

Neuheiten bei beliebten Format

KULTUR TRIFFT GENUSS 2024: ERSTE DETAILS ZU ROSTOCKS SCHLEMMERGIPFEL ENTHÜLLT

Rostock | 17.11.2023

Es ist ein Höhepunkt im Rostocker Eventkalender: Am 16. März werden bei „Kultur trifft Genuss“ wieder Ohren, Augen und Gaumen verwöhnt. Abermals arbeiten Rostock Marketing, Tourismuszentrale, Volkstheater und die Hochschule für Musik und Theater (hmt) mit 14 Gastronomen an kulturellen und kulinarischen Menüs, die in Kombination den Gästen ein einzigartiges Erlebnis versprechen. Der Vorverkauf startet am 20. November.

Ansprechpartner:

Moritz Naumann
Presse- und
Öffentlichkeitsarbeit

TEL +49 (0)381 381-2941
FAX +49 (0)381 381-2999
presse-tourismus@rostock.de

www.rostock.de

[www.facebook.com/
rostock.warnemuende](https://www.facebook.com/rostock.warnemuende)

Tourismuszentrale
Rostock und Warnemünde
Am Strom 59
18119 Rostock-Warnemünde

Lediglich 1000 Tickets sind verfügbar. Die Auflage von 2023 war bereits in Windeseile restlos ausverkauft. „Unser großes Comeback in diesem Frühjahr hat für viel positive Resonanz gesorgt“, sagt Tourismusdirektor Matthias Fromm. Dort hatte man das etablierte Format von der Innenstadt bis nach Warnemünde ausgedehnt, erstmals mit beiden großen Rostocker Kulturhäusern ein Programm gestrickt. „Und das soll in dieser Form 2024 eine noch glanzvollere Fortsetzung finden.“

Im kommenden Jahr gibt es nämlich Neuzugang zu vermelden. Zum ersten Mal ist das Café Bohne mit dabei. „Wir haben die Veranstaltung schon öfter besucht und waren davon begeistert“, betont der Inhaber des 2018 eröffneten Cafés, Dr. Oliver Spanehl. „Umso mehr freuen wir uns, jetzt Teil des Events zu sein und unsere Gäste verwöhnen zu können.“

Ein Ticket, alles drin

Zum anderen kann erstmals das Menü direkt mit dem Ticket gebucht werden. Bisher wurde über den Ticketvorverkauf lediglich die Teilnahme am Event gesichert. Für das Menü musste am Abend selbst nochmal ein Beitrag entrichtet werden. Künftig ist im Ticket die gesamte Palette an Kulinarik und Kultur enthalten. „Das geht auf den vielfachen Wunsch von Gästen und Gastronomen zurück und macht es als Präsent, etwa zu Weihnachten, nochmal attraktiver“, sagt Fromm.

Für Neulinge: Das Prinzip der Veranstaltung ist ganz einfach. Die Künstlerinnen und Künstler zeigen ihre ganz unterschiedlichen Darbietungen dort, wo sich das Publikum aufhält. Abwechselnd werden die beteiligten Restaurants aufgesucht und Kostproben des künstlerischen Repertoires zum Besten gegeben, während die Gäste die Kulinarik der jeweiligen Location genießen.

Diese Gastronomen sind dabei

Insgesamt 14 Gastronomen tischen zu Theater, Musik und Performance-Kunst auf. Im Ostseebad Warnemünde sind das NEPTUN Hotel, Teepott Restaurant, Paulo Scutarro im Kurhaus, das Restaurant Carls und Ringelnatz. Aus Diedrichshagen nehmen das Cut & Chill und Hotel Ostseeland teil. In der Stadtmitte kann zwischen dem Blauen Esel, Café Bohne, Burwitz Legendär, Jacques Weindepot, CarLo 615, dem Lokschuppen im Stadthafen sowie dem Landhotel Rittmeister in Biestow gewählt werden.

„Natürlich würden wir uns freuen, noch mehr Veranstaltungsorte in die Tour mit aufzunehmen“, sagt der Intendant vom Volkstheater Rostock, Ralph Reichel, „zumal nicht alle Ticketwünsche erfüllt werden können. Kultur trifft Genuss ist eine perfekte Plattform, um die ganze Bandbreite unseres Spielplans präsentieren und Vorfreude auf unseren Theaterneubau machen zu können.“

Hier gibt es die Tickets

Der Ticketverkauf für den 16. Genussgipfel in Rostock und Warnemünde am 16. März startet am 20. November in den Tourist-Informationen von Rostock und Warnemünde, im Pressezentrum Rostock (Neuer Markt 3) oder online unter www.kultur-trifft-genuss.de. Da die Karten neben dem Welcomedrink künftig auch das jeweilige Menü enthalten, sind diese in diesem Jahr ab 59 Euro zu erhalten.

„Kultur trifft Genuss“ ist eine Koproduktion von Rostock Marketing und der Tourismuszentrale Rostock & Warnemünde mit dem Volkstheater Rostock und der Hochschule für Musik und Theater (hmt). Rostock Marketing als Ideengeber dieses Veranstaltungsformates hat seit seiner Gründung im Juni 2010 rund 350 Partner aus Hotellerie, Gastronomie und Dienstleistungsbranche gewonnen. Gemeinsam mit den regionalen Akteuren wird das touristische Marketing der Hanse- und Universitätsstadt Rostock weiterentwickelt und ausgebaut. Im Fokus steht dabei auch, die nebensaisonalen Aktivitäten der Hansestadt mit neuen Akzenten und Angeboten zu stärken.

Unser Dank gilt den Partnern und Sponsoren, die das Event möglich machen. Das sind: Taurus Werbeagentur, Lupcom media GmbH, Handelshof Rostock, Autohaus Rostock Ost GmbH und Pianohaus Möller.