

# Das Logo ist nur der Anfang

**KING** Vermarktung der Halle hat begonnen / Erste Veranstaltungen nach den Sommerferien 2017 geplant

Von Helena Sender-Petry

**INGELHEIM.** Zeitlos, modern, klar, schlicht, auf das Wesentliche reduziert: Das Logo für die Kultur- und Veranstaltungshalle mit dem dominanten „K“ soll auf den Punkt bringen, was die Halle ausmacht (die AZ berichtete). Michael Sinn, seit Januar Geschäftsführer der Ingelheimer Kultur und Marketing GmbH (IKuM), ist rundum zufrieden mit dem Ergebnis der Designagentur Fuenfwerken aus Wiesbaden, die sich mit ihrem Entwurf gegen zahlreiche Vorschläge verschiedener Agenturen durchsetzen konnte. Entschieden wurde übrigens „stadtintern“, es habe großer Konsens geherrscht, sagt Sinn.

**ING**  
**K**

Kultur & Kongress  
 Ingelheim am Rhein

Die Farbkombination Schwarz auf weiß sei eine Empfehlung der Designer gewesen, „ich finde, es passt sehr gut“. Doch wohin mit dem Logo, wenn die Halle einmal fertig ist? Schließlich bietet die außergewöhnliche Architektur des Gebäudes

» Das Fachpublikum interessiert sich für die Halle. «

MICHAEL SINN, Geschäftsführer  
 Ingelheimer Kultur und Marketing  
 GmbH

keine Flächen, die sich zwingend aufdrängt. „Der Name muss an der Halle stehen“, macht Sinn keine Kompromisse. Noch ist Zeit, einen passenden Platz zu finden, auch eine Stele vor der Halle wäre für Sinn eine Option. Doch zurzeit ist der IKuM-Geschäftsführer mit ganz anderen Dingen beschäftigt: Längst ist er durchgestartet, um Ingelheim und das „KING“ in Fachkreisen bekannt zu machen. Schon jetzt ist klar: „Das Interesse ist da, und nicht nur an der Halle.“ Vor wenigen Wochen folgten 140 Fachleute Sinns Einladung, sich über Halle und Stadt zu informieren, ein Indiz dafür, dass die Rotweinstadt im Tagungs-



So soll er aussehen, der Saal in der künftigen Kultur- und Veranstaltungshalle KING. Platz bietet er für rund 850 Besucher.  
 Ansicht: Schwinde Architekten

und Kongressgeschäft für Veranstalter und Agenturen durchaus eine Option sein könnte. Und nun? Wie geht es weiter? „Jetzt gilt es, rechtzeitig vor der Eröffnung Informationsmaterial zur Hand zu haben“, das komplette Corporate Design – also Visitenkarten, Briefköpfe oder Internetauftritt – sei in Arbeit. Sinn ist optimistisch, dass die Halle nach den Sommerferien 2017 gebucht wer-

den kann – für Kongresse und Kultur. Schließlich ist auch das Kulturmanagement Sache der Gesellschaft. Noch sind viele Fragen offen, gerade mit Blick auf die ebenfalls ganz zentrale Bedeutung des großen „K“ im Logo. Wer betreibt die Akquise? Wer knüpft die Kontakte zu den Künstlern und deren Agenturen? Macht es die IKuM alleine mit eigenem Personal? Oder sind Kooperationen ange-

strebt, etwa mit den Programmplanern in Mainz? Noch steht laut Sinn die Entscheidung aus, was allerdings nicht bedeutet, dass auch über eigenes Personal nachgedacht werde. Ganz wichtig für Sinn ist ein tragfähiges, abgestimmtes Konzept mit Blick auf zukünftige kulturelle Angebote in Ingelheim, von der Halle über die Aula regia bis hin zum Winzerkeller.

► KOMMENTAR