

Meeting- & EventBarometer Deutschland 2025/2026

Die Deutschland-Studie des
Kongress- und Veranstaltungsmarktes



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



 01

Key Findings



Deutschland bleibt ein starker Akteur in global wachsendem Markt



Deutscher Veranstaltungsmarkt robust mit steigenden Teilnehmendenzahlen



Anteil der Teilnehmenden aus dem Ausland konstant hoch



Anteil der Business Events wächst



Größere Veranstaltungsformate nehmen leicht zu



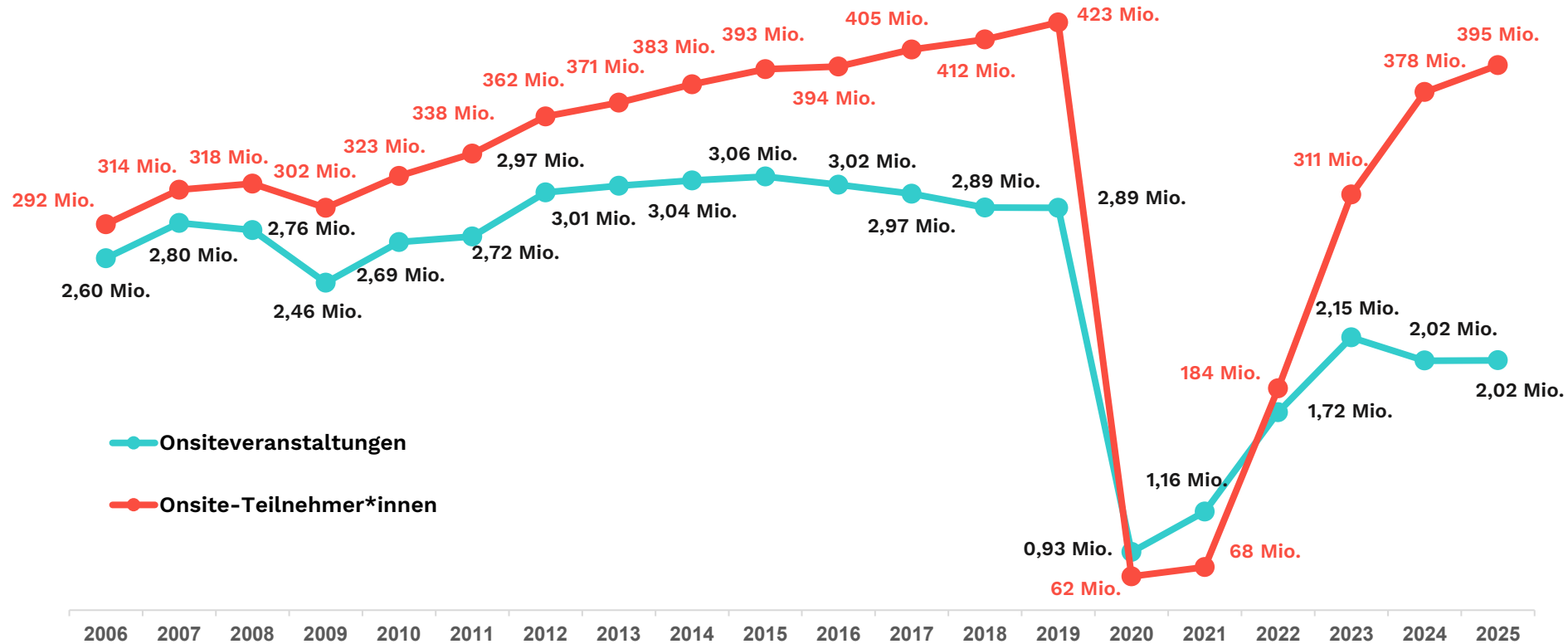
Markt reagiert sensibel auf geopolitische Herausforderungen



Entwicklung der Nachfrage

Aufwärtstrend bei den Teilnehmer*innen setzt sich fort

Entwicklung der Teilnehmer*innen und Veranstaltungen onsite von 2006 bis 2025



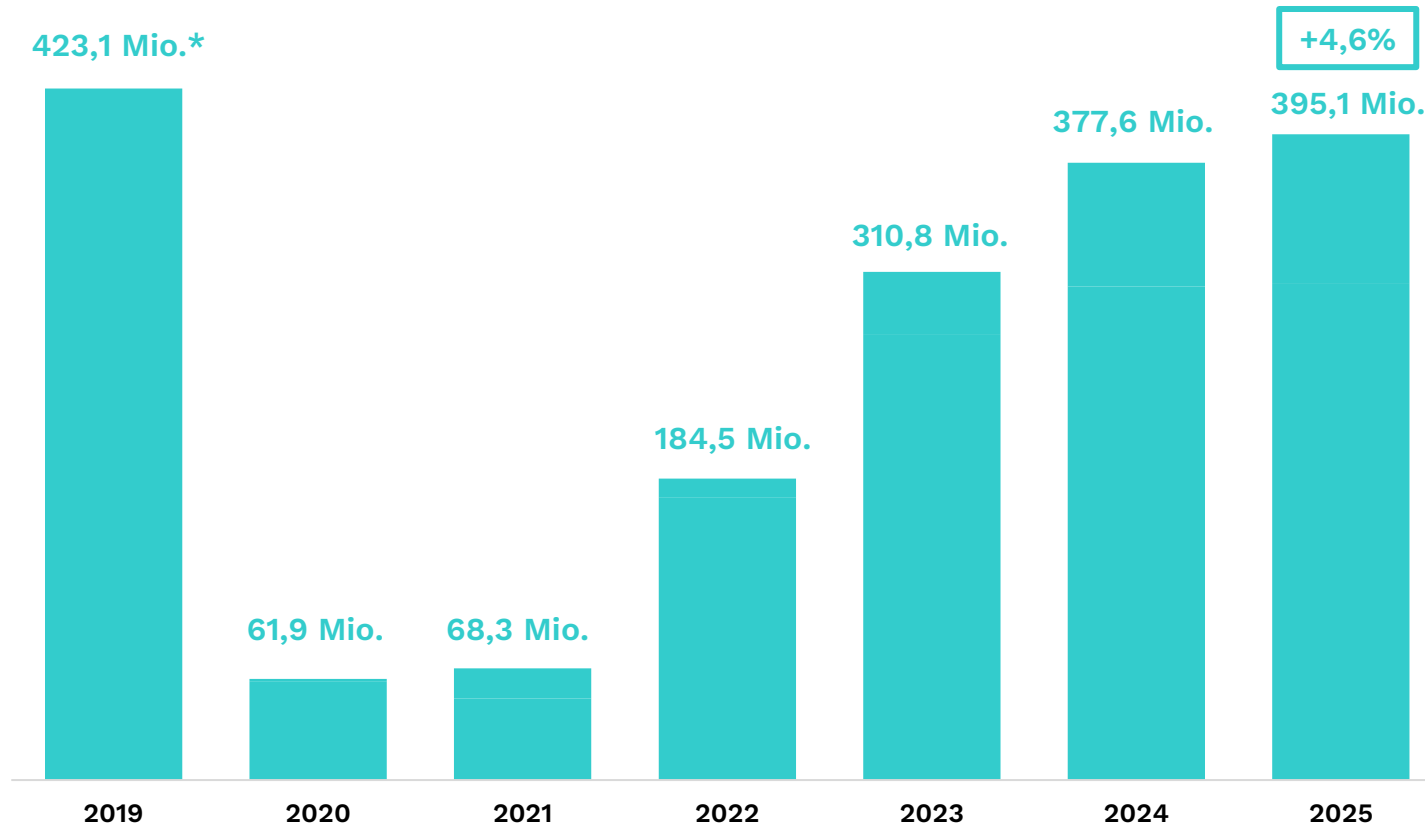
Im Vergleich zu 2024 hielt sich die Zahl der Onsite-Veranstaltungen auf einem weitgehend konstanten Niveau, während die Zahl der Teilnehmer*innen onsite 2025 noch weiter stieg.

Hinweis: bis 2019 wurden ausschließlich Präsenzveranstaltungen erfasst.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2007 bis 2026: Gesamtzahl der Veranstaltungen, Gesamtzahl der Teilnehmer*innen
 Basis EITW, Veranstalterbefragungen 2020 bis 2026: Wie viele Veranstaltungen (mit mindestens 20 Teilnehmer*innen) haben Sie 2025 durchgeführt?
 Ablauf der Hochrechnung: siehe eitw.de/methodik

Zunahme der Teilnehmer*innen onsite hält weiter an

Entwicklung der Teilnehmer*innen von 2019 bis 2025

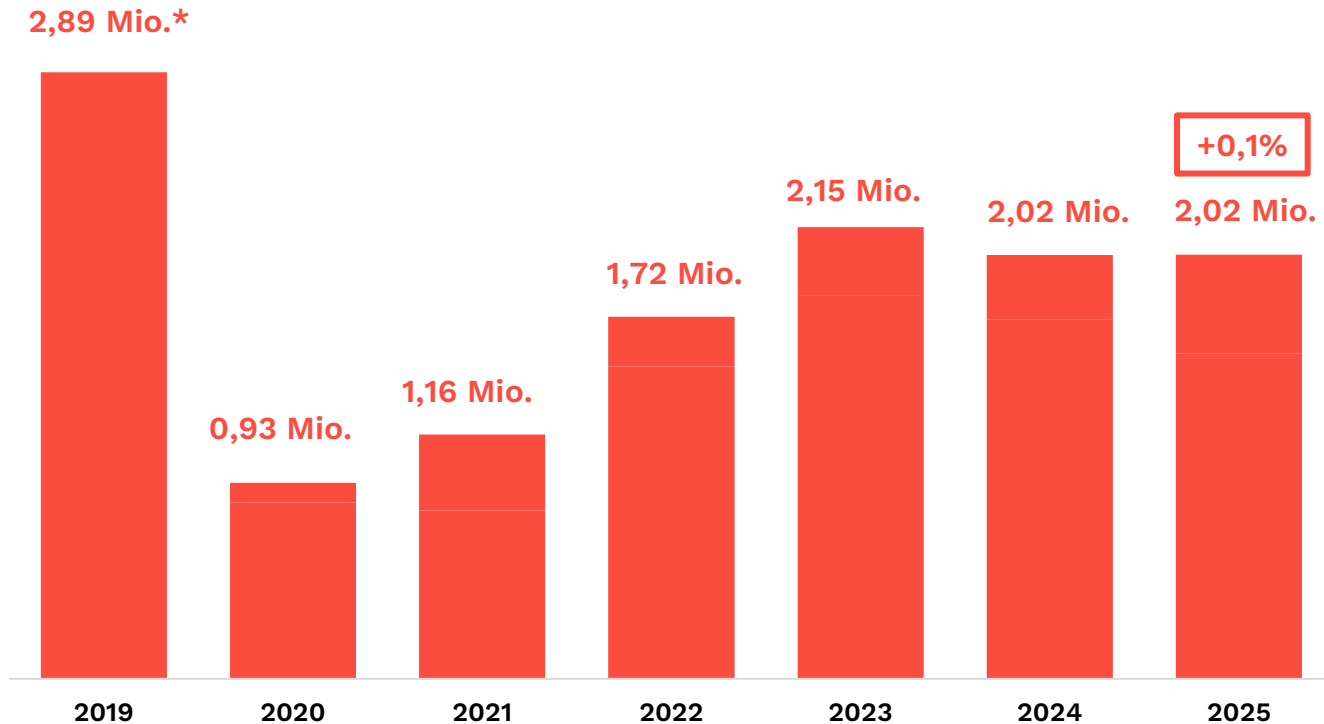


Im Vergleich zu 2024 nahm die Anzahl der Teilnehmer*innen onsite 2025 weiter zu (4,6 Prozent Zuwachs).

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2007 bis 2026: Gesamtzahl der Teilnehmer*innen
Basis: EITW, Veranstalterbefragungen 2020 bis 2026: Wie viele Teilnehmer*innen nahmen 2025 an Ihren Veranstaltungen (mit mindestens 20 Teilnehmern) teil? Ablauf der Hochrechnung: siehe eitw.de/methodik

Veranstaltungsvolumen bleibt gleich

Entwicklung der Veranstaltungen onsite von 2019 bis 2025

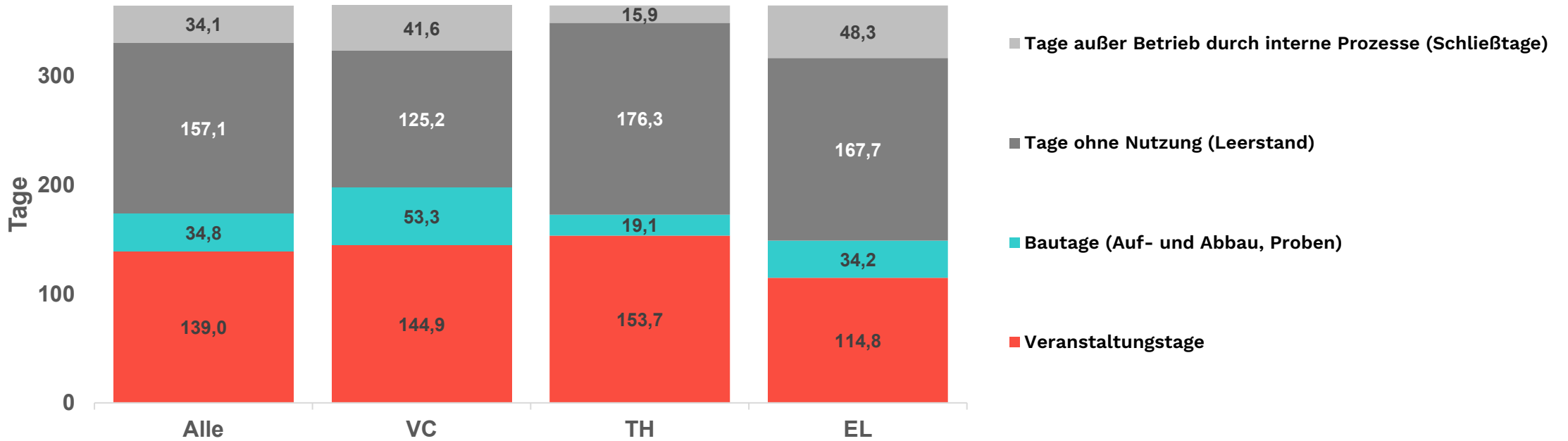


2025 fanden mit 2,02 Mio. Veranstaltungen 0,1 Prozent mehr Veranstaltungen onsite statt.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2007 bis 2026: Gesamtzahl der Veranstaltungen
Basis: EITW, Veranstalterbefragungen 2020 bis 2026: Wie viele Veranstaltungen (mit mindestens 20 Teilnehmer*innen) haben Sie 2025 durchgeführt?
Ablauf der Hochrechnung: siehe eitw.de/methodik

BELEGTAGE

Belegung des größten Raumes



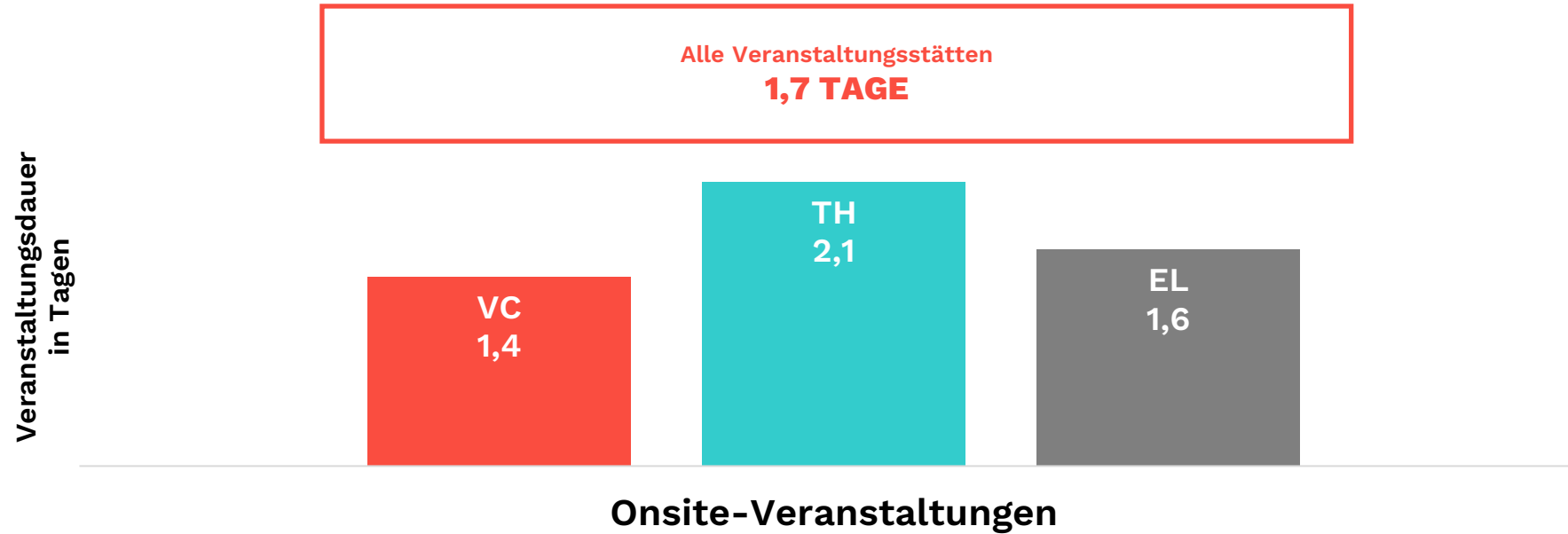
Die Anzahl der Belegtage (**Veranstaltungstage** + **Bautage**) lag 2025 bei 173,8 Tagen.

Differenziert nach Arten der Veranstaltungsstätten lagen die **Veranstaltungs-Centren** mit 198,1 Belegtagen des größten Raumes deutlich über dem Durchschnitt. In den **Tagungshotels** war der größte Raum an durchschnittlich 172,8 Tagen im Jahr belegt. Die **Eventlocations** verzeichneten mit 149,1 Belegtagen die geringste Auslastung im größten Raum. Allerdings muss hier berücksichtigt werden, dass die Vermietung von Räumlichkeiten für Veranstaltungen für zahlreiche Eventlocations eine sekundäre Rolle spielt (z.B. Museen, Zoos etc.).

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Bitte geben Sie an, wie sich die Belegung Ihres größten Saals/Raums 2025 aufgeteilt hat. Die Summe ergibt maximal 365 Tage, Anbieter n=451

Veranstaltungsdauer nahezu konstant

Dauer über alle Anbieter und nach Art der Veranstaltungsstätte



Die durchschnittliche Dauer von **Onsite-Veranstaltungen** betrug 1,7 Tage. Im Vergleich zu 2024 (1,7 Tage) blieb die Dauer im Jahr 2025 konstant.

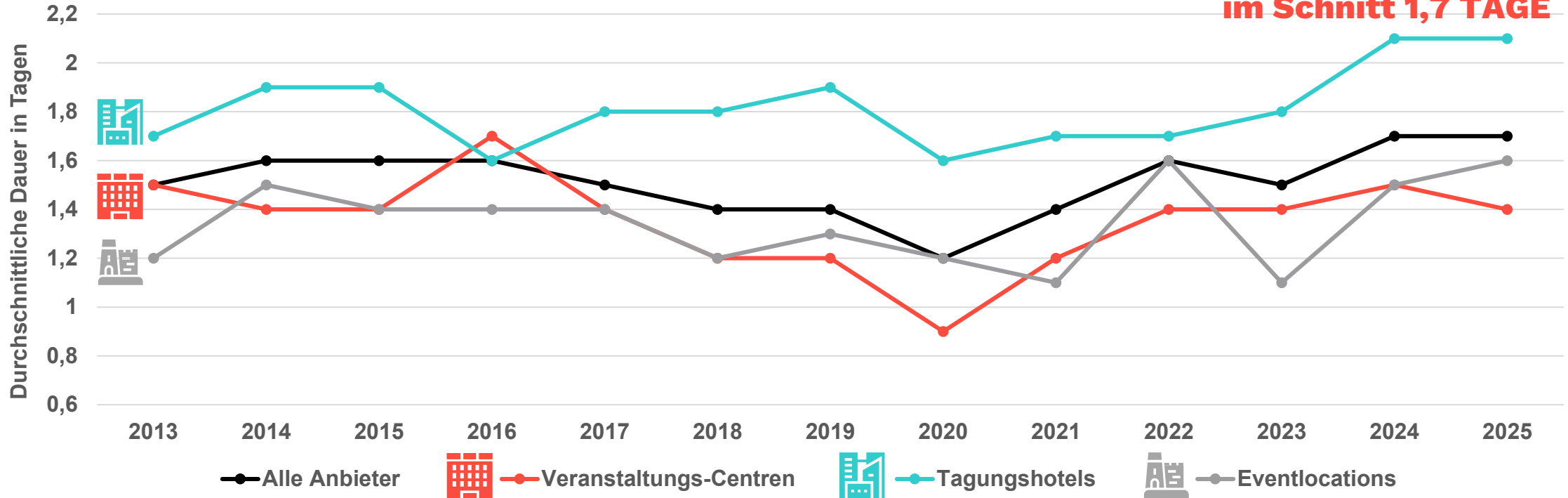
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Gesamtzahl der Veranstaltungen 2025 und deren Dauer, Anbieter n=431

Dauer von Veranstaltungen im Langzeitverlauf

Dauer aller Anbieter und nach Art der Veranstaltungsstätte



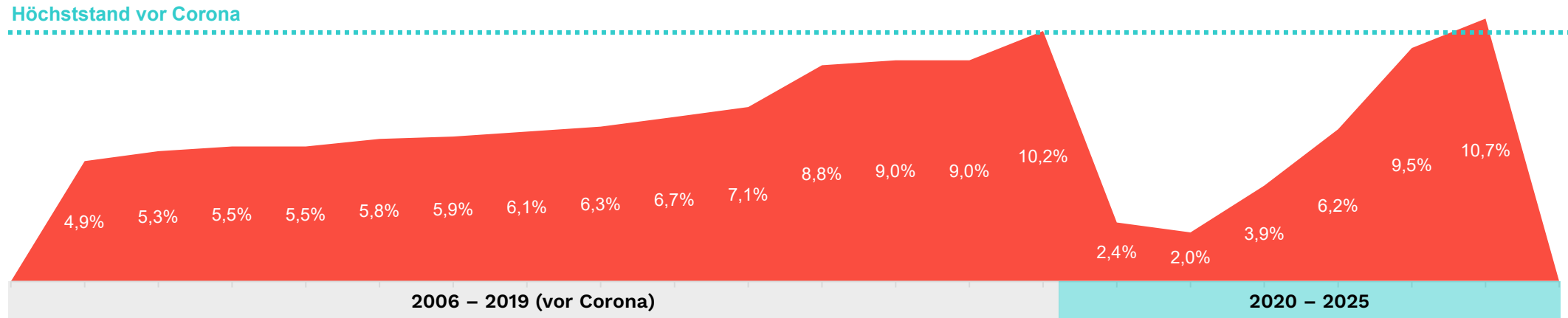
Veranstaltungen dauern im Schnitt 1,7 TAGE



Onsite-Veranstaltungen haben sich im Lauf der Jahre 2013 bis 2019 zwischen 1,4 und 1,6 Tagen durchschnittlicher Dauer bewegt. Nach dem coronabedingten Rückgang stieg sie wieder an und hält seit 2024 das Niveau. Veranstaltungen in Tagungshotels haben dabei grundsätzlich eine längere Dauer als die VeranstaltungsCentren und Eventlocations.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2014-2026: Gesamtzahl der Veranstaltungen und deren Dauer

Internationale Teilnehmer*innen auf neuem Rekordhoch

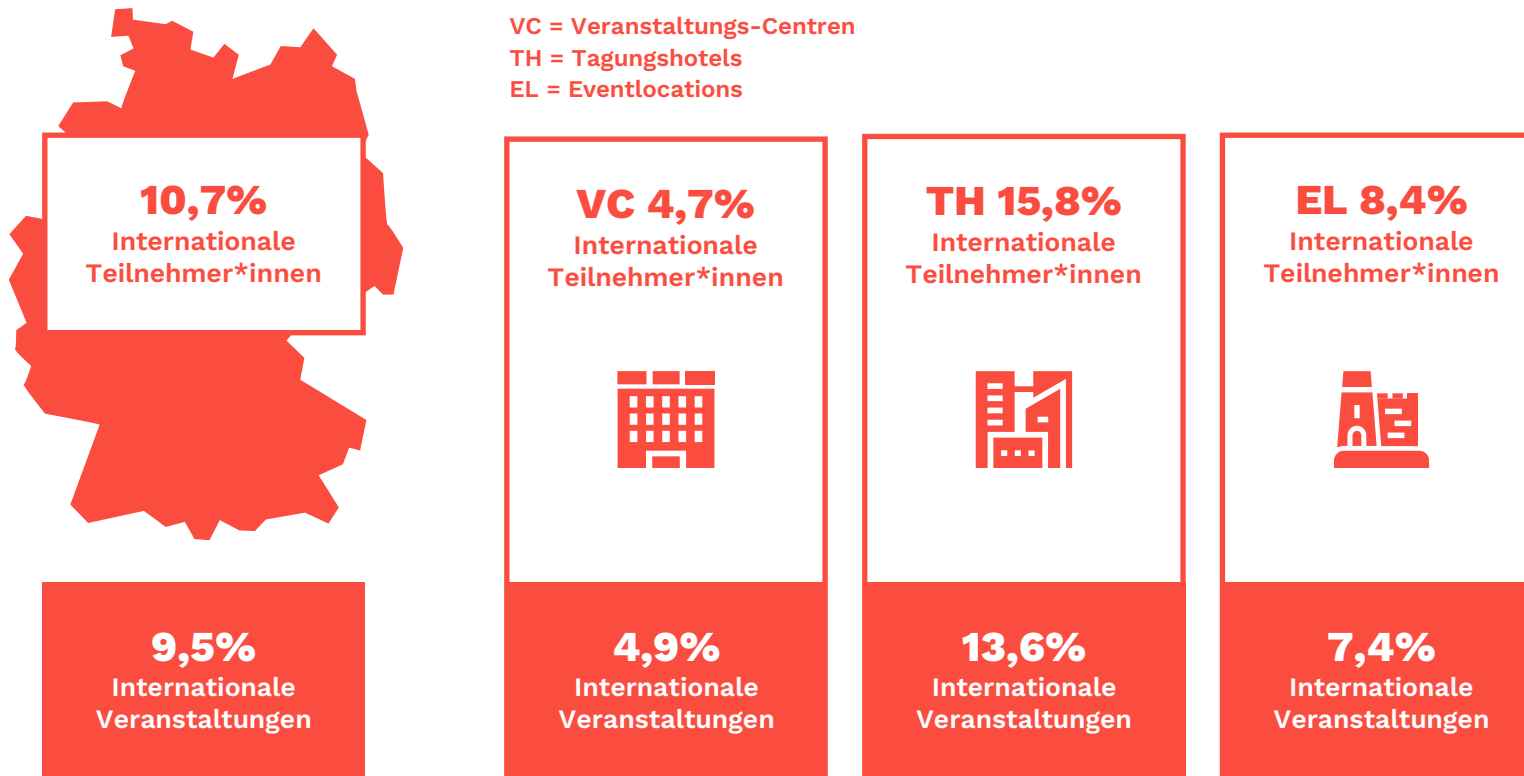


Der Anteil ausländischer Teilnehmer*innen (bei Business-Veranstaltungen und Events) stieg 2025 weiter an und beträgt nun 10,7 Prozent. Damit wurde der Anteil vor der Corona-Pandemie überschritten und erreicht einen neuen Höchststand.

Basis: EITW, Hochrechnung der Werte aus der Anbieterbefragung 2026: Anteil der Teilnehmer*innen vor Ort aus dem Ausland in % für 2025 - Anteil bei allen Veranstaltungen

Zuwachs internationaler Teilnehmer*innen und Veranstaltungen

Anteil internationaler Teilnehmer*innen bei Präsenzveranstaltungen in Deutschland



2025 betrug der Anteil **internationaler Teilnehmer*innen bei allen Veranstaltungen** durchschnittlich 10,7 Prozent.

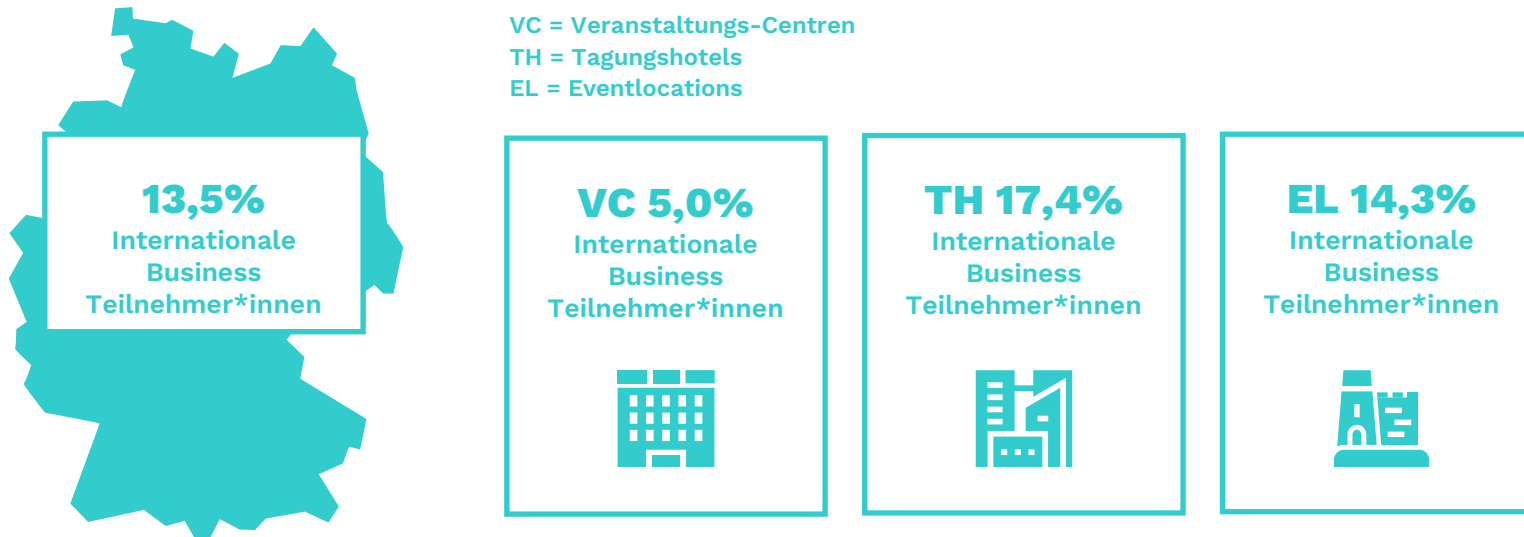
Je nach Art der Veranstaltungsstätte variierte der Anteil ausländischer Teilnehmer*innen. In den Tagungshotels lag er dabei am höchsten.

Der Anteil von **internationalen Veranstaltungen** (mindestens 10 Prozent ausländische Teilnehmer*innen) lag 2025 bei 9,5 Prozent (2024 = 8,4 Prozent). In den Tagungshotels wurden die meisten internationalen Veranstaltungen durchgeführt.

Basis: EITW, Hochrechnung der Werte aus der Anbieterbefragung 2026: Anteil der Teilnehmer*innen vor Ort aus dem Ausland in % für 2025 - Anteil bei allen Veranstaltungen.
EITW, Hochrechnung der Werte aus der Anbieterbefragung 2026: Anzahl der internationalen Veranstaltungen

Anteil internationaler Teilnehmer*innen bei Business Events steigt weiter an

Anteil internationaler Teilnehmer*innen bei Business-Präsenzveranstaltungen in Deutschland

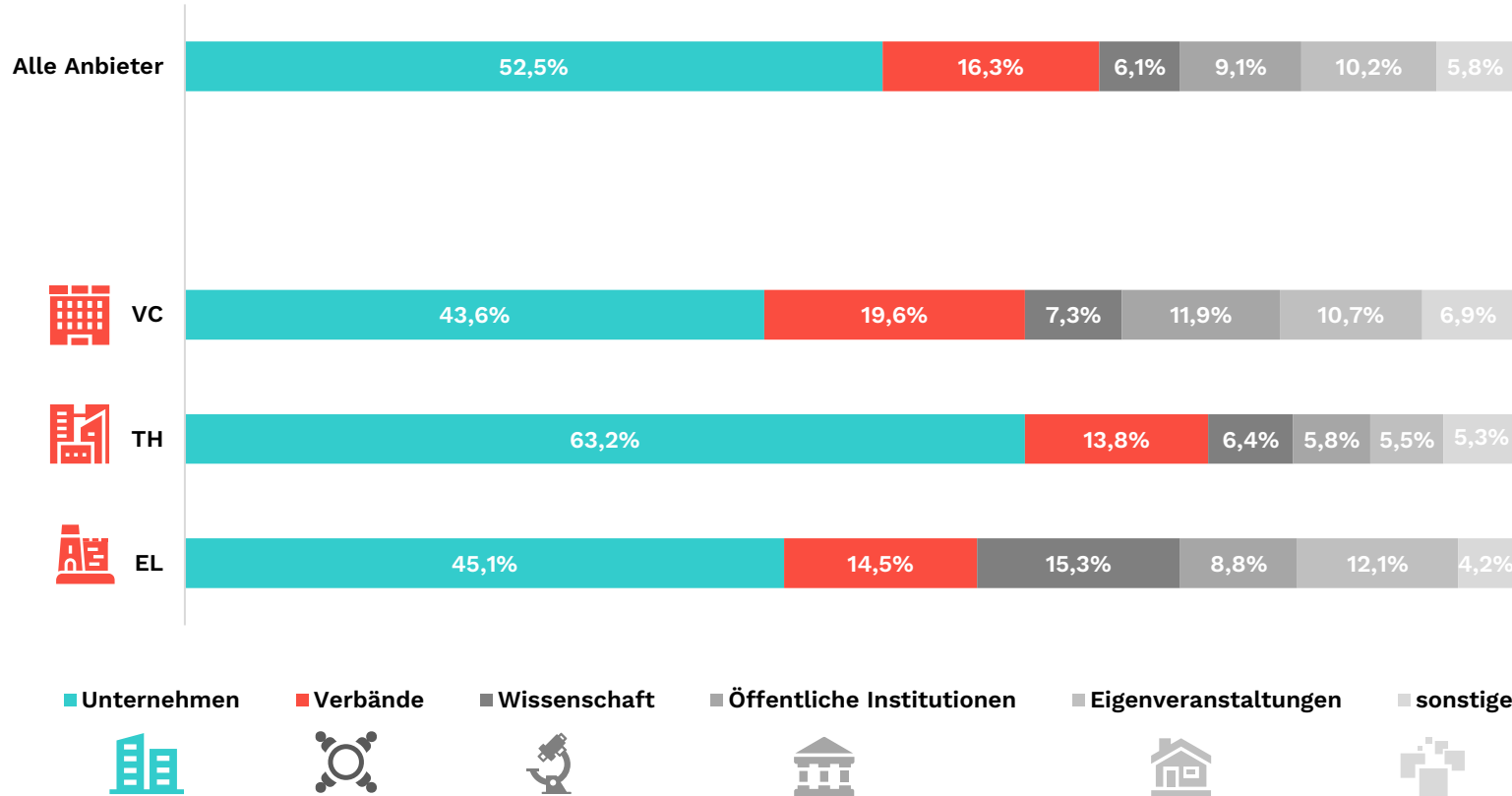


Der Anteil **internationaler Teilnehmer*innen bei Business-Veranstaltungen** (Seminare, Tagungen, Konferenzen) betrug 2025 durchschnittlich 13,5 Prozent (2024 = 11,1 Prozent).

Auch bei internationalen Teilnehmer*innen von Business Events entfällt der höchste Anteil auf die Tagungshotels, aber auch die Eventlocations konnten ihren Anteil deutlich steigern.

Basis: EITW, Hochrechnung der Werte aus der Anbieterbefragung 2026: Anteil der Teilnehmer*innen vor Ort aus dem Ausland in % für 2025 - Anteil bei Business-Veranstaltungen (Seminare, Tagungen, Konferenzen)

Unternehmen als wichtigste Veranstaltergruppe nehmen zu



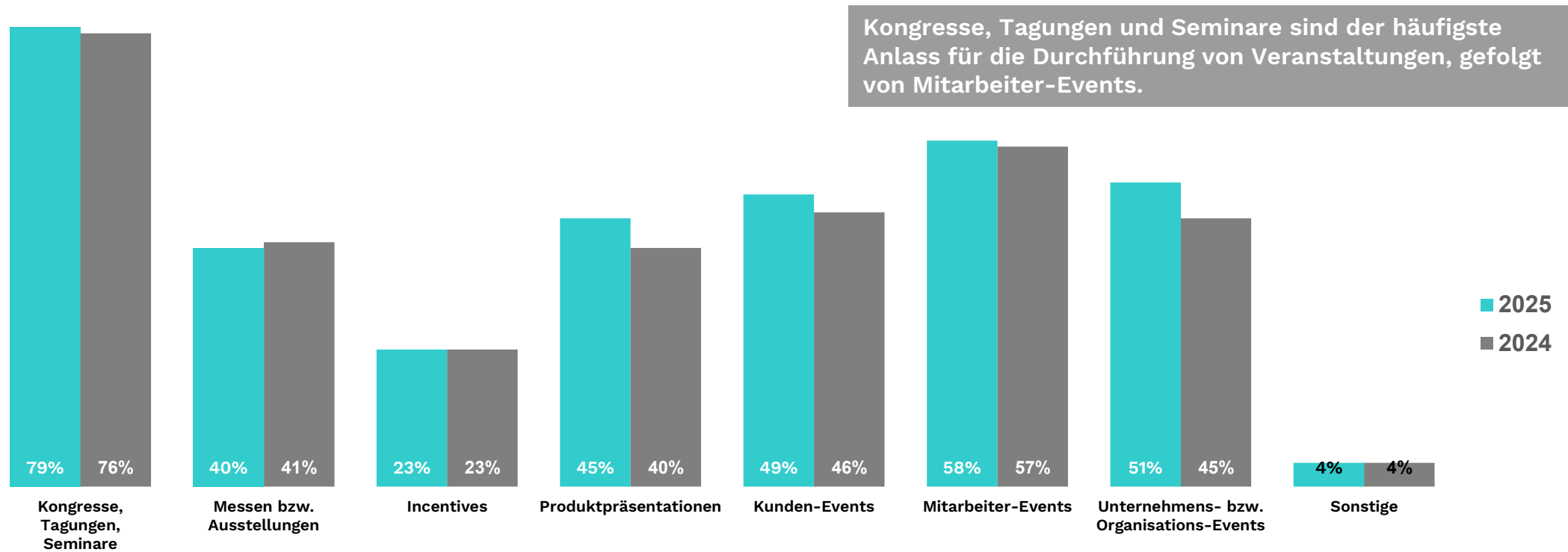
Die **Unternehmen** waren 2025 die anteilig größte Veranstalter-Gruppe. Mit deutlichem Abstand folgten die Verbände als zweitwichtigste Kundengruppe.

Im Vergleich zum Vorjahr stiegen die Anteile der Unternehmen und der Verbände (alle Anbieter) leicht an. Dafür nahmen die Anteile der Veranstalter aus der Wissenschaft und den öffentlichen Institutionen leicht ab.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Bitte geben Sie an, aus welchen Veranstalter-Arten sich Ihre Veranstaltungen prozentual zusammensetzen
Anbieter n=401

Arten von Business-Veranstaltungen: Veranstalter

Prozentuale Verteilung der verschiedenen Business-Veranstaltungsarten



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2026: Welche Arten von Veranstaltungen führen sie durch? (Mehrfachantworten möglich) Veranstalter n=720/691



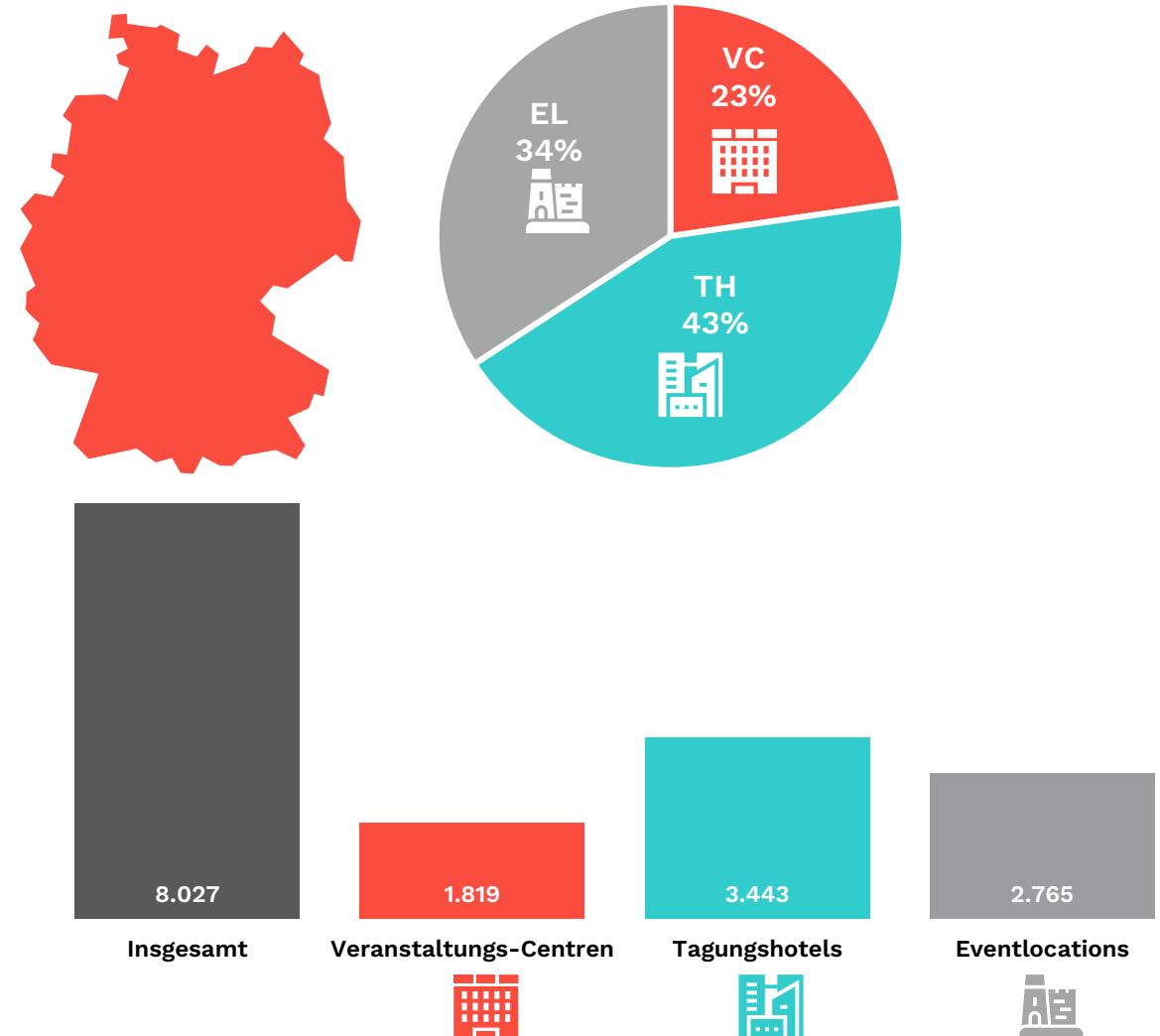
Entwicklung des Marktes

Veranstaltungsstätten in Deutschland

Aufteilung der Veranstaltungsstätten nach Arten

Im Jahr 2025 lag die Zahl der Anbieter von Tagungs- und Veranstaltungsstätten bei rund 8.000 Betrieben.

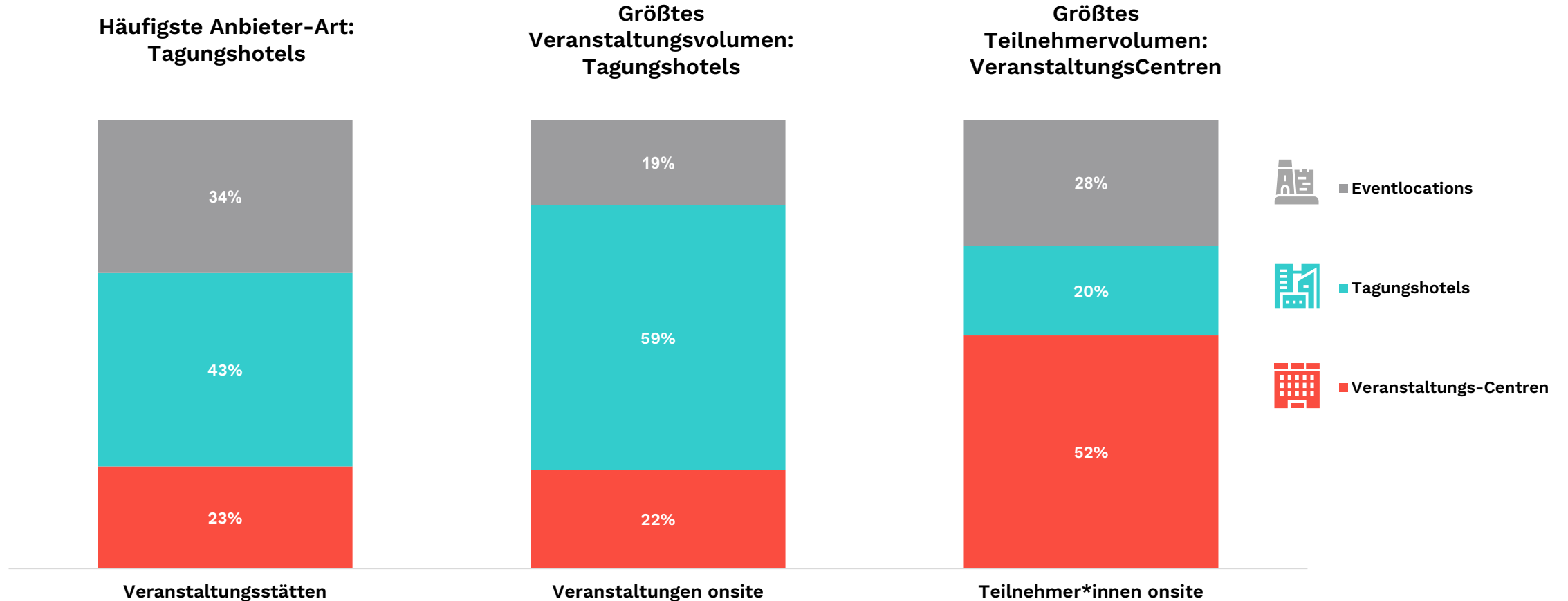
Die prozentuale Aufteilung der verschiedenen Veranstaltungsstätten-Arten zeigt: Die **Tagungshotels** machen den größten Anteil aus, gefolgt von den **Eventlocations**. Rund ein Viertel der Veranstaltungsstätten sind **Veranstaltungs-Centren**.



Basis: EITW, eigene Erhebungen 2026

Prozentuale Verteilung von Veranstaltungen und Teilnehmer*innen

Aufteilung der Veranstaltungen und Teilnehmer*innen in Deutschland nach Veranstaltungsstätten-Arten in Relation zur Aufteilung des Angebotes am Markt

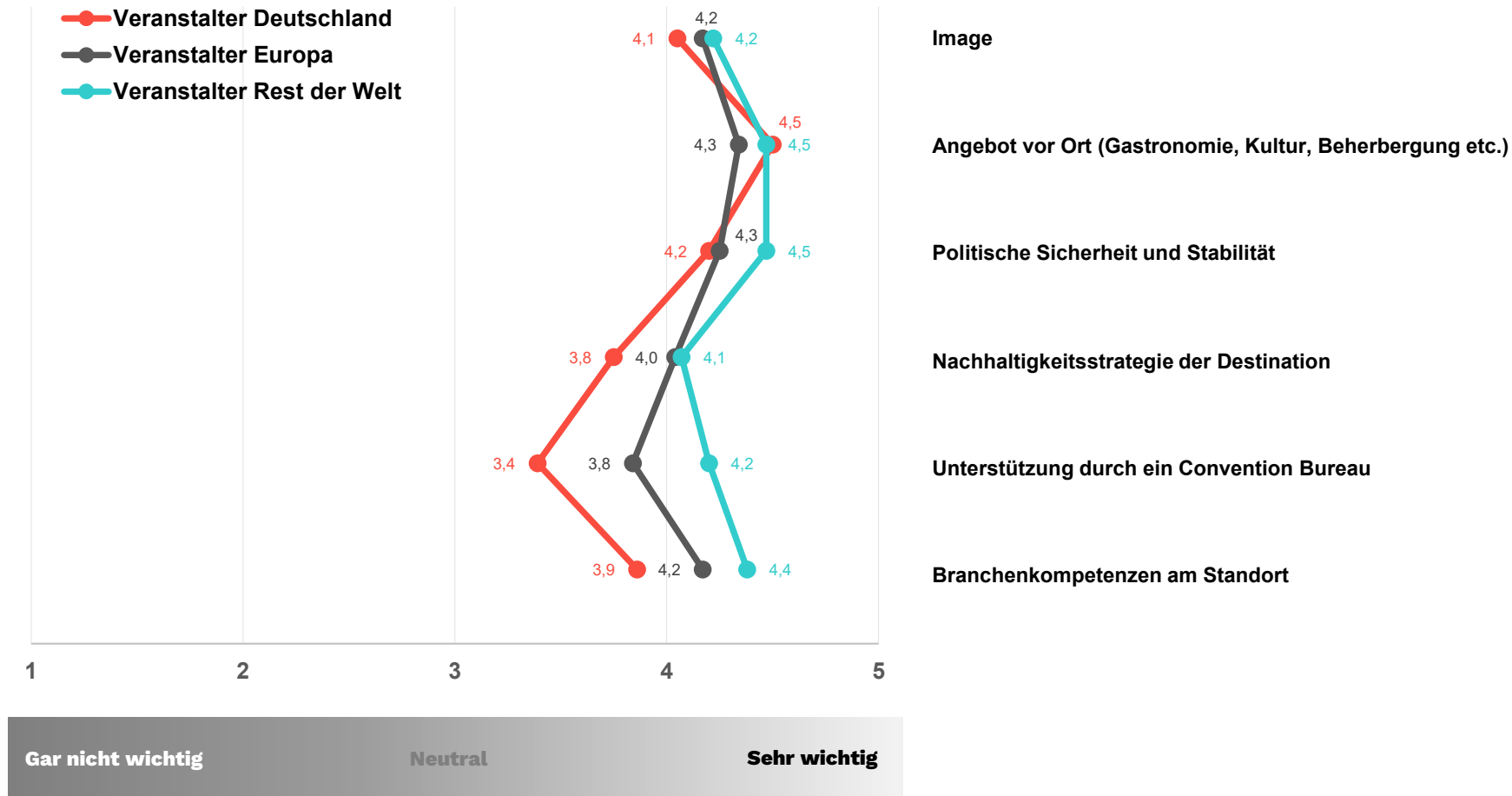


Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2026: Eigene Erhebung, verschiedene Abfragen

Ablauf der Hochrechnung: siehe eitw.de/methodik

Auswahlkriterien der Veranstalter für Destinationen

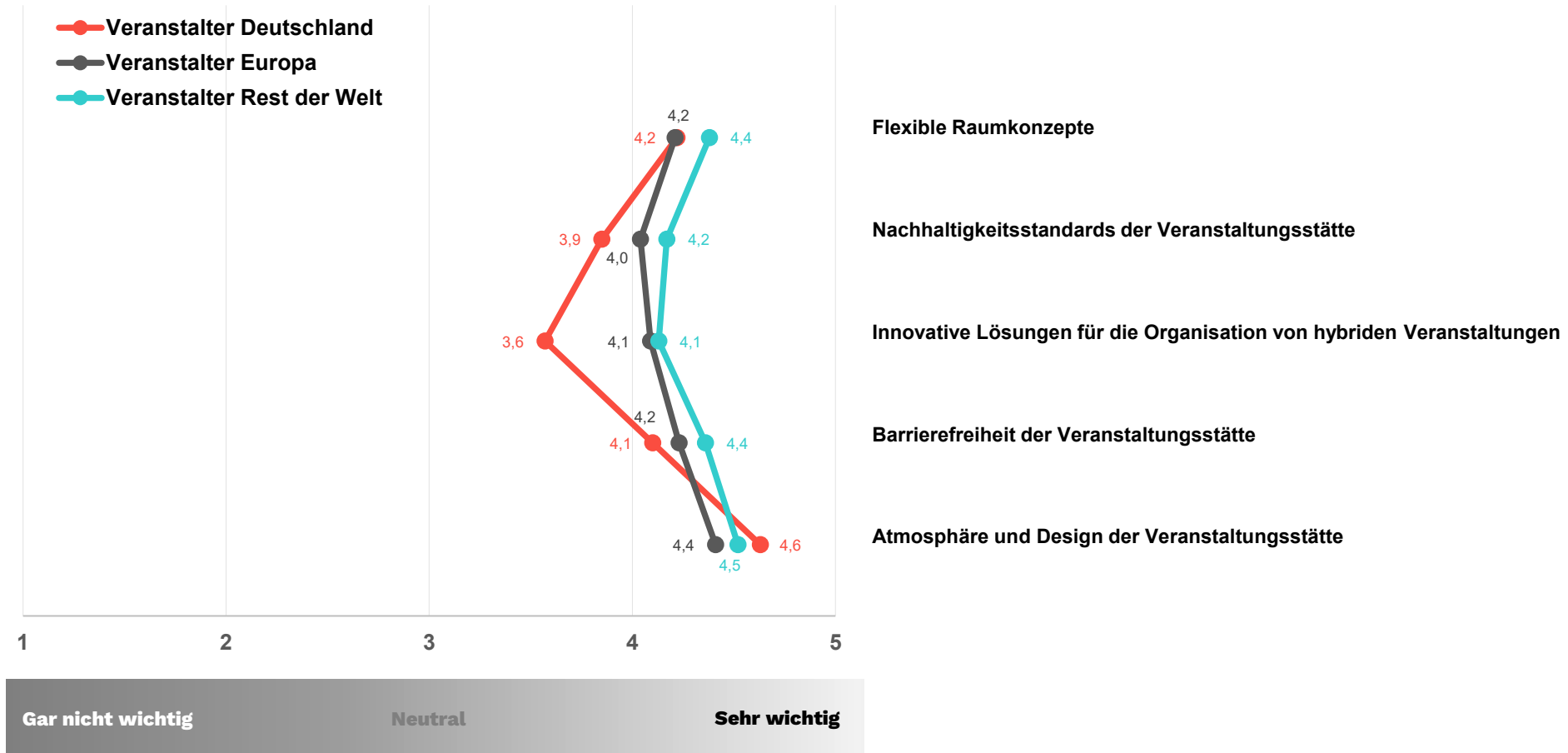
Prioritäten nach Herkunft der Veranstalter



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2026: Angenommen, die Standortfaktoren wie Erreichbarkeit, Klima, Kapazitäten und Preis wären gleich, welche anderen Standortfaktoren spielen für Sie bei der Auswahl der Destination eine Rolle? Veranstalter n=680

Auswahlkriterien der Veranstalter für Veranstaltungsstätten

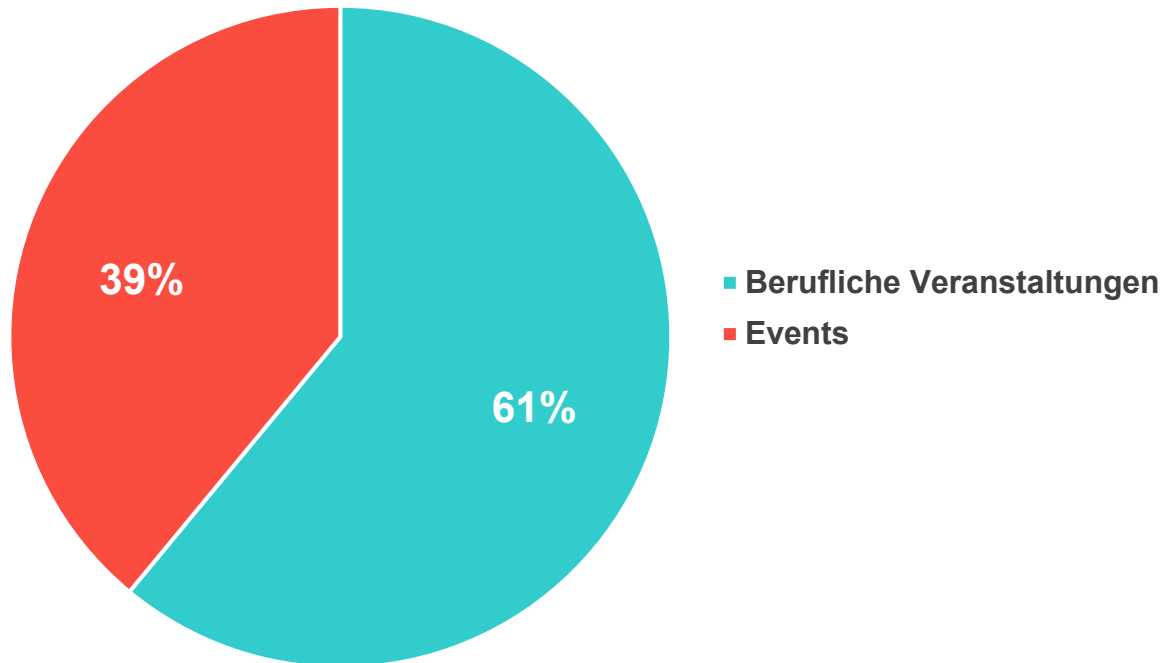
Prioritäten nach Herkunft der Veranstalter



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2026: Angenommen, die Basiserkmale wie Erreichbarkeit, Preis und Qualität wären gleich, was sind für Sie die wichtigsten Kriterien bei der Auswahl einer Veranstaltungsstätte?
 Veranstalter n=678

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.

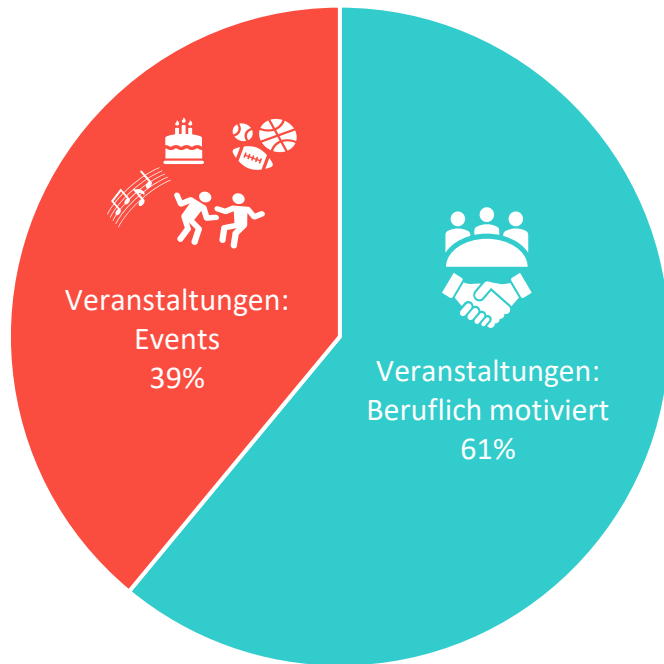
Beachte: Bei der Erhebung des Meeting- & EventBarometers ist nicht der gesamte Tagungsmarkt abdeckt, da Betriebe erst ab einer Kapazität von mindestens 100 Sitzplätzen in Reihenbestuhlung im größten Raum befragt werden.

Basis: EITW, Hochrechnung der Werte aus der Anbieterbefragung 2026: Wie teilen sich die Veranstaltungen in Ihrem Hause auf? (bitte Anzahl in den Arten angeben)

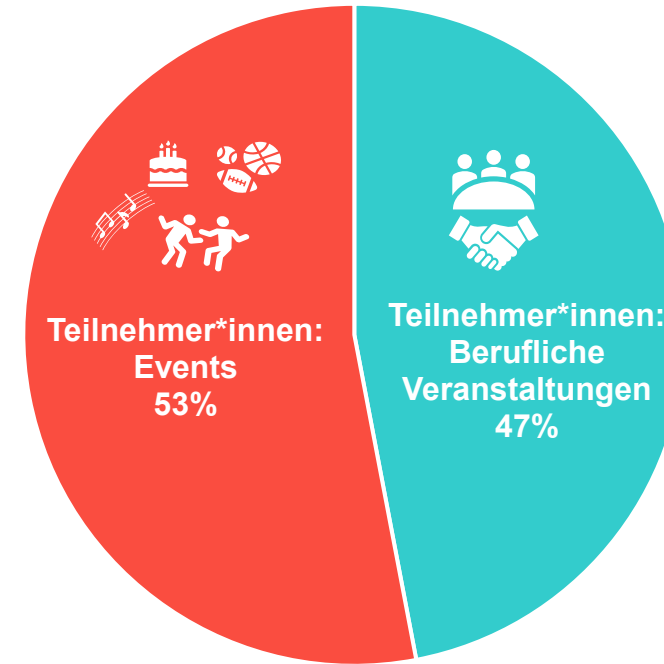
Aufteilung beruflich motivierter Veranstaltungen & Teilnehmer*innen

Verteilung der Veranstaltungen und Teilnehmer*innen

Aufteilung Veranstaltungen



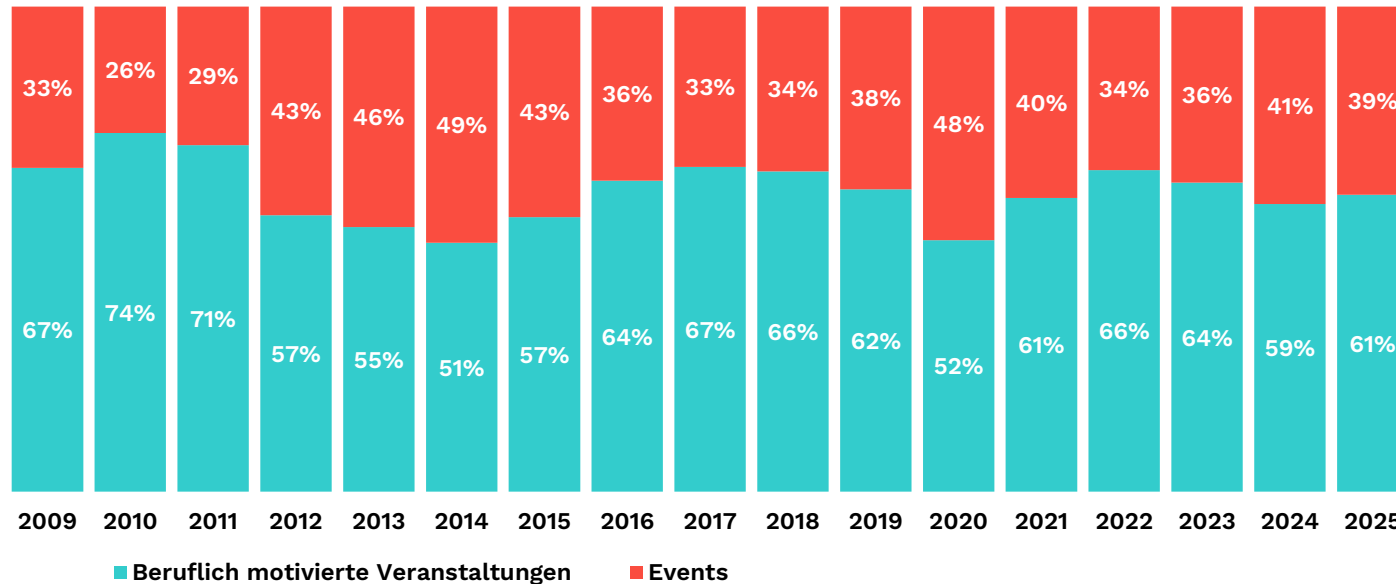
Aufteilung Teilnehmer



Basis: EITW, Hochrechnung der Werte aus der Anbieterbefragung 2026: Wie teilen sich die Veranstaltungen in Ihrem Hause auf? (bitte Anzahl in den Arten angeben); Teilnehmer*innen 2025 an beruflich motivierten Veranstaltungen (hier: Anzahl der Onsite-Teilnehmer*innen an beruflich motivierten Veranstaltungen)

Beruflich motivierte Veranstaltungen steigen leicht an

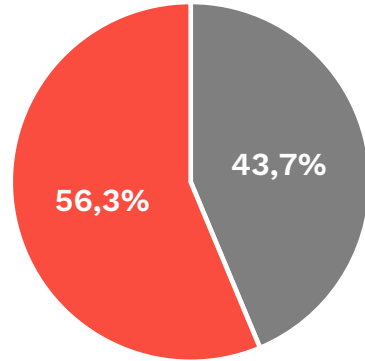
Verteilung der beruflich motivierten Veranstaltungen und Events



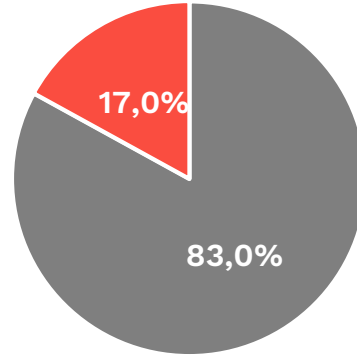
Die Aufteilung von beruflich motivierten Veranstaltungen und Events unterliegt jährlichen Schwankungen. Im Jahr 2025 hat der Anteil der beruflich motivierten Veranstaltungen wieder leicht zugenommen.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2010–2026: Wie teilen sich die Veranstaltungen in Ihrem Hause auf? (bitte Anzahl in den Arten angeben)

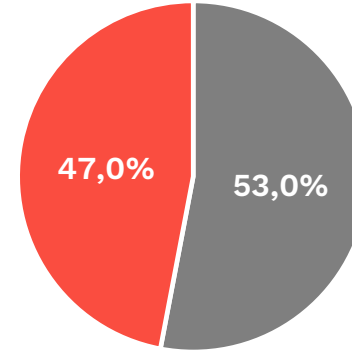
Aufteilung beruflich motivierter Veranstaltungen/Events



Veranstaltungszentren



Tagungshotels



Eventlocations

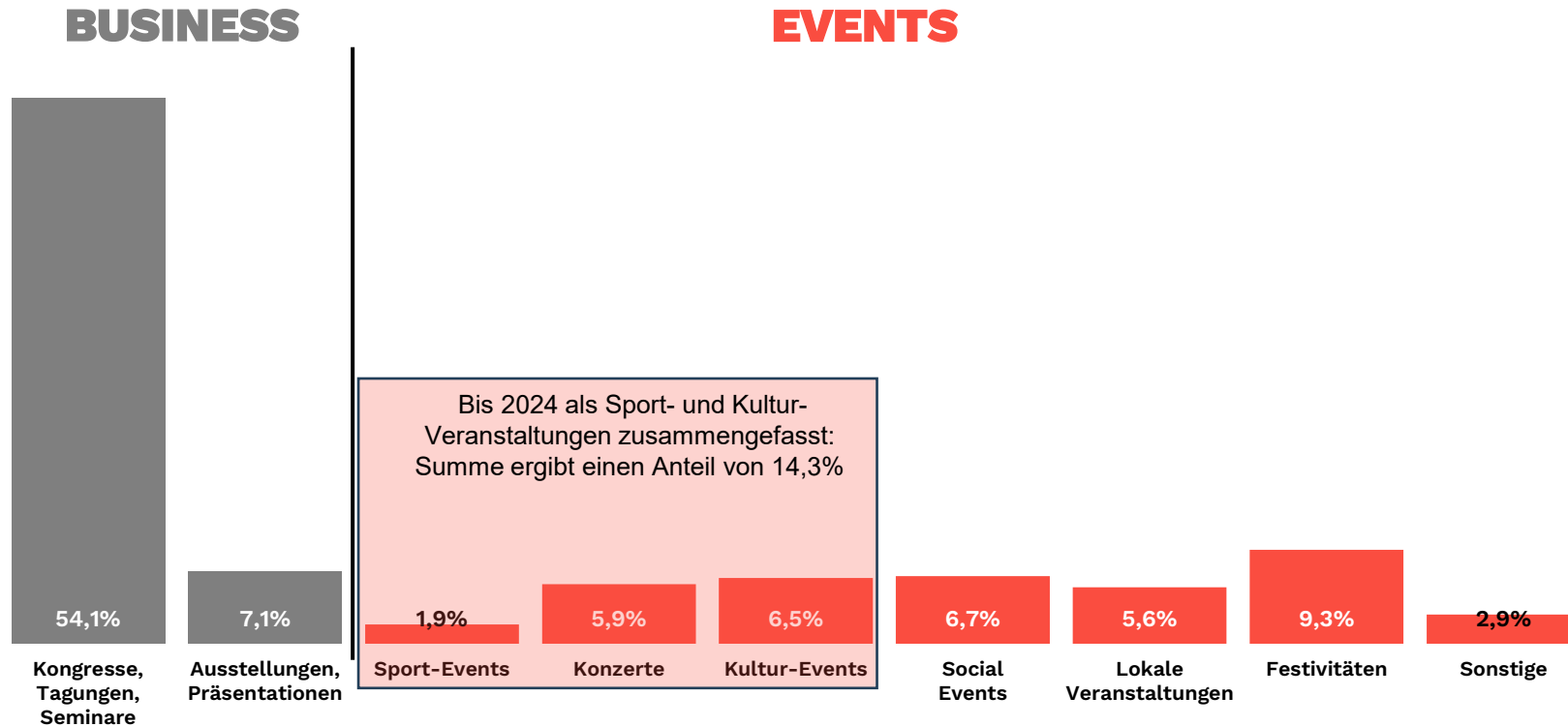
BUSINESS
EVENTS

Die beruflich motivierten Veranstaltungen überwogen vor allem in den **Tagungshotels** mit 83,0 Prozent. In den **Veranstaltungszentren** lag der Fokus etwas stärker auf den Events (56,3 Prozent), während in den **Eventlocations** hingegen die beruflich motivierten Veranstaltungen leicht überwogen (53,0 Prozent).

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Wie teilen sich die Veranstaltungen in Ihrem Hause auf? (bitte Anzahl in den Arten angeben) Anbieter n=474

Kongresse, Tagungen und Seminare wichtigste Veranstaltungsart

Prozentuale Verteilung der Veranstaltungsarten



Kongresse, Tagungen und Seminare waren 2025 in den deutschen Veranstaltungsstätten die führende Kategorie bei den Veranstaltungsarten.

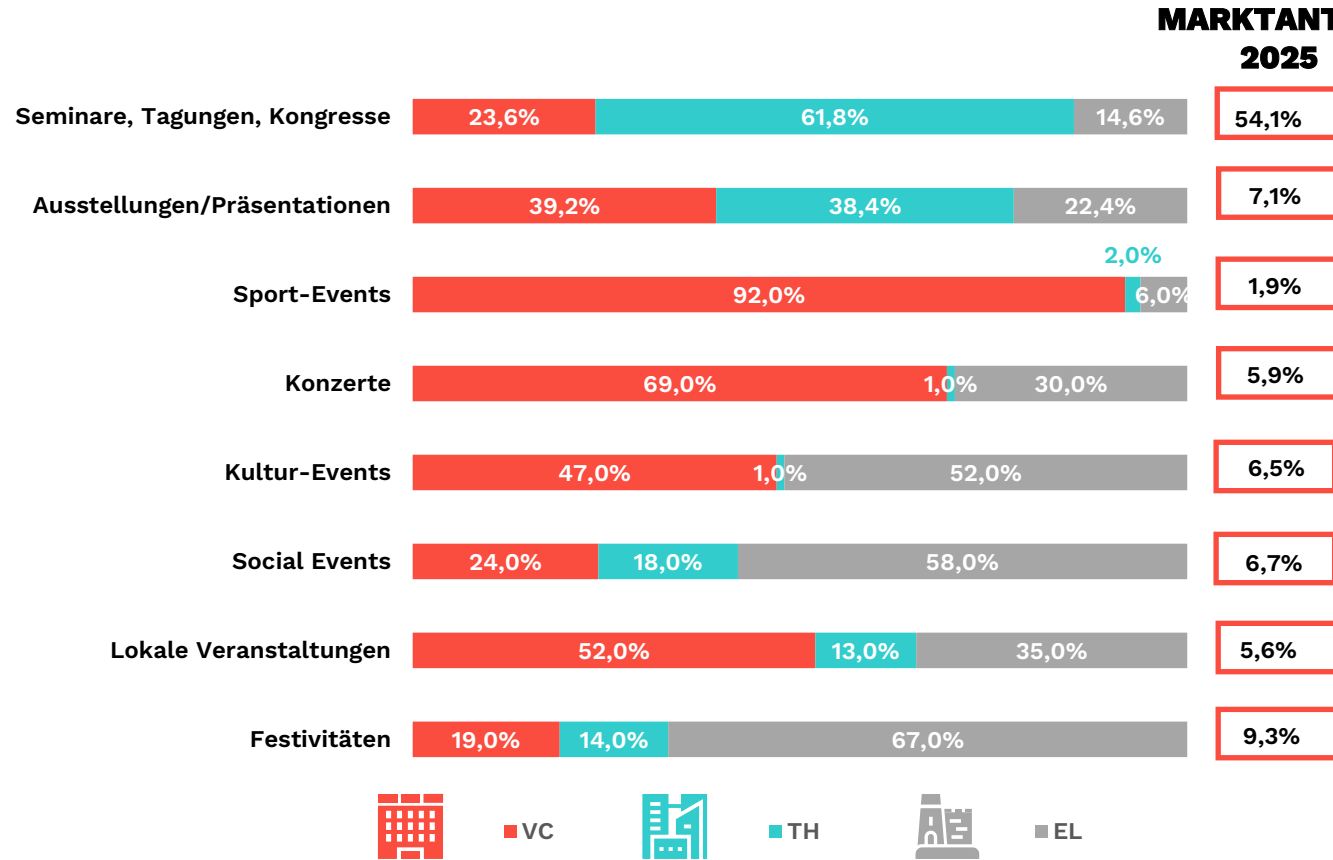
Die frühere Kategorie der Kultur- und Sportveranstaltungen wurde erstmals in drei einzelne Kategorien aufgeteilt: Sport-Events, Konzerte und Kultur-Events.

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

Basis: EITW, Hochrechnung der Werte aus der Anbieterbefragung 2026: Wie teilen sich die Präsenzveranstaltungen und hybride Veranstaltungen in Ihrem Hause auf die folgenden Arten auf?

Veranstaltungsarten in den Veranstaltungsstätten-Arten

Prozentuale Verteilung der Veranstaltungsarten



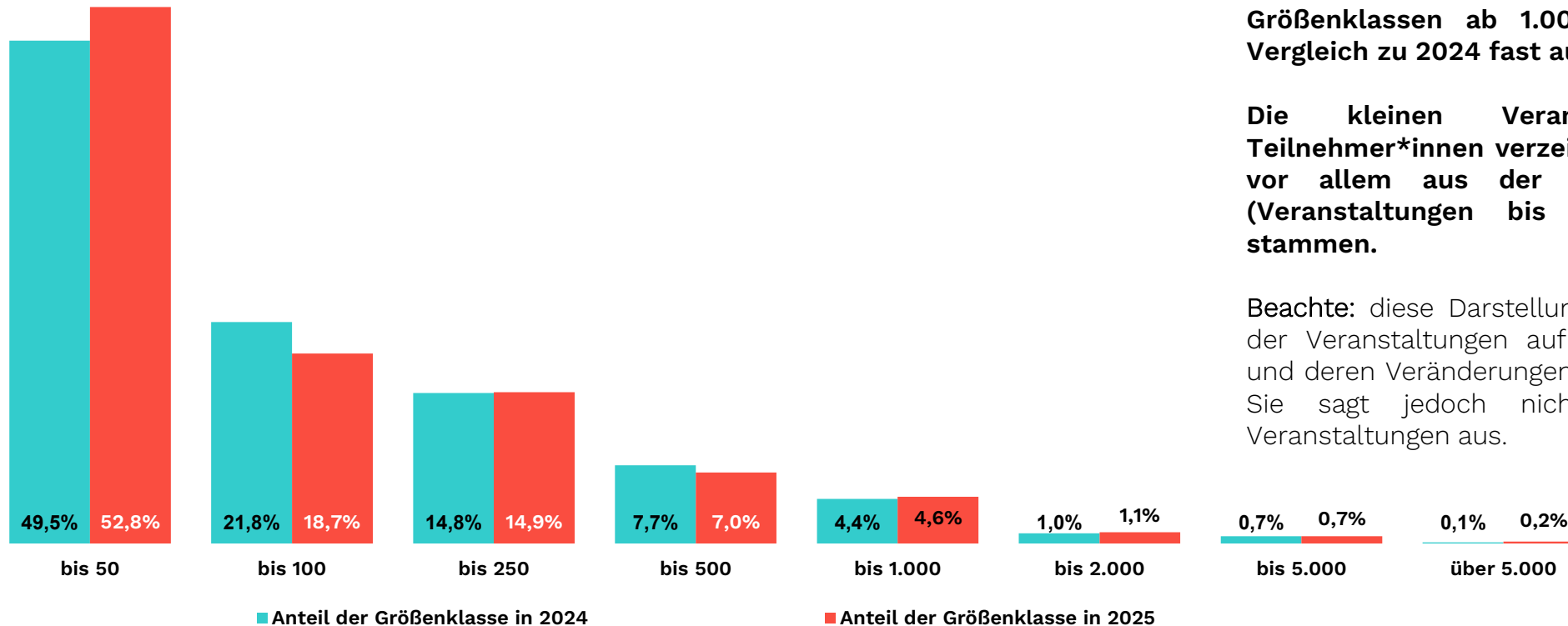
Betrachtet man die Veranstaltungsarten unabhängig von ihrem Marktanteil nach der Verteilung auf die unterschiedlichen Arten von Veranstaltungsstätten, so zeigen sich die Profile der verschiedenen Arten von Tagungslocations.

Bei den Seminaren, Tagungen und Kongressen waren die **Tagungshotels** am stärksten vertreten. Die Sport-Events und Konzerte wurden vor allem in den **Veranstaltungs-Centren** ausgetragen. Die **Eventlocations** deckten vor allem die Festivitäten ab.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: eigene Darstellung – Verteilung der verschiedenen Arten von Veranstaltungen auf Veranstaltungsstätten-Arten

Bewegungen in den einzelnen Größenklassen

Größenklassen Seminare, Tagungen, Kongresse



Die **Größenklassen der Kongresse, Tagungen und Seminare** nahmen 2025 anteilig in den oberen Größenklassen ab 1.000 Teilnehmer*innen im Vergleich zu 2024 fast ausnahmslos minimal zu.

Die kleinen Veranstaltungen bis 50 Teilnehmer*innen verzeichneten Zugewinne, die vor allem aus der nächstgrößeren Gruppe (Veranstaltungen bis 100 Teilnehmer*innen) stammen.

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 der Veranstaltungen aus.

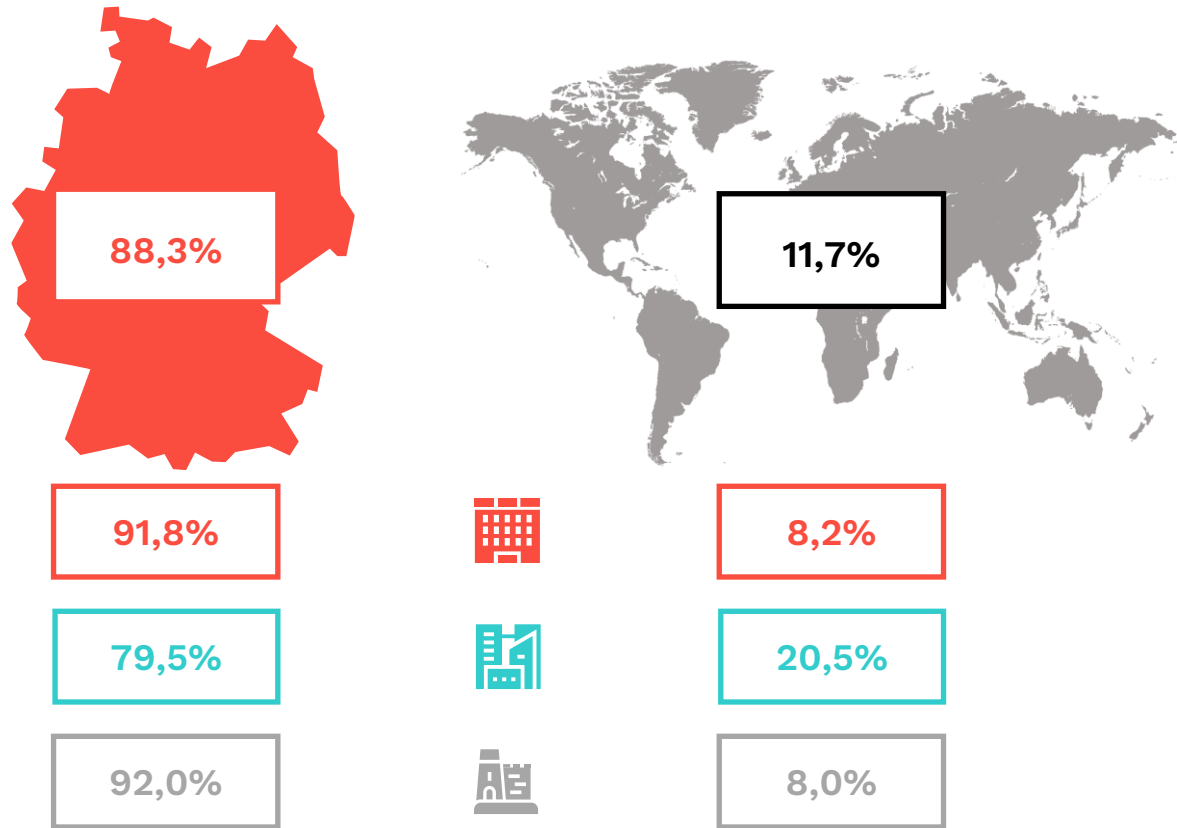
Basis: EITW, Hochrechnung der Werte aus den Anbieterbefragungen 2025 & 2026: Bitte geben Sie an, in welche Größenklassen sich die Veranstaltungsart Seminare, Tagungen und Kongresse bei Präsenzveranstaltungen in Ihrem Haus aufteilt.



Herkunft Veranstalter

Veranstalter vorwiegend national – Internationalität nimmt zu

Aufteilung der Veranstalter nach Herkunft



Nach wie vor stammt die überwiegende Mehrheit der Veranstalter aus dem eigenen Land. Dennoch wächst die Internationalität der Kunden (mit 11,7%) im Vergleich zum Vorjahr (9,9 Prozent) anteilig weiter.

Der Anteil der internationalen Veranstalterkunden variiert je nach Art der Veranstaltungsstätte.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Wie teilten sich die Veranstalter ihrer Herkunft nach 2025 prozentual auf? Anbieter n=322

Nachbarländer und USA unter den wichtigsten Quellmärkten

Internationale Quellmärkte der Anbieterbetriebe



Top 10 Quellmärkte
Österreich
UK
USA
Schweiz
Niederlande
Frankreich
China
Italien
Spanien
Belgien

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Aus welchen internationalen Quellmärkten stammten 2025 die Veranstaltungsorganisatoren in Ihrer Veranstaltungsstätte? Anbieter n=401

Ausblick: Fokus bleibt auf europäischen Quellmärkten

Potentielle Quellmärkte der Anbieterbetriebe in Zukunft

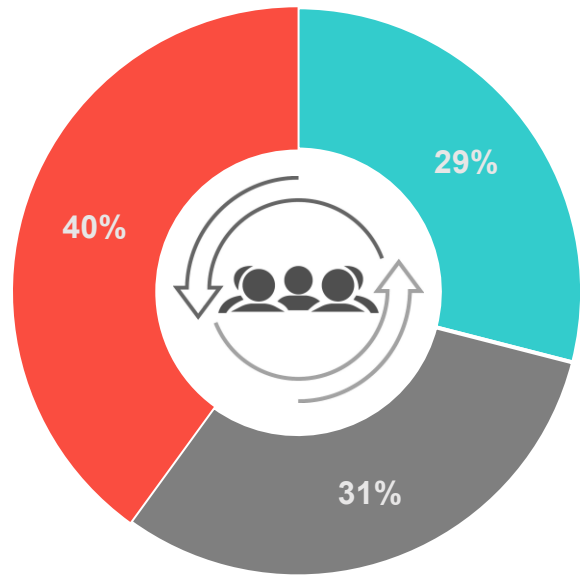


	2025/2026	Veränderung		2024/2025		2023/2024
1	UK	=	1	UK	1	Österreich
2	USA	+2	2	Österreich	2	Schweiz
3	Österreich	-1	3	Schweiz	3	UK
4	Schweiz	-1	4	USA	4	Niederlande
5	Niederlande	=	5	Niederlande	5	USA
6	Frankreich	+1	6	Italien	6	Frankreich
7	China	+1	7	Frankreich	7	Belgien
8	Italien	-2	8	China	8	Dänemark
9	Spanien	+2	9	Dänemark	9	China
10	Belgien	=	10	Belgien	10	Italien
11	Tschechien	+2	11	Spanien	11	Spanien
12	Polen	=	12	Polen	12	Tschechien
13	Dänemark	-4	13	Tschechien	13	Polen

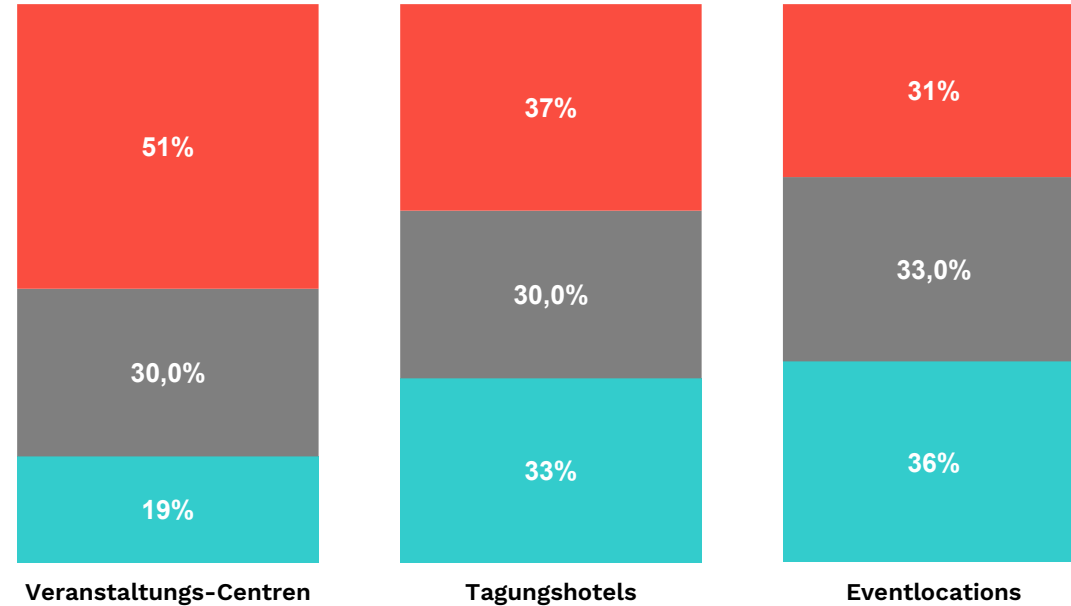
Zu den Top 3 der potentiellen Quellmärkten zählten UK, die USA und Österreich.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: 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=401

Anbieter: Neukunden oder Wiederkehrer?



■ Neukunden ■ Wiederkehrer ■ Stammkunden

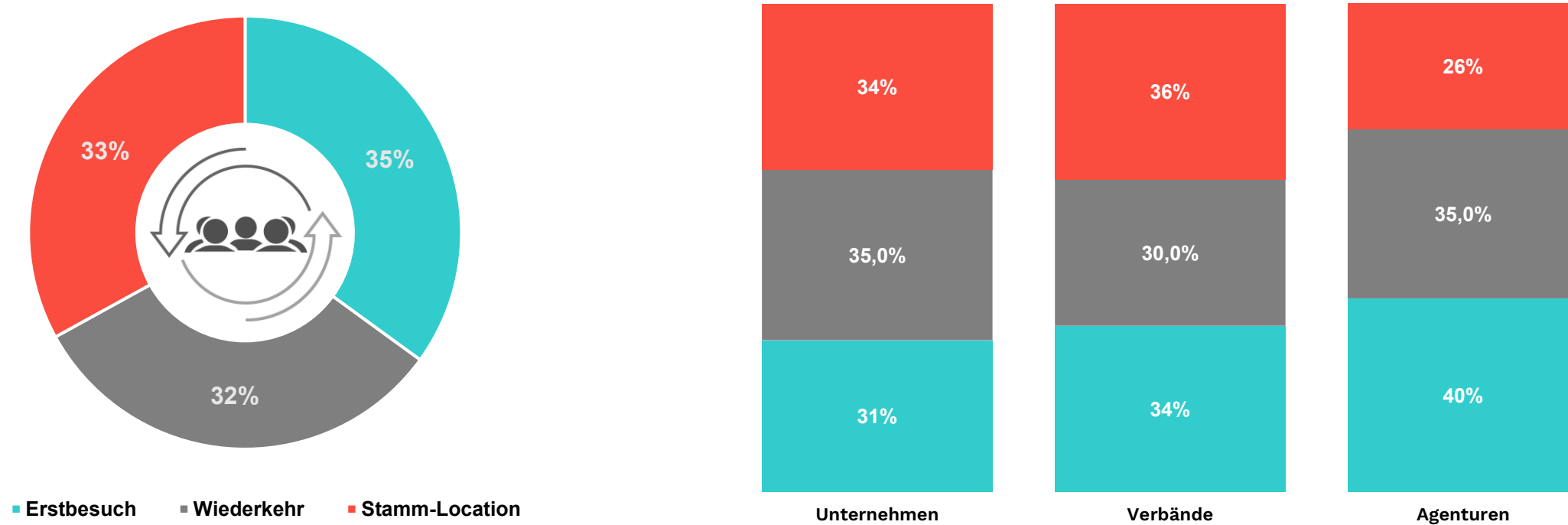


Definition des Besuchsstatus: **Neukunde** = erstmalige Beauftragung, **Wiederkehrer** = insgesamt 1 bis 3 Beauftragungen zuvor, **Stammkunde** = insgesamt 4+ Beauftragungen zuvor

Die Veranstaltungsstätten empfangen 2025 unter Ihren Kunden einen hohen Anteil wiederkehrender Kunden und vor allem Stammkunden. Der Anteil der Neukunden machte 29 Prozent aus. Der höchste Anteil von Stammkunden entfällt auf die Veranstaltungszentren, während die Eventlocations den höchsten Anteil von Neukunden verzeichnen.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Bitte schätzen Sie für das abgeschlossene Jahr 2025 die Aufteilung Ihrer Auftraggeber nach Besuchsstatus ein. Anbieter n=333

Veranstalter: Offen für Neues oder Wiederkehrer?



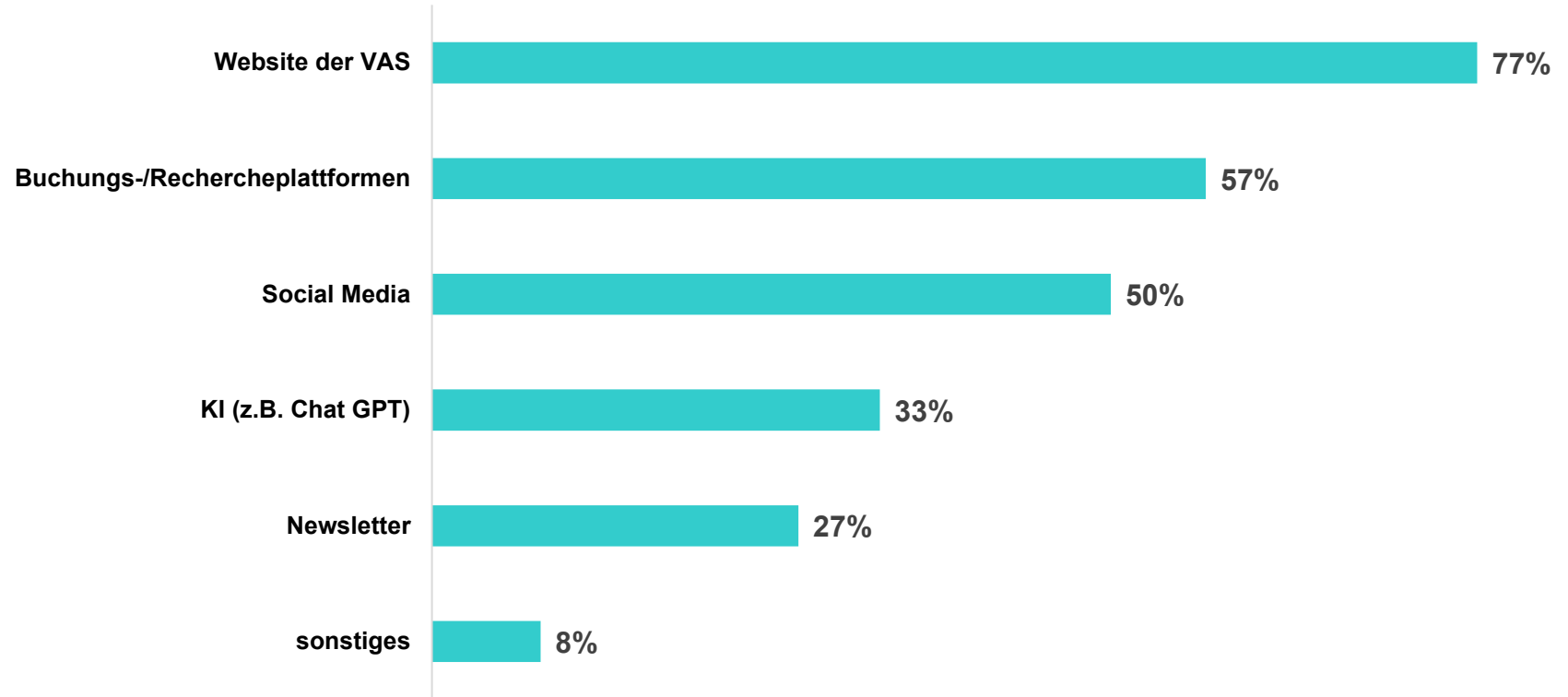
Definition des Besuchsstatus: **Erstbesuch** = Location erstmals genutzt, **Wiederkehr** = Location zuvor 1 bis 3 Male genutzt, **Stamm-Location** = Location zuvor 4+ Male genutzt

Die Veranstalter nutzten 2025 die Veranstaltungsstätten in Bezug auf die Häufigkeit in einem sehr ausgewogenen Maß. Etwa ein Drittel der Veranstaltungsorte wurde erstmalig gebucht, ein weiteres Drittel buchte eine Stätte als Wiederkehrer und das übrige Drittel buchte sie als Stamm-Location.

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2026: Wie oft haben Sie die einzelnen Veranstaltungsstätten in Deutschland im Jahr 2025 genutzt? Bitte geben Sie eine grobe Einschätzung der Verteilung. Veranstalter n=486

Veranstalter: Plattformnutzung und Informationsbeschaffung

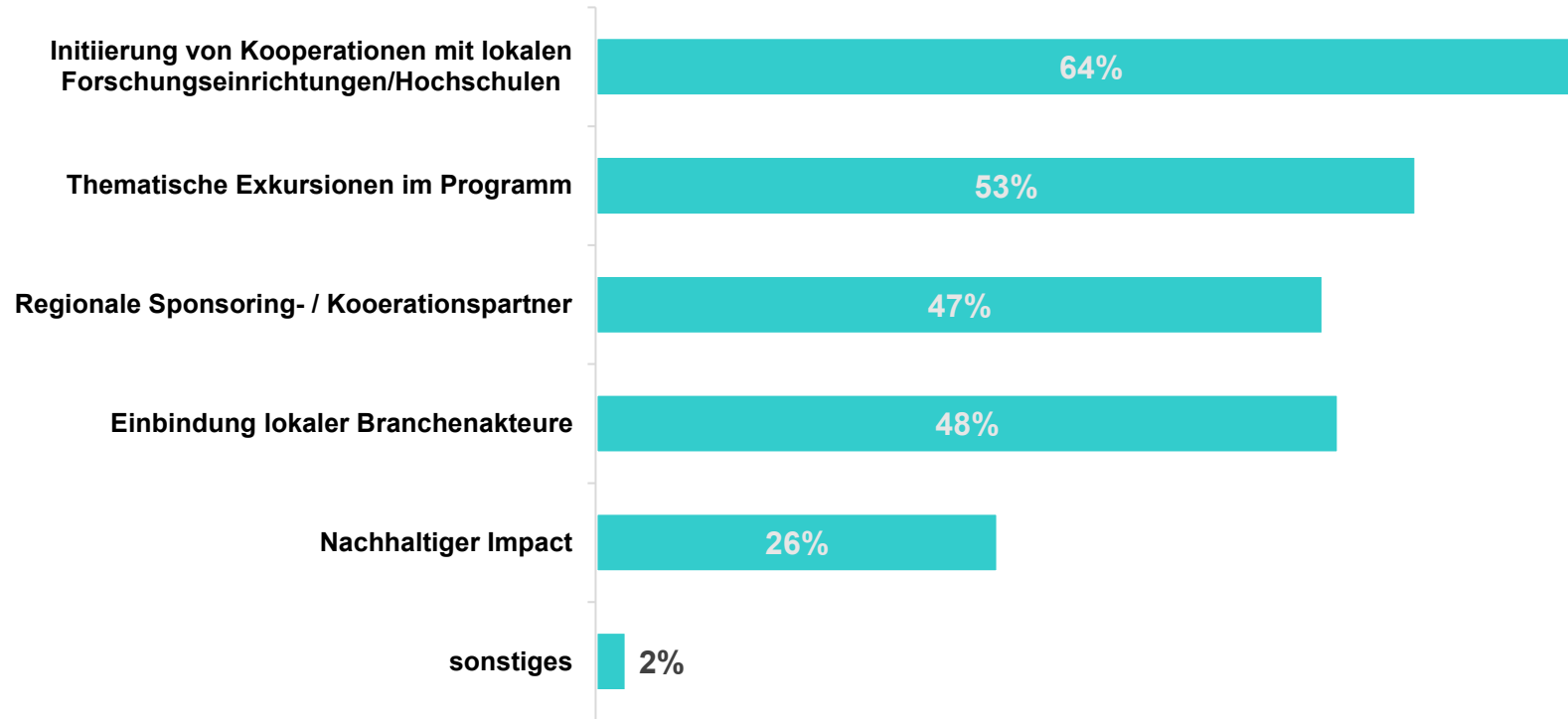
Veranstalter



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2026: Welche digitalen Plattformen bzw. Tools nutzen Sie, wenn Sie nach einer geeigneten Destination bzw. Veranstaltungsstätte suchen? Veranstalter n=682

Veranstalter: Einbindung der Branchenkompetenz über...

Veranstalter



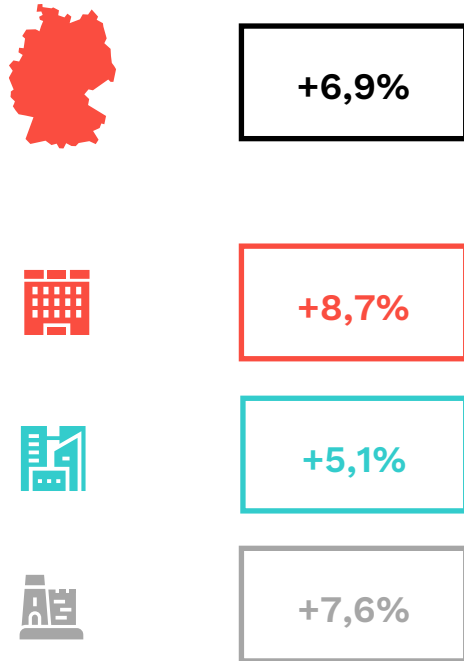
Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2026: Wie binden Sie Branchenkompetenz der Destination gezielt in Ihre Veranstaltung ein? (Mehrfachnennungen möglich) Veranstalter n=674



Umsätze & Budgets

Umsatzveränderungen 2025 im Vergleich zu 2024: Anbieter

Umsatzveränderung 2025 im Vergleich zu 2024 in % (Mittelwerte)



Die Umsätze stiegen auch im Jahr 2025 weiter an. Die Zunahme betrug insgesamt 6,9 Prozent.

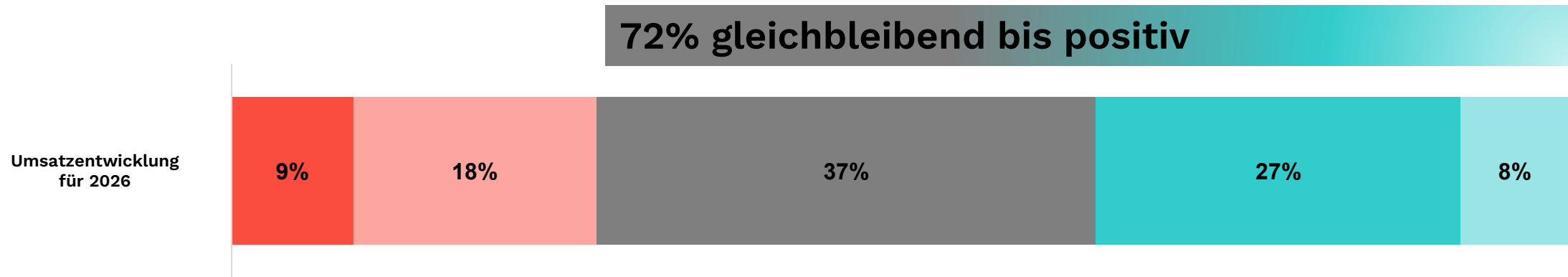
In den einzelnen Arten von Veranstaltungsstätten zeigt sich, dass im Jahr 2025 die höchsten Umsatzsteigerungen in den **VeranstaltungsCentren** registriert wurden, gefolgt von den **Eventlocations**.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: In welchem Maße veränderte sich im Jahr 2025 der Umsatz durch Veranstaltungen verglichen mit dem Jahr 2024?

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=245

Umsatzveränderungen für 2026 (Vergleich zu 2025): Anbieter



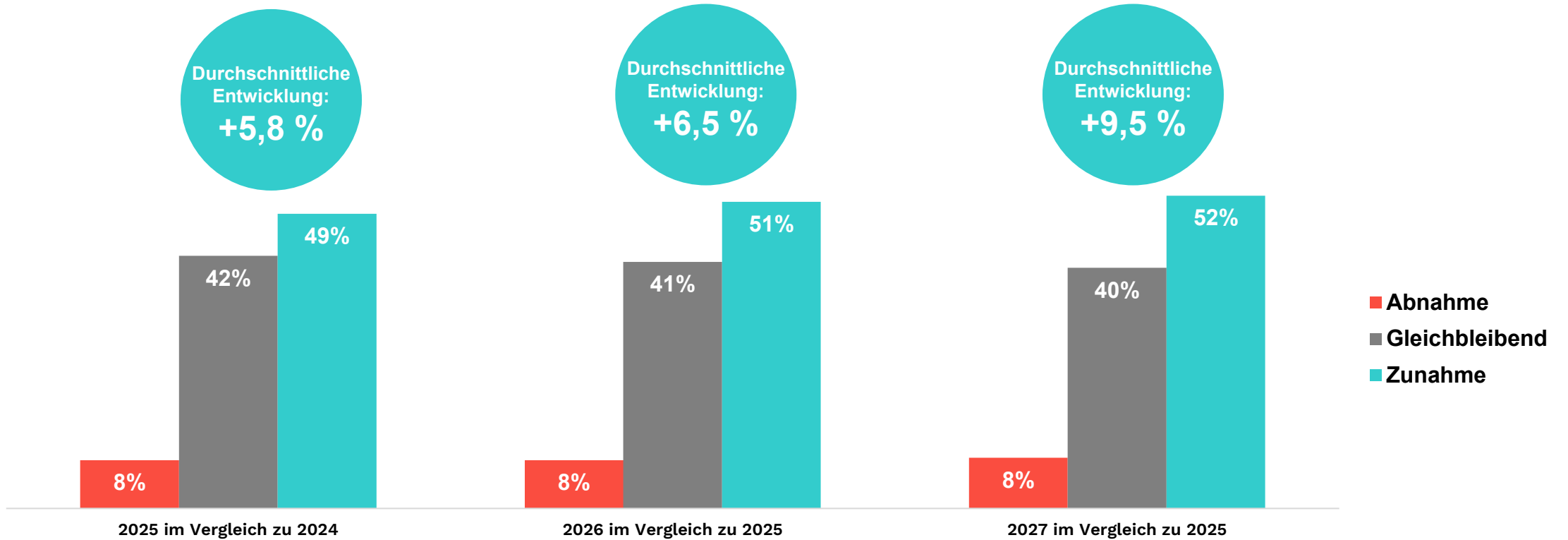
Das Diagramm zeigt die Einschätzung der Umsatzentwicklung für 2026 basierend auf den Umsätzen aus 2025.

72 Prozent aller Anbieterbetriebe gehen für das laufende Jahr von einer gleichbleibenden oder positiveren Umsatzentwicklung aus.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Wie sieht Ihre Buchungssituation für Veranstaltungen, Teilnehmende und den Umsatz im Jahr 2026 verglichen mit 2025 aus? Bitte geben Sie die erwartete Veränderung an.
Anbieter n=319

Entwicklung der Veranstalter-Budgets

Entwicklung des Budgets



Die Budgetentwicklung der Veranstalter ist weitgehend stabil. Die große Mehrheit gab gleichbleibende oder zunehmende Budgets im Rückblick auf die Vergangenheit, die Gegenwart und die Zukunft an.

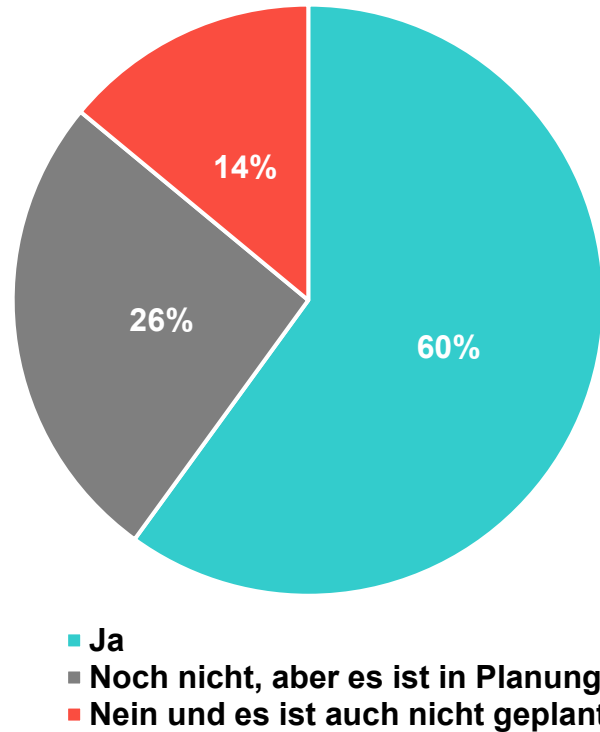
Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2025: Wie war die Veränderung Ihres Veranstaltungsbudgets? Veränderung von 2024 zu 2025/Veränderung von 2025 zu 2026 & 2027. Veranstalter n=628



 06

NACHHALTIGKEIT

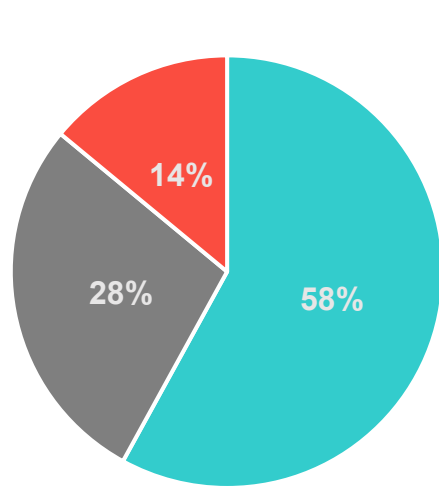
Anbieter: Haben Sie einen Nachhaltigkeitsstandard?



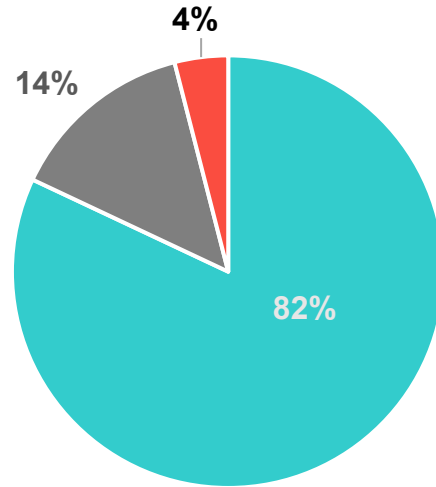
60 Prozent der Anbieterbetriebe 2025 gaben an, über einen Nachhaltigkeitsstandard zu verfügen. Dieser Wert wurde auch im Vorjahr erreicht. Um drei Prozentpunkte erhöht hat sich 2025 im Vergleich zum Vorjahr der Anteil der Betriebe, die einen Standard planen.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Haben Sie bereits einen Nachhaltigkeitsstandard in Ihrem Unternehmen integriert? Anbieter n=378

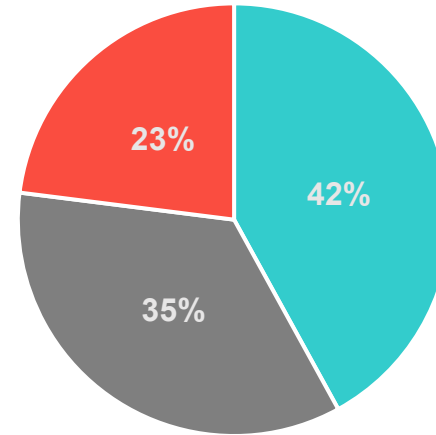
Anbieter: Haben Sie einen Nachhaltigkeitsstandard?



Veranstaltungszentren



Tagungshotels



Eventlocations

JA

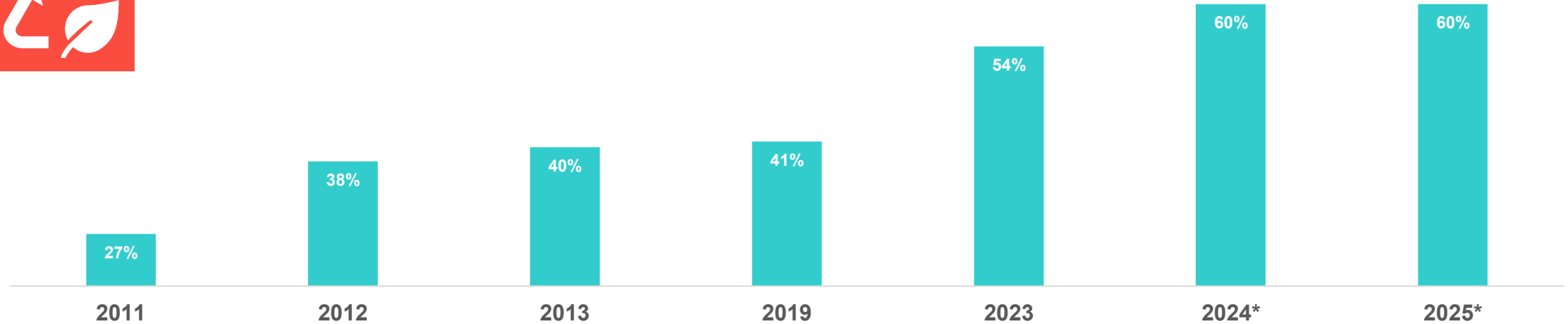
NOCH NICHT, ABER ES IST IN PLANUNG

NEIN, UND ES IST AUCH NICHT GEPLANT

Nachhaltigkeitsstandards sind bei den Tagungshotels am stärksten verbreitet, gefolgt von den Veranstaltungszentren. Bei den Eventlocations ist der Anteil derjenigen, die auch langfristig keinen Nachhaltigkeitsstandard planen, am höchsten.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Haben Sie bereits einen Nachhaltigkeitsstandard in Ihrem Unternehmen integriert? Anbieter n=378

Nachhaltigkeitsstandards in Veranstaltungsstätten nehmen zu

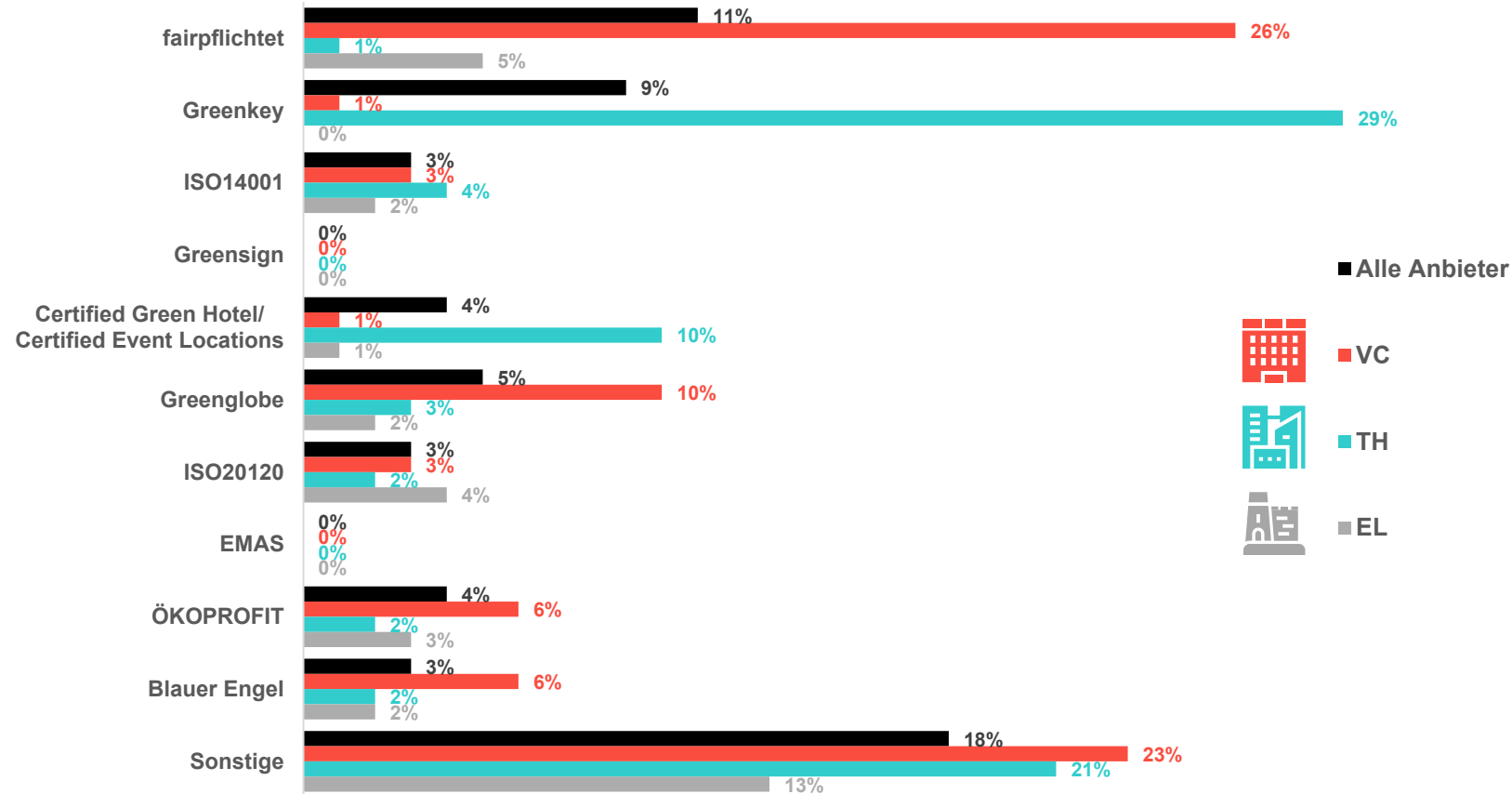


*Änderung im Wording: Der Begriff Nachhaltigkeitsstandard wurde für das Jahr 2024 erstmalig genutzt, zuvor wurde der Begriff Nachhaltigkeitsmanagementsystem verwendet.

Der Anteil der Betriebe mit Nachhaltigkeitsstandard hat im Laufe der letzten Jahre stetig zugenommen und sich nun auf einem hohen Niveau eingependelt.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2011-2026: Haben Sie bereits ein Nachhaltigkeitsmanagementsystem/einen Nachhaltigkeitsstandard in Ihrem Unternehmen integriert?

Anbieter: Nachhaltigkeitsstandards

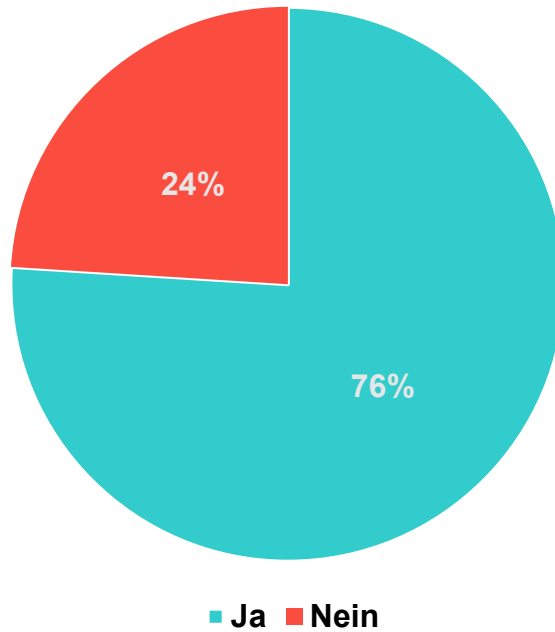


Je nach Veranstaltungsstätten-Art gibt es Unterschiede:
Bei den Veranstaltungs-Centren wurde vor allem fairpflichtet am häufigsten genannt, in der Hotellerie ist GreenKey am weitesten verbreitet. Bei den Eventlocations gab es keine klaren Präferenzen.

Der Anteil der Sonstigen zeigt, wie viele verschiedene Standards es gibt. Häufigste Nennungen waren: ISO 50001, A+ Bioscore sowie eigene Systeme von Hotelketten oder lokale Systeme (Sustainable Berlin/Bonn etc.)

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Wenn ja, um welche Standards handelt es sich? Mehrfachnennungen möglich Anbieter n=398

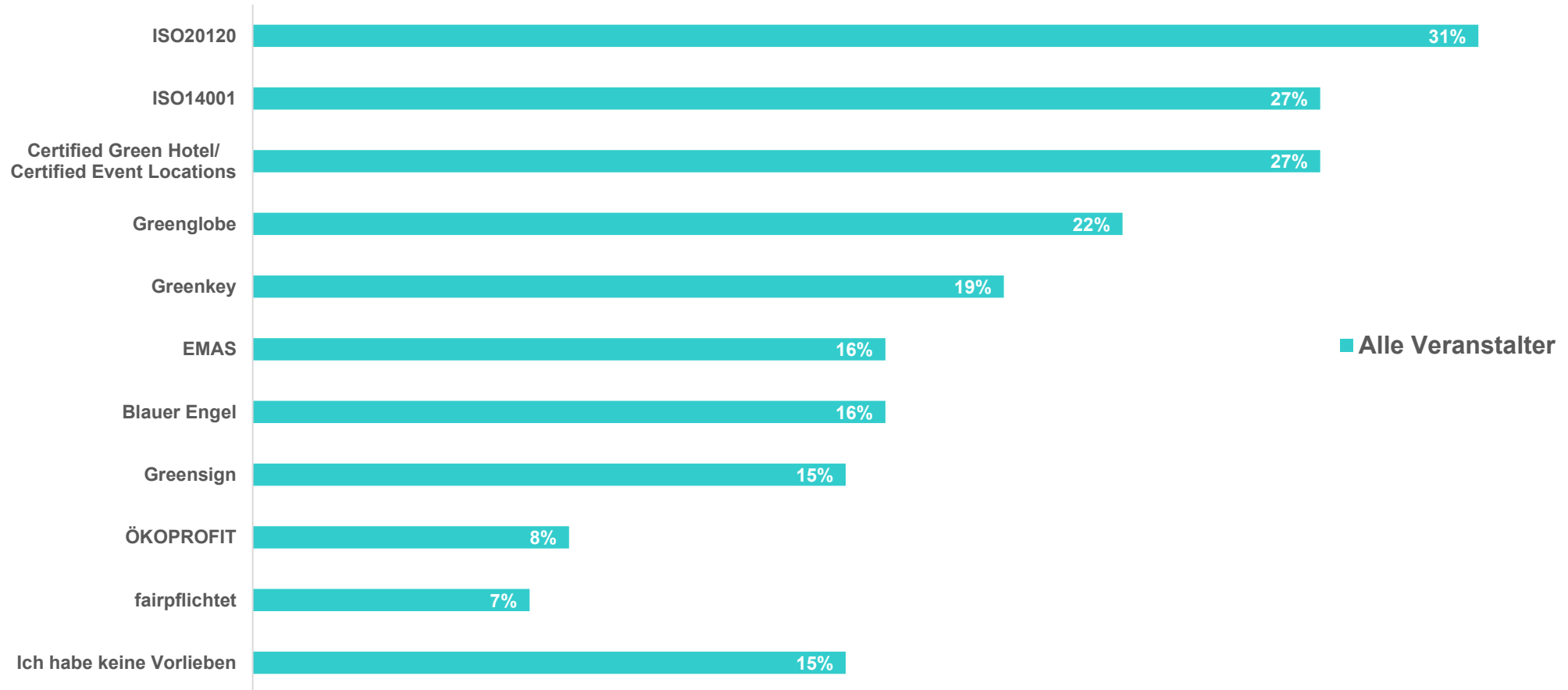
Veranstalter: Nachhaltigkeitsstandards



Mehr als drei Viertel der Veranstalter insgesamt bevorzugen Anbieter, die über einen nachhaltigen Standard verfügen.

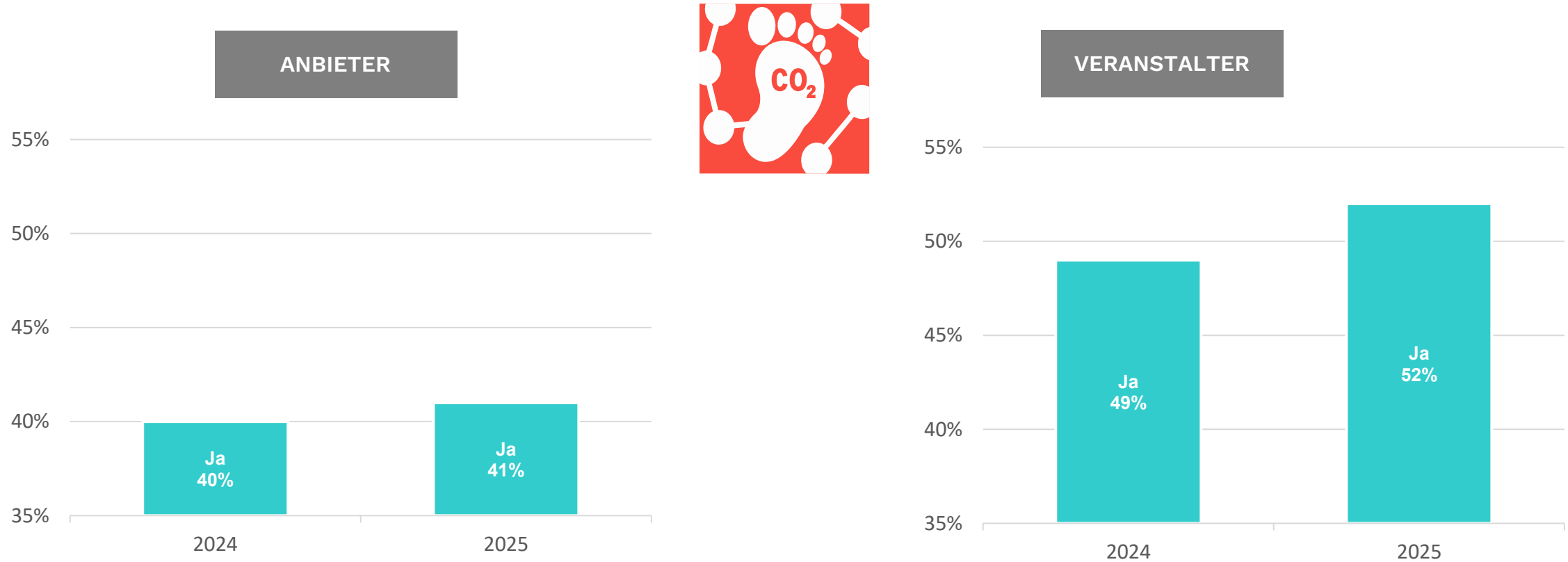
Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2026: Bevorzugen Sie Anbieter, die einen Nachhaltigkeitsstandard anbieten? Veranstalter n=642

Veranstalter: Nachhaltigkeitsmanagementsysteme



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2026: Welchen Standard bevorzugen Sie? Mehrfachnennungen möglich. Veranstalter n=642

Anbieter & Veranstalter: Erhebung von CO₂-Emissionen



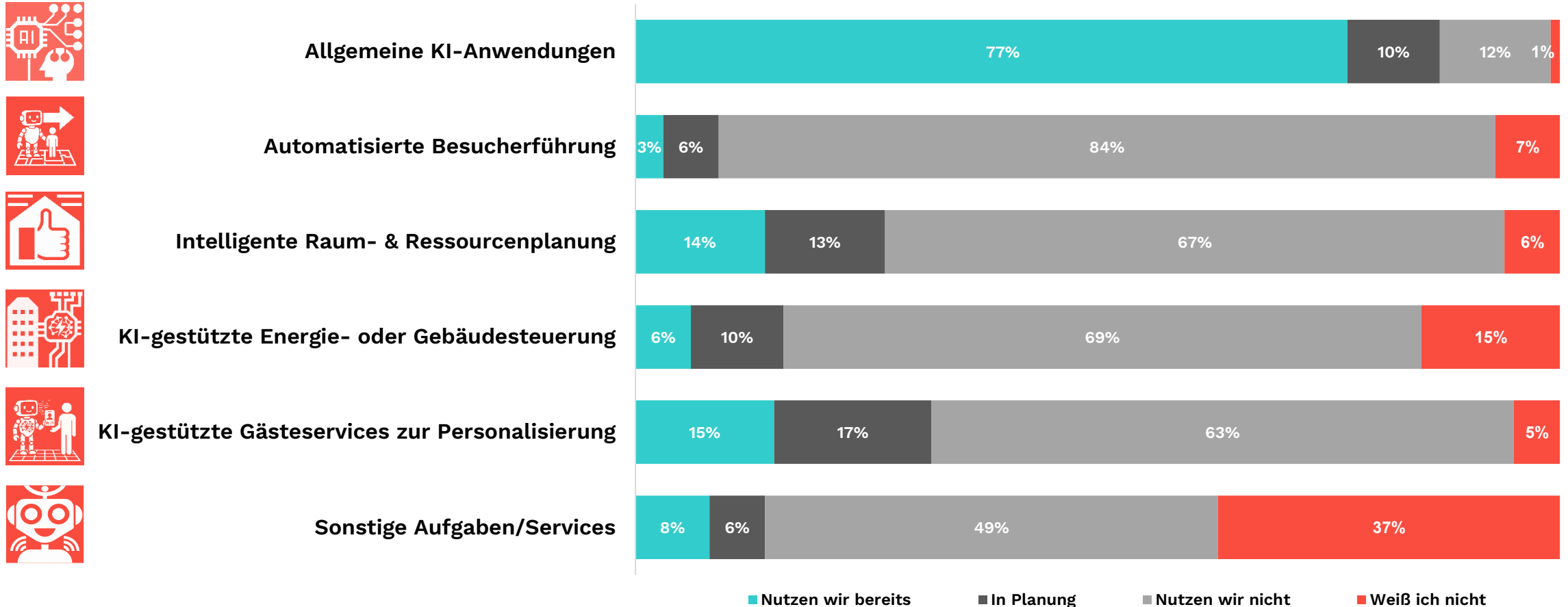
41 Prozent der befragten Anbieter und 52 Prozent der befragten Veranstalter erhoben 2025 ihre CO₂-Emissionen. Damit ist der Anteil sowohl bei den Anbietern als auch bei den Veranstaltern im Vergleich zum Vorjahr angestiegen.

Basis: EITW, Anbieter- & Veranstalterbefragung 2026: Erheben Sie Ihre CO₂-Emissionen? Anbieter n=372 , Veranstalter n=638

 07

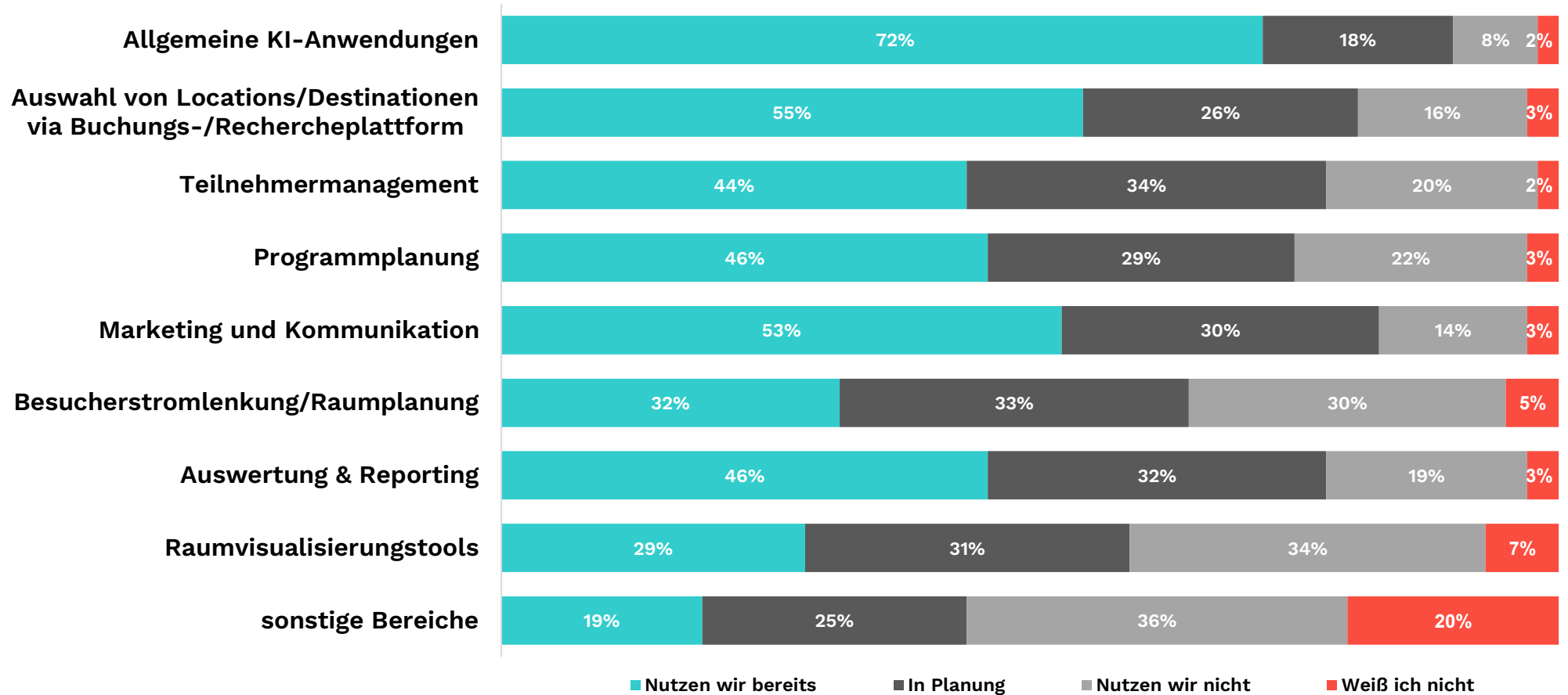
DIGITALISIERUNG & KI

Anbieter: Nutzung künstlicher Intelligenz



Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Digitalisierung und KI revolutionieren auch die Veranstaltungswelt: Inwiefern nutzen Sie bereits künstliche Intelligenz in Ihrem Unternehmen? Anbieter n=396

Veranstalter: Nutzung künstlicher Intelligenz



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2026: Digitalisierung und KI revolutionieren auch die Veranstaltungswelt: Inwiefern nutzen Sie bereits künstliche Intelligenz in Ihrem Unternehmen? Veranstalter n=623

Anbieter: Vermarktung und Plattformnutzung

Anbieter



Wir sind auf Buchungs-/Rechercheplattformen vertreten*



Wir sind auf Social Media vertreten



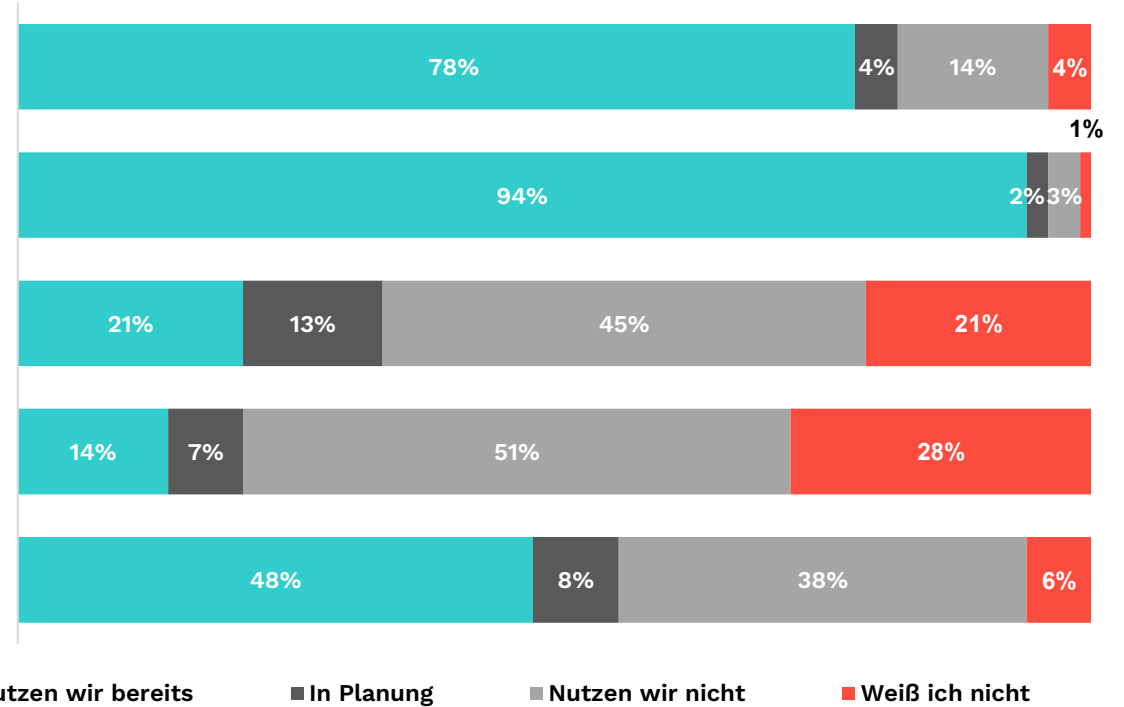
Wir stellen KI-optimierte Inhalte zur Verfügung



Wir stellen offene Daten (Open Data) zur Verfügung



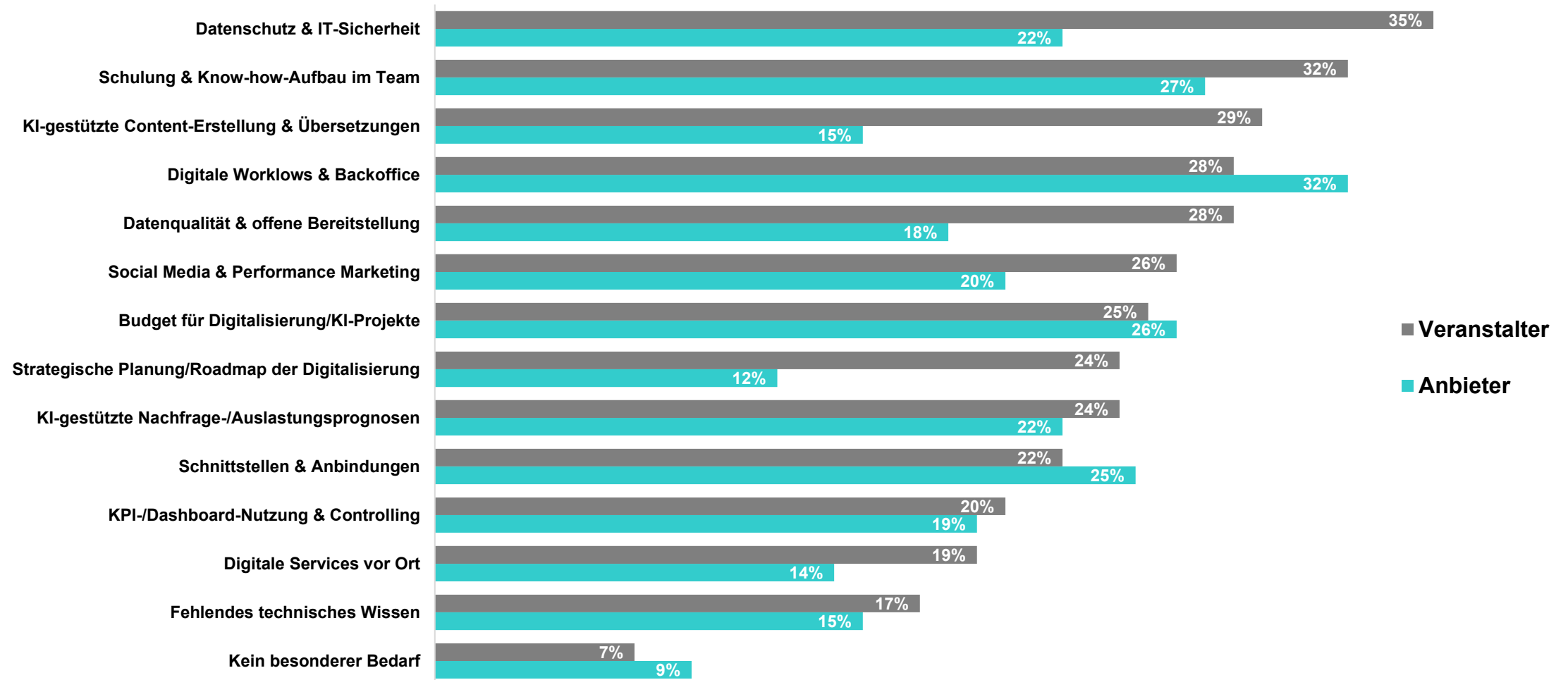
Wir stellen digitale Tools zur Raumvisualisierung zur Verfügung



*Die am häufigsten genannten Buchung-/Rechercheplattformen waren: Cvent, eventinc und fylo.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Auch bei der Vermarktung spielt KI eine große Rolle: Welche digitalen Plattformen oder Tools nutzen Sie bereits zur Vermarktung Ihrer Location jenseits Ihrer eigenen Webseite? Anbieter n=396

Anbieter und Veranstalter: Handlungsbedarf KI und Digitalisierung



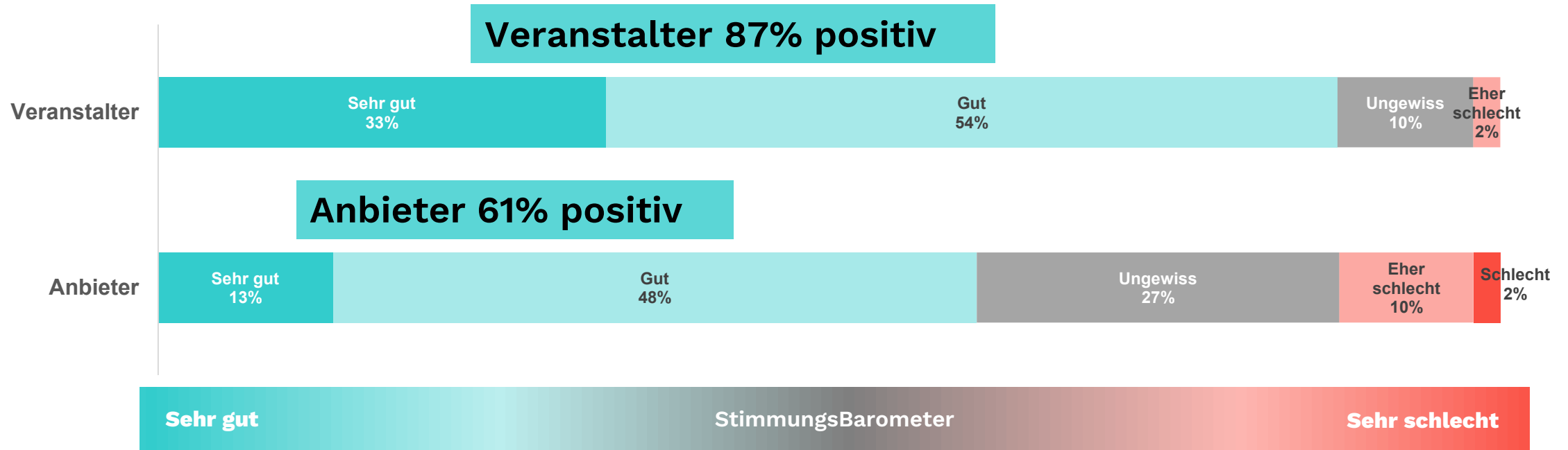
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Wo sehen Sie für Ihre Veranstaltungsstätte beim Thema Digitalisierung und KI aktuell den größten Handlungs- bzw. Nachholbedarf? Anbieter n=396
 Veranstalterbefragung 2026: Wo sehen Sie für Ihre Organisation beim Thema Digitalisierung und KI aktuell den größten Handlungs- bzw. Nachholbedarf? Veranstalter n=630



AUSBLICK & PROGNOSEN

Buchungssituation stimmt positiv

Aussichten der Anbieter und Veranstalter für 2026



Zuversicht bei **Anbietern** & **Veranstaltern**!

87 Prozent der Veranstalter gehen von einer (sehr) guten Veranstaltungslage aus.

Etwa zwei Drittel der Anbieter (61 Prozent) schätzen die Buchungslage für das Jahr 2026 ebenfalls als (sehr) gut ein.

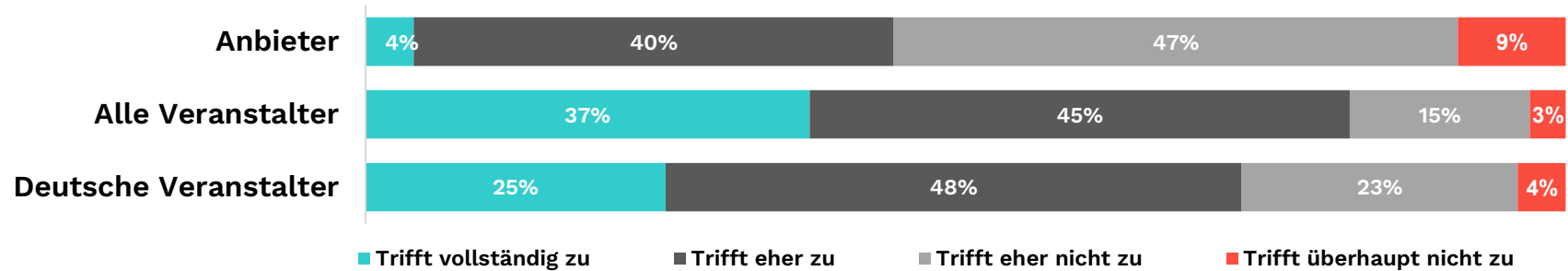
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Wie bewerten Sie die Buchungslage (sowohl Buchungen als auch Anfragen) für das Jahr 2026? Anbieter n=376
Veranstalterbefragung 2026: Wie bewerten Sie die Veranstaltungslage in Ihrer Organisation bzw. bei Ihren Kund*innen für das Jahr 2026? Veranstalter n=622

Internationale Teilnehmer*innen Europa

Statement: „Die Anzahl der internationalen Teilnehmer*innen aus Europa nimmt zu.“



Meinungsbild zum Statement*



*Der Befragungsraum war von Mitte Januar bis Anfang März 2026.

Die befragten **Veranstalter** insgesamt gaben zu über einem Drittel an, dass das Statement vollständig zutrifft, während dieser Anteil bei den deutschen Veranstaltern mit 25% nicht so hoch ausfiel. Bei den **Anbietern** stimmten 44 Prozent (eher) zu, während über die Hälfte (eher) nicht zustimmte.

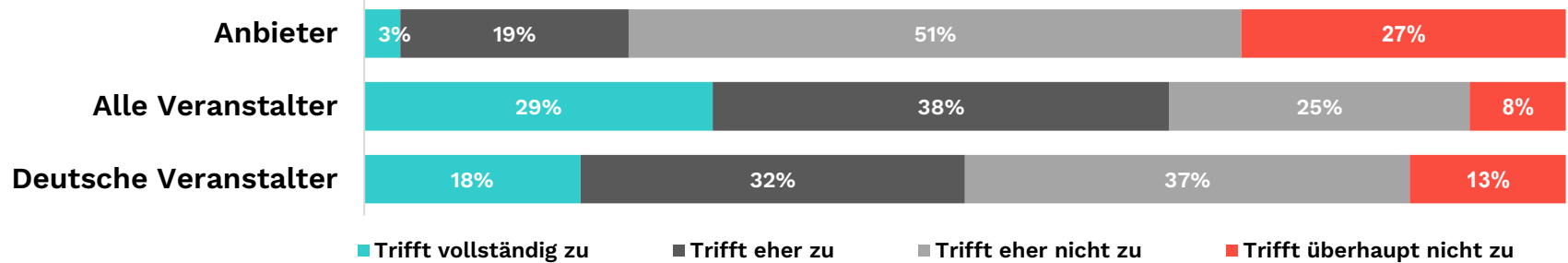
Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2026: Wenn Sie an die Entwicklung des Veranstaltungsmarktes innerhalb der nächsten 3 Jahre denken, inwieweit stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen zu? Anbieter n=306, Veranstalter n=606

Internationale Teilnehmer*innen Übersee

Statement: „Die Anzahl der internationalen Teilnehmer*innen aus Überseemärkten wie USA und China nimmt zu.“



Meinungsbild zum Statement*



*Der Befragungsraum war von Mitte Januar bis Anfang März 2026.

Die befragten **Veranstalter** insgesamt gaben zu 29 Prozent an, dass das Statement vollständig zutrifft, während es bei den deutschen **Veranstaltern** nur 18 Prozent waren. Bei den **Anbietern** fiel die Zustimmung zu diesem Statement deutlich schwächer aus und lag noch unter dem Wert für internationale Teilnehmer aus Europa.

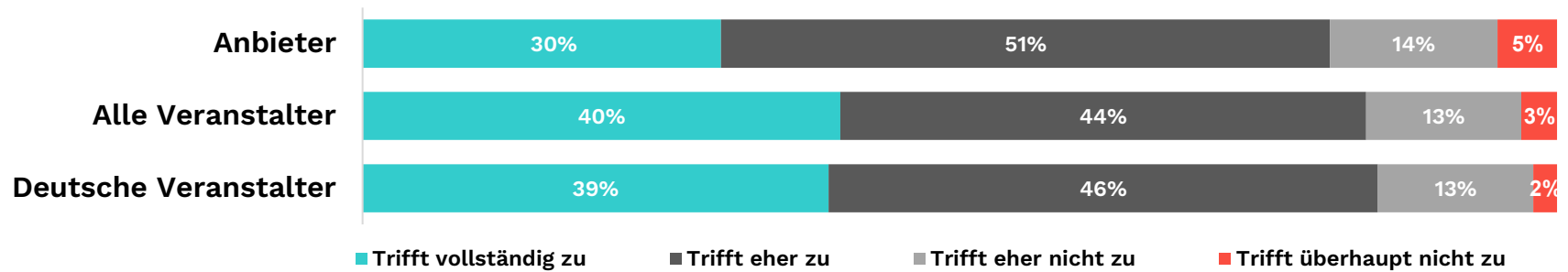
Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2026: Wenn Sie an die Entwicklung des Veranstaltungsmarktes innerhalb der nächsten 3 Jahre denken, inwieweit stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen zu?
Anbieter n=306, Veranstalter n=606

Veranstaltungsmarkt sensibel gegenüber geopolitischer Lage

Statement: „Der Markt reagiert sensibel auf geopolitische Herausforderungen.“



Meinungsbild zum Statement*

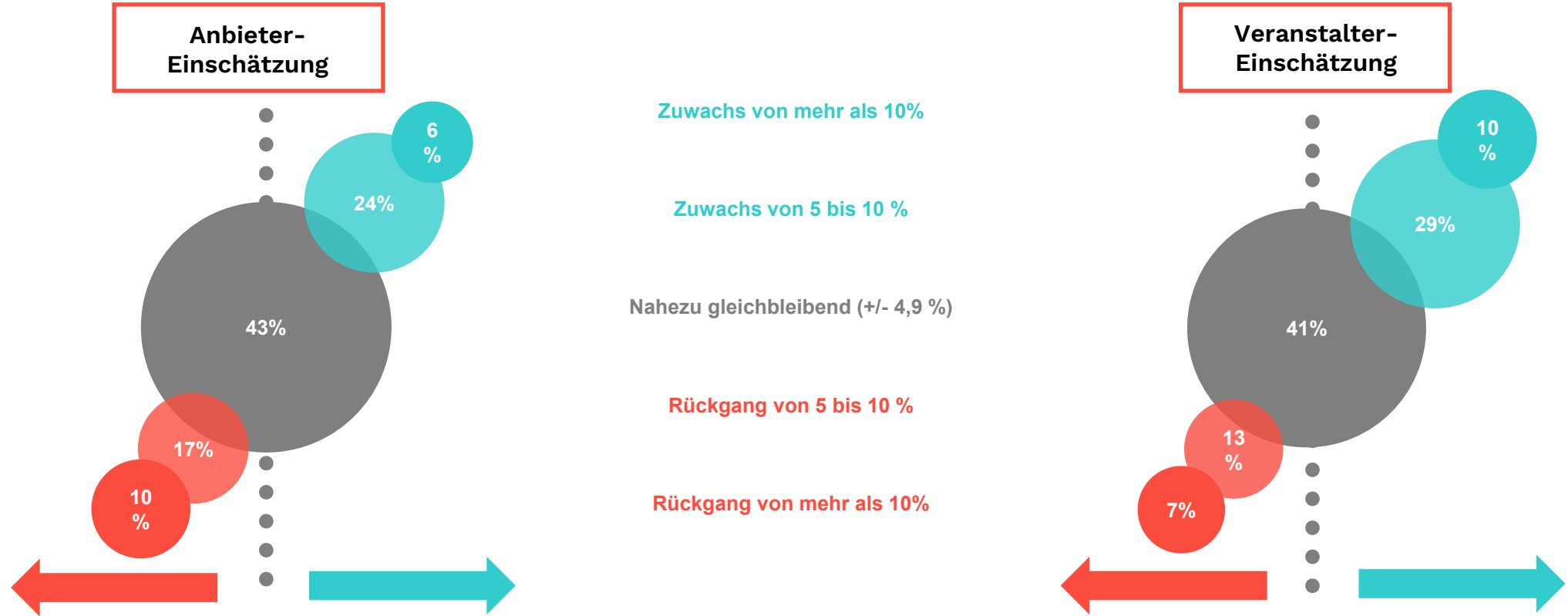


*Der Befragungsraum war von Mitte Januar bis Anfang März 2026.

Die befragten Veranstalter insgesamt stimmten dem Statement zu 84 Prozent (eher) zu und lagen damit nahe an der Sicht der deutschen Veranstalter (85 Prozent stimmten (eher) zu). Bei den Anbietern fiel die Zustimmung mit 81 Prozent nur etwas geringer aus.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2026: Wenn Sie an die Entwicklung des Veranstaltungsmarktes innerhalb der nächsten 3 Jahre denken, inwieweit stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen zu? Anbieter n=306, Veranstalter n=606

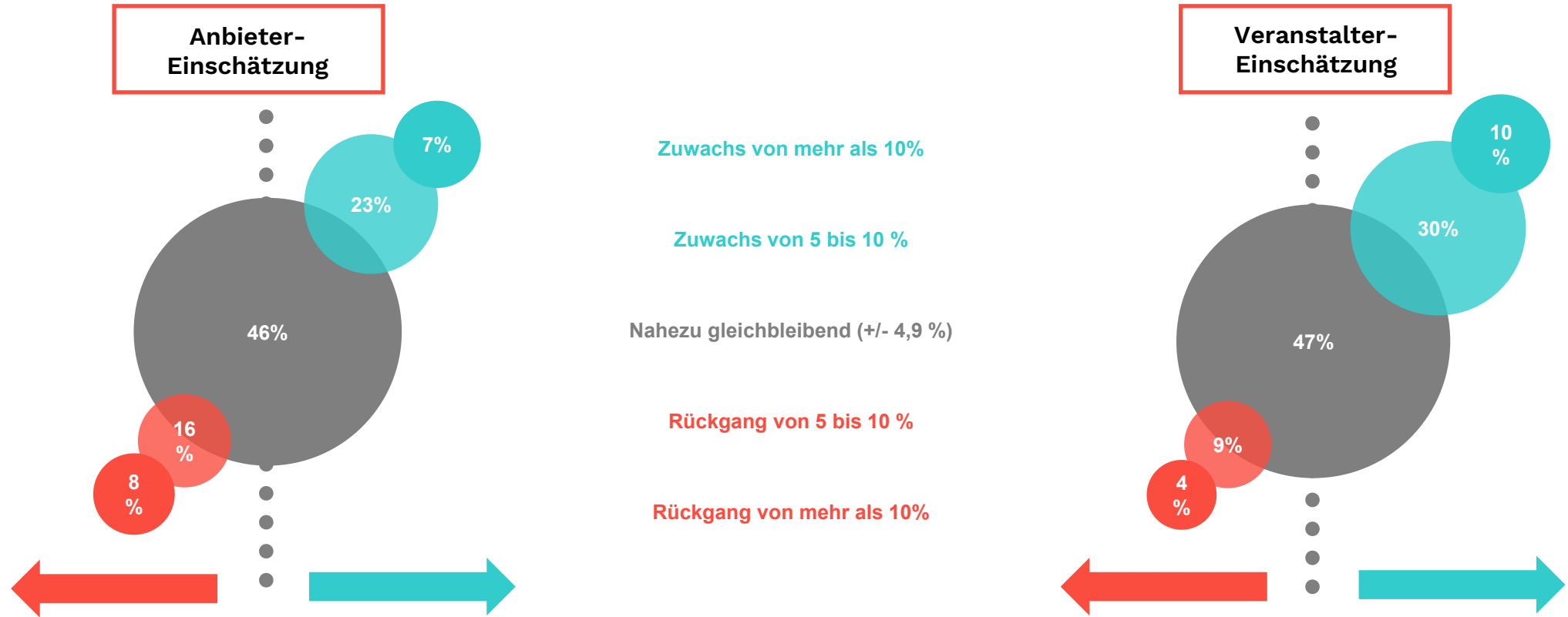
Anbieter und Veranstalter erwarten mehr Veranstaltungen in 2026



Präsenzveranstaltungen haben auch 2026 noch Wachstumspotential.

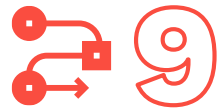
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Wie sieht Ihre Buchungssituation für Veranstaltungen, Teilnehmende und den Umsatz im Jahr 2026 verglichen mit 2025 aus? Bitte geben Sie die erwartete Veränderung an. Anbieter n=319, Veranstalterbefragung: Wie schätzen Sie Ihre Veranstaltungsentwicklung in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation im Jahr 2026 ein? Bitte geben sie die erwartete Veränderung an. Veranstalter n=617

Mehr Teilnehmer*innen onsite für 2026 erwartet



Präsenzveranstaltungen haben auch 2026 noch Wachstumspotential.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Wie sieht Ihre Buchungssituation für Veranstaltungen, Teilnehmende und den Umsatz im Jahr 2026 verglichen mit 2025 aus? Bitte geben Sie die erwartete Veränderung an. Anbieter n=319, Veranstalterbefragung: Wie schätzen Sie Ihre Veranstaltungsentwicklung in Ihrem Unternehmen/Ihrer Organisation im Jahr 2026 ein? Bitte geben sie die erwartete Veränderung an. Veranstalter n=617



PROJEKTDESIGN

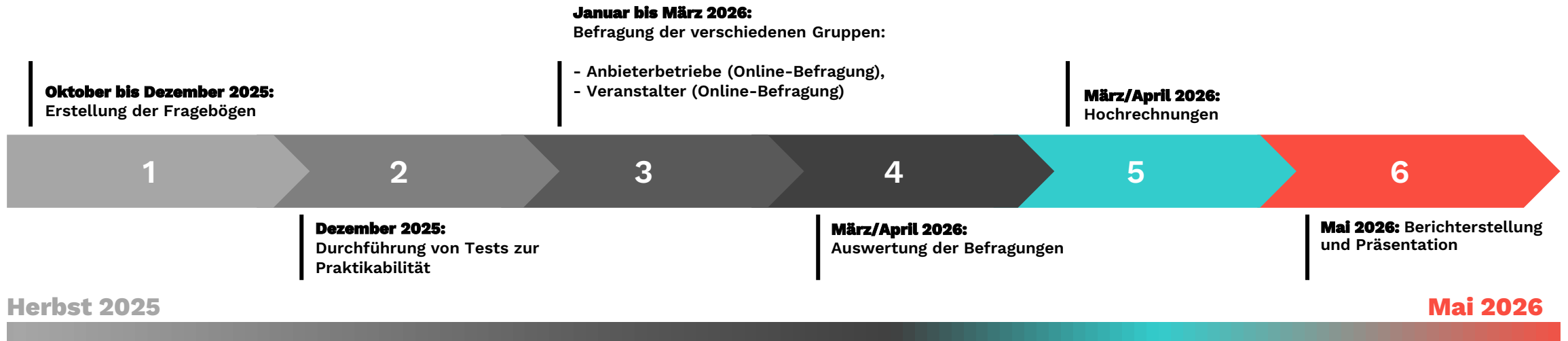
ABOUT

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 zwanzigsten Mal mit der Durchführung beauftragt haben.



Projektlauf der Befragungen



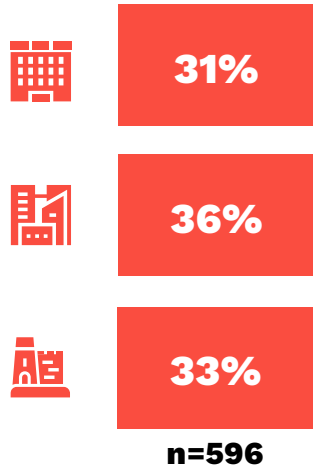
Insgesamt wurden im Rahmen einer Online-Befragung von Januar bis März 2026 rund 4.700 Ansprechpartner in Veranstaltungsstätten in ganz Deutschland mit einer Kapazität von mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal (Kapazitätsangabe in Reihenbestuhlung) befragt. Hinzu kamen rund 3.000 Veranstalter weltweit über einen selektierten Verteiler sowie ca. 500 Veranstalter über ein Panel mit Vorauswahl (Personen mit Entscheidungskompetenzen für Geschäftsreisen & Events, für die Herkunftsmärkte Deutschland, USA, Vereinigtes Königreich, Österreich, Schweiz, Frankreich, Niederlande und Belgien). Zusätzlich wurden die Links für beide Befragungen (Anbieter und Veranstalter) über Fachmedien, Newsletter 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.

Hinweis: Das Bezugsjahr für alle Daten (Veranstaltungen und Teilnehmer*innen) ist 2025, während sich die Prognosen auf das laufende Jahr beziehen. Als Bezugsjahr für Veränderungen bei den Umsätzen in 2025 wurde das Jahr 2024 gewählt.

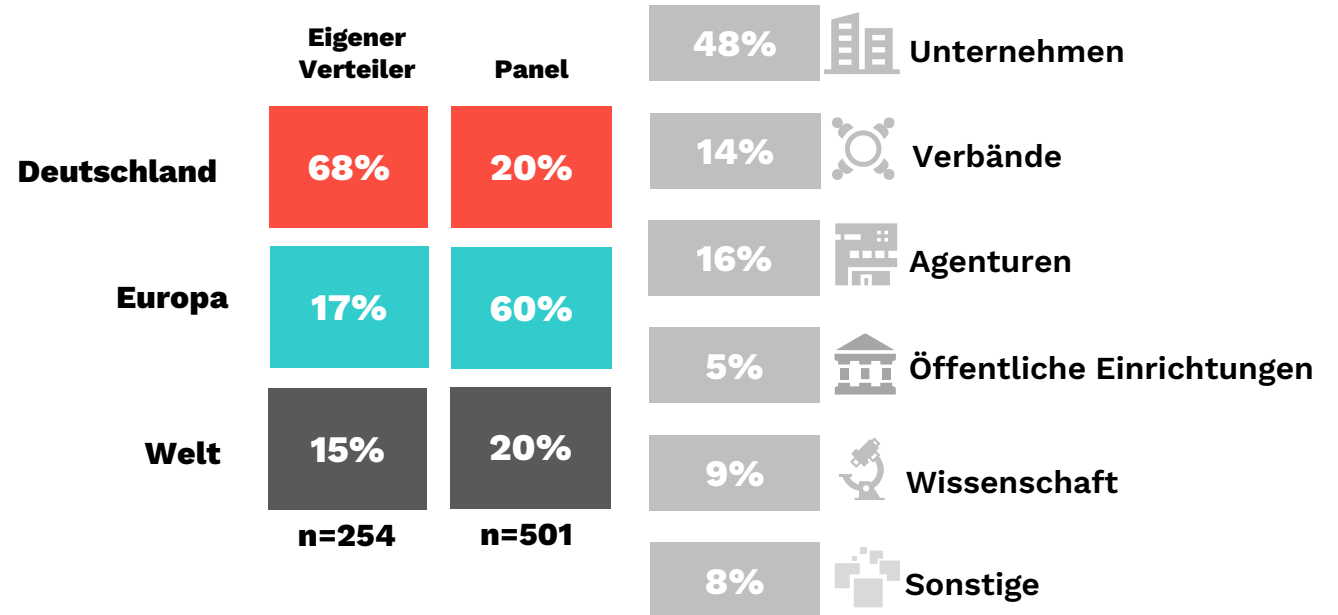
Basis: EITW 2026

ANBIETER



596 gültige Teilnahmen

VERANSTALTER



755 gültige Teilnahmen

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

1

Ermittlung der **Präsenz-Teilnehmer*innen** und **Veranstaltungen** über eine Hochrechnung:
Mittelwert/Veranstaltungsstätte x Anzahl der Veranstaltungsstätten

Basis: Befragung der **Anbieter**

Begründung: gleiche Befragungsbasis wie in den Vorjahren

Differenzierung: nach Veranstaltungsstätten-Gruppen

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

Ermittlung der **hybriden Teilnehmer*innen** und **Veranstaltungen**, basierend auf den Angaben der Veranstalter

Basis: Befragung der deutschen **Veranstalter**

Begründung: Veranstalter geben 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?

GLOSSAR

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 X 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.
- Onsite- Veranstaltungen:** Onsite = Präsenzveranstaltungen einschließlich hybrider Veranstaltungen.

Definitionen:

- Buchungsplattformen:** Online-Portale zur Suche, Anfrage und Buchung von Veranstaltungslocations und Dienstleistern (z.B. cvent, Eventinc.)

GLOSSAR

Veranstaltungsarten:

Seminare, Tagungen, Kongresse:	geschäftlich, zum Wissensaustausch
Ausstellungen/Präsentationen:	z.B. Produktpräsentationen, kleinere Messen
Sport-Events	z.B. Meisterschaften, Public viewing
Konzerte	z.B. Klassik, Rock/Pop
Kultur-Events:	z.B. Theater, Comedy, Lesungen
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/ Business Events:	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:	Onsite Veranstaltung mit mindestens 10 Prozent ausländischen Teilnehmer*innen, bei der die ausländischen Teilnehmer*innen onsite Ort waren.
Onsite 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)

René Tumler (EVVC)

Fabian Wolf (DZT)

Frankfurt am Main – Wernigerode, Mai 2026

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