



Fußball-Freestyler Pascal Gurk am Signal Iduna Park in Dortmund; Projekt Ruhr.Fussball, © Ruhr Tourismus / Stratmann

03.09.2024 11:00 CEST

## Tore, Siege, Emotionen – das Ruhr.Fussball-Projekt hat große Gefühle transportiert

Vor etwas mehr als vier Jahren als Idee der Ruhrkonferenz auf der Projekt-Bildfläche erschienen, hat sich das vom Ministerium für Wirtschaft, Industrie, Klimaschutz und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen, dem Tourismus NRW e.V. sowie der Ruhrkonferenz geförderte Projekt der Ruhr Tourismus GmbH (RTG) Ruhr.Fussball nach der Corona-Pandemie zu einem bildstarken und emotionsgeladenen Förderprojekt entwickelt. Zielsetzung des Projekts war es, das Thema „Fußball im Ruhrgebiet“ als Reiseanlass zu etablieren. Von

vorneherein war klar, dass die beiden Themen Fußball und Ruhrgebiet nicht nur sehr gut zusammenpassen, sondern darüber hinaus schon immer eng miteinander verknüpft waren und sind. Der Fußballsport ist nicht nur Teil der Ruhrgebiets-DNA, sondern bewegt die ganze Region und entfacht regelmäßig große Leidenschaft bei seinen Bewohner:innen und Fans. Sich der Thematik aus einer anderen Blickrichtung zu nähern und Fußball-Themen über den reinen Stadionbesuch hinaus in den Fokus zu rücken, war die eigentliche Aufgabe des Projekts.

„Hier kommt im Tourismusmarketing zusammen, was schon lange zusammen gehört: Fußball und Ruhrgebiet, das sind Themen, die untrennbar miteinander verknüpft sind. Daher war es nur eine logische Konsequenz, das Thema im Destinationsmarketing so nachhaltig zu verankern, das der Fußball als echter Reiseanlass fungiert und der Aufenthalt über den reinen Stadionbesuch hinaus in der Region verlängert und mit weiteren Fußballthemen inhaltlich aufgeladen wird. Das haben wir während der Projektlaufzeit geschafft und denken das Thema Fußball weiter mit“, so Axel Biermann, Vorsitzender der Geschäftsführung der Ruhr Tourismus GmbH (RTG).

Routen, Museen, Menschen und Erlebnisse rund um den Sport, der deutlich mehr ist, als das, wurden mithilfe von Bloggerreisen, Influencerbesuchen, Fotos und Bewegbildkampagnen, Artikeln, Videos, einem Podcast mit 11 Folgen und Reise-Angeboten digital – hauptsächlich in Social Media wie Instagram, Facebook, TikTok und YouTube - in Szene gesetzt und haben eine große Anzahl an User:innen, Leser:innen und Follower:innen begeistert.

Anfangs über Erlebnis-Wochenende-Kampagnen, dann anhand von Fotoshootings und in der Reihe „Ruhr.Fussball trifft“ mittels digitaler Porträts von Ruhrgebietsmenschen, die eng mit dem Fußball verknüpft sind. Durch diese Produktionen und Themen ist eine umfangreiche Bild- und Videodatenbank entstanden, die auch über das Projektende hinaus für die Vermarktung des Themas Fußball im Ruhrgebiet genutzt werden kann. Neben den Highlights, der Kleinfeldfußball-WM 2022 in Essen auf dem Kennedy-Platz und natürlich der Fußball-Europameisterschaft der Männer im Sommer 2024 waren es vor allem die kleineren Events und Touren, Blogger:innenberichte mit detailreichen Informationen, Porträts und Fotoshootings, die einen ganz anderen Einblick in die Zusammenhänge gegeben und interessante Nuancen beleuchtet haben. Hier sind durch Protagonist:innen und Charaktere auch ganz ungewöhnliche Kooperationen entstanden, wie beispielsweise ein Dreh mit der

„Fußballnacktmannschaft“ oder eine Fußball-Radtour mit Hans-Werner-Olm. Darüberhinaus haben für eine dreiteilige Event-Reihe prominente Künstler:innen wie Peter Lohmeyer, Andreas Pietschmann, Jasmin Tabatabai und Markus Krebs über die Bedeutung des Fußballs für ihr künstlerisches Wirken mit Moderatorin Sabine Heinrich gesprochen.

Festzustellen bleibt zum Projektabschluss nicht nur die Relevanz des Fußballs für das Ruhrgebiet, sondern auch dessen große Strahlkraft über die Region hinaus und eben genau das, was Zielsetzung war: Dass das Thema Fußball auch über den reinen Stadionbesuch das Potenzial hat, Menschen für einen Aufenthalt im Ruhrgebiet zu begeistern, die sich auf fußballnahe und -fernere Themen ein- und sich von der Fußballdynamik der Region fesseln zu lassen!

## **Über das Projekt Ruhr.Fussball**

Das Projekt Ruhr.Fussball mit einem Förderzeitraum von März 2021 – bis August 2024 hat die innovative, digitale Inwertsetzung des touristischen Potenzials von Fußballveranstaltungen und artverwandten Events und Angeboten zum Inhalt. Das Ruhrgebiet ist die perfekte Destination, um intensiv in die Welt des runden Leders einzutauchen – eine Reise, die man nie vergessen wird.

Dank der guten Zusammenarbeit mit den starken Projektpartner:innen wie der DFB-Stiftung Deutsches Fußballmuseum, dem ADAC Westfalen e.V., den Fußballvereinen Borussia Dortmund GmbH und Co.KGaA, Rot-Weiß Essen e.V., SC Rot-Weiß Oberhausen e.V., FC Gelsenkirchen-Schalke 04 e.V. und dem VfL Bochum 1848 GmbH & Co KgaA, sowie den der Bochum Marketing GmbH, DORTMUNDTourismus GmbH, OWT Oberhausener Tourismus und Wirtschaftsförderung GmbH, Stadtmarketing Gelsenkirchen GmbH und dem Westdeutschen Fußballverband e.V. konnte ein reibungsloser Ablauf von Blogger- und Influencerreisen garantiert werden.

Alle erstellten Inhalte sind ausschließlich digital zu finden unter:

Instagram: <https://www.instagram.com/ruhr...>

Facebook: <https://www.facebook.com/ruhrf...>

TikTok: <https://www.tiktok.com/@ruhrfu...>

YouTube: <https://www.youtube.com/@ruhr.fussball496>

Umfangreiches Bildmaterial liegt zur Weitergabe auf Anfrage vor.

---

Ruhr Tourismus GmbH (RTG):

Der Auftrag der RTG ist es, ein eigenständiges touristisches Regionalprofil zu entwickeln sowie die Bündelung von Produktentwicklung, Marketing und Vertrieb zur Profilierung der Metropole Ruhr als neues und modernes Reiseziel voranzutreiben. Als Informations- und Koordinierungsstelle für die Metropole Ruhr ist die RTG zentraler Ansprechpartner – auch bei der Vernetzung der touristischen Partner in der Region.

Die Federführung folgender Projekte und Veranstaltungen liegt bei der RTG:

- [RUHR.TOPCARD](#)
- [radrevier.ruhr](#)
- [RuhrtalRadweg](#)
- [Römer-Lippe-Route](#)
- [Industriekultur.Ruhr](#)
- [RuhrKunstMuseen](#)
- [RuhrBühnen](#)
- [ExtraSchicht](#)
- [Tag der Trinkhallen](#)
- [!SING – DAY OF SONG](#)
- [RUHR.FUSSBALL](#)

## Kontaktpersonen



### **Sarah Thönneßen**

Pressekontakt

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

s.thoennesen@ruhr-tourismus.de

0208 899 59 151



### **Nina Dolezych**

Pressekontakt

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

n.dolezych@ruhr-tourismus.de

0208 89959 152