

Umsatz für die Region



Aus dem Europa der Regionen wird nach und nach eines der Regionalwährungen. Allein in Deutschland stehen 18 Euro-Ergänzungen in den Startlöchern. Das bekannteste und größte Projekt dieser Art ist der „Chiemgauer“.

Deutschland ist keineswegs nur ein Euroland. Lokale Spezialitäten wie der Haitabu aus Schleswig, der Roland aus Bremen oder der Sterntaler aus dem Berchtesgadener Land lassen sich ebenfalls in Waren und Dienstleistungen umwandeln. Ende September soll der „Berliner“ im Prenzlauer Berg zur Stadtteilwährung werden, im west-sächsischen Städtchen Delitzsch bastelt sogar die Sparkasse selbst an einer Regionalwährung, die noch bis Jahresende eingeführt werden soll. Mögen die Namen und die konkrete Ausgestaltung der einzelnen Projekte auch unterschiedlich sein, eine wesentliche Gemeinsamkeit haben sie: Sie sollen ihre Heimatregionen stärken, indem sie regionale Kreisläufe erhalten beziehungsweise schaffen und gemeinnützige Projekte in der Region fördern. Kurz, sie sollen etwas leisten, was der Euro nicht kann.

Geld als Tauschmittel ist „eine der genialsten Erfindungen der Menschheit“, sagt Margrit Kennedy, eine der Vordenkerinnen alternativer Geldsysteme in Deutschland. Dieses allgemeine Tausch-

mittel ermöglicht erst die arbeitsteilige Wirtschaft. Aber, und hier liegt der Knackpunkt: Geld kann beliebig lange gehortet und eben nicht ausgegeben werden. Dafür wird sein Eigentümer sogar noch in Form von Zinsen belohnt. Die Wertaufbewahrungsfunktion des Gelds wirkt also tauschverhindernd. Der Handel, der seit Jahren unter den Folgen des Angstsparens der Konsumenten leidet, kann da nur zustimmen.

Erfolgreiches Projekt

„Das Geld soll in der Region für die Region ausgegeben werden“, schreiben folgerichtig die Initiatoren des Chiemgauers auf ihrer Website, und: „Je höher die Bereitschaft der Menschen ist, ihr Geld auszugeben, desto höher ist der Wohlstand für den Einzelnen und die Allgemeinheit.“

Das Chiemgau ist eher für seine landschaftliche Idylle als für ökonomisches Revoluzzertum bekannt. Und doch startete hier eine kleine revolutionäre Zelle – bestehend aus Christian Gelleri, dem Wirtschaftslehrer der Waldorfschule in

Prien, und sechs seiner Schülerinnen – das bekannteste und größte Regionalwährungsprojekt Deutschlands. Das soll keine Konkurrenz zum Euro und auch keine Globalisierungsverweigerung sein, betont Gelleri. „Es geht um eine Ergänzung des Euro, die dem globalen Euro sinnvolle Regeln hinzufügt, die zur Region passen.“

Im Januar 2003 gab der Chiemgauer regional e.V. die ersten vereinsinternen Gutscheine – denn darum handelt es sich beim Regiogeld eigentlich – an 50 experimentierfreudige Lehrerkollegen und Schülereltern aus. Diese tauschten ein paar Euro eins zu eins in Chiemgauer und wurden damit automatisch zu Vereinsmitgliedern, ebenso wie die damals 20 Anbieter, bei denen sie einkaufen konnten.

Einkaufen sollten sie auch, und zwar zügig. Die Bereitschaft dazu wird durch eine listige Konstruktion gefördert: Die Gutscheine sind nur für drei Monate gültig. Danach können sie zwar durch eine Wertmarke erneuert werden, aber das kostet zwei Prozent des Nennwerts. Alternativ kann sie der Besitzer beim Schülerunternehmen Chiemgauer Ser-

vice zurücktauschen. Dann aber verlieren sie noch mehr, nämlich fünf Prozent des Werts. Die fließen einerseits an die Schülerinitiative zur Deckung der Kosten (zwei Prozent), andererseits an einen Verein, den der Kunde selbst auswählen kann (drei Prozent). „Beides ist für uns gut“, sagt Initiator Christian Gelleri. „Rücktausch bringt Geld für Projekte und Betreiber, Weitergabe bringt Umsatz für die Region.“

Das sprach sich herum. Heute hat der Verein bereits 400 Mitglieder, darunter 150 Anbieter. Zu diesen gehören Gastronomen, Bäckereien, Bauernläden, Dienstleister vom Steuerberater bis zur Musikpädagogin und natürlich etliche Händler. „Ich fand es gut, dass die so etwas auf die Beine stellen“, sagt Selahattin Aksu, Inhaber des Jeanspalasts in Prien, der von Anfang an dabei war. Zwar nimmt er nicht viele Chiemgauer ein, zwischen 50 und 200 sind es im Monat, aber er tauscht sie immer zurück, und das ganz bewusst. „Ich will, dass die fünf Prozent dem guten Zweck nutzen.“

Steigende Nachfrage

Abgesehen von der Rücktauschgebühr ist die Vereinsmitgliedschaft für die Unternehmen kostenlos. Auch der bürokratische Aufwand ist gering: Chiemgauer-Einnahmen werden wie Euro verbucht. Zurückgeben kann man sie bei den Ausgabestellen, die dem Händler 95 Prozent des Wertes überweisen. Für den Regionalbeitrag in Höhe von fünf Prozent gibt es eine Rechnung (inklusive sieben Prozent Umsatzsteuer). Das war's.

2003 waren durchschnittlich 6.000 Chiemgauer im Umlauf, dieses Jahr sind es bereits 20.000. Insgesamt wurden letztes Jahr 60.000 Chiemgauer umgesetzt, für 2004 rechnet Gelleri mit 180.000. Der Löwenanteil wird davon im engeren Chiemsee-Bereich ausgegeben, wo auch viel zurückgetauscht wird. Im benachbarten Traunstein dagegen ist der Umtausch Euro in Chiemgauer noch recht gering, dafür wird kaum zurückgetauscht. „Häufig ist es so, dass bei größer werdenden

Links und Literatur

■ Chiemgauer regional Verein für regionales Wirtschaften

Web www.chiemgauer-regional.de

■ Berliner Gutschein-Netzwerk

Web www.berliner-regional.de

■ Roland-Regional Verein für nachhaltiges Wirtschaften

Web <http://roland-regional.de>

■ Verein zur Förderung der Siegerländer Wirtschaft

Web www.Sieg-Taler.de

■ STAR – Sterntaler und Talente Austauschring e. V. (Verbindung von Regiogeld und Tauschring)

Web www.star-mach-mit.com

■ Arbeitsgemeinschaft für Regionalwährungen – Netzwerk der deutschen Projekte

Web www.regionnetzwerk.de

■ Money Network Alliance im Lebensgarten Steyerberg e. V. (mit Projektdatenbank)

Web www.monnetta.org

■ Theoretischer Unterbau zum Konzept von Regionalwährungen

Web www.margritkennedy.de

■ Margrit Kennedy und Bernard Lietaer: Regionalwährungen. Riemann-Verlag, 18 Euro.

Umsätzen so etwas wie ein Aufwacherlebnis stattfindet, nach dem Motto ‚Hop-pala, das wird jetzt teuer‘“, erzählt Christian Gelleri. „Daraus ergeben sich dann Gespräche, was man noch alles mit dem Chiemgauer machen kann. Auf dieser Grundlage konnten wir schon einige neue Geschäftsbeziehungen in der Region knüpfen, und der Kreis erweitert sich wieder ein Stück weit.“ Diesen Effekt sieht auch Christophe Levanier, Inhaber des technischen Großhandelsunternehmens Schürnbrand in Traunstein. „Zu mir kommen zum Beispiel öfter örtliche Vereine, die eine Anzeige oder Spende von mir wollen. Die mache ich dann, zahle sie aber in Chiemgauern. Denn da weiß ich, dass das Geld irgendwann wieder zu mir zurückkommt.“ Aldi und Ebay nehmen nämlich keine Chiemgauer. Levanier ist seit März 2004 Mitglied im Chiemgauer regional e. V. „Ich war am Anfang etwas skeptisch“, gesteht er.

„Aber heute bin ich davon überzeugt, dass das der richtige Weg für kleine, inhabergeführte Unternehmen ist.“ 700 bis 800 Chiemgauer nimmt er monatlich ein und gibt einen Großteil davon auch wieder aus, allerdings überwiegend für seinen privaten Bedarf.

Noch Werbung nötig

Die Firma Schürnbrand ist selbst Ausgabestelle für den Chiemgauer, und Levanier macht bei seinen Einzelhandelskollegen kräftig Werbung für das Gutschein-Netzwerk. Freilich stößt er da nicht nur auf offene Ohren. „Viele können sich mit dem Werteverfall und der Rücktauschgebühr nicht anfreunden“, berichtet Hans Mayer, LBE-Kreisvorsitzender in Traunstein, von den Besprechungen im Kollegenkreis und befürchtet: „Mit einer neuen Währung wird doch alles noch komplizierter statt einfacher.“

Christophe Levanier hat dafür nur begrenzt Verständnis. „Da regen sie sich über fünf Prozent Gebühr auf, die ja noch dazu nur anfällt, wenn man den Chiemgauer nicht weitergibt – und dann sehe ich bei denselben Leuten Abschriften von 20 und 30 Prozent.“ Allerdings sieht er wie Christian Gelleri die Aufgabe für die nächsten Monate darin, für den Chiemgauer Öffentlichkeitsarbeit zu leisten, ihn bekannter zu machen und besser zu vermitteln, wie er funktioniert.

Toni Müller, dem das Fachgeschäft Oberhorner Sport, Schuhe, Mode in Bad Endorf gehört, hält ebenfalls die noch geringe Bekanntheit für das größte Manko des Regiogelds. Seit April 2004 ist er dabei und nimmt monatlich 300 bis 400 Chiemgauer ein. Das Konzept als solches hat ihn überzeugt: „Wir sind bekennende Chiemgauer, und deswegen machen wir mit. Tatsache ist, dass das Geld in der Region bleiben soll, und dafür ist das eine ganz feine Sache.“

Barbara Kettl-Römer

Ihr Kontakt zur Redaktion

Mail handelsjournal@vhb.de