

05. Dezember 2011



Ruhr Tourismus GmbH übernimmt identitätsstiftende Veranstaltungen

Die Kulturhauptstadt Europas RUHR.2010 brachte dem Tourismus im Ruhrgebiet einen riesigen Schub. Mit 13 Prozent mehr Übernachtungen wurde das Kulturhauptstadtjahr zum absoluten Rekordjahr. Die Ruhr Tourismus GmbH (RTG) übernimmt zukünftig das allgemeine Kulturtourismusmarketing und im kommenden Jahr mit dem Gesangsfestival !SING – DAY OF SONG auch eines der beliebtesten Projekte des Kulturhauptstadtjahres.

Der Kulturtourismus gehört nach der Industriekultur zu den wichtigsten touristischen Themen in der Metropole Ruhr. Die RTG ist für die kommenden Jahre damit beauftragt, durch gezieltes Kulturtourismusmarketing diese Reisesparte zu fördern und weiter auszubauen. Gemeinsam mit dem Auftrag zur Durchführung identitätsstiftender, städteübergreifender Veranstaltungen mit touristischer Relevanz erhält die RTG die Möglichkeit, den Kulturtourismus in der Region weiter zu stärken. Neben der ExtraSchicht übernimmt die RTG im kommenden Jahr !SING – DAY OF SONG als zweites touristisches Event. Rund zwei Jahre nach der Premiere zur Kulturhauptstadt wird am 02. Juni 2012 erneut eine ganze Region singen. Chöre aus der ganzen Welt werden wieder erwartet, dabei wird dieses Mal das Singen mit Kindern ein besonderer Schwerpunkt.

„Die Kulturhauptstadt hat das Image der Region ungemein verbessert, viele sind erst jetzt auf das Reiseziel Ruhrgebiet aufmerksam geworden“, erklärt Axel Biermann, Geschäftsführer der RTG. „Natürlich freuen wir uns sehr darüber, dass wir prestigeträchtige Projekte auch in Zukunft fortführen können. Die Metropole Ruhr kann sich so als renommiertes Kulturreiseziel nachhaltig in den kommenden Jahren weiterentwickeln.“

Ein weiterer Baustein zur Förderung des Kulturtourismus in der Metropole Ruhr ist der Zusammenschluss der 20 Kunstmuseen zum Netzwerk RuhrKunstMuseen. Auch diese Initiative wurde im Kulturhauptstadtjahr institutionalisiert und professionalisiert und wird zukünftig von der RTG weitergeführt werden. Der Verbund soll weiter gestärkt, die Marke RuhrKunstMuseen auf dem Kulturmarkt etabliert und optimal mit dem touristischen Angebot der Region kombiniert werden. „Das, was das Ruhrgebiet wirklich einzigartig macht, ist die spannende Mischung aus Kultur und Entertainment, präsentiert vor dieser gewaltigen Industriekultur im Ruhrgebiet“, schwärmt Biermann.