



Anlagenkonvolut

zum redigierten Wortprotokoll der 13. Sitzung (**Öffentliche Anhörung**)
am 3. Dezember 2025 zum Thema:

„Geschäftsreisen“



Ausschussdrucksache 21(20)29
Ausschuss für Tourismus

13. Sitzung am 03.12.2025
Öffentliche Anhörung

Stellungnahme zum Thema
„Geschäftsreisen“

Jakob E. Reitinger
Geschäftsführer, Regensburg Tourismus GmbH



regensburg
tourismus GmbH

Prinz-Ludwig-Straße 9
93055 Regensburg
Tel.: +49 941 507-4410
Fax: +49 941 507-1919
www.regensburg.de
tourismus@regensburg.de

- + **MARKETING**
Prinz-Ludwig-Straße 9
- + **TOURIST INFORMATION**
im Alten Rathaus
Rathausplatz 4
- + **VERANSTALTUNGS-
MANAGEMENT**
im marinaforum Regensburg
Johanna-Dachs-Straße 46

regensburg tourismus GmbH · Prinz-Ludwig-Straße 9 · 93055 Regensburg

Frau Ministerialrätin
Dr. Elisabeth Heegewaldt
Leiterin Sekretariat
Ausschuss für Tourismus

per Mail an
tourismusausschuss@bundestag.de

Regensburg, 20.11.2025

Statement für den Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages am 3. Dezember 2025

Sehr geehrte Frau Dr. Heegewaldt,

für die Anhörung im Tourismusausschuss am 3. Dezember 2025 senden wir Ihnen vorweg die schriftliche Stellungnahme von Herrn Jakob Reitinger, zu dem Thema „Rolle der Messe- und Meetingwirtschaft als Motor für Geschäftsreisen und als Standortfaktor – Beispiel Regensburg“ zu.

Für Rückfragen stehen wir zur Verfügung.

Mit freundlichen Grüßen aus Regensburg
i. A. von Herrn Jakob E. Reitinger


Martina Pfeffer
Finanzen/Controlling/Personal/Compliance

Anlage: Statement für den Tourismusausschuss des Deutschen
Bundestages am 3. Dezember 2025



- + **MARKETING**
Prinz-Ludwig-Straße 9
- + **TOURIST INFORMATION**
im Alten Rathaus
Rathausplatz 4
- + **VERANSTALTUNGS-
MANAGEMENT**
im marinaforum Regensburg
Johanna-Dachs-Straße 46

per Mail an
tourismusausschuss@bundestag.de

Statement für den Tourismusausschuss des Deutschen Bundestages am 3. Dezember 2025

Rolle der Messe- und Meetingwirtschaft als Motor für Geschäftsreisen und als Standortfaktor – Beispiel Regensburg

Hinweis: Die Zahlen beziehen sich auf das Jahr 2023, da die Daten immer erst im Dezember des Folgejahres erhoben werden.

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Meeting- und Messewirtschaft ist ein leiser, aber starker und zentraler Motor für Geschäftsreisen, Wertschöpfung und Standortattraktivität. **Das Beispiel Regensburg zeigt eindrücklich, dass auch außerhalb klassischer Messestädte substanzielle ökonomische Impulse entstehen** – und dass gezielte Investitionen in geeignete Infrastruktur, Internationalisierung und Erreichbarkeit diese Effekte deutlich verstärken.

1) Direkte Ausgaben- und Nachfrageeffekte in Regensburg

- Im **Jahr 2023** generierte der Regensburger Tagungs- und Kongressmarkt **direkte Teilnehmergegaben** von 84,7 Mio. Euro; davon sind 50,0 Mio. Euro als „relevante Ausgaben“ unmittelbar wirksam für die Stadt, weil sie als „neues Geld“ von außen zufließen.

- **Besonders wirksam sind internationale Übernachtungsgäste** – mit durchschnittlichen Ausgaben von rund 1.989 € pro Aufenthalt und Gesamtausgaben von 38,15 Mio. € (+102 % ggü. Vorjahr).
- Die Verteilung der Ausgaben zeigt, wie breit die lokale Ökonomie profitiert: Übernachtung 24 %, Tagungskosten inkl. Rahmenprogramm 20 %, Reisekosten 20 %, Verpflegung 13 %, private Ausgaben wie Einkauf/Kultur 16 %, lokaler Transport 7 %.
- **Veranstaltungszentren sind der stärkste Umsatztreiber unter den Location-Typen** (42 % der Ausgaben), gefolgt von Tagungshotels (30 %) und Event-Locations (27 %).

2) Beschäftigung, Wertschöpfung und fiskalische Relevanz

- Aus den direkten Ausgaben werden unmittelbar Produktion, Wertschöpfung und Einkommen ausgelöst. Für Regensburg weist die Studie direkte Produktion von 68,1 Mio. €, Wertschöpfung von 34,4 Mio. € und Einkommen von 21,1 Mio. € aus. Die direkte Wertschöpfung entspricht ca. 0,2 % der Gesamtwertschöpfung der Stadt – wohlgermerkt ohne indirekte/induzierte Effekte, die den Anteil deutlich erhöhen würden.
- Beschäftigungseffekte lassen sich konservativ über sektorale Koeffizienten (170 direkte SV-pflichtige Vollzeitstellen in Regensburg) oder einkommensbasiert (514 direkt finanzierbare Vollzeitäquivalente in Regensburg) quantifizieren. Beide Wege sind methodisch korrekt, bilden jedoch unterschiedliche Facetten ab.
- Durch MICE-Aktivitäten wird die **Standortbindung ihrer Leitbranchen wie Automobilwirtschaft, Sensorik, Biotechnologie und IT** gestärkt und gefestigt. Messen, Kongresse und Fachtagungen dienen hier als Kontaktplattformen, auf welchen neue Kooperationen und Investitionen entwickelt werden. Das Vorhandensein moderner Tagungsstätten wie beispielsweise dem Veranstaltungszentrum marinaforum, der Donau-Arena oder dem Jahnstadion erhöhen dabei die Standortqualität und Wettbewerbsfähigkeit.

3) Struktur und Dynamik des Geschäftsreisesegments

- Regensburg verzeichnete **2023** rund 3.367 Tagungen/Kongresse mit 207.300 beruflich motivierten Teilnehmenden; die durchschnittlichen Ausgaben pro Teilnehmer über alle Gruppen lagen bei 408,59 €.
- Nach der Pandemie ist der Tagesgäste-Anteil aktuell überdurchschnittlich hoch (75 %), was die Ausgabenstruktur dämpft. Erwartbar ist eine Normalisierung mit wachsendem Übernachtungsanteil – insbesondere bei internationalen Gästen, die den größten Umsatzhebel darstellen.
- Gegenüber 2018 sind die Gesamtausgaben deutlich gestiegen – getrieben durch höhere Ausgabenprofile (Reiseanalyse 2023), veränderte Ausgabenstruktur und eine Verschiebung hin zu ausgabestärkeren Gruppen.
- Die hohe Geschäftsreisequote unterstreicht, dass der **MICE-Bereich** in Regensburg ein **tragender Bestandteil** der städtischen Tourismus- und Wirtschaftssystematik ist. Saisonale Auswertungen einzelner Jahre zeigen, dass in Messe- und Kongressphasen – insbesondere im Frühjahr und Herbst – signifikant höhere Übernachtungszahlen erreicht werden als in den schwächeren Wintermonaten.
- Diese Spitzen decken sich mit typischen MICE-Zyklen und bestätigen, dass die Geschäftsreisen bedingte Nachfrage die Wertschöpfung in Regensburg stärken.

4) Standortfaktor Messe/Meeting – was bedeutet das für Regensburg?

- Regensburg zeigt, dass eine **konsequent ausgebaute, effiziente MICE-Infrastruktur auch in einer Mittelstadt direkte wirtschaftliche, hohe Standortsichtbarkeit und Attraktivität für Unternehmen/Verbände erzeugt** und – **weniger über Großmessen, vielmehr über starke Kongress- und Meetingformate** – als strategisches Instrument der Wirtschaftsförderung ähnlich robuste, stadtverträgliche **Wirkungen** entfalten kann **wie in Metropolen**.
- Veranstaltungszentren als Skalierungsfaktor: Der größte Ausgabenanteil fällt in Regensburg in Veranstaltungszentren an; sie bündeln Nachfrage,

verlängern Aufenthalte und erhöhen den Auslandsanteil – entscheidend für „relevante Ausgaben“ und damit für Wertschöpfung vor Ort.

- Internationalisierung lohnt sich besonders: Jeder zusätzliche internationale Übernachtungsgast hebt die Durchschnittsausgaben spürbar – ein Hebel, der durch verbesserte Erreichbarkeit (Bahn-Taktung, Flughafenanbindung), gezielte Branchencluster und internationale Vermarktung verstärkt werden kann.
- **Veranstaltungen smart** gedacht: marinaforum Regensburg als Vorreiter für inklusiv-nachhaltige Kongresse – komplett barrierefrei (u. a. stufenlose Zugänge, taktile Leitlinien, Induktionsanlagen) und konsequent auf Nachhaltigkeit ausgerichtet (z.B. eigene Green Score Card) – damit attraktiv für internationale Veranstalter und öffentliche Auftraggeber **mit ESG- und Barrierefreiheitsanforderungen.**
- Breite Spillovers: Von Hotellerie und Gastronomie über Kultur, Einzelhandel und Mobilität profitieren vielfältige lokale Akteure – die Messe-/Meetingwirtschaft ist damit ein wirksamer **Anker für lebendige Innenstädte und Resilienz im Städtetourismus.**

5) Grober Vergleich mit klassischen Messestädten (Nürnberg, München)

- Messestädte wie Nürnberg (Messe Nürnberg) und München (Messe München) verfügen über große, internationale Leitmessen. Dies führt typischerweise zu:
 - höherem Anteil internationaler Übernachtungsgäste und längeren Aufenthalten,
 - stärkerer saisonaler Bündelung und hohen Lastspitzen,
 - ausgeprägten Multiplikatoreffekten durch große Aussteller- und Einkäufermärkte.
- **Regensburg** unterscheidet sich in der Rolle: eher **Meeting-, Kongress- und Tagungsdestination** mit wachsender Internationalität, hoher Tagesgäste-Quote und starkem Anteil an Veranstaltungszentren sowie Tagungshotels. Der internationale Ausgabenhebel ist jedoch identisch – er fällt in Regensburg pro

Kopf ähnlich stark ins Gewicht wie in Messestädten, sobald die Internationalisierung steigt.

- Politische Übersetzung: Während München/Nürnberg mit Großmesse-Infrastruktur skalieren, kann Regensburg über **gezielte Kapazitätserweiterungen, hochwertige Kongressangebote, kluge Terminsteuerung, digitale Hybridelemente und internationale Vermarktung** sehr effizient zusätzliche „relevante Ausgaben“ heben – bei gleichzeitig geringerer Volatilität und stärkerer Einbindung der Altstadtökonomie.
- Trotz fehlendem Kongresszentrum (mind. 750 Personen Fassungsvermögen) und Kapazitätsgrenzen, zeigt Regensburg wie durch gezielte Weiterentwicklung der Kongressinfrastruktur der qualitative Standortfaktor erhöht werden könnte.
- Die Verbindung von moderner Wissensökonomie und UNESCO-Welterbe schafft einen hohen Erlebnis- und Identitätswert für Veranstaltungen. Eine **strategische Kombination von MICE-Angeboten mit den kulturellen Ressourcen** der Stadt könnte das Profil für einen außergewöhnlichen und authentischen Meeting-Standort weiter schärfen.

6) Empfehlungen an Bund und Land – Hebel mit hoher Wirkung

- Internationalisierung fördern:
 - bessere Fernverkehrs-anbindung und Taktung, optimierte Flughafenzubringer, Schengen-Visaprozesse, digitale Informationsketten für internationale Delegierte.
- Kongress-/Veranstaltungszentren stärken:
 - Investitionsprogramme für nachhaltige Modernisierung, Barrierefreiheit, Energieeffizienz; Förderung von Green-Meetings – erhöht Wettbewerbsfähigkeit und ESG-Konformität.

- Fachkräfte- und Servicequalität sichern:
 - Qualifizierungsprogramme im MICE-Sektor, vereinfachte Arbeitskräfteeinwanderung in Engpassberufen der Hotellerie/Gastronomie/Veranstaltungstechnik.
- Datenbasierte Steuerung ausbauen:
 - Verstetigung regionaler Sonderauswertungen (wie Regensburg 2023/24) für evidenzbasierte Kapazitätsplanung, Lastspitzen-Management und Innenstadtverträglichkeit.

Kurzfasit:

- **Regensburgs Meetingwirtschaft** schafft direkt 84,7 Mio. € Ausgaben, 34,4 Mio. € Wertschöpfung und bis zu mehrere hundert Arbeitsplätze – mit besonderem Hebel durch internationale Übernachtungsgäste und leistungsfähige Veranstaltungszentren. Und ist damit ein **strategisches Instrument der Wirtschaftsförderung**.
- Sie erhöhen darüber hinaus die **Sichtbarkeit eines Standorts** und wirken als **Attraktivitätsfaktor für Unternehmen, Verbände und internationale Organisationen**. Eine konsequent ausgebaute MICE-Infrastruktur ist damit ein wesentlicher Bestandteil zukunftsfähiger Standortpolitik – für Metropolen ebenso wie für wachstumsstarke Mittelstädte wie Regensburg.
- **Im Vergleich** zu München/Nürnberg liegt die Stärke weniger in Großmessen, sondern in **effizienten Kongress- und Meetingformaten**, die – richtig gefördert – ähnlich robuste und **stadtverträgliche Effekte** entfalten können.



Ausschussdrucksache 21(20)30
Ausschuss für Tourismus

13. Sitzung am 03.12.2025
Öffentliche Anhörung

Stellungnahme zum Thema
„Geschäftsreisen“

Christoph Carnier

Präsident, Verband Deutsches Reisemanagement

Schriftliche Stellungnahme zur Anhörung des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages am 03. Dezember 2025 mit Themenschwerpunkt

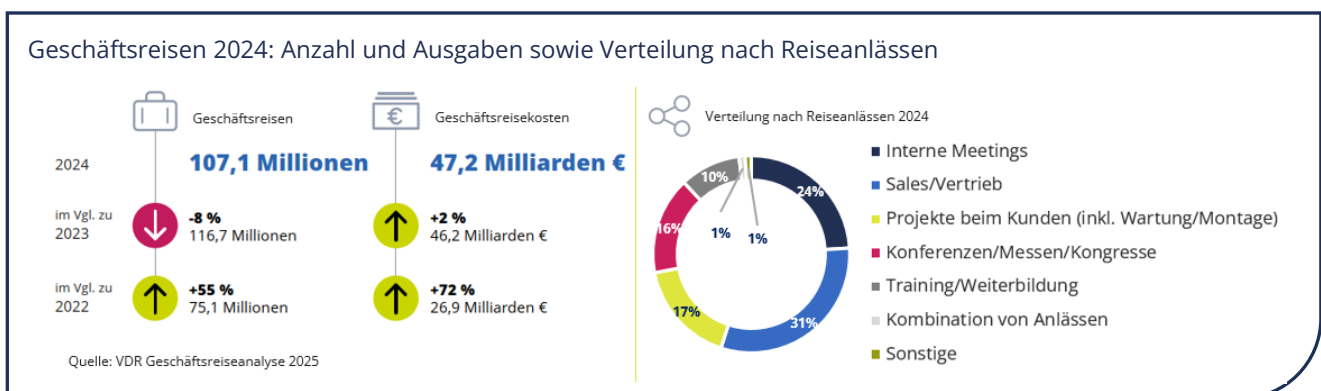
Rolle der Messewirtschaft als Motor für Geschäftsreisen und als Standortfaktor

Sachverständiger vor Ort: Christoph Carnier, Präsident Verband Deutsches Reisemanagement e.V. (VDR) | Stand: November 2025

Die Messewirtschaft ist ein strategischer Standortfaktor und zentraler Treiber geschäftlicher Mobilität in Deutschland – und weltweit. Messen und Kongresse schaffen Räume für Austausch, Innovation und internationale Vernetzung. Sie fördern wirtschaftliche Dynamik und stärken die Attraktivität des Standorts. Die damit verbundenen Geschäftsreisen wirken weit über das Veranstaltungsgelände hinaus: Sie beleben Hotellerie, Gastronomie, Verkehr und lokale Dienstleistungen und sind damit ein integraler Bestandteil des wirtschaftsbezogenen Tourismus.

Als größtes Netzwerk für Mobilitätsmanagement in Deutschland setzt sich der Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) für Rahmenbedingungen ein, die reibungslose, sichere und nachhaltige Geschäftsreisen ermöglichen – auch im Kontext von MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions). Der Ausbau verlässlicher Infrastrukturen, der Abbau bürokratischer Hürden und die Förderung klimafreundlicher Mobilitätslösungen sind entscheidend für die Wettbewerbsfähigkeit international agierender Unternehmen.

Wie groß der Beitrag von Geschäftsreisen zur gesamtwirtschaftlichen Entwicklung ist, zeigt die aktuelle **VDR-Geschäftsreiseanalyse 2025**¹: Mit über **107 Millionen Geschäftsreisen** pro Jahr leisten Unternehmen durch ihre Reisetätigkeit einen wesentlichen Beitrag zu Wertschöpfung, Beschäftigung und Wettbewerbsfähigkeit sowie zu Export, Innovation und internationalen Partnerschaften. Jährlich geben allein deutsche Unternehmen über **47 Milliarden Euro** für geschäftlich motivierte Mobilität aus, was einen unmittelbaren Nutzen für die deutsche Wirtschaft hat.



¹ Website des VDR: www.vdr-service.de/geschäftsreiseanalyse



I. Abgrenzung und Schnittstellen zwischen Geschäfts- und touristischen Reisen

Geschäftsreisen sind berufsbedingte Reisen, die im Auftrag oder Interesse eines Unternehmens, einer Organisation oder Institution erfolgen. Ein zentraler Anlass sind Messe- und Kongressbesuche, daneben zählen auch Meetings, Kundenkontakte, Weiterbildungen und Projektarbeit außerhalb des regulären Arbeitsplatzes. Die Kosten werden in der Regel vom Arbeitgeber getragen, und die Reisedauer ist meist durch den beruflichen Anlass begrenzt.

Touristische Reisen hingegen sind privat motiviert und dienen der Erholung, Freizeitgestaltung, kulturellen Erfahrung oder dem persönlichen Vergnügen. Sie sind freiwillig, selbstfinanziert und nicht durch berufliche Verpflichtungen bestimmt.

Trotz dieser funktionalen Unterschiede bestehen zahlreiche Schnittstellen:

- Geschäftsreisende nutzen **dieselben Infrastrukturen** wie touristische Gäste – etwa Verkehrsmittel, Hotels und gastronomische Angebote.
- Messe- und Kongressreisen tragen zur **Auslastung touristischer Kapazitäten** bei, insbesondere in urbanen Räumen mit Veranstaltungsbetrieb.
- Die **zunehmende Hybridisierung von Reiseanlässen** („Blended Travel“ oder „Bleisure“) zeigt, wie berufliche und private Reisezwecke ineinandergreifen.
- Messen fördern den Wissensaustausch, stärken die internationale Vernetzung und wirken als **Impulsgeber für touristische und wirtschaftliche Entwicklung**.

Eine integrierte Betrachtung beider Reiseformen – insbesondere im Kontext der Messewirtschaft – ist daher unerlässlich für eine zukunftsfähige Mobilitäts- und Tourismuspolitik.

II. Auswirkungen fehlender Geschäftsreisender auf Messestädte

Der Rückgang geschäftlicher Mobilität hat spürbare Folgen für die Messewirtschaft und die betroffenen Städte. Geschäftsreisende sind zentrale Nachfragetreiber für Hotellerie, Gastronomie, Verkehr und lokale Dienstleistungen. Bleiben sie aus, sinken Besucherzahlen auf Messen und Kongressen, Aussteller reduzieren ihre Präsenz, und die lokale Wertschöpfung geht zurück.

Die Zahl der Geschäftsreisen in Deutschland ist seit Jahren rückläufig. **Im Vergleich zu 2019 hat sich die Anzahl 2024 nahezu halbiert** (195 Millionen Geschäftsreisen in 2019² versus 107 Millionen Reisen in 2024). **Gegenüber dem Vorjahr 2023 sank die Anzahl 2024 um rund 8 %.**

Unternehmen setzen Geschäftsreisen heute gezielter und selektiver ein, was zu weniger Reisetagen und geringerer Frequenz führt. Diese Entwicklung belastet u.a. die Messewirtschaft, die Luftfahrt und die wirtschaftliche Dynamik insgesamt.

Besonders internationale Fachmessen geraten dadurch unter Druck: Komplexe Einreise- und Entsenderegelungen erschweren kurzfristige Teilnahmen, während steigende Kosten und reduzierte

² Website des VDR: www.vdr-service.de/fileadmin/themen/geschaeftsreiseanalyse/VDR-Geschaeftsreiseanalyse-2022.pdf



Mobilitätsangebote die Standortattraktivität mindern. Damit verschärfen sich die Herausforderungen für Aussteller und Veranstalter, die auf verlässliche Rahmenbedingungen angewiesen sind.

Die Luftfahrt reagiert mit Angebotskürzungen: Innerdeutsche Zubringerflüge werden reduziert, da die Nachfrage von Geschäftsreisenden deutlich zurückgegangen ist. Viele Unternehmen bündeln mehrere Termine in einer Reise, wodurch weniger Einzelbuchungen entstehen und die Auslastung bestimmter Strecken sinkt. Die Folge sind gestrichene Verbindungen und steigende Preise mit spürbaren Auswirkungen auch auf touristische Reisen.

Wirtschaftlich ist die Lage angespannt: Hotels und gastronomische Betriebe in Messe-Städten verzeichnen deutliche Belegungseinbrüche und Umsatzrückgänge – besonders im Drei- und Vier-Sterne-Segment sowie in Messehotels, die stark von Geschäftsreisenden abhängen. Die VDR-Geschäftsreiseanalyse 2025 zeigt zudem: weniger Reisen, aber höhere Kosten pro Reise. Das deutet auf gestiegene Anforderungen und eine zunehmend selektive Mobilität hin. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen stehen dadurch unter Druck, Geschäftsreisen effizient und regelkonform zu organisieren, ohne ihre Wettbewerbsfähigkeit zu gefährden.

Die Wechselwirkungen sind gravierend, denn weniger Geschäftsreisen bedeuten weniger Angebot, was die Attraktivität des Standorts weiter mindert. Ein Teufelskreis aus Angebotsabbau und steigenden Kosten entsteht, der nicht nur die Messewirtschaft, sondern auch die touristische Infrastruktur und die Lebensqualität in den Städten schwächt. Geschäftsreisen sind damit ein integraler Bestandteil des städtischen Wirtschafts- und Tourismussystems, dessen nachhaltiger Rückgang gravierende Folgen für Beschäftigung, Wertschöpfung und Standortstabilität hat.

Der jüngste Beschluss des **Koalitionsausschusses zu Entlastungen im Luftverkehr** setzt ein wichtiges Signal zur Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit und Konnektivität des Luftverkehrsstandorts Deutschland. Diese Maßnahmen können perspektivisch dazu beitragen, insbesondere für Geschäftsreisende relevante Verbindungen zu stabilisieren. Kurzfristig ändern sie jedoch nichts an den bereits erfolgten Angebotskürzungen, die maßgeblich durch den deutlichen Rückgang geschäftlicher Mobilität ausgelöst wurden. Die beschriebenen Auswirkungen auf Messestandorte und regionale Wirtschaftsstrukturen bleiben daher weiterhin bestehen.

III. Deutschland als Messestandort: Rahmenbedingungen für internationale Geschäftsreisende

Deutschland ist als Messe- und Kongressstandort international führend. Damit diese Position gesichert bleibt, müssen die Rahmenbedingungen für eingehende Geschäftsreisen verbessert werden. Internationale Fachbesucher und Aussteller sehen sich derzeit mit zahlreichen Hemmnissen konfrontiert, die kurzfristige und flexible Messe-Teilnahmen erschweren. Sie kämpfen nicht nur mit klassischen Hürden wie Visumsverzögerungen, sondern auch mit steigenden Kosten, logistischer Komplexität, unsicherer Planung und strukturellem Wettbewerbsdruck. Diese Faktoren machen kurzfristige Messeauftritte in Deutschland deutlich aufwändiger und riskanter. Hier gilt es, passende Rahmenbedingungen zu schaffen, um einer Verlagerung großer Messen ins Ausland entgegenzuwirken.



1. Bürokratieentlastungen

Geschäftsreisen müssen einfach und rechtssicher planbar sein – insbesondere im Rahmen von Messe- und Kongressbesuchen, die häufig grenzüberschreitend und gelegentlich kurzfristig erfolgen. Dafür braucht es schlanke Verwaltungsprozesse, digitale Schnittstellen und transparente Regelungen. Die Vereinfachung und Digitalisierung von Visaverfahren, steuerlichen Vorgaben und Reisedokumentationen sowie die Harmonisierung internationaler Standards sind entscheidend, um Unternehmen nicht durch Bürokratie zu belasten und die Mobilität von Fach- und Führungskräften zu sichern. Bürokratische Hürden wie komplexe Reisekostenregelungen oder die A1-Bescheinigungspflicht bei kurzen Reisen in Europa stehen dem entgegen und schwächen die internationale Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen.

a. Grenzüberschreitende Geschäftsreisen: A1-Bescheinigung und EU-Meldungen

Die A1-Bescheinigung und EU-Meldepflichten für Messebesucher und bei Entsendungen stellen eine erhebliche bürokratische Belastung für international tätige Unternehmen dar. Ursache sind die langsame Digitalisierung sowie unterschiedliche sozialversicherungs-, arbeits- und steuerrechtliche Regelungen in den Staaten der Europäischen Union (EU) und der Europäischen Freihandelsassoziation (EFTA).

A1-Bescheinigung (Sozialversicherungsrecht): Für jede Geschäftsreise in EU/EFTA-Staaten muss eine A1-Bescheinigung beantragt und mitgeführt werden – mindestens in digitaler Form. Die Beantragung erfolgt über den Sozialversicherungsdienstleister der reisenden Person.

EU-Entsendungen (Arbeits- und Steuerrecht): Die Meldung erfolgt direkt beim jeweiligen Zielland. Die Regelungen sind länderspezifisch, etwa zur Meldepflicht bei Meetings oder Messebesuchen, und unterscheiden sich auch hinsichtlich der mitzuführenden Dokumentation.

Fakten:

- *Allein in Deutschland wurden im Jahr 2022 fast **490.000³ A1-Anträge** gestellt, was über **81.000 Stunden Zeitaufwand** für Unternehmen und fast **368.000 Stunden für Behördenmitarbeiter** bedeutet. Das entspricht schätzungsweise über **1.000 Vollzeitstellen** im öffentlichen und privaten Sektor.⁴*
- *Die **VDR-Geschäftsreiseanalyse 2025** bestätigt, dass **98 %** der grenzüberschreitenden Geschäftsreisen aus Deutschland im Jahr 2024 **weniger als fünf Tage dauerten**, was das Missverhältnis zwischen Reisedauer und bürokratischem Aufwand verdeutlicht.*

Der VDR fordert – gemeinsam mit europäischen Partnerverbänden und dem europäischen Dachverband BT4Europe:

- Einführung einer **14-tägigen Ausnahmeregelung** für Geschäftsreisen ohne A1-Anforderung
- Klare **Definition von Geschäftsreisen** mit nicht-kommerziellem Charakter (z. B. Besprechungen, Audits, Konferenzen)
- Verpflichtende **Digitalisierung und Standardisierung** der Prozesse in allen Mitgliedstaaten auf Basis des Europäischen Sozialausweises (ESSPASS)

³ Europäische Kommission, CIRCABC-Portal: <https://webgate.ec.europa.eu/circabc-ewpp/ui/group/bab664d7-1188-47b2-9fa6-869902320ba2/library/ff0eec76-6fcb-409b-a282-6287d9f83cf8>

⁴ Die Schätzung des Europäischen Dachverbands BT4Europe basiert auf den Angaben der Mitglieder und den nationalen Datensätzen der vertretenen Länder.



Die Europäische Kommission hat im Oktober 2025 ihre Unterstützung für diese Ausnahme offiziell bestätigt.

Die Regelung soll auch für Länder außerhalb der EU gelten, die über den EWR oder bilaterale Abkommen am Binnenmarkt teilnehmen. Eine Einigung wird im ersten Halbjahr 2026 angestrebt. Parallel dazu wird die Einführung einer einheitlichen digitalen EU-Entsendemeldung („eDeclaration“) vorbereitet, um langfristig eine Harmonisierung der Entsendepflichten zu erreichen. Der VDR begleitet diesen Prozess aktiv und setzt sich für eine praxisnahe Entlastung der Unternehmen im Sinne einer modernen, grenzüberschreitenden Geschäftsreisemobilität ein.

b. Digitalisierung des Hotelmeldescheins für internationale Gäste

Die analoge Meldepflicht in Hotels ist aus Sicht internationaler Geschäftsreisender und Messegäste ein Relikt vergangener Zeiten. Viele Länder haben den Papiermeldeschein bereits abgeschafft oder vollständig digitalisiert. Deutschland wirkt hier unnötig bürokratisch: Bei kurzfristigen Aufenthalten wie Messe- oder Geschäftsreisen entsteht eine massenhafte Datenerhebung, die kaum genutzt wird und keinen zusätzlichen Sicherheitsgewinn erzeugt. Analoge Kontrollmechanismen sind ineffizient und überholt. Moderne digitale Verfahren wie elektronische Buchungs- und Zahlungsdaten, digitale Grenzkontrollen oder Identitätsprüfungen erfüllen sicherheitsrelevante Funktionen deutlich effektiver.

Die Abschaffung des analogen Meldescheins würde die Check-in-Prozesse beschleunigen, die Wartezeiten reduzieren und Deutschland im internationalen Reiseverkehr moderner und serviceorientierter erscheinen lassen.

Notwendige Maßnahme:

- **Harmonisierung** der Hotelmeldescheine für nationale und internationale Gäste
- Einführung eines vollständig **digitalen Meldescheinverfahrens** mit Schnittstellen zu bestehenden Buchungs- und Zahlungssystemen

c. Vereinfachung steuerlicher Reisekostenregelungen durch pauschale Lösungen

Die bestehenden Regelungen zu Verpflegungsmehraufwendungen, Kürzungsvorschriften, Auslandspauschalen, der Drei-Monatsfrist sowie der Angabepflicht „M“ in der Lohnsteuerbescheinigung sind in der Praxis komplex und verursachen erheblichen Verwaltungsaufwand – insbesondere für kleine und mittlere Unternehmen. Selbst moderne Abrechnungssysteme stoßen an ihre Grenzen, was zu Rechtsunsicherheit und einem Missverhältnis zwischen Aufwand und steuerlichem Nutzen führt.

Der VDR fordert:

- **Wegfall der Kürzungsvorschriften bei Mahlzeitengestellung** zugunsten pauschaler Lösungen
- **einheitliche Auslandspauschalen pro Land** zur Reduzierung von Fehlerquellen
- **Abschaffung oder Vereinfachung der Drei-Monatsfrist** (§ 9 EStG)
- **Evaluierung und Reduktion der Angabepflichten in der Lohnsteuerbescheinigung**
- die **grundsätzliche Digitalisierung und Vereinfachung** der steuerlichen Reisekostenregelungen

Darüber hinaus zeigt sich in der Praxis, dass **auch steuerliche Rahmenbedingungen für Verkehrsträger** – etwa die Mehrwertsteuerregelungen oder die Berücksichtigung von Amortisationsrechnungen im Bahnverkehr – Einfluss auf die Wirtschaftlichkeit von Geschäftsreisen



haben. Diese Aspekte sollten in zukünftige Mobilitätsstrategien einbezogen werden, um nachhaltige Verkehrsmittel gezielt zu fördern und Investitionen wirtschaftlich sinnvoll zu gestalten.

Die Bundesregierung hat ihre jüngste Kabinettsitzung dem Thema **Bürokratieabbau** gewidmet und dabei acht zusätzliche Maßnahmen⁵ beschlossen, die spürbare Vereinfachungen für Unternehmen bringen sollen. Ziel ist es, Vorschriften zu reduzieren, pragmatische Lösungen zu fördern und die Wirtschaft durch Entlastungen in Milliardenhöhe zu stärken. Aus Sicht des VDR bleibt die Regierung jedoch bislang hinter den Erwartungen zurück: Zwar ist der eingeschlagene Weg richtig, doch reichen die Maßnahmen nicht aus, um eine weitreichende und nachhaltige Entlastung sicherzustellen. Der VDR hat hierzu ein Positionspapier⁶ eingebracht und wird den Prozess weiterhin aktiv begleiten und flankieren, um praxisnahe Lösungen für Geschäftsreisende und Unternehmen zu erreichen.

2. Infrastruktur: Multimodale und digitale Vernetzung

Eine leistungsfähige, resiliente und klimafreundliche Infrastruktur ist Grundvoraussetzung für effiziente und zukunftsfähige Geschäftsreisen, gerade im Kontext der Messewirtschaft, die auf gut erreichbare Veranstaltungsorte und verlässliche Mobilitätsketten angewiesen ist. Messen und Kongresse entfalten ihre wirtschaftliche Wirkung nur dann vollumfänglich, wenn die Anreise für Aussteller, Fachbesucher und Dienstleister reibungslos und flexibel möglich ist.

Um die Effizienz und Nachhaltigkeit geschäftlicher Mobilität zu fördern und die Standortattraktivität Deutschlands im internationalen Wettbewerb zu sichern, muss die Politik die verfügbaren Mittel aus dem Sondervermögen Infrastruktur gezielt in den Ausbau und die Modernisierung von Verkehrs- und Digitalinfrastrukturen investieren.

Notwendige Maßnahmen:

- **Ausbau und Modernisierung von Schienen- und Straßenverkehrswegen** inklusive redundanter Strukturen zur Sicherstellung alternativer Verkehrswege bei Störungen.
- Sicherstellung der **Luftverkehrsverbindungen** durch attraktive Rahmenbedingungen an deutschen Flughäfen und verlässliche Nachfrage im Geschäftsreisemarkt.
- **Förderung multimodaler Netzwerke** durch Integration verschiedener Verkehrsträger (ÖPNV, Shared Mobility etc.) und digitale Vernetzung für nahtlose Reiseketten.
- **Stärkung der digitalen Infrastruktur** durch flächendeckenden Ausbau von Breitband- und Mobilfunknetzen für Echtzeit-Planung und mobile Arbeitsprozesse.
- **Anreize für klimafreundliche Geschäftsreisen** bspw. steuerliche Erleichterungen für Bahnreisen und E-Mobilität.
- **Abbau administrativer Hürden** zur Vereinfachung der Einführung nachhaltiger Mobilitätslösungen in Unternehmen – wie bspw. **flexible Mobilitätsbudgets**, die sich an individuellen Anforderungen und Nutzungsmustern orientieren, statt starrer Obergrenzen.

⁵ Website der Bundesregierung: www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/entlastungskabinett-2392282

⁶ Website des VDR: www.vdr-service.de/fileadmin/themen/politische-arbeit/vdr-positionen/20250922_VDR_Positionspapier_Buerokratieabbau_Verpflegungsmehraufwand.pdf



Diese Maßnahmen stärken die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Unternehmen, fördern die Erreichung der Klimaziele und machen Geschäftsreisen effizienter, ressourcenschonender und zukunftsfähiger.

3. Blended Travel: Neue Mobilitätsrealitäten zwischen Beruf und Freizeit

„New Work“ in Form von Remote Work, Workation oder Bleisure ist längst gelebte Praxis und verändert die geschäftliche Mobilität – auch und gerade im Umfeld von Messen und Kongressen. Immer mehr Fachbesucher und Aussteller verbinden beruflich bedingte Messebesuche mit privaten Aufenthalten, verlängern ihre Reisen oder arbeiten auch nach dem Messeaufenthalt mobil vom Veranstaltungsort aus. Diese flexiblen Arbeitsformen wirken sich positiv auf Produktivität, Kreativität und Mitarbeiterbindung aus und sind im Zuge von Fachkräftemangel und Globalisierung ein entscheidender Standortfaktor, der auch durch zunehmende Digitalisierung ermöglicht wird.

Messewirtschaft und Geschäftsreiseverhalten stehen dabei in Wechselwirkung: Messen bieten nicht nur Raum für Innovation und Vernetzung, sondern auch für neue Arbeitsmodelle, die Mobilität und Aufenthaltsqualität miteinander verbinden. Damit diese Entwicklung rechtssicher (Steuer- und Arbeitsrecht) und wirtschaftlich tragfähig gestaltet werden kann, müssen gesetzliche Rahmenbedingungen angepasst werden.

Notwendige Maßnahmen:

- Einführung einer **einheitlichen europäischen Sozialversicherungsnummer** zur Reduzierung des Verwaltungsaufwands bei grenzüberschreitenden Tätigkeiten.
- Klare, praxisnahe **Definitionen für Betriebsstätte bei Remote Work**, um steuerliche Risiken und Mehraufwand zu minimieren.
- **Europäische Harmonisierung der Meldepflichten und Entsenderichtlinie**, um Prozesskosten und Fehlerquellen zu reduzieren.
- Digitale und automatisierte Lösungen zur **Dokumentation und Abgrenzung von dienstlichen und privaten Reisekosten** bei Bleisure und Workation mit klaren steuerlichen Regeln.
- **Flexibilisierung der Arbeitszeitregelungen** zur Anpassung an neue Arbeits- und Reiseformen.
- Förderung weiterer **praxisnaher Leitlinien und Anleitungen auf europäischer Ebene**, analog zur „Guidance Note on telework“⁷ der EU-Kommission für Workation und Bleisure

Entwicklungen zu antizipieren und die Weichen richtig zu stellen, ist eine gemeinsame Aufgabe von Unternehmen und Politik. Aktuelle Regelungen entsprechen häufig nicht mehr der Realität hybrider Arbeits- und Reiseformen. Dadurch wird die Umsetzung Compliance-konformer Modelle erschwert – vor allem bei grenzüberschreitenden Messebesuchen.

⁷ <https://ec.europa.eu/social/BlobServlet?docId=26977&langId=en>

IV. Fazit: Geschäftsreisen sichern wirtschaftliche Dynamik, internationale Vernetzung und Wettbewerbsfähigkeit

Die Messewirtschaft ist ein zentraler Motor für geschäftliche Mobilität und Standortattraktivität in Deutschland. Sie verbindet wirtschaftliche Dynamik mit internationaler Vernetzung und schafft Impulse weit über die Veranstaltungsorte hinaus. Geschäftsreisen sind dabei nicht nur Mittel zum Zweck, sondern ein strategisches Instrument für Innovation, Kooperation und Wettbewerbsfähigkeit.

Die aktuellen Herausforderungen – von bürokratischen Hürden über Infrastrukturdefizite bis hin zu neuen hybriden Arbeits- und Reiseformen – zeigen, dass eine zukunftsfähige Geschäftsreisepolitik mehr als nur punktuelle Anpassungen benötigt. Entscheidend ist ein integrierter Ansatz, der Bürokratieabbau, Investitionen in leistungsfähige Verkehrs- und Digitalnetze sowie rechtssichere Rahmenbedingungen für neue Mobilitätsrealitäten miteinander verbindet.

Nur wenn Geschäftsreisen effizient, nachhaltig und verlässlich organisiert werden können, entfalten Messen und Kongresse ihre volle Wirkung als Plattformen für Austausch und Wertschöpfung. Damit bleibt Deutschland ein attraktiver und international führender Messestandort, der Unternehmen, Fachkräfte und Innovationen zusammenbringt und die wirtschaftliche Stabilität langfristig sichert.

Verband Deutsches Reisemanagement e.V.

Der Verband Deutsches Reisemanagement (VDR) ist mit mehr als 600 Mitgliedsunternehmen Deutschlands größtes Netzwerk für geschäftliches Mobilitätsmanagement. Gemeinsam mit Mitgliedern und Partnern arbeitet der VDR an Lösungen, Geschäftsreisen nachhaltig, zuverlässig und sicher zu ermöglichen. Im Dialog mit Wirtschaft und Politik vertritt der Verband die Interessen seiner Mitgliedsunternehmen und setzt sich für faire Rahmen- und Wettbewerbsbedingungen ein. Seit über 50 Jahren ist der VDR ein verlässlicher Partner von Wirtschaftsunternehmen – darunter Mittelstand, Konzerne, Organisationen sowie Anbieter geschäftlicher Mobilität – und steht heute für ein innovatives und informatives „Network for Business Mobility“.



Ausschussdrucksache 21(20)31
Ausschuss für Tourismus

13. Sitzung am 03.12.2025
Öffentliche Anhörung

Stellungnahme zum Thema
„Geschäftsreisen“

Matthias Schultze

Managing Director, German Convention Bureau e.V.

Öffentliche Sachverständigen-Anhörung
Ausschuss für Tourismus des Deutschen Bundestages, 3. Dezember 2025

Themenschwerpunkt

„Rolle der Messewirtschaft als Motor für Geschäftsreisen und als Standortfaktor“

Schriftliche Stellungnahme von Matthias Schultze, Geschäftsführer,
GCB German Convention Bureau e.V.

Überblick

1. Status Quo: Die Geschäftsreisedestination Deutschland
2. Ausblick: Trends und Herausforderungen im MICE-Markt
 - Megatrends und qualitative Entwicklungen
 - Der globale Wettbewerb
3. Perspektiven für den Tagungs- und Kongressstandort Deutschland

1. Status Quo: Die Geschäftsreisedestination Deutschland

Die Messewirtschaft spielt eine wichtige Rolle als Motor für internationale Geschäftsmobilität, denn Messebesuche sind ein zentraler Anlass für berufliches Reisen. Rund 23 Prozent aller Geschäftsreisenden, die nach Deutschland kommen, um an einer Veranstaltung teilzunehmen, besuchen gezielt Messen. Damit sind Messen, neben der Teilnahme an anderen beruflich motivierten Events wie Meetings und Konferenzen, Kongressen sowie Incentive-Reisen (kurz: MICE) ein zentraler Bestandteil des deutschen Geschäftsreisemarktes.

Mit einem Marktanteil von 11 Prozent bei allen weltweit unternommenen Geschäftsreisen war Deutschland 2024* erneut Weltmarktführer vor den USA. 40 Prozent dieser Reisen entfielen auf klassische Geschäftsreisen (z.B. Kunden- oder Firmenbesuche), während der größere Anteil bei sogenannten promotablen oder MICE-Reisen lag. Innerhalb des MICE-Segments haben Reisen zu Meetings und Konferenzen den Hauptanteil, gefolgt von Messen, Kongressen und Incentives.

Deutschland belegt damit im globalen Vergleich auch die Top-Position als meistbesuchte Destination für promotable Geschäftsreisen: Jede zehnte dieser Reisen weltweit führte 2024* nach Deutschland und trägt damit zum Gesamtmarkt von Veranstaltungen in Deutschland bei, der zuletzt insgesamt 378 Millionen Teilnehmende umfasste. Von einem hohen Geschäftsreiseaufkommen profitieren neben den Veranstaltungsanbietern im engeren Sinne zahlreiche weitere Akteure am Standort, insbesondere Hotellerie (rund 56 Prozent aller Veranstaltungen finden in Hotels statt), Gastronomie, Verkehr und lokale Dienstleistungen.

Strategic Partners



Lufthansa

Strategic Exhibition Partner



Volumen und Marktanteile weltweiter Geschäftsreisen

Zielregionen	Alle Geschäftsreisen	Klassische Geschäftsreisen	MICE-Reisen
Weltweit	135 Mio (100%)	43 Mio (32 %)	91 Mio. (68 %)
Europa	64,8 Mio (48 %)	22 Mio (51%)	43 Mio (47 %)

Reiseziele Geschäftsreisen im Ranking

Land	Alle Geschäftsreisen	Klassische Geschäftsreisen	MICE-Reisen
Germany	11%	14%	10%
USA	8%	7%	8%
Mexico	6%	4%	7%
China	6%	9%	5%
France	5%	4%	5%
Spain	4%	4%	4%
Italy	4%	3%	4%
UK	3%	4%	3%

Segmente der Reisearten

Geschäftsreisen nach Deutschland	Anteil
Traditionell	5,8 Mio (40%)
MICE-Reisen	8,9 Mio (60 %)

Segmente der Reisearten innerhalb der MICE-Reisen

Reisen zu	Anteil
Messen / Ausstellungen	23%
Meetings / Konferenzen / Seminaren	45%
Kongressen	21%
Incentives	11 %

Quelle: World Travel Monitor® 2024, IPK International / Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) / GCB German Convention Bureau e. V.

Der Veranstaltungsmarkt Deutschland 2024

378 Mio. Teilnehmer *innen	2 Mio. Veranstaltungen	7.898 Locations
3.404 Tagungshotels	2.700 Eventlocations	1.794 Veranstaltungs- zentren

Verteilung der Präsenzveranstaltungen nach Arten von Veranstaltungsstätten

Art	Anteil
Tagungshotels	56,70%
Veranstaltungszentren	23,50%
Eventlocations	19,80%

Quelle: Meeting-&EventBarometer Deutschland, 2024/25, EITW / Deutsche Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) / GCB German Convention Bureau e. V.

* Die Zahlen für das Jahr 2025 liegen voraussichtlich Anfang 2026 vor.

2. Ausblick: Trends und Herausforderungen im MICE-Markt

In einer komplexen Welt bleiben Business Events zentrale Instrumente zum Austausch wirtschaftlicher und wissenschaftlicher Expertise, zum Aufbau professioneller Vertrauensbeziehungen und damit zur Geschäftsanbahnung. Gleichzeitig sind beruflich motivierte Veranstaltungen immer auch Spiegel von wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen und durchlaufen insofern eine ganze Reihe von Transformationsprozessen, die auch in anderen Bereichen zu beobachten sind.

Megatrends und qualitative Entwicklungen

- Digitalisierung

Die Digitalisierung ist eines der größten Transformationsfelder im Veranstaltungsmarkt. Die verstärkte Verfügbarkeit von Technologie verändert einerseits die Häufigkeit, ob und wie Menschen physisch an Business Events teilnehmen: Im vergangenen Jahr wurde rund ein Viertel aller Veranstaltungen rein digital umgesetzt, mehr als jede zehnte Veranstaltung fand in einem hybriden Format statt – ein Trend, der sich negativ auf das Volumen von Geschäftsreisen insgesamt auswirkt. Andererseits prägt Technologie zunehmend auch die Art und Weise des Veranstaltungserlebnisses. Die Potenziale von Konnektivität, Automatisierung, Künstlicher Intelligenz (KI) oder Big Data schaffen völlig neue Welten für Teilnehmende und stellen gleichzeitig enorme Herausforderungen für Veranstalter und Anbieter im Markt dar, diese Potenziale auch umsetzen zu können. Hinzu kommen Fragen im Kontext von Datenschutz und Datensicherheit, die gerade mit der rasanten Ausbreitung von KI-Anwendungen auch für den MICE-Standort Deutschland zunehmend relevant sind.

- Nachhaltigkeit

Der Anspruch, Business Events an nachhaltigen Maßstäben auszurichten, ist zu einem zentralen Thema für Veranstalter, Anbieter und Teilnehmende gleichermaßen gereift. Im Fokus stehen Lösungen, die ökologische, soziale und ökonomische Aspekte in Einklang bringen. Die wesentlichen Handlungsfelder für die Anbieter im Markt umfassen dabei unter anderem die Mobilität bei der An- und Abreise, die Energieeffizienz der Veranstaltungsstätten, Produktion und Abfallmanagement sowie Catering, aber auch Aspekte sozialer Nachhaltigkeit wie Inklusion und Barrierefreiheit. Für Veranstalter hat sich Nachhaltigkeit als wichtiger Faktor bei der Auswahl von Veranstaltungsorten, Dienstleistern und weiterer Gewerke etabliert – und auch Teilnehmende fragen „Sustainable Events“ zunehmend nach.

- Neue Arbeitswelten

New Work, das heißt die Transformation der Arbeitswelt weg von traditionellen Arbeitsstrukturen hin zu neuen, flexibleren Arbeitsweisen wie Remote-Work, hat insbesondere durch die rasante technologische Entwicklung, den Generationenwandel am Arbeitsmarkt sowie die Folgen der Corona-Pandemie eine massive Beschleunigung erfahren – ein Trend, der sich auch auf Business Events und die bereits erwähnte Entwicklung des Marktes auswirkt: Das Volumen von Geschäftsreisen ist nach der Pandemie nicht mehr in gleichem Maße zurückgekommen wie zuvor. Diese Entwicklung hat Auswirkungen auf alle Leistungsträger der Angebotskette, von Verkehrsanbietern über Veranstaltungsstätten, Hotellerie und Gastronomie bis hin zu lokalen Dienstleistern.

Der globale Wettbewerb

Die skizzierten Megatrends sind überwiegend globale Phänomene: Der Tagungs- und Kongressstandort Deutschland – aktuell in der weltweiten Spitzenposition – befindet sich in einem höchst kompetitiven internationalen Umfeld. Neben den klassischen Wettbewerbern aus Europa und Nordamerika sind es in jüngerer Zeit insbesondere Staaten aus Asien (v.a. China) und dem Mittleren Osten (u.a. Dubai, Saudi-Arabien und Vereinigte Arabische Emirate), die massiv in die Anwerbung internationaler Großveranstaltungen, darunter auch MICE-Events, investieren – vom Ausbau der Verkehrsinfrastruktur und dem Bau neuer Veranstaltungsstätten bis hin zu modernster technologischer Ausstattung und umfangreichem Sponsoring von Events.

Wirtschaft, Wissenschaft und Business Events gehören untrennbar zusammen und Veranstaltungen finden vor allem dort statt, wo Kompetenzen in wirtschaftlichen Branchen und wissenschaftlichen Forschungsgebieten mit dem inhaltlichen Gegenstand der Veranstaltung verwoben werden können. Internationale Veranstalter suchen gezielt nach Standorten, die sich für das jeweilige Thema als inhaltlich führend positionieren können. Andere Regionen im globalen Wettbewerb ziehen durch entsprechende Positionierungen, beispielsweise ihren Fokus auf bestimmte Zukunftstechnologien, zunehmend Veranstalter und Veranstaltungen in ihre jeweilige Region.

3. Perspektiven für den Tagungs- und Kongressstandort Deutschland

Die skizzierten Trends und Herausforderungen im Veranstaltungssektor anzunehmen und die dahinterstehenden Potenziale proaktiv zu heben, bedeutet nicht nur die Stärkung des MICE-Weltmeisters Deutschland, sondern auch wirtschaftliches Wachstum, zeitgemäße Infrastruktur, attraktive Städte und Regionen sowie ein positives Image des Standorts Deutschland insgesamt. Drei zentrale Argumente auf einen Blick:

Business Events = Verlängerter Arm der Wirtschaftsförderung

Veranstaltungen zu fördern bedeutet, Talente – ob aus dem Ausland oder aus der näheren Umgebung – aus allen Disziplinen in eine Destination zu bringen. Sie sind zudem wertvolle Anlässe, neue Arbeitskräfte und Unternehmensansiedlungen zu akquirieren. In diesen Funktionen tragen Business Events nicht nur zur Profilbildung, sondern auch wesentlich zu Wirtschafts- und Beschäftigungswachstum am Standort Deutschland bzw. in der jeweiligen Destination bei. Neben den direkten ökonomischen Auswirkungen für touristische und veranstaltungsrelevante Leistungsträger im engeren Sinne erzielt eine starke Geschäftsreise- und MICE-Destination vielfach weitere positive Effekte – etwa durch zusätzliche Steuereinnahmen sowie die Schaffung direkter und indirekter Arbeitsplätze (Stichwort Umwegrentabilität).

Business Events = Starke Infrastruktur

In veranstaltungsrelevante Infrastruktur zu investieren, heißt, in die Infrastruktur der gesamten Destination oder Region zu investieren und positive Effekte zu erzielen, die weit über den Veranstaltungssektor hinausgehen. Zum Beispiel erwarten Veranstalter wie auch Teilnehmende, dass Veranstaltungsstätten möglichst nahtlos zu erreichen sind – dazu gehört ein überzeugendes Mobilitätsangebot in der Luft, auf der Straße und auf der Schiene. Barrierefreie Zuwege und barrierefreie Veranstaltungsstätten sind ein weiteres Kriterium für zeitgemäße Destinationen. Und schließlich ist auch eine moderne, zukunftsorientierte technologische Infrastruktur unabdingbar für einen Veranstaltungsstandort: von hoher Netzabdeckung bis hin zu High-Speed-Internet (Stichwort Konnektivität). Mit Blick auf die rund 7.900 Tagungs- und Veranstaltungsstätten in Deutschland – darunter 3.400 Tagungshotels, 2.700 Eventlocations und 1.800 Veranstaltungs-Centren – liegen hier enorme Zukunftspotenziale.

Business Events = Attraktive Städte und Regionen

Der Besuch beruflich motivierter Veranstaltungen ist ein wichtiger Beitrag zu lebenslangem Lernen und Wissenstransfer. Business Events – vom Medizinkongress mit mehreren tausend Gästen bis hin zum kompakten Innovations-Hackathon – bringen Talente in eine Destination, die einerseits ihre eigene Expertise in das lokale Ökosystem einspeisen, umgekehrt aber auch wirtschaftliche und wissenschaftliche Kompetenzen aus der gastgebenden Destination aufnehmen und weitertragen.

In diesem Kontext ist auch das wachsende Volumen von „Blended Travel“ höchst relevant: Menschen, die ihre beruflich motivierte Reise mit einem privaten Aufenthalt verlängern, stärken Hotellerie, Tourismus und Kultur in der jeweiligen Destination und erhöhen so die Umwegrentabilität. Umgekehrt liegen hier enorme Chancen, Menschen von der Attraktivität des Standorts zu überzeugen und nachhaltig zur Profilbildung und einem positiven Image beizutragen.

Über das GCB German Convention Bureau e.V.

Aufgabe des GCB ist es, die Positionierung Deutschlands als weltweit führende und nachhaltige MICE-Destination zu sichern und weiter auszubauen. Als Impulsgeber für Innovationsthemen in der Tagungs- und Kongressbranche bietet das GCB seinen Mitgliedern und Partnern hochwertige Marktforschungsdaten sowie zielgruppenspezifische Marketingaktivitäten in den internationalen Märkten wie auch national. Über 160 Mitglieder, die mehr als 450 Betriebe repräsentieren, zählen zu den führenden Hotels, Kongresszentren, Locations, städtischen Marketingorganisationen, Veranstaltungsagenturen sowie Anbietern digitaler Services am MICE-Standort Deutschland. Als Gründer und strategische Partner unterstützen die Deutsche Zentrale für Tourismus, die Deutsche Lufthansa und die Deutsche Bahn die Arbeit des GCB. Strategischer Messe-Partner ist die IMEX Group.

Strategic Partners



Strategic Exhibition Partner





Ausschussdrucksache 21(20)32
Ausschuss für Tourismus

13. Sitzung am 03.12.2025
Öffentliche Anhörung

Stellungnahme zum Thema
„Geschäftsreisen“

Jörn Holtmeier

Geschäftsführer, Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen
Wirtschaft

Stellungnahme

Rolle der Messewirtschaft als Motor für
Geschäftsreisen und als Standortfaktor

Öffentliche Sachverständigen-Anhörung
des Ausschusses für Tourismus
des Deutschen Bundestages
am 3. Dezember 2025
zum Thema Geschäftsreisen

Die deutsche Messewirtschaft: Impulsgeber für Geschäftsreisen und regionale Wertschöpfung

Deutschland ist beim Veranstanen von Messen weltweit führend. Durchschnittlich 320 Messen finden pro Jahr in Deutschland statt, darunter zwei Drittel aller Weltleitmessen. Rund 70 Messeplätze und vier der zehn weltgrößten Messegelände gibt es hierzulande. Diese Messen ziehen über 180.000 ausstellende Unternehmen und 16 Millionen Besucherinnen und Besucher an. Mehr als 60 Prozent der ausstellenden Unternehmen und 35 Prozent der Fachbesucher kommen bei den internationalen Messen aus dem Ausland. Damit sind deutsche Messen Treiber für internationale Geschäftsreisen. Sie stärken die Spitzenposition Deutschlands als globaler Wirtschaftsstandort.

Auf Messen werden Kundenbeziehungen aufgebaut und gepflegt sowie neue Partner und Mitarbeiter gefunden. Messen sind Testmärkte für allerneuste Produkte und damit auch Marktforschungsinstrumente. Für Unternehmen, die auf Fachmessen ausstellen, sind Messebeteiligungen das wichtigste Instrument ihrer B2B-Kommunikation. Innovatoren, Fachkräfte und Entscheidungsträger treffen sich auf deutschen Messen und entwickeln gemeinsam Lösungen für Probleme.

Messen sind außerdem von großer Bedeutung für Wachstum und Beschäftigung in einer Region. Hotels, Gastronomie, Einzelhandel, Taxiunternehmen und öffentliche Verkehrsunternehmen profitieren von Messen. Gleiches gilt für Service-Unternehmen, die für Messeveranstalter und ausstellende Unternehmen Dienstleistungen erbringen, wie etwa Standbau, Messelogistik und Catering. Die Messewirtschaft ist ein Standortfaktor, der regionale Wertschöpfungsketten aktiviert. Damit sind Messen auch perfekte Instrumente für Standortmarketing und Wirtschaftsförderung.

Die Messewirtschaft trägt mit rund 28 Milliarden Euro jährlich zum gesamtwirtschaftlichen Plus bei. Durch die Organisation von Messen werden in Deutschland mehr als 230.000 Arbeitsplätze gesichert. Messen sorgen jährlich für Steuereinnahmen von rund 4,5 Milliarden Euro. Die regionalwirtschaftlichen Effekte machen bei national und international ausgerichteten Messeplätzen das Fünf- bis Siebenfache vom dort erzielten Veranstalterumsatz aus.



Handlungsfelder für die Zukunft des Messeplatzes Deutschland

Mobilität als Wettbewerbsfaktor: Infrastruktur modernisieren und stärken

Deutschland hat sich über Jahrzehnte hinweg als globaler Wirtschaftsstandort behauptet – nicht zuletzt dank seiner leistungsfähigen Mobilitätsinfrastruktur. Der verlässliche Schienen-, Straßen- und Flugverkehr hat es Mitarbeitern von deutschen Unternehmen ermöglicht, schnell und effizient alle relevanten Märkte zu erreichen und nationale wie internationale Geschäftsbeziehungen zu pflegen. Gäste aus anderen Ländern haben die funktionierende Logistik hierzulande zu schätzen gelernt und bewusst Deutschland als Land für Konferenzen, Kongresse und Messen gewählt – ein Geschäft, in dem in kurzer Zeit viele Menschen getroffen werden wollen und müssen. Diese Stärke hat dazu beigetragen, dass Deutschland zum weltweit führenden und internationalsten Messeplatz geworden ist.

Während die Anforderungen an eine moderne Mobilität wachsen, verwaltet Deutschland nur eine zunehmend überlastete und teils marode Infrastruktur, statt sie in der Breite zu modernisieren. Um den Messeplatz Deutschland wirtschaftlich zu stärken, braucht es verlässliche, attraktive und nachhaltige Mobilitätsinfrastrukturen. Damit dies gelingt, müssen:

- Investitionen zur Stärkung und Modernisierung der Mobilitätsinfrastruktur ausgeweitet werden,
- zuverlässiges und pünktliches Reisen mit der Bahn wieder selbstverständlich sein und
- der Luftverkehrsstandort Deutschland durch eine Abschaffung der Luftverkehrssteuer sowie Senkung der Flugsicherungsgebühren wettbewerbsfähig werden.

In der Spitze bis zu

16

Millionen Besucherinnen
und Besucher pro
Jahr sind zu Gast auf
deutschen Messen.

Internationale und
nationale Messen in
Deutschland ziehen über

180.000

ausstellende
Unternehmen an.

Bund, Länder und
Gemeinden nehmen Jahr
für Jahr weit mehr als

4

Milliarden Euro
an Steuern durch
Messen ein.

Der internationalste Messeplatz der Welt braucht schnelle und digitale Visumverfahren

In der Spitze besuchen jährlich bis zu 16 Millionen Menschen Messen in Deutschland – darunter über 2,5 Millionen Messebesucher aus dem Ausland. Über 140.000 Unternehmen präsentieren jedes Jahr ihre Produkte auf Messen in Deutschland, davon 72.000 aus dem Ausland. Von der hohen Internationalität des Messeplatzes Deutschland profitiert vor allem der deutsche Mittelstand. Dieser trifft auf Messen in Deutschland international agierende Einkäufer, Kunden sowie Kooperationspartner und spart sich dadurch die Reise auf andere Kontinente. So kann der deutsche Mittelstand vor seiner Haustür erfolgreiche globale Geschäftsbeziehungen aufbauen.

Doch der internationale Wettbewerb schläft nicht. Digitalisierte, einfache und schnelle Visumverfahren verschaffen anderen internationalen Messeplätzen gegenüber Deutschland einen Wettbewerbsvorteil. Das Zieljahr 2028 der Europäischen Union zur Digitalisierung des Schengen-Visumverfahrens ist viel zu spät. Wichtiges Geschäftspotenzial für die deutsche Wirtschaft bleibt ungenutzt, wenn ausstellende Unternehmen und Besucher ihre Mitarbeiter nicht rechtzeitig zum Messetermin entsenden können.

Um die internationale Spitzenposition deutscher Messen zu sichern, muss der Bund:

- kurzfristig das Visumverfahren in allen deutschen Auslandsvertretungen für Geschäftsreisende digitalisieren und die Online-Beantragung von Visa ermöglichen,
- wiederkehrenden Messeteilnehmern schneller Mehrjahres-Visa erteilen,
- bei Terminengpässen Sondertermine für Messeteilnehmer einrichten.

Für Messeteilnehmer aus dem Ausland ist eine ausgeprägte Willkommenskultur unerlässlich, um den Exporterfolg Deutschlands sowie die Wettbewerbsfähigkeit des deutschen Mittelstands nachhaltig zu gewährleisten.



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, kleine Veranstalter, 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. 65 Prozent der Aussteller und 35 Prozent der Fachbesucher aller Leitmessen kommen im Schnitt aus dem Ausland.



Jörn Holtmeier
Geschäftsführer

j.holtmeier@auma.de



Silvia Bauermeister
Leiterin Politik, Recht
und Nachhaltigkeit

s.bauermeister@auma.de



Guillermo Bretel
Manager Public Affairs

g.bretel@auma.de

IMPRESSUM

AUMA
Ausstellungs- und Messe-Ausschuss der Deutschen Wirtschaft e.V.
Littenstraße 9
10179 Berlin
Telefon 030-24000 110
info@auma.de
www.auma.de

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

Geschäftsführer: Jörn Holtmeier

Registergericht: Amtsgericht Berlin Charlottenburg

Berlin, Dezember 2025

[LinkedIn](#) | [Instagram](#) | [Threads](#) | [BlueSky](#) | [WhatsApp](#)