

Der Franzose Frédéric Renard ist gewohnt, sich schnell irgendwo einzuleben: studiert hat er in Reutlingen, jetzt leitet er Peugeot Avenue in Berlin. Seine drei Kinder sollen das Beste aus den beiden Kulturen mitnehmen. Foto SZ



## Der Autonarr fährt gerne mal Rad

Vom diskreten Charme, nicht nur der Bourgeoisie: eine Begegnung mit Frédéric Renard in Berlin

Mehr als nur Autos verkaufen, das will der Leiter der Peugeot Avenue, Frédéric Renard. Der smarte Franzose verkörpert Lebensart und Kultur des Nachbarlandes.

Von Maxi Leinkauf

Manchmal lassen erst Fremde einen die verwunschenen Ecken der Stadt entdecken. Wer am Victoria-Luise-Platz, im Berliner Stadtteil Schöneberg aussteigt, wird verzaubert. Inmitten der sorgfältig gemähten Rasenflächen sprudelt eine Fontäne vor sich hin. Ein römisches Säulenfragment thront hinter einem kleinen Spielplatz. Hier wuchert nichts.

Frédéric Renard hastet über den Rasen, stoppt vor einer Bank, wo wir verabredet sind. Er trägt Anzug und Krawatte und wirkt nervös. Sein Blick ist jugenhaft und neugierig. „Ich habe mich sofort in diesen Platz verliebt“, sagt er, akzentfrei. „Er erinnert mich an den Place des Vosges in Paris.“ Er als Halbfranzose muss es wissen, er hat dort die letzten Jahre verbracht. Frédéric Renard zog es nach Berlin. Seit kurzem ist der 35-Jährige Chef von Peugeot Avenue Berlin. In der Mitte der Hauptstadt repräsentiert das ehrwürdige französische Automobilunternehmen seine Marke in glamouröser Umgebung.

„Kommen Sie, ich zeige Ihnen mein Quartier“, sagt Frédéric Renard. Wir schlendern um den Platz, er erzählt, dass er in Saarbrücken groß geworden ist, sein Vater ist Franzose, seine Mutter eine Deutsche. „Beide Kulturen sind meine“, sagt er. Er studierte in Reims und begegnete in der Champagne seiner späteren Frau. Im Anschluss ging er nach Reutlingen, um Europapolitik und Internationale Betriebswirtschaft zu büffeln. Dort machte er sich mit den, nicht nur kulinarischen, Eigenheiten der Region vertraut. Bis ihn Peugeot nach Paris holte – und nun nach Berlin. Seine Frau, die auch in der Firma angestellt ist, und die drei Kinder zogen mit.

„Am Wochenende spielen wir hier auf dem Platz zusammen Fußball“, erklärt Renard. Sie sind nicht die Einzigen, „wir können die Kinder frei herumlaufen lassen, müssen nicht ständig aufpassen. Es ist immer jemand da“. Diesen leichten, selbstverständlichen Umgang mit Kindern ist er aus Frankreich gewöhnt. „aber nicht alle deutschen Eltern sind so, manche verhätscheln das einzige Kind, das sie haben, zu sehr“. Seine sind vier, sieben und achteinhalb Jahre alt und besuchen die Europäische Schule. Sie sollen das Beste aus den Kulturen mitnehmen. Wie er.

### Das Offizielle vermeiden und dennoch höflich sein

Frédéric Renard ist es gewohnt, sich schnell irgendwo einzuleben, er hat das oft getan. Doch manches am Verhalten der Berliner irritierte ihn anfangs. Beispielsweise seien die Nachbarn im Haus reserviert gewesen, kaum einer hätte die neuen Bewohner begrüßt, als sie einzogen. „Wir wollten uns ja auch nicht aufdrängen“, erklärt er, aber in Frankreich sei es üblich, neue Nachbarn zum Aperitif einzuladen: „Das ist eine gute Art, das Offizielle zu vermeiden und trotzdem höflich zu sein.“ Der diskrete Charme, nicht nur der Bourgeoisie...

Wer entlangspaziert, in diesem bürgerlichen Viertel um die Motzstraße, mit gut erhaltenen Häuserfassaden, denkt an die Bauweise des französischen Architekten Haussmann. Ein bisschen ähnelt das dörfliche Flair

hier dem im 17. Arrondissement von Paris, dort wo gut situierte Eltern sonntags ihre Kinder im schicken Kleidchen oder Minimirajackett ausführen. Dass es ihn jetzt in eine Westberliner Schwulenhochburg verschlagen hat, sieht er gelassen. Manchmal beobachtet er lustige Paare auf der Straße. Vor einem winzigen Bistro bleibt er stehen, betrachtet die beiden ins Gespräch versunkenen Männer an dem kleinen Tisch. Er zweifelt, ob das hier privat oder öffentlich ist, bisher sei er vorsichtshalber immer vorbeigegangen. Wir sind neugierig und treten ein.

Voilà! Hinter einer Vitrine thronen verschiedene Käsesorten. Ein grauhaariger Mann mit Zopf und Dreitagebart schurft heran, er reagiert mürrisch auf die Frage, ob das französische Käse sei. „Oh, Meaux de Brie“, ruft Renard und erspärt fünf weitere Sorten, die er kennt. Als der Maitre des Hauses merkt, dass ein Franzose vor ihm steht, sagt er: „Manchmal mach ich auch 'n Bœuf“ und meint damit das traditionelle Bœuf bourgignon.

Eigentlich esse er lieber italienisch, erzählt Renard, Bruschetta mit Knoblauch, Nudeln mit geriebenen Trüffeln und Rotwein. Und zwar bei seinem Lieblingsitaliener. Nur ein paar Schritte weiter steht „Ribaltone“ in großen Lettern über der Tür eines unauffälligen Lokals. Ein gebrauchtes Motorrad hängt quer hinter dem Fenster, der Lack blättert von ihm ab. „Diese Passion, das ist Herzblut, das ist authentisch“, schwärmt Renard, der selber ein Motorradnarr ist. Schon als Kind habe er eine Affinität zu Autos und Motorrädern gehabt, jetzt stehen seine drei BMWs in verschiedenen Kellern, einer davon in Berlin. „Im Sommer ist die Stadt frei, und meine Frau und ich fahren spontan ins Umland oder an einen der vielen Seen: So etwas gibt es in Paris gar nicht.“

Er will den Osten erkunden, war in den Ferien in Ahrenshoop und Bansin, um mit den Kindern Fahrradtouren zu machen, oder wilde Wellen zu reiten. Nur eins hat die Familie verwirrt: die Deutschen und ihr FKK-Strand. „Da sind wir Franzosen ziemlich pride“, sagt er – in solchen Momenten fühle ich mich wie ein Exot. Besonders vor den Kindern finde er das ein bisschen unästhetisch. Ausgerechnet die Franzosen kokettieren doch so gern mit ihrer Liberté toujours, sei sie erotisch, amourös, körperlich. „Das ist doch nur verbal“, wehrt er ab. „Wir Franzosen spielen und provozieren sehr gern.“

Ein paar Tage darauf treffen wir uns an seinem Arbeitsplatz Unter den Linden, nur zweihundert Meter weg vom Brandenburger Tor. Draußen stehen Touristenbusse. Hinter der riesigen Stahlfassade lauert es: das Universum Peugeot. Willkommen in einer bunten Welt. Auf den ersten Blick scheint sie wenig mit dem Produkt zu tun zu haben: Was haben Krawatten, Turnschuhe, Designerlampen, Schlüsselanhänger und vor allem: teure Salz- und Pfeffermühlen hier zu suchen? „Mit diesen Produkten hat Peugeot früher einmal angefangen“, erklärt der eloquente Chef, vor der Ära der Autos wurden lange Zeit Werkzeuge wie Sägen oder Bohrmaschinen hergestellt. Frédéric Renard wirkt in diesen Räumen sachlich, ein bisschen wie ein Angestellter oder ein Verkäufer. Doch es ist nicht nur das einzelne Fahrzeug, sondern ein gesamtes Konzept: ein neuer Lebensstil.

Wer hier in die Schauhalle kommt, staunt über avantgardistische, von jungen Nachwuchsdesignern entwickelte Okaautos, angetrieben von Elektromotor und Brennstoffzell-

len. Oder er wandelt weiter durch den Werbeteppel, betrachtet Bilder einer Ausstellung, deren Thema alle vier Monate wechselt, aber meist etwas mit französischer Kultur zu tun hat. Alles hier soll leicht, farbig und kreativ sein, alles ist Savoir-vivre. Am Ende hat man vergessen, dass ein Auto verkauft werden soll. „Wir haben dieses Modell an die amerikanischen sogenannten Flagship-Stores angelehnt“, sagt Renard. Also exemplarische Vorzeigeräume, die eine Marke in eine Lebenswelt verwandeln sollen. Von Peugeot existieren bisher nur zwei davon, die andere liegt, genauso prestigeträchtig, auf den Champs-Élysées. Im Moment wird an einer Glamour-Halle in Peking gearbeitet. „Dort ist der neue Markt“, so Renard.

Mittagszeit. Das hauseigene Café de France steht jedem offen. Der bullige Chefkoch von der französischen Atlantikküste serviert ausnahmsweise persönlich. Die Möbel und das Besteck im verspielen Restaurant wurden von Stargdesigner Philippe Starck kreiert. Allerdings ist es unpraktisch. Man kann das Messer nicht seitlich am Teller ablegen. Hauptsache Ästhetik.

### Carla Bruni ist für ein Konzert angefragt

Die Firma gibt sich hip und avantgardistisch, fördert Kultur, Kunst, Wissenschaft. Beispielsweise lobt Peugeot Avenue Online-Wettbewerbe für Nachwuchsdesigner aus und veranstaltet Pop- und Jazzkonzerte. Jeden Monat findet ein Salon Français statt, in dem sich regelmäßig eine Persönlichkeit aus Politik, Kultur, Musik oder Wissenschaft vorstellt. „Unser Ziel ist ein breitgefächertes Business-Netzwerk“, sagt Frédéric Renard. Der französische Botschafter war schon da, Carla Bruni ist für ein Konzert angefragt. Renard pflegt Kontakte in die russische Szene, es gastieren polnische Formationen in der Peugeot Avenue. „Alles passt, wenn es gut, neu, anders ist“, sagt er. Dies soll das Prinzip Peugeot im 21. Jahrhundert sein.

Noch einmal flanieren wir durch das Viertel in Schöneberg, eine andere, langsame Welt. Wir stehen vor seiner neuen Wohnung. Innen sehe es noch chaotisch aus, manche Kisten sind noch nicht ausgepackt. Renard zeigt auf den Balkon, an dessen Brüstung zwei Blumenkästen mit Rosen hängen: „Wir haben enormen Platz, gemessen an Pariser Verhältnissen“, sagt er. Die seien so schmal, dass man gerade so stehen kann. „Wie soll sich da eine Balkonkultur entwickeln?“

Wenn er Lust hat, steigt Frédéric Renard aufs Fahrrad und radelt ins legendäre Kaufhaus KaDeWe auf dem Kurfürstendamm. Es erinnert ihn an die schicken und nostalgischen Pariser Kaufhäuser wie das Samaritaine, das vor einer Weile schließen musste. Wenn seine französischen Freunde zu Besuch kommen, fragen sie: Wo ist dein Lieblingsbäcker? „Ich entäusche sie dann“, sagt Renard, „ich kaufe meine Brötchen im Supermarkt.“ Dort wird er zwar manchmal von Kassierern angesprochen, aber daran hat er sich gewöhnt. Die seien eben ziemlich direkt, würden sich nicht an das Protokoll halten. „Die Berliner kennen keinen höflichen Rahmen“ wie die Franzosen. Oder die Schwaben. Gutes Stichwort: das schwäbische Spezialitätenrestaurant, an einer Ecke des Platzes, hat er es schon ausprobiert? „Ich liebe Maultaschen“, sagt er, doch die esse er lieber in Reutlingen. „Ich suche ja in Berlin nicht das Schwabenlände.“ Ein leiser Dialekt schleicht sich ein.