

Frankreichs neuer Deutschland-Kult:

Mehr Vertrauen in Merkel als in Sarkozy / TV-Auto-Werbung auf Deutsch / Eine Deutsche leitet ein Résistance-Museum

Die Geste schien wie aus grauer Vorzeit, als man sich noch Blutsbruderschaft schwor. Nicolas Sarkozy hielt seine beiden Hände, zu Fäusten geballt und in Querstellung, direkt aneinander und schob sie nach vorne, Richtung TV-Kamera: „Und darum“, sagte der französische Staatschef, „müssen wir mit Deutschland Hand in Hand arbeiten. Und deshalb müssen wir uns dem System nähern, das funktioniert, also Deutschland“.

Damit reagierte Sarkozy auf die Bemerkung eines TV-Journalisten, Deutschland müsse für seine Anleihen auf den Finanzmärkten weniger als Frankreich zahlen. Bei seinem TV-Auftritt nach dem EU-Krisengipfel vom Mittwoch beschwor Sarkozy laufend seine Symbiose mit „Madame Merkel“: künftig würden Steuerpolitik und Budgetkurs systematisch angeglichen werden. „Unsere Einstellung lautet: Konvergenz mit unseren deutschen Freunden“. Die jeweiligen Budgets der beiden Staaten müssten in Hinkunft gegenseitig genehmigt werden. Tatsächlich arbeiten bereits Spitzenbeamte der beiden Länder an einer einheitlichen Unternehmenssteuer, die ab 1. Januar 2013 gelten wird.

Sarkozy trägt auf diese Weise dem aktuellen wirtschaftlichen Kräfteverhältnis Rechnung: mit einer Verschuldung von 84,7 Prozent des Nationalprodukts hält Frankreich einen Negativrekord unter den Ländern, die noch über die Bestnote der Rating-Agenturen verfügen. Frankreichs Handelsbilanz rutschte 2010 auf minus 50 Mrd. Euro, Deutschland erzielte über 150 Mrd. Euro an Export-Überschüssen, für 2011 wird ein ähnliches Ergebnis erwartet.

Resultat: In Sachen Krisenbewältigung vertrauen laut Umfrage mehr Franzosen Merkel (46 Prozent) als Sarkozy (33 Prozent). Auf allen Ebenen der französischen Öffentlichkeit greift eine Art von Deutschland-Kult um sich.

TV-WERBUNG AUF DEUTSCH Der bloße Klang des Deutschen gilt als Gütesiegel. Opel wirbt im französischen TV auf Deutsch: „Eine deutsche Technologie, eine deutsche Idee“, heißt es da, nur zum Schluss hört man auf Französisch: „Man muss nicht Deutsch verstehen, um zu begreifen, dass Opel ein echtes deutsches Auto ist“. Auch VW preist sich auf Deutsch mit dem

Spruch: „Das Auto“. Die Reaktion von Renault ist ebenfalls deutsch gefärbt: der französische Konzern schaltet in Frankreichs Zeitungen ganzseitige Anzeigen mit der schwarzrotgoldenen Fahne Deutschlands als Hintergrund und zitiert Lob und Bestreihungen seitens „ADAC-Pannenstatistik“, „ADAC Werkstatt-Test“ und „Auto Bild Magazin“.

Französische Zeitungen bewundern in Deutschland das innovative und unvergleichlich einflussreichere Netz mittlerer Unternehmen, die in Frankreich so bitter fehlen. Frankreichs Bürgerliche neiden Deutschlands niedrigere Sozialabgaben und Arbeitsmarktreformen. Moderate französische Linke schwärmen für die deutsche Konsenssuche zwischen Firmenchefs und den noch immer – vergleichsweise – starken Gewerkschaften, wobei auffällt, dass in Deutschland im Schnitt weniger lang gearbeitet wird (1390 Stunden pro Jahr gegenüber 1554 Stunden in Frankreich). Die in den kräftigen, deutschen Parlamentarismus eingebettete Bescheidenheit von Kanzlerin Merkel wird der „bonapartistischen Selbstherrlichkeit“ des „Hyperpräsidenten“ Sarkozy gegenübergestellt. Trost spendet die höhere Geburtenrate, die Frankreich der Förderung berufstätiger Mütter verdankt.

DEUTSCHE LEITET RESISTANCE-MUSEUM Auch auf dem einst heikelsten Gebiet sind Deutsche willkommen: soeben wurde eine junge deutsche Historikerin zur Leiterin des *Museums der Résistance und Deportation* in der ostfranzösischen Stadt Besancon auf Grund eines einstimmigen Beschlusses des Museumsvorstands bestellt.

DANNY LEDER, PARIS