

Die Regionaldirektorin	REGIONALVERBAND RUHR 
Drucksache Nr.:14/1416-1	

	13.02.2024
Fraktionsanfrage Antwort	öffentlich

Beratungsfolge	Beratungsstatus	Sitzung am	TOP
Ausschuss für Kultur, Sport und Vielfalt	zur Kenntnis	22.02.2024	

**Betreff: Antwort auf die Anfrage der CDU-Fraktion:
Kulturkartenvielfalt in der Kulturmétropole Ruhr**

Antwort:

**1. Welche Gesamteinnahmen und Gesamtausgaben entfallen auf die RuhrTopCard.
Wie hoch ist der Werbeaufwand für die Karte?**

Gesamteinnahmen rund 12. Mio. Euro (brutto)
Gesamtausgaben rund 12 Mio. Euro (brutto)
Davon reines Werbebudget: ca. 475.000 Euro (netto)

**2. Es fällt auf, dass im Angebot der RuhrTopCard nicht alle Museen enthalten sind.
Nach welchen Kriterien wird hier die Auswahl getroffen?**

Die Auswahl der Museen und anderer Partner im Bereich „Eintritt frei“ erfolgt nach themenbezogenen und geografischen Kriterien sowie der Höhe ihrer Eintrittspreise. Die Partner:innen im Bereich „Eintritt frei“ erhalten eine finanzielle Rückvergütung seitens der RTG auf Grundlage der Anzahl von Besuchen durch Cardinhaber:innen und der Höhe ihres Eintrittspreises. Die zusätzlich generierten Besuche durch die Aufnahme weiterer Museen müssten seitens der RTG zusätzlich finanziert werden, was eine Erhöhung der Verkaufspreise erforderlich machen würde.

Zudem zeichnet vor allem auch das ausgewogene Leistungsangebot die RUHR.TOPCARD aus, das primär Familien anspricht. Eine Verlagerung zugunsten von Museen würde eine völlig andere Zielgruppenausrichtung zur Folge haben. Das wäre aus Projektsicht nicht sinnvoll – vor allem da im Hause der RTG mit der RuhrKulturCard eine separate Card mit Schwerpunkt auf kulturellen Angeboten ausgegeben wird.

3. In der Antwort wird ausgeführt, dass die kostenfreie Einbeziehung der Extraschicht in die RuhrTopCard geprüft werden müsste. Inwieweit läuft die Prüfung und wann ist mit einem Ergebnis zu rechnen?

Zum Zeitpunkt der Anfrage war die Aufstellung des Leistungsangebotes für die RUHR.TOPCARD 2024 bereits abgeschlossen. Daher bezieht sich die Prüfung auf eine Teilnahme im Jahr 2025 und würde zum jetzigen Zeitpunkt dazu führen, dass es bei der aktuellen Regelung bliebe, da die ExtraSchicht mit der Teilnahme als Halber Preis-Partner höhere Erlöse erzielt, was für das Gesamtbudget der Extraschicht, die generell an chronischer Unterfinanzierung leidet, von relevanter Bedeutung ist.

4. Wie wird die Einführung einer Familien- oder Partnercard beurteilt?

Für das aktuelle Cardsystem sowie die Abwicklung und Abrechnung ist eine personengebundene Card erforderlich, die sich zudem über die Jahre hinweg etabliert und bewährt hat. Die Umsetzung einer FamilienCard oder Partnercard (die mehrere Personen zusammenfasst) würde enorme technische Änderungen und Anpassungen erfordern, die hohen Aufwand und Kosten verursachen, ohne dass ein direkter Mehrwert für den Kunden ersichtlich wäre.

5. Wieso gibt es besondere Vergünstigungen für ADAC Mitglieder? Warum nicht auch für vergleichbare andere Vereine?

Die Kundencenter des ADAC sind für die RUHR.TOPCARD neben dem eigenen Webshop der umsatzstärkste Vertriebskanal. Der ADAC NRW erreicht über seine Kanäle mehrere Millionen Mitglieder. Vorstellbar wären auch Kooperationen mit anderen Vereinen - im besten Falle sollten diese ähnlich mitgliederstark sein, da ansonsten Aufwand und Ertrag bei solchen Kooperationen nicht im Verhältnis stehen.

Sachbearbeiter/in	Referat / Referatsleiter/in	Bereich / Beigeordnete/r	Regionaldirektorin Karola Geiß-Netthöfel
Borgardt, Janine Holtz, Martin (RTG)	Reichart, Stefanie	Bereich I	
Akt.zeichen			