

POSTEINGANG

Zum Leitartikel „Schlaflos in der Klinik“, FTD vom 19. Februar

Massive Ausbeutung

Nur wer selbst schon 36 Stunden ununterbrochen gearbeitet hat, wer schon öfters eine 100-Stunden-Woche absolvierte, wer länger an seinem Arbeitsplatz bleibt als vier bis fünf nachfolgende Schichten anderer Berufsgruppen, die offiziell die gleiche Wochenarbeitszeit haben, nur der kann beurteilen, wie menschenverachtend dieses System ist. Es basiert auf einem einseitigen Abhängigkeitsverhältnis auf Grund zeitlich befristeter Arbeitsverträge, beziehungsweise in chirurgischen Fächern auch von der Abhängigkeit vom Chefarzt, um die für die Facharzt-ausbildung benötigten Operationen ausführen zu dürfen. Dies wird dazu missbraucht, Ärzte massiv auszubeuten. Ihre Forderung an die Krankenhäuser effektivere Arbeitszeitmodelle zu entwickeln und neue Kräfte einzustellen, ist ein Hohn. Glauben Sie wirklich, dass die Krankenhäuser angesichts ihrer Finanzprobleme aus reiner Nächstenliebe mehr Mediziner einstellen werden? Auch ich meine, dass Gewerkschaften in diesem Land viel zu große Macht besitzen und ihre Rolle nicht mehr zeitgemäß ist. Es gab jedoch eine Zeit, da waren sie nötig, um die Ausbeutung der Arbeiter zu verringern. An genau diesem Punkt sind wir in den Kliniken angelangt.

Dr. Christiane Riedel, Wiesbaden

Zum Leitartikel „Ein Paket für Gers-ter“, FTD vom 20. Februar

Noch mehr Arbeitslose

Die Hartz-Gesetze sind in aller Eile mit der heißen Nadel gestrickt worden. Die Bundesanstalt für Arbeit (BA) hat sie nun umzusetzen und verschärft dabei die Lage der Arbeitssuchenden. Lassen wir die BA gewähren, wird am Jahresende, oder ein wenig später, ein Wirtschaftszweig in Deutschland, die Weiterbildung, nicht mehr existieren. Fast alle Bildungsunternehmen befinden sich derzeit in der ersten Phase betrieblicher Kündigungen, große Bildungsträger planen Massenentlassungen. Zehntausende von kleinen Anbietern, Ich-AGs in der Bildungslandschaft, müssen aufgeben. Zum Schluss gibt es dann einige Hunderttausend Arbeitslose aus dieser Branche mehr.

Helmuth Kramer, BfW des DGB, Gelsenkirchen

Zur Kolumne „Demokratie auch für den Islam“ von Thomas Klau, FTD vom 20. Februar

Nicht praktikabel

Die Idee, die Demokratie im Nahen und Mittleren Osten zu etablieren, ist gut, aber nicht praktikabel. Zur Umerzählung der irakischen Bevölkerung würde ein großer Teil der militärischen Ressourcen der Amerikaner über Jahrzehnte benötigt. Allein im kleinen Kosovo wurden in den ersten Jahren 40 000 Mann stationiert. In Irak müssten 200 000 bis 500 000 Soldaten über einen langen Zeitraum stationiert werden. Ob diese es schaffen würden feudale in demokratische Strukturen umzuwandeln ist fraglich. Ob sich eine auf dem Boden der Religion gewachsene Kultur von außen erfolgreich modernisieren lässt, ist noch fraglicher.

Manuel Emmler, per E-Mail

Revolutionäre Wende

In der Tat es wäre eine revolutionäre Wende in der US-Außenpolitik, wenn diese neuerdings das Ziel verfolgen würde, dass im Nahen Osten endlich die Demokratie Einzug hält. Dagegen spricht aber leider die historische Erfahrung, etwa der Sturz von Salvador Allende in Chile und die Iran/Contra-Affäre. Zudem gibt mir der mutmaßliche Einfluß, den die USA in Venezuela gegen einen gewählten Präsidenten ausüben, zu denken, ob die USA wirklich den Einzug von Demokratie in totalitären Staaten zur Maxime ihrer Politik machen.

Reiner Bode, Berka

Zur Berichterstattung über den Bundestagsausschuss „Wahlbetrug“

Die Wahrheit aus Maastricht

Sicherlich liest Herr Eichel keine ausländischen Zeitungen. In den Niederlanden berichteten verschiedene Zeitungen bereits im August 2002, dass es als sicher gilt, dass Deutschland die Defizitgrenze überschreiten werde.

Jeroen de Bruijn, Stuttgart

LESERBRIEFE

Brieffach 02, 20444 Hamburg
 Kennwort: Leserbrief
 Fax: 040/31990-506, E-Mail: leserbriefe@ftd.de
 Die hier abgedruckten Leserbriefe sind keine redaktionellen Beiträge, sondern geben ausschließlich die Meinung der Einsender wieder. Zuschriften ohne vollständige Angabe des Absenders werden nicht veröffentlicht. Die Redaktion bittet um Verständnis dafür, dass aus Platzgründen nicht jede Einsendung veröffentlicht werden kann. Wir behalten uns das Recht auf Kürzungen vor. Alle Anregungen werden sorgfältig bearbeitet, auch wenn wir sie nicht beantworten können.

Teuerster Partner aller Zeiten

Die Türkei will sich die Unterstützung eines Irak-Kriegs bezahlen lassen. Die Grenzen zwischen Friedenspolitik und Gier sind fließend: Ankara überreizt sein Blatt **VON MARINA ZAPF**

Im türkischen Mittelmeerraum rollten in diesen Tagen 552 amerikanische Militärfahrzeuge an Land. Offiziell landete die Vorhut, die US-Stützpunkte im Land zügig für den Ernstfall „modernisieren“ soll. Experten, die sich die Geräte-ladung näher ansahen, halten das Material indes für besser geeignet für eine Offensive als für die Nachrüstung angestaubter Kasernen.

Die weiter auf Hochtouren laufenden Vorbereitungen für eine zweite Front im Norden Iraks zeigen vor allem eins: Niemand geht in Washington und Ankara davon aus, dass der Poker um die Kriegskasse die Partner ernsthaft entzweielt wird. Für die Weltmacht USA ist die strategisch am Tor zu Kleinasien liegende Türkei ein wichtiger Partner im Irak-Konflikt. Die Türkei wiederum kann es sich nicht erlauben, ihren stärksten Partner – in der Nato, der EU und im Internationalen Währungsfonds – ernsthaft zu verprellen.

Die Regierung in Ankara tut sich keinen Gefallen, wenn sie die USA trotzdem öffentlich vorführt und in erpresserischer Weise Zahlungen dafür verlangt, dass 40 000 US-Soldaten gegebenenfalls nach Irak durchmarschieren dürfen. Wer so handelt, ist entweder verzweifelt, dumm oder unverzeihbar ungeschickt.

Die Türken überschätzen die Rolle, die sie für die USA spielen. Ihnen ist zu Kopf gestiegen, dass die USA derzeit auf sie angewiesen zu sein scheinen. Das ist

verständlich vor dem Hintergrund, dass die Europäische Union sie gerade erst als „zweitklassig“ abgewiesen hat. Der Nationalstolz sollte jedoch nicht den Blick darauf verstellen, wann der Bogen überspannt ist.

US-Präsident George W. Bush kann von den Regierenden in Ankara natürlich nicht erwarten, dass sie leichtfertig gegen den Willen des eigenen Volkes handeln. 94 Prozent der türkischen Bevölkerung lehnen einen Irak-Krieg ab. Der heimliche Regierungschef Recep Tayyip Erdogan will nur einem durch die Uno legitimierten Krieg zustimmen. Das ist ein durchaus respektables Motiv dafür, durch Taktieren gegenüber den USA weitere Zeit im Irak-Konflikt zu gewinnen.

Auf dem Wunschzettel stehen auch Rechte für die türkischen Truppen

Dass diese Politik funktioniert und Bush in Bedrängnis bringt, zeigen die Reaktion aus Washington und das unausgesprochene Ultimatum des Weißen Hauses, Ankara müsse bis Ende der Woche dem vorgelegten US-Angebot von 24 Mrd. \$ zustimmen.

Doch der jungen Regierung in Ankara geht es nicht nur um die Wahrung des Friedens – die Grenzen zur schlichten Gier sind fließend. Nach Enttäuschungen in den 90er Jahren wollen die Türken sich jetzt ökonomisch absichern. „Sie haben im Fahrwasser

des letzten Golfkrieges bittere Erfahrungen gemacht mit Versprechungen, die unerfüllt blieben“, sagt der Sicherheitsexperte vom Londoner Institut IISS, Philipp Mitchell. Das Land erlitt milliardenschwere Einbußen im Handel mit Irak, eine Pipeline versiegte, zeitweise gab es eine Million irakischer Flüchtlinge. Jetzt bleiben die Türken hart und versuchen, das Beste herauszuholen.

Mit einem präsentablen Finanzpaket fiele es Regierungschef Abdullah Gül leichter, im Parlament Unterstützung für eine Mithilfe im Krieg zu bekommen. Seine AKP-Partei verfügt dort über eine Zweidrittelmehrheit. Die Verfassung schreibt vor, dass das Parlament die Landung fremder Truppen genehmigt.

Auch das Militär macht Druck auf die argwöhnisch beäugte islamisch-konservative Regierung. Das Kriegsziel der Generäle und des nationalistisch geprägten Establishments ist es, auch türkische Truppen nach Nord-Irak zu schicken – aber bitte unter eigenem Kommando. Sie sollen massive Flüchtlingsströme aufhalten, rebellische Kurden im Zaum und den Zugriff auf die Ölfelder von Mosul und Kirkuk offen halten.

Regierung und Militär ziehen am gleichen Strang, wenn der Wunschzettel für Washington

nicht nur Schecks, Bürgschaften und Schuldenerlass in zweistelliger Milliardenhöhe umfassen soll sondern auch noch Bewegungsfreiheit für die eigenen Truppen und eine Pipeline zum Ölgeschäft in Nord-Irak.

Dabei ist es keineswegs notwendig, dass die Türken gleich mit in das Nachbarland einmarschieren müssen, um dort einen unabhängigen Kurdenstaat zu verhindern. Die Regierung Gül steckt auch nicht so fest im Schwitzkasten ihrer Militärs, dass sie keinen anderen Weg finden könnte, um die eigene kurdischen Minderheit zu befrieden und im Zaum zu halten.

Mit Recht haben die Türken gerade erst selbst die klare Solidarität der Nato für die eigene Verteidigung eingefordert. Dass sie sich jetzt mit unrealistischen Maximalforderungen dem Verdacht aussetzen, wie auf einem Basar verhandeln zu wollen, ist mehr als ungeschickt.

Ankara sollte aufpassen, dass es seinen Wert als strategischer Partner nicht überschätzt. Schon beim EU-Erweiterungsgipfel in Kopenhagen boxte sich der heimliche Premier Erdogan am Ende mit übersteigerten Ansprüchen in die Ecke. Wenn er sich jetzt in rüdem Stil zum teuersten Verbündeten aller Zeiten machen will, kann er auch eine alte Partnerschaft langfristig stark beschädigen.

E-MAIL: zapf.marina@ftd.de

DAS ZITAT DES TAGES



„Uli Hoeneß war noch nie billig“

Dieter Hahn, ehemaliger Vizechef der Kirch-Gruppe, zu Kirchs geheimem 40-Mio.-DM-Vertrag mit dem Manager von Bayern München

IMPRESSUM

Die Financial Times Deutschland ist überregionales Pflichtblatt aller acht deutschen Wertpapierbörsen

Financial Times Deutschland

Redaktion Hamburg
 Stubbenhuck 3, 20459 Hamburg
 Tel.: 040/31990-0, Fax: -310

Redaktion Frankfurt

Nibelungenplatz 3
 60318 Frankfurt/Main
 Tel.: 069/153097-0, Fax: -50

Redaktion Berlin

Friedrichstraße 71, 10117 Berlin
 Tel.: 030/22074-0, Fax: -150

www.ftd.de

E-Mail: leser-service@ftd.de

ISSN 1615-4118

Herausgeber: Andrew Gowers

Chefredakteure: Christoph Keese, Wolfgang Münchow

Geschäftsführender Redakteur/ Chef vom Dienst: Ulf Schlüter

Blattmacher: Steffen Klusmann

Art Director: Christine Thede

Bildchef: Lutz Schmidt

Seite 1: Stefan Biskamp

Ressortleiter Unternehmen: Stefan Weigel (verantwortl.), Guido Warlimont (Stv.)

Ressortleiter Politik & Wirtschaft: Romanus Otte (verantwortl.), Margaret Heckel (Stv.)

Ressortleiter Finanzen: Daniel Bögl (verantwortl.)

Ressortleiter Agenda und Weekend: Dr. Nikolaus Förster (verantwortl.)

Politischer Korrespondent: Thomas Hanke

Chefökonom: Thomas Fricke

Chefreporter: Dr. Anton Notz

Redaktionsleiter Electronic Media: Kirsten Haake

Verantwortliche Redakteure im Sinne des Presserechts sind die vorstehend als solche genannten Redakteure für ihren Bereich, im Übrigen die

Chefredaktion, Redaktionssitz des Ressorts Politik ist Berlin, des Ressorts Finanzen Frankfurt am Main, im Übrigen Hamburg.

Industrie + Dienstleistungen: Dr. Alexandra Borchardt

Informationstechnologie/ Medien: René Gribnitz

Deutsche Politik/ Wirtschaftspolitik: Peter Ehrlich, Margaret Heckel

Ausland: Wolfgang Proissl

EU-Politik: Thomas Klau

Märkte und Finanzen: Ina Bauer

Finanzdienstleister: Rolf Lebert

Das Kapital: Jörg Berens

Agenda-Seite/Reportage/Porträt: Christian Baulig

Kommentar: Christian Schütte

Lektorat: Jan Lehmann

Beilagen: Volker Bormann

Übersetzungen: Matthias Schulz

Verlag: Financial Times Deutschland GmbH & Co KG, vertreten durch den Geschäftsführer Michael Rzesnitzek

Geschäftsführer: Michael Rzesnitzek

Verlagsleiter, stellv. Geschäftsführer: Christoph Rühl

Anzeigenleiter: Georg Assenmacher (verantwortl.)

Gesamtleiter Electronic Media: Dr. Christoph Wegner

Verlagsleiterin Editionen: Julia Jäkel

Leiterin Marketing: Tanja Madsen

Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit: Susanne Jesche

Vertrieb Deutschland: Gruner+Jahr AG & Co

Fachbereich Vertrieb

Leitung: Kay Helmecke

20444 Hamburg

Vertrieb International:

Deutscher Pressevertrieb GmbH, Postfach 101606, 20010 Hamburg, Tel.: 040/237110

Anzeigenabteilung:

Tel.: 040/31990-224, Fax: -214
 E-Mail: media@ftd.de
 Anzeigen-/Druckunterlagen-Schluss zwei Werkzeuge vor Erscheinung, 16 Uhr

Abbestellung Deutschland und übriges Ausland:

Financial Times Deutschland Kundenservice, Postfach 57 01 59, 22770 Hamburg
 Tel.: 01802/81 82 83*, Mo. bis Fr. 7 bis 20 Uhr, Fax: 01802/81 82 84*
 * € 0,06 pro Anruf bzw. Fax; www.ftd.de/abo, E-Mail: abo@ftd.de

Abpreise Inland (inkl. MwSt.):

€ 30 pro Monat, € 348 pro Jahr, Studenten, Wehrpflichtige und Zivil-dienstleistende gegen Vorlage einer entsprechenden Bescheinigung; € 15 pro Monat, € 174 pro Jahr

Abbestellung Österreich:

Tel.: 0800/201144 (aus Österreich)

Abbestellung Schweiz:

Tel.: 0800/83 44 44 (aus der Schweiz)

Abbestellung Luxemburg:

Tel.: 499 888 308 (aus Luxemburg)

Nachdruckrechte/Syndication:

Tel.: (+49)-40-319 90 381
 Erscheint borsenttäglich montags bis freitags

Druck: Presse-Druck- und Verlags-GmbH, 86167 Augsburg;

Mannheimer Morgen Großdruckerei und Verlag GmbH, 68167 Mannheim; Druck- und Verlagszentrum GmbH & Co. KG, 58099 Hagen; G + J Berliner Zeitungsdruck GmbH, 10365 Berlin



Von Thomas Fricke

Die Statistiker haben sich alle Mühe gegeben. Seit Einführung des Bargelds beteuern sie, dass der Euro alles andere als ein Teuro ist. Die amtliche Inflation liegt im Schnitt so niedrig wie lange nicht. Geholfen hat es wenig: Die Aufregung um eurobedingte Preisaufschläge ist geblieben. Und manches lässt vermuten, dass dies ein Grund für die gefährliche Konsumflaute der vergangenen Monate war – und heute noch ist.

Umso dringlicher wäre es, das Rätsel zu lösen, statt es mit abschätzigem Unverständnis zu begleiten, wie Regierende und Notenbanker es getan haben. Die Antwort könnten jetzt psychologische Studien bieten, die nahe legen, dass der Euro in Deutschland eigentlich keine Chance hatte: Er wäre demnach selbst dann als Teuro empfunden worden, wenn sämtliche Preise gefallen wären – ein Befund mit Tragweite. Das Teuro-Beispiel lässt befürchten, dass Ökonomen wie Wirtschaftspolitiker immer gravierendere Fehlurteile fällen, wenn sie die Psycho-Einflüsse unterschätzen.

Teuro-Neurotik im Experiment

Ein Teil des Teuro-Rätsels mag statistisch erklärbar sein. Die täglich registrierten Preiserhöhungen nach dem Euro-Start trafen Waren, die in der Inflationsstatistik weit weniger Gewicht haben als jene Mieten und Discount-Preise, bei denen es gar keinen Teuro-Effekt gab. Nur reiche dieses Phänomen allein kaum aus, um die „hohe Diskrepanz zwischen Aufregung und tatsächlicher Inflation“ zu erklären, sagt der Psychologe Stefan Schulz-Hardt von der Universität München.

Zusammen mit Kollegen ging der Forscher der Frage nach, wie stark die Euro-Wahrnehmung der Menschen verzerrt sein könnte*. In Experimenten wurden Testpersonen vor die Aufgabe gestellt einzuschätzen, wie sehr sich die Preise eines italienischen Restaurants geändert haben, nachdem auf Euro umgestellt wurde. Mal wurden die Preise dabei angehoben, mal blieben sie unverändert. Das erstaunliche Ergebnis: Obwohl die alten DM-Preise zum Ver-

gleich vorlagen und korrekte Schätzungen belohnt wurden, lagen die Leute trotzdem systematisch daneben – der Preisanstieg wurde viel zu hoch eingeschätzt (siehe Grafik). Stiegen die Preise beim Wechsel von Mark auf Euro um 15 Prozent, glaubten die Testpersonen im Schnitt, dass es mehr als 20 Prozent waren.

Völlig absurd: Die Leute machten selbst dann noch eine Teuerung von acht Prozent aus, als die Preise auf der Euro-Speisekarte schlicht mit offiziellem Kurs umgerechnet wurden, also definitiv kein Preis erhöht wurde. Und als das Angebot in Euro-Rechnung um 15 Prozent billiger wurde, hielten die Probanden das Preisniveau für unverändert.

Wäre das Phänomen ein universales, hätte die Teuro-Aufregung in allen Euro-Ländern ähnlich groß sein müssen. Tatsächlich war sie in Deutschland am größten.

Am deutschen Umtauschkurs und seinen Tücken kann es kaum liegen. Wer der Einfachheit halber statt mit dem krummen Kurs schlicht zwei zu eins umrechnet, schätzt die Euro-Preise zwar um mehr als zwei Prozent zu hoch ein. Nur ist das viel weniger als in den Experimenten. Zudem ließen die Psychologen als Gegencheck die Speisekarte einmal zwei zu eins umrechnen: Die Fehlschätzungen waren fast so katastrophal wie vorher.

Was den Unterschied zu anderen Euro-Ländern ausmacht, ist laut Schulz-Hardt ein psychologisches Phänomen: Die skeptischen Deutschen rechneten schon vor Euro-Start mit höheren Preisen, daher haben sie seitdem vor allem das registriert, was diese Erwartung bestätigt. Kein Zufall: Im Experiment machten jene Personen die größten Teuro-Effekte aus, die zuvor erklärt hatten, dass der Euro ihrer Erwartung nach zu höherer Inflation führe.

„Die Menschen fokussieren stark auf das, was die eigene Erwartung belegt, und neh-

men dies nach Augenschein wahr“, sagt Forscher Stefan Schulz-Hardt. Zumindest in der Wahrnehmung hat sich die Teuro-Sorge mithin selbst erfüllt. Nach Jahren der Panikmache professioneller Euro-Gegner ist es kein Wunder, dass jeder Deutsche heute auf Anhieb ein halbes Dutzend Beispiele aufzählen kann, die den Teuro-Verdacht belegen (der Friseur oder der Espresso) – nicht aber annähernd so viele der weit zahlreicheren Gegenbeispiele (die Miete oder die Preise bei Aldi).

Naiver Verweis auf die Statistik

Welch drastische Folgen die Ängstlichkeit für die reale Wirtschaft hat, scheinen die Speisekarten-Experimente zu bestätigen. Die Testpersonen gaben sich bei Bestellungen aus der Euro-Karte zurückhaltender und wählten weniger Speisen aus als aus der DM-Karte. Der eingebildete Teuro dürfte zumindest einen Teil des Konsumeinbruchs 2002 erklären.

Wahrscheinlich hätte es wenig geholfen, als Gegenmaßnahme die doppelte Preisauszeichnung zur Pflicht zu machen. Auch das lassen die Psycho-Experimente vermuten. Den Probanden lag die DM-Karte ja vor. Nötig wären sehr große Kampagnen über positive Umrechnungsbeispiele gewesen. Laut den Psychologen sind viel mehr Informationen nötig, um Menschen von etwas zu überzeugen, das sie nicht erwarten, als umgekehrt.

Spätestens das zeigt, wie naiv der Versuch von Ökonomen, Notenbankern und Regierungspolitikern war, die Teuro-Aufregung mit Verweis auf die brave Statistik entkräften zu wollen. Wäre die Psycho-Logik früher erkannt worden, hätten den gravierenden Folgen eher begegnet werden können. Allerdings müsste die Ökonomenzunft dafür von ihrer bequemen Standesregel Abschied nehmen, wonach alles Nicht-Ökonomische per Definition und im Grunde unerklärbar bleibt.

Am Teuro zeigt sich, dass eine Katastrophe so lange beschworen werden kann, bis alle so fest daran glauben, dass das Ausbleiben der Krise gar nicht mehr wahrgenommen wird – zumindest in Deutschland, wo noch das kleinste Problem konsequent zur Generalkrise heraufbeschworen wird. Ein Fall für Psychonomics.

* „Preissteigerungswillusion beim Euro“, Stefan Schulz-Hardt, Vortrag beim ersten Workshop „Economics meets Psychology“ am 13.14. Februar 2003 in Frankfurt.

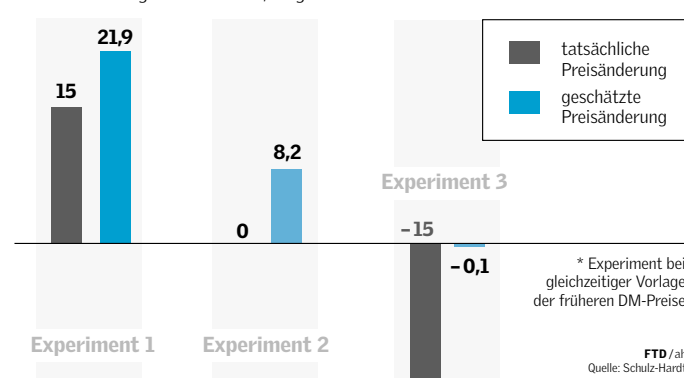
E-MAIL: fricke.thomas@ftd.de

Armer Euro chancenlos

Was Statistiker wie Ökonomen ratlos lässt, haben Psychologen jetzt entschlüsselt: Das neue Geld wird nur deshalb von den Deutschen als Teuro empfunden, weil sie genau das erwarteten

Systematisch überschätzte Euro-Preise

Wie Testpersonen die Veränderung von Speisekartenpreisen nach der Euro-Umstellung einschätzten*, Angaben in %



* Experiment bei gleichzeitiger Vorlage der früheren DM-Preise
 FTD/ah
 Quelle: Schulz-Hardt