

## Kommunikationsstandardisierung

Es war sicher nicht der günstigste Zeitpunkt, um die Promotionsagentur Luxembourg for Finance aus den Startblöcken zu schicken, die Finanzkrise verschärfte sich im Laufe des Jahres, die Anwerbung neuer Investoren erschwerte das erheblich, sagte LFF-Direktor Fernand Grulms am Dienstag. Das Anwerben neuer Kunden wurde durch die Kaupthing-Affäre auch nicht einfacher. Und während sich die Agentur anstrenge, das Bild Luxemburgs und seines Finanzzentrums in Europa und der Welt zu verbessern, geriet Luxemburg Anfang des Jahres in den Sog des Liechtenstein-Skandals um den Steuerbetrug des Klaus Zumwinkel. Als sei die Herausforderung in Sachen „sauberes Image“ damit nicht schon

groß genug gewesen, kam im Herbst der Frontalangriff aus dem französischen öffentlich-rechtlichen Fernsehen. Nach dem mittlerweile legendären Geldwäsche-Bericht auf *France2* und dem ebenso legendären Wutausbruch von Staatsminister Jean-Claude Juncker im Interview danach, geht LFF in die Gegenoffensive und stellt ein *Frequently-Asked-Questions* zusammen, das an die Akteure des Finanzplatzes verteilt werden soll. Damit diese wissen, wie sie künftig auf Journalisten- und Kundenfragen betreffend Bankgeheimnis, Geldwäsche und Steuerhinterziehung reagieren sollen. Das Dokument, so Grulms, soll, anders als die Warnung vor *undercover*-Reportern, welche die ABBL nach der *France2*-Reportage an ihre Mitglieder schickte, aber für jedermann frei zugänglich sein.