

# ***DER CHIEMGAUER – EINE REGIONALWÄHRUNG***



# Ignaz-Günther-Gymnasium Rosenheim

Kollegstufenjahrgang 2008/2010

## FACHARBEIT

aus dem Fach

### Wirtschaft und Recht

Thema: <i>Der Chiemgauer</i> – eine Regionalwährung
---

Verfasserin der Facharbeit: Anna Summerer  
Leistungskursbezeichnung: Wirtschaft und Recht  
Kursleiterin: OStRin Brigitte Eschbaum  
Abgabetermin: 29.01.2010

Abgegeben am: .....

Mündliche Prüfung abgelegt am: .....

Erzielte Punkte der schriftlichen Arbeit: .....

Erzielte Punkte der mündlichen Prüfung: .....

Gesamtpunktzahl: .....

Doppelte Wertung: .....

Aus der einfachen Wertung: .....

ergibt sich für die Gesamtleistung die Note ....., in Worten: .....

Unterschrift der Kursleiterin: .....

# Inhaltsverzeichnis

# Seite

Vorwort	3
1. <u>Geld – Regionalisierung: Regionalwährung – Regio(nal)geld</u>	5
1.1 Geld – Regio(nal)geld: Zahlen und Fakten	5
1.2 Regiogeld: eine Definition	6
1.3 Mittel zur Verwirklichung der Ziele von Regiogeld	7
2. <u>Das Schwundgeld von Wörgl</u>	9
2.1 Die Wirtschaftskrise von 1929 als Anlass zur Entwicklung dieses Geldes	9
2.2 Die Theorie des Ökonomen Silvio Gesell als Grundlage des Schwundgeldes	10
2.3 Die regionale Wirkungsweise des Schwundgeldes – ein Schlüssel zur Lösung von Problemen in der Wirtschaftskrise?	11
2.4 Das Schwundgeld von Wörgl als Ursprung und Vorläufer der modernen Regionalwährungen?	14
3. <u>Die Regionalwährung Der Chiemgauer von seiner Entstehungsphase bis zur Gegenwart</u>	16
3.1 Gründung an der Waldorfschule in Prien am Chiemsee	16
3.2 Beweggründe und Absichten zur Entwicklung dieser Regionalwährung in Form eines Schülerunternehmens	18
3.3 Das System des Chiemgauers	21
3.4 Nutzen für die Teilnehmer	28
3.5 Wirkungen und Effekte	31
4. <u>Der Chiemgauer – Erfolg oder Misserfolg?</u>	32
4.1 Die Verwirklichung der Ziele und Absichten dieser Regionalwährung am Fallbeispiel des Gemeindebereiches Stephanskirchen	32
4.2 Zukunftsaussichten des Chiemgauers	35
Quellenverzeichnis	37
Abbildungsverzeichnis	39
Erklärung zur Facharbeit	40
Anhang	41

## Vorwort

Die weltweite Finanz- und Wirtschaftskrise hat seit dem Jahr 2008 viele Länder der Erde in eine Rezession gerissen. Auch Deutschland war und ist durch den zurückgehenden Export davon betroffen.

Vor allem in solchen Zeiten ist das Thema Geld und Finanzen höchst brisant. Die Angst vor Arbeitslosigkeit und Inflation steigt. Es betrifft jeden Bürger, besonders, wenn sich – wie es auch schon 1929 der Fall war – aktuell aus einer globalen Finanzkrise eine weitreichende Wirtschaftskrise entwickelt.

Wirtschaftlich erfolgreiche Regionen werden aufgrund ihrer Exportabhängigkeit schnell in eine Rezession gestürzt. Die exportierenden Unternehmen stellen Mitarbeiter aus, vergeben weniger Aufträge an die regionalen Unternehmen, die wiederum ihre Mitarbeiter entlassen müssen.

Durch die ansteigende Arbeitslosigkeit schwindet die bisherige Kaufkraft in der Region und die nicht von der Arbeitslosigkeit betroffene Bevölkerung spart aus Angst vor der Zukunft. Diese beiden Aspekte führen zu geringerem Umsatz bei Unternehmen und zu weiterer Arbeitslosigkeit.

Diese Abwärtsspirale gilt es zu durchbrechen, wenn auf regionaler Ebene die Wirtschaftskrise bekämpft werden soll. Ein wesentliches Ziel ist es folglich, die Arbeitslosigkeit in den kleinen und mittleren Unternehmen in der Region zu verhindern, denn hier gibt es die meisten Arbeitsplätze und damit auch die meiste Kaufkraft. Zusätzlich muss dafür gesorgt werden, dass die potenzielle Kaufkraft auch in den Wirtschaftskreislauf fließt und nicht gespart wird.

Geld soll im Umlauf sein und nicht gehortet werden, die Kaufkraft muss in der Region gehalten werden, damit die Betriebe und Unternehmen einer Umgebung durch eine gute Auftragslage Arbeitsplätze schaffen und aufrecht erhalten können.

Der Weg aus der Massenarbeitslosigkeit einer Region und damit vielleicht aus der Krise kann möglicherweise auch durch eine regionale Komplementärwährung realisiert werden, die aber nicht nur in diesem Bereich ihren Nutzen hat: Meist werden neben wirtschaftlichen Zielen, auch soziale und ökologische Absichten verfolgt.

Um das Thema Regionalwährungen anhand des Chiemgauers darzustellen, ist es nötig Schwerpunkte zu setzen:

Die Erläuterungen zum Thema Geld und Regionalgeld sollen als Einstieg in das Thema dienen. Hierbei erscheint es mir wichtig, zu verstehen, was ein Regionalgeld bezwecken soll.

Im zweiten Abschnitt möchte ich einen frühen Vorläufer von Regionalwährungen in den Mittelpunkt stellen, sowie Bezüge und Parallelen zur heutigen Zeit herstellen.

Den Chiemgauer und seine Entwicklung schildere ich ausführlich im dritten Teil. Wichtig ist mir bei diesem Gliederungspunkt, dass das System dieser Regionalwährung ausführlich dargestellt ist. Aber auch auf die Absichten, nicht nur in wirtschaftlicher Sicht, sondern auch von pädagogischer Seite her, gehe ich genauer ein.

Die Fakten und Zahlen in 3.5 sollen lediglich einen kurzen Einblick bieten, ohne dies zu vertiefen. Des Weiteren verzichte ich darauf, die genaue Entwicklung der Vereinsgeschichte des *Chiemgauer regional e. V.* zu erläutern, um der Entstehung, dem System und dem Nutzen mehr Platz einräumen zu können.

Im letzten Abschnitt meiner Arbeit zeige ich am Beispiel der Gemeinde Stephanskirchen die Wirkungsweise des Chiemgauers, weil es wichtig ist, nicht nur über die Theorie informiert zu sein, sondern auch einen Eindruck aus der Praxis, aus dem täglichen Umgang mit der Regionalwährung zu bekommen.

Der Ausblick in die Zukunft des Chiemgauers soll Denkanstöße geben.

# 1. Geld – Regionalisierung: Regionalwährung, Regio(nal)geld

Am 01. Januar 2002 wurde der Euro als Bargeld eingeführt und mittlerweile dient er 16 der 27 EU-Länder als offizielles und gesetzliches Zahlungsmittel.<sup>1</sup> Der Euro löste die Währungen in den verschiedenen Ländern (wie z. B. die Deutsche Mark und den Schilling in Österreich) ab und verband sie zu Staaten mit einer einheitlichen Währung.

Neben dieser Zentralwährung, die jede Volkswirtschaft, jeder Staat benötigt, gibt es eine Vielzahl von sogenannten regionalen Komplementarwahrungen. Das sind Zweitwahrungen, die ergänzend zur nationalen Währung in Regionen und als spezielle Unterstützung für das jeweilige Gebiet wirken.

## 1.1 Geld – Regionalgeld: Zahlen und Fakten

Im deutschsprachigen Raum gibt es zur Zeit 29 Initiativen, die Regiogeld ausgeben und 40 Initiativen, die eine solche Ausgabe planen und vorbereiten.

Die vorhandenen Regiogeld-Initiativen erreichen einen Umlauf von Regios im Wert von fast 1.000.000 Euro und rund 2.500 Unternehmen akzeptieren das Regiogeld.<sup>2</sup>

In Deutschland zählen momentan der *Sterntaler* aus Ainring (bestehend seit 01. April 2004<sup>3</sup>) und der *Chiemgauer* aus Prien am Chiemsee<sup>4</sup> (bestehend seit 01. Januar 2003<sup>5</sup>) zu den bekanntesten, erfolgreichsten und am meisten verbreiteten Regionalwährungen.

---

<sup>1</sup> vgl. Deutsche Bundesbank, Geld und Geldpolitik, S. 94

<sup>2</sup> vgl. [http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld\\_in\\_Kuerze\\_-\\_Regiogeld-Typen.pdf](http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld_in_Kuerze_-_Regiogeld-Typen.pdf); S. 4; 08.01.2010

<sup>3</sup> vgl. Rösl, Regionalwährungen in Deutschland – Lokale Konkurrenz für den Euro?, S. 2

<sup>4</sup> vgl. [http://de.wikipedia.org/wiki/Regiogeld#Heutige\\_Initiativen](http://de.wikipedia.org/wiki/Regiogeld#Heutige_Initiativen); 08.01.2010

<sup>5</sup> vgl. Rösl, Regionalwährungen in Deutschland – Lokale Konkurrenz für den Euro?, S. 2

## 1.2 Regiogeld: eine Definition

Wenn man sich nun mit der Thematik *Währung* beschäftigt und auf den Begriff der regionalen Komplementärwährung stößt, fragt man sich natürlich, was solch eine Zweit- oder Regionalwährung ist.

Um begreifen zu können, was man unter einer Regionalwährung (auch Regio(nal)geld genannt) versteht, hilft es zunächst, sich die folgende Definition zu verdeutlichen:

*„Regiogeld (auch Regionalgeld) ist ein zwischen Verbrauchern, Anbietern, Vereinen und Kommunen demokratisch vereinbartes Medium, das innerhalb einer Region als Zahlungs-, Investitions- und Schenkungsmittel verwendet wird und auf Grundlage eines global entwickelten Wertestandards mit anderen sozialen Institutionen auf horizontaler (z. B. andere Regiogelder) und vertikaler Ebene (andere wertschöpfungsfördernde Systeme in der Region) so assoziiert wird, dass sich der Lebensstandard in der Region auf Dauer positiv entwickelt.“<sup>6</sup>*

Diese Definition sagt uns also, dass ein Regionalgeld ein *Geld* ist („*demokratisch vereinbartes Medium*“), das auf eine Region begrenzt als Verrechnungsmittel dient und für die Funktionen von Geld verwendet wird („*als Zahlungs-, Investitions- und Schenkungsmittel verwendet wird*“). Bei diesem System nehmen Unternehmen, Verbraucher, Vereine und Kommunen teil. Das *Geld* verfolgt bestimmte Ziele („*auf Grundlage eines global entwickelten Wertestandards*“) und vernetzt sich zum Beispiel mit anderen Regionalwährungen („*horizontaler (...) Ebene*“).

Des Weiteren ist eine Regionalwährung darauf ausgerichtet, dem Grad der Lebensverhältnisse und –umstände in einer Region eine positive Entwicklung zu verschaffen, d. h. also, dass Regiogeld dem Allgemeinwohl dienen soll („*(...), dass sich der Lebensstandard in der Region auf Dauer positiv entwickelt.*“).

---

<sup>6</sup> [http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Assoziative\\_Wirtschaftsraeume\\_01.pdf](http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Assoziative_Wirtschaftsraeume_01.pdf); S. 6; 08.01.2010

Warum aber existiert nun eine solche Regionalwährung, wenn es doch eine nationale, zentrale Währung wie den Euro oder den Dollar gibt?

Diese Frage lässt sich beantworten, wenn man sich die Satzung des *Chiemgauer e. V.* vor Augen führt: Als Kernziele definiert der Verein die „*Freude des Einzelnen, regionale Wirtschaftskreisläufe zu fördern und kreativ zu gestalten*“<sup>7</sup> und das „*Unterstützen von gemeinnützigen regionalen und interkulturellen Projekten vor allem in den Bereichen Bildung, Kultur und Ökologie*“<sup>8</sup>.

Durch die regionalen Wirtschaftskreisläufe will man erreichen, dass die eigene Umgebung nachhaltig entwickelt wird, indem man eine erhöhte regionale und weniger überregionale Wertschöpfung fördert. Die eigenen Ressourcen sollen also verstärkt genutzt, Arbeitsplätze in der Gegend erhalten werden.

Regionale Netzwerke sollen entstehen und diese können das Bewusstsein der Bürger für ihre Region und für die dortigen Wirtschaftsstrukturen schärfen. Es wird angestrebt, dass jeder einzelne Bürger ein Verantwortungsgefühl gegenüber seiner Region hat und, dass Besonderheiten einer Gegend erhalten werden.

Ein anderer Aspekt, der als Ziel gesetzt wird, ist das Erhalten und Schonen der Umwelt.<sup>9</sup>

### 1.3 Mittel zur Verwirklichung der Ziele von Regiogeld<sup>10</sup>

Um all die Ziele, die ein Regionalgeld verfolgen soll, erreichen zu können, haben die Initiativen gewisse Mittel und Eigenschaften:

Die Förderung regionaler Kreisläufe und damit die nachhaltige Regionalentwicklung wird dadurch erreicht, dass die Teilnehmer an der Initiative Wert darauf legen, vor allem untereinander und miteinander zu wirtschaften, dass regionale Produkte abgesetzt werden und, dass die Kaufkraft der Verbraucher und Unternehmer an die Region gebunden wird.

<sup>7</sup> <http://www.chiemgauer.info/uploads/media/ChiemgauerSatzung2009.pdf>; S. 1; 08.01.2010

<sup>8</sup> <http://www.chiemgauer.info/uploads/media/ChiemgauerSatzung2009.pdf>; S. 1; 08.01.2010

<sup>9</sup> vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Regiogeld>; 08.01.2010

<sup>10</sup> vgl. <http://de.wikipedia.org/wiki/Regiogeld>; 08.01.2010

Dies bewirkt, dass Unternehmen ihren regionalen Absatzmarkt erweitern, neue Umsätze erreichen, sowie, dass klein- und mittelständische Unternehmen und die Verbindungen derer gestärkt werden. Neue Arbeitsplätze können geschaffen werden und der soziale Zusammenhalt wird gestärkt.

Der Wirtschaftskreislauf in der Region wird dadurch in Bewegung gehalten, dass Regiogeld ein Ablaufdatum hat.<sup>11</sup>

Die Absicht des Umweltschutzes wird unter anderem durch das Einsparen von Transportwegen erreicht.

Im Großen und Ganzen zeigen sich folgende Merkmale bei Regiogeldern:

Das *Geld* ist an eine Region gebunden. Eine Vernetzung verschiedener Regionalgeld-Initiativen kann eine überregionale Verwendung des Zahlungsmittels ermöglichen.

Ein Regiogeld ist eine regionale Komplementärwährung und existiert deshalb ergänzend zum gesetzlichen Zahlungsmittel. Es besteht keine Pflicht dieses *Geld* zu verwenden und anzunehmen.

Der Wert eines Regios hat in der Regel den entsprechenden Wert der Zentralwährung. Menge und Umlaufgeschwindigkeit werden z. B. durch die begrenzte Gültigkeit der Scheine gesteuert.

Diese und weitere Ziele und Mittel zur Verwirklichung werden in den Wertestandards des Bundesverbandes *Regiogeld e. V.* festgehalten.<sup>12</sup>

---

<sup>11</sup> vgl. <http://www.regiogeld.de/wertestandards.html>; 08.01.2010

<sup>12</sup> vgl. <http://www.regiogeld.de/wertestandards.html>; 08.01.2010

## 2. Das *Schwundgeld* von Wörgl<sup>13</sup>

Formen von Regionalwährungen werden keineswegs erst in der heutigen Zeit als Ergänzung zum gesetzlichen und offiziellen Zahlungsmittel verwendet: Schon um das Jahr 1930 beispielsweise gab es in der österreichischen Gemeinde Wörgl ein *Schwundgeld*.

### 2.1 Die Wirtschaftskrise von 1929 als Anlass zur Entwicklung dieses *Geldes*

Der 24. Oktober 1929 geht als sogenannter *Schwarzer Freitag* in die Geschichte ein: An diesem Tag brachen die überhöhten Aktienkurse an der New Yorker Börse zusammen und die Menschen verursachten durch ihre Panik um die Ersparnisse Liquiditätsschwierigkeiten bei den Geldinstituten. Um die Lage zu verbessern, zogen die USA Kredite und Anleihen aus Europa zurück und die Importzölle wurden erhöht. Diese Maßnahmen der Regierung der Vereinigten Staaten zogen die europäischen Staaten in die Krise hinein und so entwickelte sie sich zur Weltwirtschaftskrise, bis sie 1932 ihren Höhepunkt erreichte.<sup>14</sup>

Auch in der kleinen Tiroler Gemeinde Wörgl im Inntal war in diesem Jahr die Krise massiv spürbar:

Durch Deflation und Hortung zirkulierte immer weniger Geld.

Wegen der hohen Arbeitslosenzahlen verarmten die Bürger und niemand hatte mehr Geld zum Ausgeben. Die Preise mussten aufgrund des niedrigen Konsums gesenkt werden und so wartete jeder Bürger immer auf weitere Preissenkungen anstatt das Geld auszugeben. Der Absatz ging drastisch zurück und viele Unternehmen und Industriebetriebe mussten geschlossen werden, was wiederum die Arbeitslosigkeit unterstützte und zu einer Quote von über 20% führte. Die Wirtschaft ging zu Grunde.

---

<sup>13</sup> vgl. Grashoff, Das Geldwunder von WÖRGL

<sup>14</sup> vgl. C. C. Buchner, Volkswirtschaft, S. 121

Diese wirtschaftliche Situation veranlasste den damaligen Bürgermeister Michael Unterguggenberger (1884-1936)<sup>15</sup> dazu, etwas in seiner Gemeinde Wörgl zu unternehmen. Der ehemalige Eisenbahner und Vertreter der sozialistischen Partei wollte einen neuen Weg einschlagen, mit dem er die Leute dazu bringt, ihr Geld möglichst schnell wieder auszugeben und nicht zu horten. „*Man muss das Geld wieder laufen lehren.*“<sup>16</sup>, sagte Unterguggenberger.

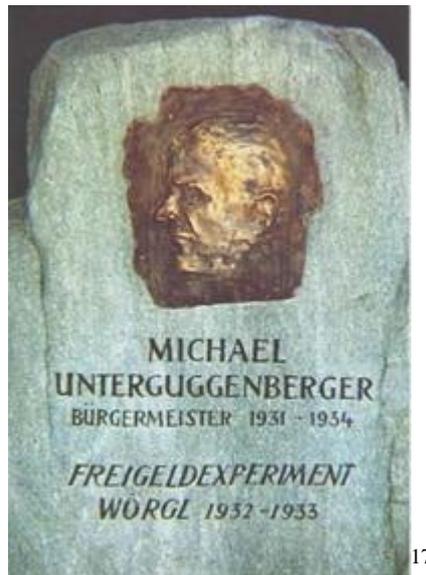


Abbildung 1: Gedenkstein an Michael Unterguggenberger

## 2.2 Die Theorie des Ökonomen Silvio Gesell als Grundlage des *Schwundgeldes*<sup>18</sup>

Bei seiner Idee, die Gemeinde Wörgl aus der Krise zu retten, berief sich Michael Unterguggenberger auf die nationalökonomische Theorie von Silvio Gesell (1862-1930).

<sup>15</sup> vgl.

[http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael\\_unterguggenberger\\_biographie](http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael_unterguggenberger_biographie); 02.01.2010

<sup>16</sup> vgl. Grashoff, Das Geldwunder von WÖRGL

<sup>17</sup> [http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael\\_unterguggenberger\\_biographie/das\\_experiment\\_von\\_woergl/weiterdenken](http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael_unterguggenberger_biographie/das_experiment_von_woergl/weiterdenken); 02.01.2010

<sup>18</sup> vgl. Grashoff, Das Geldwunder von WÖRGL

Dieser gebürtige Deutsche, der in Argentinien als Kaufmann viele Erfahrungen sammeln konnte und 1919 sogar Finanzminister in Bayern war, sah hinter jeder Wirtschaftskrise immer auch eine *Geldkrise*. Das Geld - als unverzichtbares Element bei wirtschaftlichen Tätigkeiten - kann ohne Wertverlust gehortet werden, wohingegen Waren verfaulen und verrotten.

Zudem verlangen die Geldinstitute Zinsen ohne eine Gegenleistung zu erbringen. Der Hortung von Geld und diesem *leistungslosen Einkommen* will Gesell durch *alternde Banknoten*, die an Wert verlieren können, entgegenwirken.

Überflüssiges Vermögen soll ohne Zinserträge bei der Bank *aufbewahrt* werden, wodurch Unternehmer zinslose Kredite aufnehmen können.

Durch ein solches System lassen sich, laut Gesell, die wirtschaftlichen Probleme, wie Arbeitslosigkeit und Inflation, beseitigen und es gibt dann auch keine ungleiche Vermögensverteilung mehr durch Leute, die allein von Geld leben, das sie für sich *arbeiten* lassen.

### 2.3 Die regionale Wirkungsweise des *Schwundgeldes* – ein Schlüssel zur Lösung von Problemen in der Wirtschaftskrise

Unterguggenberger verwirklichte diese Theorie von Gesell, indem er in Wörgl den Schilling durch Arbeitswertscheine, die dann als Tauschmittel dienen sollten, eintauschen ließ; allerdings auf freiwilliger Basis. Bei der örtlichen Sparkasse waren die Schillinge hinterlegt<sup>19</sup>, durch die die Arbeitswertscheine gedeckt waren, so dass Skeptiker ihre Arbeitswertscheine sofort wieder in Schillinge zurücktauschen konnten.

Durch diese Arbeitsbestätigungen wurden Arbeiten in der Gemeinde bezahlt und sie dienten somit als Zweitwährung.

Das Freigeld verlor jeden Monat 1% seines Wertes, dieser Prozentsatz ging als Notabgabe an die Gemeinde. In der Praxis wurde diese Abgabe kenntlich ge-

---

<sup>19</sup> vgl. Dietz, die Drei, S. 35

macht, indem man einen Coupon in jeweils eines der 12 Monatskästchen auf den Arbeitswertscheinen aufklebte.



Abbildung 2: Aufkleben von Coupons auf Arbeitswertscheine

Dadurch, dass das Geld an Wert verlor, gab jeder Bürger seine Scheine möglichst schnell wieder aus, die Umlaufgeschwindigkeit erhöhte sich und somit verursachte man einen vermehrten Güterkauf. Der Umsatz der Geschäfte stieg, die Arbeitslosigkeit konnte gelindert werden und die Gemeindekasse füllte sich.

Der positive Effekt des *Schwundgeldes* und die Sicherheit, die Arbeitswertscheine jederzeit wieder in Schillinge umtauschen zu können, ließen nach kürzester Zeit keine Kritiker mehr übrig und niemand dachte auch nur an einen Rücktausch.

Für dieses Vorhaben ließ sich der Bürgermeister vorab von der Regierung in Wien die Legalität versichern.

In 9 Punkten wurde die praktische Durchführung am 08. Juli 1932 im Gemeinderat von Wörgl verabschiedet. Am Wichtigsten war dabei, dass die Teilnahme an der *Nothilfe Wörgl* freiwillig war.

Die Scheine gab es zu 1 (gelbe Scheine), zu 5 (blaue Scheine) und zu 10 Schilling (rote Scheine), sie trugen die Aufschrift „*Nothilfe Wörgl – bestätigter Arbeitswertschein*“<sup>21</sup> und auf der rechten Seite befanden sich die schon erwähnten 12 Kästchen für die Notabgabe.

<sup>20</sup>[http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael\\_unterguggenberger\\_biographie/das\\_experiment\\_von\\_woergl/der\\_arbeitswertschein](http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael_unterguggenberger_biographie/das_experiment_von_woergl/der_arbeitswertschein); 02.01.2010

<sup>21</sup> Grashoff, Das Geldwunder von WÖRGL



Abbildung 3: Vorder- und Rückseite eines Arbeitswertscheines im Wert von 5 Schilling

Auf der Rückseite der Arbeitswertscheine wurde deutlich an die Bürger appelliert:

*„An Alle!*

*Langsam umlaufendes Geld hat die Welt in eine unerhörte Wirtschaftskrise und Millionen schaffender Menschen in unsägliche Not gestürzt. – Der Untergang der Welt hat (rein wirtschaftlich gesehen) seinen furchtbaren Anfang genommen. –*

*Es ist Zeit, durch klares Erkennen und entschlossenes Handeln die abwärtsrollende Wirtschaftsmaschine zu retten, damit die Menschheit nicht in Bruderkriege, Wirrnisse und Auflösung getrieben werde.*

*Die Menschen leben vom Austausch ihrer LEISTUNGEN. Der langsame Geldumlauf hat den Leistungsaustausch zum großen Teil unterbunden und Millionen arbeitsbereiter Menschen haben dadurch bereits ihren Lebensraum im Wirtschaftsgetriebe verloren. – Der Leistungsaustausch muß daher wieder gehoben und der Lebensraum für alle bereits Ausgestoßenen wieder zurückgewonnen werden.*

*Diesem Ziele dient der Arbeitsbestätigungsschein der Marktgemeinde Wörgl:*

***Er lindert die Not, gibt Arbeit und Brot!***<sup>23</sup>

Aufgrund des Erfolges des *Schwundgeldes* lässt es sich für das damalige Wörgl in jedem Fall als Schlüssel zur Lösung von Problemen in der Wirtschaftskrise bezeichnen. Nicht nur die Arbeitslosigkeit konnte gelindert werden: Durch den

<sup>22</sup>[http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael\\_unterguggenberger\\_biographie/das\\_experiment\\_von\\_woergl/der\\_arbeitswertschein](http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael_unterguggenberger_biographie/das_experiment_von_woergl/der_arbeitswertschein); 02.01.2010

<sup>23</sup> Grashoff, Das Geldwunder von WÖRGL

wieder angekurbelten Wirtschaftskreislauf und die damit verbundene verbesserte finanzielle Situation der Gemeinde konnte die damalige Infrastruktur erneuert werden. Straßen wurden kanalisiert und asphaltiert, Wanderwege mit Sitzbänken entstanden. Auch Freizeitangebote konnten erhöht werden: Ein Schwimmbad und eine neue Skisprungschanze wurden errichtet. Und das sind nur einige Beispiele von Neuinvestitionen, die durch das *Schwundgeld* ermöglicht wurden.

Michael Unterguggenberger wurde bekannt und hielt viele Reden.

Gleichzeitig wuchs aber auch der Widerstand gegen sein *Freigeldprojekt*. Die eigene Partei stand nicht mehr hinter ihm, einige Behörden sperrten sich und es folgten erste Verbote gegen Gemeinden, die das System von Wörgl übernommen hatten. Am 18.11.1933 kam dann das endgültige Verbot gegen die Ausgabe von Arbeitswertscheinen durch den höchsten Gerichtshof in Österreich, da die Regierung die Arbeitswertscheine in ihrer Bedeutung und Wirkung dem Geld gleichkommend verstand und diese Geldnotenausgabe ja ausschließlich der österreichischen Notenbank zuerkannt war. Außerdem wollte sie verhindern, dass jede Gemeinde ihre eigene Währung entwickeln würde, wodurch die Zentralwährung nichts mehr wert wäre und das Land in viele *Währungseinheiten* geteilt wäre. Alle Einsprüche Unterguggenbergers gegen diese Verbote waren vergebens. Im Frühjahr 1934, kurz nach den Verboten, wurde der Gemeinderat im Bürgerkrieg aufgelöst und Michael Unterguggenberger abgesetzt.

Obwohl die Freigeldidee bei der österreichischen Regierung und Notenbank und bei vielen Behörden nicht anerkannt und sogar verboten wurde, tat dies der internationalen Anerkennung nichts ab und die Wahrnehmung dieser Theorie und des Versuches von Wörgl wuchs auf der ganzen Welt.

## 2.4 Das *Schwundgeld* von Wörgl als Ursprung und Vorläufer der *modernen* Regionalwährungen?

Dem Beispiel Wörgl folgten Städte und Gebiete überall: Die USA beispielsweise übernahmen das Freigeldsystem mit Begeisterung und es wurde in vielen Städten

angewendet, nachdem der amerikanische Nationalökonom Professor Irving Fisher (1867-1947)<sup>24</sup> veranlasst hatte, den Versuch in Wörgl genau zu prüfen und dieser Versuch dann als gut befunden worden war. Auch Frankreich beschloss ein solches System in Zeiten von Wirtschaftskrisen anzuwenden.

Im März 1999 kam sogar ein Filmteam aus Japan nach Wörgl, um sich das Experiment genauer anzusehen, da in Japan – wie damals in Wörgl – eine Deflation herrschte.<sup>25</sup>

Parallelen zwischen heutigen *modernen* Regionalwährungen und dem Freigeldsystem von Wörgl zeigen, dass der damalige Versuch durchaus als Ursprung und Vorläufer gesehen werden kann: Sowohl in Wörgl, als auch bei heutigen Regionalwährungen verliert das *Geld* an Wert, in beiden Fällen wird das Freigeld bzw. die Komplementärwährung nur regional angewendet.

Weitere Parallelen sind, dass die Scheine durch die Zentralwährung gedeckt sind (zumindest bei heutigen eurogedeckten Komplementärwährungen, wie zum Beispiel dem Chiemgauer) und, dass rein formal das Ablaufdatum durch Felder und Coupons kenntlich gemacht wird.

---

<sup>24</sup> vgl. C. C. Buchner, Volkswirtschaft, S. 165

<sup>25</sup> vgl. Grashoff, Das Geldwunder von WÖRGL

### 3. Die Regionalwährung *Der Chiemgauer* von seiner Entstehungsphase bis zur Gegenwart

Eine sehr bekannte regionale Komplementärwährung stellt der Chiemgauer dar, der in Prien am Chiemsee seinen Ursprung hat. Er ist in den Landkreisen Rosenheim und Traunstein im Umlauf.

#### 3.1 Gründung an der Waldorfschule in Prien am Chiemsee<sup>26</sup>

Die Gründung des Regionalgeldes *Der Chiemgauer*, das heute als die erfolgreichste Regionalgeld-Initiative in Deutschland gilt, geht auf ein Schülerprojekt zurück: Im September 2002 bot der damalige Wirtschaftslehrer Christian Gelleri an der Freien Waldorfschule in Prien am Chiemsee das Schülerunternehmen *Chiemgauer* im Zuge einiger anderer Projekte an. Sechs Schülerinnen der Oberstufe nahmen an dieser Initiative als Versuch zum Regiogeld teil und bauten zusammen mit Christian Gelleri das Schülerunternehmen auf.

Das Chiemgauer Gutscheine-Netzwerk entstand, um die lokale Wirtschaft zu fördern und gemeinnützige Vereine zu unterstützen, und schon im Januar 2003 konnte man erste Ergebnisse der Zusammenarbeit sehen: Der Chiemgauer-Gutschein trat in die Öffentlichkeit.

In dieser Anfangsphase beteiligten sich ungefähr 20 Unternehmen und 30 Verbraucher beim Regionalnetzwerk. Schon im ersten Geschäftsjahr kam Dynamik in das Unternehmen, so dass man am Ende dieses ersten Geschäftsjahres 100 teilnehmende Unternehmen und 130 teilnehmende Verbraucher zählen konnte.<sup>27</sup>

Die Freie Waldorfschule in Prien am Chiemsee bekam für dieses Projekt den Bundesschulpreis für herausragende Berufsvorbereitung.<sup>28</sup>

Die sechs Schülerinnen, die am Projekt teilnahmen, verbrachten zusätzlich zum Unterricht zwei bis drei Nachmittage wöchentlich damit, das Unternehmen *auf die*

<sup>26</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 117

<sup>27</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 117

<sup>28</sup> vgl. <http://www.waldorfschule-chiemgau.de/chiemgauer.phtml>; 09.01.2010

*Beine zu stellen.* Auch Christian Gelleri steckte zunehmend Zeit und Energie in die Entwicklung des Chiemgauers.

Wie bei allen Unternehmen erhielt jede der sechs *Unternehmerinnen* ihren Funktionsbereich: Mirjam Fochler war die Geschäftsführerin und war zuständig für Öffentlichkeitsarbeit und Kontakte. Cathrin Förster hatte das Aufgabengebiet Marketing und Anna Seibt kümmerte sich um das Design. Die Buchhaltung wurde von Franziska Genghammer geführt, Charlotte Gaitzsch hat sich auf den Bereich Organisation & Personal spezialisiert und Theresa Landstorfer übernahm die Produktion. Theresa Landstorfer sagte: „*Ich bin Theresa Landstorfer und bin Produktion.*“<sup>29</sup>. Mit dieser Aussage, die im Deutschen zwar etwas seltsam wirkt, sprach sie für das ganze Team, denn jede einzelne verkörperte ihren Bereich.<sup>30</sup>

Zur Unterstützung beim Aufbau des Unternehmens wurde im Juni 2004 ein Unternehmensberater aus Gummersbach hinzugezogen.<sup>31</sup>

Dieses Schülerunternehmen war – im Gegensatz zu häufig kürzer dauernden Schülerprojekten - darauf ausgelegt, sich auf die gesamte Zeit der Oberstufe zu beziehen. Um sich mit einem Themenbereich in Form eines Schülerprojekts intensiv auseinandersetzen zu können, sieht Christian Gelleri einen Zeitplan von drei Jahren als ideal an: Im ersten Jahr sollen sich die Schüler mit der Thematik vertraut machen und sich spezialisieren, im zweiten Jahr soll mit Hilfe der Medien und durch Vorträge ein „*Dialog nach außen*“<sup>32</sup> stattfinden und im dritten Jahr ein „*Dialog nach innen*“<sup>33</sup>, indem man die Nachfolger vorbereitet und einarbeitet.<sup>34</sup>

So wurde auch die Unternehmensnachfolge im Jahr 2004 geklärt: Sechs Schüler der damaligen 8. Jahrgangsstufe engagierten sich und unterstützten Mirjam Fochler und ihre Kolleginnen.<sup>35</sup>

---

<sup>29</sup> Dietz, die Drei, S. 38

<sup>30</sup> vgl. Dietz, die Drei, S.38

<sup>31</sup> vgl. Freie Waldorfschule Chiemgau, Jahresbericht 2003/2004, S.62

<sup>32</sup> Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 127

<sup>33</sup> Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 127

<sup>34</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 127

<sup>35</sup> vgl. Freie Waldorfschule Chiemgau, Jahresbericht 2003/2004, S.62

### 3.2 Beweggründe und Absichten zur Entwicklung dieser Regionalwährung in Form eines Schülerunternehmens

*„Schülerunternehmen reihen sich ein in den Kontext handlungsorientierter Lernformen. Sie beziehen sich auf den Gesellschaftsbereich des Wirtschaftslebens, sind jedoch im Kern pädagogischer Art.“<sup>36</sup>*

Diese Aussage vom ehemaligen Waldorflehrer Christian Gelleri verdeutlicht, dass für ihn als Lehrer und Initiator beim Projekt *Chiemgauer* die pädagogischen Ziele ein wichtiger Beweggrund und eine Motivation waren.

Durch das Schülerprojekt soll erreicht werden, dass man junge Leute auf wirtschaftliche Zusammenhänge sensibilisiert und ihnen grundlegende Wirtschaftstheorien näher bringt. Die wirtschaftliche Praxis soll mit der Pädagogik in der Schule verbunden werden. Ein Bindeglied zwischen den zwei scheinbar sehr gegensätzlichen Welten der freien Wirtschaft und Bildungseinrichtungen, wie der Schule, kann beispielsweise ein Lehrer sein, der über wirtschaftliche Fähigkeiten und Kenntnisse verfügt und diese in den Unterricht sowie in Projekte einbringt. Des Weiteren soll eine Verbindung hergestellt werden, indem man einen Austausch zwischen Unternehmen und Schulen sicherstellt: Unternehmer stellen die Realität in Schulen vor und umgekehrt kommen Lehrer in Unternehmen, um Theorien aus schulischen Einrichtungen in die Praxis einzubringen.<sup>37</sup>

Schüler erlernen bei dem Projekt, dass sie selbst im Wirtschaftsgefüge mitarbeiten und als Unternehmer auftreten.<sup>38</sup>

Ziel ist es dabei, das unternehmerische „*Wahrnehmen, Denken und Handeln*“<sup>39</sup> zu entwickeln, indem Jugendliche für andere Leute etwas leisten. Wie im Wirtschaftskreislauf einer Volkswirtschaft die Unternehmen aggregiert für die Produktion stehen, so handeln die Schüler hier im kleineren Rahmen als Unternehmer

---

<sup>36</sup> Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 128

<sup>37</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 116

<sup>38</sup> vgl. Dietz, die Drei, S.37

<sup>39</sup> Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 124

und versuchen die Bedürfnisse ihrer Konsumenten durch Interviews und Befragungen herauszufinden.<sup>40</sup>

Diese nach außen gerichteten Tätigkeiten zeigen eine weitere Absicht vom Schülerunternehmen: Jugendliche sind aktiv und praktisch tätig. Sie erfinden und produzieren nicht nur eine Sache, wie den Chiemgauer-Gutschein, sondern sie vermarkten diesen auch. Durch Kontakte zu mittelständischen Unternehmen, zu Vereinen, aber auch zu Experten bringt man das Produkt in die Öffentlichkeit.<sup>41</sup> Bei der praktischen Tätigkeit spezialisieren sich die Schüler auf bestimmte Gebiete (wie auch die Aufteilung der Arbeitsbereiche in 3.1 zeigt). Dadurch erfahren sie, welche Vorteile Arbeitsteilung mit sich bringen kann, da eine effizientere Arbeitsmethode ermöglicht wird. Bei aller Spezialisierung in der Gruppe, hält man dennoch Gruppenbesprechungen ab, um größere Aufgaben gemeinsam zu bewältigen und zu verhindern, dass nebeneinander, aber nicht miteinander gearbeitet wird.<sup>42</sup>

Neben dem wirtschaftlichen Verständnis, das den Schülern vermittelt wird, kann auch ihre Persönlichkeit davon profitieren: Durch Präsentationen und Vorträge steigert sich das Selbstbewusstsein der Jugendlichen. Zugleich können diese Situationen Grenzerfahrungen für Schüler darstellen, da sie sich selbst zu etwas überwinden müssen. Die Teamfähigkeit jedes Einzelnen wird aufgrund der Zusammenarbeit in der Gruppe gesteigert und die Teilnehmer am Schülerunternehmen lernen, sich mit einer Aufgabe auseinanderzusetzen und Verantwortung dafür zu übernehmen. Computerkenntnisse werden erlernt und vertieft, wobei der Umgang mit Menschen keine weniger wichtige Rolle einnimmt.<sup>43</sup>

Einen Beweggrund zur Entwicklung dieser Regionalwährung liefert auch die Gründung einer neuen Art von Unternehmung: Die Gründung eines „sozialen

---

<sup>40</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 121/ 122

<sup>41</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 121

<sup>42</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 124

<sup>43</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 125

*Unternehmens*<sup>44</sup> in unserer Welt der Globalisierung, die weitgehend zur „*Konsumorientierung*“<sup>45</sup> führt und weniger Wert auf Gemeinschaft legt. „*Die Aufgabe des sozialen Unternehmens definiert sich dadurch, die eigenen Kräfte zu mobilisieren und zu erhalten und aus dieser Kraft heraus andere Unternehmungen zu unterstützen, zum Beispiel Unternehmen, die im Wirtschaftsleben neu beginnen oder andere soziale Unternehmen (...) wie zum Beispiel Theater, Kindergärten oder Schulen.*“<sup>46</sup>. Durch eine solche Art von Unternehmen wird dem Globalisierungsprozess eine Form von Regionalisierung gegenübergestellt, um die eigene Umgebung wirtschaftlich zu stärken.<sup>47</sup>

All diese Absichten von Seiten des Lehrers können nur dann verwirklicht werden, wenn sich die Schüler mit der Idee identifizieren können und die Lehrkraft sich selbst für die Thematik und das Produkt interessiert und sich dafür einsetzen will. Von Vorteil ist es, wenn bereits Fachkenntnisse vorhanden sind.<sup>48</sup> Bei der Chiemgauer-Initiative hatten die Schüler von Anfang an professionelle Unterstützung durch den Lehrer und Diplom-Betriebswirt Christian Gelleri.

Die Beweggründe dafür, dass sich Schülerinnen genau für dieses Projekt entschieden haben, waren in erster Linie die Möglichkeit wirtschaftlich zu arbeiten. Mirjam Fochler antwortet auf die Frage, warum es genau dieses Projekt sein sollte, folgendermaßen: „*Es war einfach etwas, was ein bisschen ein höheres Niveau hat.*“<sup>49</sup>. Durch das Vorwissen von Herrn Gelleri war eine „*Basis*“<sup>50</sup> vorhanden und man konnte professionell arbeiten.

Nebenbei wollte man auch das Finanzierungsproblem der Turnhalle der Waldorfschule bewältigen, indem die eigene Schule als erstes Förderprojekt diene und umliegende Unternehmen und die *Schulfamilie* als Verbraucher eingebunden wurden.<sup>51</sup>

---

<sup>44</sup> Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 117

<sup>45</sup> Kennedy und Lietaer, Regionalwährungen, S. 12

<sup>46</sup> Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 117

<sup>47</sup> vgl. Kennedy und Lietaer, Regionalwährungen, S. 15

<sup>48</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 129

<sup>49</sup> vgl. Dietz, die Drei, S. 37

<sup>50</sup> vgl. Dietz, die Drei, S. 38

<sup>51</sup> vgl. Gelleri, Theorie und Praxis des Regiogeldes, S. 2

### 3.3 Das System des Chiemgauers<sup>52</sup>

Durch den großen Zulauf, den das Projekt hervorrief, wandelte man das Schülerunternehmen zunächst in den Verein *Chiemgauer regional e. V.* um, um professioneller agieren zu können. Regionalbüros wirken in den verschiedenen Gebieten der Landkreise Rosenheim und Traunstein als Ansprechpartner für die Allgemeinheit und als Servicedienst für die Mitglieder.<sup>53</sup> 2007 wurde dem Verein die Sozialgenossenschaft *Regios eG* hinzugefügt, die nun die wirtschaftlichen Aufgaben beim Chiemgauer übernimmt.<sup>54</sup> Zudem ist der *Chiemgauer regional e. V.* Gründungsmitglied im überregionalen Verband *Regiogeld e. V.*<sup>55</sup>

Das System des Chiemgauers umfasst allgemein drei Teilnehmergruppen (Verbraucher, Unternehmer und Vereine/Einrichtungen<sup>56</sup>) und zeigt sich anhand folgender Grafik:

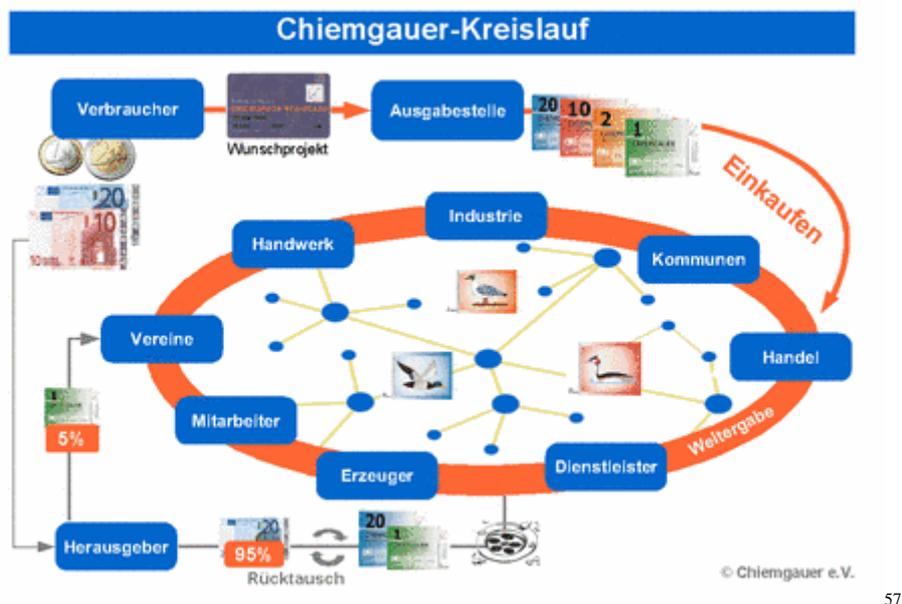


Abbildung 4: Der Chiemgauer-Kreislauf

<sup>52</sup> vgl. Gelleri, Theorie und Praxis des Regiogeldes, S.4/5

<sup>53</sup> vgl. <http://www.chiemgauer.info/224.0.html>; 21.01.2010

<sup>54</sup> vgl. <http://www.chiemgauer.info/226.0.html>; 21.01.2010

<sup>55</sup> vgl. <http://www.chiemgauer.info/257.0.html>; 21.01.2010

<sup>56</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 119

<sup>57</sup> <http://www.chiemgauer.info/typo3temp/pics/c7009b9d4a.gif>; 22.01.2010

Die Organisation der Chiemgauer-Scheine durch den Herausgeber erfolgt, indem die Gutscheine in der Druckerei *Brunner Druck* in Rosenheim hergestellt werden<sup>58</sup>. Dort werden die Scheine zu den Werten 1, 2, 5, 10, 20 und 50 € gedruckt. Durch „eine „zeitliche, persönliche und regionale Begrenzung“ (...)“<sup>59</sup>, die der Chiemgauer hat, ist er rechtlich vom gesetzlichen Zahlungsmittel abgegrenzt. Diese Abgrenzung wird zudem durch die Bezeichnung *Gutschein* bekräftigt. Die Umrechnung zum Euro erfolgt 1:1 und die Scheine verfallen nach 3 Monaten mit der Möglichkeit die Gutscheine nach einem Quartal gegen eine Gebühr zu verlängern.<sup>60</sup> Hier zeigt sich das System des Wertverlusts, um das *Geld* in Umlauf zu halten (Umlaufsicherung bzw. Umlaufimpuls), wie es auch schon beim *Schwundgeld* von Wörgl angewandt wurde. Die Scheine sollen also nicht gehortet werden und möglichst vor dem Euro ausgegeben werden.

Um Fälschungen vorzubeugen, hat der Chiemgauer-Schein insgesamt 14 Sicherheitsmerkmale. Neben der Durchnummerierung der ausgegebenen Scheine hat jeder Chiemgauer unter anderem ein eigenes Wasserzeichen, das gegen Licht sichtbar ist, eine fühlbare Prägung an der linken unteren Ecke, farbige Partikel im Papier und einen silbernen Schriftzug *Chiemgauer* an der rechten oberen Ecke. Bisher gab es daher keine Fälschungen.<sup>61</sup>

Als nächstes wandern die Chiemgauer in die Ausgabestellen in den Landkreisen Rosenheim und Traunstein.

---

<sup>58</sup> vgl. ARD-Dokumentarfilm, 2010, Geld für alle

<sup>59</sup> Gelleri, Theorie und Praxis des Regiogeldes, S. 4

<sup>60</sup> vgl. Regios eG, Chiemgauer Verzeichnis, S. 6

<sup>61</sup> vgl. Regios eG, Chiemgauer Verzeichnis, S. 6;

Einige Sicherheitsmerkmale sind auf den Chiemgauer-Scheinen des Deckblattes sichtbar.

Solche Ausgabestellen können beispielsweise Banken, aber auch jede Art von Geschäften sein und sie kennzeichnen sich durch folgendes Logo:



Abbildung 5: Chiemgauer-Ausgabestellenschild

Der Verbraucher kann nun in den Kreislauf einsteigen: Entweder an diesen Ausgabestellen oder über das Internet füllt der Bürger ein Formular aus, in dem er einen gemeinnützigen Verein (z.B. Sportverein, Sozialwerk, Bildungs- und Kultureinrichtungen) bestimmt, den er unterstützen will, und wodurch er zugleich Fördermitglied des Vereins *Chiemgauer regional e. V.* wird. Auch der gewählte Verein muss als gefördertes Mitglied beim *Chiemgauer regional e. V.* dabei sein.<sup>63</sup>

Sich als Verbraucher auf einen bestimmten Förderzweck festzulegen, ist nicht zwingend nötig: Es gibt die Möglichkeit, seine finanzielle Unterstützung dem Chiemgauer-Spendenparlament zukommen zu lassen. Dabei entscheidet ein Gremium, welche Vereine mit den Geldern unterstützt werden.<sup>64</sup>

<sup>62</sup> <http://www.chiemgauer.info/uploads/pics/Ausgabestellenschild.jpg>; 22.01.2010

<sup>63</sup> vgl. Chiemgauer regional e. V., Chiemgauer regional, S. 2

<sup>64</sup> vgl. Chiemgauer regional e. V., Chiemgauer regional, S. 6

Eine gemeinnützige Einrichtung kann ihre Teilnahme an der Chiemgauer-Initiative durch dieses Zeichen kenntlich machen:



Abbildung 6: Chiemgauer-Mitmachschild für Vereine

Der Verbraucher erhält durch die Anmeldung kostenlos seine Regiocard, die er zum Umtausch von Euro in Chiemgauer benötigt und die gleichzeitig als Mitgliedsausweis des Vereins dient. Ab jetzt kann der Bürger jederzeit und an jeder Ausgabestelle Euro in Chiemgauer umtauschen (höchstens 200 € täglich<sup>66</sup>).

Bei jedem Umtausch von Euro in Chiemgauer wird der vom Bürger angegebene Förderzweck mit 3% des umgetauschten Wertes unterstützt, wobei der Verbraucher keine Einbußen hat (er erhält für 50 € z. B. 50 Chiemgauer). Die teilnehmenden Unternehmen tragen diese Kosten. An dieser Stelle also kommen die Vereine ins Spiel.

Holt der Verbraucher an der Ausgabestelle Chiemgauer ab, so wird das Konto mit dem gleich hohen Betrag belastet und der Euro-Betrag als Rücklage verwahrt. Der Umtausch erfolgt „aufgrund der zunehmenden Transaktionszahl“<sup>67</sup> meist nicht mehr in bar.

<sup>65</sup> <http://www.chiemgauer.info/uploads/pics/VereinMitmachschild.jpg>; 25.01.2010

<sup>66</sup> vgl. Chiemgauer regional e. V., Chiemgauer regional, S. 2

<sup>67</sup> Gelleri, Theorie und Praxis des Regiogeldes, S. 4

Im Folgenden bindet man den Unternehmer in den Regionalkreislauf ein, indem der Kunde, der sich Chiemgauer geholt hat, bei Geschäften in der Umgebung, die den Chiemgauer annehmen, einkauft und bezahlt. Nicht nur Geschäfte, sondern Unternehmen aller Art können den Chiemgauer annehmen und weiterverwenden, wenn sie 100 € Aufnahmebeitrag zahlen und dadurch die Regeln annehmen und in das Verzeichnis aufgenommen werden<sup>68</sup>: Die Bandbreite reicht von Lebensmittelgeschäften über Apotheken, Restaurants und Hotels bis hin zu Anwaltskanzleien. Die Bezahlung verläuft wie beim Euro. Wechselgeld bekommt man in Euro oder Chiemgauer zurück und Beträge, die kleiner als ein Chiemgauer sind, werden in EuroCent erstattet.

Schafft es der Verbraucher nicht, seine Chiemgauer innerhalb eines Quartals auszugeben, verfällt der Wert des Gutscheins; außer der Bürger lässt seine Chiemgauer durch Aufkleben von Marken<sup>69</sup> um jeweils ein Quartal verlängern. Dies ist seit 2010 - statt bis zu einem Jahr - bis zu zwei Jahren bei allen Ausgabestellen möglich. Hierbei verliert der Schein allerdings jedes Mal 2% seines Wertes, die der Kunde zum Aufwerten bezahlen muss und die an die Vereine fließen. Geschäfte, die den Chiemgauer akzeptieren, machen dies durch folgendes Schild kenntlich:



Abbildung 7: Chiemgauer-Akzeptanzschild

<sup>68</sup> vgl. Chiemgauer regional e. V., Chiemgauer regional, S. 7

<sup>69</sup> Die Klebefelder für die Verlängerungsmarken sind auf den Chiemgauer-Scheinen des Deckblattes sichtbar.

<sup>70</sup> <http://www.chiemgauer.info/typo3temp/pics/57464e54d9.jpg>; 22.01.2010

Die Anbieter machen Umsatz mit Chiemgauern und werden dadurch vom Kunden angeregt, ebenfalls regional einzukaufen und die Scheine weiterzuverwenden: Sie können teilweise Lieferanten mit Chiemgauern bezahlen und so bewusst die Lieferanten aus der Region bevorzugen (höhere regionale Wertschöpfung) oder sie geben die Scheine beim privaten Konsum aus. Gibt ein Unternehmen nicht alle oder gar keine Chiemgauer weiter aus, so tauscht er sie, beispielsweise bei der Bank, in Euro zurück und muss dabei einen Regionalbeitrag von 5% des Betrages einbüßen. 3% davon kommen wieder den gemeinnützigen Einrichtungen zu Gute und 2% fließen der Verwaltung (Organisation und Herstellung) des Vereins *Chiemgauer regional e. V.* zu. Dieser Rücktausch ist nur für Unternehmer möglich, nicht aber für den Verbraucher. Die Anbieter versuchen meist den Umtausch zu verhindern und die Scheine durch das Weiterverwenden im Kreislauf zu behalten.

So schließt sich der regionale Kreislauf, der nebenbei kürzere Transportwege innerhalb des Chiemgaus und die Umweltschonung unterstützt<sup>71</sup> und nur dann funktioniert, wenn die drei Teilnehmergruppen zusammenarbeiten: Der Verein erhält nur finanzielle Unterstützung, wenn er Mitglieder und Bürger zur Teilnahme an der Initiative motiviert. Auf der anderen Seite entsteht den Verbrauchern dann ein ideeller Nutzen aufgrund der Förderung einer Einrichtung, wenn sie bei den örtlichen Akzeptanzstellen des Chiemgauers einkaufen. Die Unternehmen gewinnen Neukunden, wenn sie gegenüber Vereinen aktiv auftreten und sie können den Kreislauf ausweiten, indem sie Zulieferer aus der Region für die Chiemgauer-Akzeptanz gewinnen, überregionale Anbieter zurückdrängen und so die Aufträge in der Umgebung halten, die dann Arbeitsplätze schaffen.<sup>72</sup>

Bei diesem System verwirklicht sich schließlich das „*Prinzip der Kooperation*“<sup>73</sup> mehr als das „*Wettbewerbsprinzip*“<sup>74</sup>.

Alle Ausgabestellen des Chiemgauers, sowie die Vereine und Einrichtungen, die finanziell unterstützt werden können, und die Akzeptanzstellen der Regionalwäh-

---

<sup>71</sup> vgl. Regios eG, Chiemgauer Verzeichnis, S. 6

<sup>72</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 119

<sup>73</sup> Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 119

<sup>74</sup> Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 119

rung sind auf der Internetseite des Vereins und in einem jährlich erscheinenden Verzeichnis aufgelistet.

Aufgrund der zunehmenden Inanspruchnahme des Chiemgauers gibt es seit Mitte des Jahres 2006 die Möglichkeit bargeldlos mit dem Chiemgauer zu bezahlen. In Zusammenarbeit mit einigen Banken (z. B. der VR-Bank Rosenheim-Chiemsee) funktioniert dies wie bei der Zahlung mit der EC-Karte: Der Betrag wird in das Lesegerät eingegeben, man zieht die Regiocard durch und unterschreibt. Es folgt die Abbuchung des Wertes vom Euro-Girokonto und der Wunschverein wird automatisch mit 3% gefördert.<sup>75</sup> Beim elektronischen Chiemgauer gelten also dieselben Regeln wie beim Gutschein. Auch hier gibt es wieder ein Logo:



Abbildung 8: Regiocard-Akzeptanzschild <sup>76</sup>

Jetzt wird es auch möglich, dass man Anbietern mit einem Chiemgauer-Girokonto Rechnungen überweist, ohne dass man selber als Kunde solch ein Konto benötigt. Der Umlaufimpuls bei Chiemgauer-Girokonten beginnt erst nach 30 Tagen Liegedauer. Ab dem Zeitpunkt kostet das Aufbewahren der Chiemgauer täglich 0,02%. Wenn aber das Chiemgauer-Guthaben auf dem Konto einmal im Monat bewegt wird, entfallen die Kosten. Auf diese Weise entstehen neue Wege für Un-

<sup>75</sup> vgl. Gelleri, Theorie und Praxis des Regiogeldes, S. 4/5

<sup>76</sup> <http://www.chiemgauer.info/typo3temp/pics/c867f5b206.jpg>; 22.01.2010

ternehmer und Verbraucher: Sie können sich untereinander Chiemgauer überweisen, Rechnungen begleichen und dabei den Regionalbeitrag aussparen, den sie zahlen müssten, falls sie vom Chiemgauer-Konto auf ein Euro-Konto überweisen würden.<sup>77</sup>

Die Bank kann das geparkte Geld ohne den Umlaufimpuls als zinslose Kredite weitergeben, „die dann wieder dem Umlauf-Impuls unterliegen“<sup>78</sup>.

### 3.4 Nutzen für die Teilnehmer

Jede Teilnehmergruppe beim *System Chiemgauer* trägt einen Nutzen aus der Kooperation und es bringt ebenso Vorteile für die Allgemeinheit.

Der Verbraucher profitiert in erster Linie von seinem ideellen Nutzen, den er durch die finanzielle Unterstützung gemeinnütziger Vereine und Einrichtungen gewinnt. Der Chiemgauer-Nutzer spendet indirekt an einen selbst gewählten Verein, ohne dafür Mehrkosten hinnehmen zu müssen. Die Kosten trägt im Großen und Ganzen der Unternehmer und der Kunde hat so lange keinen finanziellen Aufwand, solange er nicht mehr Chiemgauer umtauscht als er im Quartal verwenden kann. In dem Fall müsste er selbst 2% des Wertes, die auch an den vom Kunden gewählten Zweck gehen, aufwenden, um die Chiemgauer-Gültigkeit zu verlängern. Dies kann der Verbraucher aber aus eigener Initiative heraus verhindern. Der ideelle Nutzen, den der Bürger davonträgt, ist vielen Leuten mehr wert als ein paar Prozent Vergünstigung bei irgendeiner Rabattaktion. Der Verbraucher weiß beim Chiemgauer genau, wo das Geld für gemeinnützige Projekte und Initiativen landet.<sup>79</sup>

Für alle teilnehmenden Vereine und Einrichtungen entsteht dadurch ein Vorteil im regionalen Kreislauf, dass die Verbraucher einen 3 %-igen Unterstützungsbeitrag

---

<sup>77</sup> vgl. Regios eG, Chiemgauer Verzeichnis, S. 7

<sup>78</sup> Gelleri, Theorie und Praxis des Regiogeldes, S. 5

<sup>79</sup> vgl. Gelleri, Theorie und Praxis des Regiogeldes, S. 6

leisten (von Unternehmen getragen). Dies erfolgt durch den Umtausch von Euro in Chiemgauer und über den Einkauf bei Unternehmen, die den Chiemgauer gegebenenfalls zurücktauschen.<sup>80</sup>

Je mehr der Verein bei eigenen Mitgliedern und Freunden um die Teilnahme am Chiemgauer-Projekt wirbt, desto höher fallen die finanziellen Zuschüsse für die eigene Einrichtung aus, da die Vereinsmitglieder dann selbst als Verbraucher im regionalen Kreislauf involviert sein können.<sup>81</sup> Wenn beispielsweise 50 Mitglieder eines Vereins jeden Monat 100 € in Chiemgauer umtauschen lassen, sind das für den Verein im Jahr zusätzliche Finanzmittel im Wert von 1800 €, da ja jeder Umtausch 3% bringt (3% von 100 € = 3 €; 3 € \* 50 Mitglieder = 150 €; 150 € \* 12 Monate = 1800 €). Mit sehr geringem Aufwand also, kann der Verein zu finanziellen Mitteln kommen, die oft aus kleinen Beträgen bestehen, aber in der Summe viel für die Einrichtung ausmachen.<sup>82</sup>

Zudem können sich die Chiemgauer-Unternehmen als Sponsor der Vereine zur Verfügung stellen und so den Bekanntheitsgrad steigern.<sup>83</sup>

Den Bekanntheitsgrad können sowohl die Vereine, als auch die Unternehmen durch die Auflistung und Veröffentlichung ihrer Teilnahme am Chiemgauer-Projekt (beispielsweise im Internet oder im Chiemgauer-Verzeichnis) und durch die Werbung für den Chiemgauer erhöhen.

Die Unternehmen zahlen hauptsächlich die Kosten des Regiogeld-Systems, haben aber einen gewissen Imagegewinn und können durch die Akzeptanz von Chiemgauern auf eine relativ kostengünstige Weise einen stabilen und neuen Kundenkreis gewinnen, der auf ein regionales Waren- und Dienstleistungsangebot Wert legt, was letztendlich zur Kundenbindung führt.

Die Kaufkraft bleibt durch diese Kundenbindung in der Region und der Unternehmer muss nicht fürchten, dass die Bürger nur überregional einkaufen, wenn er zudem auch selber mit den Chiemgauern regional konsumiert und so die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass das Geld auch wieder zu ihm zurückfließt.

---

<sup>80</sup> vgl. Gelleri, Theorie und Praxis des Regiogeldes, S. 6

<sup>81</sup> vgl. Chiemgauer regional e. V., Chiemgauer regional, S. 8

<sup>82</sup> vgl. Gelleri, Theorie und Praxis des Regiogeldes, S. 6

<sup>83</sup> vgl. Regios eG, Chiemgauer Verzeichnis, S. 5

Auf diese Weise wird auch von Unternehmerseite her die Bildung regionaler Kreisläufe gefördert und der Anbieter ist Bestandteil des Netzwerkes.<sup>84</sup>

Für die Allgemeinheit entsteht durch die Abgaben an die Einrichtungen eine lebendige Vereinskultur, was die Gemeinschaft und das Gemeinwohl stärkt. Geförderte Schulen können mehr Bildungsarbeit leisten.<sup>85</sup>

Durch die Teilnahme des Verbrauchers werden kurze Transportwege und somit die Umweltschonung gefördert.<sup>86</sup> Bürger können also feststellen, dass „*Konsum, „fairer Handel“ in der Region und Rücksichtnahme auf ökologische Belange*“<sup>87</sup> miteinander verbunden sind.

Die heimische Wirtschaft und der Mittelstand werden unterstützt und dadurch können Arbeitsplätze in der Region bestehen bleiben und neu entstehen.

Durch die regionalen Kreisläufe nützt jeder Teilnehmer nicht nur sich selbst, sondern der sozialen Gemeinschaft. Es ergibt sich also ein Netzwerk, in dem jeder den anderen unterstützt.<sup>88</sup>

Nicht zu vergessen ist auch, dass die Kommunen profitieren können: Wenn die Unternehmer in der Gemeinde ein stabiles Einkommen haben, kann die Kommune sicher sein, dass die regionalen Steuereinnahmen steigen oder zumindest stabil sind. Diese Einnahmen kommen der örtlichen Infrastruktur zu Gute und betreffen somit wieder die Bevölkerung.<sup>89</sup>

---

<sup>84</sup> vgl. Gelleri, Theorie und Praxis des Regiogeldes, S. 6

<sup>85</sup> vgl. Dietz, die Drei, S. 43

<sup>86</sup> vgl. Regios eG, Chiemgauer Verzeichnis, S. 5

<sup>87</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 120

<sup>88</sup> vgl. Dietz, die Drei, S. 43

<sup>89</sup> vgl. Gelleri, Theorie und Praxis des Regiogeldes, S. 6

### 3.5 Wirkungen und Effekte

Wie sich der Chiemgauer in den Landkreisen Rosenheim und Traunstein auswirkt und entwickelt hat, kann man am besten anhand von Zahlen und Fakten beobachten:

	<u>2003</u>	<u>2004</u>	<u>2005</u>	<u>2006</u>	<u>2007</u>	<u>2008</u>
<b>Unternehmen</b>	100	250	380	550	600	610
<b>Verbraucher</b>	130	380	700	1097	1337	1992
<b>Vereine</b>	5	15	50	98	158	204 <sup>90</sup>

In dieser Tabelle werden alle Unternehmen, die den Chiemgauer annehmen, alle Verbraucher, die den Chiemgauer verwenden, und alle Vereine, die durch den Chiemgauer gefördert werden vom Jahr 2003 (Beginn des Chiemgauer-Projekts) bis 2008 aufgelistet.

In allen drei Bereichen zeigt sich, dass ein stetiges Wachstum stattgefunden hat. Die Zahl der teilnehmenden Unternehmen stieg insgesamt um 510 an. Die Chiemgauer-Nutzer vermehrten sich auf mehr als das 15-fache und die geförderten Vereine stiegen von anfangs 5 Einrichtungen auf 204 im Jahr 2008.

Beachtlich ist vor allem der gelungene Start des Chiemgauers: Vom Jahr 2003 auf 2004 stieg die Anzahl der Unternehmen um 150% von 100 auf 250. Verbraucher, die mit Chiemgauern bezahlen, gab es 2004 fast 3-mal so viele (380 Verbraucher) als 2003 (130 Verbraucher).

Die Zahl der Vereine allerdings wuchs erst später in immer wachsendem Maße an, z. B. von 2006 (98 Vereine) auf 2007 (158 Vereine) um 60 Vereine.

Bei den Unternehmen und Verbrauchern zeigt sich nach dem guten Einstieg eine immer wachsende Zunahme. Nur bei den Unternehmen ist der Anstieg der Anzahl seit 2006/2007 geringer geworden.

---

<sup>90</sup> [http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld\\_in\\_Kuerze\\_-\\_Regiogeld-Typen.pdf](http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld_in_Kuerze_-_Regiogeld-Typen.pdf); S. 5; 23.01.2010

Im Jahr 2009 wurden mit dem Chiemgauer rund 4 Mio. € Umsatz<sup>91</sup> gemacht und es gab 42 Ausgabestellen<sup>92</sup> für den Chiemgauer.

Seit Beginn der Chiemgauer-Initiative wurden insgesamt über 100.000 Chiemgauer<sup>93</sup> an Vereine und Einrichtungen gegeben.

## **4. Der Chiemgauer – Erfolg oder Misserfolg?**

### 4.1 Die Verwirklichung der Ziele und Absichten dieser Regionalwährung am Fallbeispiel des Gemeindebereiches Stephanskirchen<sup>94</sup>

Um die Regionalwährung Chiemgauer nicht nur in der Theorie, sondern auch in der Praxis kennen zu lernen, wird im Folgenden die Gemeinde Stephanskirchen und ihre *Beziehung* zum Chiemgauer hervorgehoben.

Die Gemeinde Stephanskirchen hat rund 9.900 Einwohner<sup>95</sup> und ist eine der größeren Gemeinden im Landkreis Rosenheim. Der westliche Teil mit den Zentren Schloßberg und Haidholzen wird durch das Angrenzen an die Kreisstadt Rosenheim beeinflusst, wohingegen der Osten der Gemeinde mit Stephanskirchen und Baierbach ländlich geprägt ist.<sup>96</sup>

In dieser Gemeinde gibt es mittlerweile 19 Unternehmen, die den Chiemgauer annehmen. Drei davon arbeiten mit dem elektronischen Chiemgauer und drei dieser 19 Unternehmen sind Ausgabestellen für Chiemgauer.

---

<sup>91</sup> vgl. ARD-Dokumentarfilm, 2010, Geld für alle

<sup>92</sup> vgl. Regios eG, Chiemgauer Verzeichnis, S. 10/11

<sup>93</sup> vgl. [http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld\\_in\\_Kuerze\\_-\\_Regiogeld-Typen.pdf](http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld_in_Kuerze_-_Regiogeld-Typen.pdf); S. 5; 23.01.2010

<sup>94</sup> persönliche Gespräche und eigene Befragungen

<sup>95</sup> vgl. <http://www.stephanskirchen.de/index.php?id=0,28>; 24.01.2010

<sup>96</sup> vgl. <http://www.stephanskirchen.de/index.php?id=0,29>; 24.01.2010

Die Einrichtungen, die vom Chiemgauer unterstützt werden, sind: *Arche Stephanskirchen e. V.*, *Förderverein Otfried-Preußler-Schule* und *Sozialwerk Stephanskirchen*.<sup>97</sup>

Der Bürgermeister der Gemeinde, Herr Rainer Auer, sagt über die Bereitschaft der Bürger, an der Initiative teilzunehmen, dass am Anfang meist Skepsis vorhanden sei. Durch stichhaltige Argumente und das Auseinandersetzen mit der Thematik seien aber doch viele Leute von dem Nutzen des Regionalgeldes überzeugt. Aber natürlich beteiligen sich nur die Bürger, bei denen eine solche Überzeugung vorhanden ist.

Da Herr Auer auch selbst mit Chiemgauern bezahlt, sieht er sowohl die Vor- als auch die Nachteile aus nächster Nähe: Als negativ erweist sich für ihn, dass viele Geschäfte nicht gerne mitmachen und teilweise nicht begeistert sind, wenn man mit Chiemgauern bezahlen will. Für ihn persönlich überwiegen aber die Vorteile des Chiemgauer, indem man die heimische Wirtschaft und regionale Kreisläufe unterstützt.

Die Gemeinde könne im *System Chiemgauer* wirtschaftlich profitieren, da das Wirtschaftsgeschehen durch den Handel mit Chiemgauern überwiegend in der Region gehalten werde und dadurch Ausbildungsplätze geschaffen werden können. Zudem seien die Einnahmen der Gemeinde durch Gewerbesteuern gesichert. Theoretisch könnte eine Kommune auch selbst den Chiemgauer verwenden. Obwohl die Vorstellung, als erste Gemeinde den Chiemgauer zu verwenden, natürlich reizvoll wäre, gibt es bei der Frage, ob dies nicht auch in Stephanskirchen gemacht werden könne, noch einige Bedenken: Die Kommune verwaltet öffentliche Gelder, die in diesem Fall eventuell schwinden würden, wenn die Gemeinde mehr einnimmt als sie bezahlen muss. Diese Tatsache würde zu berechtigter Kritik von Seiten der Öffentlichkeit führen.

Einen Eindruck in die Chiemgauer-Initiative von Seiten der Unternehmer liefern kurze Umfragen in Geschäften verschiedenster Branchen.

---

<sup>97</sup> vgl. Regios eG, Chiemgauer Verzeichnis, S. 39/40

Insgesamt 10 selbst ausgewählte Unternehmen in Schloßberg, Haidholzen und Stephanskirchen schilderten kurz, warum sie Chiemgauer annehmen und wie die Kunden dieses *Angebot* annehmen. Sowohl Geschäfte des täglichen Bedarfs (OPTYMED Apotheke St. Georg, Bäckerei Miedl, Edeka Ulber, Alpha San Apotheke), wie auch Unternehmen anderer Bereiche (Schuh Kiendl, Elektro Egger, Druckerei Schierlitz, Augenoptik am Schloßberg, Sportecke Högering, Simssee-Handweberei) gaben Auskunft zu dem Thema.

Die Beweggründe, Chiemgauer zu akzeptieren, lassen sich im Großen und Ganzen in zwei Begründungen einteilen: Das Schuhgeschäft, die Druckerei, der Augenoptiker und die Alpha San Apotheke beispielsweise gaben den Kundengewinn als Grund an und *die Sache an sich* wird meist als gut gesehen. Die Unterstützung der sozialen Einrichtungen sei nicht so sehr die Motivation, da der Unternehmer ja nicht steuern könne, welcher Verein das Geld bekomme. Die Bäckerei, der Edeka, das Sportgeschäft, die OPTYMED Apotheke und die Handweberei begründeten ihre Teilnahme hauptsächlich dadurch, dass sie das Regionale unterstützen und einen sozialen Zweck bei Vereinen und Einrichtungen erfüllen könnten.

Bei der Anzahl der Kunden, die mit Chiemgauern bezahlen, ist es auffällig, dass sie vor allem bei den Lebensmittelgeschäften, wie Edeka und Bäckerei, und in der Apotheke sehr hoch ist und zunehmend größer wird. Im Elektrogeschäft und beim Augenoptiker ist es dagegen eine geringe Personenzahl, die nicht mit Euro bezahlt.

Negative Punkte, die bei der Befragung genannt wurden, waren, dass es als Unternehmer oft sehr schwierig sei, die Chiemgauer weiterzuverwenden, wenn man mehr Chiemgauer einnimmt, als man verbrauchen kann. Hauptsächlich bei den Lebensmittelgeschäften häufen sich am Ende eines Quartals die Chiemgauer, da viele Verbraucher und Unternehmen anderer Branchen hier ihre Chiemgauer *abladen*.

Des Weiteren ist nicht bei allen Geschäften der erhoffte Kundenzuwachs eingetreten.

Bei der Weiterverwendung der Chiemgauer im Eigenbedarf sind in manchen Unternehmen die Mitarbeiter zu schlecht über den Chiemgauer informiert und

können damit nichts anfangen, genauso wie auf der anderen Seite manche Kunden die Möglichkeit, einen Verein zu unterstützen, nicht kennen.

Einige Lieferanten der Geschäfte nehmen den Chiemgauer nicht in bar, was die Sache für den Unternehmer wieder etwas komplizierter macht und als Nachteil erscheint. Eine flächendeckende Wirkung des Chiemgauers ergibt sich also meist nicht.

Positiv zu erkennen war, dass das Prinzip der regionalen Kreisläufe schon bei der geringen Anzahl der betrachteten Unternehmen zu funktionieren scheint. Denn die Geschäfte sind durchaus miteinander *verzahnt*: Der Inhaber des einen Geschäfts geht mit seinen Chiemgauern zum nächsten Geschäft in der Umgebung, das Chiemgauer annimmt, und versorgt sich dort für den eigenen Bedarf.

Auffallend engagiert zeigte sich in der Gemeinde Stephanskirchen die St. Leonhards-Vertriebs GmbH: Sie stellte 2008 einen Betrag von 10.000 Chiemgauern zur Verfügung, um die Chiemgauer-Förderung zu verdoppeln. Dadurch konnte (zum fünften *Geburtstag* des Chiemgauers) im Jahr 2008 eine Fördersumme von über 20.000 Chiemgauern erreicht werden, die den örtlichen Einrichtungen zu Gute kam.<sup>98</sup>

Im Wesentlichen entsteht in der Gemeinde Stephanskirchen folgendes Bild: Es gibt für den Unternehmer Vorzüge, aber auch negative Aspekte, die Verbraucher und Vereine jedoch können im Grunde nur profitieren.

#### 4.2 Zukunftsaussichten des Chiemgauers

Im Jahr 2009 wurden „über 1,2 Millionen Chiemgauer (...) eingetauscht, über 36.000 Chiemgauer konnten an die Vereine ausgeschüttet werden“<sup>99</sup>. Diese Zahlen lassen auf weiteren Erfolg der Chiemgauer-Initiative hoffen.

---

<sup>98</sup> <http://www.chiemgauer.info/257.0.html>; 22.01.2010

<sup>99</sup> [http://www.chiemgauer.info/237.0.html?&tx\\_ttnews\[pointer\]=1&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=808&tx\\_ttnews\[backPid\]=197&cHash=b230e8afb3](http://www.chiemgauer.info/237.0.html?&tx_ttnews[pointer]=1&tx_ttnews[tt_news]=808&tx_ttnews[backPid]=197&cHash=b230e8afb3); 22.01.2010

Die Vorstandschaft des *Chiemgauer regional e. V.*, in der sich unter anderem Christian Gelleri befindet, nimmt sich für die Zukunft vor, dass die „*Bildungsarbeit verstärkt wird*“<sup>100</sup>. Sowohl Schüler, als auch Erwachsene sollen den Chiemgauer genau kennenlernen. Jugendliche werden mit den Hintergründen des Regionalgeldes vertraut gemacht und für Erwachsene bietet man Vorträge und Seminare an.<sup>101</sup>

Ein weiterer zukunftssträchtiger Aspekt konnte zu Beginn des Jahres 2010 bereits verwirklicht werden: Der Chiemgauer-Schein kann von nun an bis zu zwei Jahren verlängert werden. Vorher galt der Schein maximal ein Jahr. Durch diese Maßnahme werden die Druckkosten gesenkt, die Umweltbelastung verringert und der Aufwand beim Verteilen der Chiemgauer-Scheine reduziert.<sup>102</sup>

Einige Ideen sollen abschließend als Denkanstoß dienen:

Eine Möglichkeit, die Verbreitung des Chiemgauers zu fördern, wäre es, gezielt im Bereich Kultur auf verschiedene Einrichtungen zuzugehen. Anbieten würden sich dafür beispielsweise das Kultur- und Kongresszentrum in Rosenheim oder aus aktuellem Anlass die Landesgartenschau 2010.

Auch beim Freizeitangebot könnte man zum Beispiel im Kathrein-Stadion in Rosenheim den Chiemgauer als Zahlungsmittel akzeptieren.

Wenn man solch große Unternehmen und Einrichtungen für den Chiemgauer gewinnen würde, könnte man den Kreis, den diese Regionalwährung zieht, beträchtlich ausweiten. Der Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung der Region würde sich erhöhen und die Wirkung des Chiemgauers wäre auf ein noch breiteres Spektrum angelegt.

---

<sup>100</sup> Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 129

<sup>101</sup> vgl. Dieckhoff und Roth, Sinnbedarf als Ressource für gesellschaftliche Erneuerung, S. 129

<sup>102</sup> vgl.

[http://www.chiemgauer.info/197.0.html?&tx\\_ttnews%5Bpointer%5D=2&cHash=172cb110a9;](http://www.chiemgauer.info/197.0.html?&tx_ttnews%5Bpointer%5D=2&cHash=172cb110a9;)  
22.01.2010

## Quellenverzeichnis

### Literarische Quellen:

- Berg, Rudolf und Selbmann, Rolf: Grundkurs Deutsche Geschichte 2, 1918 bis zur Gegenwart, Frankfurt am Main, 1987
- C. C. Buchner: Buchners Kolleg Wirtschaft und Recht, Volkswirtschaft, Bamberg, 1. Auflage, 2001
- Chiemgauer regional e. V.: Chiemgauer regional, Das Zahlungsmittel für nachhaltiges Wirtschaften in der Region, Prien am Chiemsee, 2005
- Deutsche Bundesbank: Geld und Geldpolitik, Frankfurt am Main, 2008
- Dieckhoff, Karl-Horst und Roth, Jürgen: Sinnbedarf als Ressource für Gesellschaftliche Erneuerung, München, 1. Auflage, 2009
- Freie Waldorfschule Chiemgau: Jahresbericht 2003/04, Prien am Chiemsee, 2004
- Gelleri, Christian: Regiogeld und Spieltheorie, in: Stiftung für Reform der Geld- und Bodenordnung in Zusammenarbeit mit der Sozialwissenschaftlichen Gesellschaft 1950 e.V.: Zeitschrift für Sozialökonomie, Lütjenburg, 42. Jahrgang, 144. Folge, 2005
- Gelleri, Christian: Theorie und Praxis des Regiogeldes, Working Paper als Beitrag zur oikos-Konferenz Uni St. Gallen 2006 „Die Zukunft des Geldes“
- Kennedy, Margrit und Lietaer, Bernard: Regionalwährungen, Neue Wege zu nachhaltigem Wohlstand, München, 1. Auflage, 2004
- Regios eG: Chiemgauer Verzeichnis 2008, Rosenheim, 2008
- Regios eG: Chiemgauer Verzeichnis 2009, Rosenheim, 2009
- Rösl, Gerhard: Regionalwährungen in Deutschland – Lokale Konkurrenz für den Euro?, Diskussionspapier, Nr. 43, 2006
- Schmidt, Enno: Demokratisches Geld – eine Schülerunternehmung, Der Chiemgauer, in: Dietz, Karl-Martin: die Drei, Zeitschrift für Anthroposophie in Wissenschaft, Kunst und sozialem Leben, Frankfurt am Main, 74. Jahrgang, 2004

### Hörbuch:

- Initiative für natürliche Wirtschaftsordnung: Grashoff, Bernd: Das Geldwunder von Wörgl, Düsseldorf, 2003

### Dokumentarfilm:

- ARD: Geld für alle!, Gibt es eine bessere Welt?, 20.01.2010

### Persönliche Quellen:

- Auer, Rainer, 1. Bürgermeister der Gemeinde Stephanskirchen: persönliches Gespräch, Januar 2010
- Gelleri, Christian, *Chiemgauer regional e. V.*: persönliche Gespräche, 2009/2010

Licht, Alfred, Simssee-Handweberei: persönliches Gespräch, Januar 2010

Kurze Befragungen bei:

Alpha San Apotheke, Schloßberg  
 Augenoptik am Schloßberg, Schloßberg  
 Bäckerei Miedl, Schloßberg  
 Druckerei Schierlitz, Schloßberg  
 Edeka Ulber, Haidholzen  
 Elektro Egger, Schloßberg  
 OPTYMED Apotheke St. Georg, Schloßberg  
 Schuh Kiendl, Schloßberg  
 Simssee-Handweberei, Stephanskirchen  
 Sportecke Högering, Stephanskirchen

#### Internetquellen:

[http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Assoziative\\_Wirtschaftsraeume\\_01.pdf](http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Assoziative_Wirtschaftsraeume_01.pdf)  
<http://www.chiemgauer.info/uploads/media/ChiemgauerSatzung2009.pdf>  
[http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld\\_in\\_Kuerze\\_-\\_Regiogeld-Typen.pdf](http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld_in_Kuerze_-_Regiogeld-Typen.pdf)  
[http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld\\_in\\_Kuerze\\_-\\_Warum\\_Geld\\_altern\\_muss.pdf](http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld_in_Kuerze_-_Warum_Geld_altern_muss.pdf)  
[http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld-Vortrag\\_TU\\_M\\_nchen\\_23.5.06\\_ohne\\_Bilder\\_02.pdf](http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld-Vortrag_TU_M_nchen_23.5.06_ohne_Bilder_02.pdf)  
[http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld\\_pro\\_und\\_contra\\_02.pdf](http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld_pro_und_contra_02.pdf)  
[http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld\\_und\\_Spieltheorie\\_01.pdf](http://www.chiemgauer.info/uploads/media/Regiogeld_und_Spieltheorie_01.pdf)

<http://de.wikipedia.org/wiki/Regiogeld>  
[http://de.wikipedia.org/wiki/Regiogeld#Heutige\\_Initiativen](http://de.wikipedia.org/wiki/Regiogeld#Heutige_Initiativen)  
[http://www.chiemgauer.info/197.0.html?&tx\\_ttnews%5Bpointer%5D=2&cHash=172cb110a9](http://www.chiemgauer.info/197.0.html?&tx_ttnews%5Bpointer%5D=2&cHash=172cb110a9)  
<http://www.chiemgauer.info/224.0.html>  
<http://www.chiemgauer.info/226.0.html>  
[http://www.chiemgauer.info/237.0.html?&tx\\_ttnews\[pointer\]=2&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=781&tx\\_ttnews\[backPid\]=197&cHash=e5add48a03](http://www.chiemgauer.info/237.0.html?&tx_ttnews[pointer]=2&tx_ttnews[tt_news]=781&tx_ttnews[backPid]=197&cHash=e5add48a03)  
[http://www.chiemgauer.info/237.0.html?&tx\\_ttnews\[pointer\]=1&tx\\_ttnews\[tt\\_news\]=808&tx\\_ttnews\[backPid\]=197&cHash=b230e8afb3](http://www.chiemgauer.info/237.0.html?&tx_ttnews[pointer]=1&tx_ttnews[tt_news]=808&tx_ttnews[backPid]=197&cHash=b230e8afb3)  
<http://www.chiemgauer.info/257.0.html>  
<http://www.regiogeld.de/wertestandards.html>  
<http://www.stephanskirchen.de/index.php?id=0,28>  
<http://www.stephanskirchen.de/index.php?id=0,29>  
[http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael\\_unterguggenberger\\_biographie](http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael_unterguggenberger_biographie)  
<http://www.waldorfschule-chiemgau.de/chiemgauer.phtml>

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung/ Deckblatt: Chiemgauer-Scheine der Serie 2010/11 im Wert von 1 €  
und 2 €

eigene Scheine

Abbildung/ Deckblatt: Chiemgauer-Logo

<http://www.chiemgauer.info/221.0.html>

Abbildung 1: Gedenkstein an Michael Unterguggenberger, S. 10

[http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael\\_unterguggenberger\\_biographie/das\\_experiment\\_von\\_woergl/weiterdenken](http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael_unterguggenberger_biographie/das_experiment_von_woergl/weiterdenken)

Abbildung 2: Aufkleben von Coupons auf Arbeitswertscheine, S. 12

[http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael\\_unterguggenberger\\_biographie/das\\_experiment\\_von\\_woergl/der\\_arbeitswertscheine](http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael_unterguggenberger_biographie/das_experiment_von_woergl/der_arbeitswertscheine)

Abbildung 3: Vorder- und Rückseite eines Arbeitswertscheines im Wert von 5  
Schilling, S. 13

[http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael\\_unterguggenberger\\_biographie/das\\_experiment\\_von\\_woergl/der\\_arbeitswertscheine](http://www.vivomondo.com/de/rathaus/woergl/wissenswertes/geschichte/michael_unterguggenberger_biographie/das_experiment_von_woergl/der_arbeitswertscheine)

Abbildung 4: Der Chiemgauer-Kreislauf, S. 21

<http://www.chiemgauer.info/typo3temp/pics/c7009b9d4a.gif>

Abbildung 5: Chiemgauer-Ausgabestellenschild, S. 23

<http://www.chiemgauer.info/uploads/pics/Ausgabestellenschild.jpg>

Abbildung 6: Chiemgauer-Mitmachschild für Vereine, S. 24

<http://www.chiemgauer.info/uploads/pics/VereinMitmachschild.jpg>

Abbildung 7: Chiemgauer-Akzeptanzschild, S. 25

<http://www.chiemgauer.info/typo3temp/pics/57464e54d9.jpg>

Abbildung 8: Regiocard-Akzeptanzschild, S. 27

<http://www.chiemgauer.info/typo3temp/pics/c867f5b206.jpg>

**Erklärung zur Facharbeit**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und ohne fremde Hilfe verfasst und keine anderen als die angegebenen Hilfsmittel verwendet habe.

Insbesondere versichere ich, dass ich alle wörtlichen und sinngemäßen Übernahmen aus anderen Werken als solche kenntlich gemacht habe.

....., .....

.....

(Ort)

(Datum)

(Unterschrift)

## Anhang

### Fragen an Herrn Bürgermeister Rainer Auer:

1. Wie sehen Sie die bisherige Entwicklung des Chiemgauers in der Gemeinde Stephanskirchen?  
Wie wird der Chiemgauer von den Bürgern aufgenommen? Nutzen viele diese Gelegenheit, die regionalen Kreisläufe zu unterstützen?
2. Bezahlen Sie selber auch mit Chiemgauern? – Warum?-Warum nicht?
3. Welche Vor- und welche Nachteile sehen Sie beim Chiemgauer in der Gemeinde?
4. Bringt der Chiemgauer der Gemeinde für die wirtschaftliche Zukunft etwas?
5. Welche Rolle kann eine Gemeinde bei einer Regionalwährung spielen?

### Fragen an die ausgewählten Chiemgauer-Unternehmen der Gemeinde Stephanskirchen:

1. Warum nehmen Sie an der Chiemgauer-Initiative teil?
2. Zahlen viele Kunden mit dem Chiemgauer?
3. Wie sehen Sie die Zukunft? Werden es mit der Zeit mehr Kunden, die den Chiemgauer verwenden?

## Eigene Aufnahmen:

Chiemgauer-Ausgabestellenschild in der *Simssee-Handweberei* in Stephanskirchen:



Chiemgauer-Akzeptanzschild bei *Lebensmittel Staber* in Riedering:

