

Politik

Wer profitiert von Polarisierung?



Klaus Wellershoff
Ökonom bei Wellershoff & Partners

Nach der Wahl von Donald Trump zum US-Präsidenten sind sich die meisten Kommentatoren einig: Das wird auch Folgen für uns haben. Gemeint sind natürlich die Aussen-, Sicherheits- und Wirtschaftspolitik. Alle rechnen mit weniger Engagement der Amerikaner für die europäische und damit auch unsere Sicherheit. Alle rechnen mit mehr Handelshemmnissen und tieferen Pharmapreisen.

Gemeint ist aber auch, dass Trumps Wahl einen Effekt auf unsere Innenpolitik haben wird. Wir haben gelernt, dass es sich lohnt, zu poltern, die Grenzen des Anstands zu überschreiten, das ganze Klavier des Populismus und der Polarisierung zu bespielen. Die Erwartung ist, dass sich ermutigt durch die Trump-Wahl das politische Klima der Schweiz weiter aufheizen wird.

Ist das denn realistisch? Angesichts der Einstellungen von Schweizerinnen und Schweizern eigentlich nicht. Zu dieser Schlussfolgerung kommt zumindest die aktuelle Forschung zu diesem Thema. Die Polarisierung der Wähler hat bei uns seit gut zwanzig Jahren nicht zugenommen. Im Gegensatz dazu steht allerdings die ebenfalls wissenschaftliche Beobachtung, dass die politischen Forderungen der grossen Parteien in kaum einem Land so weit auseinanderliegen wie bei uns hier in der Schweiz. Wie kann es sein, dass die öffentliche Debatte immer schärfer zu werden scheint, auch wenn die Menschen ihre politischen Präferenzen und auch ihre Einstellungen gegenüber Andersmeinenden nicht gross verändert haben? Oder besser, wer profitiert denn von der Polarisierung?

Natürlich all diejenigen, die damit Geld, Einfluss und Macht gewinnen. Gemeint sind vor allem die in den letzten Jahren gewachsenen Parteien am äusseren Rand des politischen Spektrums. Gemeint sind auch all diejenigen, die über die Polarisierung teils fasziniert, teils empört und selbstgerecht berichten. Aufmerksamkeit ist die Währung der Medien, ob sogenannt sozial oder traditionell. Bestes Beispiel für beides: Jüngst sagte ein Vertreter einer der Polparteien in einer Diskussionssendung des SRF, die vom Gladiatorenkampf polarisierender Politiker und Politikerinnen lebt: «Wir mussten polarisieren, wir waren nur eine 11-Prozent-Partei.»

Keine Frage, eine zugespitzte Formulierung hilft, die politische Position besser zu verstehen. Keine Frage aber auch, wer Grenzen überschreitet, verschiebt sie im gleichen Moment. Amerika macht es vor. Aus vielleicht anfangs noch konstruktiv gemeinter Provokation entsteht mit der immanenten Logik des Immermehr der systematischen Grenzverschiebung eine ernste Gefahr für die demokratischen Institutionen.

Klaus Wellershoff ist regelmässig Kolumnist und Co-Host von «Handelszeitung Morning-Call». Die Ansichten der Gastautoren müssen nicht mit jenen der Redaktion übereinstimmen.

Säule 3a

Beliebte Steuersubvention



Rudolf Strahm
Ehemaliger Preisüberwacher

Zwei politische Projekte um die Vorsorge-Säule 3a werfen hohe Wellen. Sie widersprechen einander und kommen zur Unzeit. Viele Interessierte bringen die beiden Projekte durcheinander. Der erste Vorschlag, den der Bundesrat unter Ausgrenzung des Parlaments bereits ab 2026 auf dem Verordnungsweg beschlossen hat: Alle Zahler und Zahlerinnen für ein Spar- oder Vorsorgekonto der Säule 3a sollen die Möglichkeit erhalten, in Zukunft auch rückwirkend frühere «Beitragslücken» durch Nachzahlungen aufzufüllen, wenn sie ihrer AHV-Beitragspflicht nachkommen.

Bekanntlich betragen derzeit 3a-Zahlungen für Erwerbstätige mit Pensionskasse maximal 7258 Franken pro Jahr und für Selbständigerwerbende die hohe Summe von 36288 Franken. Diese Einzahlungen und auch die Nachzahlungen von 7258 Franken pro Jahr können sie vollumfänglich von den Einkommenssteuern bei Bund und Kantonen abziehen. Aber der Kapitalbezug wird dann beim Bund zu einem fünfmal tieferen Steuersatz als normale Rentenzahlungen besteuert. Die meisten Kantone haben ähnliche 3a-Steuerprivilegien.

Die Säule 3a ist ein Steuersparvehikel für Gutbetuchte, für jene, die dank hohen und sehr hohen Einkommen über ihre AHV- und Pensionskassenbeiträge hinaus weiteres Vorsorgekapital anhäufen können. Monatsrenten versteuert man wie Löhne zum Normalsatz, aber auf Kapitalausschüttung statt Rente bezahlt man nur 20 Prozent! Das wirkt wie eine «Steuersubvention» für Besserverdienende. Es steht noch eine zweite Reform für die Säule 3a im Raum: Aufgrund eines Vorschlags der Expertenkommission unter Serge Gaillard will der Bundesrat das oben beschriebene Steuerprivileg beim Bund mindern oder beseitigen. Das Steuerprivileg der

Kapitalauszahlungen lasse sich fiskalpolitisch und sozial nicht begründen, sagt die Expertenkommission.

Dies ist vorläufig bloss ein Vorschlag für eine Gesetzesänderung, die das Parlament noch referendumspflichtig beschliessen muss. Doch gegen diese zweite Vorlage zur vollständigen oder teilweisen Abschaffung des steuerlichen Reichenprivilegs laufen Banken und Vermögensverwalter Sturm. Denn an der Säule 3a verdienen sie mehr als anderswo. Diese Vorsorgesparform wird heute mit aggressiver Werbung und intransparenten Ertragsversprechen gepusht. Derzeit sind rund 140 Milliarden Franken im «Steuersparvehikel 3a» parkiert. Jährliche Zunahme: mehr als 10 Milliarden.

Wer beim neutralen Vergleichsdienst Moneyland.ch die Kostenvergleiche studiert, erkennt das lukrative Säule-3a-Geschäft. Die Gesamtkosten allein für die TER sowie die Ausgaben-, Depot- und Rücknahmegebühren betragen im Durchschnitt 1,07 Prozent der Kapitalsumme – sie sind höher als bei andern Anlagen. Die Kostenpanne ist enorm, das Verhältnis ist eins zu vier: Die höchsten Gesamtgebühren sind viermal höher als die tiefsten. Am kostengünstigsten sind immer die Passivanlagen wie ETFs. Dabei zeigen die Tabellen für 85 verglichene 3a-Einrichtungen überhaupt keine Korrelation zwischen Kosten und Kapitalerträgen!

Die Abzockervielfalt und Wildwestwerbung der Finanzszene bei der Säule 3a ist fast unbegrenzt. Die Pläne des Bundesrats zur Abschaffung oder zur zukünftigen Minderung des Säule-3a-Steuerprivilegs werden es schwer haben.

Der Gastautor Rudolf Strahm ist ehemaliger Preisüberwacher und Ex-SP-Nationalrat.

«An der Säule 3a verdienen Banken mehr als anderswo.»

Strategiewechsel

Nestlé reloaded



Seraina Gross
Stv. Ressortleiterin

Plan B steht. Nestlé-Konzernchef Laurent Freixe setzt auf Kosteneinsparungen und Effizienzsteigerungen, um den Nahrungsmittelchampion wieder auf Vordermann zu bringen. Das tönt langweiliger, als es ist. Bis 2027 sollen Kosten im Umfang von 2,5 Milliarden Franken rausgenommen werden, zusätzlich zu dem bereits unter Vorgänger Mark Schneider aufgesetzten Programm, mit dem jährlich 1 Milliarde Franken eingespart werden. Für einen Konzern wie Nestlé, der viel auf Beständigkeit gibt und abrupte Manöver meidet, sind das beachtliche Zahlen. Sie verweisen darauf, wie tief die Krise geht und wie ernst man diese bei Nestlé nimmt.

Mehr Informationen gab es am Kapitalmarkttag in Vevey auch dazu, wie der im August vom Verwaltungsrat als neuer Nestlé-Steuermann eingesetzte Franzose das Wachstum wieder beschleunigen will. Der Fokus liegt hier auf grossen Opportunitäten wie etwa dem weiteren geografischen Roll-out der in den USA und Europa bereits sehr erfolgreichen Tierfutterprodukte von Purina. Die unter Schneider vernachlässigten

Investitionen ins Marketing sollen wieder auf 9 Prozent des Umsatzes angehoben werden.

Mindestens ebenso wichtig ist aber womöglich ein anderer Punkt: die Frage, wie die finanziellen Ressourcen eingesetzt werden. «Gewohnheits-

rechte» in dem Sinne, dass sich die Investitionen an denen in früheren Jahren orientieren, gibt es dabei keine mehr. Stattdessen wird bei jeder Marke analysiert, wo die Potenziale liegen, und entsprechend fliessen dann die Gelder. Auch hier steckt womöglich mehr revolutionäres Potenzial drin, als es auf den ersten Blick erscheinen mag.

«Zurück zu den Basics» heisst es dagegen beim Thema Financial Engineering. Nach den wilden Jahren unter Mark Schneider ist mit Wohltaten gegenüber den Aktionären und Aktionärinnen erst einmal wieder Schluss. Nach Auslaufen des bestehenden Aktienrückkaufprogramms wird fürs Erste kein solches mehr angelegt. Auch ein Verkauf von Teilen des Anteils am französischen Kosmetikriesen L'Oréal, die Nestlé noch immer besitzt, steht nicht zur Diskussion. Der Fokus bleibt auf der Dividende und dem Fortschreiben ihrer erfolgreichen Historie.

Der Markt reagierte ungnädig auf die Efforts in Vevey. Nach einer kurzen Aufhellung gaben die Valoren bis am Mittwoch erneut deutlich nach. Nestlé hat einen weiten Weg vor sich.

DIALOG

Handelszeitung online

7.11.2024

«Das Treueprogramm von Swiss und Lufthansa sorgt für rote Köpfe»

Soeben kam ich aus den USA mit Swiss zurück. Eigentlich wollte ich meine Meilen loswerden. Das klappte nicht oder nur unter sehr teuren Voraussetzungen, worauf ich ein Original-Ticket löste. Wer glaubt, Swiss sei eine Premium Airline, der täuscht sich gewaltig. In der C-Class wird eine Vorspeise gereicht, früher konnte man auswählen. Die Lindt und Sprüngli Pralinen-Auswahl

gehört ebenfalls der Vergangenheit an. Lindor Kugeln sollen es jetzt richten. Der Sitz schmutzig und unbequem. Man macht alles schlechter und suggeriert den Kunden, man schaue auf sie. Es wird geschaut, dass die Lufthansa-Bosse den Rachen voll kriegen, aber das M&M-Meilen-Programm wird deshalb immer mieser. Miles and More and Swiss, good bye! HZ-Benutzername: swissleaders

Ich war vor vielen Jahren im Vielflieger-Programm der Swissair. Aber schon damals waren die Versprechen schöner, als

was geliefert wurde. Folglich habe ich ins Vielflieger-Programm der Air Canada gewechselt (gehört auch zur Star Alliance). Dort konnte ich wirklich vom Status profitieren. Würde jedem, der auf die Swiss angewiesen ist, empfehlen, in ein Programm einer andern Star Alliance Fluggesellschaft zu wechseln. Es geht der Führungsriege bei der Swiss nur noch darum, möglichst viel Profit nach Frankfurt zu überweisen. Das soll wohl gut für die nächsten Karriereschritte sein. HZ-Benutzername: anuswiss

► Ihre Meinung ist uns wichtig. Wir freuen uns über Kritik, Lob und Anregungen über folgende Kanäle: E-Mail: redaktion@handelszeitung.ch Twitter: twitter.com/handelszeitung Facebook: facebook.com/handelszeitung Online: Posten Sie Ihre Meinung auf www.handelszeitung.ch unter einen Artikel

IMPRESSUM

Redaktion «Handelszeitung» Ringier AG, Ringier Medien Schweiz Flurstrasse 55, 8048 Zürich, Telefon: 058 269 22 80 E-Mail: redaktion@handelszeitung.ch, www.handelszeitung.ch

Verlag Flurstrasse 55, 8048 Zürich, Telefon: 058 269 22 20 E-Mail: verlag@handelszeitung.ch
Herausgeberin Ringier AG, Ringier Medien Schweiz, Brühlstrasse 5, 4800 Zofingen
Geschäftsleitung Ladina Heimgartner
Chefredaktor Markus Diem Meier (mdm)
Stv. Chefredaktoren Holger Alich (ali), Marcel Speiser (spm)

Redaktion Unternehmen/Politik: Michael Heim (Leitung/hec), Seraina Gross (stv. Leitung/rai), Carmen Schirm-Gasser (scc), Bernhard Fischer (fib), Andreas Güntert (ag), Gabriel Knuifer (gku), Andreas Valda (val) – Management: Tina Fischer (Leitung/fit) – Internationale Wirtschaft: Peter Rohner (Chefökonom/rop), Fabienne Kinzelmann (kin) – Autor, redaktionelle Projekte: Stefan Barmettler (bar). – Volontariat: Lena Madonna (mdl), Samuel Walder (was) – Specials: Florian Fels (Co-Leitung/ff), Jasmine Alig (Co-Leitung/alj)
Korrespondent Bundeshaus Andreas Valda (val)
Leiter Strategieprojekte-Management/Innovation Stefan Mair
Channel-Management Dominic Benz (Leitung/dob), Michael Hotz (mth), Olivia Ruffiner (rul)

Social-Media-Redaktion Lukas Borner
Ständige Mitarbeitende Kurt Bahnmüller (kb), Gisbert L. Brunner (glb), Fredy Gilgen (fg), Constantin Gillies (cg), Fredy Hämmerli (fh), Sira Huwiler-Flamm (huw), Pirmin Schilliger (ps), Silvan Wegmann (Karikaturist), Kurt Speck (spe), Daniel Tschudy (dts)
Sekretariat Denise Alt
Layout Julie Body (Creative Director/Leitung), Mario Imondi (stv. AD), Sarina Joos, Tessa Ruppert (Infografik), Marco Müller, Michael Müller, Bernadette Schenker
Bildredaktion Fotodesk RMS, Hanna Jaray
Korrektorat Susanne Scherrer (Leitung), Cordula Hawes-Bilger (stv. Leitung), Sonja Brunschweiler, Carsten Stütz, Karin Büchler

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen im Sinne von Art. 322 StGB: Admeira AG, Energy Broadcast AG, Energy Schweiz Holding AG, Energy Bern AG, Energy Zürich AG, Energy Basel AG, Grupa Ringier Axel Springer Polska AG, Gryps AG, Homster AG, JobCloud AG, OneLog AG, Ringier Central and Eastern Europe AG, Ringier Digital Ventures AG, Ringier Print Holding AG, Ringier Sports AG, Ringier Sports Media Group AG, SMD Schweizer Medien-datenbank AG, Ticketcorner Holding AG, Ringier Emerging Markets GmbH (Deutschland), Ringier MediaTech GmbH (Österreich), S.C. Ringier Romania S.R.L. (Rumänien), EJOBS GROUP S.R.L. (Rumänien), REALMEDIA NETWORK SA (Rumänien), Ringier Pacific Limited (Hongkong), Homsters Asia Pte. Ltd. (Singapur), Ringier Vietnam Company Limited (Vietnam), Ringier Vietnam Classifieds

Company Limited (Vietnam), Ringier South Africa (Pty) Ltd (Südafrika), Ringier One Africa Media (Pty) Ltd (Südafrika)
Vermarktung Ringier Advertising, Flurstrasse 55, Postfach, 8021 Zürich, Ringier Advertising, Flurstrasse 55, Postfach, 8021 Zürich
Anzeigen/Media Services: Tel. 058 269 20 00; mediaserviceprint@ringier.ch
Anzeigenpreise und AGB: www.ringier-advertising.ch
Managing Director: Thomas Passen
Director Sales: Luca Schena
Head of Sales: Annick Cochard, Thierry Hansen
Director Media Services Print & Digital: Sarah Naf
Teamlead Media Service Print: Ruth Gmür
Head of Media Service Digital & AdOperations: Sabrina Miccoli
Abonnemente:
1-Jahres-Abo Schweiz: Fr. 290.– (inkl. Porto und MwSt.), 1-Jahres-Abo Europa: Fr. 385.– (inkl. Porto), Halbjahres-Abo Europa: Fr. 160.– (inkl. Porto und MwSt.), Einzelverkaufspreis: Fr. 5.50;
Erscheinung: wöchentlich (Donnerstag)/ 50 Ausgaben.
Kundenservice
Telefon: 058 269 25 05, kundenservice@handelszeitung.ch
Druck DZZ Druckzentrum Zürich AG
Wemf-Auflage: 31969