

revue

Das Magazin für Lëtzebuerg

31/2025 – 80. Jahrgang

Herausgeber

Editions Revue S.A.

Administrateur délégué

Direktionsbeauftragter

Nic Nickels

Verlag und Redaktion

revue – De Magazin fir Lëtzebuerg

Belval Plaza I

7, avenue du Rock'n'Roll

L-4361 Esch/Alzette

Tel: +352 49 81 81-1

www.revue.lu

revue@revue.lu

Chefredakteur

Eric Hamus (eric.hamus@revue.lu)

Stellvertretende Chefredakteure

Hubert Morang (hubert.morang@revue.lu)

Desislava Schengen (desislava.schengen@revue.lu)

Redaktion

Jérôme Beck (jerome.beck@revue.lu)

Heike Bucher (heike.bucher@revue.lu)

Marie-Claire Calado (marie-claire.calado@revue.lu)

Frank Goebel (frank.goebel@revue.lu)

Dario Herold (dario.herold@revue.lu)

Daniel Paulus (daniel.paulus@revue.lu)

Tania Feller (tania.feller@revue.lu)

Christian Weiler (christian.weiler@revue.lu)

Fotos

Tania Feller, Editpress

Coverfoto: Tania Feller

Karikaturist

Carlo Schneider

Verwaltung

Tanja Knebl (tanja.knebl@revue.lu)

Liette Peters (liette.peters@revue.lu)

Werbung

Liette Peters (liette.peters@revue.lu)

Tel.: 49 81 81-303

Anzeigenverkauf:

Editions Revue S.A.

7, avenue du Rock'n'Roll

L-4361 Esch-sur-Alzette

Tel: +352 44 44 33-1

revue@revue.lu

Abonnement

Abo-Hotline: +352 54 71 31 409, abo@revue.lu

Jahresabo revue + télérevue + autorevue: 159 €

Druck

Est Imprimerie, Moulins-lès-Metz, Frankreich



© 2025 – Editions Revue s.a. - Toute reproduction est interdite - Tous droits réservés - Des licences d'utilisation de droits d'auteur peuvent être obtenues auprès de luxor a.s.b.l (Luxembourg Organisation for Reproduction Rights) - www.luxor.lu

Doki Doki – Der Herzschlag Luxemburgs“, ist das Thema des luxemburgischen Pavillons auf der Weltausstellung in Osaka. Der Ausdruck bedeutet auf Japanisch das Geräusch eines Herzschlags. Der Pavillon ist futuristisch, nachhaltig und zeigt viel Technik, Innovation, Kultur und Wissenschaft. Angesichts der sozialen und wirtschaftlichen Herausforderungen in Luxemburg stellt sich jedoch die Frage, ob ein solcher Auftritt jetzt gerechtfertigt ist.

Die Antwort ist eindeutig ja. Ein eigener Pavillon sorgt für internationale Präsenz und Sichtbarkeit: Luxemburg kann sich auf globaler Ebene präsentieren, seine Kultur, Innovationen und Wirtschaftskraft zeigen und das Image des Landes stärken. Zudem eröffnet die Teilnahme neue Netzwerk- und Kooperationsmöglichkeiten. Die Weltausstellung bietet eine hervorragende Plattform, um Kontakte zu anderen Ländern und Unternehmen zu knüpfen, Partnerschaften zu fördern und neue Geschäftsmöglichkeiten zu erschließen. Diesen Weg nutzten bereits drei luxemburgische Handelsmissionen. Die letzten beiden fanden erst letzte Woche statt und wurden von Erbgroßherzog Guillaume sowie Ministerin Stéphanie Obertin begleitet. 94 Vertreter von 53 luxemburgischen Unternehmen knüpften in den Bereichen Raumfahrt, Technologie und Gesundheit wertvolle Kontakte vor Ort. Laut Carlo Thelen, Direktor der Handelskammer, sollen diese Kontakte keine „One-Shot“-Aktionen bleiben, sondern nachhaltige Effekte für die beteiligten Unternehmen beider Staaten haben. Das Programm im Luxemburger Pavillon trägt auch zur Förderung des Tourismus bei. In einer dreiteiligen Szenografie werden die Offenheit der Menschen, Zukunftstechnologien, Nachhaltigkeit sowie die Natur und Landschaft Luxemburgs präsentiert. Ziel ist es, die Besucher zu inspirieren, das Land selbst zu entdecken und zu erleben.

Die bisherigen Erfolge Luxemburgs bei der Expo belegen die positiven Ergebnisse: Seit Mitte April besuchten rund 167.000 Menschen den Pavillon, Tendenz steigend. Die „Expo Association“ stuft ihn als neuntbesten internationalen Pavillon ein, und ein japanisches Wirtschaftsmagazin platzierte ihn sogar auf den dritten Platz unter 155 Teilnehmern. Luxemburgs Engagement bleibt demnach nicht unbemerkt.

Eine hohe, aber lohnende Investition

Trotz aller Begeisterung sollten die Nachteile nicht außer Acht gelassen werden. Die Regierung investiert rund 30 Millionen Euro in das Projekt, die möglicherweise auch sinnvoll in Projekte im Inland eingesetzt werden könnten. Zudem könnte die Aufmerksamkeit bestimmter Zielgruppen nach der Expo nachlassen, und logistische Herausforderungen beim Aufbau, Betrieb und Abbau sind nicht zu unterschätzen. Hier wurden jedoch Lösungen gefunden, etwa durch Zusammenarbeit mit Experten vor Ort und durch die Wiederverwendung eines Teils des Pavillons in einem nahegelegenen Hotel.

Fazit: Trotz der Kosten und Herausforderungen bietet die Teilnahme in Osaka eine wertvolle Chance für Luxemburg. Sie ermöglicht, sich international zu positionieren, Netzwerke zu erweitern und das eigene Profil zu schärfen. Mit guter Planung und klaren Zielen können die Verantwortlichen den größtmöglichen Nutzen für das Land erzielen. ■



Desislava Schengen

Stellvertretende Chefredakteurin