

MEETINGS

INCENTIVES

CONFERENCING

EXHIBITIONS

LUXEMBOURG





Sektor mit viel Potenzial

Welche Bedeutung MICE für Luxemburg hat und was getan wird

Von Jeff Karier

„Neben dem traditionellen Tourismus haben wir seit einigen Jahren auch eine andere Branche fest im Blick: den Bereich der Business-Events“, betont Tourismusminister Lex Delles. Immer wieder wird vom Tourismusministerium dessen Vorhaben, mehr Kongress-touristen nach Luxemburg zu locken, bekräftigt. Wie Delles erklärt, bietet dieser Sektor für Luxemburg viele interessante Perspektiven sowie ein großes Wachstumspotenzial.

Business-Events werden heute unter dem Begriff MICE zusammengefasst. Dabei stehen die vier Buchstaben für Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions, wobei diese Bezeichnungen stellvertretend für viele weitere Arten von geschäftlichen Events sind. So können unter anderem auch Teambuilding, Workshops, Familientage, Personalfeiern, Schulungen, Pressekonferenzen, Produktvorstellungen oder Entscheidungsgrundlagen unter den Bereich MICE fallen beziehungsweise im Rahmen solcher Events stattfinden.

Wichtige wirtschaftliche Impulse

„Bereits jetzt ist der MICE-Sektor ein wichtiger Pfeiler der luxemburgischen Tourismusindustrie, auf den rund ein Drittel aller Übernachtungen in den Hotelbetrieben entfallen.“ Insgesamt sind die wirtschaftlichen Impulse, die von MICE ausgehen, recht hoch. Im Schnitt kann man pro Kongress-tourist und Tag von rund 300 Euro ausgehen, die im Land ausgegeben werden. Eine beachtliche Summe, die höher ist als die von traditionellen Touristen. „Neben den Hotels profitieren aber auch die Geschäfte, die Restaurants und auch das Transportwesen von diesem

vielversprechenden Tourismusbereich“, betont Delles. Der Sektor umfasst eine ganze Reihe an verschiedenen Akteuren. Dies reicht von Kongresszentren und Messehallen über Hotels und Eventagenturen bis

Luxembourg und früherer Präsident des Clusters. Letztes Jahr wurde mit der Schaffung des Luxembourg Convention Bureau (LCB) eines der wichtigsten Ziele des Clusters erreicht, dessen Aufgaben



hin zu Transport-, Kommunikationsunternehmen sowie Caterern. Diese entsprechend den Anforderungen jedes einzelnen Events zu organisieren und durch diese die Vorstellungen des Kunden umzusetzen, kann je nach Größe eine außerordentliche Herausforderung sein.

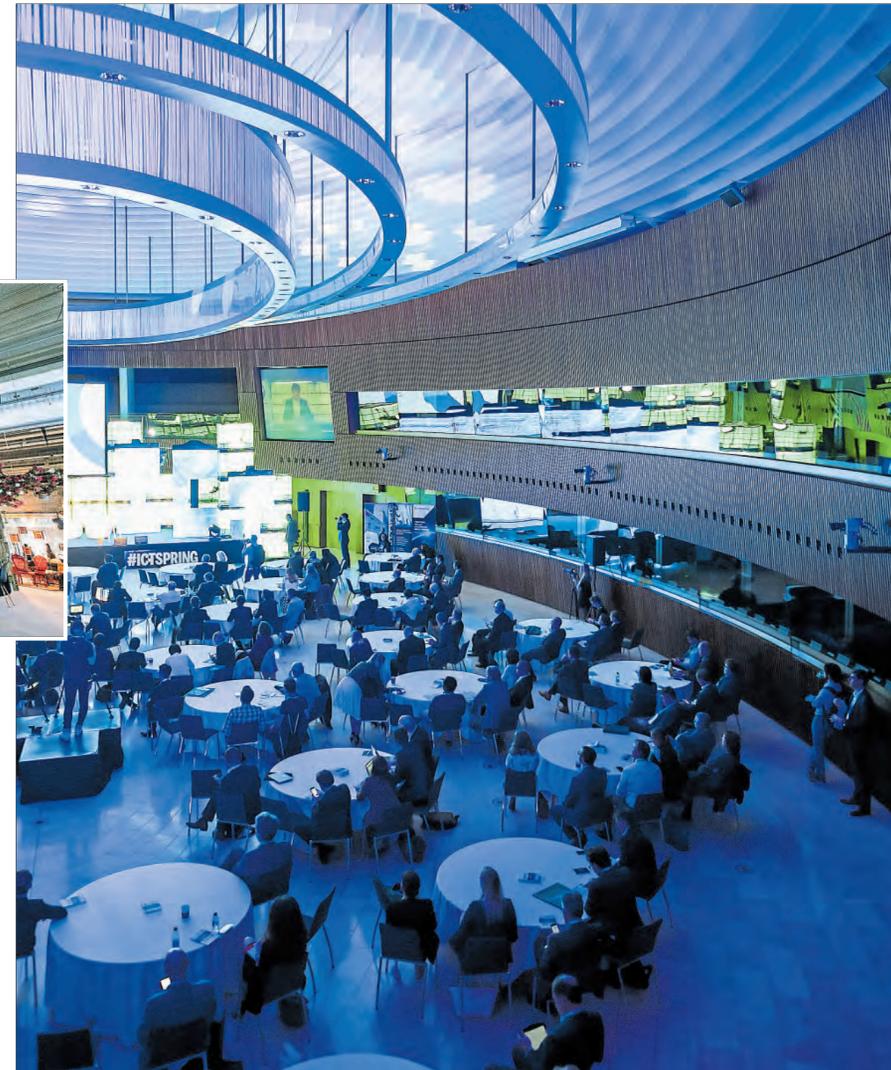
Ansprechpartner für alle Veranstaltungsplaner

Um die Aktivitäten der verschiedenen Akteure besser zu koordinieren sowie den Bedürfnissen der Kunden zu entsprechen, hat der luxemburgische Staat mit der Wirtschaft mehrere Schritte unternommen. So wurde zunächst ein MICE-Cluster geschaffen. „In diesem waren zunächst 26 Mitglieder versammelt und sollte unter anderem nicht nur die Stadt Luxembourg als MICE-Destination promovieren, sondern das ganze Land“, erinnert sich Patrick Hoffnung, Direktor des European Convention Center

seither etwas verändert haben, da das LCB einen Großteil übernommen hat. Beim LCB handelt es sich vereinfacht gesagt um den „ersten Ansprechpartner für alle Veranstaltungsplaner“, wie es auf dem Internetauftritt des Luxembourg City Tourist Office (LCTO) heißt. „Dieses soll eine umfangreiche und neutrale Beratung bieten und dabei helfen Events bis ins letzte Detail zu organisieren“, erklärt François Lafont, Direktor des LCB.

Professionalisierung des Sektors

„Mit der Gründung des LCB gemeinsam mit der Stadt Luxembourg haben wir einen wichtigen Schritt hin zur Professionalisierung und des Ausbaus des Kongressmarktes in Luxembourg unternommen. Ich bin froh, dass sich bereits rund 80 Akteure aus den verschiedenen Bereichen dem Partnerprogramm des LCB an-



geschlossen haben“, führt der Minister aus.

Diese Art der Professionalisierung sei mit Blick auf das im Regierungsprogramm 2018-

2023 festgehaltene Ziel auch nötig. Demnach soll Luxemburg in den nächsten fünf bis zehn Jahren in die Top 50 der ICCA (International Congress and Convention Association) Kongressdestinationen weltweit aufsteigen. In diesem Zeitraum will man laut Delles die Zahl der internationalen Kongresse verdoppeln und die Gesamtzahl an MICE-Events um 20 Prozent steigern.

Fokus auf einigen Wirtschaftsbereichen

Mit Blick auf die MICE-Kunden bildet sich ein sehr heterogenes Bild. Dies reichen von mittelständischen Unternehmen aus dem Großherzogtum bis hin zu global agierenden Multikonzernen, die Mitarbeiter auf praktisch jedem Kontinent der Welt sitzen haben. Hinzu kommen noch Verbände, NGOs oder auch Ämter. „Ein Teil der Strategie des LCB ist es proaktiv auf Unternehmen und Organisationen aus jenen Wirtschaftsbereichen zuzugehen und anzulocken, in denen Luxemburg stark vertreten ist be-

Das Land der kurzen Wege

Angesichts der starken Konkurrenz muss Luxemburg sich also auf seine Stärken besinnen und dort, wo Nachholbedarf herrscht, nachbessern. Zu den Stärken und Vorteilen des Landes gehören beispielsweise die kurzen Wege. Das gilt besonders für die Stadt. Außerdem sind einzigartige Orte, die sich auch für MICE-Events eignen von der Hauptstadt aus mit dem Auto in zehn bis 30 Minuten mit dem Auto zu erreichen.

Hinzu kommt der Flughafen, der von vielen Fluggesellschaften angefliegen wird, wodurch zu zahlreichen bedeutenden Städten Europas und der Welt eine gute Anbindung besteht. Auch an das europäische Zugnetz ist Luxemburg gut angeschlossen. Allgemein profitiert das Land von seiner zentralen Lage im Herzen Westeuropas. Ein wichtiger Faktor wenn etwa ein Unternehmen einen Ort sucht, an dem sich dessen Mitarbeiter, die etwa in Frankreich, Großbritannien, Irland, Deutschland, Spanien und der Schweiz ansässig sind, ohne größere logistische Probleme einfinden und mehrere Tage bleiben können.

Des Weiteren findet man im Großherzogtum viele Einrichtungen, sei es kultureller oder kommerzieller Art. Hinzu kommt der Umstand, dass einige europäische Einrichtungen hier sitzen, was für einige Kunden ausschlaggebend ist. Auch aufgrund der in Luxemburg ansässigen bedeutsamen Unternehmen sowie den hier betriebenen Forschungen, ist Luxemburg für bestimmte Unternehmen und Organisatoren zusätzlich attraktiv. Aber auch das attraktive Stadtbild sowie hervorragende wie vielfältige Gastronomie des Landes samt dem traditionsreichen Weinbau sind Pluspunkte.

Im Vergleich zu Städten, die als MICE-Destination bereits seit langem etabliert sind, wie etwa Wien, Paris oder Barcelona, ist Luxemburg noch neu und frisch. „Das ist immer wieder ein Argument für viele, denn Unternehmen suchen für ihre Events, ob nun Kongresse oder auch Incentives neue, unverbrauchte Städte und Länder“, weiß Hoffnung.

Defizite, die es auszubessern gilt

Punkte, die noch verbessert werden können und auf die aktuell auch hingearbeitet wird, sind unter anderem die Digitalisierung und die damit verbundene Vereinfachung von Buchungen sowie anderen Vorteilen. Zum anderen Green MICE. „Mir persönlich ist es wichtig, dass wir diese professionellen Events nachhaltiger gestalten“, betont Delles. Entsprechend ist es ein Ziel des LCB, neue Ansätze und Wege zu finden, um in diesem Bereich grüner zu werden. In den Augen von Lafont ist dies wichtig, da viele Kunden auch bei ihren MICE-Events viel Wert auf das Thema Nachhaltigkeit legen.



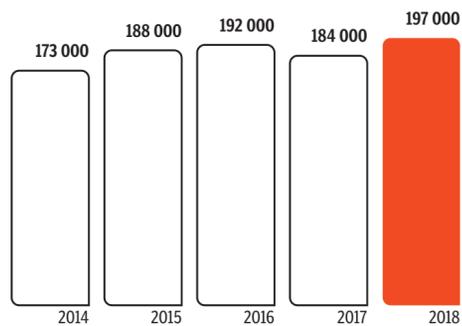
Neben den Hotels profitieren auch die Geschäfte, die Restaurants, das Transportwesen und viele andere Unternehmen vom MICE-Tourismus. Foto: LaLa La Photo/FLT

THE PLACE WHERE IDEAS BECOME REALITY

LUX-EXPO
THE BOX
BUILDING ORIGINAL EXPERIENCES

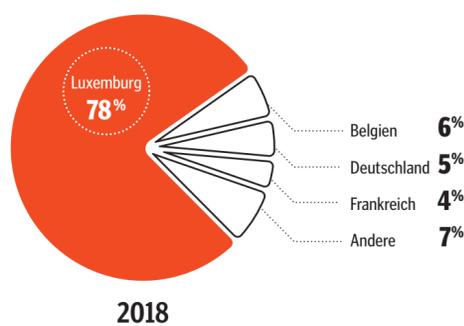
MICE Reisen aus dem Ausland nach Luxemburg

Tendenziell ist eine klare Steigerung zu erkennen. Nur 2017 war die Zahl der MICE-Touristen rückläufig.



Herkunft der Veranstalter von MICE-Events

Die hohe Zahl von 78% ist damit zu erklären, dass auch viele ausländische Kunden mit Agenturen in Luxemburg zusammenarbeiten



Quelle: LFT



Alle Hotels einbeziehen

Wie der Problematik der begrenzten Zahl an Hotelzimmern in Luxemburg entgegengewirkt werden kann

Von Jeff Karier

Ein nicht unwesentlicher Akteur beim MICE sind die Hotels. Zum einen, weil Kongress- und Messebesucher auch irgendwo schlafen müssen. Zum anderen, weil einige Hotels auch Konferenzräume und ähnliches bieten, die für MICE-Events in Frage kommen.

„Das trifft besonders auf größere Betriebe sowie Hotelketten zu“, erklärt François Koepp, Generalsekretär der Horesca, und führt weiter aus: „Aber nicht nur große Hotels können von MICE profitieren, auch kleine. Der gesamte Sektor kann Nutzen aus dieser Entwicklung ziehen.“

Problem von ausgebuchten Hotels

Natürlich ist die MICE-Kundschaft nur ein Teil des Kundstamms der Hotels, allerdings steckt hier noch viel Wachstumspotenzial. „Ein Problem, dem wir uns gegenüber sehen, ist die Zahl der Hotelzimmer in und um die Hauptstadt, die während einigen Perioden im Jahr nicht ausreicht. Allerdings haben wir national gesehen durchaus genügend Hotelzimmer zur Verfügung.“ Nur wollen Gäste oft nicht weit außerhalb von Luxemburg-Stadt ein Hotel beziehen. Und das gilt



Zentral gelegene Hotels in der Hauptstadt sind regelmäßig ausgebucht, besonders am Anfang der Woche. Foto: Shutterstock

eben auch für MICE-Touristen. Das, obwohl die Distanzen im Allgemeinen in Luxemburg und somit auch bis zur Hauptstadt doch recht gering sind. MICE-Touristen wollen ihr Hotel sowie alles andere in unmittelbarer Nähe zum Veranstaltungsort haben. Etwas, das in Luxemburg auch der Fall sein kann, da etwa in der Nähe des European Convention Center Luxembourg gleich sechs Hotels nur wenige Minuten zu Fuß entfernt sind.

Laut Koepp sind etwa jene Hotelgäste, die unbedingt Zimmer für ein in Luxemburg stattfindendes MICE-Event buchen wollen, aber kein Zimmer mehr in der Stadt finden, eine Chance für die Hotels außerhalb der Stadt.

Auf die neue Kundschaft einstellen

Es zu schaffen, dass die Hotels auf dem Land beziehungsweise in den Ortschaften im Süden und Norden des Landes von den MICE-Touristen stärker genutzt werden, ist eine echte Herausforderung. Koepp sieht hierbei zwei Ansatzpunkte: „Da wäre zum einen, dass wir ein gewisses Potenzial an Kunden haben müssen, damit die Hotels erkennen, dass es Sinn macht, im Bereich MICE aktiv zu werden.“ Gegebenenfalls würde so mehr investiert werden und es würden mehr Hotelzimmer ent-

stehen. „Zum anderen müssen die Hotels auch flexibler werden und sich den Bedürfnissen von MICE-Kunden anpassen.“

So müsste etwa der Service am Gast auch dann sichergestellt sein, wenn zu später Stunde die Rezeption nicht mehr physisch besetzt ist. Hier könnten digitale Lösungen in Form eines elektronischen Portiers helfen. „Das ist allerdings noch Zukunftsmusik, auch wenn diese Technologie bereits existiert.“ Klar ist jedoch, dass auch Hotelbetriebe an die Zukunft denken müssen.

Interessant ist in diesem Zusammenhang, dass laut Koepp montags, dienstags und mittwochs jene Tage sind, an denen es an Zimmern fehlt. Hingegen sind auf das ganze Jahr gesehen von donnerstags bis sonntags noch ausreichend Zimmer vorhanden. „Entsprechend müssen wir versuchen, dass eben eher an diesen Tagen der Woche MICE-Events stattfinden. So können die vorhandenen Kapazitäten besser genutzt werden.“ Laut vielen MICE-Experten sowie anderer Akteure aus dem Tourismus, steht fest, dass die Zahl der Hotels in Luxemburg steigen muss, um mit der wachsenden Nachfrage an Zimmern durch den MICE-Tourismus Schritt zu halten.

Kontinuität und persönlicher Bezug

Die Herausforderungen von Cateringunternehmen im Rahmen von Business-Events

Zu den vielen Akteuren, die in dem MICE-Bereich aktiv sind, zählen auch die Cateringunternehmen, die sich um die Verköstigung der Kongresstouristen kümmern. Zumindest wenn das Business-Event an einem Ort stattfindet, die über keine eigene Küche verfügt. Immerhin gibt es an einigen Veranstaltungsorten eigene Restaurants beziehungsweise Großküchen, die sich um Essen, Getränke und Snacks kümmern können. So etwa im European Convention Center Luxembourg oder auch in jenen Hotels, die aufgrund ihrer Konferenzräume solche

Events bei sich stattfinden lassen können.

„Es ist zunächst wichtig, die Bedürfnisse, Erwartungen sowie Art des Kunden zu verstehen, um dessen Vorstellungen umsetzen zu können“, erklärt Tom Steffen von Traiteur Steffen. Das sei nicht unbedingt für das Gastronomische wichtig, sondern in erster Linie für die Art des Empfangs der Gäste und den Rahmen, den man ihnen bietet, damit man nicht entgegen ihren Gewohnheiten handelt.

Dem Caterer fällt auch die Aufgabe zu, die Kunden auf Basis ihrer Ideen zu beraten. „Allerdings

stehen wir in Kontakt mit einer Agentur und nicht direkt mit dem Kunden“, präzisiert Steffen. Und da diese Agenturen oft nicht hier vor Ort sind, sondern im Ausland, kann sich diese Kommunikation phasenweise als etwas schwieriger gestalten. Hier gilt es einen klaren und anhaltenden Austausch zu führen, auch um dem Kunden zu zeigen, dass er und sein Event in guten Händen ist. „Je nachdem in welchem Land der Kunde sitzt, bekommt man auch Anrufe und E-Mails außerhalb der normalen Arbeitszeiten. Das ist auch etwas, auf das man sich einstellen muss.“

Vom Frühstück, über Snacks bis zum Galadinner

Dass sich solche Events über mehrere Tage hinziehen, bringt einige Überlegungen und Herausforderungen mit sich. „Wir sind unter anderem darauf bedacht, dass für einen Kunden die gleichen Servicekräfte eingesetzt werden. Denn diese haben nach ein oder zwei Events bereits Erfahrung mit den Gästen und können sich so besser auf sie einstellen.“ Eine Kontinuität sowie einen persönlichen Bezug herzustellen, ist für Steffen wichtig.

Außerdem muss der Caterer bei einem solchen Auftrag, der über mehrere Tage stattfindet,



Im Rahmen von MICE-Events haben Caterer oft nur ein kleines Zeitfenster, um das Essen rechtzeitig zuzubereiten und zu servieren.

auch zahlreiche verschiedene Angebote haben. Angefangen beim Frühstück, kleinen Snacks oder Häppchen während einer Konferenz oder Sitzungen bis hin zum großen Galadinner oder auch Brunch vor der Abreise. Hinzukommt, dass diese verschiedenen Veranstaltungen oft an verschiedenen Orten stattfinden, was eine entsprechende logistische Organisation mit sich bringt. Man müsse, wie Steffen meint, dem Kunden und seinen Gästen wie ein gut organisierter Wanderzirkus hinterherreisen.

„Dies ist für uns jedoch in den meisten Fällen kein Problem, da es keinen echten Unterschied macht, ob wir an drei Tagen mehrere Events von einem oder zwölf Kunden haben“, erklärt Steffen. Die Arbeit im Hinter-

grund sei daher im Groben dieselbe. Die alltägliche Herausforderung als Cateringunternehmen sei an Orten, die eigentlich nicht dafür ausgelegt sind, Essen zuzubereiten und zu servieren. Und das ohne, dass die Gäste etwas von dem damit verbundenen Aufwand mitbekommen, sondern wie in einem normalen Restaurant das Essen und den Rahmen genießen können.

„Etwas, das jedoch bei MICE-Events anders ist als sonst, ist der oft sehr enge Zeitrahmen, den wir haben, um die Gäste zu bedienen“, betont Steffen. Schließlich sind die Tage in der Regel stark durchgetaktet und wenn nur 45 Minuten Zeit für das Mittagessen ist, muss das Menü zur Zeit fertig sein und in dieser Zeitspanne serviert werden. jek



Um einen unvergesslichen Abend zu schaffen, gilt es mehr zu bieten als nur gutes Essen. Fotos: Traiteur Steffen

© LaLa La Photo



© LaLa La Photo

BRINGEN SIE IHRE BUSINESS-VERANSTALTUNG NACH LUXEMBURG

IHR EVENT IM GROSSHERZOGTUM BEGLEITEN? WIR HELFEN GERNE.

Luxemburg ist ein hochangesehenes Veranstaltungsziel für Geschäftsleute mit großem Potenzial und herausragenden Talenten. Ob Sie einen Kongress, eine Tagung oder ein großes Firmenmeeting abhalten möchten, wir begleiten Sie auf Schritt und Tritt. Von der Vermittlung der Personen mit Fachwissen bis hin zur Unterstützung bei der Suche nach dem perfekten Veranstaltungsort, der Unterbringung, dem Catering und der Unterhaltungsgestaltung; für Ihr Event können Sie auf uns und auf die Destination Luxemburg zählen.

WWW.BUSINESS-EVENTS.LU | +352 22 75 65 - 1 | INFO@LCB.LU

 **BUSINESS EVENTS
LUXEMBOURG**



Wie ein Dirigent eines Orchesters

Die Rollen von Agenturen bei der Organisation von MICE-Events

Von Jeff Karier

In die Durchführung eines MICE-Events sind zahlreiche Akteure involviert. Entsprechend wichtig ist es, dass alles gut organisiert ist. Dieser Teil der Arbeit fällt in der Regel Agenturen zu. Sie werden von dem Kunden mit der Ausrichtung beauftragt, und sie sind es auch, die gemeinsam mit den von ihnen engagierten Unternehmen das Event umsetzen.

In Luxemburg gibt es viele Dutzende solcher Veranstaltungsagenturen, von denen zumindest einige auch die unter dem Begriff MICE zusammengefassten Events organisieren. Zum Teil gehören sie zu größeren Unternehmen, wie etwa im Fall von Voyages Emile Weber. Das traditionsreiche Personentransport- und Reiseunternehmen bietet eine eigene Abteilung, die von Stéphane Mockels geleitet wird. „Als Agentur sind wir so etwas wie ein Orchesterdirigent, der es schaffen muss, dass am Ende eine harmonische Melodie entsteht“, erklärt er. Neben Voyages Emile Weber bieten auch andere Unternehmen wie Sales-Lentz entsprechende Abteilungen.

Ein Ansprechpartner für alles

Wenn Anfragen aus dem Ausland kommen, fungieren sowohl Voyages Emile Weber als auch Sales-Lentz als Destination Management Company (DMC). Denn die Reiseveranstalter kennen sich aufgrund ihrer Tätigkeiten auf dem luxemburgischen Markt sehr gut aus. Sei es nun in



Um MICE-Events wie Konferenzen, Vorträge oder Produktvorstellungen durchzuführen, stehen in Luxemburg zahlreiche Räumlichkeiten zur Verfügung, dazu zählt auch die Philharmonie. Foto: LFT

Bezug auf mögliche Veranstaltungsorte, interessante Neuheiten wie Restaurants oder auch die langjährige Zusammenarbeit mit den lokalen Cateringunternehmen sowie Veranstaltungstechnikern. Sie agieren sozusagen als lokaler Spezialist bei der Umsetzung der vom Kunden gewünschten Events. „Als DMC werden wir in der Regel nicht direkt vom Kunden, sondern von einer anderen Agentur kontaktiert und beauftragt“, präzisiert Mockels.

Voyages Emile Weber kommt in dem Zusammenhang zugute, dass es durch seine Flotte an Bussen, Limousinen und Taxien den Transport der Event- beziehungsweise Kongressbesucher

gewährleisten kann, ein in puncto Logistik sehr wichtiger Punkt. „Außerdem sind unsere Preise dadurch auch etwas günstiger, wir sind somit konkurrenzfähiger“, erklärt Mockels. Ähnliches gilt für Sales Lentz.

Svenja Siemsen, Head of Group Department & DMC by Sales-Lentz fasst die Aktivitäten als DMC folgendermaßen zusammen: „Wir bündeln das touristische Angebot für Kunden aus dem Ausland. Für viele Kunden ist es der erste Besuch in Luxemburg, das heißt, primär stellen wir das Land und die Großregion vor und weisen die vielfältigen Möglichkeiten auf, die das Großherzogtum zu bieten hat. Daraus stellen wir ein An-

gebot zusammen, nach den Wünschen und Vorstellungen des Kunden.“ Sie organisieren für sie alles von Transport, Unterkunft, Besichtigungen, Meetings, Incentives, Abendveranstaltungen und mehr. Laut Siemsen hat der Kunde den Vorteil, dass er einen Ansprechpartner hat, der alles für ihn organisiert, koordiniert und abrechnet.

Die haus eigenen Stärken nutzen

Beide Bus- und Reiseunternehmen zählen jedoch auch lokale Unternehmen zu ihren MICE-Kunden und organisieren Events für diese im In- und Ausland. Bei Events außerhalb Luxemburgs arbeiten sie wieder-

rum mit DMCs vor Ort zusammen. „Möchte der Kunde etwa in Marrakesch ein Event für seine Mitarbeiter abhalten, kontaktieren wir ein DMC in Marrakesch. Schließlich kann es sein, dass, obwohl ich mich selber gut dort auskenne, sich Dinge vor Ort verändert haben. Ein DMC hat wertvolle Einsichten“, streicht Mockels hervor. Beim Organisieren von MICE-Events außerhalb Luxemburgs profitieren beide Akteure von ihren zahlreichen Kontakten in vielen Ländern Europas und der Welt und können außerdem auf ihre Tourismusspezialisten in den jeweiligen Reisebüros sowie in anderen Abteilungen der Unternehmen zurückgreifen.

Emotionen zu erzeugen, ist wichtig

Die Art der Events unterscheidet sich auch dadurch, welcher Teil eines Unternehmens das Event in Auftrag gibt. Ist es die Personalabteilung, richten diese sich größtenteils an die eigenen Mitarbeiter. Es können also sowohl Firmenfeste als auch Teambuildings sein. Ist es die Kommunikationsabteilung, die die Agentur beauftragt, ist oft die Öffentlichkeit die Zielgruppe. Dann können es Produktvorstellungen, Pressekonferenzen oder auch eine Messe sein.

Bei einer Firmenfeier kann dies etwa die Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen sein, bei einer Produktvorstellung die Kundenbindung an die Marke und deren Wahrnehmung. Wenn der Auftrag vom Management kommt, können es Entscheidungsgruppen oder Seminare für die Hauptverantwortlichen sein. Bei solchen liegt der Fokus nicht auf der großen Inszenierung,



Das Erzeugen von positiven Events ist für den Erfolg dieser von großer Bedeutung. Foto: VEW

sondern auf Diskretion. „Bei solchen MICE-Events gilt es, Emotionen zu erzeugen beziehungsweise diese auszulösen“, betont Mockels. Denn gelingt dies, bleibt das Event in guter Erinnerung und der Effekt hält länger an.

Win-win-Situation für alle Akteure

Die Anforderungen der Kunden gegenüber MICE-Events sind enorm geworden. So kann es in besonderen Fällen sogar sein, dass gleich mehrere Flugzeuge gechartert werden, um zu einem Event im Ausland zu reisen, wobei das Flugzeug entsprechend dem Unternehmen gebrandet wird. Das gilt auch für Hotels und besonders für den oder die Veranstaltungsorte. Alles im Sinne des Kunden.

Je nach Größe des Events kann es auch sein, dass mehrere

Agenturen zusammenarbeiten müssen. „Dies war etwa letztes Jahr bei einem Anwaltskongress hier in Luxemburg der Fall. Hier konnte dann auch jede Agentur ihre jeweilige Stärke miteinbringen“, erläutert Experte Mockels. Wie er erklärt, ist es als Agentur auch deshalb wichtig für ausländische Kunden hier in Luxemburg gelungene Veranstaltungen zu organisieren, da daraus weitere Aufträge folgen werden. „Den nächsten Auftrag erhält dann zwar vielleicht eine andere Agentur. Es ist aber für jeden Beteiligten von Vorteil, wenn der Standort Luxemburg mehr Zulauf erfährt.“ Denn zufriedene Kunden machen für die Destination Luxemburg Mund-zu-Mund-Propaganda. Entsprechend erhält die gesamte MICE-Branche in Luxemburg insgesamt mehr Aufträge. Eine Win-win-Situation für alle Akteure.

Cadre exclusif

Une expérience unique

Galaxie VIP & Club

Fidélisez vos clients, motivez vos collaborateurs, créez des relations efficaces et privilégiées dans un endroit original et convivial propice aux échanges.

Le Galaxie est l'endroit idéal pour recevoir vos invités. L'Espace privatif Jean Kiffer est un espace de référence qui répond à un double besoin d'exclusivité et d'excellence pour l'hospitalité et la billetterie. Dans cet espace attenant à la salle de spectacle d'une capacité de 206 personnes, le Galaxie vous propose deux offres, VIP & Club permettant de choisir votre type d'hospitalité en fonction de vos besoins, que vous soyez particulier ou entreprise.

Un client satisfait est le meilleur prescripteur, un collaborateur motivé le meilleur moteur de votre entreprise. Choisissez la solution Galaxie e-fa-



Galaxie n'a cessé d'être un lieu magique pour les artistes comme pour un très large public, accueillant au travers de sa programmation toute la diversité de la scène musicale et artistique. Partagez un moment

privilegié, bénéficiez de prestations haut de gamme. Plus qu'un spectacle, c'est un souvenir inoubliable que vous offrez à vos invités.

Plus d'informations et demandes de devis: stephanier@le-galaxie.com ou par téléphone: 0033 (0)7 71 20 41 27.

Galaxie Amnville - Espace VIP
Rue des Artistes - F-57360 Amnville
www.le-galaxie.fr

DIVERSITY SMART INSPIRATION EASY

Réservez le **EasyEvent Package**
contact@eccl.lu

- 1 AMPHITHÉÂTRE DE 946 PLACES
- 2 PLÉNIÈRES DE 146 À 800 PLACES
- 11 SALLES DE 35 À 380 PLACES
- 30 BREAKOUT ROOMS
- 3'500m² DE FOYERS
- 4 BARS

European Convention Center LUXEMBOURG
www.eccl.lu



Das Branden von Orten oder auch Fahrzeugen kann auch zu der Organisation von MICE-Events gehören. Foto: Traiteur Steffen

PROMUSIK

Your full-service-partner for audiovisual media solutions

Ihr Full-Service-Partner für audiovisuelle Medientechnik

PROMUSIK

PRO MUSIK S.A.R.L.
49, rue Gabriel Lippmann
L - 6947 Niederanven
Tel: +352-26340174
Email: mail@promusik.lu
Web: www.promusik.lu



Alles aus einer Hand

Das European Convention Center Luxembourg und die Luxexpo the Box im Gespräch

Von Jeff Karier

Luxemburg bietet eine Vielzahl an Veranstaltungsorten für alle möglichen Events. Entsprechend können MICE-Kunden aus dem Großherzogtum sowie aus dem Ausland aus einem breiten Angebot schöpfen und sich den für ihr Event passenden Ort herausuchen.

Die meisten Venues findet man in der Hauptstadt, wobei man auch außerhalb, etwa in Bad Mondorf, Esch-Alzette, Burglinster, Diefkirch oder an der Mosel ebenfalls solche findet, die jeweils einen ganz eigenen Charme versprühen.

Zu den bedeutendsten Veranstaltungsorten des Landes gehört das European Convention Center Luxembourg (ECCL). Der Name des Komplexes hat im Laufe der Zeit geändert, ist aber faktisch nichts anderes als das Internationale Kongresszentrum Luxemburgs. „In Luxemburg wissen aber viele Unternehmen, die durchaus Interesse an den Leistungen des ECCL haben könnten, aber auch die Öffentlichkeit oft nicht was wir hier bieten“, meint Patrick Hoffnung, Direktor des ECCL. Der Grund sei, dass es



Das ECCL ist nicht ausschließlich für die europäischen Institutionen reserviert. Mit Ausnahme von April, Juni und Oktober steht das Kongresszentrum der Öffentlichkeit offen. Foto: ECCL

sich bei den Events im ECCL eher um Kongresse handelt, die im Bereich Business to Business stattfinden.

Somit ist das ECCL nicht ausschließlich – wie immer wieder einige annehmen – für die europäischen Institutionen reserviert. Das bedeutet, dass die

Räumlichkeiten und Dienstleistungen von jedem genutzt werden können. Jedoch versammelt sich hier auch der Ministerrat der EU-Staaten, und zwar im April, Juni und Oktober. „Während dieser Zeit ist das ECCL nicht verfügbar. Außer das Hémicycle, das kann auch

während dieser drei Monate genutzt werden“, erklärt Hoffnung. Das Hémicycle ist ein riesiger Plenarsaal, der früher als das erste Europäische Parlament diente und über eine Kapazität von 646 Plätzen verfügt. Das Gebäude wurde vergangenes Jahr renoviert.

Anhaltendes Wachstum der Events

Neben dem ECCL ist die Luxexpo the Box der andere große Akteur auf dem luxemburgischen Markt, wenn es um MICE-Events aber auch andere Veranstaltungen geht. Es sind die Messehallen Luxemburgs und somit eine Art Gegenstück zu dem Kongresszentrum. „Jahr für Jahr wächst die Anzahl unserer Events, 2019 haben 103 Veranstaltungen bei uns stattgefunden“, erklärt Morgan Gromy, CEO von Luxexpo the

Box. Laut Hoffnung erlebt das ECCL im europäischen Vergleich ein starkes Wachstum. Im Jahr finden hier bis zu 150 Veranstaltungen verschiedener Art und Größe statt, von denen etwa 20 bis 25 Ministerratssitzungen sind. Rund 70 Prozent der Kunden, die das ECCL nutzen, kommen aus Luxemburg. „Allerdings finden die Veranstaltungen oft auf einem internationalen Niveau statt, da sich das Einzugsgebiet dieser oft nicht nur auf Luxemburg beschränkt. Das ist etwas Einzigartiges, da der Großteil etwa der Kongresse in Ländern wie Frankreich und Belgien rein national stattfinden“, gibt Hoffnung zu bedenken.

Auf den Kunden zugeschnitten

Mit Blick auf die Aufgaben, die auf den Betreiber eines Veranstaltungsortes zukommen, sind diese so unterschiedlich wie die

Events selbst. Hierzu erklärt Gromy: „Wir sind sowohl Verwalter einer Infrastruktur als auch Veranstalter und technischer Dienstleister. Das heißt, dass wir unsere eigenen Veranstaltungen haben (5 bis 6 im Jahr), wo wir alles in Eigenregie machen von der Vermarktung der Stände über den Aufbau, die Gestaltung des Rahmenprogramms bis hin zur Kommunikation.“ Manche Kunden wollen lediglich die Räumlichkeiten mieten, für andere entwickelt die Luxexpo the Box White-Label Produkte. Wir machen fast alles, aber unsere Marke erscheint dabei nie. Dazwischen sind alle Konfigurationen denkbar. Zum Beispiel helfen wir auch internationalen Veranstaltern, Kontakte mit luxemburgischen Firmen und relevanten Akteuren herzustellen.“

Das ECCL fährt eine kompetitive Preispolitik und ist somit gegenüber der Konkurrenz wettbewerbsfähig. In dem Zusammenhang bietet das Kon-

gresszentrum ein sogenanntes Easy Event Package an, in dem bereits viele Dienstleistungen integriert sind. Da das ECCL für die Ministerratssitzungen ausgelegt ist, verfügt es über einige Dinge, die für andere Kunden ebenfalls äußerst interessant sind. „So verfügen wir beispielsweise über Dolmetscherkabinen, Projektoren, Gepäckscanner oder auch aufwendige Mikrofoninstallationen.“ Hinzu kommen etwa der Sicherheitsdienst, die Garderoben, die Empfangsbereiche – alles von Handen. „So könnten Kunden theoretisch morgen hierherkommen und ihren Kongress abhalten.“

Erfolg durch einzigartiges Konzept

„Wir haben außerdem das einzigartige Konzept Luxembourg Convention Park geschaffen, bei dem das ECCL im Zentrum steht. Alles, was für Kongressisten interessant ist und sich in Laufnähe befindet, wurde zusammengefasst“, erklärt Hoffnung.

Hierzu zählen vier Hotels mit 600 Zimmern und eigenen Konferenzräumen, zwei Museen, die Philharmonie sowie rund ein Dutzend Restaurants. Kongress Teilnehmer können somit an einer Tagung sowie anschließend dem Empfang teilnehmen, eine Ausstellung besuchen, in einem Restaurant essen und wieder ins Hotel zurückkehren, und das alles zu Fuß. Auch durch dieses Konzept setzt sich Luxemburg von anderen Orten ab.

„Durch die Entwicklung des Standortes Luxemburg, hat die Zahl der Anfragen auch zugenommen. Dies hat dazu geführt, dass wir als ECCL während einiger Perioden des Jahres ausgebucht sind und Kunden abweisen müssen. Grund sind zum einen, dass unsere Räumlichkeiten ausgebucht sind. Es gibt aber auch Momente, in denen die Hotels ausgebucht sind.“ Andererseits gibt es immer mal Perioden mit weniger Auslastung. Hier gilt es zu versuchen, Kunden auf diese Termine umzulegen, um eine bessere Steuerung der Auslastung zu erreichen.“

Für die Luxexpo the Box gibt es bei der Organisation von Events – abgesehen von den logistischen – eine Reihe von Herausforderungen, die sie sich immer wieder stellen. „Wir müssen ständig kreativ sein, uns neu erfinden“, erklärt Gromy.

In puncto Herausforderung in den jeweiligen Bereichen des MICE, gibt es laut dem CEO große Unterschiede. „Strategie, Markt und Größe sind sehr unterschiedlich. Außerdem beobachten und folgen wir selbst einem interessanten Trend der Festivalisierung der Veranstaltungen. Das heißt, dass heutige Veranstaltungen nicht mehr klar zuzuordnen sind, es sind Mischformen: Heutige Kongresse vereinen auch eine Ausstellung beziehungsweise Messe mit Elementen einer Feier.“ Diese Entwicklung bestätigt auch das ECCL: Hoffnung bezeichnet es als eine „Art der Vermischung der verschiedenen Veranstaltungsformen. Immer mehr Kongresse brauchen auch Räumlichkeiten für Ausstellungen und Messen immer öfter Kongresssäle. Hinzu kamen weitere Formen wie Empfänge.“

Die, im Rahmen des Clusters sowie des LCB entstandene Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure, kann dieser Tendenz entgegenkommen. Zu den Veränderungen, die auf die Betreiber von Venues in Zukunft zu kommen werden, zählt Gromy unter anderem die Digitalisie-

rung. „Diese wird sicherlich einen Einfluss in Sachen Besuchererfahrung beziehungsweise die Erwartung sowie auf die Gestaltung der Events haben. Neue Regelungen, zum Beispiel im Bereich Umweltschutz, werden auch zunehmen und neue Prozesse mit sich bringen.“

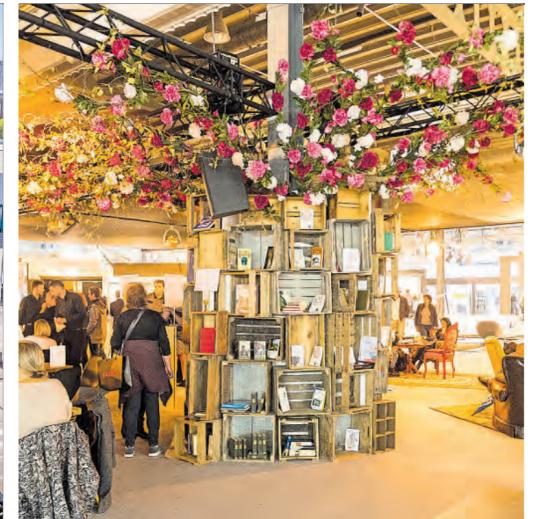
Weitere Schritte sind nötig

Der Bau beziehungsweise Ausbau weiterer Veranstaltungsflächen und Hotels sowie die Weiterentwicklung des gesamten MICE-Bereichs, muss laut Hoffnung mit einer klaren Strategie erfolgen. In dieser müssen, ihm zufolge, alle Beteiligten einbezogen werden, damit ein Gleichgewicht bestehen bleibt. So könne idealerweise vermieden werden, dass man in einem Bereich überproportional wächst, während ein anderer Bereich stagniert.

Fakt ist jedoch, dass etwa ein Kongresssaal, der 1200 bis 1500 Personen fasst, in Luxemburg fehlt. Beim Bau neuer Veranstaltungsflächen muss man sich laut Hoffnung auf die Flexibilität der Räumlichkeiten konzentrieren, dass man beispielsweise Tribünen und Bühnen je nach Bedarf auf und absenken oder auch Räume unterschiedlich aufteilen kann, entsprechend den spezifischen Anforderungen des Events und des Kunden. Konkrete Pläne für den Ausbau des ECCL gebe es bislang nicht.



Um als Messeveranstalter sowohl den Kunden als auch den Messebesuchern immer wieder etwas Neues sowie einen Mehrwert bieten zu können, ist Kreativität sehr wichtig. „Wir müssen ständig kreativ sein und uns neu erfinden“, erklärt hierzu Morgan Gromy, CEO von Luxexpo the Box. Fotos: Luxexpo the Box



EVENT SOLUTIONS

VOS ÉVÈNEMENTS DANS L'AMBIANCE CARACTÉRISTIQUE DES ESPACES FLEXIBLES ET MODULABLES DE LA COQUE

FOIRES
CONFERENCES & REUNIONS
PRESENTATIONS DE PRODUITS
SPECTACLES & MANIFESTATIONS
TEAM BUILDING
RECEPTIONS

Business
www.coque.lu

2, rue Léon Hengen • L-1745 Luxembourg • Tel. +352 43 60 60 212 • www.coque.lu • business@coque.lu

Steigende Tendenz

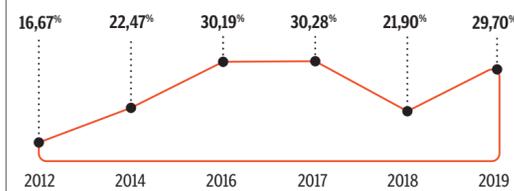
Entwicklung der Veranstaltungen/Kongresse im ECCL über die Jahre

Drittorganisatoren	2012	2013	2014	2015 ¹	2016	2018	2018	2019 ²
Total	60	69	89	150	106	109	137	101

1. EU-Präsidentenschaft
2. Weniger Aktivität aufgrund der Renovierung des Hémicycle

Immer mehr internationale Events

Seit 2012 hat sich der Anteil internationaler Events fast verdoppelt



Das Konzept des Convention Parks fasst unter anderem vier Hotels, zwei Museen, die Philharmonie sowie rund ein Dutzend Restaurants zusammen, die um das ECCL liegen. Foto: ECCL

ah!

an haffen

Evènements privés et d'entreprises

L-3980 Wickrange
M. +352 621 238 393
www.anhaffen.lu



Wichtiger und anhaltender Prozess

Wie Luxemburg sein Image als MICE-Destination entwickelt

Von Jeff Karier

„Zu den Aufgaben des Büros gehört, aktiv das Großherzogtum als Veranstaltungsort für MICE-Events zu promovieren“, erklärt François Lafont, Direktor des Luxembourg Convention Bureau (LCB).

Denn oft ist Luxemburg vielen Unternehmen und anderen potenziellen Kunden noch kein Begriff oder nur als Reiseziel für Kurzurlaube oder Städtetrips bekannt. Dabei bietet Luxemburg auch im Bereich MICE Einiges, und zwar das ganze Land, nicht nur die Stadt.

So soll durch das Büro etwa auch die Auslastung der Hotels auf dem Land, die bisher noch wenig vom Kongress-tourismus profitieren, steigen. Gleichzeitig kann Kongress-tourismus auch eine Form von Marketing für das Land sein, da etwa die Kongress-touristen bei sich zu Hause positiv über ihren Aufenthalt in Luxemburg sprechen

werden – vorausgesetzt, der Aufenthalt war auch positiv. Und die Schaffung eines Images für Luxemburg als MICE-Destination ist für die Entwicklung und das Wachstum enorm wichtig. „Wenn wir die Möglichkeiten, die Luxemburg für MICE bietet, präsentieren, sind viele oft erstaunt, eben weil sie nur wenig im Allgemeinen und diese Seite des Landes im Speziellen nicht kennen“, meint Lafont. Die luxemburgische Regierung hat unter anderem bereits mit ihrem Nation Branding und den damit verbundenen Kampagnen dafür gesorgt, dass Luxemburg mehr wahrgenommen wird. Auch die Profilierung des Großherzogtums im Bereich des Space Mining hat bereits Früchte getragen und einen Teil zur positiven Entwicklung des MICE-Sektors geleistet. Gleiches gilt für die Präsenz Lu-

xemburgs im ausländischen Fernsehen, etwa durch sportliche Erfolge wie im Fall des Radsports. Es ist jedoch eine nicht zu unterschätzende Herausforderung, das Bild von Luxemburg, das im Ausland und somit bei potenziellen Kunden herrscht, in die Richtung MICE-Destination zu lenken. Bis zur Schaffung des Clusters dachten die wenigsten Unternehmen bei Luxemburg an

das geeignete Land, um ihre Konferenzen, Tagungen oder Ausstellungen zu organisieren. Und in manchen Städten und Ländern ändert sich das Image Luxemburgs, in anderen wiederum nicht. Warum, ist nicht leicht zu beantworten. Dies zeigt: Obwohl das Großherzogtum mehr und mehr ein Begriff im MICE-Bereich wird, ist der Prozess der Imagebildung noch lange nicht abgeschlossen.

das geeignete Land, um ihre Konferenzen, Tagungen oder Ausstellungen zu organisieren. Und in manchen Städten und Ländern ändert sich das Image Luxemburgs, in anderen wiederum nicht. Warum, ist nicht leicht zu beantworten. Dies zeigt: Obwohl das Großherzogtum mehr und mehr ein Begriff im MICE-Bereich wird, ist der Prozess der Imagebildung noch lange nicht abgeschlossen.



Das Land verfügt über eine ganze Reihe von geeigneten Venues, das ist aber im Ausland noch nicht sehr bekannt. Foto: ECCL



Aktionen wie das Nation Branding haben bereits dafür gesorgt, dass Luxemburg mehr wahrgenommen wird. Foto: Tom Voosseen



PARKPLAZA
—
TRIER

**ZEIT FÜR ZÜNDENDE IDEEN –
MIT UNSEREM KICK-OFF-TAGUNGSSPECIAL!**

Mit uns wird Ihre Auftaktveranstaltung zum Volltreffer!
Wir schaffen den Rahmen, damit Ihre Mitarbeiter und Kollegen sich für die neuen Aufgaben begeistern und mit Motivation, Innovation und Inspiration die bevorstehenden Projekte begleiten.

**UNSERE KICK-OFF-TAGUNGSPAUSCHALE
BEINHALTET:**

Plaza Carrée Hotel GmbH
Nikolaus-Koch-Platz 1
D-54290 Trier
T: +49 (0)651 999 30
info@parkplaza-trier.de
www.parkplaza-trier.de

[f](#) [t](#) [i](#) [v](#)

* Angebot gültig unter Angabe des Promocodes "Kick Off-Special" und auf Anfrage und nach Verfügbarkeit. Gilt nicht auf bereits gebuchte Veranstaltungen und ist nicht kombinierbar mit anderen Aktionen! Wellnessleistungen sind vom Angebot ausgeschlossen. Gültig vom 1. Februar bis 31. Mai 2020.

SONDERPREIS
PRO PERSON/TAG:
47,50 €*

- Kick-Off-Energiesmoothie zur Begrüßung
- Klimatisierter Tagungsraum in der Personenanzahl entsprechenden Größe mit Tageslicht
- Full HD Deckenbeamer, Moderatorenkoffer, ein Flipchart, eine Pinnwand, Leinwand
- High-Speed Internetzugang (LAN/WLAN)
- Tagungsgetränke im Raum (große Flaschen Wasser und Apfelsaft unlimitiert)
- Kaffeebar mit Kaffeespezialitäten unlimitiert im Veranstaltungsfoyer
- Eine Kaffeepause am Vormittag mit herzhaften Snacks
- Mittagessen in Form eines 2-Gang-Menüs oder Buffet nach Wahl des Küchenchefs
- Eine Kaffeepause am Nachmittag mit süßen Snacks
- zum Kick-Off-Special bieten wir kostenfrei und nach Verfügbarkeit Tischkicker an

Park Plaza Hotel | ★★★★★ Superior



Wien zählt zu den Top-Adressen für MICE-Events. Foto: Shutterstock

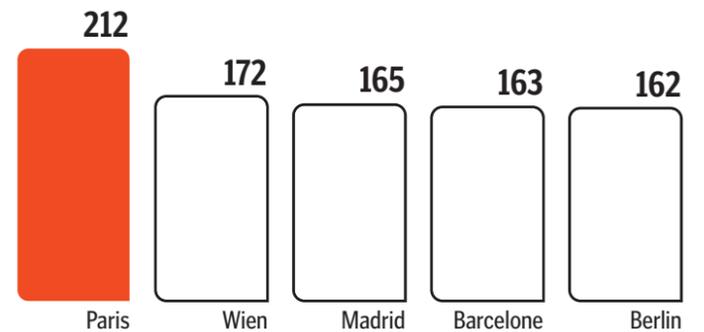
Weltweiter Konkurrenzkampf

Wo sich Luxemburg im Bereich MICE im Vergleich einordnet

Es ist ein hehres Ziel, das die Regierung in ihrem Programm festgehalten hat. Das Großherzogtum soll in den nächsten fünf bis zehn Jahren in die Top-50 der Kongressdestinationen weltweit aufsteigen. Das Ranking International Congress and Convention Association (ICCA) gilt hierbei als Maßstab. Auch wenn in dessen Statistiken nicht alle Aktivitäten des MICE-Sektors erfasst sind – eben nur internationale Kongresse und Messen – geben diese ein gutes Bild von der Konkurrenzsituation wieder. „Besonders Wien ist sehr stark im Bereich MICE, da die Stadt schon seit Jahrzehnten in diesen investiert und sich somit in diese Richtung entwickelt hat“, weiß Patrick Hoffnung, Direktor des European Convention Center Luxembourg (ECCL). Der frühere Präsident des MICE-Clusters

Weltweites Ranking

Die Städte mit den meisten internationalen Kongressen und Messen weltweit



Quelle: ICCA

kennt sich ausgezeichnet mit den Städten, die besonders aktiv im MICE-Sektor sind, aus. Hierzu zählt vor allem Paris.

Die Top-Fünf MICE-Städte

Die französische Hauptstadt richtete laut der ICCA 2018 212 Meetings aus und ist damit an der Spitze. Neben Wien – Platz zwei – sind außerdem Madrid, Barcelona und Berlin in den Top-Fünf vertreten. Luxemburg belegt im Ranking der Städte Platz 154. Blickt man jedoch nicht auf einzelne Städte, sondern auf Länder, sieht das Ganze schon besser aus. Hier liegt das Großherzogtum auf 72. Die

Top-50 sind somit gar nicht so weit entfernt. In diesem Ranking dominieren die USA, gefolgt von Deutschland, Spanien, Frankreich und Großbritannien.

Laut Hoffnung zählen zu den direkten Konkurrenten um Kongresse und Messen neben den erwähnten Spitzenreitern unter anderem Mailand oder auch Dublin. „Auch Istanbul war einige Jahre lang durchaus ein attraktives Ziel für MICE-Events, das hat sich durch die politischen Entwicklungen in der Türkei der letzten Jahren jedoch geändert“, meint der Experte. *jek*

MONDORF
Domaine Thermal



10 BONNES RAISONS de choisir MONDORF Domaine Thermal

1. Un environnement exceptionnel au cœur d'un parc de **45 hectares**
2. **15 salles et salons** avec lumière naturelle
3. 450 places de **parking gratuit**
4. Capacité d'accueil jusqu'à **400 personnes**
5. Proche de la **vallée de la Moselle**, à la frontière allemande et française
6. Accès routier aisé, proche de **Luxembourg-ville** et de **l'aéroport**
7. **2 hôtels** dont le **Mondorf Parc Hotel**** SUPERIOR**
8. **Service banquets** hors du commun
9. **Le savoir-faire et l'expérience d'une équipe dynamique** pour encadrer votre événement (*journée d'étude, conférence, formation, teambuilding, banquet, cocktail...*)
10. **Team building, et activités Wellness & Fitness** après le travail

DÉCOUVREZ
TOUTES NOS OFFRES
mondorf.lu

MONDORF Domaine Thermal · Avenue des Bains · L-5601 Mondorf-les-Bains · T (+352) 23 666-666 · domaine@mondorf.lu · www.mondorf.lu



ROBBESSCHEIER
nature for your senses

Fêtes d'entreprise - Team building - Family days



"Offrez la mise au vert idéale à votre entreprise !"



5-300 personnes



+ de 20 activités



cuisine du terroir



95 personnes

Tél. +352 92 17 45 1 - L-9766 Munshausen
www.robbesscheier.lu - info@touristcenter.lu



Gut vorbereitet – wo die Reise auch hingehet

Entspannt und organisiert zur nächsten Geschäftsreise aufbrechen

Geschäftsreisen sind meist stressig, der Terminkalender gut gefüllt – genauso wie der Reisekoffer. Beim Treffen mit Geschäftspartnern einen guten Eindruck zu hinterlassen, ist nun mal selbstverständlich und

Hemden oder Blusen müssen mit. Um Ihre Reise so entspannt wie möglich anzutreten und auch vor Ort auf alles vorbereitet zu sein, leisten die folgenden Helferlein hervorragende Dienste.



Falten ade!

Kaum im Hotelzimmer angekommen werden schnurstracks die sauberen Klamotten ausgepackt und in den Schrank gehängt. ...schön wär's! Die Realität sieht meistens ganz anders aus und wenn dann auch noch Bügelbrett und -eisen im Zimmer fehlen, lässt der Ärger nicht lange auf sich warten. Die einfache Lösung: das Reise-Eisen! Griffbereit und einfach zu bedienen sind Ihre Hemden im Nu wieder faltenfrei.



Ordnung ist das halbe Leben

Wer auf unnötiges Bügeln auf Reisen, aber trotzdem auf faltige Kleidung verzichten möchte, für den eignet sich etwa ein „Wardrobe Organizer“. Auf den dünnen Platten können Sie Ihre gefaltete Garderobe einfach übereinander stapeln. Die Platten sitzen passgenau aufeinander, verrutschen nicht und halten Ihre Anziehsachen sauber und knitterfrei.

Gemütlichkeitsfaktor

Ob Bus, Bahn oder Flugzeug: Längere Fahrten oder Flüge können anstrengend sein. Viele Reisende haben darüber hinaus in solchen Fällen oft Schlafprobleme, der Nacken wird steif, die Arme taub. Damit Sie sich entspannen können und trotz sitzender Position zur Ruhe kommen, gibt es aufblasbare Schlafkissen, die Ihren Kopf, Arme und/oder Beine stützen.



Alle mit einer Klappe...

Ob mit „Wardrobe Organizer“ oder ohne, Kleidung sollte bestenfalls immer in etwa gleich gefaltet werden, um Knitter oder jegliche Art der Unordnung zu vermeiden. Hilfestellung bietet hier das praktische Faltbrett. Einfach Kleidungsstück darauflegen, Faltbrettsegmente nach Anleitung zu- und wieder aufklappen, fertig!

Réceptions

Espaces événementiels

Windsor – Le savoir-faire restaurateur pour un événement réussi!

Von wegen Pi mal Daumen

Zuhause die Koffer packen ist in der Regel kein Problem. Zweifelt man daran, ob man sich im Rahmen des für Flugreisen zulässigen Gesamtgewichts befindet, steigt man einfach mit Gepäck auf die Waage. Die Rückreise wird aber dann meist spannender. Möchte man das ein oder andere Souvenir mit nach Hause nehmen, kann es gewichtstechnisch schon mal eng werden. Wer sich öfter mit diesem Problem konfrontiert fühlt, der sollte über eine digitale Kofferwaage nachdenken, an der man seinen Koffer einfach aufhängen und dessen Gewicht messen kann.



La Cantine Windsor, située dans la zone du Bourmicht (à deux minutes de l'autoroute), est le lieu idéal pour tenir jusqu'au petit matin. Dotés de deux parkings gratuits, les espaces événementiels se transforment au gré de vos envies et s'adaptent aux réceptions pouvant accueillir jusqu'à 350 personnes.

La Cantine Windsor vous propose un lieu sans pareil, permettant de réaliser des événements dans un cadre cosy; elle est totalement modulable pour un dîner assis ou en buffet avec un espace permettant d'ajouter des animations en tout

genre et surtout laisser place à une piste de danse. Une deuxième salle de réception est équipée d'un beamer et d'une sonorisation. Les salles climatisées sont totalement personnalisables, avec des options d'animations infinies.

L'équipe Windsor vous accueille du lundi au vendredi à la Cantine Windsor, les midis pour déguster une carte à notre image.

Vivez l'expérience Windsor à Bertrange!

Catering & Cantine Windsor – www.windsor.lu
5, Rue des Mérovingiens – L-8070 Bertrange
catering@windsor.lu | Tél.: 26 39 93

