

Zeitschrift: Schweizer Monatshefte : Zeitschrift für Politik, Wirtschaft, Kultur
Herausgeber: Gesellschaft Schweizer Monatshefte
Band: 90 (2010)
Heft: 977

Artikel: Killerspiele : verbieten verboten
Autor: Hoffmann, Christian P.
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-168495>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. 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. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

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. [Voir Informations légales.](#)

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. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 15.03.2025

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

Die Politik will den Verkauf von Killerspielen an Kinder und Jugendliche verbieten. Damit kann sie vielleicht bei Erwachsenen punkten – nicht jedoch bei den Jugendlichen. Diese werden ihre Spiele weiterhin spielen.

Killerspiele: Verboten verboten

Christian P. Hoffmann

Ginge es nach der SP-Nationalrätin Evi Allemann, dann würde die Schweiz ein generelles Verbot der Herstellung, Einfuhr und des Verkaufs von Killerspielen aussprechen. Die vermeintlich zunehmend gewalttätige Jugend soll mit dieser durchgreifenden Massnahme gezähmt werden. Das Parlament stimmte nun Frau Allemanns Vorstoss in der Sache zu, beschränkte sich jedoch – vordergründig vernünftig-differenziert – lediglich auf ein Verbot des Verkaufs solcher Spiele an Kinder und Jugendliche.

Folgt der Bundesrat dem Wunsch des Parlaments, dann wird die Liste schweizerischer Konsumverbote um ein Laster reicher. Doch wird die Schweiz tatsächlich um ein Laster ärmer? Zweifel sind angebracht. Ganz gleich, ob Zigaretten, Alkohol, Süsswaren oder PC-Spiele – die Wirksamkeit von Verboten ist zweifellos eine der hartnäckigsten Illusionen des politischen Betriebs. Diese Illusion basiert auf der kindlich geprägten Vorstellung von Erziehung durch eine Autoritätsperson. Sprachen einst Vater oder Mutter gegenüber dem Kleinkind ein Verbot aus – gegen das zweite Glas Coca-Cola zum Beispiel –, so galt dieses Verbot absolut. Ein zweites Glas Limonade war in diesem Fall schlicht nicht zu haben, da die Eltern über die absolute Kontrolle des Coca-Cola-Nachschubs verfügten. Der paternalistisch agierende Verbotsstaat versucht nun, diesen Mechanismus auf die Ebene einer dynamischen, arbeitsteiligen und nur sehr beschränkt kontrollierbaren Gesellschaft zu hieven.

Dabei dürfte er aber scheitern. Anders als die Cola des Kleinkinds verschwinden Objekte staatlicher Verbote nicht einfach von der Bildfläche und aus der Reichweite der Bürger. Die Zusammenhänge sind komplexer. Wird eine Sache vom Staat für illegal erklärt, wandert sie bloss aus dem durch das staatliche Recht geschützten Bereich so-

zialer Transaktionen in den Bereich der durch das staatliche Recht verfolgten Transaktionen. Oder anders gesagt: vom weissen in den grauen oder schwarzen Markt.

Entscheidend für das Auftreten von Tauschbeziehungen ist nicht der staatliche Rechtsschutz, sondern die reale Nachfrage der Teilnehmer. Solange eine Nachfrage besteht, solange also Leute etwas wollen und bereit sind, dafür zu bezahlen, gibt es ökonomische Anreize, diese Nachfrage durch ein entsprechendes Angebot zu befriedigen. Menschen, die einen Gewinn machen wollen, werden die verbotene Sache auch ohne staatlichen Rechtsschutz anbieten. Man denke an die amerikanische Prohibition...

Was aber ändert sich dann in Tat und Wahrheit durch das staatliche Verbot? Eigentlich nur eines: die Transaktionskosten für den Handel mit der verbotenen Sache – also die Such-, Informations-, Transport- und Durchsetzungskosten – steigen an. Auf schwarzen Märkten sind diese Kosten höher, weil es sehr viel aufwendiger ist, eine Sache am Zoll vorbei ins Land zu schmuggeln und auf quasiversteckten Umschlagplätzen zu handeln, als eine Ware dem Staat zu melden und im regulären Geschäft zu verkaufen. Abgegolten werden muss auch das Risiko, vom Staat erwischt und bestraft zu werden.

Der weisse Markt verfügt über den Vorteil, dass Kunden durch Werbung oder PR auf eine Ware hingewiesen werden können – der schwarze Markt muss sich vor allem auf Mund-zu-Mund-Propaganda verlassen. Auf dem weissen Markt kann sich der Kunde viel einfacher über ein Angebot informieren, es vergleichen und abwägen. Auf dem Schwarzmarkt fällt dies schwerer – hier ein zuverlässiges Bild über das Gesamtangebot zu gewinnen, ist oft kaum möglich. Die Kosten der Transaktion steigen für beide Seiten, für den Anbieter und den Käufer.

Das Abdrängen einer Sache in die Illegalität hat für die Teilnehmer des entsprechenden Marktes aber noch weitere Nachteile. Auf einem schwarzen Markt ist es sehr teuer, Rechte durchzusetzen. Wenn also etwa ein Kunde nicht zahlt oder ein Angebot betrügerisch war (beispielsweise eine defekte Sache verkauft wurde), dann kann der Benachteiligte sich nicht einfach an eine professionelle Instanz, wie Polizei und Justiz, wenden, um Abhilfe zu erzwingen. Die Rechtsdurchsetzung muss erneut sehr aufwendig am Staat vorbei organisiert werden.

Hinzu kommt der Kostenfaktor des Misstrauens. Kunden vertrauen im Alltag grossen, bekannten Marken, weil diese offensichtlich am Markt Erfolge feiern konnten. Es ist daher davon auszugehen, dass die entsprechenden Unternehmen die Rechte ihrer Kunden respektieren und diese nicht hinters Licht führen. Unternehmen bauen sich im weissen Markt einen Ruf der Zuverlässigkeit auf und erleichtern so den Kunden ihre Entscheidung. Vertrauen ist ein entscheidendes Schmiermittel freier Märkte. Auf dieses Schmiermittel müssen schwarze Märkte weitgehend verzichten.

So ergibt sich ein ernüchterndes Fazit. Ein staatliches Verbot sorgt für eine ganze Reihe von Dingen, nur für eines mit Sicherheit nicht – das Verschwinden der verbotenen Sache. Natürlich ist es für den Konsumenten deutlich leichter, ein Kilo Salz im Supermarkt zu kaufen (weisser Markt), als ein Kilo Heroin bei einem Strassendealer (schwarzer Markt). Möglich aber ist beides. Es ist deutlich aufwendiger und teurer, einen Händler ausfindig zu machen, der Heroin vertreibt; es ist teurer, dieses Heroin zur Verfügung zu stellen; es ist teurer, die Qualität des Heroins zu gewährleisten; und es ist deutlich teurer, im Falle eines Betrugs eine Rückerstattung beim Händler zu erwirken. Möglich aber ist es.

Die Politik dagegen weigert sich standhaft, diese Zusammenhänge zur Kenntnis zu nehmen. Sie findet es wesentlich, «Zeichen zu setzen», und beschliesst mit Verve Verbote, um ihre guten Absichten zu dokumentieren. Dabei überschätzt sie systematisch und unbeirrt ihre Macht und die Fähigkeiten des Staates und unterschätzt jene von Angebot und Nachfrage. Sicher können Transaktionsko-

Wer wirklich an Kokain,
Heroin, Waffen, Pornos,
Alkopops oder eben Killerspiele
herankommen will,
wird dies immer und jederzeit
auch schaffen.

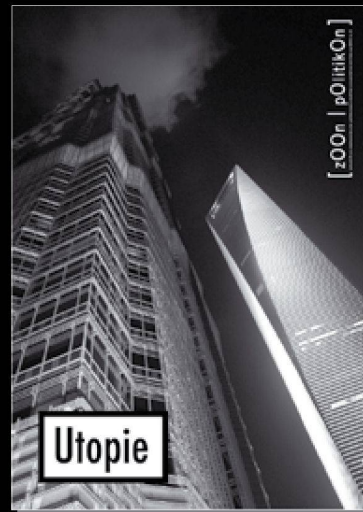
sten durch staatliche Verbote soweit erhöht werden, dass der eine oder andere Kunde auf einen Kauf der verbotenen Sache verzichtet. Wer aber *wirklich* an Kokain, Heroin, Waffen, Pornos, Alkopops oder eben Killerspiele herankommen will, wird dies immer und jederzeit auch schaffen. Zur Erinnerung: unter der Herrschaft des Kommunismus fand die Versorgung von Millionen von Menschen mit elementaren Gütern des Alltags – bis hin zur Nahrung – weitgehend über «illegale» Märkte statt. Verbote hin oder her.

Wollte also eine Gesellschaft ihre Kinder und Jugendlichen tatsächlich von Killerspielen abhalten, so müsste sie einen anderen, einen wirksamen Weg beschreiten: die Aufklärung und Überzeugung der Betroffenen – sei es durch ihre Eltern oder weitere Respektspersonen. Erst wenn Jugendliche von sich aus und aus eigener Einsicht auf solche Spiele – oder auch auf Alkohol, Tabak und weitere Suchtmittel – verzichten wollen, werden sie dies auch tun. Bleibt die Frage: Haben wir auch den Willen, die Energie und die Geduld, diese Überzeugungsarbeit zu leisten?

CHRISTIAN P. HOFFMANN, geboren 1978, ist promovierter Ökonom, Projektleiter an der Universität St. Gallen und Forschungsleiter am Liberalen Institut.

www.lars-mueller-publishers.com

Architektur Design Fotografie Kunst Gesellschaft



Die Zeitschrift der
Politikwissenschaft

Neue Ausgabe zum Thema «Utopie».

Für Fr. 7.- erhältlich unter
<http://www.zoon-politikon.ch>

[zOOn | pOlitikOn]