



Ausschussdrucksache 21(20)68
Ausschuss für Tourismus

30. Sitzung am 10.06.2026
Öffentliche Anhörung

Stellungnahme zum Thema
„Tourismusförderung und -finanzierung“

Michael Höflich

Geschäftsführer Tourismus Initiative München (TIM) e.V.

STELLUNGNAHME

Stellungnahme der Tourismus Initiative München e.V. (TIM) zur öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages „Tourismusförderung und -finanzierung“

1. Einleitung

Die Tourismus Initiative München e.V. (TIM) bedankt sich für die Einladung zur öffentlichen Anhörung des Ausschusses für Tourismus des Deutschen Bundestages zum Thema „Tourismusförderung und -finanzierung“.

TIM versteht die Einladung ausdrücklich als Anerkennung der wachsenden Bedeutung urbaner Destinationen für den Tourismusstandort Deutschland. Gerade Metropolen wie München stehen beispielhaft für die Chancen, aber auch die Herausforderungen moderner Tourismusentwicklung: Internationale Wettbewerbsfähigkeit, wirtschaftliche Wertschöpfung, Nachhaltigkeit, Lebensqualität und Akzeptanz müssen dauerhaft in Einklang gebracht werden. Aus Sicht von TIM braucht es hierfür verlässliche Finanzierungsmodelle, eine enge Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand und touristischer Wirtschaft sowie ein gemeinsames Verständnis von Tourismus als strategischer Standortpolitik.

Die Diskussion über die Zukunft touristischer Finanzierungssysteme ist deshalb von zentraler Bedeutung für die Wettbewerbsfähigkeit deutscher Destinationen. Gerade urbane Reiseziele stehen zunehmend vor der Herausforderung, wirtschaftliches Wachstum, internationale Sichtbarkeit, Lebensqualität, Nachhaltigkeit und Akzeptanz in ein dauerhaft tragfähiges Gleichgewicht zu bringen.

München nimmt hierbei innerhalb Deutschlands eine besondere Rolle ein. Die Stadt gehört zu den stärksten urbanen Tourismusdestinationen Europas und ist zugleich internationaler Wirtschafts-, Wissenschafts-, Kultur- und Kongressstandort. Tourismus ist in München deshalb weit mehr als ein einzelner Wirtschaftszweig. Er prägt die internationale Wahrnehmung der Stadt, schafft Wertschöpfung und Arbeitsplätze und trägt maßgeblich zur Attraktivität des Standorts für Unternehmen, Fachkräfte, Investoren und Gäste bei.

Vor diesem Hintergrund wurde in München im Jahr 2012 ein kooperatives Modell entwickelt, das öffentliche Verantwortung und privatwirtschaftliches Engagement eng miteinander verbindet: das sogenannte „Münchner Modell“.

STELLUNGNAHME

2. Tourismusstandort München: Bedeutung und aktuelle Entwicklung

München zählt seit Jahren zu den bedeutendsten Städtedestinationen Europas. Die Attraktivität der Stadt beruht auf einer besonderen Verbindung aus internationaler Wirtschaftskraft, kultureller Vielfalt, hoher Lebensqualität, weltbekannten Veranstaltungen, ausgezeichneter Infrastruktur sowie einer starken Messe- und Kongresswirtschaft.

Die touristische Entwicklung der vergangenen Jahre zeigt die hohe Wettbewerbsfähigkeit des Standorts deutlich. Im Jahr 2025 wurden in den gewerblichen Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Betten rund 9,3 Millionen Gästeankünfte und etwa 19,7 Millionen Übernachtungen registriert. Damit bewegt sich München nach den Ergebnissen der Vorjahre erneut auf Rekordniveau.

Besonders bemerkenswert ist diese Entwicklung vor dem Hintergrund, dass 2025 – anders als im Vorjahr – keine Großereignisse wie die UEFA EURO oder die Konzertreihe der Sängerin Adele mit über 730.000 Besuchern stattfanden. Dennoch konnten internationale Kongresse, Messen, Kulturveranstaltungen und die generelle Attraktivität Münchens die touristische Nachfrage auf hohem Niveau stabilisieren.

Die Bedeutung internationaler Gäste ist für München dabei besonders hoch. Vor allem die USA stellen weiterhin den wichtigsten Auslandsmarkt dar. Gleichzeitig gewinnen asiatische Märkte wie Indien, Japan oder China zunehmend an Bedeutung. München profitiert hierbei nicht nur von seiner touristischen Strahlkraft, sondern auch von seiner Rolle als internationaler Wirtschaftsstandort mit global vernetzten Unternehmen, Wissenschaftseinrichtungen und Messen.

Tourismus wirkt in München weit über Hotellerie und Gastronomie hinaus. Die Branche sichert Arbeitsplätze und Wertschöpfung unter anderem im Einzelhandel, in der Kultur- und Veranstaltungswirtschaft, im Verkehrssektor sowie im Messe- und Kongresswesen. Gleichzeitig profitieren zahlreiche kleine und mittelständische Unternehmen unmittelbar von der touristischen Nachfrage.

Darüber hinaus erfüllt der Tourismus in München eine wichtige standortpolitische Funktion. Die internationale Sichtbarkeit der Stadt stärkt ihre Attraktivität für Unternehmen, Investitionen und Fachkräfte und trägt dazu bei, München als moderne, weltoffene und lebenswerte Metropole zu positionieren.

3. München Tourismus – Aufgaben und Funktion

München Tourismus ist die offizielle Tourismusorganisation der Landeshauptstadt München und organisatorisch im Referat für Arbeit und Wirtschaft angesiedelt. Die Organisation hat sich in den

STELLUNGNAHME

vergangenen Jahren von einer klassischen Marketingeinrichtung zu einem umfassenden Destinationsmanagement entwickelt.

Zu den zentralen Aufgaben gehört zunächst die internationale touristische Vermarktung Münchens. München Tourismus verantwortet Kampagnen im In- und Ausland, betreut Medien- und Pressearbeit, entwickelt digitale Kommunikationsstrategien und arbeitet mit Reiseveranstaltern, Airlines, Veranstaltern und internationalen Partnern zusammen. Ziel ist es, die Marke München international sichtbar und wettbewerbsfähig zu halten.

Gleichzeitig hat sich das Aufgabenprofil deutlich erweitert. Moderne Tourismusorganisationen übernehmen heute zunehmend strategische Steuerungsfunktionen. Dies betrifft insbesondere Fragen der Nachhaltigkeit, der Besucherlenkung, der Digitalisierung, der Tourismusakzeptanz sowie der langfristigen Destinationsentwicklung. München Tourismus versteht sich deshalb zunehmend als Kompetenz- und Innovationszentrum für die gesamte Besucherökonomie der Stadt.

Von besonderer Bedeutung ist zudem der Kongress-, Tagungs- und Veranstaltungsbereich. München zählt zu den wichtigsten europäischen MICE-Destinationen (MICE = Meetings, Incentives, Conventions, Exhibitions & Events). Gemeinsam mit Partnern aus Hotellerie, Messewirtschaft und Wissenschaft werden internationale Kongresse und Veranstaltungen akquiriert, die erhebliche wirtschaftliche Effekte für die Stadt erzeugen.

Hinzu kommen Serviceaufgaben wie touristische Informationen, Gästeservices, Führungen, digitale Informationsangebote sowie die Betreuung internationaler Besucherinnen und Besucher.

Darüber hinaus übernimmt München Tourismus eine wichtige Netzwerkfunktion zwischen Politik, Verwaltung, Wirtschaft, Institutionen und regionalen Partnern. Gerade in einer komplexen urbanen Destination wie München ist diese koordinierende Rolle von erheblicher Bedeutung.

4. Die Tourismus Initiative München e.V. (TIM)

Die Tourismus Initiative München e.V. (TIM) ist der Zusammenschluss zentraler touristischer Leistungsträger in der Stadt München. Seit 2012 bündelt TIM als Organisation der Münchner Tourismuswirtschaft Unternehmen und Institutionen aus Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Freizeitwirtschaft, Mobilität, Luftverkehr, Messe- und Kongresswesen, Einzelhandel und Veranstaltungswirtschaft.

Die Initiative versteht sich als strategischer Partner der Landeshauptstadt München und als organisierte Stimme der touristischen Wirtschaft. Ziel ist es, die Wettbewerbsfähigkeit des Standorts München zu stärken und die touristische Entwicklung aktiv mitzugestalten.

STELLUNGNAHME

Eine zentrale Aufgabe von TIM besteht darin, die Perspektive der touristischen Praxis in politische und strategische Diskussionen einzubringen. Die Mitgliedsunternehmen verfügen über unmittelbare Marktkenntnisse und erkennen Veränderungen im internationalen Nachfrageverhalten häufig frühzeitig. Diese Expertise kann in die touristische Strategieentwicklung der Stadt einfließen.

Darüber hinaus versteht sich TIM als Plattform für Austausch und Vernetzung innerhalb der Branche. Die Initiative organisiert Dialogformate, Netzwerkveranstaltungen und politische Gespräche und fördert den Austausch zwischen Wirtschaft, Verwaltung und Politik.

Besonders hervorzuheben ist die aktive Mitfinanzierung touristischer Maßnahmen. TIM übernimmt damit nicht nur eine beratende Rolle, sondern beteiligt sich unmittelbar an der finanziellen Verantwortung für die touristische Entwicklung Münchens.

Inhaltlich beschäftigt sich TIM inzwischen weit über klassisches Tourismusmarketing hinaus mit Zukunftsfragen urbaner Destinationen. Dazu zählen insbesondere Nachhaltigkeit, Mobilität, Fachkräftesicherung, Digitalisierung, Resilienz touristischer Strukturen sowie die Balance zwischen touristischer Entwicklung und Lebensqualität der Bevölkerung.

5. Das Münchner Modell

Das sogenannte „Münchner Modell“ gilt bundesweit als bemerkenswertes Beispiel für eine institutionalisierte öffentlich-private Kooperation im Tourismusbereich. Grundlage des Modells ist die Überzeugung, dass erfolgreiche Destinationsentwicklung nur im partnerschaftlichen Zusammenwirken von Stadt und touristischer Wirtschaft gelingen kann.

Kern des Modells ist ein gemeinsamer Tourismusfonds, in den sowohl die Landeshauptstadt München als auch TIM jeweils identische Beträge einzahlen. Über die Verwendung der Mittel entscheidet eine gemeinsame Tourismuskommission. Diese setzt sich aus Vertreterinnen und Vertretern des Münchner Stadtrats sowie des TIM-Vorstands zusammen und wird vom Wirtschaftsreferenten der Landeshauptstadt München geleitet.

Das Modell verbindet damit öffentliche Verantwortung, privatwirtschaftliche Mitwirkung und gemeinsame strategische Steuerung. Tourismus wird ausdrücklich nicht ausschließlich als kommunale Aufgabe oder privatwirtschaftliches Einzelinteresse verstanden, sondern als gemeinsame Standortverantwortung.

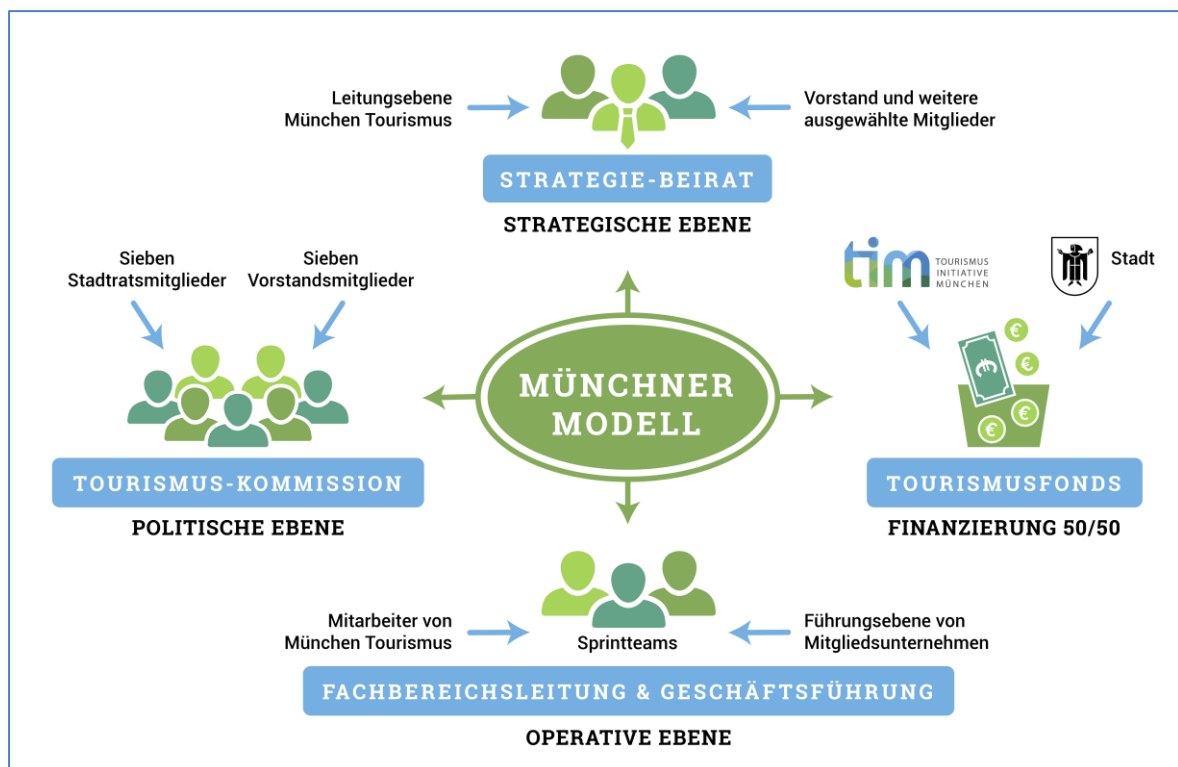
Ein wesentliches Merkmal des Münchner Modells ist darüber hinaus die enge operative und strategische Zusammenarbeit zwischen München Tourismus und TIM über die reine Co-Finanzierung hinaus. Die Kooperation beschränkt sich nicht auf gemeinsame Budgetentscheidungen, sondern umfasst auch kontinuierliche gemeinsame Entwicklungs- und Abstimmungsprozesse.

STELLUNGNAHME

Hierfür arbeiten Vertreterinnen und Vertreter von München Tourismus und TIM regelmäßig in unterschiedlichen Arbeitsgruppen und sogenannten „Sprintteams“ zusammen. Diese befassen sich sowohl mit strategischen Zukunftsfragen als auch mit operativen Themen der touristischen Entwicklung und Vermarktung Münchens. Inhaltlich reichen die Themen unter anderem von internationalem Marketing, Kongress- und Veranstaltungsakquise, Digitalisierung und Nachhaltigkeit bis hin zu Besucherlenkung, Mobilität, Tourismusakzeptanz und der Weiterentwicklung touristischer Angebote.

Die Sprintteams ermöglichen dabei eine flexible, projektorientierte und praxisnahe Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Tourismusorganisation und touristischer Wirtschaft. Expertise aus Verwaltung, Destinationsmanagement und Branche kann dadurch frühzeitig zusammengeführt werden. Dies erhöht die Reaktionsfähigkeit auf Marktveränderungen, stärkt die gemeinsame strategische Ausrichtung und fördert zugleich die Identifikation der touristischen Akteure mit der Entwicklung der Destination.

Das Münchner Modell ist deshalb nicht nur ein Finanzierungsmodell, sondern zugleich ein institutionalisiertes Kooperationsmodell für gemeinsames Destinationsmanagement. Gerade diese kontinuierliche Zusammenarbeit zwischen öffentlicher Hand und touristischer Wirtschaft stellt aus Sicht von TIM einen wesentlichen Erfolgsfaktor des Standorts München dar.



Münchner Modell, TIM e.V., 2026

STELLUNGNAHME

6. Vorteile des Münchner Modells

Die besondere Stärke des Münchner Modells liegt in der gemeinsamen Verantwortung von öffentlicher Hand und touristischer Wirtschaft. Durch die Mitfinanzierung entsteht ein hohes Maß an Identifikation und Verbindlichkeit. Die touristische Branche beteiligt sich nicht nur an Diskussionen, sondern trägt aktiv Verantwortung für die Entwicklung des Standorts.

Zugleich erhöht das Modell die finanzielle Handlungsfähigkeit der Destination. Öffentliche Mittel werden durch privatwirtschaftliche Beiträge ergänzt, wodurch zusätzliche Projekte und Maßnahmen ermöglicht werden können.

Ein weiterer wesentlicher Vorteil liegt in der hohen Praxisnähe. Die touristische Wirtschaft bringt unmittelbare Marktkenntnisse in strategische Diskussionen ein und kann Entwicklungen auf internationalen Märkten frühzeitig einordnen. Dies verbessert die Qualität touristischer Entscheidungen und erhöht die Reaktionsfähigkeit auf Veränderungen.

Darüber hinaus stärkt das Modell die Kommunikation zwischen Politik, Verwaltung und Branche. Gerade in Zeiten zunehmender Diskussionen über Stadtverträglichkeit, Nachhaltigkeit und Lebensqualität ist ein institutionalisierter Austausch von erheblicher Bedeutung.

Nicht zuletzt trägt das Münchner Modell dazu bei, Tourismus stärker als integrierte Stadtentwicklungsaufgabe zu verstehen. Moderne Tourismuspolitik betrifft heute nicht mehr nur Marketingfragen, sondern ebenso Mobilität, Infrastruktur, Aufenthaltsqualität, Kulturpolitik, Digitalisierung und Nachhaltigkeit.

7. Herausforderungen und Grenzen

Trotz seiner Erfolge ist das Münchner Modell kein Selbstläufer. Die Finanzierung privatwirtschaftlicher Beiträge hängt naturgemäß von der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit der Branche ab. Gerade Krisenzeiten können dazu führen, dass finanzielle Spielräume sinken, obwohl gleichzeitig ein erhöhter Bedarf an touristischer Kommunikation und Standortentwicklung besteht.

Hinzu kommt, dass öffentlich-private Modelle kontinuierlich auf Ausgewogenheit achten müssen. Dabei ist beispielsweise sicherzustellen, dass nicht ausschließlich große Marktakteure dominieren, sondern auch kleinere Unternehmen, kulturelle Einrichtungen und innovative Anbieter angemessen berücksichtigt werden.

Zudem hat sich das Aufgabenprofil touristischer Organisationen in den vergangenen Jahren erheblich erweitert. Tourismusorganisationen übernehmen heute Aufgaben, die weit über klassisches Marketing hinausgehen. Nachhaltigkeit, Besucherlenkung, Datenmanagement, Digitalisierung, Krisenmanagement und Tourismusakzeptanz erfordern langfristige personelle und finanzielle Ressourcen.

STELLUNGNAHME

Schließlich stoßen viele Kommunen bei der Tourismusfinanzierung an rechtliche und strukturelle Grenzen. Gerade urbane Destinationen benötigen langfristig stabile und planbare Finanzierungssysteme, um ihre Wettbewerbsfähigkeit sichern zu können.

Eine weitere strukturelle Herausforderung öffentlich-privater Kooperationsmodelle besteht in der Freiwilligkeit der Beteiligung. Die Mitgliedschaft bei TIM und damit der finanzielle Beitrag zum gemeinsamen Tourismusfonds erfolgen aus freien Stücken, im Gegensatz beispielsweise zu Pflichtmitgliedschaften bei Kammern bzw. zu gesetzlich geregelten Finanzierungsmodellen wie Übernachtungssteuern oder Tourismusabgaben. Davon profitiert zwar die hohe Identifikation der beteiligten Unternehmen mit dem Modell, gleichzeitig entsteht jedoch ein gewisser Trittbrettfahrer-effekt: Touristische Akteure außerhalb von TIM profitieren mittelbar von der touristischen Vermarktung und Standortentwicklung Münchens, beteiligen sich jedoch nicht unmittelbar an deren Finanzierung oder strategischer Mitgestaltung.

Auch wenn die wichtigsten touristischen Leistungsträger der Stadt in TIM vertreten sind, zeigt sich in der Praxis, dass freiwillige Modelle hinsichtlich Mitgliederzahl, finanzieller Beteiligung und langfristiger Skalierbarkeit naturgemäß an Grenzen stoßen können. Gerade in international stark umkämpften Städtedestinationen stellt sich daher zunehmend die Frage, wie stabile, breit getragene und zugleich faire Finanzierungsstrukturen langfristig gesichert werden können.

8. Perspektiven für die Weiterentwicklung

Aus Sicht von TIM sollte Tourismusförderung künftig noch stärker als strategische Investition in Standortqualität verstanden werden. Moderne Destinationsentwicklung bedeutet nicht allein Wachstum, sondern vor allem nachhaltige Steuerung und qualitative Entwicklung.

Das Münchner Modell bietet hierfür eine belastbare Grundlage, kann jedoch perspektivisch weiterentwickelt werden. Dabei geht es insbesondere darum, zusätzliche Zukunftsaufgaben stärker zu berücksichtigen. Hierzu zählen digitale Transformation, datenbasierte Besuchersteuerung, nachhaltige Mobilität, Fachkräftesicherung sowie Maßnahmen zur Tourismusakzeptanz.

Gleichzeitig sollten öffentlich-private Kooperationsmodelle bundespolitisch stärker unterstützt werden. Der Bund kann hierzu beitragen, indem er Modellprojekte fördert, rechtssichere Finanzierungsinstrumente ermöglicht und nachhaltige Destinationsentwicklung gezielt unterstützt.

Gerade urbane Destinationen benötigen künftig langfristig planbare Finanzierungsstrukturen, um den steigenden Anforderungen an Wettbewerbsfähigkeit, Nachhaltigkeit und Lebensqualität gerecht werden zu können.

STELLUNGNAHME

9. Schlussbemerkung

Das Münchner Modell zeigt, dass erfolgreiche Tourismusförderung dort besonders gut funktioniert, wo öffentliche Hand und touristische Wirtschaft gemeinsam Verantwortung übernehmen.

Tourismus bedeutet in der Praxis weit mehr als Marketing. Er ist Wirtschafts-, Standort-, Infrastruktur- und Lebensqualitätspolitik zugleich. Gerade Städte wie München stehen vor der Aufgabe, internationales Wachstum, Nachhaltigkeit und urbane Lebensqualität dauerhaft in Einklang zu bringen.

Hierfür braucht es moderne, kooperative und langfristig tragfähige Finanzierungsmodelle. Das Münchner Modell kann dabei bundesweit als beispielhafter Ansatz dienen, wie öffentlich-private Partnerschaften im Tourismus erfolgreich gestaltet werden können.

Aus Sicht von TIM sollte die Bundespolitik deshalb Rahmenbedingungen schaffen, die öffentlich-private Kooperationsmodelle stärken, kommunale Handlungsspielräume erweitern und nachhaltiges Destinationsmanagement gezielt fördern. Die Herausforderungen urbaner Destinationen werden in den kommenden Jahren weiter zunehmen. Umso wichtiger ist es, Tourismusförderung nicht allein als Marketingaufgabe zu verstehen, sondern als strategische Investition in Wettbewerbsfähigkeit, gesellschaftliche Akzeptanz und Lebensqualität.

Michael Höflich
Geschäftsführer
Tourismus Initiative München e.V. (TIM)

München, 20. Mai 2026