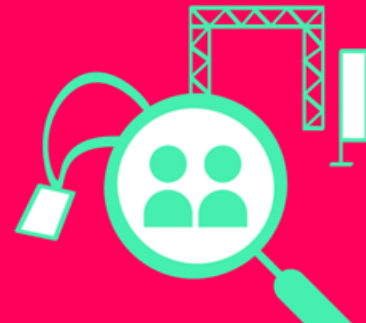


DIVERSITÄTS-REPORT 2025

KURZFASSUNG

Prof. Dr. Cornelia Zanger
Dr. Achim Kießig

Mai 2025



Eine Studie des R.I.F.E.L. e.V. im Auftrag des fwd:

DIVERSITÄTS-REPORT 2025

AUSGANGSSITUATION

In der Veranstaltungswirtschaft fehlt bisher ein Überblick über den aktuellen Stand von Diversität und Inklusion (DEI).

ZIELSTELLUNG des **Diversitäts-Report (I und II)** des **fwd:** ist es, diesen aktuellen Überblick zu liefern und daraus ein Mission Statement für die Branche zu entwickeln, das die Werte, Ziele und Verpflichtungen der Branche in diesen zentralen Themenbereichen definiert.

WICHTIGE INHALTE

- Angaben zur Stichprobe
- Bedeutung von Diversität und Inklusion in der Veranstaltungsbranche
- Aktueller Stand zu Fördermaßnahmen und deren Umsetzung
- Wichtige Aspekte von Diversität und Inklusion
- Kommunikation und Teilhabe der Mitarbeiter:innen
- Strategisches Vorgehen der Unternehmen bzgl. Diversität und Inklusion
- Erfahrung mit Kundenanforderungen bzgl. Diversität und Inklusion

SUMMARY (I)

- Festgestellt werden konnte, dass **bislang kein branchenweiter Konsens** bezüglich der inhaltlichen Breite und Tiefe der Thematik besteht. Das zeigt die unterschiedliche Gewichtung der Teilaspekte von Diversität und Inklusion. Dabei sind sich die Befragten der Aspekte **Geschlecht, Alter und ethnische Herkunft** besonders bewusst. **Körperliche und mentale Behinderungen sowie religiöse und weltanschauliche Faktoren** priorisieren die Befragten dagegen in geringerem Maße innerhalb ihres Unternehmens. Allerdings zeigt sich bei größeren Unternehmen auch bei diesen Faktoren, ebenso wie bei der sexuellen Orientierung, eine höhere Sensibilität.
- Die zunehmende Bedeutung der Themen Diversität und Inklusion zeigt sich für die Unternehmen der Veranstaltungsbranche auch bei den **Anforderungen der Kunden**. Wichtig für die Kunden ist insbesondere die **genderneutrale Kommunikation**. Darüber hinaus nehmen räumliche Aspekte des physischen aber auch digitalen Raumes mit engem Bezug zu **Inklusionsanforderungen** eine relevante Stellung ein. Eine **tendenziell geringere Bedeutung** hinsichtlich der wahrgenommenen Kundenanforderungen schreiben die Befragten Diversitäts- und Inklusionsaspekten überraschenderweise in der **Veranstaltungsdurchführung** zu. Interessant ist der Vergleich zwischen den Unternehmenstypen. Hier wird deutlich, dass die Kunden der Messebauunternehmen den verschiedenen Aspekten von DEI (bis auf die physische Barrierefreiheit) insgesamt eine geringere Bedeutung beimessen.

SUMMARY (II)

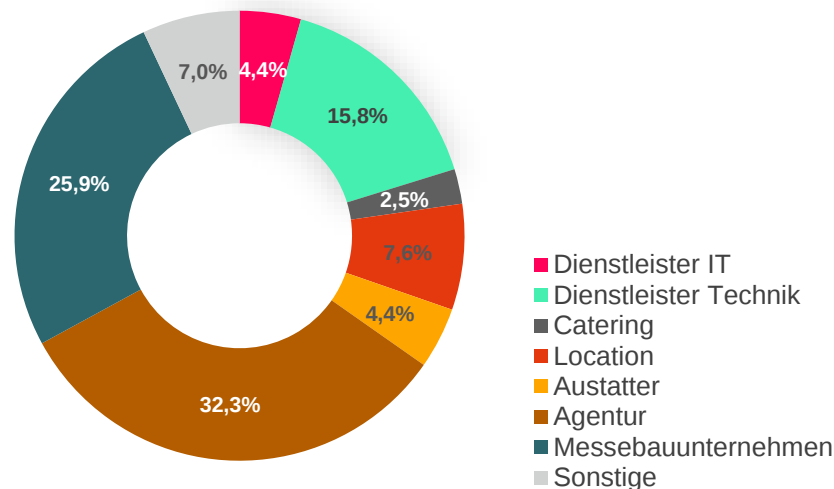
- Der **aktuelle Stand von DEI in der Branche** wird von den Befragungsteilnehmern im Mittel nur hinsichtlich der Berücksichtigung von Diversitätsaspekten tendenziell als gut bezeichnet. Der Branchenstand bezüglich des Inklusionsaspektes wird im Mittel eher schlecht eingeschätzt. Die **Selbsteinschätzung der Befragten** fällt hingegen deutlich positiver aus. Hier wird die Umsetzung sowohl von Diversität als auch von Inklusion eher positiv beurteilt.
- 80% der befragten Unternehmen beschäftigen Mitarbeitende von **mehr als einer Nation im Unternehmen**. Der Schwerpunkt liegt bei 2 bis 5 unterschiedlichen Nationalitäten.
- In **zahlreichen Unternehmen** der Veranstaltungsbranche werden Maßnahmen zur Förderung von Diversität und Inklusion umgesetzt. Erwartungsgemäß werden Maßnahmen, die eine **breitere Bekanntheit** aufweisen, oft auch häufiger in den befragten Unternehmen umgesetzt. Am häufigsten implementieren die Unternehmen **flexible Arbeitszeitmodelle und Mentoring(programme)**. Programme mit Bezug zu Job Sharing, dem Einsatz von Diversitätsbeauftragten sowie Diversitätsschulungen werden **trotz einer hohen Bekanntheit nur in jedem sechsten bis zehnten Unternehmen implementiert**. Im Vergleich werden in größeren Unternehmen flexible Arbeitszeitmodelle, die Förderung der Work-Life-Balance, Mentoring und anonyme Feedbackmöglichkeiten häufiger angeboten. Insgesamt werden bei Agenturen Maßnahmen zur Förderung von DEI breiter und in größerem Umfang umgesetzt.

SUMMARY (III)

- Interessante Ergebnisse liefert die Frage nach einer **möglichen Unterstützung von Diversität und Inklusion in der Veranstaltungsbranche.**
- Von zahlreichen Befragten werden **Förderprogramme und Anreize durch die Politik** gefordert. Das Spektrum reicht von steuerlichen Anreizen über finanzielle Unterstützung und Fördermittel ohne großen bürokratischen Aufwand bis hin zu ideeller Unterstützung durch Aufklärungskampagnen.
- Eine wichtige Rolle spielen auch **Förderaktivitäten der Kommunen** wie lokale Partnerschaften und Initiativen, Erfahrungsaustausch mit anderen Branchen und die Arbeit von Inklusionsbeauftragten.
- Eine besondere Bedeutung messen die Befragten jedoch den **Aktivitäten der Branchenverbände** bei. Neben der Lobbyarbeit stehen die Entwicklung von Handlungsrichtlinien, die Schaffung einer Plattform zum Thema DEI mit Best-Practice-Beispielen sowie Schulungs- und Beratungsangeboten und die Initiierung eines inklusiven Branchendialoges im Mittelpunkt.
- **Schlussfolgerung:** Der fwd: sollte den nächsten Schritt gehen und ein **Mission Statement** entwickeln, das die Werte, Ziele und Verpflichtungen der Branche in diesen zentralen Themenbereichen von Diversität und Inklusion definiert und die Ziele und Aktivitäten noch deutlicher herausarbeitet.

STECKBRIEF DEI-REPORT 2025

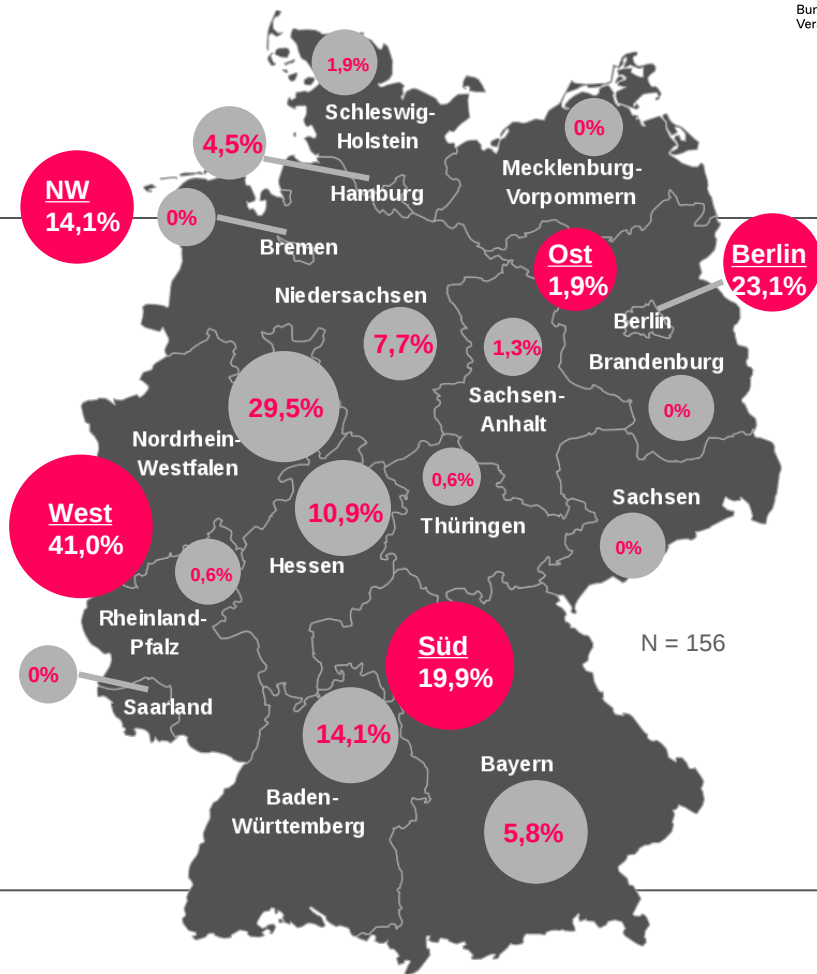
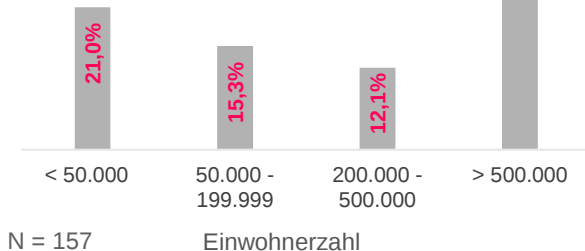
- Die **Online-Befragung** erfolgte im Zeitraum Februar bis April 2025.
- Die **Zielgruppe** waren **Geschäftsführer:innen** von Agenturen und Messebauunternehmen, Dienstleistern IT, Dienstleistern Technik, Caterern, Locations und Veranstaltungsausstattern.
- Die Bereitschaft, den anspruchsvollen Fragebogen zu beantworten war erfreulich groß, so dass die Antworten von **157 Unternehmen der Veranstaltungsbranche** ausgewertet werden konnten mit einem Schwerpunkt bei Agenturen und Messebauunternehmen
- Die befragten Unternehmen weisen eine **branchentypische regionale und Umsatzverteilung** auf.



STICHPROBE

Unternehmenssitz (Hauptsitz)

Einwohnerzahl (Hauptsitz)



Regionen

Nordwest

Schleswig-Holstein,
Hamburg, Bremen,
Niedersachsen

West

Nordrhein-Westfalen,
Hessen, Rheinland-
Pfalz, Saarland

Ost

Mecklenburg-Vorpommern,
Brandenburg, Sachsen-Anhalt,
Sachsen, Thüringen

Süd

Baden-Württemberg,
Bayern

Berlin

ERGEBNISSE DER STUDIE (I)

Begriffsverständnis

- Es wurde ein grundsätzliche Begriffsverständnis für Diversität und Inklusion geschaffen.

Diversität

bezieht sich auf die Anerkennung und Wertschätzung der Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen Menschen. Diese Unterschiede können auf verschiedenen Faktoren basieren, wie z. B. Alter, Geschlecht, sexuelle Orientierung, physische oder psychische Fähigkeiten, ethnische Zugehörigkeit, Religion/Weltanschauung sowie soziale Herkunft. Diversität kann bildlich als das „Einladen zur Party“ verstanden werden – es geht darum, Vielfalt bewusst wahrzunehmen und positiv zu bewerten.

Inklusion

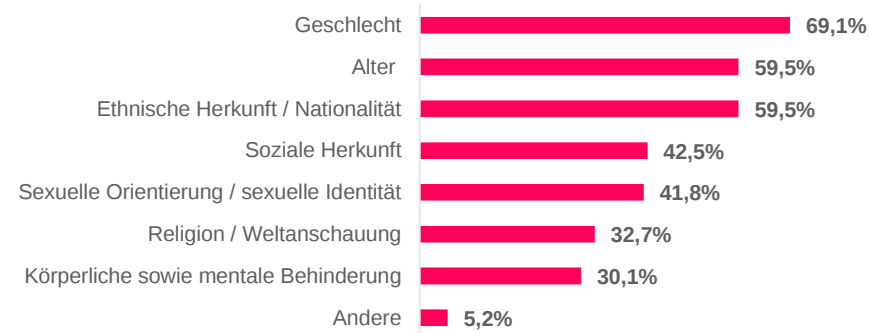
hingegen bezieht sich auf konkrete Handlungen, die sicherstellen, dass alle Menschen gleiche Chancen zur Teilhabe haben. Zum Beispiel durch Arbeitszeitflexibilisierung für Menschen mit pflegebedürftigen Angehörigen, Behinderungen etc. Inklusion zielt darauf ab, auf die Vielfalt zu reagieren, indem sie allen Menschen das Gefühl gibt, respektiert und akzeptiert zu werden. Bildlich gesprochen bedeutet Inklusion „die Aufforderung zum Tanzen“ – also das aktive Einbeziehen und die Förderung der Teilhabe jedes Einzelnen.

ERGEBNISSE DER STUDIE (II)

Relevante Aspekte von Diversität und Inklusion

- Die unterschiedliche Gewichtung verschiedener Teilaspekte von Diversität und Inklusion stützt die Vermutung, dass **bislang kein branchenweiter Konsens** bezüglich der inhaltlichen Breite und Tiefe der Thematik besteht.
- Dabei sind sich die Befragten der Aspekte **Geschlecht, Alter und ethnischer Herkunft** besonders bewusst.
- **Körperliche und mentale Behinderungen sowie religiöse und weltanschauliche Faktoren** priorisieren die Befragten in geringerem Maße in ihrem Unternehmen.

Welche Aspekte von Diversität und Inklusion sind für Ihr Unternehmen besonders relevant? (Mehrfachnennungen möglich)



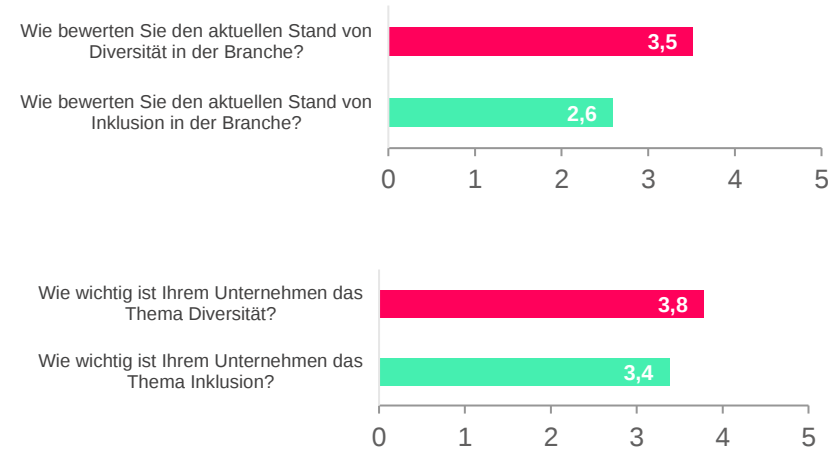
N = 153

ERGEBNISSE DER STUDIE (IV)

Aktueller Stand von DEI

- Der **aktuelle Stand von DEI in der Branche** wird von den Befragungsteilnehmer:innen im Mittel nur hinsichtlich der Berücksichtigung von Diversitätsaspekten tendenziell als gut bezeichnet. Der Branchenstand bezüglich des Inklusionsaspektes wird im Mittel eher schlecht eingeschätzt.
- Die **Selbsteinschätzung der Befragten** fällt hingegen positiver aus. Hier wird die Bedeutung sowohl von Diversität als auch von Inklusion eher als ausgeprägter wahrgenommen.
- 80% der befragten Unternehmen beschäftigen Mitarbeiter:innen von **mehr als einer Nation im Unternehmen**. Der Schwerpunkt liegt bei 2 bis 5 unterschiedlichen Nationalitäten.

Einschätzungen für Branche und Unternehmen (0-sehr schlecht – 5-sehr gut)



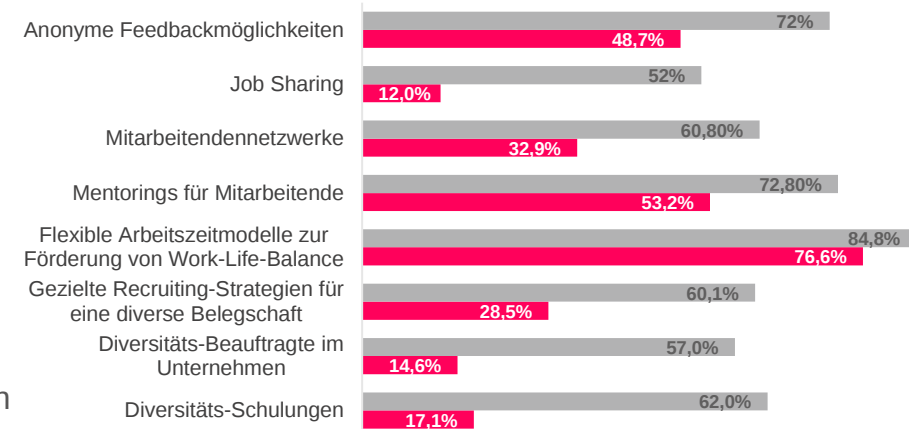
N = 157

ERGEBNISSE DER STUDIE (V)

Maßnahmen zur Förderung von Diversität und Inklusion

- In **zahlreichen Unternehmen** der Veranstaltungsbranche werden Maßnahmen zur Förderung von Diversität und Inklusion umgesetzt.
- Erwartungsgemäß werden Maßnahmen, die eine **breitere Bekanntheit** aufweisen, oft auch häufiger in den befragten Unternehmen umgesetzt.
- Am häufigsten implementieren die Unternehmen **flexible Arbeitszeitmodelle und Mentoring(programme)**.
- Programme mit Bezug zu Job Sharing, dem Einsatz von Diversitätsbeauftragten sowie Diversitätsschulungen werden **trotz einer hohen Bekanntheit nur in jedem sechsten bis zehnten Unternehmen implementiert**.

Maßnahmen zur Förderung von Diversität und Inklusion (bekannte Maßnahmen vs. umgesetzte Maßnahmen)



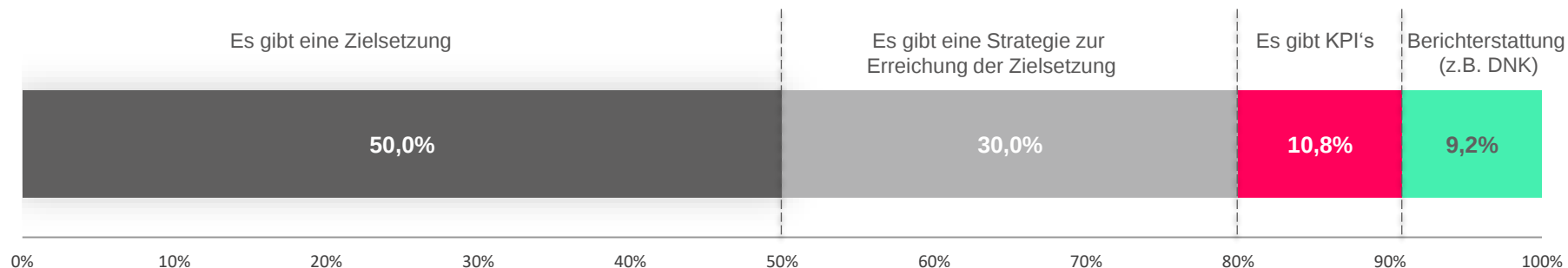
■ Sind uns bekannt ■ Werden in unserem Unternehmen umgesetzt

N = 157

ERGEBNISSE DER STUDIE (VI)

Implementierungsgrad von Diversität und Inklusion

Wie systematisch geht Ihr Unternehmen mit dem Thema Diversität und Inklusion um? Auf welcher Ebene befindet sich Ihr Unternehmen?



N = 120

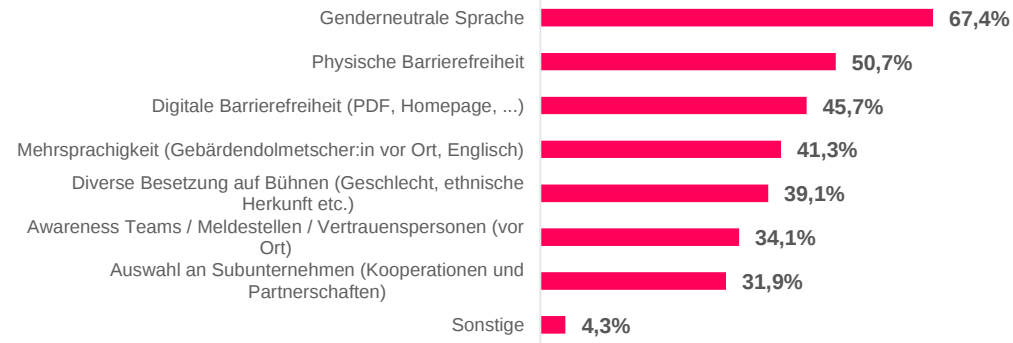
ERGEBNISSE DER STUDIE (VII)

Kundenanforderungen

- Die zunehmende Bedeutung der Themen Diversität und Inklusion für den Kunden zeigt sich insbesondere bei der genderneutralen Kommunikation.
- Darüber hinaus nehmen räumliche Aspekte des physischen aber auch digitalen Raumes mit engem Bezug zu Inklusionsanforderungen eine relevante Stellung ein.
- Überraschenderweise messen die Befragten Diversitäts- und Inklusionsaspekten bei der Durchführung von Veranstaltungen eine eher geringere Bedeutung bei, wenn es um die wahrgenommenen Kundenanforderungen geht.

Die Anforderungen der Kundenwelt in Bezug auf Diversität verstärken sich.

In welchen Bereichen haben Sie dies bereits wahrgenommen?
(Mehrfachnennungen möglich)



N = 138

FAZIT DER STUDIE

- Mit der vorliegenden Studie ist es gelungen, einen ersten Überblick über den Stand von Diversität und Inklusion in der Veranstaltungsbranche und die Grundlagen für ein einheitliches Begriffsverständnis zu schaffen.
- Die Studie zeigt auf, dass die Bedeutung der DEI-Thematik von der Branche erkannt, aber nur hinsichtlich der Berücksichtigung von Diversitätsaspekten tendenziell als gut bezeichnet wird. Der Branchenstand bezüglich des Inklusionsaspektes wird im Mittel eher problematisch gesehen.
- Trotz der hohen Bekanntheit von Maßnahmen zur Förderung von Diversität und Inklusion werden diese teilweise nur eingeschränkt umgesetzt.
- **Schlussfolgerung:** Die Veranstaltungsbranche sollte ein **Mission Statement** entwickeln, das die Werte, Ziele und Verpflichtungen der Branche in diesen zentralen Themenbereichen von Diversität und Inklusion definiert und die Ziele und Aktivitäten noch deutlicher herausarbeitet.

Unterstützende Medienpartner:innen

BlachReport

 eventmanager.de

**MUSIK
WOCHE**

 **mothergrid**

ProMediaNews.de
Das Fachportal für die AV- und Event-Branche

tagungswirtschaft
tw
m+a report

www.rifel-institut.de/forschung

Vielen Dank für Ihr Interesse 😊

Neugierig geworden:

Die Langfassung der Studie ist erhältlich über: www.rifel-institut.de