



# Presseinformation

18.11.2022/Do

## Der Münchner Christkindmarkt Wirtschaftswert

Allerorts laden Weihnachts- und Christkindmärkte zum Bummeln und Einkaufen ein. Im Laufe der Zeit wurden sie zu einem nicht zu unterschätzenden Wirtschaftsfaktor für die Kommunen. Der Münchner Christkindmarkt, veranstaltet und organisiert vom Referat für Arbeit und Wirtschaft (RAW) der Landeshauptstadt, muss sich jedes Jahr gegenüber mehr als 30 Konkurrenzveranstaltungen allein in München behaupten. Nach Schätzung des Veranstalters kamen 2019 3,3 Millionen Gäste auf den großen innerstädtischen Weihnachtsmarkt. In den Jahren 2020 und 2021 konnte der Christkindmarkt wegen der Corona-Pandemie nicht stattfinden.

Im Jahr 2015 gab das RAW eine große Besucherbefragung in Auftrag. Insgesamt wurden von der Arbeitsgemeinschaft für angewandte Sozialforschung GmbH (AgaS) über 1.000 Personen in die Untersuchung einbezogen.

### **Die Ergebnisse**

#### **Wirtschaftswert des Münchner Christkindmarkts**

Nach den letzten Berechnungen des RAW auf Basis der Besucherbefragung beträgt der Wirtschaftswert des Münchner



Christkindlmarktes rund 286 Millionen Euro, der sich wie folgt zusammensetzt:

- Insgesamt gehen 3,3 Millionen Passanten über den Christkindlmarkt. Gemäß der Besucherbefragung tätigen 18 Prozent der Gäste Einkäufe auf dem Christkindlmarkt in Höhe von durchschnittlich 51,30 Euro pro Person. 58 Prozent der Gäste konsumieren Speisen und Getränke und geben dafür durchschnittlich 27,80 Euro aus. Daraus ergibt sich ein Gesamtumsatz für den Markt in Höhe von 61 Millionen Euro.
- Die Tagesbesucher lassen für Verpflegung, Einkäufe beim Einzelhandel, Taxifahrten oder die Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel rund 88 Millionen Euro in der Stadt.
- Übernachtende Christkindlmarktbesucher geben nochmals 137 Millionen Euro aus.

### **Besucherstruktur**

Der traditionsreiche und traditionell ausgerichtete Münchner Christkindlmarkt ist für die Generation der 20- bis 29-Jährigen am attraktivsten. Seit der Befragung von 2005 ist ein deutlicher Zuwachs bei der Generation 40plus zu bemerken. Das Durchschnittsalter der Gäste liegt bei 41 Jahren.

Die meisten Besucher kommen in Begleitung auf den Markt. Mit Freunden (49 Prozent), zu zweit (24 Prozent), mit der Familie (21 Prozent) oder mit einer Reisegruppe (2 Prozent). Es zeigt sich, dass der Besuch des Christkindlmarktes als Gemeinschaftserlebnis genossen wird.

Der Münchner Christkindlmarkt ist ein Anziehungspunkt vor allem für die heimische Bevölkerung – 55 Prozent der Besucher kommen aus München



und dem Umland. 23 Prozent der Gäste kommen aus dem restlichen Bayern und Deutschland.

Die Besucherzahlen aus dem Ausland sind von 16 Prozent bei der letzten Befragung (2005) auf 21 Prozent im Jahr 2015 deutlich gestiegen.

Dabei fällt auf, dass Besucher aus Großbritannien (England, Schottland, Wales) diejenigen aus Österreich und der Schweiz an der Spitze der Herkunftsländer abgelöst haben: Großbritannien (22 Prozent), Österreich (14 Prozent), Schweiz (13 Prozent), Italien (9 Prozent), USA (8 Prozent), Spanien (7 Prozent), Frankreich (4 Prozent), Australien und Irland (je 3 Prozent), Finnland, die Niederlande und Norwegen (je 2 Prozent) sowie (mit je 1 Prozent) Kanada, Kolumbien und Tschechien.

Insgesamt sind ausländische Besucher an den Wochenenden vermehrt vertreten.

### **Häufigkeit des Besuchs**

Das Gros der befragten Besucher (78 Prozent) kennt den Münchner Christkindlmarkt bereits. Jeder fünfte Befragte (22 Prozent) ist zum ersten Mal Gast des Weihnachtsmarktes.

Sechs von zehn Befragten (62 Prozent) besuchen den Christkindlmarkt regelmäßig und können als Stammbesucher gewertet werden.

Für 87 Prozent der Gäste des Münchner Christkindlmarktes steht auch ein Besuch der anderen Weihnachtsmärkte in der Landeshauptstadt auf dem Programm. 38 Prozent gehen auf Tollwood, 23 Prozent sehen sich den Schwabinger Christkindlmarkt an, 20 Prozent suchen den Weihnachtsmarkt am Sendlinger Tor auf und 17 Prozent das



Weihnachtsdorf in der Residenz. Auch die Weihnachtsmärkte von Nürnberg (11 Prozent) und Salzburg (4 Prozent) wurden als Destination genannt.

### **Konsumverhalten**

Eine feste Kaufabsicht von Waren und Geschenkartikeln haben nur 2 Prozent der interviewten Christkindlmarktbesucher. Tatsächlich werden aber von 37 Prozent der Befragten Einkäufe getätigt.

Christbaumschmuck und Souvenirs, Krippenfiguren, Krippen und deren Zubehör stehen auf dem Einkaufszettel ganz oben. Auch Artikel für eine stimmungsvolle Weihnachtsdekoration im eigenen Heim werden besorgt: Engerl, Räuchermännchen, Keramik und Holzschnitzereien. Geschenke aller Art werden ebenso gerne gekauft wie kunsthandwerkliche Gegenstände. Besucher aus dem Ausland, Personen, die mit einer Busreisegesellschaft unterwegs sind, sowie Erstbesucher kaufen überdurchschnittlich häufig Waren und Geschenkartikel.

Die feste Absicht, kulinarische Schmankerl und heiße Getränke zu konsumieren, haben 72 Prozent der befragten Gäste. Beliebteste Schmankerl sind Bratwurst mit und ohne Kraut sowie Glühwein. Auf der Speisekarte der Christkindlmarkt-Gourmets stehen auch Crêpes, Rahmfleck, Kaiserschmarrn, Fischsemmeln und Reiberdatschi. Ausländische Besucher machen dabei überdurchschnittlich häufig von der Möglichkeit Gebrauch, auf dem Christkindlmarkt etwas zu essen (87 Prozent).



### **Der Münchner Christkindlmarkt ist eine Empfehlung wert**

Glühwein und Adventsstimmung mit einem vielseitigen weihnachtlichen Warenangebot prägen das Bild, welches die meisten Besucher vom Münchner Christkindlmarkt haben. Sie treffen sich mit der Familie oder Freunden zum gemeinsamen Bummel durch die Budenstadt und genießen die süßen oder herzhaften Schmankerl und verkosten Glühwein und Punsch. In offenen Antworten assoziierten die Befragten mit dem Christkindlmarkt, der „zu München gehört“, Begriffe wie „Heimat“, „Kindheit“ und „Erinnerung“.

Neun von zehn Befragten sind mit dem Angebot und der Qualität von Speisen, Getränken und Waren zufrieden. Auch die Atmosphäre des Kripperlmarkts wurde gelobt. 79 Prozent der Interviewten befand auch den Marktbereich am Marienplatz als stimmungsvoll. Die Himmelswerkstatt und das Rahmenprogramm mit Livemusik vom Rathausbalkon fand große Zustimmung.

Insgesamt waren 90 Prozent der Gäste mit dem Preis-Leistungs-Verhältnis am Münchner Christkindlmarkt einverstanden.

Für die allermeisten Befragten (83 Prozent) steht außer Frage, dass der Münchner Christkindlmarkt weiter empfohlen werden kann, und sie geben an, dass sie dies auch sicher tun werden. Die sehr hohe Weiterempfehlungsquote unterstreicht die insgesamt große Zufriedenheit der Besucher, die bereits in der positiven Bewertung von Aspekten wie Angebot und Atmosphäre des Münchner Christkindlmarktes zum Ausdruck kommt.



### **Pressekontakt**

Referat für Arbeit und Wirtschaft

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Tel.: +49 (0) 89 233-82813

E-Mail: [presse-veranstaltungen.raw@muenchen.de](mailto:presse-veranstaltungen.raw@muenchen.de)

[www.christkindlmarkt-muenchen.de](http://www.christkindlmarkt-muenchen.de)

Facebook/Instagram: [muenchner.christkindlmarkt](https://www.facebook.com/muenchner.christkindlmarkt)

### **Bildmaterial**

Fotos und Videos über München und den Christkindlmarkt lassen sich nach einer einmaligen Registrierung bequem im München Tourismus Medienportal herunterladen: [www.einfach-muenchen.de/fotoservice](http://www.einfach-muenchen.de/fotoservice)