

# Free Riding:

## Mit dem Ekomobil in die Gratismobilität?

### Ein paar kostenlose Gedanken zur Entpreisung der Alltagsmobilität

Dr. Jörg Beckmann, Mobilitätsakademie

#### **„Was nichts kostet ist auch nichts wert!“ – Stimmt das?**

Kaum eine Debatte in der Verkehrspolitik wird hitziger geführt, als jene um die Kosten der Mobilität. Obgleich mit den verkehrswirtschaftlichen Betrachtungen ganzer Forschergenerationen die Schrankwände der Abgeordneten- und Beamtenbüros an den Schauplätzen dieser Debatten in Bern, Brüssel oder anderswo doppelreihig bestückt werden könnten, herrscht nach wie vor grosse Uneinigkeit darüber wer, was oder wieviel wann genau bezahlen soll. Keine andere Frage löst in der Verkehrspolitik dann auch so vehemente Reflexe aus, wie jene nach einer vermeintlich gerechten Verteilung staatlicher Mittel für die unterschiedlichen Verkehrsträger – unter Einbeziehung ihrer internen und externen Kosten. Während sich die Verkehrspolitiker unisono gerne „intermodal“ geben und ein Miteinander von Fuss, Velo, Auto, Bus und Bahn predigen, weckt die Frage nach dem Geld das alte Lagerdenken, sodass sich „Puffer-Küsser“ und „Petrol-Heads“ nur zu gerne öffentlichkeitswirksam und mit schlagkräftigem Zahlenmaterial gegenüber treten.

Bedingungsloser als dieser Verteilungskampf wird in den verkehrspolitischen Foren der Industrienationen wahrscheinlich nur noch eine Debatte geführt – nämlich jene um den sogenannten „Gratis-ÖV“. Obgleich sich in den vergangenen Jahrzehnten so manche Stadt den vermeintlichen Luxus geleistet hat, ihren Bürgerinnen und Bürgern das Fahren mit Bus und Bahn durch eine Entgeltbefreiung schmackhafter zu machen, finden sich in beiden Lagern kaum Sympathisanten für ein derartiges „Free-Riding“. Die eine Seite verweist gerne auf die fragwürdige Symbolik des Nulltarifs getreu der Binsenweisheit „was nichts kostet, ist auch nichts wert“, konstatiert einen wachsenden Vandalismus in den Gratisbahnen, der letztlich zu Mehrkosten führt und bezweifelt ganz grundsätzlich die verkehrsverlagernde Wirkung eines flächendeckenden kostenfreien ÖV. Der anderen Seite, wiederum, ist an einer Verkehrsverlagerung ohnehin eher wenig gelegen, dafür aber nicht egal, dass der Konkurrent seine Leistungen gegenüber dem Endkunden gratis anbieten kann. Konsequenterweise müssten dann auch der Treibstoff und der Parkplatz umsonst sein und der Autobesitz dürfte nicht länger vom Fiskus besteuert werden.

Ungeachtet dieser harschen Reaktionen gibt es aber eben doch Städte wie Tallin, Perth, Templin und noch ein paar Dutzend mehr, die es gewagt haben, flächendeckende oder



linienbezogene entgeltlose Beförderungsdienste anzubieten. Die notwendigen politischen Mehrheiten kommen, wie beispielsweise in Tallin, wo sich 75 Prozent der Bürgerinnen und Bürger für eine „freie Fahrt“ ausgesprochen haben, dann doch recht leicht zusammen – trotz der Expertenbedenken.

Vor diesem Hintergrund stellt sich nun die Frage, ob der Instinkt des Souveräns in Städten wie Tallin nicht allenfalls Anlass zum Nachdenken geben und Lust auf mehr machen könnte. Wäre es vorstellbar, nicht nur umsonst mit dem ÖV unterwegs zu sein, sondern tatsächlich auch mit dem MIV? Liessen sich womöglich städtischer ÖV und MIV zu einem „Gratisgesamtmobilitätssystem“ zusammendenken, bei dem der Endnutzer weder Ticket noch Benzin bezahlt, sondern „*irgendwer anderes*“? Welches wäre die gesellschaftliche Grundlage auf der ein solcher Mobilitätspakt aufbauen würde und wie sähen die Geschäftsmodelle aus über die er sich finanzieren liesse? Um diese Fragen zu beantworten, braucht es einen Ausflug in die neue Welt der „Freeconomics“.

## Die Freeconomics der Mobilität

Wer sich auf die Spurensuche nach der Gratisökonomie begibt, der landet schnell bei Chris Anderson. In „Free – Geschäftsmodelle für die Herausforderungen des Internets“ zeigt Anderson, dass eine kostenlose Nutzung bestimmter Dienste und Produkte einerseits nichts Neues ist und andererseits, dass vermeintlich kostenlose Angebote natürlich von irgendwem auch bezahlt werden – und das eben meistens über Quersubventionen. Erstens können auf klassische Art kostenlose Produkte über bezahlte Produkte subventioniert werden, zweitens können künftige Einnahmen aus der Nutzung des Produktes das ursprüngliche Gratisangebot subventionieren (siehe das kostenlose Handy, welches durch das Abonnement bezahlt wird, oder die klassische Druckerpatrone, die den Drucker bezahlt) und drittens können zahlende Kunden die nicht-zahlenden Kunden subventionieren.

Neben zahllosen Geschäftsmodellen aus der Welt des Internets, die bestimmten Kunden den kostenlosen Konsum einer Ware oder die kostenlose Inanspruchnahme eines Service ermöglichen, finden sich bei Andersson aber auch schon erste Verweise auf kostenfreie Transportleistungen - zum Beispiel bei den sogenannten Budgetairlines. Egal ob bei ryanair, easyjet oder den vielen Nachahmern, in der Regel werden hier die Beförderungskosten nicht voll über den Ticketpreis gedeckt, sondern über Kreditkartengebühren, Gepäckzuschläge, Lebensmittelverkauf, Werbepartnerschaften und variierende Flugtarife quersubventioniert. Mit dem Ergebnis, dass einige nahezu nichts zahlen, andere dafür aber umso mehr.

Gerade diese Tarifpolitik wird jedoch von den Kritikern eines boomenden Flugverkehrs immer wieder als Wurzel des Übels identifiziert – denn sie weckt dort Bedürfnisse, wo vorher keine waren. Wer wird bei einem Dumpingpreis von 19 Euro für einen Flug von Basel nach Barcelona nicht schwach und plant mal rasch ein Shopping-Wochenende mit dem Partner oder lädt gleich die ganze Clique zum Junggesellenabschied auf die Ramblas ein? In den seltensten Fällen bleibt es dann aber bei den 19 Euro pro Person und Flug.

Diese fehlende Preistransparenz der „Fast-Kostenlos-Konzepte“ bestimmter Fluggesellschaften führt den Kunden dann häufig auch in die Irre und nicht selten



werden dann Bahnreisen als grundsätzlich teurer gebrandmarkt. Dass dem allerdings nicht immer so ist, zeigen die Bahn-Flug-Preisvergleiche im grenzüberschreitenden Verkehr des VCD. Vielleicht vor dem Hintergrund der Prädisposition des VCD fürs Pufferküssen nicht ganz überraschend, aber dennoch bemerkenswert, ist, dass bei über 90% der Preisvergleiche in dieser Studie die Bahn das preisgünstigere Verkehrsmittel war.

Diese Art von Preisintransparenz bei bestimmten Transportleistungen oder einzelnen Verkehrsträgern ist ebenfalls keine Neuigkeit, sondern schon ein Klassiker in den Analysen der Mobilitätskosten und des Mobilitätsverhaltens privater Haushalte. Trotz der Autokosten-Vergleiche unterschiedlicher Konsumentenorganisationen, vergleicht Otto Normalverbraucher immer noch gerne den Preis einer Bahnfahrt mit dem Benzinpreis einer Autofahrt – ohne dabei die anderen Fix- und Betriebskosten des Automobils miteinzurechnen. So gesehen wird selbst die Spritztour im 911er zum Billigheimer.

Egal welcher Stein im Verkehrssektor auch umgedreht wird, um nach den Schleichwegen indirekter Geldflüsse oder Quersubventionen zu fahnden – wer hier sucht, wird in der Regel auch fündig. Nur allzu häufig wird das „Verursacherprinzip“, das noch immer als heiliger Gral einer nachhaltigen Verkehrsplanung verehrt wird, auf den Kopf gestellt, sodass direkte und indirekte Kosten je nach Systemgrenzen und politischer Überzeugung irgendwem oder allen angelastet werden. „Kostenwahrheit im Verkehr“ ist so weder auf einer Systemebene noch auf dem Niveau privater Haushalte wirklich gegeben. „Am besten also gleich einfach alles umsonst machen“, wäre hier wahrscheinlich die durchaus nachvollziehbare Trotzreaktion des frustrierten Laien.

„Warum eigentlich nicht?“ lautete dann prompt auch die Antwort so mancher Verkehrsexperten, die bei der Einführung des Gratis-ÖV in Tallin oder anderswo den örtlichen Bahn- und Busunternehmen als Berater zur Seite standen. Doch warum beim ÖV halt machen? Warum nicht auch gleich den MIV entpreisen?

Schon allein die Frage dürfte bei vielen (nicht nur) Kopfschütteln auslösen und als reine Provokation verstanden werden. Wer sich jedoch von den herkömmlichen Werten und Normen einer traditionell-nachhaltigen Verkehrsplanung zu lösen versucht und in dem künftigen Automobil einmal das sieht, was es heute vielerorts schon zu sein verspricht, wird feststellen müssen, dass der klassische Umweltverbund aus Bahn-, Bus-, Rad- und Fussverkehr in Zukunft um ein weiteres Mobilitätswerkzeug reicher werden wird – dem *elektrisch* angetriebenen und *kollaborativ* genutzten Automobil, kurz dem **Ekomobil**.

Mit dem Ekomobil wird der Umweltverbund künftig erst richtig gesellschaftsfähig, kann er doch nun auch noch die erste und letzte Meile genauso bedienen, wie es sich „Soccer-Moms“ und „Obi-Opas“ mit ihren speziellen Transportbedürfnissen erträumen. Weder müssen künftig Ballnetze und frische Mannschaftstrikots samt dem eigenen Sturm-Sprössling in ein Tram, noch die Heimsauna im Selbstbausatz in den Postbus verfrachtet werden, denn vor dem Haus wartet das dekarbonisierte und deprivatisierte Ekomobil – gratis!



## Von „car-free“ zum „free car“: unterwegs im Ekomobil!

Schon heute verliert das Automobil als privater Einfamilienwagen stetig an Überzeugungskraft. Insbesondere bei jüngeren Menschen und in urbanen Milieus schwindet seine Bedeutung als Distinktions- oder Identifikationsmittel. Geld, das man nicht hat, für etwas auszugeben, was täglich 23 Stunden herumsteht, nur um sich von den Peers anzuhören, wie wenig „hipp“ das ist, steigert kaum das Statusbewusstsein. Teilen oder leihen kommt in der neuen urbanen „Sharing-Economy“ wesentlich besser an und schafft zudem Reserven für den privaten Kauf von Dingen, die mehr Sinn und Eindruck machen.

Mit der Ausweitung der Tausch- und Teilzone in den Städten geraten auch die tradierten (Auto-)Mobilitätsleitbilder ins Wanken. Insbesondere die wachsende Zahl von CarSharing-Variationen – vom genossenschaftlichen stationsgebundenen Modell über die Freefloating-Modelle der Automobilhersteller bis hin zum privaten Autoteilen auf diversen Webportals – setzt der klassischen Rennreiselimousine im Privatbesitz zu. War das private Auto also viele Jahrzehnte sowohl Verkehrsmittel als auch symbolisches Interaktionsmittel, dürfte es in den Städten der Zukunft nur noch für eine Minderheit als ausdrucksstarkes rollendes Ebenbild seines Besitzers erhalten. Für die Masse macht das private Auto kaum mehr Sinn – bietet sich ihr doch eine Vielzahl von unterschiedlichen CarSharing-Anbietern, die mit immer neuen Nutzungs-, Beteiligungs- und Geschäftsmodellen um ihre Kunden kämpfen. Vor dem Hintergrund dieser „Share-Value-Propositions“ dürfte bei den Mobilitätsbudgetverhandlungen in der eigenen Familie immer seltener eine Mehrheit zu finden sein, die den Kauf eines Neufahrzeugs befürwortet – schon allein deswegen, weil der stolze Besitzer mit seinem Neuwagen auf den ersten Kilometern bereits einen Wertverlust von mindestens 30 Prozent zu rapportieren hätte. Besser man zahlt fürs Auto immer dann, wenn man es tatsächlich braucht.

Das Resultat des Einzugs des Ko-Konsums in die alte Autowelt ist eine zunehmende kulturelle Entwertung des privaten Personenwagens, die sich in den kommenden Jahrzehnten konsequenterweise fortsetzen wird. Von der kulturellen Entwertung des privaten Automobils bis zur Entpreisung des kollektiven Automobils ist es dann nur noch ein kleiner Schritt. Schon heute denkt so mancher Flottenbetreiber über die „economies of free“ nach, welche er erzielen könnte, würde man dem Endkunden das geteilte oder geliehene Fahrzeug gratis zu Verfügung stellen und die Kosten dieser Dienstleistung über ein Zusatzgeschäft mit einem anderen Partner oder Kunden decken. Für Hertz, Car2Go oder Mobility ein Modell, welches in der Unternehmensentwicklung sicherlich schon so manches Mal durchgerechnet wurde.

Wer selbst bei diesem Werteversprechen immer noch nicht auf das „eigene“ Fahrzeug verzichten möchte, kann sich natürlich nach wie vor auf dem „Billigautomarkt“ bedienen, um seine Mobilitätskosten weiter zu reduzieren. Doch auch hier ist es nur ein kleiner Schritt vom Billig- zum Gratisauto. Der Grund, warum Dacia und andere „Auto-Discounter“ schon heute ihren Kunden die Fahrzeuge so billig anbieten können, haben sie ihrem Minimalismus zu verdanken: Von den hochstandardisierten Komponenten, über ein stark abgespecktes Fahrzeug aus preiswerten Materialien und mit weniger Features bis hin zu einer kostensparenden Produktion und schlanken Organisationsstrukturen. Das ist zwar nicht immer im Interesse von Umwelt und Sicherheit, aber bei einer wachsenden Klientel offenbar zielführend, denn für sie muss



das Auto zuerst einmal günstig sein und nicht unter den Besten auf der Autoumweltliste auftauchen.

Günstig muss allerdings nicht zwingend schlechter sein – und wird es in Zukunft auch nicht mehr sein. Schon in ein paar Jahren dürften rein elektrisch angetriebene Fahrzeuge nicht nur bei den TCOs glänzen, sondern bereits in der Anschaffung so günstig sein, dass bei vielen auch noch die letzten Bedenken gegenüber diesem umweltfreundlichen Antrieb fallen. Dank der Skaleneffekte in der elektromobilen Wertschöpfungskette, von sinkenden Batteriepreisen bis zur weiter wachsenden Standardisierung, werden die Preise für elektrisch angetriebene Fahrzeuge weiter fallen. Hinzukommt, dass das „Dacia-Dogma“ des Weglassens beim Elektroantrieb eigentlich schon ein strukturelles Merkmal ist, kommt ein Elektroauto doch gänzlich ohne verbrennungsmotorische „Essentials“, wie beispielsweise ein Getriebe, aus.

Wenn die Preise von Automobilen, egal ob mit chemischer oder elektrischer Energie angetrieben, immer weiter gesenkt werden können, steigt die Verlockung, über innovative Geschäftsmodelle diese Fahrzeuge letztlich auch gratis an den Mann oder an die Frau zu bringen. Für eine bestimmte Klientel spräche bestimmt nichts dagegen, wenn ihnen ein Mineralölkonzern ein in den Unternehmensfarben gebrandetes Fahrzeug auf (un)bestimmte Zeit überlässt, vorausgesetzt es wird eben nur an der Zapfsäule dieses Unternehmens betankt. Ein Geschäftsmodell, das wir so oder ähnlich schon aus der Mobilfunkbranche kennen.

Auch wenn für diejenigen, die es wünschen, Autofahren in Zukunft immer günstiger werden könnte, bedeutet das natürlich keineswegs, dass Porsche oder Tesla ihre Koffer packen können. Premiummärkte werden durch „Freemium-Geschäftsmodelle“ sicher nicht leiden, sondern weiter gestärkt werden. Nur weil wir heute Armbanduhren als Werbegeschenke erhalten, liebäugeln wir doch nach wie vor mit dem Kauf einer Omega oder Glashütte-Uhr.