

## **Echt erfolgreich: Oberbayerns Tourismus wächst**

**3,6 Prozent mehr Gästeankünfte von Januar bis Juli – ländliche Regionen entwickeln sich besonders dynamisch / Neue Angebote, Besucherinformation und nachhaltige Mobilität ergänzen das Destinationsmanagement**

**München/Oberbayern, 29.09.2026** – Oberbayerns Tourismus entwickelt sich in den ersten sieben Monaten des Jahres 2026 positiv. Von Januar bis einschließlich Juli wurden rund 25,7 Millionen Übernachtungen gezählt – 1,1 Prozent mehr als im Vorjahreszeitraum. Die Zahl der Gästeankünfte stieg um 3,6 Prozent. Die Bettenauslastung lag im selben Zeitraum bei 45,3 Prozent. Allein im Juli legten die Gästeankünfte in Oberbayern gegenüber dem Vorjahresmonat um 7,4 Prozent, die Übernachtungen um 5,8 Prozent zu. Besonders dynamisch zeigt sich die Entwicklung in vielen ländlichen Destinationen. So stiegen die Übernachtungen im Tölzer Land um 5,3 Prozent, im Chiemsee-Alpenland um 4,7 Prozent und im Chiemsee-Chiemgau um 3,6 Prozent. Auch die Zugspitz-Region (+2,6 Prozent) und die Alpenregion Tegernsee-Schliersee (+2,4 Prozent) verzeichneten Zuwächse. In München legten die Übernachtungen im Vergleichszeitraum um 0,4 Prozent zu.

„Oberbayern bleibt als Reiseziel gefragt. Besonders erfreulich ist, dass sich die positive Entwicklung über viele Regionen erstreckt. Das zeigt die Stärke Oberbayerns als vielfältige Tourismusdestination. Gemeinsam mit unseren Partnern wollen wir diese Vielfalt noch sichtbarer machen und Gästen immer wieder neue Reise- und Ausflugsmöglichkeiten eröffnen“, sagt Oswald Pehel, Geschäftsführer des Tourismus Oberbayern München e.V. (TOM).

### **Neue Angebote und gezielte Information**

Parallel zur positiven Nachfrageentwicklung setzen die oberbayerischen Destinationen auf unterschiedliche Ansätze, um Gästen Orientierung zu geben, neue Angebote sichtbar zu machen und attraktive Alternativen zu stark nachgefragten Zielen aufzuzeigen. Der TOM unterstützt diesen Ansatz unter anderem mit den GeHEIMATorten und dem Ausflugsticker. Während der heißen Sommermonate wurde außerdem kurzfristig die

Coolcation-Kommunikation umgesetzt, die schattige Ausflugsziele, naturnahe Rückzugsorte und erfrischende Erlebnisse in den Mittelpunkt stellte.

„Besucherlenkung beginnt nicht erst dort, wo es voll wird. Sie beginnt mit Information und Inspiration. Wenn wir unterschiedliche Möglichkeiten sichtbar machen, können Gäste ihre Ausflüge und Aufenthalte bewusster planen und zugleich neue Facetten Oberbayerns kennenlernen“, so Pehel.

Wie unterschiedlich solche Ansätze in der Praxis aussehen, zeigen die Regionen: München setzt auf die Vielfalt seiner Stadtviertel. Mit der Kampagne „Viertelliebe“ werden Gäste gezielt auf unterschiedliche Stadtteile aufmerksam gemacht. Stadtführungen und weitere Angebote zeigen München abseits der klassischen Sehenswürdigkeiten im Zentrum und machen die einzelnen Viertel als eigenständige Erlebnisräume erlebbar.

Im Chiemgau erweitert ein neues Aktivangebot das Spektrum: Seit Mai gibt es neue Gravelbike-Touren, die zusätzliche Routen und Erlebnisräume erschließen und damit eine weitere Möglichkeit bieten, die Region aktiv zu entdecken.

In Berchtesgaden spielen Mobilität und aktuelle Besucherinformation eine wichtige Rolle. Die Übernachtungen lagen von Januar bis Juli 2,2 Prozent über dem Vorjahreszeitraum. Das seit März 2026 eingesetzte WatzMobil ergänzt das ÖPNV-Angebot im Landkreis. An stark frequentierten Bereichen gibt es zusätzliche Angebote und Taktverdichtungen. Über den Ausflugsticker können sich Gäste außerdem über die aktuelle Situation an ausgewählten Parkplätzen informieren.

In der Alpenregion Tegernsee-Schliersee zeigt sich die positive Nachfrageentwicklung besonders deutlich im Juli: Gegenüber dem Vorjahresmonat wurden rund 26.700 zusätzliche Übernachtungen registriert. Für die Besucherinformation und Sensibilisierung setzt die Region unter anderem auf speziell ausgebildete Ranger, die an stark frequentierten Wanderwegen und Bergen unterwegs sind. Sie informieren über das Verhalten in der Natur und geben Hinweise zu Sicherheit und Technik. Mit der Kampagne „Mit der Bahn in die Berge“ werden außerdem Ausflugsziele vorgestellt, die mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreichbar sind.

### **Tourismusentwicklung in der Fläche**

Die Zahlen zeigen eine weiterhin hohe touristische Nachfrage in Oberbayern und eine positive Entwicklung vieler ländlicher Destinationen. Gleichzeitig verändern sich die Anforderungen an das Destinationsmanagement: Neben attraktiven Produkten gewinnen gute Information, nachhaltige Mobilität und die Sichtbarkeit unterschiedlicher Erlebnisräume an Bedeutung.

Für Gäste bedeutet das mehr Auswahl bei Urlaub und Ausflügen. Für die Regionen eröffnet es die Möglichkeit, ihre unterschiedlichen Stärken sichtbarer zu machen und die touristische Nachfrage über ein breites Angebot hinweg zu entwickeln.

„Unser Ziel ist es, die Vielfalt Oberbayerns sichtbar zu machen und Gästen gute Gründe zu geben, auch neue Orte und Angebote kennenzulernen. Das stärkt die Erlebnisqualität für Reisende und schafft zugleich Perspektiven für viele unterschiedliche Orte und touristische Betriebe in Oberbayern“, sagt Pehel.

*Quelle: Tourismus Oberbayern München e.V., monatliche Datenzulieferung auf Basis der amtlichen Tourismusstatistik; Januar bis Juli 2026. Die Ergebnisse für Juli 2026 sind vorläufig.*

### **Über Tourismus Oberbayern München e.V.**

Von den imposanten Alpen im Süden bis hin zur tiefblauen Donau im Norden, von male-  
rischen Orten, weltberühmten Schlössern und der bayerischen Bierkultur bis hin zu auf-  
strebenden Wirtschaftsstandorten und der Weltstadt München: Mit seiner Vielfalt zählt  
Oberbayern zu den bedeutendsten Urlaubsdestinationen Europas. Der Tourismus  
Oberbayern München e.V. mit Sitz in München ist die touristische Dachorganisation für  
Oberbayern und vertritt die Interessen seiner rund 70 Mitglieder – mit der gemeinsamen  
Mission: die Wertschöpfung, ebenso wie die Wertschätzung gegenüber der Tourismusre-  
gion Oberbayern nachhaltig zu stärken.

**[www.oberbayern.de](http://www.oberbayern.de)**

Gefördert durch

Bayerisches Staatsministerium für  
Ernährung, Landwirtschaft, Forsten und Tourismus



### **Weitere Presseinformationen und Bildmaterial bei:**

#### **Jutta Tempel**

Director Communications

COMEO GmbH Branding & Communications

Mozartstr. 18 | 80336 München

Tel: +49 (089) 74 888 2- 36

E-Mail: [tempel@comeo.de](mailto:tempel@comeo.de)

[www.comeo.de](http://www.comeo.de)