



# Meeting- & EventBarometer

# Meeting- & EventBarometer Deutschland 2021/2022

Die Deutschland-Studie des  
Kongress- und Veranstaltungsmarktes



- 1** Key Findings
- 2** Entwicklung der Nachfrage
- 3** Entwicklung des Angebots
- 4** Hybride & Virtuelle Veranstaltungen
- 5** Herkunft Veranstalter & Teilnehmer\*innen
- 6** Umsätze & Budgets
- 7** Trends
- 8** Ausblick & Prognosen
- 9** Projektdesign



 01

# Key Findings



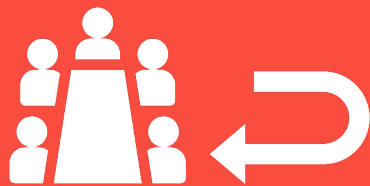
Hybride Formate treiben  
Transformation des  
Veranstaltungsmarktes



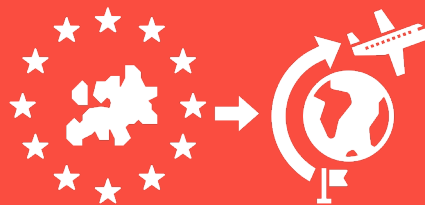
Megatrends Digitalisierung und  
Nachhaltigkeit prägen die  
Transformation



Aktuelle Entwicklungen  
beeinflussen die  
Transformation des Marktes



Rückkehr von  
Präsenzteilnehmer\*innen  
erwartet



Märkte:  
Long-Haul Destinationen  
kommen zurück



Personalbedarf ist eine der  
großen Herausforderungen für  
die Erholung des Marktes

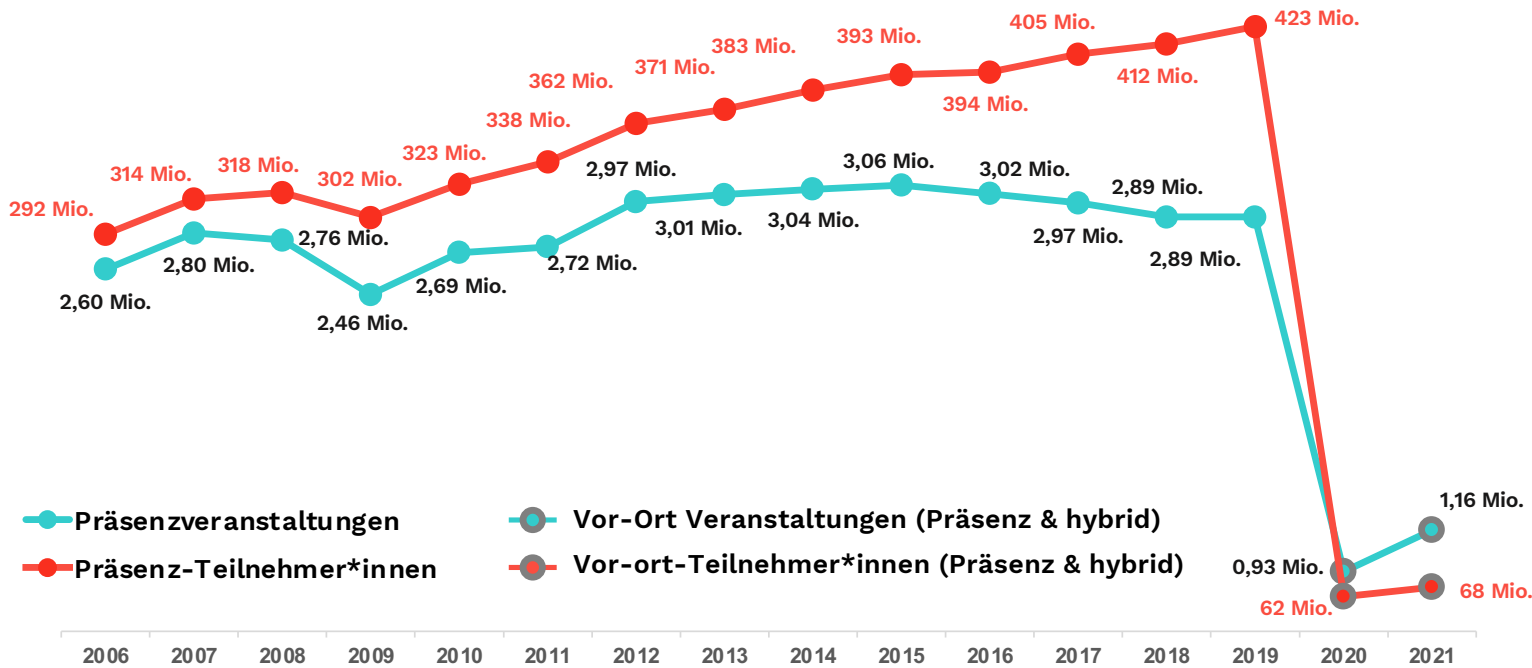


# Entwicklung der Nachfrage

# Nachfrageseite: Teilnehmer\*innen und Veranstaltungen



Entwicklung der Teilnehmer\*innen und Veranstaltungen 2006 bis 2021



Im Vergleich zu 2020 nahm die Zahl an reinen Präsenzveranstaltungen und -teilnehmer\*innen zwar weiter ab, jedoch konnte der Zuwachs von hybriden Veranstaltungen diesen Rückgang mehr als ausgleichen.

2021 fanden 24,5 Prozent mehr Veranstaltungen mit 10,3 Prozent mehr Teilnehmer\*innen vor Ort (Präsenz-Veranstaltungen plus hybride Veranstaltungen) statt als im Vorjahr.

Hinweis: bis 2019 wurden ausschließlich Präsenzveranstaltungen erfasst.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2007 bis 2022: Gesamtzahl der Veranstaltungen, Gesamtzahl der Teilnehmer\*innen



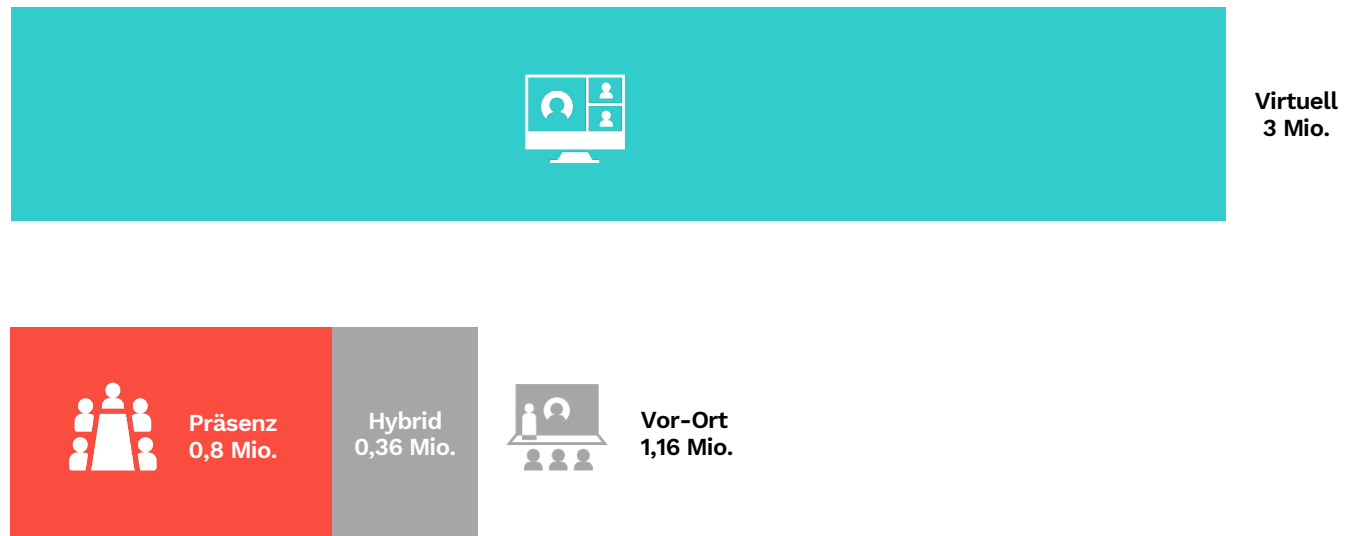
# Veranstaltungsformen

Basierend auf den Angaben der Veranstalter wurde die Anzahl der hybriden und virtuellen Veranstaltungen ermittelt



Die **Angaben der Veranstalter aus Deutschland** variieren je nach Art des Veranstalters. Diese spezifischen Angaben wurden zur gewichteten Berechnung der Veranstaltungsformen genutzt.

Dabei machen die virtuellen Veranstaltungen mit 3 Mio. (+120%) mit Abstand den größten Anteil aus, gefolgt von den Präsenz-Veranstaltungen mit 0,8 Mio. (-4,6%) und den Hybriden mit 0,36 Mio. (+280%)

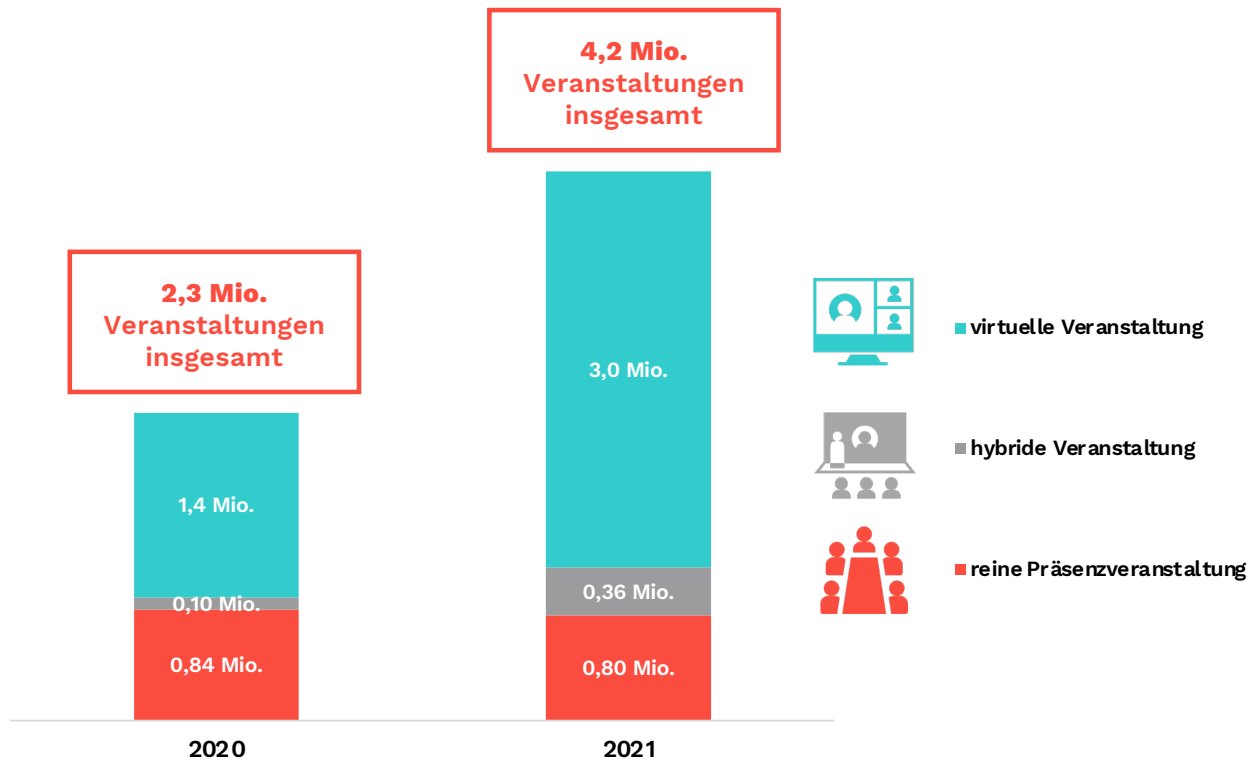


Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2021: Verschiedene Veranstaltungsformen



# Nachfrageseite: Alle Veranstaltungen

Entwicklung der Veranstaltungen von 2020 bis 2021



Alle Veranstaltungen summieren sich im Jahr 2021 auf 4,2 Mio. auf (2020 = 2,3 Mio.).

Betrachten wir nur die Veranstaltungen vor Ort (Präsenz und Hybrid) in Summe, dann ist hier ein Zuwachs von 24% gegenüber dem Vorjahr festzustellen. Wir beobachten hier also eine Verschiebung von den klassischen Präsenz- hin zu flexibleren hybriden Veranstaltungen.

Betrachten wir die virtuellen Veranstaltungen, zeigt sich, dass sich diese im Vergleich zum letzten Jahr mehr als verdoppelt haben.

Basis: EITW, Anbieter- & Veranstalterbefragungen 2021 & 2022: Gesamtzahl der Veranstaltungen gesamt

# Teilnehmerformen

Basierend auf den Angaben der Veranstalter wurde die Anzahl der Teilnehmer\*innen an hybriden und virtuellen Veranstaltungen ermittelt

Bei den Teilnehmerformen werden die drei Formen unterschieden werden:

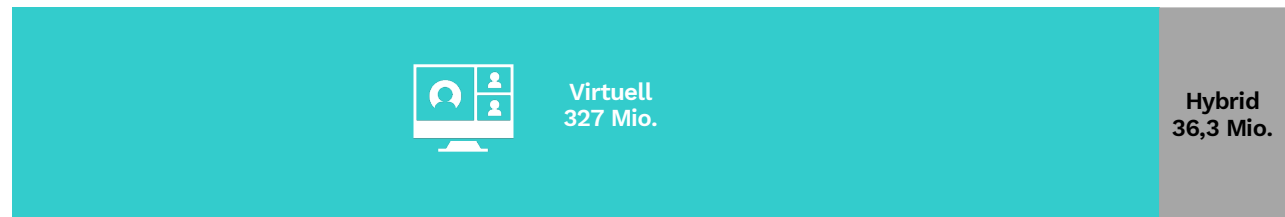
**Virtuelle Teilnehmer\*innen** nehmen nur an rein virtuellen Veranstaltungen teil. Diese betragen im Jahr 2021 nach Angaben der Veranstalter ca. 327 Mio.

Teilnehmer\*innen an **hybriden Veranstaltungen** können virtuell oder persönlich vor Ort an den Veranstaltungen teilnehmen. Die Summe dieser Teilnehmerform beträgt in der Summe 54,7 Mio. – mit 18,4 Mio. TN vor Ort und 36,3 Mio. virtuell

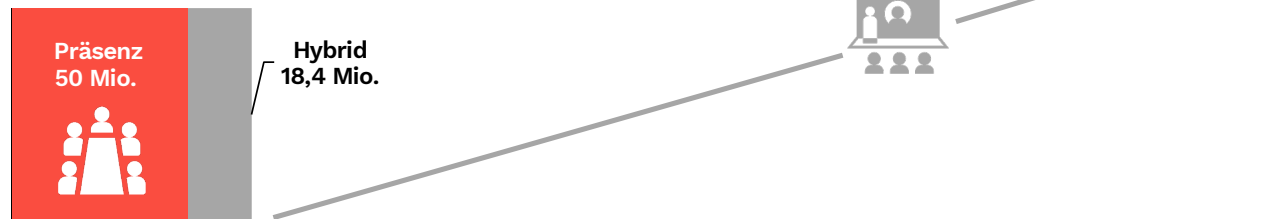
**Präsenzteilnehmer\*innen** sind die schon seit Beginn des Meeting- & EventBarometers erfasste Teilnehmerform und diese nahm im Jahr 2021 ab auf 50 Mio.



## Gesamtzahl der virtuellen Teilnehmer



## Gesamtzahl der Teilnehmer vor Ort



Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2021: Verschiedene Teilnehmerformen

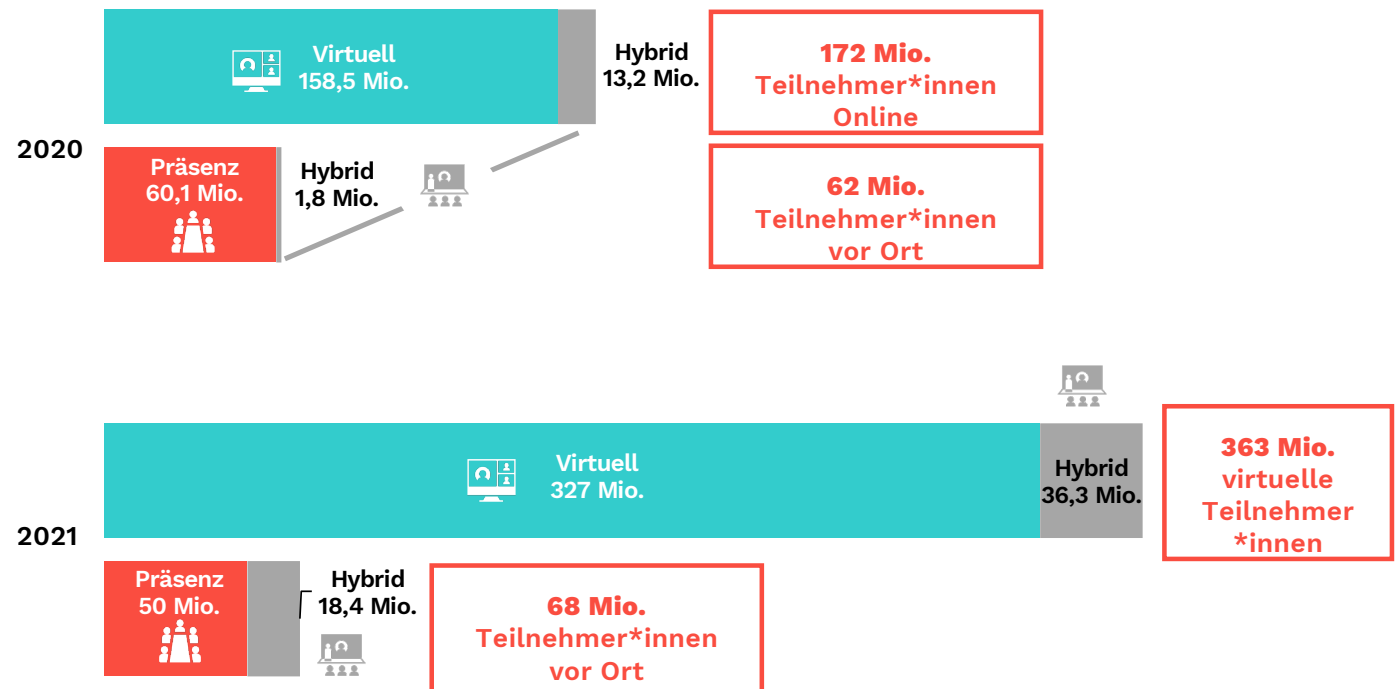
# Teilnahmeformen

Basierend auf den Angaben der Veranstalter wurde die Anzahl der Teilnehmer\*innen an hybriden und virtuellen Veranstaltungen ermittelt

Aus den in Folie 10 erläuterten Teilnehmerformen ergeben sich die durch die Coronakrise neu entwickelte Teilnahmeformen:

Die Teilnehmer\*innen an virtuellen Veranstaltungen sowie die virtuellen Teilnehmer\*innen an hybriden Veranstaltungen ergeben in Summe die Teilnehmer\*innen Online mit 363,3 Mio. Teilnehmern in 2021.

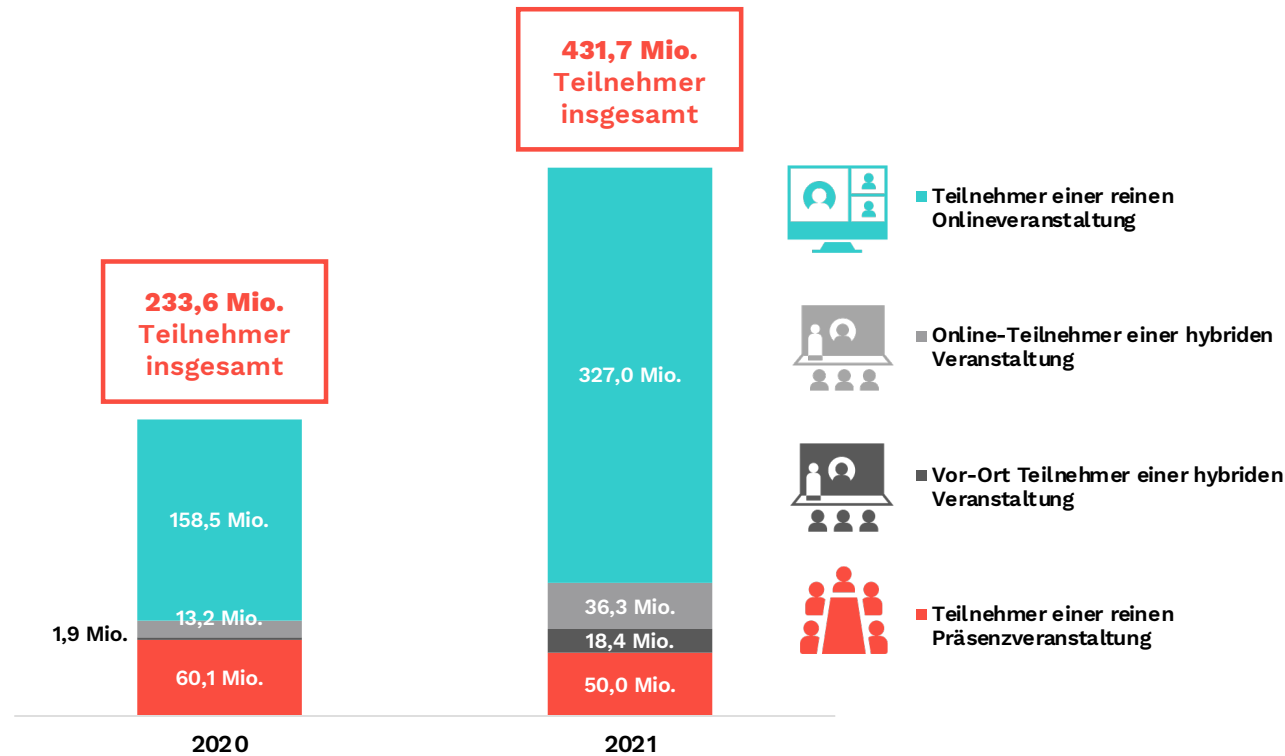
Die Präsenzteilnehmer\*innen und die Teilnehmer\*innen vor Ort von hybriden Veranstaltungen ergeben in Summe die Teilnehmer\*innen vor Ort mit 68,4 Mio.



Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragungen 2021 & 2022: Verschiedene Teilnehmerformen

# Nachfrageseite: Alle Teilnehmer\*innen

Entwicklung der Teilnehmer\*innen von 2020 bis 2021



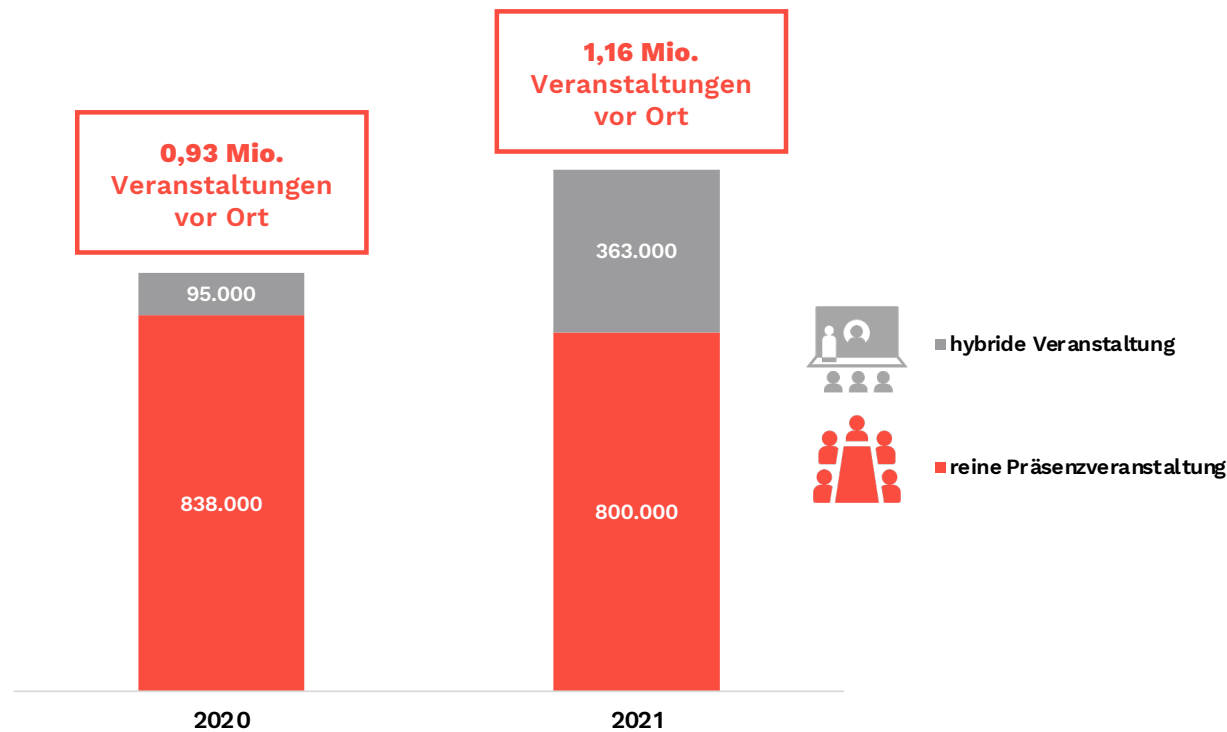
Die Teilnehmer\*innen in der Summe ergeben für das Jahr 2021 insgesamt 431,7 Mio. und übertreffen damit deutlich die Teilnehmer\*innenzahl aus dem vorherigen Jahr 2020.

Basis: EITW, Anbieter- & Veranstalterbefragungen 2021 & 2022: Anzahl der Teilnehmer\*innen gesamt



# Nachfrageseite: Veranstaltungen vor Ort

Entwicklung der Veranstaltungen ab 2020 bis 2021



Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2021 & 2022: Gesamtzahl der Veranstaltungen vor Ort

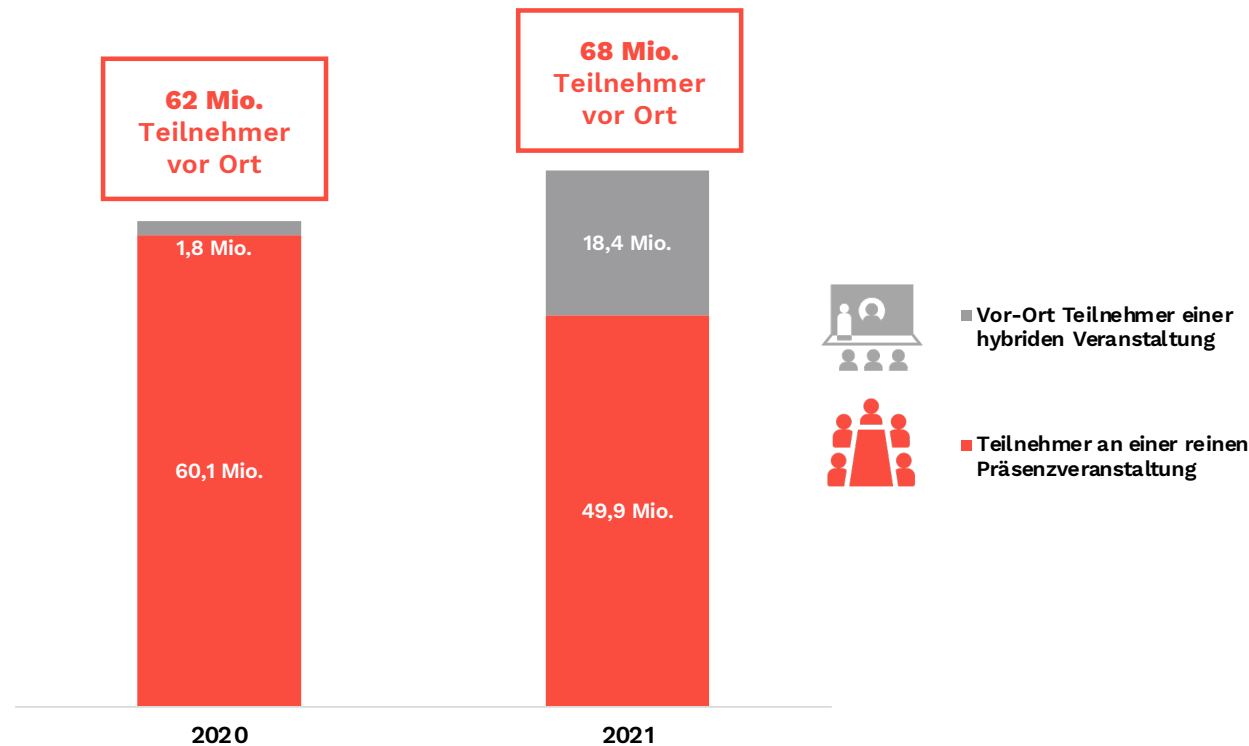
Basierend auf den Angaben der Anbieterbetriebe wurde die Zahl der **Präsenz-Veranstaltungen** ermittelt. Diese ist 2020 coronabedingt stark eingebrochen und hat 2021 noch weiter abgenommen.

Im Vergleich zu 2020 nahm zwar die Anzahl an reinen Präsenzveranstaltungen weiter ab, jedoch konnte der Zuwachs von hybriden Veranstaltungen diesen mehr als ausgleichen.

2021 fanden mit 1,16 Mio. Veranstaltungen 24,5 Prozent mehr Veranstaltungen vor Ort (Präsenz-Veranstaltungen plus hybride Veranstaltungen) statt als im Vorjahr.

# Nachfrageseite: Teilnehmer\*innen vor Ort

Entwicklung der Veranstaltungen von 2020 bis 2021



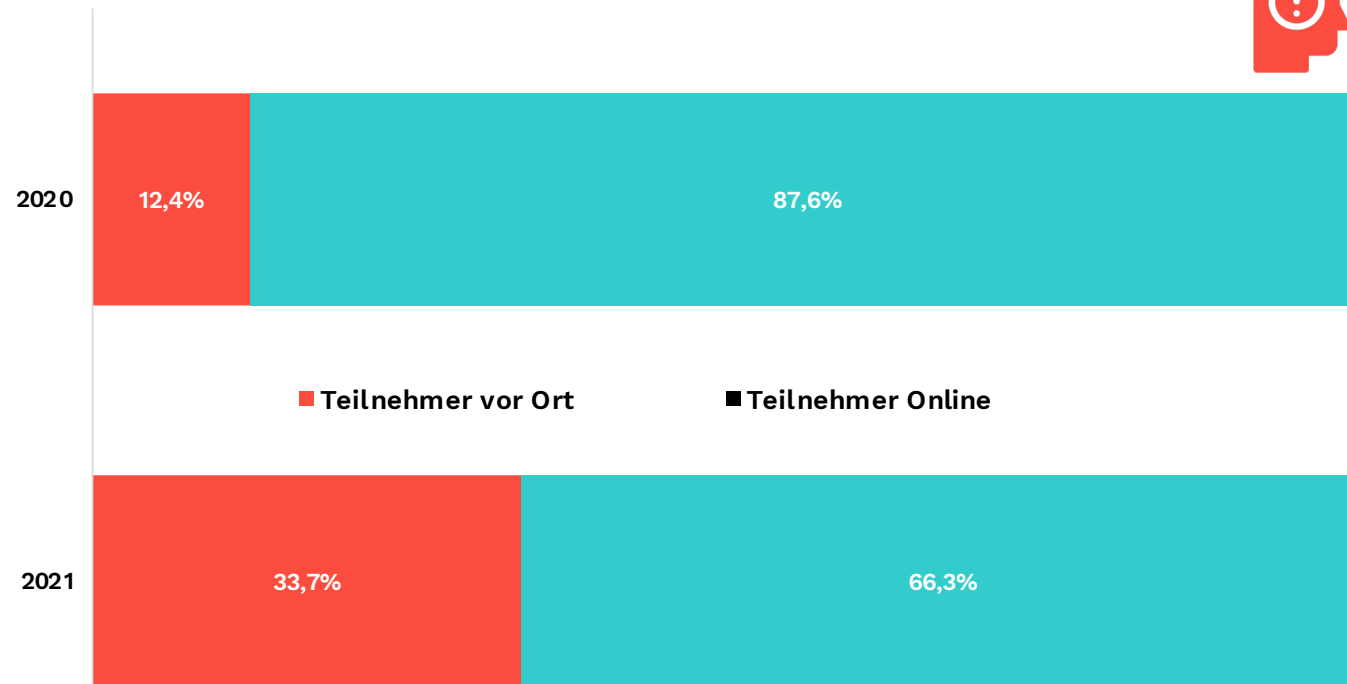
Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2021 & 2022: Anzahl der Präsenz-Teilnehmer\*innen bzw. Teilnehmer\*innen vor Ort

Auch die Zahl der **Teilnehmer\*innen vor Ort** wurde basierend auf den Angaben der Anbieterbetriebe ermittelt. Die Untersagung bzw. Reglementierung von Großveranstaltungen setzte sich auch im Jahr 2021 fort.

Im Vergleich zu 2020 nahm zwar die Anzahl der Teilnehmer\*innen an reinen Präsenzveranstaltungen weiter ab, jedoch konnte der Zuwachs der Teilnehmer\*innen vor Ort von hybriden Veranstaltungen diesen ausgleichen. Die Teilnehmer\*innen vor Ort (Teilnehmer\*innen an Präsenzveranstaltungen plus Vor-Ort Teilnehmer\*innen von hybriden Veranstaltungen) nahmen 2021 um 10,3 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zu.

# Teilnehmer\*innen Aufteilung: Vor-Ort vs. Online

Verschiebung der Teilnehmer\*innen vor Ort und Online bei hybriden Veranstaltungen



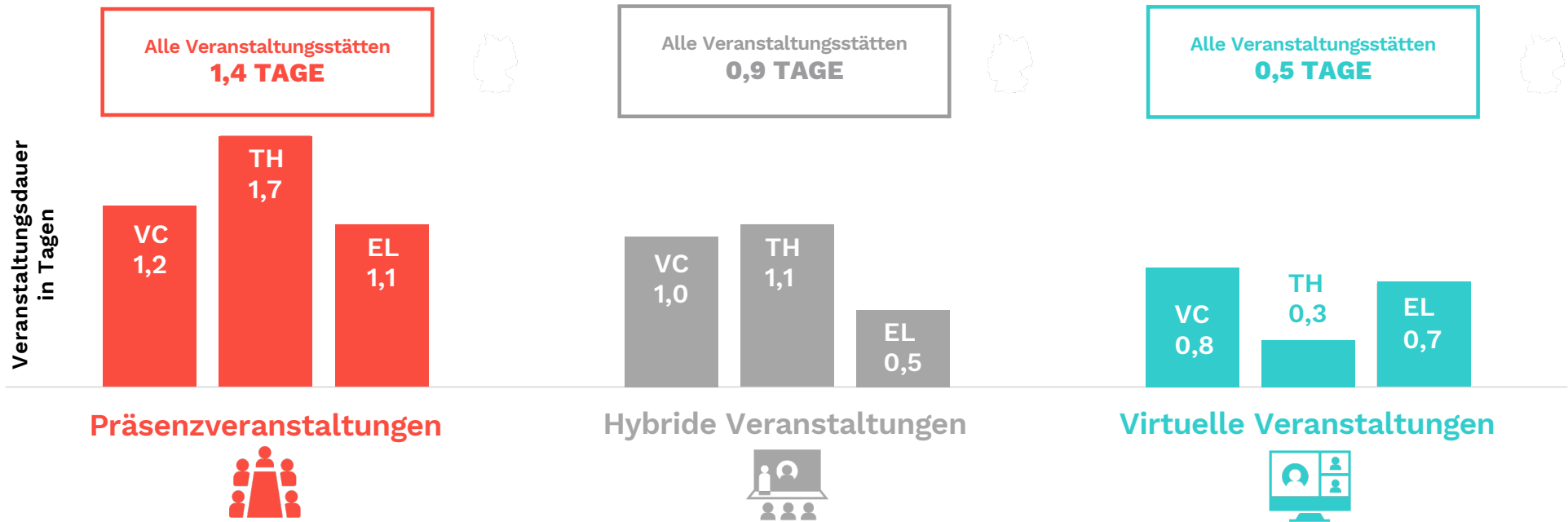
Der Anteil der Vor-Ort-Gäste an den hybriden Veranstaltungen betrug 2020 nur 12 Prozent und ist 2021 auf rund 34 Prozent gestiegen.

Die hybriden Veranstaltungen werden „wertvoller“.

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2021: Verschiedene Teilnehmerformen

# Die Dauer von Veranstaltungen

Dauer über alle Anbieter und nach Art der Veranstaltungsstätte



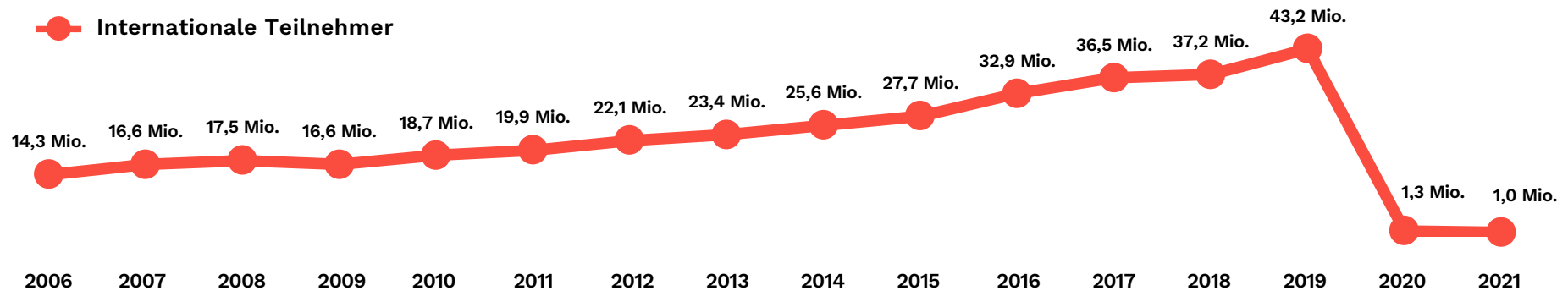
**Präsenzveranstaltungen** hatten bei den Anbietern grundsätzlich die längste Dauer, gefolgt von **hybriden Veranstaltungen**. **Virtuelle Veranstaltungen** fielen dagegen deutlich kürzer aus. In den Tagungshotels dauerten die **Präsenzveranstaltungen** und **hybride Veranstaltungen** am längsten; in den Veranstaltungszentren haben **virtuelle Veranstaltungen** durchschnittlich die längste Dauer.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Gesamtzahl der Veranstaltungen 2021 und deren Dauer



# Internationale Teilnehmer\*innen

## Internationale Teilnehmer\*innen bei Präsenzveranstaltungen in Deutschland



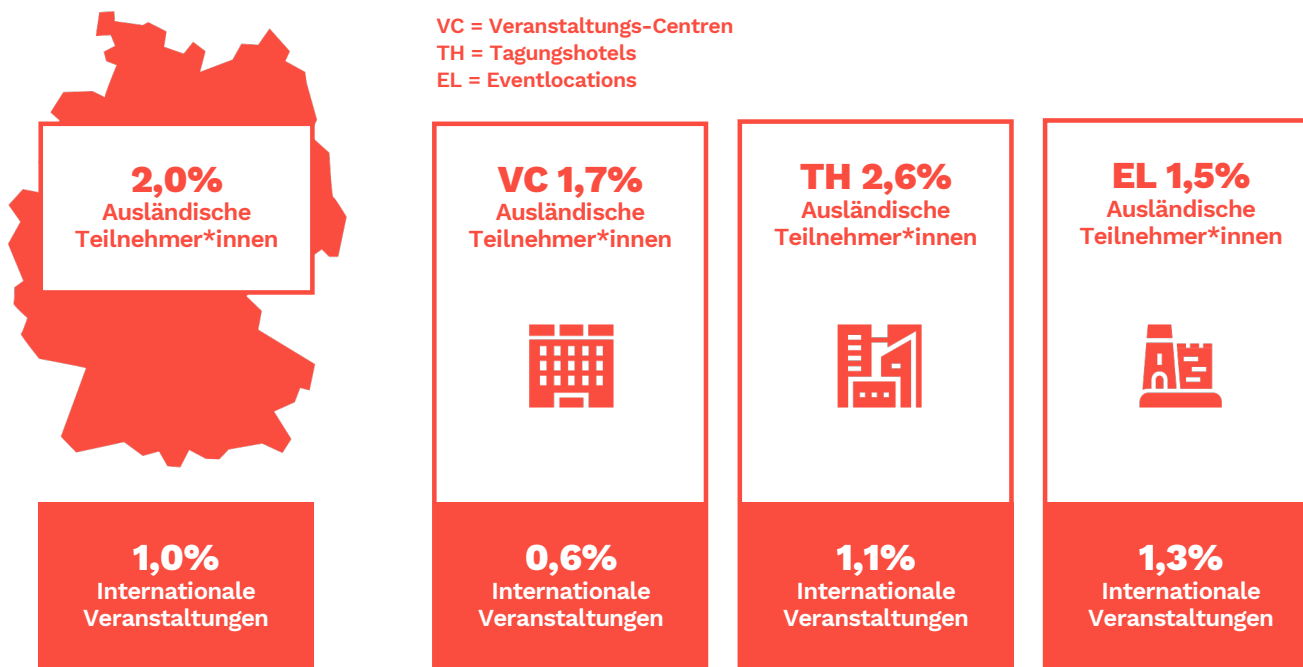
Der Anteil ausländischer Teilnehmer\*innen betrug 2021 durchschnittlich 2,0 Prozent (2020 = 2,4 Prozent). Hochgerechnet auf die Anzahl der Teilnehmer\*innen entspricht das somit 1,0 Mio. Teilnehmer\*innen aus dem Ausland für das Jahr 2021 (2020 = 1,3 Mio.).

Je nach Art der Veranstaltungstätte schwankte der Anteil ausländischer Teilnehmer\*innen. In den Tagungshotels lag der Anteil mit 2,6 Prozent höher als in den Veranstaltungs-Centren (1,7 Prozent) und in den Eventlocations (1,5 Prozent).

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2007 bis 2022: Gesamtzahl der Teilnehmer\*innen, davon aus dem Ausland

# Internationale Teilnehmer\*innen und internationale Veranstaltungen ometer

Anteil internationaler Teilnehmer\*innen bei Präsenzveranstaltungen in Deutschland



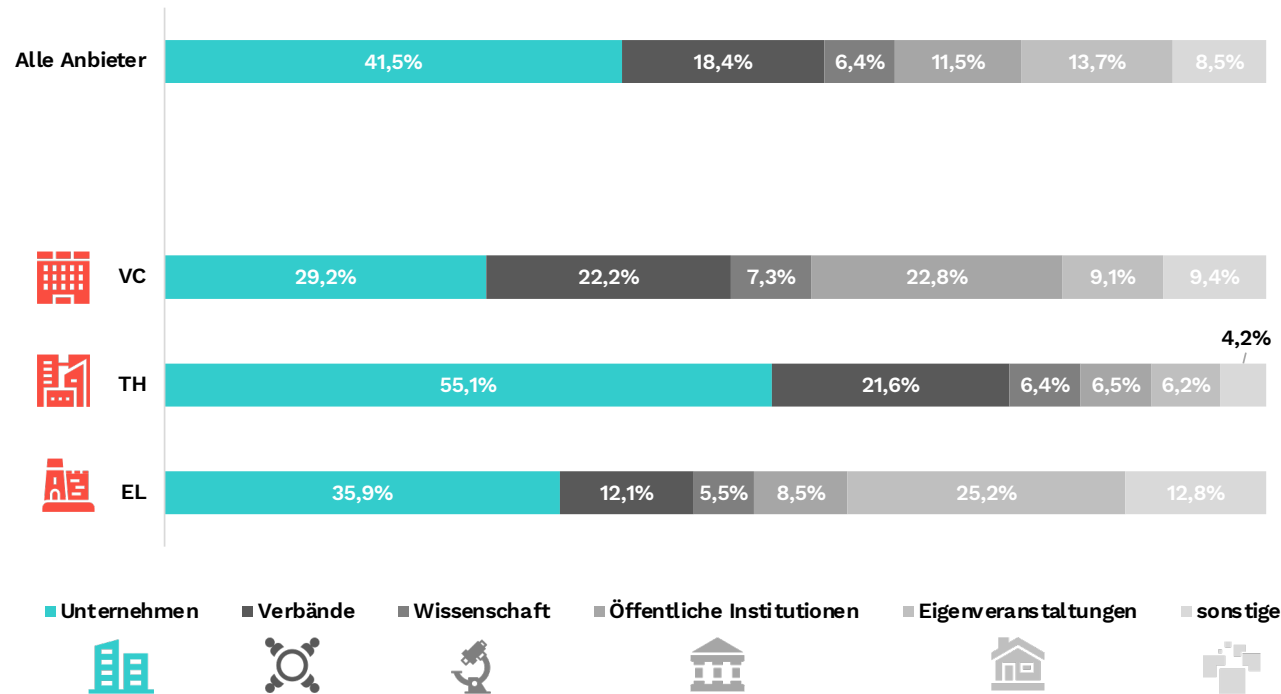
Der Anteil **ausländischer Teilnehmer\*innen** betrug 2021 durchschnittlich 2,0 Prozent (2020 = 2,4 Prozent).

Je nach Art der Veranstaltungsstätte variierte der Anteil ausländischer Teilnehmer\*innen. Er lag in den Tagungshotels mit 2,6 Prozent etwas höher als in den Veranstaltungs-Centren (1,7 Prozent) und in den Eventlocations, wo der Anteil 1,5 Prozent ausmachte.

Der Anteil von **internationalen Veranstaltungen** (mindestens 10 Prozent ausländische Teilnehmer\*innen) lag 2021 bei 1,0 Prozent (2020 = 0,7 Prozent). In den Eventlocations wurden mit 1,3 Prozent die meisten internationalen Veranstaltungen durchgeführt, gefolgt von den Tagungshotels (1,1 Prozent). In den Veranstaltungs-Centren fanden nur 0,6 Prozent internationale Veranstaltungen statt, die jedoch aufgrund der Sitzplatzkapazitäten tendenziell mehr Teilnehmer umfassten).

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Anteil der Präsenzteilnehmer\*innen aus dem Ausland in % bei allen Veranstaltungen (bitte eventuell schätzen); Bitte geben Sie die Anzahl internationaler Veranstaltungen an (Angabe als absolute Zahl).

# Veranstalter-Arten



Die Unternehmen bildeten 2021 wie in der Vergangenheit die größte Veranstalter-Gruppe ab. Die Verbände stellen die zweitwichtigste Gruppe von Veranstalterkunden dar. Die übrigen Veranstalter lassen sich in die Kategorien Wissenschaft, Öffentliche Institutionen und sonstige einordnen. Bei immerhin 13,7 Prozent aller Veranstaltungen treten die Veranstaltungsstätten selbst als Veranstalter auf (Eigenveranstaltungen).

Veranstaltungen wurden nicht immer direkt über den Kunden gebucht, sondern auch über Mittler wie z.B. PCOs, DMC, PR-Agenturen und Agenturen für Live-Kommunikation abgewickelt. Diese Buchungen machten einen Anteil von 10,9 Prozent aller Veranstaltungen aus. In den Tagungshotels lag der Anteil am höchsten und betrug 19,2 Prozent, während er in den Eventlocations (5,8 Prozent) und den Veranstaltungs-Centren (5,4 Prozent) deutlich niedriger ausfiel.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2021: Bitte geben Sie an, aus welchen Veranstalter-Arten sich Ihre Veranstaltungen prozentual zusammensetzen



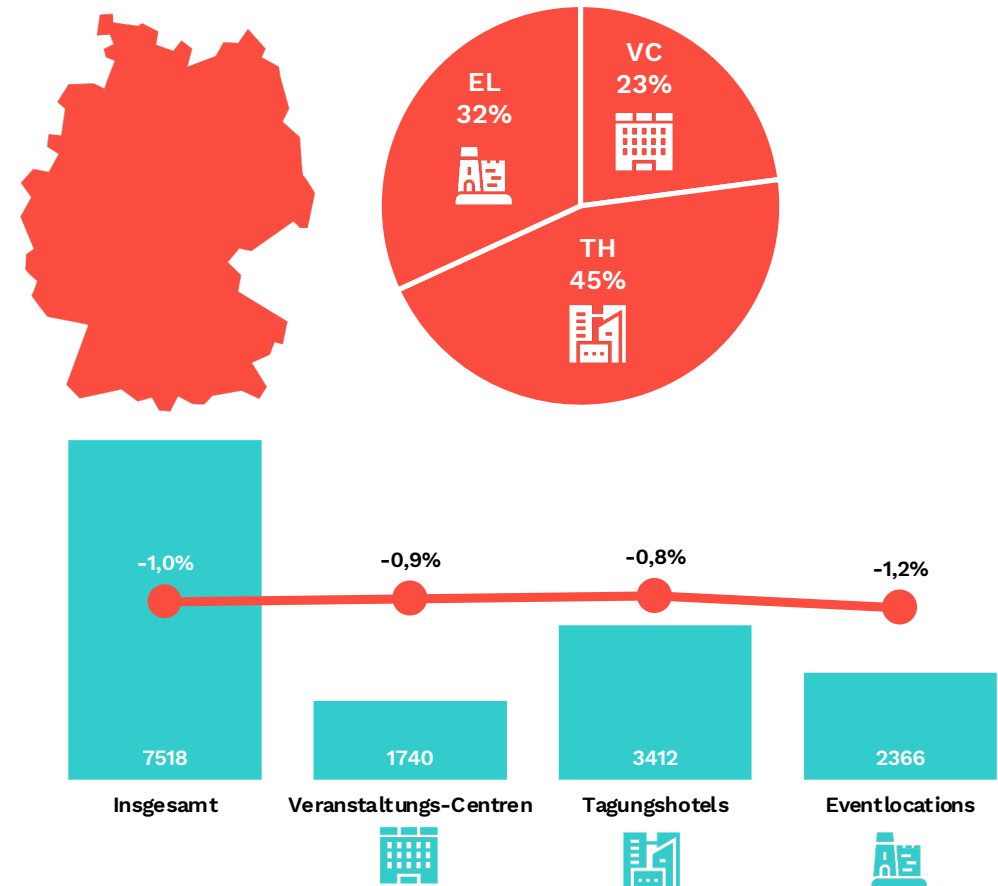
# Entwicklung des Angebots

# Veranstaltungsstätten in Deutschland

## Aufteilung der Veranstaltungsstätten nach Arten

Im Jahr 2021 sank das Angebot der Anbieter von Tagungs- und Veranstaltungsstätten um 1,0 Prozent. Es waren vor allem die **Eventlocations**, wo der Rückgang mit 1,2 Prozent am stärksten war. Die prozentuale Aufteilung der verschiedenen Veranstaltungsstätten-Arten bleibt konstant, wobei die **Tagungshotels** anteilig am stärksten vertreten sind, gefolgt von den Eventlocations. Rund ein Viertel der Veranstaltungsstätten sind **Veranstaltungs-Centren**.

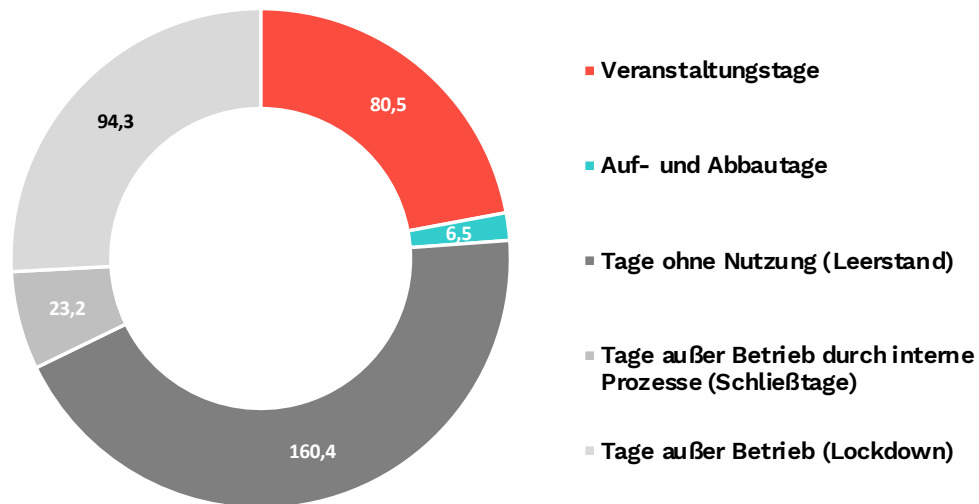
In dieser Betrachtung ist davon auszugehen, dass die Rückgänge u.a. auch coronabedingte Schließungen enthalten. Eine genaue Zuordnung von coronabedingten Insolvenzen lässt sich jedoch nicht vornehmen.



Basis: EITW, eigene Erhebungen 2022

# Belegtage 2021

## Belegung des größten Raumes



Die Anzahl der **Belegtage** (Veranstaltungstage + Auf- und Abbautage) lag 2021 bei 87,0 Belegtagen und zeigt die andauernde pandemische Lage.

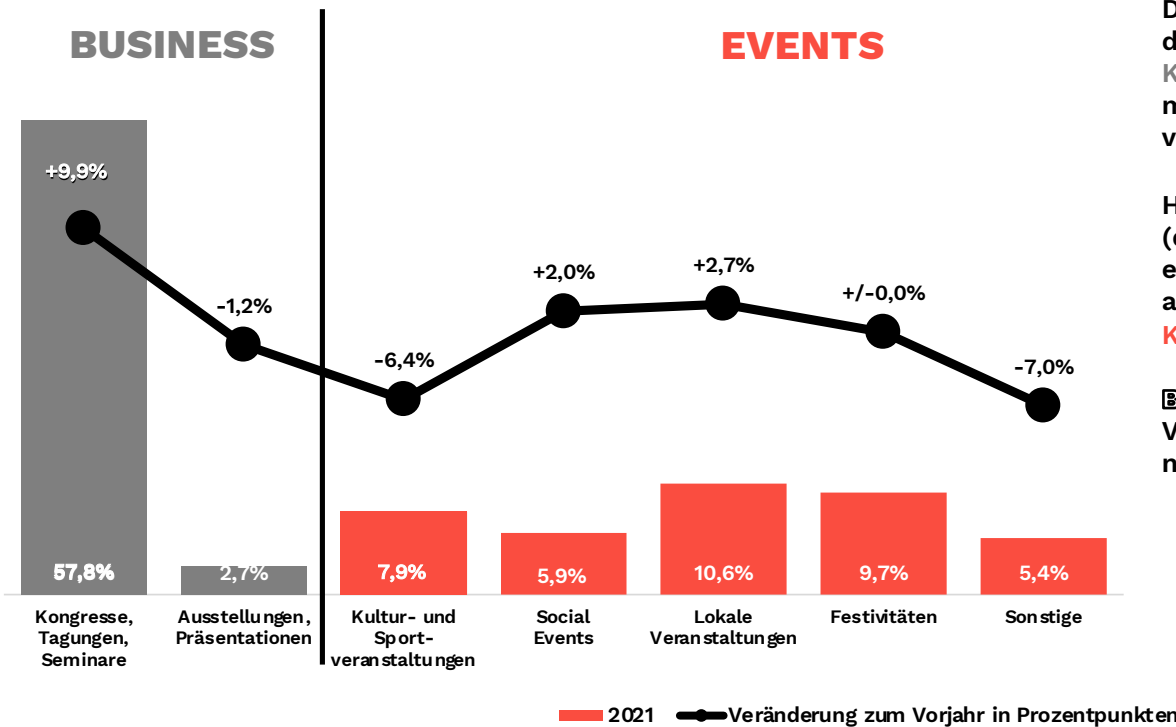
Die Betriebe waren 2021 durchschnittlich 94 Tage lockdownbedingt nicht für den Veranstaltungsbetrieb zugänglich, wobei es hier starke regionale Schwankungen gibt. Die Ergebnisse weisen darauf hin, dass die Lockdownphase(n) z.B. in Bayern und Sachsen deutlich länger als 94 Tage andauerten, während sie in Rheinland-Pfalz, Hessen und Baden-Württemberg tendenziell kürzer waren.

Differenziert nach Arten der Veranstaltungsstätten lagen die **Veranstaltungs-Centren** mit 111 Belegtagen wie auch 2020 über dem Durchschnitt. In den **Tagungshotels** war der größte Raum an durchschnittlich 90,2 Tagen im Jahr belegt. Die **Eventlocations** verzeichneten mit 64,7 Belegtagen erneut die geringste Auslastung, wobei hierbei berücksichtigt werden muss, dass für zahlreiche Eventlocations die Vermietung von Räumlichkeiten für Veranstaltungen eine sekundäre Rolle spielt (z.B. Museen, Zoos etc.).

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2022: Bitte geben Sie an, wie sich die Belegung Ihres größten Saals/Raumes 2021 aufgeteilt hat. Die Summe ergibt maximal 365 Tage

# Veranstaltungsarten

Prozentuale Verteilung der Veranstaltungsarten



Die mit Abstand wichtigste Veranstaltungsart in den deutschen Veranstaltungsstätten war 2021 die Kategorie **Kongresse, Tagungen und Seminare**. Im Vergleich zu 2020 machte sie sogar 9,9 Prozentpunkte mehr vom Gesamtvolumen aus.

Höhere Anteile entfielen 2021 auch **auf Social Events** (die mit dem Zuwachs bei den Kongressen und Tagungen einhergehen) und auf **lokale Veranstaltungen**, während andere Veranstaltungsarten wie **Ausstellungen** und **Kultur- & Sportveranstaltungen** anteilig zurückgingen.

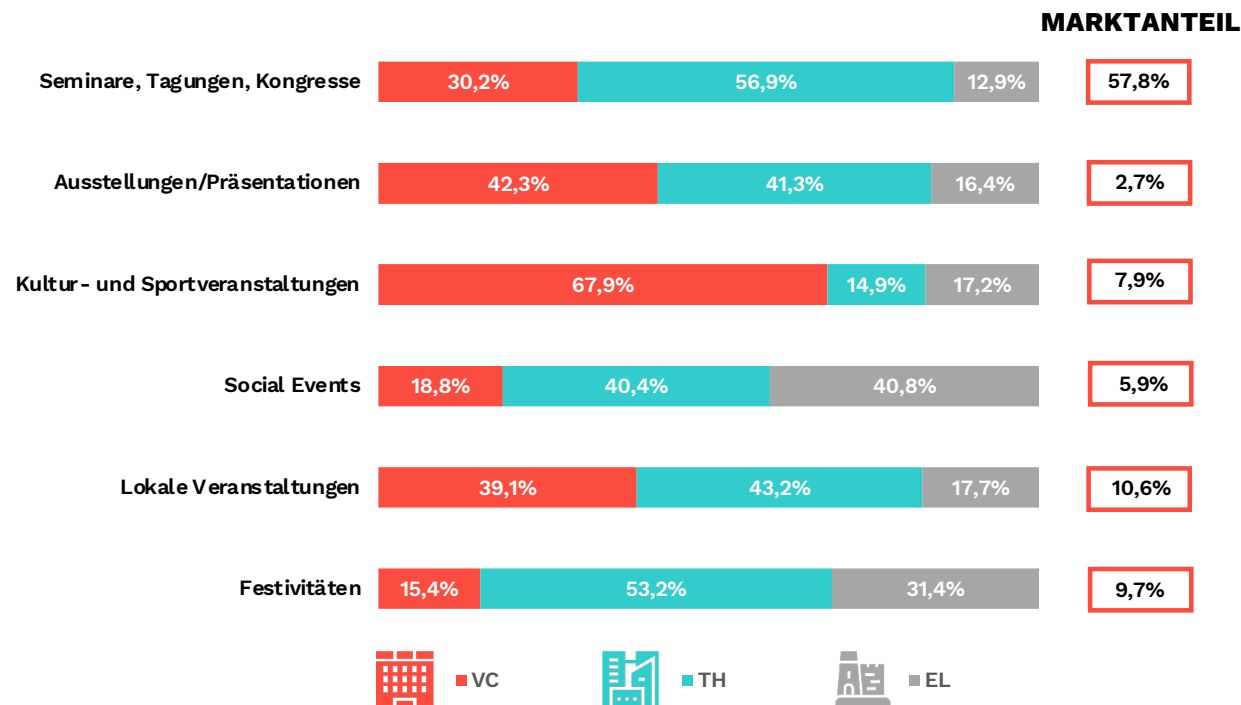
**Beachte:** diese Darstellung zeigt nur die Verteilung der Veranstaltungen auf die verschiedenen Arten, sagt jedoch nichts zum Volumen und der Größe der Veranstaltungen aus.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2021 + 2022: 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 verschiedenen Veranstaltungsarten unabhängig von ihrem Marktanteil nach der Verteilung auf die unterschiedlichen Arten von Veranstaltungsstätten, so zeigen sich die Profile der jeweiligen Tagungsllocations.

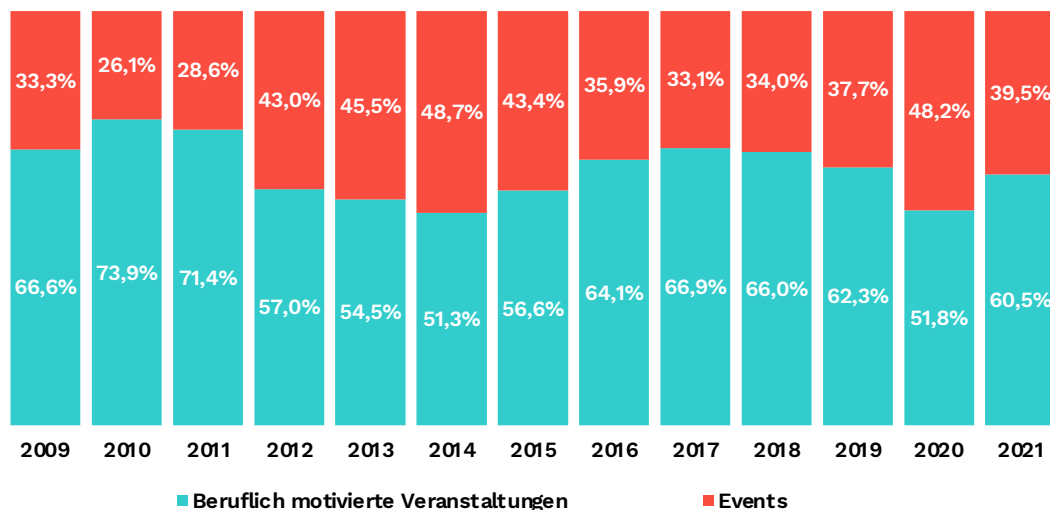
Die **Veranstaltungs-Centren** stachen besonders den Kultur- und Sportveranstaltungen und bei den Ausstellungen hervor, während die **Tagungshotels** vor allem Seminare und Tagungen sowie Festivitäten ausrichteten. Die **Eventlocations** deckten vor allem einen großen Anteil der Social Events und ebenfalls der Festivitäten ab.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: eigene Darstellung – Verteilung der verschiedenen Arten von Veranstaltungen auf Veranstaltungsstätten-Arten



# Entwicklung der beruflich motivierten Veranstaltungen und Events Barometer

## 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.

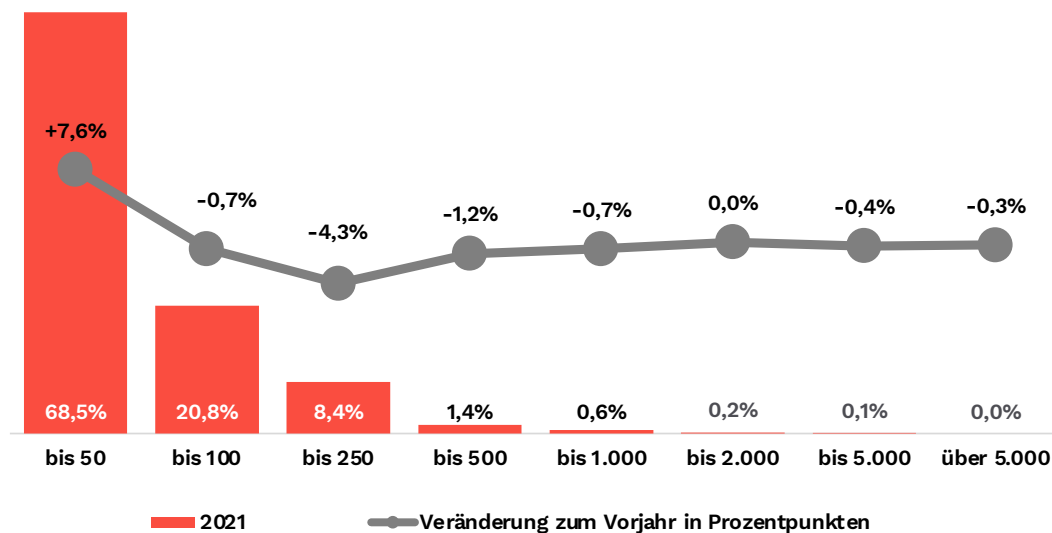
Im Vergleich zu 2020 gab es 2021 anteilig wieder mehr beruflich motivierte Veranstaltungen.

Die beruflich motivierten Veranstaltungen überwogen vor allem in den **Tagungshotels** mit 70,3 Prozent. In den **Veranstaltungszentren** war das Verhältnis nahezu ausgeglichen (beruflich motivierte Veranstaltungen machen 50,2 Prozent aus). In den **Eventlocations** dominierten hingegen die Events (55,5 Prozent) das Geschehen.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2010-2022: Wie teilen sich die Veranstaltungen in Ihrem Hause auf? (bitte Anzahl in den Arten angeben)

# Seminare, Tagungen, Kongresse: Größenklassen

## Größenklassen Seminare, Tagungen, Kongresse



Bei den **Größenklassen von Kongressen, Tagungen und Seminaren** gab es 2021 im Vergleich zum Jahr 2020 eine erneute Zunahme (+7,6 Prozentpunkte) bei kleinen Veranstaltungen bis 50 Teilnehmer\*innen. Dadurch, dass 2021 die Kapazitäten der Anbieter nach wie vor stark eingeschränkt waren und die Durchführung von Großveranstaltungen nur unter Auflagen möglich war, erklärt sich, dass 97,7 Prozent aller Seminare, Tagungen und Kongresse maximal 250 Teilnehmer\*innen hatten. Großveranstaltungen fanden nur vereinzelt statt und schlugen anteilig noch weniger zu Buche als im Vorjahr, bei dem die Großveranstaltungen bis zum ersten Lockdown noch berücksichtigt werden konnten.

**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 2020 und 2021 betrachtet werden.

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2020 & 2021: Größenklassen der Seminare, Tagungen und Kongresse

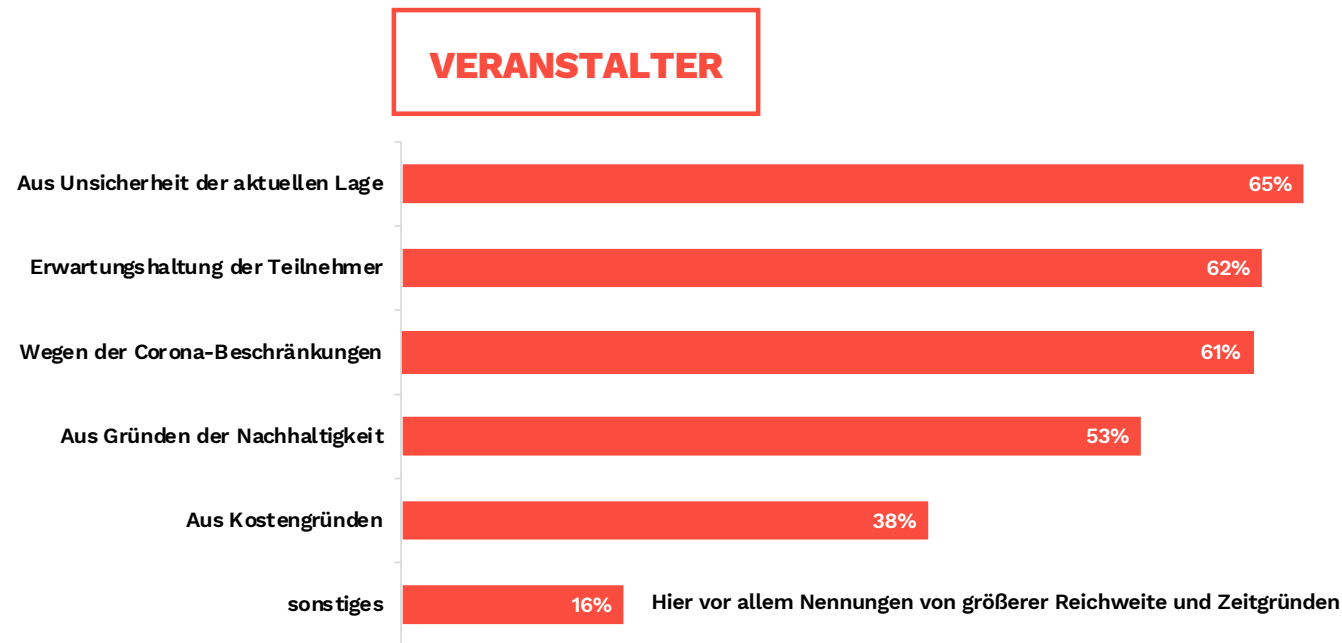




 04

# Hybride und virtuelle Veranstaltungen

# Gründe für hybride und digitale Veranstaltungen



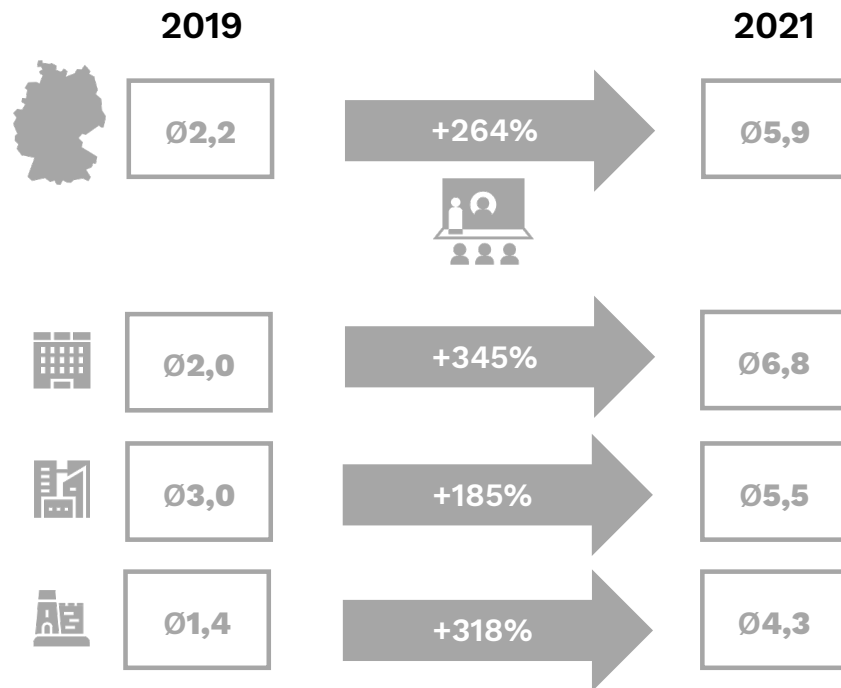
Rund zwei Drittel der befragten Veranstalter gaben an, aus Gründen der unsicheren Lage hybride bzw. digitale Veranstaltungen durchzuführen. Die Erwartungshaltung der Teilnehmer und die Corona-Beschränkungen lassen sich ebenso als Gründe auf die Pandemie zurückführen. Etwas über die Hälfte der Befragten sieht auch den Aspekt der Nachhaltigkeit, der über die Pandemie hinaus als Grund aufgeführt werden kann. Aus Kostengründen entscheiden sich weitaus weniger Veranstalter für hybride oder digitale Veranstaltungen (besonders hybride Veranstaltungen sind häufig kostenintensiver als rein digitale Veranstaltungen oder Präsenzveranstaltungen).

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2022: Die Corona-Krise hat den Markt verändert. Bieten auch Sie jetzt und in Zukunft hybride und digitale Veranstaltungen an? Wenn ja, warum? (Mehrfachnennungen möglich).

# Zunahme der hybriden Veranstaltungen seit Beginn der Pandemie: nur Anbieterbetriebe



## Durchschnittliche Anzahl von Hybriden Veranstaltungen/Betrieb



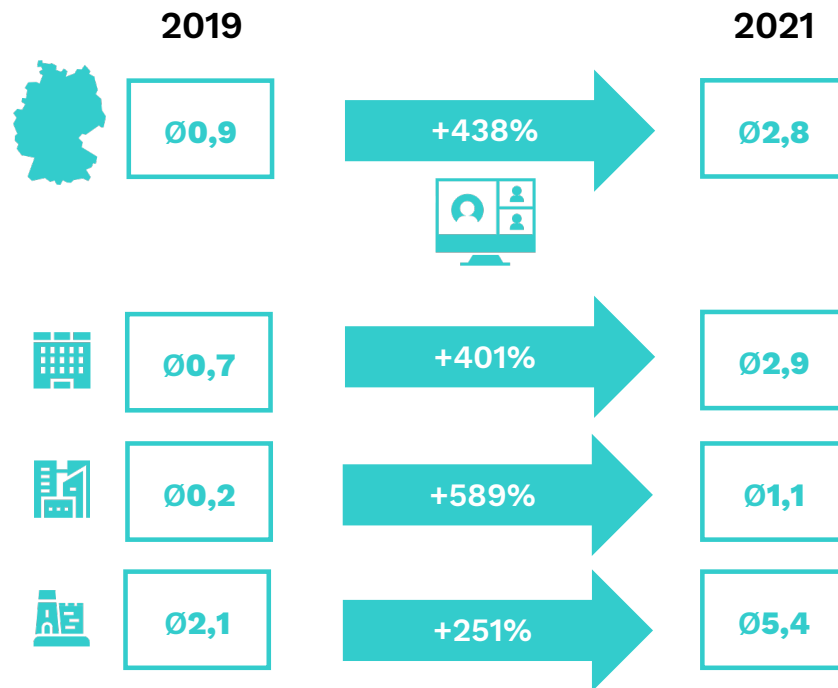
Hybride Veranstaltungen gab es in den Veranstaltungs-stätten (VC, TH, EL) bereits vor der Pandemie, allerdings waren es deutlich weniger. Sie haben mit der Coronakrise (im Vergleich zu 2019) um 264 Prozent zugenommen.

Am stärksten haben sich die Veranstaltungs-Centren bei der Durchführung von hybriden Veranstaltungen entwickelt. Hier finden pro Betrieb durchschnittlich die meisten hybriden Veranstaltungen statt und auch die prozentuale Zunahme ist hier am höchsten.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Gesamtzahl der Veranstaltungen 2021 – hier: hybride Veranstaltungen. Wie viele hybride Veranstaltungen hatten Sie vor Corona im Jahr 2019?

# Zunahme der virtuellen Veranstaltungen seit Beginn der Pandemie: nur Anbieter Barometer

## Durchschnittliche Anzahl von Virtuellen Veranstaltungen/Betrieb



Vor der Pandemie wurden in den Veranstaltungsstätten so gut wie keine virtuellen Veranstaltungen durchgeführt. Sie haben mit der Coronakrise (im Vergleich zu 2019) um 438 Prozent zugenommen.

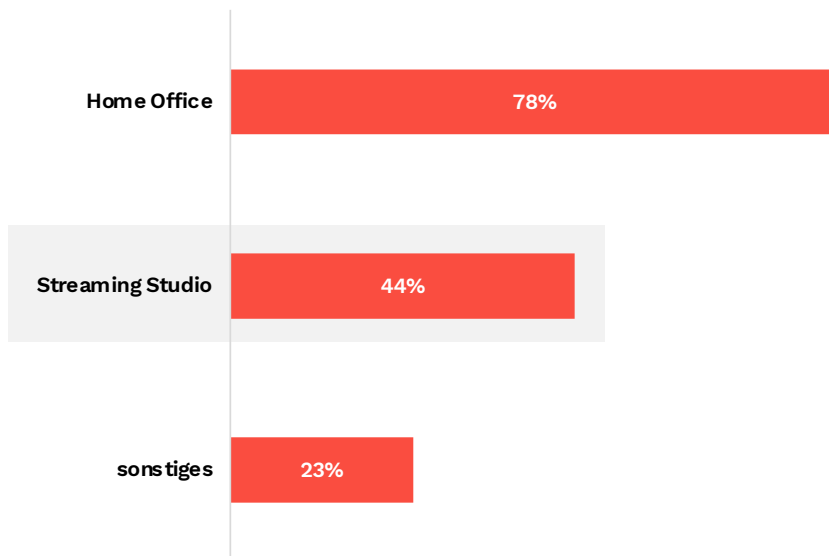
Pro Veranstaltungsstätte (VC, TH, EL) fanden in den Eventlocations durchschnittlich die meisten virtuellen Veranstaltungen statt, der prozentuale Zuwachs ist hingegen in den Tagungshotels am höchsten.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Gesamtzahl der Veranstaltungen 2021 – hier: virtuelle Veranstaltungen. Wie viele virtuelle Veranstaltungen hatten Sie vor Corona im Jahr 2019?

# Virtuelle und hybride Veranstaltungen 2021 – Veranstalterseite



## Von wo aus wird übertragen?



Rund 80 Prozent der Veranstalter, die 2021 virtuelle Veranstaltungen durchführten, haben dies aus dem eigenen Büro oder Home Office getan.

44 Prozent der Veranstalter nutzten zur Durchführung virtueller Veranstaltungen ein Streaming Studio.

Die Veranstalter, die ein Streaming Studio genutzt haben, werden auf der nächsten Folie näher betrachtet.

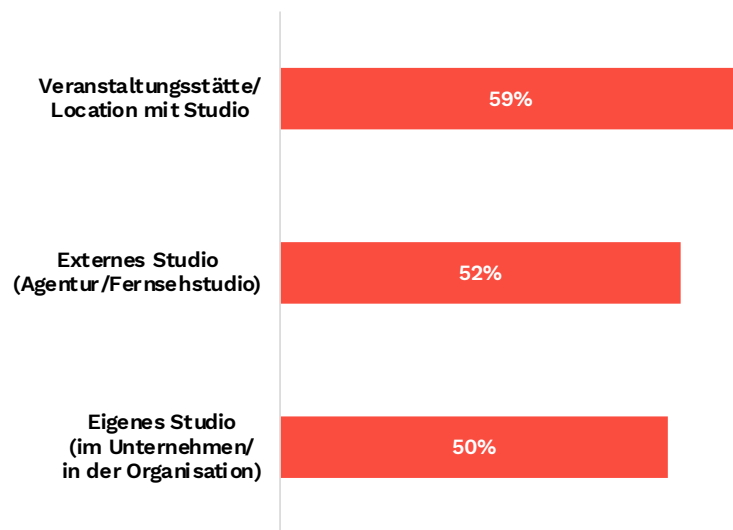
Etwa ein Viertel der Veranstalter machte noch Angaben zur sonstigen Übertragung. Hier wurden vor allem die Durchführung in einer Location, einem eigenen Studio oder andere Optionen wie Plattformen genannt.

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2022: Wie erfolgte die Übertragung Ihrer hybriden bzw. virtuellen Veranstaltungen? (Mehrfachnennung möglich)

# Virtuelle und hybride Veranstaltungen 2021 – Veranstalterseite



## Arten von genutzten Streaming Studios



Von den Veranstaltern, die 2021 ein Studio nutzten (44 Prozent, vgl. vorherige Seite) wurde mit 59 Prozent die Mehrheit der aus einem Studio gestreamten Veranstaltungen in einer Veranstaltungsstätte/Location mit Studio abgehalten.

Die Nennungen für externe Studios in einer Agentur bzw. Fernsehstudios und für ein im Unternehmen bzw. der Organisation eingerichtetem Studio fielen etwas geringer aus, wurden aber ebenfalls häufig genutzt.

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2022: Welche Art von Streaming Studio haben Sie hierbei genutzt? (Mehrfachnennung möglich)





# Herkunft Veranstalter & Teilnehmer\*innen

# Veranstalter-Herkunft: Internationale Quellenmärkte der Anbieterbetriebe

Ranking der wichtigsten internationalen Quellenmärkte



	QUELLENMÄRKTE 2021	QUELLENMÄRKTE 2020	QUELLENMÄRKTE 2019	QUELLENMÄRKTE 2018
1.	Österreich	Österreich	Österreich	Schweiz
2.	Schweiz	Schweiz	USA	Österreich
3.	Niederlande	Niederlande	UK; Schweiz	Niederlande
4.	Frankreich	USA		UK
5.	UK	Frankreich	Niederlande	USA
6.	Belgien	UK	Frankreich	Frankreich
7.	USA	Italien	China	Belgien
8.	Polen	Belgien	Belgien	China
9.	Dänemark	China; Polen	Russland	Italien
10.	Tschechien		Polen	Russland

Im Ranking der **wichtigsten internationalen Quellmärkte standen** 2021 erneut die direkten Nachbarländer Deutschlands (Österreich, Schweiz und die Niederlande) auf den vordersten Plätzen.

Weitere Anrainerstaaten wie Frankreich und Belgien kletterten im Ranking weiter nach oben, während die USA nur noch auf Rang 7, zwei Plätze hinter UK liegen.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2019–2022: Welche internationalen Quellmärkte sind die wichtigsten für Ihre Veranstaltungsstätte?

# Veranstalter-Herkunft: Potentielle Quellenmärkte der Anbieterbetriebe



Ranking der wichtigsten internationalen Quellenmärkte



POTENZIELLE QUELLENMÄRKTE	
1.	Österreich
2.	UK
3.	Schweiz
4.	Niederlande
5.	USA
6.	Frankreich
7.	Italien
8.	Belgien
9.	China
10.	Spanien
11.	Polen

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.

Hier zeigt sich, dass aus UK immer noch viele Anfragen kommen, auch wenn das Land bei den durchgeführten Veranstaltungen (vgl. vorherige Seite) an Bedeutung abgenommen hat.

So besteht auch aus China Interesse daran, Veranstaltungen in Deutschland durchzuführen.

**Beachte:** der Zeitpunkt der Befragung lag noch vor dem Krieg in der Ukraine.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Aus welchen internationalen Quellmärkten erhalten Sie Anfragen für künftige Veranstaltungen? Hierzu zählen auch Anfragen, die noch nicht bestätigt sind bzw. nicht bestätigt wurden.





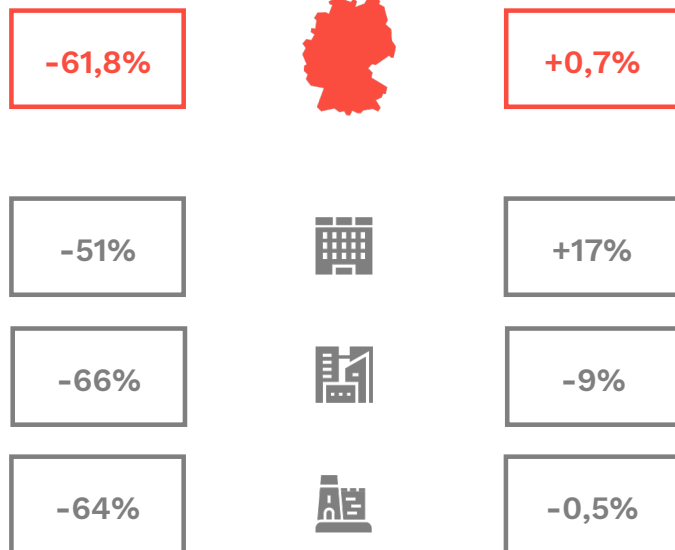
€ 06

# Umsätze & Budgets

# Umsatzverlust durch Corona im Vergleich zu 2019 und zu 2020

Umsatzverlust 2021 im Vergleich zu 2019 in %

Umsatzverlust 2021 im Vergleich zu 2020 in %



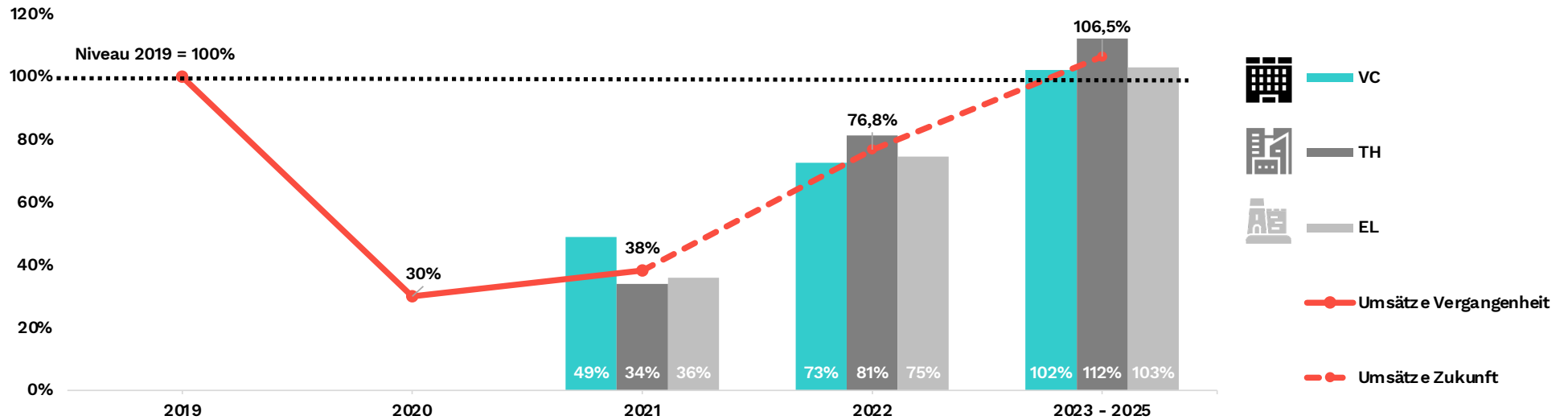
Nachdem die Anbieter im Jahr 2020 bereits deutliche Umsatzverluste hinnehmen mussten, war auch das Jahr 2021 von starken Einbußen geprägt.

Im Vergleich zum Basisjahr vor Ausbruch der Pandemie 2019 machten die Anbieter im Jahr 2021 rund 62 Prozent weniger Umsatz. Die Einbrüche 2021 machten sich bei den Tagungshotels am stärksten bemerkbar.

Ein Vergleich zwischen den beiden Pandemiejahren 2020 und 2021 zeigt, dass die Umsätze im Jahr 2021 mit 0,7 Prozent minimal über denen aus 2020 lagen. Betrachtet man die Lage in den einzelnen Arten von Veranstaltungsstätten zeigt sich jedoch, dass das Jahr 2021 in Bezug auf die Umsätze für die Tagungshotellerie noch schlechter verlief als das vorherige. Die Veranstaltungs-Centren konnten sich im Vergleich zu 2020 bereits etwas von ihren Einbußen erholen (17 Prozent mehr Umsatz in 2021).

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: In welchem Maße veränderten sich im Jahr 2021 Veranstaltungen, Teilnehmer und Umsatz verglichen mit dem Jahr 2019? In welchem Maße veränderten sich im Jahr 2021 Veranstaltungen, Teilnehmer und Umsatz verglichen mit dem Jahr 2020?

# Einschätzung der Umsatzentwicklung – Anbieter



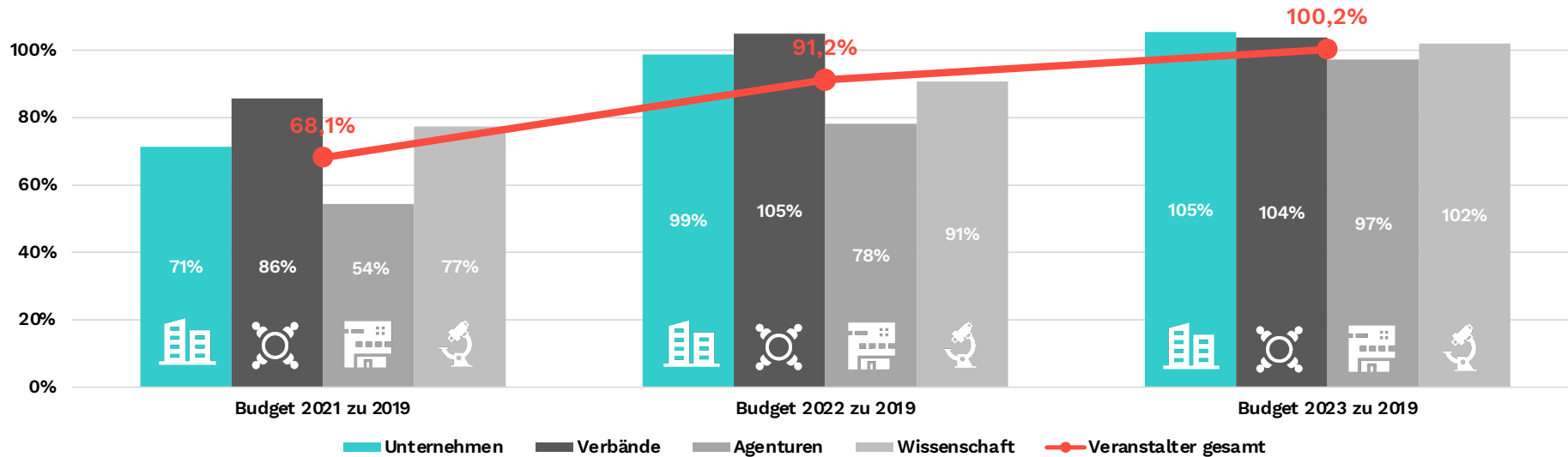
Das Diagramm zeigt zum Einen die Umsatzeinbrüche der Anbieter über die Jahre 2020 und 2021 und zum Anderen die Einschätzung der künftigen Umsatzentwicklung bis über 2023 hinaus. Für das laufende Jahr 2022 gehen die Anbieter davon aus, dass sie das Niveau von 2019 zu rund 77 Prozent wieder erreichen werden und ab dem nächsten Jahr das Vor-Corona-Niveau idealerweise sogar übertreffen werden. Bei den Einschätzungen für die Zukunft sind mit den Tagungshotels ausgerechnet diejenigen am optimistischsten, die in der Vergangenheit die stärksten Einbußen vermelden mussten.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2021 & 2022: Wie schätzen Sie die zukünftige Umsatzentwicklung Ihres Betriebes im Vergleich zum Jahr 2019 (als Basisjahr vor Beginn der Corona-Pandemie) ein? (In welchem Maße verzeichnen Sie Einbrüche im Jahr 2021 durch die Corona-Pandemie verglichen mit 2019 in Bezug auf Veranstaltungen, Teilnehmer\*innen und Umsatz?)

# Budgets – Veranstalterseite (nach Veranstalter-Arten)



Entwicklung des Budgets im Vergleich zu 2019

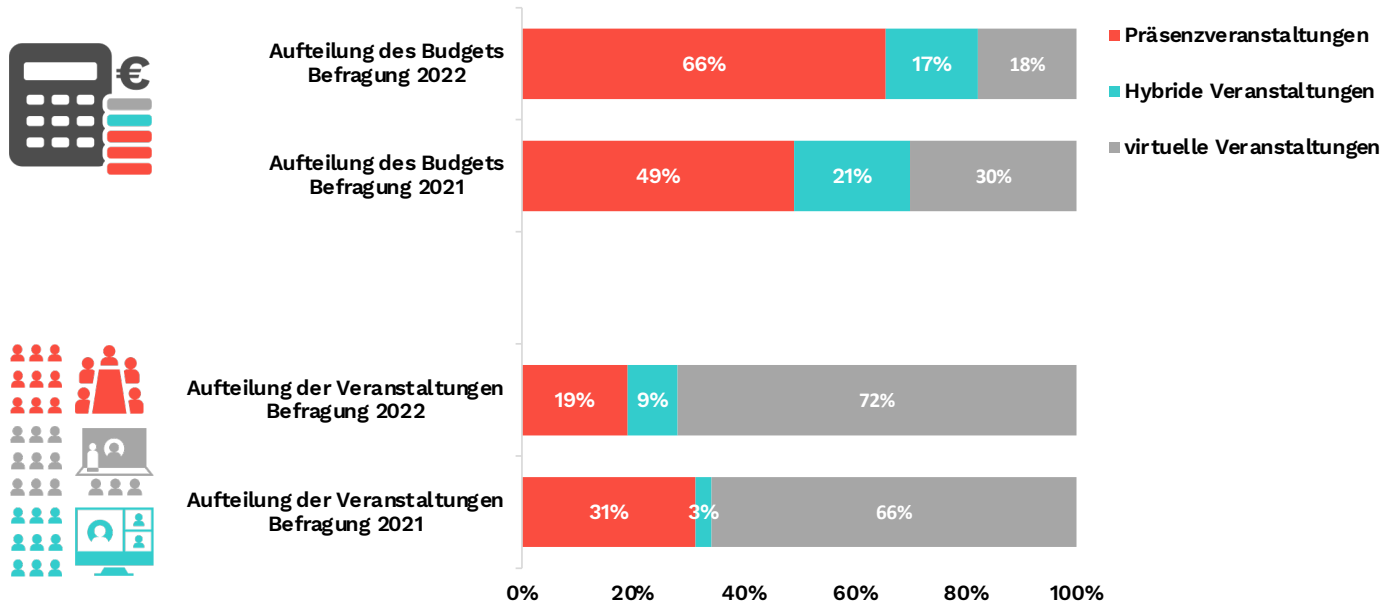


Bei den Veranstaltern lag das Budget im Jahr 2021 um 31,9 Prozent unter dem Niveau von 2019. Für das laufende Jahr erholen sich die Budgets aber schon wieder merklich – insbesondere bei den Verbänden und Unternehmen. Für das kommende Jahr geht die Mehrheit der Befragten vom gleichen bzw. einem leicht gesteigerten Budget wie 2019 aus.

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2022: Wie bewerten Sie die Entwicklung Ihres Veranstaltungsbudgets im Vergleich zum Jahr 2019 (als Basisjahr vor Beginn der Corona-Pandemie)?

# Zusammensetzung der Budgets – Veranstalterseite

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



Präsenzveranstaltungen beanspruchen zwei Drittel des Budgets, machen aber nur rund ein Fünftel der Veranstaltungen aus.

Virtuelle Veranstaltungen sind im Verhältnis am günstigsten.

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2021 & 2022: Wie setzt sich Ihr Veranstaltungsbudget bezogen auf die verschiedenen Arten der Durchführung zusammen? Summe ergibt 100%. Wie viele Veranstaltungen (mit mindestens 20 Teilnehmern) haben Sie 2020 bzw. 2021 durchgeführt?



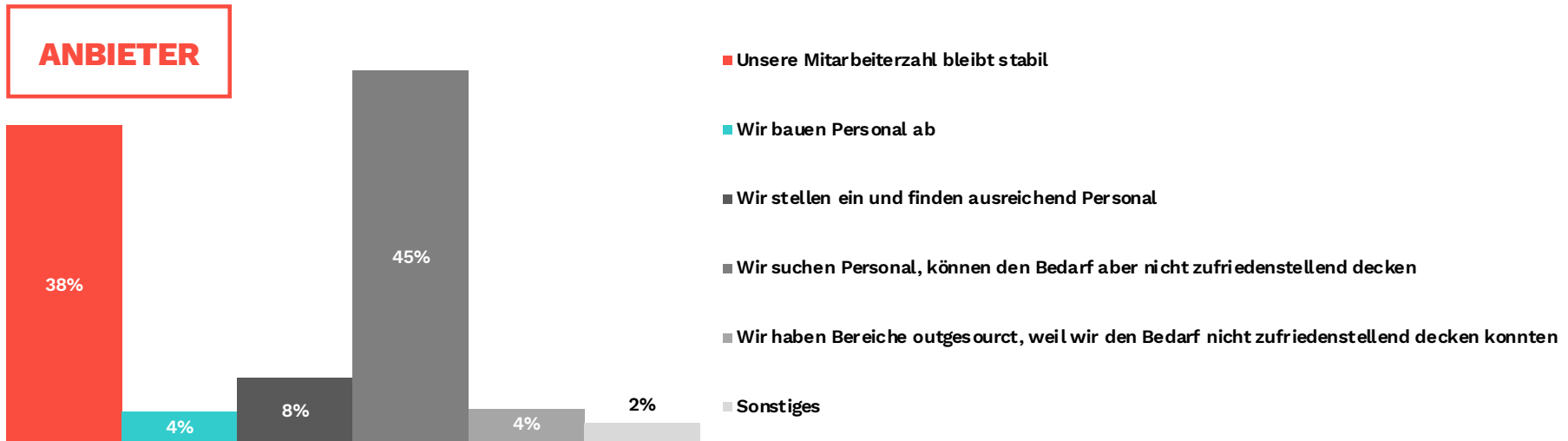


 07

# TRENDS

Trend: Personal

# Zukünftiger Personalbedarf



Nähere Infos auf Seite 44

Nähere Infos auf Seite 46

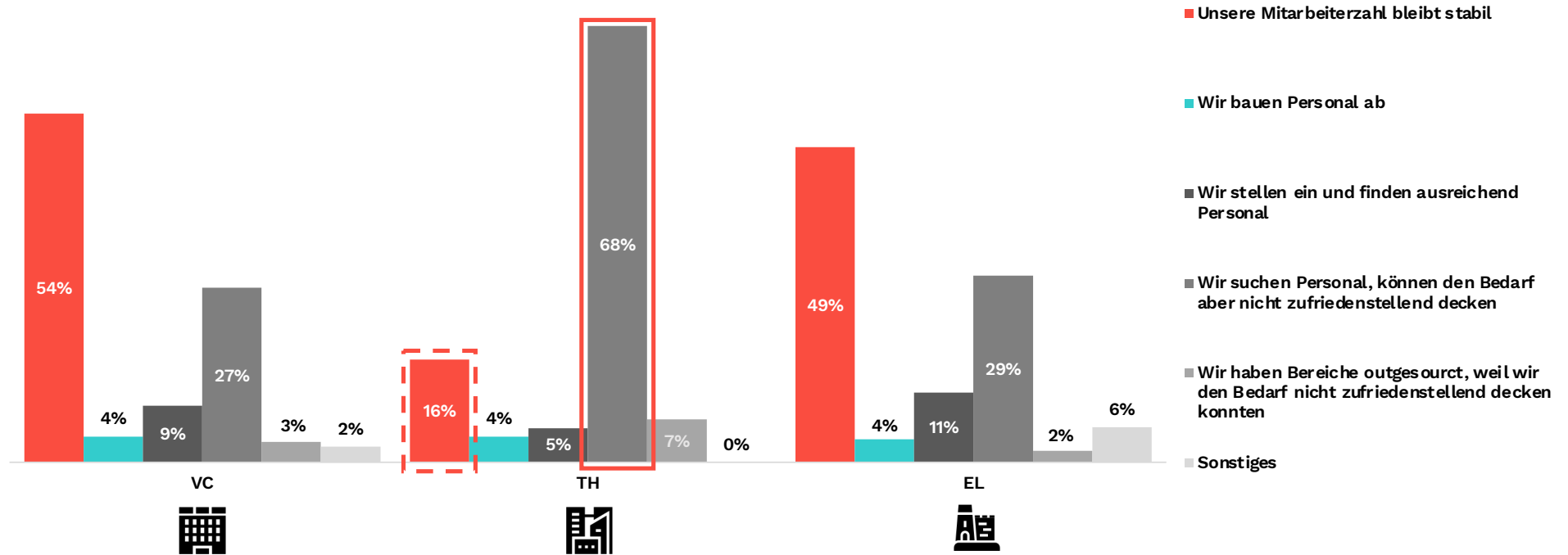
Die Mehrheit der Anbieter befindet sich auf Personalsuche (53 Prozent möchten gerne Personal einstellen), jedoch kann der Bedarf in den meisten Fällen nicht zufriedenstellend gedeckt werden oder wurde bereits outgesourct. Nur vier Prozent der Veranstaltungsstätten geben einen Personalabbau an.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Wie schätzen Sie Ihren Personalbedarf zukünftig ein?



Trend: Personal

# Zukünftiger Personalbedarf

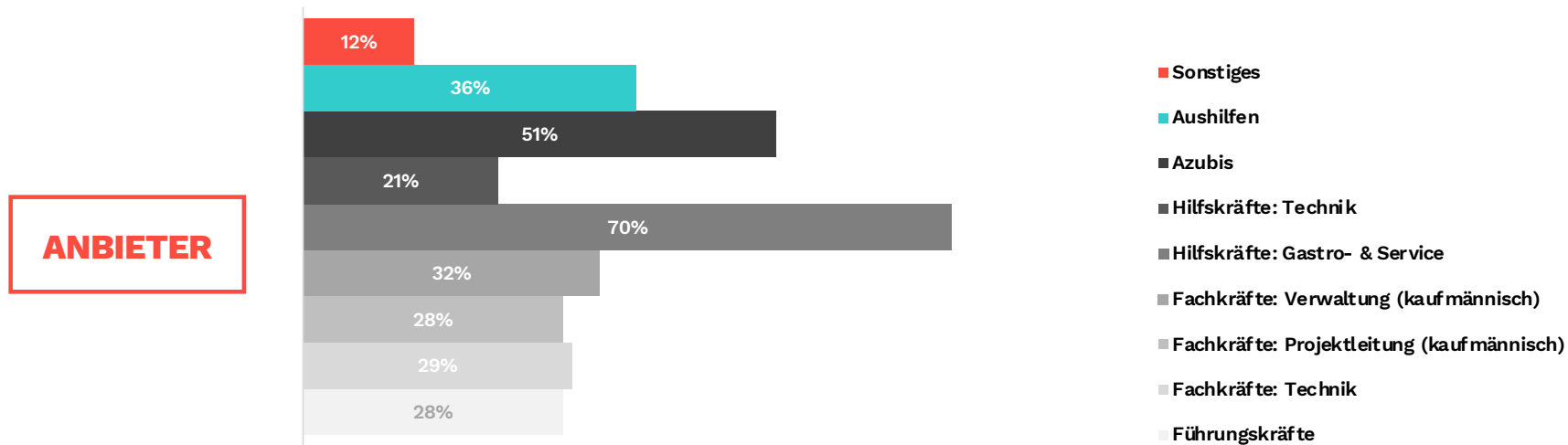


Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Wie schätzen Sie Ihren Personalbedarf zukünftig ein?



Trend: Personal

## Welches Personal wird gesucht?



Von den *Anbieterbetrieben*, die nach Personal suchen (vgl. Seite 47), sind die meisten Betriebe auf der Suche nach Hilfskräften im Gastro- & Servicebereich (70 Prozent), gefolgt von Azubis und Aushilfen. Es sind demnach besonders die Arbeitskräfte, die kurzfristig zur Deckung von Spitzen im Veranstaltungsaufkommen benötigt werden.

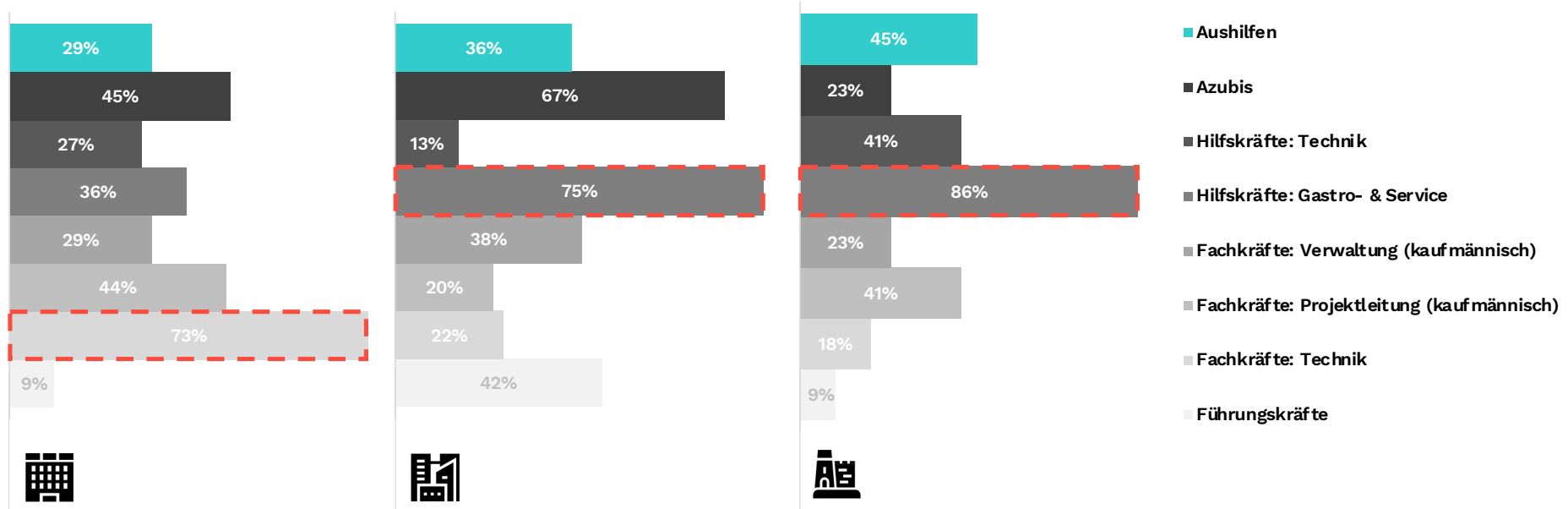
Die Angaben weisen aus, welche Art von Personal gesucht wird, und ist unabhängig davon zu betrachten, ob der Bedarf gedeckt werden kann oder nicht.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Welches Personal wird gesucht? (Mehrfachnennungen möglich)



Trend: Personal

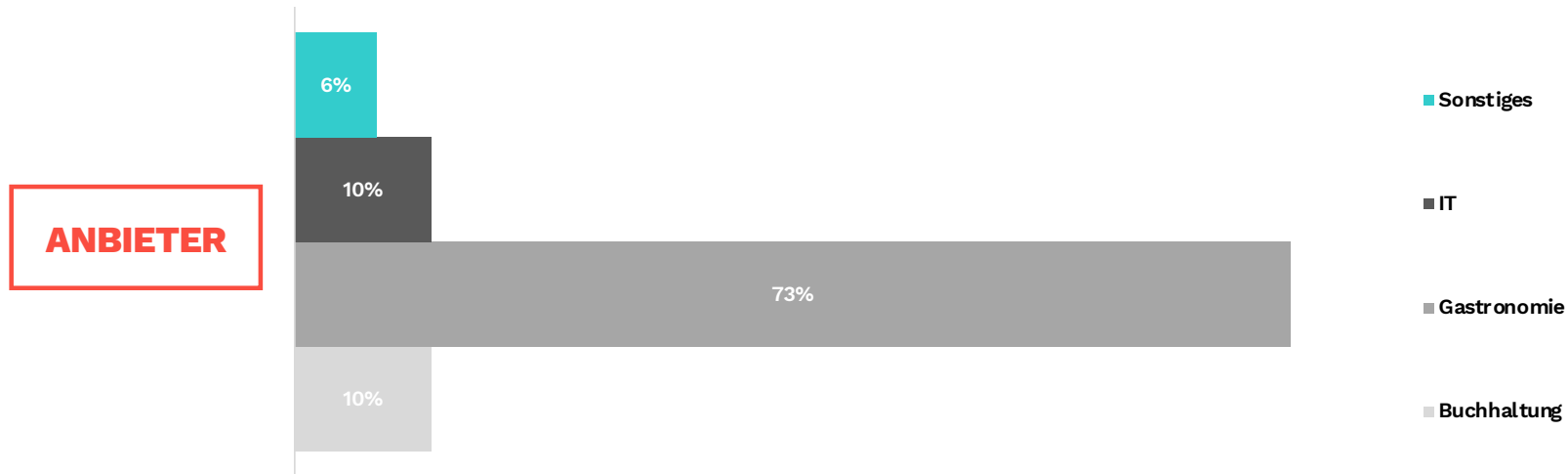
# Welches Personal wird gesucht?



Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Welches Personal wird gesucht? (Mehrfachnennungen möglich)

Trend: Personal

## Welche Bereiche werden outgesourct?

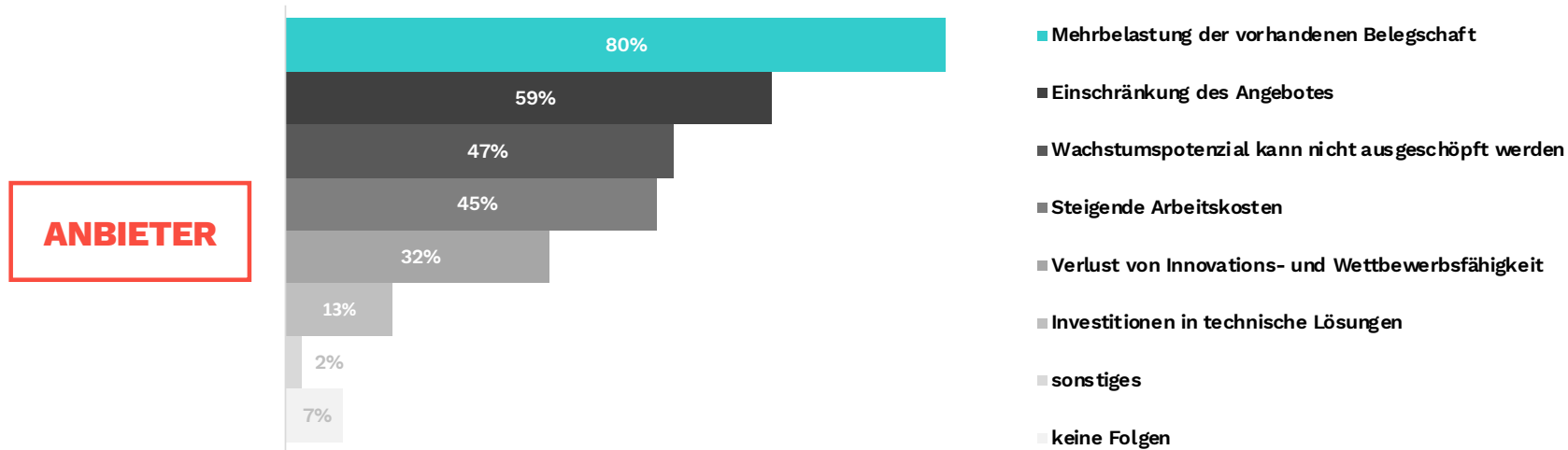


Bei den **Anbietern**, die Teilbereiche outgesourct haben (vgl. S.42), wurden vor allem der Bereich Gastronomie genannt. Buchhaltung und IT spielen nur untergeordnete Rollen. Unter „Sonstiges“ wurden Housekeeping, Hostessen, Technik und Sicherheit genannt.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Welche Bereiche wurden outgesourct? (Mehrfachnennungen möglich)



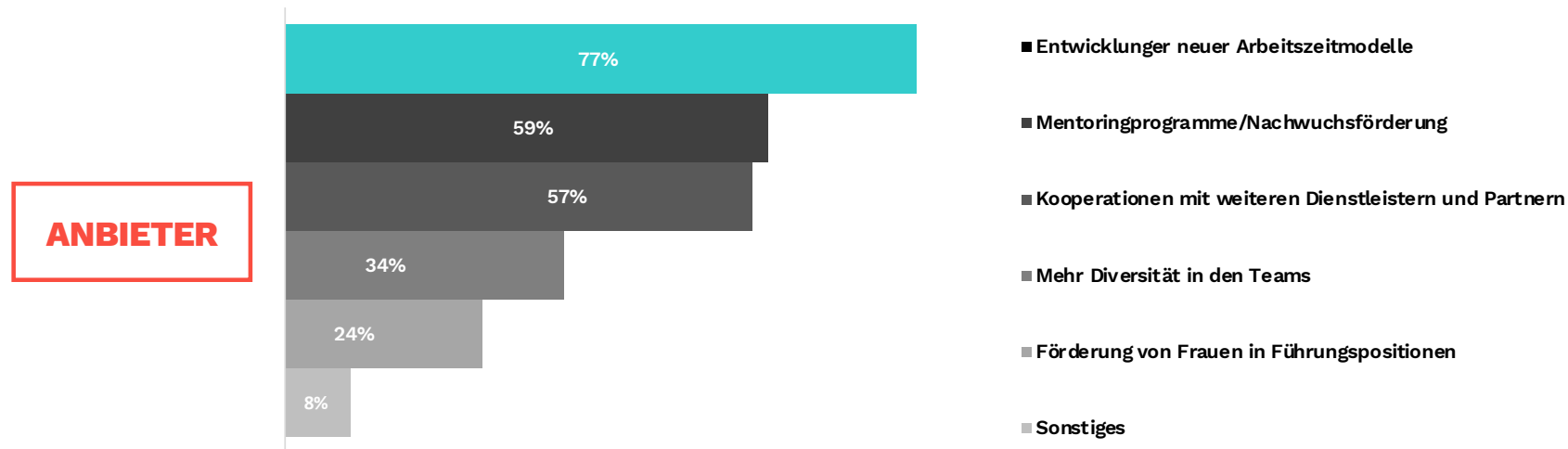
# Welche Folgen hätte ein anhaltender Personalmangel?



Für die **Anbieter** zählt die Mehrbelastung der vorhandenen Belegschaft zur wichtigsten Folge des Fachkräfte-/Personalmangels. Für fast 60 Prozent der Befragten geht der Personalmangel mit einer Einschränkung des Angebotes einher.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Welche Folgen würde ein anhaltender Fachkräfte-/Personalmangel für Ihr Unternehmen bedeuten? (Mehrfachnennungen möglich)

## Welche Lösungen gibt es für den Personalmangel?



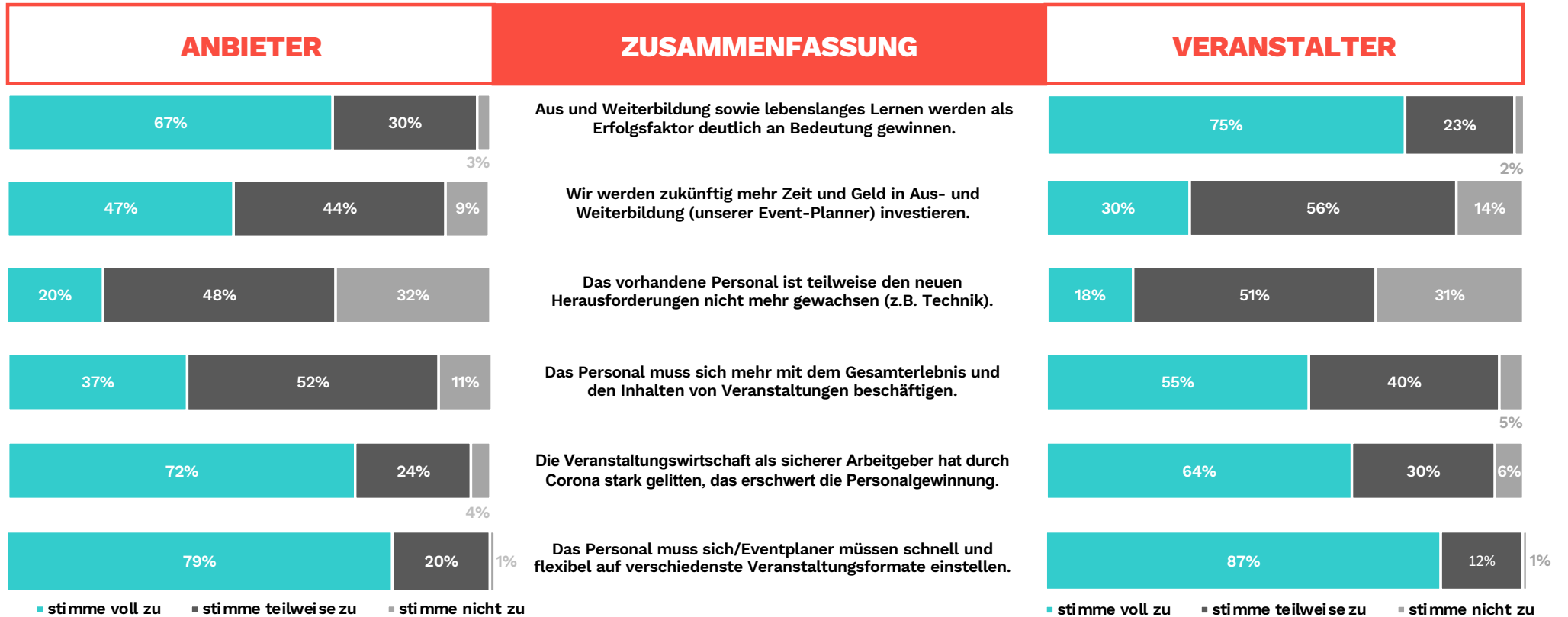
Die Entwicklung neuer Arbeitszeitmodelle als eine Lösung für den Personalmangel wurde von den **befragten Anbietern** am häufigsten genannt. Mit etwas Abstand folgen Mentoringprogramme bzw. Nachwuchsförderung sowie Kooperationen mit weiteren Dienstleistern und Partnern als weitere Ansätze, um den Personalmangel zu beheben. Als sonstige Lösungsvorschläge wurde fast ausschließlich eine höhere Bezahlung bzw. Tarifanpassungen und unbefristete Arbeitsverhältnisse angegeben.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2021: Welche Lösungen könnten langfristig dem Fachkräftemangel entgegenwirken? (Mehrfachnennungen möglich)



Trend: Personal

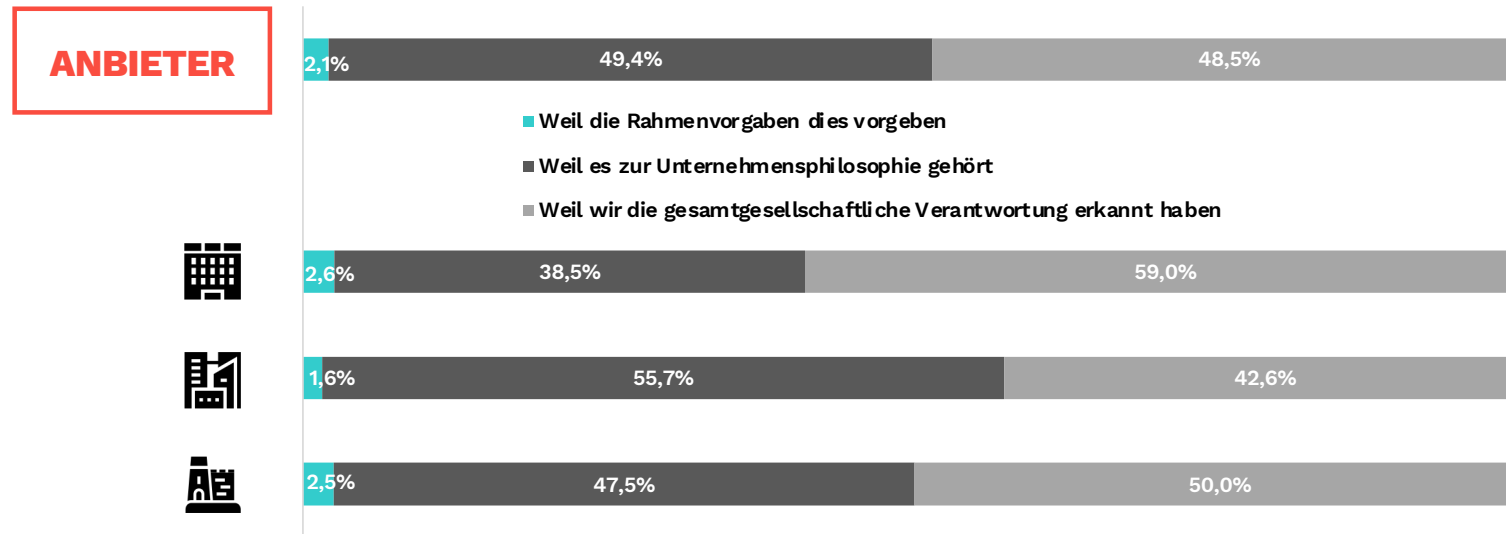
# Aussagen zum Thema Personal



Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2022: Bitte geben Sie an, wie sehr Sie den folgenden Aussagen zustimmen.



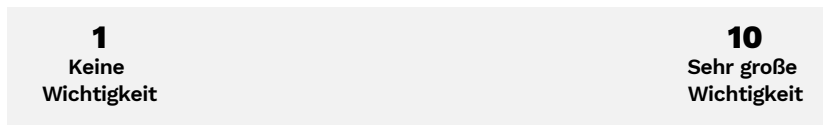
# Gründe für nachhaltiges Agieren



Diejenigen Anbieter, die sich mit dem Thema Nachhaltigkeit auseinander setzen, tun dies entweder weil die Philosophie des Unternehmens nachhaltig ausgerichtet ist oder weil das Unternehmen/die Mitarbeitenden die gesamtgesellschaftliche Verantwortung erkannt haben. Nur ein kleiner Anteil erfüllt Aspekte der Nachhaltigkeit nur deshalb, weil es so vorgegeben ist.

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Wie weit sind Sie in Sachen Nachhaltigkeit? (Mehrfachnennungen möglich)

# Bewertung verschiedener Kriterien im Bereich Nachhaltigkeit



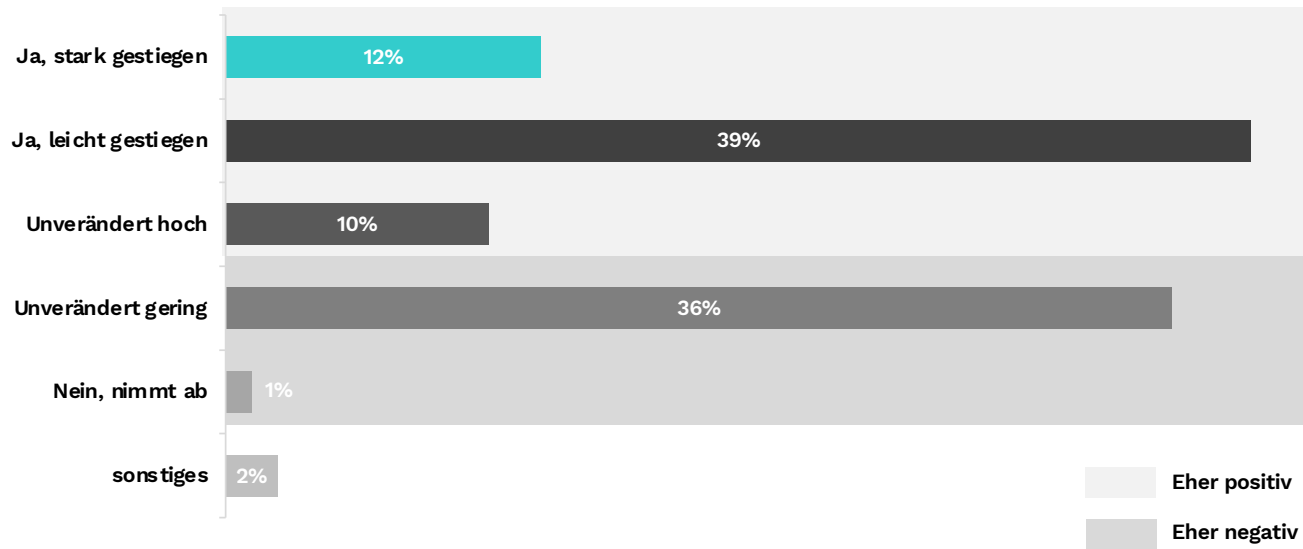
Die eigene strategische Umsetzung und die entsprechende Kommunikation der umgesetzten Maßnahmen haben in den Augen der Anbieterbetriebe eine höhere Wichtigkeit als eine offizielle Zertifizierung.

Nach Art der Veranstaltungsstätte betrachtet gibt es kleinere Abweichungen: bei den **Veranstaltungs-Centren** wird die Wichtigkeit einer offiziellen Zertifizierung nur mit 5,9 bewertet, während für die **Eventlocations** die Kommunikation der umgesetzten Maßnahmen (8,0) noch wichtiger ist als die eigene strategische Umsetzung (7,8).

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: 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)

# Veränderte Nachfrage bei Nachhaltigkeit

**ANBIETER**

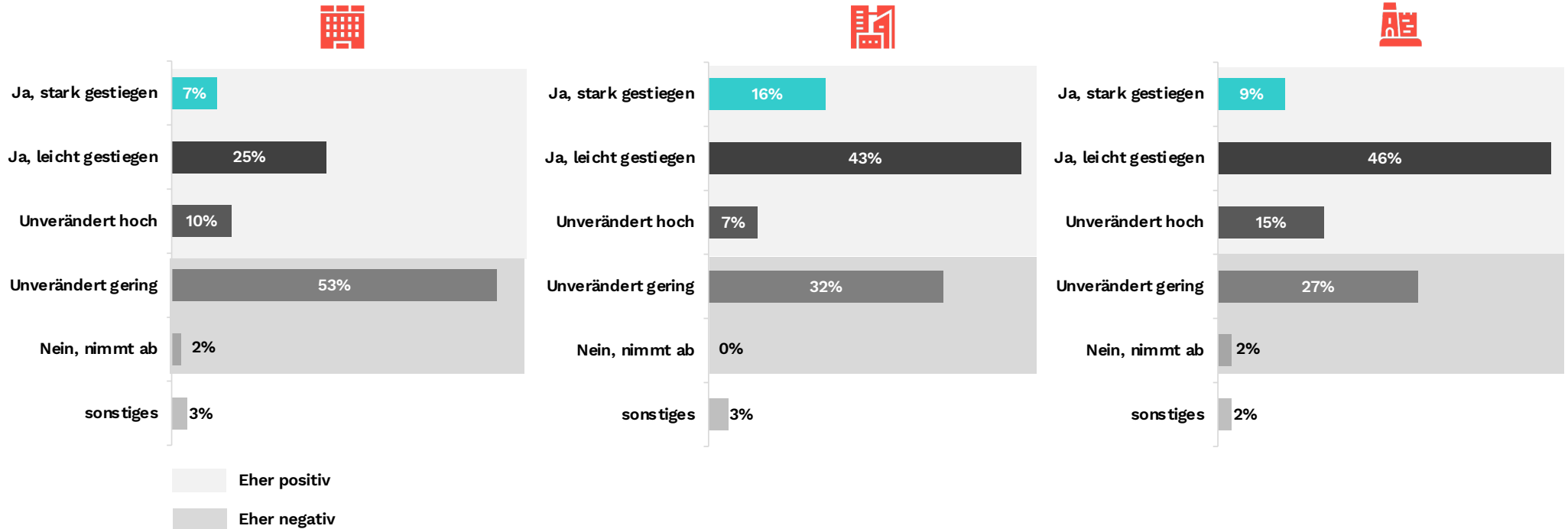


**61% der Anbieter melden eine hohe bzw. steigende Nachfrage**

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Nehmen Sie bei Ihren Kunden eine Veränderung der Nachfrage für nachhaltige Events oder generell nachhaltiges Handeln wahr?

Trend: Nachhaltigkeit

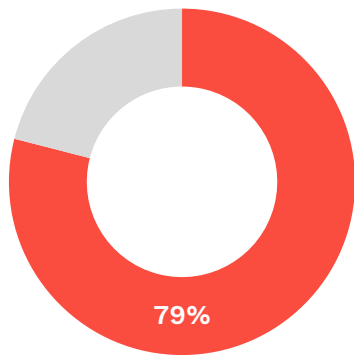
# Veränderte Nachfrage bei Nachhaltigkeit



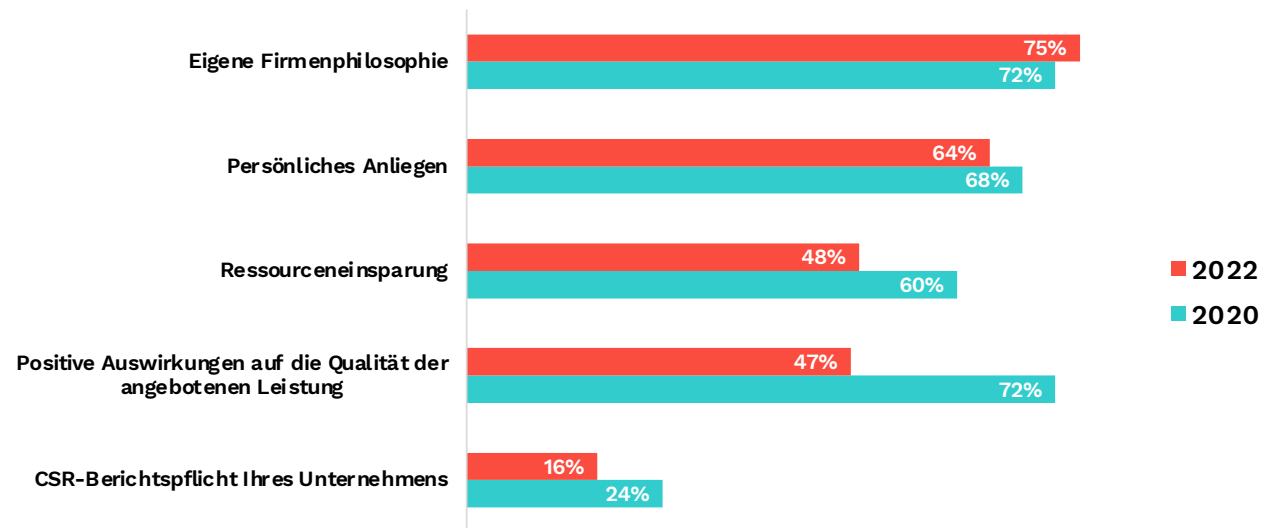
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2022: Nehmen Sie bei Ihren Kunden eine Veränderung der Nachfrage für nachhaltige Events oder generell nachhaltiges Handeln wahr?

# Gründe für nachhaltige Planung von Veranstaltungen

## VERANSTALTER



Für 79% der befragten Veranstalter spielt die nachhaltige Planung von Veranstaltungen eine zunehmend wichtigere Rolle.



Für rund vier Fünftel aller befragten Veranstalter spielt die nachhaltige Planung von Veranstaltungen eine zunehmend wichtigere Rolle. Als wichtigste Gründe dafür wurden vor allem die eigene Firmenphilosophie und das persönliche Anliegen angegeben.

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2022: Spielt die nachhaltige Planung von Veranstaltungen für Sie eine zunehmend wichtige Rolle? Aus welchen Gründen planen Sie Ihre Veranstaltungen unter nachhaltigen Aspekten (Mehrfachnennungen möglich)

# Entscheidungsfaktoren für eine Location



**Ranking der Entscheidungsfaktoren anhand von Mittelwerten für 2022 und 2020**  
Die Veranstalter wurden gebeten die Wichtigkeit für verschiedene Bereiche bei der Auswahl einer Veranstaltungsstätte anzugeben

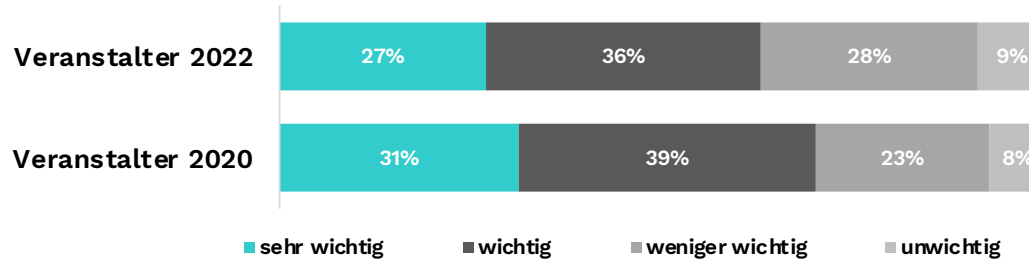


Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2020 & 2022: Bitte geben Sie an, wie wichtig folgende Bereiche für Sie bei der Auswahl einer Veranstaltungsstätte sind (sehr wichtig bis unwichtig).



# Entscheidungsfaktoren für eine Location

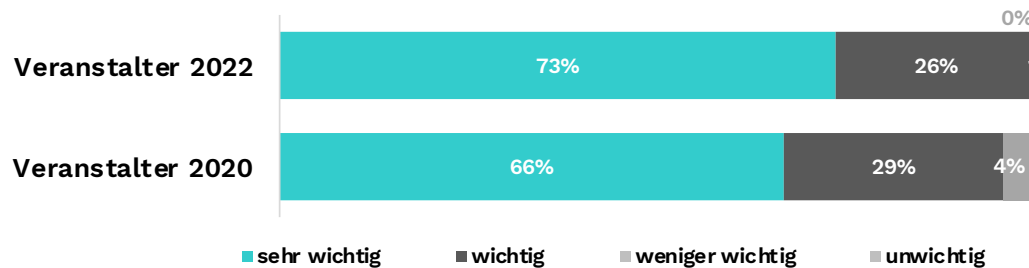
**INHALTLICHER BEZUG DER DESTINATION ZUR VERANSTALTUNG**



Die Veranstalter wurden gebeten die Wichtigkeit bei der Auswahl einer Veranstaltungsstätte für die Bereiche Erreichbarkeit/Mobilität und Inhaltlicher Bezug zur Veranstaltung anzugeben.

Im Vergleich zur Befragung vor zwei Jahren, hat die Erreichbarkeit an Bedeutung zugenommen. Der inhaltliche Bezug der Destination zur Veranstaltung hat minimal an Bedeutung verloren.

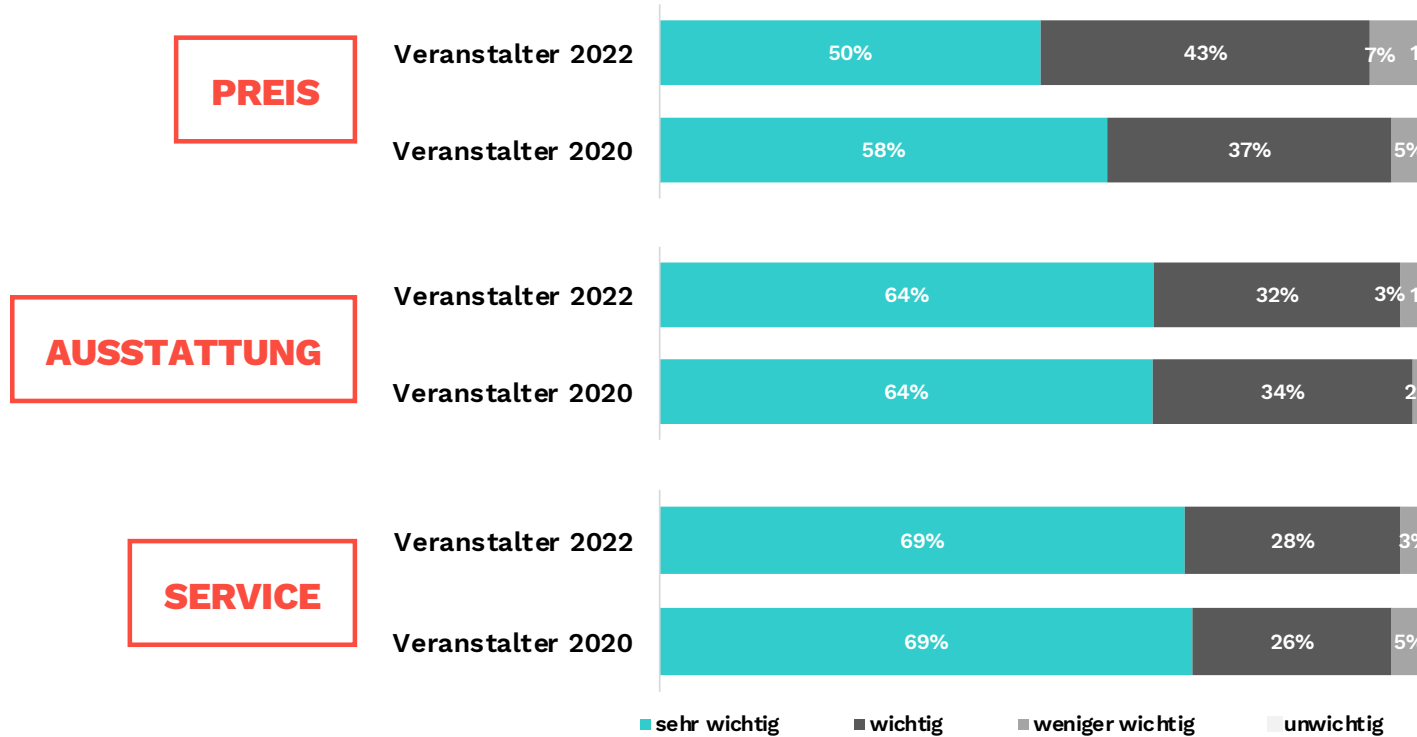
**ERREICHBARKEIT/ MOBILITÄT**



Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2020 & 2022: Bitte geben Sie an, wie wichtig folgende Bereiche für Sie bei der Auswahl einer Veranstaltungsstätte sind (sehr wichtig bis unwichtig).



# Entscheidungsfaktoren für eine Location



Die Veranstalter wurden gebeten die Wichtigkeit bei der Auswahl einer Veranstaltungsstätte für die Bereiche Preis, Ausstattung und Service anzugeben.

Service wird von diesen drei Kriterien mit der höchsten Wichtigkeit bewertet, gefolgt von Ausstattung und Preis. Im Vergleich zur Befragung vor zwei Jahren hat sich in Bezug auf Service und Ausstattung kaum etwas an der Einstellung der Veranstalter geändert, beim Preis zeichnet sich eine Tendenz ab, dass dieser 2022 etwas weniger wichtig ist als zuvor.

Basis: EITW, Veranstalterbefragung 2020 & 2022: Bitte geben Sie an, wie wichtig folgende Bereiche für Sie bei der Auswahl einer Veranstaltungsstätte sind (sehr wichtig bis unwichtig).



**08**

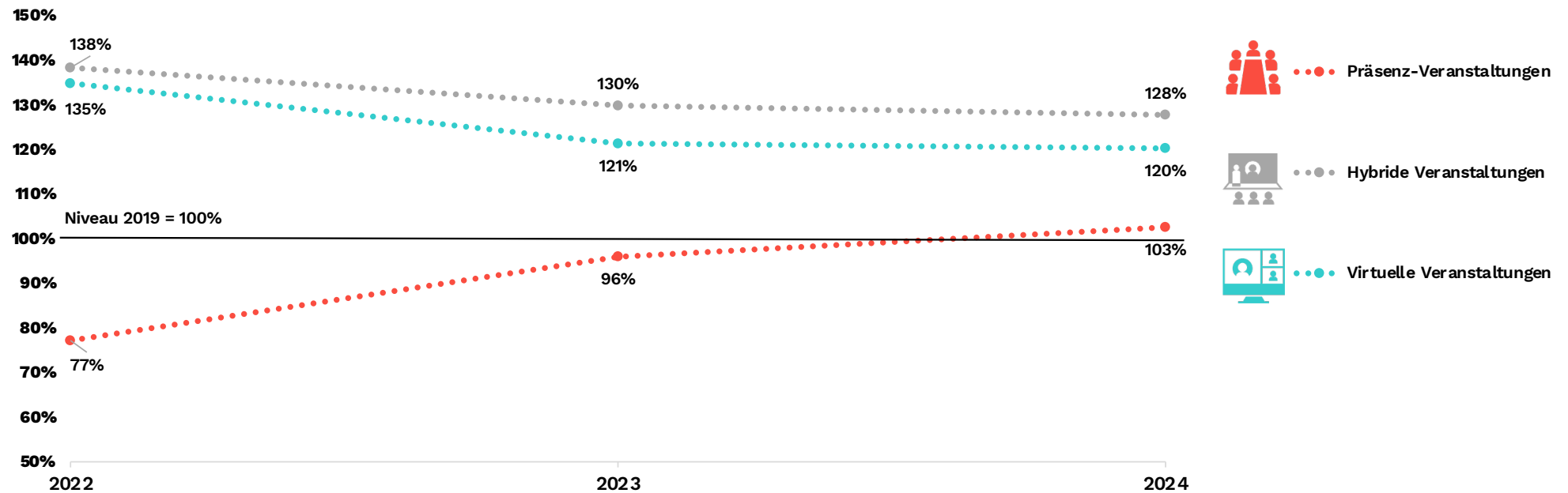
# AUSBLICK & PROGNOSEN

# Schätzung der zukünftigen Buchungslage – Veranstaltungen (Präsenz, Hybrid, Virtuell)

(Anbieter, Veranstalter, Anbieter virtueller Veranstaltungen)



Beide Seiten (AB und VR) vertreten die gleiche Meinung



Basis: EITW, Befragungen 2022: Wie schätzen Sie die Buchungslage für die nächsten drei Jahre ein? Bitte geben Sie an, wie viel Prozent das Veranstaltungs- und Teilnehmer\*innenaufkommen im Vergleich zu 2019 (Basisjahr vor Beginn der Corona-Pandemie) erreichen könnte. Wenn Sie bestimmte Werte nicht abschätzen können, lassen Sie das Feld bitte leer.





# PROJEKTDESIGN

# ABOUT

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

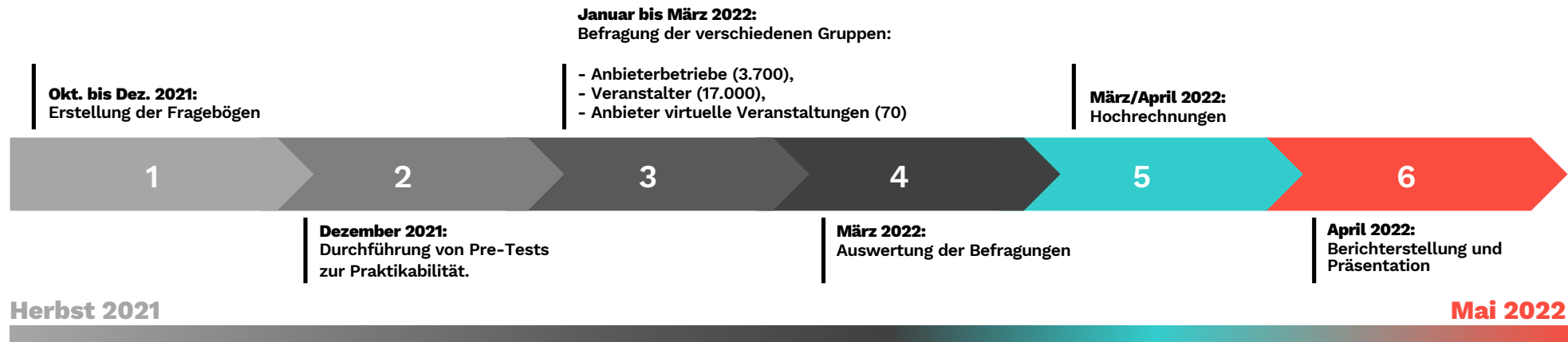
Initiiert wurde die Studie vom GCB German Convention Bureau e.V., dem Europäischen Verband der Veranstaltungs-Centren e.V. (EVVC) und der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT), die das Europäische Institut für TagungsWirtschaft (EITW) bereits zum sechzehnten Mal mit der Durchführung beauftragt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

Mit dem Meeting- & EventBarometer 2021/2022 wird neben den Anbietern und den Veranstaltern bereits zum zweiten 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 wird, Rechnung getragen und macht die Studie umfassender.

In diesem Zusammenhang wurden die Fragebögen für Veranstalter und Anbieter bereits für die Befragung 2020/2021 angepasst und unterscheiden bei den Veranstaltungen und Teilnehmer\*innen nun zwischen Face-to-Face Veranstaltungen, hybriden Formaten und virtuellen Veranstaltungen.



# Projektlauf der Befragungen



Insgesamt wurden im Rahmen einer Online-Befragung von Januar bis März 2022 rund 3.700 Veranstaltungsstätten in ganz Deutschland mit einer Kapazität von mindestens 100 Sitzplätzen im größten Saal (Kapazitätsangabe ohne Abstandsregeln) sowie rund 17.000 Veranstalter weltweit über einen selektierten Verteiler befragt. Für die Anbieter virtueller Veranstaltungen wurden rund 70 in diesem Bereich aktive Unternehmen befragt. Zusätzlich wurden die Links über Fachmedien sowie soziale Netzwerke gestreut, um weitere Rückläufer zu generieren.

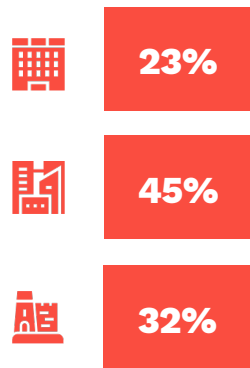
Das Volumen und die Struktur des Veranstaltungsmarktes werden durch die Anbieterbefragung abgebildet, während das derzeitige Meinungsbild der Kunden aus dem In- und Ausland maßgeblich durch die Veranstalterbefragung dargestellt wird. Die Anbieter virtuelle Veranstaltungen runden das Gesamtbild ab.

**Hinweis:** Das Bezugsjahr für alle Daten (Veranstaltungen und Teilnehmer\*innen) ist 2021, während sich die Prognosen auf das laufende Jahr und die Zukunft beziehen. Als Basis für die Entwicklung von Szenarien wird das Jahr 2019 als Bezugsjahr gewählt (Stand vor der einsetzenden Corona-Pandemie und den damit verbundenen Einschränkungen für die Veranstaltungsbranche).

Basis: EITW 2022

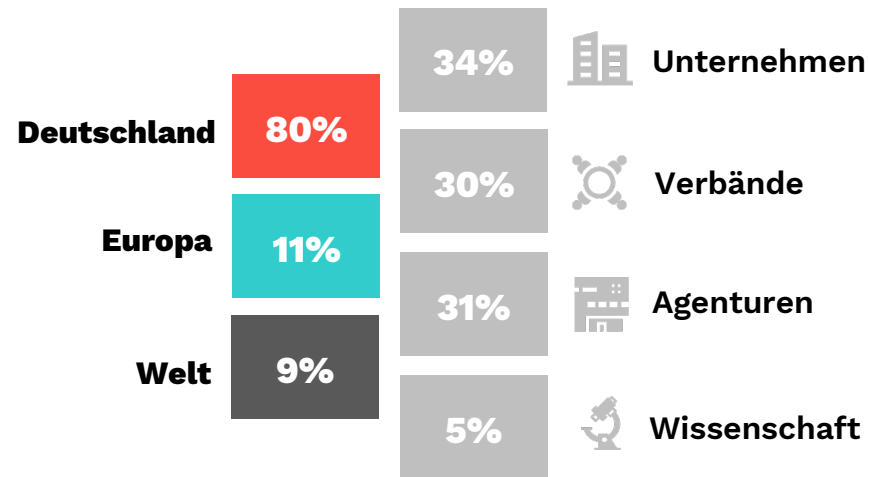


**ANBIETER** 



**641 gültige Teilnahmen**

**VERANSTALTER** 



**359 gültige Teilnahmen**

**ANBIETER VIRTUELLE VERANSTALTUNGEN**



**26 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, Europa, außerhalb von Europa) 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 FITW](#) abrufbar.

Ermittlung der **virtuellen** und **hybriden Teilnehmer\*innen** und **Veranstaltungen** über die Aufteilung der Teilnehmer & 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?



# 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 teilnehmen können, durch ihr persönliches Erscheinen (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.

# GLOSSAR

## Veranstaltungsarten:

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

## Abkürzungen:

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

# KONTAKTADRESSEN



**Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW)**  
an der Hochschule Harz  
**Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber (Geschäftsführer)**  
**Prof. 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](mailto:mail@eitw.de)  
Internet: [www.eitw.de](http://www.eitw.de)

Begleitet durch den Fachbeirat:  
**Matthias Schultze (GCB)**  
**Birgit Pacher (GCB)**  
**Ilona Jarabek (EVVC)**  
**Timo Feuerbach (EVVC)**  
**Brit Haase (EVVC)**  
**Matthias Hickl (DZT)**

**Frankfurt am Main – Wernigerode, April 2022**



# INITIATOREN



**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](http://www.evvc.org)  
E-Mail: [info@evvc.org](mailto: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](http://www.gcb.de)  
E-Mail: [info@gcb.de](mailto:info@gcb.de)



**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](http://www.germany.travel)  
E-Mail: [info@germany.travel](mailto:info@germany.travel)



**EITW Europäisches Institut für  
TagungWirtschaft 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](http://www.eitw.de)  
E-Mail: [info@eitw.de](mailto:info@eitw.de)

