




Presseinformation

Tourismus in München: Jahresbilanz 2019

(20.2.2020) Der Tourismus in München ist im letzten Jahr weiter gewachsen: 8,8 Millionen Ankünfte (+5,9 Prozent) und 18,3 Millionen Übernachtungen (+6,8 Prozent) wurden in Münchens gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit zehn und mehr Betten registriert. Mit einem Plus von 8,6 Prozent bei den Übernachtungen (9,5 Millionen) zeigte der Inlandsmarkt im vergangenen Jahr eine besonders starke Aufwärtsdynamik. Bei den Übernachtungen von Gästen aus dem Ausland konnte ein Gesamtwachstum von 5 Prozent auf 8,8 Millionen verzeichnet werden.

Knapp die Hälfte aller Übernachtungen werden von Gästen aus dem Ausland generiert. Damit ist München im Vergleich zu anderen Großstädten die Tourismusmetropole Deutschlands mit dem prozentual höchsten Anteil an Übernachtungen.

Die Investitionsbereitschaft in der Hotellerie ist in München weiterhin sehr hoch. Im vergangenen Jahr eröffneten im Stadtgebiet zwanzig neue Häuser mit mehr als 8.000 Betten. Insgesamt gab es Ende des Jahres 2019 in München 470 gewerbliche Betriebe mit knapp 88.000 Betten. Trotz der Kapazitätzuwächse blieben die Zimmerauslastung mit 75 Prozent sowie die Zimmerpreise stabil.




Die Leiterin von München Tourismus, Geraldine Knudson, sieht die aktuellen Zahlen als Herausforderung: „München ist ein Magnet für Gäste aus aller Welt. Das stetige Wachstum des Tourismus in München verlangt danach, den Tourismus nachhaltig zu managen. Denn ein Erfolgsfaktor unserer Destination ist die typisch münchenerische Gastfreundschaft. Eine gezielte Ansprache der gewünschten Zielgruppen ist hierbei das Mittel der Wahl. Daher haben wir in den Dachmärkten Deutschland, Österreich und Schweiz unsere Kampagnen „Kulturherbst“ und „Licht“ wiederholt platziert. Sie schaffen Reiseanreize in der Randsaison und verteilen so die Tourismusströme gleichmäßiger im Jahr. Mit diesen Kampagnen ist es uns gelungen, den Blick potentieller Gäste auf die Kultur, die Kreativität und die Innovationskraft unserer Stadt zu lenken.“

Der Referent für Arbeit und Wirtschaft Clemens Baumgärtner betont: „Der Bereich Tourismus ist ein wichtiger Faktor am Wirtschaftsstandort München. 2019 betrug der touristisch bedingte Umsatz 8,6 Mrd. Euro. Auch zukünftig wird das Team von München Tourismus in enger Zusammenarbeit mit der Tourismuswirtschaft die Stadt in all ihren Facetten als hochwertiges Reiseziel für Besucherinnen und Besucher aus aller Welt positionieren.“

Inland und DACH-Märkte

Die Zahl der Übernachtungen aus Deutschland stieg 2019 auf 9,5 Millionen (+8,6 Prozent). Aus der Schweiz wurden 474.000 Übernachtungen (+3,9 Prozent), aus Österreich 464.000 Übernachtungen (+5,6 Prozent) verzeichnet.



Aus den DACH-Märkten (Deutschland, Schweiz, Österreich) wurden insgesamt 10,4 Millionen Übernachtungen registriert (+8,2 Prozent). Mit einem Anteil von rund 57 Prozent an den Gesamtübernachtungen sind diese Quellmärkte von besonders großer Bedeutung für die Destination München.


Europa (ohne DACH)

Die europäischen Auslandsmärkte generierten 2019 mit insgesamt 4 Millionen Übernachtungen ein Plus von 8,2 Prozent. Aus Italien wurden 613.000 Übernachtungen (+5 Prozent), aus Großbritannien 586.000 Übernachtungen (-0,4 Prozent) registriert, gefolgt von Russland mit 437.000 Übernachtungen (+15,1 Prozent), Spanien mit 353.000 Übernachtungen (+1,2 Prozent), Frankreich mit 265.000 Übernachtungen (+5,2 Prozent) und den Niederlanden mit 230.000 Übernachtungen (+7,5 Prozent).

Asien

Aus den asiatischen Märkten wurde im vergangenen Jahr mit 1,9 Millionen Übernachtungen ein leichtes Minus von 0,5 Prozent verzeichnet. Mit 528.000 Übernachtungen generierten die Gäste aus den Arabischen Golfstaaten die meisten Übernachtungen aus dem asiatischen Raum. Obwohl Rückgänge (-5,7 Prozent) aus diesem Markt bemerkbar waren, ist er nach wie vor Münchens viertgrößter Auslandsmarkt.

Aus China wurde mit 433.000 Übernachtungen ein Plus von 0,3 Prozent verzeichnet. Die Gäste aus dem südostasiatischen Markt generierten 321.000 Übernachtungen (+1,6 Prozent). Die Gäste aus Indien zeichneten sich mit 3,8 Tagen durch eine überdurchschnittlich lange Aufenthaltsdauer



aus (durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 2,1 Tage). Sie verbrachten 159.000 Nächte in München (+21,4 Prozent).

Nord- und Südamerika

Die Übernachtungen von Gästen aus den USA lagen 2019 bei 1,2 Millionen (+5,5 Prozent). Aus dem gesamten nord- und südamerikanischen Markt wurden 1,7 Millionen Übernachtungen (+5,7 Prozent) erzielt.

Ausblick

Für das Jahr 2020 rechnet München Tourismus mit Zuwächsen von etwa 5 Prozent.

Top Ten der Märkte, Januar mit Dezember 2019

| | |
|--------------------------|--------------------------|
| 1. Deutschland | 9.505.012 Übernachtungen |
| 2. USA | 1.224.637 Übernachtungen |
| 3. Italien | 613.231 Übernachtungen |
| 4. Großbritannien | 585.544 Übernachtungen |
| 5. Arabische Golfstaaten | 528.196 Übernachtungen |
| 6. Schweiz | 473.835 Übernachtungen |
| 7. Österreich | 463.914 Übernachtungen |
| 8. Russland | 436.702 Übernachtungen |
| 9. China | 433.097 Übernachtungen |
| 10. Spanien | 352.726 Übernachtungen |

Hintergrund

München Tourismus ist als kommunale Tourismusorganisation im Referat für Arbeit und Wirtschaft der Landeshauptstadt München angesiedelt.



München Tourismus entwickelt gemeinsam mit seinen Partnern aus der Privatwirtschaft, dem Tourismusinitiative München TIM e.V., Marketing- und PR-Maßnahmen sowie touristische Produkte, um die Destination München im internationalen Wettbewerb zu positionieren. Hierfür legt die Tourismuskommision München, ein gemeinsames Gremium des Stadtrats und der örtlichen Tourismuswirtschaft, die strategische Ausrichtung fest. Den Partnern in der Kooperation ist daran gelegen, den Qualitätstourismus in München zu fördern. Damit wird die Aufenthalts- wie auch die Lebensqualität in der Stadt gesichert und die Akzeptanz für den Tourismus in der Bevölkerung bewahrt. München Tourismus agiert als Kompetenz-, Wissens- und Innovationszentrum in der Münchner Tourismuswirtschaft, als Verbindungsglied zu regionalen und überregionalen Tourismusorganisationen, zum Beispiel bei TOM, BayTM, DZT oder MC sowie als professioneller, neutraler Berater der Tourismuswirtschaft.

Achtung Redaktionen: Druckfähige Fotos für die touristische Berichterstattung über München stehen unter www.einfachmuenchen.de/fotoservice zum Download bereit.