

## Recept pro úplně konzumní společnost

Rozhovor s Götzem Wernerem pre euro.cz

Musíme pochopit, že správné je zdaňovat spotřebu a nikoli příjmy, ...

Německá podnikatelská legenda Götz W. Werner tvrdí, že z Německa by se mohl stát podnikatelský ráj. Nutné je však podle něj nejprve změnit daňový systém, o což nyní usiluje. Při veřejných přednáškách na toto téma naplní posluchači sportovní haly ve všech velkých německých městech. Werner pro tento účel inicioval i vznik mezifakultního Institutu pro podnikání na Univerzitě v Karlsruhe, kde je profesorem.

**EURO: Finanční krize odhalila slabiny politických a ekonomických systémů v Evropě a USA. Co si myslíte o státních intervencích Angely Merkelové ve prospěch bank a subvencích do automobilového průmyslu?**

**WERNER:** Na to bych rád odpověděl citátem z Rudolfa Steinera: „Kreativita se může svobodně rozvíjet jen ve společnosti, do níž nezasahují politici.“ To můžete vztáhnout i na trh. Současná krize odhalila slabiny nynějšího ekonomického a politického systému, což by se mělo stát předmětem diskuse. Svobodné tržní hospodářství je svobodné jen potud, nakolik si samo určí pravidla, podle nichž se pak volně hraje. Důležité je, aby stát stanovil pravidla, ale nebyl sám podnikatelem, kterým by se stal tím, že by převzal podíly na podnikání. V postkomunistických zemích existuje negativní zkušenost s tím, jak to dopadne, když se stát stane podnikatelem.

**EURO: Často vystupujete v médiích a pro veřejnost pořádáte přednášky na téma reforma daňového systému v Německu...**

**WERNER:** To je výzva doby, která dospěla k úplně konzumní společnosti. Je nutné a správné, když dělbu mezi tím, co může spotřebovat jedinec, a chce a musí spotřebovat společnost, zdaníme na straně spotřeby, a nikoli příjmů. Nesmíme už zatěžovat daněmi z příjmu výdělečnou práci, musíme zdanit spotřebu, která už dneska nese daně.

**EURO: Myslíte tím, že daň z příjmu je už dneska nesena spotřebou?**

**WERNER:** Daň z příjmu vede dneska k tomu, že daňový poplatník může soukromě konzumovat méně. Musíte si uvědomit, kdo dnes, v dnešním hospodářství spočívajícím na dělbě práce, nese skutečně břemeno daně z příjmu. Z čeho platíte jako novinářka daň z příjmu? Přece z peněz, které vám zaplatí nakladatelství. A odkud na to nakladatelství vzalo peníze? Z prodeje časopisu samozřejmě! Platcem daně je tudíž konzument. Daň z přidané hodnoty tuto souvislost jen ozřejmuje. Daň je část nákladů na čerpání nějaké hodnoty, a ty nese konzument. Právem, protože v rámci dělby práce je zákazník podnětem a zadavatelem tvorby hodnot.

**EURO: Máte podporu některé politické strany ve Spolkovém sněmu?**

**WERNER:** To je otázka z finančně hospodářské oblasti a politickou otázkou se stane, až my občané pochopíme, proč je správné, že se zdaňuje spotřeba, a nikoli příjmy.

**EURO: Nemáte pocit, že bojujete proti větrným mlýnům, když nemáte dostatečnou politickou podporu – všechno je jen v rovině akademického teoretizování?**

**WERNER:** Teorii myslíte spotřební daň? Ta už několik desetiletí funguje v praxi. Jediná spotřební daň, kterou v evropském společenství máme, je daň z přidané hodnoty. Německo bylo první zemí, která ji zavedla v roce 1967. Čili až od roku 1967 je nám jasné, že zdaňovat lze až na konci vytváření hodnoty, když tvorba hodnoty už dosáhla svého cíle. Ale je to náhled, který potřebuje čas, aby se prosadil. Věci často potřebují dlouhý čas, aby se prosadily, třeba v medicíně.

**EURO: Pomůže finanční a hospodářská krize k tomu, aby se daň z přidané hodnoty rychleji rozšířila?**

**WERNER:** To je, jako byste šla v Praze přes Vltavu a most se zřítíl a vy byste říkala, to je vynikající, já už jsem si dlouho chtěla zaplavat ve Vltavě. Zaplavete si sice, ale myslím, že ne ve správném okamžiku. Krize má přinejmenším ten následek, že v nás probudí cit pro hospodářské souvislosti a že na tom musíme pracovat dál. Od roku 1967 máme daň z přidané hodnoty, tenkrát byla zavedena s deseti procenty a teď má většina zemí už přes dvacet procent. Daň z přidané hodnoty má své vítězné tažení už za sebou, ale my jsme ji, řekněme lidově-pedagogicky, dosud správně nepochopili.

**EURO: Postkomunistické země mají na základě vlastních zkušeností s komunistickým režimem odstup od silné pozice státu a státních institucí. Myslíte si, že by vámi propagovaný systém mohl mít úspěch právě v těchto zemích?**

**WERNER:** Ano, protože vy jste z nedávné minulosti ještě zvyklí ptát se na předpoklady toho, co je. Potřebujeme rámcové podmínky, které umožní co nejvíce iniciativy. A právě to dělá daň z přidané hodnoty, daň z příjmu brzdí iniciativu, daň z přidané hodnoty umožňuje iniciativu. Daň z přidané hodnoty je daní mezinárodní dělby práce, adekvátní daň pro globalizaci. Daň z příjmu a daň ze mzdy jsou překážky, brzdami lidské kreativity. Proto je důležité nastavit daňový systém jinak!

**EURO: Proč jste se začal věnovat této daňové teorii?**

**WERNER:** Před 35 lety jsem začal podnikat od nuly. A zažil jsem, jak daně brání v rozvoji podnikání. Za druhé, jako občan vidím, že systémy spočívající na dani z příjmu nechávají naše hospodářství jen chudnout. Daň z

přidané hodnoty by ho mohla adekvátně financovat. Chudobě veřejných rozpočtů by se dalo zabránit spotřební daní.

**EURO: Co pro vás znamená pojem kreativita? Jaký prostor jí dáváte u vašich zaměstnanců? Jak motivujete kolegy?**

**WERNER:** Nejdůležitější je, aby se tvůrčí síly jednotlivce mohly rozvinout pokud možno bez zábran. To není kreativita kvůli kreativitě, nýbrž tvůrčí síla, která chce vnést do světa něco nového a utvářet to. Čím víc lidí to dělá, čím víc lidí se na tom podílí ve smyslu společného cíle a společné dělby úkolů, tím dynamičtěji se podnik rozvíjí a tím dynamičtěji se rozvíjí i celá společnost.

Kde jsou lidé pospolu, mohou se svými talenty uplatnit tvůrčím způsobem tím dříve, čím dříve pochopí: tohle je i moje, něco, s čím se mohu identifikovat, co autenticky prožívám. O to jde, abychom správně rozpoznali potřeby zákazníků, potřeby lidí v podniku, potřeby dodavatelů. Čím více se lidé nadchnou pro cíl podniku, tím dříve se uplatní a budou se moci vyjádřit. Čím více lidí si udělá z podniku své životopisné jeviště, tím větší je také vstup, kterým mohou přispět.

**EURO: Vy sám jste v praxi ukázal, že podnikatel může jednat businessu eticky...**

**WERNER:** Jde vlastně o orientaci na toho, kvůli komu něco děláme. Nenazýval bych to ani etickými principy, to je prostě samozřejmost, že následujeme vždy toho, pro koho něco děláme. A že nenásledujeme sebe samé, nýbrž toho druhého. Člověk je tím úspěšnější, čím lépe prohlédne potřeby druhého, a čím méně se dá svést těmi vlastními.

Často však nedostatečně chápeme, že musíme rozlišovat mezi cílem a podmínkou. Čili my máme cíl a tím jsou samozřejmě naši zákazníci. Musíme se pro ně stát co možná nejnepostradatelnější. Podmínkou toho však je, že se musíme prohodit také k nějakým výsledkům. Čili zisk nemůže být nikdy cílem, nýbrž jen podmínkou. A pakliže je cíle zdárně dosaženo, vzniká zisk. A když vznikne zisk, lze dosáhnout cíle. To spolu souvisí.

**EURO: V čem spočívá dle vašeho názoru podnikatelský úspěch? O dm je například známo, že využívá i lokálních dodavatelů a nedeleguje centrálně.**

**WERNER:** Jestliže nějaký podnik dosáhne rozměrů, jako máme my, pak už není tak jednoduché delegovat všechno z centrály, tady musejí existovat základní principy podnikání, ale samy činnosti se musejí dít na místě, které patří k dotyčné zemi, a jsou této zemi přiměřené, a v případě maloobchodu dokonce přímo v místě, kde jsme činní. Protože maloobchod je vždycky local business a Brno je tady už něco jiného než Praha.

**EURO: Je všeobecně známo, že se společensky angažujete? Jak mohou přispět podnikatelé k rozvoji společnosti?**

**WERNER:** Jde principiálně o to, aby ve společnosti stejně jako v podniku mohlo vzniknout co nejvíce iniciativy, tedy rámcové podmínky, které iniciativu povzbuzují. To je klíčový pojem, to musíme mít za cíl, abychom pochopili, že naše poměry směřují často k brzdění, regulaci, fixaci iniciativy. Lze to vidět jak v podnikání, stejně jako ve společnostech. Čím pevnější bude společenský konsenzus, což jsou samozřejmě pravidla, která si uložíme, tím větší bude úspěch a dynamika podniku i národního hospodářství.

Romana Bochníčková  
externí redaktorka Českého rozhlasu 6