

Der externe Standpunkt

Weg mit den Mengenrabatten,
sie schaden der Umwelt!

Flatrates und Mengenrabatte fördern den gedankenlosen Verbrauch. Gefragt sind Preis- und Kundenbindungsmodelle, die den sparsamen Umgang mit Ressourcen belohnen, **schreibt Ion Karagounis**

Profitieren Sie und füllen Sie Ihr Pelletlager zum günstigen Sommerpreis! 318 Franken pro Tonne ab 3 Tonnen, 311 Franken ab 6 Tonnen.» Wie jedes Jahr kündigte mein Lieferant für Holzpellets kürzlich seine Sommeraktion an. Ich fragte nach, wie viel 1,8 Tonnen kosten - und musste leer schlucken: 398 Franken pro Tonne!

Ich werde bestraft dafür, dass ich mein Haus klimafreundlich isoliert habe und nur noch wenig Brennstoff benötige. Das ist ärgerlich und kein Einzelfall. Ob bei der Energie, bei der Mobilität oder beim Einkaufen: Meist profitiert finanziell, wer grössere Mengen bezieht. Damit fehlen Anreize, sparsam mit den Ressourcen umzugehen.

Natürlich gibt es Gründe dafür, dass kleine Mengen teurer sind. Egal, ob ich 1,8 oder 6 Tonnen Holzpellets beziehe, der Aufwand für den Transport und die Bearbeitung der Bestellung bleibt gleich hoch. Bei anderen Produkten kommt die Verpackung hinzu, die für kleinere Mengen aufwendiger ist. In einem ersten Schritt könnte man all das transparent ausweisen. Bei den Pellets hiesse das: 318 Franken pro Tonne, Transportkosten und Verwaltungsaufwand einmalig 80 Franken.

Warum aber das System nicht gleich ganz drehen? Je mehr Tonnen ich bestelle, desto teurer wird eine Tonne. Damit entstünde ein Anreiz, Energie zu sparen. Ein abwegiger Gedanke? Absolut nicht, bei den Einkommenssteuern kennen wir dieses System seit langem: Wer mehr verdient, bezahlt überproportional mehr Steuern. Progressive Preissysteme entstehen allerdings nicht einfach so im freien Markt, sie setzen eine bestimmte Wertehaltung und einen bewussten Entschluss voraus. Bei den Steuern will man tiefere Einkommen entlasten - beim Energieverbrauch ginge es darum, diesen zugunsten des Klimas zu verringern.

Aus Umweltsicht besonders bedenklich sind sogenannte Flatrates. Wir kennen sie

vor allem in der Telekommunikation oder im Tourismus, aber es gibt sie auch bei der Mobilität. Motorfahrzeugsteuern, Versicherungsprämien und Autobahnvignette werden pauschal verrechnet, unabhängig davon, wie viel jemand fährt und wie stark er damit Infrastrukturen und Umwelt beansprucht. Es geht anders, wie die leistungsabhängige Schwerverkehrsabgabe zeigt. Sie wird für Lastwagen über 3,5 Tonnen Gewicht erhoben und steigt proportional zum Gewicht, zu den Emissionen und zu den gefahrenen Kilometern. Nach ihrer Einführung reduzierte sich die Anzahl der Leerfahrten markant, der Strassentransport wurde effizienter und umweltfreundlicher.

Ein weiteres prominentes Beispiel für eine Flatrate ist das Generalabonnement, das All-you-can-eat-Angebot des öffentlichen Verkehrs. Es widerspricht der Grundidee des Versacherprinzips im Umweltschutz: Wer mehr Ressourcen beansprucht, soll mehr bezahlen. Ich profitiere zwar selber von

einem GA, trotzdem wäre ich nicht gegen seine Abschaffung.

Flatrates sind nicht nur wegen des Preises attraktiv, sondern weil sie bequem sind und ein Lebensgefühl vermitteln. Was macht mich vom simplen Käufer eines Billetts zum stolzen Besitzer eines GA? Einsteigen, ohne ans Billett denken zu müssen! Dank Digitalisierung wird das bald anders möglich sein. Das Angebot «Easy Ride» der SBB ist erst der Beginn und womöglich nur eine Übergangstechnologie; mit digitalem Tracing werden wir nicht nur von Viren befallene Personen aufspüren, sondern auch Fahrwege nachverfolgen und verrechnen können. Treueprämien sind ebenfalls möglich: Pro tausend gefahrene Kilometer gibt es einen Gutschein für den Speisewagen oder einen ermässigten Klassenwechsel.

Technisch sind neue Preissysteme problemlos realisierbar - schwieriger ist das Umdenken in unseren Köpfen. Ausgeprägt zeigt sich das bei den Lebensmitteln. Früher haben wir ganze Tiere gejagt, heute jagen wir nach Fleisch zu Rabattpreisen. In der Woche vom 9. Juni gab es bei der Migros zwei Duopack Olma-Bratwürste, knapp eine Woche haltbar, für 5 Franken 90 statt für 11 Franken 80. Leider ist die Chance gross, dass ein solches Duopack noch immer im Kühlschrank liegt und bald als Food-Waste im Abfall landet. Verschiedene Untersuchungen zeigen, dass die Kunden bei Aktionen regelmässig mehr einkaufen, als sie benötigen.

Aktionen bilden einen festen Bestandteil bei der Preisgestaltung von Lebensmitteln und werden oft langfristig geplant. Sie haben nur selten mit einem Überangebot zu tun, das man abbauen will. Deshalb sind hier ebenfalls andere Systeme möglich, beispielsweise eine «Einmal bezahlen - zweimal abholen»-Aktion. Ich kaufe und bezahle ein Duopack Bratwürste und erhalte auf meinem Kundenkonto ein weiteres Pack gutgeschrieben. Dieses hole ich, wenn ich wieder Lust auf Bratwürste habe - schon nächsten Freitag oder erst in einem Monat.

Ion Karagounis



Ion Karagounis, 56, ist beim WWF Schweiz verantwortlich für neue Wirtschaftsmodelle und für Zukunftsfragen. Zudem schreibt Karagounis regelmässig zu Umwelt- und Reisetemen. Er hat Naturwissenschaften studiert und sich in Wirtschaftswissenschaften und Journalismus weitergebildet.