

Entwicklungsbedingungen und Umweltpotenziale eigentumslosen Konsums

Rent a Ski

Reparaturen, Miete, Contracting – im Kontext der Dematerialisierungsdebatte werden von solchen produktbegleitenden, produktersetzenden und ergebnisorientierten Dienstleistungen relevante ökologische Entlastungseffekte erwartet. Inwieweit ist dies in der Praxis aber tatsächlich der Fall? Eine aktuelle IÖW-Untersuchung des Beispiels Alpinskimierte gibt Aufschluss.

Traditionell wird die Vermietung von Skiern von Sportgeschäften und Skischulen in den Winterurlaubsgebieten und von Sportgeschäften außerhalb dieser Regionen angeboten. Lange Zeit haftete ihr ein schlechtes Image an: das einer Dienstleistung, die ihre KundInnen überwiegend nur mit Material minderwertiger Qualität versorgt und die deshalb für auch nur einigermaßen anspruchsvolle FahrerInnen nicht in Frage kommt. Seit Ende der 80er/Anfang der 90er Jahre gibt es aber Tendenzen, das Skivermietgeschäft zu einem modernen, hochqualitativen Dienstleistungsangebot weiterzuentwickeln und von der Individualität unabhängiger Sporthäuser abzulösen. Statt unübersichtlicher Heterogenität hinsichtlich Preisgestaltung, Qualität und Service wird als Alternative auf zentrale Franchise-Organisationen gesetzt, die darauf zielen, ein flächendeckend einheitliches und transparentes Mietangebot einzurichten. Einschlägige Akteure sind zum Beispiel die Sportartikeleinkaufsgenossenschaft Intersport mit mehr als 400 Mietstationen in Europa oder das Unternehmen Snowell mit rund 130 Outlets in Österreich, Deutschland und Tschechien.

Im allgemeinen zeichnen sich diese Franchisesysteme dadurch aus, dass die Skier im Rahmen verschiedener Preiskategorien angeboten werden, die sich hinsichtlich Qualität und Aktualität des Materials deutlich unterscheiden. Auch bestehen Festlegungen bezüglich der Zahl der Tage, die ein zur Vermietung angebotener Ski insgesamt maximal im Einsatz gewesen sein darf. Neben diesen direkt auf die Ausgestaltung des Mietangebots bezogenen Merkmalen sind die zentral verwalteten Mietsysteme durch eine Reihe convenience-orientierter Zusatzaspekte charakterisiert:

- So dient die Erfassung der Daten für die Bindungseinstellung auf Kundenkarten der Beschleunigung von Mietvorgängen,

- im Rahmen von Kooperationen mit der örtlichen Gastronomie wird den NutzerInnen das gewünschte Material direkt im Hotel bereitgestellt,

- die Präsentation des Gesamtangebots im Internet ermöglicht Reservierungen vom privaten PC aus und

- vermittelt der Zusammenarbeit mit Tourismusunternehmen kann die Skimierte gemeinsam mit der Winterurlaubsreise gebucht werden.

► Alpinskifahren im Abwind

Es hat allerdings nicht nur mit der Herausbildung einer neuen Angebotsform zu tun, dass die Vermietung von Skiern ein Geschäftsfeld ist, in dem gegenwärtig Wachstumsraten von 15 bis 20 Prozent erzielt werden, sondern auch mit einem allgemeinen Trend. Alpinskifahren verliert seit vielen Jahren kontinuierlich an Attraktivität. Ursachen sind die Konkurrenz alternativer, häufig billigerer Freizeit- und Urlaubsmöglichkeiten und mangelhafte Schneeverhältnisse. Ein Indikator dafür ist die Entwicklung der Zahl der SkifahrerInnen in Deutschland: zählten 1986 noch 16,1 Prozent der Bevölkerung über 14 Jahren zu dieser Gruppe, waren es 1997 nur mehr 11,9 Prozent. In absoluten Zahlen ausgedrückt war 1997 in Deutschland die Gruppe der AlpinskifahrerInnen 7,53 Millionen Personen stark und damit trotz der Bevölkerungszunahme im Zuge der Wiedervereinigung um 360.000 geringer als 1986 (1). Ein weiterer Indikator dafür ist die Entwicklung der Verkaufszahlen von Alpinskiern: konnten davon in der Saison 87/88 global rund 7 Millionen Paar abgesetzt werden, nahm der Weltmarkt 98/99 gerade einmal noch 4,2 Millionen Paar auf (2).

► GelegenheitsfahrerInnen und Produktinnovationen

Zwei Entwicklungen sind dafür verantwortlich, dass die Vermietung von Skiern antizyklisch

zur Branchenkonjunktur eine steigende Tendenz aufweist. Einerseits hat sich parallel zu dem Rückgang der Zahl an AlpinskifahrerInnen die Intensität der Ausübung dieser Sportart bei den verbliebenen Aktiven reduziert – kamen in Deutschland 1986 noch zwei gelegentliche auf einen häufigen FahrerInnen, so waren dies 1997 schon knapp fünf. Andererseits versucht die Skiindustrie, durch eine rasche Folge von Produktinnovationen den Niedergang der Verkaufszahlen aufzuhalten. Mittlerweile sind eine ganze Reihe neuer Brettarten auf dem Markt, die als Ergänzung zum eigentlichen Skifahren gedacht sind. Ein nachgerade schon klassisches Beispiel hierfür ist das sehr kurze, auf extreme Kurvenradien ausgelegte Skimodell „Big Foot“. Den größten Erfolg bei ihrem Bemühen, durch Neuheiten den Alpinskimarkt zu stabilisieren, hatten die Hersteller aber nicht mit speziellen Spaßartikeln, sondern infolge der Einführung einer neuen Brettgeneration in Gestalt des stark taillierten und damit erheblich kurvensichereren Carving-Skis. Dieser hat innerhalb von wenigen Jahren den traditionellen Alpinski weitgehend verdrängt und dabei dessen geringe Variantenvielfalt in Richtung einer hochgradigen Produktdifferenzierung ausgeweitet.

► Motive für die Skimierte

Hinter der Inanspruchnahme von Skimietangeboten stehen als Motive im Wesentlichen eine niedrige Nutzungsfrequenz und die Vielfalt an Produktalternativen. Zu mieten, um die Möglichkeiten der aktuellen Produktdifferenzierung genießen zu können, ist gerade für jüngere und/oder fortgeschrittenere WintersportlerInnen attraktiv. Sie möchten weder auf das eigene Paar Ski verzichten noch sich ausschließlich auf die Nutzung der eigenen, speziellen Ausrüstung beschränken.

Werden in diesem Fall mit der Skimierte emotionale Bedürfnisse nach Abwechslung und neuen Späßerlebnissen befriedigt, ist für gelegentliche FahrerInnen der Rückgriff auf Mietbretter schlicht die kostengünstigere Wahl. Da jedoch in der Regel weder ein exakter Überblick über Miet- und Kaufpreise besteht noch präzise Vorstellungen davon existieren, wieviele Jahre eigene Bretter tatsächlich benutzt werden können, wird das Kostenkalkül häufig mit Hilfsargumenten etwa hinsichtlich des Wegfalls von Transport- und Aufbewahrungsproblemen unterfüttert.

► Ist die Skimiete ökologisch?

Die Skimiete ist ein Beispiel für die ökonomische Tragfähigkeit dienstleistungsorientierter Alternativen zum Kauf von Produkten; ist sie aber auch ein Beispiel für die ökologische Überlegenheit eigentumsloser Konsumformen? Die Beantwortung dieser Frage kann nur im Zuge des ökobilanziellen Vergleichs von Miet- und Eigentumsskiern beantwortet werden (3). Diese Gegenüberstellung zeigt zunächst, dass sich hinsichtlich der Einflussgrößen

- Herstellung,
- Transportmittel und -wege,
- Bereitstellung und Betrieb von Vermiet- und Verkaufseinrichtungen und
- Entsorgung

letztlich keine ökologisch signifikanten Differenzen zwischen beiden Optionen ergeben.

Entschieden anders sieht dies allerdings bezüglich des Vergleichs

- der Nutzungsintensitäten und
 - der Wartungs- und Reparaturhäufigkeiten aus.
- Für erstere gilt, dass Mietbretter um das 1,7-fache öfter eingesetzt werden als Kaufskier. Mietskier sind über ihre gesamte Lebensdauer durchschnittlich 106 Tage im Einsatz, während ein Eigentumsski hier nur auf 62,5 Tage kommt. Dieses Plus an Nutzungsintensität kann dadurch plastisch gemacht werden, dass für eine beliebige Zahl von WintersportlerInnen exemplarisch durchgespielt wird, wie groß deren Bedarf an Alpinskiern im Miet- und im Eigentumsfall wäre. Geht man zum Beispiel von 100.000 SkifahrerInnen aus, die ihren Sport an durchschnittlich 13 Tagen pro Jahr ausüben, werden pro Jahr 20.800 eigene, aber nur 12.300 oder 41 Prozent weniger Mietbretter benötigt.

Dem gegenüber ist die Nutzung von Mietskiern mit einer um 25 Prozent erhöhten Menge an Wartungs- und Reparatereinheiten pro Brett verbunden, was sich insbesondere in einem entsprechenden Mehrverbrauch an Energie für den Betrieb der Servicemaschinen niederschlägt. Dieser negative ökologische Effekt relativiert sich aber angesichts der Tatsache, dass MieterInnen weniger Skier benötigen als KäuferInnen, so dass im Mietfall absolut weniger Wartungen als im Eigentumsfall durchgeführt werden. Um im Rahmen des obigen Beispiels zu bleiben – 20.800 Kaufskier führen zu 158.900 Wartungs- und Reparaturakten, 12.300 Mietbrettern aber nur 117.700.

Alles in allem lässt sich damit aus dem ökologischen Vergleich von Miet- und Eigentumsskiern

das Fazit ziehen, dass der Rückgriff auf gemietetes Material aus Umweltschutzgründen der Benutzung eigener Bretter vorzuziehen ist.

► Schlussfolgerungen

Die derzeitige expansive Entwicklung im Bereich der Skivermietung ist vor allem dem Zusammenreffen einer neuen Angebotskonzeption in Form flächendeckender Franchisesysteme mit einer wachsenden Zahl gelegentlicher FahrerInnen und der fortschreitenden Ausdifferenzierung des Produktspektrums zuzuschreiben. Dies lässt sich zum einen in der Richtung interpretieren, dass unter bestimmten Umständen eine hohe Innovationsfrequenz geradezu eine Voraussetzung für die Etablierung eines neuen Produktnutzungskonzeptes ist. Zum anderen lässt sich folgern, dass die Durchsetzung neuer Nutzungsstrategien nicht vordringlich, sondern nur von Fall zu Fall unter Berücksichtigung des tatsächlichen Verhaltens von Anbietern und NutzerInnen beantwortet werden. Im Beispiel Ski fällt die Antwort positiv aus.

Anmerkungen

(1) Vgl. Institut für Demoskopie Allensbach: AWA '97. Allensbacher Marktanalyse Werbeträgeranalyse, Norderstedt 1997; Südwestdeutsche Verlagsanstalt: Skifahren 2000, Mannheim 1993.

(2) Vgl. SAZ Sport, Nr. 2/1999, S. 29.

(3) Die folgenden Einschätzungen und Daten beruhen insbesondere auf der Befragung von 61 Skivermietern in Deutschland, Italien, Österreich und der Schweiz und 187 Interviews mit AlpinskifahrerInnen im Rahmen einer repräsentativen Verbraucherumfrage. Diese Erhebungen wurden im Rahmen des IÖW-Projekts „Neue Nutzungskonzepte für Produkte“ durchgeführt. Das Projekt erforscht allgemein und an vertiefenden Beispielen die Entstehungs- und Diffusionsbedingungen und die ökologischen Auswirkungen solcher Services. Ein weiteres Anwendungsfeld neben Wintersport ist der Bereich Waschen. Für weitere Informationen siehe <http://www.ioew.de/nutzungskonzepte>

Der Autor

Dr. Wilfried Konrad ist wissenschaftlicher Mitarbeiter des IÖW im Forschungsfeld Ökologische Produktpolitik.
Kontakt: IÖW-Regionalbüro Baden-Württemberg, Bergstr. 7, 69120 Heidelberg, Tel. 06221/ 64916-5, Fax 06221/ 27060,
 E-mail: wilfried.konrad@heidelberg.ioew.de

Politische Ökologie



Jetzt wieder erhältlich!

Zeit-Fraß

Zur Ökologie der Zeit in Landwirtschaft und Ernährung

Ob Gentomate oder Turbokühe: Lebensmittelerzeugung und -konsum geraten immer stärker in den Beschleunigungssog der modernen Industriegesellschaft. Welche sinnlichen und ökologischen Qualitätsverluste gehen mit dieser Manipulation von Lebensprozessen einher? Gibt es ein rechtes Zeitmaß in Landwirtschaft und Ernährung?

M. Schneider: Folgen des Erfolges • **K.A. Geißler:** Ökologie der Zeit • **G. Altner:** Von Lebewesen und Lebensmitteln • **B.Adam:** Auf dem Weg zur Laborzeit • **R. Kollek:** Evolution, Züchtung und Gentechnik • **M. Held:** Nachhaltigkeit und die Ökologie der Zeit • **T. Kluge/E. Schramm:** Nachhaltiger Umgang mit dem Lebensmittel Wasser • **H. Spieß:** Die rechten Zeitmaße der Pflanzen • **Chr. von Weizsäcker:** Züchtung im Wettlauf • **G. Postler:** Vom Hirten zum Gentechniker • **H. Inhtveen:** Bäuerliche Lebensformen • **A. Meier-Ploeger:** Zeit und Lebensmittelverarbeitung • **S. Böge/U. von Winterfeld:** Kon-

Ausführliche Inhaltsangaben aller Ausgaben finden Sie auch auf unserer Internetseite:

www.oekom.de

zu • pan adress
 beziehen • Semmelweisstr. 8
 bei • 82152 Planegg
 • Fon 089/85709-145
 • Fax 089/85709-131

(c) 2010 Authors; licensee IÖW and oekom verlag. This is an article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial No Derivates License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.