



R.I.F.E.L.

Research Institute for Exhibition
and Live-Communication

KOSTEN- ENTWICKLUNG EVENT / MESSE 2025

META-STUDIE

Zusammenfassung
der Ergebnisse

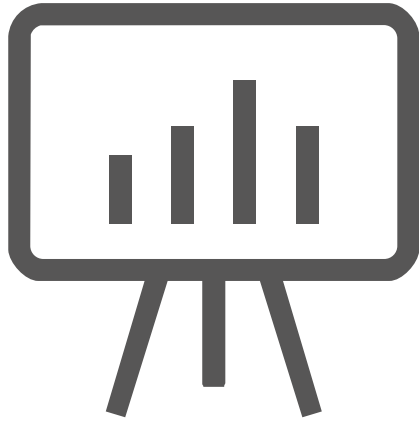
Eine Studie des R.I.F.E.L. e. V.
im Auftrag des fwd:
Bundesvereinigung Veranstaltungswirtschaft e. V.

September 2025



INHALT

METHODIK	03
KOSTENENTWICKLUNG	04
GRÜNDE	07
EFFEKTE	14



Metastudie zur Preisdynamik von Corporate Events und Messeformaten zwischen 2022 und 2025 bestehend aus verschiedenen Beispielrechnungen sowie Desk Research zu öffentlich verfügbaren Studien und Statistiken.



Kalkulationen wurden gemittelt, mit Benchmarks validiert und durch Marktrecherche sowie Fokusgruppen-Diskussionen kontextualisiert, um Kostentreiber zu identifizieren.



Ausgangsbasis sind reale Projektkalkulationen von wiederkehrenden, angefragten oder bereits umgesetzten Projekten durch erfahrene Event-/Messe-Projektleiterinnen und Projektleiter.



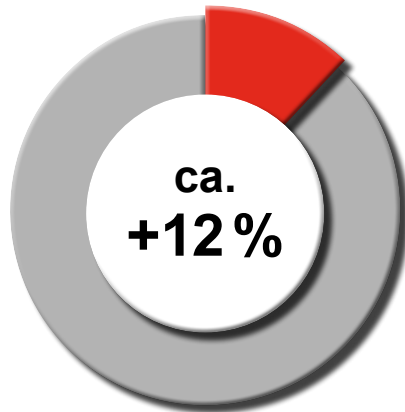
KOSTENENTWICKLUNG

KOSTENENTWICKLUNG

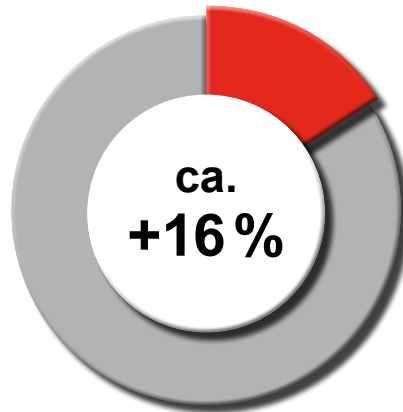


CORPORATE EVENTS

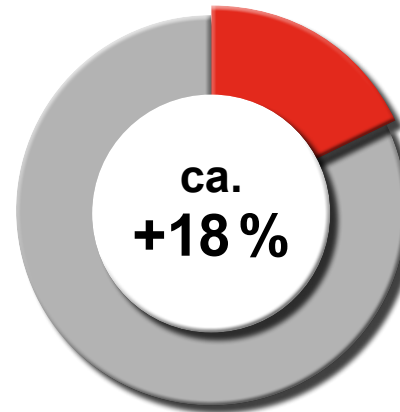
AGENTURLEISTUNG



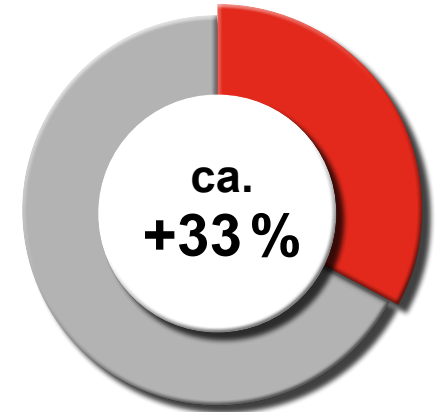
LOCATION



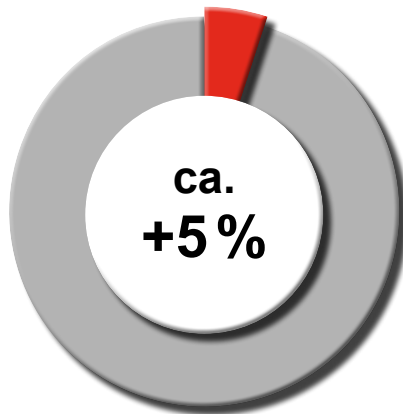
CATERING



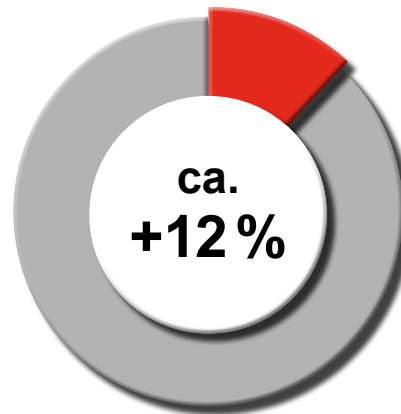
PERSONAL



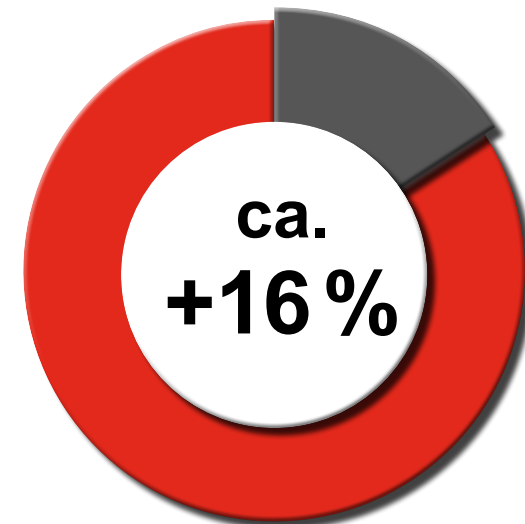
TECHNIK



HOTEL- & REISEKOSTEN



GESAMT

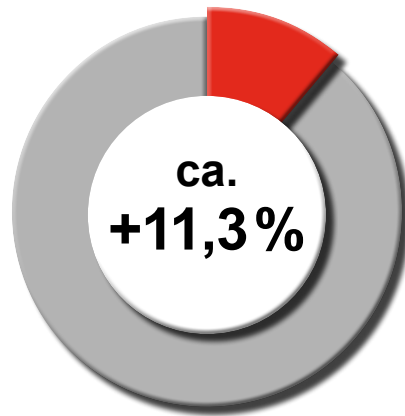


KOSTENENTWICKLUNG

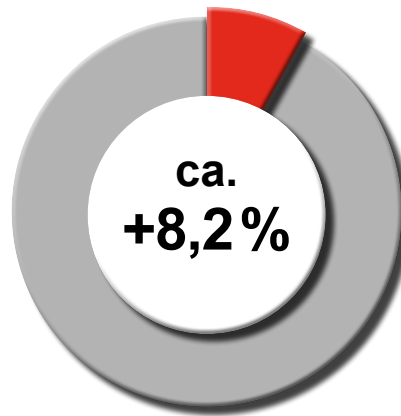
MESSE



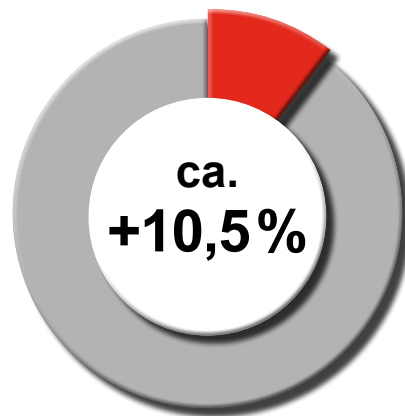
SYSTEM 200
(20 bis 200qm)



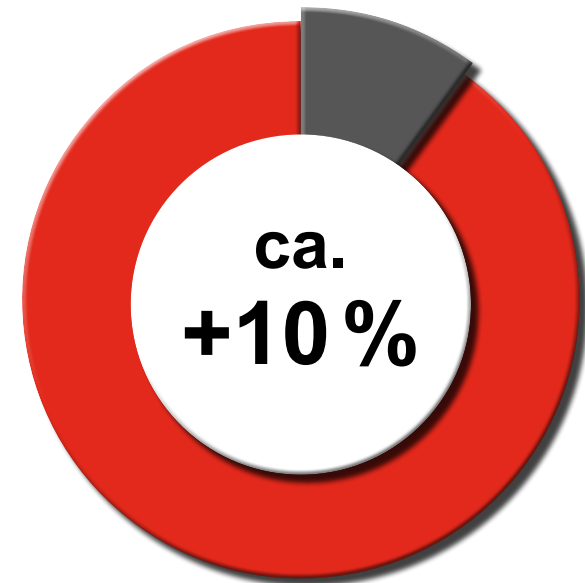
SYSTEM 500
(201 bis 500qm)



SYSTEM INDIVIDUAL



GESAMT



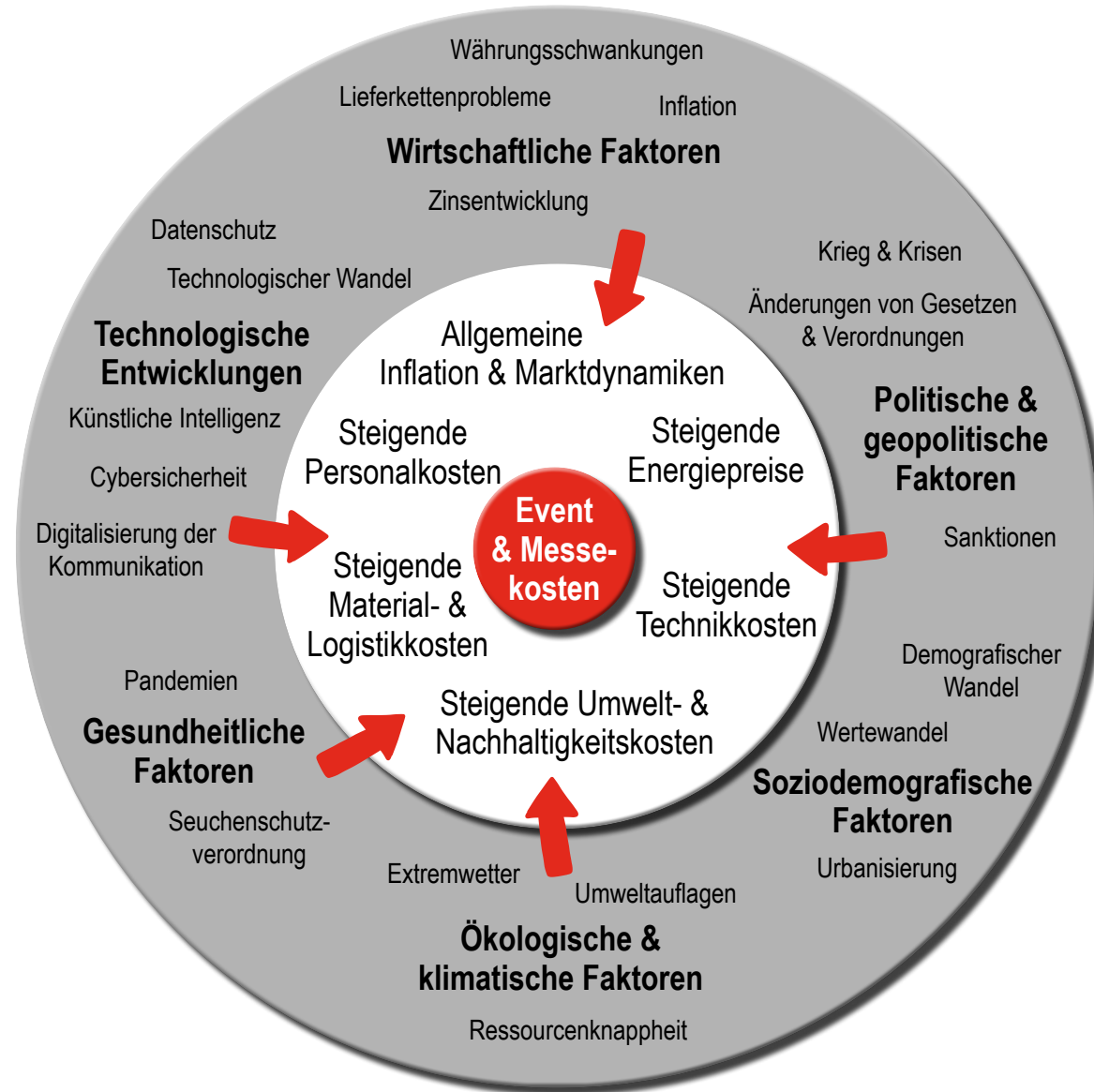


GRÜNDE



GRÜNDE

FÜR KOSTENTWICKLUNG



GRÜNDE

ALLGEMEINE INFLATION & MARKTDYNAMIK



ALLGEMEINE INFLATION:

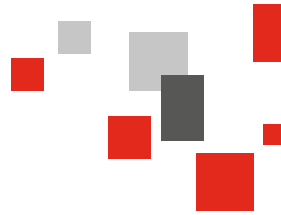
Die Veränderung des Verbraucherpreisindex (VPI) lag 2022 bei **+6,9%**, 2023 bei **+5,9%** und 2024 bei **+2,2%**. Die **kumulierte Inflationsrate zwischen Juli 2022 und Juni 2025 liegt bei 10,4%**.

Der Nachhol Effekt nach der Pandemie hat im Jahr 2023 zu einer 18,5% höheren Eventnachfrage geführt. Die Branche war teils erheblich überlastet: **72% der Agenturen berichten von deutlicher Knappheit bei Locations, Technik und Personal**. Diese Entwicklung trifft auf **erheblich verkürzte Vorlaufzeiten** für Corporate Events und Messe-Formate.



DIE FOLGE:

Trotz sinkender Inflationsraten bleibt die **kumulierte Preissteigerung hoch**, was sich vor allem bei den **Material- und Personalkosten** niederschlägt. Immer **kurzfristigere Eventanfragen** erhöhen den **Organisationsaufwand** und führen zu **Aufpreisen**.



GRÜNDE

STEIGENDE ENERGIEPREISE



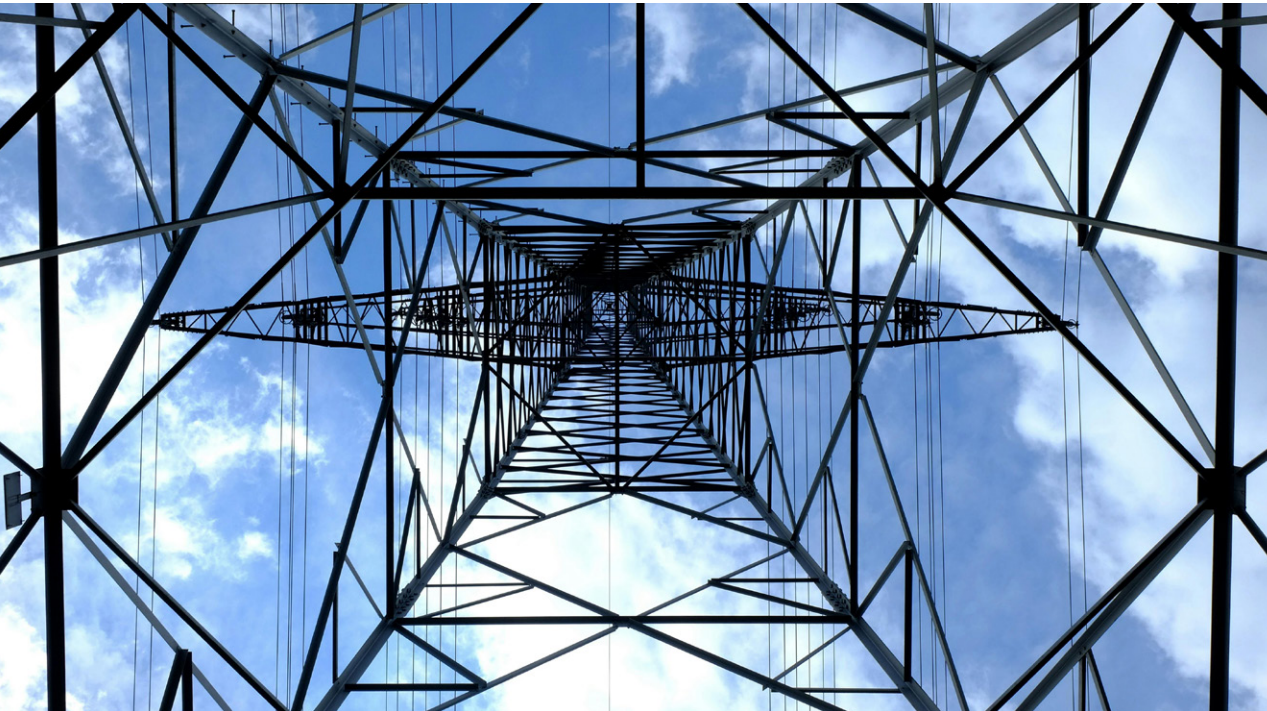
Energie war vor allem 2022 und 2023 ein **massiver Kostentreiber**. Trotz sinkender Großhandelspreise im Jahr 2024 bleibt das Niveau hoch: Der Industriestrompreis lag **2025 bei 18,31 ct/kWh**, **Haushaltsstrom bei 39,69 ct/kWh**.

Geopolitische Krisen und Maßnahmen zur Erreichung der **Klimaziele** wie der Kohleausstieg treiben die Energiepreise dauerhaft nach oben. Aktuell liegen sie in Deutschland **31% über dem Vorkrisenniveau** (Heizöl: +35 %, Gas: +74 %).



DIE FOLGE:

Steigende Energiepreise treiben die Preise von besonders stromintensiven Gewerken wie Location, Catering und Setbau in die Höhe. Anbieter kalkulieren teils mit Energiezuschlägen, was sich direkt auf die Gesamtkosten auswirkt.



GRÜNDE

STEIGENDE TECHNIKKOSTEN

Der **Kostenanstieg durch moderne Technik und digitale Lösungen** war ebenfalls hoch: 39,8% sehen ein Plus von 20-50% allein für Eventtechnik und digitale Lösungen auf sich zukommen.

Vor allem Ausgaben für **Event-Apps, digitale Event-Plattformen, Livestreaming und stabile Internetverbindungen** führen zu höheren Kosten, da ohne diese Investitionen professionelle **hybride und digitale Veranstaltungen** nicht mehr umzusetzen sind.



DIE FOLGE:

Hybride und digitale Events, sowie das dahinterliegende data-driven Event Management ist mittlerweile Standard und führt zu gestiegenen Ausgaben für EventTech-Lösungen.



STEIGENDE UMWELT- UND NACHHALTIGKEITSKOSTEN



Zunahme von CO₂-Kosten und Kompensationspflichten: Der CO₂-Preis steigt von 45€/t (2024) auf 55€/t (2025) und erhöht den Kostendruck insbesondere in Logistik, Technik und Setbau.

Strengere Umweltauflagen – etwa zu Mülltrennung, Wasserverbrauch oder nachhaltigen Materialien – verursachen zusätzliche Kosten in Beschaffung, Entsorgung und Logistik.

Zudem steigen die **Ausgaben für Zertifizierungen sowie für Umweltberichte und CO₂-Bilanzen**, die vermehrt von Auftraggebern und Behörden gefordert werden.



DIE FOLGE:

Nachhaltigkeit wird zum verpflichtenden Kostenfaktor und erhöht den Kostendruck in Logistik, Technik und Setbau. Erhöhte Nachhaltigkeitsstandards setzen sich in weiteren Gewerken der Eventindustrie durch (z. B. Transport, Catering).

STEIGENDE MATERIAL- UND LOGISTIKKOSTEN

Die Materialkosten, insbesondere im Bereich Setbau und Veranstaltungslogistik, **verzeichneten überproportionale Anstiege**. 2022 z.B. lag der Zuwachs bei +14,9%. Für 2025 wird eine Entspannung prognostiziert (+2,4%), das Niveau bleibt jedoch weiterhin deutlich über dem Vorkrisenwert.

Die Logistikkosten haben sich um 10-20% erhöht aufgrund gestiegener Frachtkosten und einer CO₂-basierten Mautgebühr.

Politische und wirtschaftliche Unsicherheit durch Kriege und Krisen **verringert die Planungssicherheit**. Das verursacht einen jährlichen Gesamtschaden von geschätzt 20 Mrd.€ für die deutsche Wirtschaft (2025).



DIE FOLGE:

Hohe Materialpreise treiben die Grundkosten von Events nach oben. Deshalb müssen noch vor Umsetzung Material-Budgets großzügiger geplant und abgesichert werden. Catering und Setbau werden dadurch deutlich teurer.



EFFEKTE



MÖGLICHE ERSTE SCHRITTE UND MARKTTRENDS

DIREKTVERGABE STATT PITCH

Single-Sourcing reduziert Prozesskosten, beschleunigt die Umsetzung und sichert Ressourcen.

RAHMENVERTRAG MIT PREIS- GLEITKLAUSEL

Langfristige Verträge mit Inflationsanpassung schaffen Planungssicherheit für beide Seiten.

ABRECHNUNG NACH AUFWAND

Time-&-Material-Modelle erhöhen Transparenz und stärken Vertrauen in der Zusammenarbeit.

NACHHALTIGKEIT ALS VERGABE- KRITERIUM

Zertifizierungen entscheiden zunehmend über die Beauftragung von Agenturen und Dienstleistern.

AUSBAU GLOBALE PRÄSENZ (FENCING)

Globale Anbieter mit lokaler Struktur (z.B. Asien/ USA) werden bei Auslands-Events bevorzugt.

STEIGENDE LIVE-BUDGETS IM MARKETING-MIX

Trotz Spardruck fokussieren viele Unternehmen auf Live-Kommunikation.

1. DIREKTVERGABE STATT PITCHES

Die Direktvergabe eliminiert die klassischen Pitch-Prozesse, wodurch Zeit und Kosten gespart werden. Single-Sourcing ermöglicht es Unternehmen, mit einem bewährten Partner ohne langwierige Ausschreibungen zusammenzuarbeiten.



INSIGHT:

Studien zeigen, dass Pitches bis zu 30 % der Projektzeit ausmachen können (vgl. ANA/4A's Cost of the Pitch). Single-Sourcing reduziert administrativen Aufwand und vermeidet Kosten, die durch mehrfaches Briefing und Evaluation entstehen.

Schnellere Entscheidungen fördern zudem eine flexiblere Eventplanung, gerade in volatilen Zeiten mit einer hohen Inflation.

2. RAHMENVERTRAG MIT PREISGLEITKLAUSEL

Langfristige Verträge mit einer Preisgleitklausel, die an Indizes wie Inflation oder Rohstoffpreise gekoppelt sind, bieten allen Parteien Planungssicherheit trotz des volatilen Marktumfelds und schwankender Kosten.

INSIGHT:



Die IHK Köln empfiehlt bereits bei Vertragsschluss, Mechanismen wie Preisgleitklauseln einzuführen, um sich gegen spätere Preisvolatilität abzusichern. In Phasen starker Preisvolatilität wird der Einsatz empfohlen, um Kalkulationsrisiken zu begrenzen, und größerer Planungssicherheit für beide Vertragsparteien zu erreichen.



3. ABRECHNUNG NACH AUFWAND (TIME-&-MATERIAL-MODELLE)

INSIGHT:



T&M-Modelle sparen in komplexen Projekten die Risikozuschläge, die bei Festpreisen anfallen. Änderungen im Programm oder Umfang eines Events lassen sich situativ und kosteneffizient umsetzen, ohne teure Change-Kaskaden zu verursachen. Mit Obergrenzen (Caps) bleibt das Budget steuerbar und transparent. In Zeiten von Inflation und Preissteigerungen in der deutschen Veranstaltungswirtschaft bieten T&M-Modelle einen wirksamen Hebel zur Senkung von Eventkosten.

Modelle auf Stunden- oder Materialbasis schaffen Kostentransparenz, da der Dienstleister nach tatsächlich erbrachter Leistung abrechnet. Dies stärkt Vertrauen und ermöglicht flexible Anpassungen während der Projektlaufzeit.

4. NACHHALTIGKEIT ALS VERGABEKRITERIUM

Die Berücksichtigung ökologischer und sozialer Kriterien bei der Vergabe gewinnt stark an Bedeutung. Zertifizierungen wie ISO 20121 (Nachhaltiges Veranstaltungsmanagement) entscheiden zunehmend über die Vergabe an Agenturen.



INSIGHT:

EU-Recht erlaubt und fördert die Berücksichtigung von Umwelt- und sozialen Aspekten. Studien zeigen zudem eine allgemein höhere Zahlungsbereitschaft für Nachhaltigkeit zwischen 9,7 % (PwC, 2024) und 54 % (Simon-Kucher, 2024).

ISO 20121 wird in Leitfäden für Events als zulässiger Nachweis (oder gleichwertig) genannt und mittlerweile in vielen Ausschreibungen gefordert.



5. AUSBAU GLOBALE PRÄSENZ (FENCING)

Globale Anbieter mit lokalen Strukturen (sogenanntes „Fencing“) können bei internationalen Events besser flexibel agieren und kulturelle sowie logistische Anforderungen erfüllen.



INSIGHT:

Viele internationale Ausschreibungen fordern explizit lokale Präsenz und Expertise (z.B. Brand USA). Auch das International Transport Forum der OECD gibt an, dass nähere Lieferanten häufig wirtschaftlich vorteilhaft sind.

Zunehmende Prozess-Standardisierung sorgt für konsistente Qualität und einheitlichen Markenauftritt in den verschiedenen Regionen.



6. STEIGENDE LIVE-BUDGETS IM MARKETING-MIX

Trotz allgemeinem Kosten- und Spardruck investiert die Mehrheit der Unternehmen weiterhin verstärkt in Live-Marketing, da es als effektivster Kanal für Kundenerlebnisse gilt.



INSIGHT:

Events und Messen werden als Top-Kanal bewertet (56 % nennen sie als Kanal mit den besten Ergebnissen) und 52 % der Führungskräfte sagen, dass Event-Marketing mehr Business-Value liefert als andere Kanäle (Harvard Business Review).

Messekontakte sind oft günstiger zum Abschluss zu bringen als Kontakte, die außerhalb von Messen entstehen – im Schnitt – 914 \$ pro gewonnenen Deal (CEIR).





VIELEN DANK!