

Regiogeld in Kürze

herausgegeben von Christian Gelleri

Was ist Regiogeld und welche Typen gibt es?

von Muriel Herrmann

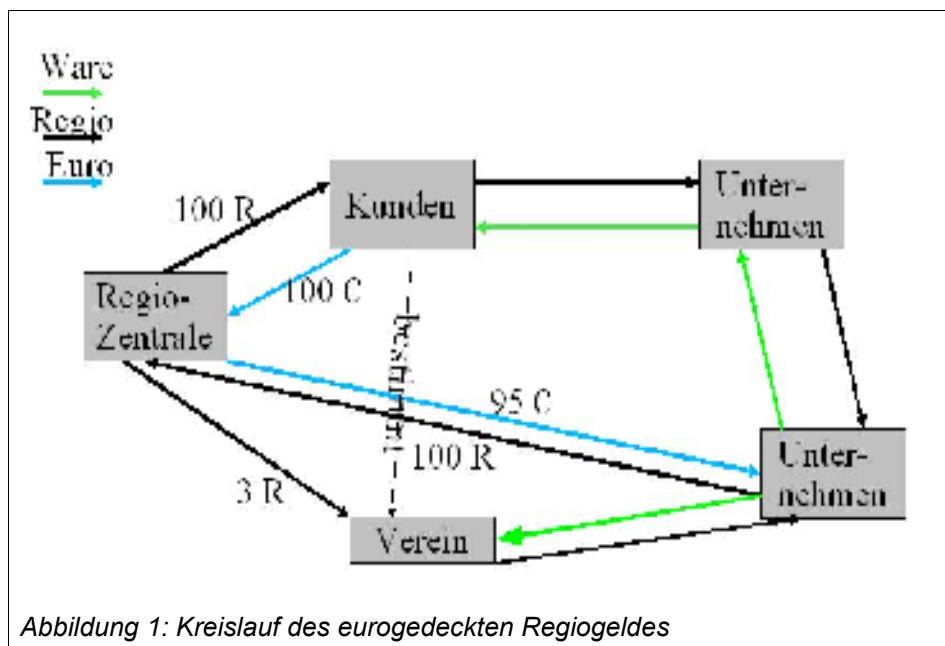
Erst seit 2003 wird in Deutschland an der Entwicklung und Verbreitung von Regiogeld gearbeitet, begonnen mit der Chiemgauer-Initiative, die sich aus dem SchülerInnen-Unternehmen einer Waldorfschule entwickelt hat. Heute wird in zahlreichen Regionen mit Regiogeld experimentiert, wobei unterschiedlichste Systeme erprobt, eingeführt und weiterentwickelt werden. Im Folgenden wird dargestellt, was Regiogeld ist, welche verschiedenen Typen es gibt, welche Ziele damit verfolgt werden und welche Verbreitung es bislang hat.

1. Was ist Regiogeld?

Regiogeld, manchmal auch Regionalwährung oder regionale Komplementärwährung genannt, ist ein Instrument der nachhaltigen Regionalentwicklung, also ein Geld, welches so gestaltet wird, dass es bestimmten Zielen dient.¹ Regiogeld ist ein regional begrenztes Verrechnungssystem, an dem Unternehmen, Vereine und KundInnen beteiligt sind. Diese wirtschaften verstärkt untereinander, wodurch die klein- und mittelständischen Unternehmen, insbesondere die Kleinstunternehmen, gestärkt werden sowie ökologische Vorteile durch die Einsparung von Transportwegen entstehen. Meist wird ein Gutschein verwendet, häufig ein Kontensystem und seit kurzem auch die ersten elektronischen Karten. Die Regios tragen regionale Namen wie Berliner, Havelblüte oder Urstromtaler. Die Systeme lassen sich nach ihrer Deckung unterscheiden: Eurogedeckte Regiogelder, leistungsgedekte Regiogelder und zahlreiche Mischformen.

2. Eurogedecktes Regiogeld

Die eurogedeckten Regios kommen dadurch in Umlauf, dass Kunden Euros gegen „Regios“ eintauschen. Dies geschieht zu einem Wechselkurs von eins zu eins. Es gibt also für 100 Euro 100 Regios. Die KundInnen gehen mit den Regios bei Mitgliedsunternehmen ganz normal einkaufen. Die



¹ Die Ziele, die alle Regiogeld-Initiativen verfolgen, sind in den Wertestandards des Verbandes Regiogeld e.V. definiert. Daneben haben die Initiativen unterschiedliche regionale Ausprägungen.

Unternehmen können die Regios entweder weiter ausgeben, z.B. durch Einkauf bei Zulieferern, durch eine Privatentnahme für den Restaurantbesuch oder durch die Zahlung an MitarbeiterInnen. Wenn die Unternehmen die Regios nicht weiter ausgeben können, können sie diese in Euro zurücktauschen. Allerdings fällt dabei eine Gebühr zwischen 5 und 10% an. So besteht bei den Unternehmen ein Anreiz, nach regionalen Ausgabemöglichkeiten zu suchen. Ein Teil der Gebühr wird zur Kostendeckung des Systems verwendet, z.B. für die Finanzierung des Gutscheindrucks. Einen festen Prozentsatz der Gebühr, meist 3%, bekommt ein gemeinnütziger Verein der Region. Und die Kundin/ der Kunde, der seine Euro in Regios eingetauscht hat, kann den Verein bestimmen, der begünstigt wird. Dies hat den Effekt, dass die Vereine bei ihren Mitgliedern Werbung für die Nutzung des Regios machen, da sie dadurch eine kleine Einkommensquelle erschließen können. Die Auszahlung der Begünstigung erfolgt wiederum in Regios, damit auch die Vereine das regionale Wirtschaften unterstützen.

3. Leistungsgedecktes Regiogeld

Das leistungsgedeckte Regiogeld ist von seiner Funktionsweise den Tauschringen ähnlich, legt jedoch wie die eurogedeckten Regiogelder besonderen Wert auf die Einbeziehung der Unternehmen einer ganzen Region. Der Wertmaßstab ist wie bei der eurogedeckten Variante 1:1 an den Euro angelehnt.

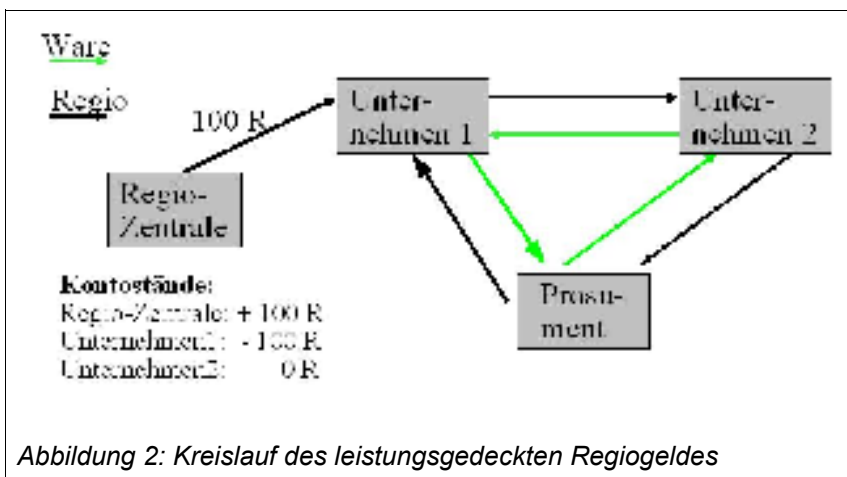


Abbildung 2: Kreislauf des leistungsgedeckten Regiogeldes

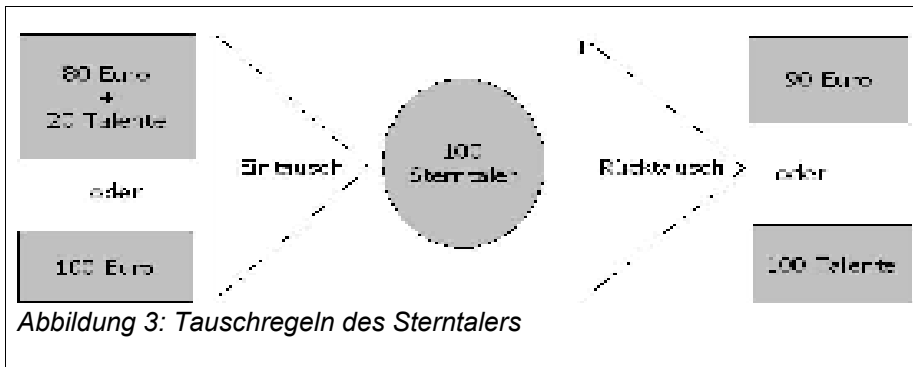
Die Regio-Gutscheine kommen in Umlauf, indem die Regio-Zentrale die Gutscheine an einen Teilnehmer/eine TeilnehmerIn herausgibt. Diese/r gibt im Gegenzug ein Leistungsversprechen, die Gutscheine zu einem späteren Zeitpunkt zurückzuzahlen, wenn sie aus dem Regiogeld-System aussteigen wollten. Dieses Leistungsversprechen äußert

sich in einem negativen Kontostand im zentralen Verrechnungssystem. Die Regio-Zentrale legt einen Kreditrahmen fest, wie viele Gutscheine ein Teilnehmer/ eine Teilnehmerin bekommen können. Dabei handhaben die verschiedenen Initiativen die Kreditwürdigkeit unterschiedlich: Bei manchen Initiativen können nur Unternehmen Regios von der Zentrale erhalten, bei anderen auch Einzelpersonen. Z.T. wird bei der Kreditwürdigkeit auch die Akzeptanzquote, mit der Unternehmen die Regios für Zahlungen akzeptieren, und/oder die Anzahl der MitarbeiterInnen des Unternehmens berücksichtigt.

4. Mischformen

Es gibt inzwischen mehr und mehr Initiativen, die Regiogeld mit verschiedenen Deckungsarten anbieten. So gibt es z.B. zwei Arten von Volmetaler-Regios – die leistungsgedeckten Gutscheine unterscheiden sich nur durch einen zusätzlichen Aufdruck von den eurogedeckten und sind nicht rücktauschbar. Der Urstromtaler ermöglicht in einem leistungsgedeckten System den Eintausch von Gutscheinen gegen Euro. Möchte man anschließend welche zurücktauschen, benötigt man eine eigens ausgestellte Quittung. Der Rücktausch in Euro ist nur in der Gutschein-Höhe möglich wie ein Eintausch

von Euro erfolgt ist. Dabei wird ebenso ein Regionalbeitrag berechnet.



Der Sterntaler arbeitet mit zwei verschiedenen Währungen, dem eurogedeckten Sterntalern und dem leistungsgedeckten Talenten. Bei regelmäßigem Eintausch von Euro in Regio können 20% der Sterntaler in Talenten

bezahlt werden. Ebenso ist ein Rücktausch in Talente möglich, wobei die Rücktauschgebühr entfällt.

5. Der Umlaufimpuls

Der Umlaufimpuls ist eine weiteres Gestaltung-Element der Regiogelder. Es handelt sich dabei um eine zeitliche Abwertung, die zwischen 4 und 12 % pro Jahr liegt.



Abbildung 4: Felder für die Verlängerung des Regios durch Marken

Die Gutscheine laufen ab und werden nach dem Ablauf entweder über eine Marke verlängert oder komplett erneuert, nachdem der/die Besitzer/in eine Gebühr entrichtet hat. Dadurch gibt jede/r, die/der Regios im Geldbeutel hat, diese vor den Euros aus. So hat auch eine geringere Menge von Gutscheinen einen hohen Umsatz bei den Unternehmen zur Folge. Daneben hat dieser Mechanismus das Ziel, langfristig zinsgünstige bzw. zinsfreie regionale Kredite zu ermöglichen, indem Menschen, die mehr Regios haben als sie benötigen, die Möglichkeit erhalten, diese fest anzulegen, wodurch der Umlaufimpuls

entfällt. Beim elektronischen Chiemgauer wird der Umlaufimpuls tagesgenau berechnet, wobei er erst nach einer Liegedauer von 30 Tagen anfällt.

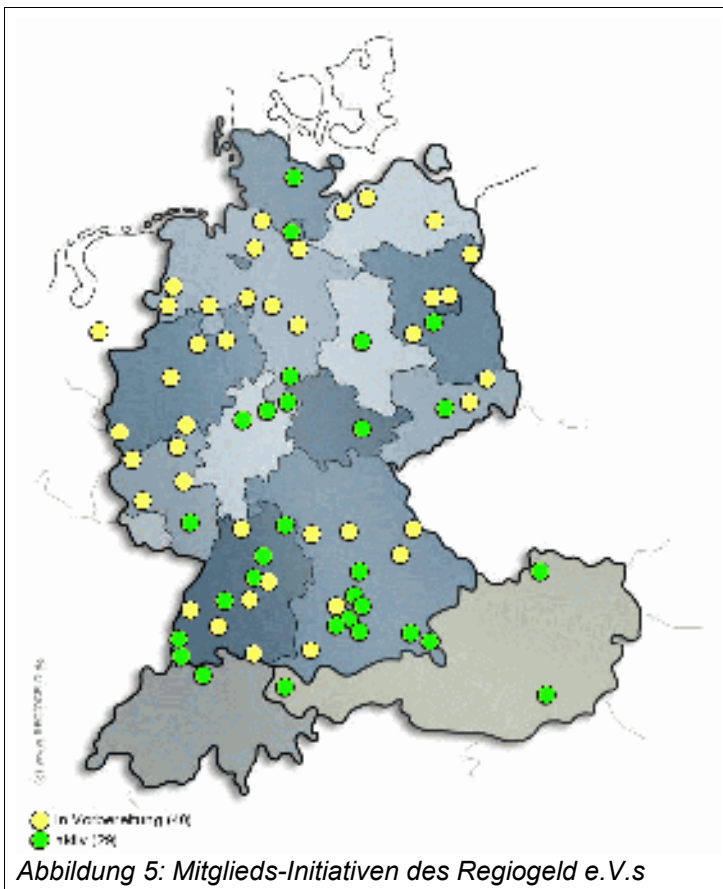
6. Ziele

Die Regiogeld-Initiativen haben sich im Rahmen ihres Verbandes „Regiogeld e.V.“ auf folgende gemeinsame Wertestandards geeinigt, die stetig weiterentwickelt werden:² Sie gestalten die Regiogelder so, dass das Gemeinwohl in der Region im Sinne einer nachhaltigen Regionalentwicklung gefördert wird. Regionale Wirtschaftskreisläufe, in denen regional vorhandene Ressourcen genutzt werden, werden über den Aufbau von Beziehungen des Gebens und Nehmens gefördert. Ansatzpunkt hierfür ist die Vernetzung kleiner und mittelständischer Unternehmen, die 75% der Arbeits- und Ausbildungsplätze stellen.

Die Initiativen verpflichten sich auf Transparenz der Systeme und Finanzen gegenüber ihren Mitgliedern und haben demokratische Organisationsstrukturen, die Einfluß auf die Gestaltung des Regiogeldes zulassen. Kooperative Strukturen werden innerhalb der Region sowie an den Regionsgrenzen angestrebt.

² Die aktuelle Formulierung der Wertestandards findet sich unter <http://www.regiogeld.de/149.0.html>

7. Verbreitung



Inzwischen gibt es im deutschsprachigen Raum 29 Initiativen, die Regiogeld herausgeben (grüne Punkte auf der Karte) und 40 Initiativen, die eine Herausgabe vorbereiten (gelbe Punkte). Diese haben sich seit Februar 2006 im Regiogeld e.V., dem Dachverband der Regiogeld-Initiativen organisiert und vertreten die gemeinsamen Werte. In den 29 Initiativen laufen Regios im Wert von knapp 1.000.000 Euro um. 2.500 Unternehmen akzeptieren es. Unterstützt werden die Initiativen von zahlreichen Organisationen, u.a. von dem Omnibus für direkte Demokratie e.V., dem Umweltverein Grüne Liga Berlin e.V., der GLS-Bank, einer Bank für sozial-ökologische Geldanlagen und der Europäischen Akademie der Wissenschaften, die im neuen Club-of-Rome-Bericht die Rolle des Geldes und der Finanzmärkte auf eine nachhaltige Entwicklung beleuchtet.

5. Fazit

Regiogeld hat große Potentiale, andere Initiativen und Projekte der Region zu vernetzen, da es ein Tauschmittel ist, welches die regionale Kommunikation fördert, so dass Synergieeffekte entstehen können. So gab es in der Region des Chiemgauers bis vor kurzem keine Produktion von Säften, obwohl regionales Obst zur Verfügung stand, so dass Saft nicht mit Chiemgauern bezahlt werden konnte. Nun hat sich eine Mosterei für Biosäfte gegründet, deren Säfte schnell in allen Chiemgauer-Betrieben zu finden waren, da sie eine neue Ausgabemöglichkeit für Chiemgauer darstellten.

Die Entwicklung eines Regiogeld-Systems ist allerdings aufwendig und erfordert viel ehrenamtliches Engagement und eine effiziente Bewältigung des Verwaltungsaufwandes. Ein Regiogeld ist um so einfacher einzuführen, wie regionalen Wirtschaftsstrukturen noch vorhanden sind – und um so dringender erforderlich, je stärker diese bereits verschwunden sind. Jede und jeder kann jetzt anfangen, die existierenden regionalen Initiativen durch die Nutzung des Regios zu unterstützen, damit auch der Nächste wieder regional einkauft und wir in Zukunft in regionalen Gemeinschaften leben, die ihr Umfeld selbstbestimmt und lebensfreundlich gestalten.

4. Forschungsergebnisse

Bislang sind sechs Diplomarbeiten entstanden, in denen die Initiativen begleitend beforscht wurden. Vier dieser Arbeiten bezogen sich auf die Chiemgauer-Initiative, so dass im Folgenden nur auf diese Bezug genommen wird. Der Chiemgauer entwickelte sich im Laufe seines vierjährigen Bestehens positiv:

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Unternehmen	100	250	380	550	600	610
Verbraucher	130	380	700	1097	1337	1992
Vereine	5	15	50	98	158	204

Sowohl die Zahl der Unternehmen als auch der Verbraucher, die den Chiemgauer nutzen, stieg jedes Jahr an, ebenso wie die Menge an Gutscheinen, die sich im Umlauf befinden. Ende 2008 befanden sich Gutscheine im Wert von 150.000 Euro im Umlauf sowie beim elektronischen Chiemgauer, der in Kooperation mit Banken im Juni 2006 eingeführt wurde, Bankguthaben von 150.000 Euro.

Für die Wirkung, die die umlaufende Chiemgauer-Menge entfaltet, ist ausschlaggebend, wie oft sie vor dem Rücktausch in Euro weitergegeben werden, was nur über eine Befragung der Unternehmen festgestellt werden kann. 2004 wurde bei den Unternehmen eine Rücktauschquote von 50% ermittelt³, 2006 ergab sich bereits eine Rücktauschquote von 33 %⁴, 2008 eine Rücktauschquote von 30%. Damit wird der Chiemgauer mehr als doppelt so schnell weitergegeben wie der Euro, also ca. 16 x pro Jahr. Daraus ergibt sich ein Umsatz von gut 3 Mio. Chiemgauern im Jahre 2008.

Auch die Spenden an Vereine durch den Chiemgauer nehmen jedes Jahr zu. Insgesamt sind seit dem Beginn der Initiative über 100.000 Chiemgauer als Begünstigung an die teilnehmenden Vereine geflossen.

25% der Chiemgauer-Unternehmen gaben 2004 an, durch den Chiemgauer Neukunden gewonnen zu haben, 75% bestätigten Kundenbindungseffekte. 2006 bezifferten die Unternehmen die Anzahl der gewonnenen Neukunden durchschnittlich auf 6. Diese Anzahl wurde durch eine Befragung 2008 bestätigt.

Bei einer Befragung von Verbrauchern, die den Chiemgauer nutzen, gaben 93% an, bewußter regionale Produkte zu kaufen, 70% hatten mehr Freude am Kaufen und 86% sahen keinen oder kaum Mehraufwand durch die Nutzung des Chiemgauers. 90% haben durch den Chiemgauer neue Produkte in der Region entdeckt, 98% sahen eine positive Wirkung auf Vereine gegeben und die Verlängerungsmarken wurden von 81% als sinnvoll erachtet.⁵ Von den Unternehmen erachteten sogar 85% die Verlängerungsmarken für sinnvoll.

³ Herrmann, Muriel (2005): Potentiale von Regionalgeld-Initiativen als Multiplikatoren einer nachhaltigen Entwicklung. Diplomarbeit. Universität Lüneburg

⁴ Diplomarbeit im Entstehen an der Universität München

⁵ Meßenzehl, Doris (2005): Der Chiemgauer – Ein Instrument der Regionalentwicklung mit Zukunft? Erstellung eines Stimmungsbildes der Regionalwährung aus Sicht der Bevölkerung. Diplomarbeit. Universität Wien.