AUMA
Verband der deutschen Messewirtschaft

Messe Insights

Veränderte Erwartungen treiben die Entwicklung der Branche

AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

03 Veränderte Erwartungen treiben die Entwicklung der Branche

04 Über die Studie

05 Entwicklung und Stimmungslage der deutschen Messen

07 Herausforderungen der deutschen Messewirtschaft 2027

09 Belastungen sind vielfältig

11 Fokus: Geopolitik

13 Fokus: Nachhaltigkeit

14 Trends in der veranstaltenden Messewirtschaft

16 Exkurs: KI-Nutzung bei den Messeveranstaltern

Veränderte Erwartungen treiben die Entwicklung der Branche

Nach der Pandemie-Erholung und dem Zukunftsoptimismus der vergangenen drei, vier Jahre bewerten die Messeveranstalter die aktuelle Lage differenzierter: 20,5 Prozent blicken optimistisch auf die eigene Geschäftsentwicklung, 38,8 Prozent hingegen pessimistisch. Zugleich zeigt sich weiterhin viel Vertrauen in die internationale Leistungsfähigkeit des weltweit führenden Messeplatzes Deutschland: 52,7 Prozent erwarten, dass sich deutsche Messen mindestens so gut wie internationale Wettbewerber entwickeln werden.

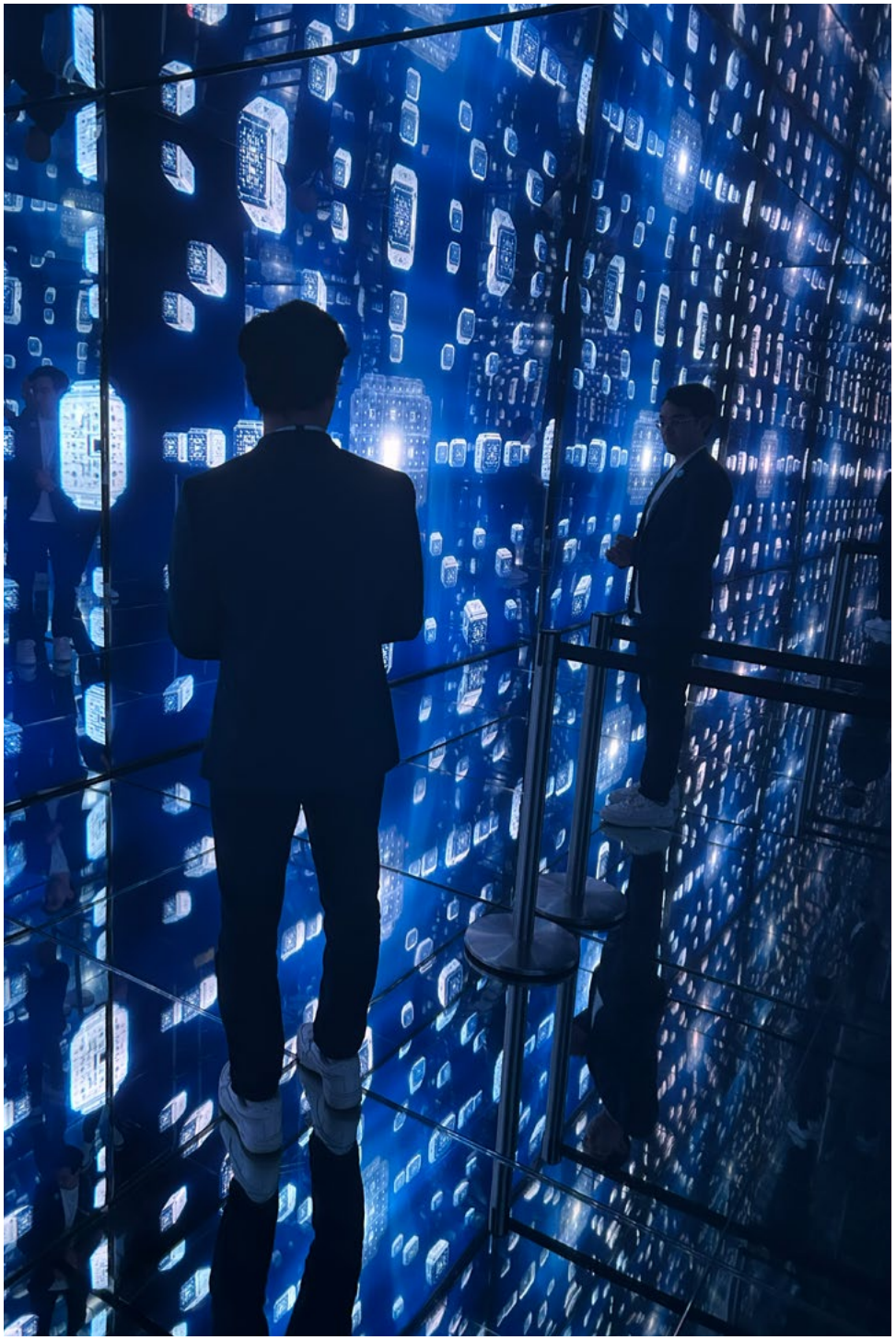
Die vorliegenden Ergebnisse zeigen, dass die Branche die anspruchsvollen Rahmenbedingungen klar sieht: Kostensteigerungen in allen Bereichen des Wirtschaftslebens werden von 94 Prozent der Befragten als starke oder sehr starke Herausforderung bewertet, die herausfordernde wirtschaftliche Situation ausstellender Unternehmen von 93 Prozent. Hinzu kommen geopolitische Unsicherheiten, regulatorische Anforderungen sowie Fragen der öffentlichen und digitalen Infrastruktur. Diese Faktoren erhöhen den Planungsbedarf und machen zugleich sichtbar, an welchen Stellschrauben die Wettbewerbsfähigkeit des Messeplatzes Deutschland weiter gestärkt werden kann.

Besonders deutlich wird das beim Thema Künstliche Intelligenz. 87 Prozent sehen die Integration von KI-Anwendungen und Prozessen als starke oder sehr starke messespezifische Herausforderung. Gleichzeitig nutzen bereits 87 Prozent der befragten Veranstalter in ihrem persönlichen Arbeitsbereich KI-Anwendungen. Damit ist KI für die Messewirtschaft nicht nur ein Zukunftsthema, sondern ein praktisches Werkzeug für effizientere Prozesse, bessere Datenanalyse, neue Services und eine gezieltere Ansprache von Ausstellern und Besuchern.

Auch veränderte Erwartungen von Ausstellern und Besuchern treiben die Entwicklung der Branche. Veränderte Besucherbedürfnisse werden von 78 Prozent als starke oder sehr starke Herausforderung gesehen, veränderte Ausstellerbedürfnisse von 70 Prozent. Daraus entsteht ein klarer Innovationsimpuls: Messen entwickeln ihren geschäftlichen Nutzen, ihre internationale Relevanz und ihren Erlebniswert weiter. Neue Formate, Eventisierung, Community-Ansätze und digitale Services sind damit nicht nur Reaktionen auf veränderte Marktbedingungen, sondern Ausdruck einer Branche, die ihre Rolle als Marktplatz, Innovationsplattform und persönlicher Begegnungsort aktiv weiterentwickelt.

Der AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027 zeigt, dass deutsche Messeveranstalter vor erheblichen Herausforderungen stehen, aber zugleich über wichtige Stärken verfügen: internationale Erfahrung, hohe Wandlungsfähigkeit, zunehmende technologische Kompetenz und eine zentrale Funktion für Wirtschaft, Innovation und persönliche Begegnung. Im Mittelpunkt steht die Frage, wie deutsche Messen unter veränderten Rahmenbedingungen ihre Stärke weiter ausbauen und ihre Rolle als unverzichtbare Plattform für Märkte und Branchen zukunftsfähig gestalten.

Über die Studie



Der AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027 ist die einzige Befragung, die die Stimmung der gesamten veranstaltenden deutschen Messewirtschaft abbildet. Die vorliegenden Ergebnisse beruhen auf 93 Antworten von (leitenden) Mitarbeitern von 24 deutschen Messeveranstaltern im Mai und Juni 2026. Die Stichprobe deckt ein breites Spektrum ab: Die Teilnehmenden kommen vor allem aus den Abteilungen Messe-Projektleitung (35 Prozent), Unternehmensstrategie (17 Prozent) sowie Geschäftsführung (14 Prozent).

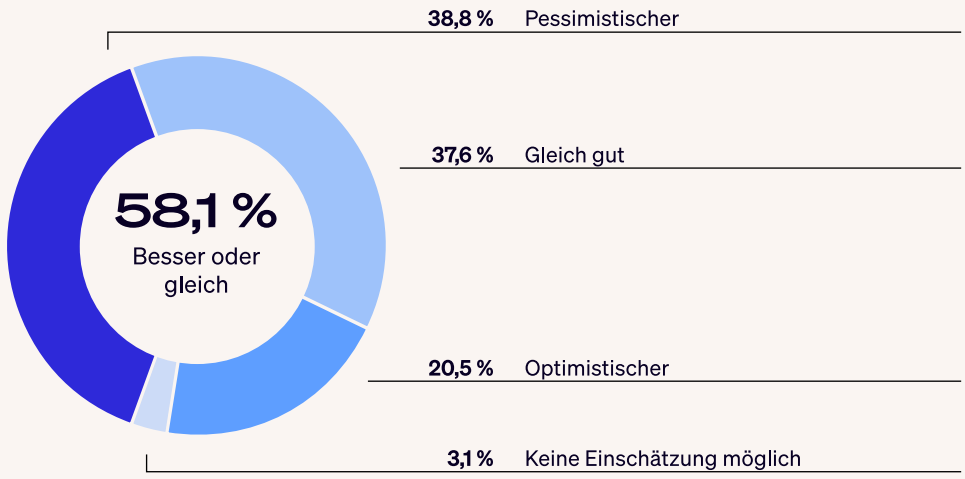
Entwicklung und Stimmungslage der deutschen Messen

Die Stimmungslage der deutschen Messeveranstalter fällt 2026 nüchterner aus als im Vorjahr. Während 2025 noch 50 Prozent optimistisch auf die eigene Geschäftsentwicklung blickten, bewerten 2026 nur noch 20,5 Prozent die Lage im eigenen Unternehmen optimistisch. Dem stehen 38,8 Prozent pessimistische Einschätzungen gegenüber. Ein großer Teil bleibt neutral: 37,6 Prozent sehen weder eine klare Verbesserung noch eine Verschlechterung. Auch im internationalen Wettbewerb ist die Stimmung der deutschen Veranstalter nüchterner geworden: 2026 erwarten 52,7 Prozent, dass sich deutsche Messen mindestens so gut wie internationale Wettbewerber entwickeln. Im Vorjahr lag dieser Wert bei 66 Prozent.

- **Stimmung nüchterner**: 20,5 Prozent der Befragten schätzen die Lage im eigenen Unternehmen optimistisch ein. 2025 lag der entsprechende Wert noch bei 50 Prozent. Damit zeigt sich 2026 ein vorsichtigeres, stärker abwägendes Stimmungsbild.
- **Wettbewerbsvertrauen kühlt ab**: 52,7 Prozent erwarten, dass sich deutsche Messen in den nächsten zwölf Monaten mindestens so gut wie internationale Wettbewerber entwickeln. Das ist weiterhin eine Mehrheit, aber ein klarer Rückgang gegenüber 66 Prozent im Vorjahr.

AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

Veranstaltersicht: Stimmungslage im Unternehmen 2026 im Vergleich zu 2025



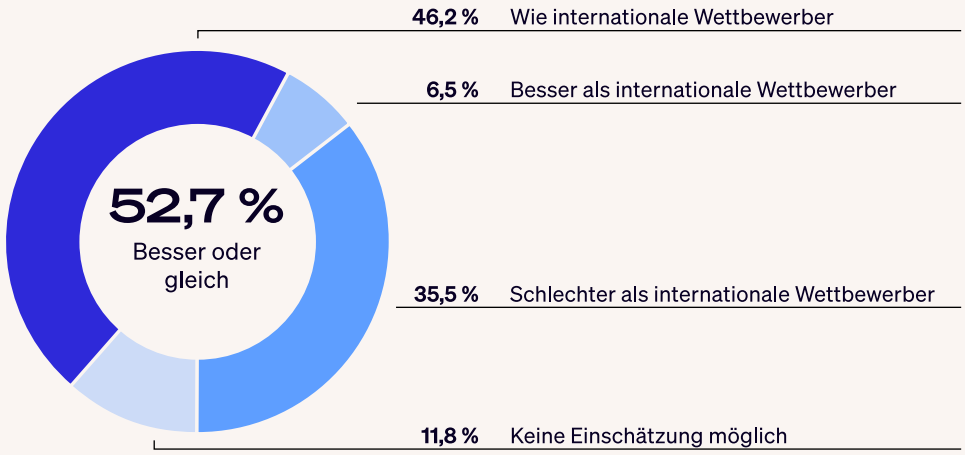
Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

n=93 deutsche Messeveranstalter

– **Internationale Position wird aufmerksamer beobachtet**: 35,5 Prozent gehen davon aus, dass sich deutsche Messen schlechter entwickeln werden als internationale Wettbewerber. 6,5 Prozent erwarten eine bessere Entwicklung. Die Erwartungen für den Messeplatz Deutschland sind damit vorsichtiger als 2025, bleiben aber von einem mehrheitlichen Vertrauen in die Wettbewerbsfähigkeit geprägt.

AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

Entwicklung der deutschen Messen im internationalen Wettbewerb



Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

n=93 deutsche Messeveranstalter

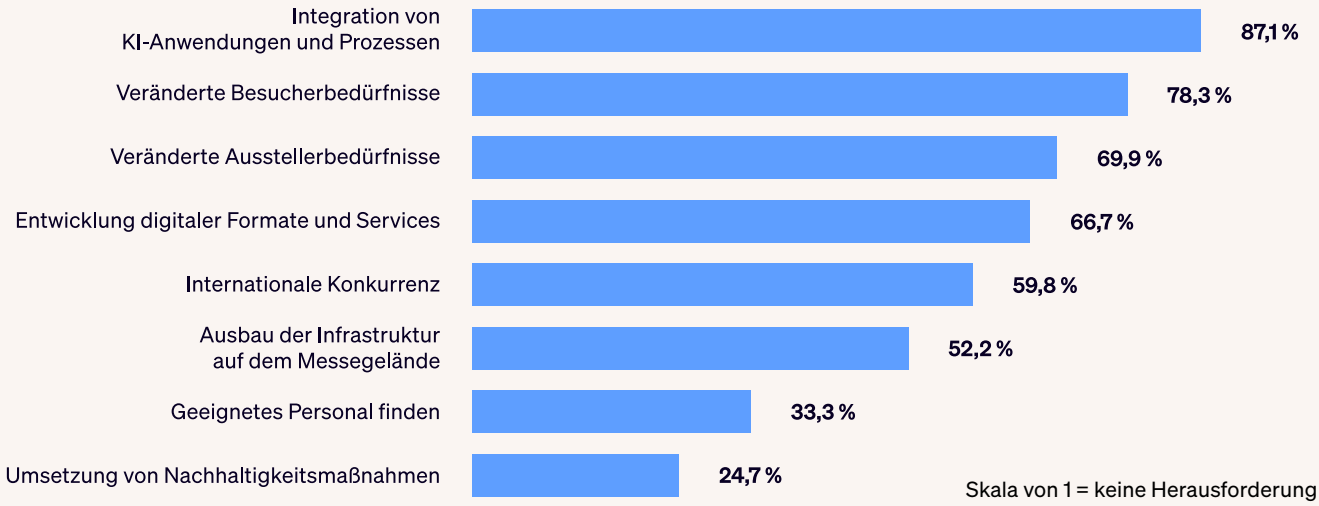
Herausforderungen der deutschen Messewirtschaft 2027

Der Blick auf die Herausforderungen des kommenden Jahres zeigt: Technologische Transformation, veränderte Kundenbedürfnisse und anspruchsvolle wirtschaftlichen Rahmenbedingungen bestimmen die Agenda. Die wachsende Bedeutung von KI spiegelt sich auch in der Branche: 87 Prozent der Befragten sehen die Integration von KI-Anwendungen und Prozessen als starke oder sehr starke messespezifische Herausforderung, nach bereits hohen 74 Prozent im Vorjahr. Gleichzeitig bleiben veränderte Besucher- und Ausstellerbedürfnisse zentrale Aufgaben, wobei der Fokus 2026 besonders auf der Besucherseite liegt. Bei den Rahmenbedingungen dominieren die herausfordernde wirtschaftliche Situation ausstellender Unternehmen und die Kostensteigerungen in fast allen Bereichen des Wirtschaftslebens.

- **KI ist die stärkste messespezifische Herausforderung**: 87 Prozent bewerten die Integration von KI-Anwendungen und Prozessen als starke oder sehr starke Herausforderung. Gegenüber dem Vorjahr entspricht das einem Plus von 13 Prozentpunkten. KI ist damit nicht nur ein Zukunftsthema, sondern der klarste Ausdruck der technologischen Transformation in der Branche.
- **Aussteller- und Besuchererwartungen bleiben zentral**: Veränderte Besucherbedürfnisse werden von 78 Prozent als starke oder sehr starke Herausforderung gesehen, veränderte Ausstellerbedürfnisse von 70 Prozent. Damit bleiben beide Themen auf hohem Niveau. Auffällig ist jedoch die Verschiebung: 2026 liegt der Fokus stärker auf der Besucherseite.

AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

Messespezifische Herausforderungen in den nächsten zwei Jahren



Skala von 1 = keine Herausforderung bis 5 = sehr große Herausforderung, dargestellt als Top-Two-Box (4+5)

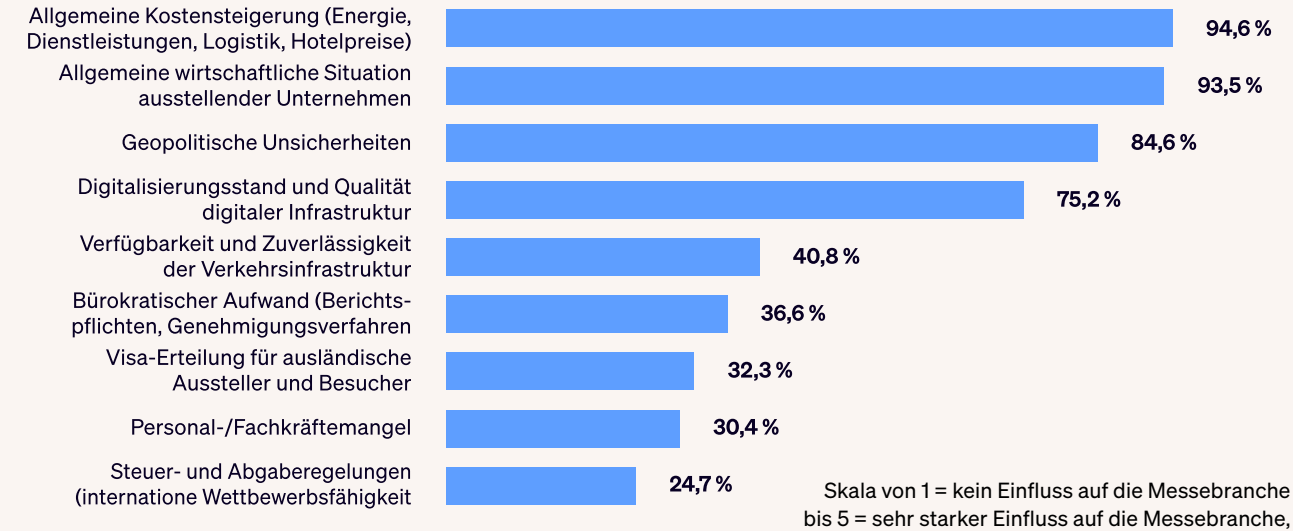
Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

n=93 deutsche Messeveranstalter

- **Wirtschaftliche Lage und Kosten prägen die Rahmenbedingungen**: Die aktuell gedämpfte wirtschaftliche Situation ausstellender Unternehmen in Deutschland wird von 93 Prozent als starke oder sehr starke Herausforderung bewertet. Die Kostensteigerungen, etwa bei Energie, Dienstleistungen, Logistik und Unterkunftskosten, erreicht 94 Prozent. Damit beeinflussen Budgetdruck und Investitionszurückhaltung die Planbarkeit von Messebeteiligungen stärker als viele operative Einzelthemen.
- **Geopolitische Unsicherheiten bleiben sehr relevant**: 85 Prozent sehen geopolitische Unsicherheiten als starke oder sehr starke Herausforderung. Damit bleibt das internationale Umfeld ein wesentlicher Unsicherheitsfaktor für Messe-Entscheidungen, Besucherströme und die Planbarkeit internationaler Beteiligungen.
- **Digitale Infrastruktur rückt stark in den Vordergrund**: Der Digitalisierungsstand und die Qualität digitaler Infrastruktur werden von 75 Prozent als starke oder sehr starke Herausforderung eingeschätzt. Damit zählt digitale Infrastruktur 2026 zu den wichtigsten Rahmenbedingungen und liegt deutlich vor Personal-/Fachkräftemangel, Bürokratie oder Nachhaltigkeit.

AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

Rahmenbedingungen, die die Messebranche in den nächsten zwei Jahren beeinflussen



Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

n=93 deutsche Messeveranstalter

Belastungen sind vielfältig

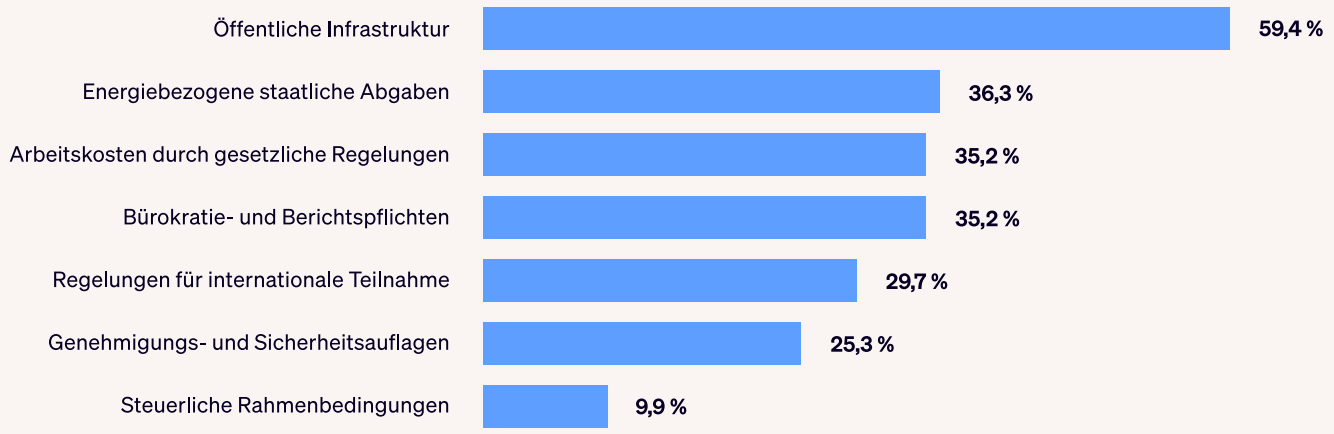
Die staatlichen und regulatorischen Faktoren, die das Messegeschäft in den vergangenen zwölf Monaten vor der Befragung belastet haben, sind vielfältig. Sie wirken oft unmittelbar auf Standortqualität, Kosten und internationale Erreichbarkeit. Am deutlichsten sticht die öffentliche Infrastruktur hervor: 59,4 Prozent der Befragten bewerten sie als starke oder sehr starke Belastung. Dahinter folgen energiebezogene staatliche Abgaben mit 36,3 Prozent sowie Arbeitskosten durch gesetzliche Regelungen sowie Bürokratie- und Berichtspflichten mit jeweils 35,2 Prozent. Insgesamt zeigt sich: Regulation wird weniger als einzelnes Leitthema wahrgenommen, sondern vor allem dann kritisch gesehen, wenn sie operative Planbarkeit erschwert, Kosten erhöht oder internationale Teilnahme an Messen beeinflusst.

- **Öffentliche Infrastruktur ist die größte Belastung**: 59,4 Prozent der Befragten sehen die Qualität der öffentlichen Infrastruktur als starke oder sehr starke Belastung. Damit liegt sie deutlich vor allen anderen staatlich oder regulatorisch bedingten Faktoren. Eine starke Verkehrsinfrastruktur ist besonders relevant für die Messewirtschaft, weil Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung und Zuverlässigkeit unmittelbar auf Besucher- und Ausstellerentscheidungen wirken.
- **Regulierung bei Energie- und Arbeitskosten spürbar**: Energiebezogene staatliche Abgaben werden von 36,3 Prozent als starke oder sehr starke Belastung bewertet, Arbeitskosten durch gesetzliche Regelungen von 35,2 Prozent. Damit zeigt sich auch im Regulationsteil der bereits sichtbare Kostendruck: Regulatorische Faktoren werden besonders dann relevant, wenn sie direkt auf die Kostenstruktur der Veranstalter und ihrer Kunden wirken.
- **Bürokratie bleibt ein relevanter, aber nicht dominierender Faktor**: Bürokratie- und Berichtspflichten werden von 35,2 Prozent als starke oder sehr starke Belastung eingeordnet. Weitere 36,3 Prozent sehen zumindest teilweise eine Belastung. Das Thema ist damit breit spürbar, erreicht aber nicht die Dringlichkeit von Infrastruktur- oder Kostenfragen.

- **Internationale Teilnahme bleibt ein sensibles Feld**: Regelungen für internationale Teilnahme wie Visumsvergabe oder Zölle werden von 29,7 Prozent als starke oder sehr starke Belastung bewertet, Genehmigungs- und Sicherheitsauflagen von 25,3 Prozent. Beide Werte zeigen, dass regulatorische Hürden vor allem dann Gewicht bekommen, wenn sie internationale Beteiligung, Planungssicherheit oder operative Abläufe beeinflussen.
- **Steuern werden deutlich seltener als starke Belastung gesehen**: Steuerliche Rahmenbedingungen benennen nur 9,9 Prozent der Befragten als starke oder sehr starke Belastung. 34,1 Prozent geben an, hierzu keine Einschätzung abgeben zu können. Steuerliche Fragen sind Teil des regulatorischen Umfelds, für viele Befragte aber weniger unmittelbar im operativen Messegeschäft sichtbar.

AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

Staatliche/regulatorische Faktoren, die das Messegeschäft besonders belastet haben



Skala von 1 = keine Belastung bis 5 = sehr starke Belastung, dargestellt als Top-Two-Box (4+5)

Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

n=93 deutsche Messeveranstalter

Fokus: Geopolitik

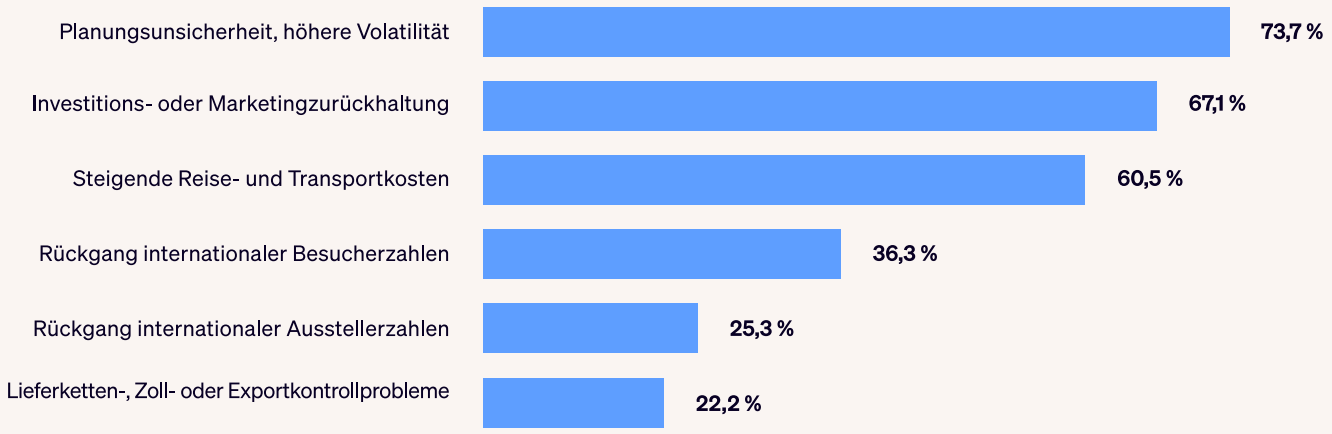
Schnelle geopolitische Entwicklungen wirken auf das Messegeschäft vor allem negativ über Unsicherheit, Kosten und zurückhaltendere Investitionsentscheidungen. Am stärksten zeigt sich das bei der Planungsunsicherheit: 73,7 Prozent der Befragten geben an, dass Geopolitik in den vergangenen zwölf Monaten starke oder sehr starke Planungsunsicherheit beziehungsweise höhere Volatilität ausgelöst haben. Ebenfalls deutlich ist der Einfluss auf Investitions- und Marketingentscheidungen: 67,1 Prozent berichten von starken oder sehr starken Auswirkungen. Geopolitik ist damit weniger ein abstraktes Hintergrundthema, sondern beeinflusst unmittelbar Budgets, Reiseentscheidungen, internationale Beteiligungen und die Verlässlichkeit von Planungshorizonten. Im Zusammenhang mit den Kämpfen zwischen Israel, den USA und dem Iran in der Golf-Region zeigt sich ein differenziertes Bild: 27 Prozent der Messeveranstalter berichten von starken oder sehr starken negativen Einflüssen auf ihr Messegeschäft, 43 Prozent zumindest teilweise.

- **Planungsunsicherheit ist die deutlichste Folge**: 73,7 Prozent der Befragten sehen starke oder sehr starke Auswirkungen durch Planungsunsicherheit und höhere Volatilität. 16,5 Prozent berichten zumindest teilweise von entsprechenden Effekten. Damit ist Unsicherheit der zentrale Kanal, über den geopolitische Entwicklungen das Messegeschäft beeinflussen. Das verwundert nicht, ist doch die Planung von Messen ein Thema von vielen Monaten, wenn nicht Jahren.
- **Zurückhaltung wird spürbar**: 67,1 Prozent bewerten geopolitisch bedingte Investitions- oder Marketingzurückhaltung als starke oder sehr starke Auswirkung. Dieser Befund ist besonders relevant, weil Messebeteiligungen stark von Budgetentscheidungen, Markteintrittsplänen und der Bereitschaft zu internationaler Präsenz abhängen.
- **Reise- und Transportkosten bleiben relevant**: 60,5 Prozent berichten von starken oder sehr starken Auswirkungen durch steigende Reise- und Transportkosten. Damit verbinden sich geopolitische Risiken direkt mit den ohnehin anspruchsvollen Kostenbedingungen in der Branche und können sowohl Aussteller- als auch Besucherentscheidungen beeinflussen.
- **Internationale Besucherzahlen reagieren stärker als Ausstellerzahlen**: Einen Rückgang internationaler Besucherzahlen sehen 36,3 Prozent als starke oder sehr starke Auswirkung geopolitischer Entwicklungen. Beim Rückgang internationaler Ausstellerzahlen liegt der entsprechende Wert bei 25,3 Prozent. Damit zeigen sich die Effekte auf der Nachfrageseite stärker als auf der Angebotsseite.

- **Lieferketten-, Zoll- und Exportkontrollprobleme punktuell**: 22,2 Prozent bewerten diese Themen als starke oder sehr starke Auswirkung, weitere 36,7 Prozent zumindest teilweise. Sie sind damit nicht der dominante geopolitische Belastungsfaktor, bleiben aber für einzelne Branchen, Märkte oder internationale Beteiligungen relevant.
- **Iran-bezogene Entwicklungen wirken vor allem in der Breite**: Im Zusammenhang mit den Kämpfen in der Golf-Region berichten 27 Prozent der Befragten von starken oder sehr starken negativen Auswirkungen auf ihr Messegeschäft. Noch größer ist der Anteil derjenigen, die zumindest teilweise betroffen sind: 43 Prozent. Nur 17 Prozent sehen kaum oder gar keine negativen Auswirkungen. Damit zeigen sich Iran-bezogene Entwicklungen weniger als flächendeckende Belastung, sondern als spürbarer Unsicherheitsfaktor für einen relevanten Teil der Branche.

AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

Auswirkungen geopolitischer Entwicklungen auf das Messegeschäft



Skala von 1 = keine Auswirkung bis 5 = sehr starke Auswirkung, dargestellt als Top-Two-Box (4+5)

Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

n=93 deutsche Messeveranstalter

Fokus: Nachhaltigkeit

Nachhaltigkeit ist in der Messewirtschaft 2026 breit etabliert, wird aber in ihren Dimensionen unterschiedlich dynamisch wahrgenommen. Ökologische und soziale Nachhaltigkeit sind bei 62,4 Prozent der Befragten fester Bestandteil in der Unternehmensstrategie. 11,8 Prozent befinden sich noch in der Entwicklung, ohne dass Nachhaltigkeit bereits strategisch verankert ist. Damit ist das Thema für die Messeveranstalter kein Randaspekt mehr. Besonders deutlich zeigt sich der Bedeutungszuwachs bei der ökologischen Nachhaltigkeit: 73,1 Prozent geben an, dass ihre Bedeutung für Veranstaltungen in den vergangenen zwei Jahren deutlich oder eher zugenommen hat. Soziale Nachhaltigkeit entwickelt sich stabiler: 46,2 Prozent sehen eine Zunahme, 44,1 Prozent eine gleichbleibende Bedeutung.

- **Nachhaltigkeit ist angekommen**: 62,4 Prozent der Befragten geben an, dass ökologische und soziale Nachhaltigkeit bereits fest in der Unternehmensstrategie verankert sind. Weitere 11,8 Prozent befinden sich in der Strategie-Entwicklung. Nur 7,5 Prozent messen Nachhaltigkeit aktuell eine nachrangige Bedeutung bei.
- **Ökologische Nachhaltigkeit gewinnt deutlich an Bedeutung**: 73,1 Prozent berichten, dass die Bedeutung ökologischer Nachhaltigkeit bei ihren Veranstaltungen in den vergangenen zwei Jahren deutlich oder eher zugenommen hat. Nur 8,6 Prozent sehen einen Rückgang. Damit bleibt ökologische Nachhaltigkeit einer der klaren langfristigen Transformationsfaktoren für Messekonzepte, Betrieb und Berichterstattung.
- **Soziale Nachhaltigkeit entwickelt sich stabil**: 46,2 Prozent sehen eine zunehmende Bedeutung sozialer Nachhaltigkeit bei ihren Veranstaltungen, 44,1 Prozent bewerten die Bedeutung als gleich geblieben. Der Fokus liegt damit weniger auf einem starken Bedeutungsanstieg als auf einer schrittweisen Verstetigung sozialer Nachhaltigkeit im Veranstaltungsmanagement.
- **Ökologie treibt die Dynamik, Soziales stabilisiert die Breite**: Der Vergleich zeigt eine klare Akzentverschiebung: Ökologische Nachhaltigkeit wird deutlich häufiger als wachsendes Thema wahrgenommen, während soziale Nachhaltigkeit stärker im Status quo verankert ist. Nachhaltigkeit bleibt damit relevant, aber der Veränderungsdruck entsteht derzeit vor allem aus ökologischen Anforderungen.

Trends in der veranstaltenden Messewirtschaft

Die wichtigsten Entwicklungen der nächsten fünf Jahre zeigen 2026 eine klare Trendagenda. Im Mittelpunkt der Veranstalter stehen vor allem der Umgang mit den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen und KI beziehungsweise Digitalisierung. Volatile Geopolitik bleibt ein prägendes Thema, während neue Messeformate, Erlebnisorientierung und Standortfragen relevant bleiben, aber stärker im Zusammenhang mit Kosten, internationalem Wettbewerb und sich veränderten Erwartungen diskutiert werden.

- **Wirtschaftliche Rahmenbedingungen prägen die Debatte**: Wirtschaftsflaute, Kostendruck, Inflation, Energiekosten, Budgetverknappung und Rezessionssorgen bilden in den offenen Antworten den stärksten Themenblock. Im Vergleich zum Vorjahr rücken die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stärker in den Vordergrund und bilden den Kontext, in dem viele Transformationsfragen bewertet werden.
- **KI und Digitalisierung bleiben zentrale Veränderungstreiber**: Künstliche Intelligenz, Automatisierung, Datenanalyse, Marketing-Automation und digitale Standardprozesse sind zentrale Trendthemen. Gegenüber dem Vorjahr bleibt Technologie ein dominantes Zukunftsthema, wird nun aber stärker mit Effizienz, Prozessautomatisierung und neuen Formen der Kundeninteraktion verbunden.
- **Geopolitik wird als struktureller Unsicherheitsfaktor gesehen**: Kriege, Zölle, Handelshemmnisse, Reiseeinschränkungen und eine instabile weltpolitische Lage erschweren die Planbarkeit des Messegeschäfts. Im Vergleich zum Vorjahr bleibt Geopolitik damit nicht nur ein akutes Thema, sondern wird stärker als längerfristige Rahmenbedingung für internationale Messebeteiligungen verstanden.

– **Neue Formate bleiben wichtig, aber nicht mehr alleiniger Zukunftskern**: Eventisierung, Festivalisierung, 365-Tage-Plattformen, Erlebniswelten, Spezialisierung und Community-Ansätze bleiben relevant. Sie erscheinen 2026 jedoch noch stärker als Antwort auf wirtschaftliche Herausforderungen und veränderte Besucherbedürfnisse: Messen müssen ihren geschäftlichen und emotionalen Mehrwert noch klarer zeigen.
– **Standort Deutschland steht stärker unter Beobachtung**: Die heimische Wirtschaftsflaute, Infrastrukturprobleme sowie Konkurrenz- und Wachstumsregionen in Asien zeigen die vielfältigen Herausforderungen, vor denen deutsche Messen aktuell stehen.

Entwicklungen, welche die Messewirtschaft in den nächsten fünf Jahren am stärksten verändern werden (offene Nennungen)

Rang	Trend	Warum er wichtig wird
1	**Wirtschaftliche Rahmenbedingungen**	Schwache Konjunktur, Kostendruck, Inflation, Energiekosten und knappe Budgets erhöhen den Rechtfertigungsdruck von Messebeteiligungen und beeinflussen Investitionsentscheidungen.
2	**KI & Digitalisierung**	KI, Automatisierung, Datenanalyse, Marketing-Automation und digitale Services verändern Prozesse, Kundeninteraktion und die Weiterentwicklung von Messeformaten.
3	**Geopolitik & internationale Konflikte**	Kriege, Zölle, Handelshemmnisse, Reiseeinschränkungen und politische Unsicherheiten beeinflussen internationale Beteiligungen, Besucherströme und Planungssicherheit.
4	**Neue Messeformate & Erlebnisorientierung**	Eventisierung, Festivalisierung, Erlebniswelten, Spezialisierung und 365-Tage-Plattformen sollen den Mehrwert physischer Messen sichtbarer machen.
5	**Standort Deutschland & Wettbewerb**	Standortnachteile, Infrastrukturprobleme, internationale Konkurrenz und Wachstum in Asien, Indien und dem Nahen Osten erhöhen den Druck auf den Messeplatz Deutschland.

Basis: 93 Befragte mit Freitextantworten; Mehrfachnennungen und Clusterzuordnungen waren möglich.

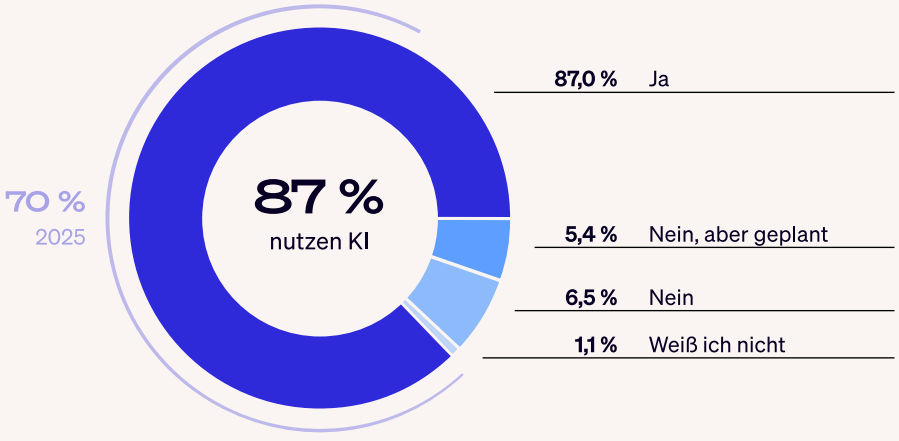
Exkurs: KI-Nutzung bei den Messeveranstaltern

Künstliche Intelligenz ist in der deutschen Messewirtschaft 2026 im Arbeitsalltag angekommen. 87 Prozent der Befragten nutzen in ihrem Arbeitsbereich bereits KI-Anwendungen; im Vorjahr lag der Anteil noch bei 70 Prozent. 5,4 Prozent planen die Nutzung. KI wird weiterhin klar eher als Chance denn als Risiko gesehen. Fast drei Viertel der Befragten bewerten KI als Zukunftschance. Die strategische Verankerung bleibt aber noch im Aufbau: Zwar verfügt knapp ein Fünftel der Unternehmen bereits über eine ausgearbeitete KI-Strategie, bei fast der Hälfte ist eine Strategie jedoch erst in Entwicklung. Besonders deutlich zeigt sich die Dynamik bei den Anwendungsfeldern: Gegenüber dem Vorjahr ist KI nicht nur häufiger im Einsatz, sondern wird auch breiter genutzt. Aus ersten Experimenten mit Texten oder Chatbots entsteht zunehmend ein vielfältigeres Anwendungsspektrum, das von Datenanalyse und Automatisierung bis zu Marketing, Matchmaking und Besucherinteraktion reicht.

– **KI ist in die Breite gewachsen**: 87 Prozent der Befragten nutzen in ihrem persönlichen Arbeitsbereich bereits KI-Anwendungen. Im Vorjahr lag der Wert bei 70 Prozent. Damit ist KI zunehmend Teil des normalen Arbeitsalltags. 5,4 Prozent planen die Nutzung, nur 6,5 Prozent nutzen KI derzeit nicht.

AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

KI-Nutzung im persönlichen Arbeitsbereich deutscher Messeveranstalter



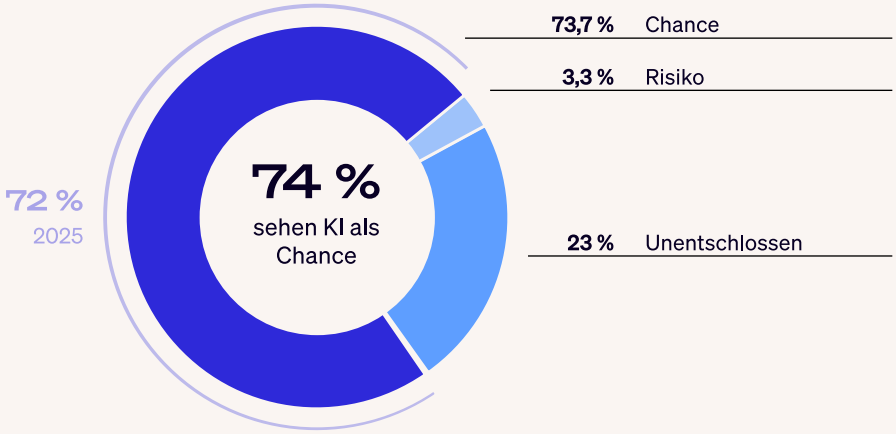
Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

n=93 deutsche Messeveranstalter

– **Chancenperspektive bleibt stabil hoch**: 73,7 Prozent bewerten KI auf der Chancen-Risiko-Skala mit 4 oder 5, also positiv. Kein Befragter bewertet KI als reines Risiko. Im Vergleich zum Vorjahr bleibt damit die grundsätzliche Offenheit gegenüber KI hoch, der praktische Einsatz hat deutlich zugenommen.

AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

Allgemeine Bewertung der Bedeutung von KI für die Messewirtschaft



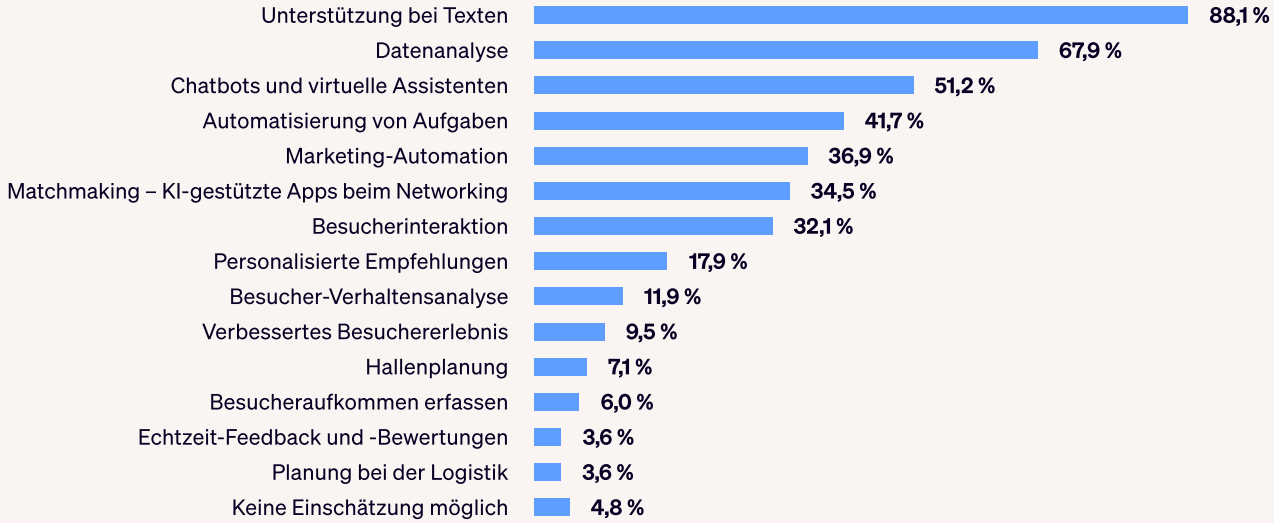
Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

n=93 deutsche Messeveranstalter

- **Strategien sind noch nicht überall ausgereift**: 19,4 Prozent der Unternehmen verfügen bereits über eine ausgearbeitete KI-Strategie. Bei 48,4 Prozent ist eine Strategie derzeit in Entwicklung, bei weiteren 19,4 Prozent ist sie geplant, aber noch nicht konkret. Zusammen haben damit 87,2 Prozent der Unternehmen entweder bereits eine Strategie, arbeiten daran oder planen sie. Die Branche bewegt sich damit weiter von punktueller Nutzung stärker in Richtung Governance, Priorisierung und Skalierung.
- **Textarbeit und Datenanalyse wachsen zu Standardanwendungen**: Die Unterstützung bei Texten erreicht 2026 88,1 Prozent, Datenanalyse 67,9 Prozent. Damit haben sich die naheliegendsten KI-Anwendungsfelder deutlich verbreitert. Vor allem die Datenanalyse zeigt, dass KI nicht mehr nur für Kommunikation und Ideengenerierung eingesetzt wird, sondern zunehmend auch für strukturierte Auswertung und Entscheidungsunterstützung.
- **Assistenzsysteme und Automatisierung legen sichtbar zu**: Chatbots und virtuelle Assistenten werden 2026 von 51,2 Prozent genannt, Automatisierung von Aufgaben von 41,7 Prozent. Im Vergleich zum Vorjahr deutet das auf eine klare Ausweitung der Nutzung hin: KI wird zunehmend nicht nur als einzelnes Werkzeug, sondern als Unterstützung für wiederkehrende Prozesse und interne Servicefunktionen verstanden.
- **Kundennahe Anwendungen gewinnen deutlich an Fahrt**: Marketing-Automation wird von 36,9 Prozent genannt, KI-gestütztes Matchmaking beim Networking von 34,5 Prozent und Besucherinteraktion von 32,1 Prozent. Damit hat sich gegenüber dem Vorjahr gerade an der Schnittstelle zu Ausstellern und Besuchern einiges bewegt. KI wird nicht mehr nur intern gedacht, sondern zunehmend als Instrument für bessere Ansprache, passgenauere Kontakte und relevantere Interaktion im Messeumfeld.
- **Spezifische Messeanwendungen entstehen, bleiben aber noch in der frühen Phase**: Personalisierte Empfehlungen werden von 17,9 Prozent genannt, Besucher-Verhaltensanalyse von 11,9 Prozent und verbessertes Besuchererlebnis von 9,5 Prozent. Noch seltener sind Hallenplanung mit 7,1 Prozent, Besucheraufkommen erfassen mit 6,0 Prozent sowie Echtzeit-Feedback und Logistikplanung mit jeweils 3,6 Prozent. Gerade im Vergleich zur allgemeinen KI-Nutzung zeigt sich: Die Richtung stimmt, aber der nächste Wachstumsschritt liegt in der Übertragung auf konkrete Messeprozesse und skalierbare Geschäftsmodelle.

AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

KI-Anwendungen im Arbeitsalltag deutscher Messeveranstalter



Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027

n=80 deutsche Messeveranstalter, welche KI bereits nutzen oder eine Anwendung konkret planen; Mehrfachnennung möglich.

Insgesamt zeigt der AUMA-Veranstalter-Ausblick 2026/2027 damit eine Branche, die trotz vieler Herausforderungen in zentralen Zukunftsfeldern deutlich in Bewegung ist. Kosten, Geopolitik und Infrastruktur prägen die kurzfristige Agenda. Gleichzeitig treiben KI, Digitalisierung, Nachhaltigkeit, neue Formate und veränderte Kundenbedürfnisse die Weiterentwicklung des Messegeschäfts. Für den Messeplatz Deutschland liegt darin eine doppelte Aufgabe: Stabilität unter anspruchsvollen Bedingungen sichern und die eigene Stärke als internationale Plattform für Märkte, Innovation und persönliche Begegnung weiter ausbauen.

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, kleine Messeveranstalter, Besucherinnen und Besucher vertreten.

Gleich 70 Messeplätze zwischen Nordsee und Bodensee machen das Messeland weltweit einmalig. Zwei Drittel aller Leitmessen der Weltwirtschaft finden hierzulande statt. 66 Prozent der Aussteller und 33 Prozent der Fachbesucher aller Leitmessen kommen im Schnitt aus dem Ausland. Internationale, nationale und regionale Messen in Deutschland ziehen in Spitzenzeiten über 200.000 ausstellende Unternehmen und 13 Millionen Besucherinnen und Besucher an.

Durch Messen in Deutschland werden wenigstens 280.000 Jobs gesichert.
Die Messewirtschaft in Deutschland trägt Jahr für Jahr mit gut 30 Milliarden Euro an wirtschaftlichen Effekten zum Wohlstand des Landes bei. Bund, Länder und Gemeinden allein nehmen 5,4 Milliarden Euro an Steuern durch Messen in Deutschland ein.

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

Projektleitung und Redaktion: Hendrik Hochheim und Max Reichert

Datenerhebung: AUMA e.V.

Satz und Layout: united communications GmbH

Berlin, September 2026

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

Geschäftsführer: Jörn Holtmeier

Registergericht: Amtsgericht Berlin Charlottenburg
Vereinsregister-Nr.: 21 366 Nz
Umsatzsteuer-Identifikations-Nr.: DE 217620114
Lobbyregisternummer: R001005

Linkedin I Instagram I Threads I BlueSky I Whatsapp