



Es lebe der Unterschied

Schuldenkrise

Frankreichs Wirtschaft stagniert, das Rating steht auf der Kippe. Doch das tut es auch in Deutschland. Unser Mittelstand gilt den Franzosen als vorbildlich – aber sehr schwer zu erreichen.

Von unserer Korrespondentin
BIRGIT HOLZER

Die kleine Giulia Sarkozy kann sich über einen Teddy in Top-Qualität freuen: Das Geburtsgeschenk der deutschen Kanzlerin an ihren französischen Kollegen ist ein deutsches Markenprodukt von Steiff. Nicolas Sarkozys neugeborene Tochter lernt den Wert von „Made in Germany“ früh kennen.

An der französischen Presse ging Angela Merks Präsent nicht unbemerkt vorbei. „Geschenke sind selten frei von Hintergedanken“, schreibt die Tageszeitung „Le Monde“: „Sechs Buchstaben – Steiff –, die für sich allein das deutsche Wunder zusammenfassen.“ So wird selbst ein Plüschbär als Messer wahrgenommen, das in die französischen Wunde sticht; als Symbol für den wachsenden Abstand der Wirtschaftserfolge rechts und links des Rheins.

Berichte über die deutsche Gesellschaft erscheinen in Frankreichs Medien selten – über das deutsche Wirtschafts- und Steuermodell aber umso öfter. Seit Monaten beherrscht der Vergleich beider Länder die öffentliche Debatte. „Müssen wir wie Deutschland werden?“, fragen die Medien, während andere wie zum Trost deutsche Schwachpunkte wie die niedrige Geburtenrate aufzählen.

Ständig verweist die Regierung auf den Schulterchluss mit Deutschland und rechtfertigt so unpopuläre Maßnahmen wie die Anhebung des Renteneintrittsalters und der verringerten Mehrwertsteuer von 5,5 auf sieben Prozent. „All meine Arbeit besteht darin, Frankreich in die Fußstapfen eines Systems zu lenken, das funktioniert, nämlich das

deutsche“, sagt Präsident Sarkozy. Vorbei die Zeiten, als die ehemalige französische Wirtschaftsministerin und heutige Chefin des Internationalen Währungsfonds (IWF), Christine Lagarde, Deutschland offen dafür kritisierte, dass sein Erfolg durch Exportüberschüsse und gedrückte Lohnkosten auf Kosten der Nachbarn gehe. Weil manchen die deutsche Dominanz in der Euro-Schuldenkrise zu weit geht, hat sich eine Diskussion über eine wachsende „Deutschlandfeindlichkeit“ entsponnen.

Die jüngste Warnung der Rating-Agentur Standard & Poor's, Frankreichs Kreditwürdigkeit zu senken, wurde auch deshalb gelassen aufgenommen, weil sie wenigstens alle EU-Länder mit der Bestnote AAA betrifft, auch Deutschland. Dennoch weiß Frankreich, dessen Banken stark in griechischen und italienischen Anleihen engagiert sind und dessen Staatsverschuldung 84,7 Prozent der Wirt-

schaftsleistung erreicht, um seine besondere Ansteckungsgefahr. Die Wirtschaft stagniert, die trübe Stimmung drückt auf den so wichtigen Binnenkonsum.

In den vergangenen Monaten hat die Regierung zwei Sparpläne von insgesamt 20 Milliarden Euro angekündigt, die sich auf den Abbau von Steuervorteilen konzentrieren. Mahnungen der OECD nach weiteren Anstrengungen weist sie zurück – im Mai 2012 sind Wahlen. Zwar präsentiert sich Sarkozy als verantwortungsbewusster Krisenretter, doch kann er seinen Bürgern weder große Opfer abverlangen noch strukturelle Reformen einleiten. Die notwendig wären, darüber sind sich Experten einig.

Neben den geringeren Arbeitskosten in Deutschland und einer ausgewogeneren Verteilung der Sozialabgaben auf Arbeitnehmer und -geber gilt vor allem das Mittelstandsmodell als nachahmenswert. Doch diesen zu

einer starken Stütze der Wirtschaft auszubauen, braucht Zeit, sagt Jörn Bousselmi, Hauptgeschäftsführer der Deutsch-Französischen Industrie- und Handelskammer (AHK) in Paris. Die Unterschiede liegen tief und beginnen früh: „Deutschland fördert mit der dualen Ausbildung eine praktische Herangehensweise, bei der die Mitarbeiter in den Betrieb hineinwachsen“, sagt er.

In Frankreich gelte als gescheitert, wer „nur“ eine Lehre macht und es nicht auf eine Elitehochschule geschafft hat. Zu dem Image-Unterschied kommt, dass in Deutschland Wettbewerb in den Regionen herrscht, während in Frankreich der Fokus auf den nationalen Champions liegt, mit den Stärken vor allem in den Bereichen Luxusgüter, moderne Technologien, Luft- und Raumfahrt und Internet-Leistungen. Und doch hat ein Wandel eingesetzt, sagt einer, der beide Seiten kennt: Der französische Jungunternehmer Bruno Bouygues, der in Kürze für seinen mittelständischen Betrieb Gys, Hersteller von Lade- und Schweißgeräten für die Automobilindustrie, ein Vertriebs-Logistikzentrum in Aachen eröffnet.

Eine neue Wertschätzung mittelgroßer Betriebe und eine „Kultur der Technikbegeisterung“ wie in Deutschland entstehe allmählich auch in Frankreich, sagt er. Wichtiger sei aber, gar nicht mehr in solchen Kategorien zu denken – sondern in europäischen, um im Wettbewerb mit den internationalen Kräften überhaupt bestehen zu können. „Wir sind besser als ein deutsches und besser als ein französisches Unternehmen“, sagt Bouygues. „Denn wir sind deutsch-französisch.“