

AUMA WISSEN

# Messe-Insights

Veranstalter-Ausblick 2024/2025

03	AUMA-Veranstalter-Ausblick 2024/2025
05	Entwicklung der deutschen Messen
06	Herausforderungen der deutschen Messewirtschaft
08	Top-Trends
09	- Erlebnis
10	- Künstliche Intelligenz
11	- Nachhaltigkeit
12	- Besucherqualität
12	- Ausstellerbedürfnisse
12	- Besucherbedürfnisse
13	- Neue Berufsbilder und Kompetenzanforderungen

# AUMA- Veranstalter- Ausblick 2024/2025

Der Wandel ist seit jeher ein ständiger Begleiter der deutschen Messewirtschaft. Strategische Weiterentwicklungen waren schon immer ein Erfolgsrezept. In Zeiten von Klimawandel, Künstlicher Intelligenz und wirtschaftlichem Druck ist diese Kompetenz aber gefragt wie nie. Die Messebranche nimmt diese Herausforderungen an und ist vorne dabei, wenn es darum geht, neue Lösungen zu finden, Innovationen zu treiben und sich mit neuen Ideen und Technologien für die Zukunft aufzustellen.

Die Stimmung in der Messebranche ist aktuell deutlich positiver als in der Gesamtwirtschaft, da der Blick nach vorne das Handeln bestimmt. Die Coronapandemie hat Spuren hinterlassen, diese liegen aber klar im Rückspiegel. Dies zeigen auch die rund 75 Prozent der Messeveranstalter, die davon ausgehen, dass sich die Messen in Deutschland gleichwertig oder besser als die internationalen Wettbewerber entwickeln werden. Die größten Herausforderungen für die Branche sind Kostensteigerungen und die Gewinnung von Besuchern und Ausstellern, sowie die angespannte wirtschaftliche Situation mancher ausstellenden Unternehmen.

Die Messewirtschaft sieht die Rolle der Künstlichen Intelligenz (KI) überwiegend positiv und als einen Lösungsansatz für neue Herausforderungen. Die Mehrheit der Befragten erwartet, dass KI-basierte Lösungen die Effizienz steigern und neue Möglichkeiten zur Interaktion und Vernetzung bieten.

Bei den Trends der Branche zeigt sich, dass der Erlebnischarakter auf Messen noch stärker im Fokus liegen wird. Die immersive und interaktive Präsentation von Produkten und Lösungen ist zentral. Hierfür werden Messen zunehmend mit Side Events angereichert, ein Trend, der mittlerweile auch bei B2B-Veranstaltungen stark ausgeprägt ist.



Eine wichtige Erkenntnis ist zudem die Verschiebung von der Quantität zur Qualität der Messebesucherinnen und -besucher. Dies zeigt sich in der erhöhten Präsenz von Entscheidungsträgern, während sich die Gesamtzahl der Besucher langsamer erholt als die der ausstellenden Unternehmen.

Um den neuen Anforderungen von Besuchern und Ausstellern gerecht zu werden, sehen die Veranstalter die Notwendigkeit für verstärkte Investitionen in Technologie und Personal. Hierfür sind zunehmend neue oder spezialisierte Kompetenzen und Berufsbilder erforderlich, insbesondere in den Bereichen KI, Digitalisierung, IT und Marketing.

Den Einsatz neuer Technologien und die Integration neuer Entwicklungen versteht die Messebranche in Deutschland somit als Chance, um ihre führende Position im internationalen Wettbewerb zu halten und zu stärken.

Der AUMA-Veranstalter-Ausblick ist die einzige Umfrage, die die Stimmung der gesamten deutschen Messebranche für 2024/2025 widerspiegelt. Die Ergebnisse in diesem Veranstalter-Ausblick basieren auf 172 Antworten einer Umfrage bei deutschen Veranstaltern im April 2024 und umfassen Antworten von Veranstaltern mit einer breiten Palette an Messen, darunter internationale Fachmessen (58,8 Prozent), regionale Fachmessen (19,4 Prozent), internationale Publikumsmessen (8,8 Prozent) und regionale Publikumsmessen (12,9 Prozent).

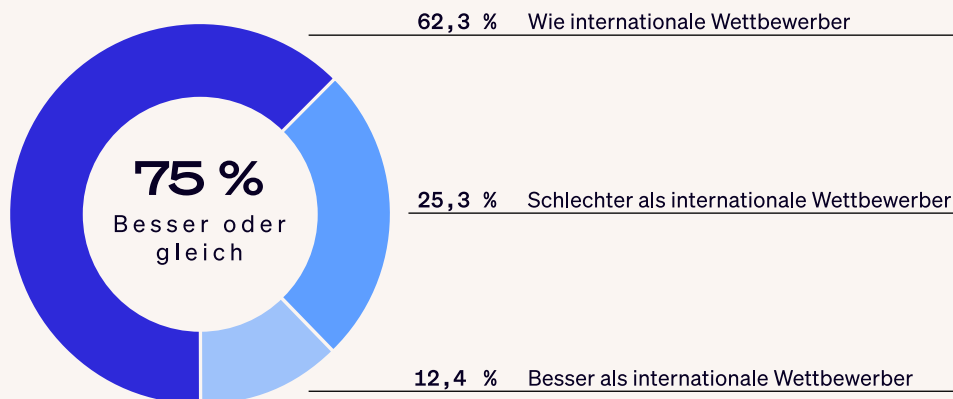
## Entwicklung der deutschen Messen

Deutsche Messen werden von den Befragten als konkurrenzfähig angesehen. Die Veranstalter erwarten mehrheitlich eine positive Entwicklung im Vergleich zum internationalen Wettbewerb. Während ein großer Teil der deutschen Messeveranstalter den nationalen Markt stärken möchte, gibt es auch klare Bestrebungen zur weiteren Internationalisierung.

- **Deutsche Messen sind konkurrenzfähig:** Rund 75 Prozent der Befragten gehen davon aus, dass sich Messen in Deutschland 2024/2025 gleich oder besser entwickeln als der internationale Wettbewerb.
- **Fokus auf den nationalen Markt:** In den nächsten drei Jahren sehen gut 48 Prozent der deutschen Messeveranstalter ihre Stärken im nationalen Markt und konzentrieren sich darauf, ihre Messen in Deutschland zu stärken.
- **Auslandsmärkte sind im Blick:** Rund 35 Prozent der Veranstalter streben eine Stärkung ihrer Auslandsmessen an.
- **Ausgeglichene Investitionsstrategie:** Gut 17 Prozent der Befragten betrachten weder eine Stärkung im Inland noch eine Erweiterung im Ausland als vorrangig.

AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2024/2025

### Entwicklung der deutschen Messen im internationalen Wettbewerb



Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2024/2025

online survey (10.04.-29.04.2024)

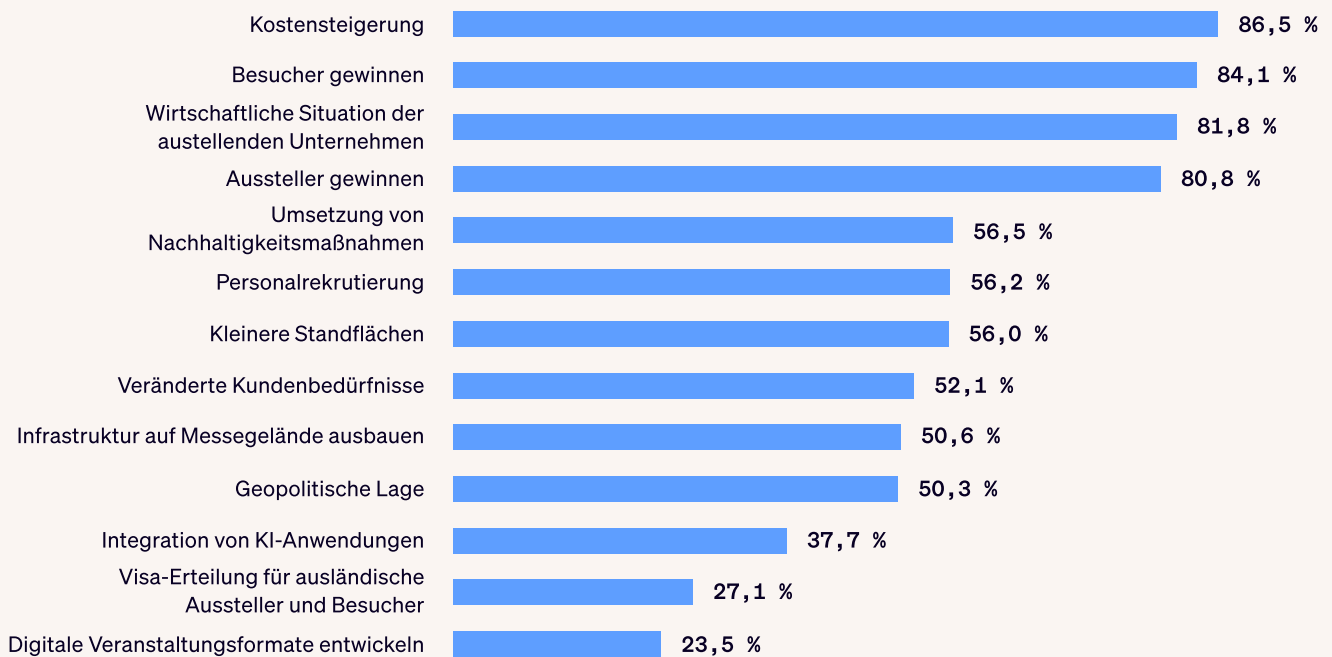
n=172

# Herausforderungen der deutschen Messewirtschaft

Die Messebranche steht vor diversen Herausforderungen, die zugleich Chancen für Wachstum und Innovation bieten. Kostensteigerungen und die Gewinnung von Besucherinnen und Besuchern erfordern Effizienz und kreative Marketing-strategien. KI-basierte Lösungen und Nachhaltigkeitsmaßnahmen sind hier entscheidend für die Zukunftssicherung. In gezielten strategischen Anpassungen und einem stärkeren Fokus auf individuelle Besucher- und Ausstellerbedürfnisse, sehen viele Veranstalter den Schlüssel für eine erfolgreiche Zukunft.

## AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2024/2025

### Herausforderungen



Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2024/2025

online survey (10.04.-29.04.2024)

n=172

Ergebnisse beinhalten: große + sehr große Herausforderung

- **Kostensteigerungen in fast allen Bereichen erfordern effiziente Lösungen:** 87 Prozent der Befragten sehen in gestiegenen Kosten die größte Herausforderung, zumal sie bestimmte Kosten nicht beeinflussen können – Stichworte Unterkunft, Mobilität, Energie etc. Das verdeutlicht die Notwendigkeit, effizientere Lösungen zu finden, um die steigenden Kosten zu bewältigen.
- **Gewinnung von Besuchern wird zunehmend anspruchsvoller:** 84 Prozent der Befragten sehen in der Gewinnung von Besucherinnen und Besuchern eine Herausforderung. Der gesteigerte Erlebnischarakter von Messen und die immersive Produktpräsentation können einige von vielen Lösungen sein, da dies als ein zentraler Punkt bei den veränderten Besucherbedürfnissen genannt wurde (16 Prozent). Auch kann der Einsatz von KI helfen, eine personalisierte Besucheransprache zu schaffen.

- **Wirtschaftliche Situation der Aussteller verändert die Planung:** 82 Prozent nehmen die angespannte wirtschaftliche Situation ausstellender Unternehmen als Herausforderung wahr, vor allem in Kombination mit den Kostensteigerungen. Die Situation führt unter anderem zu kurzfristigeren Entscheidungsprozessen bei Unternehmen, was die Zahl der Beteiligungen und Flächen angeht.
- **Innovative Ansätze zur Ausstelleraquise sind gefragt:** Aussteller zu gewinnen sehen 80 Prozent der Messeveranstalter als Herausforderung an. Dies zeigt, wie wichtig es ist, kontinuierlich innovative und attraktive Angebote zu entwickeln, um neue Aussteller zu gewinnen. Der Einsatz von Künstlicher Intelligenz kann hierbei eine entscheidende Rolle spielen, indem personalisierte Empfehlungen und automatisierte Ansprache die Akquise effizienter und zielgerichteter gestalten.
- **KI-Integration als neue Selbstverständlichkeit:** Obwohl 38 Prozent der Befragten die Integration von Künstlicher Intelligenz als Herausforderung sehen, ist sie bei der Mehrheit der Veranstalter bereits fest im Arbeitsalltag verankert. KI-gestützte Lösungen unterstützen bei der Datenanalyse, im Marketing und bei der Automatisierung von Aufgaben, was die Effizienz steigert und innovative Messeformate ermöglicht. Fast 40 Prozent der Veranstalter, die noch keine KI im Einsatz haben, planen diese in ihren Arbeitsbereichen. Zum Einsatz soll KI hauptsächlich in folgenden Arbeitsbereichen kommen: Matchmaking –bzw. KI-gestützte Apps beim Networking, Datenanalyse, Unterstützung bei Texten und Automatisierung von Aufgaben.
- **Visa-Beschaffung wird einfacher:** 27 Prozent der Befragten sehen die Visa-Beschaffung als Herausforderung. Auch durch Initiativen des AUMA sind viele Hürden an deutschen Auslandsvertretungen abgebaut worden, sodass die Vergabe von Messe-Visa an Aussteller wie Besucher von den Veranstaltern nicht mehr als zentrale Herausforderung betrachtet wird. Die zügige Visa-Vergabe muss weiterhin im Blick behalten werden, da sie von 36 Prozent der Veranstalter von internationalen Messen weiterhin als Herausforderung wahrgenommen wird. Der AUMA widmet sich einer zügigen Vergabe von Messe-Visa für Besucher wie Aussteller weiter mit besonderer Aufmerksamkeit.

# Top-Trends

Die Messebranche erlebt einen Wandel, bei dem der Erlebnischarakter einer Messe zunehmend in den Vordergrund rückt. Veränderte Bedürfnisse erfordern verstärkte Investitionen in Technologie und Personal, während die Integration von Side-Events an Bedeutung gewinnt. Nachhaltigkeit und Künstliche Intelligenz spielen künftig eine zentrale Rolle bei der Messeorganisation und Gestaltung von Messeformaten.

## AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2024/2025

### Trends



Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2024/2025

online survey (10.04.-29.04.2024)

n=172

Ergebnisse beinhalten: große + sehr große Zustimmung



## Erlebnis



Der Erlebnischarakter bei Messen gewinnt zunehmend an Bedeutung und wird noch stärker im Fokus stehen. Dazu gehören u.a. Live-Events, verbesserte Networking-Möglichkeiten, begleitende Kongress-Programme und immersive, Erlebnisse. Auch die Anreicherung der Messen mit Side Events ist als klarer Trend zu erkennen.

- **Der Erlebnischarakter von Messen wird immer wichtiger:** 87 Prozent der Befragten stimmen zu, dass der Erlebnischarakter zukünftig stärker im Fokus stehen wird. Mit 77 Prozent ist auch bei den B2B-Messen das Erlebnisthema als Trend zu erkennen.
- **Side Events gewinnen an Bedeutung:** Bei 80 Prozent der Befragten gab es eine sehr hohe Zustimmung zu der Aussage, dass Messen zunehmend mit Side Events angereichert werden. Nur vier Prozent stimmen dieser Aussage nicht zu. Nicht nur bei B2C-Messen, sondern auch bei B2B-Messen sind Side Events ein Trend: 79 Prozent der B2B-Veranstalter gehen von einer höheren Anzahl an Side Events aus.

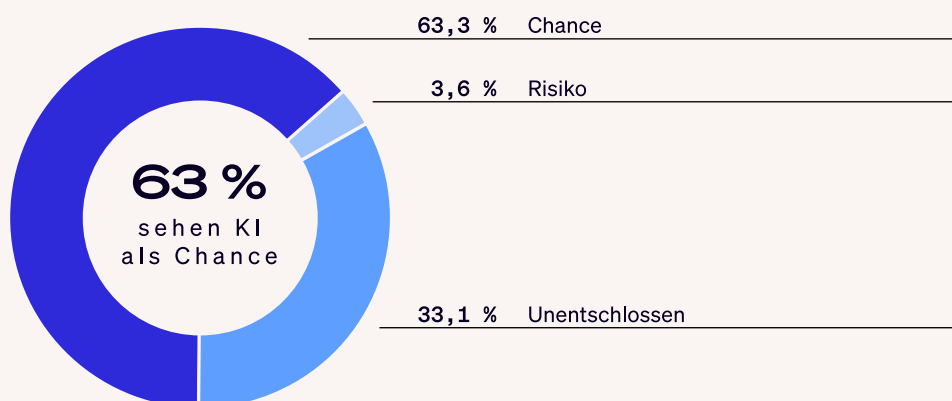
## Künstliche Intelligenz

Die Messebranche sieht Künstliche Intelligenz überwiegend als Chance und erwartet, dass sie zukünftige Messeformate beeinflussen wird. Der Einsatz von KI ist bereits weit verbreitet und wird weiter ausgebaut, um Prozesse zu optimieren und die Bedürfnisse der Besucherinnen und Besucher besser zu erfüllen.

- **KI wird überwiegend als Chance betrachtet:** 63 Prozent der Befragten sehen KI als Chance an, nur vier Prozent betrachten KI als Risiko. 52 Prozent glauben, dass KI in Zukunft einen großen Einfluss auf die Konzeption und Gestaltung von Messeformaten haben wird.

AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2024/2025

### Allgemeine Bewertung der Bedeutung von KI für die Messewirtschaft



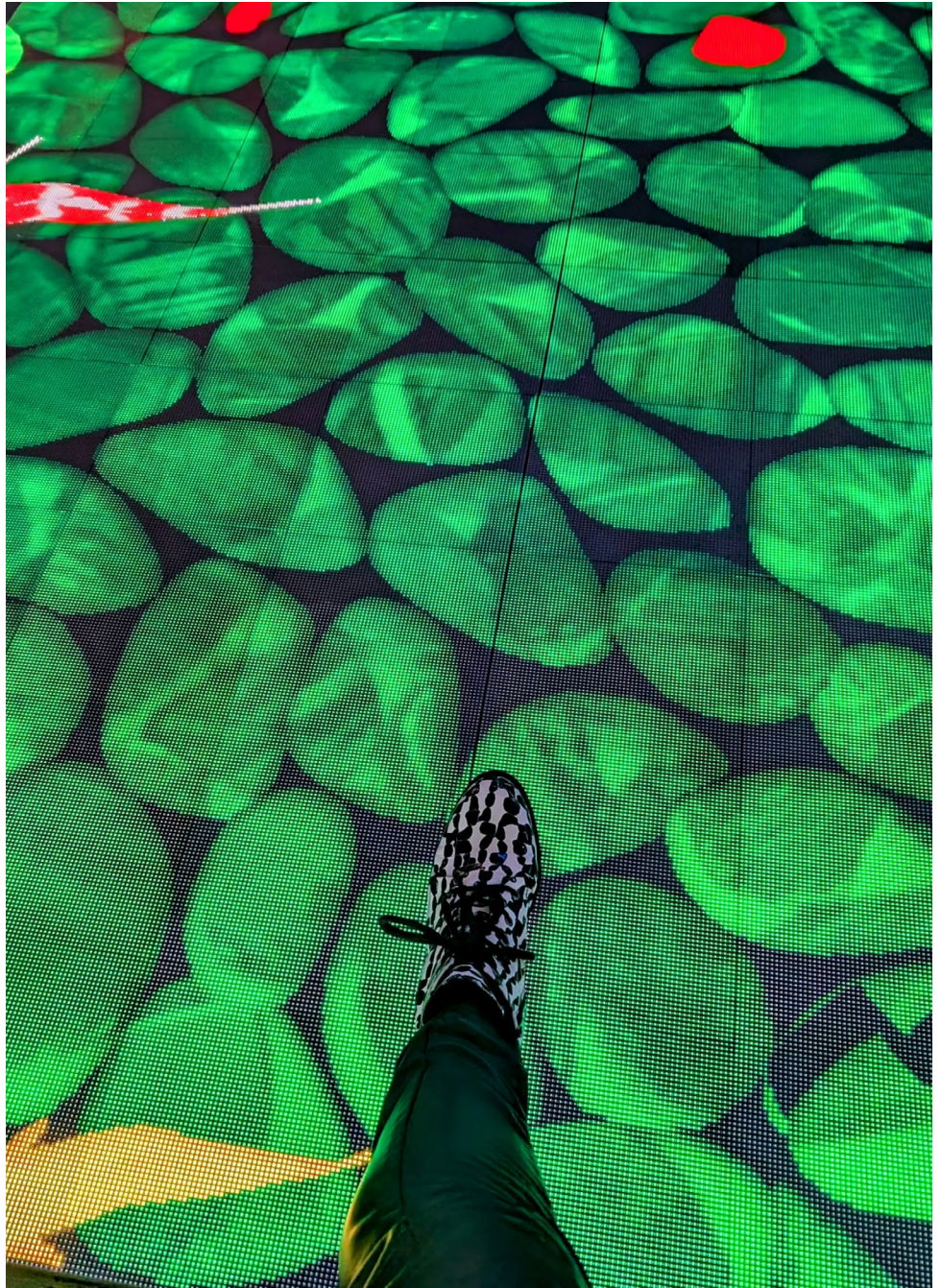
Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2024/2025

online survey (10.04.-29.04.2024)

n=172

- **Die Messebranche setzt auf KI:** Mit 84 Prozent wurde KI als die technologische Entwicklung genannt, die die Messebranche in den nächsten Jahren besonders beeinflussen wird.
- **Nutzung von KI-Anwendungen bereits auf einem hohen Niveau:** 56 Prozent der Veranstalter-Mitarbeiter nutzen KI bereits in Ihren Arbeitsbereichen. Die Hauptanwendungsgebiete sind: Textunterstützung (44 Prozent), Chatbots (23 Prozent), Datenanalyse (15 Prozent), Marketing-Automation (15 Prozent)
- **KI-Anwendungen kommen in Zukunft noch stärker zum Einsatz:** 65 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bei Veranstaltern, die bereits KI-Anwendungen nutzen, planen, den Einsatz von KI auszubauen. Fast 40 Prozent der Veranstalter, die noch keine KI im Einsatz haben, planen den Einsatz von KI in ihren Arbeitsbereichen. Folgende Anwendungsgebiete sind geplant: Personalisierte Empfehlungen, Automatisierung von Aufgaben, Besuchererlebnis verbessern, Datenanalyse, Matchmaking – bzw. KI-gestützte Apps beim Networking und Unterstützung bei Texten.

## Nachhaltigkeit



Die Messebranche steht vor der Herausforderung, Nachhaltigkeit erfolgreich umzusetzen und sieht dies als eine zentrale Aufgabe an. Nachhaltige Konzepte prägen zunehmend die Planung und Durchführung von Veranstaltungen und sind unverzichtbar für die Zukunft.

- **Umsetzung von Nachhaltigkeitsmaßnahmen eine der wichtigsten Herausforderungen:** 57 Prozent der Befragten sehen die Umsetzung von Nachhaltigkeitsinitiativen als eine der wichtigsten Herausforderungen für das Jahr 2025.
- **Thema gewinnt weiter an Bedeutung:** 58 Prozent stimmen zu, dass Nachhaltigkeit ein zentraleres Thema bei der Organisation von Messen wird.

## Besucherqualität

Die Qualität der Messebesucherinnen und -besucher ist ein entscheidendes Kriterium, da die Anwesenheit von Entscheidungsträgern den Wert einer Messe erhöht und den Erfolg für Aussteller und Teilnehmer gleichermaßen steigert. Indem Messen gezielt Entscheidungsträger anziehen, dienen sie als Plattform für wichtige Geschäftsabschlüsse und Partnerschaften, was ihre Bedeutung als Marketing- und Vertriebsinstrument unterstreicht.

- **Zahl der Entscheidungsträger steigt:** 62 Prozent der Befragten bestätigen, dass auf Messen aktuell eine höhere Anzahl an Entscheiderinnen und Entscheidern zu finden ist: Qualität statt Quantität - die Besucherqualität ist ein entscheidendes Kriterium für die Bewertung von Messeerfolg.

## Ausstellerbedürfnisse

Die Bedürfnisse der Aussteller verändern sich kontinuierlich, gehen einher mit gesellschaftlichen Veränderungen und zeigen sich insbesondere bei der Suche nach effizienten, kostengünstigen und technologisch fortschrittlichen Lösungen.

- **Ausstellerbedürfnisse im Wandel:** 87 Prozent der Befragten sehen veränderte Ausstellerbedürfnisse. Diese sind vor allem:
  - Kostenbewusstsein der Aussteller steigt
  - Erhöhter Serviceanspruch
  - Steigende Ansprüche an digitale Lösungen

## Besucherbedürfnisse

Die Bedürfnisse der Messebesucher unterliegen stetigen Veränderungen, vor allem Effizienz, Kosteneffektivität aber auch der Erlebnischarakter stehen derzeit im Vordergrund.

- **Besucherbedürfnisse im Wandel:** 81 Prozent der Befragten sehen veränderte Besucherbedürfnisse wie:
  - Wachsende Nachfrage nach Erlebnis
  - Fokus auf Effizienz und Ergebnisse
  - Steigendes Kostenbewusstsein
  - Erhöhte Digitalisierungsanforderungen

## Neue Berufsbilder und Kompetenzanforderungen

Die rasanten technologischen Fortschritte und Veränderungen sowie der Wandel der Arbeitswelt führen zu neuen Berufsbildern und veränderten Kompetenzanforderungen. Neue digitale Anforderungen erfordern spezialisierte Fähigkeiten.

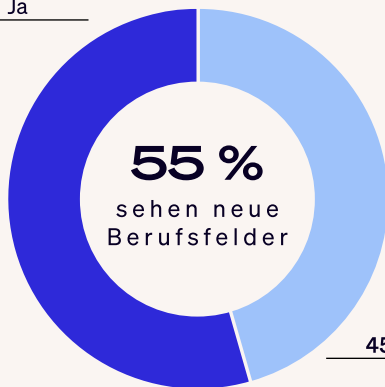
- **Neue Herausforderungen erfordern neue Kompetenzen:** 55 Prozent der Befragten sehen einen Bedarf an spezialisierten Kompetenzen und neuen Berufsbildern.
- **Digitale Kompetenzen sind gefragt:** Rund 84 Prozent der befragten Veranstalter, die einen Bedarf an spezialisierten Kompetenzen und neuen Berufsbildern sehen, meinen, dass diese insbesondere bei Digitalisierung, IT und KI benötigt werden.

AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2024/2025

## Neue Berufsbilder und Kompetenzanforderungen

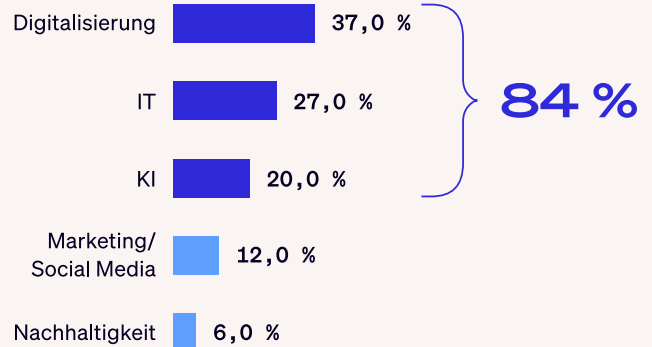
Entstehung neuer Kompetenzanforderungen und Berufsbilder

54,7 % Ja



45,3 % Nein

Top 5 Bereiche neuer Berufsbilder



Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2024/2025

online survey (10.04.-29.04.2024)

n=172

Berufsbilder und Kompetenzen:  
Ergebnisse aus offenen Antworten  
mit Mehrfachnennungen

Der AUMA ist der Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V., der Dachverband der deutschen Messewirtschaft. International wie national vertritt er die Interessen aller großen und mittleren Messegesellschaften Deutschlands, internationaler Veranstalter in Deutschland sowie der Verbände, welche Aussteller, Service-Unternehmen und Besucherinnen und Besucher vertreten.

Durch Messen in Deutschland werden bis zu 230.000 Jobs gesichert. Gleich 70 Messeplätze zwischen Nordsee und Bodensee machen das Messeland weltweit einmalig. Zwei Drittel aller Leitmessen der Weltwirtschaft finden hierzulande statt. Internationale, nationale und regionale Messen in Deutschland ziehen in Spitzenzeiten über 235.000 ausstellende Unternehmen und 16 Millionen Besucherinnen und Besucher an. 60 Prozent der Aussteller und 35 Prozent der Fachbesucher aller Leitmessen kommen im Schnitt aus dem Ausland.

## Impressum

AUMA  
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.  
Littenstraße 9  
10179 Berlin  
Telefon 030 24000-0  
info@auma.de  
www.auma.de

Verantwortlich i. S. v. § 18 Abs. 2 MStV: Steffen Schulze  
Projektleitung und Redaktion: Kathrin Fitzner und Max Reichert  
Datenerhebung: AUMA e.V.  
Bildnachweis: AUMA e.V.  
Berlin, August 2024

Vertretungsberechtigter Vorstand:  
Philip Harting (Vorsitzender)  
Peter Ottmann (1. stv. Vorsitzender)  
Klaus D. Kremers (2. stv. Vorsitzender)

Geschäftsführer:  
Jörn Holtmeier (Geschäftsführer)

Registergericht: Amtsgericht Berlin Charlottenburg  
Vereinsregister-Nr.: 21 366 Nz  
Umsatzsteuer-Identifikations-Nr.: DE 217620114