

Das Tor zu Indien ein

Doppelte Zielsetzung von Minister Jeannot Krecké: Die Visitenkarte de

VON MARC WILLIÈRE

„Die Geschäftswelt ist umgezogen. Wir müssen ihr folgen!“, sagt Minister Jeannot Krecké. Aus diesem Grund leitete er in dieser Woche seine insgesamt bereits vierte Wirtschaftsmission nach Indien. In der Hauptstadt New Delhi, in Kolkata an der Grenze zu Bangladesch sowie in Mumbai am Arabischen Meer wollte der Minister nicht nur die sich bietenden neuen Möglichkeiten interessierten Unternehmen aufzeigen. Sie auch vor Ort auf dem Subkontinent mit potenziellen Partnern ins Gespräch zu bringen, war ihm ein weiteres wichtiges Anliegen.

Indien wird in den nächsten Jahrzehnten beständig wachsen. In allen Bereichen. Obwohl nach wie vor dramatische Unterschiede zwischen der 400 Millionen starken Mittelschicht und den ihnen dienenden anderen 800 Millionen Einwohnern bestehen, hat der Subkontinent besonders seit dem Jahrtausendwechsel einen gewaltigen Schritt nach vorne gemacht. Der Hinweis, Indien habe sich zum Positiven gewandelt, war dann auch wiederholt anlässlich der luxemburgischen Wirtschaftsmission von einzelnen Teilnehmern zu vernehmen.

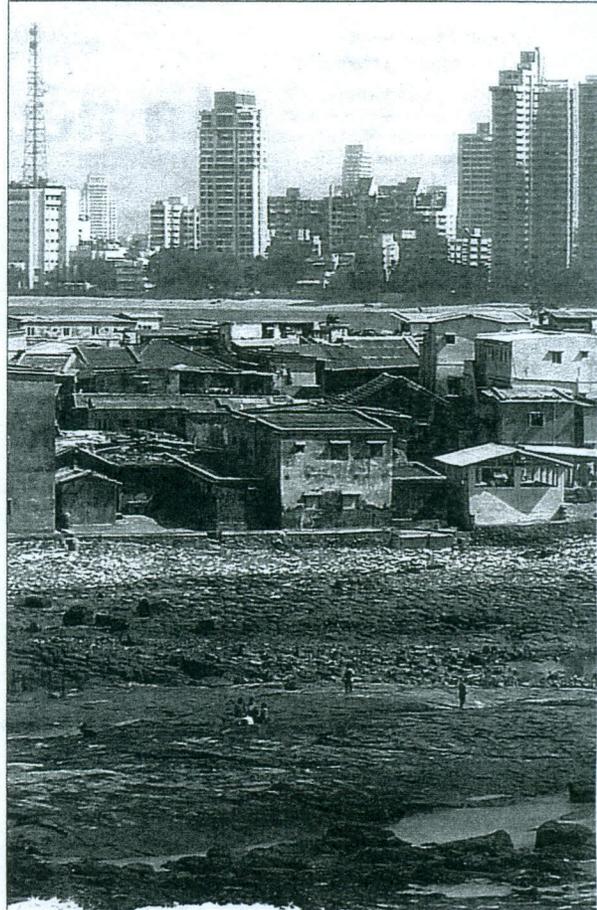
Die gestiegenen Bedürfnisse verdeutlichen sich am auch im vergangenen Jahr wieder um acht Prozent gewachsenen Stahlverbrauch. Dank der großen Nachfrage durch die Automobilindustrie sowie den Infrastruktursektor stieg er von 38 auf 41 Millionen Tonnen an. Die Produktion legte ihrerseits um 3,5 Prozent auf 44 Millionen Tonnen zu.

Möglichkeiten für ausländische Unternehmer und Investoren

Das hochtechnologische Land hat auf der anderen Seite aber auch noch viele Probleme zu lösen. Nicht nur die Bürokratie und die vielen Entscheidungsebenen erschweren so manche ausländische wirtschaftliche Initiative. Auch fehlt es Indien am nötigen Geld, um seine Infrastrukturen zu modernisieren und hauptsächlich sein Straßennetz für die wachsende Mobilität vorzubereiten. Woraus sich auf der anderen Seite aber wieder Möglichkeiten für ausländische Unternehmer und Investoren ergeben.

Wie Luxemburg sich in diesen Prozess einbringen kann, war auch Bestandteil der Wirtschaftsmission, die das zuständige Ministerium zusammen mit der Handelskammer nun bereits zum wiederholten Mal in Indien durchführte. Auch wurden durch Gespräche auf höchster Ebene die politischen und wirtschaftlichen Beziehungen des kleinen Großherzogtums zum flächenmäßig 2 400 Mal größeren Subkontinent gepflegt und verstärkt. Hauptanliegen des zuständigen Ministers in Indien aber war es vom 10. bis 14. Januar, nationalen Unternehmen den Weg dorthin aufzuzeigen, „wo in Zukunft die Musik spielt“.

Neben China und dem südostasiatischen Raum gehört auch Indien zu den Regionen auf der Weltkarte, in denen der Wirtschaft



Die zwei Gesichter des indischen Subkontinents: Den Hochhäusern als Symbole von

in den kommenden Jahrzehnten hohe Wachstumsraten vorausgesagt werden. Die sich hier bietenden Möglichkeiten dürfen Jeannot Krecké zufolge nicht verspielt werden.

Von großem Nutzen für die bilateralen Handelsbeziehungen sind mehrere zwischenstaatliche Verträge. Seit dem 1. Januar ist das am 2. Juli 2008 unterzeichnete Abkommen zur Verhinderung von Doppelbesteuerung in Kraft. In Indien wird es ab 1. April Gültigkeit haben. Im Rahmen der Wirtschaftsmission hat Etienne Reuter, Regierungsrat im Finanzministerium, zudem in Mumbai ein Rahmenabkommen zur Zusammenarbeit des indischen ECGC mit dem luxemburgischen „Office du Ducroire“ unterzeichnet. Noch ratifiziert werden muss ein Vertrag über Soziale Sicherheit vom 20. September 2009.

Drei Metropolen und drei gutbesuchte Seminare

Dass bei Reisen dieser Art auch der Wirtschaftsstandort und der Finanzplatz vorgestellt und ins rechte Licht gerückt werden, versteht sich am Rande. In drei Metropolen zeigten Seminare unter dem Motto „India - Luxembourg: A Joint Venture for Mutual Benefit“ geladenen indischen Unternehmern die sich im Herzen Europas bietenden Möglichkeiten einer fruchtbaren Zusammenarbeit.

Erste Station war die Hauptstadt New Delhi mit ihren acht Millionen

Einwohnern und ihren schier unüberwindbaren Kontrasten: Während in der kolonialen Neustadt mit modernen Hochhäusern das Geschäftsleben boomt, ist in der Altstadt mit ihren Basaren und ungezählten Menschen, die sich mit einem täglichen Einkommen von weniger als einem Euro regelrecht durchs Leben schlagen müssen, die Armut an der Tagesordnung.

Auch Kolkata, einst Zentrum der britischen Kolonie und mit 13 Mio. Einwohnern immer noch die größte Stadt, bildet dabei keine Ausnahme. Die Metropole an der Grenze zum östlichen Nachbarn Bangladesch wurde zum ersten Mal von Mitgliedern einer Wirtschaftsmission besucht.

Mumbai, 1700 Kilometer von Kolkata entfernt an der indischen Westküste gelegen, bildete den Abschluss des reiseintensiven Programms. Bereits beim Landeanflug präsentieren sich der Aufbruch in eine neue Zeitrechnung und die nach wie vor ungelöste Vergangenheit besonders eindrucksvoll und nachhaltig: Während an der Küste die Hochhäuser des Wohlstands weiter in den Himmel zu wachsen scheinen, breiten sich gleichzeitig die Slums der Ärmsten der Armen weiter aus. Diese traurige Realität des indischen Alltags konnten auch der Sonnenschein und die angenehmen Temperaturen von annähernd 30 °C nicht verschönern.

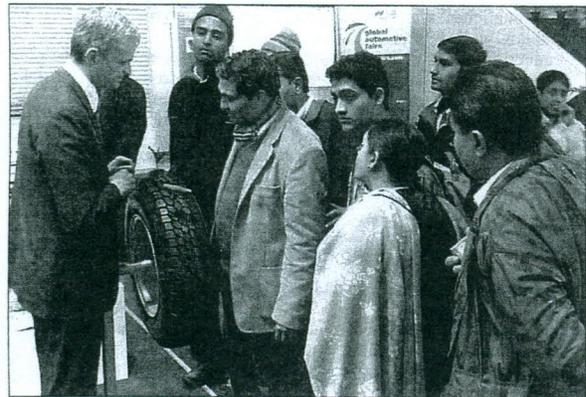
Zusammen mit dem luxemburgischen Botschafter in New Delhi, Marc



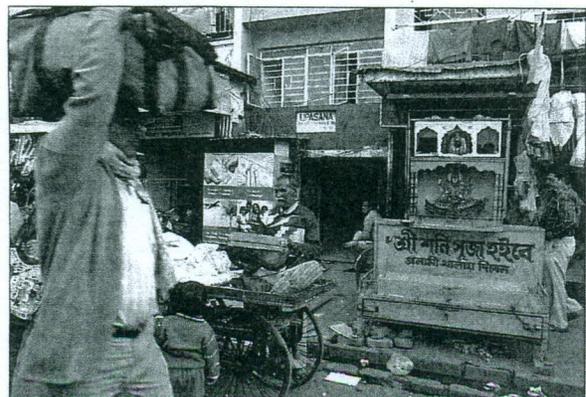
Mit dem „Gate of India“ am alten Hafen in Mumbai begrüßte die britische Kolonialmacht einst ihre Gäste. Heute kann das 24 Meter hohe Tor durchaus als Symbol der Begrüßung für neue Investoren verstanden werden.



Politische Gespräche: Neben dem Minister für Erneuerbare Energien traf Jeannot Krecké (auf unserm Bild zusammen mit Botschafter Marc Courte) auch den für Erdöl und Gas zuständigen Minister Murli Deora, um in New Delhi die ausgezeichneten Beziehungen Luxemburgs zu Indien zu stärken.



Kontakte mit Verbrauchern und Produzenten: Die „Auto Show 2010“ bot den teilnehmenden luxemburgischen Unternehmern gute Gelegenheiten, mit potenziellen Partnern ins Gespräch zu kommen. (FOTO: MARC WILLIÈRE)



Mit kleinen Geschäften schlagen sich viele Inder mehr schlecht als recht durchs Leben.

Stück weiter für Luxemburg geöffnet

Großherzogtums abgeben und seinen Unternehmern die wirtschaftlichen Möglichkeiten auf dem Subkontinent aufzeigen



Wirtschaftswachstum und Wohlstand sind in Mumbai die Hütten der Ärmsten der Armen vorgelagert. (FOTO: MARC WILLIÈRE)

Courte, sowie dem Fedil-Präsidenten Robert Dennewald stellte Wirtschaftsminister Jeannot Krecké an drei aufeinanderfolgenden Tagen den Wirtschaftsstandort Luxemburg aus unterschiedlichen Perspektiven in Wort und Bild vor. Die politische und soziale Stabilität, die gut ausgebildeten und mehrsprachigen Arbeitnehmer, die angepassten Infrastrukturen, die guten Verbindungen über die Straße, über die Schiene und durch die Luft sowie letztlich die attraktiven gesetzlichen und steuerlichen Rahmenbedingungen machten aus Luxemburg „the best place to do business“.

Den Indern wurde das Großherzogtum u. a. als Plattform für Europageschäfte sowie als logistischer Standort empfohlen – im Umkreis von 500 Kilometern werden 40 Prozent des europäischen Bruttoinlandsprodukts erwirtschaftet. Sozusagen als Gegenleistung könnten luxemburgische Unternehmen in Indien beim weiteren Aufbau des Landes mithelfen, wo in den nächsten Jahren die Zahl der Einwohner im arbeitsfähigen Alter weiter ansteige, während gleichzeitig in Europa die Zahl der Rentner zunehmen würde.

Indien war aber auch das erste „Testland“, wo die neuen Filme zur Förderung nicht nur des Wirtschaftsstandorts nach der offiziellen Vorstellung von vergangener Woche gezeigt wurden. Die durch ihn besonderen an die Musik ange-

passten Schnitt ins Auge stehenden Filme fanden Gefallen beim Publikum, verpassten sie doch den Textbeiträgen einen bunten Farbtupfer.

„Auto Show 2010“ in New Delhi und weltweite Messepräsenz

Was luxemburgische Unternehmen konkret zu bieten haben, was auch dem indischen Markt zugute kommen kann, zeigten fünf Zulieferbetriebe auf der wichtigen Automobilmesse „Auto Show 2010“ in New

Delhi. Unter 2100 Ausstellern aus 30 Ländern präsentierten Arcelor Mittal, Ceratizit, CTI Systems, IEE und VIP Products vom 5. bis 11. Januar auf einem gemeinsamen Stand ihre Produkte für den boomenden indischen Automarkt.

Die „Auto Show“ in Delhi war die erste bedeutende Ausstellung auf der Welt, wo Luxemburg mit einem eigenen Pavillon verstärkt Präsenz und die Marke „Luxemburg“ in einem einheitlichen Look zeigte. Auch bei anderen ähnlichen Anläs-

sen – auf insgesamt 12 Messen tritt das Großherzogtum jährlich auf – sollen fortan die Aufmachung des Standes und der Werbebroschüren immer dasselbe Erscheinungsbild haben.

Der Wiedererkennungswert soll daneben durch eine regelmäßige Präsenz gewährleistet werden. Es bringe nichts, so Jeannot Krecké, nur einmal mit einem luxemburgischen Stand zu einer Messe zu kommen oder ein Land nur einmal mit einer Wirtschaftsdelegation zu besuchen. Nur durch regelmäßige Auftritte sei es möglich, sich einen Namen zu machen und das Interesse am nationalen Standort wachzuhalten.

Einmalige Chancen unterschiedlich genutzt

Die fünf – von über 30 möglichen – Aussteller der „Auto Show“ aus Luxemburg ließen die ihnen in der Hauptstadt des 1,2-Milliarden-Volkes gebotene Gelegenheit nicht ungenutzt, sich binnen einer Woche etwa zwei Millionen Besuchern vorzustellen und Kontakte zu lokalen Partnern zu knüpfen. Der Wirtschaftsminister lobte dann auch ausdrücklich ihren Mut, sich auf neuen Märkten nach neuen Absatzmöglichkeiten für ihre Produkte umzusehen. Es wird damit gerechnet, dass der jährliche Autoabsatz in Indien in absehbarer Zeit von 600 000 auf zwei Millionen steigen wird.

Im selben Atemzug tadelte Jeannot Krecké die anderen in Luxemburg ansässigen Zulieferbetriebe der Automobilindustrie, diese Chance nicht genutzt zu haben. Sein Ministerium könne nur zusammen mit der Luxemburger Botschaft und dem nationalen

„Trade and Investment Office“ in New Delhi sowie mit der Unterstützung des „Board of Economic Development“ und von „Luxembourg for Business“ günstige Rahmenbedingungen schaffen. Sich bewegen, vor die Haustür treten und sich anschauen, was anderswo auf der Welt läuft, und neue Ideen entwickeln, müssten die Unternehmen aber noch immer selbst.

Dass Mut und Initiativeveigle durchaus belohnt werden, wurde in der Hauptstadt Delhi am Beispiel von Paul Wurth sowie in Kolkata am Beispiel von Ceratizit eindringlich veranschaulicht (siehe Seite 74).

Ziele erreicht und auf sich aufmerksam gemacht

Primäres Ziel der Mission, für die der Minister und seine Delegation über 16 000 Kilometer in mehr als 20 Stunden in Flugzeugen zurücklegten (von den dazwischen in Staus verbrachten Stunden nicht zu sprechen), war es, „das Land Luxemburg zu verkaufen“. Dass die Reise keine konkreten Resultate erbringen und der Minister auch keine neuen indischen Betriebe mit nach Luxemburg bringen würde, hat Jeannot Krecké zufolge von vorneherein feststanden. Dennoch sagte sich der Minister kurz vor seiner Abreise sehr zufrieden mit der Zahl und der Art der geknüpften Kontakte. Die Vorgabe, den mitgereisten Unternehmern Land und Leute in Indien sowie das Geschäftsumfeld und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten vorzustellen, wurde erreicht. Auch habe es das Großherzogtum geschafft, auf sich aufmerksam zu machen und Indien für das Potenzial in und mit Luxemburg zu sensibilisieren. Durch die drei gutbesuchten Seminare wurde erreicht, so der Wirtschaftsminister, dass indische Firmen in Zukunft auch an Luxemburg denken, wenn sie über eine Niederlassung in Europa nachdenken.

Seinen Schritt, sich in Luxemburg zu etablieren, habe z. B. Hindalco/Novelis nicht bereut. Das Unternehmen, das weltweit 100 000 Mitarbeiter zählt, fühle sich sehr wohl an seinem Standort in Düdilingen. Neben der Automobilindustrie sieht Krecké besonders gute Möglichkeiten für zwei luxemburgische Unternehmen in den Bereichen Trinkwasseraufbereitung und Abwasserbehandlung sowie Transport und Lagerung von Medikamenten und Blutkonserven bei konstanten Temperaturen. Und auch die nationale Fondsindustrie könne Interesse an Indien haben, da die unumgänglichen Infrastrukturprojekte enormen Finanzierungsbedarf mit sich bringen.

Die Mission hat es geschafft, das Tor zu Indien ein Stück weiter zu öffnen. Dass der Minister dies in Mumbai, nur wenige Meter von legendären „Gate of India“ entfernt, sagte, gab seiner Aussage noch mehr Ausdruckskraft. Von interessanten Kontakten, die aber noch keineswegs zu irgendwelchen Schlussfolgerungen Anlass geben, sprachen auch einzelne Teilnehmer aus Luxemburg.

Dennoch ist sich J. Krecké bewusst, dass damit die Arbeit noch nicht abgeschlossen ist. Aus den an vier Tagen auf dem Subkontinent gesammelten Erfahrungen müssen jetzt die richtigen Konsequenzen gezogen werden, damit die wirtschaftlichen Beziehungen zu Indien, wo 18 Prozent der Weltbevölkerung leben, auch tatsächlich den erhofften Aufschwung zum beiderseitigen Nutzen bringen.



Nicht nur für den Standort Luxemburg haben Minister Jeannot Krecké, Botschafter Marc Courte und Fedil-Präsident Robert Dennewald in den drei wichtigen Wirtschaftszentren New Delhi, Kolkata und Mumbai geworben. Sie versuchten gleichzeitig, luxemburgischen Unternehmen den Weg nach Indien zu ebnet. (PHOTOS: SIP/LUC DEFLORENNE)