

Hochwasser, Konsumklima, Euro-Konjunktur



Wenn diese Ausgabe erscheint, ist die Hochwasser-Katastrophe im Osten und Süden der Republik längst aus den Schlagzeilen der Presse wieder verschwunden. Doch für die Betroffenen selbst ist das Drama aber noch lange nicht ausgestanden und abgehakt. Hin und wieder hört man immerhin noch von der einen oder anderen Benefiz-Veranstaltung, die zumindest die wirtschaftlichen Folgen für die Flutopfer mildern sollen, nachdem die Politik wieder einmal darüber streitet, wer wieviel und aus welchen Quellen in den immerhin schon beschlossenen Hilfsfond einzahlen soll.

Erfreulich immerhin, dass immer wieder Pressemeldungen von Unternehmen auf meinem Schreibtisch auflaufen, die über Hilfsinitiativen informieren. Die einen mit erkennbar eher wirtschaftlich unternehmerischen Hintergrund, andere aber auch völlig selbstlos. Ganze Belegschaften aus von den Krisengebieten weit entfernten Gegenden engagieren sich in unterschiedlichster Form. Aufgefallen ist mir eine Aktion des Armaturenherstellers Hansgrohe SE. Sie unterhält so genannte „Dusch-Trucks“, die üblicherweise als mobile Probiereinrichtungen durch Deutschland touren, um für Duschkomfort zu werben. Zwei dieser Trucks standen danach vor Notunterkünften in Fischbach im Landkreis Standal, wohin rund 400 Anwohner aus dem überschwemmten Ha-

velberg evakuiert wurden. Die jeweils 20 Duschplätze der Trucks sorgen in dieser schwierigen Situation zumindest für ein wenig mehr Lebensqualität.

Doch der Rest der Republik ist schnell wieder zur Tagesordnung übergegangen. Dabei sollte die kurze Folge der „Jahrhundert-Fluten“ (müssen wir sie jetzt durch nummerieren?) schon für mehr und nachhaltigere Aufmerksamkeit sorgen, denn Elbe und Donau sind schließlich nicht die einzigen Flüsse, die Überschwemmungen verursachen können. Mehr, konkreter und vor allem auch zügiger über verbesserten Hochwasserschutz nachzudenken, erscheint dringend angesagt. Denn erst in der Notlage Fehler zu bemängeln und Schuldige zu suchen, hilft keinem, am wenigsten im schlimmsten Fall einem Menschenleben oder Hab und Gut; überlebt haben dafür allerdings bestimmte Tierarten, denen zuliebe man dringend notwendige Schutzmaßnahmen unterlassen hat.

Vielleicht könnte man ja auch mal darüber nachdenken, in wie weit Hochwasserschutz-Maßnahmen Arbeitsplätze schaffen und später, wenn es mal wieder passiert, volkswirtschaftliche Schäden, unter denen alle kollektiv leiden müssen, verhindern. Immerhin ist speziell die gesamtwirtschaftliche Situation nicht so schlecht, als dass man es sich nicht leisten könnte. Gut, es gibt auch viele andere Baustellen. Noch ist

Deutschland jedoch im Vergleich zu anderen Ländern des Euro-Raums in der glücklichen Lage, kein Minus-Zeichen vor der Entwicklungsrate des Bruttoinlandsprodukts zu haben, während die Veränderungsrate im gesamten EU-Raum mit seinen 27 Staaten im 4. Quartal 2012 –0,5 Prozent betrug. Auch die Konjunktur in den großen Mitgliedstaaten verlief schlechter als erwartet, da macht auch Deutschland mit +0,1 Prozent Wachstum keine wirkliche Ausnahme.

Aber den Konsumenten scheint das kaum zu beeindrucken. Die Konsumlust ist ungebremst, was nicht nur die Kaufhäuser, sondern auch das Handwerk und die Industrie freut. Denn speziell in unseren Branchen stehen Investitionen ins eigene Heim hoch im Kurs, vielleicht, so wird vielfach argumentiert, durchaus eine Folge wirtschaftlicher Unsicherheiten. Doch allzu genüsslich sollten wir uns dennoch nicht zurück lehnen. Denn wenn es im übrigen Euro-Raum bzw. auch im Bereich der gesamten EU nicht bald wieder aufwärts geht, könnte es auch für die deutsche Konjunktur und unser Konsumklima eng werden. Aber ganz bestimmt erst nach der Wahl ...

Gerhard Kille

gkoehler@stein-keramik-sanitaer.de