



Deutsch-Französische
Industrie- und Handelskammer
Chambre Franco-Allemande
de Commerce et d'Industrie



Deutsch-Französische Auslandshandelskammer besteht seit 50 Jahren

„Aufeinander zugehen und Humor beweisen“

Die Deutsch-Französische Industrie- und Handelskammer (AHK) mit Sitz in Paris feiert in diesem Jahr ihr 50-jähriges Jubiläum. Sie versteht sich als Modell der grenzüberschreitenden Zusammenarbeit. Mit ihren 40 Mitarbeitern hat die AHK Paris rund 1.000 Mitgliedsfirmen angezogen. Ein Interview mit Hauptgeschäftsführer Heinrich Lieser über die Chancen von mittelständischen Unternehmen, in Frankreich Fuß zu fassen, das deutsch-französische Verhältnis und die Aufgaben der Zukunft.

Herr Lieser, die AHK besteht mittlerweile seit 50 Jahren. Worauf sollten deutsche Unternehmen bei der Pflege von Geschäftskontakten in Frankreich besonders Wert legen?

Lieser: In einem halben Jahrhundert Zusammenarbeit zwischen deutschen und französischen Unternehmen sammeln sich natürlich eine Menge Erfahrungen menschlicher und geschäftlicher Natur. Wenn wir dennoch eine Hitliste aufstellen wollen, so stehen an erster Stelle sicherlich die mentalen oder interkulturellen Unterschiede. Hier ist von beiden Seiten Aufeinander zugehen und Humor gefragt. Auch die administrativen Verfahren im jeweiligen Partnerland wollen erst durchschaut werden. Ganz wichtig ist Sensibilität für die Konsumgewohnheiten im anderen Land, die oft eine Anpassung der Produkte erforderlich macht.

Wie hat sich aus Ihrer Sicht das deutsch-französische Verhältnis in den vergangenen Jahren entwickelt?

Lieser: Es gibt keine zwei anderen Volkswirtschaften, die so miteinander verflochten sind. Der Wille zu einer erfolgreichen Zusammenarbeit wächst kontinuierlich. So kann heute das deutsch-französische Sonderverhältnis als Motor der eu-



Heinrich Lieser, Hauptgeschäftsführer der AHK Paris.

ropäischen Politik und Wirtschaft erscheinen. Zusammen erwirtschaften beide Länder mehr als 50 Prozent der Wirtschaftsleistung der Eurozone.

Ostwestfalen ist vorwiegend mittelständisch geprägt mit den Schwerpunkten Maschinenbau-, Nahrungsmittel- und Möbelindustrie. Welche Chancen haben ostwestfälische Unternehmen, auf dem französischen Markt Fuß zu fassen?

Lieser: Frankreich ist mit einem Exportanteil von elf Prozent wichtigster Handelspartner. Allgemein sind die deutschen Mittelständler sehr flexibel, um individuelle Geschäftsmodelle mit französischen Partnern zu entwickeln. Offenheit und Delegation an französische Geschäftspartner setzen sich in der deutsch-französischen Zusammenarbeit immer mehr durch.

Viele Unternehmen scheuen aufgrund mangelnder französischer Sprachkenntnisse noch immer, Kontakte nach Frankreich aufzubauen. Welchen Tipp haben Sie, um

die Sprachbarriere zu überwinden?

Lieser: Die Unkenntnis der jeweiligen Partnersprache als grundsätzliche Blockade wird in der globalen Wirtschaft ad absurdum geführt. Neuere Studien belegen, dass auch im Mutterland der Francophonie der Wirtschaftsaustausch vermehrt auf Englisch verläuft. Doch auch die Pflege der deutsch-französischen Sprachkultur spielt eine zentrale Rolle. Erst kürzlich bekräftigten Bundeskanzler Schröder und Staatspräsident Chirac auf einem deutsch-französischen Gipfel ihren Willen, die beiden Partnersprachen in den jeweiligen Ländern durch einen gemeinsamen Maßnahmenkatalog zu fördern.

Wo liegen für die AHK Paris die wichtigsten Aufgaben der Zukunft?

Lieser: Zum 50-jährigen Jubiläum repräsentiert die Kammer ein halbes Jahrhundert deutsch-französischer Wirtschaftskooperationen. Auf der Basis dieses Erfolgs wollen wir die starke Zusammenarbeit auf politischer und wirtschaftlicher Ebene weiter intensivieren. Wir werden auch in Zukunft flexibel auf die Marktentwicklungen reagieren und mit unserem Dienstleistungsangebot auf die Bedürfnisse der deutsch-französischen Unternehmen eingehen.

Die Fragen stellte Silke Goller.

TIPPS

■ Zehn Tipps für Frankreich-Einsteiger

1. Erwerben Sie produktspezifische Marktkenntnisse!
2. Achten Sie auf Handelsgepflogenheiten!
3. Klären Sie die rechtliche Rahmenbedingungen im Vorfeld!
4. Informieren Sie sich über Konsumgewohnheiten und Markttrends!
5. Greifen Sie auf erfahrene und im Markt eingeführte Vertriebspartner zurück!
6. Nicht jedes Produkt oder jede Dienstleistung eignet sich für den französischen Markt: Prüfen Sie die Akzeptanz!
7. Ein französischer Ansprechpartner im Land ist ein Muss!
8. Drei französische Sätze zum Auftakt ... so brechen Sie das Eis!
9. Beachten Sie Mentalitätsunterschiede: Nehmen Sie Seminarangebote zum interkulturellen Management wahr!
10. Greifen Sie auf Unterstützung erfahrener Experten und Institutionen im deutsch-französischen Wirtschaftsaustausch zurück!