



Jack in the Box (Foto: Jack in the Box)



Odonien (Foto: Odonien)

Eventlocations in Köln

Köln – „off the Track“

Ausgerechnet eine Schafweide in Köln-Pesch fällt Oliver Malat, Kreativdirektor der Kölner Live-Kommunikationsagentur Domset als erstes ein, wenn er nach besonderen Veranstaltungsorten in der Rheinmetropole gefragt wird. Das passt in die Denke der Agentur, die ihre Herangehensweise an die Konzeption von Events, Incentives und Teambuilding-Maßnahmen als „360-Grad-Live-Kommunikation“ charakterisiert und folgerichtig auch bei der Location-Auswahl den Rundumblick anwendet.

Die ausgetretenen Pfade in der Kölner Location-Landschaft wollen Malat und Agenturchef Dominik Deubner verlassen. Deshalb bringen sie dieser Tage 18 Führungskräfte eines Kunden mit 700 Schafen zusammen. Letztere repräsentieren bei dem Feldversuch eine große Masse, die es ruhig, aber konsequent zu führen gelte, erklärt Kreativchef Malat das Konzept. Die Weide sei eine Außen-Location mit einem immer wieder wechselnden Ort, flachst er.

Leeren Raum, der „völlig unverbraucht und total beispielbar“ ist, hat Domset auch

im Stadtteil Ehrenfeld entdeckt. „Jack in the Box“ (www.koelnerbox.de) heißt eine gemeinnützige Initiative und Industriehalle auf dem Gelände des ehemaligen Güterbahnhofs. „Diese Halle hat ein sehr eigenes Ambiente“, verweist Malat auf eine Mixtur aus „Industrie, Patina und Coolness“. Etwa 60 x 25 Quadratmeter Nutzfläche stehen hier zur Verfügung, diese wurde vor Kurzem für einen Nachtflohmarkt genutzt.

„Total spannend“ findet der Wahlkölner auch einen Gourmet-Supermarkt in der Domstadt. Den Namen und die Lage will er nicht verraten, nur so viel: „Dort kaufen die Top-Restaurants Kölns allerfrischeste Delikatessen ein“, berichtet Malat, der diese Location bereits erfolgreich in Eventkonzepte eingebunden hat. Mit Führungen, bei denen das geschmackliche Erleben von Zutaten und Delikatessen zum Programm gehörten. Die, so der Eventmanager, „unglaublich lebensmittelverliebten Mitarbeiter“ des Gourmet-Supermarktes hätten für ein „sehr authentisches“ und nachhaltiges Erlebnis gesorgt, schwärmt Malat.

Und eine weitere unbekannt Location, die sich auch für größere Gruppen eignet, hat seine Agentur, die seit Geschäftsbeginn vor acht Jahren im Belgischen Viertel der Rhein-Metropole angesiedelt ist, in der Datenbank: das Odonien (www.odonien.de), ein Atelier im Rotlichtbezirk im Norden Kölns. Dort schweißte der Künstler Odo Rumpf Metall zu Kunstobjekten. „Das Gelände wirkt wie ein sortierter Schrottplatz“, beschreibt Malat den Ort. „Das Odonien ist ein inspirierendes, anderes Umfeld. Hier können auch Gruppen schweißen, Dinge gestalten und aktiv werden, nennt er Beispiele für Veranstaltungskonzepte. Zudem könnten dort Dinner mit gut 50 Gästen realisiert werden, schätzt er.

Für kulinarische Erlebnisse hat auch sein Kollege Dominik Deubner, seines Zeichens gebürtiger Kölner, einen kleinen Geheimtipp parat: den „Graugans-Eventsalon“ im Hyatt-Hotel am Kennedy-Ufer 2a (www.hyatt.com). Das ehemalige Restaurant „Graugans“ bietet bis zu 120 Plätze für Firmen-Events, auch die gegenüberliegende Bibliothek im englischen Design mit 80 Plätzen wird laut Micha-



Violin Expo (Foto: Violin Expo)



Yu Private (Foto: Kameha Grand)

el Werner, Marketing- und Vertriebsdirektor des Hauses, gerne für externe Veranstaltungen gebucht – auch, wegen der exzellenten Lage: Beide Räumlichkeiten bieten einen Panoramablick auf den Rhein und die Kölner Altstadt am gegenüberliegenden Ufer.

Apropos: Einen atemberaubenden, nicht alltäglichen Ausblick – auch in Kombination mit einem kleinen Dinner oder Sektempfang – bietet Domset am Dom an. „Das ist vor allem etwas für Gruppen, die vielleicht zum ersten Mal in Köln sind“, empfiehlt Oliver Malat. In Verbindung mit einer Domdachführung sind ihm zufolge im Vierungsturm des historischen, imposanten Bauwerks Empfänge für maximal 17 Personen möglich. „Dabei wandelt man durch und über die Domdächer und über eine Hunderte Jahre alte, gusseiserne Wendeltreppe – dieses Erlebnis bleibt Teilnehmern garantiert in Erinnerung“, schildert Malat seine Eindrücke von einem über dem Domplatz durchgeführten Event. Im Sommer könne man dort oben sogar länger verweilen, ergänzt er, mit einem Glas gutem Champagner sei das eine runde Sache, schmunzelt Malat.

Unweit des Doms, vis-à-vis der Philharmonie, steht die Violin-Expo (www.violin-expo.com) nach Ausstellungsschluss auch für Firmenveranstaltungen offen, führt Malat seinen gedanklichen Stadtrundgang vorbei an den allseits bekannten und viel beschriebenen Eventlocations Kölns fort. „Die Violin-Expo ist gut bespielbar, man findet sich wieder inmitten von Bratschen, Geigen und Celli, es herrscht ein Flair von Philharmonie, Kunst und Kreativität“, liefert er konzeptionelle Anknüpfungspunkte für Veranstaltungskonzepte mit bis zu 50 Teilnehmern. „Und man hat sogar einen Blick auf den Rhein“, führt Malat an.

Einen „Evergreen“ will er dennoch nicht unerwähnt lassen: Köln Sky (www.koelnsky.com) im zentral gelegenen LVR-Turm, mit seinem „super Ausblick“ aus den Etagen 27 und 28, wo bei ähnlichem Grundriss jeweils etwa 400 Quadratmeter Fläche zur Verfügung stehen. „Wenn man konzeptionell mit dem Begriff Weitblick arbeiten will, ist das eine gute Adresse“, erklärt der Veranstaltungsexperte Malat.

Ein bisschen über die Stadtgrenzen hinaus blickt Malat dann auch und bezieht das Kameha Grand in Bonn (www.kamehagrand.com) kurzerhand in den Großraum Köln ein. Im fünften, obersten Stockwerk des modernen Gebäudes, angrenzend an dessen Dachterrasse, wird der Tagungsraum „Yu Private“ an Firmenkunden vermietet. 88 Quadratmeter Fläche und locker möbliert Platz für 15 bis 25 Gäste bietet der sehr helle, moderne Raum. Das Ambiente beschreibt Malat als luftig und inspirierend.

Preislich seien die beiden letztgenannten Veranstaltungsorte zwar nicht ganz so attraktiv, dafür seien sie aber eindrucksvoll. Das Preisniveau in der Kölner Location-Szene stuft Malat als „günstig“ ein. Mit den richtigen Kontakten seien gute Räumlichkeiten von mittlerer Kapazität auch für 500 bis 2.000 Euro anzumieten. „Man muss nur off the Track gehen“, weiß der Kreative.

Text: Christofer Knaakk