

Seit langem in Wiesbaden heimisch

Marketingfachmann Michael Sinn organisiert Messe für ungewöhnliche Veranstaltungsorte

Central-Garage Bad Homburg, Hofgut Mappen, Literaturhaus Frankfurt, Kurhaus Wiesbaden - was haben all diese und fast 50 weitere Orte im Rhein-Main-Gebiet gemeinsam? Sie laden zum Feiern ein, sie sind besonders schön gelegen oder haben eine ungewöhnliche Geschichte, sind eben eine „Location“, wie es im Werber-Deutsch heißt.

Von
Anja Baumgart-Pietsch

So heißt auch die erste Messe für ungewöhnliche Veranstaltungsorte, die der in Wiesbaden lebende Marketingfachmann Michael Sinn im Oktober organisiert. Muss man immer von „Location“, „Event“

oder „Award“ sprechen, wenn man sich in dieser Branche bewegt? „Ja, so ist einfach der branchenspezifische Jargon“, sagt Sinn, „obwohl man sich natürlich darüber streiten kann, ob es immer Englisch sein muss“. Aber so reden sie halt, die Werber und Marketingleute, und daher hat Sinn die Messe auch mit diesem griffigen Wort benannt, sie heißt „Locations-Rhein-Main“. Es ist die erste Veranstaltung dieser Art, die er als Selbstständiger organisiert, und seines Wissens auch bislang die einzige Messe in Deutschland, die sich mit einem solchen Thema befasst.

Das Metier hat der 37-Jährige von der Pike auf gelernt: Der aus Heidelberg stammende Sinn hat nach einer Ausbil-

dung in der Hotelbranche mit anschließendem Touristikstudium gleich den Einstieg in die Veranstaltungsorganisation gesucht. „Ich habe während des Studiums im Mannheimer Rosengarten gearbeitet“, erzählt er, „und war dann später als Marketingleiter bei den Rhein-Main-Hallen tätig.“ Dort finden natürlich ständig Kongresse, Messen und andere Fachveranstaltungen statt, bei deren Organisation es viel zu tun gibt. Vom Hallenplan über die Planung kultureller Rahmenprogramme bis hin zur Akquisition von Ausstellern ist bei einer solchen Veranstaltung an unzählige Details zu denken. Das war die tägliche Arbeit von Michael Sinn in den fünf Jahren seiner Tätigkeit in den Rhein-Main-Hallen - und da-



nach noch weitere zwei Jahre lang beim Congress-Centrum Rheingoldhalle Mainz. „Im Laufe dieser Zeit habe ich mitbekommen, dass man beispielsweise auf Fachkongressen gerne noch Rahmenprogramme an anderen Orten stattfinden lässt, dass zum Beispiel einzelne Firmen ihre Kunden am Abend noch in ein schönes Ambiente einladen möchten“, sagt Sinn.

Kontakte hatte er in den vergangenen Jahren viele knüpfen können, kannte auch die Wünsche der Branche sehr genau. Was lag also näher, als sich einmal im Rhein-Main-Gebiet umzuschauen und die schönsten Orte in einer solchen Präsentation zusammenzufassen? Da rannte er nicht nur bei „Wiesbaden Marketing“ oder beim Jagdschloss Platte offene Türen ein, sondern auch bei Anbietern wie der Wambacher Mühle, dem Frankfurter Zoo, rheinhessischen Weingütern, der Orangerie Aukamm oder der Wuth'schen Brauerei. „Es sollten halt nicht die üblichen Kongress-Hotels sein, die hier präsentiert werden, sondern Orte mit besonderer Note“, sagt der Veranstalter.

Als eigene „Location“ für sein Vorhaben fand Michael Sinn die Alte Lokhalle in Mainz. „Ein überschaubarer Ort, für die erste eigene Messe sicher genau das Richtige“, sagt er, der von der Idee bis zur tatsächlichen Durchführung am 17. Oktober ein ganzes Jahr lang Vorbereitungen traf. Er ist nun sicher, die richtige Mischung gefunden zu haben. Und auch in der Selbstständigkeit mit der Veranstaltungsagentur, deren Beginn er von „Exina“ begleiten ließ, sieht er den passenden Weg für sich.

Das Rhein-Main-Gebiet schätzt der gebürtige Baden-Württemberger aber nicht nur beruflich. „Hier zwischen Taunus- und Rhein ist es einfach wunderschön“, sagt Michael Sinn. Kultur und Natur, dazu viele geschäftliche Möglichkeiten im Ballungsgebiet zwischen den Großstädten Wiesbaden, Mainz, Darmstadt und Frankfurt - ideal zum Leben und zum Arbeiten, wie er findet. „Meine Frau und ich sind hier heimisch geworden“, meint der Heidelberger, der jetzt in Sonnenberg lebt.

Infos zur Messe unter www.locations-rhein-main.de.



Marketingfachmann Michael Sinn fühlt sich in Wiesbaden wohl.

Foto: RMB/Heiko Kubenka