

Pressemeldung

Ihr Pressekontakt:
Europäischer Verband der
Veranstaltungs-Centren e.V.
Tim Kuppler
Tel. +49 (0) 69 915096983
presse@evvc.org

Frankfurt, 25.04.2024

Ergebnisse des Meeting- & EventBarometers 2023/24: Aufwärtstrend im deutschen Veranstaltungsmarkt hält an – nachhaltige Transformation der Branche manifestiert sich

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 „Meeting- & EventBarometers 2023/2024“. Die zentralen Kennzahlen zum Veranstaltungsmarkt in Deutschland im Jahr 2023 bestätigen den Aufwärtstrend der letzten Jahre: Sowohl das Volumen der Veranstaltungen als auch die Zahl der Teilnehmer:innen steigen weiter und nähern sich sukzessive dem Vor-Corona-Niveau.

Entwicklung der Geschäftsreisen im deutschen Incoming-Tourismus

Die Zahl der internationalen Geschäftsreisen aus Europa nach Deutschland ist nach Analysen von IPK International im Auftrag der DZT 2023 im Vorjahresvergleich um 20 Prozent von 9,2 auf 11,1 Millionen gestiegen und erreicht 83 Prozent des Vorkrisenniveaus von 2019. Weltweit, also inklusive der Überseemärkte, wuchs das Business Travel-Segment um 23 Prozent auf 13,5 Millionen Reisen. Im europäischen Wettbewerb bleibt Deutschland 2023 mit deutlichem Abstand Geschäftsreiseziel Nummer 1 der Europäer und baut mit dem Zuwachs von 20 Prozent gegenüber 2022 im Vergleich zur Entwicklung aller europäischen Auslandsgeschäftsreisen (plus 15 Prozent) seine Top-Position weiter aus.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT: „Innerhalb des Marktes für Geschäftsreisen aus Europa nach Deutschland sind 2023 alle Segmente auf Wachstumskurs. Die Zahl der promotablen Geschäftsreisen steigt gegenüber 2022 um 15 Prozent auf 6,3 Millionen und erreicht einen Marktanteil von 57 Prozent. Der Bereich der traditionellen Geschäftsreisen wächst überdurchschnittlich um 28 Prozent auf 4,7 Millionen - ein Marktanteil von 43 Prozent. Das bestätigt die immense Bedeutung von Kommunikation und persönlichem Austausch in allen Formaten des Geschäftsreisemarktes. Innerhalb der promotablen Geschäftsreisen bleiben Kongresse/Konferenzen mit einem Plus von sieben Prozent und einem Anteil am Geschäftsreisemarkt von 37 Prozent weiterhin das stärkste MICE-Segment. Messen/Ausstellungen sowie Incentives erholen sich nach den pandemiebedingten Ausfällen deutlich und erreichen wieder Marktanteile von 13 beziehungsweise sieben Prozent.“

Trendthemen, die aus Sicht der DZT auch für den MICE-Markt der Zukunft neue Anforderungen definieren, sind "Work from anywhere" und Bleisure. Außerdem gewinnen klima- und umweltfreundliche Business Trips an Bedeutung im internationalen Geschäftsreisemarkt. Im Zuge der digitalen Transformation ist das Open Data MICE-Projekt in Zusammenarbeit mit dem DZT-Knowledge Graphen der Schlüssel, um das Angebot des

Tagungsstandorts Deutschland in Form von offenen und maschinenlesbaren Daten abzubilden, Content für alle digitalen Kanäle bereitzustellen und auch mithilfe von KI-Anwendungen die internationale Vermarktung des MICE-Standortes Deutschland voranzutreiben.

Deutscher Veranstaltungsmarkt wächst stabil weiter

Die Aufwärtsentwicklung des deutschen Veranstaltungsmarkts hält nicht nur an, sondern ist positiver als erwartet. Mit 2,15 Millionen erreichte das reale Volumen der Präsenzveranstaltungen im vergangenen Kalenderjahr wieder 74,4 Prozent des Niveaus von 2019. Dies entspricht einem Anstieg von 24,7 Prozent im Vergleich zu 2022. Dabei wurden 1,8 Millionen Events als reine Präsenzveranstaltungen durchgeführt, während 328.000 als hybride Veranstaltungen mit Möglichkeiten der Vor-Ort- sowie Online-Teilnahme konzipiert wurden.

Anhand der Teilnehmer:innenzahlen wird das Wachstum noch deutlicher: 2023 gab es knapp 311 Millionen Teilnehmer:innen vor Ort. Dies entspricht einem Wachstum von 68,5 Prozent (2022: 184,5 Millionen) und 73,5 Prozent des Niveaus von 2019. Zur positiven Marktentwicklung trägt die steigende Nachfrage aus dem Ausland bei: Der Anteil der internationalen Teilnehmer:innen an Präsenzveranstaltungen ist von 3,9 Prozent im Jahr 2022 auf durchschnittlich 6,2 Prozent im Jahr 2023 gestiegen. Bei den beruflich motivierten Business-Veranstaltungen liegt er mit 9,1 Prozent am höchsten.

Business Events: Trend zu größeren Veranstaltungen

Mit 57,5 Prozent waren Kongresse, Tagungen und Seminare 2023 die mit Abstand wichtigste Veranstaltungsart in den deutschen Veranstaltungsstätten. Die bereits 2022 zu beobachtende Verlagerung hin zu größeren Veranstaltungen ab 101 Teilnehmer:innen und der entsprechende Rückgang bei kleineren Veranstaltungen von bis zu 100 Teilnehmer:innen hat sich auch im letzten Jahr fortgesetzt: Der Anteil der Kongresse, Tagungen und Seminare hat in allen Größenklassen von 101 bis über 5.000 Teilnehmer:innen zwischen 3,6 Prozent-Punkte und 0,2 Prozent-Punkte zugenommen; der Anteil kleiner Veranstaltungen mit bis 50 Teilnehmer:innen und bis 100 Teilnehmer:innen ist um 6,7 Prozent-Punkte bzw. 2,6 Prozent-Punkte zurückgegangen. Gleichzeitig machen diese beiden Größenkategorien insgesamt nach wie vor drei Viertel aller Seminare, Tagungen und Kongresse in Veranstaltungsstätten aus (75,3 Prozent).

Mit knapp 50 Prozent sind Unternehmen die wichtigste Veranstaltergruppe von Business Events, was deren anhaltend hohe Relevanz im Kommunikationsmix von Organisationen verdeutlicht. Im Hinblick auf die Herkunft der Veranstalter bildet Deutschland für die Anbieter im Business-Events-Segment eine solide Geschäftsbasis: 93,7 Prozent aller veranstaltenden Organisationen kommt aus dem eigenen Land. International sind vor allem die direkten Nachbarländer starke Quellmärkte, aber auch die USA, Großbritannien und China machen sich wieder zunehmend bemerkbar.

Fokusthema Personal: Situation bleibt herausfordernd

Im Tagesgeschäft sind personelle Engpässe für die Branchenakteure weiterhin ein zentrales Thema. Für 87 Prozent der Veranstalter und für 80 Prozent der Anbieterbetriebe haben personelle Engpässe eine (sehr) hohe Bedeutung. In den Tagungshotels wird hier sogar ein Wert von 93 Prozent erreicht. 41 Prozent der befragten Tagungshotels geben zudem an, dass sie ihren Personalbedarf nicht ausreichend decken können. Insgesamt zeichnet sich in diesem Bereich allerdings eine leichte Entspannung ab: Während 2023 noch im Durchschnitt 54 Prozent aller Arten von Veranstaltungsorten (Veranstaltungs-Centren, Tagungshotels, Eventlocations) den Bedarf an benötigtem Personal nicht abdecken konnten, sind dies aktuell noch rund ein Drittel (34 Prozent). „Die Personalsituation stellt sich in den Veranstaltungshäusern sehr unterschiedlich dar. Fakt ist: Wir müssen uns weiterhin aktiv um Fachkräfte und vor allem um Nachwuchsförderung kümmern. Gutes Employer Branding und qualitätsvolle Ausbildungsstrukturen sind das Gebot der Stunde. Hierzu bietet der EVVC

Hilfestellungen an“, so Ilona Jarabek, Präsidentin EVVC Europäischer Verband der Veranstaltungen-Centren e.V.

Fokusthema Nachhaltigkeit: Erfolgsfaktor für Anbieterbetriebe

Zertifizierte Nachhaltigkeit befindet sich für Business Events auf einem stringenten Weg von einem „nice to have“ zu einem „must have“. Zwischen 2011 und 2023 hat sich der Anteil der Anbieterbetriebe mit einem zertifizierten Nachhaltigkeitsmanagementsystem von 27 Prozent auf 54 Prozent verdoppelt. Ein weiteres Drittel befindet sich in der Planungsphase einer Implementierung. Demgegenüber stehen inzwischen fast 90 Prozent der Veranstalter, die Anbieter mit einem nachhaltigen Zertifizierungssystem bevorzugen. Auch hier zeigt der Vergleich, wie bedeutsam das Thema für die Branche geworden ist: Bei der letzten Abfrage dieses Aspekts im Meeting- & EventBarometer 2019/2020 lag dieser Wert bei nur 36 Prozent.

Neben Ressourceneffizienz und Imageverbesserung, die von den Anbieterbetrieben als Hauptbeweggründe für ein Nachhaltigkeitsmanagementsystem genannt werden, sollten die zunehmenden gesetzlichen Bestimmungen weiter dazu beitragen, dass eine strategisch in Unternehmen verankerte Nachhaltigkeit in Zukunft noch ausschlaggebender wird. Regelwerke wie der European Green Deal, in dem die EU alle Maßnahmen zur nachhaltigen Umgestaltung der Wirtschaft bündelt, schaffen einen Nachhaltigkeitskreislauf in der Branche, der nicht zuletzt von ESG-Berichterstattungspflichten auf Kund:innenseite getrieben wird.

Unterschiedliche Perspektiven auf Zukunftsthemen

Mit Blick auf Zukunftsthemen gibt es bei Anbietern und Veranstaltern themenabhängig unterschiedliche Aussagen und Einschätzungen. So ist Künstliche Intelligenz für Veranstalter bereits Teil ihrer Realität und 80 Prozent stimmen eher bis vollständig zu, dass KI zunehmend bei Events genutzt wird. Demgegenüber stimmen 73 Prozent der Anbieter dieser Aussage eher nicht bis überhaupt nicht zu. Auch bei der Einschätzung der zukünftigen Bedeutung von Eventformaten und damit einhergehenden Raumanforderungen gibt es Unterschiede. So stimmen 34 Prozent der Veranstalter vollständig der Aussage zu, dass agile Formate mit mehr Interaktion wichtiger werden, und 38 Prozent geben ohne Einschränkung an, dass sich dadurch die Raumanforderungen ändern. Demgegenüber stehen nur 16 Prozent bzw. 13 Prozent der Anbieterbetriebe, die diese Aussagen voll unterstützen.

Weiteres Wachstum im laufenden Jahr

Einigkeit besteht hinsichtlich der Wachstumsaussichten: Anbieterbetriebe und Veranstalter sind zuversichtlich und erwarten für 2024 aufgrund der aktuellen Lage weiteres Wachstum. 89 Prozent der Veranstalter gehen von einer (sehr) guten Veranstaltungslage aus. Drei Viertel der Anbieter (76 Prozent) schätzen die Buchungslage für die kommenden Monate ebenfalls als (sehr) gut ein. Vor allem bei den reinen Präsenzveranstaltungen sehen sie für das laufende Jahr Wachstumspotenzial, genauso werden mehr Teilnehmer:innen vor Ort erwartet. „Diese Einschätzung aus dem Markt zeigt die anhaltende Bedeutung von Business Events als Orte, an denen Menschen aufeinandertreffen, um Antworten für die großen Fragen unserer Zeit zu entwickeln – gerade auch, weil unsere Arbeitswelt immer virtueller wird und Menschen sich nach realen Begegnungen, unmittelbarem Networking und dem Aufbau von Communities sehnen“, so Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB German Convention Bureau e.V. „Die Ergebnisse des Meeting- & EventBarometers 2023/2024 zeigen hier, dass Deutschland als Standort für Business Events resilient und zukunftsfähig aufgestellt ist.“

Die Management Summary des neuen Meeting- & EventBarometers können Sie [unter diesem Link](#) herunterladen.

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). 2023 haben die Partner bereits zum 18. 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.

Schwerpunktt Themen 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 Länderververtretungen und steuert diese von ihrer Zentrale in Frankfurt am Main. Weitere Informationen unter 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 600 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

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 knapp 400 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. „Premium Partner 2024“ ist H World International. Das Darmstadtium, das Frankfurt Airport Marriott Hotel - Sheraton Frankfurt Airport Hotel & Conference Center, die Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein und die Thüringer Tourismus GmbH unterstützen das GCB als "Partner im Fokus 2024". Weitere Informationen zum Tagungsland Deutschland unter 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

Redaktionelle Rückfragen richten Sie bitte an:
Herrn Tim Kuppler, Tel. +49 (0) 69 915096983, E-Mail: presse@evvc.org