BUSINESS. BUILT AROUND YOU.

HOTELMARKT MÜNCHEN

Die Münchner Privathotellerie im Wandel

Juni 2025

DIE MÜNCHNER PRIVATHOTELLERIE IM WANDEL

Vorwort

Die Münchner Hotellerie befindet sich inmitten eines tiefgreifenden Wandels: globale Krisen, verändertes Reiseverhalten, neue Vertriebswege und der wachsende Druck durch internationale Hotelketten stellen vor allem private Hotelbetriebe vor Herausforderungen. Zugleich eröffnen sich durch die Entwicklung für die Privathotellerie aber auch neue Chancen.

Dieser Marktbericht beleuchtet aktuelle Trends, strukturelle Veränderungen und strategische Weichenstellungen, die die Privathotellerie in der bayerischen Landeshauptstadt prägen. Ziel ist es, direkte Einblicke zu geben, Entwicklungen einzuordnen und Impulse für eine zukunftsorientierte Positionierung zu liefern.

Ob traditionsreicher Familienbetrieb oder innovatives Boutiquehotel, die private Hotellerie in München steht für Vielfalt, Individualität und gelebte Gastfreundschaft. Gerade in Zeiten des Wandels zeigt sich, wie wichtig Anpassungsfähigkeit, unternehmerischer Mut und ein klares Profil sind, um sich am Markt nachhaltig zu behaupten.

Wie sieht die Lage bei den Privathoteliers aus? Wie gehen sie mit der steigenden Macht der Ketten um? Was sind tatsächlich die größten Herausforderungen? Und ist nicht gerade in Zeiten von Individualisierung und Vielfalt, dies die Chance der Privathotellerie? Um diesen Fragen nachzugehen, wurden Interviews mit privaten Eigentümern und Hotelbetreibern geführt und ein genauer Blick auf die Chancen und Risiken der Privathoteliers geworfen. Auf den folgenden Seiten sind die Antworten und Einschätzungen der Befragten eingefangen und zu einem Marktüberblick zusammengefasst.

Spoiler: Privathotels stehen in mancherlei Hinsicht vor größeren Herausforderungen als Kettenhotels, dennoch bedeutet das keineswegs, dass sie im Wettbewerb unterliegen müssen. Wie im bekannten Duell David gegen Goliath kommt es auf Kreativität, Mut und Agilität an. Wer diese Stärken konsequent nutzt, wird auch künftig im Markt erfolgreich bestehen können.

Wir wünschen Ihnen viel Freude beim Lesen dieses spannenden Markteinblicks.

Michelle Rupp
Analyst Investment & Letting

M + 49 (0) 173 6713305
E michelle.rupp@christie.com

DER HOTELMARKT MÜNCHEN

Starke Dominanz der Kettenhotellerie

Angebot

Hotels

2019	Veränderung	2024
463	+ 1,3%	469

Betten

2019	Veränderung	2024
87.993	+ 11,3%	97.930

Nachfrage

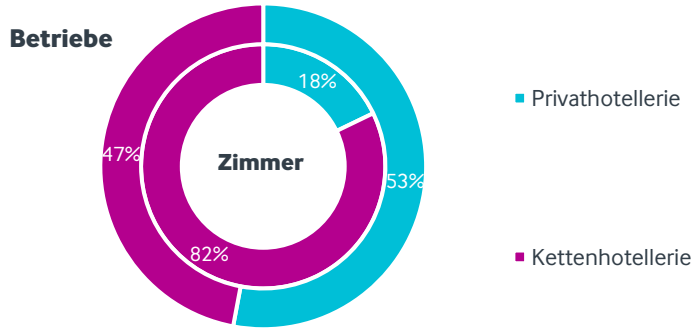
Übernachtungen

2019	Veränderung	2024
18,3 Mio.	+ 7,5%	19,7 Mio.

Top Quellmärkte

1. USA (7,6%)
2. Großbritannien(3,3%)
3. Italien (3,0%)
4. Österreich (2,8%)
5. China (1,5%)

Privat- vs. Kettenhotellerie



Quellen: Bayerisches Landesamt für Statistik; München Tourismus; STR; Christie & Co

Im Jahr 2019 zählte München noch 463 Beherbergungsbetriebe mit rund 88.000 Betten, bereits 2024 erreichte die Stadt dann einen neuen Höchststand mit fast 98.000 Betten. Dies entspricht einem Bettenwachstum von rund 11,3%, wobei diese Steigerung maßgeblich auf den Markteintritt größerer Kettenhotels zurückzuführen war.

Im Laufe des Jahres 2025 werden laut aktueller Projektpipeline weitere Hotels hinzukommen. Neben anderen sind dies das „Cocoon Hotel Theresienwiese" (Eröffnung April 2025) oder das „Titanic Hotel am Olympiapark" (Eröffnung Ende 2025). Insgesamt wächst das Angebot im Jahr 2025 um zusätzlich rund 1.600 Betten.

Die Nachfrage hat sich seit der pandemiebedingten Delle ebenfalls stark erholt: Von 18,3 Millionen Übernachtungen im Jahr 2019 sank die Zahl zunächst auf 16 Millionen (2022) und stieg dann auf 19,7 Millionen im Jahr 2024. Damit lag München weiterhin an der Spitze der deutschen Städte. Besonders stark gewachsen ist 2024 der Incoming-Tourismus aus den USA (+16,4%), Großbritannien (+15,2%) und China (+40,4%).

2024 verzeichnete die durchschnittliche Zimmerrate ein Plus von 24,1 % gegenüber 2019. Die Zimmerauslastung ging im gleichen Zeitraum um 6,2 Prozentpunkte zurück, dennoch stieg der RevPAR um +12,5 %. Für 2025 wird mit stabiler bis leicht wachsender Performance gerechnet, insbesondere dank eines guten Messe- und Eventgeschäfts.

Bei der Markendurchdringung zeigt sich eine klare Dominanz der Kettenhotellerie: Zwar sind 47 % der Betriebe in privater Hand, über 53 % der Hotelzimmer in München sind jedoch Markenhotels zuzuordnen. Die durchschnittliche Kapazität eines Kettenhotels lag 2024 bei rund 190 Zimmern, während Privathotels im Schnitt nur etwa 45 Zimmer anbieten. Die stärksten Ketten waren 2024 Marriott mit ca. 11 % Marktanteil, gefolgt von Accor und IHG.

RISIKEN DER PRIVATHOTELLERIE

Stetig steigender Wettbewerbsdruck verlangt Umdenken

Kontinuierliches Bettenwachstum

Der Bauboom auf dem Münchner Hotelmarkt setzt sich fort. In den vergangenen Jahren sind zahlreiche neue Hotelprojekte realisiert worden, insbesondere im Budget-Bereich. Mit tausenden zusätzlichen Zimmern, die in den nächsten Jahren an den Markt kommen sollen, nimmt der Wettbewerbsdruck spürbar zu. Diese Entwicklung bekommen bereits viele Privathoteliers zu spüren.

Trotz stabiler Übernachtungszahlen und hoher touristischer Nachfrage, betrachten viele Münchner Privathoteliers das Bettenwachstum kritisch. Denn die zusätzliche Kapazität verschärft den Preiswettbewerb, der sich besonders an schwächer ausgelasteten Tagen bemerkbar macht. So bieten internationale Kettenhotels ihre Zimmer teils zu stark rabattierten Preisen an, um eine gewisse Grundauslastung zu gewährleisten.

Die befragten Privathoteliers in München wollen sich mehrheitlich nicht auf diesen Preiskampf einlassen. Sie setzen stattdessen auf eine konsequente Preisstrategie. „Auch wenn man preislich nicht mit Ketten konkurrieren wolle, müsse man dennoch flexibel genug sein, um auf Nachfrageschwankungen reagieren zu können".

Einigkeit bestand unter allen Befragten darüber, dass es zunehmend wichtiger werde, den eigenen Preis über ein klar positioniertes und unverwechselbares Hotelprodukt zu rechtfertigen. Ist das Angebot austauschbar, entscheidet sich der Gast, wenig überraschend, für die günstigere Option.

Fachkräftemangel

Als größte zukünftige Herausforderung bewerten Münchner Privathoteliers den zunehmenden Fachkräftemangel. „Schon jetzt ist es extrem schwer, qualifiziertes Personal zu finden", lautet eine häufige Einschätzung. Der Wettbewerb um qualifizierte Mitarbeiter ist hoch und verschärft sich weiter, besonders angesichts der anhaltenden Expansion vieler Hotelbetriebe in der Region.

Die befragten Hoteliers betonen, dass es immer schwieriger wird, Personal nicht nur zu gewinnen, sondern auch langfristig zu binden. Während große Hotelketten durch zentralisierte HR-Konzepte oft strukturelle Vorteile haben, sehen Privathoteliers die Notwendigkeit, ihre individuellen Stärken, wie flache Hierarchien, persönliche Atmosphäre und direkte Entwicklungsmöglichkeiten gezielter einzusetzen, um im "War for Talents" bestehen zu können.

Investitionen

Bezüglich Investitionen zeichnet sich ein überwiegend positives Bild. Die Münchner Privathoteliers zeigen sich investitionsbereit und betonen ihre Flexibilität bei der Umsetzung von Innovationen, ein Vorteil gegenüber der Kettenhotellerie, die oft längere Abstimmungsprozesse durchlaufen muss.

Die häufig vermutete Investitionszurückhaltung aufgrund begrenzter finanzieller Ressourcen konnte nicht bestätigt werden. Vielmehr existieren konkrete Investitionspläne, die laufend aktualisiert werden. So wird sichergestellt, dass es trotz wirtschaftlicher Unsicherheiten durch Inflation oder steigende Baukosten nicht zu einem Investitionsstau kommt.

CHANCEN DER PRIVATHOTELLERIE

Herausragende Konzepte verbunden mit den Vorteilen des Internets als Erfolgsfaktor

Kooperationen

Beim Thema Kooperationen gehen die Meinungen auseinander. Einige Münchner Privathoteliers sehen überwiegende Vorteile: mehr Sichtbarkeit, Austausch mit anderen Hoteliers und gegebenenfalls ein stärkeres Außenbild. Kooperationen können ein ergänzendes Alleinstellungsmerkmal schaffen.

Andere Hoteliers bleiben zurückhaltend und verweisen auf potenzielle Abhängigkeiten oder mangelnden Mehrwert. Einigkeit besteht jedoch darin, dass jede Kooperation sorgfältig auf Kosten und Nutzen geprüft werden muss.

Das Internet als Vertriebsplattform

Online-Buchungsplattformen wie Booking.com oder Expedia sind in München fest etabliert. Trotz hoher Provisionen, sehen viele Hoteliers diese Kanäle als unverzichtbar für Reichweite und Sichtbarkeit.

Münchner Privathoteliers schätzen besonders die Möglichkeit, über das Internet gezielt individuelle Stärken zu präsentieren, oft deutlich sichtbarer als Kettenhotels. Gleichzeitig wurde der Wunsch geäußert, provisionsärmere Alternativen stärker zu nutzen, z. B. eigene Webseiten mit direkter Buchungsoption.

Einige Hoteliers betonten, dass durch gezieltes Online-Marketing und Bewertungen auf Plattformen auch kleinere Häuser sehr gut im Wettbewerb bestehen können, wenn das Gesamtprodukt überzeugt.

Nischenstrategie

Individualität, Flexibilität und die Nähe zum Gast, kombiniert mit flachen Hierarchien, ermöglichen es Münchner Privathotels, sich durch besondere Konzepte im Markt zu positionieren. Viele Hoteliers haben bereits eine klare Nische besetzt, etwa durch Boutique-, Design- oder nachhaltige Konzepte.

Insbesondere in einem hochpreisigen und kompetitiven Umfeld wie München, wird ein eigenständiges Profil immer wichtiger. Dabei geht es nicht nur um ein Thema oder eine Zielgruppe, sondern um ein stimmiges Gesamtkonzept, das sich durch alle Hotelbereiche zieht, von der Architektur und dem Design, über das Frühstück, bis zum Service.

Fast alle befragten Hoteliers betonen, dass eine klar kommunizierte Alleinstellung nicht nur die Preisgestaltung unterstützt, sondern auch die Gästebindung stärkt. In Zeiten steigender Vergleichbarkeit über Plattformen, ist Differenzierung entscheidend. Mut zu besonderen Konzepten wird in München zunehmend zur Erfolgsbedingung.

FAZIT

Privathotels vs. Kettenhotels

„ Die Münchner Privathotellerie steht unter steigendem Druck durch Bettenwachstum, Fachkräftemangel und hohe Investitionsanforderungen. Gleichzeitig bieten Nischenstrategien, Online-Plattformen und gezielte Kooperationen gute Chancen zur Differenzierung. Wer flexibel bleibt und seine Stärken nutzt, kann sich im Wettbewerb behaupten.“

IHRE SPEZIALISTEN FÜR BETREIBERIMMOBILIEN

Christie & Co wurde 1935 in London gegründet und ist seit 2005 am AIM börsengelistet.
Mit Büros in ganz Europa ist Christie & Co führender Bewerter, Berater und Broker in acht Branchen, in Deutschland und Österreich spezialisiert auf Hotel- und Pflegeimmobilien.
Ein multilinguales Team sowie die Mitgliedschaft in RICS, IHA, ÖVI und ÖHV unterstreichen die internationale Vernetzung.
Zudem sind Experten regelmäßig als Vortragende auf Hochschulen und Branchenveranstaltungen vertreten.

EUROPAWEITE PRÄSENZ
22 BÜROS

LaingBuisson Awards 2023
WINNER
Property Consultant of the Year

Regulated by RICS®

BUSINESS. BUILT AROUND YOU.

MÜNCHEN
Pfisterstraße 6
80331 München
T +49 (0) 89 200 00 07-00
E munich@christie.com

FRANKFURT
Schillerstraße 12
60313 Frankfurt/Main
T +49 (0) 69 90 74 57-0
E frankfurt@christie.com

BERLIN
T +49 (0) 30 20 00 96-0
E berlin@christie.com

WIEN
Stallburggasse 2/3a
1010 Wien
T +43 (0) 1 890 53 57-0
E wien@christie.com