

Der Traum vom eigenen Geld

Über 30 Regionen Deutschlands handeln mit eigener Währung. Sie heißen Urstromtaler, Chiemgauer oder Landmark, sie werden vor allem von Kleinunternehmen genutzt, sind aber nicht unumstritten

TEXT BEATE TYRON

mal ehrlich – haben wir nicht alle schon einmal davon geträumt, eigenes Geld zu drucken? Und hat nicht jeder mal als Kind Kaufmannsladen gespielt, fröhlich ein Schächtelchen Waschpulver oder ein knusprig braun bemaltes Gipsbrot für Phantasiegeld erstanden? Rechtsanwalt Frank Jansky hat sich diese Freude einfach ins Erwachsenenleben zurückgeholt. Jansky erfand sein eigenes Geld. Und er ist nicht allein. 33 Regionalwährungen gibt es derzeit in Deutschland, über vierzig weitere sind in Planung, so eine aktuelle Studie des Leibniz-Instituts für Länderkunde.

Die Welt der Regios ist bunt, bunt wie das Papier, auf dem sie gedruckt sind: Sie tragen lustige Namen wie »Augusta«, »Havelblüte«, »Sterntaler«, »Kann-Was« oder »Roland«. Regios gibt es als Minivarianten nur für einen Stadtteil bis hin zur Währung für ein ganzes Bundesland. Mal können sie eins zu eins gegen Euros eingetauscht werden, und dann gibt es Systeme, wo Leistungen mit Regios über ein Quittungssystem, also bargeldlos, zu verrechnen sind. Was aber allen gemein ist – sie funktionieren als Netzwerk zwischen Menschen in einem bestimmten lokalen Raum.

Bei Frank Jansky war der Schritt zur eigenen Währung gewissermaßen eine soziale Notwendigkeit. Immer wieder kam es vor, dass Klienten nicht flüssig waren, das Anwaltshonorar schuldig blieben. »Sollte ich denen einen Gerichtsvollzieher auf den Hals hetzen? Als Anwalt in einer ländlichen Region kann ich es mir mit den Leuten doch nicht verderben.« Also setzte sich Jansky mit seinen Schuldnern, angefangen vom Bäcker bis zum Automonteur, zusammen. Brötchen und Ölwechsel gegen Anwaltshonorar – der Tauschhandel war schnell ausgemacht. Aus dieser simplen Idee entwickelte sich schließlich der Urstromtaler, eine Regionalwährung für Sachsen-Anhalt. Jansky & Co. gründeten eine Genossenschaft, die Urstromtaler wie eine Bank druckt und verleiht, zinslos. Jansky lässt sich inzwischen seinen anwaltlichen Rat gern komplett in Urstromtalern auszahlen. Die trägt er zum Bioladen um die Ecke, um Gemüse und Käse zu kaufen. Und der Bioladen-Besitzer kann damit vielleicht seinen Friseur bezahlen. So funktioniert eine Regionalwährung. Dienstleistungen und regionale Produkte werden in der Zweitwährung, der Komplementärwährung, bezahlt. Ein eigenes Geldsystem neben dem Euro also.

»Wir schonen die Euros und haben zusätzlich Geld in der Tasche«, beschreibt Jansky nicht ohne Schadenfreude das Modell. Vielleicht habe nicht

jeder Geld, aber jeder kann etwas. Und diese Leistung kann er dann in Regios auspreisen und anbieten. Klingt nach kleiner Parallelwelt und ist auch so gemeint – eine Alternative zum globalen Finanzmarkt.

Der Phantasie sind dabei keine Grenzen gesetzt. Fliesen legen, Märchen erzählen, PC reparieren, Mundart erlernen – das Internetportal des Thüringer Wirtschaftsring, das auf der Landmark basiert, ist voll solcher Angebote. »Die Landmark kann fast alles, nur eines nicht – auswandern nach China«, beschreibt Alexander Pilling, Mitbegründer der Thüringer Regionalwährung, das erklärte Ziel eines solchen Systems. Also: regionale Wirtschaftskreisläufe stärken. Deshalb wurden die meisten Regionalwährungen auch mit einem so genannten Negativzins ausgestattet, auch Schwundgeld genannt. Das bedeutet: Die Regionalwährung verfällt, wird abgewertet – im Durchschnitt halbjährlich um sechs Prozent. »Den Euro kann man sparen, die Landmark hingegen soll schnell wieder ausgegeben werden, dass möglichst viele etwas davon haben.«

Das allerdings erfordert eine gewisse Anzahl von Regiogeld-Enthusiasten in einem Gebiet und Unternehmer, die das akzeptieren. Je mehr am Ende mitmachen, desto attraktiver wird das Ganze.

In Thüringen hat sich die Idee von

der eigenen Währung aus einem kleinen regionalen Landmark entwickelt, der bis heute viermal pro Jahr stattfindet. Regionale Erzeuger wie Ökowerbauer, Filzfrau, Imker, Marmeladenkocherin organisierten sich so alternative Absatzmöglichkeiten. »Schnell hatten wir die Idee, ein spezielles Geld zu entwickeln, mit dem dann alle Anbieter hier handeln. So haben auch die Besucher den Anreiz, dieses Geld gleich wieder vor Ort auszugeben«, erinnert sich Alexander Pilling. Die Landmark war geboren. Das ist vier Jahre her. Bis heute zählt der Thüringer Wirtschaftsring 83 Mitglieder und befindet sich damit im guten Mittelfeld der Regiowährungs-Subsysteme.

Pilling verfügt dank Landmark inzwischen über einen kleinen, aber feinen Kundenstamm, der seinen Obstwein brav für Regios kauft. Für ihn funktioniert die Idee prima. Christiane Daum hat ein Schuhgeschäft im thüringischen Eisenberg, das auch zum Landmark-Gebiet gehört. Bei ihr können Schuhe zum Teil in der Regionalwährung bezahlt werden. Der Andrang hält sich jedoch in Grenzen. »Ein bisschen Idealismus gehört schon dazu.« Der Landmark-Umsatz im Schuhladen ist eher symbolisch. Es sei schwer, die Leute davon zu überzeugen, dass die Landmark eine gute Sache ist. Die meisten ihrer Kunden, sagt Christiane Daum, denken gar nicht darüber nach, wo ihr Geld bleibe. Dass ansässige Geschäftsleute deswegen oft im Wettbewerb mit Großmarktketten unterliegen, begreifen viele nicht. Vielleicht seien aber auch Schuhe einfach nicht das richtige Regionalgeld-Produkt.

Birte Nienaber, Juniorprofessorin an der Uni Saarbrücken, hat seit Jahren immer wieder Regionalwährungen wissenschaftlich untersucht. Sie sagt, Regionalgeld-Akteure brauchen auf jeden Fall einen langen Atem. Der Erfolg einer Initiative hänge vor allem von charismatischen Persönlichkeiten ab, die eine Region für so eine Idee begeistern können. Außerdem bedürfe es einer kleinteiligen Wirtschaftsstruktur mit vielen verschiedenen Angeboten regionaler

Regionalgeld wird den Euro nicht verdrängen, hat die erste Experimentierphase aber immerhin überstanden



Produkte, damit der Regio überhaupt Sinn mache. Anfangs sei auch sie von der Idee des Regiogeldes ja sehr begeistert gewesen, inzwischen aber sehe sie es nüchtern: Regiogeld ist eine von vielen Möglichkeiten, auf regionaler Ebene miteinander ins Gespräch zu kommen, ein Netzwerk zu bilden. »Letztlich würde es ein gut funktionierender Kneipenstammtisch vielleicht aber auch tun.«

»Regionalgeld ist ein erklärungsbedürftiges Produkt«, konstatiert etwas entnervt auch Gerhard Weber aus Pfaffenweiler im Schwarzwald. Seit zwei Jahren versucht der Berufsschullehrer für Betriebswirtschaftslehre und Religion, vor der Haustür Regiogeld zu installieren. Gerade wurde die Einführung auf 2009 verschoben. Zu wenige Geschäftsleute ließen sich bisher von der Idee überzeugen. 25 hat Weber auf seiner Liste, 200 sollen es sein, bevor die Geldscheine, die hier mundartlich und Identität stiftend »Gwinner« heißen sollen, in den Druck gehen. Dabei haben sich Weber und seine Mitsstreiter wirklich Mühe gemacht. Sie haben gedichtet: »Mit dem Euro fahre fort, mit dem Gwinner zahl vor Ort.« Aus einer bekannten Volksweise machten sie: »Gwinner, Gwinner, du musst wandern, von dem Fachgeschäft zum andern, auch das Handwerk ist erfreut, denn der Gwinner bringt ihm Leut ...« So einleuchtend die Philosophie auch klingt, so mühsam ist sie doch dem Durchschnittsbürger zu vermitteln.

Dabei müsste es spätestens jetzt bei vielen klingeln, wundert sich Weber angesichts der aktuellen Finanzmarktkrise. »Hätten wir weltweit viele kleine Regiowährungen, hätte es diesen Kollaps nicht gegeben.« Denn Regionalwährungen sind abgekoppelt vom globalen Finanzmarkt, da hinter ihnen auch immer eine konkrete Leistung vor Ort stünde. Eine Meinung, die weit verbreitet ist in der Regiogeld-Community.

»Mit dem Regionalgeld löst man solche Probleme nicht«, erteilt DGB-Chefökonom Dierk Hirschel dem Ganzen eine Abfuhr. »Das ist grundsätzlich Humbug.« Zwar sei das Engagement lobenswert, da sich hier Leute selbst organisierten, strukturell aber würden Regionalgeld-Initiativen verpuffen. »Solche Modelle blühen in Krisenzeiten auf, weil sie aus der Not heraus geboren sind – in Wachstumszeiten verschwinden sie wieder.«

Gwinner-Chef Gerhard Weber glaubt jedoch an seinen Traum. Er hat seine ganz privaten Euro-Ersparnisse in das Projekt vom eigenen Geld gesteckt. Aus Idealismus. Überzeugungsarbeit ist ehrenamtlich, ein Großteil seiner Freizeit geht dabei drauf. Weber sieht sein Tun durchaus als Mission: »Unsere Welt sähe morgen anders aus, wenn wir bewusst unsere Geldströme lenkten, wenn wir

unsere Konsumenten-Macht nicht aus der Hand geben würden.« Regionalgeld-Macher verstehen sich also durchaus als alternative Avantgarde in der Konsumgesellschaft.

»Dem ALDI-Albrecht wollen wir wirklich nichts Gutes tun.« Christian Gellerie, Erfinder des Chiemgauer ganz im bayrischen Süden Deutschlands, steht dazu, dass Regionalgeld-Initiativen auch immer bewusste Arbeit in den Köpfen leisten wollen. Sein Geld solle keiner Großbank und keinem Großkonzern zugute kommen, sondern dem Unternehmer von nebenan. Gellerie lebt diese Philosophie. Besser gesagt: Er kann sie leben. Denn der Chiemgauer, der einst als Mini-Schülerfirma unter Leitung des Informatiklehrers Gellerie an einer Walldorfschule startete, ist innerhalb von fünf Jahren zum Vorzeige-Projekt der deutschen Regio-Gemeinde geworden. Rund 3000 Menschen nutzen den Chiemgauer inzwischen regelmäßig als Zahlungsmittel, in der Region um Rosenheim wird über Chiemgauer 2008 wohl ein Umsatz von drei Millionen Euro generiert. Zahlen, die der Regiogeld e.V., Dachverband der Regionalwährungs-Initiativen, bestätigt.

Und Gellerie ist wahrscheinlich der Einzige, den seine Idee inzwischen richtig finanziert. Das Projekt ist so groß geworden, dass er als hauptamtlicher Geschäftsführer fungiert, Monatsgehalt – eintausend Chiemgauer. »Davon kann ich alle laufenden Kosten vor Ort bestreiten – angefangen von Lebensmitteln, über die Wohnungseinrichtung bis zur Zahnarztrechnung.« Denn vor Gelleries Haustür ist vieles für Chiemgauer zu haben. Weit über 600 Unternehmen machen inzwischen beim Regiogeld mit. Was Gellerie sonst noch zum Leben braucht, verdient er sich – in Euro – als Experte und Berater in Sachen Regionalgeld quer durch die Republik.

Wer jetzt frohlockt und denkt, mit Regiogeld lasse sich der Fiskus elegant umgehen, muss leider enttäuscht werden. Alle Regio-Einnahmen sind ganz normal zu versteuern. Wenn also Christian Gellerie sein Sofa mit Chiemgauern bezahlt, packt der Möbelverkäufer diese Summe in Euro in seine Kasse, gewissermaßen aus dem eigenen Portemonnaie. Dafür hat er nun selbst Chiemgauer, die er woanders wieder loswerden kann.

Eine Umfrage in der Chiemgauer-Region hat ergeben, dass im Schnitt trotzdem nur ein ganz geringer Teil des Umsatzes tatsächlich über die regionale Zweitwährung läuft, der Chiemgauer aber zur Imagepflege und Kundenbindung beiträgt. Auch wenn das Regionalgeld eher eine Marginalie bleiben wird, sagt Gellerie: »Gemessen am sozialen Wohlbefinden ist das Projekt gelungen.« ■