



Neues Logo und neue Ausrichtung: Jean-Michel Collignon, Geschäftsführer der Luxexpo, möchte neue Besucher und Aussteller ansprechen. Das neue Konzept richtet sich an internationale Kunden, spezifischere Themen und neue Generationen. (FOTO: GUY JALLAY)

Luxexpo erfindet sich neu

Klassiker wie Herbst- und Frühjahrsmesse in neuem Gewand

VON MAXIME GILLEN

Mit viel Pomp stellte die Geschäftsführung der Luxexpo gestern Abend ihr neues Konzept vor. Doch die Herausforderungen bleiben die gleichen.

Ein komplettes „Rebranding“ soll den in die Jahre gekommenen Messehallen wieder neuen Glanz verleihen. Eine aufwendige Lichtshow leitete die Vorstellung des neuen Konzepts ein. Vor prominenten Gästen wie Ministerin Corinne Cahen und den wichtigsten Vertretern der Luxemburger Wirtschaft erinnerte der Geschäftsführer der Luxexpo, Jean-Michel Collignon, an die umfassenden Renovierungsarbeiten, die vor rund drei Jahren begannen.

Zur Krönung gab es dann gestern ein brandneues Logo – „The BOX“. Wörtlich übersetzt: die Kiste. Das englische Logo steht für „Building Original Experiences“ und soll die Werte und Zukunftsvisionen der „neuen“ Luxexpo verkörpern. Darüber hinaus will man das Interesse internationaler Kunden wecken und das Unternehmen von der Konkurrenz absetzen.

Tatsächlich neue Veranstaltungen oder Initiativen wurden allerdings keine erwähnt. Man begnügte sich damit, die Frühjahrsmesse in „Springbreak“ umzutauften. Seit 2014 präsentiert sich die Herbstmesse als „Home & Living Expo“ in neuem Gewand.

Attraktiver Veranstaltungsort für Events aller Art

Luxemburg arbeitet verstärkt daran, sich international einen Namen im Bereich von Konferenzen, Veranstaltungen und Messen, sogenannten MICE-Veranstaltungen (Meetings, Incentives, Confe-

rences, Exhibitions), zu machen. Hier stellt das European Convention Center am anderen Ende in Kirchberg eine maßgebliche Konkurrenz für die Luxexpo dar – nicht zuletzt dank logistischer Vorteile wie der wesentlich größeren Zahl an Parkplätzen in unmittelbarer Nähe. Für Carlo Thelen, Generaldirektor der Handelskammer und Administrateur délégué der Luxexpo, sind beide Strukturen allerdings eher komplementär. „Das Kongresszentrum hat eine fantastische Infrastruktur und ist prestigeträchtiger. Luxexpo dagegen ist funktionaler und flexibler“, begründet Thelen.

Die einzelnen Hallen sollen künftig vielseitiger einteilbar sein und durch zwei Eingänge parallel genutzt werden können.

„The BOX“ setzt auf öffentlichen Transport

Neue Baupläne der Tram beeinflussten die Arbeiten an der Luxexpo schließlich doch mehr als ur-

sprünglich gedacht. Das Resultat ist jedoch vielversprechend. Wenige Kilometer entfernt vom Stadtzentrum und bald angebun-

„Luxexpo ist funktionaler und flexibler als das Kongresszentrum.“

Carlo Thelen, Luxexpo

den an die Tram, wird weiterhin auch an diejenigen gedacht, die mit dem Auto kommen. In Kürze wird ein neues mehrstöckiges Parkhaus den bestehenden Parkplatz erweitern. Man arbeite daran, alle für Events und Konferenzen geeigneten Standorte auf einer gemeinsamen Webseite vorzustellen und so Interessenten aus dem Ausland zu gewinnen, erklärt Thelen.

Das Stichwort Luxexpo ist aktuell eng verbunden mit der ver-

stärkten und recht umstrittenen Nutzung eines Teils der Hallen für die Unterbringung von Asylsuchenden. Die Umstrukturierung dieses Teils in ein regelrechtes „Abschiebezentrum“ für Flüchtlinge trage kaum zur Attraktivität des Standorts für Konferenzen und Events bei: „Natürlich ist das nicht gut für uns, das ist kein Geheimnis“, gibt Thelen offen zu.

Vom Provisorium zum Dauerthema

Es sei wichtig, sich solidarisch zu verhalten und man stelle diesen Teil der Messehallen gerne zur Verfügung, erklärt Thelen. Der Businessplan kann dadurch jedoch nicht wie vorgesehen eingehalten werden. Ursprünglich wurde die Halle der Regierung kostenlos zur Verfügung gestellt, heißt es im Jahresbericht 2015. Inzwischen erhalte die Luxexpo allerdings „eine kleine Entschädigung“, erklärt Thelen.

Besonders wichtig für die Zukunft ist aus Sicht Thelens, dass klar unterschieden wird zwischen dem „Centre de rétention“ und der Luxexpo. Alles andere sei irreführend, besonders für Kunden aus dem Ausland, ergänzt Thelen.

Kapitalstruktur der Luxexpo

Vor rund zwei Jahren veränderte sich die Besitzstruktur des Luxexpo-Unternehmens. Durch eine Kapitalerhöhung von über zehn Millionen Euro wurde die Luxemburger Handelskammer zum Mehrheitsaktionär mit 57 Prozent der Anteile. Zweitgrößter Teilhaber ist die Stadt Luxemburg. Zusammen verfügten die beiden Hauptaktionäre 2015 über 75 Prozent der Anteile. M.G.



Jean-Michel Collignon, Geschäftsführer der Luxexpo, möchte zukünftig eine internationalere Kundschaft ansprechen.

FOTO: GUY JALLAY