

| | |
|----------------------------------|--|
| Der Regionaldirektor |  |
| Drucksache Nr.: 14/1526-1 | |

| | |
|--------------------------|------------|
| | 10.05.2024 |
| Fraktionsanfrage Antwort | öffentlich |

| | | | |
|--|-----------------|------------|-----|
| Beratungsfolge | Beratungsstatus | Sitzung am | TOP |
| Ausschuss für Kultur, Sport und Vielfalt | zur Kenntnis | 23.05.2024 | |

**Betreff: Antwort auf die Anfrage der Fraktion Die Grünen:
Touristische Vermarktung von Sportevents**

Antwort:

- 1. Der RVR fördert nationale und internationale Sportveranstaltungen, die zahlreiche Teilnehmer*innen und Besucher*innen ins Ruhrgebiet ziehen. Gibt es bereits Konzepte, wie diese Zielgruppe auch für touristische Angebote der Metropole Ruhr angesprochen werden kann? Wenn ja, wie sehen diese aus?**

Konzepte zur Vermarktung touristisch relevanter Sportveranstaltungen werden immer individuell auf die jeweilige Sportveranstaltung zugeschnitten. Es gibt kein „Standardkonzept“. Dazu muss im Vorfeld geprüft werden:

- Ist die Veranstaltung touristisch relevant, hat sie also mindestens eine überregionale Bedeutung?
- Welche Zielgruppe wird mit der Sportveranstaltung angesprochen? Hierbei muss zudem zwischen Teilnehmer*innen und Besucher*innen unterschieden werden.
- Handelt es sich um eine einmalige oder um eine regelmäßig wiederkehrende Veranstaltung?

Am Beispiel der anstehenden Fußball-Europameisterschaft EURO 24 können folgende Konzepte bzw. Maßnahmen durch die RTG genannt werden:

Ein beispielhaftes touristisches Angebot ist die Schaffung eines Online-Reiseführers auf technologischer Basis der Progressive Web App (PWA) „Reisekumpel“ der RTG in Kooperation mit Tourismus NRW e.V. sowie den Tourismusförderern der Städte Gelsenkirchen, Dortmund, Köln und Düsseldorf.

Die Bewerbung des Online-Reiseführers soll u. a. über einen QR-Code-Aufsteller an den Check-Ins der regionalen Hotellerie erfolgen, sofern die Hotels dem zustimmen. Der Online-Reiseführer enthält speziell auf die Zielgruppe und die Örtlichkeiten zugeschnittene Informationen aus den Bereichen Sehenswürdigkeiten, Gastronomie und Fußball-Kultur. Die Anwendung befindet sich derzeit in der Umsetzung, ist aber bereits unter www.fan-guide.nrw erreichbar.

Darüber hinaus befindet sich derzeit ein Programm „Spieltag -1“ in Kooperation mit den austragenden Städten in NRW in der Entwicklung. Hier werden insbesondere touristische Angebote mit thematischer Nähe zum Fußball, die im Vorfeld der Spiele bzw. im Nachhinein besuchbar sind, aufgeführt. Information gibt es über die Website www.ruhrfussball.de. Des Weiteren werden auch diese Informationen über die o. g. PWA kommuniziert.

FISU World University Games 2025:

Die FISU World University Games 2025 werden von der RTG als sehr gute Möglichkeit betrachtet, die sehr interessante Zielgruppe der Athletinnen und Athleten für die Region zu begeistern. Es handelt sich um ein neugieriges, aufgeschlossenes und junges Publikum, für welches die Metropole Ruhr ein großes und passendes Angebot bereithält.

Hierzu wurden erste Besprechungen durchgeführt, u. a. mit Vertretern des Veranstalters und den Tourismusförderern in der Metropole Ruhr im Rahmen einer RTG-Beiratssitzung. Es erfolgte die Einrichtung einer entsprechenden Arbeitsgruppe, in der konkrete Projekte und Maßnahmen erarbeitet werden. Über konkrete Konzepte und Maßnahmen kann zu gegebener Zeit berichtet werden.

Bei regelmäßig stattfindenden Veranstaltungen (Fußball-Bundesliga etc.) sind in der Regel eher die jeweiligen lokalen Tourismusförderer in enger Kooperation mit den Akteuren vor Ort engagiert.

2. Wie könnte der RVR und/ oder die Ruhr Tourismus GmbH die Vereine dabei unterstützen, Sportevents besser zu vermarkten? Welche digitalen und analogen Maßnahmen wären vorstellbar?

Auch hier müssten zunächst die o. g. Fragen geklärt werden.

Bei touristisch relevanten (Groß-)Veranstaltungen können die lokalen Tourismusförderer sowie die RTG im Rahmen ihrer allgemeinen Marketing- und Kommunikationsmaßnahmen (Social Media, Website, ggfls. analoge Formate) entsprechende thematische Schwerpunkte setzen. Bei Zurverfügungstellung von Budgets können diese entsprechend ausgeweitet werden.

Der RVR kommuniziert kontinuierlich die Beschlüsse im AKSV zur RVR-Sportförderung mit eigenen Pressemeldungen.

Zudem wird über die Social Media-Kanäle des Verbandes auf die Veranstaltungen hingewiesen und insoweit auch gezielt bei den über diese Medien erreichbaren jüngeren Altersgruppen für einen Besuch der Sportereignisse geworben. Die Attraktivität der Sportmetropole Ruhr mit ihren Highlights ist auch immer wieder Thema eines Beitrags im Magazin „Metropole Ruhr“, das viermal jährlich erscheint und in hoher Auflage im Ruhrgebiet und bundesweit als Beilage zur Wochenzeitung „Die Zeit“ vertrieben wird.

Das attraktive Sportgroßevent FISU World University Games 2025 an Rhein und Ruhr sollte als Trigger einer weit über die Veranstaltungszeit hinausreichenden Publikumsbegeisterung für Sportveranstaltungen im Ruhrgebiet genutzt werden und zugleich auch Anknüpfungspunkt sein für eine stärkere Sichtbarkeit des RVR als Sportförderer. Ein erster Austausch des RVR hierzu mit dem Ausrichter hat stattgefunden und eine gemeinsame Pressemitteilung zur Integration der Ruhr Games FISU World University Games 2025 ist bereits in der Abstimmung.

| | | | |
|-------------------------|-----------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| Sachbearbeiter/in | Referat / Referatsleiter/in | Bereich / Beigeordnete/r | Regionaldirektor Garrelt Duin |
| Tirella, Roberto | Reichart, Stefanie | Bereich I | |
| Akt.zeichen | | | |
| | | | |