

die Behörde nicht bestimmte Techniken, sondern nur bestimmte Emissions- oder Immissionsstandards vorschreibt; denn auch dann wird die Findigkeit der einzelnen aktiviert, wie den genannten Standards nachzukommen ist.)

7.1.2. Marktprozesse schaffen Anreizeffekte

Durch die persönliche geldliche Interessiertheit führen sie dazu, daß gegebene Ziele tendenziell mit den geringsten Kosten erreicht werden. Oder alternativ führen sie dazu, daß mit gegebenen Kosten eine höhere Umweltverbesserung entsteht. Das sind in Summe vielleicht die wichtigsten Argumente für Marktösungen.

Dabei sind zwei verschiedene Anreizeffekte zu beachten, statische und dynamische. Sie seien die Entmutigungs- und die Ermutigungseffekte genannt:

Auf freien Märkten werden Knappheiten durch Preise wiedergegeben. Wird die zulässige Umweltbelastung staatlich verknappt, so steigt der Preis solcher Umweltbelastungen. Der höhere Preis entmutigt die Nachfrage nach dem umweltbelastenden Produkt, wodurch insgesamt weniger Umweltbelastung entsteht.

Andererseits werden aber die Produzenten durch Absatzschwierigkeiten bei den alten Verfahren auch ermutigt, neue, umweltschonendere Verfahren zu entwickeln. Gerade dieser dynamische Entwicklungsaspekt aus Eigennutz fehlt oft bei anderen Formen der Umweltpolitik.

7.1.3. Marktprozesse können Kontrollkosten sparen

Sie sind in vielen Fällen sowohl selbstregelnd wie oft selbstkontrollierend. In ihrem Maximierungsstreben kontrollieren sich Anbieter und Nachfrager gegenseitig und sehen zu, daß kein Leerlauf und keine Vergeudung auftritt. Gerade dieses Argument freilich trifft nur für manche Umweltstrategien zu; es gilt nicht bei Umweltschutzaufgaben. Es gilt allgemein nämlich nur für Güter, nicht für ein „Ungut“ aus der Sicht des Einzelwirtschafters. Da der Empfänger von Auflagen nicht einen Vorteil, sondern eine Belastung erhält, ist er nicht selbst an höchstmöglicher „Lieferung“ interessiert, sondern muß weiterhin und unter Umständen kostenaufwendig kontrolliert werden.