

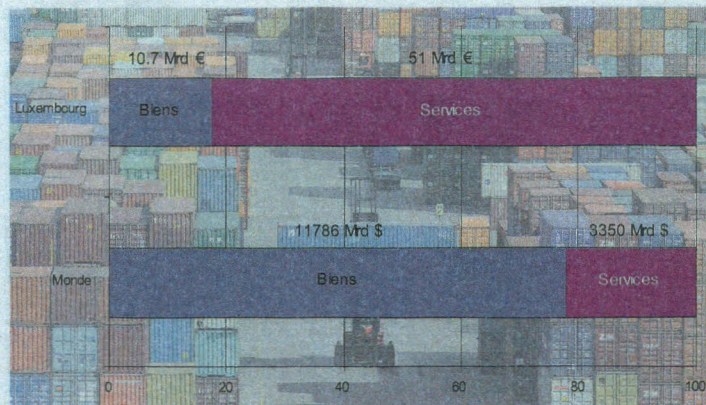
Wirtschaftstriebfeder Export

Die Hoffnung Luxemburgs ruht auf dem Außenhandel: So könnte man die gestrige Konferenz in der Handelskammer zusammenfassen. Mit der weiteren Entwicklung des Außenhandels steht und fällt diese hiesige Wirtschaft. „Luxemburg hatte in den letzten Jahren nur so hohe Bruttoinlandsprodukte vorzuweisen, weil wir so viel exportierten“, erklärte dazu der Generaldirektor der Handelskammer, Pierre Gramegna.

Das Großherzogtum exportiert vor allem Dienstleistungen. Sie machen rund 80 Prozent des Gesamtexports aus. Im Rest der Welt ist das Verhältnis genau umgekehrt. Wer allerdings nun schlussfolgert, dass dies einzig und allein mit dem Finanzsektor zusammenhängt, der irrt. Laut einer Stateg-Studie führte Luxemburg 2010 Waren und Dienstleistungen im Gesamtwert von 61,7 Milliarden Euro aus. Der Anteil der Dienstleistungen lag bei 83 Prozent oder 51 Milliarden Euro. Davon gingen 62,5 Prozent auf den Finanzsektor zurück. Mehr als ein Drittel (37,5 Prozent) aller von Luxemburg exportierten Dienstleistungen hatten demnach nichts mit dem Finanzwesen zu tun sondern waren Serviceleistungen im IT-Bereich, im Buchführungswesen und im juristischen Bereich. Der hohe Anteil der Dienstleistungen am Gesamtexport des Großherzogtums bedeute allerdings nicht, dass der Warenhandel zurückgegangen sei, erklärte Guy Schuller, Wirtschaftsberater beim Stateg.

Deutschland ist der wichtigste Handelspartner

Wichtigste Handelspartner Luxemburg sind nach wie vor die direkten Nachbarländer Deutschland, Belgien und Frankreich. Allerdings mit einer Ausnahme. Bei Dienstleistungen ist



Das Großherzogtum exportiert vor allem Dienstleistungen. Sie machen rund 80 Prozent des Gesamtexports aus. Im Rest der Welt ist das Verhältnis genau umgekehrt Grafik: Stateg

Großbritannien der zweitgrößte Abnehmer. Allgemein gilt jedoch, dass Luxemburg vor allem Handel mit europäischen Staaten betreibt. In der Top 10 der Außenhandelsverbindungen sind außerdem noch die USA und Japan zu finden. China und den Rest von Asien sucht man indes vergeblich auf den vorderen Rängen.

Haupthandelspartner des Großherzogtums ist und bleibt Deutschland, sowohl was den Dienstleistungs- als auch den Güterexport betrifft. 2009 exportierte Luxemburg Waren im Gesamtwert von 2,536 Milliarden Euro in die Bundesrepublik. Dies entspricht mehr als einem Viertel des gesamten Warenexports des Großherzogtums. Bei den Serviceleistungen machten Ausfahrten nach Deutschland rund ein Fünftel aller Exporttätigkeiten aus, wie das „Institut National de la Statistique et des Études Économiques du Grand-Duché du Luxembourg“ ermittelte.

Impulse aus Osteuropa erhofft

Gleichzeitig stellte das Stateg fest, dass der Anteil der einstigen Haupt-

handelspartner am Gesamtexport Luxemburgs seit 2002 rückläufig ist. Lediglich Deutschland konnte sich bisher diesem Trend widersetzen. Bei der Handelskammer und beim Stateg erhofft man sich deshalb für die Zukunft stärkere Impulse aus dem Osten. Vor allem Polen und Russland spielen eine immer wichtigere Rolle. Daneben ist die Nachfrage aus China, Hong Kong, Brasilien, den Vereinigten Arabischen Emiraten und Saudi-Arabien auf dem Vormarsch.

Von den Schwellenländern, meist als BRIC-Staaten bezeichnet, könnte Luxemburg sowohl direkt als auch indirekt profitieren, wie Guy Schuller gestern erklärte. Indirekt deshalb, weil eine steigende Nachfrage aus diesen Ländern den Export von Deutschland stärkt. As Zulieferer vieler deutscher Unternehmen würde Luxemburg dann in zweiter Instanz profitieren.

Heimische Unternehmer streben immer mehr in die Ferne

Die gestern vorgestellte Stateg-Studie soll jedoch nicht nur ein

klareres Bild des Luxemburger Außenhandels vermitteln, sondern dient noch einem anderen Zweck. Zusammen mit der von der Handelskammer veröffentlichten 11. Auflage des Wirtschaftsberichts „Actualité & Tendances“ will man langfristige Entwicklungen im Außenhandel sichtbar machen. Diese Erkenntnisse werden für die Ausarbeitung einer Marketingstrategie genutzt, mit der die Handelskammer den Standort Luxemburg künftig noch besser vermarkten will. In diesem Kontext wäre es auch wichtig zu wissen, was die Unternehmen zu all dem sagen. Das dachte man sich auch bei der Handelskammer. 2.800 Unternehmen wurden in der Folge zu ihren Außenhandelstätigkeiten befragt. Lediglich 7 Prozent antworteten.

Die meisten der befragten Unternehmen gaben an, nach Belgien, Frankreich und Deutschland zu liefern. Einige haben sich dort bereits mit Vertretungen oder Produktionsstandorten niedergelassen. Interessanterweise zieht es jedoch immer mehr Internehmer in die Ferne. Auf die Frage welche Märkte sie denn am meisten interessierten, rangierte China auf Platz vier, direkt hinter den Nachbarländern Luxemburgs. Weitere wichtige außereuropäische Expansionsziele sind Brasilien, die USA, die Vereinigten Arabischen Emirate und Indien.

Bei der Handelskammer betrachtet man dieses „Fernweh“ jedoch eher nüchtern. Pierre Gramegna hält das Potenzial der Großregion für noch nicht ganz ausgeschöpft. Er rät kleineren Unternehmen daher auch eher zu einer Expansion in und um Luxemburg, statt zu riskanten Manövern im fernen Ausland.