

## Pressemitteilung

### **DMEXCO 2025: planus media legt unabhängige Analyse zu Besucherzahlen, Aufenthaltsdauer und Party-Hotspots der Digital-Branche vor**

**Köln, 24.09.2025.** Rund 36.000 Besucherinnen und Besucher, durchschnittlich knapp vier Stunden Aufenthalt, nur ein Drittel der Besuche am zweiten Messetag: Eine Woche nach der DMEXCO 2025 legt die Kölner Mediaagentur planus media erste unabhängige Zahlen zu dem Digital-Marketing-Event vor. Sie zeigen:

Auf Basis anonymisierter Mobilitätsdaten in Form von GPS-Signalen von Smartphones konnten 36.100 Teilnehmer an den beiden Messetagen geortet werden. Das entspricht knapp der Größenordnung der offiziell gemeldeten über 40.000 Teilnehmenden. Dabei war der erste Messetag deutlich stärker frequentiert: Zwei Drittel aller Besuche entfielen auf Mittwoch, den 17. September. Die höchste Besucherfrequenz wurde an beiden Tagen jeweils mittags um 12 Uhr gemessen.

Im Schnitt hielten sich die DMEXCO-Teilnehmer fast vier Stunden auf dem Kölner Messegelände auf, wie die planus media-Analyse zeigt. Am besten kam dabei offenbar das Kongress-Programm in Halle 6 an – hier befand sich u.a. die zentrale Center Stage mit Programmhighlights wie dem CMO Summit. Knapp zwei Stunden (118 Minuten) verbrachten die Digital-Profis hier. In Halle 7 waren es 112 Minuten. Halle 8 schnitt im direkten Vergleich am schlechtesten ab (88 Minuten). Hier präsentierten sich u.a. die Future TV Stage und Collective Stage.

### **Von der Halle in die Stadt: Köln als Hotspots für die Digitalos**

Die Bewegungsanalyse - operativ durchgeführt vom planus media-Partner PlaceSense, einer Plattform für Location Intelligence - zeigt darüber hinaus, wohin es die Digital-Branche direkt nach der Messe hinzog. Während der Kölner Hauptbahnhof, der Bahnhof Messe Deutz sowie umliegende Parkhäuser erwartungsgemäß für die Heimreise im Fokus standen, nutzten viele ihren Aufenthalt in der Rhein-Metropole zum Feiern. Besonders beliebt dabei: das Gaffel Brauhaus am Dom und die Ausgehmeile Eigelstein.

„Unsere Analyse macht sichtbar, wie Besucherströme rund um ein Event wie der DMEXCO verlaufen – von der Anreise über die Aufenthaltsdauer bis hin zu den Hotspots nach Messeschluss. Mit Geo-Intelligence lassen sich diese Muster transparent darstellen, sodass Veranstalter, Marken und Städte die Reichweite und Wirkung solcher Events besser verstehen und datenbasiert planen können“, so Peter Herbrand, Head of Marketing bei planus media.

**Pressekontakt:**

planus media GmbH  
Peter Herbrand  
Von-Werth-Str. 8  
50670 Köln  
Telefon: 0221 / 99 38 57 – 65  
E-Mail: [peter.herbrand@planus-media.de](mailto:peter.herbrand@planus-media.de)