

Veranstaltungs- und Kongressstatistik Berlin 2023



Quelle: Meeting- & EventBarometer
Durchführung von:

Business-Veranstaltungen in Berlin: Kennzahlen auf einen Blick

Basis: EITW, eigene Erhebungen und Anbieterbefragung 2024: verschiedene Abfragen

1. Das Angebot	2019	2020	2021	2022	2023
Veranstaltungsstätten	372	456*	405	405	414
2. Die Nachfrage					
Onsite Business-Veranstaltungen**	66.850	19.588	21.222	54.397	70.535
Teilnehmer:innen an Onsite Business-Veranstaltungen (in Mio.)	9,38	3,14	3,21	5,9	7,64
3. Der Markt					
Umsatz*** (in Mio. EUR)	2.083	546	623	1.090 (+74,9%)	1.409 (+29,3%)
Ausgaben pro Person pro Tag (in EUR)	222	174	194	260****	350*****

* Der Zuwachs in 2020 geht auf eine Umstellung der Datenquelle zurück (Vollerhebung durch BCO).

** Als beruflich motivierte Veranstaltungen (Business-Veranstaltungen bzw. B2B-Events) gelten Kongresse/ Tagungen/ Seminare, Ausstellungen/ Präsentationen sowie Social Events. Die Zahl ergibt sich aus dem prozentualen Anteil der hier definierten B2B-Veranstaltungen an allen Onsite Veranstaltungen (Präsenz und hybrid) in Berlin im Jahr 2023.

*** Der Umsatz bezieht sich auf die reinen Veranstaltungserlöse der Anbieter und ist von der tatsächlichen Bruttowertschöpfung durch weitere zusätzliche Umsatzeffekte am Veranstaltungsort (z.B. durch zusätzliche Konsumausgaben der Gäste, öffentliche Einnahmen, Schaffung zusätzlicher Arbeitsplätze und Erhöhung der Kaufkraft) zu unterscheiden.

**** Der Wert ist auf eine statistische Berechnung der IBB-Volkswirte zu den durchschnittlichen Gesamtausgaben eines/r Fachbesuchers/in einer Messe in Berlin für Hotellerie, Gastronomie und Transport pro Tag vor Beginn der Corona-Pandemie 2019 zurückzuführen. Da sich der Markt 2022 erstmals wieder auf Vorkrisenniveau einstellte, wurde dieser Wert als Grundlage für die Berechnung 2022 und der folgenden Jahre gewählt; Quelle: Investitionsbank Berlin (IBB), Dezember 2022, Bedeutung der Messe- und Kongressveranstalter für den Wirtschaftsstandort Berlin, Berlin aktuell, S. 9 .

*****Quelle: Studie Wirtschaftliche Effekte Berlin, EITW September 2024, 594,25 Euro pro Teilnehmer (Gesamtdurchschnitt) / 1,7 Tage durchschnittliche Aufenthaltsdauer = 349,56 Euro pro TN/pro Tag

Der Gesamtmarkt der Meeting- & Eventdestination Berlin: 2023

Basis: EITW, eigene Erhebungen und Anbieterbefragung 2024: verschiedene Abfragen



Angebotssituation

Veranstaltungsstätten gesamt*	414
Veranstaltungszentren (VC)	24
Tagungshotels (TH)	120
Eventlocations (EL)	270



Nachfragesituation**

Onsite Veranstaltungen	92.323
Reine Präsenzveranstaltungen	78.270
Hybride Veranstaltungen	14.053
Teilnehmer:innen vor Ort	10,0 Mio.
TN reiner Präsenzveranstaltungen	8,74 Mio.
TN hybrider Veranstaltungen	1,26 Mio.

* Im Interesse der Berechnungen wurden die genutzten Anbietertypen aus vorherigen Kongressberichten den Veranstaltungsstätten-Arten des EITW gleichgesetzt, wie sie im Rahmen des Meeting- & Event-Barometers gelten. Somit wurde die Anzahl der Kongress-, Stadt- und Mehrzweckhallen als Veranstaltungszentren (VC) übernommen, die Hotels wurden als Tagungshotels angesetzt und die Locations als Eventlocations gelistet, um der Einteilung des EITW zu entsprechen und so eine „Übergangsberechnung“ zu ermöglichen.

** Um die Gesamtnachfragesituation abzubilden, wurden Veranstaltungen verschiedener Art (Business und andere) zusammengefasst, die in professionellen Veranstaltungsstätten in Berlin stattfanden.

Der B2B-Markt der Meeting- & Eventdestination Berlin: 2023

Basis: EITW, eigene Erhebungen und Anbieterbefragung 2024: verschiedene Abfragen

 Nachfragesituation B2B-Markt			
Onsite Business-Veranstaltungen* in Berlin		76,4 Prozent	70.535
Kongresse, Tagungen, Seminare		62,4 Prozent	57.610
Ausstellungen, Präsentationen		7,6 Prozent	7.016
Social Events		6,4 Prozent	5.909
Onsite Business-Veranstaltungen in Deutschland		68,8 Prozent	1.479.200
Kongresse, Tagungen, Seminare		57,5 Prozent	1.236.250
Ausstellungen, Präsentationen		6,2 Prozent	133.300
Social Events		5,1 Prozent	109.650

Der Anteil an **B2B-Veranstaltungen** am **Berliner** Veranstaltungsmarkt lag mit **76,4 Prozent** über dem **Deutschlandwert** von **68,8 Prozent** und **über dem Wert vor Beginn der Coronapandemie 2019**.

* Um die Nachfragesituation für Business-Veranstaltungen abzubilden, wurden Veranstaltungen verschiedener Art zusammengefasst, die in professionellen Veranstaltungsstätten in Berlin stattfanden. Als beruflich motivierte Veranstaltungen (Business-Veranstaltungen) gelten Kongresse/ Tagungen/ Seminare, Ausstellungen/ Präsentationen sowie Social Events. Die Zahlenwerte ergeben sich aus einer Hochrechnung der prozentualen Anteile der jeweiligen Veranstaltungsarten an den Gesamtveranstaltungen in Berlin.

Der B2B-Markt der Meeting- & Eventdestination Berlin: 2023

Basis: EITW, eigene Erhebungen und Anbieterbefragung 2024: verschiedene Abfragen

 Nachfragesituation B2B-Markt		
Teilnehmer:innen		10,0 Mio.
Teilnehmer:innen an Business-Veranstaltungen*	76,4 Prozent	7,64 Mio.
Teilnehmer:innen an anderen Events**	23,7 Prozent	2,37 Mio.

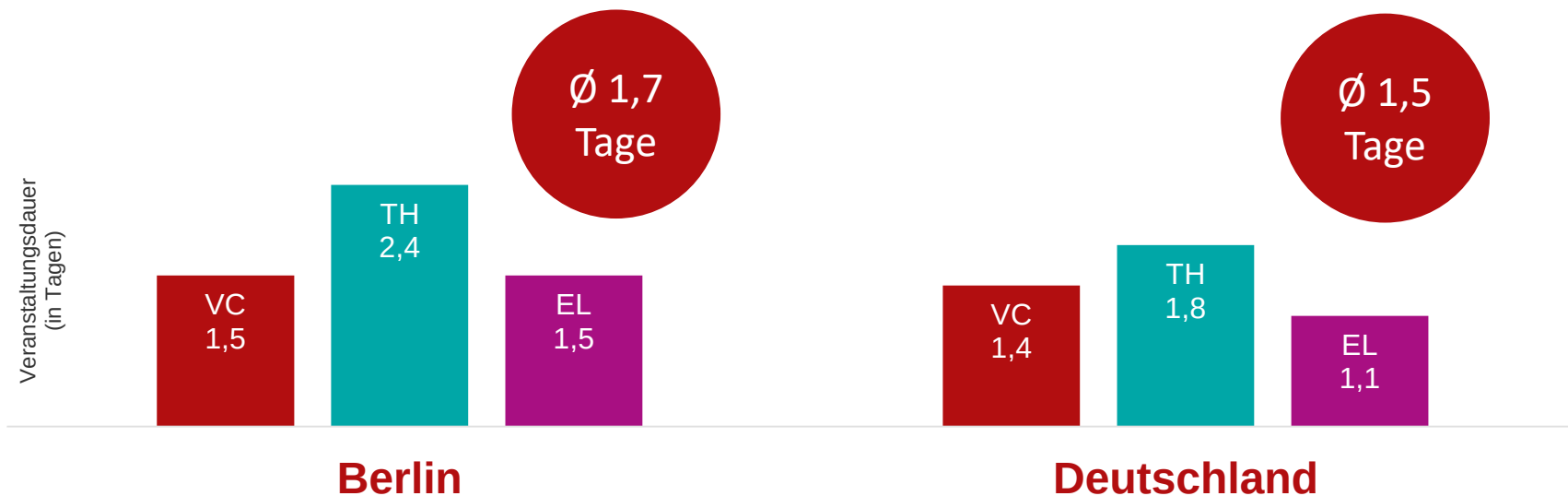


Insgesamt reisten im Jahr 2023 **7,64 Mio.** Veranstaltungsteilnehmer:innen zu einer **beruflich motivierten Veranstaltung** in die Stadt **Berlin**.

* Um die Nachfragesituation für Business-Veranstaltungen abzubilden, wurden Veranstaltungen verschiedener Art zusammengefasst, die in professionellen Veranstaltungsstätten in Berlin stattfanden. Als beruflich motivierte Veranstaltungen (Business-Veranstaltungen) gelten Kongresse/ Tagungen/ Seminare, Ausstellungen/ Präsentationen sowie Social Events. Die Zahlenwerte ergeben sich aus einer Hochrechnung der prozentualen Anteile der jeweiligen Veranstaltungsarten an den Gesamtveranstaltungen in Berlin.
** Als andere Events zählen Kultur- und Sportveranstaltungen, lokale Veranstaltungen, Festivitäten und sonstige Veranstaltungen, die nicht unter Business-Veranstaltungen fallen.

Dauer von Präsenz-Veranstaltungen in 2023

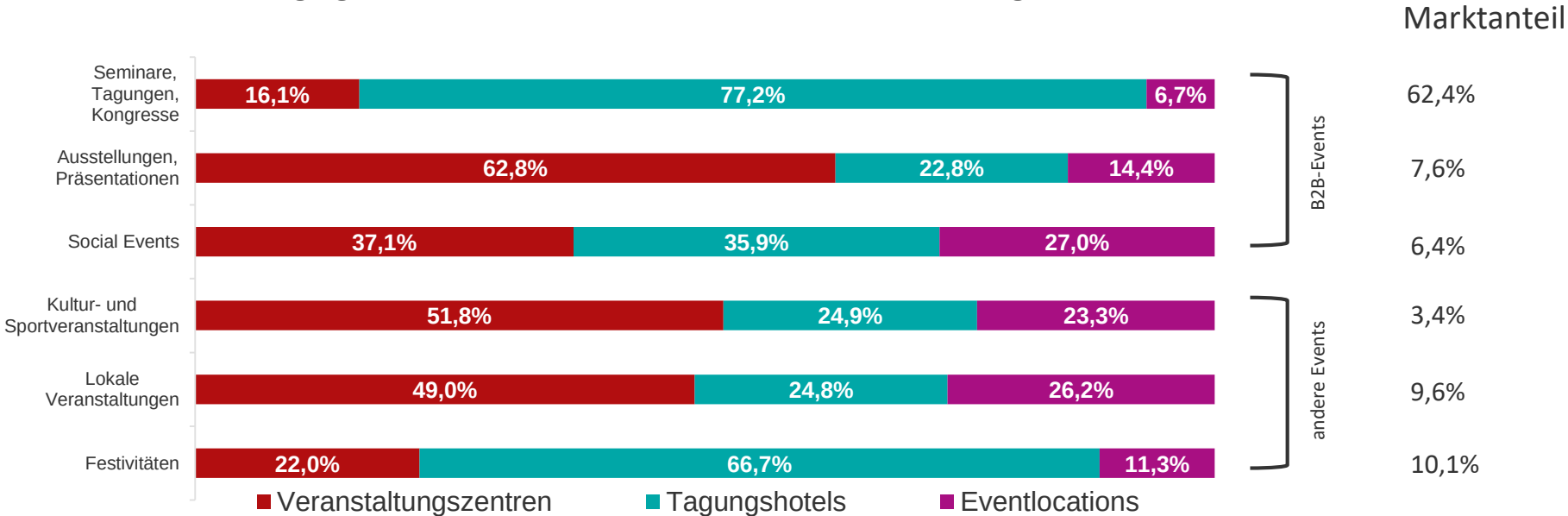
Basis: EITW Anbieterbefragung 2024: Gesamtzahl der Veranstaltungen 2023 und deren Dauer in ihrer Veranstaltungsstätte (Veranstaltungen mit mind. 20 Teilnehmer:innen).



Die **Veranstaltungsdauer** war in **Berlin** etwas **höher** als in Gesamtdeutschland und ist im Vergleich zum Vorjahr konstant geblieben.

Veranstaltungsarten in den Veranstaltungsstätten in Berlin

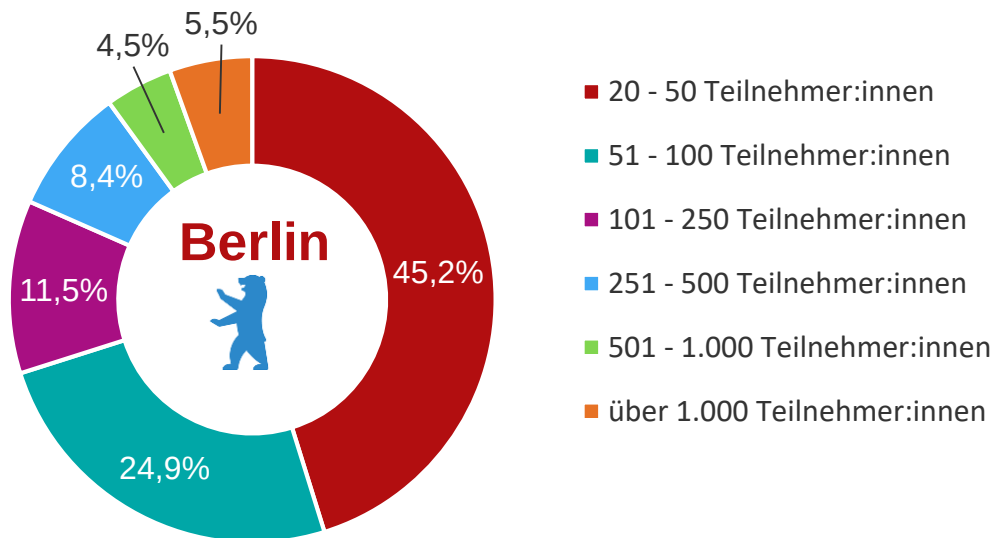
Basis: EITW Anbieterbefragung 2024: Anzahl verschiedener Event-Arten nach Veranstaltungsstätten-Art



Die **Veranstaltungszentren** stachen bei **Ausstellungen und Kultur-/Sportveranstaltungen** besonders hervor, während die **Tagungshotels** bei **Seminaren/Tagungen und Festivitäten** dominant waren. Die **Eventlocations** spielten bei den **Social Events** eine größere Rolle, führten aber nur 6,7 Prozent aller Seminare, Tagungen und Kongresse durch.

Größenklassen der Seminare, Tagungen und Kongresse

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2024: Größenklassen der Seminare, Tagungen und Kongresse

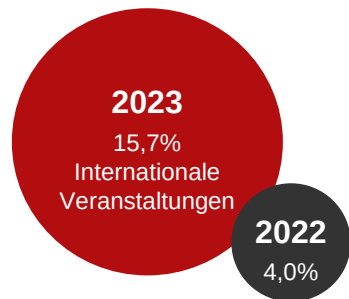


Bei knapp **30 Prozent** der Veranstaltungen in **Berlin** 2023 handelte es sich um Veranstaltungen mit **über 100 Teilnehmer:innen**.

Der Anteil von **großen Veranstaltungen** mit mehr als 1.000 Teilnehmer:innen lag mit **5,5 Prozent** **über dem deutschen Durchschnitt** (1,3 Prozent).

Internationale Veranstaltungen nach Veranstaltungsstätten-Art

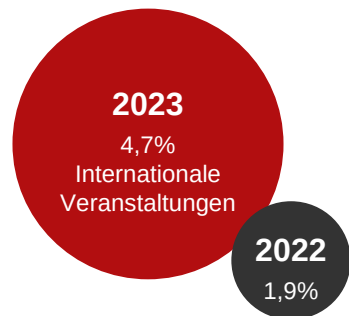
Basis: EITW Anbieterbefragung 2024: Anzahl internationaler Veranstaltungen* (Veranstaltungen mit mind. 20 Teilnehmer:innen)



in Berlin



Besonders hoch war der Anteil an internationalen Veranstaltungen in den **Tagungshotels** mit 22,9 Prozent, gefolgt von den **Eventlocations** mit 13,3 Prozent. In den **Veranstaltungszentren** waren 6,3 Prozent der Veranstaltungen international.



in Deutschland



Auf Bundesebene erzielten die **Eventlocations** mit 5,3 Prozent den höchsten Anteil unter den Veranstaltungsstätten-Arten, gefolgt von den **Tagungshotels** mit 5,2 Prozent. Die **Veranstaltungszentren** verzeichneten 3,5 Prozent internationale Veranstaltungen.

* Eine Veranstaltung gilt als international, wenn mindestens 10 Prozent der Teilnehmer:innen ihren Wohnsitz außerhalb Deutschlands haben.

Ausländische Teilnehmer:innen bei Business-Veranstaltungen

Basis: EITW Anbieterbefragung 2024: Anzahl der Teilnehmer:innen, davon ausländische Teilnehmer:innen*

2023

22,1%
Ausländische
Teilnehmer:innen

in Berlin



Der Anteil ausländischer Teilnehmer:innen bei Business-Veranstaltungen lag in **Berlin** deutlich über dem Deutschlandwert. Ein Fünftel der Teilnehmer:innen von Business-Veranstaltungen kamen aus dem Ausland.

2023

9,1%
Ausländische
Teilnehmer:innen

in Deutschland



Der Anteil ausländischer Teilnehmer:innen bei Business-Veranstaltungen lag in **Deutschland** bei 9,1 Prozent.

*Ausländische Teilnehmer:innen sind per Definition solche Teilnehmer:innen, die ihren Wohnsitz außerhalb Deutschlands haben.

Nationale vs. Internationale Quellmärkte nach Veranstaltungsstätten-Art

Basis: EITW Anbieterbefragung 2024: „Wie teilten sich die Veranstalter ihrer Herkunft nach 2023 prozentual auf?“



in Berlin



94,0%

Veranstaltungszentren

6,0%

75,7%

Tagungshotels

24,3%

91,8%

Eventlocations

8,2%



in Deutschland



97,6%

Veranstaltungszentren

2,4%

89,4%

Tagungshotels

10,6%

95,5%

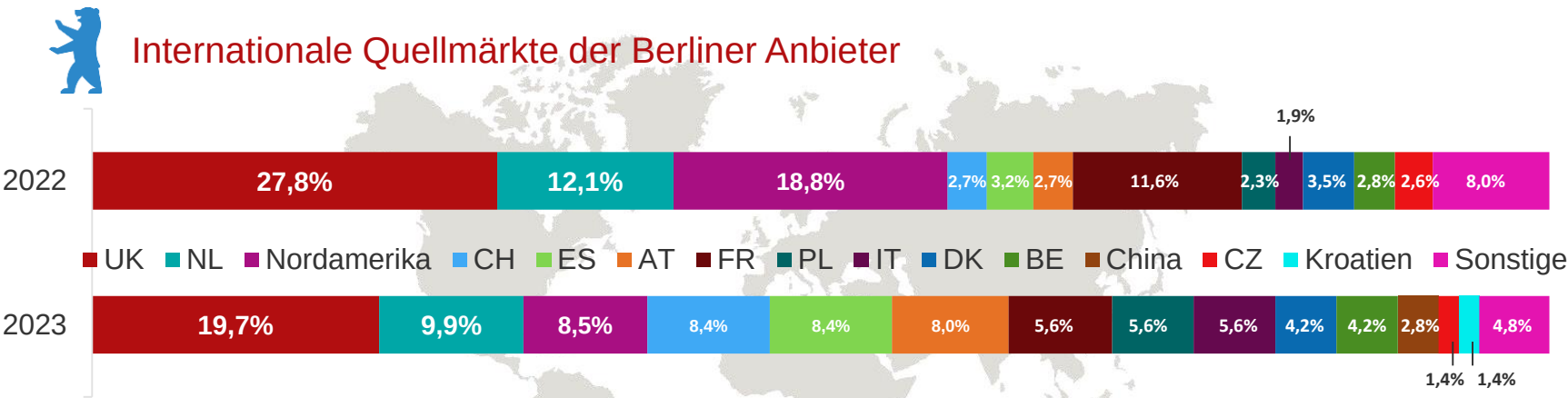
Eventlocations

4,5%

In **Berlin** hatten die Veranstaltungsstätten einen **durchweg höheren Anteil an internationalen Veranstalterkunden** als deutschlandweit. Die **Tagungshotels** hatten mit Abstand den größten Anteil internationaler Veranstalter.

Veranstalter-Herkunft in Berlin: Internationale Quellmärkte

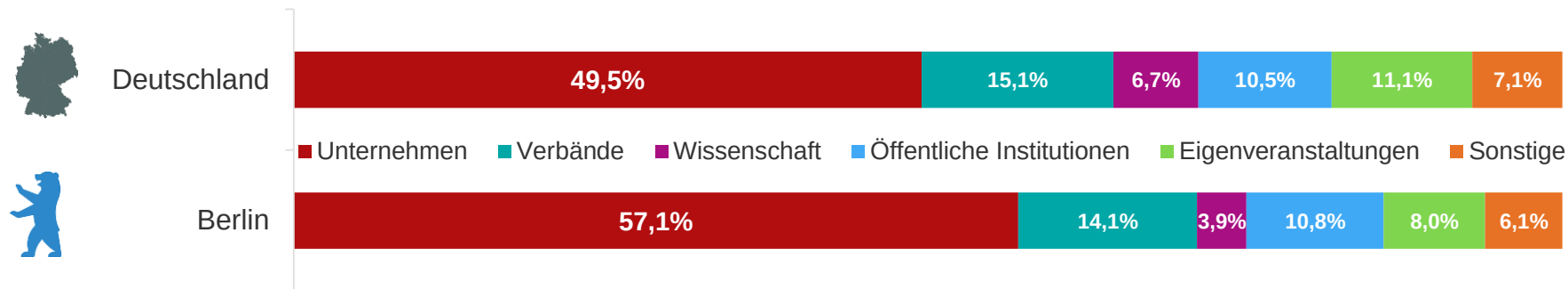
Basis: EITW Anbieterbefragung 2023 & 2024: „Welche internationalen Quellmärkte sind die wichtigsten für Ihre Veranstaltungsstätte?“



Im Vergleich zum Vorjahr hat sich das **Herkunftsspektrum** von Veranstaltern in **Berlin** 2023 noch **stärker diversifiziert** und um internationale Quellmärkte **außerhalb Westeuropas** erweitert.

Corporates sind wichtigste Kundengruppe

Basis: EITW Anbieterbefragung 2024: „Bitte geben Sie an, aus welchen Veranstalter-Arten sich Ihre Veranstaltungen prozentual zusammensetzen.“



Sowohl bundesweit als auch in **Berlin** bilden die **Unternehmen**, gefolgt von den **Verbänden** die stärksten Veranstalterarten. **Über die Hälfte** der Veranstalterkunden in Berlin sind **Unternehmen** und somit hat das „Unternehmertum“ hier deutlich mehr Gewicht als bundesweit.

Je nach Veranstaltungsstätten-Art gibt es in Berlin **Abweichungen in der Aufteilung**.

In den **Tagungshotels** sind neben den Unternehmen und Verbänden auch **öffentlichen Institutionen** eine wichtige Kundengruppe. In den **Veranstaltungszentren** machen die **Verbände** über ein Drittel der Kunden aus.

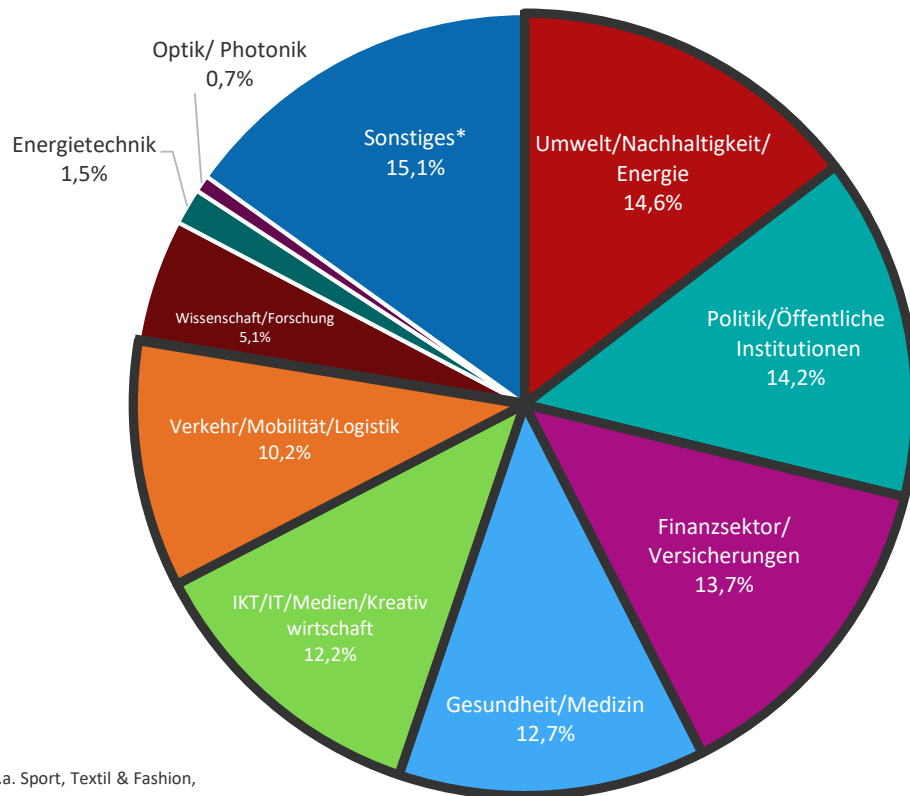
Branchenkompetenz: Die wichtigsten Branchen der Anbieter

Basis: EITW Anbieterbefragung 2024 (nur Berliner Anbieterbetriebe): „Wie war die prozentuale Verteilung der durchgeführten Veranstaltungen nach Branchen?“

Die ausgewiesenen Branchen **Berlins** traten in ihrer **Veranstaltungsintensität unterschiedlich stark** in Erscheinung.

Wichtigste Branchen:

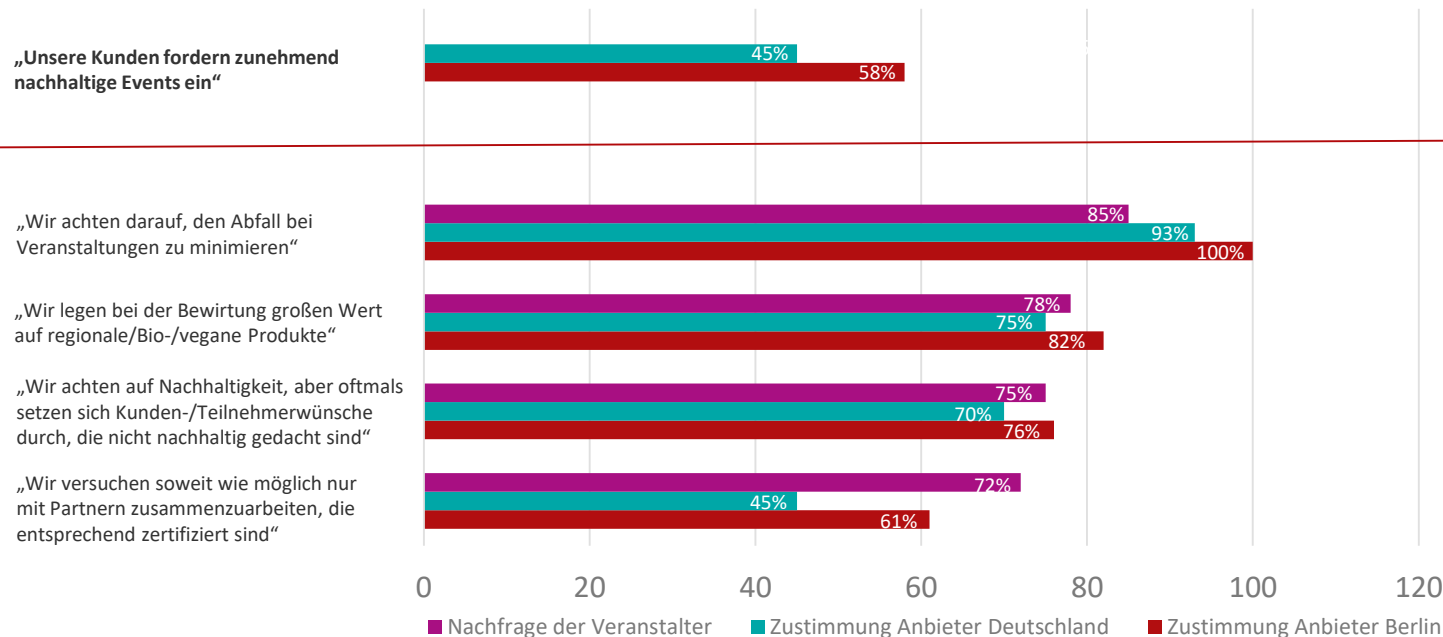
Umwelt/Nachhaltigkeit/Energie,
Politik/Öffentliche Institutionen,
Finanzsektor/Versicherungen,
Gesundheit/Medizin,
IKT/ IT/ Medien/ Kreativwirtschaft
sowie
Verkehr/Mobilität/Logistik



* Branchen, die nicht zur Auswahl standen, wurden unter der Rubrik „Sonstiges“ gesammelt. Dazu gehörten u.a. Sport, Textil & Fashion, Tourismus, Bauwesen, Consulting, Landwirtschaft, Konsumgüter und Handel & Haushaltswaren.

Fokusthema: Nachhaltigkeitsanforderungen von Veranstaltern und Anbietern

Basis: EITW Anbieterbefragung 2024: „Inwieweit stimmen Sie den nachfolgenden Statements zum Thema Nachhaltigkeit zu?“



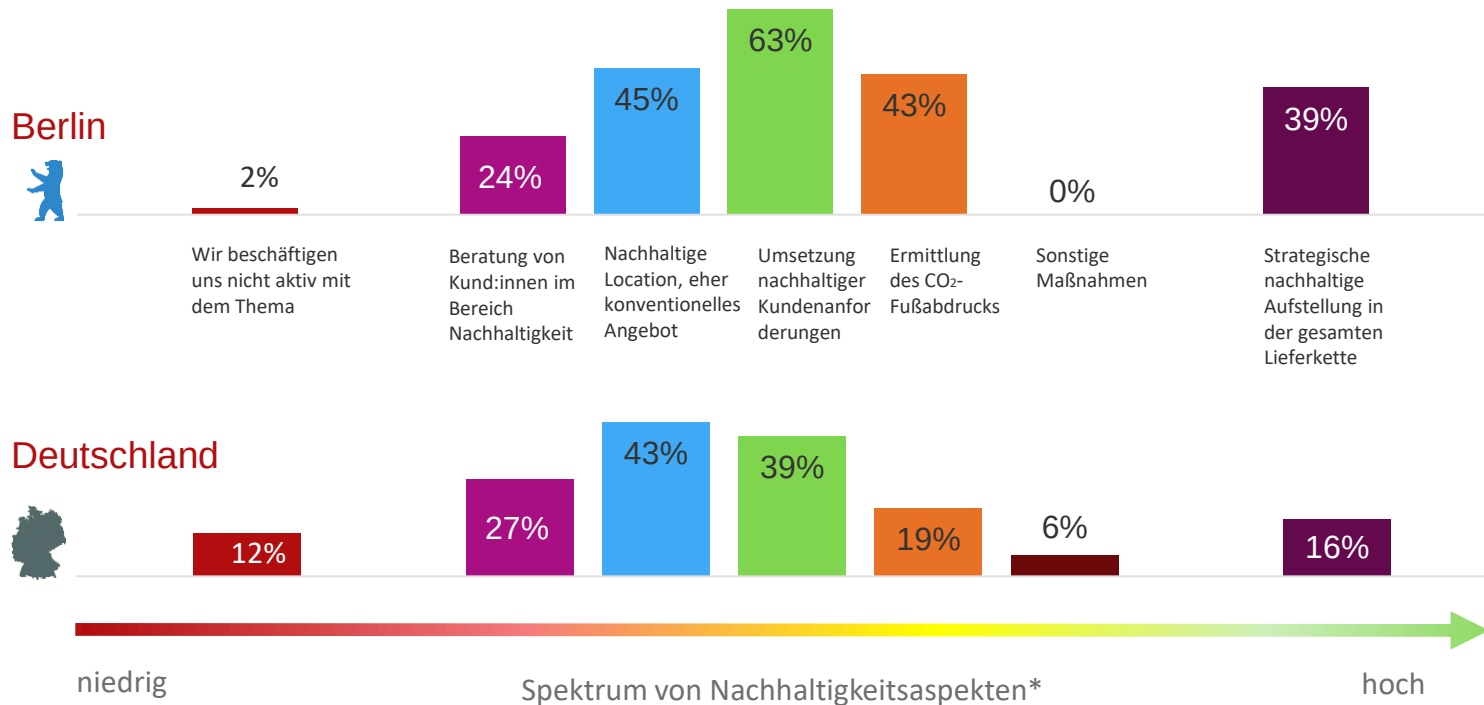
Die Nachfrage nach nachhaltigen Events liegt in **Berlin** über dem Durchschnitt Deutschlands.

Nachhaltigkeit wird somit zum **Erfolgsfaktor** für **Berliner** Anbieterbetriebe.

Berliner Anbieter werden den hohen Nachhaltigkeitsanforderungen von Veranstaltern besser gerecht als im Bundesdurchschnitt.

Fokusthema: Nachhaltigkeit in Berliner Anbieterbetrieben

Basis: EITW Anbieterbefragung 2024: „Wie weit sind Sie in Sachen Nachhaltigkeit?“



Nachhaltigkeit ist in Berliner Anbieterbetrieben weiter entwickelt als deutschlandweit.

Anbieterbetriebe in Berlin sagten mehrheitlich aus, nachhaltige Kundenanforderungen umsetzen zu können.

Rund 40 Prozent der befragten Betriebe gaben an, im gesamten Bereich der Lieferkette strategisch nachhaltig aufgestellt zu sein.

*Anbieter konnten mehrere Nachhaltigkeitsaspekte nennen, welche sie laut eigenen Angaben bereits umsetzen.