



Quelle: Michael Sinn

Die Locations-Messe findet in den Metropolregionen Rhein-Neckar, Stuttgart, Rhein-Ruhr und Rhein-Main statt

Events

Kriterien für die richtige Location

Der Veranstaltungsort spielt für Events seit jeher eine wichtige Rolle. Neben dem Trend hin zu ausgefallenen Locations suchen Unternehmen der Compliance wegen aber auch ein "einfaches Ambiente". Wir sprachen mit Michael Sinn, Veranstalter der Locations-Messe.

nb: Wie hat sich die Relevanz von Locations in der Eventkommunikation geändert?

Michael Sinn: Schon seit einigen Jahren gibt es den Trend hin zu den besonderen Eventlocations. Die Kunden und auch ihre Gäste erwarten etwas Herausragendes. Dies führt dazu, dass viele Veranstaltungen, die früher in der klassischen Tagungshotellerie oder in einer Veranstaltungshalle durchgeführt wurden, heute in einer besonderen Location organisiert werden. Dieser allgemeine Trend ist allerdings differenziert zu betrachten, denn gerade mit der aufgekommenen Diskussion über Compliance gibt es auch wieder Veranstaltungen, die bewusst in einem eher einfachen Ambiente durchgeführt werden und den Weg an einen besonderen Ort scheuen. Grundsätzlich gehört es aber zu den Megatrends unserer Branche, dass besondere Eventlocations immer stärker nachgefragt werden. Der Fantasie sind hier keine Grenzen gesetzt, vom Mitarbeiterevent im Steinbruch bis hin zur Klausurtagung in einer Almhütte ist hier alles denkbar.

nb: Was ist hinsichtlich der 'Verträglichkeit' von Marke und Location zu beachten?

Sinn: Die Räumlichkeit ist ein prägender Bestandteil für viele Dinge, die im Zusammenhang mit der Gesamtorganisation eines Events zu berücksichtigen sind. Aus diesem Grunde erfolgt die Wahl der passenden Location in der Regel sehr frühzeitig. Hat man sich dann für eine entschieden, ergeben

sich daraus viele Punkte, die für die weitere Planung wichtig sind. In vielen Fällen hat man sich mit der Wahl auch schon bezüglich der nachfolgenden Ablaufschritte festgelegt. Ein Beispiel: Hat man sich für ein historisches Schloss und damit für ein wunderschönes, repräsentatives Ambiente entschieden, müssen unter Umständen Nachteile hinsichtlich der technischen Infrastruktur, ich denke hier zum Beispiel an Hängepunkte, in Kauf genommen werden. Dies wiederum kann zu Einschränkungen in der technische Umsetzung führen und aufwendige Inszenierungen erschweren. Das gleiche gilt für Museen, alte Industriegebäude und dergleichen. Grundsätzlich möchten sich Veranstalter mit dem außergewöhnlichen Ambiente schmücken und nehmen dann die entsprechenden Beeinträchtigungen in Kauf. Dies gilt umso mehr, wenn die Location einen thematischen Bezug zum Veranstalter oder dem Anlass der Veranstaltung hat. Automobile Events finden zum Beispiel einen passenden Rahmen in Oldtimermuseen oder alten Fabrikhallen, wie sie zum Beispiel das historische Opel-Werk in Rüsselheim bietet.

nb: Für welche Unternehmen und Anlässe sind regional-typische Örtlichkeiten (z.B. auch mit zusätzlichem Programm in der Region) gut geeignet?

Sinn: Die regionaltypischen Locations, von der Zeche im Ruhrgebiet bis hin zum Weingut in der Pfalz, bieten einen besonderen Rahmen für einen Event. Sie sind geeignet

DIE 'LOCATIONS'

Ist eine Messe, auf der sich außergewöhnliche Veranstaltungsorte, individuelle und familiär geführte Betriebe aus der Hotellerie und Gastronomie sowie ausgewählte Kongress- und Veranstaltungshallen vorstellen. Zusätzlich präsentieren sich Dienstleister aus dem Marketing- und Eventbereich sowie Caterer, Künstler, Anbieter von Rahmenprogrammen und Technikedienstleister.

Zur Zielgruppe auf Seiten der Besucher zählen insbesondere Firmen (Entscheider aus den Bereichen Geschäftsführung, Marketing, Vertrieb, Veranstaltungsabteilung, Sekretariat), Veranstaltungsagenturen und Verbände. Seit 2008 findet die Messe in den vier Metropolregionen Rhein-Neckar, Stuttgart, Rhein-Ruhr und Rhein-Main statt. Pro Veranstaltung werden rund 1.000 Besucher gezählt. Das Ausstellerangebot umfasst jeweils zwischen 100 und 120 Anbieter. (Quelle: www.locations-messe.de)



für Events, deren Gästegruppe miteinander ins Gespräch kommen soll und die Kommunikation untereinander im Vordergrund steht. In diesen Fällen liefern regionaltypische Locations eine anregende, inspirierende und höchst authentische Umgebung für die Veranstaltung. Wenn sich dann das regionale Thema auch im Rahmenprogramm oder im Bereich des Caterings wiederfindet, ist dies eine gute Basis für eine erfolgreiche Veranstaltung. Gerade Mitarbeiterevents, Teambuilding-Aktionen oder Festivitäten sind hier hervorragend aufgehoben.

nb: Mal angenommen, eine Agentur hat eine eigene umfangreiche Datenbank und Recherche – was können Sie einer gut aufgestellten Agentur mit Ihrer Messe bieten?

Sinn: Auf der Locations-Messe gibt es immer wieder viel Neues zu entdecken, auch für Veranstaltungsprofis und gut aufgestellte Agenturen. Der Markt der Locationanbieter ist sehr heterogen und dynamisch, das heißt, es gibt eine große Vielfalt an sehr unterschiedlichen Locations, vom ehemaligen Zechengelände über Veranstaltungsräumen in Museen bis hin zum Schloss. Ständig kommen neue Anbieter hinzu, während bisherige verschwinden. In dieser Situation gibt es niemanden, der immer auf dem neuesten Stand ist und alle derzeit auf dem Markt verfügbaren Locations kennt. Auch wir nicht. Ich wundere mich selbst immer wieder, was es hier alles gibt. Im Blickpunkt unserer Veranstaltung stehen gerade solche Veranstaltungsorte, die noch nicht jeder kennt, und die somit als echte Geheim-

tipps gelten. Es ist unser Anspruch, jedes Jahr etwas Neues zu bieten und aus dem vielfältigen Angebot einer Region die besonderen Highlights auf der Messe zu präsentieren. So besteht unsere Hauptarbeit darin, schon lange im Vorfeld der Veranstaltung neue Locations zu entdecken, mit spannenden Veranstaltungsorten in Kontakt zu treten und dann ganz gezielt attraktive Aussteller anzusprechen. Nur so ist es möglich, immer wieder neue Anbieter zu präsentieren und somit das Informationsangebot für die Besucher auf einem hohen Niveau zu halten.

nb: Was ist der Grund dafür, dass Ihre Locations-Messe vom Markt angenommen wird?

Sinn: Zunächst ist sicherlich der Trend, dass immer mehr Veranstaltungsplaner ihre Veranstaltung an einem außergewöhnlichen Ort platzieren wollen, eine gute Voraussetzung für unseren Erfolg. Denn genau solche Locations finden die Besucher auf unserer Veranstaltung. Auf der Messe präsentieren sich insbesondere solche Anbieter, die sich durch ihr besonderes Flair und Ambiente, ihre außergewöhnliche Geschichte oder durch ihre exponierte Lage auszeichnen. Bei unseren Ausstellern handelt es sich vorwiegend um individuelle Häuser, welche für Besucher weitaus interessanter sind als standardisierte Tagungsangebote, wie man sie zum Beispiel aus der Kettenhotellerie findet.

Dadurch, dass es uns gelingt, immer wieder eine Vielzahl besonderer und neuer Eventlocations auf unseren Messen zu präsentieren, kommen auch interessierte Fachbesucher in ausreichender Anzahl, und dies führt wiederum dazu, dass auch die Anbieter von besonderen Locations gerne an unserer Veranstaltung teilnehmen. Die Messe hat bereits mehr als zwanzig Mal erfolgreich stattgefunden.

(Interview: Reiner Kepler)



Quelle: Michael Sinn

MICHAEL SINN,

Jahrgang 1971, veranstaltet mit seiner Sinn Agentur für Veranstaltungsorganisation, Eventdesign und Inszenierung, Wiesbaden, die 2008 gestartete Locations-Messe. Er war von 2000 bis 2005 Leiter Marketing, Vertrieb & Planung der Rhein-Main-Hallen in Wiesbaden. Bis 2007 wirkte er in gleicher Funktion bei der Congress Centrum Mainz GmbH. Seit August 2007 ist seine Agentur im Bereich der Veranstaltungsorganisation tätig und organisiert Veranstaltungen, Events sowie begleitende Rahmenprogramme. Darüber hinaus berät Michael Sinn Veranstaltungshäuser bei Neubau- oder Sanierungsprojekten sowie Architekten und städtische Gremien von der Wirtschaftlichkeitsanalyse über baubezogene Fragen bis hin zu operativen Entscheidungen. Aktuell betreut er den Neubau einer Veranstaltungshalle in Ingelheim am Rhein.