

Gastbeitrag

Wie Polens Präsident die Sicherheit Europas gefährdet

Der Rechtspopulist Karol Nawrocki verhindert, dass Polen an internationale Gelder kommt. Er schadet damit nicht nur seinem Land.

Marcel Hirsiger

Mit seinem Veto gegen die Aufrüstung Polens hat der rechtspopulistische Präsident Karol Nawrocki nicht nur die eigene Regierung vor den Kopf gestossen, sondern auch die europäische Sicherheit gefährdet. Und dies just in einer Zeit, in der Russland geopolitisch profitiert und ein Überfall auf ein Nato-Land nicht ausgeschlossen werden kann.

Nawrocki spaltet damit Polen noch weiter. Allein seit Amtsantritt im August hat er mehr Gesetze blockiert als alle seine Vorgänger, die gestoppte Finanzierung der polnischen Aufrüstung ist dabei nur

das jüngste Beispiel. Polen hätte rund 44 Milliarden Euro aus dem EU-Fonds Safe beziehen können; das niedrigverzinsliche Darlehen stünde sofort bereit, rückzahlbar bis 2070.

Polen wäre damit grösster Profiteur der europäischen Aufrüstung; die allermeisten Gelder würden in Projekte im Land selber investiert, insbesondere auch in strukturschwachen Regionen.

Begründet hat Nawrocki sein Veto damit, dass er keine Abhängigkeit von der EU wolle, was angesichts der Rahmenbedingungen wenig glaubhaft wirkt. Vielmehr setzt der

Präsident auf eine Blockade der liberalen Regierung von Premierminister Donald Tusk, um sich einen Vorteil für die Parlamentswahlen im Herbst 2027 zu schaffen.

Passend zur kompletten Verweigerungshaltung des Präsidenten hat seine PiS-Partei mit Przemyslaw Czarnek einen Hardliner als Spitzenkandidat für die nächsten Wahlen nominiert.

Durchgesetzt hat sich in den parteiinternen Diskussionen damit der frühere Bildungsminister, der mit äusserst konservativen und zuweilen gar hetzerischen Positionen aufgefallen ist.

Czarnek macht seit Jahren mobil gegen vermeintlich «woke» Tendenzen. Als Bildungsminister ideologisierte er den Geschichtsunterricht an den Volksschulen; seine Hochschulreform brachte ihm den Protest von rund achtzig Universitäten im ganzen Land ein.

Mit der Nomination von Czarnek geht die PiS ein grosses Risiko ein, setzt sie doch auf eine Anbiederung nach rechts und damit zu den beiden ultrarechten Konföderationsparteien. Diese haben in den Umfragen aufgeholt und wären aktuell das Zünglein an der Waage bei Koalitionsverhandlungen.

Stimmen geholt haben sie nicht zuletzt bei der PiS, welche seit Amtsantritt ihres Präsidenten immer mehr an Unterstützung verliert.

Czarneks Kandidatur fällt in eine Zeit starker Polarisierung. Galt der Sieg von Donald Tusks Bürgerkoalition im Herbst 2023 als Zeichen für die Standhaftigkeit der Demokratie, haben sich Regierung und Opposition in den letzten Monaten heftig zerstritten.

Angesichts der grossen Themen in Polen ist dies umso problematischer: So ist das grösste Land Ostmitteleuropas nicht nur Nachbar der Ukraine und Russlands, sondern

auch das wirtschaftlich erfolgreichste in Europa.

Polens Polarisierung wird Europa deutlich zu spüren bekommen. Tusk ist inzwischen so sehr mit Innenpolitik beschäftigt, dass er bei der Unterstützung für die überfallene Ukraine nur noch eine Nebenrolle spielt.

Ein zu langsam aufgerüstetes Polen wird aber auch zum Sicherheitsrisiko, wäre das Land doch das erste Angriffsziel bei einem russischen Überfall auf Zentraleuropa.

Marcel Hirsiger ist Osteuropa-Experte an der Fachhochschule Nordwestschweiz.

Briefe an die Redaktion

Es ist eine nationale Schande

«Tages-Anzeiger» vom 25.3. «On darf Schweizer Kreuz verwenden»

Es ist schlichtweg nicht zu verantworten, dass das Eidgenössische Institut für Geistiges Eigentum dem Sportschuh-Hersteller On eigenmächtig erlaubt hat, das Schweizer Kreuz auf seinen Produkten verwenden zu dürfen. Diese On-Sportschuhe werden in Billigländern, bei niedrigsten Löhnen, produziert und hernach zu massiv überhöhten Preisen in der ganzen Welt verkauft. Dies natürlich auch zum Wohle von Miteigentümer Roger Federer. Es ist eine nationale Schande, wie und zu welchen Zwecken das Schweizer Kreuz heute missbraucht werden kann. Damit richten wir die Qualität unserer Schweizer Produkte ständig weiter zugrunde, zugunsten von immer noch mehr Profit. **René Gauch, Rümlang**

Den Strombedarf decken

«Tages-Anzeiger» vom 25.3. «Entweder Tausende Windräder oder zwei neue AKW – was wählt die Schweiz?»

Mehr Leute bedeutet mehr Stromverbrauch, das heisst höhere Strompreise. Hinzu kommt: Jede durch die jährliche Zuwanderung «neu entstehende Stadt» muss mit Energie und Strom versorgt werden. Diese Leute brauchen Strom, fahren Auto, wollen



Wo wurden sie hergestellt? Lindt-Goldhasen im Regal eines Supermarkts in München. Foto: Imago

in einer geheizten Wohnung leben. Wie der gewaltige Strom-Mehrbedarf gedeckt werden kann, ist völlig unklar. **Alex Schneider, Küttigen**

Atomkraftwerk ist ein Auslaufmodell

«Tages-Anzeiger» vom 25.3. «Entweder Tausende Windräder oder zwei neue AKW – was wählt die Schweiz?»

Man sollte meinen, dass Politiker, die den Ausbau der Kernenergie fördern wollen, etwas von der Wirtschaft verstehen. Aber auch sie denken weder ökonomisch noch ressourcenorientiert. Bekannterweise braucht es für Kernkraftwerke nicht nur

Beton, sondern sie müssen auch mit Uran in Betrieb gesetzt werden. Derzeit verbrauchen die Atomkraftwerke der Welt etwa 190 Millionen Pfund Uran pro Jahr, die aktuellen Uranminen produzieren aber nur 130 Millionen Pfund. Aufgrund weiterhin steigender Nachfrage – allein China baut pro Quartal ein neues Kernkraftwerk – und des Umstands, dass sich ein grosser Teil der Anreicherungskapazität im sanktionierten Russland befindet, wird man in Zukunft im Westen in eine ausgeprägte Mangellage bezüglich des Urans schlittern, die durch Spekulationen noch verschärft werden wird. Schon heute bemühen sich die Kraftwerke händeringend um neue langfristige Lieferverträge, die sie jedoch aktuell

aufgrund des prekären Uranmangels nicht bekommen werden. Man geht davon aus, dass es in den nächsten zwei bis drei Jahren zu einer ausgeprägten Mangellage über Jahrzehnte kommen wird. Dann werden unsere neu gebauten Meiler ohne Funktion in den Himmel ragen. Weiterhin zu erwähnen sind die exorbitanten Baukosten. Das neue Kernkraftwerk Olkiluoto 3 in Finnland war zu Beginn mit vier Milliarden Euro veranschlagt und kostete schlussendlich zwölf Milliarden Euro. Dabei nicht berücksichtigt sind die in Zukunft anfallenden Kosten für den Rückbau. Für diese Summen könnte man allein in der Schweiz die ganze Fläche mit Solaranlagen oder Windrädern bedecken. **Jürgen Frielingsdorf, Zollikon**

Aachener Goldhasen

«Tages-Anzeiger» vom 25.3. «Supermarkt wirft Lindt-Goldhasen aus dem Sortiment»

Ich bin als deutsch-schweizerischer Doppelbürger ganz in der Nähe des Sitzes der Schokoladenfabriken Lindt & Sprüngli GmbH in Aachen-Laurensberg in Deutschland aufgewachsen. Zu Schulzeiten kam ich täglich zweimal an der Fabrik vorbei. Für mich war die Aachener Lindt-Schokolade nie wirklich gut. Ich habe immer die original Schweizer Lindt-Schokolade aus Kilchberg bevorzugt. Weiss ich doch auch von anderen Aachener Schokoladen- und Konfitürenfabrikanten, dass sie selbst für Norddeutschland andere Rezepturen verwenden als für Süddeutschland. Vor Jahren hatte ich in meinem Briefkasten einen Aachener Lindt-Hasen als Geschenk. Dieser wurde postwendend retourniert, und dem Schenker wurde mitgeteilt, dass ich in der Schweiz keinen «Öcher Lindt-Hasen oder andere Schokolade vom Süsterfeld» esse. Wenn ich schon in der Schweiz bin, möchte ich auch den original Lindt-Hasen aus Kilchberg. Nebenbei: Selbst bei der Lindt-Tafelschokolade schaue ich immer nach, ob sie in Aachen oder Kilchberg hergestellt wurde; es kommt immer wieder vor, dass auch bei der Tafelschokolade in der Schweiz Aachener und nicht Kilchberger Schokolade verkauft wird. Auf der Packung der Lindt-Weihnachtsmandeln steht sogar: «Lindt & Sprüngli Maitre Chocolatier Suisse depuis 1845 ... Qualitätsgarantie Chocodafabriken Lindt & Sprüngli AG Kilchberg/Schweiz Hergestellt in Deutschland von: Lindt & Sprüngli GmbH DE-52072 Aachen». **Udo Adrian Essers, Küsnacht**

Kaputte Demokratie

Tages-Anzeiger vom 24.3. «Pragmatischer Schritt» oder «Missachtung des Volkswillens?»

Im September 2025 sagte das Zürcher Stimmvolk mit fast 60 Prozent Nein zum neuen Energiegesetz, das den Klimaschutz beschleunigen wollte. Nun – kein halbes Jahr später – will Links-grün den Willen der Bevölkerung missachten und den damaligen Volkstentscheid kippen. Dass Rot-grün dies tun will, ist nichts Neues. Dass aber die GLP und die Mitte mittrotten, ist schon sehr bedenklich. So zerstört man die Demokratie. Kantonsrätinnen und -räte sollten eigentlich ihre Klientel im Rat vertreten. Sie tun es offensichtlich nicht und kochen dort ihr eigenes Süppchen. Hoffentlich erfolgt die Quittung dafür bei den nächsten Wahlen.

Toni Stadelmann, Zürich

Korrekt

Im Artikel «Nestlé plant einen Schokoladenpark für 400 Millionen Franken» in der Ausgabe vom 23. März hiess es, der Park sei ein Projekt von Nestlé. Korrekt ist: Er wird von der Freiburger Investoren-Gesellschaft Jogne Invest entwickelt. Nestlé ist weder Aktionärin noch an der Umsetzung und am Betrieb des Projekts beteiligt. (red)

Schreiben Sie Ihre Meinung

Die Redaktion trifft eine Auswahl und kürzt Zuschriften ohne Rücksprache. Es wird keine Korrespondenz geführt. (TA)

www.tagesanzeiger.ch/leserbriefe

Tages-Anzeiger

Herausgeberin Tamedia Publikationen
Deutschschweiz AG Werdstrasse 21,
8004 Zürich,
Tel. 044 248 44 11
Leserschaft: 290'000 Personen, verbreitete
Auflage: 91'718 (MACH Basic 2025-1).
Verleger Pietro Supino
Chefredaktion Tages-Anzeiger
Raphaëla Birrer (rbi), Chefredaktorin. Matthias
Chapman (cpm), stv. Chefredaktor. Ueli Kägi (ukä),
Andreas Kunz (aku),
Redaktionelle Steuerung Tagesleitung:
Anja Burri (ria), Andreas Kunz (aku), Matthias
Chapman (cpm), Raphaëla Birrer (rbi), Nationale
Planung: Ursula Schubiger.

Ombudsmann Ignaz Staub Postfach 116,
CH-6330 Cham 1,
ombudsmann.tamedia@bluewin.ch
Ressortleitende Politik & Wirtschaft: Mario Stäubli
(ms). International: Christof Mürger (chm).
Recherchedesk: Catherine Boss (cbm), Oliver
Zihlmann (oz). Reportagen & Storytelling:
Jacqueline Büchi (jub). Zürich/Zürichsee: Stefan
Häne (sth), Sibylle Saxer (sis). Sport: Anna
Baumgartner (abb). Leben: Philippe Zweifel (phz).
Wissen: Anke Fossgreen (afo). Daten & Interaktiv:
Dominik Balmer (bal).
Marc Brupbacher (bru). Podcast: Noa Fend.
Analysen und Meinungen: Fabian Renz (fre).

Print Product & Print Desk
Leitung Print Product & Print Desk Tamedia
Deutschschweiz: Philippe Müller (phm), Leitung
Blattmacher: Thierry Dick (tdb), Rolf Eisenhut (reh),
Adelina Gashi, Martin Haslebach, Anne-Sophie Heer,
Stefan Kleiser (ski), Roger Metzger (rom), Thomas Möckli
(möö), Tobias Müller (tmü), Stephan Reuter (sr), Markus
Riedel, Marc Schadeegg (msg), Thomas Speich (tsp), Alex
Trunz (atr), Andreas Weidmann, Thomas Wernli (wet),
Corsin Zander (zac).
Produktion und Kehrseite: Rolf Eisenhut (reh),
Leitung. Maurizio Derin, Thierry Dick (tdb), Adelina Gashi,
Beat Grossrieder (bgo), Martin Haslebach, Anne-Sophie
Heer (ash), Frank Hubrath (hub), Markus Käch, Stefan
Kleiser (ski), Bernd Kruhl (bkr), Fabian Löw, Markus

Mathis (mam), Roger Metzger, Reto Meisser (rem),
Tobias Müller (tmü), Anita Pascarella, Svend Peterzell,
Felix Raymann, Markus Riedel, Daniel Rohrbach, Andreas
Saurer (asr), Marc Schadeegg (msg), Martin Söhnlein
(söh), Erika Tschannen, René Vautravers, Hannes Währer,
Thomas Wernli (wet).
Verlag
Leitung Nutzer- und Werbekmarkt Marc Isler, Chief Revenue
Officer.
Leitung Abo-Service Aranzazu Diaz.
Abonnementspreise: shop.tagesanzeiger.ch
Abonnements und Abo-Service
«Tages-Anzeiger» Abonnements: shop.tagesanzeiger.ch.
Kontakt Abo-Service: Online-Formular. Telefonisch: Mo-Fr
08.00-12.00 und 13.15-17.00 Uhr, Sa/So 08.00-11.00 Uhr;
erreichbar unter Tel. 044 404 64 64.

Anzeigen
Tamedia Advertising AG. Leitung: Philipp Mankowski.
Anzeigendaten auf advertising.tamedia.ch.
Inserateaufgabe Digital: E-Mail: digitalnext@goldbach.com.
Inserateaufgabe Print: «Tages-Anzeiger» Tel. 044 248 40 30.
E-Mail: inserate@tages-anzeiger.ch.

Neben den klassischen Formen von Werbung erscheint in den
Medien von Tamedia die folgende Form von Inhaltswerbung:
Branded Content: Der Inhalt orientiert sich in der Regel an
einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur
Dienstleistung des Werbekunden steht und vom Team
Commercial Content aufbereitet wird. Branded Content lehnt
sich gestalterisch an das Layout des Trägartitels an und wird
beispielsweise mit «Sponsored», «Präsentiert von», «Paid
Post» oder «Publireportage» gekennzeichnet. Die Mitarbeit

von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen.
Weitere Sonderwerbeformen oder Formen der Zusammenarbeit
mit Kunden, etwa im Bereich Reisen oder Auto, werden
gesondert ausgewiesen.

Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia
Publikationen Deutschschweiz AG i.S.v. Art. 322 StGB: DZZ
Druckzentrum Zürich AG, LZ Linth Zeitung AG, Tamedia Abo
Services AG, Tamedia Advertising AG, Zürcher Oberland
Medien AG
In Zusammenarbeit mit der «Süddeutschen Zeitung»

Eine Marke von Tamedia 
 LENA
LEADING EUROPEAN – NEWSPAPER ALLIANCE