

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 Tourismusentwicklung 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 I Radfahren
Hauptsäulen des touristischen Profils des Kreises Unna
 - Kultur vor Aktivtourismus I 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 I 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!