

„Made in Luxembourg“ lockt Kunden

Schwarze Krone auf weißem Grund zielt, was aus Luxemburg kommt

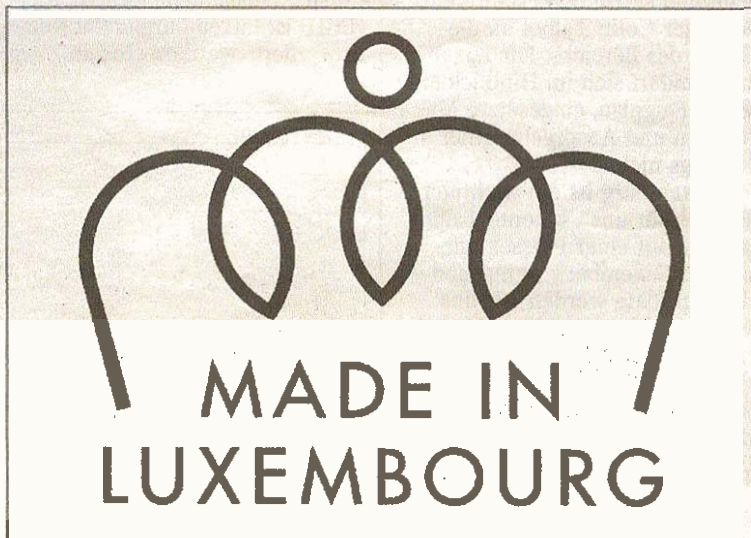
VON CORDELIA CHATON

Schuhe aus China, Klebstoff aus Indien und Erdnüsse aus dem Irak: Oft fehlt hiesigen Verbrauchern ein Bezug zu den Produkten. Das Label „Made in Luxembourg“ soll Vertrauen schaffen. Schließlich vergibt es die Handelskammer seit 22 Jahren für alles, was im Lande hergestellt wird.

Wer Dinge aus dem eigenen Land kauft, hat mehr Vertrauen in deren Qualität. Das trifft auf Joghurt und Senf ebenso zu wie auf Software oder Armaturen. Deshalb gibt es das Label „Made in Luxembourg“ mit einer schwarzen Krone auf weißem Grund. „Die meisten Unternehmen; die das Label wollen, rufen an oder senden eine Mail“, sagt Edith Stein. Sie ist „Conseiller“ in der internationalen Abteilung der Luxemburger Handelskammer. Dann geht sie hin und spricht mit den Herstellern oder Dienstleistern. Denn die Krone wird nur für Produkte oder Dienstleistungen vergeben, die in Luxemburg hergestellt werden. „Wenn jemand beispielsweise Schokoladenrohmasse hier zu Pralinen verarbeitet, dann erhält er es auch“, erklärt Stein die Grenzen der ~~substantziellen Weiterverarbeitung~~. Gibt sie ihr Okay, dann darf das Herkunftslabel nach einer einmaligen Zahlung von hundert Euro auf der Ware prangen.

Entwickelt wurde es nach dem Muster von Erfolgsstempeln wie „Swiss made“ oder „Made in Germany“ 1984. Damals ergriff der Außenminister gemeinsam mit der Handels- und der Handwerkskammer die Initiative. Zu jener Zeit assoziierte sich Luxemburg für seine Wirtschaftsmissionen immer noch mit anderen Ländern. Durch das Herkunftszeichen sollten Luxemburger Produkte im Ausland bekannter gemacht werden, auf der anderen Seite sollten hiesige Verbraucher ihre heimischen Produkte leichter erkennen.

„Das Label trägt auch einem Trend zum Lokalen Rechnung“, stellt Stein fest. So führe die Supermarktkette „Cactus“ bewusst regionale Produkte. „Für eingesessene Unternehmen wie Luxlait ist das Vertrauen der Verbraucher



Das Label macht seit 22 Jahren Luxemburger Produkte bekannt.



„Chinesen wollen wissen, wo Luxemburg liegt“, erzählt Edith Stein, die Aspiranten für die Handelskammer prüft. (FOTO: MARC WILWERT)

wichtig“, weiß Stein. Nach etlichen Skandalen im Lebensmittelbereich gelte dies umso mehr. „Luxemburg wird wie die Schweiz mit Seriosität gleich gesetzt“, sagt Stein. „Deshalb hat das Label auch bei den belgischen Nachbarn einen Zusatzwert beim Verkauf, belgische Supermärkte achten darauf, solche Waren anzubieten.“

Bislang führen 167 Unternehmen das Label. „Vom Stahlhersteller Arcelor bis zur kleinen Schokolaterie ist alles dabei“, freut sich

Stein. „Entscheidend ist weniger die Größe des Unternehmens als dessen Lust, zu exportieren.“ In China erregte das Label schon Neugierde. „Die wollten wissen, wo Luxemburg liegt“, erzählt die Label-Expertin.

In den vergangenen Jahren verzeichnete sie viele Anfragen von Software-Betrieben. „Die arbeiten häufig für kleinere und mittlere Unternehmen – und denen ist das Label wichtig“, erzählt sei. Nicht zuletzt deshalb hätten einige Unternehmen der Branche eine Niederlassung in Luxemburg eröffnet. Traditionell verlangen oft Hersteller von Esswaren nach dem Label; in diesem Bereich ist Vertrauen besonders wichtig. Aber dort gibt es auch andere Labels. Die 1932 kreierte „Marque Nationale“ beispielsweise, die sich auf den Nahrungsmittelbereich bezieht und streng kontrolliert wird. „HAFF“ ist ein Label für Fleischwaren, dazu kommen jene vom Naturpark Obersauer und Biolabel.

Anders als bestimmte Label für Qualität bezeichnet das „Made in Luxembourg“ die Herkunft. Das gilt nicht nur für Handelsunternehmen, sondern auch für Handwerksbetriebe. Laut Jeannette Muller, bei der Handwerkskammer zuständig für das Label, sind auch Handwerksbetriebe sehr am Mehrwert der Krone auf weißem Grund interessiert. Im Reigen der Label hat das „Made in“ längst seinen Platz gefunden.