

Werben für den Veranstaltungsort Ruhrgebiet

Die Event-Branche erzeugt in der Region schon jetzt jährlich 670 Millionen Euro Umsatz

Wer für ausgefallene Veranstaltungen den passenden Veranstaltungsort in der Metropolregion Rhein-Ruhr sucht, kann heute auf der Messe „Locations Rhein-Ruhr“ in der Messe fündig werden. Der Wiesbadener Veranstalter Michael Sinn präsentiert dort mit Unterstützung der Ruhr Touristik insgesamt 365 Veranstaltungsorte im Ruhrgebiet.

Im Blickpunkt stehen vor allem Orte, die noch nicht jeder kennt, und die somit als echte Geheimtipps gelten. Viele dieser Aussteller findet man auf keiner anderen Messe. „Es ist unser Anspruch, jedes Jahr etwas Neues zu bieten, und aus dem vielfältigen Angebot der Region die besonderen Highlights zu präsentieren“, sagt Sinn über das Veranstaltungskonzept.

Abgerundet wird das Ausstellerangebot von ausgewählten Hotels sowie Dienstleistern aus dem Eventbereich. Begleitend zur Ausstellung findet ein kostenfreies Vortragsprogramm statt. Namhafte Referenten informieren über aktuelle Trends, diskutieren wichtige Themen aus dem Event- und Marketingbereich und geben Tipps für die Durchführung.

Die Ruhr Touristik GmbH (RTG) unterstützt das neue Veranstaltungsformat, weil sie damit ein Fachpublikum angesprochen sieht, das schon jetzt viel Geld ins Ruhrgebiet lenkt. RTG Geschäftsführer Axel Biermann rechnet vor: „Das spezielle touristische Segment MICE (Meetings, Incentives, Conventions, Events) bietet bereits jetzt enorm



Michael Sinn, Veranstalter der „Locations Rhein-Ruhr“
Foto: Peter Weller

me Wertschöpfungseffekte für die Metropole Ruhr. Im Marktsegment werden jährlich 670 Millionen Euro umgesetzt und erzeugen in der Region ein Steueraufkommen von

Die neue Messe

■ **Veranstalter Michael Sinn** macht die Messe für Veranstaltungsorte bereits für die Regionen Rhein-Neckar, Stuttgart und Rhein-Main. Das tagesticket für die heutige Veranstaltung im Congress-Center West kostet 7,50 Euro.

■ **Geöffnet** heute von 10 bis 17:30 Uhr

Mit der neuen Marke „Ruhrmeeting Die Mäcker im Westen“ wird die RTG mit ihren Partnern dieses Jahr eine Vermarktungskampagne starten, die speziell auf die relevanten Entscheider aus Unternehmen und Veranstaltungsagenturen ausgerichtet ist.

Im aktuellen Regionen-Ranking des Meeting- und Eventbarometers 2012 (nationale und internationale Veranstalterbefragung) hat die Stadt Essen mit dem neunten Platz erstmals den Sprung unter die TOP 10 der Großstädte geschafft. Das ist vor allem eine Folge der Kulturhauptstadt. Aber nach Einschätzung von Essen Marketing (EMG) haben auch die Vermarktungsanstrengungen für den Tagungsstandort Ruhr dazu beigetragen.

rund 28 Millionen Euro im Jahr. 10 600 Menschen finden im Veranstaltungsgeschäft im Ruhrgebiet Arbeit. Diese Effekte sollen nun weiter ausgebaut werden.“