

Geld ist, was gilt

Wie mit einem regionalen Zahlungsmittel der Chiemgau gefördert wird

Andreas Wieg

Es ähnelt der Geschichte eines kleinen gallischen Dorfes, das sich im Jahr 50 v. Chr. gegen das römische Imperium auflehnt: Im Chiemgau drucken sie ihr Geld selbst. Doch mit Widerstand oder Protest hat dies nichts zu tun. Auch nicht mit Zauberei. Mit dem „Chiemgauer“ wird eindrucksvoll die lokale Wirtschaft unterstützt. Eine junge Genossenschaft übernimmt dabei die Abwicklung dieses eigenwilligen Zahlungsmittels.

„Angefangen hat alles mit einem Schülerunternehmen“, erinnert sich Klaus Kopp, Mitinitiator des „Chiemgauer“ und heute im Vorstand der Regios eG für die Öffentlichkeitsarbeit zuständig. „An der Waldorf-Schule in Prien am Chiemsee entstand die Idee, durch das Einkaufen bei umliegenden Unternehmen die eigene Schule zu fördern. Und zwar mit einem selbst hergestellten Papiergeld.“ Geplant war Folgendes: Die Unternehmen sollten einen Teil ihrer Umsätze, den sie mit den Schülern und Lehrern erwirtschaften, der Schule spenden. Im Gegenzug wollte die Schule auf die beteiligten Unternehmen aufmerksam machen. Dieses Prinzip des wechselseitigen Förderns charakterisiert bis heute den „Chiemgauer“, der sich zu einer der größten Regionalgeldprojekte in Deutschland gemauert hat. Im Jahr 2003 wurde mit 20 Unternehmen und 70.000 „Chiemgauer“ gestartet. Heute beteiligen sich 640 Unternehmen, mehr als 3 Millionen „Chiemgauer“ sind eingetauscht worden.

Der „Chiemgauer“ ist eine Art Gutschein, mit dem bei Unternehmen in den Landkreisen Rosenheim und Traunstein bezahlt werden kann. Die Verbraucher tauschen Euro in „Chiemgauer“ ein – im Verhältnis eins zu eins und zu verschiedenen Werten. Das Regionalgeld erhält man bei diversen Ausgabestellen, vor allem bei den örtlichen Volksbanken und Raiffeisenbanken. Wichtig für die Akzeptanz des „Chiemgauer“ bei den beteiligten Unternehmen: Der Euro wird nicht ersetzt, sondern lediglich ergänzt. Man kann also den Euro in „Chiemgauer“ tauschen und den „Chiemgauer“ auch wieder in Euro zurücktauschen. Dieser Rücktausch ist allerdings mit Kosten verbunden. Und das neue Papiergeld verliert an Wert.

Der Umlaufimpuls

Der „Chiemgauer“ hat ein Verfallsdatum. Zum Quartalsende muss man ihn erneuern. Genauer gesagt, er wird nach Ablauf mit einer Marke um weitere drei Monate verlängert. Die Marke kostet 2 Prozent des jeweiligen Gutscheinwerts. Scheine, die länger als drei Jahre gehalten werden, sind komplett ungültig. Durch diesen eingeplanten Wertverlust soll das Geld stetig im Umlauf bleiben und sprichwörtlich „der Rubel rollen“. Jeder ist bestrebt, seine alternden Scheine möglichst zügig aus- und weiterzugeben. Wichtiger aber als die Beschleunigung der Ausgaben ist die Frage, wo oder bei wem der „Chiemgauer“ ausgegeben werden soll, nämlich bei einem Unternehmen in der Region.

Die ersten Unternehmer, die den „Chiemgauer“ begeistert aufgenommen haben, waren Einzelhändler und Gastronomen. Heute steht an vielen Ladentüren und Kassen „Wir nehmen Chiemgauer“ – der offizielle Hinweis für regionsbewusste Kunden. Teilnehmende Unternehmen werden im „Chiemgauer“-Verzeichnis eingetragen, das mit einer Auflage von 20.000 Stück gedruckt wird. Zudem erfolgt ein Eintrag auf der Homepage des Regionalgelds. Damit wissen die Kunden, wo sie mit „Chiemgauer“ bezahlen können.

Für einen Außenstehenden ist auf den ersten Blick nicht einsichtig, warum ein eigenes und teures Geld erforderlich ist, um etwa beim Metzger um die Ecke einzukaufen. Das kann man schließlich auch mit Euro im Portemonnaie. Der Grund: Anders als beim Euro wird beim „Chiemgauer“ auch der nächste Eigentümer des Gutscheins an seinen Lokalpatriotismus erinnert. Der „Chiemgauer“ muss auch beim

nachfolgenden Umsatz an einer örtlichen Akzeptanzstelle eingetauscht werden. Damit wird über mehrere Ausgabestufen hinweg für regionales Einkaufen gesorgt.

Dies freut vor allem die Händler und Dienstleister. Für sie ist der „Chiemgauer“ ein Gewinn bringendes regionales Kundenbindungsinstrument. Viele Unternehmer verzeichnen nach dem Beitritt zum neuen Geldsystem steigende Umsätze. Gleichwohl muss beim Rücktausch in Euro – je nach gewähltem Tarif – eine 5- oder 10-Prozent-Gebühr, der so genannte Regionalbeitrag, bezahlt werden. Beim „Normaltarif“ werden 100 Euro pro Jahr und ein Regionalbeitrag von 5 Prozent entrichtet. Im „Aktivtarif“ werden 60 Euro Jahresbeitrag und ein 10-prozentiger Regionalbeitrag fällig. Für Unternehmer, die mehr als 1.200 Euro im Jahr eintauschen, entfällt im „Nulltarif“ der Jahresbeitrag. Bei einem Rücktausch würde allein der 10-prozentige Regionalbeitrag berechnet.

Damit haben auch die Unternehmer einen Anreiz, den „Chiemgauer“ in der Region bei ihren Geschäftspartnern auszugeben. Schließlich ist es billiger, die eigenen Rechnungen mit „Chiemgauer“ zu begleichen. Ein Gemüsehändler beispielsweise wird mehr als bisher animiert, bei einheimischen Erzeugern einzukaufen. Dies hält ihn jedoch nicht davon ab, auch überregional Waren zu beziehen und die entsprechenden Rechnungen in Euro zu bezahlen. Insofern sind einem „regionalen Protektionismus“, der solchen Initiativen oftmals nachgesagt wird, deutliche Grenzen gesetzt. „Darum geht es auch nicht“, sagt Kopp. „Vielmehr sollen Verbraucher und Unternehmer bei ihren Kaufentscheidungen für regionale Erzeugnisse und Leistungen sensibilisiert werden.“

Regionalgelder wie der „Chiemgauer“ breiten sich immer weiter aus. Der Verband der Regiogeld-Initiativen zählt aktuell 31 Geld druckende Regionen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, 35 weitere befinden sich in der Startposi-



tion. Die Idee, neben der Landeswährung eigenes Geld zu verwenden, wird auch in weiteren Ländern in die Tat umgesetzt. Einige Städte und ländliche Gebiete in den USA beispielsweise drucken ein örtliches Papiergeld, wie etwa den „Plenty“ in der Region um Chapel Hill (North Carolina) oder den „BerkShare“ (Berkshires / Massachusetts). Anders als im Chiemgau wird dort den Verbrauchern ein Discount eingeräumt: Für 95 Dollar erhält man 100 „BerkShares“, womit das Einkaufen um 5 Prozent billiger wird. Der „BerkShare“ ist somit eine besondere Form des in den USA äußerst beliebten Couponing. Unternehmen geben gemeinsam Rabattheften heraus, um auf ihr Geschäft aufmerksam zu machen. Diese Rabattgutscheine werden beispielsweise für Besucher in den Hotels der Stadt ausgelegt. Warum ist dann aber der „Chiemgauer“ ein teures Geld und keine Rabattmarke? Und warum beteiligen sich trotzdem so viele Menschen? Die Antwort liegt in der Verwendung dieses Wertverlusts. Der kommt nämlich auch der Region zugute.

Kluges Förderkonzept

Von jedem umgesetzten „Chiemgauer“ erhält ein gemeinnütziger Verein in der Re-

gion 3 Prozent. Jeder, der beim „Chiemgauer“ mitmacht, wird nach seinem persönlichen Wunschprojekt befragt. Das kann er sich aus einem Internet- und Jahresverzeichnis aussuchen. Fast 200 Vereine und Einrichtungen sind bislang registriert. Schulen und Kindergärten, Sport-, Trachten- oder Musikvereine. Alle Vereine können sich beim Chiemgauer e. V., dem Träger des Regionalgelds, als gefördertes Projekt anmelden. Die Anmeldung ist zwar kostenfrei, es müssen jedoch mindestens zehn Mitglieder oder Freunde dieses Vereins beim „Chiemgauer“ mitmachen.

Der Verein ist damit nicht nur Spendenempfänger, sondern auch selbst wichtiger Motor des regionalen Geldkreislaufs. „Je mehr eigene Mitglieder motiviert werden können, desto mehr „Chiemgauer“ landen in der Vereinskasse. Erst ab einer Größenordnung von zehn Personen kann am Ende aber eine sinnvolle Fördersumme entstehen. Die kommen jedoch schnell zusammen. Denn auch vereinsfremde Unterstützer setzen sich mit dem „Chiemgauer“ für den guten Zweck ein“, erläutert Kopp das Förderkonzept. Und der Verein soll schließlich auch seine Ausgaben mit „Chiemgauer“ begleichen. Deshalb unterliegen die Vereine ebenfalls dem Umlauf-

impuls. Nur bei rechtzeitiger Weitergabe der „Chiemgauer“ entstehen keine Kosten.

Tagesaktuell wird in einer Förderstatistik erfasst, welche Summe den Vereinen zugute kommt. Bislang wurden insgesamt etwa 100.000 Euro überwiesen – Tendenz steigend. Für die neue Turnhalle der Waldorfschule in Prien kamen beispielsweise über 8.000 Euro zusammen. Für eine Schule gewiss keine Peanuts. Die Auszahlung der Förderung erfolgt entweder am Jahresende in Form von „Chiemgauer“-Scheinen oder vierteljährlich auf ein „Chiemgauer“-Konto. Dies wird bei einer Volksbank, Raiffeisenbank oder Sparkasse geführt. Auch die beteiligten Unternehmen können bei ihrer Hausbank ein solches Konto einrichten. Dabei handelt es sich um ein herkömmliches Euro-Bankkonto mit einer Zusatzvereinbarung „Chiemgauer“. Sie regelt den Buchungs- und Saldenabruf, der für die Quartalsabrechnungen der Regionalbeiträge und des Umlaufimpulses erforderlich ist.

Unterstützung durch Genossenschaftsbanken

Das Regionalgeldkonto ist Bestandteil des „elektronischen Chiemgauer“, der im

Auch der „Chiemgauer“ hat ein Verfallsdatum.



Foto: Klaus Rein-Fotolia.com

Jahr 2007 eingeführt wurde. Der Bargeldverkehr wird ab einer bestimmten Größenordnung schlichtweg unhandlich. „Immer häufiger werden Aufträge über „Chiemgauer“ abgerechnet. Und die Summen werden immer größer. Zuletzt wurde eine Handwerkerrechnung in Höhe von 36.000 „Chiemgauern“ bezahlt“, berichtet Kopp nicht ohne Stolz. „Auf diese Entwicklung mussten wir reagieren.“ Unterstützung erhielten sie von der VR Bank Rosenheim-Chiemsee in Wasserburg, die dieses in Deutschland einmalige Pilotprojekt unterstützt hat. Wer sich heute beim „Chiemgauer“ anmeldet, erhält automatisch eine Regiocard. Sie funktioniert wie eine Debitkarte: Kunden können direkt am Terminal an der Kasse bezahlen oder auch Gutscheine von ihrem Konto an den Ausgabestellen abheben. Der mit der Regiocard abgehobene Betrag belastet automatisch das hinterlegte Euro-Konto. Der Regionalbeitrag der Unternehmen wird ebenfalls automatisch berechnet, wenn

Unternehmer ihre Regionalgeld-Gutscheine mit einer Rücktauschkarte auf ihr Bankkonto einzahlen.

Der „elektronische Chiemgauer“ ist vor allem für den Zahlungsverkehr zwischen Unternehmen wichtig, da hier die größeren Summen in der Regionalwährung bewegt werden. Zwischen den Regionalgeldkonten wird insofern auch in „Chiemgauer“ gerechnet. Vorteil: Bei Bewegungen zwischen diesen Konten entfällt der Regionalbeitrag. Er wird immer erst beim Rücktausch in Euro fällig. Der Zahlungsverkehr läuft ansonsten wie gewohnt über die Geschäftsbanken. Das „Chiemgauer“-Konto funktioniert somit wie ein normales Bankkonto: Lastschriften, Überweisungen, Daueraufträge, Rücktauschbuchungen auf Euro-Konten, Gutscheineinzahlungen und -auszahlungen werden hierüber abgewickelt. Beispielsweise können Händler bei der Rechnungserstellung ihr „Chiemgauer“-Konto angeben. Die Kunden überweisen

dann von ihrem normalen Euro-Konto auf dieses Konto. Das Wunschprojekt wird dabei automatisch berücksichtigt. „Unternehmen können also relativ einfach mit dem „Chiemgauer“ arbeiten und ihn standardmäßig in ihre Buchhaltung integrieren. Deshalb haben nicht nur die Geschäftsleute, sondern auch die Banken viele neue Kunden gewonnen. Wer beim „Chiemgauer“ mitmacht, möchte früher oder später auch ein Regionalgeldkonto bei seiner regionalen Bank haben“, so Kopp.

Die Regios eG

Die Ausgabe und Abrechnung der „Chiemgauer“ erfolgt über eine Genossenschaft: die Regios eG. Sie wurde im Juli 2007 gegründet, um die wirtschaftliche Abwicklung des „Chiemgauer“ zu professionalisieren. Neben der Gutscheilverwaltung unterstützt die Genossenschaft auch den bargeldlosen Zahlungsverkehr mit der Regiocard und den „Chiemgauer“-Konten. Hierfür hat die eG die erforderliche Software entwickelt. Die Buchungen und Salden auf den „Chiemgauer“-Konten werden täglich mithilfe des Zahlungsverkehrsprogramms abgerufen und in die „Chiemgauer“-Datenbank eingespielt. Das Datenbanksystem der Regios eG ermöglicht somit die tägliche Ermittlung der Fördersummen sowie der im Umlauf befindlichen Geldmenge.

Die Vereinszuwendungen werden ebenfalls über die Genossenschaft abgewickelt. Nicht zuletzt werden auch die „Chiemgauer“-Scheine, die immerhin 14 Sicherheitsmerkmale aufweisen, von dem Unternehmen hergestellt. Kurzum: Die Regios eG stellt die Infrastruktur für den „Chiemgauer“ bereit. „Für uns war es wichtig, dass wir den „Chiemgauer“ auf solide unternehmerische Füße stellen. Ein gemeinnütziger Verein, eine GmbH oder eine GbR schieden von vornherein aus. Die eingetragene Genossenschaft aber eignet sich ideal, zum einen wegen der direkten demokratischen Struktur, zum

anderen wegen der Transparenz und Sicherheit durch die Prüfung des Genossenschaftsverbandes. Erst mit der Genossenschaft wird das ‚Chiemgauer‘-Konzept richtig rund“, stellt Kopp klar.

Und man denkt schon weiter. Beim „Chiemgauer“ wollen die Initiatoren nicht stehen bleiben. Die Dienstleistungen der Regios eG sollen auch weiteren Regionalgeldprojekten zur Verfügung gestellt werden. Bislang wird auch der „Sterntaler“ im Berchtesgadener Land verwaltet. Das gut funktionierende Konzept soll aber noch weiter gestreut werden.

Damit das Gesamtkonzept „Chiemgauer“ funktioniert, ist vor allem eines

wichtig: die Akzeptanz dieser „Zweitwährung“ als (regionales) Zahlungsmittel. Es muss sich vor allem zum Tauschen eignen und das Umrechnen ermöglichen. Wenngleich es nicht zur Vermögensaufbewahrung dient, ist es im Chiemgau als Zahlungsmittel akzeptiert. Die Menschen haben Vertrauen in dieses Geld: „Geld ist, was gilt“, hat der Finanzsoziologe Günter Schmölders gesagt. Das Vertrauen in den „Chiemgauer“ lässt sich eindrucksvoll an den Umlaufzahlen ablesen: Anfangs wurden über 90 Prozent der „Chiemgauer“ sofort wieder zurückgetauscht, heute sind es nur noch 35 Prozent. Mit dem „Chiemgauer“ erhält dieser Spruch aber noch eine weitere Deutung. Der „Chiemgauer“ konnte sich nur deshalb

verbreiten, weil er mit einem guten, spür- und sichtbaren Zweck verbunden ist. Dadurch hat er eine eigene Bedeutung. Und deshalb ist er auch nicht mit einer schlichten Rabatt- oder Coupon-Aktion zu vergleichen. Einkaufen für einen guten Zweck und Förderung der regionalen Wirtschaft. Damit wird bedrucktes Papier zu Geld. ■

Zum Autor



Dr. Andreas Wieg ist stellvertretender Leiter der Abteilung Vorstandsstab beim DGRV in Berlin.

E-Mail: wieg@dgrv.de