



# Tourismus Initiative München e.V.

“Erfolg durch Allianzen“- 23. April 2026

# Verein und Vorstand



## Basisdaten:

- gestartet im Juli 2012 mit 20 Gründungsmitgliedern, aktuell mehr als 200 Mitgliedsunternehmen in München (April 2026)
- sieben Vorstandsmitglieder
- fünf Wahlgruppen: BHG Dehoga, Einzelhandel, Leistungsträger im Tourismus, Munich Hotel Alliance, Große Partnerunternehmen
- eigene Geschäftsstelle in München (seit August 2019)
- Kooperation mit der Stadt München im Münchner Modell (s. Folie 8)

# Strategische Ausrichtung und Ziele

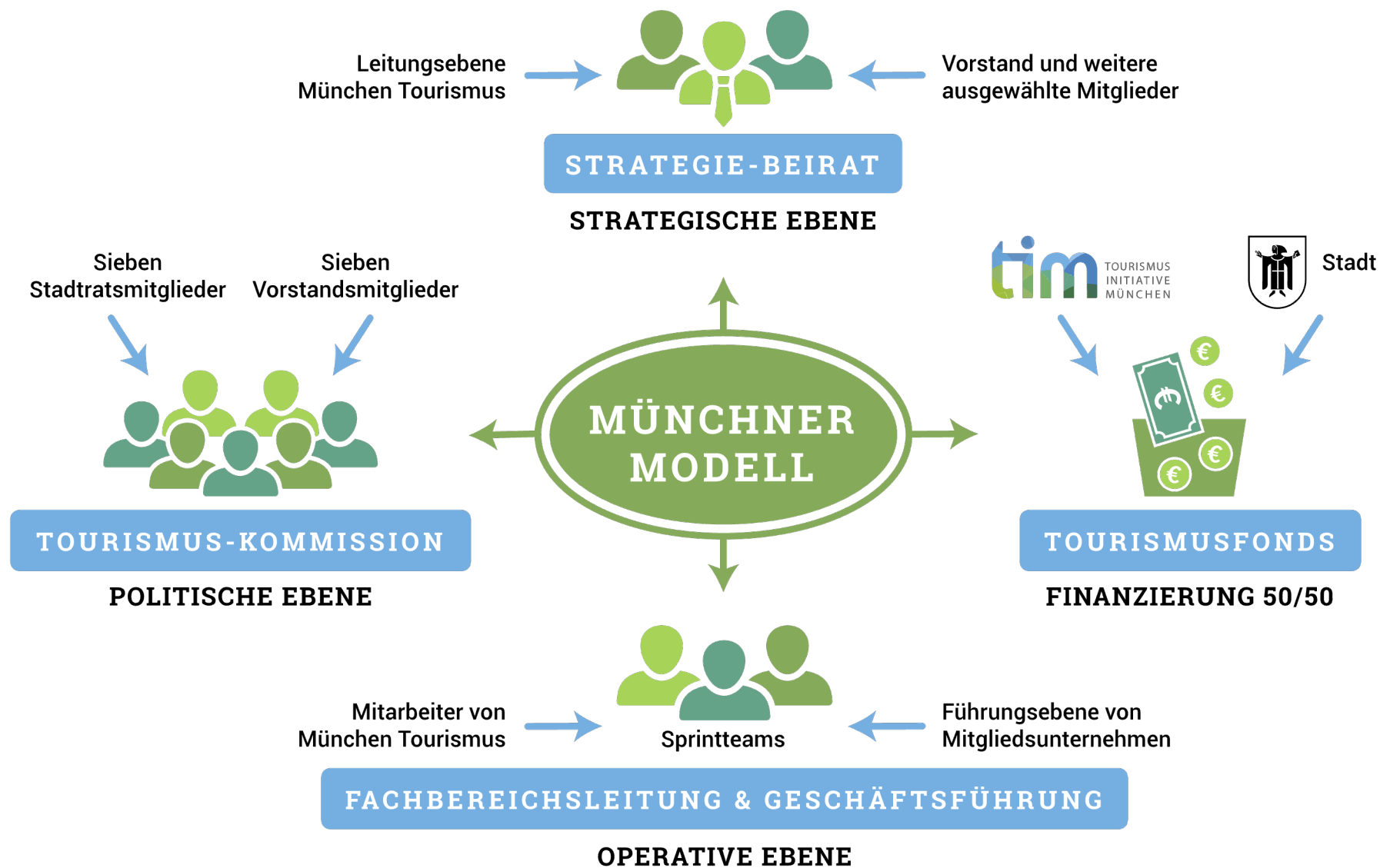
## Strategische Ausrichtung von TIM:

- Als **einziges branchenübergreifendes Netzwerk** repräsentieren wir alle bedeutenden Unternehmen im Münchner Tourismus.
- Durch unsere Fachexpertise und die Beteiligung am Tourismusfonds unterstützen wir die Stadt München als **starker, unabhängiger Partner**.
- Wir sind **Sprachrohr und Community** für Wissenstransfer, Innovation und Kooperation im Tourismus in München.
- Wir unterstützen die Leistungsträger in TIM bei der Gestaltung von Reiseleistungen, der **Produktentwicklung** und dem **Produktmanagement**.

## Ziele des TIM e.V.



# Münchener Modell



# Erfolgsmomente TIM

## 1. Vereinsgründung & Einrichtung Münchner Modell

- Ausgangspunkt „Übernachtungssteuer“ + hohe Unzufriedenheit
- Initiative IHK + Branche + Verwaltung + Politik
- Branche als „Treiber“ der Idee
- Workshops zu Zielen / Strategie / Marke
- gemeinsame Gremien zur operativen Umsetzung von Maßnahmen

### Problemfelder:

- Führungsfrage & Professionalisierung
- Branchen- und Finanzierungspotential vs. „Trittbrettfahrer“
- „Selbstläuferthematik“ in politischer Wahrnehmung



## 2. Bewältigung Coronakrise – Recovery-Strategie

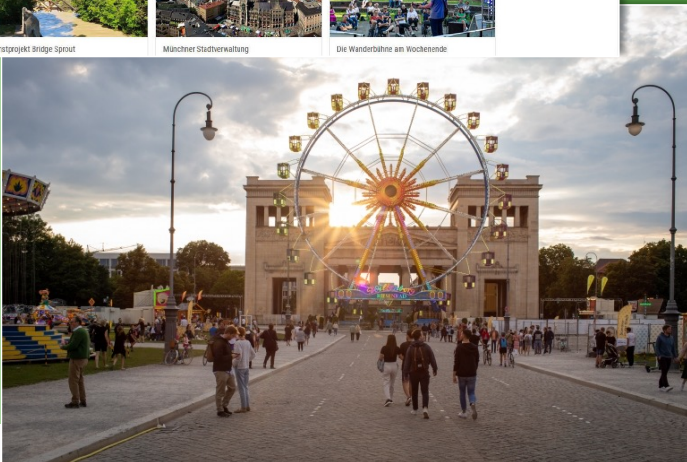


### „Tapetenwechsel in München“ (TIM, MHA, DEHOGA, RAW und „Sommer in der Stadt“)

- 50 teilnehmende Hotels mit rund 1.800 Übernachtungen
- Hohes Medieninteresse – alle Lokalmedien, BR-Hörfunk und Fernsehen, ZDF, RTL etc.
- 1,5 Mio. Impressionen auf Social Media (Facebook und Instagram)

### #muenchenistwiederda (TIM, BHG DEHOGA, CityPartner, RAW und „Sommer in der Stadt“)

- 50 teilnehmende Unternehmen mit Vergünstigungen, Gratisangebote und Verlosungen
- Ziel: „Zusammen mit dem „Sommer in der Stadt“ die Gelegenheit bieten, München auf ungewöhnliche Weise neu zu erleben.“



## 3. Bündnis Pro Olympia

- Verzögerter Kampagnenstart der LHM
- Spontane Gründung eines „Bündnis Pro Olympia“: 13 Organisationen und Unternehmen
- Innerhalb weniger Tage: 75.000,- in einer Gemeinschaftskasse, Logo, Pressemitteilung, Webseite
- Bündniskampagnen: Hörfunkspots bei den 4 Münchner Sendern, Plakate (klein und Großfläche), Transparente, Anzeigen in Merkur/tz und Abendzeitung
- Bündnis bleibt bestehen für die weitere Begleitung sowie weitere Themen





Michael Höflich  
Geschäftsführer

Tourismus Initiative München (TIM) e.V.  
Herzog-Wilhelm-Str. 15  
80331 München

Tel: +49 (0)89 2323 8630  
Fax: +49 (0)89 2554 6397  
Mail: [hoeflich@tim-muenchen.de](mailto:hoeflich@tim-muenchen.de)  
Web: [www.tim-muenchen.de](http://www.tim-muenchen.de)