

Editorial

Die Macht in den Hinterzimmern lässt den Wählerwillen vergessen

Wer am lautesten trommelt, hat noch lange nicht am meisten zu sagen. Jedenfalls nicht in Bundesbern. Das zeigt das Parlamentarier-Rating der Sonntagszeitung (Seite 15). Unter den 15 mächtigsten Parlamentariern findet sich mit Adrian Amstutz gerade mal ein Vertreter der SVP. Dafür dominieren neben Christian Levrat (SP) vor allem Politiker der Mitteparteien, die man zum Teil kaum kennt. Woran liegt es, dass Politiker von Parteien wie der CVP und den Grünliberalen, die wahrscheinlich die Wahlen verlieren, in Bern so mächtig sind?

In den meisten Fällen ist es wohl ganz simpel: Sie funktionieren als Mehrheitsbeschaffer. Je nach Sachgeschäft für die Linken oder für die

«Wer am lautesten trommelt, hat noch lange nicht am meisten zu sagen»

SVP. Und das meist dort, wo niemand so genau hinschaut, nämlich in den Kommissionen. Dort liegt aber die wahre Macht des Parlamentarier, denn in den Kommissionen werden die Geschäfte vorbereitet. Was die Kommissionsmehrheit will, das vertritt einer, der den Konsens vertritt. Und was die Kommission will, das entscheidet

normalerweise auch der National- und der Ständerat. Daher liegt es in der Natur der Sache, dass die mächtigen Parlamentarier aus der Mitte kommen.

Korrigierend eingreifen kann das Volk. Am 18. Oktober, indem es andere Politiker wählt, und während der Legislatur an der Urne. In den letzten vier Jahren hat es das dreimal in richtungsweisender Art getan. Bei der Abzockerinitiative, mit der es die Wirtschaftselite in die Schranken wies, mit der Zweitwohnungsinitiative, die der Immobilienlobby ihre Grenzen zeigte, und vor allem bei der Masseneinwanderungsinitiative (MEI), mit deren Annahme sich die SVP für die vielen Niederlagen im Parlament rächen konnte, während CVP und GLP mit ihren Vorlagen krachende Niederlagen einfuhren. Bei allen drei Vorlagen haben die mächtigen Parlamentarier während Jahren die Anliegen der Bevölkerung ignoriert, Ängste und Bedenken nicht ernst genommen und vor allem die Vorlagen jahrelang hinausgezögert.

Gleiches droht nun auch nach den – aus Berner Sicht – verlorenen Abstimmungen. Vor allem bei der MEI gibt es aus lauter Angst vor der SVP bisher keinen einzigen Vorschlag der Verlierer, wie man die Initiative umsetzen will. Es wird verzögert und auf Zeit gespielt. Ob das aufgeht, wird sich an der Urne zeigen, im Moment deutet alles darauf hin, dass die Mächtigen von der Berner Mitte verlieren werden. Es muss ja nicht gleich so weit kommen wie in Deutschland, wo die Mittepartei FDP unter die 5-Prozent-Hürde gefallen ist, weil sie ob all ihrem Bemühen um Macht und Regierungsposten die Anliegen ihrer Wähler vergessen hat.

Arthur Rutishauser,
Chefredaktor



arthur.rutishauser@sonntagszeitung.ch
www.facebook.com/sonntagszeitung

Rendez-vous — 44
Rätsel — 59
Ferien und Reisen — 44
Marktplatz — 44
Impressum — 24

Immobilien Kauf — 44
Immobilien Miete — 44
Kino — 68
Veranstaltungen — 68
Kultur — 68

Nicht enden wollende Rabattschlacht: Warenhäuser H&M und Globus in Zürich



Karin Kofler, Cornelia Krause (Text)
und Michele Limina (Fotos)

Zürich «Auf Dich wartet eine schöne Überraschung» – was der Online-Kleiderhändler Zalando dieser Tage ins Haus schickt, ist etwas ganz Neues. Wer bis zum 11. Oktober für mindestens 75 Franken einkauft, kriegt die Gesichtsmaske gleich dazu. Es winkt ein Beauty-Treatment in einem Salon der Wahl. Für Zalando ist es ein erster Test, um «besonders treue» und ausgewählte Kunden mit einem ungewöhnlichen Geschenk zu belohnen. Die Tatsache, dass der Gutschein aber auch an Kunden ging, die bisher bloss einmal bestellt hatten, zeigt: Der Kleiderriese muss Umsatz bolzen. Er ist nicht der Einzige, der versucht, die Verkäufe anzukurbeln.

Im Schweizer Detailhandel ist eine wahre Rabattschlacht im Gange. Selbst beim Edel-Kaufhaus Globus hält der billige Jakob Einzug. «Jetzt oder nie» – der alljährliche Sonderprospekt von Globus bewirbt ausgewählte Produkte mit happigen Rabatten. 30 Prozent auf Estée Lauder oder Hugo-Boss-Anzüge, 2 für 1 bei Tommy-Hilfiger-Hemden. Interio, das Möbelhaus der Migros, liess Ende September eine generelle 20-Prozent-Aktion laufen. Exlibris bietet 30 Prozent Rabatt auf deutschsprachige Bücher. Und selbst bei Aldi gibts temporär Kundentreue-Märkli. Das widerspricht dem Discountprinzip, das eben genau ohne solche Aktionen auskommt.

Zweieinhalb Monate vor den Festtagen herrscht im Schweizer Detailhandel eine noch nie da gewesene Ausverkaufsstimmung. «Billig, billiger, am billigsten» lau-

Morgen wirds noch billiger

Die Preise im Detailhandel sind kurz vor Weihnachten so tief wie nie. Was die Kunden freut, wird zur ernsthaften Bedrohung für die Branche

tet das Motto. «Die Weihnachtsartikel werden so günstig wie nie über den Ladentisch gehen», prognostiziert Martin Hotz vom Detailhandelsberatungsbüro Fuhrer & Hotz in Baar. «Ohne Rabatte läuft gar nichts mehr. Es ist absoluter Wahnsinn», stöhnt der CEO einer Schweizer Möbelkette. 480 Promotionen verzeichnet der Schweizer Detailhandel wöchentlich.

Was die Konsumenten freut, wird für den Handel allmählich zur Existenzfrage. Denn die Prozentschlacht treibt eine gefährliche Spirale weiter und weiter an: die Deflation. Vor allem im Non-Food-Bereich zeigen die Preise seit langem nach unten. Mit dem Entscheid der Schweizer Nationalbank, den Euromindestkurs aufzuheben, hat es noch einmal einen Schub gegeben. «Das gesamte Preisniveau ist ab Februar 2015 von Monat zu Monat stärker gesunken», schreibt das Konjunkturforschungsinstitut BAK Basel.

Viele Händler haben es verpasst, Onlineshops aufzubauen

Im Non-Food-Bereich betrug der Preisschlag bis Mai 2,3 Prozent, im Food 0,4 Prozent. Doch in einzelnen Bereichen sind die Werte deutlich höher – 10 Prozent oder mehr. Mode, Konsumelektronik, Möbel – hier ist der Druck besonders gross. Auch bei der Textilkette Yendi heisst es, die Kunden profitieren derzeit von «sehr attraktiven Angeboten».

Das Problem: Die permanenten Preisenkungen führen nicht zur Trendwende. Mehr Umsatz? Fehlzanzeige. Die Halbjahreszahlen des Marktforschungsinstituts GfK Switzerland zeigen Einbrüche in al-

Bald fünf Jahre Deflation wie in

Die heutige Situation ist aber nicht mit den 1930er-Jahren vergleichbar.

Zürich In den letzten fünf Jahren wurden Fernseher um fast die Hälfte billiger. Die Preise von Jupes für Damen sanken um 28 Prozent. Autos wurden 20 Prozent, Medikamente und Bücher um 16 Prozent billiger (siehe Grafik). Insgesamt sanken die Preise der Güter und Dienstleistungen im Warenkorb zur Berechnung des Landesindex der Konsumentenpreise innert fünf Jahren um 1,6 Prozent.

Steigende Preise sieht man dagegen vor allem noch in abgeschoteten Märkten wie bei Fleisch oder Kartoffeln oder wo der Staat das Sa-

gen hat wie bei Zigaretten und im Bereich Bildung.

Seit Aufhebung des Mindestkurses zum Euro beschleunigt sich der Preiszerfall vor allem bei den importierten Gütern. Nationalbank-Chef Thomas Jordan erwartet für das laufende Jahr eine Minusteuerung von 1,2 Prozent. Das wäre der stärkste Rückgang des Preisniveaus seit 1950.

Damit aber nicht genug: Die neueste Inflationsprognose der Nationalbank zeigt negative Werte bis Ende 2016. Im ersten Quartal 2017 soll die Teuerung wieder ganz leicht

über die Nulllinie steigen. Dann hätte die Schweiz fünf Jahre mit sinkendem Preisniveau hinter sich.

Gefährlich wird eine Deflation bei hoher Arbeitslosigkeit

Das gab es nie mehr seit der Grossen Depression: 1930 bis 1935 waren die Preise Jahr für Jahr gesunken. Massenarbeitslosigkeit und Elend prägten das Bild dieser Zeit. Daher kommt auch die Angst der Ökonomen vor Deflation, einer Phase mit anhaltendem Rückgang des Preisniveaus. Noch ist die aktuelle Entwicklung allerdings über-

haupt nicht mit der Grossen Depression vergleichbar. Damals führte eine schwache Nachfrage zu einem Teufelskreis von Konsumzurückhaltung, Rückgang der Investitionen, Entlassungen, Zwangsverkäufen und Firmenpleiten. Gefährlich wird eine Deflation bei hoher Arbeitslosigkeit und Unterauslastung der Kapazitäten, wenn die Löhne sinken und die Leute nicht mehr konsumieren.

Heute ist der Preisrückgang dagegen in erster Linie vom starken Franken und vom tiefen Ölpreis getrieben. Die Löhne steigen, wenn