



## PRESSEINFORMATION

RuhrTOPCard ist Top unter allen Inklusiv-Cards deutschlandweit!  
Bedeutendes Freizeit- und Tourismusinstrument für die Metropole Ruhr

Bis Mitte Februar wurden bereits über 75.000 RuhrTOPCards (RTC) verkauft! Im Vergleich zum Vorjahr sind damit schon jetzt rund 66 Prozent der Gesamtabsatzmenge 2008 (112.000 Stück) erreicht worden. Nach Bekanntwerden der aktuellen Verkaufszahlen 2009 zeigt sich Axel Biermann (Geschäftsführer der Ruhr Tourismus) optimistisch, dass sich die Inklusiv-Card auch in diesem Jahr wieder zu einem Verkaufsschlager entwickelt. Gestärkt wird diese Zuversicht durch aktuelle Zahlen des Technikdienstleisters AVS GmbH (Bayreuth), der Kartenprojekte unterschiedlichster Regionen betreut. Danach rangiert die RuhrTOPCard deutschlandweit unter vergleichbaren Inklusiv-Karten (z.B. Thüringen, Bodensee, Oberbayern) mit Abstand an erster Stelle.

Stefan Zowislo, Marketing-Chef der WAZ Mediengruppe und Kooperationspartner im Projekt RuhrTOPCard, wundert sich nicht über den Erfolg der Karte: "Die RuhrTOPCard schafft, was nur wenige Produkte schaffen - Urlaub direkt vor der Tür! Kurz vor Beginn des Kulturhauptstadtjahres und mitten im spannenden Wandel der Region zu einer großen Metropole, möchten Viele die Chance nutzen, Ruhrgebiet und Nachbarregionen neu für sich zu entdecken. Die RuhrTOPCard bündelt eben alles, was im Freizeit- und Kulturbereich Rang und Namen hat." Und damit passe die RuhrTOPCard auch so gut zu den Tageszeitungen der WAZ-Mediengruppe. Auch Biermann empfindet die Medienkooperation zwischen WAZ und Ruhr Tourismus in besonderem Maße identitätsstiftend und imagefördernd für die gesamte Metropole Ruhr. Die RuhrTOPCard vermittele Spaß an Aktivitäten in der Region, macht Lust neue Freizeitziele kennenzulernen, gibt Anregungen zur Freizeitgestaltung und macht die Kulturhauptstadt schon jetzt erlebbar, fasst der Geschäftsführer der Ruhr Tourismus die Vorzüge des Produkts zusammen. Neben den Nutzen für Card-Besitzer unterstreicht er zusätzlich die Bedeutung der RuhrTOPCard als wichtiges binnentouristisches Instrument, welches die Besucherströme in der gesamten Region fördere und dadurch Kaufkraft binde.

2008 wurden weit über 750.000 Card-Nutzungen registriert. Besonderes Interesse galt dabei der ZOOM Erlebniswelt in Gelsenkirchen, dem SEA LIFE in Oberhausen und dem Zoo Duisburg. Im Januar des laufenden Jahres ist die aktuelle Jahreskarte bereits rund 37.000-mal eingesetzt worden. Besonders beliebt waren dabei klassische Schlecht-Wetter-Ziele, wie die Modellbahnwelt Oberhausen und der TerraZoo Rheinberg. Beide Ziele gehören gemeinsam mit 17 anderen erst seit 2009 zu den über 90 Inklusiv-Partnern der RuhrTOPCard. „Es ist besonders erfreulich,

Oberhausen, 26.02.2009



tourismus @metropoleruhr

Ruhrgebiet Tourismus  
Management GmbH

zukünftig firmierend als  
Ruhr Tourismus GmbH

Centroallee 261  
46047 Oberhausen

Hotline: 01805 / 18 16 180  
(0,07 € / 30 Sek. Festnetz  
Dt. Telekom, Mobilfunkpreise  
können abweichen)

info@ruhrtopcard.de

www.ruhrtopcard.de



dass gerade zwei neue Leistungspartner sofort eine so hohe Akzeptanz erfahren!“, meint Janine Borgardt, Projektleiterin bei der Ruhr Tourismus und sieht damit die Wahl und Effizienz der neuen Partnerschaften bestätigt. Auch die Themenwelt der Industriekultur konnte sich mit dem neuen Partner, der DASA (Deutsche Arbeitsschutz ausstellung) in Dortmund, bereits weit oben platzieren.

Insgesamt zeigen sich alle Verantwortlichen zuversichtlich, mit der RuhrTOPCard auch in diesem Jahr wieder die 100.000er-Marke zu knacken!

**Details unter: [www.ruhrtopcard.de](http://www.ruhrtopcard.de)**

**Info- und Bestellhotline: 01805/ 18 16 180**

(0,07 Euro/30 Sek. Festnetz Dt. Telekom, Mobilfunkpreise können abweichen)

Zusätzlich ist die RuhrTOPCard in den Geschäftsstellen der WAZ, der NRZ, der WR und der WP erhältlich.

**Kontakt:** Gesa Delija | [presse@ruhr-tourismus.de](mailto:presse@ruhr-tourismus.de) | Mobil: 0173-25 50 125

