



# NACHBAR FRANKREICH

Verstehen und Zusammenarbeiten

frankfurter <sup>^</sup>llgemeine  
ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND



# INHALTSVERZEICHNIS

<b>Frankreich:</b>	Seite	Seite	
Hinweis für den Leser . . . . .	7	- Haute-Normandie . . . . .	110
Vorwort . . . . .	11	- Pays de Loire . . . . .	114
<b>1. Wirtschaft</b> . . . . .	13	- Picardie . . . . .	118
Grundstatistiken Frankreich . . . . .	16	- Poitou-Charentes . . . . .	122
Die allmähliche Integrierung in den Weltmarkt . . . . .	19	- Provence Cote d'Azur . . . . .	126
Deutsche Direktinvestitionen in Frankreich . . . . .	21	- Rhone Alpes . . . . .	130
Hinsichtlich der Börse . . . . .	30	Die Gemeinden mit über 50000 Einwohnern . . . . .	135
<b>2. Demographie</b> . . . . .	31	<b>4. Arbeitseifer</b> . . . . .	137
Das am dichtesten bevölkerte Land in der EG . . . . .	33	<b>5. Anpassung Ihres Produktes an den Markt</b> . . . . .	147
Das Alter des Generaldirektors . . . . .	33	Die fünf typischen Kundenmentalitäten in Frankreich . . . . .	157
8% Ausländer . . . . .	38	<b>6. Markterschließung</b> . . . . .	165
<b>3. Geographie</b> . . . . .	39	Die Hauptstädte Paris . . . . .	173
Die Bildung des Staatsgebietes . . . . .	41	Der Einfluß von Paris - Das Paradox der Hauptstadt . . . . .	176
Frankreich in Zahlen . . . . .	43	Einleitende Formalitäten . . . . .	183
Die 22 Regionen: . . . . .	44	Gesellschaftsgründung . . . . .	184
- Elsaß (Alsace) . . . . .	46	Außenwirtschaft . . . . .	187
- Aquitanien (Aquitaine) . . . . .	50	Wettbewerbsrecht . . . . .	188
- Auvergne . . . . .	54	Arbeitsrecht . . . . .	188
- Burgund (Bourgogne) . . . . .	58	Besteuerung der Handelsgesellschaften . . . . .	189
- Bretagne . . . . .	62	Lohnnebenkosten . . . . .	190
- Centre . . . . .	66	Beendigung der Geschäftstätigkeit . . . . .	191
- Champagne-Ardenne . . . . .	70	Raumordnungsprämie . . . . .	193
- Korsika (Corse) . . . . .	74	Prämie zur Förderung der Lebensmittel- industrie . . . . .	194
- Franche-Comte . . . . .	78	Steuervergünstigungen . . . . .	194
- Ile de France . . . . .	82	Investitionsdarlehen . . . . .	196
- Languedoc Roussillon . . . . .	86	Sonstige Förderungen . . . . .	197
- Limousin . . . . .	90	Sonstige regionale oder örtliche Beihilfen . . . . .	198
- Lothringen (Lorraine) . . . . .	94	Beihilfen zur Ausbildung von Personal . . . . .	199
- Midi-Pyrenees . . . . .	98	Ausländisches Personal . . . . .	200
- Nord-Pas de Calais . . . . .	102	Die wichtigsten deutschen Niederlassungen in Frankreich . . . . .	203
- Basse-Normandie . . . . .	106		

	Seite		Seite
<b>T. Psychologie und Geistesstrukturen</b> . . . . .	247	Kommunikation und Zeiteinteilung . . . . .	332
Was die Deutschen den Franzosen neiden . . . . .	252	Grenzüberschreitende Beweggründe . . . . .	333
Was die Franzosen den Deutschen neiden . . . . .	253	Abgeordnet - ins Ausland entsandt: ein Unterschied, der zählt . . . . .	335
Frankreich in 22 Worten . . . . .	256	Deutscher oder französischer Mitarbeiter? . . . . .	337
<b>8. Kulturelle und soziale Unterschiede</b> . . . . .	275	Gehaltsfindung . . . . .	339
Paris und die Provinz . . . . .	277	Vergütungstabellen . . . . .	342
Das Vereinsleben . . . . .	282	<b>11. Personalsuche</b> . . . . .	371
Die Lokalpolitiker . . . . .	283	Das Verhalten bei einer Einstellung . . . . .	373
Die „neuen Berufe“ in Frankreich . . . . .	286	Auf der Suche nach dem „richtigen Partner“ . . . . .	375
- Der Linke . . . . .	286	Einige Anzeigenbeispiele . . . . .	376
- Der Rechte . . . . .	287	Die wichtigsten überregionalen Tageszeitungen . . . . .	381
- Der Lehrer . . . . .	287	Die wichtigsten Wochenzeitschriften . . . . .	382
- Der Heimgärtner . . . . .	289	Die wichtigsten regionalen Tageszeitungen . . . . .	384
- Der Heimwerker . . . . .	289	Fachpresse . . . . .	388
- Der Wochenendhausbesitzer . . . . .	290	Die verschiedenen Phasen einer Suchaktion . . . . .	393
- Der französische Tourist . . . . .	291	FUhrungskräfte gesucht! . . . . .	396
- Der Stadstreicher . . . . .	292	Vorsicht, Falle! . . . . .	396
- Der Gewerkschaftler . . . . .	293	<b>12. Staatsangehörigkeit: deutscher oder französischer Mitarbeiter?</b> . . . . .	405
- Der TGV-Führer . . . . .	294	Struktur der elsässischen Wirtschaft . . . . .	409
- Der Boulespieler . . . . .	294	Die elsässischen Hauptstädte . . . . .	411
<b>9. Ausbildung, Sozial- und Steuerrecht</b> . . . . .	297	Europa: das elsässische Modell . . . . .	412
Die großen Management-Schulen . . . . .	299	Nord-Elsaß: deutsches Nachwuchsreservoir . . . . .	413
Die großen Ingenieurschulen . . . . .	300	<b>13. Beispiele für Stellenbeschreibungen von einigen wichtigen Positionen im Unternehmen</b> . . . . .	415
Die wichtigsten Sprachschulen . . . . .	308	<b>14. Nützliche Adressen</b> . . . . .	423
<b>10. Gehalten Wie teuer sind Franzosen?</b> . . . . .	317	Die französische Regierung . . . . .	425
Die Führungskraft . . . . .	322	Die Gebietskörperschaften: Regionen - Regionalräte . . . . .	427
Vergleich der Vergütungen Deutschland/Frankreich . . . . .	325		
Vorsicht bei der Benutzung von Begriffen kaufmännischer Berufe . . . . .	329		
Umgangsformen mit den Franzosen . . . . .	330		
Der Ruf der jungen Franzosen . . . . .	330		
Management à la Française . . . . .	331		
Etikette und Umgangsformen . . . . .	331		

Seite

Departements - Generalräte  
Sery.ces de (Expansion Economique . . . . .  
Offizielle französische Stellen in . . . . .  
Deutschland . . . . .  
Offizielle deutsche Stellen'inFrankreich' . / /

Seite

Französische Außenhandelsstellen  
**a3S**  
liche Dimension . . . . .