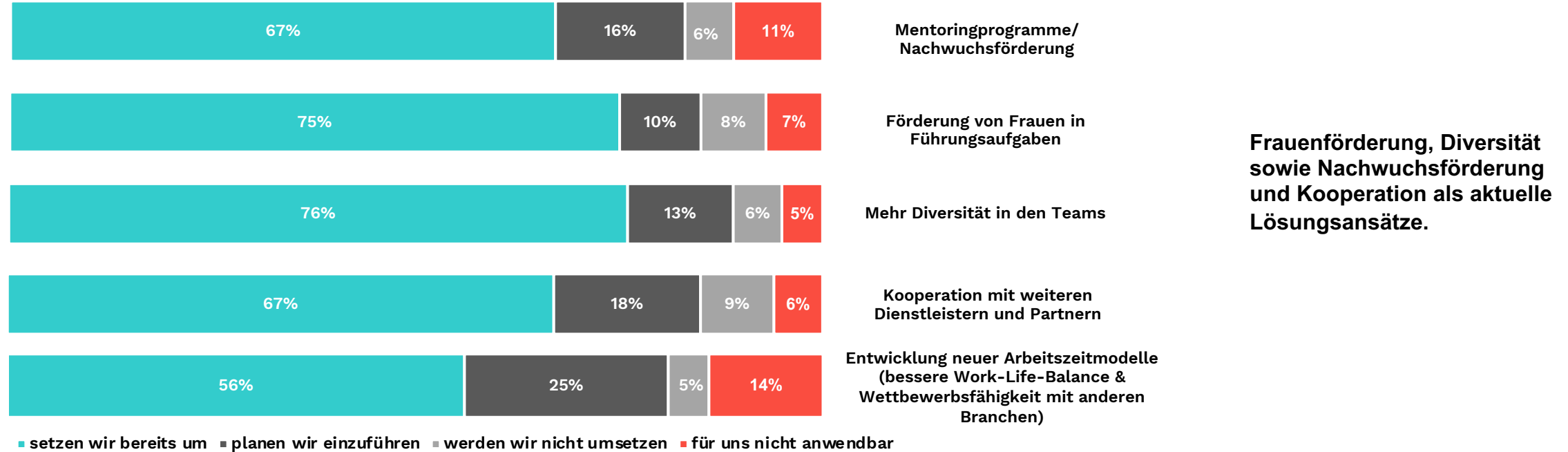
Für die **Anbieter** zählt die Mehrbelastung der vorhandenen Belegschaft mit Abstand zur wichtigsten Folge des Fachkräfte-/Personalmangels.

Danach folgen steigende Arbeitskosten, die Einschränkung des Angebotes, Qualitätsverlust und die Tatsache, dass das Wachstumspotential nicht ausgeschöpft werden kann.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Welche Folgen hat der anhaltende Fachkräfte-/Personalmangel bereits für Ihr Unternehmen? (Mehrfachnennungen möglich)
Anbieter n=214

Diversität und Gleichberechtigung wichtige Lösungsansätze

ANBIETER



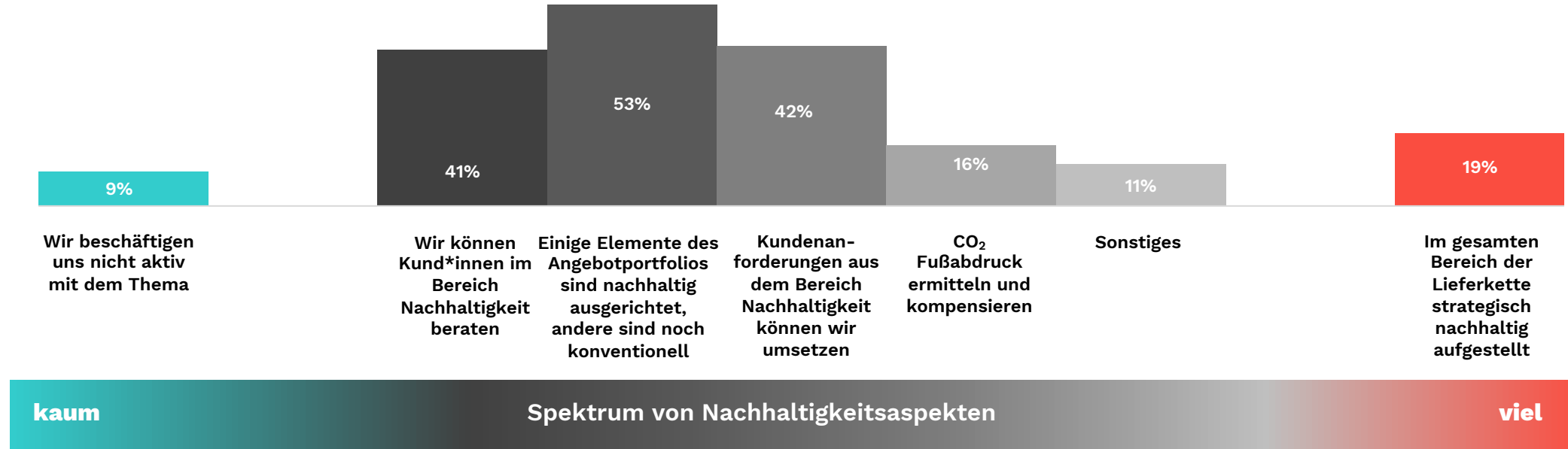
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Welche Lösungen wenden Sie in Ihrem Betrieb an, um langfristig dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken? (Mehrfachnennungen möglich)
 Anbieter n=214



 08

NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeit in den Anbieterbetrieben ist im Ausbau



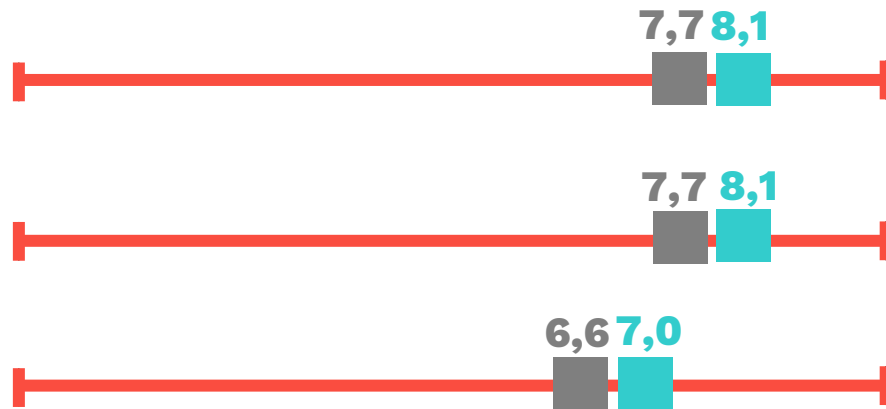
Rund ein Fünftel der **Anbieterbetriebe** ist bereits im gesamten Bereich der Lieferkette strategisch nachhaltig aufgestellt. Die große Mehrheit der befragten Anbieter kann verschiedene Teilbereiche von nachhaltigen Bemühungen erfüllen, während weniger als 10 Prozent der Befragten sich nicht aktiv mit dem Thema beschäftigen.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Wie weit sind Sie in Sachen Nachhaltigkeit? (Mehrfachnennungen möglich)
Anbieter n=220

Nachhaltigkeit gewinnt an Bedeutung



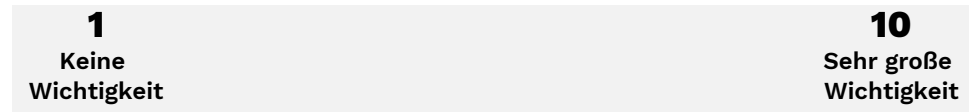
ANBIETER 2022 & 2023



Eigene strategische Umsetzung von Nachhaltigkeitsaspekten

Kommunikation der umgesetzten Nachhaltigkeitsmaßnahmen

Offizielle Zertifizierung der Veranstaltungsstätte



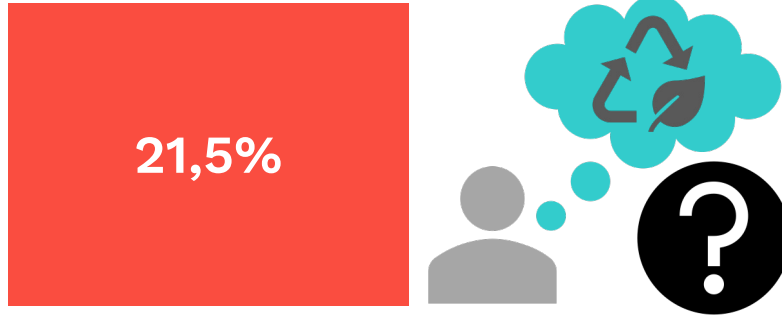
Die eigene strategische Umsetzung und die entsprechende Kommunikation der umgesetzten Maßnahmen haben auch 2023 in den Augen der Anbieterbetriebe eine höhere Wichtigkeit als eine offizielle Zertifizierung. Insgesamt ist die Bedeutung von Nachhaltigkeit seit 2022 gestiegen.

Nach Art der Veranstaltungsstätte betrachtet gibt es kleinere Abweichungen: in den **Tagungshotels** werden generell die höchsten Werte erreicht, bei den **Eventlocations** die niedrigsten.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022 & 2023: Bitte bewerten Sie die Wichtigkeit folgender Kriterien im Bereich Nachhaltigkeit? (Nehmen Sie bitte eine Bewertung anhand einer Skala von 1 bis 10 vor: 1 = keine Wichtigkeit; 10 = sehr große Wichtigkeit) Anbieter n=220

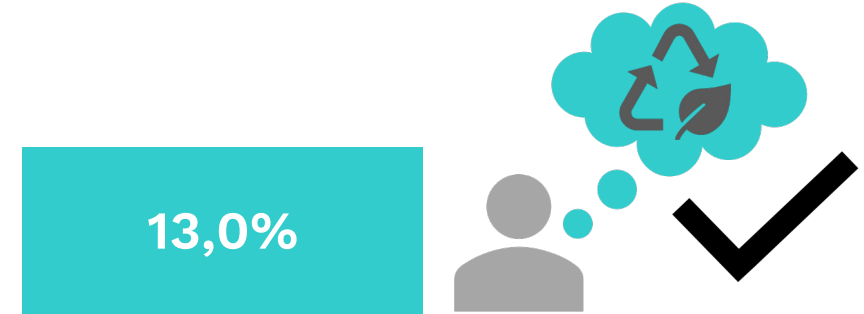
Interesse an nachhaltigen Veranstaltungen größer als Buchungen

Interesse/Anfragen für nachhaltige Veranstaltungen



Rund ein Fünftel der Kund*innen interessiert sich für nachhaltige Veranstaltungen. Dieser Anteil ist 2022 im Vergleich zu den Vorjahren tendenziell gestiegen (43 Prozent der **Anbieter** meldeten einen schwachen Anstieg, 13 Prozent sogar einen starken Anstieg, bei 38 Prozent der Betriebe war das Interesse gleichbleibend). Damit lässt sich bei den Veranstaltern stärkeres Interesse verzeichnen, welches mit einem erhöhten Bewusstsein einhergeht.

Buchungen von nachhaltigen Veranstaltungen

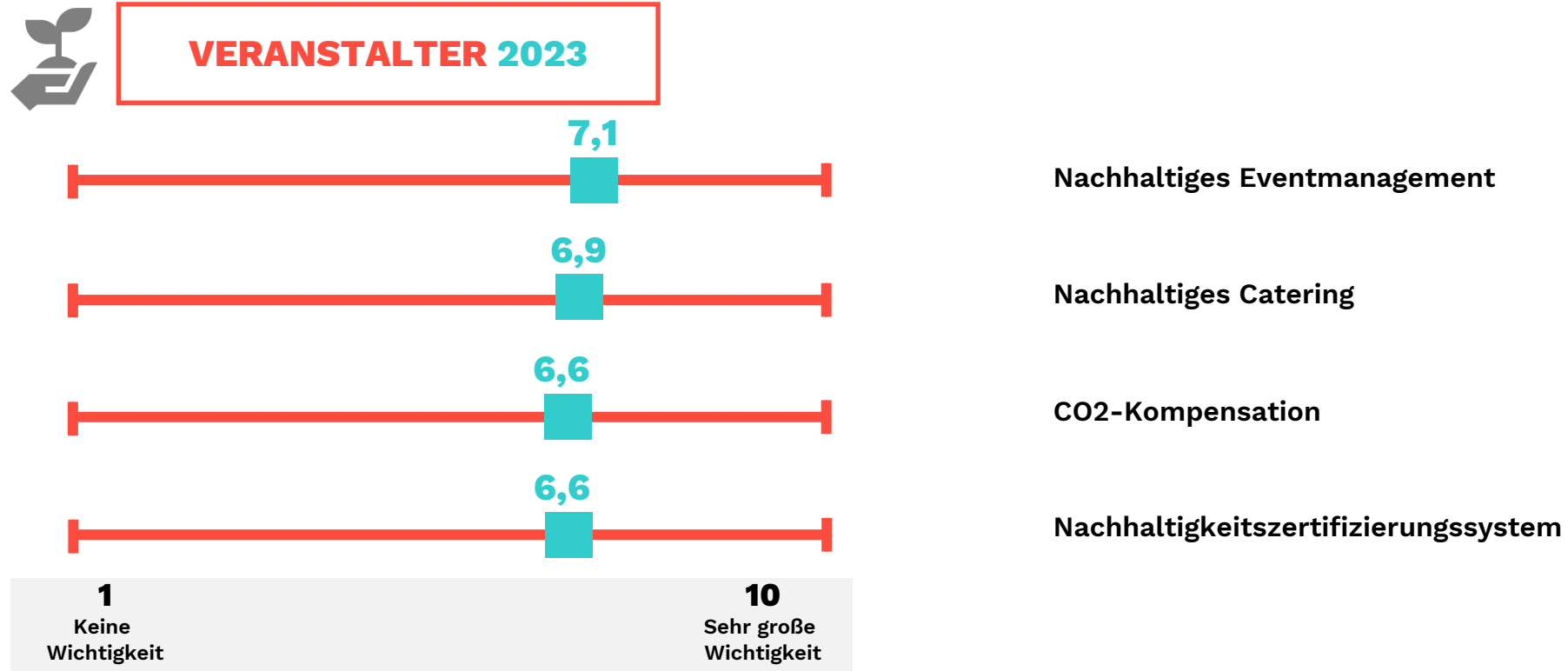


Der Anteil der Kund*innen, die letztendlich eine nachhaltige Veranstaltung buchen, liegt bei 13 Prozent und damit unter dem der Anfragen. Dieser Anteil hat sich 2022 im Vergleich zu den Vorjahren nicht steigern können. 62 Prozent der **Anbieter** gaben eine gleichbleibende Entwicklung an, 26 Prozent meldeten eine leichte Abnahme, 10 Prozent sogar eine starke Abnahme.

Das Bewusstsein seitens der Kund*innen ist gewachsen – Die Buchungen haben aber nicht zugenommen.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Wie viel Prozent Ihrer Kund*innen interessieren sich für nachhaltige Angebote bzw. buchen diese? Bitte geben Sie den Anteil in Prozent an und teilen uns mit, ob oder wie sich dieser 2022 im Vergleich zu den Vorjahren verändert hat. Anbieter n=220

Nachhaltiges Eventmanagement für Planer wichtig

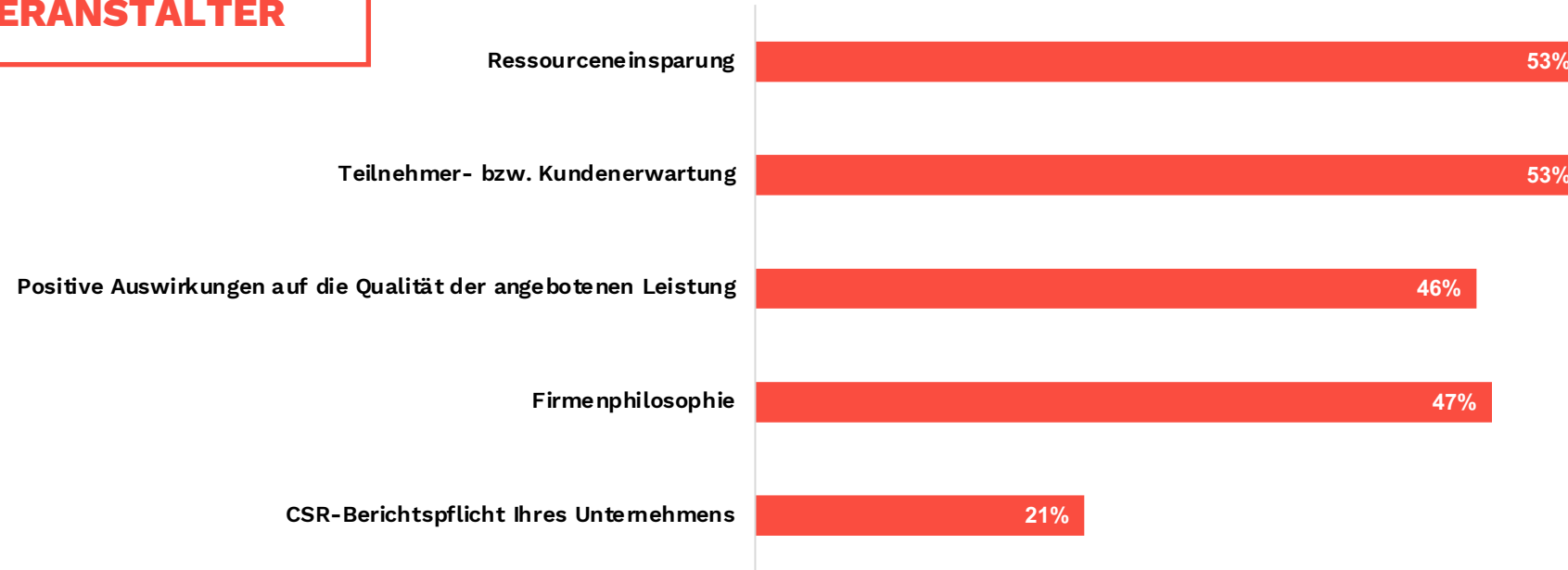


Nachhaltiges Eventmanagement allgemein hat für die Veranstalter mit durchschnittlich 7,1 eine Bedeutung im oberen Bereich. Differenziert nach unterschiedlichen Aspekten von Nachhaltigkeit bei Veranstaltungen liegt das Catering knapp vor der CO2-Kompensation und vor einem Zertifizierungssystem. Der Bedeutung dieser Aspekte wird aber jeweils eine weniger große Wichtigkeit zugesprochen als dem allgemeinen Begriff des nachhaltigen Eventmanagements.

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2023: Welche Bedeutung hat Nachhaltigkeit bei der Konzeption und Planung von Veranstaltungen bei Ihnen? (Nehmen Sie bitte eine Bewertung der einzelnen Aspekte anhand einer Skala von 1 bis 10 vor: 1 = keine Wichtigkeit; 10 = sehr große Wichtigkeit) Veranstalter n=625

Ressourceneinsparung und Kundenerwartungen als wichtigste Gründe

VERANSTALTER



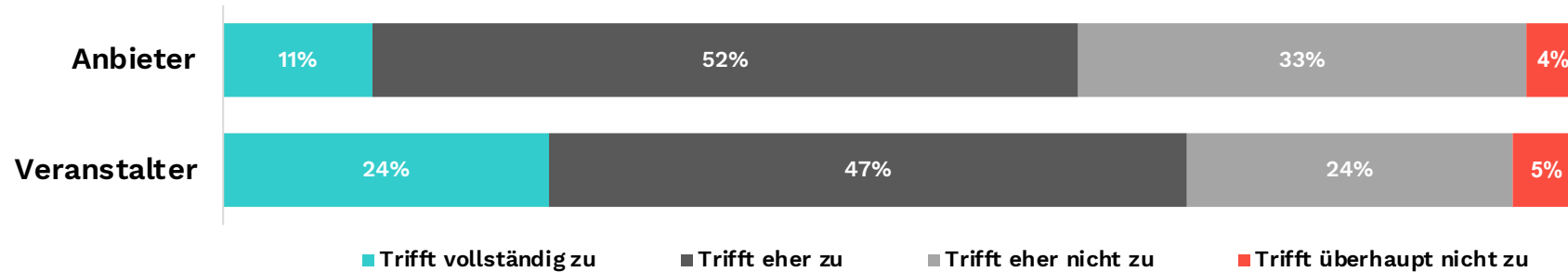
Als wichtigste Gründe wurden vor allem die Ressourceneinsparung und die Erwartungen der Teilnehmer*innen/Kunden*innen genannt.

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2023: Aus welchen Gründen planen Sie Ihre Veranstaltungen unter nachhaltigen Aspekten (Mehrfachnennungen möglich) Veranstalter n=622

Nachhaltigkeitsaspekte beeinflussen die Planung von Veranstaltungen

Statement: "Nachhaltigkeit beeinflusst stärker Unternehmensentscheidungen und damit die Veranstaltungsplanung."

Meinungsbild
zum Statement



Über 70 Prozent der Veranstalter sind der Meinung, dass Nachhaltigkeit die Entscheidungen der Unternehmen stärker beeinflussen wird, wodurch sich auch die Veranstaltungsplanung ändern wird. Hier sind die Veranstalter stärker überzeugt als die Anbieter.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken? Anbieter n=176, Veranstalter n=570

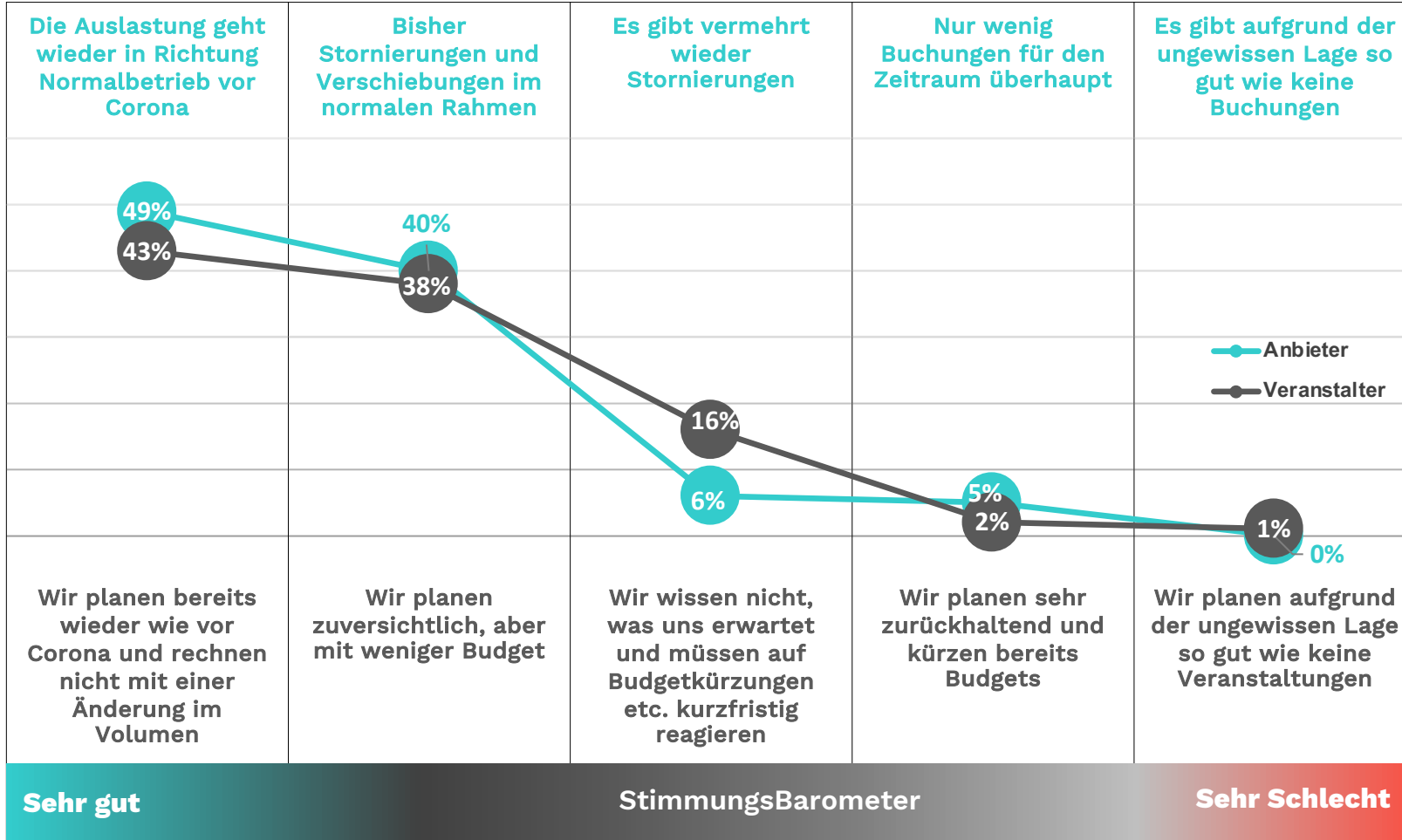


AUSBLICK & PROGNOSEN

Die Buchungslage bewegt sich in Richtung „Normalbetrieb“



Aussichten der Anbieter und Veranstalter



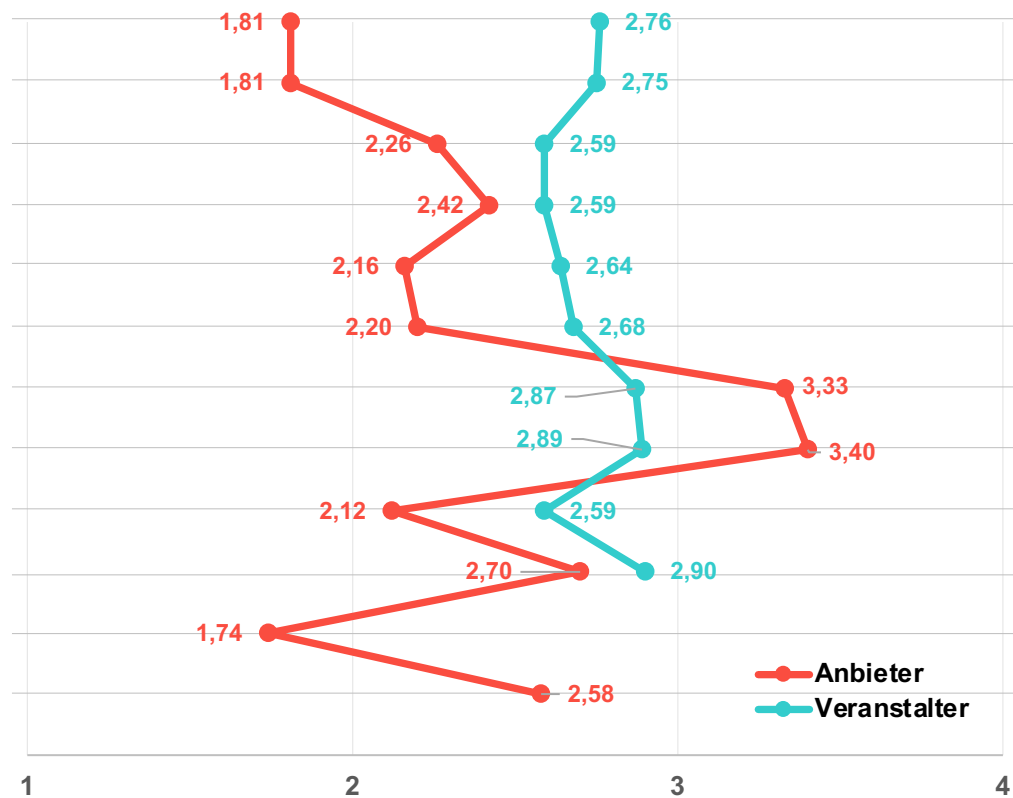
Das Marktsegment bewegt sich in Richtung „Normalbetrieb“: Zuversicht bei **Anbietern** & **Veranstaltern**!

Für die kommenden Monate sind die Anbieter etwas optimistischer als die Veranstalter gestimmt.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Wie bewerten Sie die Buchungslage (sowohl Buchungen als auch Anfragen) derzeit und für die kommenden Monate? Anbieter n=197
 Veranstalterbefragung 2023: Wie bewerten Sie die Veranstaltungslage in Ihrer Organisation bzw. bei Ihren Kund*innen derzeit und in den kommenden Monaten? Veranstalter n=586

Unterschiedliche Einschätzungen der Anbieter und Veranstalter Meeting- & EventBarometer

Was verändert sich am wahrscheinlichsten bei künftigen Business Events?



- Veranstaltungen werden wieder vermehrt virtuell durchgeführt
- Veranstaltungen werden überwiegend hybrid geplant
- Veranstaltungen werden kleiner
- Anzahl internationaler Teilnehmer*innen geht zurück
- Veranstaltungen werden kürzer
- Die Saisonalität auf dem Tagungsmarkt verändert sich (Frühjahrs- und Herbstspitzen verschwinden)
- Planungszyklen werden kurzfristiger
- Die Personalgewinnung wird durch die Krisen zusätzlich erschwert
- Das Personal verliert den Anschluss an die Technik
- Nachhaltigkeit beeinflusst stärker Unternehmensentscheidungen und damit die Veranstaltungsplanung
- Es wird einen starken Rückgang beim nationalen Geschäft geben
- Ohne staatliche Unterstützung wird es zu Insolvenzen von Veranstaltungsstätten kommen

Trifft überhaupt nicht zu

Trifft vollständig zu

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken?
Anbieter n=182, Veranstalter n=590

Anbieter sind überzeugt: Der nationale Veranstaltungsmarkt bleibt stabil

Statement: "Es wird einen starken Rückgang beim nationalen Geschäft geben."

Meinungsbild
zum Statement

Anbieter



■ Trifft vollständig zu ■ Trifft eher zu ■ Trifft eher nicht zu ■ Trifft überhaupt nicht zu

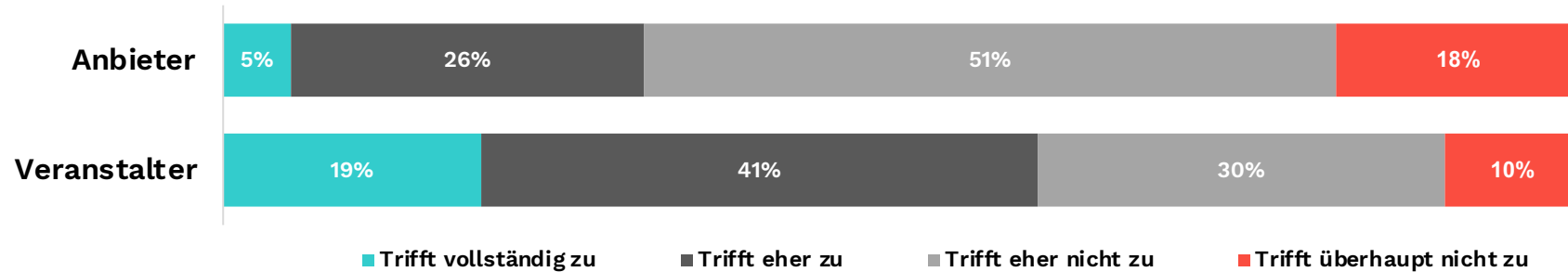
Über 90% der **Anbieter** erwarten keinen Rückgang im Nationalen Geschäft: Das Deutschland-Geschäft bleibt stabil!

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken? Anbieter n=173

Verändert sich die Saisonalität des Marktes?

Statement: "Die Saisonalität auf dem Tagungsmarkt verändert sich (Frühjahrs- und Herbstspitzen verschwinden)."

Meinungsbild
zum Statement



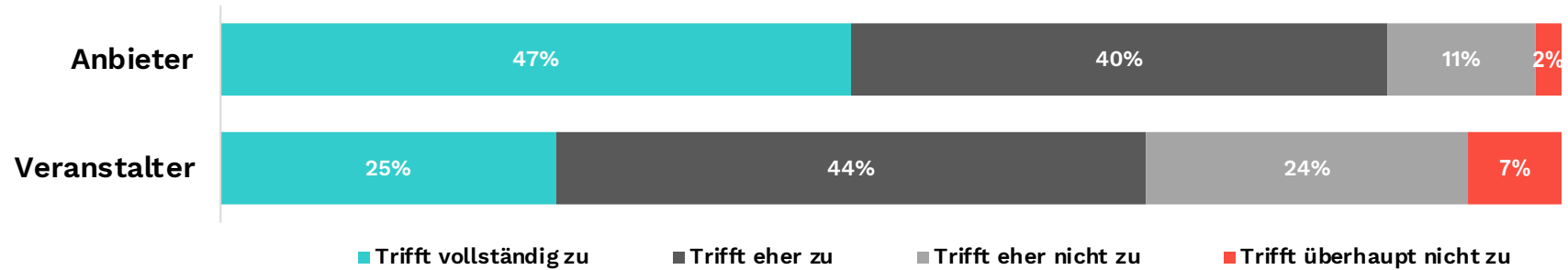
Fast 70 Prozent der **Anbieter** sehen keine Verschiebung der Saisonalität auf dem Tagungsmarkt. Die **Veranstalter** stimmen dem Statement eher zu.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken? Anbieter n=165, Veranstalter n=581

Anbieter spüren einen Trend zu „Last-Minute-Anfragen“

Statement: "Planungszyklen werden kurzfristiger."

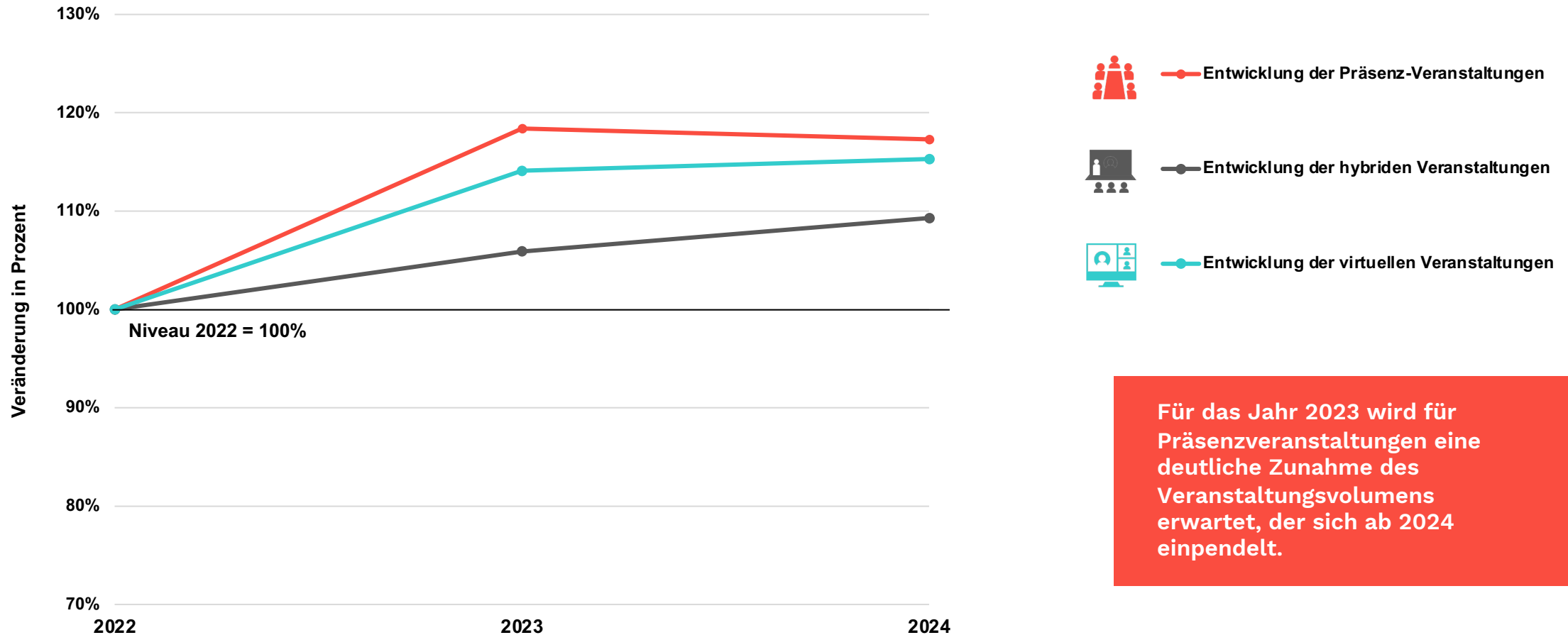
Meinungsbild
zum Statement



Über 80 Prozent der **Anbieter** stimmen der Aussage zu, dass die Planungszyklen für Veranstaltungen kurzfristiger werden. Dies erfordert ein hohes Maß an Flexibilität.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2023: Wie werden sich die beschriebenen Entwicklungen Ihrer Meinung nach allgemein auf Business Events und die Veranstaltungsteilnahme auswirken? Anbieter n=188, Veranstalter n=576

Anbieter und Veranstalter erwarten mehr Veranstaltungen in 2023



Für das Jahr 2023 wird für Präsenzveranstaltungen eine deutliche Zunahme des Veranstaltungsvolumens erwartet, der sich ab 2024 einpendelt.

Basis: EITW, Befragungen 2023: Wie schätzen Sie die Entwicklungen für die nächsten zwei Jahre ein? Bitte geben Sie an, um wie viel Prozent sich das Veranstaltungs- und Teilnehmer*innenaufkommen (Online und Präsenz) im Vergleich zum Jahr 2022 verändern wird. Wenn Sie keine genauen Werte eingeben können, dann tragen Sie – wenn möglich – eine Tendenz ein. Bitte wählen Sie die Art der Veränderung im Dropdown-Menü aus und tragen den Wert in % entsprechend in der Spalte daneben ein (bei gleichbleibendem Volumen entsprechend ein 0).



 10

PROJEKTDESIGN

ABOUT

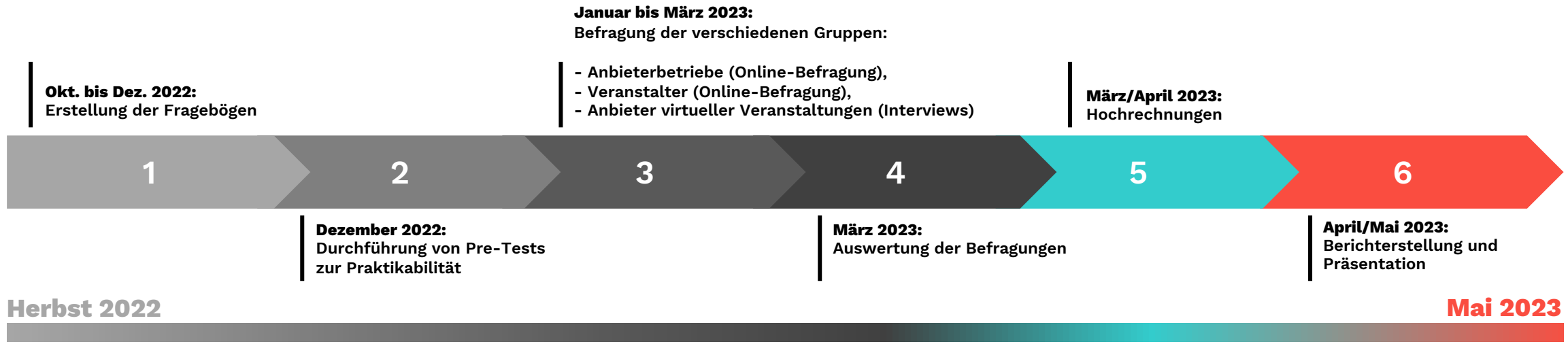
Das jährlich durchgeführte Meeting- & EventBarometer untersucht als einzige Studie zum Veranstaltungsmarkt in Deutschland sowohl den Kongress- als auch den Eventbereich.

Initiiert wurde die Studie vom GCB German Convention Bureau e.V., dem Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC) und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT), die das Europäische Institut für TagungsWirtschaft (EITW) bereits zum siebzehnten Mal mit der Durchführung beauftragt haben.

Mit dem Meeting- & EventBarometer 2022/2023 wird neben den Anbietern und den Veranstaltern bereits zum dritten Mal eine dritte Gruppe befragt: die Anbieter virtueller Veranstaltungen. Dazu zählen: Streaming-Studios, Eventplattformen, etc. Damit wird der fortschreitenden Digitalisierung, die durch die Corona-Pandemie beschleunigt wurde, Rechnung getragen und macht die Studie umfassender.



Projektlauf der Befragungen



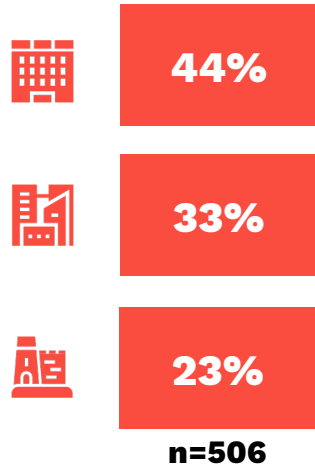
Insgesamt wurden im Rahmen einer Online-Befragung von Januar bis März 2023 rund 3.400 Veranstaltungsstätten in ganz Deutschland mit einer Kapazität von mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal (Kapazitätsangabe ohne Abstandsregeln) befragt. Hinzu kamen rund 2.300 Veranstalter weltweit über einen selektierten Verteiler sowie ca. 5.000 Veranstalter über ein Panel mit Vorauswahl (Unternehmen mit mindestens 100 Mitarbeitern, die entweder in den letzten 3 Jahren eine Veranstaltung in Deutschland durchgeführt haben oder 2023 bzw. in den nächsten zwei Jahren eine solche planen, für die Herkunftsmärkte Deutschland, USA, Vereinigtes Königreich, Österreich, Schweiz, Niederlande und Belgien). Für die Anbieter virtueller Veranstaltungen wurden acht Telefoninterviews geführt. Zusätzlich wurden die Links über Fachmedien sowie soziale Netzwerke gestreut, um weitere Rückläufer zu generieren.

Das Volumen und die Struktur des Veranstaltungsmarktes werden durch die Anbieterbefragung abgebildet, während das derzeitige Meinungsbild der Kunden aus dem In- und Ausland maßgeblich durch die Veranstalterbefragung dargestellt wird. Die Anbieter virtueller Veranstaltungen runden das Gesamtbild ab.

Hinweis: Das Bezugsjahr für alle Daten (Veranstaltungen und Teilnehmer*innen) ist 2022, während sich die Prognosen auf das laufende Jahr und die Zukunft beziehen. Als Bezugsjahr für Veränderungen bei Veranstaltungen, Teilnehmer*innen und Umsätzen wurde das Jahr 2021 gewählt.

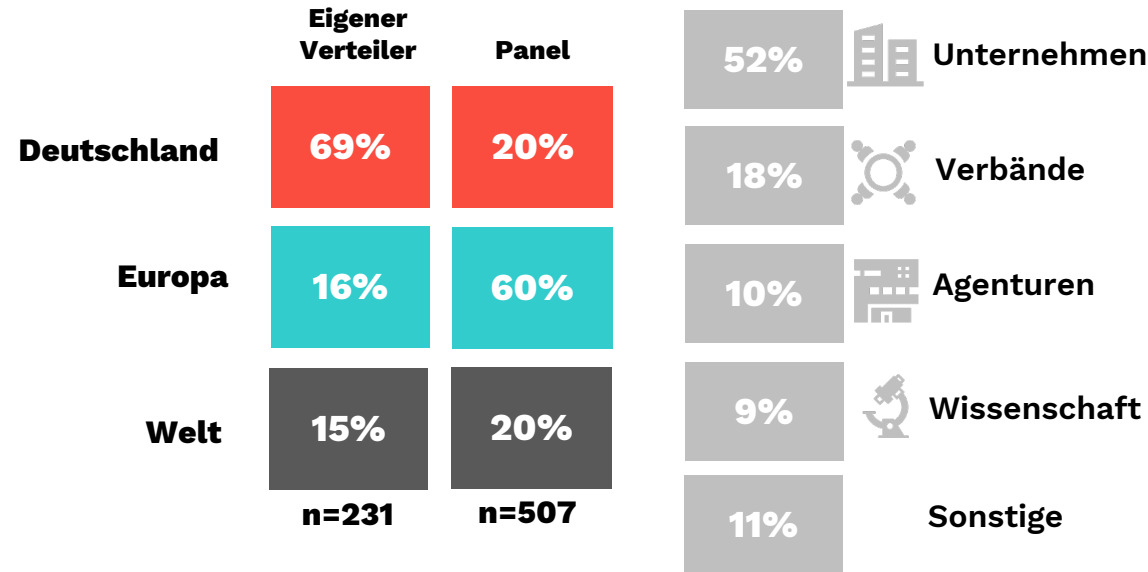
Basis: EITW 2023

ANBIETER 



506 gültige Teilnahmen

VERANSTALTER 



738 gültige Teilnahmen

ANBIETER VIRTUELLER VERANSTALTUNGEN



8 Interviews

Von **Anbieterseite** liegen in Bezug auf alle drei Arten von Veranstaltungsstätten (Veranstaltungs-Centren, Tagungshotels und Eventlocations) ausreichend Daten für valide Aussagen vor.

Die **Veranstalter** lassen sich einerseits nach Herkunft (Deutschland, verschiedene Quellmärkte im sonstigen Europa, USA) differenzieren, andererseits können sie auch nach Organisationsform (Unternehmen, Verbände, Agenturen) unterschieden werden. Somit sind verschiedene Perspektiven auf das Geschehen des Tagungsmarktes möglich.

Weitere Details sind auf der [Webseite des EITW](#) abrufbar.

Ablauf der Hochrechnungen (seit 2021)

1

Ermittlung der **Präsenz-Teilnehmer*innen** und **Veranstaltungen** über die Differenz zum Vorjahr

Basis: Befragung der **Anbieter**

Begründung: gleiche Befragungsbasis wie in den Vorjahren

Differenzierung: nach Veranstaltungsstätten-Arten

Weitere Details sind auf der [Webseite des EITW](#) abrufbar.

Ermittlung der **virtuellen** und **hybriden Teilnehmer*innen** und **Veranstaltungen** über die Aufteilung der Teilnehmer*innen & Veranstaltungen auf die verschiedenen Formen (Verhältnisse)

Basis: Befragung der deutschen **Veranstalter**

Begründung: bei Veranstaltern bekommt man eine Übersicht über **alle** Veranstaltungen, die durchgeführt wurden (nicht nur die in den Veranstaltungsstätten)

Differenzierung: nach Veranstalter-Arten

2

3

Kontrolle der Zahlen über den Vergleich der Angaben in den verschiedenen Befragungen

Basis: Alle Befragungen

Begründung: Sind die Angaben in den Befragungen plausibel?

Veranstaltungsstätten-Arten:

VC = Veranstaltungs-Centren

Zu den Veranstaltungs-Centren gehören Kongresszentren, Sport- und Mehrzweckhallen, Arenen sowie Bürgerhäuser, die für die Durchführung von Veranstaltungen gebaut wurden und keine Übernachtungsmöglichkeiten anbieten.

TH = Tagungshotels

Tagungshotels bieten neben den Tagungseinrichtungen auch Übernachtungsmöglichkeiten an.

EL = Eventlocations

Zu den Eventlocations zählen besondere Veranstaltungsstätten, die ursprünglich für einen anderen Zweck als den der Veranstaltungsdurchführung gebaut wurden. Hierzu gehören z.B. Burgen/Schlösser, Museen, Fabrikhallen/Lokschuppen, Studios, Freizeitparks, Bildungseinrichtungen/Hochschulen, Flughäfen usw.

Veranstaltungsformen:

Präsenzveranstaltungen:

Veranstaltung, bei der die Teilnehmer*innen ausschließlich vor Ort durch ihr persönliches Erscheinen teilnehmen können (einfache digitale Elemente, wie z.B. Live-Berichte via Twitter etc. machen die Veranstaltung noch nicht zu einer hybriden Veranstaltung).

Hybride Veranstaltungen:

Veranstaltung, bei der die Teilnehmer*innen selbst die Wahl haben, ob sie vor Ort (d.h. mit persönlichem Erscheinen) – oder digital teilnehmen, z.B. über Live-Streams zu den Sessions und/oder über Teilnahme per Webinar-Funktionen. Bei diesen Veranstaltungen werden Präsenz-Veranstaltungen zeitgleich mit virtuellen Komponenten kombiniert.

Virtuelle Veranstaltungen:

Veranstaltung, bei der die Teilnehmer*innen nur via Stream/Videokonferenz- oder Webinar-Software etc. teilnehmen können. Es gibt keine Teilnahmemöglichkeit vor Ort. Die Veranstaltung kann aus einem Studio oder einer Location mit Studioeinrichtung (temporär oder fest verbaut) etc. heraus produziert und gesendet werden, die Mitarbeiter vor Ort sind dann jedoch keine Teilnehmer*innen im eigentlichen Sinn. Eine weitere Unterscheidung zwischen digitalen und virtuellen Veranstaltungen findet hier nicht statt, die Begriffe sind demzufolge synonym zu verstehen.

Veranstaltungsarten:

Seminare, Tagungen, Kongresse:	geschäftlich, zum Wissensaustausch
Ausstellungen/Präsentationen:	z.B. Produktpräsentationen, kleinere Messen
Sport- und Kulturevents:	Popkonzerte, Sportfeste etc.
Social Events:	z.B. Rahmenprogramme, Dinner- und Abendveranstaltungen (sozusagen Events, die Bestandteil einer größeren, übergeordneten Veranstaltung z.B. eines Kongresses sind)
Lokale Veranstaltungen:	Treffen ortsansässiger Vereine und Gruppen, z.B. gemeinnützige Clubs
Festivitäten:	z.B. Jubiläen, Bankette, Hochzeiten, Firmenfeiern, Partys (eigenständige Veranstaltungen ohne Bezug zu einer anderen Veranstaltung)
Beruflich motivierte Veranstaltungen:	Meetings und Veranstaltungen mit geschäftlichem Hintergrund, z.B. Kongresse, Tagungen, Seminare und Workshops, aber auch universitäre Veranstaltungen, Firmen-Promotions und Unternehmens-Galas.
Events:	Veranstaltungen mit Unterhaltungs- und Freizeit-Charakter wie z.B. gesellschaftliche und kulturelle Veranstaltungen, Sportevents und Festivitäten, Bankette und Jubiläen.
Internationale Veranstaltungen:	Präsenz- oder hybride Veranstaltung mit mindestens 10 Prozent ausländischen Teilnehmer*innen, bei der die ausländischen Teilnehmer*innen vor Ort waren.
(Präsenz)Teilnehmer*innen aus dem Ausland:	Besucher von Veranstaltungen, die ihren Hauptwohnsitz außerhalb von Deutschland haben.

Abkürzungen:

DZT:	Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
EVVC:	Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.
GCB:	German Convention Bureau e.V.
MEBa:	Meeting- & EventBarometer (Deutschland-Studie)
MICE:	Meetings, Incentives, Conventions, Events

KONTAKTADRESSEN



Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW)

an der Hochschule Harz

Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber (Geschäftsführer)

Dr. Ralf Kunze (Datenanalyse)

Dipl. Kffr. (FH) Andrea Dessi (Text und Konzeption)

Friedrichstr. 57-59

38855 Wernigerode

Fon: +49 (0)3943-659-268

Fax: +49 (0)3943-659-299

E-Mail: mail@eitw.de

Internet: www.eitw.de

Begleitet durch den Fachbeirat:

Matthias Schultze (GCB)

Birgit Pacher (GCB)

Ilona Jarabek (EVVC)

Verena Uden (EVVC)

Dr. Natalie Stors (DZT)

Frankfurt am Main – Wernigerode, Mai 2023



INITIATOREN



DZT Deutsche Zentrale für Tourismus e.V.
Beethovenstraße 69
60325 Frankfurt am Main
Tel: +49 (0)69-97464-0
Fax: +49 (0)69-97464-233
Internet: www.germany.travel
E-Mail: info@germany.travel



EITW Europäisches Institut für Tagungswirtschaft GmbH
an der Hochschule Harz
Friedrichstraße 57-59
38855 Wernigerode
Tel: +49 (0)3943-659-268
Fax: +49 (0)3943-659-5268
Internet: www.eitw.de
E-Mail: info@eitw.de



EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungs-Centren e.V.
Niddastraße 74
60329 Frankfurt am Main
Telefon: +49 (0)69-915096980
Telefax: +49 (0)69-915096989
Internet: www.evvc.org
E-Mail: info@evvc.org



GCB German Convention Bureau e.V.
c/o WeWork
Taunusanlage 8
60329 Frankfurt am Main
Tel: +49 (0)69-242930-0
Fax: +49 (0)69-242930-26
Internet: www.gcb.de
E-Mail: info@gcb.de