



Presseinformation

Wiesn-Wirtschaft - Das Oktoberfest als Wirtschaftsfaktor

(4.8.2022) Das Referat für Arbeit und Wirtschaft (RAW) der Landeshauptstadt München hat als Veranstalter des Oktoberfests während der Wiesn 2019 eine repräsentative Umfrage in Auftrag gegeben, die über Wirtschaftswert des Volksfestes, Besucherstruktur und Image Auskunft gibt. Damit erfolgt eine Aktualisierung des Ergebnisses der Umfrage 2014.

Wirtschaftswert der Wiesn

Nach aktuellen Berechnungen des Veranstalters auf Basis der genannten Umfrage betrug der Wirtschaftswert des Oktoberfests 2019 1,25 Milliarden Euro.

- Den Umfragen und Berechnungen zufolge gaben die rund 6,3 Millionen Festbesucher an den 16 Tagen insgesamt etwa 448 Millionen Euro (pro Person durchschnittlich 71,12 Euro) direkt auf dem Oktoberfest aus.
- Die auswärtigen Besucher ließen für Verpflegung, Einkäufe, Taxifahrten oder die Benutzung der öffentlichen Verkehrsmittel weitere 289 Millionen Euro in der Stadt.
- Für Übernachtungen und Gastronomie gaben die auswärtigen Festgäste nochmals insgesamt rund 513 Millionen Euro aus.



- 71 Prozent (2014: 65 Prozent) der auswärtigen Gästen übernachteten während des Oktoberfests in München. Diese Übernachtungen teilen sich wie folgt auf:
 - 31 Prozentpunkte (2014: 30 Prozentpunkte) wählten eine Unterkunft bei Freunden, Verwandten und Bekannten
 - 40 Prozentpunkte (2014: 70 Prozentpunkte) logierten in kommerziellen Unterkünften (Hotels, Pensionen, Campingplätze, private Vermieter, Jugendherbergen).

Woher die Gäste kommen

Das Oktoberfest ist nach wie vor ein bayerisches Fest:

Die überwiegende Mehrheit der Oktoberfestbesucher kommt mit 70 Prozent aus Bayern (2014: 71 Prozent), konkret 62 Prozentpunkte direkt aus München und dem Umland (2014: 58 Prozent) und 8 Prozent aus dem übrigen Bayern (2014: 13 Prozent). 9 Prozent der Wiesn-Gäste (2014:15 Prozent) reisen aus den übrigen deutschen Bundesländern an. Die restlichen 21 Prozent der Festgäste (2014: 14 Prozent) kommen aus dem Ausland, davon aus

Italien	3,9 % (2014: 1,7 %)	der Schweiz	1,3 % (2014: 1,7 %)
den USA	3,7 % (2014: 1,7 %)	Australien	0,9 % (2014: 1,0 %)
Österreich	2,9 % (2014: 1,1 %)	Kanada	0,9 % (2014: 0,3 %)
GB	1,4 % (2014: 1,4 %)	Niederlande	0,9 % (2014: 0,3 %)
Irland	0,7 % (2014: 1,2 %)	Frankreich	0,3 % (2014: 0,6 %)
Indien	0,4 % (2014: 0,7 %)	Brasilien	0,3 % (2014: 0,4 %)
andere Länder: 3,4% (2014: 3,8%)			



Der statistische Wiesntisch mit zehn Sitzplätzen ist demnach mit sechs Gästen aus München oder der Umgebung, einem sonstigen Bayern, einem Deutschen und zwei Ausländern besetzt. Die Ausländer kommen dabei mit großer Wahrscheinlichkeit aus Italien, den USA oder Österreich.

Wie alt die Besucher sind

Die Wiesn ist nach wie vor ein Fest für alle Generationen. Jung und Alt feiern gemeinsam. Dem allgemeinen demografischen Wandel entsprechend steigt das Durchschnittsalter der Oktoberfestbesucher. So hat die Altersgruppe „30 Jahre und älter“ 2019 einen Anteil von 64 Prozent (2014: 57 Prozent).

Dementsprechend ging der Anteil der unter 30-Jährigen von 43 Prozent 2014 auf 34 Prozent im Jahr 2019 zurück.

Die größte Besuchergruppe war mit 25 Prozent die der 30- bis 39-Jährigen, gefolgt von den 25- bis 29-Jährigen mit 17 Prozent. Jeweils einen Anteil von 15 Prozent hatten die 18- bis 24-Jährigen und die Gäste im Alter von 40 bis 49 Jahren. 60-Jährige und ältere Besucher waren 2019 mit 13 Prozent gegenüber 12 Prozent im Jahr 2014 vertreten. Mit 11 Prozent bildeten die Gruppe der 50- bis 59-Jährigen sowie die unter 18-Jährigen mit 2 Prozent das Schlusslicht.

Das Geschlechterverhältnis ist mit 50 Prozent (2014: 51 Prozent) weiblichen und 49 Prozent (2014: 49 Prozent) männlichen Besuchern ausgewogen. Ein Prozent der Besucher wählte die Bezeichnung divers. In den Jahren 1999/2000 waren noch 62 Prozent der Gäste Männer und nur 38 Prozent Frauen. 2008 hatten Frauen und Männer schon den gleichen Anteil wie 2019.



Einmal Wiesn – immer Wiesn

Auf die Frage „Sind Sie zum ersten Mal auf dem Oktoberfest?“ antworteten 22 Prozent (2014: 20 Prozent) der Befragten mit „ja“. Sowohl 2014 wie auch im Jahr 2019 war der Besuch der Wiesn für jeden fünften Besucher der erste. Nur fünf Prozent der Gäste aus München, aber 28 Prozent der Gäste aus Deutschland und 60 Prozent der Gäste aus dem Ausland waren 2019 das erste Mal auf dem Oktoberfest. 78 Prozent (2014: 80 Prozent) der Befragten sind Folgebesucher und haben die Wiesn schon früher einmal oder mehrmals besucht.

Für die Mehrzahl der Wiesn-Besucher ist der Besuch der Festwiese an den 16 Tagen keine einmalige Sache. Knapp 80 Prozent der Gäste besuchten 2019 das Oktoberfest mehr als ein Mal, über die Hälfte (57 Prozent) sogar mehr als drei Mal. Somit hat sich die Besuchshäufigkeit gegenüber 2014 deutlich gesteigert. Die Mehrheit der Gäste verbrachte zwischen drei und neun Stunden auf dem Volkfest.

Zufriedenheit der Gäste

Die große Mehrheit der Gäste ist mit dem Angebot auf dem Oktoberfest zufrieden. Das Angebot an Schaustellungen, Waren und gastronomischen Betrieben gefällt insgesamt 98 Prozent (2014: 96 Prozent) aller Befragten. 95 Prozent der Befragten gefiel das Angebot der Gastronomie. Auf die Frage „Was fehlt Ihnen bei dem Angebot der Speisen und Getränke“ antworteten über 36 Prozent der Befragten „günstigere Angebote“. 9 Prozent der Befragten wünschten sich „gesünderes Essen“ und 5 Prozent „mehr Vegetarisches“.



85 Prozent der Befragten waren allein mit der Vielfalt der Fahrgeschäfte weitgehend zufrieden. 11 Prozent der Gäste hätten sich allerdings über günstigere Preise gefreut.

Das Angebot für Kinder allgemein auf der Wiesen wurde von 64 Prozent der befragten Gäste positiv eingeschätzt, allerdings auch für zu teuer gehalten. Abzüge bei der Kinderfreundlichkeit gab es durch die Antwort „zu voll“ (7,6 Prozent), den Ruf nach mehr Bereichen nur für Kinder (1,1 Prozent) und dem Auftreten von „zu vielen Betrunkenen“ (0,6 Prozent). Auf dem Festplatz fühlen sich die Gäste mit 94 Prozent überwiegend sicher.

In Sachen Barrierefreiheit ist das Oktoberfest unter den deutschen Volksfesten führend. 60 Prozent der Befragten finden die Wiesen behindertengerecht.

Der Wunsch nach bargeldlosen Bezahlungsmöglichkeiten ist bei über der Hälfte (58 Prozent) der Befragten groß.

Bierzeltbesuch

Der Besuch einer der Festhallen gehört zu einem Wiesen-Bummel für die meisten Gäste einfach dazu: 79 Prozent (2014: 78 Prozent) aller Befragten besuchten ein Bierzelt, 15 Prozent (2014: 22 Prozent) hatten nicht vor, eine Festhalle aufzusuchen, und 6 Prozent waren noch unsicher.

Die Hauptgründe dafür, kein Bierzelt zu besuchen, waren „kein Interesse“ (62 Prozent), „keinen Platz bekommen“ (19 Prozent) und „zu teuer“ (11 Prozent).

Für die Gruppe der internationalen Gäste ist ein Besuch im Bierzelt attraktiver als für Gäste aus dem Inland. 92 Prozent (2014: 91 Prozent)



der Befragten aus dem Ausland gaben an, ein Bierzelt besuchen zu wollen gegenüber 76 Prozent (2014: 73 Prozent) der Deutschen.

Der Besuch einer Festhalle ist besonders für die unter 30-Jährigen attraktiv: Von den 18- bis 24-Jährigen zieht es bis zu 87 Prozent in ein Bierzelt, 85 Prozent der 25- bis 29-Jährigen sind ebenfalls mit dabei. Besonders von den Festhallen angezogen erweist sich mit 82 Prozent auch die Gruppe der Best Ager von 50 bis 59 Jahre. Für die 30- bis 39-Jährigen mit 77 Prozent und die 40- bis 49-Jährigen mit immerhin noch 72 Prozent gehört ein Bierzeltbesuch zum Oktoberfest dazu. Aber auch die Generation 60+ steht mit 76 Prozent den Jüngeren kaum nach.

Für Männer ist der Besuch eines Festzeltes mit 81 Prozent (2014: 83 Prozent) immer noch attraktiver als für Frauen mit 78 Prozent (2014: 74 Prozent). Der Trend weist auf eine Annäherung der beiden Geschlechter bei dieser Frage hin.

Das Volksfestvergnügen

Über die Hälfte der Befragten (59 Prozent) gaben an, den Schaustellerbereich auf der Wiesn zu besuchen. Teils aus Desinteresse (61 Prozent), teils, weil zu teuer (20 Prozent), oder weil der Festplatz zu voll war (6,4 Prozent), hießen die Antworten auf die Frage, aus welchen Gründen der Schaustellerbereich nicht aufgesucht werde.

Oide Wiesn

51 Prozent der Befragten gefällt an der Oidn Wiesn der geringere Trubel. Das nostalgische Flair mit den historischen Fahrgeschäften und Attraktionen machen für 27 Prozent der Befragten den besonders Reiz dieses Teils der Wiesn aus, die spezielle Atmosphäre und gute Stimmung



motivieren 45 Prozent zu einem Besuch und 22 Prozent sehen in der Oidn Wiesn ein „Stück Heimat“.

Das Angebot zum Tanzen, die Musikauswahl und die Kulturvermittlung werden als positiv empfunden. Von den Festzelten auf der Oidn Wiesn hat das Programm des Festzelts Tradition mit bayerischer Volkskultur am meisten Anklang gefunden (21 Prozent). Auch das Angebot für Kinder wird lobend erwähnt (18 Prozent). 17 Prozent der Befragten sahen bei einem Besuch der Oidn Wiesn gute Chancen auf freie Plätze in den Festzelten. Eine Besuchsabsicht des nostalgischen Volksfestteils gaben 38 Prozent der Befragten an. 2019 besuchten rund 557.000 (2014: 610.000) zahlenden Gäste die Oide Wiesn.

Mediennutzung der Wiesngäste

Auf die Frage „Über welche Medien haben Sie sich Informationen über das Oktoberfest geholt“ verwiesen jedoch die meisten Gäste auf Mundpropaganda (62 Prozent), gefolgt von Fernsehen und Internet (je 46 Prozent). Die offizielle Oktoberfest-Seite www.oktoberfest.de wurde dabei von 72 Prozent der User aufgerufen, 47 Prozent informierten sich auf dem offiziellen Stadtportal www.muenchen.de. 20 Prozent der Befragten aus Deutschland und 40 Prozent aus dem Ausland nutzten Instagram zur Recherche. Die Oktoberfest-App haben knapp 40 Prozent der befragten Personen als zusätzliche Informationsquelle gewählt. Ausländische Besucher (47 Prozent) haben sich im Vorfeld mehr informiert als deutsche (20 Prozent) oder Münchner (15 Prozent). In Hinblick auf das Alter waren es verstärkt die jüngeren Personen zwischen 18 und 29 Jahren, die sich vor dem Besuch Informationen vor allem über Fernsehen (50 Prozent),



Instagram (39 Prozent), das Internet (37 Prozent) und Facebook (32 Prozent) eingeholt haben.

Bekanntheitsgrad der Wiesn

Das Oktoberfest ist weltweit bekannt und ein „Selbstläufer“. Seit 1985, dem Jahr des 175. Oktoberfestjubiläums mit 7,1 Millionen Besuchern, wird für die Wiesn nicht mehr geworben. Bereits eine Umfrage über Akzeptanz und Bekanntheit deutscher Begriffe im Ausland, die im Auftrag der Deutschen Zentrale für Tourismus im Februar 1999 von der Agentur Bates weltweit durchgeführt wurde, ergab, dass 91 Prozent der Befragten den Begriff „Oktoberfest“ kannten. Heute tragen soziale Medien das Oktoberfest in alle Welt: Aktuell finden zum Beispiel der Suchdienst „Google“ zum Begriff „Oktoberfest“ Einträge in Millionenhöhe (Mai 2020: 56.300.000 Einträge), „youtube“ 21.800.000 (2014: knapp eine Million) Einträge, Instagram 24.300.000 Einträge und Twitter zwitschert 41.700.000 (2014: 3,5 Millionen) Mal über die Wiesn. Nicht zu vergessen die Webcams, die auf der Wiesn installiert sind und täglich Live-Bilder des Festgeschehens rund um den Globus liefern. Durch seinen weltweiten Bekanntheitsgrad ist das Oktoberfest ein touristischer Magnet und Exportartikel par excellence.

Imagewert der Wiesn

Mehr als 2.000 „Oktoberfeste“ nach Münchner Manier werden über den Erdball verteilt veranstaltet. Hiervon finden die Größten in Blumenau (Brasilien) und in Kitchener (Kanada) mit jeweils rund einer Million Besuchern statt, gefolgt von Frankenmuth/Michigan (USA) mit etwa 350.000 Besuchern. In China gibt es „Bierfeste“ der Superlative: Die im



Juli und August stattfindenden Feste in Peking, Dalian und Qingdao weisen Besucherzahlen in Millionenhöhe auf.

Das Oktoberfest prägt das Image der weißblauen Metropole unverkennbar. Der Werbewert der Wiesn für München ist zwar nicht messbar, doch der Ruf, den München durch das Oktoberfest national und international genießt, schlägt sich in den Besucherzahlen nieder. Nicht zuletzt dank dieses einmaligen Volksfestes gehört München zu den führenden Tourismus-Metropolen Deutschlands.

Arbeitsplatz Wiesn

Während der „Wiesn-Saison“ stehen auf dem Oktoberfest etwa 13.000 Arbeitsplätze bereit. 8.000 Beschäftigte werden in festem Arbeitsverhältnis angestellt, weitere 5.000 Personen finden als wechselnde Beschäftigte auf der Wiesn Arbeit.

Die Organisation

Seit über 180 Jahren wird das Oktoberfest von der Landeshauptstadt München ausgerichtet und die Entwicklung des Volksfestes von städtischer Seite gesteuert. Für die Organisation und Abwicklung des Festes ist das Referat für Arbeit und Wirtschaft zuständig. Auf seinen Vorschlag trifft der Wirtschaftsausschuss des Münchner Stadtrats alle wichtigen Entscheidungen über die Wiesn. Etwa 1.100 Bewerbungen von Schaustellern und Marktkaufleuten gehen jährlich ein und werden bewertet. Letztlich werden etwa 550 Bewerber zugelassen.



Kontakt

Oktoberfest-Pressestelle

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

E-Mail: oktoberfest.presse@muenchen.de

www.oktoberfest.de/presse



Die offiziellen Adressen für alle Infos rund um das Oktoberfest:

www.oktoberfest.de



Facebook: www.facebook.com/oktoberfest



Instagram: www.instagram.com/oktoberfest



Offizielle Oktoberfest App: www.oktoberfest.de/app

Oktoberfest – das Fest der Landeshauptstadt München