

**TOURISMUS INITIATIVE MÜNCHEN (TIM) e.V.**

Referat für Arbeit und Wirtschaft
Geschäftsbereich Tourismus, Veranstaltungen, Hospitality
Herzog-Wilhelm-Straße 15
80331 München

**TOURISMUS INITIATIVE MÜNCHEN
(TIM) e.V.**
c/o Referat für Arbeit und Wirtschaft

**Herzog-Wilhelm-Str. 15
80331 München - Deutschland**

**FON: +49 (0)89 2323 8630
FAX: +49 (0)89 2554 6397
WEB: www.tim-muenchen.de
MAIL: info@tim-muenchen.de**

28. April 2022

Stellungnahme Tourismus Initiative München (TIM) e.V.

Sehr geehrte Damen und Herren,

der Tourismus Initiative München (TIM) e.V. ist der Zusammenschluss der Münchner Tourismuswirtschaft, bestehend aus rund 200 touristischen Leistungsträgern. Als einziges branchenübergreifendes Netzwerk repräsentieren wir alle bedeutenden Unternehmen im Münchner Tourismus, wie z.B. die BMW-Welt und den Olympiapark, den Flughafen und die Messe München, führende Gastronomie- und Hotellerie-Betriebe, Vertreter des Einzelhandels sowie Unternehmen aus der Kongress- und Kulturwirtschaft. Gleichzeitig zählen Organisationen wie BHG DEHOGA, CityPartner München oder die IHK für München und Oberbayern zu unseren Mitgliedern. Wir sind Sprachrohr und Community für Wissenstransfer, Innovation und Kooperation, begleiten die Leistungsträger in TIM bei der Gestaltung von Reiseleistungen und unterstützen durch unsere Fachexpertise und die Beteiligung am Tourismusfonds die Stadt München als starker, unabhängiger Partner.

Grundlage dafür ist unsere enge, partnerschaftliche Zusammenarbeit mit der Landeshauptstadt München, vertreten durch den Geschäftsbereich Tourismus, Veranstaltungen und Hospitality im Referat für Arbeit und Wirtschaft (RAW GB4-6) im sogenannten Münchner Modell: Diese in ihrer Tiefe bundesweit einzigartige Kooperation dient der Stärkung der Marke München und der Erreichung der gemeinsamen strategischen Ziele für München als Reisedestination und stellt im Vergleich auch zu internationalen Konkurrenzdestinationen einen nicht zu unterschätzenden „USP“ dar.

So erfolgt im Rahmen des Münchner Modells ein regelmäßiger, intensiver Austausch sowohl zwischen der TIM-Geschäftsstelle und den operativen Säulen von München Tourismus wie auch zwischen TIM-Vorstand und der München-Tourismus-Leitungsebene zu allen strategischen Fragen. Sämtliche Kernpunkte der Beschlussvorlage „Restart des Tourismus in München – Strategische Leitlinien und strukturelle Maßnahmen“ sind so in enger Abstimmung gemeinsam entwickelt und formuliert worden, insbesondere die notwendigen Investitionen in personelle und finanzielle Ressourcen. Darüber hinaus sind auch die in den vergangenen Monaten bereits erfolgten Umstrukturierungsmaßnahmen im Geschäftsbereich Tourismus, Veranstaltungen und Hospitality, welche wie erhofft bereits kurzfristig eine erfreulich hohe Effizienzsteigerung ergeben haben, jeweils engmaschig an TIM e.V. kommuniziert worden.

Ausdrücklich von TIM e.V. begrüßt wird zudem auch eine mögliche Wiederbesetzung der Leitungsposition von München Tourismus mit geschärfter Aufgabenbeschreibung: Besonders am Herzen liegt uns dabei, dass diese offene Planstelle nicht nach politischer Färbung, sondern ausschließlich nach der dafür notwendigen Kompetenz besetzt wird. Angesichts der im RAW unbestrittenermaßen geballt vorhandenen Kenntnis zum Tourismusmarketing sowie der gut koordinierten Strukturen ist dabei unserer Meinung nach vor allem eine Koordination zum nachhaltigen und innovativen Tourismusmanagement gefragt, insbesondere mit Sachverstand rund um das Thema Digitalisierung (Kommunikation und Vertrieb, bei Infrastrukturanliegen wie etwa CRM-Systemen oder Vermittlungsplattformen sowie bei der Entwicklung digitaler Produkte) sowie für Nachhaltigkeitsprojekte.

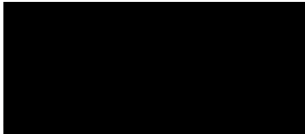
Das mit Abstand wichtigste Thema, an dem wir in den vergangenen Monaten zusammen mit München Tourismus gearbeitet haben, ist die Weiterentwicklung der touristischen Strategie für München. In einer Reihe von Workshops und aufbauend auf den Ergebnissen unseres gemeinsamen Strategiebeirats haben wir diesen Prozess auch mit einem klaren Blick auf die Nach-Corona-Zeit auf den Weg gebracht. Nach einer behutsamen, aber gezielten Nachschärfung der Markenwerte, des Markenkerns, der Positionierung und der Markenregeln haben wir gemeinsam Wachstums- und Erfolgsprämissen formuliert und als einen zentralen Baustein unserer Tourismusstrategie eine Übersicht von Nachhaltigkeitszielen im Kontext der Markenstrategie bis zum Jahr 2025 erstellt. Gleichzeitig haben wir im Laufe dieses Prozesses auch die Rollenverteilung im Münchner Modell nachjustiert:

So wurde die Zusammenarbeit zwischen der Stadt und TIM mit Beginn der Corona-Krise noch einmal erheblich intensiviert. Bei der Stadt mit ihrem bei München Tourismus gebündelten, hervorragendem touristischem Know-How liegen dabei die klassischen Aufgaben einer DMO wie Vermarktung und Gäste-Service, Strategie, Analyse und Marktforschung. Für uns als Vertreter der gesamten Tourismusbranche hat sich aus den notwendigen strategischen Handlungsfeldern sowie der Kernkompetenz der in TIM organisierten touristischen Leistungsträger im Bereich der Erstellung von Reiseleistungen, von kaufbaren Produkten und Reiseerlebnissen eine noch stärkere Konzentration auf eine Kernaufgabe ergeben: Weil der Schlüssel zur Gestaltung von München als attraktives Reiseziel in der Optimierung des Leistungsportfolios liegt, wollen wir in engster Abstimmung mit München Tourismus die wichtigsten touristischen Angebote in München analysieren, gemäß der nachgeschärften Markenregeln verbessern und möglichst nah an das Markenversprechen heranführen.

Ziel ist es, die Marke München nachhaltig erlebbar zu machen und zu Spitzenleistungen zu führen - durch aktives und kontinuierliches Produktmanagement. Um diesen erweiterten Aufgabenbereich in seiner gesamten Bandbreite konzentriert umsetzen zu können, benötigen wir dauerhaft zusätzliche fachliche Kompetenz und entsprechende personelle Unterstützung. Da die begrenzten finanziellen Kapazitäten der Tourismus Initiative München eine zielführende und zufriedenstellende Umsetzung dieser Aufgabe nicht ermöglichen, haben wir uns in enger Absprache mit München Tourismus zu einem ggf. ungewöhnlichen Antrag an die LHM auf Mittel für die Einrichtung des Produktmanagements unter dem Dach von TIM e.V. entschlossen.

Wir danken Ihnen sehr herzlich vorab für Ihre Unterstützung der gemeinsamen Bemühungen von München Tourismus und TIM e.V. um die nachhaltige Entwicklung der Stadt München als prosperierende Tourismusmetropole.

Mit freundlichen Grüßen



Geschäftsführer