



KULTURMETROPOLE ZUKUNFT. DIE NEUE DEKADE GESTALTEN.

**Samstag, 15. September.2012
09:00 – 19:00 Uhr
Welterbe Zollverein, Halle 12**

**14:30 – 16:00 Uhr
Forum „Regionale Kultur und Sport als Marke“**

Impuls und Leitung:

Axel Biermann, Geschäftsführer Ruhr Tourismus GmbH (RTG)

Podiumsteilnehmer:

Dr. Heinz Buri, Marketingdirektor Stiftung Preußische Schlösser und Gärten Berlin Brandenburg
Prof. Dr. Wolfgang Georg Arlt, FH Westküste, Heide, Prodekan FB Wirtschaft
Rüdiger Mengede, FC Schalke 04 Arena Management GmbH, Geschäftsführung

Der große Erfolg der Kulturhauptstadt Ruhr 2010 ist nicht zuletzt auf die sehr effiziente und weitreichende Marketing- und Vertriebsarbeit der damals handelnden Akteure zurückzuführen. Insbesondere durch die Schaffung aufmerksamkeitsstarker Großveranstaltungen und Ausstellungen und deren professioneller Vermarktung konnte eine überregionale Resonanz erzielt werden, die letztendlich für den großen Erfolg bei den Besucherzahlen verantwortlich war.

Die Marke RUHR 2010 wurde mit diesen Angeboten inhaltlich aufgeladen und somit zu einem Qualitätsversprechen weit über die Grenzen der Region hinaus. Der erzielte Imagetransfer konnte empirisch belegt werden.

Es stellt sich die Frage, ob diese Strategie fortgesetzt werden kann bzw. ob man diese Strategie fortsetzen will. Denn es handelt sich um einen nachfrageorientierten Ansatz, das heißt: Es muß angeboten werden, was am Markt durchsetzungsfähig ist. Dies hat zwangsläufig eine Kommerzialisierung des Angebotes zur Folge. Die Begleiterscheinungen sind bekannt: Im Sport haben die sog. Randsportarten kaum eine Möglichkeit, in den Fokus der Öffentlichkeit zu kommen und im Bereich Kultur stellt sich die immer wieder spannende Frage: Wieweit oder ob überhaupt darf sich die Kultur zum vermarktbareren Produkt verbiegen lassen.

Diesen Fragen wollen wir im o.g. Forum nachgehen.