

# Patriotisme économique

## Eine (nicht nur) französische Debatte

Henrik Uterwedde\*

» Der politische Diskurs zum „ökonomischen Patriotismus“ in Frankreich ist angesichts der fortschreitenden Globalisierung mehr als gestrig. Die Alternative zum defensiven Schutz nationaler Unternehmen ist eine aktive Standortpolitik. In der französischen Politik hat dieser Paradigmenwechsel denn auch längst stattgefunden.

*„Ich möchte alle unsere Energien für einen wirklichen ökonomischen Patriotismus sammeln. Ich weiß, dass dies nicht zum üblichen Sprachgebrauch zählt. Aber es handelt sich schon darum, in einer Welt, die sich wandelt, unsere Kräfte zu bündeln. Dies bedeutet, dass wir Frankreich und das, was französisch ist, verteidigen. Dies heißt ökonomischer Patriotismus.“*

(Dominique de Villepin, 27.7.2005)

*„In Frankreich verkörpert dieser Begriff die Widersprüche und Sackgassen der Regierungen seit 20 Jahren: Privatisierungen ohne Pensionsfonds; Abbau des colbertistischen Staates, aber Beibehaltung des etatistischen Diskurses; eine Globalisierung, die gewollt wird, deren Folgen aber von den linken wie rechten politischen Eliten nicht akzeptiert und von der Mehrheit der öffentlichen Meinung abgelehnt werden.“*

(Elie Cohen)<sup>1</sup>

Ein Gespenst geht um in Europa: der „patriotisme économique“. Seit Premierminister Dominique de Villepin, mit politischen Erfolgserlebnissen nicht gerade reich gesegnet, diesen Begriff auf einer Pressekonferenz am 27. Juli 2005 in die Welt setzte, hat er heftige innen- und außenpolitische Wellen geschlagen, deren Wirkung weiter anhält. Er diente vor allem als Begründung für den Versuch, französische Firmen vor unliebsamen Übernahmeversuchen ausländischer Konzerne zu schüt-

zen, konkret: die italienische Enel-Gruppe an einer Übernahme von Suez zu hindern. Kurz zuvor hatte das Gerücht, der PepsiCo-Konzern plane eine unfreundliche Übernahme des Nahrungsmittelherstellers Danone, für Aufregung gesorgt, ebenso wie im Juni 2006 die Übernahme des Stahlkonzerns Arcelor<sup>2</sup> durch die indische Mittal-Gruppe. Der innenpolitische Beifall war dem Premierminister dabei ebenso sicher wie die harsche Kritik der EU-Kommission (deren Präsident Barroso, ohne Frankreich direkt zu nennen, die „nationalistische Rhetorik“ führender Wirtschaftspolitiker in der EU angriff) oder der öffentlichen Meinung in den Nachbarstaaten: „Grande nation hinterm Betonwall“ nannte Michael Stürmer „Frankreichs wirtschaftspolitischen Sonderweg“ in der Welt (6.4.2006), und die Financial Times (3.3.2006) nannte den französischen Kurs „A Maginot Line for corporate France“.

Die Maßnahmen, die unter der Flagge des ökonomischen Patriotismus in Gang gesetzt wurden, rechtfertigen diese Alarmrufe allerdings nicht.<sup>3</sup>

- Schon im Sommer 2005 war ein „Gesetz für das Vertrauen und die Modernisierung der Wirtschaft“ verabschiedet worden, dessen Artikel 34 jedem, der in Frankreich ein börsennotiertes Unternehmen übernehmen will, zur Auflage macht, auch dessen ausländische Tochterunternehmen mit zu übernehmen. Dies wurde in der Presse als Lex Renault bezeichnet, weil damit

\* Prof. Dr. Henrik Uterwedde ist stellvertretender Direktor des Deutsch-Französischen Instituts (dfi), Ludwigsburg.

eine eventuelle Übernahme des Automobilkonzerns erschwert würde: Sie müsste nunmehr auch die Renault-Tochter Nissan umfassen und würde damit prohibitive Kosten verursachen. Auch andere Unternehmen wie Suez (mit seiner belgischen Tochterfirma Electrabel), Lagardère, Accor oder LVMH wären aufgrund dieser Bestimmung schwieriger zu „schlucken“.

- In einem Dekret vom 31. Dezember 2005 wurden elf „strategische“ Wirtschaftszweige aufgeführt, in denen eine Übernahme durch ausländische Anleger einem staatlichen Genehmigungsvorbehalt unterworfen wird (vgl. Tabelle 1). Dazu zählen die Bereiche Waffenproduktion, Sicherheitstechnik, Kommunikations- und Abhöranlagen, Verschlüsselungstechnologie, Biotechnologie, Impfstoff-Herstellung, Zulieferfirmen für das Verteidigungsministerium, aber auch Spielcasinos (im Namen des Kampfes gegen illegale Geldwäsche).
  - Die Übernahmerrichtlinie der EU vom 25. April 2004 wurde in Frankreich dergestalt umgesetzt, dass Unternehmen das Recht erhalten, im Falle eines Übernahmeversuchs ihr Kapital zu erhöhen. Durch Vorratsbeschlüsse der Hauptversammlung sollen sie zur Ausgabe von Bezugs-
- rechten für neue Aktien berechtigt sein, mit deren Hilfe der Preis für den potenziellen Käufer in die Höhe getrieben werden kann. Ferner gilt das Prinzip der Reziprozität: Abwehrmaßnahmen sind dann gestattet, wenn das angreifende Unternehmen in seinem Land über effektivere Abwehrwaffen als das französische Unternehmen verfügt.
- Gleichzeitig sollen die Firmen weniger anfällig für ausländische Übernahmeveruche werden. Zum einen sollen staatliche Akteure wie der Renten-Reservefonds oder die CDC (Caisse des Dépôts), die die Spareinlagen der Sparkassenkunden in Frankreich sammelt und anlegt, in einem stärkeren Maße als bisher das von ihnen verwaltete Kapital (bei der CDC immerhin circa 220 Milliarden Euro) in Aktien anlegen. Zum zweiten soll die Ausgabe von Mitarbeiter-Aktien gefördert werden, insbesondere durch die Ausgabe von Gratisaktien an Beschäftigte. Für den Premierminister könnte dies „unsere Widerstandsfähigkeit gegenüber Schocks und Bedrohungen verbessern“ und „unsere Unternehmen besser auf dem französischen Boden verankern“.

**Tab. 1: Strategische Sektoren, die vor ausländischen Übernahmen geschützt werden können**

Strategische Sektoren	Wichtigste betroffene Firmengruppen
Spielcasinos	Accor, Fermière de Cannes, Partouche-Gruppe
Sicherheitsaktivitäten	Atlantic Intelligence, Hologrames Industrie, Safran, Thalès
Biotechnologien, Impfstoffherstellung	BioMérieux, Cerep, Eurofins Scientific, Nicox, Sanofi-Aventis, Transgène
Kommunikations- und Abhöranlagen	Alcatel, Safran, Thalès
Sicherheit von Computersystemen	Normaction, Thalès
Duale Technologien	Alcatel, Areva, Dassault Aviation, Latécoère, Safran
Verschlüsselungstechnologie	Oberthur, Safran
Verteidigung, Rüstung	Apem, Dassault Aviation, ECA, Latécoère, ECA, Safran, Thalès

Quelle: Deloitte/L'AGEFI: Le patriotisme économique, Januar 2006.

## Eine nicht nur französische Praxis

Hintergrund dieser Maßnahmen ist, dass französische Konzerne in besonderem Maße übernahmefähig sind. Sie weisen einen Öffnungsgrad auf, der in anderen Staaten seinesgleichen sucht: 45 Prozent des Kapitals der 40 größten börsennotierten Firmengruppen des Börsenindex CAC-40, so lauten die Schätzungen, sind in der Hand ausländischer Anteilseigner, zumeist in Form institutioneller Anleger angelsächsischer Herkunft. Das ist deutlich mehr als bei den Nachbarn, vor allem als in Deutschland, wo die traditionell starke Kapitalverflechtung zwischen Industrie, Banken- und Versicherungsgruppen zwar abnimmt, aber immer noch durch eine stärkere Konzentration der Kapitalanteile in wenigen Händen gekennzeichnet ist. „Nur wenige französische Champions scheinen heute vor dem Appetit ihrer Konkurrenten in Sicherheit zu sein“, urteilt die Zeitschrift *Alternatives économiques*.<sup>4</sup> Denn ihre Börsenkaptalisierung ist deutlich niedriger als die der US-Giganten. Zudem ist ihr Kapital häufig zersplittert; deswegen verfügen sie in der Regel über keinen starken Referenzaktionär, der ihnen im Falle eines Übernahmeversuches beistehen könnte.

Das Lamento über die vermeintliche Opferrolle französischer Unternehmen ist allerdings auch einseitig. Es verschweigt schamhaft, dass französische Firmen in weit größerem Ausmaß auf Einkaufstour im Ausland sind als ausländische Gruppen in Frankreich. So haben französische Unternehmen laut Thomson Financial in Europa in der Zeit 2000–05 mehr als 260 Milliarden Euro für grenzüberschreitende Übernahmen ausgegeben, während der Wert französischer Firmen, die unter ausländische Kontrolle geraten sind, sich auf weniger als die Hälfte beläuft. „Die französischen Champions zeigen sich in der gegenwärtigen Fusions- und Akquisitionswelle sehr offensiv“, kommt *Alternatives économiques* zum Schluss. Warum sollte aber ausländischen Anlegern in Frankreich untersagt sein, was französische Konzerne in aller Welt offensiv praktizieren? „Was uns gehört, gehört uns, was anderen gehört, darüber kann man diskutieren“, kennzeichnet der Industrieexperte Elie Cohen diese widersprüchliche Haltung.<sup>5</sup>

Die Antwort auf diesen Vorwurf besteht meistens in dem Hinweis auf die notwendige Waffengleichheit: Frankreich praktiziere schließlich nichts, was nicht andernorts längst üblich sei. So verwies Wirtschaftsminister Thierry Breton darauf, dass sich die Bezugsrechtsregel an eine in den USA seit den 1980er Jahren gültige Regelung anlehnt und die französischen Unternehmen nicht nach außen abschotten, sondern ihnen im Gegenteil erlauben soll, „mit gleichen Waffen“ wie ihre ausländischen Konkurrenten ausgestattet zu sein. Der UMP-Abgeordnete Bernard Carayon, der die Fahne des ökonomischen Patriotismus zu seinem Kernanliegen gemacht hat, ergänzt: „Wenn wir unsere Unternehmen schützen wollen, heißt das nicht, einen ‘Atlantikwall’ oder eine Maginotlinie zu errichten. Es bedeutet, ganz einfach, sich von den Instrumenten unserer Konkurrenten inspirieren zu lassen [...]. Montedison, Fiat in Italien; Mannesmann, Volkswagen, Nivea in Deutschland; Unocal, IBM in den Vereinigten Staaten; Saia-Bruggess in der Schweiz; Verbot unfreundlicher Übernahmen in Japan: Gilt der ökonomische Patriotismus nur im Ausland als tugendhaft?“<sup>6</sup>

In der Tat ist manche Empörung über den französischen „Colbertismus“ reichlich heuchlerisch. Denn in zahlreichen Ländern gibt es Praktiken, „nationale“ Firmen vor ausländischen Übernahmen zu schützen: In Deutschland (VW-Gesetz; Abwendung der Übernahme von Nivea durch eine US-Gruppe) ebenso wie in Spanien (Abwehr der Übernahme des Energiekonzerns Endesa durch die deutsche Ruhrgas-Gruppe), in Italien (Schutz der nationalen Banken vor ausländischen Käufern) wie in Großbritannien (Ablehnung der Beteiligung der russischen Gazprom am British-Gas-Eigner Centrica) oder in den USA (Ablehnung chinesischer Beteiligungen an zwei Handelshäfen).

Die Motive für diesen Unternehmens-Protektionismus sind vielfältig: Zum einen wird befürchtet, die Übernahme nationaler Vorzeigeunternehmen durch ausländische Gruppen könne die nationale Wirtschaftsentwicklung schwächen – durch Verlust an Arbeitsplätzen, durch Abwanderung von Forschungskapazitäten, eventuell durch Verlagerung des Firmensitzes. Künftige Standortentscheidungen für Forschungs- und Produk-

tionsaktivitäten, so die Überlegung, würden im Ausland gefällt und französische Interessen nicht unbedingt berücksichtigen. Hinzu kommt die Angst vor der „Heuschrecken“-Logik mancher Unternehmer, also vor deren einseitiger Orientierung an finanziellen Rendite-Zielen (Shareholder Value) auf Kosten der industriellen Entwicklung. So sprach sich Wirtschaftsminister Breton in einem Interview (*Le Figaro*, 17.2.2006) für eine Stakeholder-Value-Philosophie aus: „Wir wollen auch das Gewicht derjenigen Beteiligten stärken, die nicht Aktionäre sind, wie die Beschäftigten und den Staat. [...] Ich denke darüber nach, ob man die Initiatoren eines Übernahmeverstehens nicht verpflichten sollte, dem Betriebsrat (*comité d'entreprise*) der betroffenen Firma ein wirkliches soziales und industrielles Projekt vorzulegen.“ Dies sind Argumente, wie sie auch in Frankreichs Nachbarländern zu hören sind. Ob sie hinreichend sind, um die Protektion nationaler Großunternehmen zu rechtfertigen, ist eine andere Frage, auf die noch einzugehen sein wird.

## Wirtschaftspatriotismus in der Kontroverse

Wenn Frankreich nur das praktiziert, was andere – allen voran die USA – auch tun, warum dann die Aufregung über den ökonomischen Patriotismus à la française? Zum einen haben sich französische Regierungen in der jüngeren Vergangenheit mit spektakulären Aktionen hervorgetan, in denen der Staat mit massivem Druck industrielle Entscheidungen beeinflusst hat – man denke an die Herbeiführung einer „französischen“ Lösung im Falle der früher deutsch-französischen Chemiegruppe Aventis, an die brusche Zurückweisung des Siemens-Konzerns im Falle der Sanierung des angeschlagenen Eisenbahnherstellers Alstom oder die Abwehr des italienischen Enel-Konzerns, der Suez übernehmen wollte.<sup>7</sup> In allen diesen Fällen wurde das direkte Hineinregieren des Staates in private Firmengruppen offen und geradezu demonstrativ zelebriert. Offensichtlich kann man mit einer derartigen interventionistischen Politik bei den französischen Wählern punkten.

Dies erklärt auch eine andere französische Besonderheit: In keinem anderen Nachbarland ist die Praxis, nationale Prestigeunternehmen zu schützen, von einem derart demonstrativen Patriotismus-Diskurs unterlegt worden, nirgendwo anders stellt die „Nationalität“ eines Unternehmens eine derartige Obsession dar. Die Karriere dieses Begriffes seit seiner Lancierung durch den Premierminister – keine drei Monate nach einem Europareferendum, das im Zeichen einer Abwehrschlacht gegen das „neoliberale“ Europa gestanden hatte – verweist auf fortbestehende Ängste gegenüber einer Globalisierung, die häufig als ungesteuert und zerstörerisch wahrgenommen wird, und gegenüber der sie tragenden liberalen Wirtschaftsorientierung. Dagegen wird das Recht, ja die Pflicht der Regierung hervorgehoben, die französische wirtschaftliche und soziale Entwicklung zu gewährleisten. Am deutlichsten wird dies von Vertretern der geostrategischen Schule ausgedrückt. So begründet Christian Harbulot die „Legitimität des ökonomischen Patriotismus“ wie folgt: „Wie oft muss man daran erinnern: Das Marktgesetz, das den Unternehmen als Leitschnur dient, weist nicht immer den richtigen Weg, um die Macht eines Landes dauerhaft zu sichern. Gegenüber den vereinten Folgen der Desindustrialisierung, der Delokalisierung und der aggressiven Handelspolitik der neuen Akteure des Weltmarktes stellt der Patriotismus eine zentrale Wegmarke für eine Strategie dar, die die Kriterien der Entwicklung (Forschung, Innovation, industrielle Kreativität) mit der Beherrschung der ökonomischen Kämpfe aller Art miteinander verbindet.“<sup>8</sup> Diese Position findet eine Reihe von Fürsprechern in Wissenschaft und Politik, vor allem beim UMP-Abgeordneten Bernard Carayon, der nicht müde wird, in die Debatte öffentlich einzugreifen. Sie ist auch Ausdruck der tiefen, parteienübergreifend zu findenden Skepsis gegenüber der Marktwirtschaft: „Wie können wir an die französische Erneuerung glauben? Indem wir einige Tabus aufbrechen. Indem wir uns von der Idee emanzipieren, dass die ökonomischen Gesetze über denen stehen, die sich die Völker selbst geben.“<sup>9</sup>

Allerdings werden in der öffentlichen Debatte, die einige Zeitschriften zur Publikation umfang-

reicher Dossiers veranlasst hat,<sup>10</sup> zunehmend skeptische Töne laut; in der wirtschaftswissenschaftlichen Diskussion ist die Kritik am ökonomischen Patriotismus eindeutig dominierend.

Die Kritiker warnen zunächst vor der Illusion, der Staat könne dauerhaft und erfolgreich einen Unternehmer-Protektionismus gewährleisten und sich unliebsamen grenzüberschreitenden Übernahmen widersetzen. Schließlich hat Frankreich die Übernahme von Arcelor durch Mittal nicht verhindern können. Der Ökonom Nicolas Véron verweist auch auf andere Beispiele, wie der gescheiterte Schutz der italienischen Banken, und kommt zu dem Schluss: „Ein ‘Protektions-Patriotismus’, der verhindern will, dass nationale Unternehmen unter ausländische Kontrolle geraten, hat wenig Erfolgchancen.“<sup>11</sup> Denn die staatlichen Schutzmechanismen sind reichlich durchlöchert. Hinzu kommt, dass sich die großen Unternehmensgruppen in Frankreich und den Nachbarländern längst europäisiert beziehungsweise internationalisiert und ihre Hauptmärkte und Beschäftigten überwiegend außerhalb ihrer nationalen Grenzen haben.<sup>12</sup>

Weil dies so ist, verstrickt sich der „ökonomische Patriotismus“ zunehmend in Widersprüche. Wenn es darum geht, die nationale Wirtschaft vor der Auszehrung zu bewahren und die nationalen Wachstums-, Beschäftigungs- und Entwicklungschancen zu verbessern, wenn die Handlungsfähigkeit der nationalen Politik in einer globalen Wirtschaft behauptet werden soll, dann ist der „ökonomische Patriotismus“ eine denkbar schlechte Antwort. Dies hat schon 1990 der US-Ökonom Robert B. Reich in einem bemerkenswerten Aufsatz herausgestellt, auf den sich heute viele französische Ökonomen beziehen. Wer verkörpert die Interessen der US-Bürger besser, fragt er rhetorisch: Das „nationale“ Unternehmen, dessen Kapital zu 100 Prozent in amerikanischer Hand ist, das aber seine Forschung und Produktion weltweit verzweigt hat? Oder das „ausländische“ Unternehmen, das in der Hand ausländischer Eigentümer ist, aber zahlreiche Produktionsstätten und Forschungslabors in den USA unterhält und damit zu Arbeitsplätzen, Einkommen und gesell-

schaftlichem Reichtum der USA beiträgt? „Heute“, so sein Schluss, „ist die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen in amerikanischem Eigentum nicht mehr identisch mit der amerikanischen Wettbewerbsfähigkeit. [...] Wir müssen in Menschen investieren, nicht in national definierte Unternehmen. Wir müssen unsere Grenzen für Investoren aus der ganzen Welt öffnen, statt Firmen zu bevorzugen, die einfach die US-Flagge haben.“<sup>13</sup>

Die französische Debatte knüpft an diese Argumentation an. Im heutigen Stadium der Globalisierung könne man nicht mehr, so Jean Pisani-Ferry, von der Interessensidentität zwischen „nationalen“ Großkonzernen und ihrem Heimatland ausgehen, im Gegenteil: Jeder Euro, den eine französische Regierung für einen der großen „nationalen“ Champions ausbebe, komme überwiegend

ausländischen Interessenten (Beschäftigten, Kunden, Aktionären) zugute.<sup>14</sup> Das eigentliche nationale Interesse liegt vielmehr in der Fähigkeit Frankreichs, eine Produktion mit hoher Wertschöpfung in Frank-

reich zu entwickeln beziehungsweise zu erhalten und qualifizierte, gut bezahlte Arbeitsplätze zu schaffen, kurz: die Attraktivität des Standortes Frankreich zu verbessern auch und gerade für ausländische Investoren, die einen eindeutig positiven Beitrag zur französischen Wirtschaftsentwicklung leisten. „Wenn es französisch ist, die Interessen des französischen Standortes zu fördern, dann gibt es überhaupt keine Notwendigkeit, das nationale Kapital zu fördern“, schlussfolgert Elie Cohen.<sup>15</sup> Im Gegenteil, so formuliert es Yves de Kerdrel in *Le Figaro* (7.3.2006), handelt es sich bei den Muskelspielen der französischen Politik um „überholte Gesten, die sich klar gegen die Interessen unseres Landes richten.“ Auch die oft ins Feld geführten „strategischen“ Gründe, die den Schutz der „französischen Nationalität“ eines Unternehmens erforderten, seien bis auf wenige Ausnahmen wenig stichhaltig.

Statt dessen, so die Kritiker, muss eine aktive Politik zur Verbesserung der Rahmenbedingungen für ein qualitativ hochwertiges Wachstum be-

## „Bei den Muskelspielen der französischen Politik handelt es sich um überholte Gesten.“

trieben werden. Denn die Alternative zu dem als defensiv, wenig effizient und letztlich unsinnig kritisierten Unternehmens-Patriotismus ist nicht eine resignative Laissez-faire-Politik. Sie liegt vielmehr in einer aktiven Standortpolitik, die in erster Linie auf modernen Infrastrukturen und einer ambitionierten Bildungs-, Forschungs- und Innovationspolitik beruht.<sup>16</sup> Anders ausgedrückt: Die Schlacht um französische Wirtschaftsinteressen wird auf einem anderen Feld ausgetragen, als es die Befürworter des 'patriotisme économique' behaupten. Dieser Paradigmenwechsel – der ähnlich auch im Abschied von der klassischen Industrie- zur Standortpolitik zu beobachten ist<sup>17</sup> – wird von der französischen Politik längst vollzogen, wenn gleich nicht immer ohne Mühen. Umso gestriger

erscheint daher der Diskurs des „ökonomischen Patriotismus“, den der Premierminister aus durchsichtigen Interessen intoniert hat und der eher irrationale Ängste und tradierte Vorurteile bedient, als Lösungen aufzeigt.

Das Auseinanderklaffen zwischen moderner Praxis und tradiertem Diskurs ist in der französischen Wirtschafts- und Sozialpolitik allzu bekannt. Damit werden notwendige Auseinandersetzungen über Kernfragen der künftigen wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Entwicklung oft auf symbolisch aufgeladene Nebenschauplätze verlagert. Insofern ist die Aufregung um den „patriotisme économique“ auch ein französisches Lehrstück. Dessen Ausgang aber ist, wie die Debatten beweisen, immerhin offen.

- 
- 1 Elie Cohen: Malaise dans la mondialisation ou „patriotisme économique“? In: *Problèmes économiques*, Nr. 2903, 5.7.2006, S. 4. – Dieser Aufsatz ist Teil eines umfangreichen Dossiers zum Thema (S. 2–33).
  - 2 Der luxemburgische Arcelor-Konzern ist 2002 aus einer Fusion von Usinor (Frankreich), Arbed (Luxemburg) und Aceralia (Spanien) hervorgegangen.
  - 3 Zum Folgenden vgl. Le patriotisme économique. Deloitte Finance, Janvier 2006, abrufbar unter [www.afic.asso.fr/Images/Upload/Partenariats/ft19\\_patriotisme\\_0106.pdf](http://www.afic.asso.fr/Images/Upload/Partenariats/ft19_patriotisme_0106.pdf) (Stand 17.11.2006).
  - 4 Défendre les entreprises françaises? Dossier in *Alternatives économiques*, Nr. 240, Oktober 2005, S. 6–14 (hier S. 11).
  - 5 Elie Cohen, a.a.O. (Anm. 1), S. 4.
  - 6 Bernard Carayon: Patriotisme économique. De la guerre à la paix économique. Editions du Rocher, Paris 2006, S. 232 f.
  - 7 Vgl. dazu auch Henrik Uterwedde: Deutsch-französische Industriepolitik – mehr als Illusionen? In: *Dokumente*, 5/2004, S. 21–27.
  - 8 Christian Harbulot: La légitimité du patriotisme économique. In: *Problèmes économiques*, Nr. 2903, 5.7.2006, S. 5–9 (hier S. 9).
  - 9 Carayon, a.a.O. (Anm. 6), S. 226. Vgl. auch Ders.: De la paix économique. In: *Le Figaro*, 16.11.2006.
  - 10 Neben den zitierten Dossiers in *Problèmes économiques* und *Alternatives Economiques* vgl. auch das Dossier „Le patriotisme économique à l'épreuve de la mondialisation“. In: *La Revue internationale et stratégique*, Nr. 62, Sommer 2006, S. 41–113; Quel patriotisme économique? In: *L'Economie Politique*, Nr. 31, 2006.
  - 11 Nicolas Véron: Patriotisme économique: la leçon italienne. In: *La Tribune*, 12.9.2006. Vgl. auch Ders.: Faut-il fermer la porte aux multinationales émergentes? In: *La Tribune*, 9.10.2006.
  - 12 Vgl. dazu die instruktive Analyse der 100 größten europäischen Champions von Nicolas Véron: Farewell National Champions. Bruegel policy brief, Nr. 04/Juni 2006 (abrufbar unter [www.bruegel.org](http://www.bruegel.org)).
  - 13 Robert B. Reich: Who is Us? In: *Harvard Business Review*, Januar–Februar 1990, S. 53–64 (hier S. 54).
  - 14 Vgl. dazu die Videoaufzeichnung der sehr instruktiven, die ökonomische Problematik verdeutlichenden Debatte zwischen Jean Pisani-Ferry und Nicolas Baverez, anzusehen unter [www.canalu.fr/canaluchaine2/utls/programme/926886122\\_le\\_patriotisme\\_economique\\_justifications\\_et\\_limites/](http://www.canalu.fr/canaluchaine2/utls/programme/926886122_le_patriotisme_economique_justifications_et_limites/) (Stand 20.11.2006).
  - 15 Elie Cohen, a.a.O. (Anm. 1), S. 4.
  - 16 Vgl. dazu auch Sylvie Matelly / Susanne Nies: La nationalité des entreprises en Europe. In: *La Revue internationale et stratégique*, Nr. 62, Sommer 2006, S. 41–51 (hier S. 47 f).
  - 17 Vgl. dazu demnächst Jean-Marc Trouille / Henrik Uterwedde: Renewing French Industrial Policy: Old Recipes or Forward-looking Strategies? In: Mairi Maclean / Joe Szarka (Hg.): *France on the World Stage*. Palgrave, London 2007 (in Vorbereitung).