

Region

Der Laden, der nichts verkauft

Stadt Bern Leihen statt kaufen: Unter diesem Motto eröffnete der Konsumentenschutz im Dezember 2018 den ersten Leihladen. 390 verschiedene Artikel stehen heute zur Auswahl.

Joshua Amport

In der Leihbar findet sich alles, was es für eine urbane Party über die Festtage braucht: eine Kaffeemaschine, eine Thermoskanne, eine Eiszapfen-Lichterkette und einen Weihnachtsstern. Und noch eine Lichterkette. Auch einen Glühweinpott leiht die Kundin aus. Die Tasche, ökologisch aus recycelten PET-Flaschen, füllt sich rasch. Die Kundin schaut sich nochmals um. Ein Mischpult und zwei Verstärker noch. Jetzt hat sie alles. Die Mitarbeiterin hinter der Bartheke trägt die Ausleihe im Computer ein, im leuchtorange eingesprayschten Einkaufswagen werden die Sachen abtransportiert.

Gegen den Konsumwahn

Dinge, die nur selten gebraucht werden, müssen nicht zwingend gekauft werden. Gegenstände teilen, um Ressourcen und das eigene Portemonnaie zu schonen: Das ist die Idee der Leihbar, welche letzten Dezember im Untergeschoss der alten Feuerwehr Viktoria erstmals ihre Tore öffnete. «Viele von uns leben im materiellen Überfluss. Jeder kann zu Hause haben, was er will», sagt Christof Böhler, Vorstandsmitglied beim Verein der Leihbar. Die Menschen beginnen umzudenken. Ein nachhaltiger Konsum gewinne an Bedeutung. Und die Bar will diese Entwicklung fördern.

Die Stiftung für Konsumentenschutz hatte das Projekt 2018 ins Leben gerufen. Über 40 000 Franken steckte sie in den ersten Leihladen der Schweiz. Über ein Crowdfunding im Internet sollten zusätzlich 10 000 Franken gesammelt werden. 126 Gönnerinnen und Gönner folgten dem Aufruf, sie unterstützten den Laden schliesslich mit 12 440 Franken. Im März wurde der Verein Leihbar Bern gegründet, der Konsumentenschutz übergab den Betrieb den 20 Freiwilligen. Heute kann die Leihbar die jährlichen Kosten von rund 8000 Franken selber tragen.

Ausleihen zum Flatrate-Tarif

1300 Mal wurde in diesem Jahr ein Gegenstand ausgeliehen. Der Fenstersauger ist heiss begehrt: 23 Mal fand er den Weg über die Theke. An zweiter Stelle: die Bohrmaschine mit 21 Ausleihen. Das Sortiment ist breit, im Katalog befinden sich 390 Artikel. Verschiedene Haushalts- und Gartengeräte, Werkzeug, Frei-



Das Sortiment in der Leihbar ist nicht käuflich – es kann nur ausgeliehen werden. Foto: Christian Pfander

«Viele von uns leben im materiellen Überfluss. Jeder kann zu Hause haben, was er will.»

Christof Böhler
Vorstandsmitglied
beim Verein Leihbar

zeitgegenstände. Sogar ein Ananasschneider kann ausgeliehen werden. Kinderspielsachen und Gesellschaftsspiele wurden dafür nicht ins Sortiment aufgenommen. «Wir sind keine Ludothek, aber ergänzen uns gegenseitig», hält Christof Böhler fest.

Das Prinzip ist einfach: Wer einen Gegenstand ausleihen will, registriert sich bei der Leihbar als Kunde – entweder auf der Webseite oder direkt vor Ort. Beim ersten Besuch wird der Jahresbeitrag bezahlt. Für 10 Franken kann das Angebot während eines Monats getestet werden, der Betrag wird später der Jahrespauschale angerechnet. 60 Franken im Jahr kostet die reguläre Mitgliedschaft. Wer sich als Wenigverdiener bezeichnet, ist schon mit 48 Franken dabei. Auch Gönnerbeiträge sind möglich. Ist die Mitgliedschaft bezahlt, funktioniert die Bar wie ein Flatrate-Abo: Die Mitglieder können die Gegenstände ohne weitere Kosten beliebig oft ausleihen. Im Online-Katalog sieht der Kunde, ob der gewünschte Gegenstand bereits ausgeliehen

ist. Wenn nicht, reserviert er ihn – damit der Besuch nicht umsonst ist.

Treffpunkt für Bewohner

230 Mitglieder zählt die Leihbar nach einem Jahr. Die Betreiber sind zufrieden. Ein Umdenken habe aber noch nicht überall stattgefunden: Manche registrieren sich zwar für die Mitgliedschaft, tauchen dann aber nicht im Laden auf. Der letzte Schritt fehlt. Für Christof Böhler ist das keine Überraschung: «Wir alle kennen das, zwischen der Idee oder Absicht und der Umsetzung besteht oft eine Hürde», sagt der 38-Jährige.

Für den Verein ist es noch zu früh, weitere Standorte zu eröffnen. «Die Sache ist und bleibt etwas für das Quartier», sagt Böhler. Eine Leihbar soll nahe an den Mitgliedern sein, sie ist auch ein Ort der Begegnung und des Austausches für die Bewohner. Längerfristig sieht er aber gute Chancen, dass weitere Bars aufgehen. Mit dem Projekt «Make your own Leihbar» können im Rahmen einer Kooperation mit

dem Konsumentenschutz weitere Betriebe aufgebaut werden.

Feinschliff für das Sortiment

Die Leihbar in der Feuerwehrkaserne will im nächsten Jahr vor allem eines: sich bewähren. Das Ziel: Mitglieder behalten und neue dazugewinnen. Auch das Sortiment soll ausgedünnt, geschärft und möglichst konsequent auf die Bedürfnisse der Mitglieder ausgerichtet werden. «Viele Gegenstände wurden uns am Anfang einfach geschenkt, ohne dass wir bereits ein klares Bild hatten, was wir im Sortiment haben wollen», erinnert sich Christof Böhler. Zum Beispiel ein kleiner Webstuhl. Monatlang stand er in der Ecke, niemand hat ihn ausgeliehen. Die Mitarbeiter haben seit der Eröffnung schon einige Sachen ausgemistet. Als Nächstes vielleicht den Ananasschneider.

Leihbar: im Untergeschoss der alten Feuerwehr Viktoria, Gotthelfstrasse 29a. Dienstag und Donnerstag: 17–19.30 Uhr, Samstag: 12.30–15 Uhr. www.leihbar.ch

Ein doppelter Boden für die Steuersenkungen

Kanton Bern Die Regierung empfiehlt eine Finanzmotion zur Annahme.

Die neue Steuergesetzrevision sieht keine Steuersenkungen vor. Und doch ist in der Gesetzesvorlage die Rede von solchen. Geplant ist, dass der Grosse Rat in den nächsten Budgetdebatten die Steueranlage für Privatpersonen und für Firmen senkt. Also dann, wenn er wie jede Gemeinde auch die Steuer festlegen kann, ohne dies in einem Gesetz verankern zu müssen.

Der grossrätlichen Finanzkommission (Fiko) sind diese Versprechen zu vage. Mit einer Motion will sie der Regierung den verbindlichen Auftrag dazu geben, die Senkungen dann auch tatsächlich aufs Tapet zu bringen. Dies soll auch dabei helfen, dass die Steuergesetzrevision wenn nötig vor der Stimmbevölkerung eine Mehrheit findet. Nun empfiehlt die Berner Regierung diese Motion zur Annahme. Sie habe Verständnis für den Wunsch der Fiko-Mehrheit nach Verbindlichkeit, schreibt sie in ihrer Vorstossantwort. Mit der Annahme der Motion zeige der Grosse Rat auch, dass er hinter dem Gesamtpaket stehe.

Erste Entlastungen für Firmen und Private sind ab 2021 vorgesehen. Im Voranschlag sollen die Steuern für Firmen um 40 Millionen, für Private um 30 Millionen Franken sinken. Auf 2022 sollen Privatpersonen um weitere 40 Millionen Franken entlastet werden. Die Steuersenkungen sollen über die Mehreinnahmen durch die geplanten Erhöhungen der amtlichen Werte und der Motorfahrzeugsteuer gegenfinanziert sein.

Die Motion macht klar, dass die geplanten Senkungen für die bürgerliche Fiko-Mehrheit ein Minimum sind. Sie behält sich vor, in den jeweiligen Budgetprozessen weitere Entlastungen zu fordern. Sie findet die Steuersenkungen selbst dann tragbar, wenn sich die Gegenfinanzierungen verzögern sollten. Dies, weil die Steuerprognosen sehr positiv seien. Allerdings dürfte die Ratslinke solche Senkungen vehement bekämpfen. (sar)

Wir gratulieren

Kirchdorf/Mühledorf Heute feiert Werner Ramseyer-Balsiger, Filgisse 30, seinen 80. Geburtstag. (jtk)

Schwarzenburg Helene Jenni-Rohrbach feiert heute an der Guggisbergstrasse 7 ihren 95. Geburtstag. (pd)

BZ BERNER ZEITUNG

Berner Zeitung
Zeitung im Espace Mittelland
HERAUSGEBERIN Tamedia Espace AG, Dammweg 9, Postfach, 3001 Bern, Tel. 031 330 31 11
VERLEGER Pietro Supino
REDAKTION
Chefredaktor: Simon Bärtschi/smb
Stv. Chefredaktor: Wolf Röschen/wrs
Tagesleitung & redaktionelle Planung: Stephan Dietrich (stü), Anna Tschannen (ats)
Ressortleiter: Stadt Bern: Stefan Schnyder (sny), Region Bern: Stephan Künzi (skk), Kanton Bern: Chantal Desbiolles (cd), Emmental: Markus Zahno (maz), Oberaargau: Kathrin Holzer (khl), Berner Kultur: Michael Feller (mfe), Berner Sport: Stephan Dietrich (stü), Forum (Leserkontakte): Franziska Zaugg (fz)
Assistent/in der Chefredaktion/Redaktionsleitung: Tamara Frömmel/taf, Joshua Amport/jam
Chefredaktion Redaktion Tamedia
Arthur Rutishauser, Chefredaktor (ar), Adrian

Zurbriggen (azu), Stv., Armin Müller (arm), Iwan Städler (is), Michael Marti (MMA).
Leitung Tamedia Editorial Services: Viviane Joyce-Laissue, Leitung, Raphael Diethelm, Stv., Martin Haslebacher.
Ressorts BZ Berner Zeitung
Region-Newsdesk: Wolf Röschen (wrs), Leitung, Thomas Hagspühl (tag), Stv., Martin Bürki (mb), Sibylle Hartmann (sib), Christian Häderli (chh), Sarina Keller (ske), Florine Schönmann (flo).
Stadt Bern: Stefan Schnyder (sny), Leitung, Christoph Hämmerlin (hae), Stv., Benjamin Bitoun (bit), Michael Bucher (mb), Rahel Guggisberg (rag), Stephanie Jungo (js), Jessica King (jek), Edith Krähenbühl (kra), Claudia Salzmann (cla), Jürg Steiner (jsz), Lea Stuber (lea).
Region Bern: Stephan Künzi (skk), Leitung, Hans Ulrich Schaad, (hus), Stv., Christoph Albrecht (cha), Annic Berset (abe), Cedric Fröhlich (cef), Mathias Götter (mgo), Simone Lippuner (sl), Sheila Matti (sm), Johannes Reichen (rei), Pia Scheidegger (ps).
Kanton Bern: Chantal Desbiolles (cd), Leitung, Marius Aschwanden (mab), Stv., Béatrice Beyeler

(bey), Sandra Rutschli (sar), Quentin Schlapbach (qsc), Stefan von Bergen (svb), Julian Witschi (jw).
Emmental: Markus Zahno (maz), Leitung, Susanne Graf (sgs), Stv., Urs Egli (ue), Jacqueline Graber (jgr), Benjamin Lauener (ber), Cornelia Leuenberger (we), Regina Schneeberger (rsb).
BZ Langenthaler Tagblatt: Kathrin Holzer (khl), Leitung, Julian Perrenoud (jpw), Stv., Béatrice Beyeler (bey), Tobias Granwehr (tg), Gianni Mavris (gm), Jürg Rettenmund (jr), Sebastian Weber (swl).
Berner Kultur: Michael Feller (mfe), Leitung, Marina Bolzli (bol), Martin Burkhalter (mbu), Mirjam Comtesse/mjc, Andrea Knecht (akn).
Agenda: Béatrice Pahud (pb), Alexandra Germann (ag).
Berner Sport: Stephan Dietrich (stü), Leitung, Peter Berger (pbt), Adrian Horn (ahw), Adrian Lüpold (lup), Reto Pfister (rpb).
Forum (Leserkontakte): Franziska Zaugg (fz), Leitung, Raphael Hadorn (rha), Christian Werder (cw).
Sekretariat: Tamara Frömmel/taf (Leitung), Joshua Amport/jam,

Burgdorf: Cornelia Leuenberger/we.
Leitung Verlag: Robin Tanner
Leitung Werbemarkt: Corinne Holliger
Leitung Marketing: Bettina Staub
Ombudsmann Ignaz Staub,
Postfach 837, 6330 Cham 1,
E-Mail: ombudsmann.tamedia@bluewin.ch
Tel. 031 330 33 33 E-Mail: redaktion@bernerzeitung.ch
Zentrale: 031 330 31 11
3401 Burgdorf, Kornhausgasse 16 (Emmental)
Tel. 034 409 34 34, E-Mail: emmental@bernerzeitung.ch
4900 Langenthal, Jurastrasse 15 (BZ Langenthaler Tagblatt) Tel. 062 919 44 44,
E-Mail: langenthalertagblatt@bernerzeitung.ch
Abonnemente: Telefon +41 844 844 466 (Lokalruf Festnetz), E-Mail: abo@bernerzeitung.ch
Abonnementspreise: 12 Monate Fr. 515.–; 6 Monate Fr. 286.–; 30% Studenten- und Ausbildungsrabatt. Bitte Ausweis mitschicken. Die Preise verstehen sich inkl. 2,5% Mehrwertsteuer. Einzelnummern montags–freitags Fr. 4.60,

samstags Fr. 5.20 (inkl. 2,5% MwSt)
Umleitungen und Unterbrüche: Fr. 7.– Bearbeitungsgebühr, kostenlos auf www.bernerzeitung.ch/abo
Inserate/Todesanzeigen: Tamedia AG, Advertising, 3001 Bern, Dammweg 9/Postfach, Tel. 031 330 33 10, E-Mail: inserate@bernerzeitung.ch, www.adbox.ch, Todesanzeigen für die Montagsausgabe: Sonntag, 14–16 Uhr Tel. 044 248 40 83, **internet:** www.bernerzeitung.ch E-Mail: online@bernerzeitung.ch
Gesamtauflage BZ Berner Zeitung: Verbreitete Auflage 128 251, davon verkaufte Auflage 126 419 Exemplare (WEMF/SW-beglaubigt)
Technische Herstellung: DZB Druckzentrum Bern AG Zentweg 7, 3001 Bern, www.zeitungsdruck.ch
Bekanntgabe von namhaften Beteiligungen der Tamedia Espace AG i.S.v. Art. 322 StGB: Berner Oberland Medien AG BOM, DZB Druckzentrum Bern AG, Schaer Holding AG, Schär Thun AG.

Die Erscheinungsform hebt sich vom normalen Layout des Trägermittels ab. Diese Werbemittel sind mit dem Label «Paid Post» gekennzeichnet. 2) Native Advertising: Der Inhalt orientiert sich in der Regel an einem Thema, das in einer Beziehung zum Produkt oder zur Dienstleistung des Werbekunden steht und journalistisch aufbereitet wird. Die Erscheinungsform ist mit dem Layout des Trägermittels identisch. Diese Werbemittel sind mit dem Label «sponsored» gekennzeichnet. Beide Werbemittel werden vom Team Commercial Publishing hergestellt. Die Mitarbeit von Mitgliedern der Tamedia-Redaktionen ist ausgeschlossen.
«Der Inserent erklärt sich damit einverstanden, dass die BZ Berner Zeitung die Inserate auf Onlinedienste einspeisen kann. Der Inserent ist ferner damit einverstanden, dass die Inserate, die vom Verlag abgedruckt, auf Onlinedienste eingespeist, für Dritte nicht frei verfügbar sind. Der Inserent überträgt dem Verlag das Recht, jede irgendwie geartete Verwendung dieser Inserate mit den geeigneten Mitteln zu untersagen.»

Ein Mitglied des



Ein Angebot von Tamedia

In Medien von Tamedia erscheinen zwei Formen von Inhaltswerbung: 1) Branded Content: Im Zentrum steht in der Regel das Produkt oder die Dienstleistung des Werbekunden.