

Standortmarketing deluxe

Handelskammer und PricewaterhouseCoopers Luxemburg stellen Info-Kampagne vor

Die Mehrsprachigkeit, die liberale Wirtschaftspolitik und die ideale geographische Lage sind nur einige Aspekte, die den Wirtschaftsstandort Luxemburg für ausländische Unternehmen so attraktiv machen. Wirtschaftsminister Jeannot Krecké (LSAP) betont jedoch in der Vergangenheit jedoch öfters, dass es immer noch viele Unternehmen gebe, die das Großherzogtum aufgrund mangelnder Informationen bei der Standortwahl gar nicht berücksichtigt. „Put Luxembourg on the map“ heißt daher seit Jahren die Devise des Wirtschaftsministeriums und der Handelskammer, die den Standort durch gezielte Maßnahmen zu fördern versuchen.

Extraleuropäische Unternehmen als Zielgruppe

Zu diesem Standortmarketing gehört auch eine neue Initiative die in Zusammenarbeit zwischen der Handelskammer und dem Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsunternehmen PricewaterhouseCoopers Luxemburg entstanden ist. „Luxembourg: Where Else?“ ist der Titel einer Informationsbroschüre die gestern vorgestellt wurde. Es ist bereits die dritte Publikation dieser Art. Sie richtet sich vor allem an Unternehmen aus Nordamerika, Asien und den BRIC-Staaten, die eine Expansion nach Europa erwägen. Egal ob ein Unternehmen seine ganze Forschung und Entwicklung nach Luxem-



Didier Mouget von PwC Luxemburg mit CC-Direktor Pierre Gramegna

Photo: CC

burg auslagern möchte oder nur einzelne kleine Geschäftsbereiche. Die Broschüre will vermitteln, dass der Standort allen Anforderungen gerecht werden kann. Neben extra-europäischen Unternehmen wendet sich die Publikation aber auch an Unternehmen die bereits in Luxemburg präsent sind und sich nun weiterentwickeln beziehungsweise breit gefächert aufstellen wollen.

Synergieeffekte aufzeigen

Um die Broschüre übersichtlicher zu gestalten und die einzelnen Aspekte besser hervorzuheben wurde sie in zwei Teile unterteilt. Im ersten Teil geht es um die attraktiven Rahmenbedingungen die das Großherzogtum bietet und sein Entwicklungspotenzi-

al. In diesem Teil wird besonders auf das Engagement Luxemburgs beim Ausbau von Aktivitäten im Bereich der Forschung und Entwicklung hingewiesen sowie auf das Angebot hochqualifizierter multikultureller Arbeitskräfte. Der Generaldirektor der Handelskammer, Pierre Gramegna, sieht die Broschüre als gute Plattform, um einerseits die Maßnahmen der Regierung zur Förderung der Luxemburg Wirtschaft aufzuzeigen und andererseits zu unterstreichen, wie diese Einzelmaßnahmen für Synergieeffekte genutzt werden können.

Der zweite Teil der Broschüre richtet sich an einzelne konkrete Sektoren und zeigt welche Entwicklungsmöglichkeiten ihnen das Großherzogtum bietet. Man hat dabei vor allem Unternehmen aus der Automobilindustrie,

dem Gesundheitssektor, der IT- und Internet-Branche, dem E-Commerce, der Logistik und Transportindustrie sowie der Finanzindustrie im Visier. Abgerundet werden die Informationen durch Zitate bekannter Unternehmer wie Lakshmi Mittal, CEO und Aufsichtsratsvorsitzender von ArcelorMittal, oder Romain Bausch, CEO von SES, und Erfolgsgeschichten von Unternehmen, die den Schritt nach Luxemburg gewagt haben.

Teil eines Gesamtkonzept:

Die Broschüre ist Teil eines Gesamtkonzept, das die Handelskammer zusammen mit PwC Luxemburg ausgearbeitet hat. Dazu gehört auch eine DVD. Unternehmer berichten darauf von ihren Erfahrungen, die sie mit dem Standort Luxemburg gemacht haben. Eine Webseite (www.setupineurope.com) rundet die Initiative ab. Auf ihr kann man nicht nur die ganze Broschüre einlesen sondern auch ein pfiffiges Gimmick nutzen. Die Webseite verfügt über ein kostenloses Berechnungsprogramm mit dem die Gründungskosten in verschiedenen Ländern miteinander verglichen werden können.

» lw

- » Die Broschüre „Luxembourg: Where Else?“ kann auf den Internetseiten www.pwc.com/lu, www.setupineurope.com und www.cc.lu heruntergeladen werden oder ist auf Anfrage unter publications@lu.pwc.com erhältlich