

Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 23. Oktober 2008

Im Gespräch: Josef Sanktjohanser, HDE-Präsident „Keine Geschenke für andere“

Der Präsident des Handelsverbandes ist gegen ein punktuelles Konjunkturprogramm. Steuern und Abgaben sollten sinken.

Viele fordern ein branchenspezifisches Konjunkturprogramm, doch der Einzelhandel ist dagegen. Warum?

Der Handel hat noch nie Subventionen erhalten, er will auch keine. Er ist aber auch nicht bereit, über höhere Steuern und Abgaben Wahlgeschenke für andere Branchen zu bezahlen. Was der eine an Subventionen bekommt, müssen andere finanzieren. Statt kurzatmiger, branchenspezifischer Programme sollte man finanzielle Spielräume nutzen, um Steuern und Abgaben für alle zu senken. Wir denken zuerst an die Beseitigung der kalten Progression in der Einkommensteuer. Man sollte keine punktuellen Entlastungen machen, sondern das frei verfügbare Einkommen aller erhöhen.

Und das sollte möglichst schon 2009, also noch in der jetzigen Legislaturperiode, geschehen?

Möglichst ja. Die finanziellen Spielräume im Haushalt ließen sich schaffen, wenn man andere Prioritäten setzt in den Ausgaben.

Spüren Sie keine Verunsicherung der Konsumenten nach der Finanzkrise?

Im Moment nicht. Die Sparer sind nervös, die Verbraucher bisher anscheinend nicht. Weder Lebensmittel und Güter des täglichen Bedarfs noch Textilien oder Unterhaltungselektronik haben seit der Eskalation in der Finanzkrise signifikante Umsatzeinbußen verzeichnet.

Gibt es denn kein Angstsparen?

Die Sparquote liegt bereits sehr hoch. Allein im ersten Halbjahr haben die Deutschen 6,8 Milliarden mehr auf die hohe Kante gelegt als im Vorjahr. Das hat mit der Finanzkrise wenig zu tun. Warten wir die weitere Entwicklung ab.

Können die Kunden weiter im gleichen Ausmaß konsumieren, weil Heizen und Tanken wieder billiger geworden sind?

Die sinkenden Energiepreise erhöhen den Spielraum für die Ausgaben im Einzelhandel. Dieser positive Effekt wird sich in den kommenden Monaten bemerkbar machen.

Das Weihnachtsgeschäft schreiben Sie also noch nicht ab. Wird es womöglich besser als im letzten Jahr, als es doch eher flau war?

Letztes Jahr war es eher schwach. Dieses Jahr wird es nach unserer Einschätzung keinen Einbruch geben. Man wird aber auch keine Freudenfeuer abbrennen können. Diese vorsichtig optimistische Einschätzung wird gestützt durch den Umsatztrend der letzten Wochen, der ein genauer Seismograph für die Stimmung der Verbraucher ist. Diese deutet darauf hin, dass wir noch auf demselben Konsumniveau sind wie vor der Finanzkrise.

Wagen Sie denn schon eine Prognose für das Weihnachtsgeschäft, oder ist diese Voraussage noch zu heikel?

Das ist zu heikel. Wir halten an der Prognose fest, dass wir in diesem Jahr ein nominales Umsatzwachstum von 1,5 Prozent und ein reales Minus von 1 Prozent haben werden. Nach allen verfügbaren Daten liegen wir voll im Plan. Wir setzen auf ein ungebrochenes Vertrauen unserer Kunden. Wir haben Rückenwind vom Arbeitsmarkt, weil die Beschäftigung zunimmt, und eine positive Entwicklung bei den Einkommen.

Die Fragen stellte Konrad Mrusek.