

# Generationswechsel

LuxExpo präsentiert neue Identität und Ausrichtung



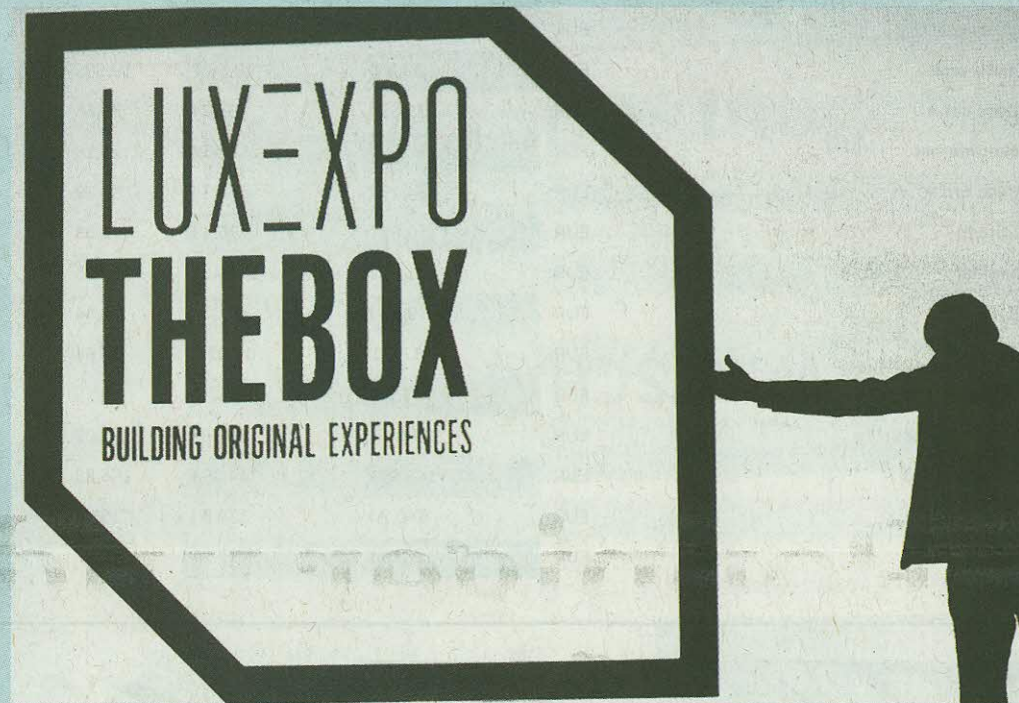
CEO Jean-Michel Collignon und COO Morgan Gromy führten durch den Abend

LUXEMBURG  
JEFF KARIER

Mit der neuen Identität „LuxExpo - The Box“ präsentierte sich nach rund 13 Jahren die LuxExpo als Messe- und Kongresszentrum auf Kirchberg in neuem Glanz. „Das neue Logo soll die Werte des Unternehmens vermitteln, diese in die Zukunft tragen, uns von unseren Mitbewerbern unterscheiden und die Aufmerksamkeit erzeugen, um neue Aussteller und Besucher anzulocken“, erläuterte Morgan Gromy, der das operative Geschäft der LuxExpo leitet.

Die Box symbolisiere einen Behälter, in dem vielfältige Serviceangeboten und Lösungen zu finden sind. Neben dem Logo enthüllte CEO Jean-Michel Collignon auch die Konturen des neuen Konzepts. So wolle man sich den veränderten Erwartungen seitens der Unternehmen und des Publikums anpassen und den Marktanforderungen des MICE (Meetings, Incentives, Conferencing, Exhibitions)-Segments gerecht werden.

Mit der Neuausrichtung wollen die Betreiber das „Erlebnis Messe“ stärker in den Fokus rücken, um ein noch größeres Publikum anzuziehen; dazu werde man auch flexibler auf die Wünsche der Kunden einge-



Das Logo wurde mit einer aufwendigen Präsentation enthüllt

Fotos: Isabella Finzi/Editpress

hen können. „Wir wollen neue internationale Kunden gewinnen und die Kontakte zu unseren bestehenden Kunden weiter pflegen“, erklärt Collignon. Nicht nur ein Wandel also, sondern ein Generationswechsel mit Neuausrichtung.

## Wirtschaftliches Schaufenster

Seit 2015 ist die Handelskammer Mehrheitsaktionär der LuxExpo. Handelskammerdirektor Carlo Thelen betonte während den Modernisierungsarbeiten, wie wichtig Messen sind, nicht nur für Teilnehmer, die untereinander Kontakte knüpfen, sondern auch gesamtwirtschaftlich für Luxemburg. „LuxExpo The Box“

soll daher ein wirtschaftliches Schaufenster des Großherzogtums sowie der Großregion sein und seine Rolle als wirtschaftlichen Faktor steigern, unterstrich Collignon. Dabei setzt die neue Messe vorrangig auf die Bereiche Kreislaufwirtschaft, IT, FinTech und EcoTech.

Die erste Veranstaltung, die unter der neuen Identität stattfinden wird, ist „Springbreak“, die Nachfolgemesse der „Fréijoersfoire“. Bei der Gelegenheit wird auch der neue Parkplatz eingeweiht, der die aktuelle Kapazität verdoppelt. Im Rahmen der neuen Identität wurde zudem eine neue Website geschaffen.

[www.thebox.lu](http://www.thebox.lu)