



mainzplus
CITYMARKETING



Pressemeldung

mainzplus CITYMARKETING GmbH
Susanne Ranglack, Tel. 06131 / 242-117, s.ranglack@mainzplus.com

27. April 2020

Neue Formate in Zeiten von Covid-19: mainzplus CITYMARKETING, Mainzer Hotels und Caterer entwickeln gemeinsame Maßnahmen für den Kongress- und Tourismusstandort Mainz

Die Zeiten stehen auf Veränderung: Die aktuell geltenden Veranstaltungs- und Kontaktverbote im Rahmen der Corona-Krise bringen Kongressveranstalter vor neue Herausforderungen. Im engen Schulterschluss haben die Mainzer Hotels, Caterer und die städtische Kongressgesellschaft mainzplus CITYMARKETING nun ein Maßnahmenpaket erstellt, um sich auf die Wiederaufnahme von Kongressen und Tagungen in den Veranstaltungsstätten und Tagungshotels vorzubereiten. Hierzu gehören der Situation angepasste Veranstaltungsformate, digitale Studios und eine zentrale Vermarktungsplattform.

Kongresse, Tagungen und Veranstaltungen aller Art haben eines gemeinsam: Es treffen sich Menschen, um bestimmte Themen gemeinsam zu diskutieren und sich auszutauschen. Doch gerade dies ist aufgrund der aktuellen Corona-Krise nur eingeschränkt möglich – der Gesundheit zuliebe. Hierfür tragen auch die Akteure des Kongress- und Tagungswesens Sorge und haben ihre Maßnahmen und gewohnten Gepflogenheiten umgestellt. Damit sich auch der Kongress- und Tagungsstandort Mainz auf die neuen – und ggf. auch nach der Corona-Krise geltenden – Anforderungen einstellen kann, haben die Mainzer Tagungshotels, die lokalen Caterer und die städtische Kongress- und Tourismusgesellschaft mainzplus CITYMARKETING nun ein Maßnahmenpaket vorbereitet, um sich auf die jetzigen und kommenden Herausforderungen im Kongress- und Tagungswesen vorzubereiten. Sobald die behördlichen Vorgaben die Wiederaufnahme von Veranstaltungen erlauben, können die nun entwickelten Formate und Angebote somit direkt umgesetzt werden.

Gemeinsame Vertriebs- und Vermarktungsplattform für den Standort Mainz

Der Kongress- und Tagungsstandort Mainz wurde im vergangenen Jahr auf Platz 8 der zehn besten Destinationen Deutschlands gewählt – was die hohe Relevanz und Qualität der vorhandenen Infrastruktur und Serviceleistungen verdeutlicht. Um diese gute Position auch während und nach der Corona-Krise zu halten und auszubauen, haben sich die großen Mainzer Tagungshotels, Cateringfirmen, Dienstleister und mainzplus CITYMARKETING noch enger zusammengetan, um den Standort Mainz mitsamt seinem breiten Portfolio zu vermarkten. Die gemeinsame Klammer bietet die zentrale Informationsplattform www.mainz-congress.com, die neben den großen Locations Rheingoldhalle, Kurfürstliches Schloss, Frankfurter Hof und KUZ Kulturzentrum Mainz auch die sehr gut aufgestellte Mainzer Hotellerie sowie eine Vielzahl an Dienstleistungen und Services anbietet. Bereits jetzt können sich Kunden über Maßnahmen und Formate informieren, die mit den geltenden – und den ggf. zukünftig noch folgenden – Anforderungen an den Veranstaltungsbetrieb konform sind.

Neue Formate für neue Rahmenbedingungen

Um den aktuellen und ggf. noch kommenden Voraussetzungen für Veranstaltungen zu entsprechen, wurden neue Formate und Maßnahmen vorbereitet. Hierzu zählen u.a. Bestuhlungspläne und -varianten für alle Locations – unter Berücksichtigung von Mindestabständen und Hygienevorschriften (u.a. Ausgabe von Mundschutten, Desinfektionsmittel, Spuckschutz beim Catering, verstärkte Reinigung), ein entsprechendes Ein- und Auslassmanagement sowie angepasste Cateringabläufe und Mobilitätsangebote (z.B. Bus-Shuttles). Da die weiteren, konkretisierten Vorgaben seitens der Behörden zur Durchführung von Veranstaltungen noch ausstehen, sind die Maßnahmen und Prozesse bewusst flexibel und skalierbar angelegt, um entsprechend (re)agieren zu können. Die Mainzer Akteure haben sich dabei auf verschiedene Szenarien vorbereitet und sind imstande – je nach erlaubter Größenordnung – entsprechende Konzepte und Formate umsetzen. So können beispielsweise Veranstaltungen, die aufgrund der Vorgaben nicht in den Tagungshotels stattfinden können, in größere Locations wie die Rheingoldhalle verlegt werden. Die Priorität aller Akteure liegt dabei in der Bindung von Kunden und Partnern an den Standort Mainz.

Digitale Veranstaltungen: Live-Streamings, Videokonferenzen und „Digitales Studio“

In Zeiten persönlicher, aber aktuell notwendiger Distanz möchte der Standort Mainz weiterhin eins: Menschen zusammenbringen. Im Kongress- und Tagungswesen haben sich hierfür probate Mittel durchgesetzt, um insbesondere auf digitaler Art

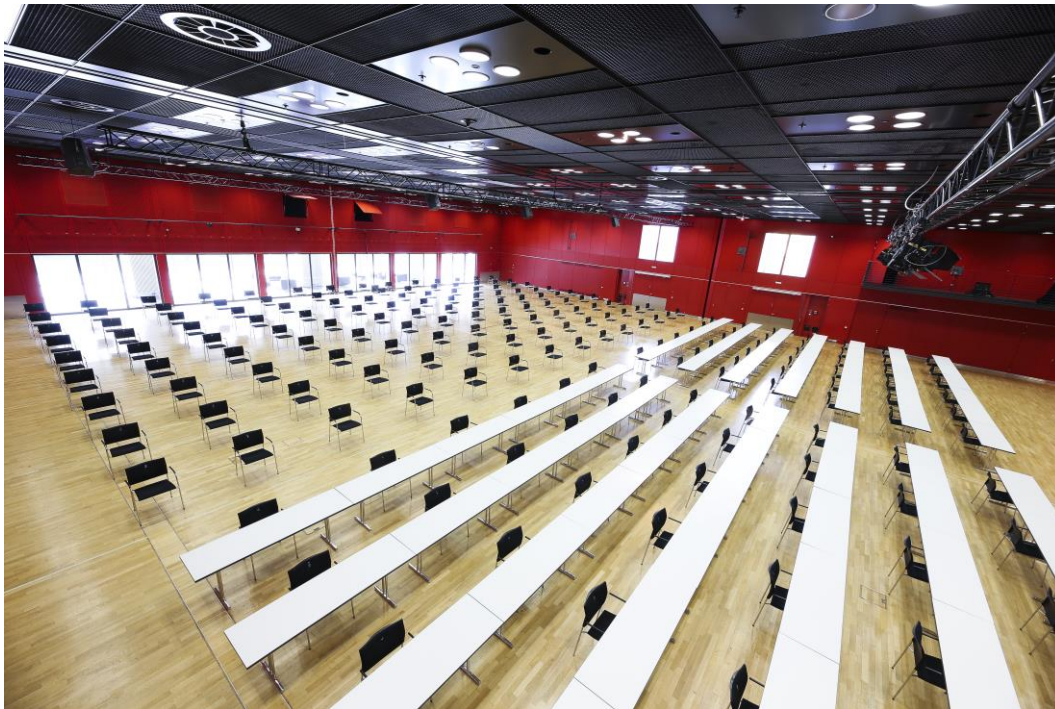
und Weise Kontakte zu knüpfen und Wissen zu vermitteln. So setzen auch die Mainzer Akteure auf eine innovative und moderne Veranstaltungstechnik, die in den Veranstaltungsstätten und den Tagungshotels Anwendung findet. Zu den Formaten gehören u.a. Live-Streamings, Videokonferenzen bis hin zu modernen Techniken wie Virtual/Augmented Reality und Hologramm-Präsentationen. Um den passenden Rahmen für die jeweilige Veranstaltung zu schaffen, haben mainzplus CITYMARKETING und der Technikpartner Flo Service im Leibniz-Saal des Kurfürstlichen Schlosses außerdem ein „digitales Studio“ eingerichtet, das für Onlinevorträge, Videokonferenzen und Produktionen aller Art genutzt und angemietet werden kann.

Standortkampagne für Mainz in Vorbereitung

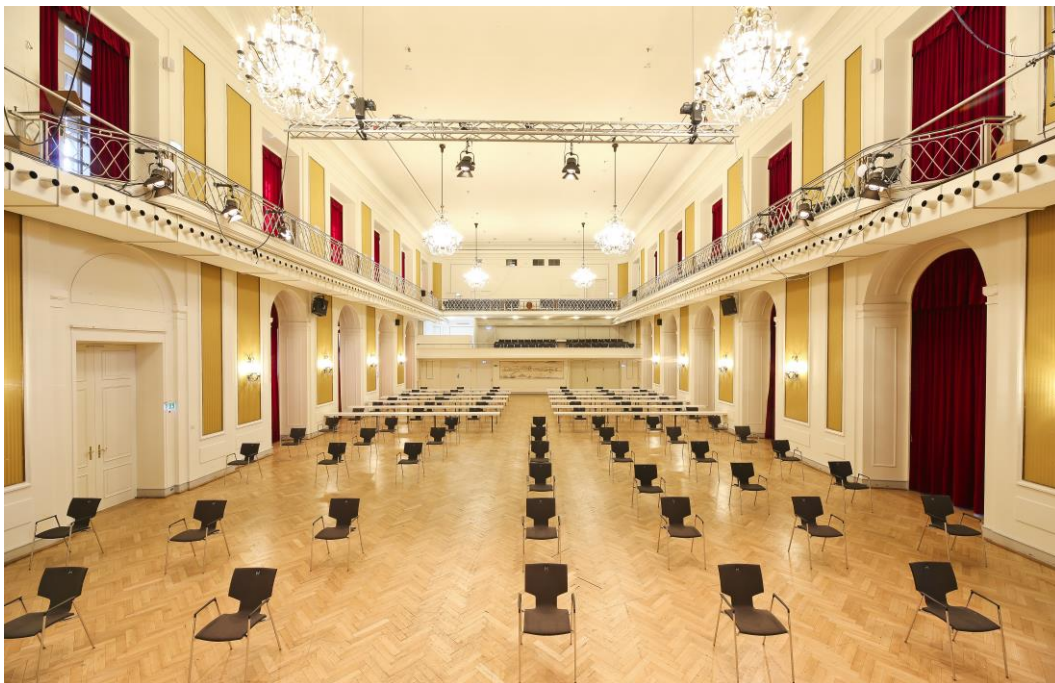
Damit der Kongress- und Tagungsstandort Mainz auch weiterhin seine gute Position ausbauen kann, werden bereits jetzt entsprechende Vermarktungs- und Vertriebskampagnen vorbereitet. Gemeinsam mit dem Tourismusfonds Mainz e.V., zu dessen Mitgliedern auch die Mainzer Hotelwerbegemeinschaft sowie viele Caterer und Dienstleister gehören, wird aktuell eine Standortkampagne für Mainz konzipiert. Ziel hierbei ist es, die Vorteile des Kongress- und Tagungsstandorts Mainz bei relevanten Entscheidern und Kunden darzulegen und somit für Veranstaltungen in der rheinland-pfälzischen Landeshauptstadt zu werben. Aufgabe und Herausforderung zugleich ist es, dabei die Auswirkungen der Corona-Krise auf das Kongress- und Tagungsgeschäft zu berücksichtigen. Im Schulterschluss haben sich mainzplus CITYMARKETING, die Mainzer Hotels, die lokalen Gastronomen und weitere Partner der Herausforderung angenommen, um die Zeit „nach der Krise“ zu gestalten.

„Wir sind froh um das breite Portfolio des Standorts Mainz und das starke Netzwerk aus Tagungshotels, Gastronomie und weiteren Partnern. Gemeinsam werden wir die Krise und die Zeit danach gestalten und zusammen schlagkräftige Maßnahmen entwickeln. Unser aller Ziel ist es, den Kunden verbindliche, flexible und zeitgemäße Eventkonzepte anzubieten. Wir alle sind uns sicher, dass der Standort Mainz für neue Formate bereit ist und den kommenden Anforderungen gerecht werden kann“, erläutert August Moderer, Geschäftsführer der mainzplus CITYMARKETING GmbH.

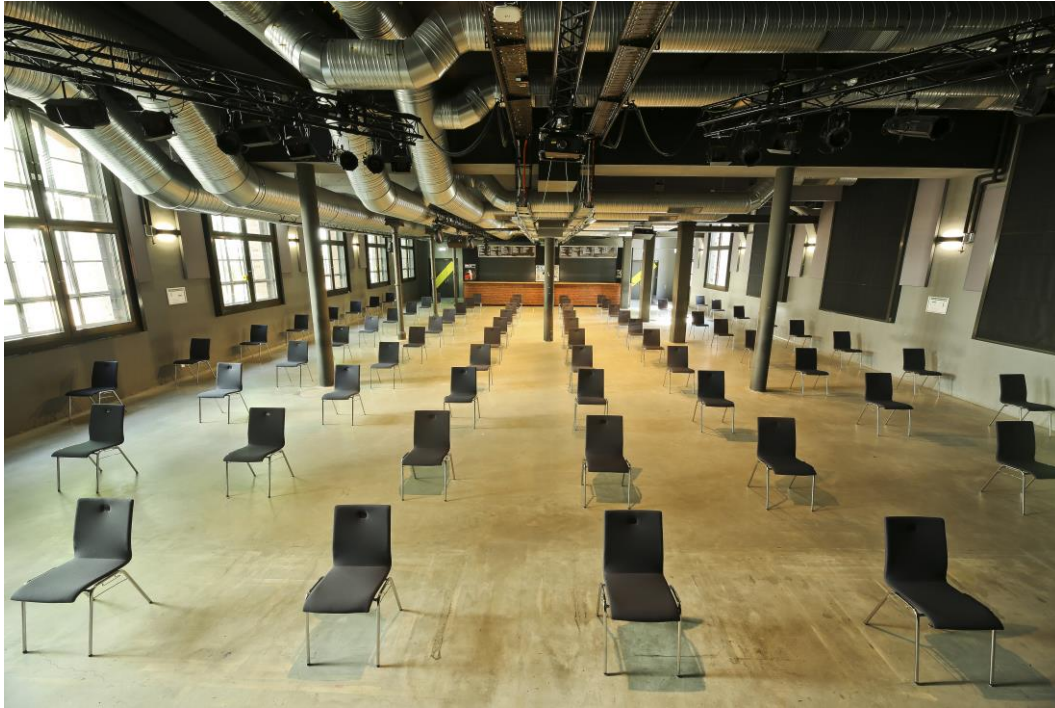
Weitere Informationen unter www.mainz-congress.com/neue-formate



Bsp.-Bestuhlung: Rheingoldhalle – Gutenbergsaal (3) © mainzplus CITYMARKETING



Bsp.-Bestuhlung: Kurfürstliches Schloss – Großer Saal (6) © mainzplus CITYMARKETING



Bsp.-Bestuhlung: KUZ Kulturzentrum Mainz – Werkhalle (36) © mainzplus CITYMARKETING



Bsp.-Bestuhlung: Frankfurter Hof Mainz (6) © mainzplus CITYMARKETING



Bsp. Desinfektionsmittel-Spender © mainzplus CITYMARKETING



Digitales Studio (Leibnizsaal, Kurfürstliches Schloss) (2) © mainzplus CITYMARKETING