

# BERLIN PAPER 2025

## Großveranstaltungen in Berlin: Zukunft gemeinsam gestalten

---

Strategische Empfehlungen  
für das Management von  
nachhaltigen, inklusiven  
und innovativen  
Großveranstaltungen

## BERLIN PAPER 2025

# Großveranstaltungen in Berlin: Zukunft gemeinsam gestalten

Berlin als führende Metropole  
für nachhaltige, inklusive und  
innovative Großveranstaltungen  
bis 2035 etablieren

April 2025

### HERAUSGEBERIN

Berlin Tourismus & Kongress GmbH  
Schöneberger Straße 15, 10963 Berlin  
Telefon: +49.030.25 00 23 33 / E-Mail: hallo@visitBerlin.de  
V.i.S.d.P.: Susanne Schreiber, Bereichsleiterin Kommunikation

### ANSPRECHPARTNERIN

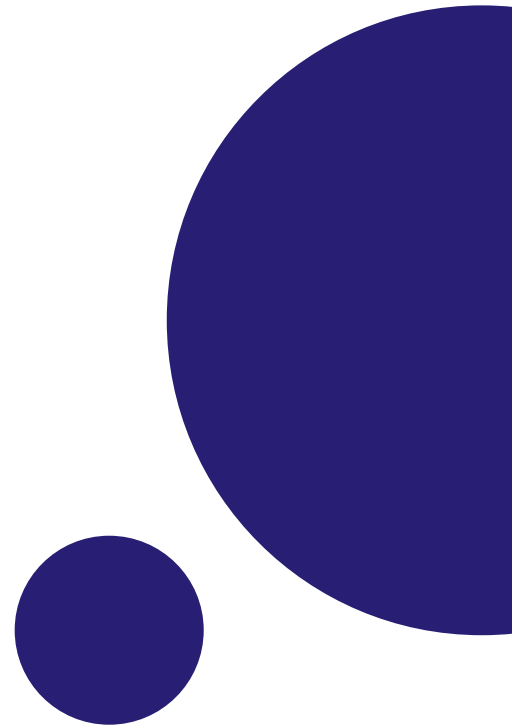
Jule Weidner, Referentin der Geschäftsführung  
Telefon: +49.30.264748 953 / E-Mail: jule.weidner@visitberlin.de

### GRAPHIC RECORDINGS / ILLUSTRATIONEN

studio animanova / Christoph J. Kellner

### DAS BERLIN PAPER ENTSTAND IN ZUSAMMENARBEIT MIT

Berlin Event Network e.V., Industrie und Handelskammer zu Berlin,  
Hotel- und Gastronomieverband Berlin e.V., visitBerlin Partnerhotels e.V.,  
Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe



# Executive Summary

Berlin hat sich international als bedeutende Destination für Großveranstaltungen etabliert und profitiert unverändert stark von der Tourismus- sowie der MICE-Branche (Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions/Events). Allein Teilnehmende von Tagungen und Kongressen generieren jährlich Ausgaben in Höhe von 4,262 Milliarden Euro, wovon 2,815 Milliarden Euro unmittelbar in Berlin wirksam werden. Diese Ausgaben führen zu einer Bruttowertschöpfung von 1,714 Milliarden Euro und sichern deutschlandweit über 45.000 Arbeitsplätze, davon über 27.000 in Berlin (Berlins Veranstaltungs- und Kongressstatistik, 2024). Dabei berücksichtigen die Ausgaben der Teilnehmenden ausschließlich persönliche Ausgaben wie Unterkunft, Verpflegung und Ähnliches – im Durchschnitt 350 Euro pro Person und Tag. Hinzu kommen die Tagungskosten bzw. Ausgaben der Veranstalter für Miete, Catering, Technik, Messebau und andere Dienstleistungen.

Gleichzeitig steht die Stadt vor der Herausforderung, ihre Nachhaltigkeits- und Inklusionsziele zu verwirklichen und ihre Wettbewerbsfähigkeit im globalen Kontext zu sichern, um langfristig erfolgreich zu bleiben.

Großveranstaltungen und Events sind weit mehr als wirtschaftliche oder kulturelle Highlights, denn sie haben das Potenzial, gesellschaftliche Spaltungen zu überbrücken und neue soziale Verbindungen zu schaffen. Durch gezielte Gestaltung können Events einen Raum für echte Begegnungen schaffen – unabhängig von Herkunft, sozialem Status oder politischen Überzeugungen. Emotionale, gemeinschaftsstiftende Erlebnisse aktivieren unser „soziales Gehirn“ und erleichtern das Überwinden von Vorurteilen.

Dies stärkt nicht nur den gesellschaftlichen Zusammenhalt, sondern macht Berlin zu einem Vorbild für inklusive und dialogfördernde Veranstaltungsformate. Internationale Großkongresse und Business Events bringen zudem neue Kontakte, Innovationen und Aufmerksamkeit für Berlins Wirtschafts- und Wissenschaftsbereiche mit sich und stärken das Profil der Stadt in den jeweiligen Bereichen.

**Berlin soll in den nächsten zehn Jahren als globale Vorreiterstadt für nachhaltige und inklusive Großveranstaltungen etabliert werden. Um diese Vision zu erreichen, ist ein Aktionsplan erforderlich, der alle relevanten Akteure einbezieht und koordiniert.**

Der [Berlin Tourism & MICE Summit 2024](#) bot eine zentrale Plattform für den Austausch zwischen Akteur:innen aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft. Auf Basis der gewonnenen Erkenntnisse erarbeiten die Mitveranstaltenden nun das Berlin Paper als Aktionsplan. Der auf dem Summit initiierte ressortübergreifende Austausch ist essenziell für die Weiterentwicklung dieser Strategie. Die enge Zusammenarbeit aller Beteiligten ist der Schlüssel zur Zukunftsfähigkeit Berlins als Veranstaltungsmetropole.

Mit einer starken, vernetzten und innovativen Visitor Economy kann sich Berlin weiter zu einer der wichtigsten Destinationen für Großveranstaltungen entwickeln. Dabei ist es entscheidend, unterschiedliche Stakeholder in den Prozess einzubeziehen und gemeinsam Arbeitspakete zu entwickeln, die zur langfristigen Erreichung dieses Ziels beitragen.

Die branchenübergreifende **Vernetzung zentraler Akteure der Event- und Tourismusbranche** sollte durch regelmäßige Austauschformate und eine zentrale Plattform gezielt gestärkt werden. Ein neu etabliertes Berlin Event Board koordiniert dabei die Bewerbungen für Veranstaltungen und übernimmt eine Schlüsselrolle in der Planung. So trägt es maßgeblich zur Positionierung Berlins als attraktive Eventmetropole bei und prägt das Stadtimage nachhaltig.

Für die effiziente Planung und Durchführung von Großveranstaltungen braucht es eine **behördliche Anlaufstelle**, die zwischen Politik, Veranstaltern, Sicherheitsinstitutionen und Verwaltung koordiniert. Diese zentrale Stelle steuert sicherheitsrelevante Prozesse, ÖPNV-Planung, City Dressing und Nachhaltigkeitsstandards. Wiederkehrende Abläufe lassen sich optimieren, und eine behördliche Allokation verhindert bürokratische Hürden. Eine einheitliche Berliner Versammlungsstättenverordnung und die Schließung der Regelungslücke für die Genehmigung von Großveranstaltungen im öffentlichen Straßenland bzw. als gemischte Veranstaltungen in Veranstaltungsstätten UND dem öffentlichen Straßenland würde Großveranstaltungen sicherer und effizienter planbarer machen, indem sie einheitliche Regelungen schafft, Bürokratie reduziert, Sicherheitsstandards definiert, moderne Veranstaltungsformate berücksichtigt und schnellere behördliche Entscheidungen ermöglicht.

Schließlich sollten **zentrale Sicherheitsvorgaben** entwickelt werden, um einheitliche Sicherheitsstandards zu gewährleisten. Regelungen zu Maximalauslastung, Fluchtwegen und Umleitungen sind ebenso notwendig wie regelmäßige Schulungen der relevanten Akteure, um die Qualität der Sicherheitsmaßnahmen kontinuierlich zu verbessern.

Um die nachhaltige Entwicklung von Großveranstaltungen in Berlin zu fördern, sind **verbindliche Nachhaltigkeitsstandards** erforderlich, die ökologische und soziale Kriterien berücksichtigen. Diese Standards sollen mit spezifischen Messkriterien verbunden werden, um die Auswirkungen von Veranstaltungen präzise zu bewerten. Die kontinuierliche Evaluation muss dabei integraler Bestandteil der Planung sein, um die langfristige Wirkung auf Umwelt und Gesellschaft zu optimieren.

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die **Förderung der Bürgerbeteiligung**. Durch den Ausbau bestehender Beteiligungsformate und die Schaffung kostenfreier Zugänge zu Veranstaltungen kann eine breite Akzeptanz innerhalb der Stadtgesellschaft erzielt werden.

Um den Fachkräftebedarf in der Event- und Tourismusbranche zu decken, sollten **praxisorientierte Ausbildungsprogramme** entwickelt werden, die spezifische Branchenanforderungen berücksichtigen.

Die Entwicklung eines umfassenden **Inklusions- und Barrierefreiheitsplans** ist notwendig, um allen Menschen den Zugang zu Veranstaltungen zu ermöglichen. Dieser umfasst nicht nur barrierefreien Zugang zu Veranstaltungen, sondern auch mehrsprachige Informationsmaterialien und Schulungen für Veranstaltungsteams.

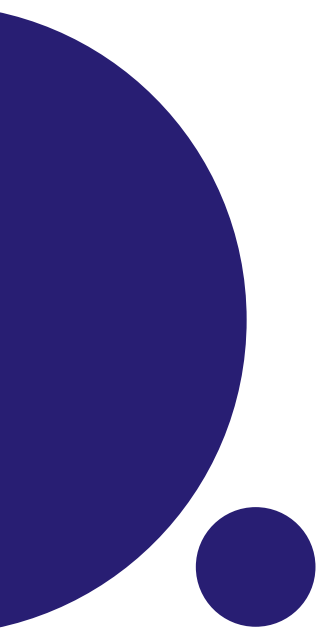
Für eine positive Wahrnehmung von Großveranstaltungen in Berlin ist eine **transparente Kommunikationsstrategie** erforderlich, die die positiven Auswirkungen auf die Stadtgesellschaft und die lokale Wirtschaft hervorhebt.

Zusätzlich sollte die **Förderung von Innovation und Technologie** in der Eventbranche vorangetrieben werden, um die Effizienz von Veranstaltungen zu steigern.

Zur **Optimierung der Mobilität** bei Großveranstaltungen muss die Verkehrsinfrastruktur in Berlin weiter ausgebaut werden. Nachhaltige, vernetzte Transportlösungen wie Carsharing und E-Bikes sowie die Integration der Verkehrsinfrastruktur in Event-Tickets tragen zu einer umweltfreundlicheren Mobilität bei.

Die Umsetzung dieser Maßnahmen erfordert eine enge Zusammenarbeit aller relevanten Akteure, um Berlin als nachhaltige, inklusive und innovative Großveranstaltungsstadt von internationaler Bedeutung zu positionieren.

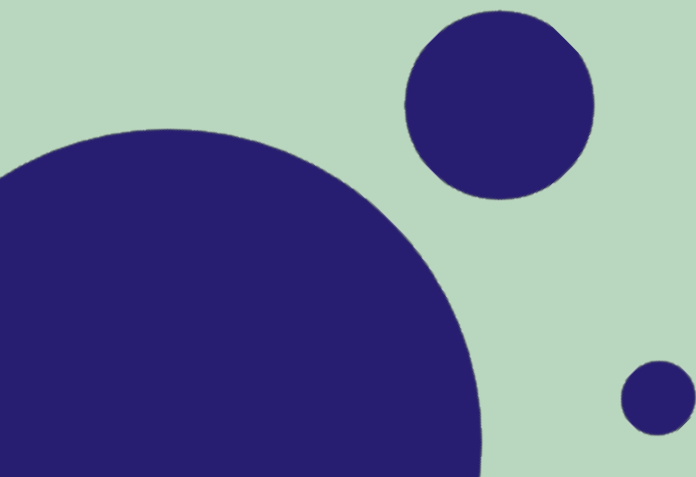
**Berlin soll in den nächsten 10 Jahren als globale Vorreiterstadt für nachhaltige und inklusive Großveranstaltungen etabliert werden.**



Vertreter:innen aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft, sind sich einig: Die Zukunftsfähigkeit Berlins als Veranstaltungsmetropole liegt in enger Kooperation und einer klaren strategischen Ausrichtung.

# INHALTSVERZEICHNIS

Executive Summary .....	2
2. EINLEITUNG .....	9
2.1 Warum Berlin als Veranstaltungsort für Großveranstaltungen prädestiniert ist.....	10
2.2 Zielsetzungen des Berlin Papers .....	11
2.3 Prozess und Methodik .....	13
3. HANDLUNGSFELDER FÜR BERLIN TOURISM & MICE SUMMIT .....	14
3.1 Handlungsfeld 1: Strategie & Positionierung.....	14
3.2 Handlungsfeld 2: Strukturen & Prozesse .....	15
3.3 Handlungsfeld 3: (Mehr)Wert.....	16
3.4 Handlungsfeld 4: Standards & Selbstverständnis .....	16
4. BERLIN TOURISM & MICE SUMMIT 2024: ERKENNTNISSE UND PERSPEKTIVEN .....	18
4.1 Darstellung der Ergebnisse aus den Summit-Formaten .....	18
IMPULS: Die neurosoziale Dimension von Großveranstaltungen.....	21
4.2 Herausforderungen (von heute und morgen) .....	22
4.3 Next Steps in Richtung Zukunft – Handlungsempfehlungen .....	24
4.4 Berlin in 10 Jahren, 2035: die beste aller Zukünfte .....	32
5. FAZIT UND COMMITMENTS.....	39
6. AUSBLICK: NÄCHSTE SCHRITTE .....	40
Quellenverzeichnis.....	43

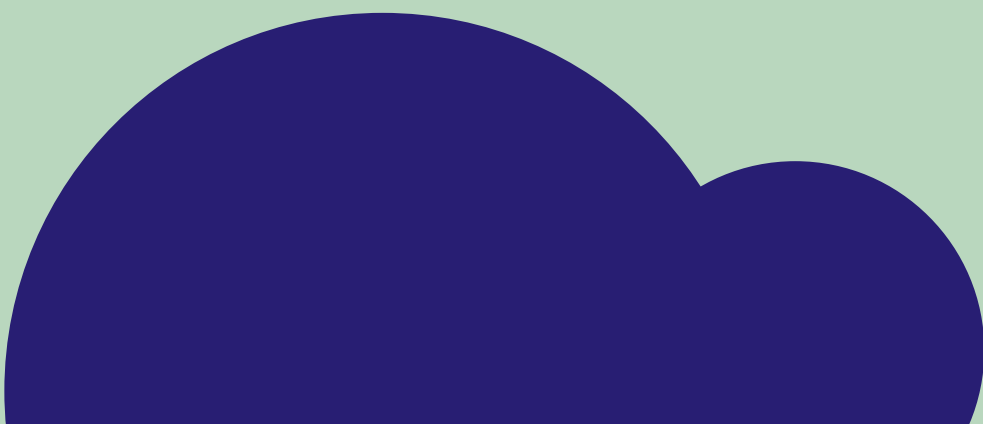
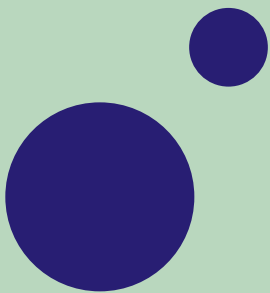


**Dass Berlin auch für Megaevents der  
richtige Ort ist, haben wir bei der  
Europameisterschaft 2024 wieder  
einmal gezeigt.**

**Reibungslose Organisation und  
Gastfreundschaft gehen hier  
Hand in Hand!“**

FRANZISKA GIFFEY

Senatorin für Wirtschaft, Energie  
und Betriebe





### **MICHAEL BIEL**

#### **Staatssekretär für Wirtschaft, Energie und Betriebe**

„Wir unterstützen die Tourismus- und Eventbranche in Berlin, weil sie ein wichtiger Wirtschaftsfaktor und unser Aushängeschild für die Welt ist. Zwei große Themen haben wir besonders im Blick: die Sicherung der Fachkräfte und die Entwicklung eines wachsenden, aber nachhaltigen und städteverträglichen Tourismus. Gemeinsam mit der Branche wollen wir auch weitere Veranstaltungen, Messen und Kongresse nach Berlin holen und damit die Wirtschaft und Stadttrendite stärken.“

### **MATTHIAS LEONHARDT**

#### **Geschäftsführer BEN e.V.**

„Es geht nicht darum, andere Städte zu kopieren, es wird darum gehen Großveranstaltungen stadtverträglich und so nachhaltig wie möglich zu gestalten. Berlin ist in jeder Sicht so vielfältig aufgestellt, dass Veranstaltungen, die in unsere Stadt kommen, nicht nur die Stadt verändern, auch die Veranstaltungen selbst können sicher von Berlin lernen. Einzige Voraussetzung: Berlin braucht einen gemeinsamen Willen und Mut, neue Wege zu gehen. Wir sind bereit!“

### **STEFAN ATHMANN**

#### **Vorstandsvorsitzender visitBerlin Partnerhotels e.V.**

„Großveranstaltungen wie Konzerte, Festivals oder Sportevents bringen Touristen in die Stadt, die Geld in Hotels, Restaurants, Geschäften und anderen lokalen Unternehmen ausgeben. Dies führt zu einem wirtschaftlichen Aufschwung und unterstützt die lokale Wirtschaft.“

### **ROBERT RÜCKEL**

#### **Vizepräsident der IHK Berlin**

„Berlin-Tourismus und der Berliner MICE-Sektor sind dank der vielfältigen Angebote eine Erfolgsgeschichte, hinter der Menschen stehen, als Unternehmerinnen und Unternehmer sowie als Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Diesen Menschen eine Plattform für Austausch zu bieten, ist mir eine Herzensangelegenheit. Nur wenn wir gemeinsam die Herausforderungen angehen, können wir den Anforderungen von morgen erfolgreich begegnen.“

### **SABINE WENDT**

#### **Geschäftsführerin visitBerlin**

„Wir möchten, dass Berlin eine Stadt ist, die hervorragende Bedingungen für Großveranstaltungen bietet. Diese bringen nicht nur viele Gäste zu uns, sie haben auch vielfältige wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Effekte für die Stadt. Um Berlins Erfolg als Event-Destination weiterzuentwickeln, brauchen wir ein starkes und effizientes Netzwerk von Stakeholdern sowie ein erstklassiges Angebot für die Veranstalter:innen und ihre Gäste.“

### **BURKHARD KIEKER**

#### **Geschäftsführer visitBerlin**

„Große Events mit internationaler Strahlkraft gehören zur Erfolgsgeschichte der Visitor Economy in Berlin. Damit unsere Stadt attraktiv für zukünftige Großveranstaltungen bleibt, gilt es, an wichtigen Stellschrauben zu arbeiten: Einheitliche Standards müssen entwickelt, Technologie und Innovationen gefördert werden. Das vorliegende, mit der Branche entwickelte Berlin Paper dient dabei als Wegweiser.“

### **CHRISTIAN ANDRESEN**

#### **Präsident DEHOGA Berlin**

„Großveranstaltungen, Kongresse, Messen und Sportevents sind von zentraler Bedeutung für Berlin, den Tourismus und das Gastgewerbe. Um unsere Betriebe optimal auszulasten, benötigen wir eine zuverlässige und gezielte Planung sowie eine enge Zusammenarbeit aller Akteure. Ebenso wichtig ist eine zentrale Plattform, die umfassend über die Veranstaltungen in Berlin informiert. Wenn wir gemeinsam an einem Strang ziehen, können wir den Veranstaltungs- und Kongressstandort Berlin zukunftsorientiert und nachhaltig stärken. Davon profitieren die Berliner Wirtschaft, das Land und die gesamte Stadtgesellschaft.“

## 2. EINLEITUNG

Veranstaltungen sind für Berlin ein essenzieller Motor für wirtschaftliches Wachstum, kulturellen Austausch und die internationale Positionierung der Stadt. Sie ziehen jährlich Millionen von Besucher:innen an, schaffen Arbeitsplätze und fördern Innovationen. Laut der Veranstaltungs- und Kongressstatistik Berlin 2023 fanden im Jahr 2023 92.323 Veranstaltungen mit über 10 Mio. Teilnehmenden in der Stadt statt, wobei der Anteil internationaler Events in Tagungshotels bei 22,9 Prozent lag.

Die wirtschaftliche Bedeutung des Tourismus und der Kongressindustrie für Berlin ist erheblich. Im Jahr 2019 führte der touristische Konsum durch Berlin-Besucher:innen zu einer direkten Bruttowertschöpfung von 9,4 Milliarden Euro, was die Relevanz dieser Branchen für die lokale Wirtschaft unterstreicht (Wirtschaftsfaktor für Berlin: Tourismus- und Kongressindustrie). Gemäß einer Studie von Nielsen Sports zu den wirtschaftlichen Effekten der EURO 2024 generierte dieses Turnier einen wirtschaftlichen Nutzen von über 7,4 Milliarden Euro für Deutschland und die zehn Austragungsorte.

Gleichzeitig stellen Großveranstaltungen die Stadt vor Herausforderungen: Nachhaltigkeit, Inklusion und die Schaffung effizienter Strukturen sind ebenso entscheidend wie die Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit Berlins im globalen Vergleich. Inklusion bedeutet in diesem Kontext nicht nur barrierefreie Zugänglichkeit, sondern auch die Förderung eines offenen, toleranten Miteinanders. Großveranstaltungen bieten die Chance, alle Menschen unabhängig von Herkunft, sozialem oder wirtschaftlichem Status aktiv einzubinden, Begegnungen zu schaffen und ein starkes Gemeinschaftsgefühl zu fördern.

Gerade in einer weltoffenen Stadt wie Berlin sollten Events nicht nur wirtschaftliche Impulse setzen, sondern auch den gesellschaftlichen Zusammenhalt stärken - indem sie Vielfalt sichtbar machen, Vorurteile abbauen und die Stadtgesellschaft dazu ermutigen, Toleranz aktiv zu leben.

Durch gezielte Maßnahmen während, durch und langfristig nach den Veranstaltungen kann ein nachhaltiger Effekt entstehen, der über das Event hinaus für eine inklusive Stadtgesellschaft wirkt. Internationale Großkongresse und Business Events bringen zudem neue Kontakte, Innovationen und Aufmerksamkeit für Berlins Wirtschafts- und Wissenschaftsbereiche mit sich und stärken das Profil der Stadt in den jeweiligen Bereichen.



## 2.1 Warum Berlin als Veranstaltungsort für Großveranstaltungen prädestiniert ist

Bei knapp 30 Prozent der Veranstaltungen in Berlin 2023 handelte es sich um Veranstaltungen mit über 100 Teilnehmer:innen. Der Anteil von großen Veranstaltungen mit mehr als 1.000 Teilnehmer:innen lag mit 5,5 Prozent weit über dem deutschen Durchschnitt (1,3 Prozent). Im Jahr 2022 zeigte sich ein wachsendes Interesse an nachhaltigen Veranstaltungen, wobei in Berlin 26,2 Prozent der Kund:innen Wert auf Nachhaltigkeit legten (Veranstaltungs- und Kongressstatistik Berlin 2022). Auch das Thema "Purpose getriebene Veranstaltungen" ist längst kein Trend mehr, sondern ein Ergebnis gesellschaftlicher Veränderungen.

Vor diesem Hintergrund fand am 15. November 2024 der Berlin Tourism & MICE Summit 2024 auf dem EUREF-Campus statt. Der Summit brachte unter dem Dachthema „Großveranstaltungen in Berlin“ Akteur:innen der Tourismus- und Veranstaltungsbranche sowie politische Entscheidungsträger:innen zusammen, um zentrale Fragen zur Zukunft von Großveranstaltungen in Berlin zu diskutieren und konkrete Ansätze zu entwickeln.

Diese Veranstaltung diente als Plattform für die Diskussion unterschiedlicher Perspektiven, die Inspiration durch innovative Projekte und die Entwicklung gemeinsamer Ziele und Pläne.

In interaktiven Formaten wie Workshops, Paneldiskussionen und Marktplätzen diskutierten Expert:innen über Chancen und Herausforderungen, teilten wertvolle Erkenntnisse und stellten unter anderem diese nachfolgenden kritische Fragen:

- Wie kann Berlin seine Stärken als Veranstaltungsort weiter ausbauen?
- Welche Maßnahmen sind notwendig, um die Wettbewerbsfähigkeit der Stadt zu sichern?
- Und wie können nachhaltige, inklusive und wirtschaftlich wertvolle Großveranstaltungen gefördert werden?

Die Diskussionen und Ergebnisse des Berlin Tourism & MICE Summits 2024 verdeutlichen, dass Berlin über herausragende Potenziale verfügt, um sich als führende Destination für Großveranstaltungen zu etablieren.

Die Stadt vereint eine einzigartige Mischung aus relevanter Infrastruktur, Kultur, Innovation und Internationalität, die sowohl Veranstalter:innen als auch Besucher:innen anzieht. Globale Leuchtturm-Events wie die Berlinale, InnoTrans, ESMO oder den World Health Summit unterstreichen Berlins Relevanz als Standort für hochkarätige Veranstaltungen.

Der Berlin Tourism & MICE Summit 2024 selbst diente als Best-Practice-Beispiel, indem er zeigte, wie Stakeholder aktiv zusammenarbeiten können, um die Zukunft Berlins als Veranstaltungsmetropole zu gestalten.

Durch gezielte Maßnahmen – von der Verbesserung der Infrastruktur über die Optimierung von Genehmigungsprozessen bis hin zur nachhaltigen Gestaltung von Events – kann Berlin seine internationale Wettbewerbsfähigkeit weiter stärken.

Die Erkenntnisse aus dem Berlin Tourism & MICE Summit 2024 liefern somit nicht nur konkrete Impulse für die zukünftige Entwicklung der Stadt als Veranstaltungsmetropole, sondern demonstrieren eindrucksvoll, **warum Berlin prädestiniert ist, eine weltweit führende Rolle im Bereich Großveranstaltungen einzunehmen.**

Im Rahmen der Veranstaltung wurden mit interaktiven Tools umfassende Daten von Teilnehmenden erhoben, um eine breite Vielfalt an Perspektiven einzufangen. Vertreter:innen der Tourismus- und MICE-Branche, Politik, Bildung und Kultur brachten ihre Expertise ein, während auch die nachfolgende Generation – Auszubildende und Studierende – aktiv an der Gestaltung der Zukunft mitwirkte. Diese vielschichtige Beteiligung bildet die Grundlage für fundierte Analysen und strategische Handlungsempfehlungen, die in diesem Berlin Paper vorgestellt werden.

## 2.2 Zielsetzungen des Berlin Papers

Das vorliegende Berlin Paper soll eine umfassende Orientierung für die Entwicklung einer nachhaltigen, zielorientierten und inklusiven Veranstaltungsstrategie geben, die Berlins Position als führende internationale Event- und Tourismusdestination stärkt. Es strukturiert die beim Berlin Tourism & MICE Summit 2024 gewonnenen Erkenntnisse und bietet eine klare Perspektive für die gemeinsame Weiterentwicklung der Tourismus- und Veranstaltungsbranche. Dabei soll nicht nur der wirtschaftliche Erfolg gefördert werden, sondern auch eine hohe gesellschaftliche Akzeptanz. Um die Herangehensweise klar zu strukturieren, wurden drei zentrale Zielsetzungen definiert:

### **Zielsetzung 1: Definition der aktuellen Situation**

Eine gemeinsame Bestandsaufnahme, die zentrale Herausforderungen und Potenziale für die Tourismus- und Veranstaltungsbranche identifiziert.

### **Zielsetzung 2: Erarbeitung fundierter und praxisnaher Handlungsempfehlungen**

Die Empfehlungen bieten beiden Branchen Orientierung und schaffen Leitplanken für eine strategische Weiterentwicklung, die den Ansprüchen von Veranstaltenden, Besucher:innen und Berliner:innen gleichermaßen gerecht wird.

### **Zielsetzung 3: Entwicklung einer gemeinsamen Vision**

Diese Vision dient als Leitbild für die zukünftige Ausrichtung von Großveranstaltungen und berücksichtigt sowohl die touristische Attraktivität als auch die operative Exzellenz der Veranstaltungsbranche.

Im Mittelpunkt steht die enge Zusammenarbeit und der kontinuierliche Austausch zwischen den Akteuren der Tourismus- und Veranstaltungsbranche. Durch die Bündelung ihrer Kompetenzen und die gezielte Nutzung von Synergien soll eine innovative und widerstandsfähige Zukunft geschaffen werden.

Ein integrativer Ansatz gewährleistet, dass alle relevanten Beteiligten von Beginn an eingebunden werden. Gemeinsam analysieren sie das Potenzial beider Branchen, um vorhandene Stärken zu erkennen und neue Entwicklungsperspektiven zu eröffnen. Besonders im Fokus stehen die Schnittstellen zwischen Tourismus und Veranstaltungswesen sowie Verwaltung, die gezielt gefördert werden. Ergänzend fließen zentrale Herausforderungen und Trends wie Nachhaltigkeit, Inklusion und Digitalisierung in die strategische Planung ein.

Der fortlaufende Dialog zwischen den Stakeholdern bildet das Herzstück des Prozesses. Er ermöglicht es, gemeinsame Prioritäten zu setzen und gezielte Maßnahmen für eine zukunftsweisende Entwicklung zu definieren.

Das Ergebnis dieses Prozesses ist ein praxisorientiertes White Paper, das als strategische Leitlinie dient. Es wird kontinuierlich weiterentwickelt, regelmäßig aktualisiert und an neue Entwicklungen sowie sich verändernde Rahmenbedingungen angepasst. Es enthält klare Empfehlungen und priorisierte Handlungsfelder, die darauf abzielen, Berlins Rolle als internationale Event- und Tourismusdestination nachhaltig zu stärken.

Das Paper versteht sich als Plattform für den Dialog zwischen Branchenvertreter:innen und dem Berliner Senat, um politische Unterstützung und wirtschaftliche Stabilität gleichermaßen zu sichern. Zudem legt es konkrete Maßnahmen und Erfolgskriterien fest, um die Umsetzung der Strategie messbar und transparent zu gestalten. Damit wird das White Paper nicht nur zum Wegweiser für die beteiligten Akteure, sondern auch zu einem Symbol für die gemeinsame Verantwortung und den Willen, Berlin als führende Destination für Großveranstaltungen zu positionieren.

## 2.3 Prozess und Methodik

Die Entwicklung des Berlin Papers folgt einem ganzheitlichen und kollaborativen Ansatz, der auf intensiver Vorbereitung und gemeinsamer Erarbeitung beruht. Dabei wurden Branchenvertreter:innen in Zusammenarbeit mit einem Beirat aktiv eingebunden, um den finalen Summit gezielt und inhaltlich vorzubereiten und die Perspektiven aller relevanten Stakeholder von Anfang an zu berücksichtigen. Im Folgenden werden die Initiator:innen und Partner:innen kurz vorgestellt, bevor die angewandten Methoden und Ansätze näher erläutert werden:

Initiator:innen und Partner:innen: Die Vorarbeit und die gemeinsame Planung wurden durch Vertreter:innen der IHK Berlin, des Berlin Event Network (BEN) e.V., der visitBerlin Partnerhotels e.V., der DEHOGA Berlin, von visitBerlin sowie der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe geleistet. Gemeinsam formulierten sie zentrale Fragestellungen und Ziele, die als Grundlage für die weitere Ausarbeitung dienten. Diese Plattform fördert den Vernetzungs- und Austauschprozess zwischen der Tourismus- und Veranstaltungsbranche.

Zusätzlich wurde ein gemeinsamer Workshop am 20. Juni 2024 abgehalten, in dem erste Handlungsfelder erarbeitet wurden. Dieser Workshop bildete einen wichtigen Schritt, um in die detaillierte Ausarbeitung der Programmentwicklung überzugehen und die erarbeiteten Themen weiter zu vertiefen.

Die Vorbereitung des Summit umfasste auch die Online-Veranstaltung „Tourismus Hub“, in deren Rahmen spezifische Herausforderungen der Tourismus- und Veranstaltungsbranche intensiv diskutiert wurden, insbesondere im Hinblick auf die Verknüpfung mit Großveranstaltungen. Veranstaltende und Teilnehmende entwickelten praxisorientierte Lösungen, die sowohl den touristischen als auch den wirtschaftlichen Mehrwert steigern. Im „Tourismus Hub“ wurden außerdem konkrete Praxisbeispiele vorgestellt und diskutiert, wie beispielsweise der Münchener Olympiapark. Der Fokus lag dabei auf der Integration von Großveranstaltungen in bestehende touristische Strukturen und der Nutzung von Synergien zur Steigerung der regionalen Wertschöpfung.

Der Höhepunkt und das Ergebnis der intensiven Vorbereitungsphase war der Berlin Tourism & MICE Summit 2024. Dieser Summit diente als zentrale Plattform, auf der Vertreter:innen aller relevanten Stakeholder gemeinsam Herausforderungen analysierten, Synergien identifizierten und Lösungsansätze entwickelten.

Der Summit selbst wurde durch verschiedene Unterformate ausgestaltet, die eine tiefgehende Auseinandersetzung mit den zentralen Themen ermöglichten. Diese Formate bildeten die Grundlage für die erarbeiteten Ergebnisse und werden in Kapitel 4.1 detaillierter ausgeführt.

## 3. HANDLUNGSFELDER FÜR BERLIN TOURISM & MICE SUMMIT

Dieses Kapitel führt die vier zentralen Handlungsfelder ein, die im Vorfeld des Berlin Tourism & MICE Summit 2024 gemeinsam mit dem Beirat erarbeitet wurden.

Berlin steht vor der Herausforderung, Großveranstaltungen als Motor für wirtschaftliches Wachstum, kulturellen Austausch und internationale Sichtbarkeit weiterzuentwickeln. Diese Veranstaltungen sollen nachhaltig, inklusiv und effizient gestaltet werden, um die Stadt für Besucher:innen und Einwohner:innen gleichermaßen attraktiv zu machen. Im Mittelpunkt steht eine stärkere Vernetzung von Stakeholdern, die Schaffung effizienter Strukturen sowie die Sicherung der langfristigen Wettbewerbsfähigkeit Berlins.

Die Themen Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Inklusion werden als zentrale Aktionsbereiche betrachtet, um Berlin als zukunftsfähige, innovative und lebenswerte Metropole zu gestalten. Sie wurden bereits im Vorfeld im Rahmen des oben beschriebenen partizipativen Prozesses festgelegt. Dieser fand am 20. Juni 2024 in Form eines umfassenden Workshops mit allen Initiator:innen statt. Dabei wurden die folgenden vier Handlungsfelder definiert:

**Handlungsfeld 1: Strategie & Positionierung**

**Handlungsfeld 2: Strukturen & Prozesse**

**Handlungsfeld 3: (Mehr)Wert**

**Handlungsfeld 4: Standards & Selbstverständnis**

Im Folgenden werden die einzelnen Handlungsfelder dezidiert erläutert, wie diese als Basis für die Identifikation von Herausforderungen und die Entwicklung konkreter Lösungsansätze dienen.

### 3.1 Handlungsfeld 1: Strategie & Positionierung

Berlins Positionierung als führende Destination für Großveranstaltungen erfordert ein starkes Leitbild, eine kohärente Vermarktung und die gezielte Hervorhebung einzigartiger Stärken wie kulturelle Vielfalt und Innovationskraft, um die internationale Wettbewerbsfähigkeit zu stärken

Dabei könnten Leuchtturmveranstaltungen wie die Olympischen Spiele, die EXPO 2035 und die Internationale Bauausstellung 2034 eine Schlüsselrolle spielen, da sie als eindeutig entscheidend für die globale Wahrnehmung Berlins genannt wurden. Die Entwicklung und Umsetzung von Berlin-typischen Events wie der Berlinale, BMW BERLIN-MARATHON oder dem World Health Summit, ist ein Ansatz um mit Hilfe von Großveranstaltungen das Image der Stadt Berlin, als kreatives und innovatives Zentrum und kulturellen Hotspot zu stärken.

Ein wachsendes Interesse an nachhaltigen und inklusiven Veranstaltungen wurde ebenfalls als wichtiger Trend identifiziert, der als Alleinstellungsmerkmal (USP) für Berlin dienen könnte.

Zentrale Fragestellungen, die im Zuge dieser strategischen Entwicklung adressiert wurden, sind unter anderem:

- Wie kann ein kohärentes Leitbild entwickelt werden, das Berlins Stärken sichtbar macht?
- Welche Maßnahmen sind erforderlich, um die internationale Wettbewerbsfähigkeit durch eine einheitliche Vermarktung zu stärken?
- Wie können nachhaltige und inklusive Konzepte in der Organisation und Vermarktung von Veranstaltungen verankert werden, um Berlins Profil als innovative und zukunftsorientierte Destination zu schärfen?

### **3.2 Handlungsfeld 2: Strukturen & Prozesse**

Effiziente Strukturen und klare Prozesse sind essenziell für die erfolgreiche Planung und Durchführung von Großveranstaltungen. Insbesondere die Sicherheit ist ein zentraler Aspekt, der sowohl für Veranstaltende als auch für Teilnehmende von hoher Bedeutung ist.

Die Diskussionen verdeutlichen, dass eine Optimierung bürokratischer Abläufe sowie eine bessere Abstimmung zwischen den zuständigen Stellen die Planungsprozesse erleichtern könnten. Eine zentrale digitale Plattform könnte hierbei unterstützen, indem sie Genehmigungsverfahren bündelt und Transparenz schafft.

Darüber hinaus wurde die Notwendigkeit einheitlicher Sicherheitsstandards betont, um Planungs- und Umsetzungsprozesse zu erleichtern. Die Optimierung dieser Prozesse würde nicht nur die Effizienz steigern, sondern auch die Wettbewerbsfähigkeit und Attraktivität Berlins als Standort für Großveranstaltungen nachhaltig stärken.

Zentrale Fragestellungen, die in diesem Zusammenhang betrachtet wurden, sind unter anderem:

- Wie können Genehmigungsprozesse effizienter gestaltet und Zuständigkeiten klar geregelt werden?
- Welche digitalen Lösungen könnten zur besseren Koordination und Transparenz beitragen?
- Wie lassen sich Sicherheitsmaßnahmen standardisieren, um die Umsetzung für Veranstaltende zu erleichtern?
- Inwiefern können infrastrukturelle Anpassungen dazu beitragen, Flucht- und Rettungswege optimal zu integrieren?



### 3.3 Handlungsfeld 3: (Mehr)Wert

Großveranstaltungen in Berlin sollen nicht nur wirtschaftliche Gewinne erzielen, sondern vor allem einen nachhaltigen, sozialen und kulturellen Mehrwert für die Stadt und ihre Bevölkerung schaffen. Eine zentrale Herausforderung dabei ist die teils fehlende Integration lokaler Akteur:innen und Bürger:innen in die Wertschöpfungskette dieser Events.

Das Potenzial von Großveranstaltungen wird jedoch zunehmend erkannt, um lokale Unternehmen zu fördern und den Tourismus anzukurbeln. 59% der Berliner:innen haben im Jahr 2024 aktiv Großveranstaltungen in ihrer Freizeit genutzt. Diese positive Beteiligung bietet eine gute Grundlage, um Großveranstaltungen nicht nur als Bereicherung zu etablieren, sondern sie auch als echten Gewinn für die Stadt und ihre Bevölkerung weiter zu stärken.

Um den wirtschaftlichen Nutzen von Großveranstaltungen für Berlin sichtbarer zu machen, sollten Maßnahmen ergriffen werden, die ihre positiven Effekte transparenter kommunizieren. Die bereits bestehende Wertschöpfung sowie die Schaffung und Sicherung von Arbeitsplätzen tragen wesentlich zur Stadtentwicklung bei. Gleichzeitig gilt es, die lokale Bevölkerung und Unternehmen stärker einzubinden, um eine Win-Win-Situation für alle Beteiligten zu schaffen.

Dabei sollte jedoch auch berücksichtigt werden, dass jene, die keine Berührungspunkte mit den Veranstaltungen haben, in ihrem Alltag möglichst wenig beeinträchtigt werden.

Zentrale Fragen, die sich im Zusammenhang mit diesem Handlungsfeld stellen, sind:

- Wie kann der Mehrwert von Großveranstaltungen für die lokale Bevölkerung und Wirtschaft erhöht werden?
- Welche Maßnahmen sind notwendig, um die Wahrnehmung dieser Veranstaltungen als Bereicherung zu fördern?
- Und wie können lokale Akteur:innen und Unternehmen stärker in die Wertschöpfung integriert werden?

### 3.4 Handlungsfeld 4: Standards & Selbstverständnis

Nachhaltigkeit, Inklusion und soziale Verantwortung sollten als grundlegende Prinzipien in der Planung und Durchführung von Großveranstaltungen verankert werden. Diese Aspekte sollten nicht nur als ergänzende Maßnahmen, sondern als zentrale Elemente eines ganzheitlichen Veranstaltungsansatzes betrachtet werden. Auf diese Weise kann gewährleistet werden, dass Großveranstaltungen nicht nur einen ökonomischen Nutzen generieren, sondern auch einen langfristigen sozialen und ökologischen Mehrwert für die Stadt und ihre Bevölkerung schaffen.

Ein zentrales Anliegen in diesem Kontext ist die Etablierung verbindlicher Standards für Nachhaltigkeit, Inklusion und soziale Verantwortung. Derzeit stellen unterschiedliche Anforderungen und eine mangelnde Koordination eine Herausforderung dar, die eine konsequente Umsetzung von Best Practices erschwert.

Darüber hinaus wird Nachhaltigkeit häufig als optionale Zusatzmaßnahme verstanden, statt als integraler Bestandteil der Eventplanung, was die Wirksamkeit und den nachhaltigen Einfluss auf die Gesellschaft verringern kann.

Zentrale Fragen, die sich im Zusammenhang mit diesem Handlungsfeld stellen, sind:

- Wie können bereits vorhandene Standards für Nachhaltigkeit, Inklusion und soziale Verantwortung in der Großveranstaltungsplanung nicht nur konsequent integriert, sondern auch besser kommuniziert und sichtbar gemacht werden?
- Welche konkreten Schritte sind notwendig, um Best Practices in diesen Bereichen zu koordinieren und effektiv umzusetzen?
- Und wie kann das Verständnis für Nachhaltigkeit als grundlegendes Prinzip gefördert werden, um eine nachhaltige und positive Veränderung zu erzielen?



## 4. BERLIN TOURISM & MICE SUMMIT 2024: ERKENNTNISSE UND PERSPEKTIVEN

Der Berlin Tourism & MICE Summit 2024 markiert den Abschluss eines intensiven Prozesses, bei dem die Ausgangslage analysiert, konkrete Handlungsempfehlungen erarbeitet und eine gemeinsame Vision für die Zukunft entwickelt wurden. In diesem Kapitel werden die wesentlichen Ergebnisse zusammengefasst: die identifizierten Herausforderungen, die erarbeiteten Handlungsempfehlungen sowie die formulierte gemeinsame Vision für die Zukunft.

### 4.1 Darstellung der Ergebnisse aus den Summit-Formaten

In diesem Kapitel werden die Ergebnisse der verschiedenen Formate des Summits zusammengefasst. Die unterschiedlichen Perspektiven und Beiträge aus den einzelnen Formaten bilden die Grundlage für die weiteren Entwicklungen und zeigen die zentrale Ausrichtung auf, die aus den Diskussionen und Workshops hervorgegangen ist.

#### ERÖFFNUNGSREDE UND IMPULSVORTRÄGE:

Die Veranstaltung wurde von Sabine Wendt, Geschäftsführerin von visitBerlin, gemeinsam mit den Mitveranstaltenden eröffnet.

Anschließend hielt die Politikwissenschaftlerin Dr. Liya Yu einen Impulsvortrag zum Thema "Großveranstaltungen als Chance für neurosozialen Zusammenhalt in unserer gespaltenen Gesellschaft" (siehe Exkurs). Ein weiterer Impuls wurde von Michael Biel, Staatssekretär für Wirtschaft, gegeben, der die Bedeutung der Tourismus- und Eventbranche für Berlin hervorhob und die Unterstützung der Stadt betonte. Anja Kirig, Sozialwissenschaftlerin, gab Einblicke in gesellschaftliche Wandlungsprozesse, die durch Megatrends geprägt sind. Sie beleuchtete Themen wie Tourismus, Freizeitkulturen und Wertewandel und fokussierte sich auf Zukunftsperspektiven und deren aktive Mitgestaltung.

#### PANEL TALK: BERLIN ALS MAGNET FÜR GROSSVERANSTALTUNGEN

Ein Panel Talk mit dem Titel "Berlin als Magnet für Großveranstaltungen - Heute stark, morgen bereit für neue Maßstäbe" fand mit folgenden Teilnehmer:innen statt:

Othmar Handl: Gründer des Fowardfestival

Barbara Hexges: Kommunikations- & Marketingexpertin bei Goodlife

Matthias Leonhardt: Geschäftsführer des Berlin Event Network e. V. (BEN)

Florian Weghorn: Chief of Staff der Internationalen Filmfestspiele (Berlinale)

Dr. Liya Yu: Neuro- und Politikwissenschaftlerin

Die Diskussion drehte sich um Berlins aktuelle Position und zukünftige Potenziale als Gastgeberin für Großveranstaltungen.

In anschließenden Workshops, Diskussionsrunden und auf Marktplätzen begann der partizipative Teil des Summit. Hier wurde die Branche und die Stakeholder aktiv einbezogen, Wissen und Expertise eingeholt und Ziele definiert

## **WORKSHOPS UND DISKUSSIONSRUNDEN:**

Es fanden verschiedene Workshops und Diskussionsrunden statt, darunter:

- Berlin diskutiert Strategie & Positionierung: Fokus auf die zukünftige nationale und internationale Positionierung Berlins.
- Berlin schafft (Mehr)Wert: Ideen zur Wertschöpfung und zum Nutzen von Großveranstaltungen für verschiedene Akteur:innen.
- Berlin entwickelt Strukturen & Prozesse: Optimierung von Abläufen bei Großveranstaltungen.
- Berlin definiert Standards & Selbstverständnis: Implementierung von Prinzipien wie Nachhaltigkeit und Inklusion in Veranstaltungen. Diese Workshops boten den Teilnehmer:innen die Möglichkeit, aktiv an der Entwicklung von Strategien und Maßnahmen mitzuwirken.

## **MARKTPLÄTZE MIT VIER THEMENFELDER:**

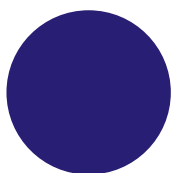
Der Marktplatz umfasste vier Themenfelder, die auf vier Bühnen von acht Dualstudierenden und Auszubildenden moderiert wurden, was die Forderung & Förderung von Nachwuchstalenten der Stakeholder untermalt:

### 1. Strategie & Positionierung:

- Berlin Food Week: Food-Festival für einen neuen Mainstream
  - Alexandra Laubrinus (Berlin Food Week GmbH)
  - Michael Hetzinger (Berlin Food Week GmbH)
- EXPO 2035: Ganz Berlin ist eine Weltausstellung
  - Daniel Girl (Global Goals für Berlin e.V.)

### 2. Strukturen & Prozesse:

- Host City Operation Center: Ein Sicherheitshauptquartier während der UEFA 2024
  - Niclas Bruns (Senatsverwaltung für Inneres und Sport)
  - Cordula Sonnenberg (Senatsverwaltung für Inneres und Sport)
- BESTIVAL: Business Festival der MICE und Travel Industrie
  - Manuel Wrobel (visitBerlin)
  - Michelle Fröhlich (visitBerlin)



- Alexander Serbe (visitBerlin)
- 3. (Mehr)Wert:
  - Internationale Gartenausstellung 2017 - Gärten der Welt
    - Beate Reuber (Grün Berlin GmbH)
    - Joanna Nordmann (Grün Berlin GmbH)
  - EUREF-Campus Berlin: Ein Zukunftsort
    - Sarah-Maria Ameler (EUREF-Campus Berlin)
    - Anke Langhardt (EUREF-Campus Berlin)
- 4. Standards & Selbstverständnis
  - The Changency & Crowd Impact: Nachhaltige Fanmobilität bei AnnenMayKantereit
    - Rosa Hoelger (The Changency)
  - In guten Händen e.V.- Barrierefreiheit als Schlüssel zur Teilhabe für alle
    - Sylvia Dörge (In guten Händen e.V.)

Mehr Details in der [Dokumentation](#)

Der Marktplatz bot einen Raum, in dem zahlreiche Speaker:innen und Projekte aus verschiedenen Bereichen ihre Ideen und Visionen präsentierten. Hier wurden spannende Beispiele aus der Praxis gezeigt, die bereits heute zukunftsweisende Lösungen umsetzen. Mit diesen Erkenntnissen im Hintergrund geht es nun darum, die Herausforderungen zu identifizieren, die es in der Branche zu meistern gilt.



# IMPULS: Die neurosoziale Dimension von Großveranstaltungen

Großveranstaltungen und Events sind weit mehr als wirtschaftliche oder kulturelle Highlights, denn sie haben das Potenzial, gesellschaftliche Spaltungen zu überbrücken und neue soziale Verbindungen zu schaffen. Neurowissenschaftliche Erkenntnisse, insbesondere die Forschungen von Dr. Liya Yu, belegen, dass unser Gehirn evolutionär darauf ausgerichtet ist, starke Gruppenbindungen einzugehen, jedoch oft auf Kosten der Ausgrenzung anderer. In einer hyperdiversen Welt wie Berlin stellt dies eine Herausforderung dar: **Wie können Veranstaltungen so gestaltet werden, dass sie Dehumanisierung entgegenwirken und stattdessen zur kognitiven Humanisierung beitragen?**

Durch gezielte Gestaltung können Events einen Raum für echte Begegnungen schaffen - unabhängig von Herkunft, sozialem Status oder politischen Überzeugungen. Emotionale, gemeinschaftsstiftende Erlebnisse aktivieren unser „soziales Gehirn“ und erleichtern das Überwinden von Vorurteilen. Dies stärkt nicht nur den gesellschaftlichen Zusammenhalt, sondern macht Berlin zu einem Vorbild für inklusive und dialogfördernde Veranstaltungsformate.

Veranstaltende sollten dabei insbesondere folgende Aspekte berücksichtigen:

- **INKLUSIVES EVENT-DESIGN:** Formate entwickeln, die Begegnungen auf Augenhöhe ermöglichen und Vielfalt als Bereicherung erlebbar machen.
- **NARRATIVE MIT WIRKUNG:** Kommunikationskonzepte und Storytelling so einzusetzen, dass die gemeinsame Werte betont werden und die Verbundenheit hervorheben.
- **RAUM FÜR DIALOG UND AUSTAUSCH:** Interaktive Formate fördern, in denen unterschiedliche Perspektiven sichtbar und erlebbar werden.
- **SENSIBILISIERUNG FÜR RISIKEN:** Achtsamkeit gegenüber potenziellen Herausforderungen wie Extremismus oder Dehumanisierung, insbesondere im Umgang mit Sicherheit und Kommunikation.

## DR. LIYA YU

ist eine Wissenschaftlerin am Institut für Medizinische Psychologie der LMU und Autorin, die in ihrer Forschung Neuro- und Politikwissenschaften vereint.

## 4.2 Herausforderungen (von heute und morgen)

In diesem Kapitel werden die Herausforderungen vorgestellt, die während des Summits identifiziert wurden. Es beleuchtet die wesentlichen Anforderungen, die erfüllt werden müssen, um Großveranstaltungen auch zukünftig erfolgreich und nachhaltig zu gestalten. Damit wird die erste Zielsetzung (siehe Kapitel 2.2) weiter vertieft und konkretisiert.

### EINE STARKE TOURISMUS- & MICE-BRANCHE ALS GRUNDLAGE DER ZUKUNFT

Die Zukunft der Stadt hängt maßgeblich von einer starken und attraktiven Tourismus- und Veranstaltungsbranche ab, die sowohl lokal als auch international wettbewerbsfähig bleibt. Daraus ergeben sich die folgenden Herausforderungen und Lösungsansätze:

- Arbeitsbedingungen und Fachkräftemangel: Wettbewerbsfähige Löhne und attraktive Arbeitskonditionen sind entscheidend, um Fachkräfte in allen Bereichen der Veranstaltungsbranche zu gewinnen und zu halten. Der steigende Fachkräftebedarf stellt die Branche vor zunehmende Probleme.
- New Leadership und Unternehmenskultur: Der Generationswechsel in Unternehmen führt zu Spannungen zwischen etablierten Hierarchien und neuen Führungsansätzen.
- Ausbildungsstandards: Unklare Qualifikationswege erschweren den Berufseinstieg und senken die Attraktivität der Branche. Sprachbarrieren und unzureichende Integrationsmöglichkeiten verstärken dieses Problem.
- Sicherheitskräfte: Zunehmend komplexe Herausforderungen wie Crowd-Management, Deeskalation und der Schutz vulnerabler Gruppen machen gut ausgebildetes Sicherheitspersonal erforderlich. Einheitliche Qualitätsstandards fehlen.

### INFRASTRUKTUR ALS RÜCKGRAT FÜR EINE ERFOLGREICHE VERANSTALTUNGSSTADT

Eine funktionierende und nachhaltige Infrastruktur bildet die Grundlage für Berlins Wettbewerbsfähigkeit als Veranstaltungs- und Reisedestination. Daraus ergeben sich die folgenden Herausforderungen und Lösungsansätze:

- Die wachsende Zahl an Großveranstaltungen führt zu erhöhten Anforderungen an den ÖPNV und die internationale Anbindung Berlins. Besonders in Randgebieten fehlt eine leistungsfähige Verkehrsanbindung. Stoßzeiten und Veranstaltungs-Hotspots belasten das bestehende System. Ohne Anpassungen drohen Engpässe und eine eingeschränkte Erreichbarkeit.
- Bargeldlose Bezahlmöglichkeiten, digitale Ticketlösungen und effiziente Besucherlenkung sind nicht ausreichend etabliert, was zu organisatorischen Ineffizienzen führt.

- Es fehlt eine systematische Verlagerung auf umweltfreundliche Verkehrsmittel, um CO<sub>2</sub>-Emissionen zu reduzieren und gleichzeitig eine zuverlässige Anbindung sicherzustellen.

## **STRUKTURELLE HÜRDEN IN VERWALTUNG UND POLITIK**

Um langfristig erfolgreich zu sein, müssen Verwaltung, Politik und Förderinstrumente an die Herausforderungen einer globalisierten und digitalen Welt angepasst werden. Daraus ergeben sich die folgenden Herausforderungen und Lösungsansätze:

- Langwierige Genehmigungsverfahren und uneinheitliche Regelungen in den Bezirken behindern eine effiziente Planung und Durchführung von Großveranstaltungen.
- Die fragmentierte Zuständigkeit zwischen Verwaltungsebenen führt zu Ineffizienz und Unsicherheiten in der Planung.
- Fehlende langfristige Strategien und unklare Zuständigkeiten erschweren eine verlässliche Planung und Investition für die Branche.
- Finanzielle Anreize zur Umsetzung von ökologischen und sozialen Standards sind nicht ausreichend vorhanden.

## **KOOPERATION UND GESELLSCHAFTLICHE AKZEPTANZ ALS ENTSCHEIDENDE FAKTOREN**

Die Vision Berlins erfordert eine Kultur der Zusammenarbeit und des Dialogs, die alle relevanten Akteur:innen einbindet. Daraus ergeben sich die folgenden Herausforderungen und Lösungsansätze:

- Fehlende Vernetzung und Konkurrenzdenken verhindern eine effektive Zusammenarbeit zwischen relevanten Stakeholdern.
- Der Dialog mit der Stadtgesellschaft ist nicht systematisch verankert, was zu Akzeptanzproblemen bei Großveranstaltungen führen kann.
- Kurzfristige wirtschaftliche Interessen überlagern häufig langfristige nachhaltige Entwicklungen. Fehlende Fehlerkultur und mangelnde Offenheit für Veränderungen bremsen den Transformationsprozess.

## **GELEBTE WERTE ALS IDENTITÄTSMERKMAL DER STADT**

Berlin muss sich klar darüber werden, wofür die Stadt steht, und diese Werte aktiv umsetzen. Daraus ergeben sich die folgenden Herausforderungen und Lösungsansätze:

- Ein verbindlicher Orientierungsrahmen für alle Akteure existiert nicht.
- Ökologische und soziale Standards sind in vielen Bereichen nicht verpflichtend und werden daher nur punktuell berücksichtigt.



- Es fehlt an umfassenden Konzepten für sprachliche, physische und digitale Barrierefreiheit.
- Sauberkeit und ein gepflegtes Erscheinungsbild sind nicht durchgängig gewährleistet, was die Wahrnehmung der Stadt negativ beeinflusst.
- Viele Akteure haben keine klare Vorstellung davon, welchen Beitrag sie zur nachhaltigen Entwicklung Berlins leisten können.

Berlin in 10 Jahren, 2035 erfordert entschlossenes Handeln und eine starke Zusammenarbeit aller Akteur:innen. Nur so kann die Stadt ihren Platz als Vorreiterin für Großveranstaltungen, Nachhaltigkeit und gesellschaftliche Werte behaupten.

### 4.3 Next Steps in Richtung Zukunft – Handlungsempfehlungen

Um die identifizierten Herausforderungen gezielt anzugehen, werden im folgenden Abschnitt praxisorientierte und fundierte Handlungsempfehlungen entwickelt.

Diese Empfehlungen bieten konkrete Lösungsansätze, die darauf abzielen, die Großveranstaltungen in Berlin nachhaltig und zukunftsfähig zu gestalten. Auf Basis der Erkenntnisse aus dem vorherigen Kapitel werden nun die nächsten Schritte formuliert, um die Branche weiterzuentwickeln und den Anforderungen der Zukunft gerecht zu werden.

Um Berlin in 10 Jahren, 2035 als führende Metropole für nachhaltige, inklusive und innovative Großveranstaltungen zu etablieren, bedarf es klarer Handlungsempfehlungen, die alle relevanten Akteur:innen einbinden. Die folgenden Maßnahmen fokussieren auf die Tourismus- und MICE-Branche, Politik und Verwaltung sowie die Zusammenarbeit aller Stakeholder:innen.

## TOURISMUS & MICE BRANCHE

Nachhaltigkeit – ökologisch & sozial

- Eine einheitliche Definition von Veranstaltungen ermöglicht eine gezieltere Wirkungsmessung und Bereitstellung der Daten. Die Einhaltung und Erfüllung von (Nachhaltigkeits-)Kriterien sollten verbindlich nachgewiesen werden, während klare Standards, regelmäßige Evaluierungen und gezielte Anreize dazu beitragen, klima- und soziale Verantwortung in der Veranstaltungsbranche langfristig zu verankern und messbar zu machen.
- Einführung eines CO<sub>2</sub>-Budgets pro Kopf oder Unternehmen, das Veranstaltende und Teilnehmende gleichermaßen in die Verantwortung nimmt.
- Soziale Verpflichtungen wie Corporate Responsibility und die Rolle als Multiplikator:innen für Nachhaltigkeit in Unternehmen stärken.

- Nachhaltigkeitsaspekte sollten gezielt in der Vermarktung kommunizieren, z. B. durch optimierte Veranstaltungsrechner und Informationskampagnen für Kund:innen.
- Bereits heute sollten nachhaltige Maßnahmen umgesetzt werden und Standards wie „no single use plastic“ etablieren.

#### Mobilität

- Ausbau internationaler Flugverbindungen und Erhöhung der Frequenz am Flughafen Berlin Brandenburg
- Der Ausbau innerdeutscher und internationaler Bahn- und Flugverbindungen sollte weiter vorangetrieben werden. Zusätzlich muss die ÖPNV-Infrastruktur, insbesondere in Randgebieten, gesichert und ausgebaut werden. Die Anbindung des ÖPNV und der S-Bahn in Berlin sollte für Großveranstaltungen optimiert werden, um eine effiziente Erreichbarkeit der Veranstaltungsorte zu gewährleisten. Darüber hinaus sind innovative Mobilitätslösungen zu fördern, um nachhaltige und flexible Verkehrsangebote zu schaffen.
- Förderung des ÖPNV bei internationalen Gästen durch klare Kommunikation und Integration in Event-Tickets.

#### Strategie & Vision

- Entwicklung einer gemeinsamen Vision für Berlin als MICE- und Tourismus-Metropole, die von einem Strategiepapier und gezielten Marketingmaßnahmen nach innen und außen getragen wird.
- Förderung von Veranstaltungen, die Begegnungen zwischen Menschen aus verschiedenen Kontexten schaffen und Horizonte erweitern.
- Ein klar kommuniziertes und verbindendes Narrativ für Großveranstaltungen soll die Identifikation der Berliner:innen und Unternehmen mit diesen Events stärken. Dabei wird betont, wie Großveranstaltungen zur positiven Entwicklung der Stadt beitragen und welche Chancen sie für lokale Unternehmen sowie die Gesellschaft insgesamt bieten.
- Kostenfreie Erlebnisse für Bürger:innen, um Akzeptanz und Identifikation zu stärken.
- Mehr Akzeptanz für Veranstaltungen durch frühzeitige Vermittlung schaffen: Um die Akzeptanz von Veranstaltungen zu erhöhen, ist eine frühzeitige und transparente Kommunikation erforderlich. Der Austausch von Daten und Erfahrungen mit wichtigen Partnern sollte intensiviert werden, um die Planung und Organisation von Events optimal auf die Bedürfnisse der Stadtgesellschaft abzustimmen. Ein einheitliches Kriterien Set sollte etabliert werden, um bestehende Expertise systematisch zu nutzen und weiterzuentwickeln. Dadurch kann die Bewertung und Optimierung von Veranstaltungen gezielter erfolgen und fundierte Entscheidungen erleichtert werden.

### Vernetzung und Zusammenarbeit

- Ein Berlin Event Board steuert dabei strategisch die Bewerbungen für Veranstaltungen und übernimmt eine zentrale Rolle in der Planung. So trägt es maßgeblich zur Positionierung Berlins als attraktive Eventmetropole bei und prägt das Image der Stadt nachhaltig.
- Mitarbeit in politischen Gremien wie der BVV (Bezirksverordnetenversammlung, um die Branche aktiv zu repräsentieren: Hierbei sollten insbesondere die DMO, relevante Verbände sowie Akteure aus der Event- und Tourismusbranche einbezogen werden, um die vielfältigen Interessen und Perspektiven der Branche effektiv einzubringen und politische Entscheidungen maßgeblich zu beeinflussen.

### Ausbildung & Fachkräfte

- Wettbewerbsfähige Löhne und attraktive Arbeitsbedingungen sind entscheidend, um Fachkräfte in allen Bereichen der Veranstaltungsbranche zu gewinnen und zu halten. Neben der Einhaltung gesetzlicher Vorgaben, wie dem Mindestlohn, geht es darum, langfristig attraktive Beschäftigungsbedingungen zu schaffen, die die Branche als Arbeitgeber stärken.
- Ausbildungsstandards: Hohe betriebliche Ausbildungsqualität sowie der Abbau von Einstiegsbarrieren können den Berufseinstieg erleichtern und die Attraktivität der Branche steigern. Dazu gehört auch die Möglichkeit, praktische Berufserfahrung frühzeitig zu sammeln – beispielsweise durch Modelle wie „erst Arbeit, dann Sprache“, die insbesondere Menschen mit Sprachbarrieren, etwa Geflüchteten, den Zugang zum Arbeitsmarkt erleichtern können. Entscheidend ist eine gezielte Förderung, die sowohl die Qualifikation als auch die Integration unterstützt.
- Etablierung klarer Ausbildungsstandards in den Bereichen Sicherheit, Eventmanagement, Barrierefreiheit und Hotellerie.
- Förderung neuer Job-Profile wie Nachhaltigkeitsmanager:innen

### Unternehmenskultur

- Einführung eines Start-up-Mindsets: schnell, agil und wirtschaftlich getrieben. Dies erfordert eine Grundhaltung der Lösungsorientierung, „Yes, if...“ statt „No, because...“ liegt. Darüber hinaus sollte die Startup-Community aus verschiedenen Bereichen, wie zum Beispiel FinTech, Fashion und weiteren innovativen Sektoren, als Botschafter eingebunden werden, um kreative Ansätze und neue Ideen in die Branche zu integrieren.
- Wertschätzung für alle Mitarbeitenden, einschließlich Helping Hands, durch faire Entlohnung und teambildende Maßnahmen.
- Ein moderner Führungsstil, der den Generationswechsel meistert und die Beiträge des Nachwuchses wertschätzt, ist essenziell.
- Förderung eines unternehmensübergreifenden Teamgeistes, um gemeinsam das Ziel „Berlin in 10 Jahren, 2035“ zu erreichen.

## POLITIK & VERWALTUNG

### Gesetze & Regularien

- Anpassung von Gesetzgebungen, insbesondere bei der Sondernutzungsvergabe auf Bezirks- und Landesebene.
- Einführung klarer, verbindlicher Standards für Sicherheit und Nachhaltigkeit mit Unterstützung unabhängiger Schulungspartner:innen: Bestehende Vorgaben wie CSRD, LKSG und die EU-Ökodesign-Verordnung bieten bereits einen Rahmen. Programme wie Sustainable Meetings/Tourism können Unternehmen praxisnah bei der Umsetzung unterstützen, ohne zusätzliche regulatorische Hürden zu schaffen.
- Um Berlin als Stadt noch offener und flexibler zu gestalten, sollten bestehende gesetzliche Regelungen regelmäßig auf ihre Wirksamkeit und zeitgemäße Relevanz überprüft werden. Dies umfasst beispielsweise die Evaluation von Regelungen wie der Sonntagsöffnung sowie die Möglichkeit, Vorschriften je nach Standortbedürfnissen anzupassen. Ziel ist es, durch flexible Rahmenbedingungen die Attraktivität Berlins als Standort weiter zu stärken und die Resilienz der Stadt langfristig zu sichern, ohne die bestehenden politischen und rechtlichen Strukturen zu vernachlässigen.
- Visapolitik als Barriere: Erleichterungen für internationale Gäste sind notwendig, um den Zugang zu Berlin zu erleichtern und die Stadt als globalen Veranstaltungsort sowie attraktiven Standort für Fachkräfte weiter zu stärken.
- Um Großveranstaltungen sicherer und einfacher planbar zu machen, empfiehlt sich die Einführung einer eigenständigen Berliner Versammlungsstättenverordnung (VStättV), welche folgende Vorteile mit sich bringt:
  - Einheitliche Regelungen für Veranstaltungen: Klare, berlinweit gültige Vorschriften statt uneinheitlicher Bezirksvorgaben bzw. Auslegungen der Bauverordnung.
  - Weniger Bürokratie, bessere Planbarkeit: Einheitliche Genehmigungsprozesse erleichtern die Event-Organisation und entlasten Behörden.
  - Höhere Sicherheit durch definierte Standards: Einheitliche Vorgaben für Fluchtwege, Brandschutz, Bauabnahmen u.a.
  - Anpassung an moderne Veranstaltungsformate: Spezifische Regeln für Open-Air-Events, temporäre Locations, hybride Events und andere neue Formate.
  - Schnellere behördliche Entscheidungen: Klare Zuständigkeiten und zentrale Anlaufstellen.

## Verwaltung & Prozesse

- Die Einbindung der Bezirke in frühzeitige Planungen und Entscheidungsprozesse ist notwendig, um eine schnellere und koordinierte Bearbeitung von Anträgen zu gewährleisten.
- Digitalisierung und die Modernisierung von Prozessen reduzieren Bürokratie und schaffen Planungssicherheit. Zentrale Stellen und vereinheitlichte Genehmigungsverfahren ersetzen die fragmentierte Hoheit der Bezirke. Konkret kann dies durch die Digitalisierung von Antragsprozessen, wie etwa Genehmigungen für Veranstaltungen, verbessert werden. Genehmigungen für Großveranstaltungen und Sicherheitskonzepte könnten zentral über eine digitale Plattform beantragt und verwaltet werden.
- Nutzung der E-Akte in Behörden und Vereinheitlichung von Auflagen auf Landes- und Bundesebene. Eine konsequente und beschleunigte Umsetzung bleibt essenziell, um Verwaltungsprozesse zu optimieren und die Planungssicherheit für die Branche zu erhöhen.

## Digitalisierung

- Digitalisierung der Behörden weiter vorantreiben, um Antragsprozesse und Ausschreibungen zu vereinfachen: Bestehende Initiativen wie der Einheitliche Ansprechpartner ([berlin.de/ea](http://berlin.de/ea)) und die Vergabepattform des Landes ([berlin.de/vergabepattform](http://berlin.de/vergabepattform)) bieten bereits Lösungen. Eine stärkere Vernetzung und effizientere Umsetzung dieser Systeme bleibt entscheidend, um bürokratische Hürden weiter abzubauen.
- Implementierung digitaler Tools zur besseren Kommunikation zwischen Verwaltung und Veranstaltern.

## Nachhaltigkeit

- Verknüpfung von Fördermitteln und Ausschreibungen mit Nachhaltigkeitsvorgaben: Programme wie der nachhaltige Kongressfonds Berlin zeigen bereits Ansätze in diese Richtung. Durch die Vergaberechtsreform der Bundesregierung (Anpassung von GWB, VgV, UVgO) gewinnt das Thema weiter an Bedeutung. Eine ausgewogene Umsetzung ist entscheidend, um Nachhaltigkeit zu fördern, ohne Verfahren unnötig zu verkomplizieren oder zusätzliche bürokratische Hürden für die Branche zu schaffen.
- Unternehmen sollen finanzielle Unterstützung erhalten, um Nachhaltigkeitsstandards konsequent umzusetzen und Nachhaltigkeitsbeauftragte zu etablieren. Diese sollen ökologische und soziale Maßnahmen in der Veranstaltungsbranche vorantreiben, Prozesse optimieren und die Einhaltung verbindlicher Standards sicherstellen. So wird nachhaltiges Wirtschaften langfristig gesichert und gefördert.

## Mobilität

- Ausbau und Sanierung des Streckennetzes sowie langfristige Sicherung bezahlbarer ÖPNV-Angebote: Eine moderne und leistungsfähige Infrastruktur ist essenziell, um die Mobilität nachhaltig zu verbessern und den öffentlichen Nahverkehr attraktiv zu gestalten.
- Finanzierung & Förderung
- Bereitstellung finanzieller Mittel für technologische Innovationen und nachhaltige Entwicklungen.
- EU-weite Umsetzung und Förderung standardisierter Ausschreibungen und Normen: Im Zuge der Vergaberechtsreform der Bundesregierung (Anpassung von GWB, VgV, UVgO) gewinnt die Harmonisierung von Verfahren an Bedeutung. Eine einheitliche Regulierung auf EU-Ebene kann Vergabeprozesse erleichtern und die Wettbewerbsfähigkeit stärken.

## Bürger:innenbeteiligung

- Weiterentwicklung rechtlicher Grundlagen für Bürgerentscheide und Stärkung digitaler Beteiligungstools: Plattformen wie mein.Berlin.de bieten bereits Beteiligungsmöglichkeiten und werden kontinuierlich weiterentwickelt. Eine gezielte Optimierung und breitere Nutzung digitaler Instrumente können die Bürgerbeteiligung weiter stärken, ohne Entscheidungsprozesse unnötig zu verkomplizieren.

## **ALLE STAKEHOLDER:INNEN**

### Zusammenarbeit

- Ein transparenter Aktionsplan sollte darauf abzielen, Synergien zwischen den verschiedenen Akteuren zu nutzen. Zusätzlich sollte ein regelmäßiges Format für den Austausch von Informationen, geplanten Projekten und Erfahrungen etabliert werden, um Interessenskonflikte zu vermeiden und die Zusammenarbeit durch erfolgreiches Wissensmanagement zu stärken. Klar definierte Zuständigkeiten und Ziele tragen dazu bei, dass alle Beteiligten auf dasselbe Ziel hinarbeiten. Ein gemeinsamer Veranstaltungskalender kann dabei als praktische Ressource dienen, um Transparenz zu schaffen und eine bessere Koordination zwischen den verschiedenen Institutionen und Akteuren zu ermöglichen.
- Ein einheitliches Mindset, das Zukunft und Nachhaltigkeit über kurzfristige Gewinne stellt, sollte sowohl von der Verwaltung als auch von der Branche übernommen werden. Dies setzt voraus, dass die Prioritäten von kurzfristiger Gewinnmaximierung hin zu langfristiger, nachhaltiger Entwicklung verschoben werden. Transparente Prozesse und eine lösungsorientierte Fehlerkultur können diesen Wandel unterstützen, indem sie eine positive Haltung gegenüber Veränderung und Verantwortung fördern.

- In enger Zusammenarbeit zwischen Polizei, Feuerwehr und weiteren relevanten Akteuren soll ein umfassendes Sicherheitskonzept für die bekannten Veranstaltungsflächen in Berlin entwickelt werden. Dieses Konzept umfasst zentrale Rahmenvorgaben, wie Maximalauslastung, Fluchtwege, Vorsperrungen und Umleitungen, die den Veranstaltern als Grundlage dienen. Sie können dann auf dieser Basis maßgeschneiderte Sicherheitskonzepte erarbeiten und einreichen. Dadurch werden sowohl Aufwand und Kosten für Veranstaltende als auch für Genehmigungsbehörden reduziert, während gleichzeitig die Sicherheit für alle Beteiligten und Besucher erhöht wird.
- Einrichtung einer zentralen Anlaufstelle (One Stop Agency): Für die effiziente Planung und Durchführung von Großveranstaltungen braucht es eine behördliche Anlaufstelle, die zwischen Politik, Veranstaltern, Sicherheitsinstitutionen und Verwaltung koordiniert. Diese zentrale Stelle steuert sicherheitsrelevante Prozesse, ÖPNV-Planung, City Dressing und Nachhaltigkeitsstandards. Wiederkehrende Abläufe lassen sich optimieren, und eine behördliche Allokation verhindert bürokratische Hürden. Eine einheitliche Berliner Versammlungsstättenverordnung und die Schließung der Regelungslücke für die Genehmigung von Großveranstaltungen im öffentlichen Straßenland bzw. als gemischte Veranstaltungen in Veranstaltungsstätten UND dem öffentlichen Straßenland würde Großveranstaltungen sicherer und effizienter planbarer machen, indem sie einheitliche Regelungen schafft, Bürokratie reduziert, Sicherheitsstandards definiert, moderne Veranstaltungsformate berücksichtigt und schnellere behördliche Entscheidungen ermöglicht.

#### Kommunikation

- Ein einheitlicher Berliner Veranstaltungsbegriff sollte definiert werden, um Klarheit über die unterschiedlichen Arten von (Groß-)Veranstaltungen zu schaffen. Dies würde das Verständnis aller Akteure verbessern, Zuständigkeiten klarer zuordnen und eine effektivere Zusammenarbeit zwischen Institutionen ermöglichen.
- Berlin als moderne und zukunftsorientierte Metropole positionieren: Statt abstrakter Marketingaussagen sollten konkrete, greifbare Beispiele hervorgehoben werden, begleitet von einer gezielten, positiven Kommunikation nach außen, um die internationale Wahrnehmung und Attraktivität der Stadt nachhaltig zu fördern.
- Um die Identifikation mit Großveranstaltungen zu stärken, sollte die Beteiligung der Bürger:innen am Planungsprozess intensiviert werden. Regelmäßige Beteiligungsformate und interaktive Plattformen ermöglichen einen offenen Dialog zwischen der Stadtgesellschaft, Behörden und der Veranstaltungsbranche. Durch diese Co-Kreation können die Bürger:innen aktiv mitgestalten, was zu einer höheren Akzeptanz und einer stärkeren Integration von Veranstaltungen in das städtische Leben führt.

- Einführung einer berlinweiten Clusterstrategie für Veranstaltungen inklusive eines Förder- und Akquisebudgets für internationale B2C und B2B Events.

### Mobilität

- Optimierung der überregionalen und internationalen Anbindung durch enge Zusammenarbeit mit Transportunternehmen wie der Deutschen Bahn, Flixbus und Airlines, um die Erreichbarkeit Berlins für Großveranstaltungen zu verbessern und den Reiseverkehr effizienter zu gestalten.
- Verbesserte Verbindungen reduzieren die Abhängigkeit von nicht nachhaltigen Verkehrsmitteln und fördern gleichzeitig eine reibungslose Mobilität während Großveranstaltungen.
- Entwicklung eines Verkehrs angepassten Konzeptes, das die Bedürfnisse von Veranstaltungen berücksichtigt.
- Ausbau des Personals im ÖPNV und verbesserte Erreichbarkeit für Gäste: Neben der Aufstockung des Personals im öffentlichen Nahverkehr könnten auch technologische Lösungen wie führerlose Züge eine Alternative bieten, um den Fahrermangel zu kompensieren. Dies würde es ermöglichen, das vorhandene Personal verstärkt im Servicebereich einzusetzen und gleichzeitig die Erreichbarkeit für Gäste zu verbessern.

### Digitalisierung

- Analyse, Implementierung und Etablierung digitaler Möglichkeiten, um Kommunikation und Prozesse mit Hilfe von Datenplattformen und Application Programming Interfaces (APIs) wie z. B. dem Datenhub zu vereinheitlichen und zu stützen.
- Eine initiierte Digitalisierungsoffensive als Lösung, um nahtlose digitale Prozesse zu implementieren. Die Integration bargeldloser Zahlungen, elektronischer Ticketsysteme und einer effizienten Besucherlenkung wird Berlin als modernes und zukunftsfähiges Veranstaltungsziel weiter stärken.

### Nachhaltigkeit & Inklusion

- Einführung eines verbindlichen Code of Conduct, der Nachhaltigkeit, Integration und Diversität als Kernprinzipien definiert (Verweis auf o.g. Passus zu Nachhaltigkeit).
- Sensibilisierung von Gästen und Stakeholder:innen für Barrierefreiheit durch Best Practices und gezielte Schulungen.
- Von klaren Wegeleitsystemen bis hin zu umfassender Inklusion setzt Berlin Maßstäbe. Dazu gehört auch der Abbau von Sprachbarrieren, etwa durch die Bereitstellung von Informationen in mehreren Sprachen, wie Englisch, oder durch digitale Übersetzungstools, die eine breitere Zugänglichkeit ermöglichen.



### Berlin-Image & Willkommenskultur

- Stärkung Berlins Einzigartigkeit und Diversität durch Freundlichkeitsoffensive, mehrsprachige Angebote und zielgerichtete Vermarktung als Standort für Großveranstaltungen: Berlin wird als weltoffene, vielfältige und gastfreundliche Stadt präsentiert, die durch eine koordinierte Marketingstrategie international als führender Standort für Großveranstaltungen positioniert wird.
- Sauberkeit und ein positives Stadtbild tragen sowohl für Besucher:innen als auch für Einwohner:innen zu einem besseren Erlebnis bei. Um dies zu erreichen, müssen alle Akteure - von der Stadtverwaltung über Unternehmen bis hin zu den Bewohner:innen - gemeinsam Verantwortung für das äußere Erscheinungsbild und die Wahrnehmung der Stadt übernehmen. Im Rahmen von Großveranstaltungen sollten nachhaltige Reinigungskonzepte entwickelt werden, die den ökologischen Fußabdruck minimieren. Gleichzeitig muss die Sensibilisierung der Berliner:innen und Besucher:innen für umweltbewusstes Verhalten gefördert werden, um die Nachhaltigkeit langfristig zu sichern.
- Strukturierte und finanzierte Angebote im Rahmen von CityDressing (z.B. Hinweise am Flughafen, in Bahnhöfen, im Stadtraum durch Infomonitore oder Beflaggung). Eine ansprechende und kohärente visuelle Identität trägt zur positiven Wahrnehmung bei und verstärkt das Erlebnis für Besucher:innen und Einwohner:innen gleichermaßen.

Mit diesen Handlungsempfehlungen ebnet Berlin den Weg und definiert welche kleinen und großen Schritte es braucht, um in zehn Jahren zur führenden Metropole für Großveranstaltungen zu werden. Die Zukunft Berlins liegt in einer nachhaltigen, digitalen und inklusiven Zusammenarbeit aller Akteur:innen - gemeinsam für eine lebenswerte Stadt.

## 4.4 Berlin in 10 Jahren, 2035: die beste aller Zukünfte

Im abschließenden Kapitel steht die Entwicklung einer gemeinsamen Vision im Mittelpunkt, die auf den bisherigen Erkenntnissen und Empfehlungen aufbaut. Ziel ist es, eine zukunftsfähige Perspektive für die Weiterentwicklung der Großveranstaltungen in Berlin zu schaffen, die sowohl die Bedürfnisse der Branche als auch die gesellschaftlichen Herausforderungen berücksichtigt. Dieser Abschnitt skizziert eine Vision, die als langfristiger Orientierungsrahmen dient und die gemeinsame Ausrichtung für die nächsten Schritte vorgibt.

Berlin hat es geschafft. In zehn Jahren ist die Stadt noch mehr Gastgeberin großer Veranstaltungen mit Strahlkraft, die perfekt zu Berlins Profil passen. Gleichzeitig ist Berlin international bekannt für kulturelle Highlights wie das Lollapalooza Festival, die Berlin Food Week und andere innovative Großveranstaltungen. Die Stadt hat ihre Identität bewahrt: Diversität, Kreativität, Weltoffenheit und Nachhaltigkeit prägen weiterhin das Bild Berlins - und das weltweit. Dies

ist kein Zufall, sondern das Ergebnis einer umfassenden Strategie, die partizipativ mit allen relevanten Akteur:innen entwickelt wurde.

Durch eine mittel- bis langfristige Planungssicherheit profitieren sowohl Veranstaltende als auch die Stadt selbst: Eine gleichmäßige Auslastung sorgt für stabile Einnahmen in den Betrieben, während zusätzliche Steuereinnahmen die wirtschaftliche Basis Berlins stärken. Anhand der neuen Definition für Großveranstaltungen sowie der abgestimmten Clusterstrategie und Förderpolitik bringen internationale Großkongresse und Business Events neue Kontakte, Innovationen und Aufmerksamkeit für Berlins Wirtschafts- und Wissenschaftsbereiche mit sich und stärken das Profil der Stadt in den jeweiligen Bereichen.

## STRATEGIE UND IMAGE: GEMEINSAM IN DIE ZUKUNFT

Berlin hat sich klar positioniert. Die Stadt präsentiert sich international als Vorreiterin für nachhaltige und inklusive Großveranstaltungen, ohne dabei ihre kulturelle Einzigartigkeit aufzugeben.

- Klarer USP: Berlin steht für Diversität, Inklusion und Innovation. Diese Werte spiegeln sich nicht nur in den Veranstaltungen wider, sondern sind tief im Selbstverständnis der Stadt verankert. Berlin nutzt seine vielfältige Kultur und dynamische Kreativität, um global relevante Lösungen für Nachhaltigkeit und Inklusion zu entwickeln, die auch als Modelle für andere Städte dienen können.
- Leuchtturmprojekte: Mit möglichen Veranstaltungen wie der EXPO 2035 und den Olympischen Spielen demonstriert Berlin, wie eine Stadt Großveranstaltungen nachhaltig gestalten und dabei globale Maßstäbe setzen kann. Diese Projekte sind nicht nur wirtschaftliche Hebel, sondern auch Plattformen, um Berlins Engagement für Umwelt- und Klimaschutz, soziale Gerechtigkeit und Innovationskraft sichtbar zu machen.
- Kulturelle Stärke: Berlin hat sich als Zentrum für kulturelle Highlights etabliert. Die Berlinale, die Berlin Food Week und zahlreiche weitere Events tragen dazu bei, das Image der Stadt als kreatives und innovatives Zentrum zu stärken. Gleichzeitig ermöglichen diese Veranstaltungen einen interdisziplinären Austausch und fördern die Vernetzung zwischen der Kulturszene, der Wirtschaft und der Wissenschaft, was die Innovationskraft der Stadt weiter anheizt.
- Transparente Kommunikation: Durch frühzeitige und transparente Kommunikation mit allen relevanten Partner:innen konnte die Akzeptanz von Großveranstaltungen in der Stadtgesellschaft signifikant gesteigert werden. Der intensive Austausch von Daten und Erfahrungen hat dazu beigetragen, dass Veranstaltungen optimal auf die Bedürfnisse der Berliner:innen und Besucher:innen abgestimmt wurden. Die Etablierung eines einheitlichen Kriterien-Sets hat es ermöglicht, bestehende Expertise

systematisch zu nutzen und kontinuierlich weiterzuentwickeln. Unterstützt wird dies durch die Einführung einer berlinweiten Clusterstrategie für Veranstaltungen inklusive eines Förder- und Akquisebudgets für internationale B2C und B2B Events.

## **STRUKTUR UND ZUSAMMENARBEIT: EFFIZIENZ DURCH DIGITALISIERUNG UND KOOPERATION**

Eine moderne und digitalisierte Verwaltung hat es Berlin ermöglicht, Prozesse zu vereinfachen und die Zusammenarbeit zwischen allen Beteiligten zu verbessern.

- Digitalisierung: Der gesamte Prozess – von der Ausschreibung bis zur Umsetzung – wird digitalisiert, was Transparenz und Effizienz fördert. Durch die Nutzung von bezirksübergreifenden E-Akten, KI-gestützten Antragsprüfungen und der Einrichtung zentraler Anlaufstellen werden bürokratische Hürden abgebaut und eine schnellere Bearbeitung ermöglicht. Dies reduziert nicht nur den Verwaltungsaufwand, sondern sorgt auch für eine höhere Planungssicherheit und sorgt dafür, dass alle relevanten Akteure zeitnah informiert und in den Prozess integriert werden.
- Zentrale Anlaufstelle (One Stop Agency): Für eine effiziente Akquise, Vorbereitung, Durchführung und Nachbereitung von Großveranstaltungen bedarf es einer behördlichen Anlaufstelle, die koordinierend zwischen allen relevanten Akteur:innen wie Politik und Verwaltung, Veranstalter:innen und Dienstleister:innen, Behörden für Ordnung und Sicherheit (BOS), Bürger:innen, sowie der Veranstaltungs- und Mobilitätsinfrastruktur agiert. Diese zentrale Stelle befähigt Berlin, sich entlang seiner in #1 entwickelten strategischen Ausrichtung zu positionieren. Außerdem erfolgt hier die Steuerung von Prozessen, die durch Berlin (nicht allein durch private Veranstalter) beeinflusst werden müssen, beispielsweise in Bezug auf Sicherheitsanforderungen, die Koordination der ÖPNV-Planung, Kommunikation und Marketing inkl. City Dressing oder der Nachhaltigkeitsstandards für die Stadt. Aber auch vermeintlich kleinere Veranstaltungsthemen, wie Fragen der Bewertung und Evaluation von Veranstaltungen, einheitliche juristische Positionierung Berlins gegenüber nat. und internat. Rechteinhabern, eine berlinweites Volunteer-Akquise-Tool, Musterschreiben – und Musterdokumente bis hin zur Übernahme von klassischen Host City Aufgaben, könnte eine solche zentrale Anlaufstelle in der Zukunft erarbeiten bzw. leisten. Damit lassen sich wiederkehrende Prozesse entwickeln und Lerneffekte effizient anwenden. Eine Allokation auf behördlicher Ebene gewährleistet die enge Zusammenarbeit zwischen Bezirken und Fachbehörden, trägt zur Vermeidung bürokratischer Hürden bei und stellt den notwendigen Zugriff auf unvermeidlich einzusetzende staatliche Ressourcen sicher. Einheitliche Rahmenbedingungen für Großveranstaltungen finden Anwendung. Diese gesamtstädtische Steuerung von Veranstaltungsthemen von einer Stelle aus

würde mittel- bis langfristig Synergien heben, sodass für ein solches Modell mittelfristig keine zusätzlichen Finanz- und Personalressourcen bereitgestellt werden müssten. Zudem würde eine solche Stelle auch einen entscheidenden Wettbewerbsvorteil Berlins in internationalen Bewerbungsverfahren darstellen. Ein Modell, das als Vorbild dienen könnte, ist das Host-City-Konzept der UEFA EURO 2024, welches bereits mit einem umfangreichen Schnittstellenmanagement die erfolgreiche Veranstaltungsumsetzung gewährleistet und Optimierungspotenziale identifiziert hat

- Standardisierung: Einheitliche Standards und Verfahren auf städtischer und behördlicher Ebene sind notwendig, um eine effiziente Zusammenarbeit zwischen Veranstaltenden, Behörden und lokalen Partner:innen zu gewährleisten. Standardisierte Genehmigungsverfahren und Kriterien für Sicherheitskonzepte sowie Nachhaltigkeitsanforderungen schaffen nicht nur Planungssicherheit, sondern auch eine konsistente Qualitätskontrolle.
- Fachkräfte: Die Tourismus- und MICE-Branche hat durch faire Arbeitsbedingungen, attraktive Karrieremöglichkeiten und gezielte Ausbildungsinitiativen hochqualifizierte Fachkräfte gewonnen. Gleichzeitig wurde die Fachkräfteentwicklung in den Bereichen Eventmanagement, Sicherheit und Nachhaltigkeit gefördert, um den zukünftigen Anforderungen gerecht zu werden. Ein besonderer Fokus liegt auf dem Einsatz für eine hohe betriebliche Ausbildungsqualität und den Abbau von Einstiegshürden, um den Zugang zur Branche zu erleichtern und langfristig qualifizierte Fachkräfte zu sichern.
- Kooperation: In Berlin ziehen Wirtschaft und Politik an einem Strang. Starke Partnerschaften zwischen Verwaltung, Veranstaltungsbranche, lokalen Unternehmen und Zivilgesellschaft prägen die Stadt. Gemeinsame Ziele und regelmäßiger Austausch sichern eine schnelle und nachhaltige Umsetzung von Maßnahmen für Großveranstaltungen. Ein strategisches Berlin Event Board wird eingerichtet, um die Umsetzung der Handlungsfelder zu moderieren, einen gemeinsamen Code of Conduct zu schaffen und langfristige Partnerschaften zwischen den Akteur:innen von Verwaltung, Wirtschaft und Gesellschaft zu fördern.
- Öffentliche Beteiligung und Co-Kreation: Die Veranstaltungen und ihre Gestaltung werden nicht nur von Organisator:innen und Behörden bestimmt, sondern auch aktiv von der Stadtgesellschaft mitgestaltet. Bürger:innen und lokale Initiativen haben durch verschiedene Beteiligungsformate (z.B. Umfragen, Workshops, Konsultationen) die Möglichkeit, ihre Ideen und Wünsche einzubringen, was die Identifikation mit den Veranstaltungen stärkt und die Akzeptanz innerhalb der Bevölkerung erhöht.

## MOBILITÄT UND INFRASTRUKTUR: EINE STADT, DIE VERBINDET

Berlin hat massiv in seine Infrastruktur investiert und ist dadurch Vorbild für nachhaltige Mobilität und eine verlässliche urbane Struktur.

- **ÖPNV:** Der öffentliche Nahverkehr ist in Berlin nicht nur weitgehend kostenfrei, sondern auch barrierefrei und für alle zugänglich. Dichte Taktungen, schnelle und nahtlose Verbindungen zwischen Stadt und Umland garantieren eine effiziente Mobilität, auch bei starkem Besucheraufkommen während Großveranstaltungen. Die optimale Integration von U-Bahn, S-Bahn, Bussen und innovative Mobilitätslösungen sorgt für eine hohe Erreichbarkeit aller Stadtteile und Veranstaltungsorte.
- **Internationale Anbindung:** Berlin verfügt über eine herausragende internationale Verkehrsinfrastruktur. Direktverbindungen von und zu internationalen Flughäfen sowie Zugverbindungen in alle wichtigen Metropolen gewährleisten eine unkomplizierte Erreichbarkeit der Stadt. Diese Anbindungen machen Berlin nicht nur zu einem attraktiven Ziel für internationale Großveranstaltungen, sondern auch zu einem Drehkreuz für Reisende aus aller Welt.
- **Nachhaltigkeit:** Nachhaltige Mobilitätslösungen stehen im Zentrum der Stadtentwicklung. Kombitickets für Veranstaltungen, die öffentliche Verkehrsmittel und andere nachhaltige Optionen umfassen, fördern umweltfreundliches Reisen und verringern den CO<sub>2</sub>-Ausstoß. Zusätzlich werden nachhaltige Verkehrskonzepte umgesetzt, wie etwa die Förderung von Fahrradmobilität und Elektrofahrzeugen, die den ökologischen Fußabdruck der Stadt verringern und die Stadt auf dem Weg zu einer grünen Zukunft unterstützen.
- **Sicherheit:** In enger Zusammenarbeit zwischen Polizei, Feuerwehr und weiteren relevanten Akteuren wird ein umfassendes Sicherheitskonzept entwickelt, das zentrale Rahmenvorgaben wie Maximalauslastung, Fluchtwege und Umleitungen umfasst. Diese Vorgaben bieten Veranstaltenden eine solide Grundlage, auf der sie maßgeschneiderte Sicherheitskonzepte entwickeln können. Ein stabiles mobiles Netz sorgt dafür, dass die Kommunikation während der Veranstaltung jederzeit gewährleistet ist.

## DIE VERANSTALTUNG: NACHHALTIGKEIT UND INKLUSION ALS LEITPRINZIPIEN

Großveranstaltungen in Berlin sind mehr als nur Events – sie sind ein Ausdruck der Werte der Stadt. Nachhaltigkeit, Inklusion und soziale Verantwortung stehen im Zentrum jeder Veranstaltung.

- **Code of Conduct:** Die entsprechenden Stakeholder in Berlin haben sich einem verbindlichen Verhaltenskodex verschrieben, der sowohl ökologische als auch soziale Standards klar definiert. Dieser Kodex gewährleistet, dass alle Partner:innen

und Akteur:innen entlang der gesamten Wertschöpfungskette Verantwortung übernehmen und kontinuierlich auf nachhaltige Praktiken hinwirken.

- **Kreislaufwirtschaft:** Materialien, die bei den Großveranstaltungen verwendet werden, werden vollständig dem Kreislauf zurückgeführt (Cradle-to-Cradle). Dies umfasst nicht nur die Wiederverwendung von Materialien, sondern auch die sorgfältige Auswahl von Ressourcen, die vollständig abbaubar oder wiederverwertbar sind. Berlin hat erfolgreich regionale und nachhaltige Lieferketten etabliert, die den Ressourcenverbrauch minimieren und den CO<sub>2</sub>-Ausstoß der Veranstaltungen deutlich verringern. Dies hat dazu geführt, dass die Stadt in der Veranstaltungsbranche als Vorreiterin für Kreislaufwirtschaft gilt.
- **Barrierefreiheit:** Alle Veranstaltungsorte in Berlin sind vollständig barrierefrei gestaltet. Dies bedeutet nicht nur, dass die physischen Zugänge wie Eingänge und sanitäre Anlagen barrierefrei sind, sondern auch, dass digitale Barrierefreiheit gewährleistet wird – sei es durch barrierefreie Websites oder mobile Apps, die Menschen mit Beeinträchtigungen den Zugang zu relevanten Informationen ermöglichen. Darüber hinaus wurden Wegeleitsysteme, optische Signale und klare Beschilderungen so konzipiert, dass sie für alle Besucher:innen intuitiv verständlich sind und eine sichere, einfache Navigation ermöglichen.
- **Soziale Teilhabe bei B2C Events:** In Berlin wird soziale Teilhabe aktiv gefördert. Solidarische Ticketpreise und angepasste Angebote stellen sicher, dass alle Menschen – unabhängig von ihrem sozioökonomischen Status oder besonderen Bedürfnissen – die Möglichkeit haben, an Großveranstaltungen teilzunehmen. Neben vergünstigten Tickets für Studierende, Senior:innen und Menschen mit Beeinträchtigungen gibt es auch speziell zugeschnittene Programme für benachteiligte Gruppen.
- **Transparente und inklusive Kommunikation:** Die Stadt hat eine umfassende und inklusive Kommunikationsstrategie etabliert, die als Modell für andere Städte dient. Alle relevanten Informationen zu den Veranstaltungen – von umweltfreundlicher Anreise über barrierefreie Angebote bis hin zu Nachhaltigkeitsmaßnahmen – werden klar und verständlich kommuniziert.

## **LEGACY: WAS BLEIBT, WENN ALLES VORBEI IST?**

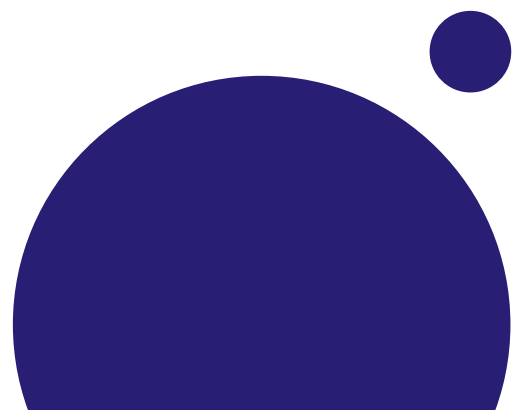
Der nachhaltige Nutzen von Großveranstaltungen ist tief in Berlins Strategie verankert. Was geschaffen wird, bleibt und bereichert die Stadt weit über den Veranstaltungszeitraum hinaus.

- **Wirtschaft:** (Groß)veranstaltungen sind ein entscheidender Wirtschaftsfaktor für Berlin. Sie ziehen tausende Gäste aus dem In- und Ausland an und sorgen für eine direkte Wertschöpfung weit über die Veranstaltungswirtschaft hinaus – von Hotellerie und Gastronomie über den Einzelhandel bis hin zu Transport- und Dienstleistungssektoren. Gleichzeitig stärken sie die internationale Wahrnehmung

der Stadt, steigern ihre Standortattraktivität und machen Berlin zu einem Magneten für Investitionen und Talente. Kongresse, Messen und Sportevents fördern Innovation, schaffen Arbeitsplätze und bringen Menschen zusammen – ein bedeutender wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Mehrwert für die gesamte Stadt.

- **Infrastrukturen:** Die neu geschaffenen sowie modernisierten Sportstätten und Event-Locations haben sich langfristig als wertvolle Ressourcen für die Stadtgesellschaft erwiesen. Diese Orte bleiben nach den Veranstaltungen für die Berliner:innen zugänglich und dienen nun vielfältigen Bedürfnissen, sei es für den Freizeit- oder Schulsport, lokale Veranstaltungen oder als kulturelle Treffpunkte.
- **Gemeinschaft:** Großveranstaltungen haben in Berlin nicht nur internationale Aufmerksamkeit erregt, sondern auch neue Begegnungsräume geschaffen. Die partizipative Gestaltung dieser Events hat dazu geführt, dass die Berliner:innen sich stärker mit ihrer Stadt identifizieren und sich als aktive Mitgestaltende fühlen.
- **Nachhaltiger Nutzen:** Berlin profitiert langfristig von den nachhaltigen Investitionen, die im Zuge der Großveranstaltungen getätigt wurden. Diese umfassen nicht nur Infrastrukturprojekte, sondern auch zukunftsorientierte Mobilitätslösungen, wie verbesserte öffentliche Verkehrsanbindungen und nachhaltige Verkehrskonzepte, sowie die gezielte Förderung der Tourismuswirtschaft.
- **Stärkung der Akzeptanz:** Durch die transparente Kommunikation und eine offene Willkommenskultur haben die Berliner:innen den Wert von Großveranstaltungen als Teil ihrer Stadtentwicklung vollständig erkannt und akzeptiert. Die kontinuierliche Einbindung der Bevölkerung, die klare Darstellung der positiven Auswirkungen und der Fokus auf gesellschaftliche Teilhabe haben die lokale Unterstützung für solche Events massiv gestärkt.
- **Wirkungsmessung und kontinuierliche Verbesserung:** Die Wirkung nachhaltiger und inklusiver Maßnahmen wird regelmäßig evaluiert, um die Ziele der CO<sub>2</sub>-Reduktion, Ressourcenschonung sowie der sozialen Teilhabe zu erreichen. Ein standardisiertes System ermöglicht es, Herausforderungen frühzeitig zu identifizieren und Maßnahmen gezielt zu optimieren. So wird sichergestellt, dass jede Veranstaltung zur langfristigen Entwicklung Berlins als nachhaltige Eventmetropole beiträgt und als Modell für andere Städte dient.

Berlin in 10 Jahren, 2035 ist ein Paradebeispiel dafür, wie eine Stadt durch klare Strategie, moderne Strukturen, nachhaltige Konzepte und starke Gemeinschaftsarbeit globale Maßstäbe setzen kann. Diese Vision ist nicht nur eine Utopie, sondern eine greifbare Zukunft, die zeigt, wie Städte weltweit auf die Herausforderungen der kommenden Jahrzehnte reagieren können.



## 5. FAZIT UND COMMITMENTS

Berlin hat mit dem Berlin Tourism & MICE Summit 2024 ein deutliches Zeichen gesetzt: Die Stadt ist bereit, ihre Rolle als führende Destination für Großveranstaltungen weiterzuentwickeln und dabei neue Maßstäbe für Nachhaltigkeit, Inklusion und Innovation zu setzen.

Das Berlin Paper fasst die Erkenntnisse und Ergebnisse des Summits zusammen und liefert konkrete Handlungsempfehlungen, die unter der Berücksichtigung der Impulsgebenden Speakerin Dr. Lia Yu und ihrem Sinnstiftenden Beitrag über die Neurosozialen Dimensionen, welche in Form von Großveranstaltungen zeitgleich als Lösung, aber genauso die Herausforderung bietet, sich den soziologischen Dynamiken zu stellen, die sowohl wirtschaftliche als auch soziale und ökologische Aspekte voranbringen.

Die zentrale Botschaft des Summits lautet: Die Zukunft Berlins als Veranstaltungs- und Tourismusdestination erfordert klare Visionen, innovative Strukturen und eine intensive Kooperation zwischen allen Akteur:innen. Die Ergebnisse lassen sich in den folgenden Schlüsselpunkten zusammenfassen:

**STRATEGIE & POSITIONIERUNG:** Berlin benötigt eine klare, gemeinsame Vision als führende MICE- und Tourismus-Metropole, die strategisch verankert und konsequent verfolgt wird. Die internationale Wahrnehmung der Stadt als diverse, kreative, nachhaltige und wissenschaftlich führende Metropole muss auf dem gerade entwickelten Konzept aufbauen. Es liegt nun an der konsequenten Umsetzung dieses Konzepts, um Berlin nachhaltig als globalen Standort für Großveranstaltungen, Kongresse und wissenschaftliche Zusammenarbeit zu positionieren.

**STRUKTUREN & PROZESSE:** Effiziente, standardisierte und transparente Strukturen sind essenziell, um Großveranstaltungen reibungslos zu realisieren. Eine enge Vernetzung aller relevanten Akteure – von Verwaltung über Veranstalter bis hin zu lokalen Partnern – stärkt die Zusammenarbeit und optimiert Abläufe. Zentral ist dabei die Festlegung verbindlicher Rahmenbedingungen, die als Grundlage für eine effiziente Planung und Umsetzung dienen. Standardisierte Prozesse, insbesondere bei Genehmigungsverfahren, sorgen für schnellere Abläufe und mehr Planungssicherheit. Eine zentrale Koordinationsstelle kann als Schnittstelle agieren, Zuständigkeiten klar definieren und Synergien schaffen. Voraussetzung für das Funktionieren dieses Systems ist ein gemeinsames Mindset.

**(MEHR)WERT SCHAFFEN:** Großveranstaltungen hinterlassen eine langfristige Wirkung über ihren unmittelbaren wirtschaftlichen Nutzen hinaus. Sie fördern wissenschaftlichen Austausch, soziale Interaktion und kulturelle Impulse – ein Aspekt, den auch Neurowissenschaftlerin Dr. Lia Yu betonte. Eine gezielte „Legacy“-Strategie stärkt diesen



nachhaltigen Mehrwert, indem lokale Unternehmen eingebunden, gesellschaftliche Initiativen unterstützt und Wissenstransfers gefördert werden. Die transparente Kommunikation dieser positiven Effekte erhöht Akzeptanz und Teilhabe der Berliner:innen.

**STANDARDS & SELBSTVERSTÄNDNIS:** Nachhaltigkeit und Inklusion müssen als Grundprinzipien in der Veranstaltungsbranche verankert werden. Verbindliche Standards, regelmäßige Schulungen und Awareness-Programme sind essenziell, um Berlin als Vorreiterin für nachhaltige und inklusive Events zu positionieren. Ein gemeinsamer Code of Conduct schafft Klarheit und ein einheitliches Verständnis innerhalb der Branche und weiteren Akteuren. Gleichzeitig ist eine kontinuierliche Evaluierung von Veranstaltungen notwendig, um auf Erkenntnissen vorheriger Events aufzubauen und datenbasiert Optimierungen vorzunehmen. So entsteht eine dynamische, lernende Veranstaltungslandschaft, die sich stetig weiterentwickelt.

Die Teilnehmenden aus Politik, Wirtschaft und Zivilgesellschaft, sind sich einig: Die Zukunftsfähigkeit Berlins als Veranstaltungsmetropole liegt in enger Kooperation und einer klaren strategischen Ausrichtung. Der Summit hat gezeigt, dass diese Vision realisierbar ist, **wenn (wir/) alle Akteur:innen gemeinsam an einem Strang ziehen.**

## 6. AUSBLICK: NÄCHSTE SCHRITTE

Aktuell werden die zentralen Handlungsfelder in konkrete Arbeitspakete überführt. In Kürze werden die Verbände über die nächsten Schritte sowie über Beteiligungsmöglichkeiten informieren. So haben Sie die Gelegenheit sich mit den Akteur:innen zu vernetzen und aktiv zur Weiterentwicklung der Berliner Eventlandschaft beizutragen.

Informieren Sie sich auf unserer [Website](#) über den aktuellen Fortschritt und die nächsten Möglichkeiten der Beteiligung!

**LASSEN SIE UNS GEMEINSAM DIE ZUKUNFT DER GROSSVERANSTALTUNGEN IN BERLIN NACHHALTIG UND INNOVATIV GESTALTEN!**



BERLIN *ist eine*

WELCHE THEMEN wollen

# GROSSVERANSTALTUNG

SIGNIFIKANTEN

EINFLUSS

auf die STADT

& IN DIE KIEZE

STADTENTWICKLUNG

POSITIVER IMPACT

FAN-KULTUR

als

ZUS

einer

ORTE der GES

BEGEGNUNG

# VISION



KULTURELL

WIRTSCHAFTLICH



UMSATZ

ein KATALYSATOR für WANDEL?

WLAN

mehr FLEXIBILITÄT in der VERWALTUNG & BEHÖRDEN

mehr VERBINDUNGEN am REGIONALFLUGHAFEN"

ES BRAUCHT ein STARKES NETZWERK



SICHER

BERLIN PAPER

POSITIVE, MENSCHLICHE, EINLADENDE STADT-ATMOSPHÄRE

GEMEINSAM ist ZUKUNFTSICHER

international

# TOP-DESTINATION



DAS GIBTS nur in BERLIN!

DAS IST KONSENS. WIR WOLLEN DAS!

# EVENTLANDSCHAFT



# Quellenverzeichnis

Berlin Tourismus & Kongress GmbH (nicht datiert). Veranstaltungs- und Kongressstatistik Berlin 2022. Verfügbar von: [2022\\_Kongress\\_Statistik.pdf](#) (eingesehen: 08.01.2025).

Berlin Tourismus & Kongress GmbH (nicht datiert). Veranstaltungs- und Kongressstatistik Berlin 2023. Verfügbar von: [visitberlin\\_kongress-statistik\\_2023.pdf](#) (eingesehen: 08.01.2025).

Berlin Tourismus & Kongress GmbH (nicht datiert). Wirtschaftsfaktor Tourismus- und Kongressindustrie. Verfügbar von: [Downloads: Wirtschaftsfaktor | about.visitBerlin.de/](#) (eingesehen: 08.01.2025).

Berlin Tourismus & Kongress GmbH (nicht datiert). Meinungsumfrage unter Berliner:innen. Verfügbar von: [Meinungsumfrage unter Berliner:innen \(2024\)](#) (eingesehen: 28.02.2025).

Kunze, R. (2024) Wirtschaftliche Effekte von Tagungen und Kongressen in Berlin. EITW.

LinkedIn Ireland Unlimited Company (nicht datiert). Diverse Beiträge zum Berlin Tourism & MICE Summit. Verfügbar von: [\(4\) Aktivitäten | Anna Guenther | LinkedIn](#) (eingesehen: 08.01.2025).

UEFA (26.08.2024). Die UEFA EURO 2024 generiert über EUR 7,4 Mrd. für die deutsche Wirtschaft. Verfügbar von: [Die UEFA EURO 2024 generiert über EUR 7,4 Mrd. für die deutsche Wirtschaft | UEFA.com](#) (eingesehen: 08.01.2025).