

Know-How für usbekische und mongolische Bankenvertreter

Am Dienstag stellte die „Agence de Transfert de Technologie Financière, Luxembourg“ (ATTF) ihr „Summer Executive Program in Banking“ für die Mongolei und Usbekistan an der Universität Luxemburg vor. An dem Programm, das der Studiendirektor Jacques Grosjean von der ATTF vorstellte, nehmen sechs mongolische und 13 usbekische Bankenvertreter teil. Sie standen den Journalisten Rede und Antwort.

Das Programm erstreckt sich über den Zeitraum vom 28. Juni bis zum 23. Juli. Zwar gibt es die ATTF nahezu seit fünf Jahren und allein im Jahr 2004 hat sie schon 95 Veranstaltungen organisiert, das „Summer Executive Program in Banking“ findet jedoch erst zum zweiten Mal statt.

„Das Projekt umfasst sieben Bereiche, in denen die Teilnehmer näheres über Luxemburg als Finanzplatz, die europäischen Strukturen, den europäischen Markt und die Bedeutung des Euro lernen“, erklärte Grosjean. Darüber hinaus befasste man sich mit internationalen wirtschaftlichen Zusammenhängen, Private Banking, dem Thema Geschäftsführung und den damit verbundenen Risiken. Außerdem gäbe es auch praktisches Training. Darunter fallen Rollenspiele auf fiktiven Märkten und das „Teambuilding“, bei dem sich die

Teilnehmer mit einer Karte ausgerüstet durch die Wälder schlagen müssen. Dies geschehe „um den Teamgeist zu stärken“, hieß es vom Studiendirektor. Am Ende des Projekts erhalten die Teilnehmer ein Zertifikat.

„Das Programm war eine nützliche Erfahrung, besonders die Besuche bei der Zentralbank und der Börse. Ich denke dies wird uns helfen, eine starke Verbindung zu Luxemburg aufzubauen“, versicherte Summatulla Muravov von der Zentralbank Usbekistan. Andere Teilnehmer meinten, dass sie viel über die EU und die für ihre wirtschaftliche Entwicklung bedeutenden Bereiche wie Private Banking gelernt hätten.

Mit einem Anteil von 52 Prozent ist der Staat Luxemburg der Hauptaktionär der ATTF. Außerdem sind sechs weitere Institutionen an der Gesellschaft beteiligt, darunter die „Banque Centrale du Luxembourg“, die Handelskammer und die Universität.

Die Agentur versucht mit ihren Projekten Schwellen- und Entwicklungsländern das Know-How für den Ausbau und die Entwicklung ihrer Märkte zu vermitteln. Sie engagiert sich unter anderem auch in Osteuropa, auf dem Balkan in Südafrika, Salvador und Russland.

aros