

LCB HALBJAHRES- REPORTING

Januar – Juni 2026



Geschätzte LCB-Partnerinnen und Partner

Die erste Jahreshälfte liegt bereits hinter uns. Das Lucerne Convention Bureau blickt auf spannende Monate mit zahlreichen Projekten, erfolgreichen Aktivitäten und Entwicklungen zurück.

Wie bereits angekündigt, stehen alle relevanten Zahlen und Informationen zum LCB neu im LCB-Infoportal zur Verfügung. Deshalb wird unser Reporting nicht mehr alle zwei Monate per E-Mail zugestellt. Dennoch möchten wir euch in diesem Dokument einen kompakten Überblick über die ersten sechs Monate des Jahres geben.

LCB-Dashboard

Unser [Dashboard](#) wird kontinuierlich weiterentwickelt und optimiert. Aktuell bietet das System beispielsweise lediglich Einblick in die erstellten Offerten, nicht jedoch in die Beratungen, die wir regelmässig durchführen. Ab 2027 soll das Dashboard deshalb um diese Funktion erweitert werden und einen umfassenderen Überblick über beide Bereiche ermöglichen.

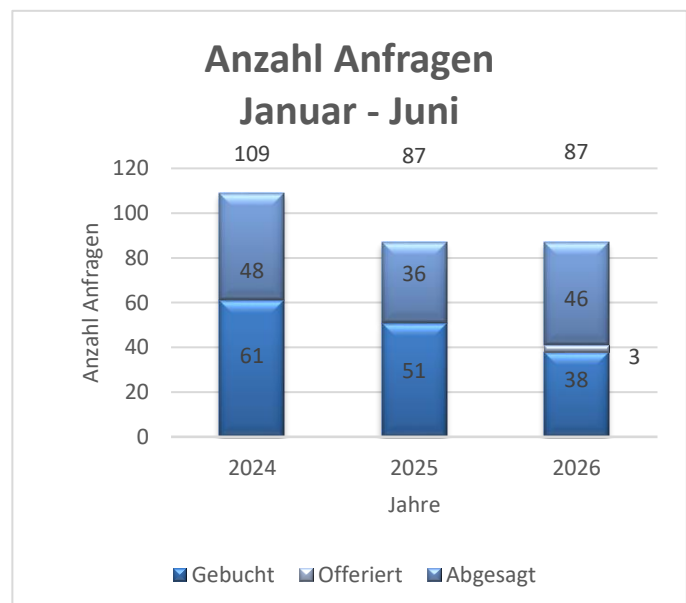
Rückblick Sales Aktivitäten

In den vergangenen sechs Monaten organisierte das LCB vier eigene Kundenanlässe, begleitete drei Studienreisen und nahm an fünf Workshops und Messen teil. Zu jeder dieser Aktivitäten ist im LCB-Infoportal ein Rückblick verfügbar. Die wichtigsten Highlights sind auf den Seiten 4–6 dieses Dokuments zusammengefasst.

Durch diese Marketing- und Sales-Aktivitäten konnten insgesamt 442 Kundenkontakte generiert werden. Davon entfallen 288 auf Messen und Workshops, 84 auf Kundenanlässe, 77 auf Promotion sowie 23 auf Studienreisen.

Nebst den Aktivitäten in den verschiedenen Märkten bearbeitet das LCB zahlreiche Beratungsanfragen und Offerten. Von Januar bis Juni 2026 wurden insgesamt 87 konkrete Offerten ausgestellt. Die Realisierungsquote der bearbeiteten Anfragen liegt bei erfreulichen 40%.

Die Anzahl der Beratungen ist in den vergangenen Jahren kontinuierlich gestiegen. Allein in den letzten sechs Monaten wurden bereits 160 Beratungen durchgeführt. Zum Vergleich: Im Jahr 2024 waren es insgesamt 128 Beratungen, im Jahr 2025 deren 133.



Wichtigkeit der online Präsenz

Wir stellen fest, dass wir zwar weniger konkrete Anfragen erhalten, dafür jedoch deutlich mehr Beratungen erstellen. Diese Entwicklung wird auch von anderen Schweizer Destinationen beobachtet. Immer mehr Kundinnen und Kunden nutzen KI, um ihre Veranstaltungen zu planen. Umso wichtiger ist es, dass unsere Destination auf den relevanten Plattformen sichtbar und gut auffindbar ist. Gemeinsam mit unserer Digitalisierungsabteilung arbeiten wir kontinuierlich an der Optimierung unserer digitalen Präsenz und investieren gezielt Zeit in deren Weiterentwicklung.

LinkedIn ist die wichtigste Social-Media-Plattform im Geschäftstourismus. In den vergangenen sechs Monaten veröffentlichte das LCB 66 Beiträge, die insgesamt über 27'000 Likes erzielten. Unsere 2'826 Followerinnen und Follower weisen folgendes Profil auf:



Pflege persönlicher Kontakte

Der persönliche Kontakt bleibt in unserem Business ein entscheidender Erfolgsfaktor. Deshalb legen wir grossen Wert auf die Pflege bestehender Beziehungen. Eine unserer neuen Massnahmen ist eine persönliche Geburtstagskarte, die bereits zahlreiche positive Rückmeldungen hervorgerufen hat und den Kontakt zu unseren Kundinnen und Kunden nachhaltig stärkt.

Vielen Dank für die vertrauensvolle Zusammenarbeit. Wir freuen uns auf eine erfolgreiche zweite Jahreshälfte.

Sommerliche Grüsse

Euer Lucerne Convention Bureau



Rückblick Sales-Aktivitäten Januar bis Juni 2026

Schweiz

HR Festival Europe / 24. - 25. März 2026

Das Lucerne Convention Bureau war gemeinsam mit vier LCB-Partnern am HR Festival Europe in Zürich vertreten.

Gerade im HR-Bereich besteht grosses Potenzial, da HR-Fachpersonen regelmässig Teamevents, Seminare und Firmenanlässe organisieren. Ein Wettbewerb mit attraktiven Preisen sorgte zusätzlich für Aufmerksamkeit. So konnten während der zwei Messtage rund 200 Kontakte generiert werden.



Lucerne MICE Festival / 26. - 27. April 2026

Unter dem Motto „Musik verbindet“ wurde Luzern zur lebendigen Bühne der Meeting- und Eventbranche. Das Lucerne MICE Festival bot eine einzigartige Plattform, um die Destination neu zu erleben.

Im Fokus standen Emotion, Begegnung und Erlebnis. Ein Highlight war die Main Stage Night mit der Luzerner Band Dada Ante Portas. Ergänzt wurde das Programm durch Besichtigungen durch Hotels und Eventlocations, die spannende Einblicke hinter die Kulissen ermöglichten.



Lucerne Congress Day / 20. Mai 2026

Am 20. Mai haben das LCB und die Messe Luzern Verbandskunden eingeladen, um das neue Hallenkonzept «Halle Modul» kennenzulernen.

Mit diesem Konzept erweitert die Stadt Luzern ihr Angebot an grossen Seminar- und Kongressräumlichkeiten und stärkt ihre Position als attraktive Destination für Kongresse und Veranstaltungen.



Basel meets Riviera / 24. Juni 2026

Gemeinsam mit unseren Partnern der Luzerner Riviera durften wir im Hotel Märthof in Basel 17 Meeting Planer zu einem Frühstücksevent begrüßen. Im Fokus stand die Präsentation der Region Weggis Vitznau Rigi als vielseitige Destination für Meetings und Seminare sowie die Vorstellung der neuen Seminarförderung als attraktives Angebot für Veranstaltungsplaner. Die sommerliche Dachterrasse bot den idealen Rahmen für persönliche Gespräche, wertvollen Austausch und die Vertiefung bestehender Kontakte.



International

Travel Match Oslo / 8. – 9. Januar 2026

Anfangs Januar waren wir am Travel Match Event in Oslo. In inspirierenden Meetings konnten wir wertvolle Kontakte zu knüpfen und bestehende Beziehungen vertiefen. Neben den Meetings bot ein Networking-Apéro Gelegenheit für den persönlichen Austausch. Am zweiten Tag organisierte SCIB ein Networking-Frühstück mit rund 20 Eventplanerinnen und Eventplanern.



Fam Trip USA/Kanada mit Bürgenstock / 17. – 18. Januar 2026

Mit dem von der Bürgenstock Collection initiierten Fam Trip durften wir 11 MICE-Profis aus den USA und Kanada in Luzern willkommen heissen. Den Samstag verbrachte die Gruppe auf dem Titlis. Anschliessend erlebte sie die zauberhafte Lilo-Show in der Jesuitenkirche. Am nächsten Morgen stand eine Führung durch den Wasserturm auf dem Programm, bevor die Gruppe den Aufenthalt bei einer heissen Schoggi im Zunftrestaurant Pfistern ausklingen liess.



Interactive Journey / 26. - 30. März 2026

Im Rahmen eines mehrtägigen Fam Trips durfte das LCB Eventplanerinnen und Eventplaner aus den USA und UK in der Region willkommen heissen. Die Reise führte von Zürich über Luzern bis nach Andermatt und präsentierte vielfältige Möglichkeiten für Business- und Incentive-Events – mit Fokus auf Customer Journey, Locations, Hotels und kreative Programmideen.



UK Fam Trip mit Mandarin Oriental / 25. - 26. April 2026

Das LCB unterstützte einen vom Mandarin Oriental organisierten Fam Trip aus UK. Das abwechslungsreiche Programm zeigte die Vielfalt der Destination mit einer Schokoladendegustation bei Max Chocolatier, einer Stadtführung, einem Abendessen im Mandarin Oriental Palace, Luzern sowie einem Mittagessen an Bord eines SGV-Schiffes auf dem Vierwaldstättersee.



Pre-IMEX Fam Trip / 14. - 18. Mai 2026

Im Rahmen der Eishockey-Weltmeisterschaft, die dieses Jahr in der Schweiz stattfand, hat SCIB, das Zürich Convention Bureau und das LCB Sportverbände und Incentive-Agenturen aus Deutschland und den USA eingeladen. Nach dem Besuch des Eröffnungsspiels der Weltmeisterschaft erkundeten die Teilnehmer zunächst Zürich und anschliessend Luzern und seine Umgebung. Ein Highlight war sicherlich die Fahrt auf das Stanserhorn und die Besichtigung des Bürgenstock Resort!



Destination Wedding

Destination Wedding Roundtable, Villars / 23. - 24. März 2026

Die Region Luzern–Vierwaldstättersee war auch dieses Jahr am Destination Wedding Roundtable in Villars vertreten. Der Anlass bot eine wertvolle Plattform für den Austausch mit internationalen Wedding Plannern. Highlights waren eine Keynote zu Trends im internationalen Hochzeitsmarkt sowie eine Paneldiskussion zur Rolle der Generation Z.



Associations

Events Club Association Forum, Budapest / 8. - 10. März 2026

Das jährlich von Europe Congress organisierte Forum für Verbände überzeugte mit einem gelungenen Format. Während der dreitägigen Veranstaltung konnten 29 wertvolle Kontakte geknüpft werden. Trotz teilweise grosser Kongressdimensionen konnte sich Luzern dank Infrastruktur, Erreichbarkeit und attraktiven Rahmenprogrammen erfolgreich als Kongressdestination positionieren.

