

Lobbyarbeit für ein Drittel der Wirtschaft

American Chamber of Commerce in Luxembourg (AmCham) ist seit zehn Jahren aktiv

Die Zahlen sprechen für sich: Mehr als 250 Mitgliedsfirmen mit insgesamt rund 40 000 Beschäftigten werden von der amerikanischen Handelskammer in Luxemburg vertreten. Seit 2001 verzeichnet die AmCham somit ein rasantes Wachstum. Mehr als 70 Prozent der Mitglieder sind keine US-Firmen, sondern gehören anderen Nationalitäten an. Die multikulturelle Ausrichtung ist erklärte Grundphilosophie.

Nicht mit Feierlichkeiten, sondern mit ihrer ganz normalen Aktivität beging die AmCham das zehnte Jahr ihres Bestehens. Wobei „Normalität“ durchaus etwas Besonderes heißt: „Wir haben nur drei Festangestellte – reine Frauenpower – in der Geschäftsstelle, alles andere läuft ehrenamtlich“, beschreibt Chairman Paul-Michael Schonenberg die Fülle an Veranstaltungen, Meetings und Informationen, die von der AmCham als freiwilligem Zusammenschluss von Unternehmen aller Größenklassen geleistet wird. Vom global agierenden Branchenriesen bis zum Start-Up, der mit einer innovativen Geschäftsidee den luxemburgischen

Markt erobern will, reicht die Palette. Wohl alle in Luxemburg vertretenen Sektoren von Industrie, Dienstleistung und Handel sind dabei: „Wir können es nicht genau quantifizieren, aber wir gehen davon aus, dass wir gut ein Drittel der gesamten hiesigen Wirtschaft repräsentieren.“ Die AmCham gelte anerkanntermaßen unter allen internationalen Handelskammern als diejenige, die mit dem effizientesten Ressourcen-Einsatz die breiteste Wirkung erzielt, schildert der New Yorker die Einschätzung, die ihm in seiner europäischen Wahlheimat mitgeteilt wird. „Wir sind kein Debattierclub, wir arbeiten klar zielorientiert.“ Allein fünf fachspezifische Komitees dienen als Plattform für sachlichen Austausch der Mitglieder: Finanzen, Informationstechnologie, Human Resources, Steuern und Geschäftsentwicklung. Karitative Zwecke verfolgt das intensive Fundraising, das in Kooperation mit dem American Women's Club und der Organisation „The Network“ für Frauen im Business läuft. Hinzu kommen Publikationen wie ein regelmäßig erscheinendes Magazin und umfassende Kompendien in Buchstärke wie „Working in Luxembourg“ und „Why Luxem-

bourg?“, die als turnusgemäß aktualisierte Orientierungshilfe für Investoren und Arbeitnehmer sowie als Standortmarketing für Luxemburg dienen. Diese Medien werden weltweit über die US-Botschaften an die Vertreter aus Politik und Wirtschaft verteilt, einige davon bald auch übersetzt ins Russische, Japanische und Mandarin.

Lichtblick aus Wittlich

Englisch als gemeinsame Sprache der Verständigung sei jedoch die Basis der AmCham-Arbeit. Überhaupt gehe es um einen umfassenden Integrationsbegriff, nicht allein um wirtschaftliche Zahlen und Daten und um Geld. „Wir sehen es auch als unsere Aufgabe, den internationalen Firmen und ihren Mitarbeitern den Zugang zum sozialen Leben in Luxemburg zu erleichtern. Wir haben natürlich enge Kontakte zum Wirtschaftsministerium, aber ebenso zu allen anderen. Dort finden wir als Lobby Gehör.“ Vor allem im Hinblick auf die Bildungssituation der Kinder der internationalen Gemeinschaft und auf die Sicherung der Altersversorgung der Beschäftigten seien wich-

tige Schritte erreicht worden. Nicht zuletzt auf dieses ganzheitliche Engagement führt Schonenberg den Erfolg der AmCham zurück: Seit 2001 ist eine Steigerung der Mitgliederzahl um fast 280 Prozent zu verzeichnen. Für die Zukunft heiße das die Fortführung dieses Kurses, erweitert um eine Öffnung in die deutsch-belgisch-französische Großregion hinein.

Dort allerdings, das gibt der Chairman zu, geht es bisweilen zögerlicher voran als erhofft. Die Resonanz von Unternehmen und Institutionen jenseits der Grenzen des Großherzogtums erfordere eher eine fortlaufende Bemühung, dort müsse zu meist die Überzeugung noch wachsen, über den global erfahrenen Standort Luxemburg und die Unterstützung der AmCham einen Nutzen zu generieren, der am Ende der gesamten Großregion wirtschaftlich zu Gute kommt.

Der Lichtblick jedoch kommt aus dem Bereich Wittlich: „Dort haben wir eine viel versprechende Zusammenarbeit mit dem Industriepark Region Trier und dem Wittlicher Tal begonnen.“ Das Beispiel zeige, wie wichtig es sei, über die Initiativen zunächst von Einzelnen – wie etwa die Bürgermeister Christoph Holkenbrink und Ralf Bußmer – eine Basis zu schaffen für eine globale Positionierung der Unternehmen. „Die ist auf diese Weise viel leichter machbar. Wir hoffen sehr, auch in Kontakt mit weiteren politischen Entscheidern in der deutschen Nachbarschaft zu kommen“, sagt Schonenberg. ■

www.amcham.lu

Anzeige

FLIESEN NACH MASS



Wollen Sie ihre Räume heute schon für morgen gestalten. Dann entscheiden Sie sich für keramische Fliesen oder Natursteinbeläge. Kein Belagsstoff ist so strapazierfähig und lässt sich so wirksam in Szene setzen wie Hartbeläge.

Informieren Sie sich über geflieste Vielfalt in unserer Wohnlerlebnis-Ausstellung.

Scholtes GmbH
Luxemburger Straße 236
(Im Gebäude der fabric)
54294 Trier

Tel +49 (0)651 91866-0
Fax +49 (0)651 91866-40
info@scholtes.de
www.scholtes.de

Öffnungszeiten
Mo-Sa 9.00-18.00 Uhr
FLIESENHANDEL &
VERLEGUNG

 **SCHOLTES**
...mehr als Fliesen