

# Pressemeldung

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

Frankfurt am Main, 06.05.2026

## **Struktureller Wandel prägt den internationalen Geschäftsreisemarkt – Deutschlands Veranstaltungsmarkt bleibt weltweit attraktiv**

### **Kennzahlen 2025 zum Veranstaltungsmarkt Deutschland und internationalen Geschäftsreisen**

**Die zentralen Kennzahlen zum Veranstaltungsmarkt in Deutschland im Jahr 2025 zeigen ein stabiles und von anhaltendem Wachstum geprägtes Segment, in dem trotz geopolitischer Herausforderungen im internationalen Geschäftsreiseverkehr alle Eventarten eine hohe internationale Teilnehmerschaft verzeichnen konnten.**

Dies geht aus den aktuellen Ergebnissen des *Meeting- & EventBarometers 2025/26* sowie aus Daten des *IPK World Travel Monitor* zu internationalen Geschäftsreisen hervor, die 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. im Rahmen einer Online-Präsentation präsentiert haben.

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

Deutschland behauptet 2025 mit einem Marktanteil von 10 Prozent seine Position als weltweit führendes Geschäftsreiseziel, so die Auswertungen des World Travel Monitors von IPK International. Von den traditionellen Geschäftsreisen weltweit führten 11 Prozent nach Deutschland – Platz 1 im globalen Vergleich.

In absoluten Zahlen entwickelte sich 2025 der internationale Geschäftsreisemarkt rückläufig. Für Deutschland bedeutete das nach Analysen von IPK International im Auftrag der DZT im Vorjahresvergleich ein Minus von 6 Prozent auf 13,8 Millionen Reisen. Jede fünfte Reise aus Europa nach Deutschland war 2025 eine Geschäftsreise. Im Einzelnen wurden im Business Travel-Segment 11,2 Millionen Reisen registriert (minus 6 Prozent). Die Rückgänge sind den traditionellen Geschäftsreisen (minus 16 Prozent) zuzuordnen. Promotable Geschäftsreisen liegen mit einem Plus von 0,1 Prozent etwa auf Vorjahresniveau.

Unter den Reisen aus Übersee nach Deutschland dienten 32 Prozent geschäftlichen Zwecken. Insgesamt ging das Geschäftsreisevolumen um 3 Prozent auf 2,6 Mio. zurück, wobei traditionelle Geschäftsreisen um 10 Prozent zurückgingen, während promotable Geschäftsreisen ein Plus von 1 Prozent erzielten.

Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT: „Der globale Geschäftsreisemarkt verändert sich außerordentlich dynamisch. Die Rückgänge der traditionellen Geschäftsreisen spiegeln zum einen die veränderte weltweite Wirtschaftslage, zum anderen den Wandel im Zuge der digitalen Transformation. Das Segment promotabler Business Trips erweist sich

hingegen als stabil. Im internationalen Wettbewerb bleibt Deutschland 2025 zwar mit deutlichem Abstand Geschäftsreiseziel Nummer 1. Wachstumschancen zeichnen sich hingegen im Segment Bleisure ab: 16 Prozent der ausländischen Geschäftsreisenden haben laut DWIF-Qualitätsmonitor zwischen November 2024 und Oktober 2025 ihre Geschäftsreise nach Deutschland privat verlängert - ein Plus von 2 Prozent-Punkten zum Vergleichszeitraum November 2023 bis Oktober 2024. Insgesamt sind die Rahmenbedingungen für den Geschäftsreisemarkt seit Anfang 2025 deutlich schwieriger geworden. Eskalierende Handelskonflikte sowie der Nahostkrieg seit Ende Februar 2026 sind Unsicherheitsfaktoren für die Weltwirtschaft und damit auch für den internationalen Geschäftsreiseverkehr. Damit bleiben die Themen Internationalisierung und Digitale Transformation weiter Schlüsselfaktoren, um langfristig anschluss- und wettbewerbsfähige Rahmenbedingungen für Deutschland als führende Geschäftsreisedestination sicherzustellen.“

### **Bleisure-Reisen: Zusatzpotenziale im Incoming-Tourismus nach Deutschland**

Mit durchschnittlich 1,6 zusätzlichen Nächten entstehen bei den Bleisure-Reisen mehr Kontaktpunkte mit der Destination, mehr touristische Nachfrage und somit auch mehr Wertschöpfung jenseits des eigentlichen Termins. Die stärksten Gründe für die private Verlängerung der Geschäftsreise liegen dabei im kulturellen und urbanen Angebot Deutschlands. Dort, wo Meetings und Events auf attraktive Angebote, Kultur und Erlebnisräume treffen, entsteht ein messbarer Mehrwert für das Reiseland Deutschland.

### **Deutschland als robuster und international attraktiver Eventstandort**

Laut IPK International ist Deutschland weltweit das wichtigste Ziel für Geschäftsreisen aller Art. Während traditionelle Geschäftsreisen weiterhin rückläufig sind, bleiben Reisen zu Messen, Meetings und Seminaren, Kongressen und Incentives stabil: sie machen mit 64 Prozent den überwiegenden Teil internationaler Geschäftsreisen nach Deutschland aus. Insgesamt führten neun Prozent der globalen MICE-Reisen 2025 nach Deutschland.

Die wichtigsten Quellmärkte für Reisende zu Veranstaltungen in Deutschland sind laut IPK International vor allem die europäischen Länder Schweiz, Frankreich und Österreich sowie Großbritannien, aber auch die Fernmärkte USA und China nehmen wieder zu. „Die internationale Nachfrage nach Veranstaltungen in Deutschland bleibt robust. Rund 80 Prozent der internationalen Gäste kommen aus Europa. Der deutsche Veranstaltungsmarkt behauptet sich damit in einer anhaltend dynamischen geopolitischen Lage und einem insgesamt anspruchsvollen Umfeld als international wettbewerbsfähig“, ordnet Matthias Schultze, Geschäftsführer des GCB, die jüngsten Ergebnisse ein.

Diese Marktentwicklung spiegelt sich auch im neuen Meeting- & EventBarometer wider: „Der Anteil von 10,7 Prozent internationaler Teilnehmer\*innen an Veranstaltungen in Deutschland zeigt die Bedeutung anlassbezogener Reisen zu beruflich motivierten Veranstaltungen“, so Matthias Schultze weiter.

### **Teilnehmerzahlen: Trend zu größeren Business Events**

Insgesamt entschieden sich im letzten Jahr 395,1 Mio. Menschen dafür, physisch an einer Veranstaltung in Deutschland teilzunehmen. Damit verzeichnete die Vor-Ort-Teilnahme 2025 einen Anstieg von 4,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr (2024: 377,6 Millionen).

Mit 2,02 Millionen blieb die Gesamtzahl der Präsenzveranstaltungen dabei im Vergleich zu 2024 konstant. Auch die durchschnittliche Veranstaltungsdauer von 1,7 Tagen blieb gleich. Im Segment der Business Events zeichnet sich ein Trend zu größeren Veranstaltungen ab: Die beruflich motivierten Veranstaltungen in fast allen Größenklassen ab 1.000 Teilnehmer\*innen, verzeichneten 2025 Wachstumswerte zwischen 0,2 und 4,6 Prozent.

### **Internationalisierung auch bei Veranstaltern**

88,3 Prozent aller veranstaltenden Organisationen kommt aus Deutschland. Gleichzeitig fällt auch auf Kund\*innenseite die zunehmende Internationalisierung des heimischen Veranstaltungsmarktes auf: 2025 stieg der Anteil der Eventveranstalter aus dem Ausland auf 11,7 Prozent an – im Vergleich zu 9,9 Prozent im Vorjahr. Führende Quellmärkte mit Blick auf die Veranstalter sind die europäischen Nachbarländer Österreich auf Platz 1, die Schweiz und die Niederlande auf Platz 4 und 5 sowie Großbritannien und die USA auf Position 2 und 3. Mit 52,5 Prozent bilden Unternehmen insgesamt die wichtigste Veranstaltergruppe.

### **Hohe Kundenbindung bei deutschen Veranstaltungsstätten**

Mit 40 Prozent Stammkund\*innen (ab vier Buchungen) und 31 Prozent wiederkehrenden Kund\*innen (1-3 Buchungen) zeigen die Daten für das Jahr 2025, dass deutsche Veranstaltungsstätten einen hohen Anteil an wiederkehrenden Kund\*innen verzeichnen. Veranstaltungszentren weisen dabei die höchste Stammkundenquote auf: „Diese Aussagen verdeutlichen die hohe Qualität und den erstklassigen Standard deutscher Veranstaltungsstätten. Darüber hinaus zeigen sie die ausgeprägte Resilienz der Locations: Nach Angaben der Anbieter gelten drei Viertel ihrer Kunden als loyale Auftraggeber, was die Attraktivität und Beständigkeit des Angebots unterstreicht“, so Ilona Jarabek, Präsidentin des EVVC. Die Einschätzungen der Veranstaltungsorte decken sich zudem weitgehend mit denen der Veranstalter in Bezug auf den Besuchsstatus.

### **Prognose: positiv trotz erwarteter geopolitischer Herausforderungen**

Während die Stakeholder im Eventgeschäft mehrheitlich erwarten, dass ihre Branche in den nächsten drei Jahren von geopolitischen Herausforderungen beeinflusst wird, blicken sowohl die Anbieter als auch die Veranstalter mit Zuversicht auf die nächsten Monate: 87 Prozent der Veranstalter gehen von einer (sehr) guten Veranstaltungslage aus. Etwa zwei Drittel der Anbieter (61 Prozent) schätzen die Buchungslage im Jahresverlauf ebenfalls als (sehr) gut ein. Diese positive Perspektive steht für eine Branche, die ihren grundsätzlichen strukturellen Wandel mit Blick auf eine resiliente Zukunftsfähigkeit vorantreibt und aktiv gestaltet.

Die ausführliche Management Summary zum neuen Meeting- & EventBarometer steht [unter diesem Link](#) kostenfrei zum Download zur Verfügung.

---

### **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). 2025 haben die Partner bereits zum 20. 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 Energie 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 22 Länderververtretungen 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. ist die starke Gemeinschaft und Interessensvertretung der Veranstaltungslocations im deutschsprachigen Europa. Der Verband vertritt rund 600 Venues jeder Größe – von Stadthallen und Kongresshäusern bis hin zu Special Event Locations, Messen, Arenen und Stadien. Zulieferbetriebe der Veranstaltungs-Centren verstärken diese Bandbreite noch weiter 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 Trends und Innovationen.

Als starke Branchenstimme vertritt der Verband die Interessen seiner Mitglieder gegenüber Politik und Gesellschaft. 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 mehr als 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 2026“ 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 2026". Weitere 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)