
Executive-Summary

**Der Kongress- und
Tagungstourismus in
Luxemburg**

**Eine Darstellung der Strukturen des Tagungs- und
Kongressmarktes der Stadt Luxemburg**

Universität Trier – Fachbereich VI - Geographie/Geowissenschaften
Studiengang Angewandte Geographie/Freizeit- und Tourismusgeographie
Zur Erlangung des akademischen Grades der Diplom-Geographin

Verfasserin
Nicole Mattig
n.mattig@googlemail.com

Eingereicht bei
Herrn Prof. Dr. Andreas Kagermeier
Herrn Prof. Dr. Helmut Vogel

1 Problemstellung und Zielsetzung

Der Tagungs- und Kongressmarkt ist der lukrativste Teilbereich der Tourismusindustrie. Nahezu jede größere Stadt in Europa versucht an diesem Industriezweig zu verdienen. Um als erfolgreiche Tagungsdestination am Markt bestehen zu können, bedarf es einer kongresstouristischen Infrastruktur und dem entsprechenden Know-How zur Durchführung von Veranstaltungen.

Ziel dieser Ausarbeitung ist es die Strukturen des Tagungs- und Kongressmarktes Luxemburgs aufzuzeigen, sowie das Potenzial der Stadt Luxemburg als Tagungs- und Kongressdestination zu prüfen und in Hinsicht auf Markterfolg zu bewerten. Aufgrund fehlender Daten im Luxemburger Kongress- und Tagungsmarkt wurden mittels einer Unternehmensbefragung das Volumen und die Struktur der Veranstaltungen erhoben und die Untersuchungsergebnisse inhaltlich interpretiert und so das Potenzial Luxemburgs als Kongressdestination aufgezeigt.

2 Ergebnisse

Standortfaktoren

In welchem Umfang eine Stadt oder Region im Kongress- und Tagungsgeschäft erfolgreich ist, hängt maßgeblich von den Standortfaktoren ab. Durch diese Standortfaktoren, gekennzeichnet durch naturräumliche Lage und technisch-ökonomische Entwicklung, erhält ein Tagungsort seine Individualität, über die er sich vermarkten kann. Luxemburg als Kongress- und Tagungsdestination verfügt über vorteilhafte Standortfaktoren, die für die Durchführung von Veranstaltungen von zentraler Bedeutung sind. Zum einen ist eine gute Erreichbarkeit der Stadt durch den direkten Autobahnanschluss, den nahe gelegenen internationalen Flughafen Findel und die Schienenbahnanbindung gegeben. Zum anderen die zentrale und sichere Lage in Europa. Auch die praktizierte Mehrsprachigkeit der Luxemburger Bevölkerung, das Image als Bankenstadt und das Luxemburg Sitz einiger europäischer Institutionen ist, stellt wichtige Alleinstellungsmerkmale des Großherzogtums dar.

Der Luxemburger Hotelmarkt verfügt über ein breites Angebot im 4-5 Sterne Segment, insgesamt sind 71% der Kapazitäten in diesem Segment angesiedelt, womit bemängelt

werden kann, dass Kapazitäten im niedrigeren Preissegment fehlen. Des Weiteren fehlen Kapazitäten für die Unterbringung der Gäste von großen Veranstaltungen mit mehr als 500 Teilnehmern, wobei es für eine erfolgreiche Veranstaltung zweckmäßig ist, alle Teilnehmer in einer dem Veranstaltungsort nahegelegenen Beherbergungsstätte unterzubringen. Die Lage der Hotellerie zu den Veranstaltungsstätten ist zentral und teilweise zu Fuß zu erreichen.

Die Gastronomie Luxemburgs kann als hochwertig eingestuft werden. Im Michelin Restaurantführer *Belgique-Luxembourg 2010* wurden 13 Luxemburger Restaurants mit Gourmet-Sternen ausgezeichnet. Das Restaurant Mosconi, in der Altstadt Luxemburg gelegen, wurde sogar mit zwei der begehrten Gourmet-Sterne prämiert.

Das Kultur- und Naturangebot der Stadt ist vielfältig. Die Stadt verfügt aufgrund der Schleifung der Festung im Jahre 1867 über weitläufige Parkanlagen und angelegte Grünflächen. Luxemburg war bereits zweimal europäische Kulturhauptstadt und kann mit einem reichhaltigen kulturellen Angebot aufwarten. Die Palette reicht von zeitgenössischer Kunst im *Museum Grand-Duc Jean Mudam* bis hin zu Ausstellungen im *Nationalmuseum für Geschichte und Kunst*. Zudem bietet die Stadt abwechslungsreiche mehrsprachige Bühnengebote bspw. im *Grand Théâtre de la Ville de Luxembourg*.

Angebot und Nachfrage

Luxemburg verfügt über ein breites Angebot an Tagungshotellerie und Einrichtungen für die Durchführung von Veranstaltungen. Das Raumangebot der insgesamt 27 Einrichtungen beläuft sich auf 101 Veranstaltungsräume in der Hotellerie und 58 Veranstaltungsräume in Veranstaltungszentren. Im Rahmen der Befragung wurde die Auslastung der jeweiligen Betriebe erhoben und es konnten 1.055 Veranstaltungen für das Jahr 2009 erfasst werden. Durchschnittlich sind 30% der Veranstaltungen mehrtägig, womit ca. 1.371,5 Veranstaltungstage durchgeführt wurden.

Die Träger von Veranstaltungen stammen in erster Linie aus der Luxemburger Privatwirtschaft, mit 29% des gesamten Tagungsvolumens stellen sie die größte Nachfragegruppe dar. Weitere wichtige Quellländer sind Frankreich (20%) und Belgien (21%). An dieser Verteilung sind deutlich die Gründe ablesbar, die die Veranstalter aus diesen (französischsprachigen) Staaten nach Luxemburg kommen lassen: zum einen die günstige, zentrale Lage zwischen den Ländern Deutschland, Belgien und Frankreich, zum anderen aber auch die in Luxemburg praktizierte Mehrsprachigkeit. Deutschland hat einen Anteil von 18%

am Tagungsvolumen. Das restliche Europa und Überseeländer spielen mit insgesamt 12% eine kleine Rolle im Luxemburger Tagungsmarkt.

Im Luxemburger Veranstaltungsmarkt sind alle Veranstaltungsformen vertreten, im besonderen Maße werden Seminare, gefolgt von Tagungen und Workshops durchgeführt. Zudem finden zahlreiche Empfänge und Präsentationen statt. Weniger präsent sind Kongresse, was vor allem auf die fehlenden Kapazitäten und der eingeschränkten Nutzbarkeit des Hemicycle zurückgeführt werden kann.

3 Schlussfolgerung

Der Tourismus spielt in Luxemburg eine erhebliche Rolle, die beachtlichen Einkünfte, die die luxemburgische Wirtschaft durch den Tourismus erzielt, stellen neben dem Finanzsektor ein bedeutendes zweites Standbein für sie dar. Luxemburg gilt als Stadt der Banken und ist Sitz einiger europäischer Institutionen, dies verleiht insbesondere dem Wirtschaftsorientierten Tourismus eine besondere Bedeutung. Statistiken werden hierzu nicht erfasst, ohne diese Zahlen ist es nur beschränkt möglich, das Potenzial einer Stadt zu beurteilen. Schätzungen gehen davon aus, dass ca. 70% des Übernachtungsaufkommens dem Wirtschaftstourismus – hauptsächlich dem Geschäftsreisetourismus - zugeordnet werden können.

Die dafür nötige Infrastruktur ist gegeben. Hochwertige und technisch gut ausgestattete Hotellerie und Einrichtungen für die Durchführung unterschiedlichster Veranstaltungen sind vorhanden. Ein weiterer Pluspunkt ist Luxemburgs besonderes Flair mit seinen historischen Gebäuden, der romantischen Altstadt und reizvollen Landschaften in der nächsten Umgebung: Stadt und Land haben einen eigenen Charakter und somit auch einen hohen Freizeitwert.

Die Verantwortlichen sollten bei der Vermarktung ihrer Destination den Schwerpunkt auf die Standortvorteile wie zentrale Lage in Europa und gute Erreichbarkeit, sowie dem Image als Bankenstadt und Sitz der Europäischen Institutionen setzen. Des Weiteren ist es von großer Bedeutung die Zusammenarbeit der einzelnen Akteure und Anbieter zu fördern. Diese Zusammenarbeit könnte auf der Ebene eines Netzwerkes erfolgen, sollte zum Beispiel eine Institution eine Anfrage bekommen und für diesen Termin bereits ausgebucht sein, so könnte die Anfrage an andere Häuser weitergeleitet werden.

Weitaus höhere Chancen, als professionelle und serviceorientierte Kongressdestination wahrgenommen zu werden, ergeben sich aus klaren Strukturen und Zuständigkeiten. So sollte

das Kongressbüro LCB sich künftig ausschließlich auf die Vermarktung der Stadt konzentrieren, im Gegenzug kann Luxemburg Congrès als Marketingorganisation des Konferenzzentrums nicht noch (wie bisher) zusätzlich die Aufgaben eines nationalen Kongressbüros leisten. Es muss also eine Institution geschaffen oder gefunden werden, die für die nationale Vermarktung Luxemburgs zuständig ist und als unparteiischer Ansprechpartner in Erscheinung treten kann.

Um die Stadt als Kongressdestination im internationalen Wettbewerb interessanter zu gestalten und andere potentielle Kunden an Land zu ziehen, wäre ein weiterer Schritt, ein Hotel mit mehr als 500 Zimmern zu errichten, wodurch eine optimale Unterbringung der Gäste von großen Veranstaltungen gewährleistet würde. Auch die Bewirtung bei solchen Großveranstaltungen ab 1.000 Personen müsste optimiert werden, um einen reibungslosen Ablauf sicherzustellen.