

Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur
Band: 94 (2014)
Heft: 1019

Artikel: Wie sieht die Zukunft des Euros aus?
Autor: Sedláek, Tomá
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-735962>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 03.04.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Ask Mr
Sedláček

Wie sieht die Zukunft des Euros aus?

Ich bin diesbezüglich optimistischer als viele Kollegen und glaube: In fünf Jahren werden die Kinderkrankheiten des Euros kuriert sein. Zunächst wird sich langsam, aber sicher die Erkenntnis durchsetzen, dass nationale Regierungen unfähig sind, ihre Finanzen in den Griff zu kriegen. Sie können schon jetzt nicht mehr ungehindert Geld drucken

wie früher – das macht sie zwar erfinderisch, was die Bilanzen angeht, aber Schulden bleiben Schulden. Es ist daher nur eine Frage der Zeit, bis die Bürger der nationalen Politik die Finanzpolitik aus den Händen nehmen, sprich: sie regionalisieren. Überschüsse und Defizite werden dann mehr und mehr nach Regionen, vielleicht sogar nach einzelnen Industrien verbucht. Die Wichtigkeit des Staates schwindet, die der Region steigt.

Das statische Maastricht-Defizit-Kriterium wird dann durch ein dynamisches ersetzt: In guten Zeiten sollen Überschüsse produziert werden, das Schuldenmachen ist nur noch in schweren Rezessionen erlaubt. Die Überschüsse werden zunächst verwendet, um etwaige Schulden abzubauen. Ist dies irgendwann geschehen, so fließen sie in eine Art Krisenpuffer. Das schafft grösseren Handlungsspielraum im Umgang mit neuen Krisen – woher sie auch kommen mögen.

Die Euro-Teilnehmerregionen werden auf diesem Wege realisieren, dass es sinnvoll ist, die Entwicklung der Wirtschaft nicht vornehmlich auf ein hohes BIP hin auszurichten, sondern vor allem sicherzustellen, dass das Wachstum nicht mit Schulden und Bilanztricks erkauft wird. Die Eurozone wird auf diesem Wege vielleicht sogar den weltweiten Trend umkehren, mit dem wir in unserer jüngsten Vergangenheit Stabilität gegen Hochgeschwindigkeitsfragilität eingetauscht haben und schnell wachsende, aber sehr instabile Ökonomien geschaffen haben. Die USA werden diesem neuen Euroraum dann irgendwann folgen müssen. Der Euro hat das Zeug, auf diesem Wege eine Reservewährung zu werden, die den US-Dollar ablöst.

Tomáš Sedláček ist Ökonom und Hochschullehrer. Bekannt wurde er insbesondere durch sein Buch «Die Ökonomie von Gut und Böse» (Hanser, 2012). In seiner neuen Kolumne beantwortet der Freund der Redaktion Fragen aus Politik, Wirtschaft und Kultur.

Lex &
the City

Zensur?

Man sieht in diesem Jahr, hundert Jahre nach dem Beginn des Ersten Weltkriegs, oft historische Photographien von Schlachtfeldern in Nordfrankreich und Belgien.

Alle denken: Nie wieder. Unglaublich ist es in diesem Kontext, dass ein schweizerischer Uhrenhersteller mit Kriegsbildern Reklame macht, neulich in dieser Zeitung. Unter der Überschrift «Welcome to our world». Ist solcher Zynismus noch zu überbieten? ...»

Mit diesen Worten beabsichtigte mein Klient, sich in einem Leserbrief kritisch zu einer martialischen Werbung für Breitling-Uhren zu äussern. Die Redaktion der adressierten grossen Schweizer Tageszeitung verweigerte ihm die Publikation und begründete, es stehe den Werbeaufraggebern frei, ihre Anzeigen gemäss ihren Vorstellungen zu gestalten. Nun fühlt sich mein Klient in seiner Meinungsfreiheit beschnitten: Der Verlag stelle kommerzielle Interessen über das Recht des Lesers, seine Meinung frei zu äussern. In diesem Fall in Form eines kritischen Leserbriefs. Der konkrete Verdacht meines Klienten: Die Angst, einen möglichen Inserenten zu verlieren, überwiegt offenbar das Interesse an einem kritischen Dialog. Die Meinungsfreiheit (Art. 16 BV) schützt, wir erinnern uns, den ungehinderten Fluss von Meinungen und Informationen – vor staatlicher Zensur. Hier aber geht es, wenn überhaupt, um eine Privatzensur. Ob eine solche im Falle des Uhrenherstellerinsets vorliegt oder nicht, kann nicht eruiert werden. Klar aber ist: mein Klient hat für seinen Leserbrief keinen rechtlich erzwingbaren Publikationsanspruch. Es obliegt der Redaktion, Leserbriefe zu veröffentlichen – oder eben nicht. Von Zensur kann also in solchen und ähnlichen Fällen keine Rede sein. Man kann aber argumentieren, dass es sich um ein Zeichen der Schwäche, wenn nicht gar um einen Widerspruch handelt, wenn ein Unternehmen, das von der Presse- und Meinungsfreiheit lebt, diese einem Leser verweigert. Eine besonnenere Abwägung seitens der Redaktion wäre wohl wünschenswert gewesen – denn auch in dieser Sache dürfen kommerzielle Interessen als Zweck die Mittel nicht heiligen.

Mirjam B. Teitler ist Rechtsanwältin und Partnerin bei Teitler Legal and Media Consulting. Folgen Sie ihr bei Twitter: @MirjamTeitler.