



Escalade de mauvaises nouvelles

La semaine sur les bourses européennes. Page 50

Kein Mut zu neuen Rekorden

Die Woche an der Wall Street. Seite 50



ESM-Chef zweifelt an direkten Bankenhilfen

Berlin/Brüssel. ESM-Chef Klaus Regling ist skeptisch, ob Pläne für direkte Hilfszahlungen an Banken aus dem Eurorettungsfonds umgesetzt werden. „Es gibt mehrere Staaten, in denen sich die Begeisterung über eine direkte Bankenrekapitalisierung durch den ESM in engen Grenzen hält“, sagte Regling der „Wirtschaftswoche“. Eine Entscheidung über die Ausgestaltung müsse aber einstimmig fallen. „Ich kann daher noch nicht mit 100-prozentiger Sicherheit sagen, ob es dieses neue Instrument geben wird.“ Auch Regling selbst äußerte Bedenken. „ESM-Gelder, die in die Bankenrettung fließen, schränken die Kreditvergabe Kapazität für hilfsbedürftige Staaten ein.“ Sollte es zur direkten Bankenrekapitalisierung ohne eine Obergrenze kommen, hätte dies seinen Worten zufolge auch negative Folgen für das ESM-Rating. „Unser Rating würde negativ beeinträchtigt, weil die Bankenrekapitalisierung am Markt als riskanter wahrgenommen wird als Darlehen an Staaten“, sagte Regling. „Wir wollen unser gutes Rating und unsere Kreditvergabe Kapazität behalten.“ (dpa)

Lenovo will in Westeuropa ins Handygeschäft

Berlin. Der chinesische Computer-Konzern Lenovo peilt für das kommende Jahr den Einstieg in den Handy-Markt in Westeuropa und den USA an. Das kündigte Lenovo-Chef Yang Yuanqing nach einem Bericht der „Wirtschaftswoche“ an. Bisher verkauft der PC-Spezialist Lenovo Mobiltelefone in einigen Wachstumsmärkten in Asien und hat bereits eine starke Position bei Smartphones im Heimatmarkt China. Im PC-Geschäft ist Lenovo auf Kurs, den langjährigen Marktführer Hewlett-Packard zu entthronen. Allerdings ist der weltweite PC-Markt am Schrumpfen, während der Absatz von Smartphones und Tablets boomt. Lenovo nimmt bei PCs anderen Anbietern Marktanteile weg, muss auf lange Sicht aber bei mobilen Geräten erfolgreich werden. Chinesische Hersteller sind auf dem Vormarsch im Smartphone-Geschäft. (dpa)

Tourismus: Griechenland rechnet mit Rekordjahr

Athen. Die Touristikbranche im krisengeplagten Griechenland rechnet 2013 mit einem Rekordjahr. Der Verband der Fremdenverkehrsunternehmen SETE geht Medienberichten zufolge in diesem Jahr von über 17 Millionen ausländischen Gästen aus – das wären mehr als je zuvor. Im vergangenen Jahr war die Zahl der Besucher aus dem Ausland deutlich auf 15,5 Millionen gesunken, 2011 waren es 16,4 Millionen Gäste. (dpa)

Web-Agenturen und ihr Einfluss auf die wirtschaftliche Entwicklung

Internet „made in Luxembourg“

Eindrücke aus einem innovativen Geschäftsfeld mit anhaltend großen Wachstumspotenzialen

VON CHRISTOPH BUMB

„Im Internet liegt die Zukunft“: Für keine Branche ist dieser Satz wohl so wahr wie für die Internetbranche selbst. In Luxemburg gibt es mehr als 30 000 Unternehmen, von denen die meisten im „World Wide Web“ präsent sind. Hinzu kommen Hunderte Vereine und Organisationen, die im ureigenen Interesse auf einen professionell gestalteten Internetauftritt angewiesen sind. An dieser Stelle kommen Unternehmen wie „e-connect“ oder „Valain“ ins Spiel, die aus der konstanten Nachfrage nach hochwertigen Webseiten ein überaus erfolgreiches Geschäftsmodell gemacht haben.

Laut Statec sind 78 Prozent der Unternehmen in Luxemburg in eigener Sache im Internet präsent. Zum Vergleich waren es 2005 noch 64 Prozent, die über eine eigene Webseite verfügten. Was die angebotenen Inhalte betrifft, beschränken sich 40 Prozent davon auf eine Präsentation ihrer Produkte. Ganze 38 Prozent publizieren Stellenangebote online und 22 Prozent verfügen über eine Bestellfunktion für ihre Waren oder Dienstleistungen. Das Wachstum von geschäftsmäßigen Internetauftritten schlägt sich nicht zuletzt bei jenen Unternehmen nieder, die ihr Geschäft mit der Gestaltung von Webseiten machen. So auch das Internet-Unternehmen „e-connect“ mit Sitz in der hauptstädtischen Hollericher Straße. Im Jahr 2000 im Zeichen der „Dotcom-Blase“ gegründet, hat sich die Web-Agentur zu einem der großen „Player“ in der hiesigen Branche entwickelt.

Ihr Metier ist die professionelle Gestaltung, Entwicklung und Verwaltung von Webseiten. Zu ihren Kunden zählen Firmen oder Vereinigungen wie die „Chambre des métiers“ sowie institutionelle Seiten wie das „Office national de tourisme“ oder die Stadt Luxemburg. Und auch Gemeinden legen die „Relaunches“ ihrer Webseiten in die Hände von „e-connect“.



Laut Tom Turping von „e-connect“ ist eine gute Webpräsenz für Unternehmen „überlebenswichtig“. (FOTOS: A. ANTONY)

„Es geht nicht nur ums Aussehen, sondern um die Funktionalität und Benutzerfreundlichkeit“, sagt Tom Turping, „Managing Partner“ von „e-connect“. Sein Unternehmen wolle einen „echten Mehrwert“ für seine Kunden erzielen. Dabei gehe die Entwicklung weg vom „einfachen“ Webdesign nach bestimmten Kundenvorgaben hin zu Beratung, zielgruppengerechter Gestaltung und langfristiger Entwicklung eines Web-Konzepts. „Wir liefern das Rundum-Sorglos-Paket“, so Turping im Hinblick auf die angebotene Produktpalette.

Priorität für Luxemburger Markt

Die gleiche Entwicklung stellt auch Alain Fontaine, Gründer und Chef von „Valain S.A.“, fest. Mit einer Web-Agentur in Wiltz und einer Beratungsfirma in Strassen hat sich der Unternehmer entsprechend gut aufgestellt. Während die Web-Agentur laut Fontaine günstige „08/15-Lösungen“ für kleinere Betriebe anbietet, befasst sich sein

Team als Berater mit größeren, technisch anspruchsvollen Projekten. Zudem bietet „VA Consulting“ Weiterbildungen für Webdesign-Spezialisten an.

Als einer der ersten Anbieter in Luxemburg brachte „e-connect“ vor drei Jahren sein selbst entwickeltes „Content Management System“ (CMS) auf den Markt. „Quilium“ sei zu 100 Prozent „made in Luxembourg“, betont Turping. Sein Vorteil bestehe in der für den lokalen Markt so wichtigen, standardisierten Mehrsprachigkeit. In der Orientierung auf den lokalen Markt sieht Turping dann auch das eigentliche Alleinstellungsmerkmal von „e-connect“. „Mir schwätzen und Lätzbeuergesch“ steht auf der eigenen Webseite; ein Motto, dem sich Turping und seine Mitarbeiter nicht ohne Stolz verbunden fühlen.

Die Entwicklung der vergangenen Jahre gibt Turping recht. Anfangs war sein Unternehmen noch ein Vier-Mann-Betrieb. Heute beschäftigt „e-connect“ insgesamt zwölf feste Mitarbeiter. Hinzu kommen einige externe Berater und Zuarbeiter, etwa aus dem Bereich der für Unternehmensseiten immer wichtigeren, vorteilhaften Positionierung in Internet-Suchmaschinen – Stichwort: „Search Engine Optimisation“ (SEO).

Das Wachstum der Branche ist laut Turping auch nicht von der ansonsten sehr präsenten Krisenstimmung betroffen. Allerdings sei schon erkennbar, dass viele Kunden limitierte „Krisenbudgets“ haben, was aber auch nicht schlecht sein muss. „Wenn man mehr aufs Geld guckt, kommt das unserem Anspruch sogar entgegen“, so Turping. Auch Alain Fontaine kann es sich mittlerweile leisten, vor allem

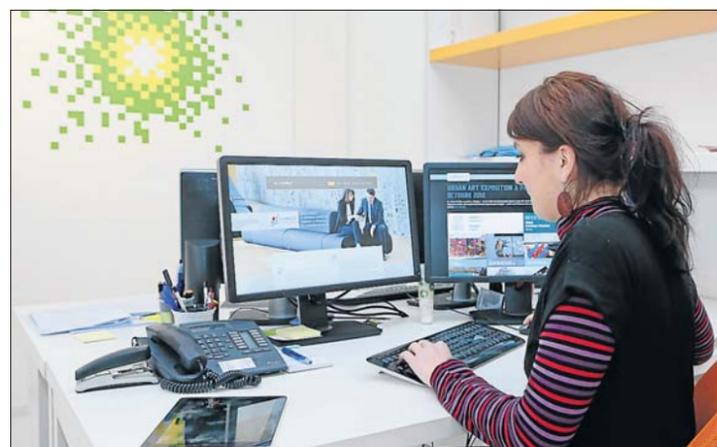
langfristig interessierte Kunden zu beraten. Um diese Kunden zufriedener zu stellen, sei allerdings ein anderes Know-How und viel mehr Aufwand notwendig.

Mittlerweile herrsche auf dem Markt auch eine „riesige Konkurrenz“, gibt der Unternehmer zu bedenken. „Wenn man ehrlich ist, können heute bereits begabte Studenten für wenig Geld sehr gute Webseiten gestalten.“ Wenn es jedoch um anspruchsvollere Kunden geht, seien viel spezifischere Bedürfnisse und auch ganz andere Budgets im Spiel.

Sichtbarkeit im Web immer wichtiger

Was die wirtschaftliche Bedeutung des Internets betrifft, so sind sich beide Unternehmer einig, dass nach wie vor ein enormes Potenzial existiert. Das Geschäft mit dem Netz sei immer noch eine „Branche der Zukunft“. Gut gestaltete Webauftritte und damit eine hohe Sichtbarkeit und „Awareness“ seien für viele Unternehmen „geradezu überlebenswichtig“, sagt Turping. „Wer im Netz nicht präsent ist, von dem wird nicht gesprochen und der bekommt dies unter Umständen auch wirtschaftlich massiv zu spüren.“ Dies habe sich aber noch nicht wirklich in allen Chefetagen Luxemburger Unternehmen herumgesprochen, stellt der engagierte Web-Unternehmer fest.

Eine professionelle Präsenz im Netz sei mittlerweile „so wichtig wie ein Telefonanschluss“, sagt auch Fontaine. „Kunden suchen heutzutage oft schon mit ihrem Smartphone nach Anbietern und wer nicht leicht oder sogar gar nicht auffindbar ist, hat ein akutes wirtschaftliches Problem.“



Eine Mitarbeiterin von „e-connect“ bei ihrer alltäglichen Arbeit.