



Guter Besuch und kreative Stände auf der ersten „Locations Rhein-Main“, die sich laut Veranstalter Michael Sinn vornehmlich als Ergänzung zum bestehenden Angebot sieht

Lokale Kontakt-Plattformen als Messe-Alternative?

Fast schien es so, als hätte zumindest die örtliche Veranstaltungsbranche nur darauf gewartet: Michael Sinn, Organisator der ersten Locationmesse Rhein-Main, rief und (fast) alle namhaften Anbieter kamen, um sich zu präsentieren...

...Das Kurhaus Wiesbaden, Jagdschloss Platte, das Kurfürstliche Schloss zu Mainz, die Rheingoldhalle, die Sektkellerei Kuperberg, Schloss Sörngeloch, das Capitol Theater Offenbach, das Steigenberger Hotel Bad Homburg, die Höchster Porzellan-Manufaktur, das Hotel Eden Parc mit dem Alleesaal und dem Kurhaus aus Bad Schwalbach, das Parkhotel Schlangenbad, Schloss Rheinfels vom Mittelrhein sowie viele andere attraktive Veranstaltungsorte und Dienstleister aus der Region Rhein-Main und Taunus waren da.

Bei über 40 Ausstellern mit 70 Locations musste Sinn weiteren Anfragen Absagen erteilen, denn man hatte mit der Lokhalle Mainz ganz bewusst einen Veranstaltungsort gewählt, der Charme und Ambiente bietet, ohne sich in riesigen Messehallen zu verlieren – ein kluger Schachzug und natürlich auch ein gutes Eigenmarketing für die Location Alte Lokhalle selbst. Rund 600 Besucher waren offiziell registriert, wobei es den Or-

ganisatoren bei Ausstellern wie Besuchern vor allem auf eins ankam: Premium-Qualität. Das Konzept ging auf, nicht nur für die einschlägigen Adressen.

Zufrieden äußerte sich auch Katja Mailahns, Betreiberin des Fachwerks im Eulengarten, deren Erwartungen bei weitem übertroffen wurden. Stellvertretend für die kleineren Aussteller als Anbieterin einer Kochschule, welche einen Gemeinschaftsstand mit einem partnerschaftlichen Weingut betrieb, stellte sie fest, „... dass es genau die richtige Entscheidung war, sich heute hier zu präsentieren. Hier wird das Individuelle geschätzt, man hat einen intimen Rahmen für Gespräche und auch das Vergnügen kommt für die Messebesucher beim Chill-Out mit Life-Musik und Kostproben nicht zu kurz...“ Es gab noch mehr Neues zu entdecken wie etwa das Jungwinzernetzwerk „Message in a bottle“ mit 24 Winzern aus Rheinhessen oder die kreativen Life-Style Werkstätten, die neue Möglichkeiten der Seminar-gestaltung vorstellten. Gerade im Hinblick auf noch unbekanntere Locations ist die Messe aber sicher noch ausbaufähig.



Mit dem Geschäftsführer des Congress Centrum Mainz GmbH, August Moderer, dem Geschäftsführer von Wiesbaden Marketing, Martin Michel und der Leiterin Kongressmarketing Tourismus und Kongress GmbH Frankfurt, Jutta Weisbrod, hatte man erstklassige Referenten zu den Marketing-Strategien und Event-Locations der jeweiligen Standorte gewinnen können. Zahlreiche Aussteller haben direkt ihre Teilnahme an der nächsten Veranstaltung zugesagt und so wurde noch vor Ort entschieden, das Format auch im kommenden Jahr stattfinden zu lassen – am 30. Oktober 2008 wieder in der Alten Lokhalle in Mainz. www.locations-rhein-main.de