

Messe-Insights

Veranstalter-Ausblick 2025/2026:
Messen zwischen Effizienzdruck
und Innovationsschub

03	Messen zwischen Effizienzdruck und Innovationsschub
04	Über die Studie
05	Entwicklung der deutschen Messen
07	Herausforderungen der deutschen Messewirtschaft
09	Veränderung der Besucher- und Ausstellerbedürfnisse
11	Trends in der Messewirtschaft
12	Exkurs: KI-Nutzung bei den Messerveranstaltern

Messen zwischen Effizienzdruck und Innovations-schub

Strategische Agilität war schon immer ein Markenzeichen der deutschen Messewirtschaft. Zurzeit ist diese Fähigkeit so gefragt wie nie: Aufeinanderprallende Trends, vom Kostendruck über geopolitische Unsicherheiten bis hin zu rasanten KI-Sprüngen, verlangen schnelles Handeln. Die Branche zeigt sich bereit: 50 Prozent der Messeveranstalter blicken optimistischer in die Zukunft als noch 2024. Und trotz globaler Turbulenzen sehen 66 Prozent den heimischen Messeplatz Deutschland mindestens auf Augenhöhe mit der internationalen Konkurrenz.

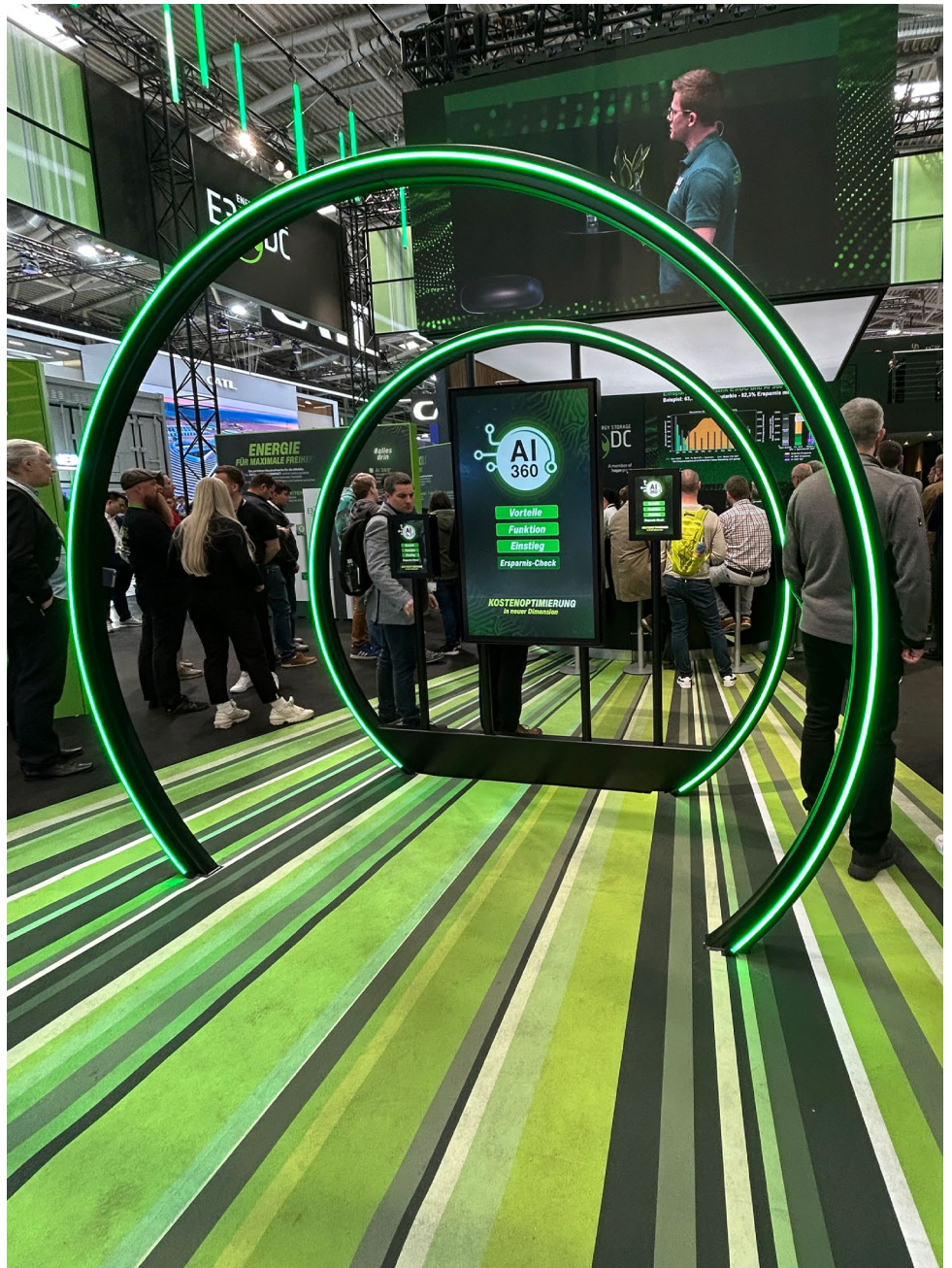
Die größten Stolpersteine bleiben Kostensteigerungen und die wirtschaftliche Lage zahlreicher ausstellender Unternehmen. Zugleich verschiebt sich der Fokus deutlich weg von bloßen Flächenkennzahlen hin zu komplexen Erfolgsnachweisen: Entscheiderdichte, echte Leads und digitale Reichweiten bestimmen zunehmend den Wert einer Messebeteiligung. Aussteller fordern immer stärker belastbare KPIs, auf Besucherseite dominieren Networking-Tools, Personalisierung und ein erlebniserhöhter Inszenierungsstil.

Künstliche Intelligenz, kurz KI, wird dabei immer mehr zum Treiber der Transformation. 72 Prozent der Veranstalter sehen in KI eine Chance und 70 Prozent setzen die Technologie bereits ein, am häufigsten noch für Textautomatisierung, Chatbots und Datenanalysen, immer öfter aber auch für Matchmaking und Marketing-Automation. In vielen Bereichen besteht noch Entwicklungspotenzial, welches von den Messeveranstaltern auch so gesehen und angenommen wird.

Der Erlebnischarakter bleibt ein zentrales Differenzierungsmerkmal: Ausstellungselemente wie immersiv gestaltete Show-Cases sowie begleitende Side-Events und kuratierte Micro-Festivals rücken auch im B2B-Kontext stärker in den Vordergrund. Parallel behält das Thema Nachhaltigkeit seine hohe Bedeutung und glaubhafte Nachhaltigkeitsberichterstattung wird zum klaren Wettbewerbsvorteil.

Kurzum: Die Messewirtschaft betrachtet 2025 als Wendejahr vom Aufholen zum Vorantreiben. Es geht darum, Kosteneffizienz, Flexibilität, KI-Kompetenz und Erlebnisarchitektur zusammenzubringen, um damit die internationale Wettbewerbsfähigkeit zu stärken und Messen weiterhin als unverzichtbare Drehscheibe für Wirtschaft, Technologie und Gesellschaft zu positionieren.

Über die Studie



Der AUMA-Veranstalter-Ausblick 2025/2026 ist die einzige Befragung, die die Stimmung der gesamten veranstaltenden deutschen Messewirtschaft abbildet. Die vorliegenden Ergebnisse beruhen auf 123 Antworten deutscher Messeveranstalter im Mai und Juni 2025. Die Stichprobe deckt ein breites Spektrum ab: internationale und überregionale Fachmessen (74 Prozent), regionale Fachmessen (11 Prozent), internationale Publikumsmessen (8 Prozent) und regionale Publikumsmessen (8 Prozent). Die Teilnehmenden kamen vor allem aus den Abteilungen Geschäftsführung (18 Prozent) und der Unternehmensstrategie (16 Prozent), sowie den Messe-Projektteams (21 Prozent).

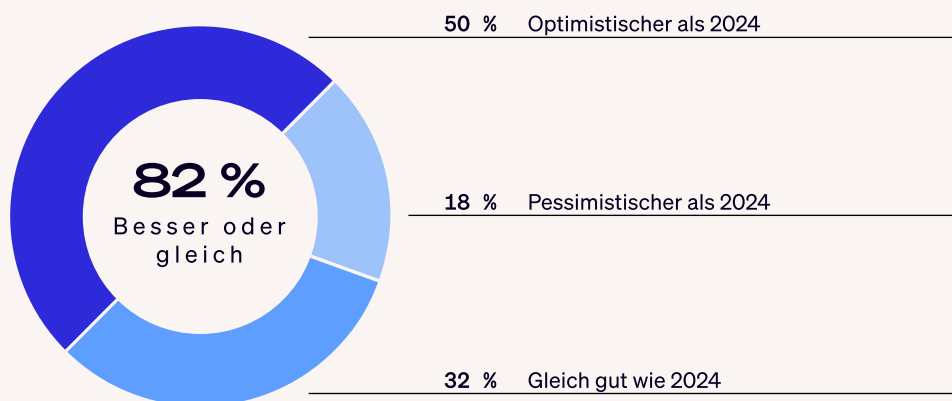
Entwicklung und Stimmungslage der deutschen Messen

Trotz der angespannten Wirtschafts- und Kostensituation blicken die befragten Messeveranstalter mehrheitlich zuversichtlich nach vorn: 50 Prozent bewerten ihre Geschäftsaussichten optimistischer als 2024, nur 18 Prozent pessimistischer. Auch im Vergleich zum Messe-Weltmarkt überwiegt der Vertrauensvorschluss: 66 Prozent erwarten, dass sich deutsche Messen mindestens so gut entwickeln wie die internationale Konkurrenz.

- **Rückenwind fürs eigene Geschäft:** Die Hälfte der Befragten schätzt die eigene Entwicklung optimistischer ein als noch 2024, ein klares Zeichen für steigende Zuversicht nach Jahren der (Corona-) Unsicherheit.
- **Wettbewerbsfähig im Weltmarkt:** Insgesamt 66 Prozent der Veranstalter erwarten, dass sich deutsche Messen mindestens so gut entwickeln wie die internationale Konkurrenz, ein starker Vertrauensbeweis in die eigene Innovationskraft.
- **Zuversicht trotz Herausforderungen:** Obwohl steigende Kosten und globale Verwerfungen anhalten, dominiert der Glaube an die Anpassungsfähigkeit und Stärke des eigenen Formats.

AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2025/2026

Veranstaltersicht: Stimmungslage im Unternehmen 2025 im Vergleich zu 2024



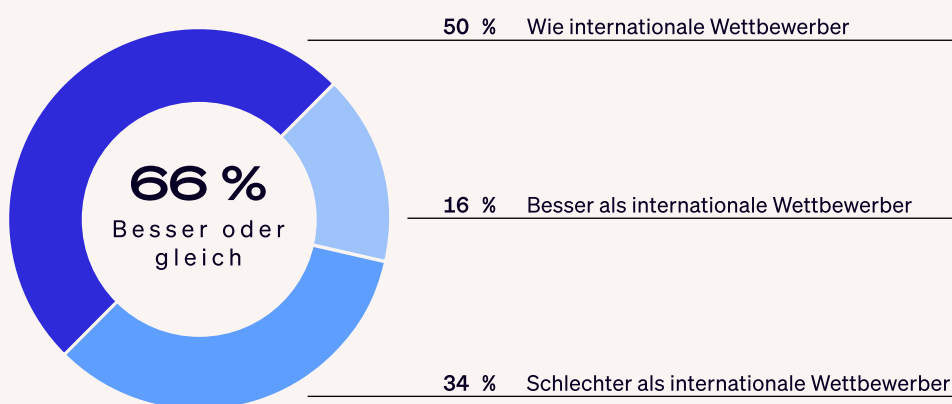
Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick
2025/2026

n=123

- **Vorsprung durch Qualität:** Auch wenn nur wenige einen klaren Wettbewerbsvorsprung sehen, spiegelt sich in den Antworten die Überzeugung, dass inhaltliche Exzellenz, Internationalität und Erfahrung weiterhin klare Standortvorteile sind.

AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2025/2026

Entwicklung der deutschen Messen im internationalen Wettbewerb



Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick
2025/2026

n=123

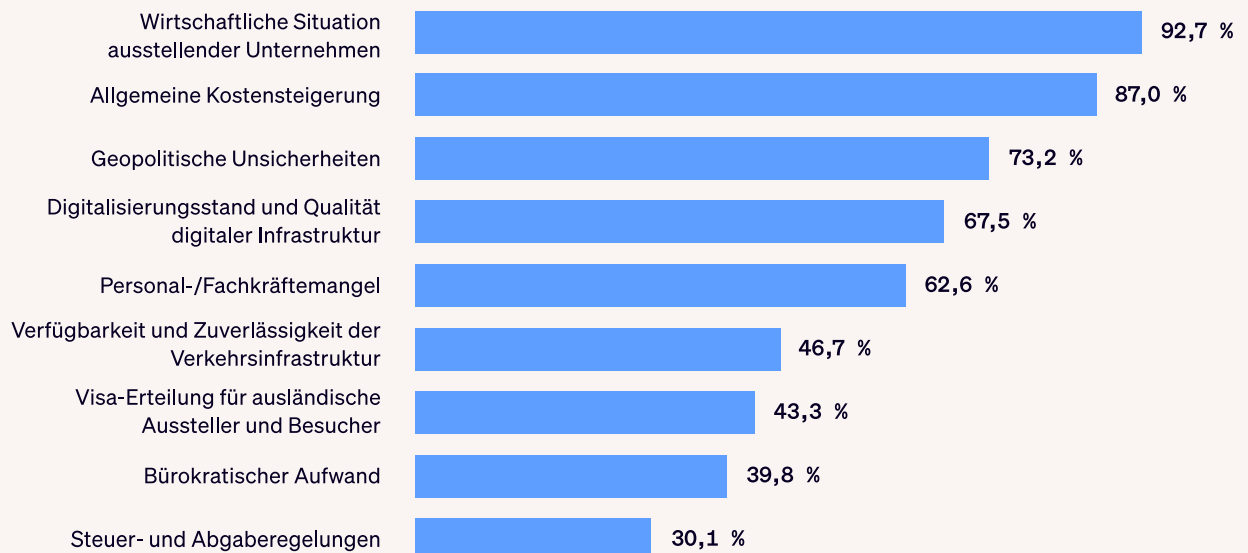
Herausforderungen der deutschen Messewirtschaft

Der Blick auf die kommende Messesaison zeigt: Die Branche ist sich der bestehenden Herausforderungen bewusst – vor allem in der Umsetzung technologischer Innovationen, bei Personalfragen und in der Anpassung an sich wandelnde Erwartungen auf Aussteller- wie Besucherseite. Bei den Rahmenbedingungen wirken sich besonders stark externe Faktoren auf das Messegeschäft aus. Dazu zählen wirtschaftliche Unsicherheit, steigende Kosten und geopolitische Spannungen.

- **Künstliche Intelligenz kommt – mit Tempo:** 74 Prozent sehen in der Integration von KI-Prozessen eine starke oder sehr starke Herausforderung. Die Branche weiß: Automatisierung, Personalisierung und neue digitale Workflows werden zur Schlüsselaufgabe.
- **Kundenerwartungen im Fokus:** Die Anforderungen von Ausstellern (72 Prozent) und Besuchern (71 Prozent) werden als zentrale Herausforderung gesehen, ein deutlicher Hinweis auf den Wandel hin zu kuratierten, zielgruppenspezifischen Messeformaten.

AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2025/2026

Rahmenbedingungen, die die Messebranche beeinflussen

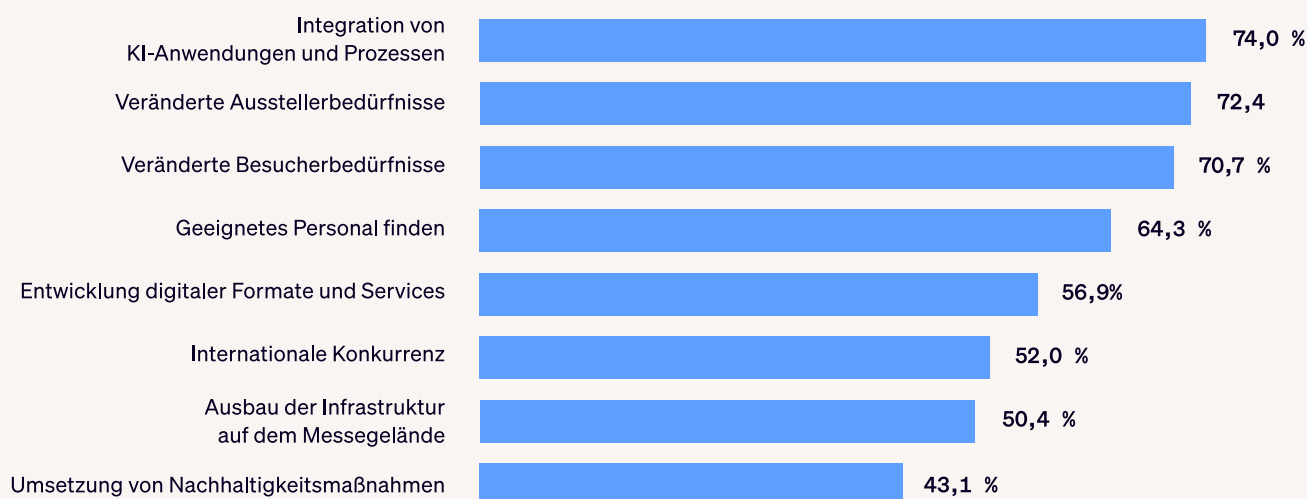


Anteil in % der Befragten, die auf einer 5er-Skala „eher starke“ oder „sehr starke“ Herausforderung angaben (Top-2-Box).

- **Wirtschaft und Kosten setzen Rahmen:** Die wirtschaftliche Lage der Kunden (93 Prozent) und die allgemeine Kostenentwicklung (87 Prozent) gelten als wichtigste externe Belastungen, sie prägen Messe-Entscheidungen oft stärker als inhaltliche Faktoren.
- **Fachkräfte als Engpass:** Für 63 Prozent ist der Personal- und Fachkräftemangel ein drängendes Thema. Neben der technischen ist die personelle Transformation zu bewältigen.

AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2025/2026

Messespezifische Herausforderungen



Anteil in % der Befragten, die auf einer 5er-Skala „eher starke“ oder „sehr starke“ Herausforderung angaben (Top-2-Box).

Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick
2025/2026

n=123

Veränderung der Besucher- und Ausstellerbedürfnisse

Die befragten Messeveranstalter sehen sich mit einem deutlichen Wandel der Erwartungen auf beiden Seiten des Marktes konfrontiert: Besucher fordern mehr Erlebnis, Vernetzung und Personalisierung, während Aussteller vor allem Wert auf messbaren Erfolg, digitale Services und Flexibilität legen.

- **Mehr Event, mehr Erlebnis:** 56 Prozent der Veranstalter berichten, dass Inszenierung und Eventcharakter heute eine immer zentralere Rolle für Besucher spielen. Dies gilt auch für Begleitformate.
- **Networking und persönlicher Austausch:** Ebenfalls 56 Prozent betonen die wachsende Bedeutung von Matchmaking-Tools und Networking-Flächen, die Messe wird als Plattform für direkte Kontakte und Austausch immer wichtiger.
- **Anspruch an digitale Services:** Auf Besucher- wie Ausstellerseite gehört der Anspruch an digitale Tools zu den Top-3-Erwartungen (48 bzw. 52 Prozent). Darunter fallen z. B. interaktive Ausstellerprofile, Leadtracking oder Matchmaking-Tools.

AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2025/2026

Veränderte Ausstellerbedürfnisse



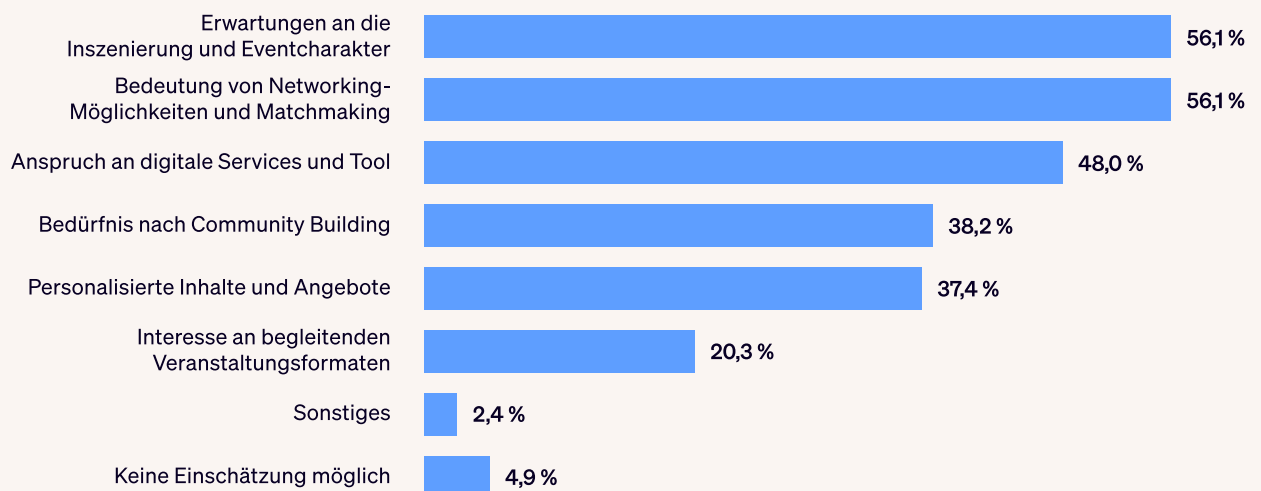
Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick 2025/2026

n=123, Mehrfachauswahl möglich.

- **Messbarer Erfolg wird zur Pflicht:** Rund 66 Prozent der Veranstalter geben an, dass für Aussteller der Nachweis von KPIs, Leads oder ROI entscheidend wird, der Ertrag einer Messe muss sich immer stärker belegen lassen. Neue Tools eröffnen immer detailgenauere Analysemöglichkeiten bspw. von Besucherströmen.
- **Flexibilität statt Standardpaket:** Rund 40 Prozent geben an, dass Aussteller mehr individuelle Planungsspielräume, z. B. bei Laufzeiten, Flächen oder Formaten fordern.

AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2025/2026

Veränderte Besucherbedürfnisse



Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick
2025/2026

n=123, Mehrfachauswahl möglich.

Trends in der Messewirtschaft

Die deutschen Messeveranstalter erwarten in den nächsten fünf Jahren einen doppelten Strukturwandel: Einerseits treiben Technologie und Erlebnis die Formate in Richtung kuratierter Businesssevents mit ganzjährigen digitalen Touchpoints. Andererseits lasten ökonomische, nachhaltigkeitsbezogene und geopolitische Sachzwänge auf Budgets und Planbarkeit. Dies zeigen die Antworten auf die offene Frage zu den Trendthemen.

- **Technologie verschmilzt mit Erlebnis:** Künstliche Intelligenz, Daten-Ökosysteme und immersive Settings sollen Besuchern und Ausstellern stärkere Personalisierungs- und Netzwerkmöglichkeiten sowie On-Demand-Content bieten.
- **Kostendruck trifft geopolitische Unsicherheiten:** Steigende Energie-, Reise- und Standbaukosten sowie stärker schwankende Branchenentwicklungen zwingen Aussteller zu strengerer Überprüfung des Return on Invest (ROI). Parallel verschieben Handelskonflikte, Visa-Hürden und neue Leitmärkte in Asien den globalen Wettbewerb, was Deutschlands Attraktivität als Standort unter Zugzwang setzt.
- **Nachhaltigkeitsberichterstattung als Differenzierungsmerkmal:** EU-Regulatorik machen ESG-Kennziffern und Kreislaufkonzepte immer wichtiger. Aussteller erwarten glaubwürdige CO₂-Reduktion und transparente Lieferketten, ein zusätzlicher Kosten- und Innovationsdruck, der jedoch auch Differenzierungschancen birgt.
- **Demografie & Fachkräfte:** Fachkräftemangel und der Wertewandel der Generation Z verstärken den Ruf nach modernen Arbeitsmodellen, digitalen Buchungstrecken und erlebnisorientierten Konzepten.

ENTWICKLUNGEN, WELCHE DIE MESSEWIRTSCHAFT IN DEN NÄCHSTEN FÜNF JAHREN AM STÄRKSTEN VERÄNDERN WERDEN (OFFENE NENNUNGEN)

Rang	Trends	Warum er wichtig wird
1	Technologie & künstliche Intelligenz	KI-gestützte Matchmaking-Tools, Lead-Tracking, personalisierte Routen und datenbasierte 365-Tage-Plattformen versprechen mehr Effizienz und neue Geschäftsmodelle.
2	Wirtschaftliche Rahmenbedingungen & Kostendruck	Inflation, steigende Kosten für Energie- und Reisen sowie Standbau sorgen für höhere Messebudgets und harte ROI-Prüfungen.
3	Geopolitik & Internationalisierung	Visa-Hürden, Handelskonflikte und der Aufstieg neuer Leitmärkte (China, Golfregion) beeinflussen Besucherströme und Standortattraktivität.
4	Demografie & Fachkräfte	Fachkräftemangel begrenzt Messe-Ressourcen, während Gen Z digitale Self-Services und erlebnisorientierte Formate erwartet.
5	Nachhaltigkeit & ESG-Pflichten	Dekarbonisierung, Kreislaufwirtschaft und glaubhafte Nachhaltigkeitsberichterstattung werden immer wichtiger und schaffen Differenzierungspotenziale.

Angaben beruhen auf 192 offenen Antworten; Mehrfachnennungen pro Antwort waren möglich.

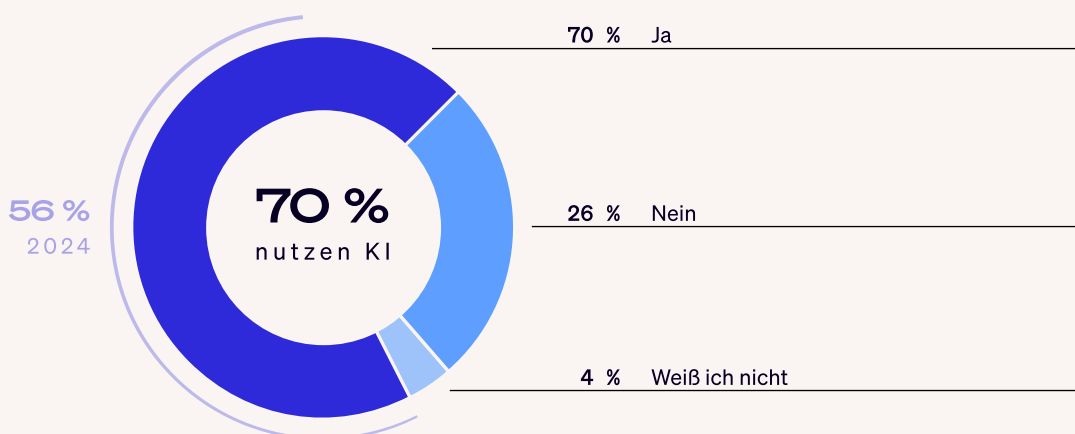
Exkurs: KI-Nutzung bei den Messerveranstaltern

Künstliche Intelligenz (KI) wird in der Messewirtschaft längst nicht mehr nur diskutiert, sie wird zunehmend genutzt. Sie gilt in der Branche mehrheitlich als Chance und findet bereits in vielen Bereichen Anwendung, vom Texten über Besucherinteraktion bis hin zu datenbasierter Analyse. Der Trend zeigt klar: KI wird Teil des Alltags, sowohl operativ als auch strategisch. Der Fokus liegt aktuell auf textbasierten Anwendungen, doch das Spektrum wird breiter. Die Veranstalter sehen in KI einen strategischen Hebel für bessere Services, schnellere Prozesse und messbare Effekte.

- **Vom Experiment zum Standard:** Bereits 70 Prozent der Messeveranstalter nutzen KI im eigenen Arbeitsbereich, ein deutlicher Anstieg gegenüber dem Vorjahr (2024: 56 Prozent).
- **Klare Chance, kaum Risiko:** 72 Prozent bewerten KI als Chance für die Messewirtschaft, nur 3 Prozent als Risiko. Ein nochmals gestärktes Stimmungsbild im Vergleich zum Vorjahr (63 Prozent Chance).
- **Text und Kommunikation im Fokus:** Die am häufigsten genutzten KI-Anwendungen betreffen die Unterstützung beim Texten (56 Prozent) sowie Chatbots und virtuelle Assistenten (41 Prozent), etwa für FAQs, Social Media oder Ausstellerinfos.
- **Potenzial in der Breite noch nicht ausgeschöpft:** Anwendungen wie Hallenplanung, Echtzeit-Feedback oder Logistiksteuerung liegen noch bei unter fünf Prozent Nutzung, hier eröffnet sich großer Entwicklungsspielraum für neue Tools und Services.

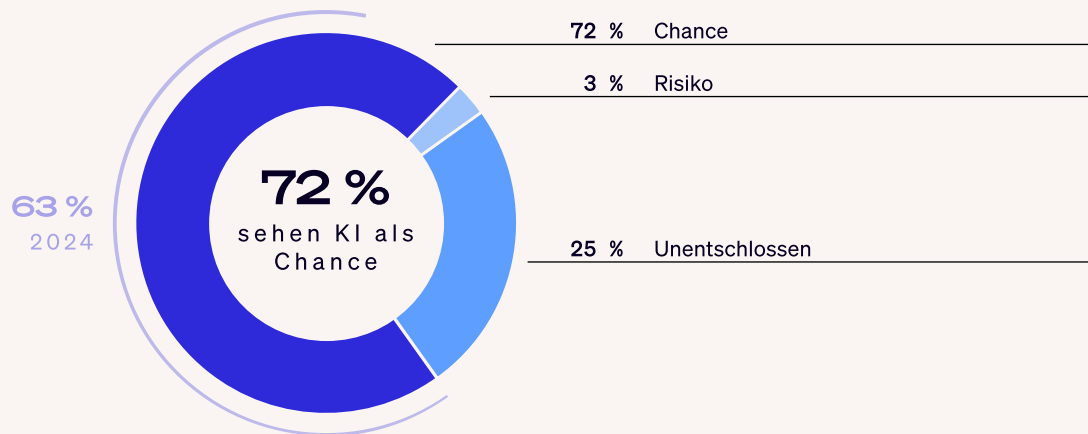
AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2025/2026

KI-Nutzung im persönlichen Arbeitsbereich



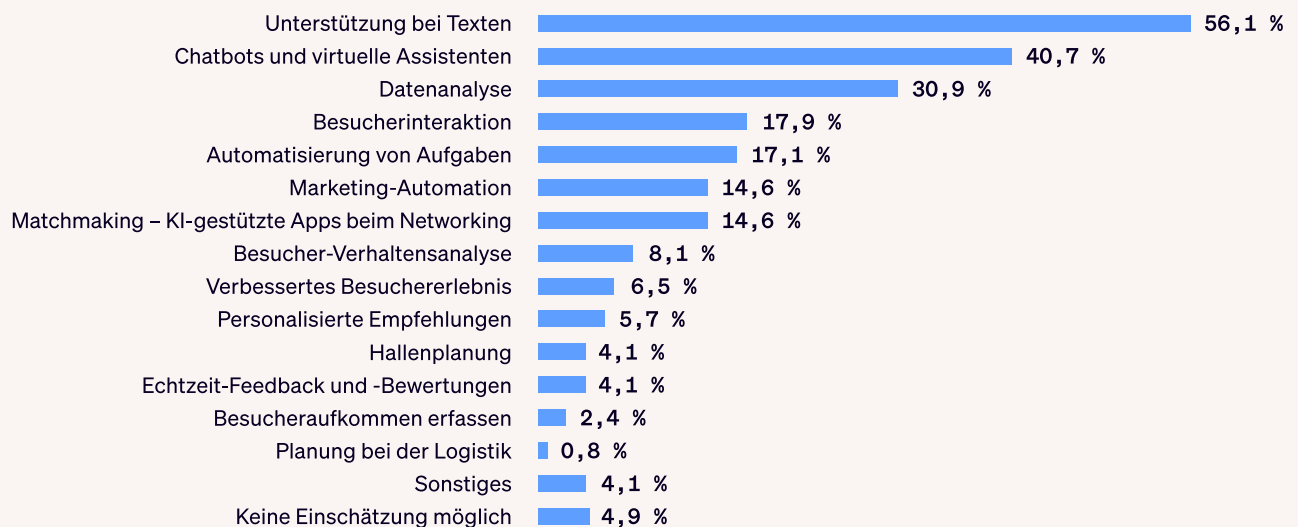
AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2025/2026

Allgemeine Bewertung der Bedeutung von KI für die Messewirtschaft



AUMA-VERANSTALTER-AUSBLICK 2025/2026

KI-Anwendungen im Arbeitsalltag



Quelle: AUMA-Veranstalter-Ausblick
2025/2026

n=123, Mehrfachnennung möglich.

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

Durch Messen in Deutschland werden mehr als 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 rund 35 Prozent der Fachbesucher aller Leitmessen kommen im Schnitt aus dem Ausland. Das alles macht Deutschland zum Messeplatz Nummer 1 in der Welt.

Impressum

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

Verantwortlich i. S. v. § 18 Abs. 2 MStV: Steffen Schulze

Projektleitung und Redaktion: Hendrik Hochheim und Max Reichert

Datenerhebung: AUMA e.V.

Stand: August 2025

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

Geschäftsführer:
Jörn Holtmeier (Geschäftsführer)

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

Linkedin | Instagram | Threads | BlueSky | Whatsapp | Facebook | Youtube | Industryarena