

Universitäten bieten Ausweichräume – Stadien Emotionen

Location-Experte Michael Sinn über Veranstaltungsmöglichkeiten in Museen und Universitäten sowie über die Locations Rhein-Neckar und die Locations Rhein-Main.

mep: Welche Möglichkeiten bieten Museen für Corporate Events?

Sinn: Hinter dem Begriff „Museum“ verbergen sich sehr unterschiedliche Häuser. Alle wurden nicht als Veranstaltungslocation gebaut und sehen naturgemäß auch heute diesen Bereich nicht als ihre Kernaufgabe an. Bei Museen hängt es sicherlich sehr stark vom Thema ab. Das heißt, die thematische Ausrichtung eines Museums muss zum Veranstalter oder zumindest bei der Veranstaltungsplanung berücksichtigt werden. Oftmals entscheiden sich Firmen ganz bewusst für ein bestimmtes Museum als Veranstaltungsort, weil sie oder der Anlass der Veranstaltung einen direkten Bezug zur thematischen Ausrichtung eines Museums haben. So bieten für Firmen der Automobilindustrie und der entsprechenden Zulieferbetriebe technisch orientierte Museen, wie zum Beispiel das Automuseum Dr. Carl Benz aus Ladenburg oder die Technik-Museen in Sinsheim und Speyer schon thematisch den idealen Rahmen

für einen Event. Aber auch wer mit seiner Veranstaltung in ein Kunstmuseum geht oder keinen direkten Bezug zum Museums- oder Ausstellungsthema hat, findet in der Regel ein höchst attraktives Umfeld für seine Veranstaltung vor. Grundsätzlich sind Kunst und Kultur ideale Rahmenbedingungen, in denen sich Unternehmen gerne präsentieren. Wenn dann auch noch die praktischen Aspekte, wie zum Beispiel das Raumangebot und die Infrastruktur in und um das Museum stimmen, finden Eventplaner mit Museen ideale Locations vor. Ein gutes Beispiel ist das Wilhelm-Hack-Museum in Ludwigshafen, das vor kurzem nach einem rund 17 Monate dauernden Umbau wiedereröffnet hat und hervorragende Rahmenbedingungen für Corporate Events bietet.

mep: Wie vermarkten Universitäten ihre Räume für Kongresse und Tagungen?

Sinn: Wie alle Veranstaltungsorte haben auch die Bildungseinrichtungen wie Universitäten oder Fachhochschulen ihre eigenen Vor- und Nachteile. Oftmals muss bei der Terminierung einer Veranstaltung in einer Universität sehr stark Rücksicht auf den laufenden universitären Betrieb, sprich auf die Vorlesungen, genommen werden. Andererseits bieten die Universitäten sehr viele



Universität Frankfurt Casinogebäude

Vorteile sowohl was die „harten“ als auch die „weichen“ Faktoren angeht. Bei den „harten“ Faktoren überzeugen Universitäten durch die hohe Zahl an unterschiedlich großen Räumen, die in der Regel auch gut ausgestattet sind. Gerade wer sehr viele Räume für seine Veranstaltung, zum Beispiel für parallele Workshops, benötigt, tut sich oftmals schwer, diese Vielzahl an Räumen in einem klassischen Veranstaltungszentrum zu finden. Die Universitäten sind mit der hohen Zahl der unterschiedlichen Vorlesungsräume diesbezüglich klar besser aufgestellt. Wer schon einmal eine passende Location für eine Veranstaltung mit 20 parallelen Workshops gesucht hat, weiß diesen Vorteil in Bezug auf das Raumangebot zu schätzen! Aber auch die Infrastruktur um die Veranstaltungsräume herum ist an den meisten Universitäten sehr gut entwickelt. So sind in der Regel ausreichend Parkplätze vorhan-

den, eine einfache Voraussetzung, die in klassischen Veranstaltungshäusern oftmals nicht erfüllt wird. Hinzu kommt das universitäre Flair, das eine Veranstaltung aufwertet. Gerade die traditionsreichen Universitäten vermieten teilweise sehr schöne Räume mit einzigartigem Ambiente, die über einen ganz besonderen Charme verfügen. Hinzu kommt, dass immer mehr Universitäten sich im Bereich der Veranstaltungsorganisation professionell aufstellen und kompetente Ansprechpartner für Veranstaltungsplaner sind. So verfügt zum Beispiel die Goethe-Universität in Frankfurt über eine eigene Servicegesellschaft, welche die Raumvergabe und Vermietung koordiniert und in der Veranstaltungsprofis den Eventorganisatoren hilfreich zur Seite stehen. An der Universität Heidelberg gibt es sogar eine eigene Abteilung, die über die reine Raumvermietung hinaus auch als PCO (Pro-

fessional Congress Organizer) Kongresse und andere Veranstaltungen durchführt.

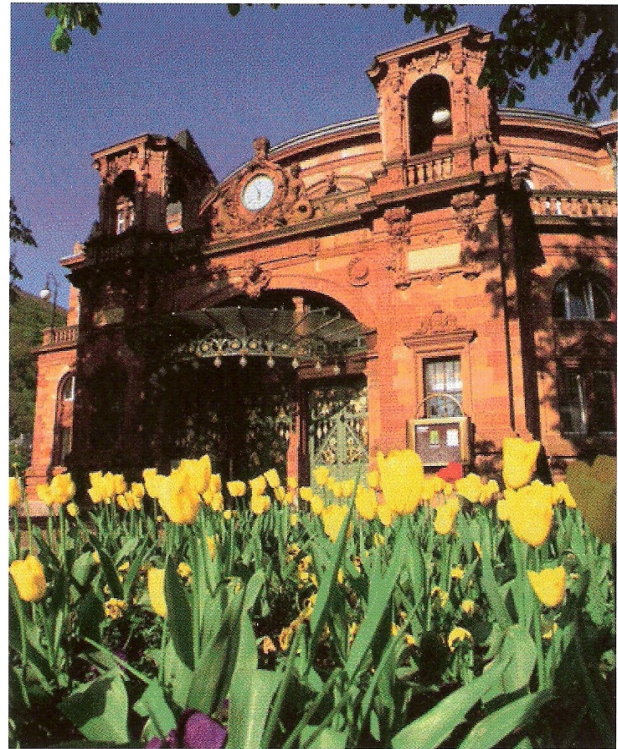
mep: Mit welchen Mitteln versuchen Metropol-Regionen Tagungen und Kongresse anzuziehen?

Sinn: Zum einen gibt es die einzelnen Anbieter in einer Region, die immer mehr den Konkurrenzgedanken ablegen und sich untereinander stärker vernetzen. Und zum anderen sehe ich hier die Regionen selbst, die eigene städte- und länderübergreifende Organisationen bilden. Man denkt heute also nicht mehr so stark in Stadt- oder Landesgrenzen, sondern stellt die gewachsene Region in den Mittelpunkt. Mit dem althergebrachten „Kirchturmdenken“ kommt man da natürlich nicht weiter. Ein gutes Beispiel ist sicherlich die Metropolregion Rhein-Neckar, die sich über die drei Bundesländer Hessen, Baden-Württemberg und Rheinland-Pfalz erstreckt und sich schon seit geraumer Zeit über diese politischen Grenzen hinweg gemeinsam als Region organisiert hat. Seit letztem Jahr existiert auch ein eigenes Convention Bureau für die gesamte Region, das als Ansprechpartner für Veranstaltungsplaner fungiert und die Region gebündelt als Veranstaltungsdestination vermarktet.

mep: Welche Tagungs- und Veranstaltungsmöglichkeiten gibt es in Sport-

ziehungsweise Multifunktionsarenen und welche Vorteile bieten diese?

Sinn: Stadien und Multifunktionsarenen sind im regulären Betrieb auf Masse ausgerichtet. Wer am Wochenende mehrere Tausend Fußballfans als Besucher in seinem Stadion hat, der kann auch problemlos unter der Woche eine Firmenveranstaltung bewältigen – zumindest was die Rahmenbedingungen angeht. Die Infrastruktur, wie zum Beispiel eine verkehrsgünstige Anfahrt und genügend Parkplätze, ist also vorhanden. Darüber hinaus wird in modernen Stadien schon beim Bau ein Business- und VIP-Bereich mit Veranstaltungs- und Meetingräumen eingeplant, so dass auch das Raumangebot in der Regel sehr gut ist. Aber das wichtigste ist, dass Stadien immer auch emotionsgeladene Veranstaltungsorte sind. Hier wird nach einem Sieg gejubelt, eine Meisterschaft gefeiert oder nach dem Abstieg getrauert. Das Stadion ist Projektionsfläche für all diese Emotionen. Und auch wer kein großer Fußball-Fan ist, kann sich dieser besonderen Atmosphäre kaum entziehen. Für jeden Marketingprofi ist ein solches emotionsgeladenes Umfeld ein sehr dankbarer Rahmen für eine Veranstaltung, denn auch im Eventbereich gilt es primär, Emotionen zu wecken, und damit eine Veranstaltung zum unvergesslichen Ereignis werden zu lassen.



Kongresshaus Stadthalle Heidelberg Veranstaltungsort der LOCATIONS Rhein-Neckar

mep: Wie entwickeln sich die Vorbereitungen für die Locations-Rhein-Main und die Locations-Rhein-Neckar?

Sinn: Auf der „LOCATIONS Rhein-Neckar“ am 4. Juni 2009 in Heidelberg und der „LOCATIONS Rhein-Main“ am 30. Oktober 2009 in Mainz präsentieren sich gerade solche außergewöhnlichen Veranstaltungsorte wie die, über die wir gerade gesprochen haben. Jede der teilnehmenden Locations überzeugt durch ein einzigartiges Ambiente, ihren historischen Hintergrund oder eine exponierte Lage. Vom prachtvollen Kurhaus, über Veranstaltungsräume in Museen, Burgen und Schlössern, bis hin zu regionaltypischen Locations wie familiengeführte Wein- und Hofgüter. Viele dieser Veranstaltungsorte prä-

sentieren sich auf keiner anderen Messe und können somit nur auf der „LOCATIONS“ von den Besuchern entdeckt werden. Dies führt dazu, dass sich nach der Premiere im vergangenen Jahr sowohl die „LOCATIONS Rhein-Main“, als auch die „LOCATIONS Rhein-Neckar“ weiter positiv entwickeln. Für die Veranstaltung in Mainz mussten wir sogar zusätzliche Ausstellungsflächen anmieten, weil die Fläche des letzten Jahres schon heute – rund sieben Monate vor der Veranstaltung – bereits komplett belegt ist. Den Besuchern hat aber auch das kostenfreie Vortragsprogramm, mit namhaften Referenten aus dem Eventbereich gefallen, das wir in diesem Jahr weiter ausbauen werden. (Weitere Informationen unter www.locations-rhein-neckar.de und www.locations-rhein-main.de)