

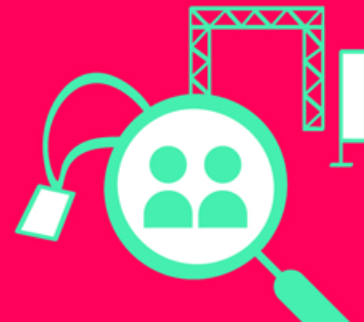
DIVERSITÄTS-REPORT II 2025

KURZFASSUNG

Prof. Dr. Cornelia Zanger
Dr. Achim Kießig

Januar 2026

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



SUMMARY (I)

- Mit dem DIVERSITÄTS-REPORT I 2025 des fwd: ist es gelungen, **erstmals einen Überblick über den aktuellen Stand von Diversität und Inklusion (DEI) in der Veranstaltungswirtschaft** zu geben. Die Zielgruppe waren Geschäftsführende von Agenturen und Messebauunternehmen, IT Dienstleistern, Dienstleistern Technik, Caterern, Locations und Veranstaltungsausstattern.
- Die **Zielstellung des DIVERSITÄTS-REPORT II 2025 des fwd:** war es, nach den Geschäftsführenden nun Mitarbeitende und angestellte Führungskräfte zu ihrer Wahrnehmung in Bezug auf die Themen Diversität und Inklusion in der Veranstaltungsbranche zu befragen.
- Der DIVERSITÄTS-REPORT II 2025 des fwd: basiert auf einer branchenoffenen **Online-Befragung** im Zeitraum von **Oktober bis Dezember 2025**.
- Insgesamt waren **122 Beschäftigte aus allen Bereichen der Veranstaltungswirtschaft** bereit, den umfangreichen Fragebogen vollständig zu beantworten. Eine hohe Beteiligung gab es mit 33,9% bei den Agenturen und 24,8% bei den Messebauunternehmen. 41,3% der Antwortenden kamen aus Dienstleistungsunternehmen der Veranstaltungsbranche. 63,3% der Befragten waren Angestellte und die übrigen Antwortenden waren Führungskräfte mit und ohne Personalverantwortung. Die Befragten kommen aus allen Abteilungen von Unternehmen der Veranstaltungsbranche, sind zu 55% weiblich und haben insgesamt ein Durchschnittsalter von 39,9 Jahren. 9,9% der Antwortenden haben eine Behinderung.

SUMMARY (II)

- Der **aktuelle Stand von Diversität und Inklusion in der Branche** wird von den Befragten im Mittel hinsichtlich der Berücksichtigung von Diversitätsaspekten tendenziell besser eingeschätzt als bezüglich der Inklusionsaspekte. Die **Einschätzung des eigenen Unternehmens** in Bezug auf die Wichtigkeit von DEI schneidet positiver ab, insbesondere das Thema Inklusion wird deutlich wichtiger genommen als im Branchendurchschnitt. Die Ergebnisse decken sich im Wesentlichen mit den Wahrnehmungen der Geschäftsführenden aus dem DIVERSITÄTS-REPORT I 2025 des fwd:
- Es zeigt sich bei der Befragung der Beschäftigten, wie in der ersten Studie auch, dass einzelne Aspekt von DEI im eigenen Unternehmen als besonders wichtig angesehen werden. Dazu zählen die Dimensionen **Alter, Geschlecht und Nationalität. Körperliche und mentale Behinderungen**, denen Geschäftsführende weniger Relevanz beigemessen haben, sind aus Perspektive der Beschäftigten von deutlich höherer Bedeutung für das eigene Unternehmen. Während Religion und sexuelle Orientierung auch aus Sicht der Beschäftigten weniger relevant sind.
- Erwartungsgemäß werden Maßnahmen, die eine **breitere Bekanntheit** aufweisen, oft auch häufiger in den befragten Unternehmen umgesetzt. Am häufigsten implementieren die Unternehmen aus Sicht der Beschäftigten **flexible Arbeitszeitmodelle (88% der Unternehmen) und anonyme Feedbackmöglichkeiten (56% der Unternehmen)**. Ebenfalls finden sich in vielen Unternehmen Mentorings für Mitarbeitende, Diversitäts-Beauftragte und Diversitätsschulungen.

SUMMARY (III)

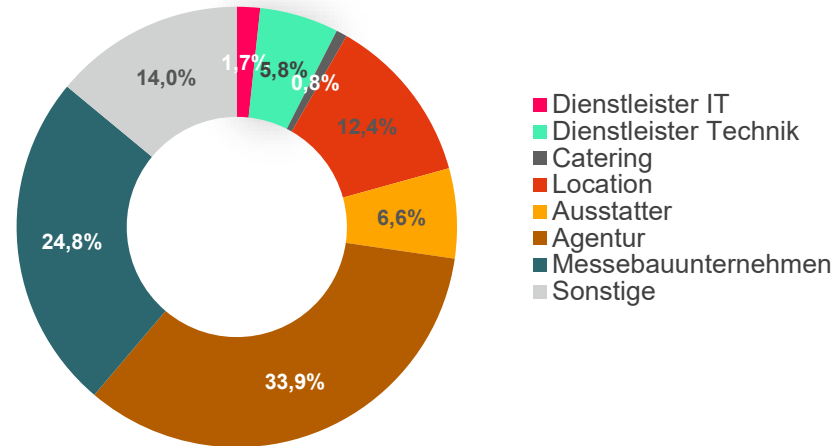
- Als problematisch ist anzusehen, dass 64,7% der Befragten die Wahrnehmung haben, dass Maßnahmen zum Thema DEI im eigenen Unternehmen **nicht aktiv kommuniziert** werden. Große Potentiale liegen ebenfalls in der aktiven Einbeziehung der Beschäftigten in die Entwicklung von DEI-Strategien, die nur mit 2,5 Punkten von 5 bewertet wird.
- In 51,2% der Unternehmen, in denen die Befragten beschäftigt sind, gibt es **Verantwortliche für Diversität und/oder soziale Nachhaltigkeit**. Diese sind zu 16,1% Mitglieder der Geschäftsführung.
- Auch diese Studie bestätigt die Internationalität der Veranstaltungsbranche. 71,9% der Unternehmen beschäftigen Mitarbeitende aus **unterschiedlichen Nationen, deren Erstsprache nicht Deutsch** ist. Der Schwerpunkt liegt bei 2 bis 5 unterschiedlichen Nationalitäten.
- Der **Implementierungsgrad von Diversität und Inklusion** in befragten Unternehmen ist in der Wahrnehmung der befragten Beschäftigten mit 52,9% noch auf dem niedrigen Level von Zielstellungen, 27,1% der Unternehmen haben eine Strategie, 11,4% ermitteln KPI's und nur 8,6% führen Berichterstattungen durch. Diese Ergebnisse decken sich mit den Einschätzungen der Geschäftsführenden in Studie I.
- Die Unternehmen fördern mit verschiedenen **Maßnahmen die körperliche und mentale Gesundheit**. Besonders häufig existieren vereinfachte Krankmeldungen (54,9%), Weiterbildungen zu Stress- und Zeitmanagement/ Resilienz (26,2%) und Zuschüsse zu (sportlichen) Aktivitäten und Fitness-Studio-Gebühren (24,6%).

SUMMARY (IV)

- **Geförderte Weiterbildungsmaßnahmen** sehen die befragten Beschäftigten nur bei 10,8% der Unternehmen. Diese sind i.d.R. dann für die gesamte Belegschaft offen und schließen auch DEI-Themen ein.
- Über flexible Arbeitszeitmodelle wird in 57,1% der Unternehmen offen diskutiert. Und 62,3% der Unternehmen bieten **Teilzeit oder ein angepasstes Arbeitsmodell bspw. für pflegende Angehörige** an.
- **Elternzeit** wird von 86% der Berechtigten in Anspruch genommen und zu 81,9% nehmen auch Väter die Möglichkeit wahr.
- **Diskriminierung aufgrund ihres Alters** erfahren 9,1% der befragten Beschäftigten. In 30,8% der Unternehmen erfolgt bereits ein generationsübergreifender Wissenstransfer, der zu einem besseren Miteinander der Generation beitragen kann.
- Eine **hohe Zustimmung** finden bei den Befragten die Aussagen, dass alle Geschlechter im Unternehmen gleichwertig behandelt werden (4,1 von 5 Punkten), ihre Religion (4,3 von 5 Punkten) und ihre geschlechtliche Identität (4,4 von 5 Punkten) zeigen können und sich dabei auch sicher fühlen (4,5 von 5 Punkten) .
- Als **Herausforderungen** werden sowohl beim Thema Diversität als auch beim Thema Inklusion die zeitliche Priorisierung anderer Themen, der Mangel an Expertise im eigenen Unternehmen und die fehlenden finanziellen Ressourcen gesehen. Der Widerstand im Team gegen das Thema DEI spielt dagegen eine untergeordnete Rolle.

STECKBRIEF DEI-REPORT II 2025

- Die Studie wurde als branchenoffene **Online-Befragung** im Zeitraum Oktober bis Dezember 2025 durchgeführt.
- Insgesamt waren **122 Beschäftigte aus allen Bereichen der Veranstaltungswirtschaft** bereit, den umfangreichen Fragebogen vollständig zu beantworten.
- 63,3% der Befragten waren Angestellte und die übrigen Antwortenden waren Führungskräfte mit und ohne Personalverantwortung.
- Die Befragten sind zu 55% weiblich und haben insgesamt ein Durchschnittsalter von 39,9 Jahren.
- 9,9% der Antwortenden haben eine Behinderung.



BASIS DER DEI-STUDIEN I UND II

Einheitliches Begriffsverständnis

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

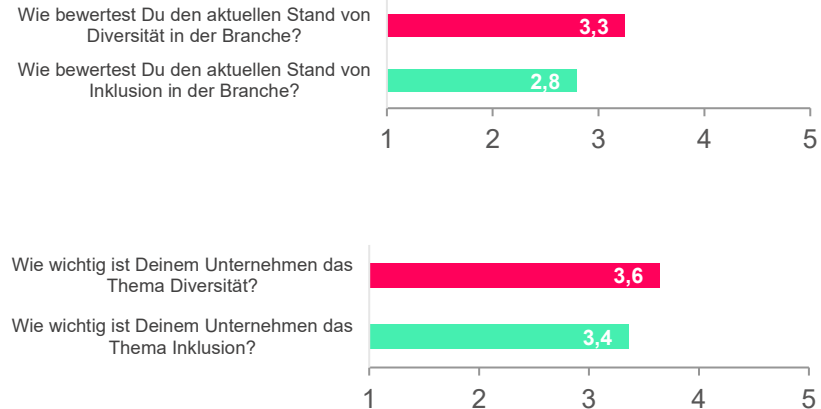
hingegen bezieht sich auf konkrete Handlungen, die sicherstellen, dass alle Menschen gleiche Chancen zur Teilhabe haben. Zum Beispiel durch Arbeitszeitflexibilisierung für Menschen mit pflegebedürftigen Angehörigen, Behinderungen etc. Inklusion zielt darauf ab, auf die Vielfalt zu reagieren, indem sie 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 DEI-STUDIE II (I)

Aktueller Stand von DEI

- Der **aktuelle Stand von Diversität und Inklusion in der Branche** wird von den Befragten im Mittel hinsichtlich der Berücksichtigung von Diversitätsaspekten tendenziell besser eingeschätzt als in Bezug auf Inklusionsaspekte. Inklusion ist aus Sicht der Befragten in der Branche (noch) ein zu wenig beachtetes Thema.
- Die **Einschätzung des eigenen Unternehmens** in Bezug auf die Wichtigkeit von DEI schneidet positiver ab, insbesondere das Thema Inklusion wird deutlich wichtiger genommen als im Branchendurchschnitt.

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

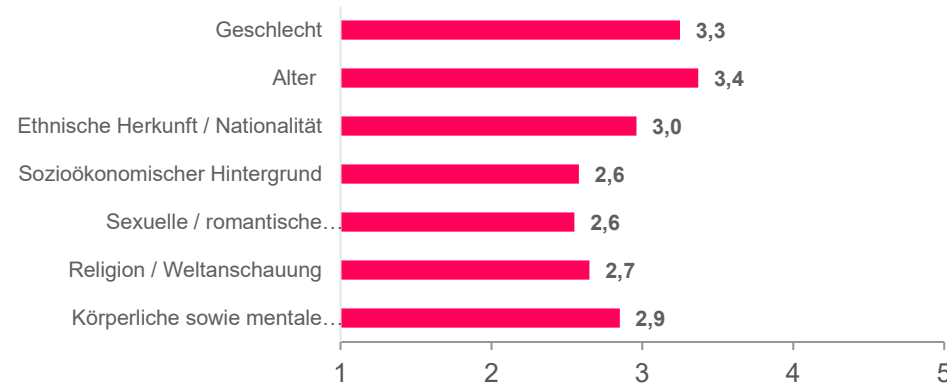


ERGEBNISSE DER DEI-STUDIE II (II)

Relevante Aspekte von Diversität und Inklusion

- Die befragten Beschäftigten bestätigen, dass mehrere Teilaspekten von Diversität und Inklusion in den Unternehmen als relevant angesehen werden.
- Es zeigt sich wie in der ersten Studie auch bei der Befragung der Beschäftigten, dass einzelne Aspekte besonders relevant für das Unternehmen sind wie **Alter, Geschlecht und Nationalität**.
- **Körperliche sowie mentale Behinderungen**, die für Geschäftsführende in Studie I nicht so wichtig waren, sind für die Beschäftigten von deutlich höherer Bedeutung. Während die sexuelle Orientierung auch aus Sicht der Beschäftigten unternehmensseitig weniger relevant ist.

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

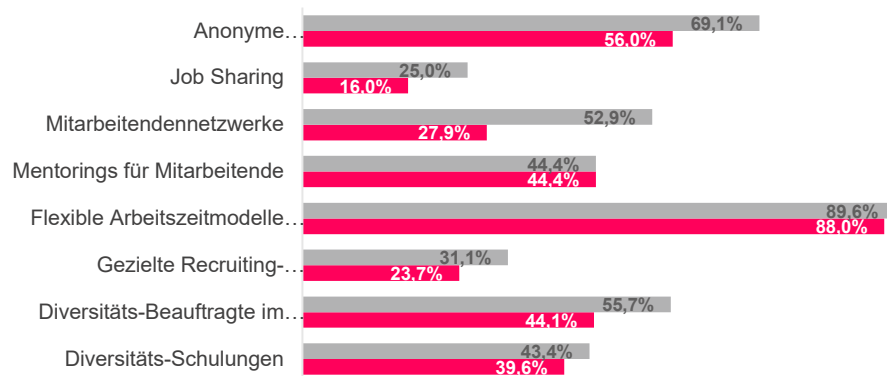


ERGEBNISSE DER DEI-STUDIE II (III)

Maßnahmen zur Förderung von Diversität und Inklusion

- Erwartungsgemäß werden Maßnahmen, die eine **breitere Bekanntheit** aufweisen, oft auch häufiger in den befragten Unternehmen wahrgenommen. Am häufigsten implementieren die Unternehmen aus Sicht der Beschäftigten **flexible Arbeitszeitmodelle (88% der Unternehmen)** und **anonyme Feedbackmöglichkeiten (56% der Unternehmen)**.
- Ebenfalls finden sich in vielen Unternehmen **Mentorings für Mitarbeitende, Diversitäts-Beauftragte und Diversitäts-Schulungen**.
- Gezielte Recruiting Strategien für eine diverse Belegschaft und Job Sharing spielen hingegen eine untergeordnete Rolle.

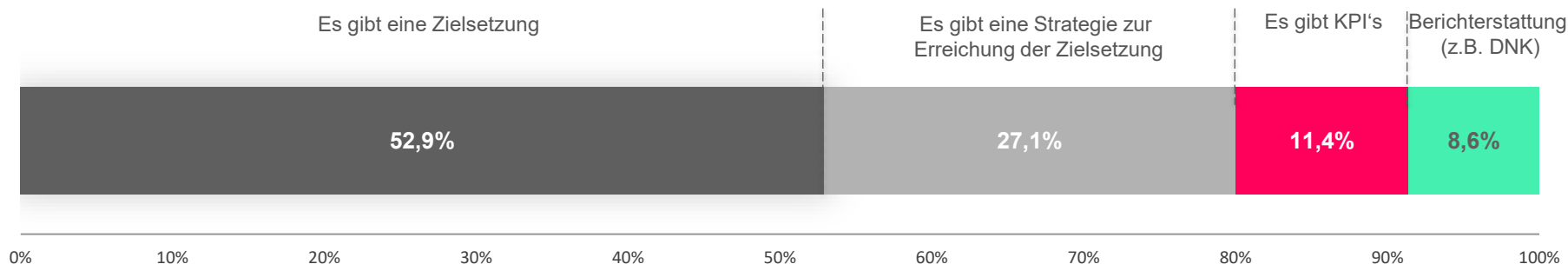
Maßnahmen zur Förderung von Diversität und Inklusion (bekannte Maßnahmen vs. umgesetzte Maßnahmen)



ERGEBNISSE DER DEI-STUDIE II (III)

Implementierungsgrad von Diversität und Inklusion

- Der **Implementierungsgrad von Diversität und Inklusion** in den eigenen Unternehmen ist in der Wahrnehmung der befragten Beschäftigten mit 52,9% noch auf dem niedrigen Level von Zielstellungen, 27,1% der Unternehmen haben nach Angabe der Befragten eine Strategie, 11,4% ermitteln KPI's und nur 8,6% führen Berichterstattungen durch. Diese Ergebnisse decken sich mit den Einschätzungen der Geschäftsführenden im DIVERSITÄTS-REPORT I.



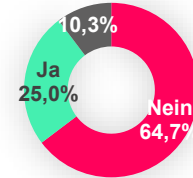
ERGEBNISSE DER DEI-STUDIE II (IV)

Kommunikation und Einbindung der Mitarbeiter*innen

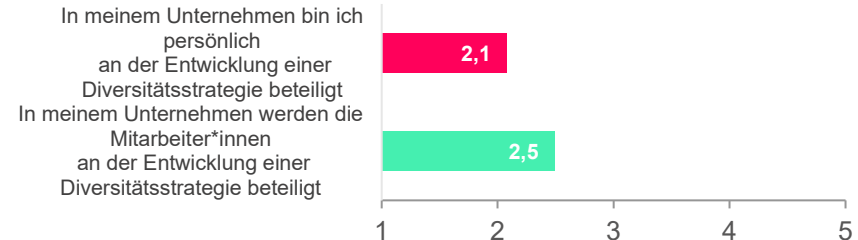
- Ein **großes Potential** für die Entwicklung von Strategien und Maßnahmen zu den Themen Diversität und Inklusion in den Unternehmen der Veranstaltungswirtschaft liegt in der Verbesserung der Kommunikation und der Einbeziehung der Beschäftigten.
- 64,7% der Befragten haben die Wahrnehmung, dass Maßnahmen im eigenen Unternehmen **nicht aktiv kommuniziert** werden.
- Grundlegend verbessert werden sollte auch die **aktive Einbeziehung der Beschäftigten** in die Entwicklung von Diversitäts-Strategien, die nur mit 2,5 Punkten von 5 bewertet wird.

Werden diese Maßnahmen aktiv an Dich kommuniziert?

Ja, nein, ich weiß es nicht



Beteiligung der Mitarbeiter*innen am DEI-Strategieprozess (1-stimme überhaupt nicht zu – 5-stimme voll und ganz zu)



FAZIT DER DEI-STUDIE II 2025

- Mit der vorliegenden Studie konnte eine spannende Erweiterung der Erkenntnisse zum Stand von Diversität und Inklusion in der Veranstaltungsbranche aus Sicht der Beschäftigten gewonnen werden.
- Die Studie zeigt auf, dass die Bedeutung der DEI-Thematik von den Beschäftigten in der Branche erkannt und ernst genommen wird. Allerdings wird deutlich, dass auch in der Wahrnehmung der Beschäftigten der Branchenstand bezüglich des Inklusionsaspektes im Mittel eher problematisch gesehen wird.
- Insbesondere sollte aus Sicht der Beschäftigten die Kommunikation zu den Themen Diversität und Inklusion deutlich verbessert werden und die Beschäftigten sollten unbedingt mehr in die Entwicklung von Zielen und Strategien zu DEI-Aspekten einbezogen werden.
- **Schlussfolgerung:** Die Veranstaltungsbranche benötigt dringend ein **Mission Statement**, 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. Die fwd: Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e.V., kann hier einen bedeutenden Teil beitragen.

DIVERSITÄTS-REPORT II

Vielen Dank für Dein Interesse am Diversitäts-Report II 2025.
Die Langfassung der Ergebnisse findet sich im [R.I.F.E.L. Shop](#).



[Für R.I.F.E.L.-Institut News anmelden](#)

UNTERSTÜTZT VON

BlachReport

 **eventmanager.de**

**MUSIK
WOCH**

 **mothergrid**

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

tagungswirtschaft
tw
m+areport

www.rifel-institut.de/forschung