

Location Award: Was erwartet uns bei der Preisverleihung 2017 und in Zukunft?

Veranstaltungen & Messen / Katharina Stein (Falkowski) / Kommentieren

[Sponsored Post / Anzeige](#)

[» Info über Sponsored Posts](#)



Die Voting-Phase für den diesjährigen [Location Award](#) ist seit ein paar Wochen beendet. Im Hintergrund wird nun schon die Preisverleihung geplant, damit am 09. Oktober 2017 wieder ausgewählte Veranstaltungsorte premiert und gefeiert werden können – in diesem Jahr in Offenbach in der Industrielocation FREDENHAGEN. Initiator Frank Lienert von [fiylo](#) und Stephan Mahnecke vom Gründungspartner [Party Rent](#) erzählen uns, was uns dieses Jahr und darüber hinaus erwartet.

Interview mit Frank Lienert (FL) und Stephan Mahnecke (SM).

Was erwartet die Besucher des diesjährigen Awards?

Frank Lienert: Wir haben nochmal am Timing der einzelnen Kategorien geschraubt, das wird auffallen. Und FREDENHAGEN als ehemalige Produktionshalle gibt dem Award in diesem Jahr eine fantastische Kulisse und ein sehr ausgewogenes infrastrukturelles Konzept. Mehr kann ich noch nicht verraten.

Wie lief die Voting-Phase?

FL: Es haben mehr als 3.000 Veranstaltungsplaner teilgenommen, das Niveau vom Vorjahr konnten wir damit leicht toppen. Die Umstellung auf dieses System, das sich auf die Bewertung durch Fachleute aus der Branche beschränkt, haben wir nie bereut. Es hat unser Gütesiegel deutlich qualifiziert, spiegelt bei dieser Teilnehmermenge aber auch in quantitativer Hinsicht die Meinung der gesamten Eventbranche wider.



Frank Lienert (links) und Stephan Mahnecke (rechts)

Stephan, als Gründungspartner hast Du den Weg des Awards seit der Premiere vor sieben Jahren mitverfolgen können. Wie hat er sich in Deinen Augen entwickelt und wo steht er heute?

Stephan Mahnecke: Die erste Etappe "Fester Platz in der Branche" haben Frank und sein Team schon ein paar Jahre hinter sich. Der Award genießt für mich eine überraschend große, aber absolut verdiente Präsenz in der Branche. Das Label wird von den Preisträgern sehr bewusst fürs Marketing eingesetzt. Das Gütesiegel funktioniert auch dank der interdisziplinären, unabhängigen und über Jahre zusammengewachsenen Jury sehr gut. Und bisher war noch jeder Award bis auf den letzten Platz besetzt – aber bei den Stühlen ist das ja auch kein Wunder. Jetzt schauen wir, wohin der Weg noch führt. Für Party Rent kann ich sagen: Wir sind stolz darauf, ihn mitzugehen.

Was unternimmt ihr, damit der Location Award auf Dauer attraktiv bleibt?

FL: Unsere Produktionsphase beginnt bereits mit der Auswertung der letzten Veranstaltung. Kategorie-Besprechung, Abstimmung mit der Jury, Partnerakquise und Überarbeitung der Medien sind nur einige Aufgaben, mit denen wir kontinuierlich zu tun haben. Zusätzliche Aktivitäten außerhalb der Location Awards sind für die Steigerung der Attraktivität nicht erforderlich. Womit wir uns jedoch auseinandersetzen, sind unmittelbar an den Award angrenzende Veranstaltungen, Workshops und Partnertreffen.

Was bringt der Award der Eventbranche und mit welchem Anspruch richtet ihr ihn aus?

SM: Der Award ist in erster Linie ein Award. Er gibt kreativen und ambitionierten Event-Locations eine Plattform der Würdigung. Nicht mehr, aber auch nicht weniger. Er ist sicher imstande, Impulse zu setzen; und als Gütesiegel bringt er eine gewisse Transparenz in den Markt. Er bringt sogar einmal im Jahr mehr als 500 Top-Leute aus der Szene zusammen, eine alternativlose Dichte für eine Branchenveranstaltung. fiylo als Initiator, aber auch wir und alle anderen Gewerke verfolgen den Anspruch, den Award zu einer Veranstaltung zu entwickeln, die der Eventbranche würdig ist. Wenn wir selbst es nicht schaffen, ihn zu einem Benchmark für die Leistungsfähigkeit und Möglichkeiten unserer Branche zu machen, verlieren wir meiner Meinung nach auch die Berechtigung, das für andere Veranstaltungen zu tun.



Publikums-Voting beim Location Award

Frank, vor Kurzem habt ihr die neue Marke fiylo eingeführt. Hat das auch Einfluss auf den Award oder das Konzept?

FL: fiylo ist eine noch relativ junge Brand, die unsere einzelnen Locationportale unter einem Dach bündelt. Daher besitzt der Name alleine nur bedingt direkten Einfluss auf den Location Award. Die Veränderungen hängen eher mit unserem kontinuierlichen Optimierungsprozess zusammen. Trotzdem hat die neue Marke dazu beigetragen, mit dem Award auch international stärkere Beachtung zu finden. Die Bündelung unter einem Dach, die verstärkt internationale Positionierung und eine Menge Netzwerkarbeit auf den Branchemessen und -veranstaltungen trägt langsam Früchte. Durch die Kopplung an den Award erhöht sich die Zahl ausländischer Gäste von Jahr zu Jahr.
