

Esslinger Zeitung
SPEZIAL
TAGEN & FEIERN

INTERVIEW MICHAEL SINN UND MONIKA RIEXINGER

Region mit vielfältiger Gastrokultur

Eventveranstalter setzen auf Neues und Überraschendes, aber auch auf die Tugenden der Bodenständigkeit und der Gastfreundschaft

Die Region ist gut vertreten

Esslingen (red) – Die Esslingen-live-Geschäftsführerin Monika RieXinger ist zum Vorstandsmitglied des Europäischen Verbands der Veranstaltungszentren (EVC) berufen worden. Bei der jüngsten Jahreshauptversammlung des EVC in Berlin wurde Monika RieXinger, Geschäftsführerin der Esslingen live – Kultur und Kongress GmbH, einstimmig in den Vorstand gewählt. Als neue Leiterin der Arbeitsgruppe I wird sie den Verband unterstützen. Die Arbeitsgruppe I ist die stärkste Gruppe der Mitglieder, die Stadt- und Mehrzweckhallen, Kongresszentren und Special Event Locations mit einer maximalen Kapazität von bis zu 1200 Personen in Reihenbestuhlung umfasst. „Ich freue mich sehr auf diese neue Aufgabe, da die Bandbreite der Mitglieder in der AG I ein spannendes Themenspektrum bietet“, so Monika RieXinger. „Da wir selbst Mitglied mit dem Neckar Forum sind, kenne ich die Bedürfnisse der Häuser sehr gut.“ Dabei steht für RieXinger insbesondere die Kommunikation im Vordergrund. Der Austausch über die Themen, die die Mitglieder bewegen, soll zentral im Mittelpunkt der Arbeit stehen.

Esslingen – Monika RieXinger ist die Geschäftsführerin der Esslinger Kultur- und Kongress GmbH Esslingen live und seit kurzem Vorstandsmitglied des Europäischen Verbands der Veranstaltungszentren (EVC). Michael Sinn von der Wiesbadener Marketing- und Eventagentur Sinn ist ein guter Kenner der Branche. EZ-Mitarbeiterin Barbara Scherer hat sich mit RieXinger und Sinn unterhalten.

Flughafen, Schiene und Straße. Und wir haben mit der Automobilindustrie und der verkehrlichen Mobilität ein gemeinsames, verbindendes Thema.

Inwiefern ist die Automobilindustrie Thema für Veranstaltungen?

Michael Sinn: Es ist das Thema, was wir in ganz Deutschland mit der Region Stuttgart in Verbindung bringen. Daher lassen sich daraus authentische Veranstaltungen entwickeln. Wenn eine Firma ihren Kunden etwas Besonderes bieten möchte, gibt es hier die zahlreichen Automobil-Museen, in die man einladen kann. Warum nicht eine Tagung im Porsche-Museum oder auch im Straßenbahn-Museum platzieren? Das ist echt und authentisch und kommt deshalb auch gut an.

Die Region bietet aber mehr als Autoindustrie und Mobilität.

Michael Sinn: Das ist richtig. Eben diese Vielfalt bildet die Messe Locations Region Stuttgart sehr gut ab. Wir finden die große Veranstaltungshallen in Stuttgart und der Umgebung, die Museen in der Region, aber auch die Kreuzkirche in Fellbach präsentieren sich als Locations.

Feiern in einer Kirche, im Museum oder tagen auf der Schwäbischen Alb? Warum feiern und tagen die Menschen heute anders?

Monika RieXinger: Ich glaube, die Menschen haben immer versucht, ihre Einladungen und ihre Veranstaltung zu einem besonderen Erlebnis für die Gäste zu machen. Und ich glaube auch, dass hier die Ansprüche mit den Angeboten steigen. Wenn man sieht, wo und in welchem Rahmen feiern oder tagen möglich ist, bekommen die Menschen Lust, auch einmal etwas Neues auszuprobieren. Das bedient natürlich sehr stark das Bedürfnis des Menschen nach Individualität. Für Firmen steht auch der Wunsch dahin-

Die Messe Locations Region Stuttgart findet zum zweiten Mal in Esslingen und zum zweiten Mal im Neckar Forum statt. Ist Esslingen ein besonders gutes Pflaster für eine solche Veranstaltung?

Monika RieXinger: Unbedingt. Wir waren vor zwei Jahren auf der Suche nach einer Veranstaltung, die zu unserem Neckar Forum passt und bei der sich die Locations in der Region gut präsentieren können. So habe ich Kontakt zu Messeveranstalter Michael Sinn aufgenommen.

Und ihn von Esslingen und dem Neckar Forum überzeugen können.

Michael Sinn: Das war nicht besonders schwer. Die Region Stuttgart ist für eine solche Messe die richtige Wahl und die Stadt Esslingen bietet mit dem Neckar Forum die richtige Örtlichkeit – groß genug, um eine Vielzahl verschiedener Anbieter einzuladen und charmant genug, dass sich beispielsweise auch kleinere, familiengeführte Unternehmen als Aussteller wohl fühlen.

Was unterscheidet denn die Region Stuttgart von anderen Ballungsräumen in Deutschland?

Michael Sinn: Die Region ist homogen und sehr bodenständig. Wir finden hier einen starken Wirtschaftspotenzial, sowohl bei den Anbietern als auch bei den Kunden. Die Region zeichnet sich auch durch kurze Wege aus, was Besuche von Veranstaltungen sehr praktisch macht. Wir finden hier beste Anbindungen über



Michael Sinn, Der Wiesbadener Eventmanager ist ein guter Kenner der Branche.



Monika RieXinger: Die Betriebswirtin leitet die Esslingen live, die die Esslinger Veranstaltungshallen vermarktet.

ter, mit herausragenden Veranstaltungen auf sich aufmerksam zu machen und sich damit vom Mitbewerber abzusetzen.

Michael Sinn: Es gibt mittlerweile Tagungsstätten, die ursprünglich nicht für eine solche Funktion geplant waren wie beispielsweise Museen. Aber ich kann mir gut vorstellen, dass Einrichtungen im Kulturbetrieb damit auch neue Einnahmequellen für sich akquirieren. Für Menschen, die feiern oder tagen wollen, gibt es eben diese Bandbreite an Möglichkeiten. Das ist das wirklich Neue und transportiert auch die Vorstellung, dass alles ein Event und einzigartig sein sollte. Neu ist auch seit einigen Jahren, dass Unternehmen Events in ihre Marketingstrategie einbauen.

Heute spricht man von Locations, von Events und vom Catering? Was bitte unterscheidet eigentlich eine

Location von einem Veranstaltungsort?

Monika RieXinger (lacht): Eigentlich gar nichts.

Michael Sinn: Es gibt auch die Opening Session, den Coffee Break, das Meeting und etliches andere mehr. Die Branche spricht eben so. Davon darf man sich nicht verwirren lassen. Damit ist sicherlich auch der Versuch verbunden, einem Berufsstand ein Gesicht zu geben und zu profilieren.

Alte Tugenden zählen also noch für Gastronomen und Hoteliers?

Michael Sinn: Richtig. Möchte ich beispielsweise eine Hauptversammlung einer AG organisieren, dann benötige ich in erster Linie moderne Technik und weniger schmeckendes Beiwerk. Will ich eine Party feiern, liegt das Augenmerk auf

dem Raum, auf Essen und Trinken, vielleicht auch auf der Musik. Der Kunde sucht im einen wie im anderen Fall nach Qualität und dem annehmbaren Preis-Leistungs-Verhältnis.

Monika RieXinger: Die Suche nach dem passenden Raum läuft heute genau so wie in früheren Zeiten. Im Grund muss der Kunde eine Checkliste abarbeiten. Er muss wissen, wie viele Gäste oder Kunden er haben wird, welche Infrastruktur wie Anfahrtswege oder Übernachtungsmöglichkeiten, ob Häppchen oder das Gala-Diner gewünscht sind. Diese harten Fakten sind die eine Seite. Die andere Frage lautet: „Fühle ich mich wohl, da wo ich gelandet bin?“. Denn wenn sich der Veranstalter willkommen fühlt, dann tun das auch seine Kunden. Insofern greifen auch hier die traditionellen Tugenden wie Gastlichkeit und das Umsorgen des Menschen.

Grüne Themen punkten

Esslingen (bs) – Das Motto lautet Green Meetings. Nachhaltigkeit ist laut Experten zu einem der wichtigsten Themen in der Veranstaltungsbranche geworden. Das Spektrum der zu Handlungsfelder bei nachhaltigen Veranstaltungen reicht von Reisetätigkeiten mit ihrem Einfluss auf das Klima, über den Verbrauch von Energie, Wasser, Papier und ähnlichem bis hin zu Überlegungen wie man das Abfallaufkommen bei einem Fest oder einer Tagung minimieren kann. Auch ist die umweltfreundliche Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen ein wesentlicher Aspekt von Nachhaltigkeit. Mittlerweile werden Seminare zur „Weiterbildung zum Nachhaltigkeitsberater in der Veranstaltungsbranche“ angeboten. Diese Seminare werden von den Experten des Kompetenznetzwerks mygreenmeetings.de durchgeführt.

www.mygreenmeetings.de