

Zeitschrift: Schweizer Monat : die Autorenzeitschrift für Politik, Wirtschaft und Kultur

Band: 101 (2021)

Heft: 1092

Rubrik: Markt und Moneten ; Politik für Zyniker

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: 13.01.2026

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

MARKT UND MONETEN

PREISE SIND STÄRKER ALS BEAMTE



In «Atlas Shrugged», Ayn Rands Roman von 1957, leidet die amerikanische Bevölkerung unter einer Wirtschaftskrise mit steigenden Preisen. Die Staatsbeamten wollen die Entwicklung mit immer neuen Regeln in den Griff kriegen. Dazu erlassen sie die Direktive

10-289: Alle Preise, Löhne und Gewinne müssen per sofort auf dem Vorjahresniveau eingefroren werden. Den Kritikern der Direktive sagen die Beamten: «Wir haben die Macht dazu.»

Jean Castex, französischer Premierminister, verhält sich wie diese Beamten. Der französischen Bevölkerung, die unter steigenden Energiepreisen leidet, verspricht er kurzerhand, die Gaspreise über die Wintermonate zu deckeln. Er sagt: «Wir verhängen eine Tarifbremse.» Und seinen Kritikern: «Ich habe die Macht dazu.»

Castex steht stellvertretend für viele Politiker, die der Versuchung erliegen, Wähler mit Preisdeckelungen zu beruhigen. Sie sind allesamt gescheitert. Man kann an den römischen Kaiser Commodus, an die Jakobiner oder an Präsident Nixon erinnern. Sie alle erlebten, dass verordnete Höchstpreise grossen Schaden anrichten und immer wieder aufgehoben werden mussten.

Preise sind das Resultat des Zusammenspiels unzähliger Konsumenten und Produzenten. Sie zeigen den Beteiligten auf, welche Güter relativ knapp, also teuer sind, und welche relativ im Überfluss vorhanden, also billig sind. Flexible Preise führen dazu, dass Produzenten und Konsumenten ihr Verhalten an die Knappheit der Güter anpassen: Steigen die Preise, bieten Produzenten mehr an, während Konsumenten weniger kaufen. Mit der Einführung von Höchstpreisen wird dieser Mechanismus ausgehebelt und die Güterknappheit verschärft: Produzenten haben keinen Anreiz, mehr zu produzieren, und Konsumenten werden nicht sparen.

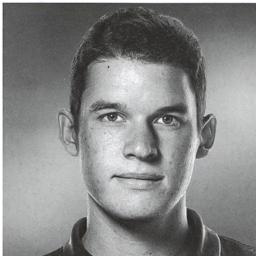
Steigen einzelne Preise an, kann der Staat die betreffenden Sektoren durch Deregulation oder durch das Senken von Transaktionskosten unterstützen. Er sollte jedoch immer die Hände von Preisdeckelungen lassen: Denn Preise sind viel mächtiger als Beamte.

Alexandra Janssen

leitet die Vermögensverwaltung innerhalb der Ecofin-Gruppe. In ihrer Kolumne befasst sie sich mit den praktischen Erkenntnissen, die sich aus der ökonomischen Theorie ergeben.

POLITIK FÜR ZYNIKER

SCHUTZ DES KLIMAS UND DES GESCHÄFTS



«Entweder leben wir CO₂-frei oder gar nicht.» Nein, die Aussage stammt nicht von Extinction Rebellion, sondern von der Privatbank Lombard Odier, einem der Sponsoren der Klimakonferenz, die jüngst in Glasgow stattfand. Vorbei sind die Zeiten, als Ölkonzerne Forscher dafür bezahlten, Zweifel an der Klimaerwärmung zu säen. Heute wetteifert Big Business mit Klimaaktivisten darum, wer ambitioniertere Ideen zur Rettung des Planeten präsentiert. Das Nahrungsmittelunternehmen Nestlé verspricht, bis 2050 netto null Emissionen zu generieren; Konkurrent Unilever bietet 2039. Auf seiner Website fordert der britische Konzern von der Politik schärfere Massnahmen gegen den Klimawandel. Derweil haben sich 450 globale Finanzfirmen zusammen geschlossen mit dem Versprechen, «wissenschaftsbasierte Richtlinien» zu entwickeln, um Mitte des Jahrhunderts CO₂-neutral zu wirtschaften.

Woher kommt der Sinneswandel? Zum einen versprechen sich viele Unternehmen sicherlich ein vorteilhafteres Image bei einer zunehmend umweltbewussteren Kundschaft. Zum anderen dürfte es auch um Taktik gehen: Die Staaten ziehen die Regulierungsschrauben an und erlassen neue Verbote, Sanktionen und Sorgfaltspflichten. Unternehmen versuchen sich dabei so zu positionieren, dass sie durch diese Regulierungen möglichst wenig geschädigt werden oder sogar profitieren können. Ein entscheidender Faktor für das Ja zur Schweizer Energiestrategie 2050 in der Volksabstimmung 2017 war, dass mit dem Ausstieg aus der Atomkraft auch neue Subventionen beschlossen wurden, etwa für energetische Gebäudesanierungen oder Wasserkraftwerke – ein lukratives Geschäft für viele Firmen.

Neue Regulierungen sind außerdem ein komparativer Vorteil für Big Business: Zwar verursachen sie bürokratischen Aufwand, doch können Grossfirmen diesen einfacher bewältigen als ein Mittelstandsunternehmen. Wenn Grosskonzerne für strengere Klimaschutzgesetze lobbyieren, werben sie somit für eine Wettbewerbsverzerrung zu ihren Gunsten – ein geschickter Schachzug.

Lukas Leuzinger

ist stv. Chefredaktor dieser Zeitschrift. In seiner Kolumne schreibt er darüber, was Politiker sagen – und was sie dann tatsächlich tun.