

Der Export und seine Möglichkeiten für Luxemburg

„LfB Business Breakfast“: die Krise zwischen Kaffee und Croissant

Luxemburg muss auf die Nachbarn warten: Zum gestrigen „Luxembourg for Business“-Business Breakfast trafen sich rund 80 Teilnehmer in der Handelskammer auf Kirchberg, um sich in lockerer Runde dem Thema „Krise und Export“ zu nähern.

Wirtschaftsminister Krecké stellte hier unmissverständlich dar, dass „Luxemburg abwarten und sehen muss, was bei den Nachbarn passiert“, denn das Großherzogtum sei extrem von den Nachbarn wie Deutschland abhängig, und „solange zum Beispiel die Deutschen ihre Wirtschaft nicht wieder entsprechend hochfahren, tut sich auch recht wenig hier bei uns“, und brachte als Beispiel die Autozulieferbranche.

Übergreifende Krise

„Diese Krise ist etwas Neues, denn so etwas kannten wir vorher noch nicht. Wenn eine Krise war, so war sie regional oder sektoriell, aber nun ist sie übergreifend“, so der Minister in seinen Ausführungen weiter. Krecké



Diskussionen, Analysen und ein Kaffee

Photo: Zwank

betonte, dass sich diese Betriebe, die sich eben zur Zeit auf der Durststrecke befinden, zuerst alle eigenen Maßnahmen ausschöpfen müssen und sich erst dann an den Staat zwecks Unterstützung wenden könnten. „Wir haben zwar einige Maßnahmen bereits beschlossen und umgesetzt und weitere Instrumente wurden von der Regierung parat gelegt, doch in erster Linie müssen die Unternehmen ihre ei-

genen Mittel ausschöpfen.“ Und der Wettbewerb wird sich härter darstellen denn je, denn „nur wer nun mit Qualität überzeugt, wird überleben“. Dabei komme es nicht auf die Delokalisierung von Unternehmen an, sondern auf die Suche von starken Partnern. Und die, darüber waren sich viele Teilnehmer einig, findet man unter anderem in China. Und hier sei es wichtig, „Präsenz und Interesse“ zu

zeigen, um sich eben diesen Partnern anzubieten. Da reiche es nicht, einmal kurz aufzutauchen und sich dann vier, fünf Jahre nicht mehr sehen zu lassen. Auch wenn man keine News im Gepäck habe, jedes Jahr müsse bei diesen potentiellen Partnern „das Interesse“ gezeigt werden, betonte auch der Minister.

Stärken für den internationalen Markt bündeln

Luxembourg for Business (LfB) G. I.E, die Agentur zur Förderung der Präsenz Luxemburgs auf den internationalen Märkten, dient der weiteren Bündelung der Stärken der einzelnen Unternehmen. Denn Luxemburg muss klar definieren, was alles möglich ist. Bei Auslands- und Wirtschaftsmissionen soll ein einheitliches, aber doch klares Bild des Großherzogtums als Wirtschafts- und Finanzmetropole, eines interessanten Platzes für Unternehmen, entstehen.