

Wunder Wirtschaft

Wenn die Menschen denken, es gehe nicht mehr, helfen ihnen die Märkte.



Wirtschaft ist mehr, kann mehr, bringt mehr Neues, ist stärker, als man meistens denkt. Wird oft unterschätzt. Die Corona-Krise kam für die grosse Mehrheit der Ökonomen und Konjunkturbeobachter als unvorstellbarer Schock, als Einbruch, den viele am Anfang für schlimmer hielten als die Finanzkrise 2008/2009. Der Blitz traf alles, zerriss die Lieferketten, legte weltweit Produktionsanlagen lahm und machte Verträge zunichte.

Viele unterschätzten die Wirtschaft, aber nicht alle. André Kistler, Mitgründer des Vermögensverwalters Albin Kistler, sagte im Februar 2020 kurz nach dem Corona-Ausbruch im Interview mit der *Weltwoche*: «Zurzeit wird viel über massive Störungen der Wirtschaft und einen drohenden Zusammenbruch geschrieben, ja bisweilen tönt es fast nach Weltuntergang, aber man muss das mit etwas Distanz betrachten. Wir hatten in den vergangenen zwanzig Jahren mehrere Epidemien, die weltweit bedrohlich erschienen, die Vogelgrippe, die Schweinegrippe oder Sars. [...] Diese Epidemien waren wirtschaftlich nie langfristig relevant, kurzfristig aber schon.» Er fügte an, der Markt sei grundsätzlich recht stabil, was viele erstaune.

Wie kam er zu dieser Einschätzung? «Der Hintergrund ist, dass wir in einer enorm stabilen Welt leben», einer Welt, die gut vernetzt sei, viel Potenzial verspreche, und mit Einsetzen der Digitalisierung stehe man am Anfang eines langen Aufschwungs. Digitalisierung plus Internet würden global neue Arbeitsmärkte, mehr Wirtschaftswachstum ermöglichen und die Demokratisierung voranbringen.

Es ist weitgehend so gekommen. Lieferanten und Abnehmer haben sich nach dem Schock 2020 sofort wieder gesucht und grösstenteils gefunden, haben auch neue Verbindungen geknüpft, zerrissene Logistiknetze geflickt, Fabriken drehten wieder auf. Allen voran ging China, das die Weltwirtschaft mitzog.

Und was ins Auge sticht: Die privaten Antriebskräfte der Wirtschaft waren es, die solche Leistungen erbrachten. Die Dynamik kam nicht von staatlichen Überbrückungshilfen, von beschwichtigenden Subventionen, nein, primär die Märkte besorgten die Reparaturarbeiten. Kistler bekräftigte kürzlich in einem Marktkommentar: «Die Globalisierung kann nicht rückgängig gemacht werden, denn die Markt- und inhärenten Auftriebskräfte bilden die stärksten ökonomischen Kräfte überhaupt.» Der Hintergrund: «Weil Menschen und Firmen langfristig immer aufwärts streben, immer klüger, wissender und produktiver werden.»

Neues Niveau im Tourismus

Es gibt Situationen, da stösst man an Grenzen, fühlt man eine Enghnis, kann man sich kaum bewegen. Auch in Märkten, die aus dem Gleichgewicht geraten, steht man plötzlich vor Mauern, die unüberwindbar erscheinen, jedenfalls auf den ersten Blick. Der bekannte Ökonom Bruno S. Frey (Crema Research) befasst sich in seinem Buch «Venedig ist überall» (2020) mit dem Übertourismus, mit dem Problem, dass riesige Menschenmengen begehrte Tourismusorte überschwemmen, vor Sehenswürdigkeiten lange Schlangen entstehen und der Zustrom für betroffene Orte und Einwohner zur enor-

men Belastung wird. Die Menschenmassen in Venedig, Paris oder Rom dürften nach Corona nicht geringer sein als vorher, was für viele andere Orte auch gilt.

Was tun gegen eine solch überbordende Kulturachfrage? Frey diskutiert mehrere Massnahmen zum Beeinflussen des Marktes. Der Staat kann versuchen, mit Informationen, Marketing oder Appellen Besucherströme zu steuern. Griffiger sind zeitliche und örtliche Einschränkungen der Besuchsmöglichkeiten, etwas Entlastung können auch erhöhte Gebühren oder Eintrittspreise bringen. Es gibt zudem die Rationierung durch Versteigerung der Besuchsrechte. All dies soll die Nachfrage einschränken helfen. Mutet logisch an.

Frey aber schlägt eine radikal andere Lösung vor, nämlich eine Erweiterung des Angebots. Das ist der Ausbruch aus der Enghnis, verschiebt Grenzen. Wirtschaftliche Überlegungen eröffnen plötzlich ein viel grösseres Potenzial als in der Bedrängung durch die Probleme vermutet. Kurz: Wirtschaft ist mehr, kann mehr, bringt mehr Neues, ist stärker, als man meistens denkt.

Frey schwebt eine Erweiterung des Tourismusangebots um «neue Originale» vor. Das heisst: Man erstellt Kopien bekannter Monumente und Bauten an geografisch geeigneten Orten, ergänzt um moderne elektronische dreidimensionale Darstellungen. Touristenströme lassen sich zwischen den Original- und den nachgebauten Destinationen verteilen. Mehr Menschen als bisher werden ihre kulturelle Nachfrage befriedigen können, die Marktausweitung bedeutet in der Summe eine grosse Wertsteigerung für die Gesellschaft.