

Die Schlacht um die Fabriken

Nicolas Sarkozy und sein SP-Rivale, Francois Hollande, haben den Kampf gegen Betriebsabsiedlungen zum Hauptthema des Präsidenten-Wahlkampfes erkoren.

VON DANNY LEDER, *PARIS*

Die Bilder, die Frankreichs Medien jetzt fast täglich bringen, gleichen einander, nur der Hauptdarsteller variiert. Im Hintergrund eine Fabrikhalle, vorne stehen imposante Männer in Arbeitskluft, und alle lauschen jeweils einem klein gewachsenen Redner in Anzug und Krawatte – mal handelt es sich um Nicolas Sarkozy, mal um Francois Hollande.

Der bürgerliche Staatschef und sein sozialistischer Herausforderer touren durch Werften, Stahlhütten und Autofabriken. Vier Monate vor den Präsidentenwahlen konzentriert sich die Kampagne auf Frankreichs wundensten Punkt: Das Industriersterben, das zum Sinnbild der Euro-Krise für die Franzosen geworden ist.

„Ich habe die Tränen derjenigen gesehen, deren Unternehmen schloss, deren Arbeit sich nach China verflüchtigte. Ich bin der Kandidat des Industrie-Patriotismus“, verkündet Hollande. „Ich werde mich nie mit Frankreich als Industrie-Museum abfinden. Wir müssen ein Land der Produktion bleiben“, hämmert Sarkozy.

Frankreich hat in einem Jahrzehnt 600.000 Arbeitsplätze in der Industrie verloren. Der Anteil der Industrieproduktion am Bruttonationalprodukt sank von 17 auf zehn Prozent. Frankreichs Handelsbilanz, seit 2003 im Sinkflug, geriet im Vorjahr in ein Rekordtief von über 70 Mrd. Euro. Nun klettert Frankreichs Arbeitslosenrate Richtung 10 Prozent.

Dabei zählt die Produktivität der französischen Arbeitnehmer zur Weltspitze. Frankreich verfügt über durchaus erfolgreiche Konzerne. Diese tendieren aber zu einer rasenden Verlagerung ihrer Gesamtproduktion in Billiglohn-Länder. Während vergleichsweise deutsche Großunternehmen für ihre Hochqualitätsprodukte Herstellungsprozesse gestalteten, die wichtige Fertigungs- und Entwicklungselemente in Deutschland bewahren. Frankreichs Mittelbetriebe, oft kommerziell unerfahren, sind durch den Abgang der

Großunternehmen, für die sie ursprünglich arbeiteten, für eigenständige Exportgeschäfte nur schlecht gewappnet.

Als Reaktion ist die Parole „*Kauft französisch*“ in Umlauf. Laut Umfrage würde eine Mehrheit einem französischen Produkt den Vorzug geben, auch wenn es um zehn Prozent teurer als Importware wäre. Aber der nationale Einkauf in einer globalisierten Wirtschaft stößt schnell an Grenzen: „Soll ich ein Renault-Auto kaufen, das in der Türkei hergestellt wird, oder einen Toyota, der in Nordfrankreich produziert wird?“ hörte man eine Passantin in einer TV-Reportage fragen. Sarkozy behauptet die Antwort auf dieses Dilemma gefunden zu haben: er wirbt für eine Kennzeichnung („Garantierter französischer Ursprung“) jener Waren, deren Wert zu über 50 Prozent in Frankreich geschaffen wurde. Vor allem will er jetzt noch schnell eine Erhöhung der Mehrwertsteuer: die Einnahmen sollen eine Verringerung der Sozialabgaben der heimischen Betriebe ermöglichen und Importprodukte verteuern.

Etliche Politiker, auch im Umkreis von Sarkozy, plädieren für einen „modernen europäischen Protektionismus“ (so die Formel von Wissenschaftsminister Laurent Wauquiez). In der EU würden „aus Naivität“ staatliche Aufträge auch Rivalen wie den USA und China, „die sich ihrerseits abschotten“, offen stehen, beklagt Wauquiez. Die EU müsste das Prinzip der „Gegenseitigkeit“ anwenden, und sich außerdem vor Billig-Einfuhren aus Ländern, die keine sozialen und ökologischen Mindestnormen respektieren, schützen.

Die Rechtspopulistin Marine Le Pen, die sich laut Umfragen im Aufwind befindet, möchte mehr, nämlich Einfuhrzölle an Frankreichs Grenzen auch gegenüber EU-Partnern. So wie sie den Austritt aus dem Euro als Lösung preist, um Wettbewerbsvorteile zu erringen – auch wenn die meisten Experten für diesen Fall eine Vervielfachung der öffentlichen Verschuldung und einen Bankenkrach vorhersagen.