

# Die Botschafter der Wirtschaft

Ob Albanien oder Polen: Viele Nationen haben eine Handelskammer in Luxemburg – jetzt gibt es ein neues Label für sie

Von Marlene Brey

Der Laie mag denken, eine bilaterale Handelskammer – wie etwa die Luxembourg-Poland Chamber of Commerce – sei eine staatliche Angelegenheit, eben wie eine Botschaft. Doch dem ist nicht so. „Eigentlich könnte jeder eine Handelskammer gründen“, sagt der Gründer der polnischen Vertretung in Land, Artur Sosna. Diese



Handelskammer ist die erste in Luxemburg, die das neue Label der Chambre de commerce erhalten hat. Es soll sicherstellen, dass alle Einrichtungen so professionell aufgestellt sind wie die von Artur Sosna. Wie kommt man also dazu, eine Handelskammer zu gründen und was machen diese ökonomischen Botschafter in Luxemburg?

## Fehlende gesetzliche Vorschriften

„Für die Gründung einer Handelskammer oder eines Wirtschaftsclubs gibt es in Luxemburg keine besonderen gesetzlichen Vorschriften. Das ist einer der Gründe, die zur Einrichtung eines Akkreditierungsprogramms für bilaterale Kammern und Business Clubs geführt haben“, erklärt Cindy Teseba, Direktorin für internationale Angelegenheiten bei der Handelskammer. Wie viele dieser Vereinigungen es in Land gibt, lässt sich auch aufgrund der uneindeutigen Definition nicht exakt sagen. „Wenn wir von bilateralen Kammern sprechen, die mit Luxemburg verbunden sind und ihren Sitz in Luxemburg oder im Ausland haben, kennen wir fast vierzig Einrichtungen, die die Begriffe 'Handelskammer' oder 'Business Club' in ihrem Titel verwenden“, sagt Teseba.

Bilaterale Handelskammern tragen also einen sehr offiziell klingenden Titel, sind aber de facto nicht reguliert. Das klingt so, als könne es schwarze Schafe unter ihnen geben. Gab es also Probleme oder warum schafft Luxemburg Handelskammern nun ein neues Label, um Lücke ins Dunkel zu bringen? „Dieses Akkrediti-



Bilaterale Handelskammern gelten als zweite Botschaft in einem Land, nur eben für die ökonomischen Interessen zwischen zwei Staaten. Geführt werden sie aber von Ehrenamtlichen.

erungsprogramm zielt darauf ab, ein professionelles und homogenes Netzwerk zu schaffen“, heißt es dazu von der Handelskammer. Die Diskussionen um ein Akkreditierungsprogramm begannen vor einigen Jahren, seit Januar kann man sich darauf bewerben, im März wurde das Label zum ersten Mal vergeben. „Wir begrüßen den kürzlichen Start als weiteren Schritt in unserer sehr guten Beziehung zum Netzwerk der bilateralen Kammern und Business Clubs in Luxemburg und im Ausland“, betont Teseba.

Gut, also Butter bei die Fische: Warum gründet man eine Handelskammer? Die Frage kann Artur Sosna, Gründer und Leiter der Luxembourg-Poland Chamber of Commerce beantworten. „Man will was bewegen“, sagt er. Besmira Uruci, Vizepräsidentin der albanisch-luxemburgischen Handelskammer gibt eine ähnliche Antwort. „Wir wollen etwas verändern und wir sind beiden Län-

dern sehr verbunden, dem, aus dem wir kommen, und dem, in dem wir leben“, sagt sie. Aber wie kommt man auf die Idee, ausgerechnet eine Handelskammer zu gründen?

## „Der Gründer-Typ“

„Ich habe ein Praktikum in Paraguay gemacht, bei der deutsch-paraguayischen Industrie- und Handelskammer. Das war vor 21 Jahren“, lacht Sosna. Aufgewachsen in Polen, hat er das Land mit 18 verlassen und zürück in Deutschland studiert. „So habe ich das Modell der Handelskammer kennengelernt und verstanden. Ich fand das super interessant, gerade weil Deutschland so gut organisiert ist. Wenn sie gut geführt werden, sind Handelskammern quasi eine zweite Botschaft, nur eben eine ökonomische.“ Das Mittel der Kommunikation sind Events, Auslandsreisen – etwa zu Messen – und alles, was dem Netzwerken dient. Zumindest vor der Pande-

mie. Als Sosna 2007 nach Luxemburg kam, war er zunächst bei den Wirtschaftsjunioren, der Jeune chambre économique, aktiv, einer Vereinigung von Unternehmern im Alter zwischen 18 und 40 Jahren. Er wurde 1998 Präsident. 2000 gründete er die Deutsch-Luxemburgische Wirtschaftsinitiative mit, die es bis heute gibt. Dort war er zwei Jahre im Vorstand. „Dann dachte ich mir Hey, ich kann doch auch meinen eigenen Club gründen. Ich bin einfach der Gründer-Typ.“ Dieser Club hieß zunächst Luxembourg-Poland Business-Club. Erst fünf Jahre später nannte Sosna die Organisation in Handelskammer um. Er hatte so viele Mitglieder und so viele Events, dass er den Namen Handelskammer verdienen sollte. Inzwischen sind es 60 Firmen. Mitglieder zahlen einen Jahresbeitrag für Privatpersonen sind es 100 Euro, für Firmen bis zu 800 Euro. Sosnas Posten ist ein Ehrenamt. Im Team sind sieben Freiwillige und

eine Teilzeitkraft. Wie tief das am Anfang an, wie hat er polnische Firmen angesprochen? „Es läuft andersherum“, sagt Sosna. „Es gibt nicht viele polnische Firmen in Luxemburg. Der Markt ist so klein, dass er für polnische Betriebe nicht sonderlich interessant ist. Umgekehrt wird ein Schuh daraus“, meint er. Der polnische Markt sei für Firmen interessant, weil es ein großer Markt ist: fast 40 Millionen Einwohner, innerhalb der Europäischen Union gelegen und bis zur Pandemie 30 Jahre lang durch Wachstum geprägt. Es kommen aber auch immer mehr polnische Akteure, wie die IT-Firma Comarch nach Luxemburg. „Sie haben erkannt, dass Banking und Finance für sie ein super Markt ist.“ Dann gibt es Logistik-Firmen, die mit CFI-Cargo zusammenarbeiten, etwa wenn es um die Verbindung zwischen China, Luxemburg und Spanien geht. Auch eine große Anwaltskanzlei in Luxemburg, Arendt, ist Mitglied. Sie hat eine polnisch-sprachige Abteilung für Kunden aus Polen.

## Lobbying

Die albanisch-luxemburgische Handelskammer lebt ebenfalls von Ehrenamt und Mitgliedsbeiträgen. Die Mission: Die bilateralen wirtschaftlichen Beziehungen stärken. „Wir machen Lobbyarbeit, um Barrieren abzubauen, seien das administrative, politische, oder ökonomische“, erklärt Besmira Uruci. Und das mit Erfolg. Einer dieser Erfolge war ein Änderungsantrag zum Doppelbesteuerungsabkommen zwischen Albanien und Luxemburg Ende 2020. Die Aktualisierung gilt als wichtiger Faktor für die weitere Entwicklung des wirtschaftlichen Austauschs.



Besmira Uruci's Mission: Die wirtschaftlichen Beziehungen zwischen Luxemburg und Albanien stärken.

Foto: Ansek Antony



Artur Sosna hat die polnisch-luxemburgische Handelskammer gegründet.

Foto: Chris Karab