

Presseinformation

(06.06.2025)

Champions-League-Finale: Das Fazit der Host City München

Am Ende der Woche nach dem Finale der UEFA Champions League in München sind die ersten Evaluierungen und Debriefings abgeschlossen. Die Host City München zieht diesbezüglich ein erstes Zwischenfazit der Veranstaltung.

So wurden insgesamt rund 60.000 Fans beider Teams und Besucher*innen über den Tag verteilt auf den beiden städtischen Fan Meeting Points gezählt. Rund 75.000 Menschen verfolgten das Spiel bei Public Viewings in der Stadt: Je ca. 23.000 Menschen beim Champions Festival im Olympiapark und auf dem Königsplatz, der Rest verteilt auf die Stadt - vor allem in den großen Biergärten. Das Champions Festival im Olympiapark war mit insgesamt rund 105.000 Besucher*innen an allen vier Tagen sehr gut besucht.

Der städtische Mobilitätspartner RVO transportierte circa 9.000 Fans von den beiden Shuttlepunkten Königsplatz und Olympiapark ins Stadion. Beim Abtransport waren es dann rund 12.000 Personen, die das Angebot der Shuttle-Busse nutzten.

Städtische Initiative „Wir alle sind Champions“: 11 Aktionen, über 10 Millionen Views

Die städtische Berichterstattung über die Final-Aktionen in der Host City München erfolgte auf dem offiziellen Stadtportal muenchen.de und seinen reichweitenstarken Social-Media-Kanälen. Den über 130.000 Visits auf den muenchen.de-Webseiten zum Champions League Finale standen über 10,5 Millionen Impressionen in den sozialen Medien gegenüber, davon alleine über 8 Millionen bei Instagram [@muenchen](https://www.instagram.com/muenchen), verteilt auf über 50 Reels.

Ein besonderer Schwerpunkt bildete dabei die städtische Initiative „WIR ALLE SIND CHAMPIONS“, mit der die Stadt München die Champions des Alltags gesucht, gefunden und gefeiert hat – in 11 Kategorien, von Mädchenfußball und Mutmachern über Fair Play und Inklusion bis zu Creators und eSports. Und dies nicht nur online, sondern auch mit 11 Aktionen vor Ort zum Mitmachen, vom Tischkicker-Turnier mit dem Tischfußball-Weltmeister über Workshops für Schüler*innen mit Ex-Nationalspielerin Julia Šimić und dem deutschen Freestyle-Meister Marcel Gurk bis zur Vielfalts-Fotoausstellung „München kickt bunt“ und einem Live-Painting am Finaltag auf dem Königsplatz mit der Münchner Graffiti-Legende Loomit.

Zu den 11 Aktionen, die im gesamten Mai veranstaltet wurden und an denen sich insgesamt mehr als 500 Alltags-Champions beteiligten, gab es über 40 Reels auf [@muenchen](https://www.instagram.com/muenchen) mit einer Reichweite von über 6 Millionen Views auf Instagram, davon allein 3,5 Millionen am verlängerten Final-Wochenende. Noch einmal nachzulesen ist dies alles in über 50 Einträgen im Champions-Tagebuch auf muenchen.de/champions. Fotos der Host-City-Aktionen gibt es zum Download im Presseportal auf muenchen.de/uclf2025, ein Best-of-Video findet sich auf Instagram [@muenchen](https://www.instagram.com/muenchen).

Eine genaue Evaluierung des Champions-League-Finales wird das Referat für Bildung und Sport dem Stadtrat im Winter vorlegen.