

HANNI HÜSCH (HG.)

**SO
SIEHT
UNS
DIE WELT**



**ANSICHTEN
ÜBER
DEUTSCH-
LAND**

**TOP-AUSLANDS-
KORRESPONDENTEN
BERICHTEN**

WESTEND

HANNI HÜSCH (HG.)

**SO SIEHT
UNS
DIE WELT**

ANSICHTEN
ÜBER DEUTSCHLAND

WESTEND

Inhalt

| | |
|---|------------|
| Vorwort | 7 |
| Frankreich: Fremde Freunde oder das Leben in einer Zwangspartnerschaft | 11 |
| Griechenland: Kalter Norden, warmer Süden und eine Hassliebe | 27 |
| Türkei: Zwischen Bosphorus und Berlin – eine enttäuschte Liebe | 43 |
| England: Wenn aus Ernst Spaß wird | 58 |
| Schweiz: Die Deutschen – arrogant, laut und »viel zviil«? | 69 |
| USA: Washington wählt Berlin – der (be)wundernde Blick über den Atlantik | 87 |
| Israel: Ein langer Weg zur Freundschaft | 103 |
| Russland: Märchen, Merkel und entspannte Seelen | 118 |
| China: Im Auge des Drachen | 135 |
| Spanien: Gelobt, doch nicht geliebt | 156 |
| Polen: »Segen« am Wahltag oder die deutsch-polnische Vernunftete | 174 |
| Naher Osten: Zwischen verklärter Bewunderung und verpassten Chancen | 192 |

Mehr über unsere Autoren und Bücher:
www.westendverlag.de

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlags unzulässig. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.



ISBN 978-3-86489-035-2
© Westend Verlag GmbH, Frankfurt/Main 2013
Satz: Publikations Atelier, Dreieich
Druck und Bindung: CPI – Clausen & Bosse, Leck
Printed in Germany

| | |
|---|------------|
| Österreich: »Die Deutschen fahren über alles drüber, die Österreicher schlängeln sich durch.« | 208 |
| Brasilien: Wenn Samba auf Blasmusik trifft – ein unterschiedliches, aber meist harmonisches Paar | 221 |
| Italien: Dolce Vita und deutsche Wertarbeit | 235 |
| Die Autorinnen und Autoren | 252 |

Vorwort

Wenn es eines letzten Beweises bedarf, dass wir Deutschen kaum etwas so lieben wie die Selbstbespiegelung, dann ist es die Vielzahl der Talkshows im deutschen Fernsehen. »Mein« Sender, die ARD, leistet sich sogar fünf solcher Programme. Kein anderes Land bringt das fertig. Und so richtig erfolgreich sind diese Shows dann, wenn wir uns selbst zerlegen, wenn wir uns mal wieder eigenhändig und mit Wollust geißeln: über die soziale Ungerechtigkeit in unserem Land, über den Niedergang der Familie, über Deutschlands bemitleidenswerte Rolle als Zahlmeister Europas. Und darüber, dass uns die anderen nicht mögen.

Wir Deutschen jammern gerne. Eine gewisse Lebensschwere ist uns eigen. Es könnte ja schließlich alles noch schlimmer kommen. Wir mögen es, uns selbst nicht so recht zu mögen. Wir tun uns nicht leicht mit uns selbst. Mit der Last der Geschichte und der Lust auf eine neue Rolle in der Welt. Im besten Fall soll Selbstkritik den Rückfall in den Nationalismus bremsen.

Aber haben wir nicht ein Recht darauf? Womöglich sogar eine Verpflichtung dazu? Die Schrecken des zwölfjährigen Naziterrors haben Deutschland für Jahrzehnte nachhaltig geprägt und auch tief verunsichert. Das Böse war deutsch. Wie sollte man sich also jemals wieder selbst mögen, patriotisch fühlen, womöglich stolz sein können auf ein Land, das so viel Unheil über seine Nachbarn und die ganze Welt gebracht hat? Und wer will mit dieser Bürde am Ende noch führen, den anderen sagen, wo es langgeht? Letzteres wiederum tun wir eigentlich ganz gerne.

Grundsätzlich sind den Deutschen Stolz und Selbstbewusstsein ja nicht fremd. Lokalpatriotismus ist eine urdeutsche Sache. Die

Hamburger trällern aus Tausenden verzückten Kehlen »Hamburg meine Perle, du wunderschöne Stadt, du bist mein Zuhause, du bist mein Leben.« Und bei jedem Heimspiel in Müngersdorf empfängt der Stadionsprecher die Kölner und ihre Gäste mit dem Satz: »Willkommen in der schönsten Stadt Deutschlands!« »Rut und wiess, wie lieb ich dich«, schmachten die rheinischen Sangesbarden von den Bläck Fööss den medioker kickenden FC-Spielern entgegen. Sogar das Mittelmaß ist liebenswert. Solange es lokal ist.

Aber ein erstarktes Deutschland – da wird uns Deutschen bange. Flaggezeigen, Verantwortung und somit Führung übernehmen, auch oder vor allem, wenn es etwas kostet? Lange war das Thema weder von außen gewünscht noch von innen gewollt. Wie beneidenswert ist doch die Schweiz, mögen so manche sich gedacht haben: wirtschaftlich erfolgreich und ansonsten raus aus jedem weltpolitischen Schlamassel.

Das Flaggezeigen haben wir dann ja hinbekommen – in jenem schwül-heißen Sommer 2006. Als sich das Sommermärchen über Deutschland entfaltete. Millionenfach getaucht in Schwarz-Rot-Gold, mit Hymnen und Hupen und unter dem Beifall unserer Nachbarn. Sie nahmen uns nicht übel, dass wir uns gut fühlten, anfangen uns zu mögen, sogar stolz waren auf die eigene Leichtigkeit und den Erfolg der Klinsmäner. Wir kickten uns zwar nicht an die Spitze, aber wir wurden die Weltmeister der Herzen. Wir waren nicht mehr nur regelwütig und bierernst, erfolgreich und besserwisserisch – wir waren cool und liebenswert. Und Berlin sowieso der Hit, ein Sehnsuchtsort für die juvenile Partygemeinde rund um den Globus. Das war Balsam auf die wunde deutsche Seele.

Das alles war vor der Stunde null, vor der großen Finanzkrise, die in den USA ihren Ursprung nahm, nach Europa überschwappte und Deutschlands Rolle und Status nachhaltig verändern sollte. 2012 durchlebte die Europäische Union die schlimmste Krise ihrer Geschichte. Das hochverschuldete Griechenland ging zu Boden, andere Südländer wankten bedrohlich. Und nicht nur Washington fürchtete, mit in den Sog des Untergangs gezogen zu werden. Und vielerorts staunte man nicht schlecht – Deutschland

ging als Wirtschaftsmacht und Exportnation gestärkt aus der Krise hervor, der Koloss in der Mitte Europas wurde noch kraft- und machtvoller. Berlin bestimmte, nicht Brüssel. Und selbst im deutsch-französischen Tandem wechselten die Positionen – plötzlich saßen die Franzosen hinten, und am Lenker klemmte »Madame la rigueur« – die »eiserne Spar-Lady«, Angela Merkel, die neue Zuchtmeisterin Europas.

Das tüchtige, fordernde Deutschland, die auf ihren Vorteil bedachten Deutschen – gab das Anlass zu Bewunderung oder eher zu schlimmsten Befürchtungen? Sollte die Welt einmal mehr am deutschen Wesen genesen, die europäischen Nachbarn am rigorosen Spardiktat zerschellen? Oder taugt das deutsche Modell womöglich als Vorbild?

Die malträtierten Griechen gingen wutschnaubend auf die Straße gegen Deutschlands Vorherrschaft, Zeitungsmacher klebten Angela Merkel wahlweise mal das Hitlerbärtchen an, mal setzten sie ihr Kaisers Pickelhaube auf oder porträtierten die deutsche Kanzlerin als knallharten Terminator. Das Bild vom bösen Deutschen lebte auf Hellas' Straßen und Plätzen wieder auf.

Das *Forbes Magazine* kürte unterdessen Angela Merkel nach Barack Obama zur zweitmächtigsten Person auf dem Erdenrund. Die US-Amerikaner verlangen vom Exportmeister jenseits unserer Wirtschaftskraft mehr Verantwortung, sowohl politisch als auch militärisch. Und ausgerechnet aus Polen kamen beachtliche neue Töne: »Deutsche Macht fürchte ich heute weniger als deutsche Untätigkeit« – so forderte der polnische Außenminister Radoslaw Sikorski in und von Berlin mehr deutsches Engagement zur Eurorettung.

Soll sich Deutschland also groß machen oder doch eher ducken? Sie sollen erwachsen werden, sagen viele Stimmen in Washington, sich lösen vom Ballast des Vergangenen und den ewigen (und bisweilen bequemen) Selbstzweifeln. Als wäre das so einfach.

Wenn die Deutschen in die Welt reisen, versuchen sie es den Gastgebern besonders recht zu machen: Sie radebrechen Französisch an der Baguette-Theke, sie tragen Cowboyboots auf der Fifth Avenue in New York, sie packen im fernen China sogar die

glitschigen Nudeln mit Stäbchen. Man muss uns doch gern haben – wir können uns auch anpassen und wir haben Bach, Beckenbauer und BMW.

Aber mögen sie uns deswegen? Trauen uns die Menschen in anderen Ländern? Jetzt noch oder jetzt erst recht? Wie sehr ist akzeptiert, dass die deutsche Lokomotive schnaubend Europas Fahrtrichtung vorgibt? Es war also höchste Zeit, nachzufragen bei europäischen Nachbarn, bei guten Freunden, bei alten Feinden und bei neuen Partnern. Gemeinsam haben wir, fünfzehn Journalistenkollegen, Stimmungen eingefangen in fünfzehn Hauptstädten und in der Provinz, bei Entscheidern und bei den einfachen Leuten.

Wir alle leben in diesen Ländern oder haben eine längere Zeit dort zugebracht. In Peking, Warschau, Genf, Athen, Rom, Wien, Paris, London, Rio, Tel Aviv und Washington – schätzt man dort das neue Deutschland, den wohlwollenden Hegemon? Oder jagen die Deutschen wieder Furcht ein?

John aus Chattanooga, Ali aus dem türkischen Kuzguncuk, Taxidou aus Thessaloniki, Joan Escuer aus Barcelona, Li Cheng aus Changsha, Amr Hamzawy aus Kairo, Galina Alexandrowna aus Sankt Petersburg und vielen mehr danken wir für offene und klare Worte und die Bereitschaft, sich einmal mehr auf Deutschland und die Deutschen einzulassen.

Mit den Augen unserer Gastländer schauen wir auf dieses Land und haben Verwirrendes, Beschämendes, Berührendes, aber auch Beruhigendes gefunden. Die Palette der Gefühlsregungen ist beachtlich – enttäuschte Liebe, große Bewunderung, unverhohlener Zorn. Am Ende aber scheint es, dass sie uns vielerorts mehr mögen, als wir es selbst tun.

Hanni Hüsich, Januar 2013

Fremde Freunde oder das Leben in einer Zwangspartnerschaft

Von Michael Stempel

Es war ein spannendes Gespräch in Paris. Der Staatssekretär im Finanzministerium hatte unserem kleinen Kreis aus französischen und deutschen Journalisten Einblicke ins Tauziehen zwischen der deutschen und der französischen Seite im Vorfeld des nächsten EU-Gipfels gegeben. Es ging – natürlich – um die Eurokrise. Bertrand, mein Kollege vom Radiosender France Inter, begleitet mich vom imposanten Ministeriumsbaus, der wie eine überdimensionierte Brücke in die Seine hineinreicht, zur Metro. An der roten Fußgängerampel bleibe ich stehen. Bertrand merkt es erst, als er die Straße schon zur Hälfte überquert hat. Er blickt nach links und rechts. Kein Auto ist gefährlich nah. »Tu es très allemand«, ruft er mir grinsend zu – du bist sehr deutsch! Kurz darauf kommt es noch besser. Ich werfe auf unserem Gang durch den tristen Metrotunnel am Gare de Lyon einen Blick auf ein Werbeplakat: Champagner im Angebot! Die zweite Flasche ist gratis. Als Bertrand sieht, wie ich offen auf das Plakat schaue, hält er sich die Hand vor die Augen: »Ça, c'est aussi très allemand« – schon wieder sehr deutsch. Wahrscheinlich ist ihm das Plakat auch aufgefallen. Das Schielen auf ein Angebot lässt ein Franzose sich aber nicht anmerken. Wie kleinlich das wirken könnte!

Irgendwie benehme ich mich ein wenig peinlich, auch wenn Bertrand das nie sagen würde. Was habe ich getan? Ganz einfach: Zuerst habe ich mich zwanghaft an eine Regel gehalten, deren aktueller Nutzen gerade nicht erkennbar war. Es hätte uns

niemand überfahren, egal wie rot diese Fußgängerampel gewesen sein mochte. Und dann habe ich auch noch, nicht mal verschämt, nach meinem wirtschaftlichen Vorteil getrachtet. Sollte ich Bertrand je wieder zu einem Aperitif einladen – er ginge jetzt davon aus, dass mein Champagner einem Sonderangebot entstammt.

So sind wir Deutsche in vielen französischen Augen: Regeln sind Regeln, ob rote Ampeln oder der Euro-Stabilitätspakt. Und wenn wir etwas günstiger bekommen können, sei es beim Champagner oder bei der Rettung Griechenlands, dann wollen wir es auch günstiger haben. Man kann das auch Geiz nennen.

Sicher, die Interpretation unseres kleinen Spaziergangs mag etwas überspitzt sein. Außerdem mögen wir uns, Bertrand und ich. Wir teilen auch viele Ansichten über die Lage Europas. Dennoch ist mir diese kleine Szene nachhaltig in Erinnerung geblieben – symbolisch für unsere Unterschiede, vielleicht auch symbolisch dafür, dass Deutsche und Franzosen sich manchmal einfach nicht verstehen.

Zwischen Bertrand und mir ist das kein Problem. Wir müssen weder die Eurokrise gemeinsam lösen noch Vorschläge zur Besetzung des EZB-Direktoriums machen. Wir können uns über unsere Unterschiede amüsieren. Doch da von Deutschland und Frankreich momentan gemeinsames politisches Handeln erwartet wird, da manche die ganze EU in Gefahr sehen, wenn die beiden Großen nicht zusammenfinden, werden Unterschiede in Mentalität und Kultur manchmal ein Politikum.

Madame »la rigueur«

Fünf Jahre war ich in Paris. Es waren die Jahre der Finanzkrise, aus der die Eurokrise wurde. Ich war dabei, als Nicolas Sarkozy von heute auf morgen die Spitzen der Euroländer zur dramatischen Krisensitzung in den Elysée-Palast einbestellte und sich anschließend über diese entscheidungs-lahme »Frau aus dem Osten« mokierte, die später sein größtes politisches Idol zu werden

schien. Und ich war dabei, als in Frankreich ein Wahlkampf losbrach, in dem die Frage »Wie hältst du es mit Deutschland?« eine Art Gretchenfrage der französischen Politik wurde. »La rigueur allemande« – die strenge deutsche Sparsamkeit. Für die Konservativen wurde das deutsche Vorbild die letzte Hoffnung, Frankreich vor dem Absturz zu bewahren. Für die Linke, zumindest die jenseits der gemäßigten Sozialisten, war es eine teuflische Ideologie: Deutschland wurde das Synonym für einen kalten Neoliberalismus, der ganz Europa an den Abgrund geführt hat.

Diese »rigueur allemande« hat eine Symbolfigur, die die Franzosen auf seltsame Art fasziniert: eine Frau, die ihre Weiblichkeit derart unbedeutend zu finden scheint, dass es französische Betrachter zur Fassungslosigkeit treibt. »Wer ist ihr Schneider?«, wurde ich gerne nach den Pressekonferenzen von Angela Merkel in Paris gefragt. »Sagt ihr denn niemand, dass diese kurzen Blazer zu eng sind?« Im Land der Haute Couture und der großen Mode-Defilees gibt es kein Staatsbankett, nach welchem die Garderobe der Politikerinnen oder Politikergattinnen nicht in den gängigen Klatschzeitschriften kommentiert würde. Dazu musste nicht erst Carla Bruni auf der politischen Bühne erscheinen. Wo eine Justizministerin fünf Tage nach einem Kaiserschnitt mit hochhackigen und nadelspitzen Absätzen perfekt gestylt wieder ins Kabinett stöckelt, da spielt der modische Auftritt eben eine Rolle. Wer ihn so nebensächlich findet wie die deutsche Regierungschefin, gibt zu denken.

Madame Merkel – die perfekte Allegorie für »la rigueur«: So wie Marianne, die Trikolore in der Hand und in zerrissenem Kleid, auf die Barrikaden stürmt, so scheint die Kanzlerin in engen Blazern und unvorteilhaften Beinkleidern das Banner Europas an sich gerissen zu haben. Beeindruckend? Beängstigend? Die Franzosen haben sich noch nicht entschieden. Alle Umfragen bescheinigen Angela Merkel in Frankreich großen Respekt. Auf die Pressefotos, die sie zu Hause im Freizeitlook an der Kasse eines Supermarktes zeigen, als Bürgerin wie jede andere, wurde ich oft angesprochen. Welch ein Kontrast zur französischen Politikerkaste, deren Gier nach Privilegien derart skurrile Blüten

treibt, dass ein Staatssekretär letztlich zurücktreten musste, weil er ernsthaft Zigarren für 12 000 Euro zu »Bewirtungszwecken« aus der Ministeriumskasse kaufen ließ.

»Madame la rigueur« ist der Gegenentwurf dazu. Den finden viele Franzosen trotz modischer Defizite attraktiv. Allerdings nur, solange ihnen dieses »modèle allemand« nicht zu penetrant vor die Nase gehalten wird. Dann reagieren sie allergisch.

Das ewige »deutsche Modell«

Es wurde penetrant. Seit klar war, wie gut Deutschland die Finanzkrise von 2008 überwunden hatte, überboten sich Zeitungen und Magazine mit Titelseiten und Geschichten, die das deutsche Erfolgsgeheimnis zu erklären versuchten. Die Wochenzeitschrift *Le Point* brachte sogar eine Sonderausgabe über Deutschland heraus. »L'Allemagne, pourquoi elle gagne«: Warum Deutschland gewinnt war da in allen Facetten nachzulesen. Andere Blätter kamen mit ähnlichen Analysen des deutschen Modells. Eine Art kollektiver Minderwertigkeitskomplex schien sich zumindest eines Teils der französischen Presse bemächtigt zu haben.

Und nicht nur der Presse. Ein Werbespot machte in Frankreich Furore. Ausgerechnet die in Deutschland so gebeutelte Automarke Opel ging in einer Art in die Offensive, die ihre Fahrzeuge noch vor zwanzig Jahren wohl völlig vom französischen Markt vertrieben hätte: eine Fernsehwerbung auf Deutsch! Mit französischen Untertiteln wurde jedes Extra eines Opel-Kleinwagens als geniale Schöpfung deutscher Konstruktionskunst gepriesen. Der einzige Satz auf Französisch: »Man muss kein Deutsch sprechen, um zu verstehen, dass dieser Opel ein wahres deutsches Auto ist.« Am Ende durfte der deutsche Autoverkäufer in grauenvollem Französisch noch den attraktiven Kaufpreis nennen. Wenigstens die französische Aussprache verriet noch deutsche Schwächen. So viel Rücksicht auf den Reststolz der einheimischen Kundschaft musste doch noch sein ...

Für sich genommen lustig, in der Summe war die Glorifizierung der deutschen Wirtschaftskraft irgendwann jedoch schwer zu ertragen. Die Abwehrreaktionen kamen prompt.

Im Fernsehen, wo der unmittelbare Ausbruch von Emotionen ja wie in keinem anderen Medium zur Geltung kommen kann, hatten wir vom Pariser ARD-Studio schnell mit einer simplen Methode Erfolg: Auf den großen Demonstrationen gegen die französische Rentenreform haben wir den Demonstranten wiederholt das deutsche Rentenmodell in Kurzform skizziert. Die französische Reform sollte das Renteneintrittsalter von 60 auf 62 Jahre hochsetzen. (Wer die volle Rentenhöhe erreichen will, muss jedoch zumeist länger arbeiten.) In Deutschland hatte die Bundesregierung die Rente mit 67 ja längst beschlossen. Anfangs wurden wir noch freundlich belehrt, Frankreich gehe eben seinen eigenen Weg. Doch je schlechter die Wirtschaftsnachrichten klangen, je stärker die Krise den Reformdruck auf Frankreich erhöhte, desto besser funktionierte meine Standardfrage: »Was denken Sie, dass Deutschland die Rente mit 67 eingeführt hat?« Kaum hatte ich zu Ende gesprochen, da gab es schon die schönsten Wutausbrüche vor der Kamera. »L'Allemagne, l'Allemagne«, wiederholten die Demonstranten genervt, diese arbeitsversessenen Deutschen sollten doch machen, was sie wollten. Am liebsten erinnere ich mich an den brüllend vorgetragenen Hinweis, Frankreich sei schließlich eine Republik. Was Deutschland hingegen sei – dafür brachte der hoch erregte Gewerkschafter zum Glück keine Bezeichnung mehr heraus. Eine Republik war es jedenfalls nicht.

Zudem gab es Verachtung für die Wehrlosigkeit, mit der die deutsche Arbeiterschaft jeden Sozialabbau ertrage: die Verlängerung der Lebensarbeitszeit, die Leiharbeit. »Les réformes Hartz« sind unseren Nachbarn inzwischen ein Begriff. Hartz IV ist das Symbol der Kapitulation einer kastrierten Arbeiterklasse. Zumindest für echte französische Linke und eingefleischte Gewerkschafter. In Frankreich kämpft man eben noch, singt mit Pathos die »Internationale« und entzündet auf Demonstrationen bengalische Feuer – unsere Redaktionen zu Hause konnten kaum genug davon bekommen: Revolutionsromantik.

Eine Szene aus der Provinz hat sich mir besonders eingeprägt. Die Gewerkschaften von Soisson, einer Kleinstadt vor den Toren von Paris, haben zum »Barbecue de lutte«, zum »Kampfgrillen« auf einer begrünten Verkehrsinsel eingeladen. Freundliche Menschen bauen Tapeziertische auf, die roten Fahnen der Gewerkschaften CGT und Force Ouvrière wehen im Wind. Darauf abgestimmt gibt es rote Merguez-Würstchen und billigen Rotwein. Am Ende kommt einer der Gewerkschafter mit einem Anhänger vorgefahren, beladen mit alten Autoreifen. Was er damit wolle, frage ich ihn. »Na, anzünden«, antwortet er mir etwas erstaunt. Dann erklärt er mir, in Frankreich sei es eben anders als in Deutschland. »Soziale Konflikte haben bei uns noch etwas Kämpferisches!«

Ach so. Deshalb müssen über einem kreuzbraven Grillfest am Ende stinkende, pechschwarze Rauchwolken aufsteigen. Das sieht dann so aus, als rauchten die Trümmer des Kapitalismus. Zumindest kann sich mein sonst sehr friedlich wirkender Gewerkschafter das für einen Moment so ausmalen. Bringt einen zum Husten, aber wärmt das Herz. Es lässt auch vergessen, dass die französischen Gewerkschaften eigentlich schwach sind. Nicht einmal zehn Prozent der französischen Arbeiter sind gewerkschaftlich organisiert. In Deutschland ist der Anteil doppelt so hoch. Auch die betriebliche Mitbestimmung geht im Land der »neoliberalen Rationalisierer« sehr viel weiter als in französischen Unternehmen. Dafür sieht es in Deutschland halt nie nach Revolution aus. Das können Franzosen – zumindest optisch – einfach besser. Die konsensorientierte deutsche Sozialpartnerschaft, in der Gewerkschaften und Arbeitgeber Verhandlungspartner und nicht wie in Frankreich eher Kriegsparteien sind, würde Präsident Hollande zumindest in Teilen gerne nach Frankreich zu importieren. Die Chancen sind aber nicht allzu rosig. Gewerkschaften mit so schwacher Basis sind nur stark, wenn es qualmt oder sie in Paris mit wenig Aufwand die Metro lahmlegen. Wieder nichts mit dem deutschen Modell ...

Fremder als Inder oder Chinesen

Auch die Wirtschaftsbosse tun sich mit der deutsch-französischen Zusammenarbeit manchmal schwer, allerdings aus anderen Gründen. Deutschland ist Frankreichs wichtigster Handelspartner, sowohl beim Export wie beim Import. Umgekehrt ist das anders. Zwar ist auch für die deutsche Wirtschaft Frankreich der größte Abnehmer. Aber die Deutschen lassen sich weit weniger von französischen Produkten verführen als es umgekehrt der Fall ist: Beim Import nach Deutschland lagen die Niederlande und die USA zuletzt deutlich vor Frankreich. Die in politischen Festreden gerne hoch gelobte deutsch-französische Wirtschaftspartnerschaft lässt im Alltag Manager auf beiden Seiten bisweilen verzweifeln. Ein früherer Chef der deutschen Außenhandelskammer in Paris seufzte, Deutsche und Franzosen seien sich in geschäftlichen Fragen manchmal fremder als Deutsche und Inder oder Chinesen. Das ist vor allem ein Problem der Wirtschaftskultur. Frankreich setzt auf große Strukturen, in die der Staat sich gerne einmischt. Der Autokonzern PSA, in dem Citroën und Peugeot vereinigt wurden, ist so ein Beispiel. Der Mischkonzern Alstom ebenso, der nur durch einen beherzten Griff in die Staatskasse vor einem Einstieg des deutschen Konkurrenten Siemens bewahrt wurde. Der französische Staat kaufte lieber selbst Alstom-Anteile. Die Rettung von Alstom wurde zum Symbol dafür, dass Frankreich seine Industrie nicht in fremde Hände fallen lässt. Vor allem nicht in deutsche.

Die Wirtschaftsbosse schlucken die staatliche Einmischung meist ohne Murren. Während der Finanzkrise 2008 ließ Präsident Sarkozy die Konzernchefs reihenweise im Elysée-Palast antanzen, um ihnen Marschbefehle zu erteilen. Sie kamen alle. Als die Großbank Société Générale von einem einzigen kleinen Börsentrader fünf Milliarden Euro versenken ließ, da war der Zorn des Präsidenten so groß, dass er öffentlich »Konsequenzen in der Führungsebene« forderte. Kurz darauf trat der Vorstandsvorsitzende Daniel Bouton zurück. Wäre er Chef der Deutschen Bank gewesen, er hätte den politischen Druck wohl einfach ver-

puffen lassen. Die zimperlichen Reaktionen in Deutschland, wenn der Staat sich in Unternehmensfragen einmischt, verstehen viele französische Manager nur schwer. Wechsel zwischen Wirtschaft und Politik in den Chefetagen kommen in Frankreich viel häufiger vor als bei uns. Entsprechend eng sind die Seilschaften zwischen beiden Bereichen.

Bei den Wirtschaftsbeziehungen bremsst auch ein weiteres kulturelles Unverständnis. Die deutsche Art, in Geschäftsfragen »zur Sache« zu kommen, empfinden Franzosen oft als Übertreibung erster Güte. Umgekehrt strapaziert es die Nerven manch deutscher Manager sehr, wenn sie nach dem fünften Treffen mit Mehrgängemenü und hoher Spesenrechnung den Abschluss noch immer nicht unter Dach und Fach haben. Das alles hat den Handel beider Länder bisher nicht zum Erliegen gebracht. Aber es erklärt, warum die beiden wichtigsten europäischen Wirtschaftskräfte doch relativ selten zu unternehmerischen Initiativen zusammenfinden. Wenn sie es tun, so ist die gemeinsame Konzernleitung gerne ein Drama. Bestes Beispiel: Europas Rüstungs- und Luftfahrtgigant EADS. Das deutsch-französische Gleichgewicht in der Konzernführung auszutarieren erinnert nicht selten an amerikanisch-russische Rüstungskontrollverhandlungen zu Beginn der achtziger Jahre. Immerhin: Am Ende funktioniert es. Die EADS-Tochter Airbus hat den US-Konkurrenten Boeing in den letzten Jahren überflügelt. Das beweist, wie sehr sich die Mühsal lohnen kann, die deutsch-französischen Verklemmungen zu überwinden.

Die Prüfung der »Erbfreundschaft«

Die »Erbfreundschaft«, die Adenauer und de Gaulle den beiden so lange bitter verfeindeten Nachbarvölkern hinterlassen wollten, macht momentan eine schwere Prüfung durch. Manche glauben, sie gehe nach Jahrzehnten der ritualisierten Bekenntnisse in ihre erste echte Bewährungsphase. Die rührenden Veröhnungsszenen von Kriegsveteranen, die unzähligen Trink-