

PRESSEINFORMATION 46/2025

Sommerferien in Baden-Württemberg: BWIHK präsentiert Neue Studie „Handel-, Innenstadt und Tourismus 2025“

„Ferienzeit ist auch Shoppingzeit“: BWIHK-Studie zeigt großes Potenzial von Übernachtungs- und Tagestourismus für den Einzelhandel

Stuttgart, 06. August 2025 – Die Sommerferien in Baden-Württemberg haben gerade begonnen. Zu diesem Anlass veröffentlicht der Baden-Württembergische Industrie- und Handelskammertag (BWIHK) seine neue Studie „Handel, Innenstadt und Tourismus 2025“. Sie beleuchtet das enge Zusammenspiel von Tourismus, Tagestourismus und stationärem Einzelhandel und zeigt auf, welches wirtschaftliche Potenzial in Freizeit- und Reiseaktivitäten steckt, ganz besonders in der nun gestarteten Ferienzeit. Beauftragt und ausgewertet wurde die Untersuchung von der IHK Bodensee-Oberschwaben, welche im BWIHK in Handelsfragen federführend ist und der IHK Nordschwarzwald, welche die landesweite Sprecher- und Koordinierungsfunktion im Tourismus inne hat. Die Zahlen der Studie stammen vom renommierten Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr e.V. (dwif).

Die zentralen Erkenntnisse: **Freizeit und Reisen sind ein bedeutender Teil der privaten Konsumausgaben**, etwa 15 Prozent des Haushaltsbudgets entfallen auf Ausgaben in diesem Bereich, darunter auch Gastronomie- und Einzelhandelskäufe. Besonders Tagesgäste, die in Städten und Urlaubsorten unterwegs sind, lassen dort bares Geld: Shopping, Gastronomie, Souvenirs oder regionale Produkte gehören zu typischen Ausgaben nationaler wie internationaler Gäste. „Reisezeit ist Erlebnis- und Shoppingzeit. Gerade in den Ferien profitieren Handel, Gastronomie und Tourismus gleichermaßen von einem gut verknüpften Attraktionsangebot. Insgesamt geben die Gäste ganze 8,2 Milliarden Euro im Einzelhandel aus“, so Dr. Sönke Voss, Hauptgeschäftsführer der IHK Bodensee-Oberschwaben.

Einzelhandel profitiert direkt vom Tourismus

„Gäste, die unsere Städte besuchen, sind nicht nur an Sehenswürdigkeiten interessiert – sie kaufen gezielt ein. Damit wird der Einzelhandel zum direkten Profiteur des Tagestourismus“, führt Voss weiter aus. Bereits heute fließen mehrere Milliarden Euro jährlich aus touristischen Aktivitäten direkt in den stationären Handel – Tendenz steigend. Besonders Innen-

städte, die ein attraktives Erlebnis- und Einkaufsumfeld bieten, können sich als Anziehungspunkte für Touristen profilieren.

Impulse für den Sommer: Innenstädte als Erlebnisorte

Ob Shoppingbummel nach dem Museumsbesuch, Cafébesuch während einer Stadtführung oder gezielter Einkauf von Spezialitäten: Der Tourismus belebt die Innenstädte und sorgt für zusätzliche Umsätze, besonders in den Sommermonaten. „Die Studie betont, dass eine bewusste strategische Verknüpfung von Handel, Freizeitangebot und Tourismusmarketing für Städte und Gemeinden eine große Chance darstellt“, führt Tanja Traub, Hauptgeschäftsführerin der IHK Nordschwarzwald, aus und ergänzt: „Unsere Untersuchung belegt zudem einen deutlichen Trend zu ‚Erlebnis statt Besitz‘, gerade bei jüngeren Generationen. Die Sommerferien werden genutzt, um Freizeit zu genießen, Neues zu entdecken und gemeinsam Zeit zu verbringen. Davon profitieren Anbieter, die Erlebnisräume, Events oder kreative Einkaufskonzepte schaffen.“ Auch der Einzelhandel sollte sich verstärkt als Teil dieses Gesamtangebots begreifen. „Wer die Innenstädte stärken will, muss Handel und Tourismus gemeinsam denken“, schließen Traub und Voss. Stadtmarketing, Tourismusverbände, Einzelhandel und Kommunen seien gefordert, an einem Strang zu ziehen – um gemeinsam ein attraktives Gesamtbild zu schaffen, das Gäste ebenso begeistern könne wie Einheimische.

BWIIHK fordert strategische Verknüpfung von Handel und Tourismus

Der BWIIHK sieht die Sommerferien als genau richtigen Zeitpunkt, um auf die Rolle von Tages- und Übernachtungsgästen für Einzelhandel und Innenstädte hinzuweisen – denn besonders in dieser Zeitspanne erhält das Thema durch viele Gäste landesweite Sichtbarkeit: „Wer jetzt vorausschauend und strategisch handelt, hat die Chance, Feriengäste und Tagesbesucher nicht nur kurzfristig zu begeistern, sondern sie langfristig zu binden. Deshalb müssen Handel, Tourismus und Stadtentwicklung gemeinsam und abgestimmt auf die Agenda von Kommunen, Unternehmen und politischen Entscheidungsträgern“, unterstreichen Voss und Traub.

Zentrale Zahlen und Fakten aus der Studie:

- 3.051 Euro betragen die monatlichen Konsumausgaben eines durchschnittlichen Haushalts in Baden-Württemberg. 15 Prozent davon entfallen auf Freizeit, Kultur, Gastronomie und tourismusnahe Dienstleistungen.

- 14,7 Mrd. Euro gaben Tagesgäste in Baden-Württemberg im Jahr 2023 aus – rund ein Drittel davon entfiel auf Einzelhandel und Gastronomie.
- Ein Tagesgast gibt im Schnitt 30,10 Euro pro Besuch aus – 41 Prozent davon örtlichen Einzelhandel.
- 28 Prozent ihrer Reisekosten geben internationale Gäste beim Deutschlandbesuch für Shopping aus, bei asiatischen Gästen sind es sogar über 40 Prozent.
- 8,2 Mrd. Euro beträgt der Bruttoumsatz-Anteil der Ausgaben der Tourismus- und Freizeitwirtschaft in Baden-Württemberg, die in den Einzelhandel fließen

Ansprechpartner für die Redaktionen

IHK Nordschwarzwald
BWIHK | Federführung Tourismus
Elke Schönborn
Tel.: 07441 93096-17
Mail: schoenborn@pforzheim.ihk.de

IHK Bodensee-Oberschwaben
BWIHK | Federführung Handel
Bernhard Nattermann
Tel.: 0751 409-171
Mail: nattermann@weingarten.ihk.de

Diese und weitere Pressemeldungen finden Sie [hier](#).

Der Baden-Württembergische Industrie- und Handelskammertag (BWIHK) ist eine Vereinigung der zwölf baden-württembergischen Industrie- und Handelskammern (IHKs). In Baden-Württemberg vertreten die zwölf IHKs die Interessen von weit mehr als 650.000 Mitgliedsunternehmen. Zweck des BWIHK ist es, in allen die baden-württembergische Wirtschaft und die Mitgliedskammern insgesamt betreffenden Belangen gemeinsame Auffassungen zu erzielen und diese gegenüber der Landes-, Bundes- und Europapolitik sowie der Deutschen Industrie- und Handelskammer (DIHK) und anderen Institutionen zu vertreten.