

## PROJEKT LECHTALER

### Der LechTaler wandelt sich

Aus vielen Gesprächen und noch mehr Gedanken ist folgende Schwachstellen-Analyse entstanden:

#### I. Schwachpunkte unseres aktuellen Konzepts:

Durch die Praxis von zwei Jahren konnten wir einige Schwachpunkte erkennen, die den Fluss des LechTalers behinderten.

- zu schwer verständlich
- konzeptionelle Probleme
- Marketingfehler
- Team-Probleme



Im Einzelnen sind dies:

#### 1. Die Annahmequoten

1. Die Annahmequoten werden häufig falsch verstanden als Rabatt – was dem Bürger dann schon mal ein erstes „Nein“ einbringt, und ein Nein wird oft als Ablehnung verstanden.
2. Die Annahmequoten erfordern das Hantieren mit zwei Währungen bei der Bezahlung von einer Rechnung. Zudem sind manche Kassensysteme damit überfordert.

#### 2. Leistungsdeckung (unsere konzeptionelle Basis)

1. Die Leistungsdeckung weckt bei vielen Unternehmern die Angst, dass sie auf den eingenommenen LechTalern sitzen bleiben und diese somit realer Verlust sind.
2. Zusätzlich schieben viele Betriebe ihr Startkontingent als ständige Belastung (Umlaufsicherung) vor sich her, ohne aktiv nach Möglichkeiten zu suchen, sie auszugeben.
3. Der Weg, wie aus bedruckten Papierzetteln werthaltige Gutscheine werden, ist in unserem System mit „Magie“ behaftet. Was wir konkret getan haben: Wir geben den Unternehmen einen zinslosen Kredit gegen die virtuelle und nicht verbrieftete Sicherheit, die das Unternehmen in seinen Dienstleistungen und Waren erbringt. Damit sind wir ganz nahe an dem Verfahren, wie der Euro ins Leben kommt, nur dass wir keine konkreten Werte als Sicherheit verlangen, sondern eine Deckung durch Vertrauen erwarten. Wer gutmütig ist, akzeptiert unsere blumigen Erklärungen, denkt sich, „die werden schon wissen, was sie tun“, und macht mit. Wer kritisch ist, hakt nach, kann keine zufriedenstellende Erklärung bekommen, weil Vertrauen nicht erzwingbar ist und lässt es bleiben – drei Stunden Akquise für nichts!

#### 3. Tausch LechTaler – Euro

Ein Tausch ist notwendig, damit Menschen teilnehmen können, die keine LechTaler einnehmen können. Außerdem ist er erforderlich, um die geschlossenen Kreisläufe am Leben zu halten.

1. Wir haben derzeit eine viel höhere Nachfrage nach Rücktausch als wir Tauschkunden gewonnen haben – ergo: Die LechTaler-Menge ist zu groß.
2. Das gesamte Tauschsystem mit Fragen, wie vorhandene Tauschmengen gerecht auf die Unternehmen aufzuteilen sind, wie die jeweiligen Mengen zu uns kommen usw. erfordert einen ständigen Verwaltungsaufwand.

#### 4. Marketing

Unsere Marketingaktivitäten hätten insgesamt besser sein können – im Rückblick ist man immer schlauer als vorher. Probleme gab es insbesondere an den folgenden Punkten:

1. Nach dem Start im September 2009 kam die Akquise weiterer Unternehmen ins Stocken, da die meisten Teammitglieder davon ausgingen, dass sich das System weitgehend von selbst erweitern würde, durch den Ausgabedruck bei den Teilnehmern, die ihre Lieferanten gewinnen sollten.
2. Gespräche mit Multiplikatoren blieben allesamt erfolglos – zum Beispiel Stadtwerke, Aktionsgemeinschaften Lechhausen und Oberhausen, Regio Augsburg, Universität usw.

3. Diese Misserfolge wirkten lähmend auf die weitere Akquise bei den Bürgern und Unternehmern. Sie erfolgte nur noch im Rahmen von Vortragsveranstaltungen.

### 5. Fehlende Kreisläufe und starkes Ungleichgewicht im Branchenspektrum

Die Leistungen unserer Teilnehmerbetriebe waren naturgemäß unterschiedlich nachgefragt, so dass es schnell zu einem Ungleichgewicht in der LechTaler-Verteilung kam. In der Praxis hieß das: Es wurden viel mehr LechTaler in der Lebensmittel- und Bio-Branche ausgegeben, was dort schnell zu einem „LechTaler-Stau“ führte. Andererseits hatten die LechTaler-Teilnehmer aus der Gesundheits- und Beratungsbranche kaum LechTaler-Einnahmen mangels Nachfrage. Dazu kam, dass einige Branchen gar nicht oder kaum im System vertreten waren und andere Branchen, wie zum Beispiel Therapeuten, gehäuft auftraten. Dieses Ungleichgewicht nahm sogar noch zu, da Betriebe aus dem alternativen Spektrum leichter zu gewinnen waren.

### 6. Probleme im Team, fehlendes klares gemeinsames Ziel

1. Unsere gemeinsame Arbeit hat am besten geklappt bis zum Start im September 2009. Allen Team-Mitgliedern war in dieser Zeit klar, was wir erreichen wollen. Die Zeit der Diskussionen war vorbei, das Ziel klar definiert und alle waren mit ganzem Herzen dabei. Dann haben wir das Ziel mit Bravour erreicht und plötzlich gab es ganz unterschiedliche Ziele (um nur einige zu nennen):

1. Unternehmen-Großakquise
2. erst mal laufen lassen und schauen, wie es funktioniert
3. Bürgermarketing
4. Bildungsarbeit
5. generelle Geldreform

Aus dieser Unklarheit sind wir nicht herausgekommen. Entsprechend unklar haben wir nach außen gewirkt und somit auch nicht überzeugen können.

Wir haben viel diskutiert und unsere Zeit mit Streitigkeiten statt mit aktiver, produktiver Arbeit für unser Projekt verbraucht.

2. Durch endlose Diskussionen und scheinbar fehlende Erfolge ging der Spaß an der Sache immer mehr verloren. Wir haben uns nur noch zum Arbeiten getroffen und jegliches Feiern blieb außen vor. Indem wir uns selber die Belohnung für unsere Arbeit genommen haben, ging auch eine wichtige Motivationsquelle verloren und damit zunehmend aktive und kompetente Helfer.

## II. Fazit

Das Konzept ist allgemein anerkannt und hilfreich, wenn es durch den €-Tausch ergänzt wird.

Der LechTaler in Papierform erfordert mehr Verwaltungsarbeit als in elektronischer Form.

Eine neue Belebung des Systems kann erfolgen durch Aufklärung, Presse, Teilnahme öffentlicher Stellen, Information und Vorträge. Dabei wird die Beschäftigung mit Währungsfragen in der Finanzkrise die Akzeptanz fördern.

Harald Wutte

E-Mail: [info@der-lechtaler.de](mailto:info@der-lechtaler.de)

## AK WEB UND SOCIAL MEDIA

Die Wirbelnuss ist ein Instrument, um Meinungen und Ideen zur nachhaltigen Entwicklung Augsburgs zu äußern. Begleitend zur Stadtradel-Aktion fand eine Umfrage zum Hauptmotiv der Teilnehmenden statt – das Ergebnis kann unter [www.wirbelnuss.de](http://www.wirbelnuss.de) angeschaut werden. Neue Beiträge auf der Wirbelnuss und Mitarbeit im Ak sind gerne gesehen.

Susanne Thoma

Sprecherin des AK Web und Social Media

Kontakt: [sprecherin@wirbelnuss.de](mailto:sprecherin@wirbelnuss.de), [www.wirbelnuss.de](http://www.wirbelnuss.de)

