



## **Grobkonzept Regiogeld**

Ergebnisse der 3. AG-Sitzung am 4. März 2010 im Brunella- Stüble in Gurtis

---

Rohfassung des Grobkonzepts

### **Wie funktioniert das System „Walgauer“?**

Die Gutscheine werden in der regionalen Bank (Raiffeisenbank Walgau/ Walsertal hat seine Absicht bereits bekundet) gelagert und von dort ausgegeben. Für die Alltagstauglichkeit werden „Walgauer“ in verschiedenen Stückelungen ausgegeben. Damit wird das alltägliche Zahlen leicht gemacht. Die Stückelungen sind 1, 2, 5, 10, 20, 50 und 100 „Walgauer“. Diese Gutscheine sind mit Motiven des Walgaus zu Themen, welche die Image- und Identitätsbildung unterstützen gestaltet.

### **So kommen die Gutscheine in Umlauf**

Die „Walgauer“ können von Gemeinden, Unternehmen und Privatpersonen für ihren jeweiligen Zweck 1:1 bei der Bank gekauft werden. (Wer verkauft sie sonst noch im Walgau?)

Haushalte bestellen ein monatliches Abo im Wert zwischen 50 und 300 Euro. Jeder Haushalt, der so seine Absicht bekundet regelmäßig zur Wertschöpfung in der Region beizutragen, erhält dafür monatlich einen Rabatt von 3% auf die Summe des Abos.

Das Regiogeld wird mit Rechnung in einem zugeklebten Kuvert ausgehändigt – der Empfänger quittiert auf einer Liste. Die Bezugslisten werden von der Geschäftsstelle geführt. Das Abo wird monatlich an eine Stelle je Gemeinde ausgeliefert. An dieser Stelle wird das Abo abgeholt. Wo sind die Abholungsstellen im Walgau? Pro Gemeinde / Parzelle? Wer bedient die Abholungsstellen (Regiogeld bei der Bank holen, eintüten, Listen anlegen usw.) – aquamühle o.ä.?

### **Gutscheine zirkulieren**

Die „Walgauer“ zirkulieren vom Verein oder vom Haushalt zu Betrieben in der Region. Die Betriebe sind durch eine Rücktauschgebühr (Regionalbeitrag) angehalten die Gutscheine möglichst wieder in der Region auszugeben.

Mittels Onlineplattform und Mitwirkung der Raiffeisenbank wird es möglich, dass Betriebe ein „Depotkonto“ führen. Mit dieser Maßnahme wird erreicht, dass Betriebe die Gutscheine z.B. mittels Nachtresor an die Bank übergeben und die eingegangenen Gutscheine erfasst werden. Das Depotkonto gilt noch nicht als Rücktausch und ist daher nicht mit einem Abschlag verbunden. Das Onlinekonto ist über Internet einzusehen. Auf dieser Plattform können auch Leistungen und Warenangebote präsentiert werden, die auch für die Bevölkerung zugänglich sind. Damit werden zusätzlich die Kreisläufe in der Region stimuliert und das Angebot der Region zentral sichtbar gemacht.

### **Gutscheinrücktausch**

Der Regionalbeitrag beträgt 7% + Mwst, für Nahversorger (Definition Landesregierung) gelten 3% + Mwst. Rückgetauscht werden die Gutscheine bei der Raiffeisenbank. Der Betrieb erhält eine Rechnung, welche dieser in „Walgauern“ begleichen kann. Der Gutscheinverkauf ist steuerfrei, ebenso der Rücktausch. Der Abschlag (Rücktauschgebühr) muss jedoch mit der MWSt berechnet werden. Das Unternehmen erhält beim Rücktausch zuerst den vollen Betrag (1 : 1) von der Bank und erhält dann (z.B. quartalsweise) von der Geschäftsstelle eine Rechnung über die angesammelte Rücktauschgebühr plus MWSt.

Inwieweit Gemeinden „Walgauer“ zur Abgeltung von Steuern und Gebühren annehmen dürfen, wird aktuell mit der Gebarungskontrolle im Amt der VlbG. Landesregierung geklärt. Alle privatrechtlichen Zahlungen dürfen auch von Gemeinden in „Walgauern“ abgewickelt werden.

## Fragen und Antworten

*Welcher Mehrwert lässt sich mit dem „Walgauer“ für den einzelnen Kunden schaffen, sodass er bereit ist, dabei mitzumachen und das Regionalgeld zu verwenden?*

Für den Betrieb: Die Betriebe werden über dieses System direkt beworben. Sie erhalten ein funktionierendes Kundenbindungs- und Marketinginstrument. Dies wird durch einen eigenen Einkaufsführer, die Onlineplattform mit Inseratmodul und die monatliche Werbemöglichkeit bei der Aboausgabe ermöglicht. Den etwaigen anfallenden Kosten bei einem Rücktausch der Gutscheine steht ein beträchtlicher und zuverlässiger Werbenutzen gegenüber, da diese Kosten erst wirksam werden, wenn die Einnahmen bereits getätigt wurden (100% Nutzen aus Marketing). Wichtig ist die Freiwilligkeit: der Betrieb kann z.B. verlangen, dass bei größeren Summen nur ein gewisser Betrag in Regionalwährung gezahlt werden kann oder wie mit dem Wechselgeld verfahren wird – es ist letztlich immer eine Frage der Aushandlung zwischen Kunde und Geschäft. Der Zusatzaufwand für die Betriebe besteht im Führen einer getrennten Kasse sowie darin, sich über die Alternativen zum Rücktausch Gedanken zu machen. Das ist gewünscht, weil sich auf diese Art neue, innerregionale Geschäftsbeziehungen entwickeln können.

Kosten entstehen einem Betrieb nur dann, wenn tatsächlich auch Kunden kommen und mit Regionalwährung bezahlen. Wenn es Kunden sind, die sowieso gekommen wären, sind dies für den Betrieb Zusatzkosten. Wenn es neue Kunden sind, ist es ein sehr geringer Werbeaufwand (z.B. im Vergleich zu den Kosten eines Zeitungsinserates pro neu hinzukommendem Kunden). Der finanzielle Aufwand, der über die Rücktauschgebühr entsteht, ist für die Betriebe als Marketingmaßnahme steuerlich absetzbar (was die Kosten im Endeffekt wieder verringert). Es gibt erfahrungsgemäß auch Betriebe, die immer sofort zurücktauschen, weil sie es als Marketing sehen, aber mit dem regionalen Drumherum nichts zu tun haben wollen. Trotzdem helfen sie dem System damit bei der Deckung seiner Unkosten.

Mit dem Regionalgeld- Abonnement der Privatkunden wird eine monatliche Rechnung mit einer monatlichen Werbeaktion (halbes A4 Blatt) der Betriebe übergeben. Mit der Internetplattform entsteht eine zusätzliche Informations- und Werbemöglichkeit zur Darstellung des regionalen Angebots. Begleitende Netzwerk- Aktivitäten helfen den Betrieben beim Aufbau der Zulieferer- und Kundenbeziehungen, die notwendig sind, um das Regionalgeld besser zirkulieren zu lassen. Durch das Depotkonto hat der Betrieb ein geringes Risiko und muss die Gutscheine nicht selbst lagern (allerdings muss er zwei getrennte Kassen führen).

Für die Ausgabestellen: Eine Ausgabestelle kann beispielsweise der Nahversorger, eine soziale Einrichtung oder auch die Gemeinde selbst sein. Die Ausgabestelle kann jedenfalls mit einer steigenden und zuverlässigen Kundenfrequenz kalkulieren, da von dieser Gruppe zumindest monatlich die Abos abgeholt werden.

Für die Abholstelle ergibt sich aus der Tatsache, dass um einen bestimmten Termin herum Kunden zur Abholung ihres Abos kommen, die Möglichkeit für Zusatzaktionen, Sonderangebote usw.

Die Definition eines Nahversorgers richtet sich nach der Landesliste der Nahversorger. Gemeinden können jedoch auch eigene Regelungen mit einzelnen Betrieben treffen, wenn es für sie wichtig ist.

Für den Haushalt: Haushalte, welche ein Abo bestellen, holen monatlich bei ihrer Ausgabestelle die Gutscheine ab. Die Haushalte erhalten auf das Abo einen Rabatt von 3%. Bei einem Abowert von 300 „Walgauern“ monatlich sind das 108 Euro Rabatt im Jahr. Dieser Rabatt kann von einer Gemeinde auch erweitert werden.

*Welchen Einfluss hat die einzelne Stadt/Gemeinde auf die Ausgestaltung des Systems? Können „Walgauer“ und/oder Talente für eine Gemeinde mehr Handlungsspielräume eröffnen, mehr Engagement erzeugen und/ oder eine Verbesserung der öffentlichen Dienstleistungen mit sich bringen?*

*Kann man mit dem „Walgauer“ die Lokalpolitik (insb. die Gemeindevertretung) dazu bringen, dass sie mehr Augenmerk auf die Stärkung der Nahversorgung im Ort legt und dass sie durch neue Aktivitäten und Regelungen ihre Bürger, Vereine... zum lokalen Einkaufen bringt?*

Den Gemeinden kommt als Multiplikator für die Botschaft und für die Gutscheine eine sehr wesentliche Rolle zu. Wird eine Gemeinde aktiv, kann diese den Nutzen des Systems für alle deutlich erhöhen. Folgende Möglichkeiten der Einflussnahme stehen einer Gemeinde zur Verfügung:

- Auszahlung von Förderungen, Bestimmung des Anteils / Höhe der Förderung in „Walgauern“
- Unterstützung von Betrieben, wenn sich bei diesen Rücktauschgebühren häufen und die Gutscheine tatsächlich nicht weiter in Umlauf gebracht werden konnten. Z.B. auch ergänzend als Förderung an die Wirtschaftsgemeinschaften.
- Bewerbung des „Walgauers“ in den eigenen Medien, um damit die Werbekosten für das System gering zu halten.
- Auszahlung von Sitzungsgeldern in „Walgauern“
- Zur Förderung der Nahversorgung eine Aufzahlung des Rabatts mit eigenen Mitteln z.B. um 2%, um noch mehr Haushalte zur Bestellung eines Abos zu motivieren.

Eine Möglichkeit dazu ist ein ‚Rabattmarken – System‘: der Kunde erhält pro angefangenen 10 Euro Einkauf eine Rabattmarke über 20 Cent vom Laden. Ist das Heftchen voll (50 Marken = 10 Euro), so erhält er 10 Euro in bar (aber natürlich in Regionalwährung), die die Gemeinde dem Laden wieder ersetzt. Für den Haushalt sind das zusätzliche 2% Rabatt, die Gemeinde fördert beispielsweise mit dem Einsatz von 2.000 € einen Umsatz im Laden von knapp 100.000 €.

Jede Gemeinde kann prinzipiell alle privatrechtlichen Zahlungen in der Regionalwährung abwickeln und damit Einfluss auf die regionale Wertschöpfung nehmen.

„Walgauer“ haben den Vorteil, dass sich das Geld quasi in der Region binden lässt. Der „Walgauer“ erzielt also Lenkungseffekte hin zu jener betrieblichen Struktur, welche stark unter Zugzwang steht. Dies unterstützt die Bemühungen der Gemeinden, diese betriebliche Struktur zu erhalten und zu fördern. Gleichzeitig ist dieser Sektor im Kommunalsteueraufkommen nicht zu vernachlässigen. Mehr Engagement für den Bereich Einkaufen in der Region lässt sich nachweislich erzielen.

Budgetäre Spielräume eröffnen sich für Gemeinden aber erst im Talente System, da dies wie ein zusätzliches Geldsystem wirkt. Mit dem Einsatz von Talenten als Zahlungsmittel können Gemeinden ihr Budget z.B. um 5% erhöhen und so gezielt Maßnahmen und Dienstleistungen im Ort ausbauen bzw. erhalten.

Beide Systeme zusammen sind Teil eines Meinungsbildungsprozesses in der Öffentlichkeit.

*Mit welchen Maßnahmen kann man verhindern, dass der kleine Ladner am Ende der Kette der Verlierer ist und draufzahlt? Wo hat er seinerseits Möglichkeiten, das Geld zu verwenden bzw. wie ist seine Gewinn-und-Verlust Rechnung?*

*Wie muss man das Gurtiser Lädlele im Vergleich zum Bludenzner Fachgeschäft behandeln?*

Nahversorger haben eine geringere Rücktauschgebühr (3% & MWSt). Die Gemeinde kann die Einnahmeausfälle durch die Rücktauschgebühr mit einer Ausfallbürgschaft deckeln.

Den Betrieben und Gemeinden steht ein Maßnahmenbündel zur Verfügung. Agiert das Gurtiser Lädlele z.B. als Ausgabestelle für die Abos, kommen auch jene Kunden monatlich in den Laden, welche das Abo zum Bezahlen in anderen Betrieben verwenden wollen. Gleichzeitig kann die Gemeinde z.B. die Nahversorgungsförderung gezielt mit dem Gutscheinsystem koppeln und jene

durch eine Rabattaufstockung belohnen, die im Laden eingekauft haben. Diese Modelle werden im Zuge der Projekteinführung gezielt begleitet.

Betriebe, die vermehrt international ausgerichtet sind und in den regionalen Kreisläufen nicht direkt eingebunden sind, können sich am System durch Gutscheinkäufe z.B. für Betriebsfeiern und Jubiläen (bis 186 Euro pro Jahr und MitarbeiterIn steuerfrei) beteiligen und so einen wichtigen wirtschaftlichen Impuls in die Region einbringen.

*Welchen technischen und organisatorischen Aufwand braucht das System und wer trägt den Aufwand bzw. bezahlt dafür?*

Der Aufwand wird durch die Rücktauschgebühr abgedeckt. Zum Aufwand gehören die Herstellungskosten des Geldes, die Organisation (die Onlinedatenbank, Einkaufsführer, die Abwicklung durch die Bank, Internetauftritt, Informationsverbreitung, der Rabatt für Abonnenten,...).

Bank: Der Bank in der Region kommt eine besondere Rolle zu: Mit ihrem Mitwirken wird es möglich, den Betrieben und Vereinen einen großen Service anzubieten. Wie beispielsweise die Verwaltung der Depotkonten und den Rücktausch der Gutscheine. Im Gegenzug bleibt das Geld, das in Form von Gutscheinen kursiert auf der regionalen Bank deponiert. Die Bank erzeugt damit auch ein großes Maß an Kundenbindung und Kundenfrequenz. Beteiligt sich die Bank nicht an diesem Modell kann es dennoch umgesetzt werden wie das Beispiel Chiemgau zeigt. Das gesamte System kann – einen entsprechenden Aufwand vorausgesetzt – kostendeckend betrieben werden.

*Könnte es sein, dass der in der ganzen Region gültige „Walgauer“ zwar die regionale Wirtschaft gesamthaft stärkt, aber zugleich der einen oder anderen Gemeinde (und ihrer Nahversorgung) keine Vorteile zufügt oder sogar Schäden bringt? Wie kann man da gegensteuern?*

Der Konzentration auf einige wenige „Zentren“ wird mit diesem Projekt durch die Bewusstseinsbildung und die möglichen Lenkungseffekte, die sich aus dem Zusammenspiel der Akteure ergeben, entgegen gewirkt. Gelingt z.B. in einer Kleingemeinde mit einem Nahversorger die oben beschriebenen Maßnahmen passend für den Laden und die Gemeinde einzusetzen, kann der Kaufkraftabwanderung entgegen gearbeitet werden.

*Hat die Region Walgau von ihrer Größe her die Kraft, einen „Walgauer“ einzuführen (Werbung bei Politikern, Gewerbetreibenden, KonsumentInnen), sind die dazu notwendigen Engagierten und MultiplikatorInnen vorhanden? Wie sieht die Einführungsphase konkret aus?*

Üblicherweise gibt es am Beginn derartiger Überlegungen von Seiten der Politik und Verbände immer die Frage auf „Kann man das den Betrieben antun?“, während viele Betriebe schnell dabei sind, das zumindest einmal auszuprobieren. Wie sieht nun eine Einführungsphase aus: Für die Einführung braucht es ein erstes Stimmungsbild bei aufgeschlossenen Betrieben in der Region (z.B. über WIG Walgau, WiGe Frastanz und Bludenz, Dreiklang) als Argument für die Walgaukonferenz.

Als zweiter Schritt müssen die Gemeinden in der Region demonstrieren, dass sie ein solches System mit den aufgeführten Zielen wollen und auch unterstützen. Dazu ist es wichtig, dass sie klar äußern, wie sie ein solches System unterstützen (Vereinsförderung, Sitzungsgelder auszahlen, Ausfallbürgschaften für eine Unterdeckung der lfd. Betriebskosten, Übernahme von zusätzlichen Rabatten für die Nahversorgung, evtl. auch Übernahme der Einführungskosten für einen bestimmten Zeitraum, um in dieser Phase auf die Rücktauschgebühr verzichten zu können, etc. Diese Möglichkeiten sind im Grobkonzept enthalten (evtl. mit teilregionalen Varianten). Der Grundsatzbeschluss wird durch die Walgaukonferenz gefasst, die anschließenden Beschlüsse in den Gemeindevertretungen.

Danach beginnt die Öffentlichkeitsarbeit und zwar parallel die Suche nach Betrieben (dazu ist es wichtig, Leitbetriebe zu definieren, die unbedingt dabei sein müssen) und nach Abonnenten.

Im Walgau gibt es eine gute Durchmischung der betrieblichen Struktur, was einen hohen Anreiz für die TeilnehmerInnen darstellt. Gleichzeitig beginnt die Region ihr regionales Verständnis deutlicher als bisher zu entwickeln. Wie das Beispiel des „Chiemgauers“ zeigt, ist die Region Walgau nicht zu groß für ein derartiges System. Für die Region Walgau steht mehr im Vordergrund, wie sehr sich die Gemeinden auf ein gemeinsames System einlassen und ob sich das System für Teilregionen wie das Brandnertal modifizieren lässt.

Insofern ist es mehr eine ideelle und politische Entscheidung der Akteure als eine sachlich notwendige Abgrenzungsfrage. Andererseits würde ich aufgrund der Bemühungen die Identität der Region deutlicher abzubilden nicht empfehlen, den Radius des Systems über die Walgaugemeinden hinweg zu ziehen.

Das Gelingen der Umsetzung des Projektes in der Region beruht aber sicherlich auf dem Engagement, das die Gemeinden dazu aufbringen.

Wirtschaftsgemeinschaften: Die Wirtschaftsgemeinschaften können durch ihre Multiplikation bei ihren Mitgliedern und z.B. durch Unterstützung der Kreislaufbildung unter ihren Mitgliedern einen verstärkten Nutzen stiften. Auf Basis dieses Modells lassen sich Aktivitäten zur gegenseitigen Unterstützung und Kooperationsbildung leichter realisieren. Durch seinen Onlineservice (Firmendatenbank, Inseratmodul,...) bietet dieses System auch für die Wirtschaftsgemeinschaften einen attraktiven Zusatznutzen.

*Bis zu welchem Maß lassen sich Vereine mit dem „Walgauer“ versorgen und können damit leben und ihre Aktivitäten finanzieren, ohne dass sie dabei schlechter gestellt sind als zuvor? Besteht die Gefahr, dass ihnen anderweitig Mittel verloren gehen, wenn der „Walgauer“ kommt?*

Gemeinden bezahlen damit z.B. Vereinsförderungen aus, damit Vereine angehalten sind die Förderungen wiederum bei den beteiligten Betrieben in der Region auszugeben. Die Argumentation ist klar: Auf Fördermittel hat der Verein kein Anrecht, sie sind eine Förderung durch die Gemeinde, die diese an Bedingungen knüpfen kann. Im Einzelfall können konkrete Aushandlungen getroffen werden (z.B. ein Verein muss Musikinstrumente kaufen und kann dabei nicht in Regionalgeld zahlen – er tauscht die Währung für diesen konkreten Zweck bei der Gemeinde 1 : 1 zurück in Euro; oder die Gemeinde bezahlt 50% der Förderung in „Walgauern“ aus)

Gemeindeförderungen sind in der Regel nur ein Teil des Vereinsbudgets. Je nach Tätigkeitsgebiet des Vereins gibt es unterschiedliche Möglichkeiten in der Region die entsprechenden Anbieter zu finden. Vereinbarungen über die Höhe des Förderanteils sind Gemeindesache. Beispielsweise kann vereinbart werden, dass die Vereinsförderung um die Rückauschgebühr aufgestockt werde, wenn der Verein nachweisen kann, dass er die Leistungen nicht in Regionalgeld hätte beziehen können (z.B. Musikinstrumente). Damit ist der Verein in der Pflicht, sein Möglichstes für einen regionalen Einkauf zu tun, aber erleidet trotzdem keine finanziellen Einbussen, falls das nicht möglich sein sollte. Andererseits können Vereine ihre Gutscheine auch an Vereinsmitglieder weitergeben. Dennoch ist zu diesem Thema sicherlich einige Unterstützung nötig.

Wenn sich die Mitglieder in den Vereinen organisieren und der Verein die Abo- Bestellungen seiner Mitglieder abwickelt (einmalige Tätigkeit), ist es auch möglich dass Abo-Bezieher die 3% Rabatt an den Verein widmen. Damit kann sich der Verein ein zusätzliches Budget erarbeiten.

*Kann der „Walgauer“ Auslöser für besondere Ereignisse sein (Aktionswochen, Vernetzungsplattformen, Sonderangebote, Events...), die auf diese Art besser zu realisieren sind also ohne den „Walgauer“?*

Gelingt es den „Walgauer“ zu etablieren, ist es sehr viel einfacher kooperative Ereignisse zu organisieren. Denn die Etablierung erhöht die Kommunikationshäufigkeit und Netzwerkbildung unter den Unternehmen. Damit wird die Ausgangslage deutlich verbessert.

*Ist es für den Walgau sinnvoll, den „Walgauer“ (Geldflüsse) und die Talente (Arbeitskraft/Zeitwährung) miteinander zu verquicken? Lassen sich mit dem „Walgauer“ (evtl. in Kombination mit Talenten) die sozialen Netzwerke und die Integration tatsächlich verbessern, gibt es spürbare Effekte über die bestehenden Beziehungen und Engagements hinaus?*

Vor allem in der Kombination des „Walgauer“ mit den Talenten lassen sich spürbare Effekte erzielen. Eine Studie der FH Vorarlberg (Dr. Hermann Denz) hat ergeben, dass die Teilhabe am sozialen Netzwerk und den entstehenden Beziehungen einer der wichtigen Motivatoren für die Mitglieder des Talente-Tauschkreis ist. Denn im Talente-Tauschkreis wird anerkannt, was eine Person anbietet und nicht die soziale Zugehörigkeit, wie in zahlreichen anderen Netzwerken. So begegnen sich Menschen, die sonst nie etwas miteinander zu tun hätten. Bei gezielt gesetzten Maßnahmen in diesem Bereich lassen sich auch deutliche Effekte erzielen. Haben zu solchen Anlässen auch Personen Zutritt, die zwar nicht Vereinsmitglieder werden wollen aber über Gutscheine verfügen, lassen sich die regional nötigen Kreisläufe noch besser vereinbaren.

*Besteht die Möglichkeit, dass mit dem „Walgauer“ bzw. mit Talenten Jugendliche stärker motiviert und eingebunden werden können? Gibt es damit Aktivierungsmöglichkeiten, die mit anderen Instrumenten so nicht geschaffen werden können?*

Gemeinsam mit dem aha, der 360 card und dem Sozialsprengel Leiblachtal arbeitet der Talente-Tauschkreis ein Pilotprojekt aus, mit dem gezielt Jugendliche angesprochen werden. Die Pilotphase soll im Frühjahr 2011 abgeschlossen sein. Auch in diesem Projekt wird eine Kombination der Regionalwährung und des Talente-Systems angestrebt, um eine möglichst hohe Wirkung zu erzielen. Wird dieses Projekt von den Jugendlichen angenommen, lässt es sich leicht für den Walgau übertragen.

*Kann man mit dem „Walgauer“ (evtl. zu einem späteren Zeitpunkt) ein zusätzliches Tourismuserlebnis kreieren? Gibt es für den auswärtigen Gast, für Tourismusbetriebe einen Mehrwert?*

Für die Region Brandnertal wird eine Modifikation des Gutscheins hergestellt, welche deutlich macht, dass das Brandnertal als eigene Marke etabliert ist, die Zugehörigkeit zum Walgau aber deutlich erkennbar ist. Durch eine solche Modifikation ist es möglich, diese Gutscheine auch im Walgau auszugeben. Daran können beispielsweise auch gezielt Aktionen und Pakete für den „nachhaltig orientierten Tourismus“ anknüpfen. Eine solche Modifikation könnte auch für Bludenz erstellt werden, wenn diese gewünscht wird.

*Ist es möglich (evtl. zu einem späteren Zeitpunkt) mit dem „Walgauer“ regionale Energiekreisläufe und erneuerbare Energien zu fördern? Bietet der „Walgauer“ da Möglichkeiten, die andere Instrumente und Aktivitäten / Regelungen nicht bieten?*

Um dies zu erreichen, sind weitere Maßnahmen zu setzen und eigene Planungen nötig.

*Warum tue ich mir den Zusatzaufwand an?*

Strategische Lenkungseffekte, wie sie mit einem maßgeschneiderten komplementären Währungssystem erreicht werden können, rechtfertigen den etwas höheren Aufwand im Verhältnis zu einem herkömmlichen Gutscheinsystem. Dies zeigen die Fakten im Pilotprojekt Langenegg. Dort besteht nach wie vor das Gutscheinsystem der Wige auf dem Wirkungsniveau, das es in den Vorjahren auch erzielt hat. 2009 wurden für 140.000 Euro „Langenegger Talente“ verkauft, die nachweislich etwa viermal bis zum Rücktausch eingesetzt wurden. Dies bedeutet über 500.000 Euro Kaufkraftbindung im Ort. Die Befragung der TeilnehmerInnen weist einen sehr

hohen Grad an Bewusstseinsbildung zum Thema regionaler Einkauf aus. Dies stellt einen sehr bedeutsamen Effekt dar.