

## **Pressekonferenz zur Zukunftskonferenz** Hauptverband des Deutschen Einzelhandels (HDE)

**21. Oktober 2008, Berlin**

### **Statement von HDE-Präsident Josef Sanktjohanser**

*Es gilt das gesprochene Wort.*

Sehr geehrte Damen und Herren,

mit rund 80.000 Unternehmen, 855.000 Mitarbeitern, 29 Millionen Quadratmetern Verkaufsfläche und 155 Milliarden Euro Umsatz im Jahr ist der Lebensmitteleinzelhandel eine der bedeutendsten Branchen Deutschlands. Er schafft tagtäglich Höchstleistungen für die Verbraucher. 35 Millionen Kunden am Tag sind uns der größte Vertrauensbeweis.

Niemals zuvor waren Qualität und Vielfalt von Lebensmitteln hierzulande so hoch wie heute. Die Unternehmen des Lebensmittelhandels stehen mit ihren Namen für ein Qualitätsversprechen ein. Deshalb unternehmen sie große Anstrengungen, um gute und hochwertige Produkte und ihren Preiswerte Produkte in die Regale zu bringen. So sorgen die Unternehmen für sichere Lebensmittel, indem sie bei Eigenmarken die Herstellerbetriebe verpflichten, die Maßgaben des International Food Standards IFS und des QS Systems zu erfüllen. Ein ausgefeiltes Rückstandsmonitoring der Handelshäuser ist die Basis für eine breite Auswahl an gesundem Obst und Gemüse. Immer mehr Produkte tragen zudem Bio- und Transfair-Siegel. Unsere Kunden können sicher sein, dass uns Sicherheit und Qualität am Herzen liegen.

Außerdem beweist sich unsere Branche als Innovationsmotor. Mit großem Innovationsaufwand bringen die Unternehmen Zukunftstechnologien wie RFID (Radiofrequenzidentifikation) zur Praxisreife, etablieren neue Vertriebsformate und Konzepte, modernisieren die Geschäfte und verbessern den Service.

Die enge Kooperation von Einzelhandel, Ernährungsindustrie und Landwirtschaft ist eine der Voraussetzungen dafür, dass der Lebensmittelhandel weiter mit verbessertem Know-how und Investitionen für eine kontinuierliche Optimierung seiner Leistungsstärke und für mehr Vielfalt und Qualität für die Verbraucher sorgen kann.

Ebenso zentral sind aber verlässliche politische Rahmenbedingungen. Diese sind heute Mangelware. Im Überfluss gibt es stattdessen Debatten über Unternehmen- und Erbschaftsteuer, Mindestlöhne, Werbeverbote, so genannte Nährwert-Ampeln und vieles andere. Dies sorgt für eine zunehmende Verunsicherung der Unternehmen.

Ein aktuelles Beispiel ist das Thema Nährwertkennzeichnung. Dass in Deutschland immer noch ohne Blick auf die fragwürdige Verständlichkeit für die Konsumenten über eine farbliche Hinterlegung der Kennzeichnung nachgedacht wird, ist unverständlich. Die EU ist da weiter. Gerade hat das EU-Parlament eine verpflichtende farblich hinterlegte Nährwertkennzeichnung nach dem Ampel-Modell abgelehnt. Auch im angeblichen Modellbeispiel Großbritannien kippt die Akzeptanz der Ampel immer weiter. Jetzt sollten sich die Verbraucherschutzminister der Bundesländer daran ein Beispiel nehmen und die rot-gelbgrün unterlegte Nährwertkennzeichnung ad acta legen. Der Handel jedenfalls setzt auf Fakten statt Farben und versieht schon heute bis zu 90 Prozent seiner Eigenmarken mit detaillierten Nährwertangaben.

Das zentrale Thema, das uns heutzutage alle umtreibt, ist natürlich die Finanzkrise. Die Intervention der Bundesregierung zur Stabilisierung des Finanzsystems war richtig. Aber wer heute davon redet, dass die Binnennachfrage zu einer Stütze der Konjunktur in Zeiten drohender Rezession werden muss, der muss zugleich den permanenten Kaufkraftentzug der privaten Haushalte stoppen und umkehren. Nötig sind weniger Sozialabgaben und mehr Netto vom Brutto für die Konsumenten. Der Staat sollte die hohe Grenz- und Durchschnittsbelastung bei der Einkommensbesteuerung auf ein erträgliches Maß senken. Dann würden die Verbraucher über mehr Geld verfügen und kauffreudiger werden. Wer hier aufs richtige Pferd setzt, nämlich auf langfristige Entlastungen, spart sich teure Konjunkturprogramme.