

Am 24.10. 2014 fand in Köln der Kongress französischer Manager in Deutschland statt. Diese Veranstaltung beleuchtete erstmalig die Wirtschaftskraft französischer Unternehmen in Deutschland und regte eine weitere Vertiefung der wirtschaftlichen Beziehungen beider Länder an. Manager und Unternehmenschefs französischer Niederlassungen in Deutschland, sowie namhafte Verantwortliche und Experten der deutsch-französischen wirtschaftlichen Zusammenarbeit waren bei diesem Event vertreten.

Außer den vielfältigen Fakten und Beispielen, die von der Dynamik der deutsch-französischen Kooperation in Schlüsselbereichen der Wirtschaft zeugten, wurden auch meinungspolitische Dimensionen erwähnt, die das gegenseitige Vertrauen in der jetzigen Krisensituation erschweren. Isabelle BOURGEOIS, Wirtschaftsexpertin im CIRAC und Chefredakteurin der Fachzeitschrift Regards sur l'économie allemande, gab eine distanzierte Analyse der neuerdings zugespitzten wirtschaftspolitischen Differenzen auf beiden Seiten des Rheins und plädierte für ihre sachkundige und konstruktive Überwindung.

Wir geben hier im Folgenden den Wortlaut ihres Beitrages.

Isabelle BOURGEOIS

Beitrag anlässlich des Kongresses der französischen Unternehmen in Deutschland, veranstaltet von Villafrance, Haus der deutsch-französischen Wirtschaft – Köln, 24. 10. 2014 (www.lecongres.de).

Vorsicht, Klischees !

**– Vorurteile verzerren den Blick auf den Partner
und erschweren die deutsch-französische Zusammenarbeit –**

Klischees sind das größte aller Hindernisse für die Zusammenarbeit – auf politischer Ebene ebenso wie im Geschäftsleben.

Derzeit haben einige von ihnen innerhalb Europas Hochkonjunktur.

Es sind insbesondere solche Vorurteile oder Fehleinschätzungen, die in diesem oder jenen Partnerland gezielt konstruiert werden, um im europäischen Raum ein interessengeleitetes Agenda Setting zu betreiben – oder, um das Kind beim Namen zu nennen: *Bashing*.

Besonders Deutschland steht derzeit im Visier.

Frankreich-Bashing ist in der veröffentlichten Meinung in Deutschland zwar präsent, jedoch im Vergleich seltener anzutreffen als das heute in Frankreich weit verbreitete Deutschland-Bashing.

Hier der wichtigste französische Klischeekomplex zusammengefasst:

Deutschland sei eine „Hegemonialmacht“ in Europa.

Ausgehend von der Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Wirtschaft wird der Deutschland unterstellte Wille konstruiert, die Welt als *Supermacht* zu beherrschen und Frankreich zum „Juniorpartner“ absteigen zu lassen (so das deutsche Gegenklischee).

Hierzu passt der Vorwurf, Deutschland zeige sich im Euroraum „*unsolidarisch*“, führe einen *dogmatischen „Austeritätskurs*“, dessen Opfer alle südeuropäischen Staaten seien. Mit anderen Worten: **Die deutsche Haushaltspolitik gehe ebenfalls zu Lasten der anderen EU-Staaten.**

Auch sei Deutschland ein „*Niedriglohnland*“, was der Binnennachfrage schade und – zusammen mit dem hohen Außenhandelsüberschuss – die Wirtschaftsleistung der Partner-Staaten in der EU drücke und zu Lasten ihrer Exporte gehe.

Und weil Deutschland allein die „*schwarze Null*“ vor Augen habe, investiere das Land zu wenig. Im Klartext: Die deutschen Staatsausgaben seien zu niedrig im Vergleich zu denen Frankreichs. Der Beweis? Die hausgemachte „**Rezession**“, in die derzeit die deutsche Wirtschaft schlittere.

So schließt sich der Kreis der Vorwürfe : Deutschland, die Wunderlokomotive Europas, die derzeit konjunkturell an Fahrt verliert, sei selbst Schuld an ihrer vermeintlichen Rezession, da sie ja nur ans Sparen denke und weder das erwirtschaftete Reichtum verteile noch in die Zukunft investiere.

Was steckt hinter diesen Klischees bzw. Vorwürfen?

Im Kern: die **Unkenntnis** der jeweils unterschiedlichen Auffassungen einiger **Kernkonzepte der Wirtschafts- und Sozialpolitik** sowie die **gezielte Nutzung von Missverständnissen**.

Hier sieben unter den wichtigsten dieser Kernkonzepte:

1/ Der Staat = Allgemeinheit der Bürger versus Regierung.

Die Aufgabe der Regierung und des Parlaments besteht in Deutschland allein darin, eine *Ordnung* zu schaffen, die für die Wirtschaft (d.h. die Unternehmen) günstige *Rahmenbedingungen* und verlässliche *Perspektiven* schafft – also *Ordnungspolitik*.

In dieser Auffassung sind es die Unternehmen, die Wachstum erwirtschaften und Arbeitsplätze schaffen, nicht der Staat. Ihre Interessen haben Priorität. Denn Sie tragen erheblich zum Gemeinwohl bei.

2/ Der Unternehmer.

In Deutschland genießt der Unternehmer Achtung, besonders der Mittelständler.

Er gilt nicht als Klassenfeind oder Ausbeuter, denn Arbeit und Kapital haben die gleichen Rechte – sei es im Betrieb (etwa in der Form der betriebliche Mitbestimmung) oder auf Branchenebene, wo die Löhne und Arbeitsbedingungen von den Tarifpartnern festgesetzt werden.

Und der Unternehmer hat institutionelle Partner, die ihn unterstützen: Banken und vor allem Sparkassen. Kreditmangel gibt es im Vergleich zu Frankreich nicht, die Banken erfüllen ihre Pflicht, genauer: ihre *dienende* Funktion als Geldgeber für die Wirtschaft, was auf Deutsch identisch ist mit Unternehmen. So haben entsprechend auch Banken insgesamt ein positives Image.

3/ Gesellschaftliche Verantwortung und nachhaltiges Wirtschaften sind die Grundprinzipien des Unternehmertums.

Im Grundgesetz steht das Prinzip „**Eigentum verpflichtet**“ (Art. 14 GG). Der Unternehmer, der sein Vermögen zur Unternehmensgründung nutzt, schließt dadurch implizit einen Vertrag mit der Allgemeinheit. Dieser Vertrag beinhaltet Rechte und Pflichten – insbesondere das verantwortliche Handeln seiner Umwelt gegenüber. Damit ist mehr als die Natur gemeint: vielmehr Mitarbeiter, Mitmenschen, Kollegen und Geschäftspartner, Zulieferer und Kunden. Die Palette des *verantwortlichen Handelns* reicht konkret von betrieblicher Mitbestimmung (gegenseitiger Respekt im Betrieb) bis zum Mäzenatentum.

Nachhaltiges Wirtschaften ist damit eng verbunden. Gemeint ist langzeitorientiertes Handeln zum Wohle des Unternehmens, seiner Mitarbeiter sowie seines Umfelds. Das *erfordert Planungssicherheit*, also *stabile Rahmenbedingungen*. Nichts verunsichert einen deutschen Unternehmer so sehr wie solche, die sich ständig ändern. Das gilt für technische Normen, Steuergesetze ebenso wie für die Entwicklung auf dem Weltmarkt und in der Eurozone. Ist diese mit großen Unsicherheiten behaftet,

halten sich Unternehmen mit *Investitionen* zurück, wie man seit einigen Jahren beobachten kann, und ganz besonders dieses Jahr, wo Ukraine- und Staatsschuldenkrise im Euroraum die unternehmerische Risikobereitschaft ebenso dämpfen wie einige Maßnahmen der Bundesregierung, deren Auswirkungen auf die Rahmenbedingungen risikobehaftet sind: Mindestlohn, Rente mit 63.

4/ Konkurrenz belebt das Geschäft.

Unternehmertum und freier Markt fußen in Deutschland auf *Werten*, die sich als gesetzliche Norm etabliert haben. Zunächst *Freiheit*, d.h. Gedankenfreiheit, freie Berufswahl, unternehmerische Freiheit und natürlich freier Markt, sprich Konkurrenz.

Damit das Marktgeschehen zur Zufriedenheit und zum Nutzen aller funktioniert, braucht es aber Prinzipien und Regeln. In Deutschland herrscht also kein wildes Marktgeschehen, sondern *Ordo-Liberalismus*.

An oberster Stelle der Regeln, die auf Werten fußen, steht das **Lauterkeitsprinzip** (Art. 1 UWG). Es bedeutet Vorsorge gegen unlautere Geschäftspraktiken, Transparenz sowie das Einhalten der Verträge. Das Geschäftsethos braucht keine Gesetze, um lebende Praxis zu sein, denn es baut auf dem Prinzip der *freiwilligen Selbstverantwortung* auf. Bei Verstößen droht allein die *Hall of Shame*.

Anders bei Verstößen gegen das Wettbewerbsrecht als solches, d.h. das GWB: das Gesetz gegen Kartellbildung und Absprachen – die ahndet das Bundeskartellamt.

5/ Freiheit bedeutet immer auch Verantwortung bzw. Haftung

Ob Bürger oder Unternehmer, jeder ist seines Glückes Schmied, muss dabei jedoch stets die Interessen seiner Mitwirkenden und Mitmenschen respektieren. Was dieses verantwortungsbewusste Handeln jenseits jeglicher gesetzlicher Regulierung möglich macht, ist das *Prinzip Vertrauen*, das auf dem Prinzip *Selbstverantwortung* beruht. Die deutsche Wirtschaft und Gesellschaft funktionieren auf der Grundlage des freiwilligen, selbstbestimmten *Vertrags*. Gesetze bilden nur die Rahmenordnung, mehr nicht.

6/ Vertrauen ist somit der oberste Schlüsselbegriff,

um das Geschäftsleben in Deutschland zu verstehen. Vertrauen bedeutet keineswegs Naivität – der Konkurrent ist und bleibt ein Konkurrent, aber er ist vielleicht auch der Partner von morgen; außerdem kann ich vom ihm lernen, wenn er auf einem Gebiet erfolgreicher ist als ich. Vertrauen erwächst aus der Kenntnis des Geschäftspartners, aus der Zusammenarbeit, aus der Erfahrung, dass er sich an Abmachungen hält, aus gemeinsamen Plänen, Erfolgen oder zuweilen auch Misserfolgen – vorausgesetzt, man ist aus den Fehlern klug geworden.

7/ Kritik ist konstruktiv. Das ist der zweite Schlüsselbegriff.

Kritik muss sein, sie entspricht einem ständigen *Benchmarking*. In einem freien Markt ist sie das A und O, um innovationsfähig und wettbewerbsfähig zu bleiben.

So ist auch die Kritik zu interpretieren, die derzeit in Deutschland durch die Presse geht – sei es die Stimme eines Hans-Werner Sinn (ifo), eines Marcel Fratzscher (DIW) oder eines Ulrich Grillo (BDI). Was sie tun ist, Missstände aufzuspüren, Schwachstellen, die es gilt zu verbessern. Sie sind keine „Nestbeschmutzer“ oder „Schlechtredner“ (die französische Entsprechung wäre „*déclinologues*“, da in Frankreich Kritik schon fast als Bashing empfunden wird), sondern sie verstehen sich als *Therapeuten*. Sie tun ihren Job: ihre Kritik hat für die Politik eine beratende Funktion und eine vorbeugende.

Dies sind also die Kernbegriffe, die zu Missverständnissen zwischen Frankreich und Deutschland führen und in Frankreich das *German-Bashing* nähren.

Die deutsche Wirklichkeit sieht ganz anders aus:

Da derzeit alle anderen Wirtschaften in der EU schwächeln und Deutschland in der EU die Hauptschubkraft erbringt, muss Deutschland sich seiner *gesamteuropäischen Verantwortung* stellen und sich weiter reformieren, um wettbewerbsfähig zu bleiben. Schon Goethe wusste: „*Erster werden ist nicht schwer, Erster bleiben dagegen sehr*“.

Diese europäische Verantwortung geht noch weiter:

Da Deutschland wegen seiner Wirtschaftskraft *auch weltweit* als die tragende Säule der *Bonität der gesamten EU* – und ganz besonders des Euroraums – gesehen wird, steht das Land in der *besonderen Verantwortung*, ein entsprechendes Verhalten an den Tag zu legen. Mit anderen Worten: von der Haushaltsdisziplin nicht abzuweichen. Denn dadurch wächst auch weltweit das *Vertrauen* der Anleger. Und innerhalb des Landes das Vertrauen der Wirtschaftsakteure in den *nachhaltigen* Kurs der Bundesregierung – denn erst durch den allmählichen Abbau des Schuldenbergs kann die Voraussetzung dafür geschaffen werden, dass in naher Zukunft trotz des kommenden Rentnerbooms die Finanzierung des Rentensystems gewährleistet ist.

Anders formuliert:

Die Politik der „schwarzen Null“ ist nichts anderes als eine indirekte Investitionspolitik mit positiven Auswirkungen auf die Binnennachfrage.

Und sie wirkt gleichzeitig EU-weit als „Stabilitätsanker“.

* * * * *

Bashing zerstört das gegenseitige Vertrauen und behindert daher erheblich die deutsch-französische Zusammenarbeit in Wirtschaft und Politik.

Viel erfolgsversprechender wäre es, sich die Mühe zu geben, den jeweiligen Partner verstehen zu wollen. Denn nur so, durch eine offene Haltung, können auch die Komplementaritäten Realität werden, die die Vielfalt der Ansätze innerhalb Europas als Potenzial bereit hält.

Dies gilt für das Geschäftsleben ebenso wie für die Politik.