

# Pressemitteilung

---

## Shoppingtourismus: Bedeutender Wirtschaftszweig für Metropolen

- **Shoppingtourismus generiert 1 Milliarde Euro pro Jahr in der Münchner Innenstadt**
- **Internationale Touristen am ausgabefreudigsten**
- **Kaufhäuser boomen bei Touristen trotz Warenhauskrise**

*München, 21. Mai 2014.* Der Einzelhandel in Metropolen wie München, Paris oder London lebt zu einem Großteil vom Shoppingtourismus. In der Münchner Innenstadt geht jeder vierte Euro des Gesamtumsatzes auf Übernachtungstouristen zurück. Insgesamt rund eine Milliarde Euro pro Jahr geben Übernachtungsgäste im Einzelhandel der Münchner Innenstadt aus. Das ist eines der Ergebnisse der Studie "Shoppingtourismus in Metropolen" der BBE Handelsberatung. In Studie werden die wirtschaftlichen Potenziale des Shoppingtourismus am Beispiel der Stadt München dargestellt.

"In der Diversifizierung des Einzelhandelsangebots liegt der Unterschied zwischen regionaler und internationaler Bedeutung einer Stadt als Einkaufsort. Das Angebot muss sich deutlich von dem eines normalen Oberzentrums unterscheiden, um für Shoppingtouristen attraktiv zu sein", erklärt Angelus Bernreuther, Leiter Standortforschung bei der BBE Handelsberatung und Autor der Studie. "Das breitgefächerte Angebot einer Shoppingmetropole beginnt bereits am Flughafen mit einem großen Einzelhandelsbereich und setzt sich in den Innenstädten mit Luxus-Flagships fort". In München stellen kaufwillige Touristen den stärksten Faktor dar, der zur ständigen Vergrößerung der Münchner Einzelhandelslandschaft beiträgt. Während in vielen Innenstädten die 1a-Lagen unter Druck geraten, wird in München die Fußgängerzone weiter ausgebaut.

### Internationale Touristen am ausgabefreudigsten

Shoppingtouristen in München geben täglich durchschnittlich rund 142 Euro im Einzelhandel aus. Unterschiede gibt es jedoch bei einem Blick auf die Herkunft der Touristen: Arabische Gäste besuchen mit durchschnittlich 22 Läden pro Tag die meisten Geschäfte und geben mit durchschnittlich 351 Euro am Tag dreimal so viel aus wie Touristen aus Deutschland und dem restlichen Ausland. Deutsche Touristen besuchen hingegen im Schnitt nur zehn Geschäfte pro Tag. "Der Einzelhandel in Shoppingmetropolen sollte verstärkt um arabische Gäste werben. Ein Anstieg dieser Touristen würde das Einzelhandelswachstum noch weiter zu befeuern", so Bernreuther. Aber auch die Werbung in anderen Ländern dürfe nicht vernachlässigt werden. Denn ausländische Shoppingtouristen tätigen durchschnittlich deutlich höhere Ausgaben pro Tag als deutsche Shoppingtouristen. Während deutsche Shoppingtouristen circa 101 Euro pro Tag im Laufe ihres Aufenthalts in der Münchner Innenstadt für Einkäufe ausgeben, liegen die täglichen Ausgaben der ausländischen Shoppingtouristen bei 257 Euro.

**BBE Handelsberatung GmbH**

Briener Straße 45  
80333 München  
Deutschland

Tel +49 89 55118-144

Fax +49 89 55118-153

E-Mail [info@bbe.de](mailto:info@bbe.de)

Web [www.bbe.de](http://www.bbe.de)

Geschäftsführer

Alois Müller

Joachim Stumpf

[München](#)

[Hamburg](#)

[Köln](#)

[Leipzig](#)

[Erfurt](#)

## **Kaufhäuser boomen trotz Warenhauskrise bei Touristen**

Warenhäuser sind für Shoppingtouristen die beliebtesten Anlaufpunkte in der Innenstadt. In München ist Galeria Kaufhof die beliebteste Anlaufstation der Shoppingtouristen. Rund 34 Prozent der befragten Touristen besuchten das Kaufhaus. Karstadt ist mit einer Besuchsquote von 23,7 Prozent steht ebenfalls hoch im Kurs. "In München sind die Warenhäuser wahre Touristenmagnete. Das ist überraschend, da viele bereits für das Modell Warenhaus keine Zukunft mehr sehen", kommentiert Bernreuther. Eine hohe Bedeutung haben auch lokale Traditionsbetriebe wie Dallmayr oder Hirmer mit einer Besuchsquote von rund acht Prozent der Shoppingtouristen. "Diese sorgen mit ihrer regionalen Verankerung für das typische Einkaufsflair einer Stadt", so Bernreuther.

### **Zur Studie**

Die Studie "Shoppingtourismus in Metroplien" der BBE Handelsberatung zeigt die Erfolgsfaktoren für den Einzelhandel in einer Stadt auf. Die Betrachtung wird ergänzt durch eine detaillierte Befragung in der Stadt München, die im Rahmen eines Studienprojekts der Universität Bayreuth in Kooperation mit der BBE Handelsberatung entstanden ist. Die Umfrage erforscht und analysiert Strukturen, Unterschiede, Gemeinsamkeiten und Auffälligkeiten bei Shoppingtouristen in der Münchner Innenstadt.

### **BBE Handelsberatung GmbH**

Die BBE Handelsberatung verknüpft auf Basis ihrer über 50-jährigen Tätigkeit fundierte Branchenkenntnis ihrer über 100 Branchenberater mit dem Wissen ihrer Standortexperten und dem Immobilien-Knowhow ihrer Tochterfirma IPH Handelsimmobilien. Analyse- und Prognosemethoden werden kontinuierlich optimiert, Wissenschaft und Praxis verzahnt, um auf diese Weise kompetent Handlungsempfehlungen geben zu können. Die BBE Handelsberatung greift dabei auf ein umfassendes Netzwerk von Institutionen, Verbänden und Handelsspezialisten zurück. Somit bietet sie ein Full-Service-Angebot – beginnend mit der gemeinsamen Strategieentwicklung bis hin zur begleitenden Umsetzung.

#### **Kontakt:**

Dr. Angelus Bernreuther  
Leitung Standortforschung

BBE Handelsberatung GmbH  
Brienner Straße 45 • 80333 München  
Tel.: +49 89 55118 181  
Fax: +49 89 55118450 181  
[bernreuther@bbe.de](mailto:bernreuther@bbe.de)  
[www.bbe.de](http://www.bbe.de)

#### **Pressekontakt:**

Holger Friedrichs

Leiter Medien & Kommunikationsberatung

Dr. ZitelmannPB. GmbH  
Rankestraße 17  
10789 Berlin  
Tel.: +49 – 30 72 62 76 157  
Fax: +49 – 30 72 62 76 1793  
[friedrichs@zitelmann.com](mailto:friedrichs@zitelmann.com)  
[www.zitelmann.com](http://www.zitelmann.com)