

Kleingeld

Hohe Bereitschaft für Ein-Cent-Spenden

Bei der Rundungsinitiative in Kleve bröckelt die Zahl der teilnehmenden Geschäfte. Manch einem Händler ist es vermutlich zu aufwendig, bei jedem Bezahlvorgang den Kunden nach seinem Einverständnis zu fragen beziehungsweise bei auswärtigen Kunden das Konzept überhaupt zu erklären. Nachahmer andernorts hat die Stadt an der niederländischen Grenze anfänglichen Hoffnungen zum Trotz ebenfalls nicht gefunden.

Noch während in Kleve über die Fortführung der Rundungspraxis diskutiert wird, hat die PPRO Group rund 1 000 Verbraucher befragt, ob sie für jede bargeldlose Transaktion, die sie persönlich tätigen, automatisch einen Cent für einen guten Zweck spenden würden. 60 Prozent zeigten sich dazu bereit. Selbst in einkommensschwachen Haushalten mit einem monatlichen Nettoeinkommen von unter 1 000 Euro ist die Spendenbereitschaft mit 54 Prozent ausgesprochen hoch. Geografisch betrachtet unterschei-

det sich die Spendenbereitschaft der Deutschen nur unwesentlich: Den Höchstwert mit 74 Prozent erreicht die Gruppe der getrennt voneinander lebenden Partner. Überraschenderweise sind es zudem die 16- bis 29-Jährigen, die überdurchschnittlich zu 64 Prozent dieser Art von automatischen Spenden zustimmen.

Diese Zahlen bestätigen im Grunde die Ergebnisse der Hochschule Rhein-Waal – zeigen sie doch, dass es vielen Verbrauchern nicht unbedingt auf den Cent ankommt. Diese Haltung mag ausgeprägter sein, wenn es um einen guten Zweck geht, als wenn Verbraucher befürchten müssen, dass nur der Händler vom Runden profitiert. Der Betrag für den einzelnen Kunden wäre auch überschaubar. Bei durchschnittlich 284 bargeldlosen Transaktionen pro Kopf wäre mit der Spende eine zusätzliche Ausgabe von 2,84 Euro im Jahr verbunden. Insgesamt könnten rund 117,5 Millionen Euro zusammenkommen. **Red.**