

Das Meeting- & EventBarometer Nürnberg 2025/2026

Management-Information

Juni 2026

Inhalt

<u>Zentrale Ergebnisse und Perspektiven</u>	03
<u>Vorbemerkungen</u>	06
<u>Der MICE-Markt in Nürnberg</u>	12
<u>Die Ergebnisse des Meeting- & EventBarometers</u>	20
<u>Fokusthemen in der Veranstaltungsbranche</u>	45
<u>Ein Blick in die Zukunft</u>	60
<u>Anhang</u>	69



ZENTRALE ERGEBNISSE UND PERSPEKTIVEN

Zentrale Ergebnisse und Perspektiven

Veranstaltungen und Teilnehmer*innen in Nürnberg

In Nürnberg fanden 2025 rund 17.200 Veranstaltungen mit 2,33 Mio. Teilnehmer*innen onsite statt. Im Vergleich zum Jahr 2024 verzeichnete Nürnberg bei den Veranstaltungen einen leichten Rückgang, jedoch Zuwächse bei den Teilnehmer*innen. Bundesweit blieben die Veranstaltungen konstant, aber bei den Teilnehmer*innen konnten ebenfalls Zuwächse verzeichnet werden.

Kongresse, Tagungen und Seminare sind wichtigste Veranstaltungs-Art

Die wichtigste Veranstaltungs-Art stellten in Nürnberg Meetings und Tagungen dar. Sie machten mehr als die Hälfte aller Veranstaltungen aus. Bei den Größenklassen dominierten 2025 mit rund 75 Prozent aller Tagungen vor allem die kleinen Meetings mit bis zu 100 Teilnehmer*innen. Der Anteil von großen Veranstaltungen (über 1.000 Teilnehmer*innen) lag etwas unter dem deutschen Durchschnitt.

Steigende Umsätze bei den Anbietern

Die Umsätze in den Anbieterbetrieben haben 2025 im Vergleich zum Vorjahr zugenommen. Insgesamt lag in Nürnberg eine Umsatzsteigerung von rund 9,9 Prozent vor. Für 2026 gehen die Nürnberger Anbieter sowohl von gleichbleibenden als auch von leicht schwankenden Umsätzen im Bereich von bis zu 10 Prozent Zuwachs bzw. Rückgang aus.

Nürnberg verzeichnete mehr internationales Publikum

Internationale Veranstaltungen machten in Nürnberg einen Anteil von 7,5 Prozent aus und lagen damit unter dem Deutschlandwert. Internationale Veranstalter (6,2 Prozent) kamen v.a. aus der Schweiz, Österreich und UK. Der Anteil internationaler Teilnehmer*innen lag in Nürnberg mit 5,9 Prozent bzw. 9,6 Prozent bei den Business-Veranstaltungen unter dem deutschen Durchschnitt.

Zentrale Ergebnisse und Perspektiven



Wichtigste Veranstalter-Arten

In Nürnberg dominierten wie auch deutschlandweit die Unternehmen als wichtigster Kundenkreis (rund 44 Prozent). Aber auch die Verbände spielten eine wichtige Rolle. Als wichtigste Branchen wurden Finanzwirtschaft & Versicherungen, IT sowie Kultur & Kreativwirtschaft + Medien identifiziert.



Mit Nachhaltigkeit Wettbewerbsvorteile sichern

Der Anteil der Betriebe mit einem integrierten Nachhaltigkeitsstandard liegt in Nürnberg bei 63 Prozent und damit über dem deutschen Durchschnitt. Über 40 Prozent der Anbieter in Nürnberg (44 Prozent) erheben die eigenen CO₂-Emissionen und sind damit auch besser aufgestellt als der bundesweite Durchschnitt.



Digitalisierung und Nutzung von künstlicher Intelligenz

76 Prozent der befragten Anbieterbetriebe in Nürnberg nutzen bereits allgemeine Anwendungen künstlicher Intelligenz. Der aktuelle Qualifizierungsstand der Mitarbeitenden im täglichen Umgang mit KI (Spektrum von optimal bis teilweise abgedeckt) ist in Nürnberg niedriger als bundesweit. Als größte Herausforderungen werden Social Media & Performance Marketing sowie digitale Workflows & Backoffice identifiziert.



Prognosen für die Zukunft

Die Buchungslage für das laufende Jahr 2026 wird von der Hälfte der befragten Nürnberger Anbieterbetriebe als gut bis sehr gut eingeschätzt. In Bezug auf die Entwicklung der Veranstaltungen und Teilnehmer*innen für 2026 wird weitgehend von einem gleichbleibenden Niveau ausgegangen. Schwankungen von mehr als 10 Prozent Zuwachs oder Rückgang werden bei den Veranstaltungen im Gegensatz zur bundesweiten Einschätzung nicht erwartet.



VORBEMERKUNGEN

Sonderauswertung Meeting- & EventBarometer Nürnberg

Geschäftsjahr 2025



**Basis für künftige MICE-
Marktforschung in Nürnberg**



**Meeting- & EventBarometer
Deutschland
2025/2026**



Ziel der Destination

Die Marketingaktivitäten der Destination **Nürnberg** im MICE-Segment sollen überprüft und dokumentiert werden.

Durch kontinuierliche Kontrolle und Rückmeldung von Veränderungen können Potentiale genutzt werden...



- ... zur detaillierten Ausrichtung verschiedener Marketingmittel insbesondere für Business Events
- ... zur umfassenden Kommunikation an die Partner nach innen und außen
- ... zur Stärkung des Bewusstseins aller involvierten Partner
- ... zum Vergleich mit bereits vorliegenden MICE-Marktstudien aus der Vergangenheit
- ... für eine Argumentationsgrundlage gegenüber politischen Gremien

Methodik



Online-Befragung von Januar bis März 2026

- 83 Veranstaltungsstätten in Nürnberg
- Über 4.900 Veranstaltungsstätten deutschlandweit im Verteiler

Struktur der Rückläufer in Nürnberg

Die Rücklaufquote liegt bei 27%, die sich wie folgt verteilen:



VeranstaltungsCentren

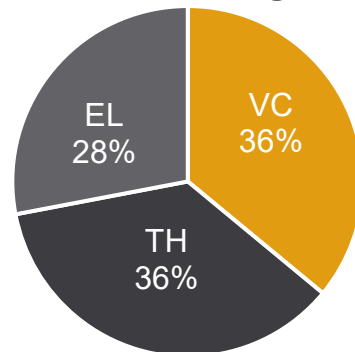


TagungsHotels



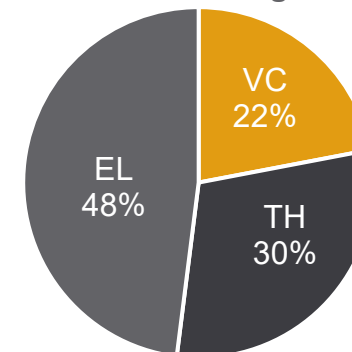
EventLocations

Prozentuale Verteilung der Rückläufer



Gewichtung

Prozentuale Verteilung aller Anbieter



In der Stichprobe sind die Veranstaltungszentren und Tagungshotels auf Kosten der Eventlocations stärker vertreten als auf dem tatsächlichen Markt. Daher wurde bei der Ergebnisberechnung eine entsprechende Gewichtung vorgenommen, die der tatsächlichen prozentualen Verteilung in **Nürnberg** entspricht, so dass valide und aussagekräftige Daten für Nürnberg vorliegen.

Methodik:

Hochrechnungen der Veranstaltungsformen (Präsenz- & hybride Veranstaltungen)

1

Ermittlung der Präsenz-Teilnehmer*innen und Veranstaltungen auf Basis der angegebenen Daten, angereichert um Deutschland-Daten (wenn keine Destinationsdaten vorhanden sind)

Basis: Befragung der Anbieterbetriebe (VAS) in Nürnberg / der bundesweiten Anbieter

Begründung: Priorität der Destinationsdaten, diese sind jedoch oft nicht ausreichend

Differenzierung: nach Veranstaltungsstätten-Gruppen (15) und Veranstaltungsstätten-Arten (3)

2

Ermittlung des Anteils hybrider Veranstaltungen und der davon vor Ort erschienenen Teilnehmer*innen

über die Aufteilung der Teilnehmer*innen & Veranstaltungen auf die verschiedenen Veranstaltungsformate

Basis: Befragung der deutschen Veranstalter

Begründung: die Veranstalter liefern eine Übersicht über alle Veranstaltungen, die durchgeführt wurden (nicht nur die in den Veranstaltungsstätten)

Differenzierung: nach Veranstalter-Arten

3

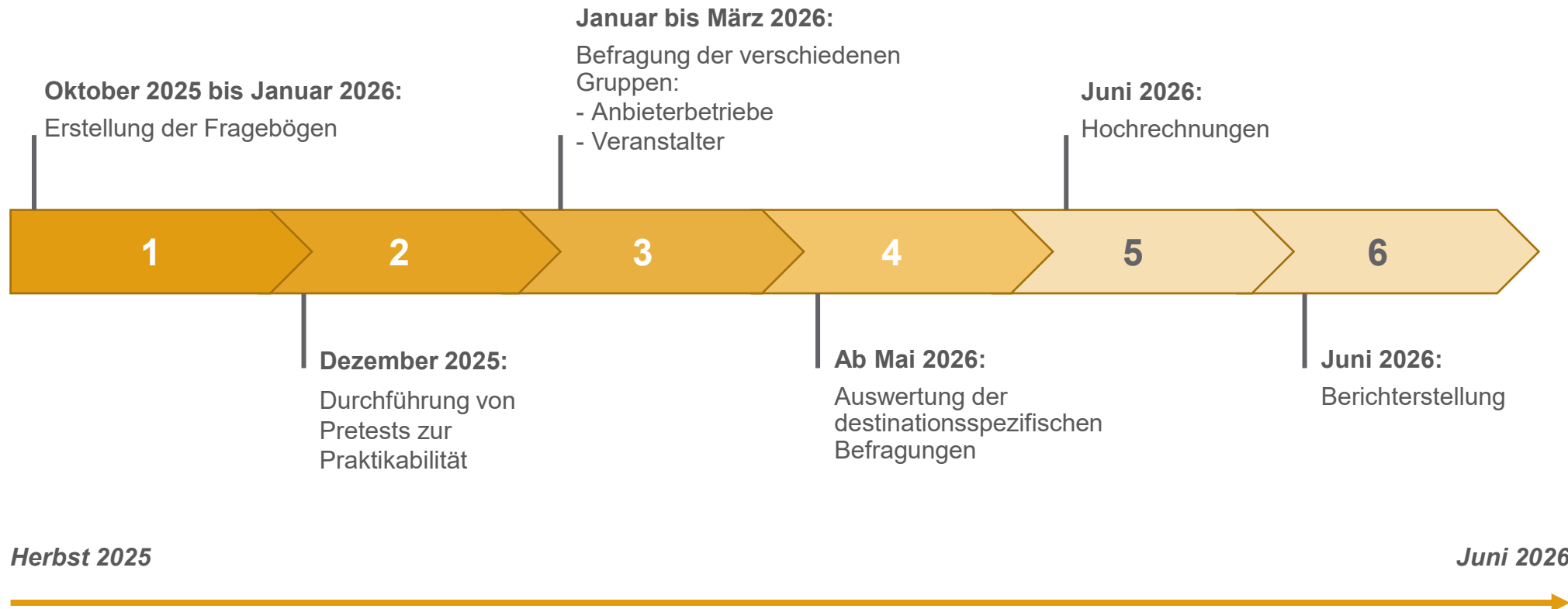
Kontrolle der Zahlen über den Vergleich der Angaben in den verschiedenen Befragungen

Basis: Alle Befragungen

Begründung: Prüfung auf Plausibilität der Angaben in den Befragungen

Die **Methodik der bundesweiten Befragung** wird auf Nürnberg angewendet, indem die Werte für Onsite-Veranstaltungen aus der Anbieterbefragung der Nürnberger Betriebe einfließen. Bei den **hybriden Veranstaltungen** werden allerdings die **Ergebnisse der nationalen Veranstalterbefragung** genutzt, da hier keine destinationsspezifischen Daten vorliegen.

Projektablauf MEBa 2025/2026: Sonderauswertung Nürnberg





DER MICE-MARKT IN NÜRNBERG

Der Gesamtmarkt der Meeting- & Eventdestination Nürnberg: 2025 im Vergleich zu 2024

Basis: EITW, Eigene Erhebungen und Anbieterbefragung 2026: verschiedene Abfragen



Angebotssituation

Veranstaltungsstätten gesamt*	83	+/-0
Veranstaltungszentren (VC)	12	+/-0
Tagungshotels (TH)	24	+/-0
Eventlocations (EL)	47	+/-0

*ab 100 Sitzplätzen im größten Saal



Nachfragesituation

Veranstaltungen onsite (Präsenz/hybrid)	17.160	-0,7%
Teilnehmer*innen onsite (Präsenz/hybrid)	2,33 Mio.	+7,8 %

Onsite-Veranstaltungen: Nürnberg im Vergleich zu Deutschland

Basis: EITW, Eigene Erhebungen und Anbieterbefragung 2026: verschiedene Abfragen

17.160



2,02 Mio.



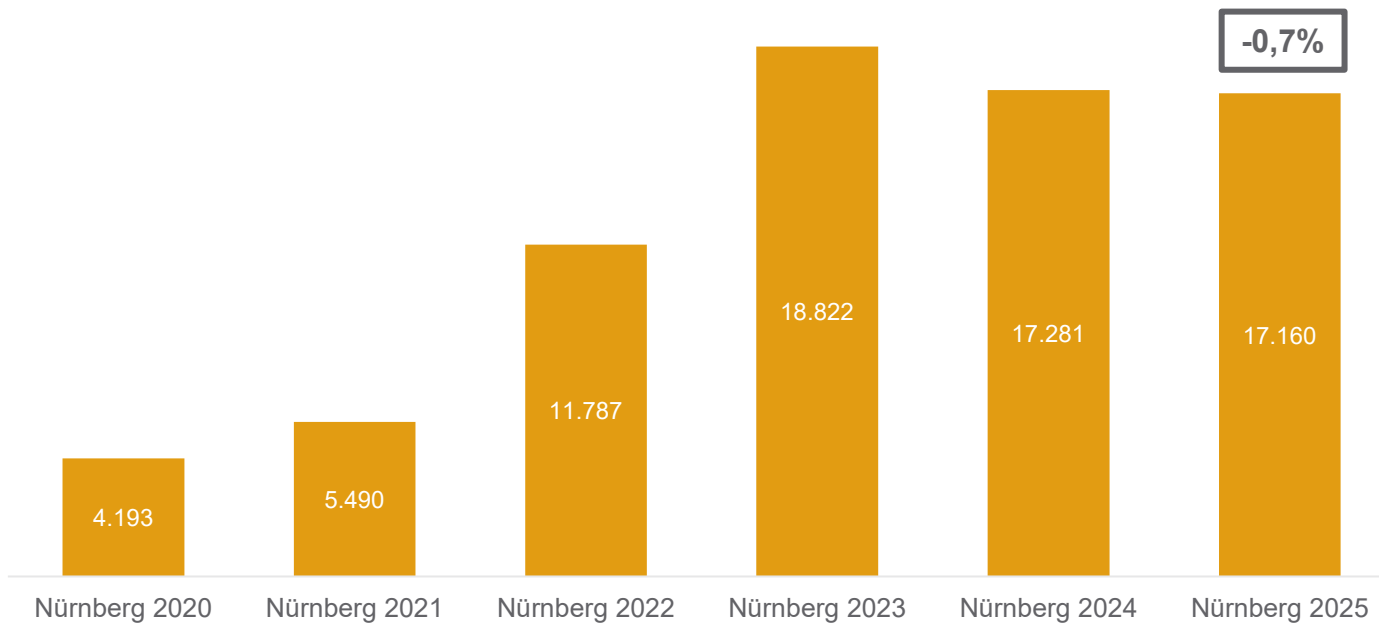
Insgesamt fanden in **Deutschland** 2025 ca. 2,02 Mio. Onsite-Veranstaltungen statt.

In **Nürnberg** fanden 17.160 Onsite-Veranstaltungen statt.

Entwicklung der onsite-Veranstaltungen

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2021 - 2026: Gesamtzahl der Onsite-Veranstaltungen

Entwicklung der Veranstaltungen onsite von 2020 bis 2025



Im Vergleich zum Vorjahr hat die Anzahl der Onsite-Veranstaltungen 2025 leicht abgenommen. Der Rückgang von 0,7 Prozent in **Nürnberg** bewegt sich minimal unter dem **Deutschland-Trend** (+0,1 Prozent).

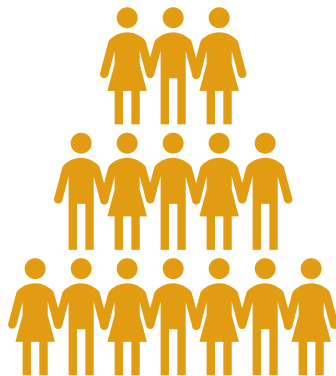
Teilnehmer*innen onsite: Nürnberg im Vergleich zu Deutschland

Basis: EITW, Eigene Erhebungen und Anbieterbefragung 2026: verschiedene Abfragen

2,33 Mio.



395,1 Mio.



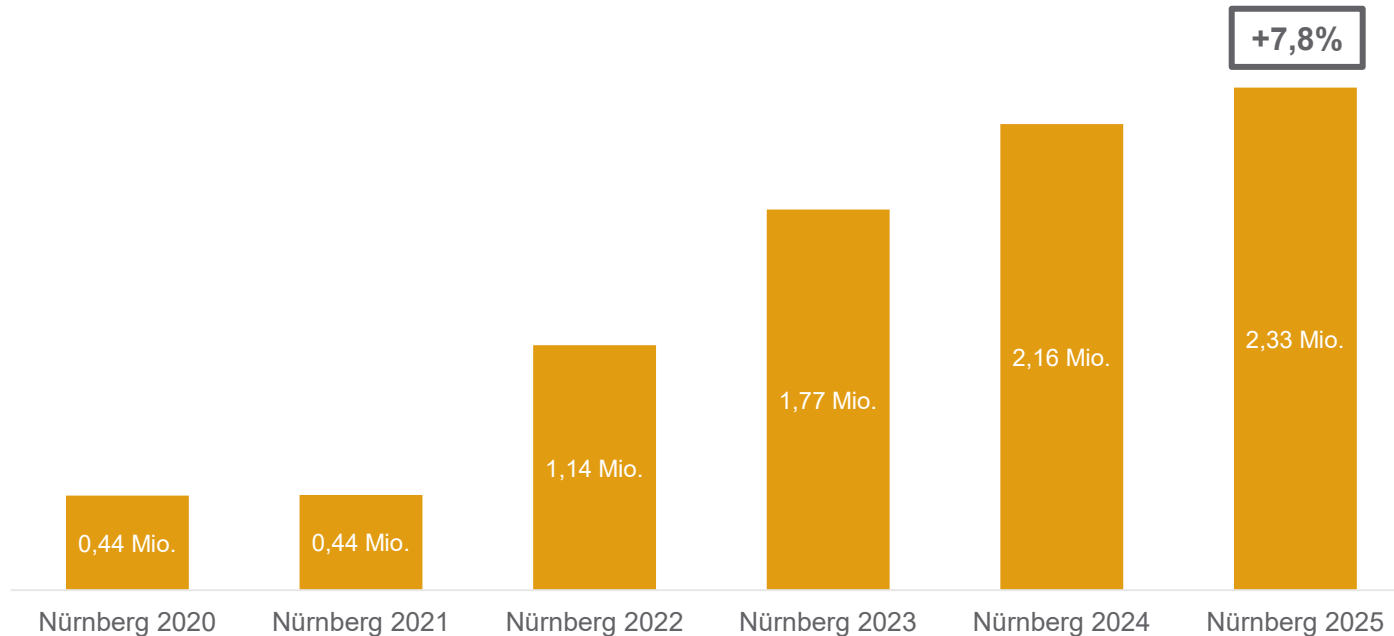
Insgesamt addierten sich die Onsite-Teilnehmer*innen in **Deutschland** auf ca. 395,1 Mio.

So ergaben sich für **Nürnberg** 2,33 Mio. Teilnehmer*innen bei Onsite-Veranstaltungen.

Teilnehmer*innen nehmen weiter zu

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2021 - 2026: Anzahl der Onsite-Teilnehmer*innen

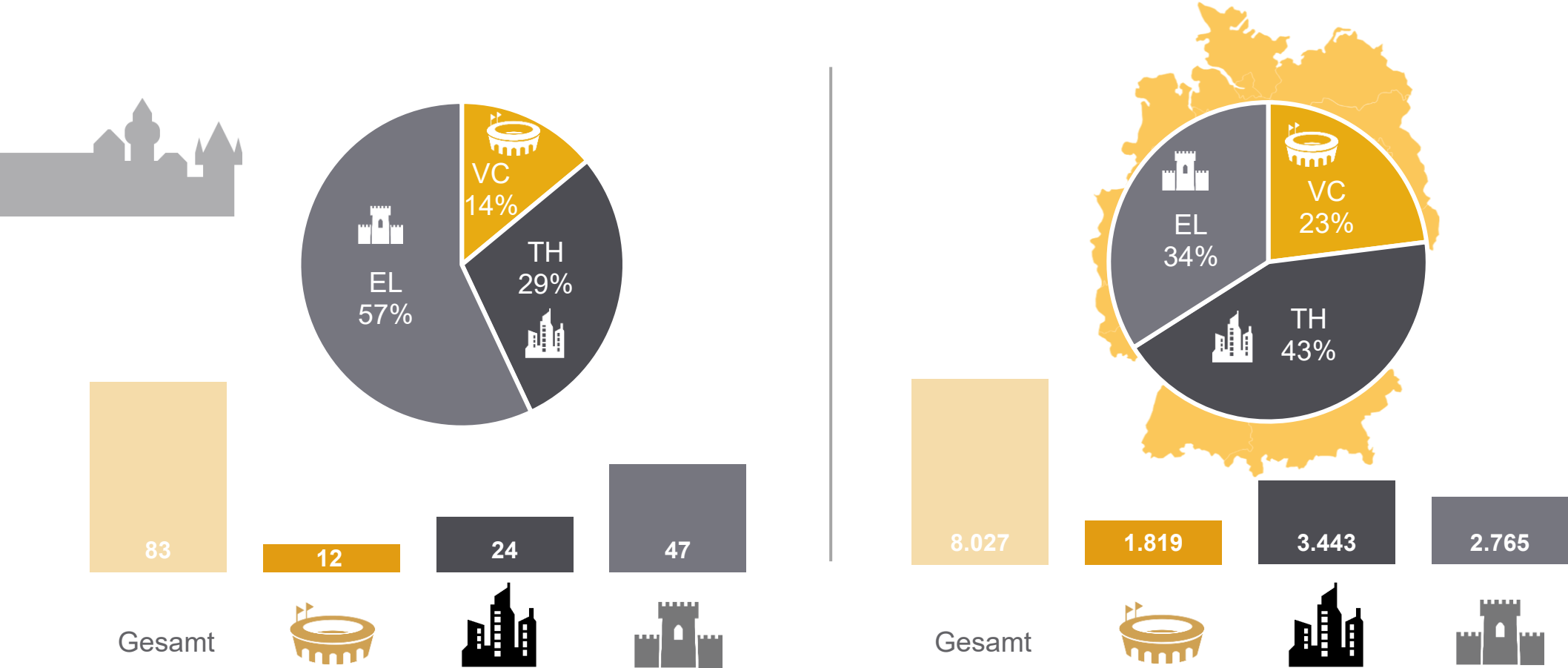
Entwicklung der Teilnehmer*innen onsite von 2020 bis 2025



Im Vergleich zum Vorjahr nahm die Anzahl der Onsite-Teilnehmer*innen weiter zu.

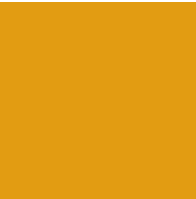
Der Zuwachs in **Nürnberg** von insgesamt 7,8 Prozent liegt über der **deutschland-weiten** Marktentwicklung (plus 4,6 Prozent).

Angebot: Veranstaltungsstätten und ihre Aufteilung nach Arten in Nürnberg und Deutschland



Basierend auf den Hochrechnungen mit Betrieben mit mind. 100 Teilnehmer*innen im größten Raum.

Faktenübersicht zum Gesamtmarkt Nürnberg



Zahl der Veranstaltungen und Teilnehmer*innen

In Nürnberg fanden 17.160 Onsite-Veranstaltungen statt, was einem Rückgang von 0,7 Prozent im Vergleich zu 2024 entspricht. Die Zahl der Onsite-Teilnehmer*innen lag in Nürnberg bei 2,33 Mio. (+7,8 Prozent).



Das Angebot

Von den 83 Veranstaltungsstätten in Nürnberg machen die Eventlocations mit 57 Prozent im Vergleich zur bundesweiten Verteilung einen überproportional großen Anteil des Marktes aus. Der Anteil der Tagungshotels und Veranstaltungszentren fällt in Nürnberg kleiner aus. Im Vergleich zum Vorjahr blieb die Anzahl der Veranstaltungsstätten sowie die Anzahl der Veranstaltungsstätten-Arten unverändert.

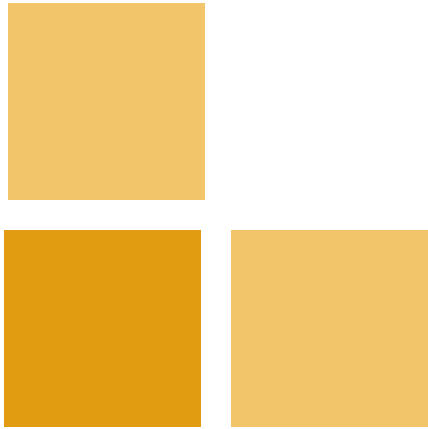


Entwicklung der Destination Nürnberg

Seit dem Einbruch durch die Corona-Pandemie hat sich der Tagungsmarkt in Nürnberg sehr positiv entwickelt. Bei einem gleichbleibenden Angebot verhalten sich die Nachfragewerte bei den Veranstaltungen weitestgehend konstant, wohingegen die Teilnehmerzahlen sogar weiterhin zunehmen!



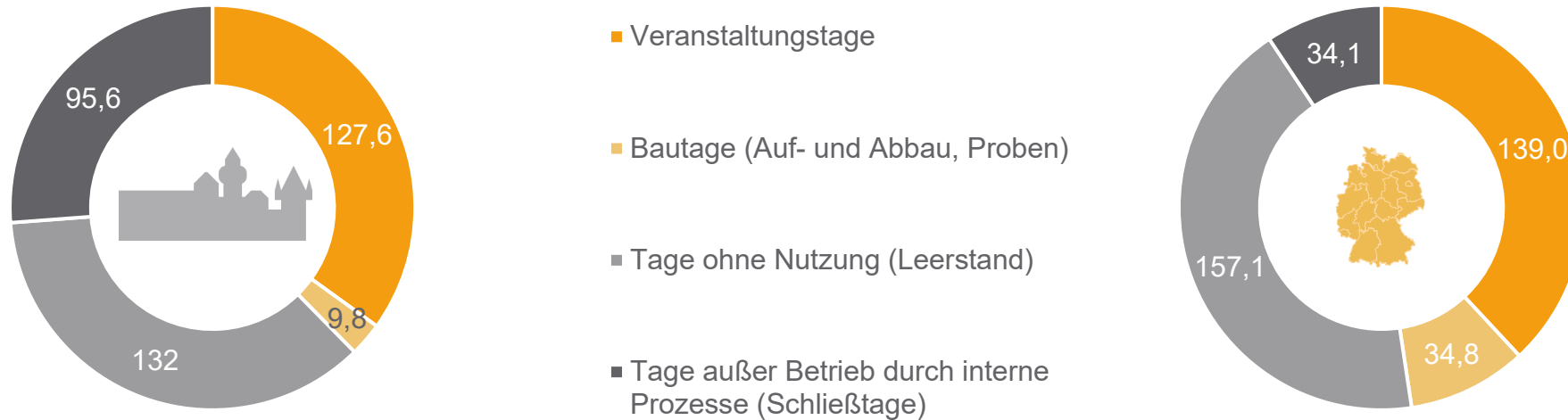
DIE ERGEBNISSE DES MEETING- & EVENTBAROMETERS



BELEGUNG

Belegtage 2025 – Belegung des größten Raumes

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Bitte geben Sie an, wie sich die Belegung Ihres größten Saales/Raumes 2025 aufgeteilt hat. Die Summe ergibt maximal 365 Tage.



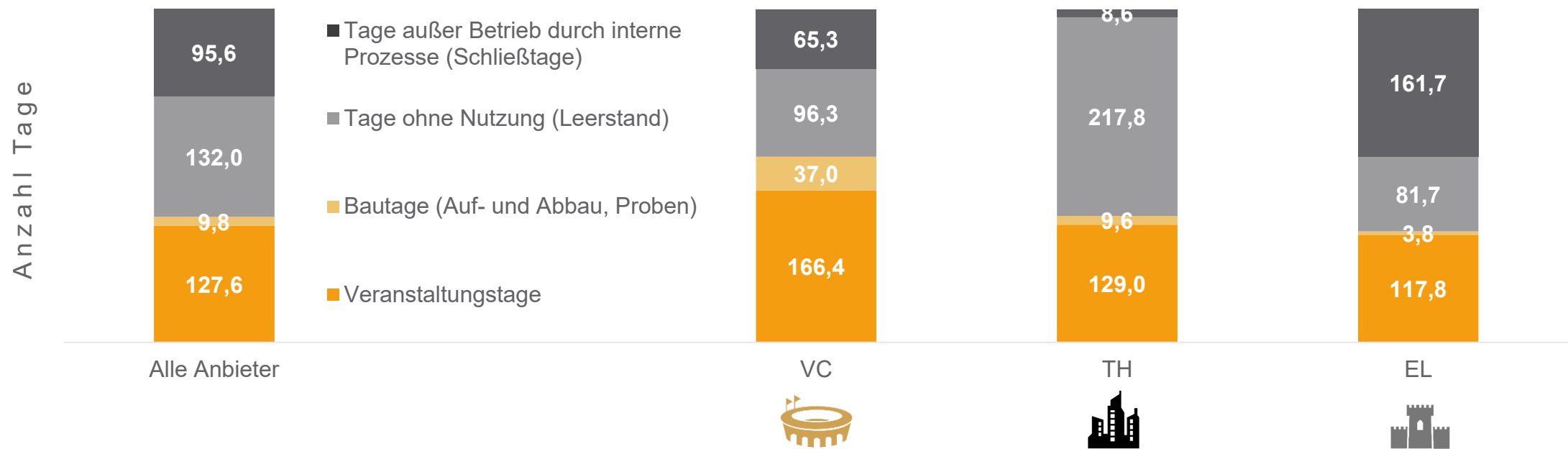
Die Anzahl der **Belegtage** (Veranstaltungstage + Auf- und Abbautage) liegt in **Nürnberg** für 2025 bei 137,4 Belegtagen.

Verglichen mit den Deutschland-Zahlen (173,8 Belegtage) waren die Veranstaltungsstätten in Nürnberg weniger stark ausgelastet. Der Anteil von Bautagen an den Belegtagen beträgt in Nürnberg 7,1 Prozent und liegt damit deutlich niedriger als auf Bundesebene mit 20,0%.

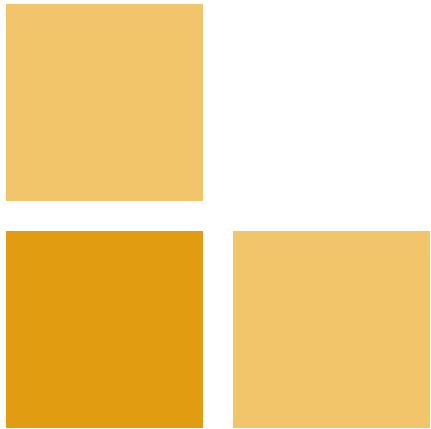
Belegtage 2025 – nach Veranstaltungsstätten-Arten

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Bitte geben Sie an, wie sich die Belegung Ihres größten Saales/Raumes 2025 aufgeteilt hat. Die Summe ergibt maximal 365 Tage

Belegung des größten Raumes



Die Belegung unterscheidet sich in den Arten von Veranstaltungsstätten stark voneinander. Die Vielzahl der Eventlocations in Nürnberg mit ihren vielen Schließtagen tragen maßgeblich zur schwächeren Belegung bei.



ONSITE-VERANSTALTUNGEN

Dauer von onsite-Veranstaltungen in 2025

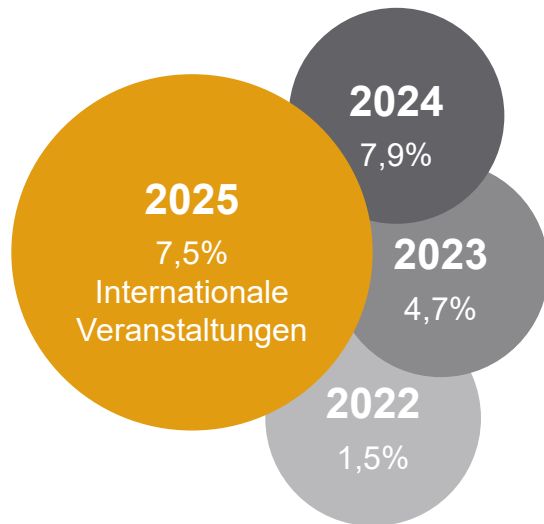
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Gesamtzahl der Veranstaltungen 2025 und deren Dauer in Ihrer Veranstaltungsstätte (mit mind. 20 Teilnehmer*innen).

Die Veranstaltungsdauer ist in **Nürnberg** kürzer als in Gesamtdeutschland; bedingt durch die Tagungshotels und Eventlocations.



Internationale Veranstaltungen

Basis: EITW, Hochrechnung der Werte aus der Anbieterbefragung 2026: Anzahl internationaler Veranstaltungen (Veranstaltungen ab 20 Teilnehmer*innen)



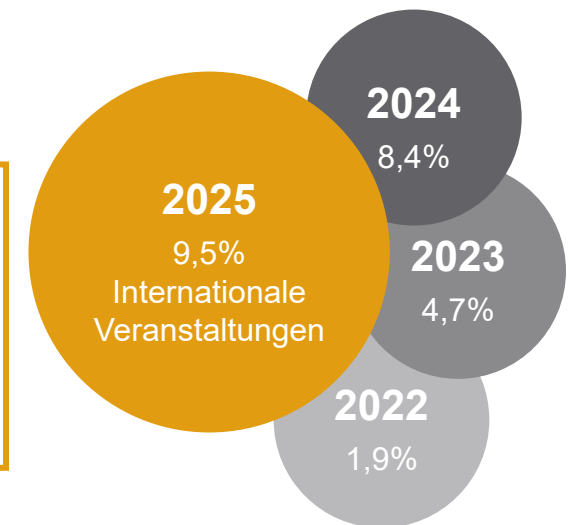
Nürnberg

Der Anteil an internationalen Veranstaltungen ist in **Nürnberg** im Vergleich zum Vorjahr in etwa gleich geblieben und zieht nicht ganz mit der bundesweiten Entwicklung mit.



Deutschland

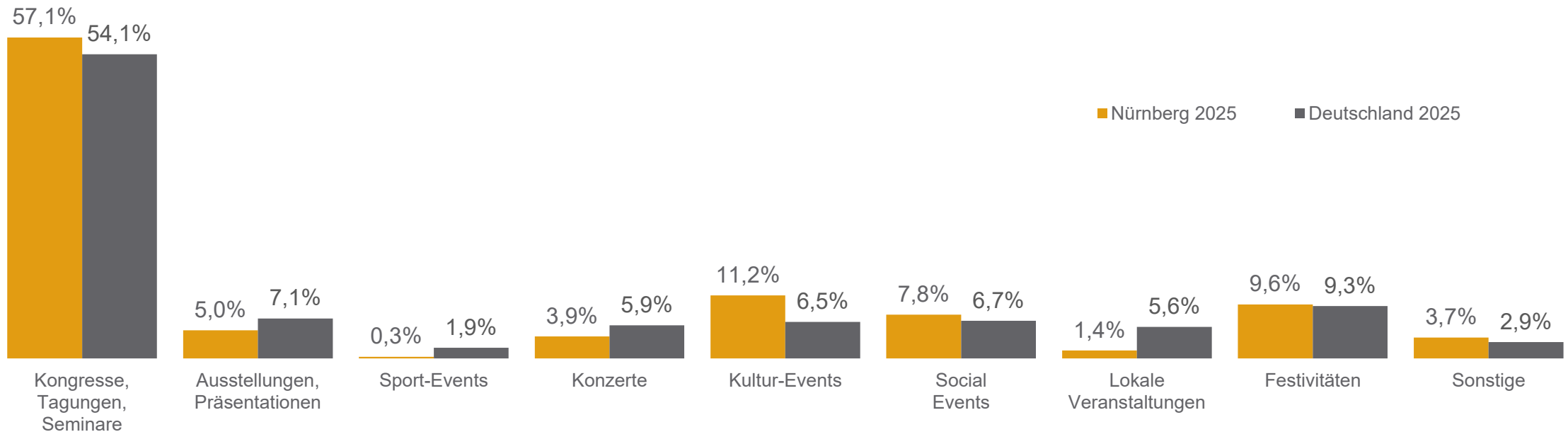
Auf **Bundesebene** betrug der Anteil internationaler Veranstaltungen 9,5 Prozent und setzte seine positive Entwicklung fort.



Hinweis: Eine Veranstaltung ist per Definition international, wenn mindestens 10 Prozent der Teilnehmer*innen ihren Wohnsitz außerhalb Deutschlands haben.

Veranstaltungs-Arten

Basis: EITW, Hochrechnung der Werte aus der Anbieterbefragung 2026: Anzahl der Veranstaltungen in den Veranstaltungs-Arten*

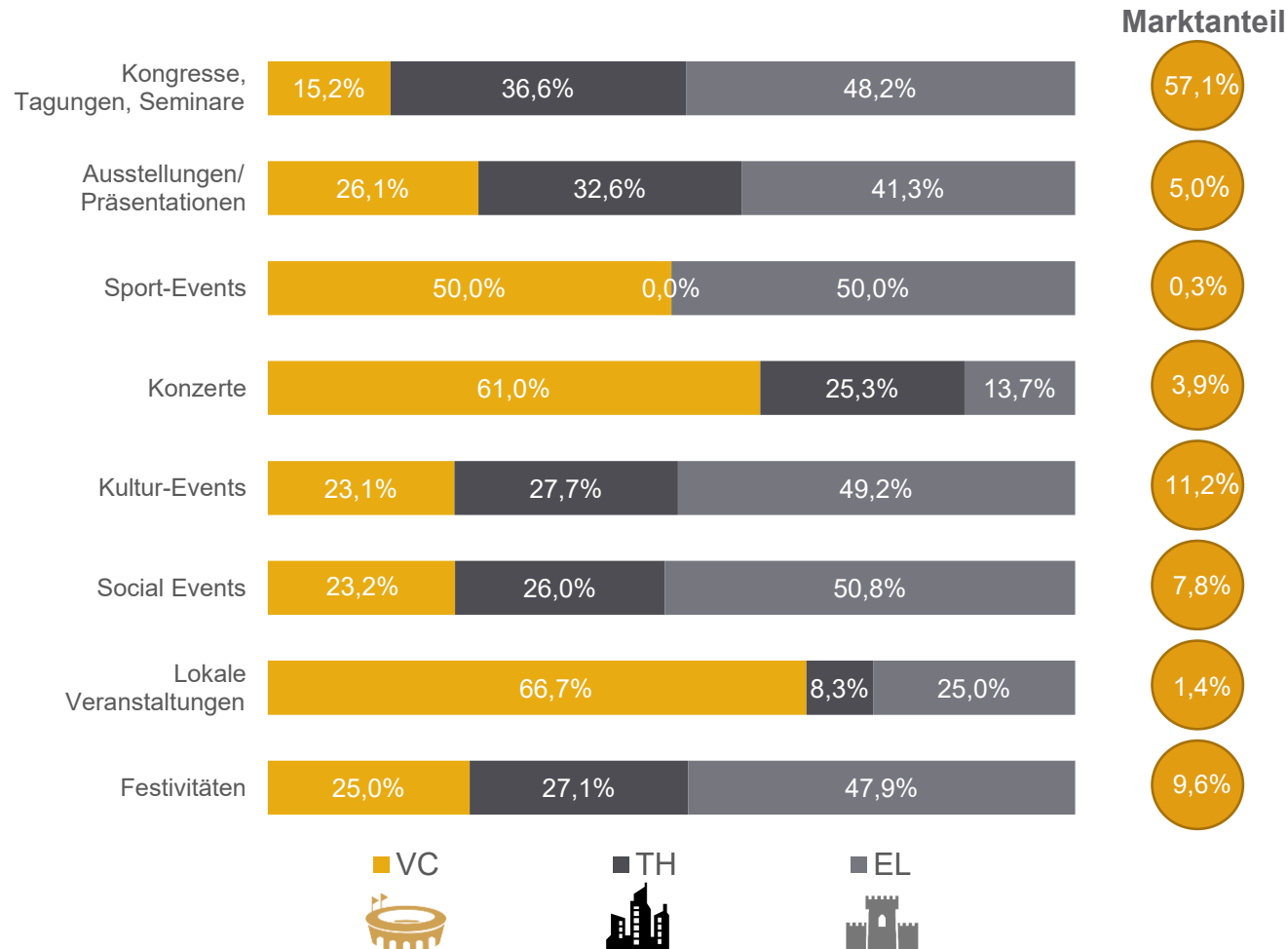


Kongresse, Tagungen und Seminare dominieren den Markt – in **Nürnberg** allerdings etwas stärker vertreten als im deutschen Durchschnitt; überdies sind die Kultur-Events in Nürnberg deutlich stärker vertreten als deutschlandweit.

**Ein direkter Vergleich zur Verteilung im Vorjahr ist nicht möglich, da die Antwortkategorien um zwei Veranstaltungsarten erweitert wurden.*

Veranstaltungs-Arten in den Veranstaltungsstätten-Arten

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Anzahl der Veranstaltungen in den Veranstaltungs-Arten



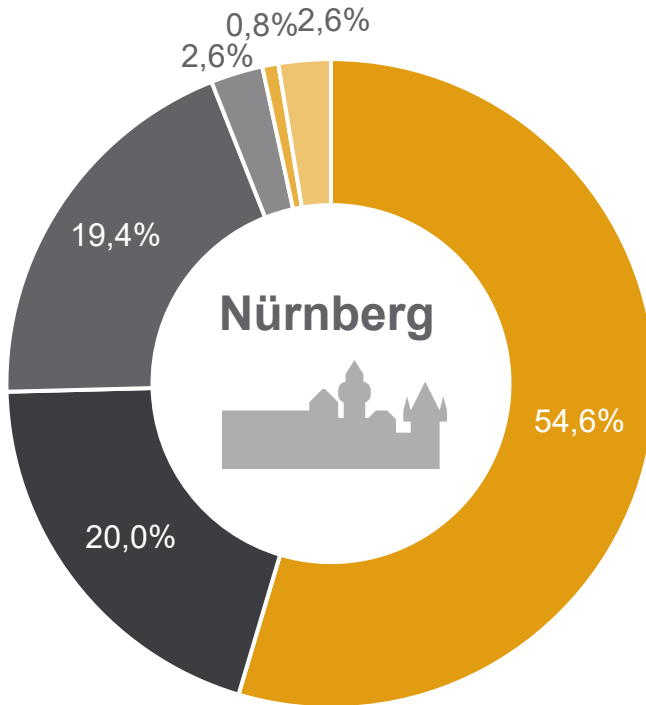
Anmerkung: Die Veranstaltungs-Art „Sonstige“ beträgt 3,7% und ist in der obigen Grafik nicht aufgeführt.

Betrachtet man die verschiedenen Veranstaltungsarten unabhängig von ihrem Marktanteil nach der Verteilung auf die unterschiedlichen Arten von Veranstaltungsstätten, so zeigen sich die Profile der jeweiligen Tagungslocations.

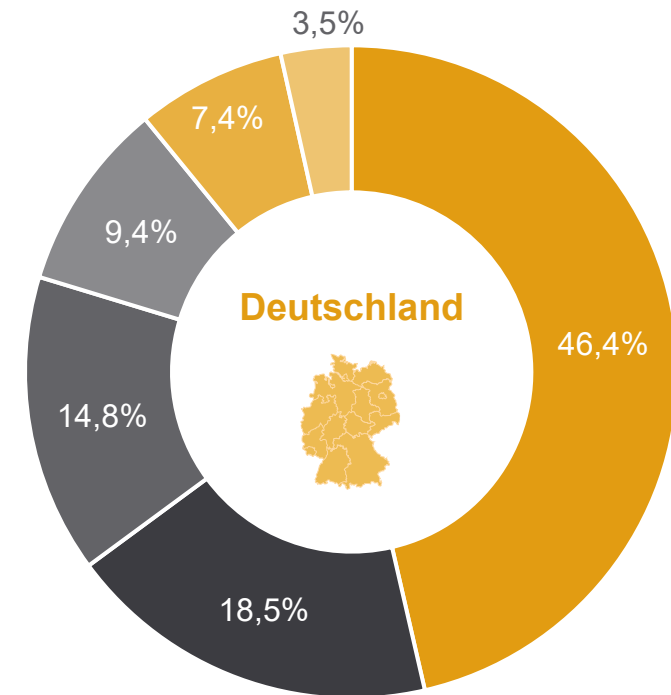
Die **Veranstaltungszentren** stachen bei den lokalen Veranstaltungen und den Konzerten besonders hervor, während die **Tagungshotels** jeweils rund ein Drittel der Seminare/Tagungen und der Ausstellungen abdeckten. Die **Eventlocations** spielten vor allem bei den Social Events und Kultur-Events eine wichtige Rolle, führen aber auch fast die Hälfte aller Seminare, Tagungen und Kongresse durch.

Größenklassen der Seminare, Tagungen und Kongresse

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026 (Ergebnisse der Stichprobe mit anschließender Gewichtung): Bitte geben Sie an, in welche Größenklassen sich die Veranstaltungsart Seminare, Tagungen und Kongresse bei Präsenzveranstaltungen in Ihrem Haus aufteilt.



- 20 - 50 Teilnehmer*innen
- 51 - 100 Teilnehmer*innen
- 101 - 250 Teilnehmer*innen
- 251 - 500 Teilnehmer*innen
- 501 - 1.000 Teilnehmer*innen
- über 1.000 Teilnehmer*innen



Mit Hinblick auf die Größenklassen dominierten in **Nürnberg** 2025 mit rund drei Vierteln aller Seminare, Tagungen und Kongresse vor allem die kleinen Meetings mit bis zu 100 Teilnehmer*innen. Der Anteil von großen Veranstaltungen mit mehr als 1.000 Teilnehmer*innen lag mit 2,6 Prozent unter dem deutschen Durchschnitt (3,5 Prozent).

Größenklassen der Seminare, Tagungen und Kongresse (Nürnberg-spezifische Berechnung)

Basis: EITW, Anbieterbefragungen 2024 bis 2026 (Ergebnisse der Stichprobe mit anschließender Gewichtung): Bitte geben Sie an, in welche Größenklassen sich die Veranstaltungsart Seminare, Tagungen und Kongresse bei Präsenzveranstaltungen in Ihrem Haus aufteilt.

	Größenklassen beruflich motivierter Veranstaltungen 2025		Größenklassen beruflich motivierter Veranstaltungen 2024		Größenklassen beruflich motivierter Veranstaltungen 2023	
Teilnehmer*innen	Anbieter Nürnberg* (Alle 83 Betriebe)	Anbieter Deutschland**	Anbieter Nürnberg* (Alle 83 Betriebe)	Anbieter Deutschland**	Anbieter Nürnberg* (Alle 83 Betriebe)	Anbieter Deutschland**
20 - 50	54,6%	46,4%	67,1%	45,3%	72,3%	59,6%
51 - 100	20,0%	18,5%	24,7%	23,1%	11,1%	19,7%
101 - 250	19,4%	14,8%	3,6%	16,3%	10,9%	12,2%
251 - 500	2,6%	9,4%	2,5%	8,5%	3,9%	4,7%
501 - 1.000	0,8%	7,4%	0,8%	5,0%	0,9%	2,9%
1.001 - 2.000	0,9%	1,6%	1,0%	1,1%	0,4%	0,6%
2.001 - 5.000	1,2%	1,4%	0,1%	0,6%	0,2%	0,1%
Über 5.000	0,5%	0,5%	0,2%	0,1%	0,3%	0,2%

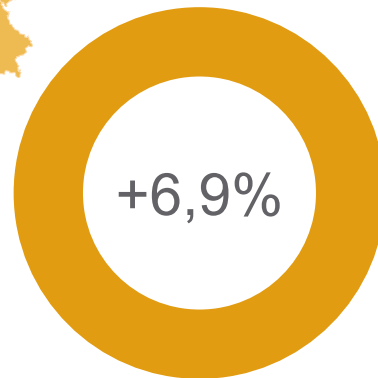
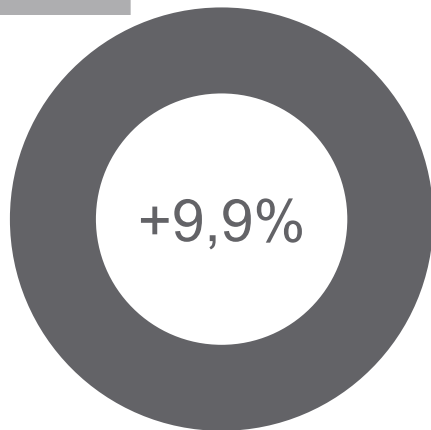
*gewichtet nach Art
**nach gleicher Berechnung wie Nürnberg-Gewichtung



Umsatzveränderungen 2025 im Vergleich zu 2024

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: In welchem Maße veränderte sich im Jahr 2025 der Umsatz durch Veranstaltungen verglichen mit dem Jahr 2024? Bitte wählen Sie die Art der Veränderung im Dropdown-Menü aus und tragen den Wert in % entsprechend in der Spalte daneben ein (bei gleichbleibendem Volumen entsprechend eine 0).

Umsatzveränderung 2025 im Vergleich zu 2024



Ein Vergleich mit dem Jahr 2024 zeigt, dass die Umsätze im Jahr 2025 insgesamt gestiegen sind und eine Aufwärtstendenz spürbar ist.

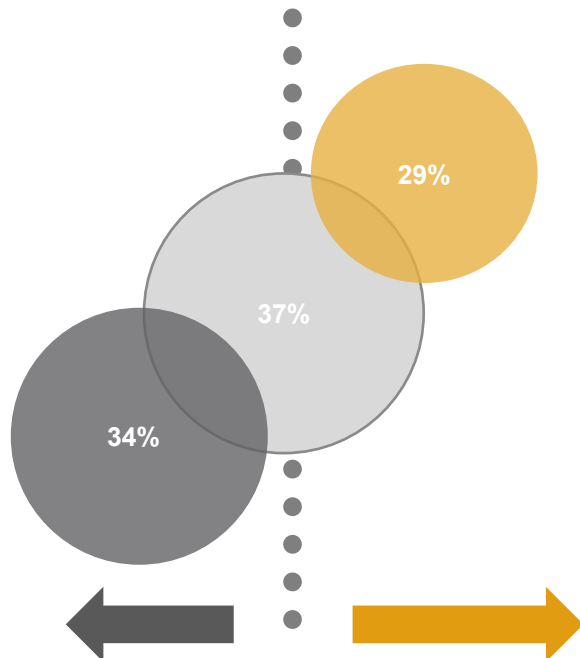
Deutschlandweit stiegen die Umsätze um 6,9 Prozent, in **Nürnberg** betrug der Zuwachs 9,9 Prozent.

Erwartete Umsatzveränderungen in 2026

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Wie sieht Ihre Buchungssituation für Veranstaltungen, Teilnehmende und den Umsatz im Jahr 2026 verglichen mit 2025 aus? Bitte geben Sie die erwartete Veränderung an.



Einschätzung
Anbieter Nürnberg



Zuwachs von mehr als 10%

Zuwachs von 5 bis 10 %

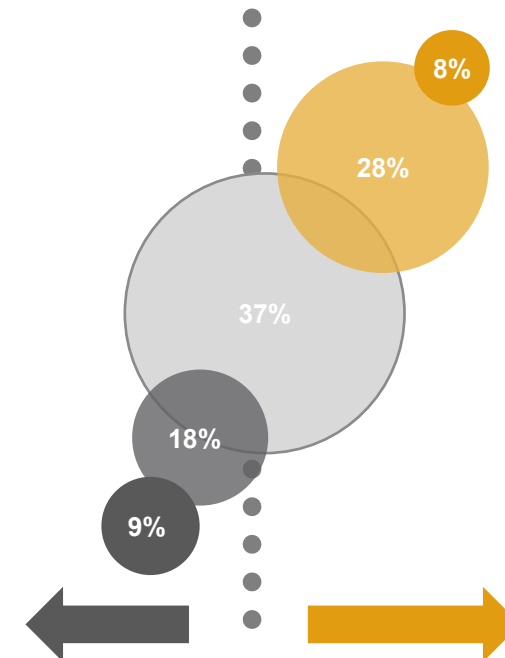
Nahezu gleichbleibend (+/- 4,9 %)

Rückgang von 5 bis 10 %

Rückgang von mehr als 10%



Einschätzung
Anbieter Deutschland



8%

28%

37%

18%

9%

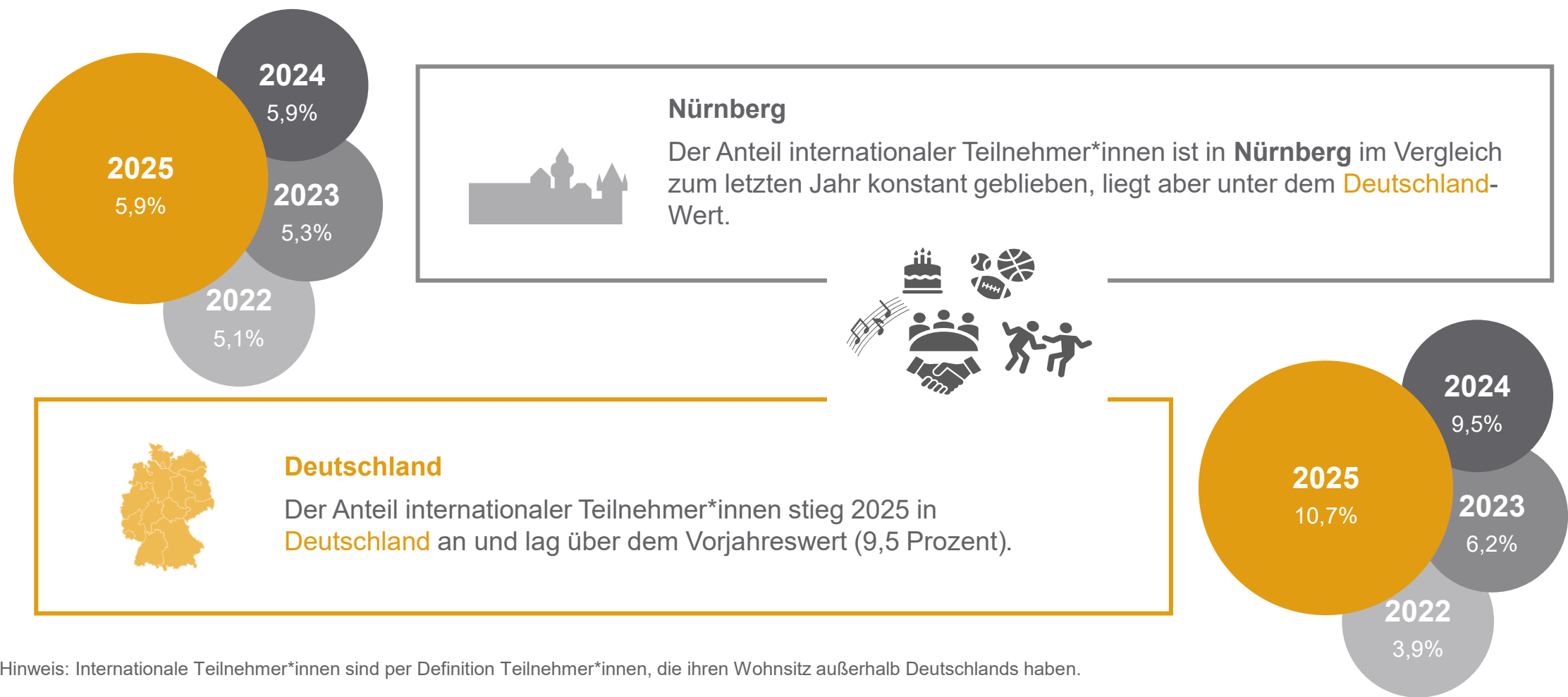
In **Nürnberg** erwarten die Anbieterbetriebe für 2026 tendenziell eher sinkende bis gleichbleibende Umsätze. Stärkere Abweichungen von mehr als 10 Prozent Zuwachs oder Rückgang wurden hier im Gegensatz zur **bundesweiten** Befragung gar nicht angegeben.



TEILNEHMER*INNEN

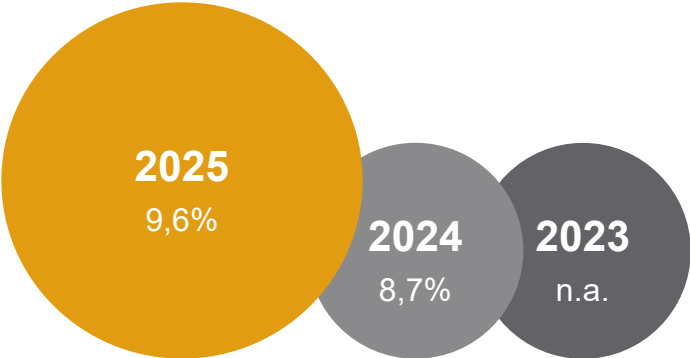
Internationale Teilnehmer*innen bei allen Veranstaltungen

Basis: EITW, Hochrechnung der Werte aus der Anbieterbefragung 2026: Anteil der Teilnehmer*innen vor Ort aus dem Ausland in % für 2025 (Anteil bei allen Veranstaltungen)



Internationale Teilnehmer*innen bei Business-Veranstaltungen

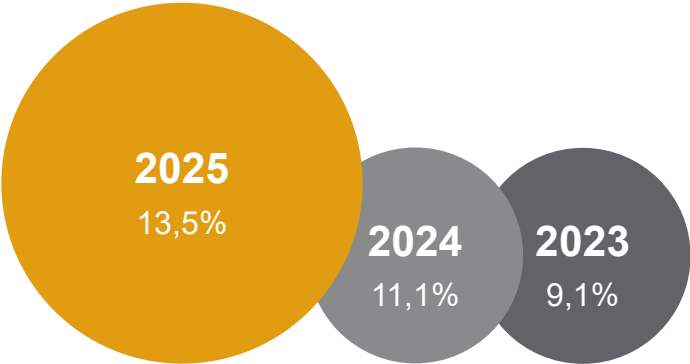
Basis: EITW, Hochrechnung der Werte aus der Anbieterbefragung 2026: Anteil der Teilnehmer*innen vor Ort aus dem Ausland in % für 2025 (Anteil bei Business-Veranstaltungen: Seminare, Tagungen, Konferenzen)





Nürnberg

Der Anteil internationaler Teilnehmer*innen ist in **Nürnberg** im Vergleich zum Vorjahr weiter gestiegen, liegt aber weiterhin unter dem **Deutschland**-Wert.





Deutschland

Der Anteil internationaler Teilnehmer*innen stieg 2025 in **Deutschland** an und lag über dem Vorjahreswert (11,1 Prozent).

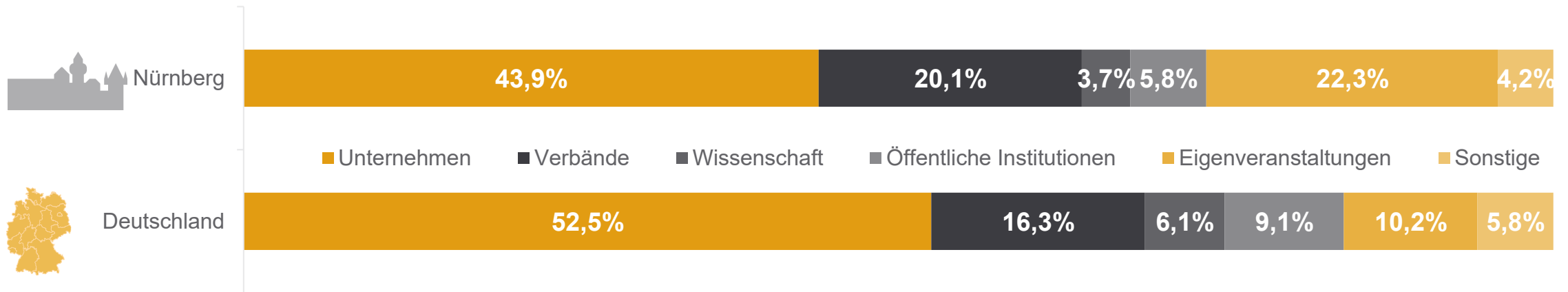
Hinweis: Internationale Teilnehmer*innen sind per Definition Teilnehmer*innen, die ihren Wohnsitz außerhalb Deutschlands haben.



VERANSTALTER

Corporates sind wichtigste Kundengruppe

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Bitte geben Sie an, aus welchen Veranstalter-Arten sich Ihre Veranstaltungen prozentual zusammensetzen

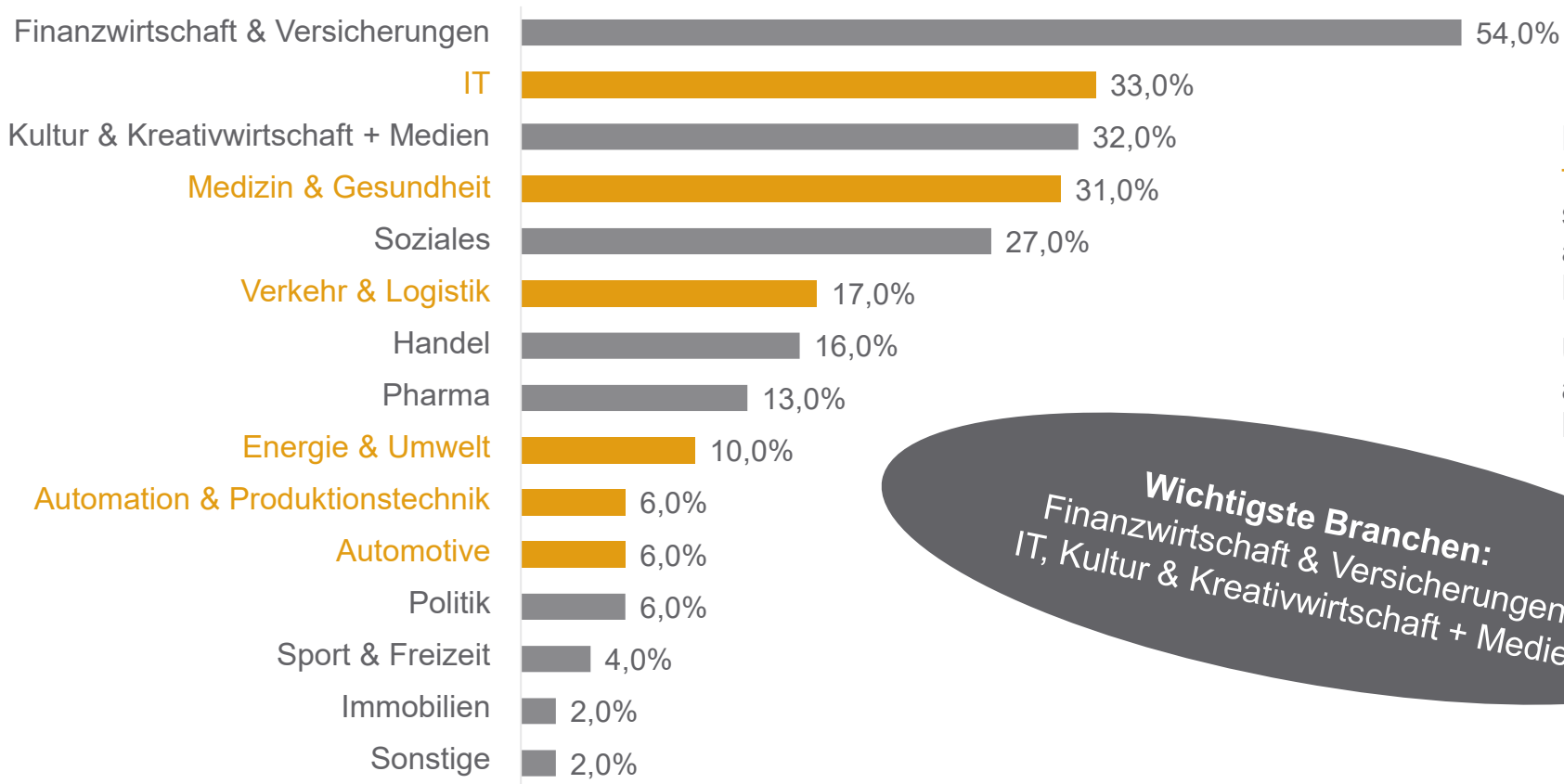


Sowohl **bundesweit** als auch in **Nürnberg** bilden die **Unternehmen** jeweils die stärksten Veranstalter-Arten, in Nürnberg sind sie von den Eigenveranstaltungen gefolgt.

Je nach Veranstaltungsstätten-Art gibt es in **Nürnberg** Abweichungen in der Aufteilung. In den **Tagungshotels** sind die Unternehmen mit rund 69 Prozent am stärksten vertreten. In den **Veranstaltungszentren** und den Eventlocations erreichen die Verbände Anteile von 28 Prozent. In den **Eventlocations** treten die Betreiber verstärkt auch als eigener Veranstalter auf und erreichen einen Anteil von rund 41 Prozent.

Branchenkompetenz: Die wichtigsten Branchen der Anbieter

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026 (nur Nürnberger Anbieterbetriebe): Bitte wählen Sie die drei häufigsten Branchenschwerpunkte aus:



Die ausgewiesenen **Kompetenzfelder der Metropolregion Nürnberg** sind farblich markiert, wobei nicht alle Kompetenzfelder im gleichen Maße veranstaltungsintensiv sind.

Unter den Top-4-Branchen sind auch zwei Kompetenzfelder der Destination vertreten.

Wichtigste Branchen:
Finanzwirtschaft & Versicherungen,
IT, Kultur & Kreativwirtschaft + Medien

Besuchsstatus

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Bitte schätzen Sie für das letzte abgeschlossene Jahr 2025 die Aufteilung Ihrer Auftraggeber nach Besuchsstatus ein



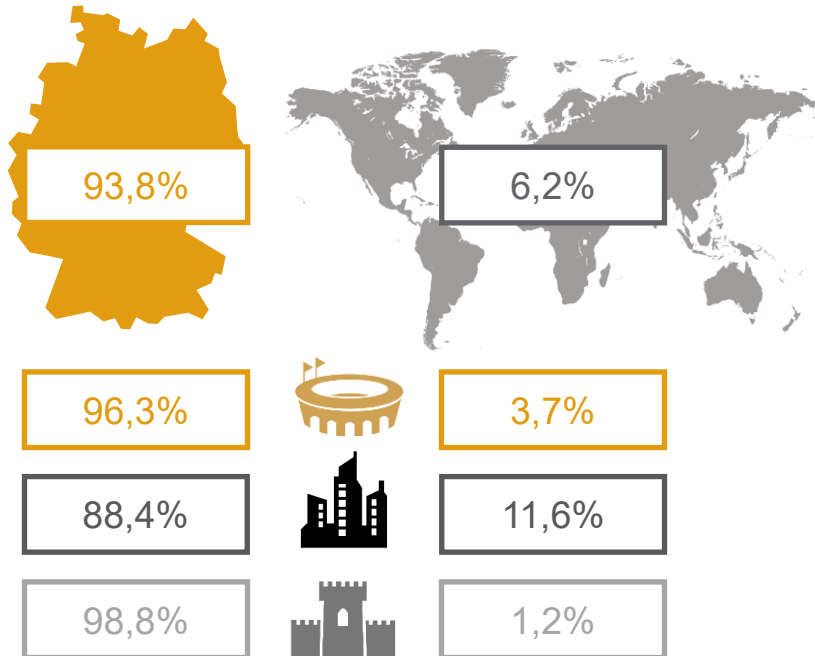
40 Prozent der Veranstalter in **Nürnberg** waren Stammkunden. Damit liegt der Anteil genauso hoch wie deutschlandweit. Regelmäßig wiederkehrende Kunden zu haben, lässt eine Ableitung von Qualität und Zufriedenheit zu, die es aufrecht zu erhalten gilt.

Veranstalter-Aufteilung: Nationale vs. internationale Quellmärkte

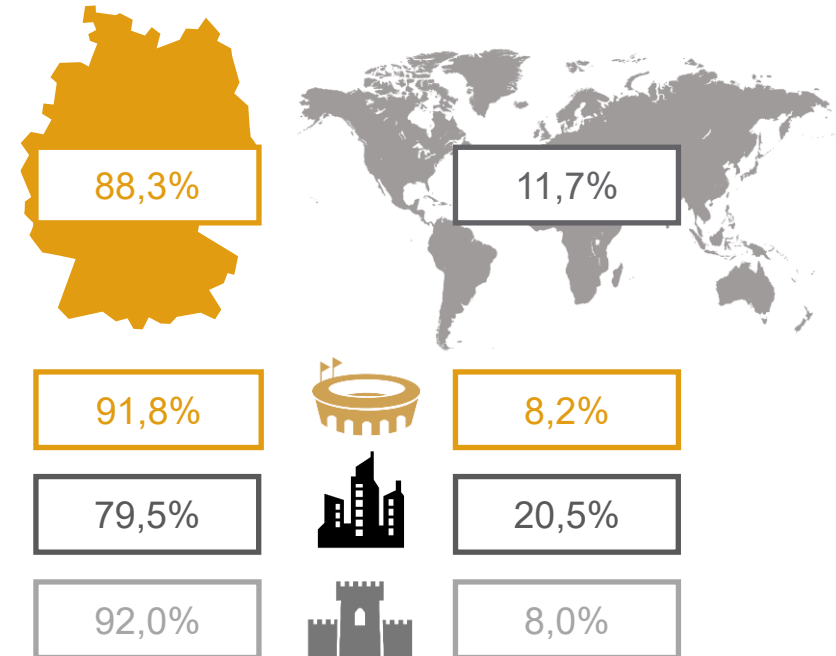
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Wie teilten sich die Veranstalter ihrer Herkunft nach 2025 prozentual auf?



Aufteilung in Nürnberg



Aufteilung in Deutschland



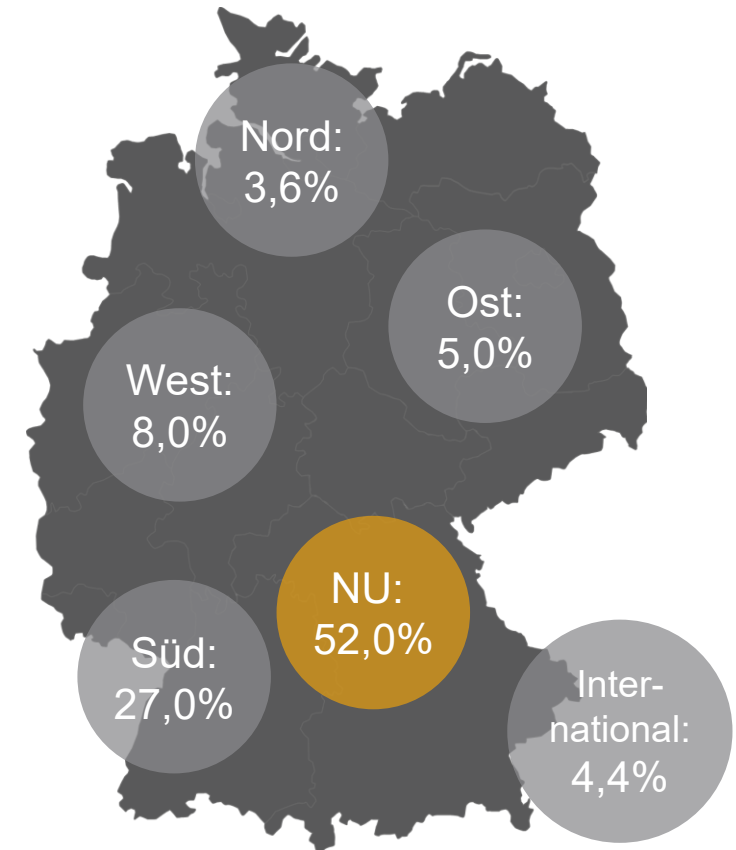
In **Nürnberg** hatten die Tagungshotels – wie auch deutschlandweit – den höchsten Anteil internationaler Veranstalterkunden. Die Eventlocations in Nürnberg hingegen wurden fast ausschließlich von nationalen Veranstaltern gebucht.

Veranstalter-Herkunft

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: (nur Nürnberger Anbieterbetriebe): Wie teilen sich Ihre Veranstalter nach Regionen auf?

Über die Hälfte der Veranstalter kamen **aus der eigenen Region**; die Region Nürnberg und die Region Süd machten mit 79 Prozent fast vier Fünftel der Veranstalter aus.

Internationale Veranstalter hatten einen Anteil von **4,4%**.



Veranstalter-Herkunft: Internationale Quellmärkte

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Welche internationalen Quellmärkte sind die wichtigsten für Ihre Veranstaltungsstätte?



In **Nürnberg** gehörten die Schweiz, Österreich und UK zu den wichtigsten Quellmärkten, aber auch andere Nationen wurden genannt.

Im Deutschland-Ranking der **wichtigsten internationalen Quellmärkte** 2025 waren vorwiegend die europäischen Nachbarstaaten vertreten, aber auch Überseemärkte wie die USA und China.

Veranstalter-Herkunft: Potentielle künftige Quellmärkte

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Aus welchen internationalen Quellmärkten erhalten Sie Anfragen für künftige Veranstaltungen? Hierzu zählen auch Anfragen, die noch nicht bestätigt sind bzw. nicht bestätigt wurden.

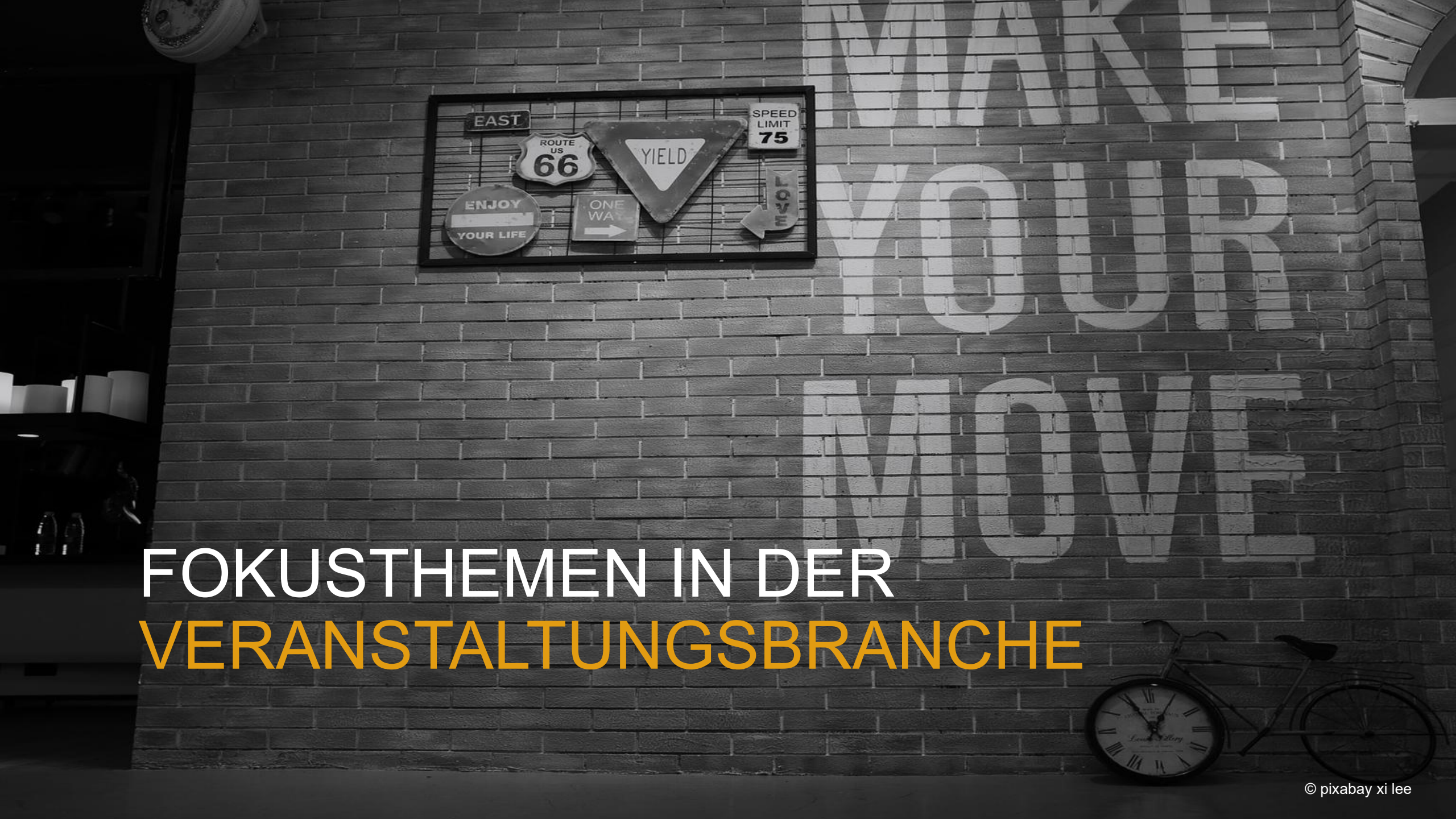


Legende:

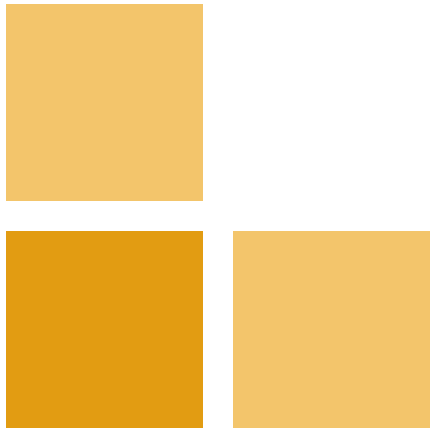
CH potentielle Quellmärkte Nürnberg

Für die zukünftigen Marketing-Aktivitäten in internationalen Quellmärkten ist es wichtig, potentielle neue Märkte zu identifizieren.

In der Grafik sind die potentiellen Quellmärkte gelistet, von denen in **Nürnberg** Anfragen für Veranstaltungen vorlagen, unabhängig davon, ob die Veranstaltungen zustande kamen.



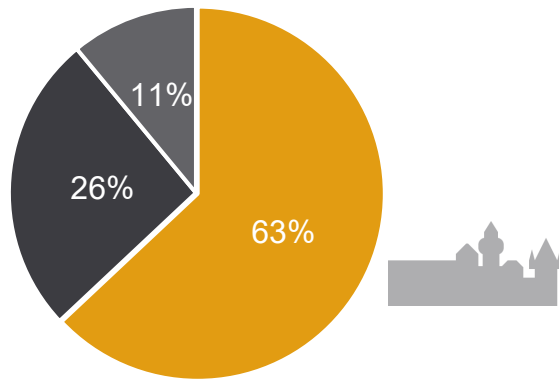
FOKUSTHEMEN IN DER VERANSTALTUNGSBRANCHE



FOKUSTHEMA: NACHHALTIGKEIT

Nachhaltigkeitsstandard

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Haben Sie bereits einen Nachhaltigkeitsstandard in Ihrem Unternehmen integriert?

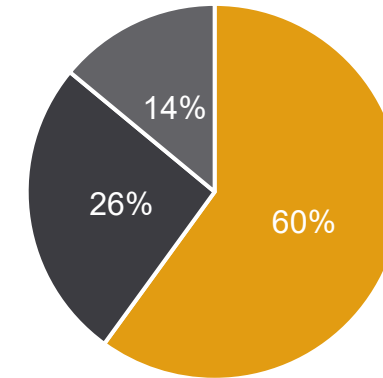


- Ja
- Noch nicht, aber es ist in Planung
- Nein, und es ist auch nicht geplant



In **Nürnberg** gaben 63 Prozent der Betriebe an, bereits einen Nachhaltigkeitsstandard integriert zu haben und weitere 26 Prozent beabsichtigen eine künftige Implementierung.

Die Zertifikate, die für **Nürnberg** genannt wurden, waren fairpflichtet, Greenkey, ISO 14001, ISO 50001, Sustainable Network Nürnberg und Greenglobe.



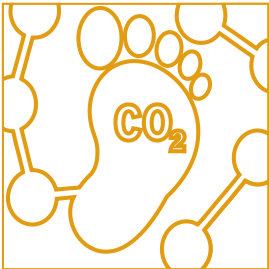
Deutschlandweit verfügen mit 60 Prozent mehr als die Hälfte der Anbieterbetriebe über einen Nachhaltigkeitsstandard im Unternehmen und etwa ein weiteres Viertel plant in Zukunft eine Implementierung.

14 Prozent der Befragten verfügen über keinen Nachhaltigkeitsstandard und planen einen solchen auch nicht.

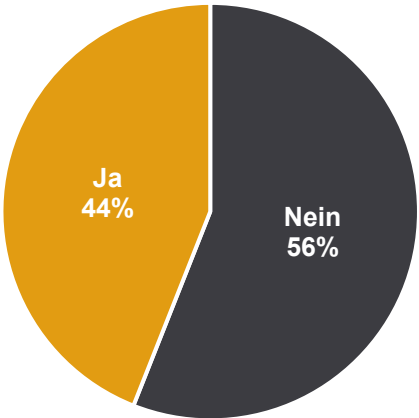


Anbieter & Veranstalter: Erhebung von CO₂-Emissionen

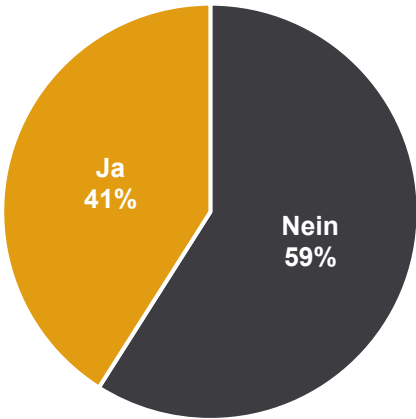
Basis: EITW, Anbieter- & Veranstalterbefragung 2026: Erheben Sie Ihre CO₂-Emissionen?



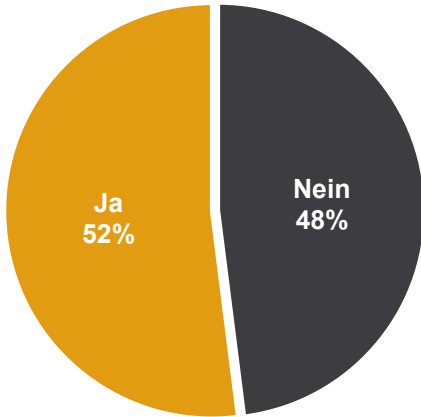
ANBIETER Nürnberg



ANBIETER DEUTSCHLAND



VERANSTALTER



44 Prozent der **Nürnberg** Anbieter erheben ihre CO₂-Emissionen (+5 Prozentpunkte gegenüber 2024).
41 Prozent der **deutschen** Anbieter erheben ihre CO₂-Emissionen (+1 Prozentpunkt gegenüber 2024).

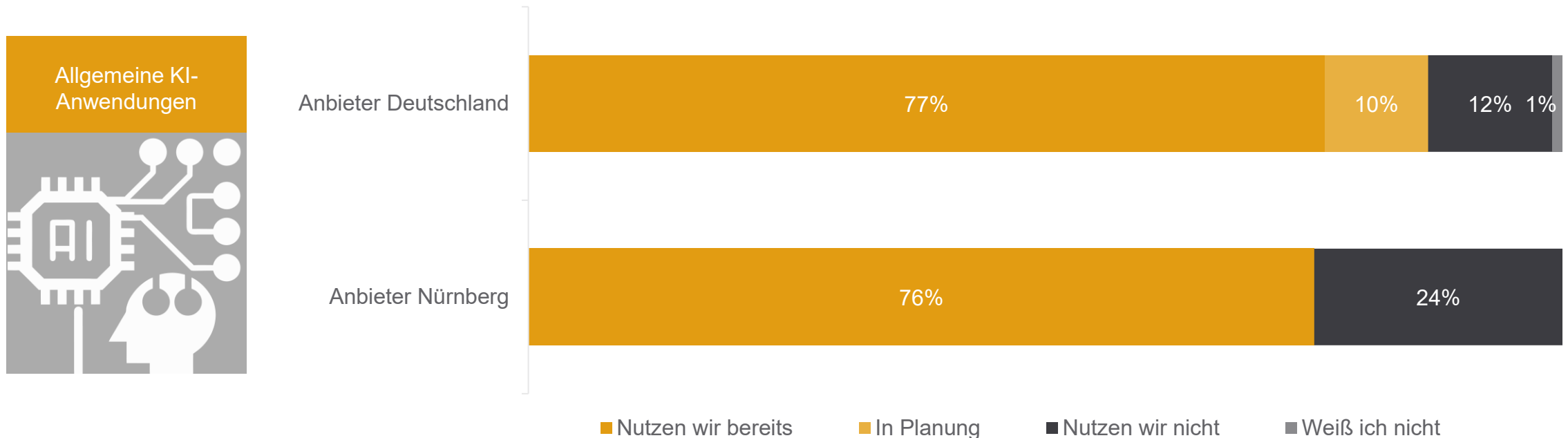




FOKUSTHEMA: DIGITALISIERUNG & KÜNSTLICHE INTELLIGENZ

Anbieter: Nutzung künstlicher Intelligenz im Unternehmen (Allgemeine KI-Anwendungen)

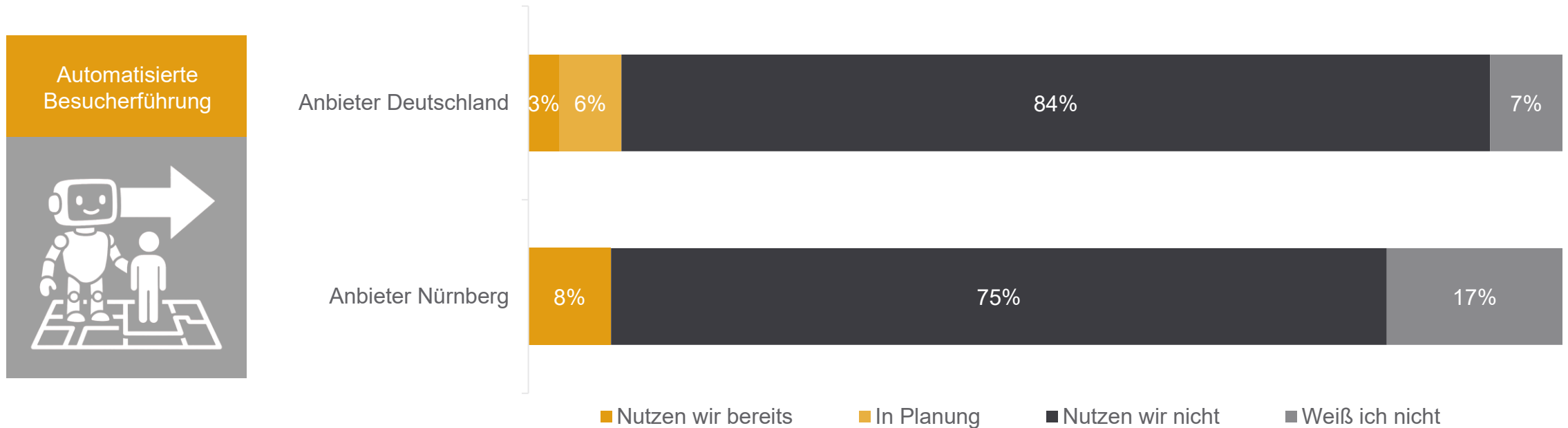
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Digitalisierung und KI revolutionieren auch die Veranstaltungswelt: Inwiefern nutzen Sie bereits künstliche Intelligenz in Ihrem Unternehmen? Bitte geben Sie die Nutzung für jeder der gelisteten Kategorien an.



Mehr als drei Viertel der befragten Anbieter in **Deutschland** und in **Nürnberg** nutzen bereits künstliche Intelligenz in der allgemeinen Anwendung.

Anbieter: Nutzung künstlicher Intelligenz im Unternehmen (Automatische Besucherführung)

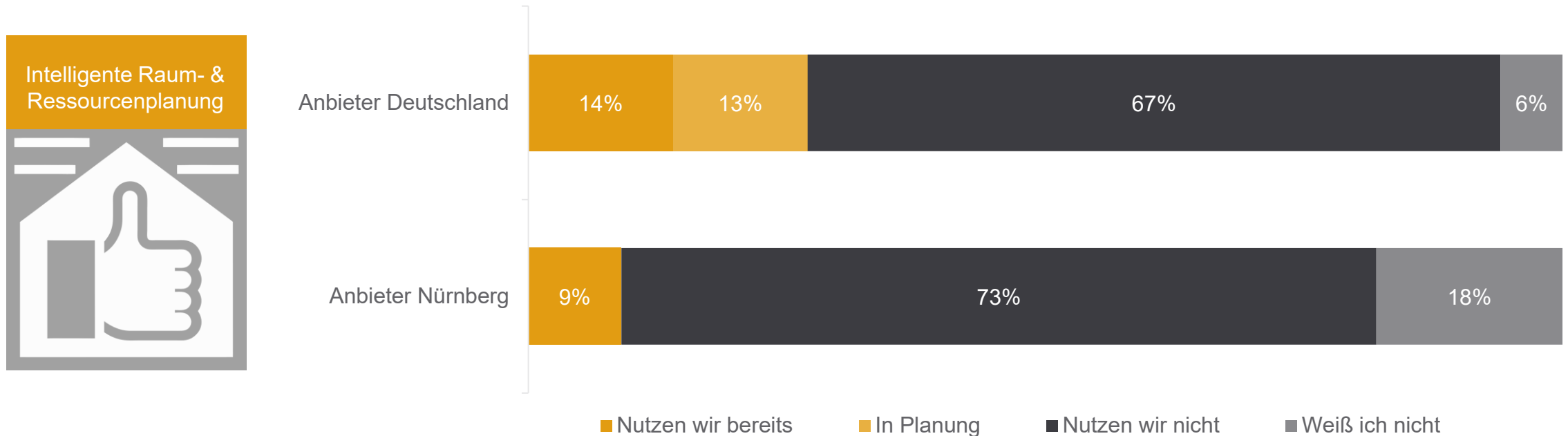
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Digitalisierung und KI revolutionieren auch die Veranstaltungswelt: Inwiefern nutzen Sie bereits künstliche Intelligenz in Ihrem Unternehmen? Bitte geben Sie die Nutzung für jeder der gelisteten Kategorien an.



Die spezifische Nutzung von Digitalisierung und künstlicher Intelligenz für eine **automatisierte Besucherführung** nutzen nur sehr wenige der befragten Anbieter. In **Nürnberg** liegt der Anteil derer, die über eine automatisierte Besucherführung verfügen, jedoch über dem **bundesweiten** Durchschnitt.

Anbieter: Nutzung künstlicher Intelligenz im Unternehmen (Raum- und Ressourcenplanung)

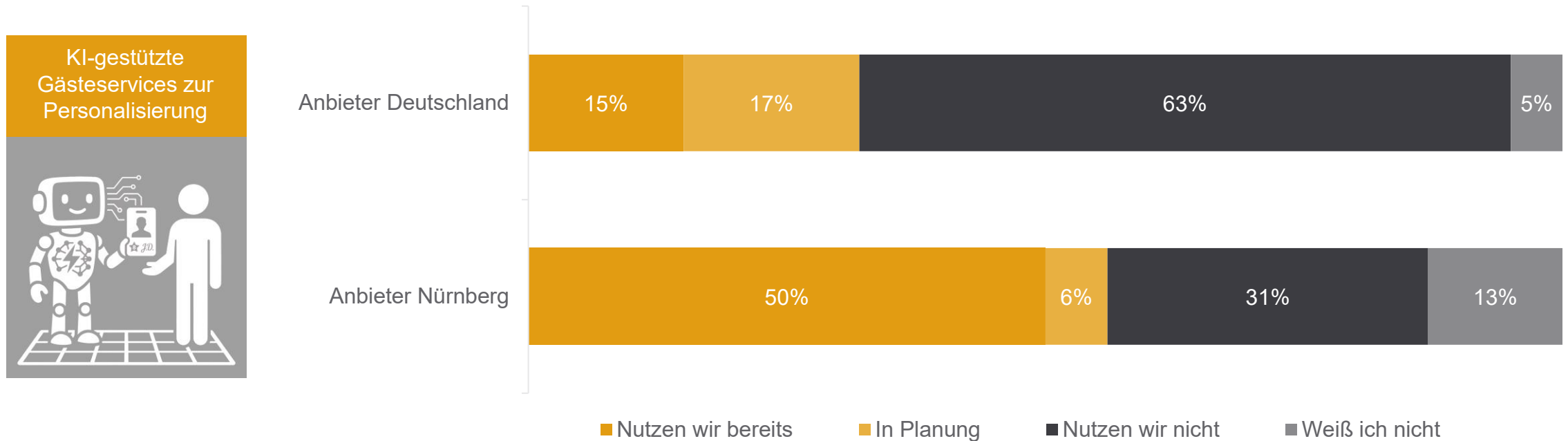
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Digitalisierung und KI revolutionieren auch die Veranstaltungswelt: Inwiefern nutzen Sie bereits künstliche Intelligenz in Ihrem Unternehmen? Bitte geben Sie die Nutzung für jeder der gelisteten Kategorien an.



Intelligente Raum- & Ressourcenplanung werden **bundesweit** von zwei Dritteln nicht genutzt. In **Nürnberg** fällt dieser Anteil noch etwas höher aus. Der Anteil der Betriebe, die künstliche Intelligenz für diese Prozesse nutzen bzw. eine Nutzung planen, liegt unter dem bundesweiten.

Anbieter: Nutzung künstlicher Intelligenz im Unternehmen (Gästeservices zur Personalisierung)

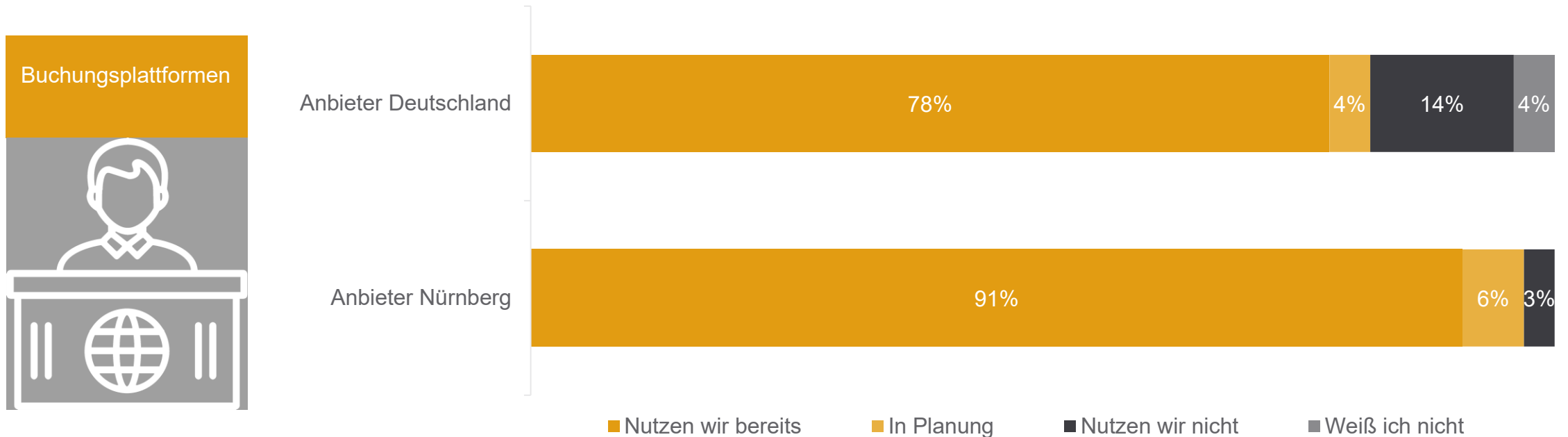
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Digitalisierung und KI revolutionieren auch die Veranstaltungswelt: Inwiefern nutzen Sie bereits künstliche Intelligenz in Ihrem Unternehmen? Bitte geben Sie die Nutzung für jeder der gelisteten Kategorien an.



Gäste-Services, die durch Unterstützung von künstlicher Intelligenz personalisiert angeboten werden können, werden von 15 Prozent der Betriebe **bundesweit** genutzt. In **Nürnberg** liegt der Anteil mit 50 Prozent deutlich darüber. Die Mehrheit der Anbieter bundesweit wendet in diesem Bereich keine künstliche Intelligenz an.

Anbieter: Digitale Plattformen in der Vermarktung (Buchungsplattformen)

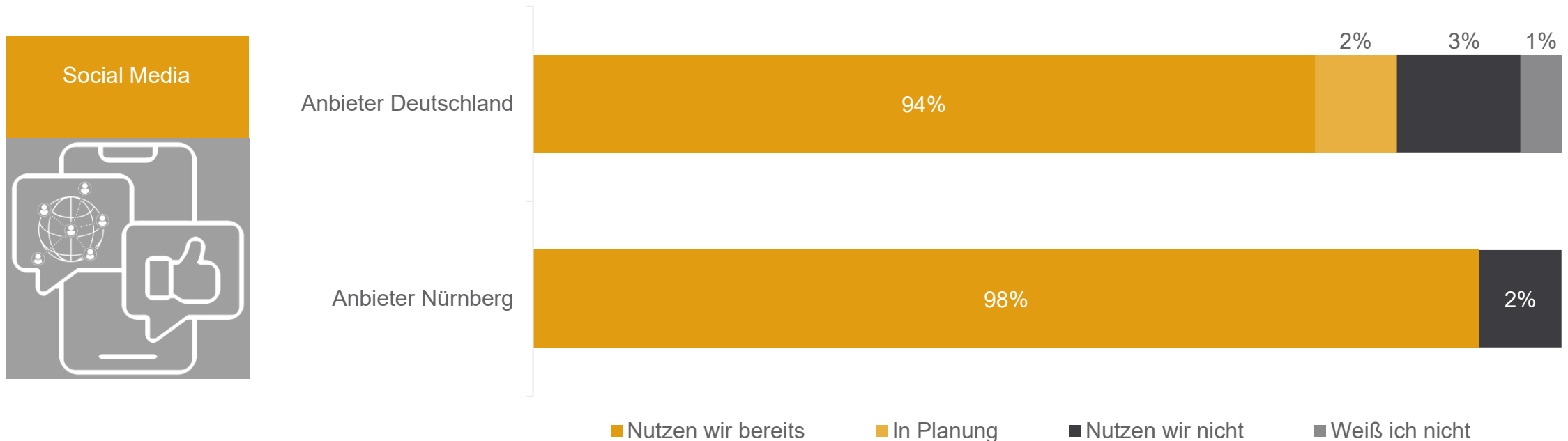
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Auch bei der Vermarktung spielt KI eine große Rolle: Welche digitalen Plattformen oder Tools nutzen Sie bereits zur Vermarktung Ihrer Locations jenseits Ihrer eigenen Webseite?



In der Vermarktung der eigenen Veranstaltungsstätte spielen **Buchungsplattformen** in **Nürnberg** eine noch größere Rolle als die ohnehin schon relativ hohe Nutzung **bundesweit**.

Anbieter: Digitale Plattformen in der Vermarktung (Social Media)

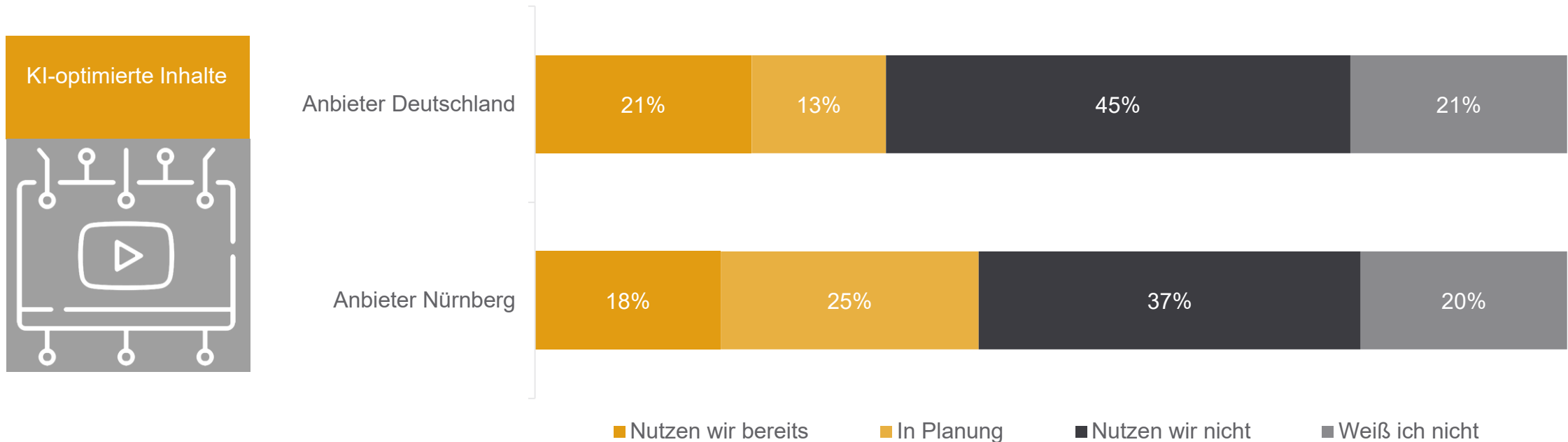
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Auch bei der Vermarktung spielt KI eine große Rolle: Welche digitalen Plattformen oder Tools nutzen Sie bereits zur Vermarktung Ihrer Locations jenseits Ihrer eigenen Webseite?



Social Media ist das Tool, das von den Anbieterbetrieben – sowohl in **Nürnberg** als auch **bundesweit** – am häufigsten neben der eigenen Webseite zur Vermarktung genutzt wird.

Anbieter: Digitale Plattformen in der Vermarktung (KI-optimierte Inhalte)

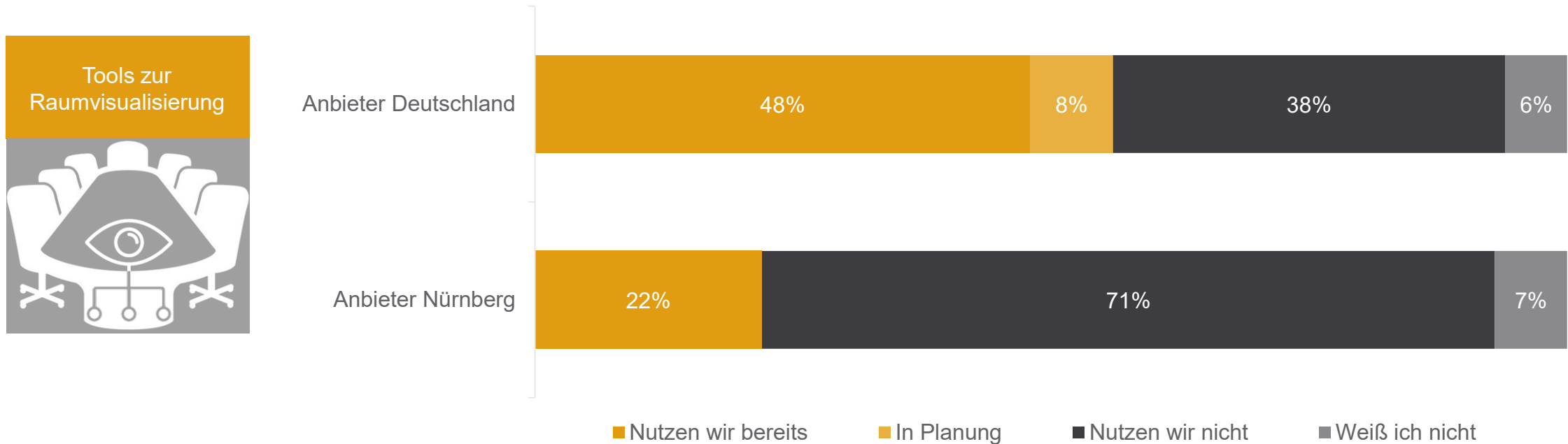
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Auch bei der Vermarktung spielt KI eine große Rolle: Welche digitalen Plattformen oder Tools nutzen Sie bereits zur Vermarktung Ihrer Locations jenseits Ihrer eigenen Webseite?



Die Potentiale, die sich durch die Bereitstellung **KI-optimierter Inhalte** – wie z.B. maschinenlesbaren Daten für die Vermarktung – ergeben, werden derzeit noch nicht sehr stark genutzt bzw. es ist den Befragten nicht bekannt, da diese Einstellungen nicht so sichtbar sind, wie andere Tools.

Anbieter: Digitale Plattformen in der Vermarktung (Tools zur Raumvisualisierung)

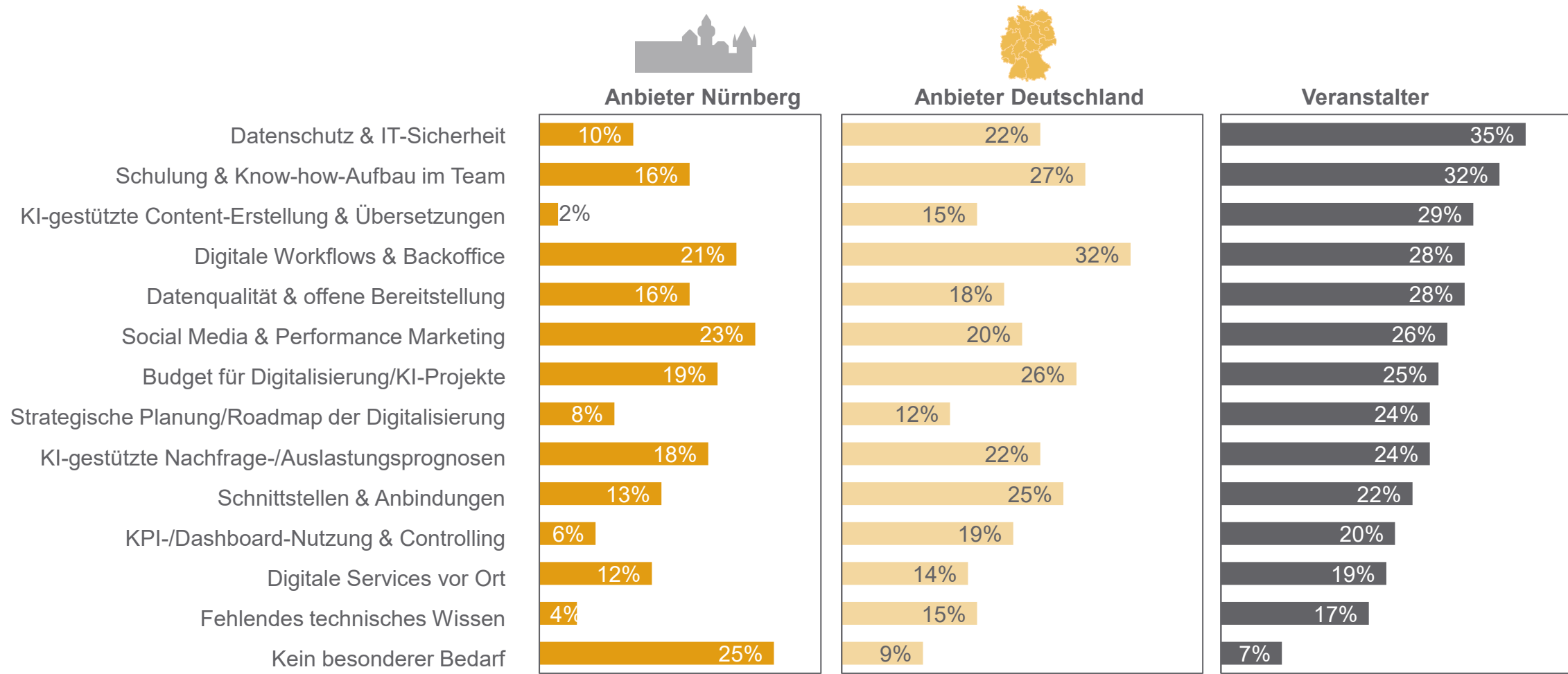
Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Auch bei der Vermarktung spielt KI eine große Rolle: Welche digitalen Plattformen oder Tools nutzen Sie bereits zur Vermarktung Ihrer Locations jenseits Ihrer eigenen Webseite?



Tools zur Raumvisualisierung – wie z.B. Event Twin oder 3D-Modelle – helfen den Veranstaltern konkret bei der Eventplanung und Durchführung. Etwa die Hälfte der Anbieterbetriebe **deutschlandweit**, aber nur ein gutes Fünftel der Betriebe in **Nürnberg** nutzt diese Tools bereits.

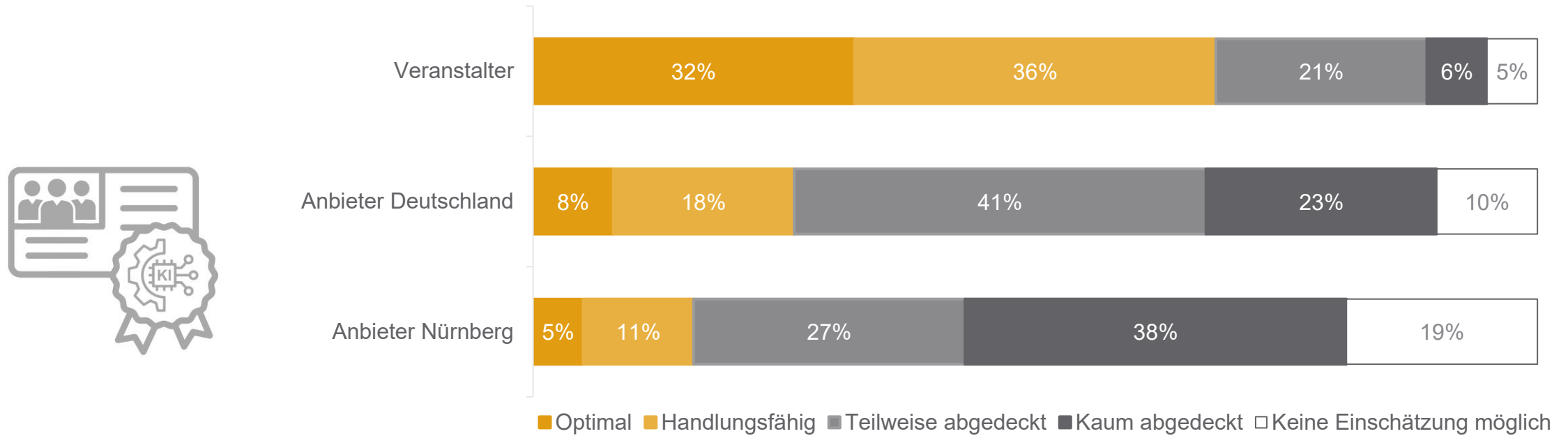
Anbieter & Veranstalter: Handlungsbedarf ist unterschiedlich

Basis: EITW, Anbieter- & Veranstalterbefragung 2026: Wo sehen Sie für Ihre Veranstaltungsstätte/Ihre Organisation beim Thema Digitalisierung und KI aktuell den größten Handlungs- bzw. Nachholbedarf?



Anbieter & Veranstalter: Bereit für den Umgang mit KI?

Basis: EITW, Anbieter- & Veranstalterbefragung 2026: Wie schätzen Sie den aktuellen Qualifizierungsstand Ihrer Mitarbeitenden im täglichen Umgang mit KI ein?



Der Qualifizierungsstand der Mitarbeitenden im täglichen Umgang mit künstlicher Intelligenz ist bei den Veranstaltern wesentlich weiter fortgeschritten als bei den Anbietern. In **Nürnberg** erreicht der Anteil der Betriebe mit Mitarbeitenden mit einem Qualifizierungsstand von optimal bis teilweise abgedeckt 43 Prozent, während es bundesweit 67 Prozent sind.

What's

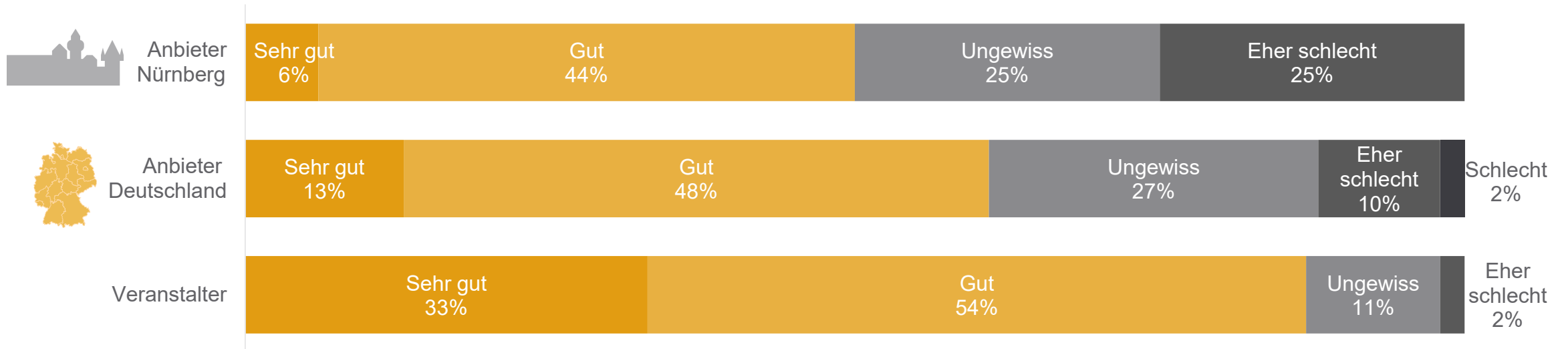
NEXT

EIN BLICK IN
DIE ZUKUNFT

Die Buchungslage vermittelt eine positive Stimmungslage

Basis: EITW, Anbieterbefragung 2026: Wie bewerten Sie die Buchungslage (sowohl Buchungen als auch Anfragen) für das Jahr 2026? Veranstalterbefragung 2026: Wie bewerten Sie die Veranstaltungslage in Ihrer Organisation bzw. bei Ihren Kund*innen für das Jahr 2026?

Aussichten der Anbieter und Veranstalter



Zuversicht bei Anbietern und Veranstaltern:

87 Prozent der Veranstalter gehen von einer (sehr) guten Veranstaltungslage aus. Nicht ganz zwei Drittel der **deutschen** Anbieter (61 Prozent) schätzen die Buchungslage für die kommenden Monate ebenfalls als (sehr) gut ein.

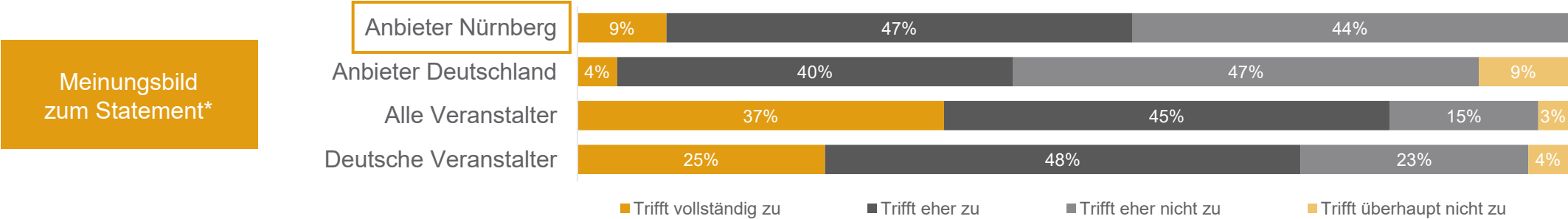
Die **Nürnberger** Anbieter sehen die Buchungslage etwas skeptischer, aber auch hier beschreibt die Hälfte der Anbieter die Buchungslage als (sehr) gut.

Internationale Teilnehmer*innen aus Europa

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2026: Wenn Sie an die Entwicklung des Veranstaltungsmarktes innerhalb der nächsten 3 Jahre denken, inwieweit stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen zu?



Statement: „Die Anzahl der internationalen Teilnehmer*innen aus Europa nimmt zu.“



*Der Befragungsraum war von Mitte Januar bis Anfang April 2026. Aktuelle Entwicklungen sind hier nicht berücksichtigt.

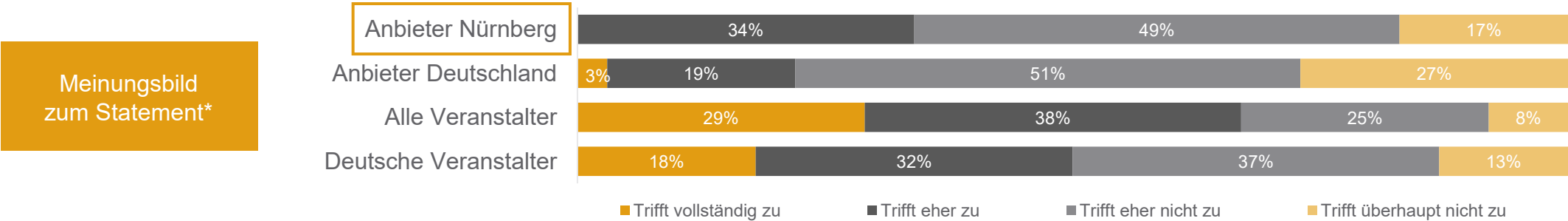
Die Veranstalter und Anbieter haben hier unterschiedliche Auffassungen – von allen Veranstaltern gab mehr als ein Drittel der Befragten an, dass das Statement vollständig zutrifft, während es bei den deutschen Veranstaltern nur ein Viertel war. Bei den deutschen Anbietern stimmten nur 4 Prozent vollständig zu und der Teil der Nichtzustimmung überwog (für 56 Prozent traf das Statement eher nicht bis überhaupt nicht zu). In Nürnberg überwog bei den Anbietern (eher) die Zustimmung und kein Anbieter widersprach dem Statement komplett.

Internationale Teilnehmer*innen aus Übersee

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2026: Wenn Sie an die Entwicklung des Veranstaltungsmarktes innerhalb der nächsten 3 Jahre denken, inwieweit stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen zu?



Statement: „Die Anzahl der internationalen Teilnehmer*innen aus Überseemärkten wie USA und China nimmt zu.“



*Der Befragungsraum war von Mitte Januar bis Anfang April 2026. Aktuelle Entwicklungen sind hier nicht berücksichtigt.

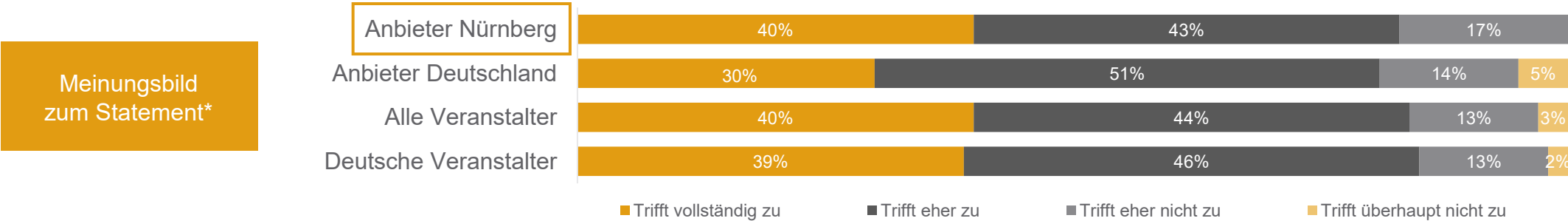
Unter allen Veranstaltern stimmten 29 Prozent der Befragten dem Statement vollständig zu, während der Anteil bei den deutschen Veranstaltern mit 18 Prozent geringer ausfiel. Bei den **deutschen** Anbietern war die Zustimmung zu diesem Statement deutlich niedriger und sie lag noch unter dem Wert für internationale Teilnehmer*innen aus Europa (für 78 Prozent traf das Statement eher nicht bis überhaupt nicht zu). In **Nürnberg** stimmte dem Statement zwar kein Betrieb vollständig zu, aber immerhin ein Drittel stimmte eher zu. Somit waren sie dieser Aussage gegenüber positiver gestimmt als die Anbieter deutschlandweit.

Veranstaltungsmarkt sensibel gegenüber geopolitischer Lage

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragung 2026: Wenn Sie an die Entwicklung des Veranstaltungsmarktes innerhalb der nächsten 3 Jahre denken, inwieweit stimmen Sie den nachfolgenden Aussagen zu?



Statement: „Der Markt reagiert sensibel auf geopolitische Herausforderungen.“



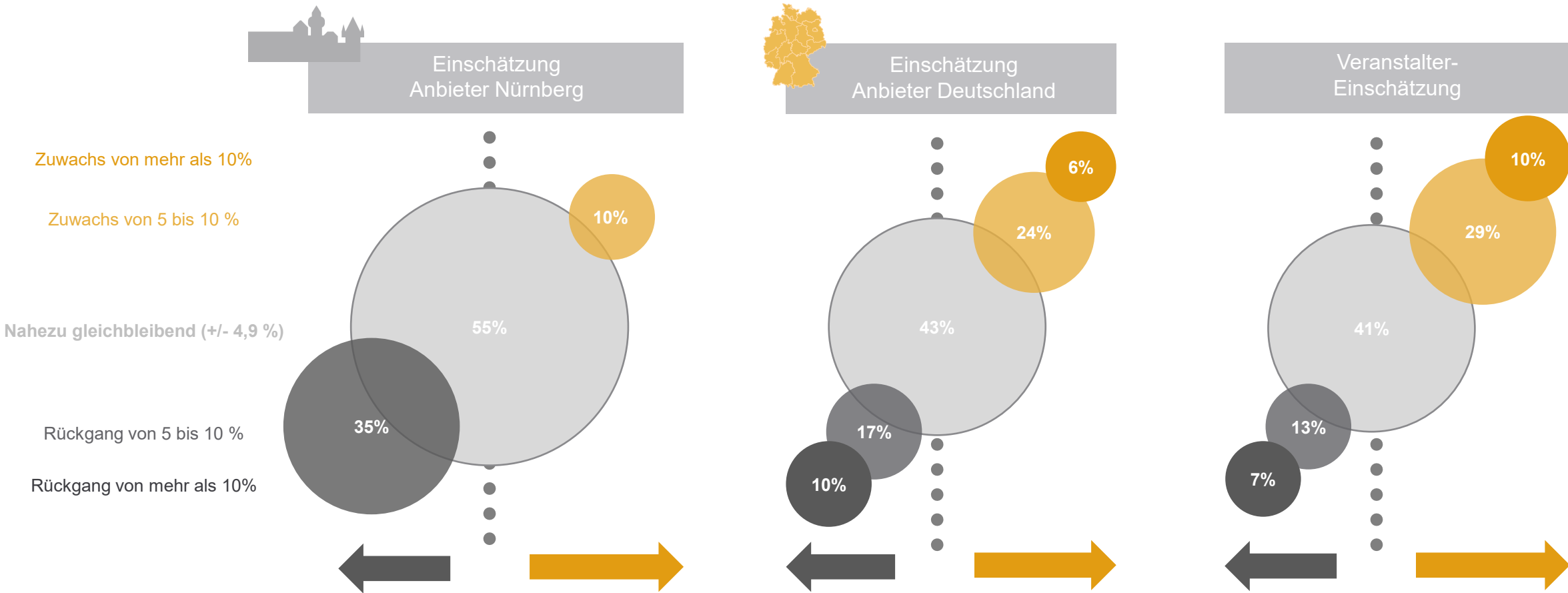
*Der Befragungsraum war von Mitte Januar bis Anfang April 2026. Aktuelle Entwicklungen sind hier nicht berücksichtigt.

Veranstalter stimmten dem Statement zu 84 Prozent (eher) zu, während die Zustimmung bei den deutschen Anbietern mit 81 Prozent etwas geringer ausfiel. Das Meinungsbild der Nürnberger Anbieter stimmt weitgehend mit dem der deutschen Veranstalter überein.



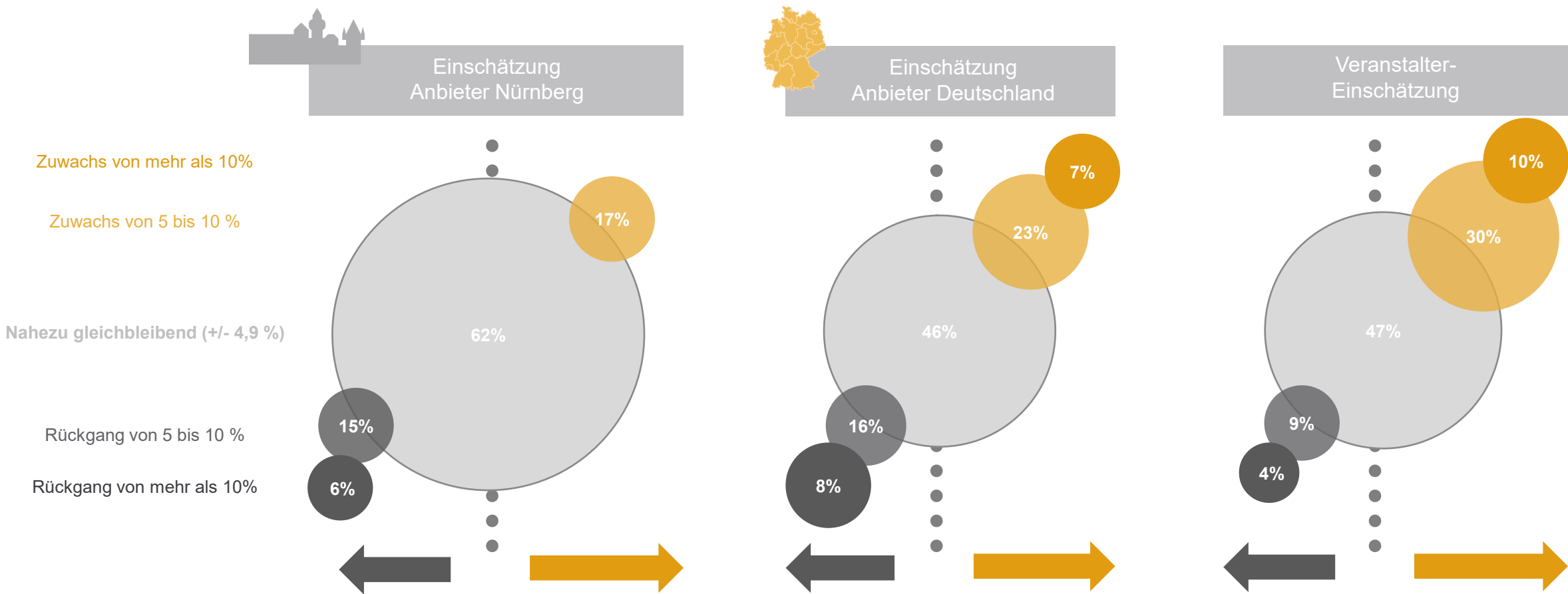
Erwartete Prognose für Veranstaltungen in 2026

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragungen 2026: Wie sieht Ihre Buchungssituation für Veranstaltungen, Teilnehmende und den Umsatz im Jahr 2026 verglichen mit 2025 aus? Bitte geben Sie die erwartete Veränderung an.



(Deutsche) Anbieter und Veranstalter erwarten mehr Teilnehmer*innen in 2026

Basis: EITW, Anbieter- und Veranstalterbefragungen 2026: Wie sieht Ihre Buchungssituation für Veranstaltungen, Teilnehmende und den Umsatz im Jahr 2026 verglichen mit 2025 aus? Bitte geben Sie die erwartete Veränderung an.



Der MICE-Markt in Deutschland



**Deutschland behauptet seine
Position in einem global
wachsenden Markt**



**Deutscher
Veranstaltungsmarkt robust
mit steigenden
Teilnehmendenzahlen**



**Internationale Präsenz auf
Rekordniveau**



**Anteil geschäftlicher
Veranstaltungen nimmt zu**



**Größere Veranstaltungsformate
nehmen leicht zu**



**Markt reagiert sensibel auf
geopolitische
Herausforderungen**

**Der MICE-Markt in Nürnberg
wird von einer konstant positiven Entwicklung geprägt.**

**Es gilt, die Wettbewerbsvorteile bei der Nachhaltigkeit weiter
auszubauen und sich den digitalen Herausforderungen zu stellen.**



Glossar

Veranstaltungsstätten-Arten



Veranstaltungszentren

Zu den Veranstaltungszentren gehören Kongresszentren, Sport- und Mehrzweckhallen, Arenen sowie Bürgerhäuser, die speziell zur Durchführung von Veranstaltungen gebaut wurden und keine Übernachtungsmöglichkeiten anbieten.



Tagungshotels

Tagungshotels bieten neben den Tagungsfazilitäten auch Übernachtungsmöglichkeiten an.



Eventlocations

Zu den Eventlocations zählen besondere Veranstaltungsstätten, die ursprünglich für einen anderen Zweck gebaut wurden. Hierzu gehören z.B. Burgen/Schlösser, Museen, Fabrikhallen/Lokschuppen, Studios, Freizeitparks, Hochschulen/Unis und Flughäfen.

Glossar

Veranstaltungsformen

(Erfassung jeweils ab 20 Teilnehmer*innen)

Präsenzveranstaltungen:



Veranstaltungen, bei denen die Teilnehmer*innen ausschließlich vor Ort teilnehmen können, durch ihr persönliches Erscheinen (einfache digitale Elemente, wie z.B. Live-Berichte via X (früher Twitter) etc. machen die Veranstaltung noch nicht zu einer hybriden Veranstaltung).

Hybride Veranstaltungen:



Veranstaltungen, bei denen die Teilnehmer*innen selbst die Wahl haben, ob sie vor Ort (d.h. mit persönlichem Erscheinen) oder digital teilnehmen, z.B. über Live-Streams zu den Sessions und/oder über Teilnahme per Webinar-Funktionen. Bei diesen Veranstaltungen werden Präsenzveranstaltungen zeitgleich mit virtuellen Komponenten kombiniert.

Onsite-Veranstaltungen:

Onsite = Präsenzveranstaltungen plus hybride Veranstaltungen.

Glossar

Veranstaltungsarten

Seminare, Tagungen, Kongresse:	geschäftlich, zum Wissensaustausch und Networking
Ausstellungen/Präsentationen:	Produktpräsentationen, kleinere Messen etc.
Sport-Events:	z.B. Meisterschaften, Public viewing
Konzerte:	z.B. Klassik, Rock/Pop
Kultur-Events:	z.B. Theater, Comedy, Lesungen
Social Events:	Rahmenprogramme, Dinner- und Abendveranstaltungen (sozusagen Events, die Bestandteil einer größeren, übergeordneten Veranstaltung z.B. eines Kongresses sind)
Lokale Veranstaltungen:	Treffen ortsansässiger Vereine und Gruppen, z.B. gemeinnützige Clubs
Festivitäten:	Jubiläen, Bankette, Hochzeiten, Firmenfeiern, Partys (eigenständige Veranstaltungen ohne Bezug zu einer anderen Veranstaltung)
Beruflich motivierte Veranstaltungen:	Meetings und Veranstaltungen mit geschäftlichem Hintergrund, z.B. Kongresse, Tagungen, Seminare und Workshops, aber auch universitäre Veranstaltungen, Firmen-Promotions und Unternehmens-Galas
Events:	Veranstaltungen mit Unterhaltungs- und Freizeit-Charakter, wie z.B. gesellschaftliche und kulturelle Veranstaltungen, Sportevents und Festivitäten, Bankette und Jubiläen

Glossar

Veranstaltungsarten

Internationale Veranstaltungen:

Onsite-Veranstaltung mit mindestens 10 Prozent ausländischen Teilnehmer*innen, bei der die ausländischen Teilnehmer*innen vor Ort waren

Onsite-Teilnehmer*innen aus dem Ausland:

Besucher*innen von Veranstaltungen, die ihren Hauptwohnsitz außerhalb von Deutschland haben

Im Auftrag von

Congress- und Tourismus-Zentrale Nürnberg
Am Frauentorgraben 3/IV
90443 Nürnberg

In Zusammenarbeit mit

NürnbergMesse GmbH
Messezentrum 1
90471 Nürnberg

Stadt Nürnberg
Wirtschaftsreferat
Theresienstraße 9
90403 Nürnberg

Tel.: 0911-8606-8707
Internet: www.nuernberg-convention.de

Bremen, Wernigerode, Juni 2026



Durchgeführt und erstellt durch

Europäisches Institut für TagungsWirtschaft GmbH (EITW)
an der Hochschule Harz

Prof. Dr. Michael-Thaddäus Schreiber (Geschäftsführer)

Dr. Ralf Kunze (Datenanalyse)

Dipl.-Kffr. (FH) B.A. Andrea Dessi (Text und Konzeption)

Friedrichstraße 57-59

38855 Wernigerode

Tel: 03943–947 98 60

E-Mail: mail@eitw.de

Internet: www.eitw.de