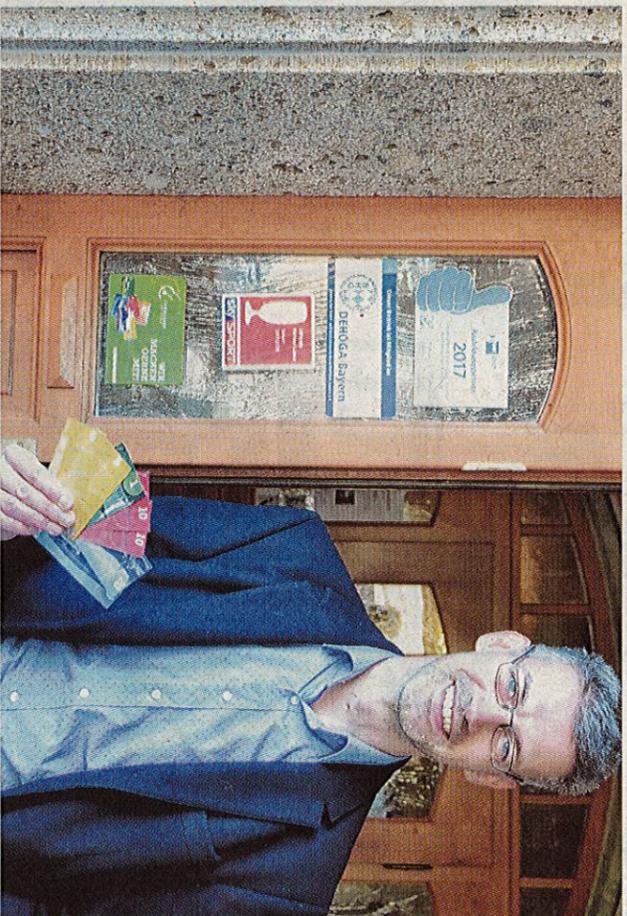


31. März 2018

Chiemgau

CHIEMGAUER IM PORTRÄT

Der „Chiemgauer“: Mehr als Folklore



VON KLAUS BOVERS

„Pecunia non olet“ heißt es, „Geld stinkt nicht“. Hätte man Christian Gelleri vor 15 Jahren, als er die Regionalwährung „Chiemgauer“ erfand, nach dem Geruch seines Geldes gefragt, hätte er vielleicht gesagt „frisches Bauernbrot“ oder „Grillgeruch im Biergarten“. Inzwischen ist der „Chiemgauer“ die erfolgreichste Regionalwährung in Deutschland.

Chiemgau – Gefragt hat ihn, damals noch Lehrer für Wirtschaftspädagogik in Prien, keiner, aber der Dorfbäcker in Ruhpolding und der Biergarten beim „Wochinger“ in Traunstein gehören zu den über 500 Unternehmen, Dienstleistern und Geschäften, die den „Chiemgauer“ als Zahlungsmittel gerne annehmen.

Es solle keiner glauben, so Gelleri, Regionalgeld im Chiemgau wäre eine Art Folklore-Veranstaltung, hinter der Idee steckt viel mehr. Er ist sattelfest, wenn es um Finanz-Theorien und Ökonomie geht. Skepsis spürt man, wenn es ums grenzenlose Wachstum geht. Ganz ohne Oberlehrerton skizziert er dann das soziale Minenfeld, das mit der Zeit daraus entstehen kann. Und genau deshalb hat er den „Chiemgauer“ erfunden. Ein sympathischer Idealist, mag mancher denken, was nicht falsch, aber doch nur die halbe Wahrheit ist. So beschlagen in der Theorie, so professionell ist er in der Alltagspraxis.

Inzwischen gibt es den „Chiemgauer“ auch bargeldlos und mit eigener Karte; die jedoch leider mit EC-Geräten nicht kompatibel ist. „Dafür sind wir noch zu klein“, sagt

der grüne Aufkleber mit dem „Wir machen gerne mit!“ zeigt bereits an der Eingangs-tür zum „Happinger Hof“, dass das Restaurant in Happing den „Chiemgauer“ annimmt. Dessen Erfinder Christian Gelleri freut sich über inzwischen 15 Jahre Erfolgsschichte seiner Regionalwährung.

FOTOS BOV

der „Chiemgauer“-Erfinder. Er ist inzwischen beruflich Vorstand bei der Regio eG, dem Rechenzentrum des „Chiemgauers“. Sein ehemaliges Lehrgeld, so verrät er, war um einiges höher. Also doch mehr der Idealist? „Ganz ohne das geht es nicht“, meint Gelleri.

Auslöser: Klassenfahrt in die damalige DDR

Erste Gedanken über den Wert von Geld hatte er sich mit 16 Jahren gemacht, nach einer Klassenfahrt in die DDR. Im Oktober 1989 war das. Zu seiner Verblüfung bot man ihm für eine D-Mark hundert Ostmark an. Damit hätte er sich, wie er erzählt, bei den Pfennigpreisen im volkseigenen Café tagelang mit Kuchen vollstopfen oder wochenlang mit der Straßenbahn fahren können.

„Es kann irgendwie nicht sein“, dachte er sich damals, „dass ein fiktiver Geldwert reale Werte von heute auf morgen derradikal umwerten kann“. Später studierte er Volkswirtschaft und wurde Lehrer für Wirtschaftspädagogik an der Waldortschule in Prien. Natürlich wusste er um die Existenz von Komplementär-Währungen, kannte die historischen Vorbilder aus der Krisenzeit der 30er-Jahre und dachte sich, dass das doch mal ein schönes Projekt für den Unterricht wäre. Zusammen mit sechs Schülerinnen setzte er die

Idee in die Praxis um. Und weil Gelleri auch den emotionalen Wert von Geld kennt, hatten die „Chiemgauer“-Scheine von Beginn an ein anspruchsvolles Design: UV-Farben, Seriennummern, Hologramm und spezielles Papier. „Kreativität war schon damals großgeschrieben“, erinnert er sich, „es sollte den Schülern ja auch Spaß machen“.

Heute stellt eine professionelle Geld-Druckerei die Scheine her – auch deshalb gab es noch keinen Fälschungsversuch. Aus dem Schülerprojekt wurde bald ein gemeinnütziger Verein, mit dem wachsendem wirtschaftlichen Erfolg spaltete sich als Genossenschaft die Regio eG ab. Gelleri übernahm deren Vorsitz, und heute steht der „Chiemgauer“ nicht nur als Währung (Kurs 1:1 zum Euro) recht

stabil da. Und – nicht zu vergessen! – er fördert viele Ver- eine und soziale Projekte der Region, mit nennenswerten Summen „ganz einfach so“. Welche Notenbank kann das schon von sich sagen? Weltweit, so Gelleri, gebe es rund 10 000 Modelle, vom japanischen Pflegezeit-Gutschein bis zur Regionalwährung. Bitcoins gehörten definitiv nicht dazu. Der „Chiemgauer“ sei Zahlungsmittel, Wertanlage geht mit ihm nicht, Spekulation und Zins sind kein Thema. Die Wertschöpfung bleibe in der Region, Rückbesinnung auf „was brauchen wir wirklich“ gehe in der Region am besten. Nachhaltigkeit sei zwar ein abgenutzter Begriff, aber wie in der Ökologie ist er auch in der Geldwirtschaft notwendig.

Mehr Infos unter www.chiemgauer.info.



Auch wenn alles als Schülerprojekt begann, ein anspruchsvolles Design hatte der „Chiemgauer“ von Anfang an, weil Geld eben auch einen emotionalen Wert hat.