

Basler Zeitung

Montag, 13. Mai 2013 | Fr. 3.–
(inkl. MWSt)

Nummer 117 | 171. Jahrgang

Basler Zeitung | Aeschenplatz 7 | Postfach 459 | 4010 Basel

Tel. 061 639 11 11 | Fax 061 631 15 82 | E-Mail redaktion@baz.ch

Abonnements- und Zustelldienst: Hochbergerstrasse 15, Postfach, 4002 Basel,

Tel. 061 639 13 13 | E-Mail abo@baz.ch

Elsass/Deutschland € 2.80

Meinungen/Profile/Impressum 8–9 Region 11–17 Notfälle 18 Bestattungen 18 Wetter 20 Kultur 21–30 Fernsehen/Radio 28–29 Kino 32 Wirtschaft 31–33 Sport 34–40

International

Zurück an der Macht. Nawaz Sharif hat die Wahl in Pakistan gewonnen. Es ist ein Déjà-vu. **Seite 6**

Was macht die Türkei? Ein Anschlag an der Grenze zu Syrien provoziert die Regierung Erdogan. **Seite 7**

Basel

Prävention. Die Polizei Basel-Stadt bietet kostenlose Beratung für den Schutz vor Einbrechern. **Seite 11**

Bekämpfung. Der Einsatz gegen den Laubholzbockkäfer kostet dieses Jahr 275 000 Franken. **Seite 14**

Überstanden. Der Heckenstreit in Aesch, der 2012 die Gemeinde überschattet hat, ist überstanden. **Seite 15**

Kultur

Dichter. Die Solothurner Literaturtage denken über die Zukunft nach – und versäumen die Gegenwart. **Seite 21**

Rocker. Jethro-Tull-Frontmann Ian Anderson setzt im Musical-Theater den Erfolg aus alten Tagen fort. **Seite 22**

Wirtschaft

Autos bleiben, trotz weniger Parkplätze

Studie zeigt: Parkplatzreduktion bewegt Basler Autofahrer nicht zum Umsteigen auf den ÖV

Von Aaron Agnolazza

Basel. Bis im Jahr 2020 soll jedes zehnte Auto von Basels Strassen verschwinden. Das hat das Stimmvolk mit der Annahme der Städte-Initiative 2010 beschlossen. Damit dieses Ziel erreicht werden kann, setzen die basel-städtischen Behörden unter anderem auf die Parkraumbewirtschaftung und die Begrenzung der Parkplatzzahlen.

«Das zeigt aber nicht die erhoffte Wirkung», sagt Verhaltensökonom Gerhard Fehr. Der Zürcher, der ein auf Verhaltensökonomie spezialisiertes Be-

ratungsunternehmen führt, hat erstmals diese verkehrslenkenden Massnahmen in Bezug auf den Einkaufsverkehr erforscht. Dabei kommt er zum Schluss: Eine Angebotsverknappung führe nicht zwangsläufig zu einem Rückgang der Nachfrage. «Auch wenn es wirtschaftlich Sinn macht, sein Verhalten zu ändern, führt die reine Existenz eines eigenen Autos dazu, dass dieses auch gefahren wird», sagt er. In diese Entscheidung fliesse die Tatsache mit ein, dass die Autofahrer eine grosse Summe Geld in das Fahrzeug investiert hätten. «Die Annehmlichkeit beim Einkaufen ist ein

weiterer entscheidender Faktor, der die Kunden den ÖV nicht als vergleichbare Alternative wahrnehmen lässt.»

Bund hinterfragt Gebühr

Fehrs Studie ist in ein Projekt des Bundes zu den verkehrslenkenden Massnahmen mit eingeflossen. Anfang April verschickten das Bundesamt für Umwelt (Bafu) und das Bundesamt für Raumentwicklung (ARE) basierend auf dem Resultat Empfehlungen an die Kantone. Darin äusserten sich die Ämter kritisch zu den von den Umweltorganisationen geforderten zahlungspflichtigen

Parkplätzen in Einkaufszentren. «Wollen die Kantone verkehrslenkende Massnahmen gestützt auf das Umweltrecht erlassen, müssen sie künftig im Einzelfall prüfen, ob die Massnahmen verhältnismässig sind», heisst es.

Fehr äussert sich in seiner Studie zur Parkraumbewirtschaftung noch deutlicher. Verlange ein Einkaufszentrum plötzlich eine Parkplatzgebühr, seien die Folgen absehbar. «Die wahrscheinliche Reaktion wird hier sein, dass auf andere Standorte ausgewichen wird – dieses Verhalten könnte gar zu mehr Verkehr führen.» **Seite 12**



Die SBB und das EU-Bahnpaket

Europa will den Personenverkehr auf der Schiene liberalisieren

Bern. BLS-Chef Bernard Guillelmon kritisiert in einem Interview mit der «Sonntagszeitung» die Vormacht der SBB und fordert eine unabhängige Stelle für die Trassenvergabe im Bahnnetz. Damit widerspricht er der Expertenkommission des Bundes, welche die Vergabe beim Bund ansiedeln will. Diese Experten-

ten, mittlerweile vierten sogenannten Bahnpakets der EU auf die Schweiz zu befassen. Die EU drängt nach der Liberalisierung im Güterverkehr auch auf eine solche im Personenverkehr. Sie will zudem eine Aufspaltung zwischen den Betreibern der Infrastruktur und jenen des Bahnverkehrs. Die Expertenkommission

«ÖV wird nicht als Alternative wahrgenommen»

Verhaltensökonom Gerhard Fehr räumt im BaZ-Interview mit gängigen Konzepten zur Verkehrsberuhigung auf

Von Aaron Agnolazza

Basel. Basler Verkehrspolitiker aller politischen Couleure preisen gebetsmühlenartig verkehrslenkende Massnahmen wie Parkraumbewirtschaftung, Verknappung von Parkplätzen und Ausbau des Angebots des öffentlichen Verkehrs als Allerheilmittel zur Verkehrsberuhigung an. Erstmals hat das auf Verhaltensökonomie spezialisierte Beratungsunternehmen FehrAdvice & Partners in einer Studie diese Massnahmen anhand des Einkaufsverkehrs empirisch untersucht und dabei erstaunliche Ergebnisse zutage gefördert, die mit den bisherigen Konzepten zur Verkehrsberuhigung aufräumen.

BaZ: Herr Fehr, in Ihrer Studie zu den verkehrslenkenden Massnahmen kommen Sie zum Schluss, dass weniger Parkplätze nicht zu weniger Verkehr führen. Weshalb ist das so?

Gerhard Fehr: Zuerst einmal muss betont werden, dass wir im Rahmen unserer Studie verkehrslenkende Massnahmen beim Einkaufsverkehr untersucht haben. Hier kommen wir aufgrund der Berücksichtigung des tatsächlichen menschlichen Verhaltens zum Schluss, dass die derzeit gängigen verkehrslenkenden Massnahmen, nämlich die Parkplatzbewirtschaftungspflicht oder die Beschränkung der Parkplatzzahl, nicht die erhoffte Wirkung zeigen. Die Gründe dafür liegen im begrenzt rationalen Verhalten des Menschen. Auch wenn es unter Umständen wirtschaftlich Sinn machen würde, sein Verhalten zu ändern, führt zum Beispiel die reine Existenz eines eigenen Autos dazu, dass dieses auch gefahren wird. Aus Sicht der Behavioral Economics kann dieses Verhalten mit verschiedenen kognitiven Verzerrungen wie dem «status-quo-bias», der «Verfügbarkeitsheuristik» und der «Sunk-Cost-Fallacy» erklärt werden.

Was bedeutet «Sunk-Cost-Fallacy» konkret und wie äussert sich dieser Einfluss im Verhalten der Autofahrer?



«Gratisangebote haben eine Anziehungskraft.» Gerhard Fehr erforschte, warum Autofahrer beim Einkaufen nicht auf den öffentlichen Verkehr wechseln.

Die «Sunk-Cost-Fallacy» beispielsweise besagt, dass viele Menschen bereits entstandene und deshalb irreversible Kosten bei der Wahl des Verkehrsmittels berücksichtigen – obwohl dadurch allenfalls eine unter rein monetären Gesichtspunkten optimale Lösung verhindert wird. So nutzen viele Autofahrer das Auto, weil sie in der Vergangenheit einmal viel Geld dafür ausgegeben haben und diese «sunk costs» in die Entscheidungsfindung bei der Verkehrsmittelwahl mit einfließen lassen.

Wenn der Mensch eben nicht derart rational reagiert, dass bei einer Verknappung des Angebots die Nachfrage zurückgeht, was könnten die Gründe dafür sein, dass der ÖV nicht als ver-

gleichbare Alternative wahrgenommen wird?

Evidenzbasierte Arbeiten der letzten Jahre zeigen eindrücklich, dass bereits gemachte Entscheidungen, wie beispielsweise der Kauf eines Autos, massgeblich über das zukünftige Nutzungsverhalten Aufschluss geben. Darüber hinaus ist insbesondere beim Einkaufen die Annehmlichkeit, die «convenience», ein entscheidender Faktor, der die Kunden den ÖV nicht als vergleichbare Alternative wahrnehmen lässt.

Wie weit kann eine Parkplatzbewirtschaftung den Umstieg auf den ÖV begünstigen?

Hier muss unbedingt differenziert werden, ob die betreffende Einrich-

tung Monopolcharakter besitzt oder ob Ausweichmöglichkeiten bestehen. Wird aber eine Parkplatzbewirtschaftung bei Einrichtungen eingeführt, die keinen Monopolcharakter besitzen, beispielsweise Einkaufszentren, sind vernachlässigbare Umsteigeeffekte zu erwarten. Die weitaus wahrscheinlichere Reaktion wird hier sein, dass auf andere Standorte ausgewichen wird – dieses Verhalten könnte möglicherweise gar zu mehr Verkehr führen.

«Viele nutzen das Auto, weil sie dafür viel Geld ausgegeben haben.»

Drehen wir die Situation um: Ein grösseres ÖV-Angebot führt bekanntlich dazu, dass mehr Menschen auf den ÖV umsteigen und die Nachfrage folglich steigt.

Mehr Angebot von öffentlichen Verkehrsmitteln kann, muss aber nicht zwangsläufig zu einem Umsteigeeffekt führen; dies gilt insbesondere für den Einkaufsverkehr. Gründe dafür sind: Mehr ÖV-Angebote schränken die Autofahrer in ihrer Nutzung nicht ein. Es ist wahrscheinlich, dass das grössere Angebot nicht wahrgenommen wird. Falls es wahrgenommen wird, muss der Autofahrer zudem von seinem liebgewonnenen Verhalten Abschied nehmen.

Verluste werden gemäss Ihrer Studie also stärker wahrgenommen als Gewinne. Nehmen wir an, der ÖV wäre gratis wie in der estnischen Hauptstadt Tallinn, wäre der «Gewinn» hoch genug, um auf den ÖV umzusteigen?

Gratisangebote haben in der Tat eine grosse Anziehungskraft und können zu erheblichen Verhaltensänderungen führen. Aufgrund der Ergebnisse unserer Studie bin ich jedoch zurückhaltend, ob diese Massnahme mehr als nur einen geringfügigen Einfluss auf die Wahl des Verkehrsmittels beim Einkaufen haben würde. Per-

sönlich bin ich der Meinung, dass Gratiiseffekte im ÖV sehr wohl Auswirkungen auf das allgemeine Mobilitätsverhalten zeigen würden.

Wenn die «konventionellen» Rezepte offensichtlich nicht greifen, welche Massnahmen müssen ergriffen werden, um wichtige Verkehrsfragen lösen zu können?

Im Sinne einer effektiven Verkehrspolitik ist eine Konzentration auf diejenigen Bereiche des motorisierten Individualverkehrs anzuraten, wo Verhaltensänderungen der Menschen auch eine Hebelwirkung für die Gesellschaft erzeugen. Wenn wir berücksichtigen, dass 13 Prozent der zurückgelegten Kilometer im Pendler- und Freizeitverkehr stattfinden, ist es naheliegend, wo Hebelwirkungen zu erreichen sind. Mit der Berücksichtigung des empirischen Wissens über das tatsächliche Verhalten von Menschen können effiziente Instrumentarien entwickelt werden. Hier ist ein erster Schritt gemacht worden, indem das Bundesamt für Umwelt in einem Rundschreiben an die Kantone die Erkenntnisse der Verhaltensökonomie erstmals berücksichtigt hat.

Bund verschickte Empfehlung an Kantone

Bei der Studie «Verkehrslenkende Massnahmen beim Einkaufsverkehr» handelt es sich um eine Arbeit des Beratungsunternehmens FehrAdvice & Partners. Diese Arbeit floss in ein Projekt des Bundes zu verkehrslenkenden Massnahmen mit ein. Über das Resultat informierte das Bundesamt für Umwelt (Bafu) die Kantone Anfang April. In dem Schreiben wurde erwähnt, wie die aus Sicht des Bundes notwendigen verkehrslenkenden Massnahmen eingesetzt werden sollen.

www.bafu.admin.ch

«Es geht um mehr als nur um Schönheit»