

Was sich hinter einer einfachen neuen Website verbirgt

Weltweites Netzwerk für Luxemburg



Vor dem Computer, der das Kernstück einer Strategie bildet: Carole Tompers, Minister Krecké, Jean-Claude Knebler

Helmut Wyrwich, Text
Isabella Finzi, Fotos

Wirtschaftsminister Jeannot Krecké hat sich vorgenommen, Luxemburg quer über den Globus bekannt zu machen. Dafür nutzt er die modernen Medien und entwickelt sich mit elf Werbereisen zum Reise-minister in der Regierung.

„Vorstellung einer neuen Website von Luxembourg for Finance“: Das ist wahrlich nicht eine Einladung zu einer Pressekonferenz, die die Herzen in einer Redaktion höher schlagen lässt. Was soll schon an einer neuen Website interessant sein? Man klickt sie an, wirft einen Blick darauf und entscheidet innerhalb von Sekunden, ob man das sympathisch findet oder nicht und ob man sie wieder wegeklickt. Natürlich kann man auf die neue Website verweisen.

Pressekonferenz nur für eine Website?

Aber muss man dazu gleich eine Pressekonferenz in Anwesenheit des Präsidenten des Industriellenverbandes, der Handelskammer, der Handwerkskammer und anderer Organisationen im Wirtschaftsministerium organisieren? Andererseits: Wirtschaftsminister Jeannot Krecké praktiziert ein Überraschungsmoment nach dem anderen seit Beginn seiner neuen Amtszeit. Man weiß nie, ob hinter der Einladung zu einem Gespräch oder zu einer Presse-

Auf ihr sind die internationalen Messen zu sehen, die Luxemburg bereits gebucht hat. Auf ihr ist zu sehen, welche Werbereisen Wirtschaftsminister Krecké mit Wirtschaftsdelegationen im kommenden Jahr machen wird.

Auf ihr ist aber auch für Ausländer erkennbar, dass „Luxemburg mehr ist als ein Land mit einer Straße und lauter Banken“, wie man sich das im fernen Ausland vorstellt. „Man

darf sich da keinen Illusionen hingeben, Luxemburg ist draußen nicht bekannt“, sagt Krecké.

„ Im Ausland glaubt man, Luxemburg sei ein Staat mit einer Straße und lauter Banken

Jeannot Krecké,
Wirtschaftsminister

Hinter der Website verbirgt sich daher auch mehr. Carole Tompers, Generalsekretärin von Luxembourg for Business, ist dabei, eine Datenbank mit Unternehmen zusammenzustellen, die mit spezifischen Informationen versorgt werden sollen.

Krecké denkt an ein weltweites

Netzwerk von Luxemburgern, die in ihren jeweiligen Ländern eine wichtige wirtschaftliche Position innehaben und die als persönliche „Wirtschaftsbotschafter“ arbeiten sollen.

Im Mittleren Osten soll – vermutlich in Abu Dhabi – ein weiteres Büro errichtet werden. Zu diesem Zweck reist der Minister im kommenden Jahr in den Mittleren Osten. Krecké wird weitere Ministerreisen ohne Wirtschaftsdelegation in die USA antreten, um dort mit den Muttergesellschaften von in Luxemburg angesiedelten Tochtergesellschaften zu reden.

Reisen zur Sicherung des Standortes

Indien, Israel, Afrika und auch Südamerika sind Welt-Regionen, in denen Luxemburg zukünftig präsent sein will. Wenn es um Deutschland geht, wird der Minister geheimnisvoll.

In München soll es einen neuen Honorarkonsul mit einer wichtigen Position in der Wirtschaft geben, kündigt er an und lässt aber offen, wer das sein wird.

Wie war das? Pressekonferenz für eine neue Website? Der Wirtschaftsminister macht die Tür auf, um zu zeigen, was sich hinter der Website an Strategie für ein Luxemburger Netzwerk verbirgt.



Skeptisch oder konzentriert? Der Minister vor dem Computer

Gespräch oder zu einer Pressekonferenz doch mehr steckt, als das Thema verrät.

Luxembourg for Business ist ein Netzwerk, das sich der Werbung für Luxemburg verschrieben hat. Die Wirkung der Website, die am Dienstag in neuer Form vorgestellt worden ist, ist ein Bestandteil dieser Werbung. Die neue Website soll einerseits Unternehmen helfen, die exportieren wollen, und Interessenten draußen die nötigen Informationen über Luxemburg geben.

Im Wesentlichen aber konzentriert die Website die weit verzweigten Aktivitäten der luxemburgischen Wirtschaftswerbung jeglichen Art.



Ein USB-Stick mit einer Strategie, dahinter eine Straße mit Banken.