

Städtisches Leben – Urbane Lebensstile

Globalisierungsstudie von VEOLIA mit Ausblendungen

Begriffe beherrschen unser Denken und unsere Empfindungen stärker als uns das bewusst ist. Bereits der Begriff „Global Player“ unterstellt etwas Spielerisches und Weltmännisches zugleich: Gespielt wird am großen Tisch des Weltgeschehens, es wird gepokert, gezockt, geblufft, es wird gewonnen, es wird verloren. So der sprachliche Pathos. In Wirklichkeit verlieren die Global Player und ihre Stellvertreter nie. Auf der Strecke bleiben nicht die Konzerne, auf der Strecke bleiben immer mehr Menschen, Menschen, die am „Casino“-Kapitalismus nicht teilnehmen.

Besonders dramatisch wird die Lage dann, wenn Konzerne antreten, um den Bereich der öffentlichen Daseinsvorsorge zu vermarkten: Ob Gesundheit, Bildung, Energie oder das elementarste Gut, die Wasserversorgung der Menschen. Gegen diese profitorientierte Vermarktung der Wasserversorgung regt sich zunehmend Widerstand: Zurecht, denn mit einem Gut wie Wasser „spielt“ man nicht, denn hier geht es um die Versorgung. Versorgung, das bedeutet, sich zu sorgen, nicht um Profite, nicht darum, ob das Renditeziel erreicht worden ist, nicht darum, ob die Rendite gesteigert werden kann, sondern darum, dass die Wasserversorgung in einer guten Qualität für alle Menschen und unsere Umwelt gesichert werden kann. Betriebs- wie volkswirtschaftlich betrachtet, unterscheidet sich die Versorgung der öffentlichen Daseinsvorsorge von der Vermarktung eines Wirtschaftsprodukts vor allem in einem wesentlichen Punkt: Ob das Prinzip der Gemeinwohlorientierung oder das der Profitmaximierung zur Anwendung gebracht wird.

Einer der großen privaten „Dienstleister“ im internationalen Wassergeschäft ist der französische Konzern VEOLIA. Zur Imagepflege eines Konzerns gehört nicht nur, die Oberfläche auf Hochglanz zu polieren, sondern sich als verantwortungsvollen „Dienstleister“ zu präsentieren, der die Sorgen und Wünsche seiner Kunden ernst nimmt – was immer das auch bedeuten mag. VEOLIA

hat eine Studie in Auftrag gegeben, um das Lebensgefühl der Menschen in 14 Weltstädten in Erfahrung zu bringen. Dabei sind Mega-Cities wie Shanghai, Peking und Tokio, in denen mehr als 10 Millionen Menschen leben, aber auch kleinere Städte wie Prag und Lyon untersucht worden.

Als die Studie in Berlin am 2. April vorgestellt wurde, stand bei der Präsentation am Pariser Platz das Lebensgefühl der befragten Berliner im Vordergrund: Hier war die Mehrheit der Befragten zufrieden, auch mit dem Preis-Leistungsverhältnis der Stadt, viele hatten jedoch große Zukunftsängste über die steigenden Lebenshaltungskosten.

Kennzahlen

	Anzahl der Einwohner ⁽¹⁾	Einwohnerdichte pro km ² ⁽²⁾	Lebenserwartung ⁽³⁾	BSP (in USD) ⁽⁴⁾	Jährlicher Stromverbrauch* (in kWh/ Einwohner)	Jährlicher CO ₂ -Ausstoß (in Tonnen/ Einwohner) ⁽⁵⁾	Durchschnittlicher Preis einer Busfahrkarte ⁽⁶⁾ (eine Strecke in einer Zone, in USD)	Durchschnittlicher Preis einer Kinoeintrittskarte ⁽⁷⁾ (Normalpreis, in USD)	Durchschnittlicher Preis eines BigMac-Sandwich bei McDonald's ⁽⁸⁾ (in USD)	Durchschnittlicher Preis eines iPod 80 GB ⁽⁹⁾ (in USD)
Alexandria	3 918 000	K. A.	72	4 200	1 050	2,2	1,29	4,32	1,68	387
Berlin	3 400 000	3 812	79	31 900	6 620	9,8	3,45	10,79	3,99	358
Chicago	2 875 000	4 816	78	43 800	12 670	20,4	2,04	11,94	3,41	270
London	7 685 000	4 700	79	31 800	5 740	9,8	4,14	18,70	4,01	329
Los Angeles	3 850 000	3 041	78	43 800	12 670	20,4	0,92	10,07	3,41	273
Lyon	470 000	9 743	81	31 200	7 086	6,2	2,16	13,66	4,02	373
Mexiko-Stadt	8 610 000	3 584	73	10 700	1 690	4,2	1,58	6,47	2,69	316
New York	8 145 000	10 292	78	43 800	12 670	20,4	2,04	11,22	3,29	265
Paris	2 145 000	20 433	81	31 200	7 086	6,2	2,16	14,38	4,09	373
Peking	18 000 000	888	73	7 800	1 660	3,8	0,19	12,66	1,45	339
Prag	1 185 000	2 387	76	22 000	5 840	12,5	1,18	8,34	2,51	400
Shanghai	18 670 000	2 804	73	7 800	1 660	3,8	0,23	8,63	1,31	384
Sydney	4 300 000	345	79	33 300	10 760	16,3	2,45	20,14	2,95	396
Tokio	12 369 000	5 655	82	33 100	7 650	9,8	1,77	15,82	2,29	252

Quelle: Veolia-Studie Städtisches Leben, 2008

Schnee von gestern? Es liegt in der Natur solcher Befragungen, dass

Sie in ihrer Aktualität gegen die Zeit laufen. Die Entwicklungen auf den Finanz- und Rohstoffmärkten wie die Inflationsrate wird die vorhandene Sorge um die steigenden Kosten noch massiv verstärken. Allein im Januar sind die Kosten für Lebensmittel nach Angaben des Statistischen Bundesamtes um 7,7 Prozent gestiegen.

Zurück zur Studie: Um sich von Hochglanz-Broschüren und Multimedia-Präsentationen nicht blenden zu lassen, sollte stets die Frage im Vordergrund stehen, welche Faktoren unter den Tisch fallen und nicht untersucht wurden. Im Fall der VEOLIA-Studie war offensichtlich, dass vor allen eine „Kennzahl“ fehlte: Die Darstellung der Wasserpreise. Und so bleibt eine wichtige Frage, ob Berlin nicht nur im bundesdeutschen, sondern möglicherweise auch im internationalen Städtevergleich die höchsten Wasserpreise zahlt, unbeantwortet im Raum stehen. Das mag dem Image von VEOLIA dienen, doch den Kunden dient es nicht!

Thomas Rudek
Berlin, d. 03.04.08