

Pressemeldung

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

Frankfurt am Main, 06.05.2025

Ergebnisse des Meeting- & EventBarometers 2024/25: Aufwärtstrend im deutschen Veranstaltungsmarkt hält an – Events werden größer und internationaler mit mehr Präsenzteilnahme

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. stellen die Ergebnisse des „Meeting- & EventBarometers 2024/2025“ im Rahmen einer Online-Präsentation vor. Die zentralen Kennzahlen zum Veranstaltungsmarkt in Deutschland im Jahr 2024 bestätigen das Marktwachstum mit signifikant steigenden Teilnehmer*innenzahlen vor allem bei den Präsenzveranstaltungen und einer steigenden Internationalisierung.

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 und des GCB 2024 im Vorjahresvergleich um 7,7 Prozent von 11,1 auf 11,9 Millionen gestiegen. Weltweit wuchs das Business Travel-Segment um 8,1 Prozent auf 14,65 Millionen Reisen nach Deutschland. Im europäischen Wettbewerb bleibt Deutschland 2024 mit deutlichem Abstand Geschäftsreiseziel Nummer 1 der Europäer. Jede fünfte Reise aus Europa nach Deutschland war 2024 eine Geschäftsreise.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT: „Mit 14,65 Millionen internationalen Geschäftsreisen nach Deutschland 2024 setzt sich die Recovery im Business Travel-Segment post Corona fort und erreicht 91 Prozent des Niveaus im bisherigen Rekordjahr 2019. Innerhalb des Marktes für Geschäftsreisen aus Europa nach Deutschland sind 2024 alle Segmente weiter auf Erholungskurs. Die Zahl der promotablen Geschäftsreisen steigt im Vergleich zu traditionellen Geschäftsreisen gegenüber 2023 überproportional um 13 Prozent auf 7,1 Millionen und erreicht einen Marktanteil von 60 Prozent. Innerhalb der promotablen Geschäftsreisen bleiben Kongresse/Konferenzen mit einem Plus von elf Prozent im Vorjahresvergleich und einem Anteil am Geschäftsreisemarkt von 39 Prozent weiterhin das stärkste MICE-Segment. Die Erfolgsbilanz des vergangenen Jahres darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass die Rahmenbedingungen für den Geschäftsreisemarkt seit Anfang 2025 deutlich schwieriger geworden sind. Eskalierende Handelskonflikte dämpfen die Wachstumserwartungen in der Weltwirtschaft mit möglichen Folgen auch für den Geschäftsreiseverkehr. Umso wichtiger ist es heute, die Themen Internationalisierung und Digitale Transformation weiter voranzutreiben, und langfristig anschluss- und wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen für Deutschland als führende Geschäftsreisedestination sicherzustellen.“

Veranstaltungen werden größer und internationaler

„Laut IPK International belegt Deutschland auch im globalen Vergleich die Top-Position als meistbesuchte Destination für promotable Geschäftsreisen: jede zehnte MICE-Reise weltweit führte 2024 nach Deutschland – mit 8,9 Millionen Reisen entspricht dies einem Wachstum von mehr als 15 Prozent gegenüber dem Vorjahr und einer Recovery von fast 98 Prozent gegenüber 2019. Diese positive Marktentwicklung spiegelt sich auch im neuen Meeting- & EventBarometer wider: zwar fanden insgesamt etwas weniger Veranstaltungen als im Vorjahr statt, diese waren aber mit Blick auf die Teilnehmer*innen-Zahl im Schnitt größer und auch internationaler“, ordnet Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB, die jüngsten Ergebnisse ein. Insbesondere beim Blick auf die Teilnehmer*innenzahlen wird der Aufwärtstrend deutlich: Die Vor-Ort-Teilnahme bei reinen Präsenzveranstaltungen oder hybriden Formaten boomt dabei am meisten mit insgesamt 378 Millionen Teilnehmer*innen, die sich dafür entschieden haben, physisch an einem Event teilzunehmen. Dies entspricht einem Wachstum von 21,5 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2023: 310,8 Millionen) sowie fast 90 Prozent des Niveaus von 2019. Bemerkenswert ist auch, dass die Teilnehmer*innenzahlen über alle Veranstaltungsstätten hinweg – Veranstaltungszentren, Tagungshotels und Eventlocations – zunahmen.

Zur positiven Marktentwicklung trägt die steigende Nachfrage aus dem Ausland bei: Der Anteil der internationalen Teilnehmer*innen an Präsenzveranstaltungen ist von 6,2 Prozent im Jahr 2023 auf durchschnittlich 9,5 Prozent im Jahr 2024 gestiegen – und erreicht damit ein Recovery-Level von 93 Prozent gegenüber 2019. Das reale Volumen der Präsenzveranstaltungen lag im vergangenen Kalenderjahr bei 2,02 Millionen – das entspricht einem Recovery-Level von 69,9 Prozent gegenüber 2019. Aus diesem leichten Rückgang des Gesamtvolumens von 6 Prozent gegenüber dem Vorjahr in Kombination mit steigenden Teilnehmer*innenzahlen – auch aus dem Ausland – lässt sich ableiten, dass Veranstaltungen insgesamt größer und internationaler werden.

Business Events als Treiber der Internationalisierung

Vor allem deutsche Business Events ziehen internationale Gäste an: Mit 11,1 Prozent ist der Anteil von internationalen Teilnehmer*innen in diesem Segment höher als bei Veranstaltungen insgesamt. Dies entspricht 12,7 Millionen Menschen, die 2024 aus dem Ausland für beruflich motivierte Veranstaltungen nach Deutschland reisten – ein Wachstum von zwei Prozentpunkten im Vergleich zu 2023.

Mit knapp 50 Prozent sind Unternehmen die wichtigste Veranstaltergruppe. Im Hinblick auf die Herkunft der Veranstalter bildet Deutschland für die Anbieter im Business-Events-Segment eine solide Geschäftsbasis: 90,9 Prozent aller veranstaltenden Organisationen kommt aus dem eigenen Land. Gleichzeitig zeigt sich ein Trend zu mehr internationalen Kund*innen, deren Anteil im Vergleich zu 2023 im letzten Jahr von 6,3 Prozent auf 9,9 Prozent gestiegen ist. International sind vor allem die direkten Nachbarländer starke Quellmärkte, aber auch Großbritannien, die USA und China machen sich bemerkbar.

Nachhaltigkeit ist Standard – KI gehört zum Arbeitsalltag

Nachhaltigkeit ist im Veranstaltungsgeschäft zu einem wichtigen USP geworden: Zwischen 2011 und 2024 hat sich der Anteil der Anbieterbetriebe, die einen Nachhaltigkeitsstandard oder eine Nachhaltigkeitsberichterstattung implementiert haben, von 27 Prozent auf 60 Prozent mehr als verdoppelt. Fast ein Viertel (23 Prozent) befindet sich in der Planungsphase einer Implementierung. Demgegenüber stehen knapp 80 Prozent der Veranstalter, die Anbieter mit einem Nachhaltigkeitsstandard bevorzugen. „Die Veranstaltungszentren, Kongresshäuser, Arenen und Special Event Locations haben ihr Engagement im Bereich Nachhaltigkeit nochmals massiv verstärkt – und das kommt bei den Kunden und Teilnehmenden an“, so René Tumler, Geschäftsführer des EVVC. „Im Zusammenspiel mit der voranschreitenden Digitalisierung sind die Veranstaltungsstätten damit bestens für die künftigen Aufgaben im Sinne der Twin Transformation aufgestellt.“

Während es mehr als ein Jahrzehnt gedauert hat, bis sich der Aspekt Nachhaltigkeit für die Auswahl von Eventlocations zu einem Maßstab entwickelt hat, scheint sich die Integration von Künstlicher Intelligenz (KI) in den Arbeitsalltag der Veranstaltungsbranche viel schneller zu vollziehen: 78 Prozent der Veranstalter und 46 Prozent der Veranstaltungsstätten geben an, KI-Tools zu nutzen. An erster Stelle sind bei beiden Stakeholder-Gruppen Chatbots im Einsatz. Auf Platz zwei und drei folgen auf Veranstalterseite KI-gestützte Simultanübersetzungen sowie Feedback- und KPI-Analysen, während bei den Anbieterbetrieben Marketinganwendungen für die Bild- und Textgenerierung besonders beliebt sind.

Prognose: Weiteres Wachstum im laufenden Jahr

Sowohl die Anbieter als auch die Veranstalter blicken mit Zuversicht auf die nächsten Monate: 85 Prozent der Veranstalter gehen von einer (sehr) guten Veranstaltungslage aus. 62 Prozent der Anbieter schätzen die Buchungslage für die kommenden Monate ebenfalls als (sehr) gut ein. Vor allem bei den reinen Präsenzveranstaltungen sehen beide Gruppen Wachstumspotenzial. Die befragten Veranstalter erwarten zudem, dass sich die festgestellte zunehmende Internationalisierung mit mehr Teilnehmer*innen aus dem europäischen Ausland fortsetzt.

Alle Formen von Veranstaltungen bewegen sich schon seit mehreren Jahren in einem komplexen Spannungsfeld von Einflussfaktoren. Die Digitalisierung verändert das Verhalten von Menschen und die Erwartungen der Teilnehmer*innen an Veranstaltungen sind inzwischen von der On-Demand-Kultur genauso geprägt wie von mobilem Arbeiten. In diesem Kontext zeigen die Ergebnisse des Meeting- & EventBarometers 2024/2025 sowie die Einschätzung aus dem Markt die anhaltende Bedeutung von Veranstaltungen. Vor allem das Wachstum bei der Vor-Ort-Teilnahme weist darauf hin, dass der direkte Austausch mit anderen bei der Diskussion relevanter Fragen und das persönliche Erleben einer Veranstaltung wichtiger denn je 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). 2024 haben die Partner bereits zum 19. 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.

Die DZT unterhält 19 Ländervertretungen 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 mehr als 420 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 2025“ ist H World International. Das Darmstadter, 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 2025". 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