

Bundeskonzferenz  
Veranstaltungswirtschaft

**fwd:**

Bundesvereinigung  
Veranstaltungswirtschaft

**LEITBRANCHE DES MITTELSTANDS.  
STATT NISCHENMARKT DER KREATIVEN.**

Strukturbericht Veranstaltungswirtschaft I/2026

## LEITBRANCHE DES MITTELSTANDS- STATT NISCHENMARKT DER KREATIVEN.

**Gesamtwirtschaftliche Bedeutung, Konjunktur und Wettbewerbsfähigkeit: Der sechstgrößte Wirtschaftszweig Deutschlands hat 243.000 Betriebe, 1,13 Mio. Erwerbstätige und eine Position als entscheidender operativer Arm der deutschen Exportwirtschaft.**

### PRÄAMBEL UND LAGEBEURTEILUNG

Dieser **Strukturbericht** zeigt die fundamentale Bedeutung der Veranstaltungswirtschaft als sechstgrößter Wirtschaftszweig auf und beleuchtet die prekäre **Konjunktur- und Stimmungslage zum Jahresauftakt 2026**. Die Realität ist alarmierend. Angesichts eines Geschäftsrückgangs um **35,2 Punkte** in den kommenden sechs Monaten und eines Einbruchs des Auslastungsindex schwindet die Hoffnung der Branchenbetriebe in die Wirtschaftspolitik. Grund sind eklatante **strukturelle Wettbewerbsnachteile**. Während Nachbarländer mit günstigeren Steuersätzen, flexibleren Arbeitszeiten und niedrigeren Lohnnebenkosten punkten, verliert der Wirtschaftsstandort Deutschland zusehends an Attraktivität. Aufträge und Veranstaltungen wandern ab ins Ausland.

Politische Instrumente wie die **Superabschreibung** greifen beim kapitalgeschwächten Mittelstand ins Leere. Die Branche benötigt keine symbolische Politik, sondern echte **Kostenentlastung** und faire Rahmenbedingungen. Dann lässt sich die internationale Wettbewerbsfähigkeit dieses systemrelevanten Sektors sichern.

### 1. BEGRIFFSBESTIMMUNG UND EINORDNUNG: Veranstaltungswirtschaft ist integraler Bestandteil des Mittelstands

Um die wirtschaftspolitische Relevanz zu verstehen, muss mit einem verbreiteten Missverständnis aufgeräumt werden. Die Veranstaltungswirtschaft ist kein Untersegment der Kulturwirtschaft. Sie bildet ein eigenständiger, interdisziplinärer Wirtschaftssektor, der ein Infrastrukturgeber für die gesamte deutsche Wirtschaft ist.

#### 1.1 Definition und Netzwerkstruktur

Die Veranstaltungswirtschaft (international: „events industry“) erbringt die Konzeption, Planung, Organisation, Durchführung und Nachbereitung von Veranstaltungen. Sie ist netzwerkförmig organisiert und bildet für jedes Projekt temporäre Wertschöpfungsketten aus Veranstaltern, Agenturen, Kreativen, Technik-, Service- und Logistikdienstleistern.

#### 1.2 Die 88%-Realität (Business statt Party)

Entgegen mancher politischen Darstellung liegt der Schwerpunkt der Branche nicht auf Freizeit, Unterhaltung und Vergnügen.

- **88% Wirtschaftsveranstaltungen:** Der größte Teil sind B2B-Formate: Kongresse, Tagungen, Messen, Hauptversammlungen, Produkteinführungen, Corporate Events und dergleichen.
- **12% Kultur- und Sportanlässe:** Lediglich ein sehr geringer Anteil entfällt auf klassische Kultur-, Sport- und Unterhaltungsformate.

#### 1.3 Abgrenzung: Dach statt Anbau

Die Veranstaltungswirtschaft ist ein übergeordneter Wirtschaftszweig. Segmente sind u.a. die Kultur-, Kreativ- und Messewirtschaft.

Kriterium	Veranstaltungswirtschaft (Gesamtbranche)	Kultur- und Kreativwirtschaft (Segment)	Messewirtschaft (Segment)
Marktanteil	100% Das Dach.	ca. 6%. Live-Entertainment.	ca. 20%
wirtschaftliche Rolle	eigenständiger Wirtschaftszweig mit gesamtwirtschaftlicher <b>Infrastrukturfunktion</b>	Schwerpunkt auf kultureller und kreativer Schöpfung	Schwerpunkt auf Ausstellungsformate
Wertschöpfungskern	Planung, Produktion, Betrieb als <b>unternehmerische Dienstleistung</b>	künstlerische und kulturelle Inhalte	Organisation von Messen und Ausstellungen
Primärlogik	<b>dienstleistungsbasiert</b> , B2B-fokussiert	inhaltsbasiert, B2C-fokussiert	plattformorientiert
politische Verortung	<b>Mittelstands- und Wirtschaftspolitik</b>	Kulturpolitik	Wirtschaftspolitik

## 2. ÖKONOMISCHE FAKTEN: Veranstaltungswirtschaft ist ein Schwergewicht der Realwirtschaft

Die Branche ist keine Nische, sondern eine tragende Säule des tertiären Sektors mit industriellen Ausmaßen (Datenbasis: Meta-Studie R.I.F.E.L. 2020).

- **Wirtschaftsmacht:** Mit einem Kernumsatz von ca. **81 Mrd. Euro** (direkt) und einer gesamtwirtschaftlichen BIP-Wirkung von ca. **151 Mrd. Euro** (inkl. indirekter Effekte) rangiert die Branche direkt hinter bekannten deutschen Industriezweigen, wie der Automobil oder Maschinenbauindustrie.
- **Arbeitsmarktmotor:** **1,13 Mio. Erwerbstätige** finden hier Arbeit. Rechnet man die indirekt abhängigen Arbeitsplätze hinzu, sichert die Branche **1,94 Mio. Jobs**. Von hochspezialisierten Ingenieuren bis zu Logistikexperten. Davon sind allein **1 Mio.** für wirtschaftsbezogene Veranstaltungen tätig.
- **Mittelständische Struktur:** Mit **243.000 Unternehmen** und davon 118.000 Kleinunternehmen ist die Branche v.a. mittelständisch geprägt, oft inhabergeführt, dezentral organisiert und regional in jedem Bundesland fest verwurzelt.

### 3. KONJUNKTUR UND STIMMUNGSBILD 2025/2026: strukturelle Krise statt Aufschwung

Die Lage der deutschen Veranstaltungswirtschaft ist ernst. Trotz der hohen volkswirtschaftlichen Bedeutung kämpft die Branche auch 2025 und 2026 noch stark mit Altlasten aus der Pandemiekrise und verliert durch strukturelle Nachteile weltweit den Anschluss.

**3.1 Coronaspätfolgen und finanzielle Altlasten.** Die Branche leidet weiterhin unter den tiefen Einschnitten der Pandemie. Ohne die damaligen Überbrückungshilfen wäre die Champions-Branche heute nicht mehr da. Hierfür gebührt der Politik klarer Dank. Die tiefere Realität in den Bilanzen offenbart jedoch viel mehr:

- **Schuldendienst bis 2026:** Bei vielen Mittelständlern deckten die Hilfsprogramme nur ca. 2/3 der realen Verluste. Das verbliebene Drittel musste – bei fast zwei Jahren Berufsverbot – eigenfinanziert werden. Diese Kredite müssen noch bis **Sommer 2026** getilgt werden, was jegliche Investitionskraft für die Zukunft vernichtete.
- **Rechtsunsicherheit, Schlussabrechnungen:** Aktuell drohen existenzbedrohende Rückforderungen, da bei den Schlussabrechnungen Positionen wie **Leasingkosten** meist nicht als Fixkosten anerkannt werden. Und zwar obwohl diese Posen für Technikdienstleister unkündbar weiterliefen. Auch die unterschiedliche Auslegung des Beihilferegimes sorgt schmerzlich für administrative Verunsicherung.

**3.2 Stimmungstief und negatives Geschäftsklima.** Seit Sommer 2025 ist die Stimmung in der Branche grundlegend gekippt.

- **Absturz der Erwartungen:** Die Hoffnung auf schnelle wirtschaftspolitische Impulse der neuen Regierung wurde enttäuscht.
- **RIFEL- und ifo-Daten:** Der **Auslastungsindex ist um 20% eingebrochen**. Der **ifo-Geschäftsklimaindex für die Veranstaltungswirtschaft** liegt mit **19,4 Punkten** tief im negativen Bereich. Die Prognose zur Entwicklung der Geschäftslage in den nächsten sechs Monaten hat sich kontinuierlich verschlechtert und liegt nun bei einem alarmierenden **Einbruch von 35,2 Punkte**. Wir sind weit entfernt von einer Erholung auf das Vorkrisenniveau mit einer Lücke von rund 20% zur Wirtschaftsleistung von 2019.

**3.3 Spezifische Wachstumsbremsen und Wettbewerbsverzerrung.** Deutsche Unternehmen verlieren Marktanteile an das europäische Ausland, da die Rahmenbedingungen hierzulande nicht mehr konkurrenzfähig sind:

- **Veralteter Bewirtungsfreibetrag:** Die steuerliche Freigrenze für Betriebsveranstaltungen liegt seit 2001 unverändert bei **110 Euro**. Inflationsbereinigt sowie gemäß Bundesrechnungshof und dessen Kritik ab 2011 müsste dieser Wert längst bei **über 160 Euro** min. zwei Mal jährlich liegen. Diese Benachteiligung führt dazu, dass Unternehmen Mitarbeiterveranstaltungen im europäischen Ausland durchführen, wo die Kostenanerkennung attraktiver ist.
- **Steuerliche Nachteile:** Während Unternehmen in den **Niederlanden, Frankreich und Spanien** oft von niedrigeren effektiven Steuersätzen profitieren, liegt die Steuerlast hierfür in Deutschland bei knapp 30%. Hinzu kommt der nachteilige deutsche Sonderweg der **Gewerbesteuerhinzurechnung** für Mieten. Da Veranstaltungsdienstleister sehr viel Material anmieten, entsteht ihnen ein **kalkulatorischer Preisnachteil von ca. 15%** gegenüber ausländischen Anbietern auf dem deutschen Markt.
- **Arbeitsmarktregulatorik und Lohnkosten:** Ausländische Wettbewerber nutzen die **europäische Arbeitszeitrichtlinie** samt flexibler Wochenarbeitszeit. Deutsche Firmen sind im starren **Tagesarbeitszeitgesetz** gefangen, was bei Events ineffiziente Schichtwechsel erfordert. Gepaart mit den im EU-Vergleich sehr hohen deutschen **Lohnnebenkosten** entsteht hier ein **struktureller Kostennachteil von über 40%** gegenüber europäischen Anbietern.
- **Finanzierungsklemme und Rating:** Banken sind überaus restriktiv (Credit Crunch). Aufgrund der Coronadelle in den Bilanzen werden Unternehmen aus der Veranstaltungswirtschaft als Risikofälle eingestuft und stigmatisiert, obwohl deren operatives Geschäft funktioniert.

### 3.4 Zusammenfassung: enttäuschte Erwartungen

Das Stimmungsbild ist negativ, weil die Hoffnungen an die neue Regierung groß waren. Auf der **Bundeskonzferenz Veranstaltungswirtschaft** hat die Branche klare Signale gesetzt. Die Veranstaltungswirtschaft benötigt dringend eine Senkung der Unternehmenssteuern und eine Flexibilisierung der Wochenarbeitszeit, um wieder wettbewerbsfähig zu sein. Instrumente wie die **Superabschreibung** helfen diesem Dienstleistungssektor **nicht**. Die Unternehmen sind nach der Krise zu ertragschwach, um von

Abschreibungen zu profitieren. Im Gegenteil: Künstliche bilanzielle Verluste verschlechtern das Banken-Rating weiter und gefährden die Existenz. Die Branche braucht keine Abschreibung, sondern Kostenentlastung.

## 4. EXPORTSCHAUFENSTER: Veranstaltungswirtschaft bietet die unverzichtbare Vertriebsinfrastruktur

Deutsche Ingenieurskunst wird nicht per Mausklick verkauft. Komplexe Investitionsgüter benötigen den physischen Raum zur Erklärung. Die Veranstaltungswirtschaft ist hierbei weit mehr als Präsentationsfläche. Sie ist das effizienteste Vertriebsinstrument der deutschen Wirtschaft. **4.1 Priorität Nummer 1 im Marketingmix**

Für den deutschen B2B-Mittelstand sind Fachveranstaltungen und Messen nach dem persönlichen Direktvertrieb das wichtigste Instrument zur Geschäftsanbahnung, wie Erhebungen des Bundesverband Industrie Kommunikation (BVIK) und ifo-Institut zeigen.

- **Budgetpriorität:** Laut der aktuellen Studie B2B-Marketing-Budgets des BVIK fließen ca. **40% des gesamten Marketingbudgets** deutscher Industrieunternehmen in Business-Events, Live-Kommunikation und Messen. Damit sind Veranstaltungen der mit Abstand größte Einzelposten. Unternehmen investieren hier viel, weil der Return on Invest (ROI) durch direkte Vertragsabschlüsse messbar ist.

### 4.2 Transaktionskostenvorteil: Effizienz schlägt Außendienst

Die Kundengewinnung über Wirtschaftsveranstaltungen ist um ein Vielfaches kosteneffizienter als der klassische Außendienst.

- **Cost-per-Lead:** Laut ifo-Institut und AUMA ist ein qualifizierter Erstkontakt auf einer Fachveranstaltung oder Messe etwa **65% günstiger** als im klassischen Außendienst. Während ein Außendienstbesuch mit Reisezeit und Spesen rund 500 Euro kostet, bündelt ein Event hunderte Kontakte an einem Ort. Das Pull-Prinzip, bei dem der Kunde zum Produkt kommt, senkt die Transaktionskosten für den deutschen Mittelstand maßgeblich.

### 4.3 Haptisches Erleben als Abschlussbeschleuniger

Digitale Kanäle können informieren, aber selten komplexe Abschlüsse erlangen. Bei Investitionsgütern wie Maschinen und Anlagen sind haptisches Erleben und persönliches Vertrauen entscheidend. Die Veranstaltungswirtschaft verkürzt den Sales Cycle deutlich.

## 5. GLOBAL CHAMPIONS: Veranstaltungswirtschaft bietet deutsche Exzellenz auf der Weltbühne

Deutsche Veranstaltungsdienstleister sind weltweit führend und genießen einen Ruf ähnlich dem „German Engineering“. Sie liefern die kritische Infrastruktur für die größten Ereignisse der Welt.

- **Sportgroßevents:** Egal wo auf der Welt eine **Fußballwelt- und Europameisterschaft** oder **Olympischen Spiele** stattfinden, im Hintergrund garantieren deutsche Mittelständler den Erfolg. Deutsche Betriebe liefern die temporäre Infrastruktur vom komplexen **Zelt- und Tribünenbau** über die **Energieversorgung** bis hin zu **Möbeln** und hochspezialisierter **Veranstaltungstechnik**.
- **Politik und Weltwirtschaft:** Auch das **Weltwirtschaftsforum in Davos**, **G7-Gipfel** oder **UN-Klimakonferenzen** werden von deutscher Ingenieursleistung für Sicherheitsinfrastruktur, Raumlösungen und Konferenztechnik getragen.
- **Vertrauen der Weltkonzerne:** Globale Marken wie z.B. **Nike USA** verlassen sich bei ihren weltweiten Produktpräsentationen auf die Umsetzungsstärke deutscher Dienstleister. Deutschland ist hier unangefochtener Weltmarktführer in der Umsetzungsqualität.

## 6. EUROPÄISCHE WETTBEWERBSFÄHIGKEIT: Veranstaltungswirtschaft noch auf Nummer 1

Deutschland ist **noch** der umsatzstärkste Einzelmarkt für Veranstaltungen in Europa. Doch diese Position bröckelt.

- **Warnsignal, Abwanderung nach Südeuropa:** Wir verlieren akut Marktanteile an Destinationen wie **Spanien (Barcelona, Madrid)** oder Portugal. Internationale Kongressveranstalter und Geschäftskunden verlagern ihre Buchungen ins Ausland.
- **Mangelnde Willkommenskultur und City Branding:** Ein Nachteil ist die fehlende sichtbare Begeisterung für Veranstaltungen in deutschen Städten. Während Städte wie Lissabon z.B. beim Web Summit oder Barcelona die gesamte Stadt beflaggen und das Event im Stadtbild sichtbar begrüßen (City Dressing), scheidet dies in Deutschland oft an kommunalen Vorschriften. Eine offensive Standortvermarktung, wie sie auch **Saudi-Arabien, Großbritannien** oder **Österreich** betreiben, fehlt hierzulande oft. Internationale Veranstalter nehmen Deutschland als kompliziert und wenig einladend wahr.
- **Fluganbindung:** Während internationale Drehkreuze wieder voll ausgelastet sind, leiden deutsche Standorte unter reduzierten Kapazitäten und hohen Preisen. Ohne exzellente Erreichbarkeit wandert das Geschäft ab.
- **Dienstleister unter Druck:** Gleichzeitig dringen Anbieter aus den **Niederlanden, Frankreich und Spanien** aggressiv in den deutschen Markt ein. Sie profitieren substanzial von der **europäischen Arbeitszeitrichtlinie** bzw. Wochenarbeitszeit, während deutsche Anbieter durch das starre **Arbeitszeitgesetz** (Acht- bzw. Zehnstundentag) ausgebremst werden. Die Regelung geht an der Realität von Events vorbei. Hinzu kommen signifikant niedrigere Lohnnebenkosten in deren Heimatländern.
- **Kostenfazit:** Durch diese strukturellen Nachteile ist der Standort Deutschland in der Gesamtkalkulation oft **30 bis 40% teurer** als europäische Alternativen.

## 7. REGIONALE WERTSCHÖPFUNG: Veranstaltungswirtschaft bringt Konjunkturprogramm für Kommunen

Jeder Euro Umsatz in der Veranstaltungswirtschaft führt zu weiteren fünf bis sieben Euro Umsatz in der lokalen Wirtschaft- die Branche erwirtschaftet spürbare Umwegrentabilität.

- **Kaufkraftinjektion:** Ein internationaler Gast auf einer Business-Veranstaltung gibt laut aktuellen Studien im Durchschnitt ca. **325 Euro pro Tag** aus. Signifikant mehr als normale Touristen. Diese enorme Kaufkraft fließt direkt in den lokalen Einzelhandel, das Handwerk und das Gastgewerbe.
- **Steueraufkommen:** Die durch Veranstaltungen verursachten Steuereinnahmen für Bund, Länder und Kommunen liegen bei über **5,4 Mrd. Euro jährlich**.
- **Geschäftsreisemotor:** Über **50% aller Geschäftsreisen** haben Veranstaltungen als Ziel mit ca. 53 Mrd. Euro Umsatz/Jahr. Ohne Business-Events sind Hotels und Gastronomie in vielen Innenstädten nicht überlebensfähig.

## 8. GLOBALE MARKTDATEN UND ZUKUNFTSPOTENZIAL

Die Veranstaltungswirtschaft ist ein globaler Innovationsmotor und Wachstumsmarkt im Billionenbereich.

### 8.1 Globale Marktmacht und europäische Relevanz

- **Globales Marktvolumen:** Die weltweite Events Industry hat ein Volumen von **1,2 Billionen USD (2023)** und wird bis 2032 auf über **2 Billionen USD** anwachsen (Quelle: Allied Market Research / Grand View Research).
- **Europäische Relevanz:** Europa hält nach Nordamerika den zweitgrößten Marktanteil mit ca. 35%. Deutschland bildet hier das wirtschaftliche Gravitationszentrum.

### 8.2 Wachstumsmarkt Live und High Trust

Die Branche wächst mit einer jährlichen Rate von über 10–12%. In einer „Zero-Trust-Ära“ von KI und Deepfakes wird die physische, nicht manipulierbare Begegnung zur Premiumwährung mit hohen Vertrauenwerten. Unternehmen investieren deshalb heute in reale Live-Kommunikation statt in rein digitale Werbung. Denn dort haben sie deutlich weniger Streuverluste. Die Wirkung durch echte Interaktion ist signifikant höher.

### 8.3 INNOVATION: Veranstaltungswirtschaft als Pilotbranche der Circular Sharing Economy

Die Veranstaltungswirtschaft ist der Pionier der Sharing Economy, da ihr Geschäftsmodell seit jeher basiert auf der temporären Nutzung von Ressourcen (Miete statt Kauf, temporäre Bauten). Sie hat dieses Modell über Jahrzehnte perfektioniert.

- **Marktpotenzial:** Der globale Markt für Circular- und Sharing-Modelle wächst rasant. Ausgehend von einem aktuellen Marktvolumen von ca. **310 Mrd. USD** wächst der Sektor mit einer durchschnittlichen jährlichen Wachstumsrate von ca. **24,8%** auf prognostizierte **1,4 Billionen USD 2030**.
- **Wertschöpfung:** Durch zirkuläre Modelle wie Miete, Wartung, Refurbishment von Veranstaltungstechnik und Messebau können laut BCG über **200 Mrd. Euro Wertschöpfung** zurück nach Deutschland geholt werden, anstatt in lineare Wegwerfprodukte abzufließen.
- **Arbeitsplätze:** Es gibt ein Potenzial von ca. **700.000 neuen Arbeitsplätzen** in Europa, die nicht verlagert werden können.

## 9. STRATEGISCHE VERNETZUNG UND POLITISCHE REPRÄSENTANZ

Die Branche ist keine lose Sammlung von Akteuren, sondern professionell und hochgradig organisiert.

- **Das Sprachrohr in Land und Bund:** Die (**fwd**) **Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft** bündelt als Spitzenverband die Interessen der gesamten Veranstaltungswertschöpfungskette, von Agenturen über Technik und Messebau bis zu Soloselbstständigen.
- **Strategische Allianzen:** Gemeinsam mit der Messewirtschaft (AUMA) und angrenzenden Branchen (Reisewirtschaft, Gastgewerbe) decken wir den gesamten veranstaltungsbezogenen Markt ab.
- **Verankerung in der Wirtschaft:** Als zentrale Experten für **Produkt- und Markenpräsentation** sind wir fest in den Strukturen der deutschen Wirtschaft verankert. Insbesondere im **DIHK**, **Wirtschaftsrat der CDU**, **Wirtschaftsforum der SPD** und weiteren Verbänden existieren eigene Sektionen der Veranstaltungswirtschaft. Experten sind direkt in Arbeitsgruppen vertreten, um ihre Bedeutung als Mittelstandsmotor zu erfüllen.
- **Interdependenz:** Da über 50% aller Geschäftsreisen veranstaltungsbedingt sind (53 Mrd. Euro), existiert eine starke Vernetzung mit Hotellerie, Gastronomie, Verkehr und Einzelhandel.
- **Synchronisierung:** Mit der **Bundeskonferenz Veranstaltungswirtschaft** wurde eine neutrale Plattform geschaffen, wo Partikularinteressen innerhalb der Gesamtbranche jährlich abgestimmt, synchronisiert und gebündelt werden. Das Ergebnis ist ein **Forderungsmemorandum**, das die wirtschaftspolitischen Handlungsfelder der Branche verbindlich definiert.

## 10. WIRTSCHAFTSPOLITISCHE HERAUSFORDERUNGEN: gefährdete Substanz der Veranstaltungswirtschaft

Trotz globaler Erfolge ist die Substanz der Branche bedroht. Die Veranstaltungswirtschaft darf politisch nicht länger als „nice to have“ behandelt werden, sondern als industrielle Wirtschaftsgrundlage..

### 10.1 Wettbewerbsverzerrung im EU-Binnenmarkt

Nachbarländer (Frankreich, Niederlande sowie Südeuropa) locken internationale Events mit staatlicher Unterstützung, weniger Bürokratie und besserer Infrastruktur an.

## 10.2 Kostenexplosion und Substanzverlust

Die Unternehmen haben nach der Pandemie abgeschmolzene Eigenkapitaldecken, während die Kosten übermäßig wachsen. Renditen brechen um bis zu 70% ein.

- **Mindestlohn:** +26,3% binnen zwei Jahren
- **Energiekosten:** +80%
- **Logistikkosten:** +60% Maut wegen einer verfehlten Handwerkerregelung

## Finanzierung: Verdreifachung der Kapitalkosten **10.3 Fehlgeleitete Steuerpolitik: die Superabschreibung scheitert**

Die aktuell diskutierten Maßnahmen gehen an der Realität der Branche vorbei.

- **Investitionsfalle für den Mittelstand:** Die geplante Superabschreibung hilft dem geschwächten Mittelstand nicht. Viele Unternehmen haben ihre Gewinne in den Krisenjahren eingebüßt. Wer jetzt das letzte Drittel seiner verbliebenen Gewinne künstlich durch Abschreibungen in eine Verlustzone drückt, gefährdet sein **Banken-Rating** und damit die Existenzfähigkeit seines Unternehmens. Diese Maßnahme wird der Mittelstand kaum in Anspruch nehmen. Sie nützt einseitig konzernstrukturierten Großunternehmen.
- **Dienstleistungsproblem:** Der Dienstleistungssektor ist personal- und expertiseintensiv. Abschreibungsinstrumente für schweres Anlagevermögen greifen hier ins Leere.
- **Senkung der Unternehmenssteuern gefordert:** Um wettbewerbsfähig zu bleiben, ist eine Senkung der Unternehmenssteuern zwingend. Während Deutschland bei knapp 30% Gesamtbelastung liegt, sind westeuropäische Wettbewerber wirtschaftsfreundlich:
  - **Österreich:** 23%
  - **Spanien:** 25%
  - **Niederlande:** 25,8% bei oft günstigerer effektiver Belastung
  - **Schweden:** 20,6 %Eine Senkung auf 25% brächte Deutschland lediglich ins obere Drittel der europäischen Tabelle. Es könnte aber den Anschluss an das Mittelfeld wiederherstellen. Aktuell sind wir ein Hochsteuerausreißer.
- **Kalkulatorischer Nachteil der Gewerbesteuerhinzurechnung:** Hinzu kommt der deutsche Sonderweg der Gewerbesteuerhinzurechnung. Denn für kurzfristige Anmietungen von Technik und Equipment – als Kernbeschaffung der Branche – werden fiktive Kosten hinzugerechnet und besteuert. Das gibt es im Ausland nicht und führt zu einem **kalkulatorischen Preisnachteil von ca. 15%** gegenüber z.B. niederländischen oder französischen Anbietern auf dem deutschen Markt.

## 10.4 Arbeitskosten und Bürokratie als Wettbewerbsbremse

Auch bei Arbeitskosten und Flexibilität hat Deutschland seine Wettbewerbsfähigkeit verloren.

- **Arbeitskostennachteil, Lohnnebenkosten:** Deutschland weist im EU-Vergleich extrem hohe Arbeitskosten mit Bruttolöhnen und Lohnnebenkosten auf. Mit durchschnittlich über **41 Euro pro Arbeitsstunde** (Statistisches Bundesamt, Eurostat) liegt Deutschland weit über Wettbewerbern wie **Spanien mit 24 Euro** oder **Italien mit 30 Euro**. Auch gegenüber **Frankreich** und den **Niederlanden** wächst der Nachteil, da dort die Systeme oft flexibler sind. Da Veranstaltungen personalintensiv sind (Service, Sicherheit, Technik, Crew), wirkt sich dieser Kostenblock unvermittelt auf den Endpreis aus. Dies führt zu einem **strukturellen Wettbewerbsnachteil von über 40%** bei den Personalkosten gegenüber europäischen Wettbewerbern.
- **Ausufernde Bürokratie um die Sonntagsarbeit:** Während **Bäckerhandwerk** und Landwirtschaft Branchenlösungen haben, muss in der Veranstaltungswirtschaft jede Sonntagsarbeit etwa für Auf- und Abbau aufwendig einzeln beantragt werden. Absurderweise muss die Genehmigung oft im **Ursprungsland des Unternehmens**, dem Firmensitz, beantragt werden, auch wenn die Arbeit in einem anderen Bundesland stattfindet. Dies führt zu überbordenden Verwaltungsakten.
- **Ausufernde Dokumentation:** Für LKW-Fahrten an Sonn- und Feiertagen müssen detaillierte Streckennachweise über das ganze Jahr dokumentiert werden.
- **Tages- statt Wochenarbeitszeiten:** Während die **europäische Arbeitszeitrichtlinie** flexible Wochenarbeitszeiten ermöglicht, was etwa Österreich und die Niederlande nutzen, hält Deutschland starr am **Achtstundentag** fest. Die geht an der Veranstaltungsrealität vorbei.
- **Folge:** Ausländische Dienstleister können in Deutschland günstiger anbieten, da sie diese bürokratischen Hürden umgehen und unter ihrem flexibleren Heimatrecht handeln.

## 10.5 Die Lösung: im Forderungsmemorandum

Die Branche fordert keine Subventionen, sondern faire Rahmenbedingungen. Das Forderungsmemorandum der Bundeskonferenz Veranstaltungswirtschaft liefert über 30 konkrete, lösungsorientierte Punkte. Die Regierung soll diese nutzen. Nicht als Kulturförderung, sondern als reale Wirtschaftspolitik, um die beschriebene Abwanderung zu stoppen.

## FAZIT: deutsche Marktführerschaft der Veranstaltungswirtschaft nicht verspielen

Die Veranstaltungswirtschaft ist keine Nebensache für gute Zeiten. Sie ist eine **Ermöglicherbranche** der deutschen Wirtschaft. Sie macht Veranstaltungen zum Schaufenster, in dem deutsche Industrieweltmarktführer ihre Produkte zu Märkte tragen. Ohne diese Bühnen bleibt „Made in Germany“ unsichtbar.

Da 50% aller geschäftlichen Hotelübernachtungen und Taxifahrten sowie Milliardenumsätze im Einzelhandel direkt von Events abhängen, liegt mit der Veranstaltungswirtschaft eine systemrelevante und wirtschaftliche Infrastruktur vor. Doch dieser Motor stottert. Die Branche ist nach der Pandemie nicht auf Vorkrisenniveau zurück. Viele der 243.000 Betriebe tragen noch Coronaschulden ab.

Die Bundeskonferenz Veranstaltungswirtschaft stellt als einziger Akteur gebündelt die Realität aller Marktsegmente dar. Von der Agentur über den Techniker bis zum Veranstalter. Sie hat schnell wirksame Stellschrauben im Forderungsmemorandum identifiziert.

**Roland Berger** definiert Kultur und das kreative Umfeld als einen der **wichtigsten weichen Standortfaktoren** im globalen Wettbewerb um Talente und Investoren. Die Veranstaltungswirtschaft schafft diese Attraktivität. Wenn wir diese Infrastruktur verlieren, verliert der Standort Deutschland seine Strahlkraft. Lassen Sie uns die Rahmenbedingungen aus Steuern, Arbeitszeit und Bürokratie jetzt korrigieren. Dann können wir dem deutschen Mittelstand auch weiterhin die Weltbühne bauen.

## EXECUTIVE SUMMARY Q1/2026

### LEITBRANCHE DES MITTELSTANDS. STATT NISCHENMARKT DER KREATIVEN.

**Gesamtwirtschaftliche Bedeutung, Konjunktur und Wettbewerbsfähigkeit des sechstgrößten Wirtschaftszweigs in Deutschland mit 243.000 Betrieben und 1,13 Mio. Erwerbstätigen.**

## PRÄAMBEL UND LAGEBEURTEILUNG

Dieser Bericht zeigt die kritische Lage der Veranstaltungswirtschaft als systemrelevante Schlüsselindustrie. Während die Veranstaltungswirtschaft als **operativer Arm der deutschen Exportwirtschaft** wirkt, ist die Stimmung zum Jahresauftakt 2026 alarmierend schlecht. Eine Geschäftsentwicklung von **-35%** und strukturelle Wettbewerbsnachteile (Steuern, Arbeitskosten, Bürokratie) gegenüber dem EU-Ausland gefährden die Substanz. Politische Instrumente wie die **Superabschreibung** greifen im kapitalgeschwächten Dienstleistungssektor nicht. Sie helfen einseitig gewinnstarken Großkonzernen, nicht aber dem noch an Coronafolgen leidenden Mittelstand. Die Branche benötigt keine Symbolpolitik, sondern echte **Kostenentlastung**, um die Abwanderung von Veranstaltungen ins Ausland zu stoppen.

## 1. BEGRIFFSBESTIMMUNG UND EINORDNUNG: Veranstaltungswirtschaft ist integraler Bestandteil des Mittelstands

Die Veranstaltungswirtschaft ist kein kulturelles Nischensegment, sondern ein industrieller Infrastrukturgeber.

- **Netzwerkindustrie:** komplexe Wertschöpfungskette aus Veranstaltern, Agenturen, Technik, Messebau und Logistik
- **88% Wirtschaftsveranstaltungen:** Der Kernmarkt sind B2B-Formate wie Kongresse, Messen und Corporate Events. Nur 12% entfallen auf Freizeit, Kultur und Sport.
- **Das Dach:** Sie ist der übergeordnete Wirtschaftszweig, darunter sind Messe- und Kreativwirtschaft Teilsegmente.

## 2. ÖKONOMISCHE Fakten: Veranstaltungswirtschaft ist ein Schwergewicht der Realwirtschaft

Datenbasis: Metastudie R.I.F.E.L. 2020

- **Wirtschaftsmacht:** sechstgrößter Wirtschaftszweig mit **81 Mrd. Euro Kernumsatz** und **151 Mrd. Euro BIP-Wirkung**
- **Arbeitsmarkt:** **1,13 Mio. direkte Erwerbstätige** und **1,94 Mio. Jobs** inkl. indirekter Effekte
- **Struktur:** **243.000 Unternehmen**, mittelständisch geprägt, regional verwurzelt

## 3. KONJUNKTUR UND STIMMUNGSBILD 2025/2026: strukturelle Krise der Veranstaltungswirtschaft

Die Branche kämpft mit Coronaaltlasten und verliert durch politische Standortnachteile den Anschluss.

### 3.1 Coronaspätfolgen und finanzielle Altlasten

Die Hilfsprogramme deckten oft nur zwei Drittel der Verluste ab. Das verbliebene Drittel musste über fast zwei Jahre Berufsverbot eigenfinanziert werden. Entsprechende Kredite belasten die Bilanzen noch bis Sommer 2026 mit Schuldendienst. Hinzu kommt die Rechtsunsicherheit bei Schlussabrechnungen wie die Nichtanerkennung von Leasing als Fixkosten, was Existenzen bedroht.

### 3.2 Negativrekord bei Stimmung und Auslastung

- **RIFEL-Institut, Negativrekord:** Der Auslastungsindex ist laut dem *Research Institute for Exhibition and Live-Communication (RIFEL)* seit Sommer 2025 um **-35% dramatisch eingebrochen**.
- **ifo-Institut:** Der Geschäftsklimaindex für die Veranstaltungswirtschaft liegt bei **-19,4 Punkten**. Der Geschäftsausblick für die kommenden sechs Monate ist auf **-35%** abgestürzt.

### 3.3 Die spezifischen Wachstumsbremsen

- **Wirkungslose Superabschreibung:** Das Instrument verfehlt den Dienstleistungssektor und nutzt einseitig gewinnstarken Konzernen. Dem geschwächten Mittelstand hilft es nicht. Im Gegenteil: Wer verbliebene Gewinne künstlich durch Abschreibungen ins Minus drückt, ruiniert sein **Banken-Rating** und gefährdet die Refinanzierung.

- **Steuerliche Benachteiligung im EU-Vergleich:** Mit knapp 30% Gesamtbelastung ist Deutschland ein Hochsteuerland. Um Anschluss an günstigere Wettbewerber wie **Österreich mit 23%**, **Frankreich und Spanien mit 25%** sowie die **Niederlande mit 25,8%** zu halten, ist eine Senkung auf **mindestens 25%** zwingend.
- **Gewerbesteuerhinzurechnung:** Zusätzlich belastet Deutschland seine Unternehmen mit der Hinzurechnung von Mieten für bewegliche Wirtschaftsgüter bei der Gewerbesteuer. Da die Eventbranche Zumietungen braucht, entsteht hier ein weiterer **kalkulatorischer Preisnachteil von ca. 15%** gegenüber ausländischen Anbietern.
- **Veralteter Bewirtungsfreibetrag:** Seit 2001 ist er bei **110 Euro** eingefroren. Eine realistische Forderung sind **300 Euro** entsprechend einer Kritik des Bundesrechnungshofs. Folge ist die Abwanderung von Mitarbeitererevents ins Ausland.
- **Finanzierungsklemme:** Banken verweigern Wachstumskredite aufgrund der Coronadelle im Rating (Credit Crunch).

#### 4. EXPORTSCHAUFENSTER: Veranstaltungswirtschaft bietet unverzichtbare Vertriebsinfrastruktur

Ohne Messen und Produktpräsentation gelingt kein Export komplexer Güter.

- **Messen sind Marketingpriorität Nr. 1:** Laut BVIK-Studie fließen 40% der B2B-Marketingbudgets in Messen und Events als größte Einzelposten.
- **Effizienz:** Ein Kundenkontakt auf einer Veranstaltung ist **ca. 65% günstiger** als im Außendienst laut ifo-Institut und AUMA.
- **Sales Cycle:** Schneller Verkauf. Haptisches Erleben verkürzt Vertriebszyklen bei Investitionsgütern.

#### 5. GLOBAL CHAMPIONS: Veranstaltungswirtschaft bietet deutsche Exzellenz auf der Weltbühne

Deutsche Dienstleister stehen für German Engineering in der Live-Kommunikation.

- **Weltweite Mandate:** Bei **Olympia, Fußball-WM und -EM, G7-Gipfel, WEF Davos** liefern deutsche Mittelständler Zeltbau, Energie, Möbel, Technik und alles weitere.
- **Großkonzerne:** Weltkonzerne wie Nike USA vertrauen auf deutsche Umsetzungsqualität. Deutschland ist Qualitätsweltmarktführer.

#### 6. EUROPÄISCHER WETTBEWERB: Veranstaltungswirtschaft ist noch Nummer 1

Die deutsche Marktposition bröckelt akut.

- **Abwanderung:** Großkunden und Verbände verlagern Events nach **Spanien, Portugal oder Frankreich**.
- **Gründe:** bessere Flügenbindungen, attraktiveres City-Branding mit lokaler Willkommenskultur und **signifikant günstigere Rahmenbedingungen** im Ausland
- **Druck:** Wettbewerber aus Frankreich und den Niederlanden dringen aggressiv in den deutschen Markt, begünstigt durch ihre flexiblen EU-Arbeitszeitmodelle.

#### 7. REGIONALE WERTSCHÖPFUNG: Veranstaltungswirtschaft bringt das Konjunkturprogramm für Kommunen

- **Kaufkraft:** Ein geschäftlicher Messegast gibt **325 Euro pro Tag** in der Messestadt aus.
- **Steuern:** **5,4 Mrd. Euro** veranstaltungsinduzierte Steuereinnahmen jährlich
- **Reisemotor:** Über **50% aller Geschäftsreisen** im Rahmen von 53 Mrd. Euro sind veranstaltungsbedingt.

## 8. GLOBALE MARKTDATEN UND INNOVATIONSPOTENZIAL

Ein Billionenmarkt im Wandel.

- **Volumen:** globaler Anstieg von 1,2 (2023) auf **2 Billionen USD** (2032)
- **Pilotbranche der Kreislaufwirtschaft (Circular Economy):** Die Veranstaltungswirtschaft ist die **prädestinierte Pilotbranche** für nachhaltiges Wirtschaften. Ihre Geschäftsmodelle basieren nicht auf Eigentum und Verbrauch, sondern auf **temporärer Nutzung** und Wiederverwendung (Miete statt Kauf). Die Betriebe beherrschen logistische Kreisläufe für Gütermehrfachnutzungen in Perfektion. Diese Expertise hat ein Wertschöpfungspotenzial von **200 Mrd. Euro** und schafft **700.000 zukunftssichere Arbeitsplätze** in Europa.
- **Wunsch nach High Trust:** In der Zero-Trust-KI-Ära wird die physische Begegnung zur vertrauensstarken Premiumwährung.

## 9. STRATEGISCHE VERNETZUNG UND POLITISCHE REPRÄSENTANZ

Die Branche ist professionell organisiert.

- **Branchenstimme:** fwd: **Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft** und **Bundeskongress Veranstaltungswirtschaft** bündeln die Interessen des gesamten Wirtschaftszweigs mit seiner Wertschöpfungskette.
- **Verankerung:** feste verflochten in DIHK, Wirtschaftsräten der Parteien etc.
- **Lösungskompetenz:** Das **Forderungsmemorandum** liefert tragfähige Maßnahmen für die Regierung.

## 10. WIRTSCHAFTSPOLITISCHE HERAUSFORDERUNGEN: gefährdete Substanz der Veranstaltungswirtschaft

Die Regierung muss handeln, um die industrielle Substanz in Deutschland zu retten.

### 10.1 Kostenexplosion

Eine Analyse bei Branchenunternehmen zeigt dramatische Kostensteigerungen, die als Wachstumsbremse stören.

- **Mindestlohn:** +26,3% binnen zwei Jahren
- **Energiekosten:** +80%
- **Logistikkosten:** +60% Maut, verfehlte Handwerkerregelung
- **Finanzierung:** Verdreifachung der Kapitalkosten

### 10.2 Fehlgeleitete Steuerpolitik

- **Steuernachteil:** Deutschland (ca. 30%) abgeschlagen hinter **Frankreich (25%), Spanien (25%) und den Niederlanden (25,8%)**
- **Forderung:** Senkung auf **25%**, Abschaffung der **Gewerbesteuerhinzurechnung**, um Chancengleichheit herzustellen.

### 10.3 Arbeitskosten und Bürokratie als Wettbewerbsbremse

- **Lohnkostenschere:** Deutschland (**43,40 Euro/Stunde**) liegt weit über **Italien (30,90 Euro)** oder **Spanien (25,50 Euro)**. Dies bedeutet einen **strukturellen Kostennachteil von über 40%** im personalintensiven Eventgeschäft.
- **Arbeitszeit:** Deutschland beharrt auf dem starren **Achtstundentag**, während Nachbarländer flexible **Wochenarbeitszeiten** gemäß EU-Richtlinie nutzen. Das macht deutsche Anbieter ineffizient und teuer.
- **Bürokratie:** Einzelfallgenehmigungen für Sonntagsarbeit und LKW-Dokumentationspflichten lähmen die Betriebe.

## FAZIT: Marktführerschaft nicht verspielen

Die Veranstaltungswirtschaft baut die Bühnen für den deutschen Weltmarktexport. 50% aller geschäftlichen Hotelübernachtungen hängen an ihr. Sie ist für die Industrie systemrelevant. Dieser Absatzmotor stottert. Schuldenlast und Wettbewerbsverzerrung (Steuern, Arbeitszeit, Lohnkosten) drängen die Branche aus ihrer wettbewerbsfähigen Position.

Roland Berger nennt Kultur und das kreative Umfeld den wichtigsten weichen Standortfaktor. Wir stellen diesen Faktor her. Die Bundeskongress Veranstaltungswirtschaft hat handfeste Lösungen erarbeitet. Wir fordern keine Subventionen, sondern nur Wettbewerbsfähigkeit über Entlastungen bei Steuern und Bürokratie.

## HERAUSGEBER

---

**fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e.V.**

Hauptstadtbüro  
Markgrafenstraße 88  
10969 Berlin  
info@forward.live

**Bundeskonzferenz Veranstaltungswirtschaft**

kontakt@bundeskonzferenz.org

## AUTOREN

---

Christian Eichenberger, Fachvorstand fwd:, [christian.eichenberger@forward.live](mailto:christian.eichenberger@forward.live)  
Mike P. Heisel, Rat der Vertreter:Innen, [mike.heisel@bundeskonzferenz.org](mailto:mike.heisel@bundeskonzferenz.org)  
Odsuren Terbishdavga, Referentin Politische Kommunikation, [odsuren@forward.live](mailto:odsuren@forward.live)  
Victoria Kupsch, Referentin Politische Kommunikation, [victoria.kupsch@forward.live](mailto:victoria.kupsch@forward.live)  
Alexander Ostermaier, Geschäftsführer fwd: [alexander.ostermaier@forward.live](mailto:alexander.ostermaier@forward.live)

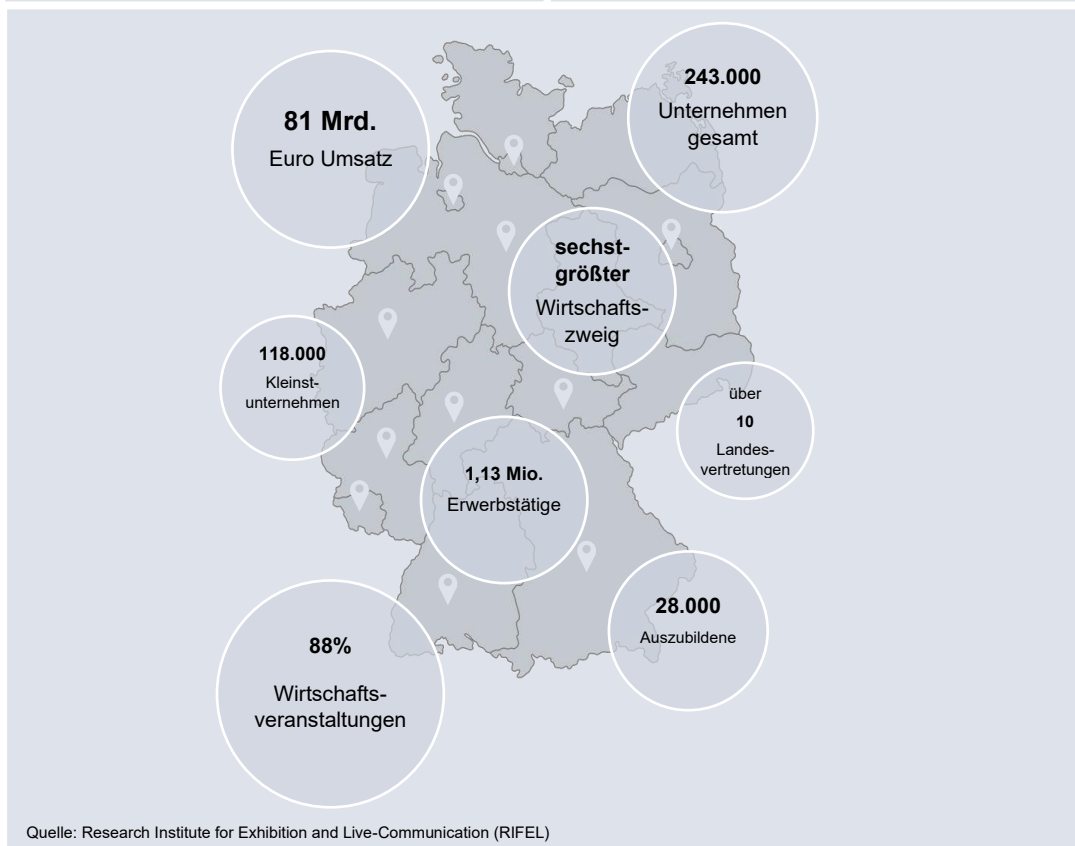
**Rat der Vertreter:Innen:** Justus Benedikt Brand, Alexander Ostermaier, Jens Langner, Marcel Fery, Ellen Kamrad, Mike P. Heisel, Christian Eichenberger

## BONUS: LANDKARTE DER DEUTSCHEN VERANSTALTUNGSWIRTSCHAFT

### Sechstgrößter Wirtschaftszweig und entscheidender operativer Arm der deutschen Exportwirtschaft

Die deutsche Veranstaltungswirtschaft ist weit mehr als Unterhaltung. Sie ist eine systemrelevante Schlüsselindustrie des deutschen Mittelstands, ein globaler Champion der Dienstleistungsexzellenz und das Fundament der deutschen Außenwirtschaftsförderung. Wir sprechen hier nicht von „Party“, sondern von harter Realwirtschaft. Die Branche ist auf Augenhöhe mit dem Maschinenbau und dem Bauhauptgewerbe (Studie: Gesamtwirtschaftliche Bedeutung, RIFEL). Sie ist die Plattform, auf der „Made in Germany“ zur Weltmarke wird.

<b>sechstgrößter Wirtschaftszweig mit 81 Mrd. Euro Umsatz</b>	<b>240.000 Unternehmen mit 1,1 Mio. Beschäftigten</b>	<b>424 Mio. Veranstaltungsbesuche, davon 88% Wirtschaftsanlässe</b>
<b>Bundeskongress Veranstaltungswirtschaft</b> neutrale Plattform der Branche, die sich jährlich trifft	Bundeskongress Veranstaltungswirtschaft	<b>Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft</b> 10 Landesvertretungen über 50.000 Community-Mitglieder der Branche



<b>Wirtschaftliche Größe</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>ca. 81 Mrd. Euro Jahresumsatz (direkt)</li> <li>ca. 151 Mrd. Euro BIP-Wirkung (inkl. indirekt)</li> <li>sechstgrößter Wirtschaftszweig in Deutschland</li> </ul>	<b>Beschäftigung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>1,13 Mio. Beschäftigte gesamt</li> <li>davon rund 1 Mio. in wirtschaftsbezogenen Veranstaltungen</li> <li>1,94 Mio. Arbeitsplätze direkt und indirekt abhängig</li> </ul>
<b>Vernetzung mit anderen Branchen</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>über 50% aller Geschäftsreisen sind veranstaltungsbedingt</li> <li>ca. 53 Mrd. Euro Geschäftsreiseumsatz/Jahr</li> <li>starke Umsatzauswirkungen auf Hotel, Gastro, Verkehr, Tourismus und Einzelhandel</li> </ul>	<b>Marktschwerpunkt</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>88% der Umsätze für Messen, Kongresse, Tagungen, Business- und Marketingevents</li> <li>rund 6% Kulturveranstaltungen</li> </ul>
<b>Internationale Bedeutung</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Messeland Nr. 1 weltweit</li> <li>Tagungsland Nr. 2 weltweit</li> <li>ca. 150 Mio. Teilnehmer an Businessevents jährlich</li> </ul>	<b>fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft und Bundeskongress Veranstaltungswirtschaft</b> Hauptstadtbüro, Markgrafenstraße 88, 10969 Berlin