

Auf der Suche nach neuem Wachstum



Christian Müller

Diese Woche wird eine Luxemburger Wirtschaftsdelegation nach Südkorea und nach Japan reisen. Angeführt wird sie von Erbgroßherzog Guillaume und seiner Frau Stéphanie. Ziel der Mission ist das Knüpfen von neuen Wirtschaftskontakten.

Luxemburg will, dass seine Wirtschaftsleistung weiter wächst. Nur so kann das Land über neue, höhere Steuereinnahmen verfügen. In der Praxis bedeutet das, dass zumindest einige Luxemburger Betriebe mehr produzieren und exportieren müssen. Alternativ können auch neue Investoren ins Land gelockt werden.

Um dieses Ziel zu erreichen, versucht Luxemburg, seine Wirtschaftsbeziehungen mit den Weltregionen auszubauen, die – im Gegensatz zu Europa – noch gute Wachstumsraten haben. So steht als erstes Ziel die Hauptstadt der Republik Korea, Seoul, auf dem Reiseplan.

Noch in den 60er Jahren zählte Südkorea zu den ärmsten Ländern der Welt. Mit einer konsequent durchgeführten Exportstrategie hat sich das Land in wenigen Jahrzehnten zu einer wohlhabenden Industrienation entwickelt. Dazu beigetragen haben große Mischkonzerne wie Samsung, Hyundai, Daewoo, LG oder Kia.



Foto: Miyoshi Ota / Bloomberg

Tokio, Hauptstadt der drittgrößten Volkswirtschaft der Welt

15.-größte Volkswirtschaft

Heute ist das Land mit seinen 50 Millionen Einwohnern die 15.-größte Volkswirtschaft der Welt. Und die Wirtschaft wächst noch weiter: Letztes Jahr wuchs sie um 2,8 Prozent – dieses Jahr wird ein Zuwachs von 3,9 Prozent erwartet. Die Arbeitslosenquote liegt in Korea bei beneidenswerten 3,1 Prozent.

In Japan ist die ökonomische Lage deutlich schwieriger als in Korea. Das Land mit seinen 127 Millionen Einwohnern versucht gerade, eine zwei Jahrzehnte dauernde Stagnation seiner Wirtschaft zu überwinden. Erschwert wird der Versuch durch eine schrumpfende Bevölkerung (seit 2005) und durch eine Staatsverschuldung, die bei über 200 Prozent der Wirtschaftsleistung liegt (also deutlich höher als in Griechenland ist).

Trotz der Schwierigkeiten ist Japan – nach den USA und China

– immer noch die drittgrößte Volkswirtschaft der Welt. Und es ist – nach China – der zweitwichtigste Handelspartner der Europäischen Union (und auch von Luxemburg) in Asien. Zudem kann das Land immer noch mit seiner technologischen Innovationsfähigkeit überzeugen. Wie in Korea liegt die Arbeitslosigkeit in Japan – für europäische Verhältnisse – bei beneidenswert niedrigen vier Prozent.

Mit beiden Ländern unterhält Luxemburg bereits exzellente politische und wirtschaftliche Beziehungen. Koreanische und japanische Konzerne sind in Luxemburg aktiv, und Luxemburger Unternehmen sind auch in Japan und Korea gut vertreten.

Die Zielregion ist nicht neu für den Erbgroßherzog. Zuletzt war er im Jahr 2011 mit dem damaligen Wirtschaftsminister Jeannot Krecké und einer Wirtschaftsdelegation in beiden Ländern zu Besuch.

Daneben ist Südkorea eines der wenigen Länder, in denen Lu-

xemburg schon militärisch aktiv war. Insgesamt 85 Freiwillige aus dem Großherzogtum kämpften im Koreakrieg (1950) auf der Seite des Südens. Zwei verloren ihr Leben, 13 kamen mit Verletzungen zurück.

„Exzellente Beziehungen“

Auch Luxemburgs Beziehungen mit Japan sind ausgezeichnet. So erzählte Atsuko Nishimura, seit Mai Japans Botschafterin in Luxemburg, letzte Woche im Rahmen eines Empfangs für die Teilnehmer der Mission: „Ich stehe vor einer großen Herausforderung hier in Luxemburg. Wie verbessert man Beziehungen, die bereits exzellent sind?“

Ähnlich sah es auch Luxemburgs Wirtschaftsminister Etienne Schneider: „Die politischen Beziehungen sind exzellent.“ Im Bereich der Wirtschaftsbeziehungen sieht er jedoch noch Po-

Die Teilnehmer

Als Begleiter von Erbgroßherzog Guillaume und seiner Gattin Stéphanie werden Luxemburgs Vize-Premier- und Wirtschaftsminister Etienne Schneider sowie Transportminister François Bausch mit nach Korea und Japan reisen. Mit von der Partie sind auch eine ganze Reihe Vertreter von Ministerien sowie von Wirtschaftsverbänden (beispielsweise Fedil, Handels-

kammer, Luxembourg for Business, die Union commerciale de la ville de Luxembourg, das Logistik-Cluster und Luxinnovation). Teilnehmer werden außerdem rund 60 Vertreter von 30 Luxemburger Unternehmen (beispielsweise Cargolux, Cebi International, CTI Systems, EBRC, IEE, Post, SES und Firmen aus der Filmbranche).

cm

tenzial nach oben. Der Warenhandel zwischen Luxemburg und Japan bzw. Korea ist auf einem relativ hohen Niveau: Allein zwischen Japan und Luxemburg betrug er letztes Jahr über 200 Millionen Euro. Dabei exportiert Japan jedoch deutlich mehr Pro-

dukte nach Luxemburg (146,6 Millionen Euro im Jahr 2013) als umgekehrt.

Nimmt man aber den Handel mit Dienstleistungen (1,4 Milliarden Euro im Jahr 2012) mit in die Rechnung auf, dann erwirtschaftet Luxemburg einen klaren Überschuss. Eine wichtige Rolle hierbei spielen die Luxemburger Investmentfonds: Sie sind die Nummer zwei bei den in Japan verkauften ausländischen Investmentfonds. Der Finanzplatz nimmt an dieser Wirtschaftsmission nicht teil. Er hat seinen eigenen Kalender in dieser – für sein Geschäft – so wichtigen Weltregion.

Mit dabei ist aber das Luxemburger „Office national du tourisme“ (ONT). „Luxemburg muss in dieser Region mehr Visibilität erhalten“, so der ONT in einer Pressemitteilung. Immerhin stehe der Tourismus in Luxemburg für 6,5 Prozent der Wirtschaftsleistung und für 8,7 Prozent der Beschäftigten. Und europaweit verbuchten Touristen aus Asien derzeit die höchsten Zuwachsraten.

So sei die Zahl der Koreaner, die ins Ausland reisten, mit 13 Millionen im Jahr 2007 derzeit doppelt so hoch wie noch im Jahr 2001. Die Branche hofft also auch auf zusätzliches Wachstum aus Asien.



Foto: Seong Joon Cho / Bloomberg

Blick über die 10-Millionen-Metropole Seoul