

# Naturerlebnis und Tourismus

**Bewertung der Naturerlebnispotenziale im Kontext  
der strategischen Ausrichtung des Tourismus im Kreis Unna**

## Tourismusaktivitäten im Kreis Unna

- Entwicklung eines gemeinsamen touristischen Profils und gemeinsamer Marketingaktivitäten (Dialogprozess seit 2003)
- Tourismusförderung als Förderung der wirtschaftliche Wertschöpfung | Entwicklung der Tourismusbranche im Kreis Unna
- Einrichtung eines Arbeitskreises „Tourismus“ auf Kreisebene
- Verbindendes Leitmotiv „Unterwegs zwischen Ruhr & Lippe“ mit den thematischen Schwerpunkten
  - „Aktiv“ (Rad fahren und Wandern), Landschaftserleben
  - (Industrie-)Kultur - dabei als bedeutende Nische die Lichtkunst
- Einbindung in touristische Netzwerke auf regionaler Ebene (insbesondere in verschiedenen Gremien der RTG)
- Beteiligung an regional bedeutsamen touristischen Projekten (Römer-Lippe-Route, RuhrtalRadweg, Über Wasser gehen - Kunst am Seseke-Radweg, Rad.Revier Ruhr, WestfalenWanderWeg u.a.)

# Tourismusmarketing für die Metropole Ruhr

- Kulturhauptstadt RUHR.2010 als entscheidender Impuls für die Tourismusedwicklung im Ruhrgebiet
- Professionalisierung der touristischen Vermarktung
  - Ruhr Tourismus GmbH mit professionellen Strukturen
  - Masterplan „Tourismusmarketing für die Metropole Ruhr“ 2012-2016 Fortschreibung 2017-2022
  - Einbindung in NRW Tourismus
  - Systematische Evaluation
- Kontinuierlicher Anstieg der Gästeankünfte | Übernachtungen seit 2010
  - (Trend gilt für die Metropole Ruhr insgesamt aber auch für den Kreis Unna: z.B. Anstieg von ca. 320.000 in 2010 auf über 424.108 Übernachtungen in 2018)

# Tourismusmarketing für die Metropole Ruhr

- Marketingstrategie 2017-2022 der Ruhr Tourismus GmbH
  - Profilierungsthemen: Industriekultur und Events
  - Ergänzung Profilierungsthemen (Aufladungsthemen): Kultur, Rad fahren, Städtereise, Shopping
  - Ergänzungsthemen allgemein: Kulinarik und „Szene“
  
- Ausweitung des Eventmarketing
  
- Kulturmarketing als ein neues Handlungsfeld
  - RuhrKunstMuseen (20 Kunstmuseen, u.a. Licktkunstzentrum, RTG)
  - RuhrBühnen (11 Theater, RTG, RVR, Kultur Ruhr)
  - Kulturevents – Beispiel: CHINA 8 - Ausstellungsprojekt (8 Städte und 9 Museen an Rhein und Ruhr)

# Fortschreibung Tourismusmarketing im Kreis Unna

## ➤ Kultur und Tourismus im Kreis Unna

- Thematisierung der Zusammenarbeit von Tourismus- und Kulturverantwortlichen im Kreis Unna im Rahmen eines Workshops 2016 - Einheitliches Votum für
  - eine stärkere Vernetzung der Kulturverantwortlichen sowie der Kultur- und Tourismusverantwortlichen im Kreis
  - eine stärkere Einbindung von Kulturangeboten in die touristische Vermarktung auf Kreisebene

## ➤ Handlungserfordernisse

- Weiterentwicklung des touristischen Profils des Kreises Unna unter Einbeziehung der Kultur- und Eventangebote
  - Identifizierung von herausragenden Kultur- und Eventangeboten im Kreis Unna
  - **Entwicklung** touristischer Angebots**entwicklung** | Prüfung von Finanzierungs- und Fördermöglichkeiten
- Positionierung der Angebote und Lobbying im Rahmen der Gremien- und Netzwerkarbeit der RTG
- Prüfung der Mitwirkungsmöglichkeiten bei Kooperationen wie RuhrBühnen und RuhrKunstMuseen

# Verknüpfung von Kultur und Tourismus im Kreis Unna

## ➤ Voraussetzungen

- Stärkere Zusammenarbeit der Kulturakteure sowie von Tourismus- und Kulturverantwortlichen im Kreis Unna
- Aufstockung der personellen Ressourcen auf Kreisebene

## ➤ Weitere aktuelle inhaltliche Herausforderungen

- Entwicklung neuer Vermarktungs- und Kommunikationsstrategien
- Digitalisierung
- Entwicklung und Vermarktung barrierefreier Tourismusangebote

# Naturerlebnis und Tourismus

- Einordnung der Ergebnisse des Gutachtens „Natur und Tourismus“ (MSP ImpulsProjekt) in die touristische Gesamtstrategie des Kreises Unna
  - Kultur und Aktivtourismus | Radfahren  
Hauptsäulen des touristischen Profils des Kreises Unna
  - Kultur vor Aktivtourismus | Radfahren
  - Naturtourismus kein überregional wettbewerbsfähiges Segment
- Empfehlungen
  - Weiterentwicklung der profilbildenden Themen Kultur und Aktivtourismus
  - Entwicklung einer Sub-Destinationsmarke unter dem Dach des Ruhrtourismus
  - Verbesserung der organisatorischen Rahmenbedingungen | Ausbau des Tourismusmanagements
- Touristische Vermarktung der Naturerlebnispotenziale - Weiteres Vorgehen
  - Bedeutende Naturerlebnispotenziale sind bereits Bestandteil der touristischen Vermarktung
  - Überprüfung auf der Grundlage des Gutachtens „Natur und Tourismus“

Vielen Dank für  
Ihre Aufmerksamkeit!