

Holt uns vom Himmel

Fliegen für ein Taschengeld – keine Firma hat das Lebensgefühl unserer Generation so geprägt wie Easy Jet. Doch mit der Klimaaktivistin Greta Thunberg kommt uns nun die Moral in die Quere. Können wir noch zurück?, fragen Anna Miller, 31, und Nicole Krättli, 31

Es sind 21-mal, zählt Mark auf. 21-mal hat Mark 2019 bereits ein Flugzeug bestiegen. Noch nicht mal einen Monat ist dieses Jahr alt, und fast täglich war er über den Wolken. Da steht dieser Mittdreissiger in der Bar «Number 90» in East London, nimmt einen Schluck Bier und lacht sein Gewinnerlachen. Heute kurz eingeflogen, Freunde besuchen. Wenn man ihn fragt, was das mit ihm macht, Fliegen, immerzu und überall hin, und die Proteste, in ganz Europa, die Kinder, die auf die Strasse gehen, Greta Thunberg und die Treibhausgase, zuckt er nur mit den Schultern und schaut ein bisschen irritiert, um dann zu sagen: «Die Menschen sind schon immer gewandert. Überleg mal, was wäre, wenn wir zurück würden, wir sässen nur noch auf unserem Sofa rum und würden fernsehen.» Wer wolle denn schon so ein Leben? «Es ist ja nicht mein Job, die Umwelt zu retten», sagt er dann. «Ich mache die Lichttechnik für Popkonzerte, und andere überlegen sich Lösungen gegen die Sintflut.»

Zwei Monate ist es her, seit Greta Thunberg am Klimagipfel in Polen die Weltbühne betrat. Ein 16-jähriges Mädchen aus Schweden, das uns die Leviten liest und vom Magazin «Time» mittlerweile in die Liste der einflussreichsten Teenager der Welt aufgenommen wurde. Drei Wochen, seit der Klimawandel Zehntausende Menschen auf die Strassen treibt. Auch in der Schweiz, in Bern, in Biel, in Zürich. Am internationalen Klimastreiktag am 15. März wollen die Organisatoren in der Schweiz 100 000 Menschen mobilisieren. Es wären die grössten Proteste seit dem Frauenstreik 1991. Jetzt sei es fünf vor zwölf, sagt Greta, die Lösung sei ganz einfach, nichts Kompliziertes: aufhören, sofort, mit allem, was dieser Welt schadet.

Zum Beispiel mit Fliegen. Weltweit ist der Flugverkehr für 2,5 Prozent der Treibhausgase verantwortlich, er hat gemäss Angaben der Europäischen Umweltagentur seit 1990 um 93 Prozent zugenommen. Individuell betrachtet gibt es keine andere menschliche Aktivität, die in so einer kurzen Zeit so viele Emissionen verursacht wie das Fliegen. 9000 Kilometer legen die Schweizerinnen und Schweizer pro Jahr gemäss Bundesamt für

Statistik durchschnittlich mit dem Flugzeug zurück. Zehn Jahre zuvor waren es 3400 Kilometer. Dabei haben 90 Prozent dieser Flüge private Gründe. Bis 2030 soll sich die Zahl der Flugpassagiere in den Schweizer Flughäfen auf 80 Millionen verdoppeln.

Doch einfach aufhören geht nicht, zumindest nicht für uns. Wir sind die Generation Easy Jet. Viel zu sehr ist das Fliegen Teil unseres Lebens, unserer Identität geworden. Wir sind nicht mehr 14 Jahre alt und bleiben mit Transparenten in den Händen dem Schulunterricht fern. Wir sind 30 Jahre alt und gehören zu einer Generation, die mit einem unendlichen Gefühl der Freiheit aufgewachsen ist, die Kriege nur aus Nachrichten und ein Europa ohne Grenzen kennt.

Vor nicht allzu langer Zeit kostete ein Flugticket noch viel Geld, Reisen mit dem Flugzeug war ein knappes Gut, eines für die betuchte Elite oder eines, für das man monatelang sparte. Man flog kaum, und wenn, dann waren es lange Reisen, an denen grosse Bedeutung hing. Ein Trip nach Amerika, das war noch eine exotische Geschichte, wenn man das auf sich nahm, dann blieb man auch ein halbes Jahr von zu Hause weg.

Plötzlich ist alles nah

Wir waren 20, als das iPhone herauskam, haben unsere Jugend auf Facebook präsentiert, und im Gegenzug hat uns Facebook beigebracht: Die Welt ist ein Dorf, sie ist bloss einen Klick entfernt. Freunde und Familie, egal wo auf der Welt verstreut, sind so nah wie nie zuvor. Wir sind zusammengerückt, virtuell, und plötzlich war da auch die Idee im Raum: Lass uns auch räumlich zusammerrücken, ab und zu, immer wieder, einfach mal kurz, nach Lust und Laune und sofern es die Zeit und das Geld zulassen.

Individuell betrachtet, gibt es keine andere menschliche Aktivität, die in so einer kurzen Zeit so viele Emissionen verursacht wie Fliegen.

Noch bevor wir uns an eine Welt ohne Grenzen gewöhnt hatten, heckte der Grieche Stelios Haji-Ioannou ein Businessmodell der Zukunft aus und gründete 1995 mit 40 Millionen Pfund Risikokapital seiner wohlhabenden Familie eine Firma mit Sitz in Grossbritannien. Am 10. November des Gründungsjahres hob die erste Maschine von Easy Jet in Luton ab, um 1 Stunde und 25 Minuten später in Glasgow ihren Jungfernflug zu beenden. Haji-Ioannous Ziel war klar: Fliegen soll so wenig kosten wie der Kauf von einem Paar Jeans: 29 Pfund pro Route. Man startete mit 36 Boeings, dann ging alles schnell, 1997 startete die erste Easy-Jet-Maschine von Genf aus nach London, 2000 ging es an die Börse. Basel kam als zweiter Schweizer Flughafen, Zürich als dritter hinzu. 19 Jahre später ist die Schweiz mit 157 europäischen Zielen verbunden.

Easy Jet hat die europäische Flugbranche revolutioniert. Es hat aus Bahnstrecken Flugrouten gemacht und den Zeithorizont so stark verkürzt, dass uns eine TGV-Fahrt nach Paris vorkommt, als würde sie nie mehr enden wollen. Als das Unternehmen uns da hatte, wo es uns haben wollte, verlieh es uns einen Namen, ein Gemeinschaftsgefühl: «Generation Easy Jet». Die europaweite Werbekampagne, die im Jahr 2013 mit einem Gesamtbudget von fünf Millionen Pfund lanciert wurde, zeigte Menschen, die eines gemeinsam hatten: Für sie war es völlig normal, mit dem Flugzeug quer durch Europa zu reisen. Easy Jet wurde zu einem Lebensgefühl. Der Traveller ist die Ikone des Internets. Instagram, die grösste Bilderplattform der Welt, wird täglich von Tausenden neuen Ferienbildern, Traumstränden, Selfies vor Bergkulissen geflutet. Hashtag #beachlife, gestern noch Ibiza, morgen schon Hawaii. Und unsere Freunde, in Amsterdam, in Berlin, in Brüssel, liken, was wir tun, und wenn sie ein Wochenende frei haben, dann fliegen sie uns nach.

«The more places, more choices, more often generation» lautet der Slogan der Marke Easy Jet: mehr Orte, mehr Auswahl, immer öfter, das Lebensgefühl einer Generation. Und so kommt es gar nicht mehr darauf an, ob wir nun mit Easy Jet fliegen, mit Swiss oder mit Air Canada. Wir fliegen öfter, kürzer, billiger. Zu billig. Wir besteigen Flieger wie unsere Eltern den Bus.

Die britische Billig-airline Easy Jet ist mittlerweile die viertgrösste Fluggesellschaft Europas.

London Luton, an diesem Mittwoch, Hauptsitz von Easy Jet, heute die viertgrösste Fluggesellschaft Europas. Das Unternehmen hat sich in Europa ein Imperium aufgebaut: 158 Flughäfen zählt die Firma, eine Präsenz in 34 Ländern, Easy Jet bedient 1015 Strecken, hat im Jahr 2018 über 88 Millionen Passagiere befördert. In der Kantine in Luton wird heute über Mittag das chinesische Neujahr gefeiert, es gibt Asia-Pfanne und Baked Potatoes, ein paar Mitarbeiter spielen in der Ecke Tischfussball, und wer sich sein Paket über Amazon bestellt, kann es sich direkt in einen gelben Amazon-Spind vor Ort liefern lassen.

Wenn man Easy-Jet-Europa-Chef Thomas Haagensen auf die günstigen Flugpreise anspricht, den dichten Verkehr über den Wolken, dann zeigt er sich erst mal stolz. «Wir bringen Menschen, Familien zusammen», sagt er. Heute könne man in etwas mehr als zwei Stunden von Basel aus in Kalabrien sein, die Familie besuchen, Europa rücke dank Easy Jet näher, «und alle finden das ganz normal». Der durchschnittliche Easy-Jet-Passagier ist heute 42 Jahre alt, weil die Vorreiter von damals heute Kinder haben, und die Grosseltern fliegen auch mit.

Immer mehr Passagiere

Und was ist mit Greta? «Die Proteste haben mich gar nicht erstaunt», sagt Haagensen, der Klimawandel sei ein wichtiges Thema, seit vielen Jahren schon, «und wir als Airline müssen anerkennen, dass wir zum Klimawandel beitragen.» Man müsse etwas unternehmen, in neue Technologien investieren, sonst komme der Druck irgendwann von der Politik oder der Bevölkerung, «da handeln wir lieber rechtzeitig selbst». Deshalb investiere Easy Jet seit Jahren in neue Technologien.

Bei einem durchschnittlichen Anstieg der Passagierzahlen um jährlich zehn Prozent sind diese Bemühungen wohl ein Nullsummenspiel, aber das ist ja nicht das Problem von Easy Jet, man bediene eine Nachfrage, sagt der Chef, er argumentiert, wie die Wirtschaft eben argumentiert, und die Zahlen sprechen ihre eigene Sprache. Der Umsatz wuchs nur schon im letzten Quartal des Jahres 2018 um 13,7 Prozent auf fast 1,5 Milliarden Euro, 7,4 Prozent mehr Kunden alleine in der Schweiz. «Schauen Sie», sagt Haagensen





dann, «wir haben in der Öffentlichkeit sowohl Debatten und Empörung wegen des Fluglärms als auch über die Folgen für das Klima.»

Dennoch ist der Klimaschutz kein Thema bei der Vermarktung des Produkts, wie auch bei anderen Airlines nicht. Kein Reinwaschen im Slogan, kein Grün im Logo, wie McDonald's das vor ein paar Jahren machte. «Die Frage», sagt Haagensen, «ist nicht, ob wir weniger fliegen sollen. Sondern, wie wir die Auswirkungen aufs Klima reduzieren können.» Zurück, daran glaubt er, wolle die Menschheit bestimmt nicht mehr.

Der Klimawandel ist eine hochkomplexe Angelegenheit, und wir scheinen vor ihm zu stehen wie die Maus vor der Schlange, lethargisch, perplex, verängstigt, regungslos, manche empören sich, und der Rest zuckt einfach mit den Schultern. Wir wissen alle, dass wir weniger fliegen sollten. Und doch machen wir weiter. Kognitive Dissonanz nennen das die Psychologen, diesen Gedankentrick, den man anwendet, wenn man Dinge tut, von denen man genau weiss, dass sie schädlich sind, aber sich das dann schönredet, um nicht ins Dilemma zu kommen. Wie mit dem Rauchen, dem Fleischessen, dem Rasen. Doch jetzt ist da das schwedische Mädchen Greta, und die

Moral kommt wieder ins Spiel. Normalerweise, sagt Karin Frick, Trend- und Zukunftsforscherin am Gottlieb-Duttweiler-Institut in Rüschlikon, finde eine Empörungswelle statt, wenn etwas Handfestes passiert ist, Fukushima zum Beispiel. «Diese Empörungswelle, die gerade durch die Gesellschaft geht, ist insofern bemerkenswert», sagt die Forscherin. Wohl auch, weil das Thema Umwelt und unser Umgang damit lange Zeit hatten, in uns zu gären. «Greta hat zum richtigen Zeitpunkt das Richtige gesagt», sagt Karin Frick. Die Medien haben es aufgegriffen, die Menschen die Artikel gelesen, und irgendwann war die kritische Masse erreicht, damit die Bewegung ein selbstverstärkendes Eigenleben entwickeln konnte. Mit keinem Werbebudget der Welt hätte man solch einen Effekt planen können.

Ob die Welle mehr als temporäre Empörung auslösen kann, werde sich erst in einigen Jahren zeigen, sagt Frick. Anspruchsvoll werde es dann, wenn sich das Thema erschöpft habe und die Medien weiterziehen. «Dann braucht es einen Themenkatalog, Köpfe, Handlungen.» Selbst dann aber dauert es Jahrzehnte, bis tatsächlich eine massive Bewusstseins- und Verhaltensveränderung eintreten kann.

Die Flugscham

Schweden scheint das früher realisiert zu haben als der Rest der Welt. Die Empörung, die das viele Fliegen auslöst, findet im Norden sogar schon Heimat in einem Namen, «flygskam», auf Deutsch «Flugscham». Prominente wie der ehemalige Weltcup- und Olympiasieger im Biathlon, Björn Ferry, verzichten öffentlichkeitswirksam gänzlich auf Flugreisen. Unter dem Hashtag #flyingless berichten Manager auf Twitter begeistert, wie sie mit dem Zug zu Meetings reisen. Interrail boomt wieder. Nicht nur in Schweden, sondern auch in der Schweiz. So haben sich die Verkäufe an Interrail-Pässen hierzulande in den letzten Jahren mehr als verdoppelt. Essayisten in angelsächsischen Medien reden von einer «Weniger fliegen»-Diät, von Flug-Sabbaticals. Greenpeace fordert eine Frequent Flyer Levy, eine Steuer für Menschen, die 40-mal im Jahr ans andere Ende der Welt fliegen.

Derweil bleiben Experten skeptisch. «Mobilität ist ein Megatrend, der dauerhaft anhält», sagt Therese Lehmann, stellvertretende Lei-



Karin Frick, Trendforscherin am GDI.



Thomas Haagensen, Chef Easy Jet Europa.



Stelios Haji-Ioannou, Easy-Jet-Gründer.

terin der Forschungsstelle Tourismus an der Universität Bern. «Die Welt wird noch mobiler werden, als sie es heute schon ist. Menschen wollen in allen Bereichen unterwegs sein – privat, beruflich, digital.» Und immer mehr Menschen können es. Im Jahr 2017 wurden nach Angaben der Weltorganisation für Tourismus über 1,23 Milliarden weltweite grenzüberschreitende Reiseankünfte gezählt, 1950 waren es 25 Millionen. Bis 2035 rechnen Experten mit der Verdreifachung der Flugpassagiere weltweit, die Branche rechnet mit dem Bedarf an 37 000 neuen Flugzeugen. Die Region Asien-Pazifik wird das grösste Wachstum erzielen. Mehr als die Hälfte der neuen Passagiere in den nächsten 20 Jahren wird aus den Märkten dieses Teils der Erde kommen. Die Frage wird deshalb nicht sein, ob die Menschen mehr fliegen, sondern bloss wie.

In den nächsten zwei Jahrzehnten müsste die gesamte Welt es schaffen, CO₂-neutral zu fliegen – damit wäre man in einer Linie mit den Zielen des Pariser Klimaabkommens. Viele Airlines investieren deshalb in Maschinen, die weniger Kerosin verbrauchen und mehr Passagiere befördern, um den CO₂-Ausstoss pro Kopf zu senken. Eine wirklich wegweisende Veränderung könnte dann passieren, wenn kommerzielle Elektroflugzeuge die Lüfte erobern. In Kooperation mit Wright Electric arbeitet Easy Jet an der Entwicklung eines elektrisch angetriebenen Passagierflugzeugs für 150 bis 200 Passagiere. Dank einem neu patentierten Antriebskonzept könnte das Elektroflugzeug für eine Reichweite von 500 Kilometern geeignet sein und würde sich somit für Kurzstrecken eignen. Schon dieses Jahr soll es einen Testflug geben. Allerdings zählt die Maschine erst neun Sitze.

Urs Holderegger, Leiter Kommunikation beim Bundesamt für Zivilluftfahrt (Bazl), wagt ab. «Die Elektrofliegerei ist zwar vielversprechend, aber aufgrund der Batterien wird dies in den nächsten zehn bis 20 Jahren kein Ersatz für die jetzigen Triebwerke werden.» Andere Erfinder tüfteln derweil daran, den Dreck, den wir in den Himmel schiessen, wieder einzufangen. Die Schweizer Firma Climevents, eine Spin-off-Firma der ETH, will bis 2025 1 Prozent der globalen Kohlendioxidemissionen aus der Luft filtern und sie als Pflanzendünger nutzen. Die erste Filteranlage

Unter dem Hashtag #flyingless berichten jetzt auch Manager auf Twitter begeistert, wie sie mit dem Zug zu Meetings reisen.

steht in Hinwil. Um das Ziel zu erreichen, müssten weltweit 300 000 Anlagen wie diese gebaut werden.

Derweil ist ein Ende der steigenden Flugzahlen zumindest in der Schweiz nur dann in Sicht, wenn die Flughäfen an ihre Kapazitätsgrenzen stossen und die Immer-mehr-Mentalität schlicht keine Startbahn mehr findet. Denn klar ist: Flughafenausbauten sind politisch derzeit unmöglich, die Bevölkerung wehre sich, sagt Holderegger. Allerdings mitnichten aufgrund schmelzender Polarkappen, sondern wegen des mühsamen Fluglärms.

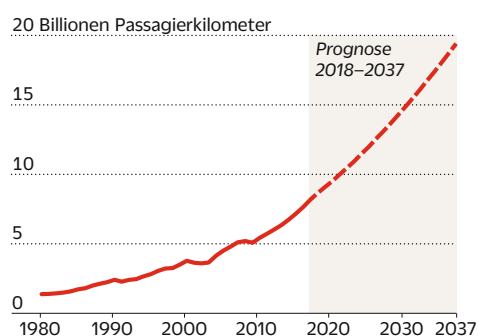
Das Problem ist global

Am Ende bleibt das Klimaproblem jedoch ein globales, und so sehr sich die Schweizerinnen und Schweizer bemühen, nachhaltiger zu agieren – sie könnten nicht isoliert handeln, ist das Bazl überzeugt. «Wir haben in der Schweiz 130 verschiedene Luftverkehrsabkommen. Wenn wir nun einfach die Kerosinbesteuerung ändern, müssten wir rund 130 bilaterale Luftverkehrsabkommen anpassen», sagt Holderegger. Eine Flugticketabgabe wiederum wäre in der Schweizer Bevölkerung mehrheitsfähig, wie eine Studie im Auftrag der Schweizerischen Energiestiftung kürzlich ergeben hat – vorausgesetzt, die Einnahmen kämen Klimaprojekten zugute.

In ein paar Wochen werden die ersten Jugendlichen ihre Pläne für den Sommer schmieden. Das Reisen, wie es für unsere Eltern selbstverständlich war, ist wieder gross im Kommen. Während wir, die Generation Easy Jet, uns in unserer Scham wälzen und wieder Zugreisen buchen, um die italienischen Pinienwälder an unserer Fensterscheibe vorbeiziehen zu lassen, wird die Volksrepublik China bis 2035 rund 450 Flughäfen in Betrieb nehmen. Doppelt so viele wie heute.

Starke globale Nachfrage

Flugverkehr weltweit



Mit der Einheit Passagierkilometer wird die Beförderungsleistung im Luftverkehr gemessen. Airbus geht davon aus, dass der globale Flugverkehr weiter mit rund 4,4% pro Jahr wächst.

Quelle: Airbus