

der baz-gast: Professor Bruno S. Frey

Der Fluch der E-Mails



Neuerungen haben immer eine positive und eine negative Seite. So hat das Internet unser Leben gewaltig erleichtert. Noch vor zehn Jahren wäre es undenkbar gewesen, auf bequeme Weise, unentgeltlich und in Sekundenschnelle Botschaften via E-Mail zu erhalten und zu verschicken. Dieser Vorteil beginnt uns aber heute bereits stark zu belasten: Wir werden durch die E-Mails überflutet. Das tägliche Leben ist beschwerlich geworden, weil eine immer grösser werdende Zahl von E-Mails bewältigt werden muss. Manche Leute scheinen nur noch E-Mails zu bearbeiten.

SKLAVEN. Viele verfluchen zwar den durch das E-Mail auferlegten Zwang, aber nur wenige beherrschen die Situation. Wie immer wird auf technische Lösungen gesetzt. Filterprogramme sollen die Junk-Mails aussondern. Das Problem besteht aber (auch) darin, dass wir zu viele für uns wichtige Mails erhalten. Die meisten Leute fügen sich deshalb in ihr Schicksal – und werden im Beruf und privat Sklaven ihrer E-Mails. Lässt sich dagegen etwas tun? Sich selbst zurückzuhalten ist sinnlos, weil unwirksam: Jeder meint ja, gerade sein Mail sei besonders wichtig. Deshalb muss eine andere Lösung gesucht werden. Das Grundproblem der E-Mail-Flut besteht darin, dass der Sender keinerlei Kosten hat, ein

Mail zu verschicken. Er berücksichtigt hingegen den beim Empfänger auftretenden Aufwand nicht. Dies führt zu einer übersteigerten Produktion von Mails. Deshalb müssen die Sender für die entstehenden Zeitkosten belastet werden. Jeder Empfänger kann selbst festlegen, wie viele E-Mails im Durchschnitt pro Tag eintreffen sollen. Legt jemand fest, dass es 20 sein sollen, stellt sich immer noch die Frage, welche 20 ausgewählt werden sollen. Die zuerst eintreffenden zu wählen, wäre unsinnig, weil sie nicht unbedingt die wichtigsten sind. Am besten wäre es, wenn der Empfänger festlegte, welches die wichtigsten 20 sind. Aber er kann nicht wissen, welche dies sind, weil er sie ja noch nicht gesehen hat. Die nächstbeste Lösung wäre, dass die Absender überlegen, wie wichtig die Nachricht für den Empfänger sein dürfte. Der Trick ist nun, den Sender mit einem entsprechenden Preis (dem «E-Preis») zu belasten, sodass der Empfänger die gewünschte Zahl von Mails pro Tag erhält. Wenn Leute einer Person, die viele E-Mails erhält, schreiben möchten, muss ein hoher Preis bezahlt werden, damit die von ihr gewünschte Gesamtzahl nicht überschritten wird. Umgekehrt muss ein Sender nichts entrichten, wenn der Empfänger weniger als die gewünschte Zahl erhält. Diese Preise sorgen dafür, dass man nicht mehr einfach auf den Send-Knopf drückt, sondern sich vorher überlegt, ob man das Geld dafür ausgeben will. Ist die Nach-

richt wirklich so wichtig, dass sie den «E-Preis» von zum Beispiel Fr. 2.– rechtfertigt? Damit würde sich das beinahe manische Senden von E-Mails schlagartig reduzieren und das sinnlose Herumstreuen von Nachrichten an Dutzende von Personen aufhören.

E-GELD. Wie kann nun aber der Preis bezahlt werden? Jeder Benutzer des E-Mail erhält ein Konto mit einer neuen Geldart: dem «E-Geld». Der Anfangsbestand kann für alle gleich sein. Wer ein E-Mail verschickt, wird entsprechend dem E-Preis belastet. Eingehende E-Mails erhöhen das E-Konto. Wer (meist unerwünschte) Reklamemitteilungen erhält, wird dafür kompensiert, was sicherlich höchst erwünscht wäre. Jeder E-Mail-Nutzer muss die Zahl seiner E-Mails begrenzen, damit sein Konto nicht überschritten wird. Damit wird das angestrebte Ergebnis, besonders die Zahl der wenig gehaltvollen E-Mails zu vermindern, erreicht. Heute bestehen bereits die technischen Möglichkeiten, das System einzuführen. Dies kann auch dezentral geschehen, etwa innerhalb einer Firma. Jeder Benutzer kann seinen «Abwehrschirm» selbst festlegen; potenziellen Sendern wird automatisch sein jeweiliger E-Preis und Kontonummer mitgeteilt. Dieses einfache System erlaubt uns, den Fluch der E-Mails zu überwinden.

*Bruno S. Frey ist Wirtschaftspräsident an der Universität Zürich.