

Hansemark Hamburg

***Konzept für ein
Leistungs-gedecktes
Gutschein-System
als Regiowährung
Heft 3: Umsetzung***

***von Michael Hönnig
E-Mail: <michael@hoennig.de>
Version vom 27. Mai 2005
Arbeitsversion/Momentaufnahme***

***<http://michael.hoennig.de/download/regio.html>
(dort ist auch eine Danksagung und Lizenz zu finden)***

Inhaltsverzeichnis

Umsetzung.....	1
Gründung der Initiativgruppe.....	1
Konzepterstellung.....	2
Gründung des Regiovereins.....	3
Werbung für den Regio.....	4
Veranstaltung mit Gutscheinen der Teilnehmer.....	4
Regio als Eintrittskarte für eine Veranstaltung/Party.....	4
Kaufleute ansprechen.....	5
Regio-Wochen.....	5
Regios als Jobmaschine.....	5
Druck der Gutscheine	6
Ausgabe und Umtausch der Gutscheine.....	7
Ausgaberichtlinien (☰).....	8
Teilnahmebedingungen.....	8
Konkrete Ausgaberichtlinien.....	9
Verbuchung.....	9
Doppelte Buchführung.....	9
Kalkulationen.....	13
Auszugebende Gutscheinmenge.....	13
Kalkulation der Kosten für den Regioverein.....	14
Anhang.....	16
Checkliste.....	16
Regeln Justus-Bündnis für Rhein und Ruhr (🌐).....	17
Bürgerschaftsvereinbarung vom Gießener Justus (🌐).....	19
Satzung (☰).....	20
Präambel.....	20
§ 1 Name, Sitz und Geschäftsjahr.....	20
§ 2 Zweck des Vereins	20
§ 3 Mitgliedschaft	21
§ 4 Organe des Vereins	21
§ 5 Mitgliederversammlung	22
§ 6 Aufsichtsrat.....	23
§ 7 Vorstand.....	23
§ 8 Auflösung des Vereins	23
Eidstattliche Versicherung (☰).....	24
Flugblatt zur Werbung von Unternehmen (☰).....	25
Die Idee! - Geben Sie Regios als Gutscheine aus	25
Ihr Nutzen? - Regio-Gutscheinen nützen Ihnen.....	25
Die Kosten? – Regio-Gutscheine sind günstig.....	25
Dabei sein! - Konkurrenz schadet nicht	25
Stichwortverzeichnis.....	26

Umsetzung

Während das vorhergehende Kapitel die Funktionsweise dieser Regiowährung erläutert hat, widmet sich dieses Kapitel der detaillierteren Umsetzung einer Regiowährung in der Praxis.

Gründung der Initiativgruppe

Wer eine Initiativgruppe für eine Regiowährung gründen möchte, sollte sich zunächst Mitstreiter suchen. Selbst mit diesem Konzept ist ein solches Projekt eine Menge Arbeit, die alleine nur unbefriedigend zu leisten ist. Mitstreiter lassen sich über folgende Websites und Organisationen finden:

- <http://www.regionetzwerk.de> – Das Regionetzwerk ist ein Zusammenschluss von Regionalwährungs-Initiativen aus ganz Deutschland. Zum einen ist hier eine Deutschland-Karte mit bekannten Initiativen zu finden, welche den Qualitätskriterien des Regionetzwerkes entsprechen. Vielleicht gibt es in der eigenen Region sogar bereits eine Initiative, und wenn nicht, kann das eigene Projekt von anderen leichter gefunden werden, wenn man es dort eintragen lässt.
- <http://www.attac.de> – Attac ist eine Organisation von Globalisierungskritikern und verfügt ebenfalls über viele Regionalgruppen, in denen sich auch Menschen finden, welche ein Regionalwährungsprojekt unterstützen würden. Dabei ist allerdings zu beachten, dass die Regiowährungen innerhalb Attacs durchaus umstritten sind.
- <http://www.regionalgeld.de> – Hierbei handelt es sich um eine offene Internet-Plattform zum Thema Regionalgeld. Hauptsächlich dreht es sich dort derzeit zwar um die Regio-Projekte in Schleswig-Holstein, die Plattform steht aber auch für andere Regionen zur Verfügung
- <http://www.freiwirtschaft.org> – Ein Wiki zum Thema Freiwirtschaft (Geld- und Bodenreform-Konzepte, aufbauend auf den Ideen von Silvio Gesell). Dort findet sich u.a. der „Freiwirte-Finder“, wo man evtl. andere interessierte Menschen aus der eigenen Region finden kann. Und wenn nicht, kann man sich selbst dort zumindest eintragen.
- <http://www.inwo.de> – Die INWO (Initiative für Natürliche Wirtschaftsordnung e.V.) befasst sich zwar eher mit den hinter Regiowährungen stehenden Theorien, aber beobachtet diese Projekte auch wohlwollend. Diese Adresse ist damit sicherlich auch ein guter Anlaufpunkt, um Kontakte in der eigenen Region zu knüpfen.
- <http://www.humanwirtschaft.org> – Die Humanwirtschaft ist die Zeitschrift der Humanwirtschaftspartei, einer Partei, welche eine wirklich freie und dabei humane Wirtschaft zum Kern ihres Programmes gemacht hat.

Gerüchte über rechte Tendenzen in dieser Partei kann jeder durch persönliche Kontakte zu den Parteigenossen als dreiste Lügen entlarven. Diese Partei ist den Regiowährungs-Projekten sehr wohlgesonnen und auch durch ihre vielen Regionalgruppen ein guter Ansprechpartner für ein solches Projekt.

Weitere potentielle Organisationen, bei denen Mitstreiter gefunden werden können, sind grundsätzlich die verschiedenen Umweltvereine sowie örtliche Bürger- oder Verschönerungsvereine aber durchaus auch Wirtschaftsvereinigungen, wie z.B. lokale Einzelhandelsverbände oder auch die regional zuständige Handels- und Handwerkskammern sowie Werbegemeinschaften. Insbesondere geschäftliche Netzwerkverbindungen in der Region sollten auf jeden Fall auch genutzt werden, immerhin handelt es sich bei der Einführung einer Regiowährung auch um regionale Wirtschaftsförderung. In Einzelfällen konnten sich sogar regionale Banken oder Sparkassen für ein solches Projekt interessieren lassen, wenn nicht sogar die Stadt bzw. Gemeinde. Für beides gibt es bereits konkrete Beispiele.

Zwar ist es wichtig, eine ausreichende Anzahl engagierter regionaler Partner zu finden, aber die Verbindung mit Initiativen in anderen Regionen ist ebenso wichtig. So entstand dieses Konzept z.B. in Zusammenarbeit von Initiativen in Gießen, Düsseldorf, Duisburg, Lilienthal (bei Bremen) und Hamburg.

Konzepterstellung

Mit ca. 3 Initiatoren kann es dann auch schon losgehen, und das Konzept erarbeitet werden. Währenddessen geht selbstverständlich die Suche nach weiteren Mitstreitern weiter. Daher sollte man sich in Details auch nicht zu früh festlegen. Der Einsteig weiterer Aktiver wird damit nur unnötig erschwert, da sich diese nicht mehr ausreichend mit dem Projekt identifizieren können, was deren Leistung für das Projekt erheblich drosseln wird.

Dieses Dokument liefert bereits einen Großteil eines Konzeptes für eine Regiowährung. Aber auch andere Konzepte sollten betrachtet, analysiert und erwogen werden. Das o.g. Regionetzwerk ist hierzu ein guter Ausgangspunkt, da dort viele Websites mit Informationsmaterial anderer Initiativen zu finden sind. Andere Konzepte stellen beispielsweise der Sterntaler, der Roland und der Chiemgauer dar. Und nicht zuletzt sind auch Kombinationen von Konzepte evtl. eine interessante Alternative.

Überhaupt ist der Meinung der meisten Regiowährungs-Aktiven nach Vielfalt momentan sehr wichtig. Mit den Regiowährungen sind wir noch ganz am Anfang, wir brauchen also noch Erfahrungen. Und Erfahrungen sind am besten durch eine Vielfalt der Konzepte und Konzept-Kombinationen zu erreichen.

Wenn das Konzept auf dem in diesem Dokument beschriebenen Grundkonzept aufbauen soll, sind insbesondere folgende Punkte zu klären:

- Laufzeit der Gutscheine
- Höhe der Ausgabegebühr (auch 0% ist eine Alternative)
- Höhe der Umlaufsicherungsgebühr
- Werbeaufdruck ja/nein
- Werbeaufdruck der Aussteller oder von Sponsoren
- ggf. Gebühr für die Werbeaufdrucke der Sponsoren

Eine Checkliste für die Einführung eines Regiosystems findet sich im Anhang.

Auch eine Möglichkeit der Einführung eines Regios wäre, aufbauend auf diesem Konzept, erst eine minimale Lösung vorbereiten, und diese dann bis zum selbst gesetzten Termin verbessern.

Organisationsstruktur

Die Organisationsstruktur für einen Regio nach dem hier vorgestellten Konzept könnte wie folgt aufgebaut werden:

- ein Regioverein für die Volksbildung als e.V.
Dieser Verein würde Bildungsveranstaltungen zum Themenkreis „nachhaltige Regionalwirtschaft“ durchführen sowie Informationsmaterial erstellen und verbreiten. Auch könnte dieser eine Zeitschrift zum Themenkreis herausbringen, die sich durch Werbung der Mitgliedsunternehmen der Regiogenossenschaft (siehe unten) finanziert.
- eine Werbegemeinschaft der Unternehmer als e.G.
Alle Mitglieder dieser Genossenschaft würden ihre Gutscheine gegenseitig anerkennen. Diese Genossenschaft legt auch die Richtlinien fest, zu denen sich ihre Mitgliedsunternehmen bekennen. Diese Gesellschaft würde auch ggf. die von den jeweiligen Emittenten nicht benötigten Werbefläche sowie Werbeflächen in der Zeitschrift des Regiovereins vermarkten. Diese Genossenschaft kontrolliert auch die Einhaltung der Richtlinien durch ihre Mitgliedsunternehmen inkl. der Rücknahme abgelaufener Gutscheine (Erneuerungsumtausch).
- eine Druckerei für die Gutscheine
Dieses Unternehmen erhält in der Idealform des hier vorgestellten Konzeptes die Aufträge für den Druck von den einzelnen Mitgliedsunternehmen der o.g. e.G. Diese sind Lizenznehmer der e.G. und nur diese dürfen daher z.B. die Marke der e.G. für den Regio führen.

Diese Struktur unterstreicht auch die Emission der Gutscheine durch die einzelnen Unternehmen, da die einzelnen Druckaufträge dann von diesen kommen statt vom Regioverein oder der Regiogenossenschaft.

Aus Kostengründen sollte mit der Gründung des Regiovereins begonnen werden, der zunächst auch die anderen Aufgaben übernimmt. Anfangs ist es vermutlich auch sinnvoll, dass der Regioverein die Druckaufträge für Gutscheine annimmt und an die beauftragte Druckerei weiterleitet.

Gründung des Regiovereins

Sobald sich die Initiatoren-Gruppe auf ein Konzept geeinigt hat, kann auch die Gründung eines Vereins angegangen werden, der das Regiosystem tragen soll. In Einzelfällen kann dieser Schritt überflüssig sein, weil sich eine bestehende Organisation dieses Projektes annimmt. Je nach Auslegung der Ziele, ist evtl. auch eine eG (eingetragene Genossenschaft) sinnvoll, weil ein e.V. nicht die wirtschaftliche Förderung seiner Mitglieder zum Hauptzweck haben darf, außer er ist explizit als wirtschaftlicher Verein zugelassen.

Als Hauptzweck des Regionalvereins schlage ich jedoch „die Förderung einer regionalen und nachhaltigen Wirtschaft“ vor. Damit sind keinesfalls nur die Mitglieder gemeint, und damit ist der e.V. eine legale Rechtsform für dieses Unternehmen.

In einigen Regionen gibt es alteingesessene Bürgervereine, welche solche Gründungen fördern. In Hamburg beispielsweise die Patriotische Gesellschaft von 1765 (der Name muss dabei vor dem Hintergrund des Gründungsjahres gesehen werden), welche im Rahmen ihrer Arbeitsgruppe „Zukunftsfragen“ das Hamburger Regionalwährungsprojekt „Hafensilber“ fördert.

Für die Vereinsgründung habe ich hier eine kleine Checkliste zusammengestellt:

- Satzung (siehe auch Satzungsentwurf im Anhang)
- Anforderungen an Offizielle definieren
- wer muss/kann Mitglied werden
- wer darf die Gutscheine nutzen (evtl. auch Angestellte der Mitglieder)
- wer steht für Ämter (Vorstand, Beirat, Kassenprüfer etc.) zur Verfügung
- Gründungsversammlung
- Eintragung beim Registergericht
- Gewerbeanmeldung
- Buchführungs-/Steuerpflichten

Weitere Informationen zur Vereinsgründung und Verreinsverwaltung: finden sich im Internet auf der folgenden Website:
<http://vereinsknowhow.de/organis/>

Gemeinnützigkeit des Regiovereins

Die Gemeinnützigkeit des Regiovereins kann gerade am Anfang von großem Vorteil sein, weil dann Spenden an diesen Verein von den Spendern steuerlich absetzbar sind. Somit könnte das Spenderpotential für einen gemeinnützigen Regioverein deutlich größer sein als wenn dieser nicht anerkannt gemeinnützig ist.

In der oben vorstellten Vollstruktur sollte es kein Problem sein, die Gemeinnützigkeit für den Regioverein zu erreichen. Anders sieht es in der Anfangsstruktur aus, da der Verein dann Wirtschaftsförderung betreibt und Wirtschaftsförderung regelmäßig ein Ausschlusskriterium für die Anerkennung der Gemeinnützigkeit ist. Eine Lösungsidee wäre, den Verein zunächst nur für die Volksbildung zu positionieren und dann vor der ersten Gutschein-Emission bereits die e.G. gegründet zu haben.

Zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Dokuments, sah es danach aus, dass der augsburger Verein "oeconomia augustana e.V.", der die Volksbildung, Verbraucheraufklärung und Verbraucherschutz zum Zweck hat, voraussichtlich als gemeinnützig anerkannt wird. Die Organisation und Durchführung eines Regio ist aber wirtschaftliche Tätigkeit. Wenn das Finanzamt aber anerkennt, dass die ideellen Ziele des Vereins nur damit erreicht werden können, ist auch diese wirtschaftliche Tätigkeit steuerfrei. Dazu müsste das Gutscheinsystem als Übungsfeld auf dem Weg zum Kreditgeld dargestellt werden und ihm damit ein experimenteller Charakter gegeben werden.

Ein solcher Schritt kann allerdings auch Auswirkungen auf die Akzeptanz des Regios bei den potentiellen Mitgliedsunternehmen haben. Des weiteren sind gemeinnützige Vereine grundsätzlich nicht vorsteuerabzugsberechtigt, können also auch keine Vorsteuer ausweisen, was ein zusätzlicher Nachteil für die Mitgliedsunternehmen ist. Bei einem steuerpflichtigen Geschäftsbetrieb als Teil des Vereines besteht des weiteren die Gefahr die Gemeinnützigkeit zu verlieren wenn Verluste entstehen sollten.

Auch der Verein Chiemgauer Regional e.V. hat die vorläufige Gemeinnützigkeit erhalten, ist aber ein Sonderfall, da der Chiemgauer schließlich von einem Schülerunternehmen betreut wird. Es handelt sich hier vorrangig also um eine jugendpädagogische Aktivität und "Volksbildung" ist ein gemeinnütziger Zweck. Bei dem hier vorgestellten Konzept ist dieser Weg also verschlossen.

Der Heller! e.V. aus Schwäbisch Hall hat die vorläufige Gemeinnützigkeit des zuständigen Finanzamtes, obwohl im Zweckparagrafen 2, Abs. 2 steht, dass es diesem Verein "um das Fördern und Mitgestalten von Projekten zum Aufbau regionaler Wirtschaftskreisläufe" und um das "Fördern ökologisch orientierter Arbeitsweisen, Produktionsmethoden und Produktionsgemeinschaften" gehe. Hier scheint das Finanzamt also sehr großzügig gewesen zu sein.

Wenn sich eine Initiative dafür entscheidet, die Gemeinnützigkeit erlangen zu wollen, gibt es folgende Möglichkeiten:

1. Die Gründung eines Bildungsvereins mit dem Ziel der Volksbildung (z.B. Vorträge und Seminare) zum Themenkreis nachhaltiger regionaler Wirtschaftsentwicklung. In der Satzung darf die Herausgabe einer Regionalwährung dann nicht erwähnt werden. Auch aus der Geschäftsführung muss klar werden, dass es um Bildung geht. Tatsächlich nimmt die Bildungsarbeit einen großen Teil des Aufwandes ein, der vor dem Start eines Regio geleistet werden muss.
2. Der Anschluss an einen bestehenden gemeinnützigen Verein, in dessen Satzung die Bildungsarbeit passt (z.B. Bürgerverein, Umweltschutzverein, etc.). Das Regiogeld könnte dann in der Anfangsphase als steuerpflichtiger Wirtschaftsbetrieb des Bildungsvereins herausgegeben werden. Das Verhältnis zwischen Verein und Regiogeld-Unternehmen ist dann vergleichbar mit dem eines Sportvereins zu seiner Vereinsgaststätte. Wächst das Regiogeld, wäre ab einer bestimmten Größenordnung die Gemeinnützigkeit des Bildungsvereines gefährdet. Das Regiogeld könnte dann nicht mehr unter dem Dach dieses Bildungsvereines laufen. Ab welcher Größenordnung dies der Fall ist, kann nicht allgemein gesagt werden, für eine Metropolregion wie Hamburg kann dies aber sehr schnell der Fall sein. Desweiteren gibt es im Moment auch noch keine Erfahrungen, ob ein Regiogeld als Zweckbetrieb eines Vereines laufen kann. (Zweckbetrieb und Wirtschaftsbetrieb ist im Steuerrecht zweierlei.)

In jedem Falle sollten die Schritte mit dem Finanzamt abgestimmt werden.

Werbung für den Regio

Die hier dargestellten Möglichkeiten, den Regio zu bewerben sind willkürlich zusammengestellt. Die jeweils passendste Werbemaßnahme muss den Zeitpunkt (Planungsphase, Vorbereitungsphase, Einführungsphase, Einsatzphase) ebenso berücksichtigen wie das jeweilige Zielpublikum.

Veranstaltung mit Gutscheinen der Teilnehmer

Bei Informationsveranstaltungen zur Regiowährung könnten alle Teilnehmer aufgefordert werden, einen Gutschein über eine Leistung auszustellen, die sie selbst erbringen können. Sinnvollerweise sollte ein Anhaltspunkt über die

Größenordnung des Wertes der Leistung gegeben werden, z.B. über ca. 20 Minuten oder in ca. 20 Euro. Jeder soll sich dabei verpflichten, auch die Gutscheine der anderen Teilnehmer zu akzeptieren. Auch das Wiederverwenden der Gutscheine durch den jeweiligen Empfänger ist dabei möglich.

Den Teilnehmer wird damit die Funktionsweise des in diesem Dokument vorgestellten Regios erlebbar gemacht.

Bei inhomogenen Gruppen wird das Risiko für einzelne Teilnehmer zu groß, dass viele andere ihre Leistungen nachfragen, ohne dass selbst sie sinnvolle Verwendung für diese Gutscheine hätten. Zur Lösung des Problems könnten die Gutscheine zeitlich auf die Veranstaltung begrenzt sein, wobei es dann wohl eher nur um Gutscheine für 5-Minuten-Informationsgespräche gehen kann als um echte sinnvolle Leistungen.

Auch ist eine außerordentlich hohe ULG für diesen Anwendungsfall sinnvoll. Also z.B. ein Tabellengutschein, dessen Wert täglich um 1% abnimmt. Wird dieses Verfahren gewählt, sollten aber die Unterschiede zum geplanten Regio, also die geringere ULG und Ablaufgutscheine statt Tabellengutscheine deutlich gemacht werden.

Regio als Eintrittskarte für eine Veranstaltung/Party

Die Party-Veranstalter sind Unternehmer, die Regios ausgeben. Sie drucken also ihre eigene Werbung auf die Regios auf und decken diese der Party als Leistung. Wenn die Party zu Ende ist, und es keine Sponsoren für die Deckung gibt, ist die Deckung auch weg, also müssen die Regios zurückgegeben werden!

Falls Stempel als Sicherheitsmerkmal verwendet werden: Sonderanfertigungen von Stempeln sind teuer, daher folgende Ideen:

- Zwei Sponsoren stempeln BEIDE auf die Scheine => Werbeeffect.
- Es wird ein Stempel selbst angefertigt (Wachs, Kartoffel).
- Es werden ein oder mehrere Standard-Stempel (Schreibwarenladen) kombiniert verwendet, die nicht zu leicht zu beschaffen sind.

Regios im Begrüßungspaket für Studenten

Beim Gießener Justus kam die Idee auf, Studenten der regionalen Hochschulen ein Erstsemester-Begrüßungspaket mit Regios zu geben. Unternehmen, die dafür Regios bereitstellen, haben damit eine effektvolle Werbung und die Studenten erfahren gleich vom Regiosystem.

Kaufleute ansprechen

Hier einige Ideen, wie Kaufleute als Ausgabe- und Akzeptanzstellen für einen Regio gewonnen werden können:

"Ich würde gerne etwas Werbung für Sie machen"

"Wir selbst als Marketing-Dienstleister nehmen auch teil und werden ebenso in Regios bezahlt"

"Dies ist ein Projekt von Gewerbetreibenden für Gewerbetreibende"

"Sonstige Flyer und Broschüren landen meist in der Mülltonne, die Regios dagegen sind Tauschmittel und werden ständig betrachtet, weil sie nicht weggeworfen werden."

"Der Regio zieht sich nicht aus der Region zurück, sondern kommt als Umsatz wieder zurück in ihr Geschäft."

Bei Kaufleuten sollte die Zinstheorie, die hinter diesem Konzept steht, wenn überhaupt, dann nicht zu früh erwähnt werden, da man sich dadurch nur zu sehr in komplexe Diskussionen verwickelt, für die die Kaufleute sowieso keine Zeit haben werden.

Werbepremien

Unternehmen, die weitere Teilnehmer werben, könnten eine Prämie erhalten. Diese müsste dann selbstverständlich von den neu geworbenen Teilnehmern erbracht werden. Z.B. könnten weitere 4% der Gutschein-Ausgabe geworbener Teilnehmer dem jeweiligen Werber zufallen.

Statt einer Werbepremie für diejenigen, die neue Teilnehmer werben, könnten diesen auch die Werbefläche auf einem Teil der vom geworbenen Mitglied ausgegebenen Gutscheine zur Verfügung gestellt werden. Oder auch die Werbefläche mit dem Werbe geteilt werden: „XYZ in Kooperation mit ABC“.

Regio-Wochen

Einige teilnehmende Unternehmen könnten im Rahmen einer Werbeaktion in einer z.B. quartalsweise erscheinenden Zeitung „Regio-Wochen“ ankündigen, in denen diese noch Gutscheine akzeptieren, die kürzlich abgelaufen sind. Die Übernahme der Umlaufsicherungsgebühr wirkt dann quasi wie ein Rabatt.

Diese Werbeaktion macht selbstverständlich erst dann Sinn, wenn eine ausreichende Anzahl teilnehmender Unternehmen bereits für das System gewonnen ist.

Regios als Jobmaschine

Auch diese, zugegebenermaßen etwas reisserische Idee, könnte sich dazu eignen, Teilnehmer zu gewinnen. Dass Regios Arbeitsplätze sichern, wurde bereits angesprochen, doch es lassen sich sogar neue Arbeitsplätze schaffen. Hierzu einige Gedanken:

1. Regios laufen bei fast-Deflation (wie wir sie heute haben) schneller um als Euros => es werden mehr Umsätze mit Regios gemacht als sie mit Euros hätten gemacht werden können => Arbeitsplätze werden gesichert + höherer Lebensstandard!
2. Wenn die Regios nach dem Gogo Prinzip von den Gewerbetreibenden als Gutscheine auf ihre Waren ausgegeben werden, dann entsteht zusätzlich Kaufkraft => es werden mehr Umsätze in Regios gemacht als es mit Euros möglich war => Arbeitsplätze werden gesichert + höherer Lebensstandard!
3. Wenn jemand einen Regio ausgibt, bleibt der in der Region, statt in Billiglohnländer oder in Spekulationsgeschäfte investiert zu werden. => Kaufkraft bleibt erhalten => es sind weitere Umsätze in Regios möglich, die in Euro nicht möglich gewesen wären => Arbeitsplätze werden gesichert + höherer Lebensstandard!

Bis aber NEUE Arbeitsplätze durch Regios entstehen, wird aber noch viel Wasser die Elbe herunter fließen. Sobald aber der Euro richtig deflationiert, wird sich das schlagartig ändern, denn dann werden die Regios schlagartig mehr Zuwachs haben. Dies ist aber kein Grund, mit der Einführung zu warten, besser ist es, dann schon Regios eingeführt zu haben.

Bei der Lohnzahlung anderen Währungseinheiten als Euro ist GewO §107 zu beachten. Demnach ist der Lohn grundsätzlich in Euro auszuzahlen. Ausnahmen sind möglich, wenn

- eine der Arbeitgeber mit dem Arbeitnehmer eine einvernehmliche Regelung trifft
- die als Lohn gezahlten Waren oder Leistungen neutral bewertet sind
- bis zur Höhe des pfändbaren Anteils eine Auszahlung in Euro garantiert wird

In jedem Fall müssen die Steuern und Sozialabgaben, auch für den in Regio ausgezahlten Betrag in Euro beglichen werden. EStG §8 (Einnahmen) Abs. 2 Satz 9 erlaubt zwar Sachbezüge im Wert von bis zu 44 Euro einkommensteuerfrei abzugeben, jedoch müssten die mit den Gutscheinen zu beziehenden Waren und Leistungen dabei konkret genannt sein, was bei den Regios nach diesem Konzept nicht der Fall ist. Selbst bei konkreter Leistung ist es strittig, ob der Arbeitgeber in diesem Fall auch die Vorsteuer geltend machen darf. Spätestens bei den hier beschriebenen Regios ist dies nicht mehr der Fall, weil diese nicht nur zum Bezug konkret benannter Leistungen gelten. Der Bezieher der Leistung ist daher der Arbeitnehmer und nicht mehr der Arbeitgeber. Der Vorgang der Auszahlung von Lohnanteilen an Arbeitnehmer ist dafür aber auch nicht mit Umsatzsteuer behaftet, denn der Gutschein zählt für den Gesetzgeber in diesem Fall quasi wie Bargeld.

Druck der Gutscheine

Beim Entwurf der Gutscheine muss bereits die Drucktechnik berücksichtigt werden, so ist 4-Farbdruck teurer und kann auch nicht von jeder Druckerei durchgeführt werden. In sehr kleinen Regionen ist evtl. sogar zu überlegen, die Gutscheine selbst auf einem Farbdrucker zu drucken. In kleinen Regionen würden Fälschungen auch schnell auffallen.

Auf einem Druckbogen passen üblicherweise 24 Gutscheine, falls diese in etwa die Größe eines mittleren Euro-Scheines haben. Falls sich mehrere Regionen für den Druck der Gutscheine zusammenschließen, könnten also z.B. 3 mal 8 Gutscheine pro Bogen gedruckt werden. Die Kosten für jeden einzelnen Regioverein ließen sich damit senken.

Pro Regio und Bogen nur 8 Scheine drucken zu können, ergibt allerdings eine suboptimale Verteilung der jeweiligen Anzahl je Gutschein Wert, insbesondere wenn die Aufteilung 1er, 2er, 5er, 10er, 20er, 50er gewählt wird, denn das wären schon 6 verschiedene Scheine, so dass nur die 1er und 2er doppelt gedruckt werden könnten und alle anderen in gleicher Anzahl vorliegen würden. Ggf. müssen einige Scheine nach dem Druck vernichtet werden, um auf sinnvolle Zahlenverhältnisse der verschiedenen Werte zu kommen. Bei der von mir vorgeschlagenen Banknoten-unüblichen Aufteilung von 1er, 3er, 10er, 30er, wäre eine genauere Aufteilung der je Wert benötigten Scheine-Anzahl möglich.

Danach werden die Gutscheine in handlichere Formate geschnitten, die oft für nachfolgende Schritte (Nummerierwerk etc.) notwendig sind. Der endgültige Schnitt kommt je nach auf zu druckenden Sicherheitsmerkmalen erst ganz am Schluss.

Weitere Sicherheitsmerkmale können nachträglich aufgedruckt werden, z.B. Nummerierung, fluoreszierende Farbe, Prägung etc. Die Verteilung auf zwei Druckereien erhöht auch die Fälschungssicherheit.

Falls einmal Gutscheine in Geldautomaten ausgegeben werden, könnte das Ausgabedatum erst bei der Ausgabe (Aufdruck/Stanzung) festgelegt werden.

ESTG § 8 Einnahmen

(1) Einnahmen sind alle Güter, die in Geld oder Geldeswert bestehen und dem Steuerpflichtigen im Rahmen einer der Einkunftsarten des § 2 Abs. 1 Satz 1 Nr. 4 bis 7 zufließen.

(2) Einnahmen, die nicht in Geld bestehen (Wohnung, Kost, Waren, Dienstleistungen und sonstige Sachbezüge), sind mit den um übliche Preisnachlässe geminderten üblichen Endpreisen am Abgabeort anzusetzen. [Sätze 2-8 ausgelassen]] Sachbezüge, die nach Satz 1 zu bewerten sind, bleiben außer Ansatz, wenn die sich nach Anrechnung der vom Steuerpflichtigen gezahlten Entgelte ergebenden Vorteile insgesamt 44 Euro im Kalendermonat nicht übersteigen.

Ausgabe und Umtausch der Gutscheine

Wenn ein teilnehmendes Unternehmen neue Gutscheine oder einen Umtausch benötigt, sollte dies 1-2 Tage vorher beim Regioverein angekündigt werden. Dann kann die Werbung mit einem Laserdrucker auf den Rückseiten aufgebracht werden, was auch etwas Zeit in Anspruch nehmen wird. Hierfür müssen die Scheine einzeln gedruckt werden, wofür der Laserdrucker geeignet sein muss, nicht jeder Laserdrucker kann nämlich solch kleine Formate fehlerfrei einziehen. Ein HP LaserJet 1100 z.B. kann Formate in Geldscheingröße problemlos einziehen. Wenn es drucktechnisch nicht nötig ist, kann man den endgültigen Schnitt auch ganz am Ende machen und hat keine Probleme mit kleinen Formaten.

Spezielle Sicherheitsmerkmale, wie Aufkleber und Unterschriften sollten erst bei bzw. kurz vor der Ausgabe aufgebracht werden. Insbesondere Aufkleber würden sonst auch den Aufdruck der Werbung im Laserdrucker behindern (Papierstau, Wärmeableitung etc.). Aber auch Sicherheitsgründe sprechen dafür. Dasselbe gilt für das Ablaufdatum (Stempel oder Lochung).

Die Unterschriften der Offiziellen des Regiovereins können auch bereits direkt nach der Erst- oder Erneuerungs (Umtausch-)Bestellung des jeweiligen Unternehmens auf die Gutscheine aufgebracht werden, so dass nur noch die Unterschriften und Stempelabdrücke des ausgebenden Unternehmers und dessen Stempel für bei der Ausgabe verbleiben.

Am einfachsten wäre es wohl, immer einen vordefinierten Mix auszugeben. Evtl. könnte noch zwischen einem Niedrigwert-lastigem Mix (z.B. zwanzig 1er-, zwanzig 3er-, zehn 10er- und fünf 30er-Scheine) und einem Hochwert-lastigem Mix (z.B. zehn 10er-, zehn 30er- und, falls vorhanden fünf 100er-Scheine). Denn wenn jeder Gutscheine in seinem Einzelwert (also für jeden 1er einen 1er und für jeden 2er einen 2er etc.) eintauschen werden sollte, dann müsste das entweder vorher genau angemeldet werden oder der Werbeaufdruck etc. könnte nur bei der Ausgabe selbst erfolgen, was zu langen Wartezeiten führen würde. Bei der Erstaussgabe können sowieso nur solche Mixe ausgegeben werden, weil sonst zu befürchten ist, dass viele Unternehmen besonders viele 1er und 2er haben wollen, da dies mehr Werbung für weniger Gebühren, bei gleichzeitig höheren Kosten für den Regioverein bedeuten würde.

Ausgeberichtlinien (📄)

Dieser Abschnitt ist wieder so formuliert, dass er potentiell teilnehmende Unternehmen direkt anspricht und daher wörtlich in einen Prospekt übernommen werden könnte.

Teilnahmebedingungen

Gewerbebetriebe, die Regios als Werbeträger verwenden wollen, werden zunächst Mitglied im Hansemark e.V. (i.Gr.).

Abhängig von ihrer Größe und Leistungsfähigkeit, der Anzahl seiner Angestellten sowie seinem individuellen Beitrag zum Vereinsziel, sowie der gesamten Menge der ausgegebenen Gutscheine, erhält jeder Gewerbebetrieb eine Anzahl von Gutscheinen mit seinem eigenen Werbeaufdruck auf der Rückseite.

Die Gewerbebetriebe verpflichten sich, die Gutscheine aller teilnehmenden Betriebe, also die eigenen und die anderer Betriebe, als Zahlungsmittel anzunehmen. Die Annahme der Gutscheine anderer Betriebe kann auf bestimmte Artikel, Quoten oder Zeiten beschränkt werden.

8% der jeweils auf Sie neu ausgestellten Gutscheine behält der Verein ein, um seine Kosten für den Druck der Gutscheine, Mitgliederwerbung, Mitgliederbetreuung sowie Verwaltung zu decken. Ihre Gutscheine wurden damit also bereits als Zahlungsmittel anerkannt.

Die Gutscheine sind jeweils auf 3-12 Monate, im Schnitt 9 Monate, befristet gültig. Sie können beim Verein von den teilnehmenden Gewerbebetrieben jederzeit gegen eine Gebühr von 4%, zahlbar in Regios, gegen gültige Gutscheine mit dem jeweils eigenen Werbeaufdruck eingetauscht werden.

Eine Kündigung der Geschäftsbeziehung und damit der Akzeptanz der Gutscheine ist jederzeit gegen Rückgabe der für den jeweiligen Betrieb ausgegebenen Gutscheine möglich.

Konkrete Ausgeberichtlinien

Voraussetzung für die Ausgabe von Gutscheinen durch ein Unternehmen ist die Mitgliedschaft im Regioverein.

Die Menge der initial von einem Unternehmen ausgegebenen Gutscheine ist abhängig von der Anzahl seiner Betriebe in der Region sowie seiner Mitarbeiter in der Region. Pro Betrieb können 200 Regios, pro Mitarbeiter 400 Regios ausgegeben werden. Dabei werden Teilzeit-Mitarbeiter nur zu ihrer Teilzeit zu einer 36h-Woche gezählt, für einen Mitarbeiter, der 18h pro Woche arbeitet, kann das Unternehmen also 200 Regios ausgeben.

Des Weiteren darf kein Unternehmen mehr als einen bestimmten Anteil der im Umlauf befindlichen Scheine stellen. Diese Grenze gilt auch für die

Erneuerung der Gutscheine mit eigenem Werbeaufdruck. Denn derjenige, dessen Werbung hinten drauf ist, gilt als Aussteller des Gutscheins und ist daher in jedem Fall für die Einlösung des Gutscheins verantwortlich. Das Risiko der Insolvenz einzelner Unternehmer muss für die Gemeinschaft klein gehalten werden.

Die vorgenannte Grenze ist gestaffelt: Bei 100 Händlern Obergrenze 5 %, ab 300 Händlern 2 %, ab 1.000 Händlern 1 %. Die Grenze wird immer bei der Ausgabe bzw. Erneuerung überprüft. D.h. im Laufe der Zeit kann diese, z.B. durch Überschreitung einer neuen Staffelstufe oder dem Ausstieg anderer Unternehmen aus dem Gutscheinsystem, dennoch überschritten werden. Die so zu viel ausgegebenen Gutscheine werden dann bei der nächsten Erneuerung gegen Gutscheine anderer Unternehmen, welche die Grenze noch nicht erreicht haben, ausgetauscht.

Die Waren/Leistungen der Regio-ausgebenden Unternehmen müssen also diese Menge auch decken. D.h. in Einzelfällen kann die Grenze schon bei sogar weniger Gutscheinen erreicht sein.

Verbuchung

Die von den teilnehmenden Unternehmen, also den Ausgabe- und Akzeptanzstellen des Regios, ausgestellten Gutscheine müssen selbstverständlich auch in deren Buchhaltung auftauchen. Dieser Abschnitt zeigt also einige typische Geschäftsfälle auf, die im Umgang mit Regios auftauchen. Prinzipiell ist der Umgang mit Regios dem Umgang mit Devisen bei Zahlungsvorgängen ähnlich, dazu kommen noch Regio-eigene Geschäftsfälle.

In diesen Beispielen gehen ich davon aus, dass die Werbe-, Ausgabe- und Umtauschgebühr für Gutscheine bei je 4% liegt und bei Ausgabe eine Werbe- und Ausgabegebühr in Rechnung gestellt wird. Des weiteren gehe ich von einer Mehrwertsteuer von 16% und einem Wechselkurs von 1,50 Euro = 1,00 Regio aus.

Doppelte Buchführung

TODO: Überarbeitung durch einen professionellen Buchhalter

Die meisten Buchhaltungs-Software-Pakete dürften Buchungen mit Fremdwährungen durchführen können, so dass sich der Aufwand in Grenzen hält. Auch ist zu bedenken, dass Doppelwährungen in vielen Ländern an der Tagesordnung sind, insbesondere wenn deren eigene Währung sehr instabil ist und dadurch Preise quasi täglich geändert werden müssten.

Im Prinzip ist zu sagen, dass alle Regio-Beträge in Euro eingebucht werden und am Ende des Geschäftsjahres bzw. bei tatsächlicher Zahlung ggf. ein durch einen geänderten Wechselkurs entstehender Buchgewinn oder

Buchverlust als Korrekturposten verbucht wird. Bleibt der Wechselkurs gleich, entfällt sogar dieser Schritt.

In den Beispielen werde ich die folgenden Konten verwenden:

- Kasse:
das Konto für die Kassen wird auch für Regio in Euro geführt,
das Kassenbuch dahingegen führt die Regio und Euro getrennt auf
- Lieferantenkonto (Kreditor):
Unterkonten von Verbindlichkeiten aus erhaltenen
Lieferungen+Leistungen,
jeweils für einen bestimmten Lieferanten
- Verbindlichkeiten/L&L:
Verbindlichkeiten aus erhaltenen Lieferungen+Leistungen,
ggf. Unterkonto für unbekannte / sonstige Lieferanten ohne eigenes
Unterkonto
- Verbindlichkeiten/Gutscheine:
Gegen dieses Konto werden selbst ausgegebene Gutscheine gebucht.
Da die Gutscheine Verbindlichkeiten gegen den Aussteller darstellen,
müssen diese buchhalterisch erfasst werden.
- Kundenkonto (Debitor):
Unterkonten von Forderungen aus eigenen Lieferungen+Leistungen,
jeweils für einen bestimmten Kunden
- Forderungen/L&L:
Forderungen aus eigenen Lieferungen+Leistungen,
ggf. Unterkonto für unbekannte / sonstige Kunden ohne eigenes
Unterkonto
- Verbindlichkeiten/USt.:
abzuführende Umsatzsteuer
- Forderungen/VSt.:
geleistete Vorsteuer
- Kursgewinne:
Korrekturposten aus buchungstechnischem Wertzuwachs bei
Wechselkursänderung
- Kursverluste:
Korrekturposten aus buchungstechnischem Wertzuwachs bei
Wechselkursänderung

Druck der Gutscheine

Der Unternehmer bestellt in Absprache mit dem Regioverein z.B. 1000 Regio zur Ausgabe. Nachdem diese vom Regioverein gedruckt und vorbereitet

wurden, holt er diese gegen Empfangsbestätigung und Rechnung ab. Die Rechnung lautet auf z.B. 8% der ausgegebenen Regio zzgl. MwSt., also 92,80 Regio. Hier ist festzuhalten, dass die Forderung des Regiovereins auf Regio und nicht auf Euro lautet. Zwar darf jede Schuld dem Gesetz nach auch in Euro beglichen werden, aber der Wert ist laut Vertrag in Regio definiert. Relevant ist dies allerdings nur, falls der Wechselkurs sich bis zur Zahlung ändern sollte. In jedem Fall muss vor der Buchung in Euro umgerechnet werden. Er bucht also:

Werbungskosten an Lieferantenkonto: 120,00 Euro

Forderungen/Vorsteuer an Lieferantenkonto: 19,20 Euro

Gutscheine in die Kasse

Als nächstes legt sich der Unternehmer die Gutscheine in die eigene Kasse, um sie als Zahlungsmittel verwenden zu können. Zuvor hat er sie selbstverständlich mit seiner Unterschrift und seinem Stempel gültig gemacht. Da er die Gutscheine mit seinen Leistungen deckt, stellen diese Forderungen auf seine Leistungen dar. Die 1000 Regio werden dabei wieder in 1500 Euro umgerechnet.

Kasse an Verbindlichkeiten/Gutscheine: 1500 Euro

Zahlungsausgang

Mit den nun gültigen Gutscheinen kann die Rechnung des Regiovereins beglichen werden. Da dies zeitnah geschieht, gehen wir davon aus, dass der Wechselkurs sich nicht geändert hat und daher keine Korrekturbuchungen durchzuführen sind.

Lieferantenkonto(Regioverein) an Kasse: 139,20 Euro

Buchungstechnisch ist es dabei in diesem Fall gleichgültig, ob mit Euro, mit Regio oder gemischt bezahlt wird. Aufgrund der Granularität der Regio können sowieso nur 138 Euro mit 92 Regio bezahlt werden und die restlichen 1,20 Euro müssen in Euro beglichen werden. Alternativ könnten natürlich auch 93 Regio bezahlt werden, wodurch dann ein Wechselgeld von 0,30 Euro zurückerhalten würde.

Zahlungsausgang nach Euro-Deflation

Angenommen eine alte Rechnung eines Lieferanten über 1000 Regio, die zum Kurs von 1,5:1 eingebucht wurde, wird nun bei einem Kurs von 1:1 in Regio beglichen. Der Posten steht also mit 1500 Euro in der Buchhaltung, die 1000 Regio entsprechen aber nun nur noch 1000 Euro, da deren Kaufkraft durch die Deflation gestiegen sei. Da die Zahlung in Regio vereinbart ist, werden auch 1000 Regio bezahlt, die 500 Euro Differenz zu den in der Buchhaltung stehenden 1500 Euro sind so genannten Kursgewinne.

Lieferantenkonto(x) an Kasse: 1000 Euro
Lieferantenkonto(x) an Kursgewinne: 500 Euro

Hierbei muss klar sein, dass es sich Deflations-bereinigt gar nicht um Gewinne handelt, denn die Kaufkraft der Regio ist schließlich unverändert geblieben. Lediglich der Buch-Maßstab „Euro“ hat seinen Wert geändert.

Zahlungsausgang nach Euro-Inflation

Derselbe Fall nochmal, nun jedoch sei der Euro inflationiert und der Kurs daher 2:1. Auch diesmal stehen die 1000 Regio mit 1500 Euro in der Buchhaltung, für die 1000 Regio bekäme man jedoch 2000 Euro, da deren Kaufkraft durch die Inflation gesunken sei.

Lieferantenkonto(x) an Kasse: 2000 Euro
Kursverluste an Lieferantenkonto(x): 500 Euro

Wiederum handelt es sich nicht wirklich um Verluste, sondern um reine Buchverluste. Hier sollten spätestens jedem klar sein, dass ein Preismaßstab, dessen Wert sich unkontrollierbar ändert, also der Euro, eigentlich ziemlich unbrauchbar ist.

Zahlungseingang

Nun der umgekehrte Fall, ein Kunde zahlt einen Rechnungsbetrag von 600 Euro mit 400 Regio:

Kasse an Forderungen/L&L: 600 Euro

Zahlungseingang nach Euro-Deflation

TODO

Zahlungseingang nach Euro-Inflation

TODO

Barverkauf

Ein anderer Kunde kauft nun einen Artikel für 348 Euro und bezahlt sofort mit 232 Regio. Da hier auch eine Leistung fließt, muss wieder die Umsatzsteuer (hier 48 Euro) berücksichtigt werden.

Warenumsatz an Kasse: 300 Euro
Verbindlichkeiten/USt. an Kasse: 48,00 Euro

Im Einzelhandel wird die Kasse üblicherweise täglich einmal gebucht, also nicht für jeden Posten einzeln. Dies gilt jedenfalls meistens, solange die Kasse nicht mit einem Warenwirtschaftssystem verbunden ist, weil dann der Aufwand zu groß wäre.

Erneuerung der Gutscheine

TODO

Wertberichtigung zum Ende des Geschäftsjahres

Am Ende des Geschäftsjahres sind noch nicht ausgeglichene Posten, die in Fremdwährung fakturiert wurden, der Kurs der Fakturierung mit dem Kurs vom letzten Tages des Geschäftsjahres (meist der 31.12.) zu vergleichen.

Dabei sind Verbindlichkeiten mit einer Korrekturbuchung aufzuwerten, falls diese mit dem Kurs vom Jahresende höher sind als mit dem Kurs zu dem sie fakturiert wurden. Andersherum werden Verbindlichkeiten jedoch bei umgekehrter Kursentwicklung nicht abgewertet. Bei Forderungen verhält es sich genau andersherum.

Kalkulationen

Auszugebende Gutscheinmenge

Die in Umlauf befindlichen Gutscheine, bemessen an ihrem Wert, müssen in bestimmten Grenzen liegen, damit das System funktionieren kann. Sind zu wenige Gutscheine im Umlauf, wird der Regio die Lücke nicht füllen können, die der sich zurückziehende Euro hinterlässt. Sind zu viele Gutscheine im Umlauf, würde der Regio inflationär wirken.

Im Folgenden wird versucht, die optimale Gutscheinmenge anhand von Fakten abzuschätzen. Diese Zahlen können als Richtlinie dienen, genaue Zahlen wird erst die Praxis zeigen.

Grundlagen:

- In Umlauf dürfen maximal Gutscheine im Gegenwert von ca. 50 Euro pro Teilnehmer (Kunde) sein.
- Dazu die Tageskasse der Gewerbetreibenden, aber nur der Anteil, der mit Regios bezahlt wird. Im Schnitt dürften das im Einzelhandel ca. 2000-3000 Euro pro Tag und Angestellten sein, je nach Einkaufspreisen/Handelsspanne auch deutlich mehr oder weniger.
- Pro Kunde im Einzelhandel gehe ich von einem Umsatz von 120 Euro/Monat aus, die sich auf 6 Arbeitstage verteilen. Macht also 20 Euro/Tag und Kunde.
- 2500 Euro Tageskasse verteilt auf 50 Euro sind also 125 Kunden pro Angestelltem im Einzelhandel.

Berechnung:

Also wäre die maximale Geldmenge bei 10% der Umsätze in Regios $125 \cdot 75 \text{ Euro} / 10 + 2500 \text{ Euro} / 10 = 1187,50$ Euro oder 791,67 Regios (Wechselkurs 1:1,5) pro Angestelltem. Bei 50% also ca. 4000 Regios pro Angestelltem und bei 100% Umsatz in Regios ca. 8000 Regios. Mehr Regios pro Angestelltem dürften nicht ausgeben werden, um Inflation zu vermeiden.

Achtung: Wir reden hier von der Geldmenge, die tatsächlich umläuft. D.h. die Umlaufgeschwindigkeit dieser Geldmenge dürfte sich von der des Euros nicht sehr unterscheiden. Die ganzen Euros, die gehortet sind, sind in der Geldmenge schließlich gar nicht enthalten.

Für Handwerk etc. könnte man eine ähnliche Rechnung aufmachen, die aber im Endergebnis in etwa auf dieselbe Ausgabemenge pro Mitarbeiter kommen dürfte.

Kalkulation der Kosten für den Regioverein

TODO (bisher nur Stichworte)

Für den Regioverein anfallende Kosten:

- Entwürfe und Druck der Werbematerialien
- Internet-Auftritt (Website-Erstellung, laufende Betreuung, Hosting)
- Miete für Veranstaltungsräume, evtl. Leihgebühr für Beamer
- Aufwandsentschädigungen für die Aktiven
- Werbungsprämien für die Werber der Unternehmen

Einnahmequellen des Regiovereins:

- Mitgliedsbeiträge, falls solche erhoben werden (in Euro oder Regio)
- Ausgabegebühr (i.d.R. in Regio)
- Erneuerungsgebühr bzw. Umlaufsicherungsgebühr (i.d.R. in Regio)
- Spenden (in Euro oder Regio)

Finanzierung der laufenden Kosten

Bei Finanzierung des Regiovereins über über je eine Gebühr bei der Ausgabe und Erneuerung (Umlaufsicherungsgebühr), lässt sich folgende Rechnung aufstellen:

Auf einem üblichen Druckbogen passen 24 Gutscheine. Eine Aufteilung von 7*1er, 7*3er, 5*10er und 5*30er Scheinen wäre praktisch sinnvoll. Das ergibt also 228 Regio oder 342 Euro pro Bogen.

Als Herstellungskosten für einen einzelnen Gutschein können, je nach gewählten Maßnahmen zur Fälschungssicherheit, 20 bis 40 Euro-Cent angesetzt werden. Gutscheine mit RFID Technologie o.ä. wären allerdings deutlich teurer. Die Kosten für die Arbeitszeit der Endbearbeitung je Gutschein, z.B. Schnitt und Unterschrift eines Vorstandsmitglieds des Regiovereins sind mit 10 Sekunden pro Schein bei 50 Euro/Stunde mit ca. 13 Cent pro Schein darin berücksichtigt.

Durch entsprechende Auswahl der Sicherheitsmerkmale betragen die Kosten im Konkreten Fall 0,30 Euro. Damit belaufen sich die Kosten pro Druckbogen auf 7,20 Euro.

Bei einer Ausgabe- und Erneuerungsgebühr von je 4% (ggf. bei Ausgabe zzgl. einer Prämie von 2-4% für Werber des neuen Mitglieds), werden im Schnitt pro Laufzeitperiode (9 Monate) Einnahmen von 4% von 342 Euro, also 13,68 Euro erzielt. Da die Gebühr von 4% auch für Privatleute gilt, auch wenn diese die Gebühr i.d.R. nur bei tatsächlicher Hortung zahlen müssen, ist dies bezüglich der Mehrwertsteuer ein Bruttobetrag. Netto betragen die Einnahmen pro Druckbogen also 11,70 Euro.

Pro Druckbogen ergibt sich also zunächst ein Überschuss von 11,70 Euro abzüglich 7,20 Euro, also von 4,50 Euro.

Bei 500 teilnehmenden Unternehmen von denen im Schnitt je 1000 Regio ausgegeben werden, ergibt sich eine gesamte Ausgabemenge von 500.000 Regio. Es sind also $500.000/228$, also 2192 Druckbögen nötig, was einen Deckungsbeitrag von insgesamt $2192*4,50$ Euro, also 9864 Euro ergibt.

An Arbeitsleistung fällt pro teilnehmendem Unternehmen etwa alle 2 Monate eine Erstaussgabe bzw. Erneuerung an. Bei einer Arbeitszeit von ca. 5 Minuten pro Vorgang also $500/2*5$ Minuten = ca. 21 Stunden Arbeit pro Monat oder je Gutschein-Laufzeit, also alle 9 Monate, 189 Stunden Arbeit.

Die oben errechneten 9864 Euro Deckungsbeitrag aus den Gebühren, die etwa alle 9 Monate anfallen, ergeben also einen Stundenlohn von $9864/189$ Euro, also ca. 52 Euro für einen Angestellten in der Geschäftsstelle des Regiovereins. Da der Angestellte auch andere Verwaltungs-Arbeiten übernehmen muss, wird der tatsächliche Stundenlohn geringer ausfallen, sollte aber nach wie vor in angemessener Größenordnung sein.

Bei einer zentralen Umtauschstelle, wie hier vorgerechnet, ist also mit einer Arbeitsbelastung von 21 Stunden/Monat zzgl. z.B. 9 Stunden für andere Tätigkeiten, also von 30 Stunden pro Monat oder einer Wochenarbeitszeit von ca. einem Arbeitstag zu rechnen. Urlaubstage müssen außerdem umgelegt werden, um der o.g. Rechnung zu entsprechen. D.h. die vertragliche Arbeitszeit wird sich eher auf ca. 10 bis 12 Wochenstunden belaufen.

Es empfiehlt sich allerdings, Ausgabe und Erneuerungs-Umtausch z.B. an teilnehmende Unternehmer zu verteilen, die sich gegen eine Entschädigung dazu bereit erklären. Die Wege zur Umtauschstelle werden so auch für die anderen kürzer und der Regioverein selbst hat nur relativ wenige Sammel-Geschäftsvorfälle. Für den Regioverein dürfte so einzig eine Wochenarbeitszeit von maximal 4 Stunden je 500 teilnehmende Unternehmen übrig bleiben. Um die Besuchszeiten flexibel zu halten, empfiehlt es sich also auch diese zentrale Stelle einem der teilnehmenden Unternehmen zu überlassen, das für diese Arbeiten eine Entschädigung erhält.

Sonstiges

Archivierung

Die numismatische Sammlung des Deutschen Historischen Museums in Berlin sucht aktuelle Regiogelder um sie für die Nachwelt zu archivieren und ggf. auszustellen.

Regiogeldinitiativen werden gebeten, Informationsmaterial und Regios in jeder Stückelung zur Verfügung zu stellen. Bitte einsenden an:

Deutsches Historisches Museum, Wolfgang Roehrig, Unter den Linden 2, 10117 Berlin, <http://www.dhm.de/>. Rückfragen unter: roehrig@dhm.de.

Anhang

Im Anhang finden sich Dokumente, die sich nicht so recht in einzelne Kapitel einreihen lassen, und dennoch für die Einführung eines Regiosystems relevant sind.

Checkliste

Ich gehe davon aus, dass dieses Konzept-Dokument neuen Regiowährungs-Initiativen viel Vorbereitungsarbeit erspart. Dennoch bleibt einiges an Arbeit übrig, eine solche Regiowährung in seiner Region tatsächlich einzuführen. Daher habe ich hier eine Checkliste zusammengestellt, was für die Einführung einer Regiowährung notwendig oder empfehlenswert ist: (TODO: Tabellen-Form)

- Definition der Sicherheitsmerkmale.
- Name für die Währung (Markenschutz-Prüfung!)
- Entwurf der Gutscheine in Druckvorlagen-Qualität.
- Druckerei, welche die Scheine mit den definierten Eigenschaften drucken kann.
- PC und Drucker in ausreichender Qualität, der auch das kleine Gutschein-Format einziehen kann (für die Werbung auf den Rückseiten).
- Mindestens 7 Gründungsmitglieder für den Regioverein.
- Satzung für den Regioverein.
- ggf. Internet Website mit Informationen und als Kommunikationsplattform
- einen Kleinanzeigenmarkt
(z.B. auf der Website und/oder mit einer eigenen Zeitschrift oder über eine Kooperation)
- Prospekt zur Werbung von teilnehmenden Unternehmen.
- Prospekt zur Information der Konsumenten und Angestellten.
- ggf. Pressemappe.
- ggf. Visitenkarten für diejenigen, die teilnehmende Unternehmen werben
- ggf. prominente Unterstützer / Sponsoren gewinnen
- Kontakte zu örtlichen Organisationen und Medien
- Für eine Kleinstadt mindestens 50 Unternehmen, die gleich beim Start mit dabei sind. Für größere Regionen oder Großstädte ist entweder Anfangs eine Konzentration auf eine Teilregion bzw. einen Stadtteil nötig, oder ein Vielfaches der o.g. Zahl von teilnehmenden Unternehmen notwendig. Gleich von Anfang an auf geschlossene Wirtschaftskreisläufe achten!

- Mitgliedskarte entwerfen/herstellen
- in Kunststoffolie eingeschweißte Tabelle als Umrechnungshilfe an Kassen

Regeln Justus-Bündnis für Rhein und Ruhr (🌐)

Der **Umtauschkurs** beträgt 2 Justus = 1 Euro und wird im Falle einer Inflation des Euros angepasst. Ausschlaggebend für diesen Kurs war, dass er von einem 1:1 Kurs abweicht (=damit die Menschen begreifen, dass der Justus etwas anderes ist und nicht dem Euro gleichgestellt) und dennoch leicht umzurechnen ist.

Die **Umlaufsicherung** beträgt im Durchschnitt 5% pro Jahr. Einige Scheine werden längere andere dafür kürzere Laufzeiten haben, um einen gleichmäßigen Umlauf zu gewährleisten.

Es gibt keinen **Rücktausch in Euro** seitens des Vereins. Es wird den Händlern natürlich freigestellt, die Justus gegen eine entsprechende Rücktauschgebühr in Euros einzutauschen. Auf den Scheinen steht: Der Rücktausch in Euro liegt im Ermessen des Gewerbetreibenden. Wir empfehlen eine Rücktauschgebühr von 5%.

Ausgabe der Justus. Die Gewerbetreibenden bekommen den Justus von uns GESCHENKT (wichtig als Argument für die Aquisie). Sie sind Herausgeber der Gutscheine (wird auf den Rückseiten aufgedruckt) und haften entsprechend mit ihren Waren- und Dienstleistungen (Deckung der Justus). Damit sind wir als Verein nur ein Dienstleister (Lieferung der Gutscheine)

Jeder Schein erhält seine **Gültigkeit** durch Datum und Unterschrift des Gewerbetreibenden. Dies garantiert den Mißbrauch seitens des Vereins.

Jeder **mitmachende Gewerbetreibende** verpflichtet sich auch zur Annahme der Justus der anderen Gewerbetreibenden. Dies kann aber auch bedeuten, dass er nur Teilbeträge in Justus akzeptiert, speziell wenn es sich um größere Summen handelt.

Hinten auf der Rückseite wird ein Platz für **Werbung** freigehalten. In der Regel wird die Werbung von dem Herausgeber sein, muss aber nicht. Die Werbung kostet 10% des Nominalwertes der Justus, die der Gewerbetreibende bekommt. Will er diese nicht bezahlen, wird ein Hauptsponsor für diese Werbefläche einspringen.

Tausch abgelaufener Justus gegen Neue 1. Abgelaufene Justus-Scheine werden 30 Tage lang gegen neue Gutscheine von 5% eingetauscht. Danach verlieren die Scheine jeden weiteren Monat 5% an Wert. Dies sind die Verwaltungskosten. Diese Klausel muss eingebaut werden, da ein Verfall von Gutscheinen unzulässig ist. Verwaltungskosten können jedoch erhoben werden.

Tausch abgelaufener Justus gegen Neue 2. Beim Umtausch alt gegen neu gibt es keinen Wechsel des Herausgeber, der hinten auf den Scheinen steht. Die Werbefläche wird allerdings erneut verkauft. Bis dahin sollte es möglich sein, andere Preise für die Werbung zu verlangen. Ging der Herausgeber inzwischen Konkurs, so werden die Scheine gegen 5% Umtauschgebühr in Scheine von anderen Gewerbetreibenden getauscht. Der dafür benötigte Vorrat an Scheinen ergibt sich aus den Werbeeinnahmen und der Umlaufsicherung. (Den Konkurs und dieses Verfahren bei der Aquisie nicht verwenden, außer es wird danach gefragt! Konkurs ist mit negativen Gefühlen verbunden.)

Tausch abgelaufener Justus gegen Neue 3. Nach Ablauf der ersten 30 Tage der Rücktauschfrist (danach verlieren die Scheine weitere 5% pro Monat), werden die nicht zurückgetauschten Scheine neu herausgegeben, da diese Scheine offensichtlich bei Sammlern und Liebhabern in der Schublade gelandet sind. Von den neu herausgegebenen Scheinen bekommt der Herausgeber die Hälfte (wiederum geschenkt!), die andere Hälfte bekommt der Verein.

Der **Start des Justus in den einzelnen Städten** sollte erst gemacht werden, wenn genügend, sprich ca. 50, Gewerbetreibende mitmachen. Anderenfalls gibt es zuwenig Akzeptanzstellen. Zu bevorzugen sind Gewerbetreibende des alltäglichen Bedarfs (Friseur, Bäcker, Schuster, Metzger, Kneipen, Discotheken, Fitnessstudios, Ärzte, Schreibwarenläden,) Vorsicht bei Lebensmittelläden und Tankstellen, diese könnten für den Anfang problematisch sein, da hier der Bedarf so groß ist, daß sich die Justus dort sammeln könnten und der Besitzer vielleicht nicht weiß, was er mit ihnen machen soll. Neben diesen kleinen Gewerbetreibenden wäre es ideal, wenn große Gewerbetreibende mitmachen würden, die ihre Angestellten teilweise mit Justus entlohnen. Hierbei muss allerdings sichergestellt sein, dass dieser Gewerbetreibende, Waren- und Dienstleistungen des alltäglichen Bedarfs anbietet (Horten, Quelle, Karstadt, Plus,)

Verkauf der Justus. Privatpersonen die Justus kaufen wollen, werden zu den Gewerbetreibenden geschickt, bei denen sich die Justus sammeln. Es sei denn der Verein hat selbst genug gedeckte Justus aus Werbeeinnahmen und Umlaufsicherung. Die Justus werden beim Verkauf zu 100% in Euros bezahlt.

Kassenführung. Die eingenommenen Justus werden fürs Finanzamt wie jede andere Fremdwährung in Euros umgerechnet. In der Regel sehen die Gewerbetreibenden darin kein Problem. Falls zu diesem Punkt nähere Ausführungen gewünscht werden, werde ich diese festhalten.

Bürgschaftsvereinbarung vom Gießener Justus



Zwischen

_____ - im Folgenden Bürge -

und den Koordinatoren des Justus-Bündnisses Mittelhessen e.V. - im Folgenden Bündnis genannt - wird vereinbart:

1. Das Bündnis händigt dem Bürgen Justus-Gutscheine in Höhe von 100,- Justus im Wert von 150,00 € aus. Der aktuelle Wechselkurs beträgt zur Zeit 1 J zu 1,5 €.
2. Die Justus-Gutscheine werden dem Bürgen für die Dauer von 6 Monaten zur freien Verfügung überlassen. Nach Ablauf dieser Frist ist das Bündnis jederzeit berechtigt, die Gutscheine vom Bürgen zurück zu verlangen. Die Frist läuft ab am: ____.
3. Die nachfolgenden Erläuterungen wurden vom Bürgen zur Kenntnis genommen. Er versichert, sie vollständig verstanden zu haben. Die Erläuterungen sind Vertragsbestandteil.

Wichtige Erläuterungen zum „Gießener Justus“

Die erhaltenen Warengutscheine „Gießener Justus“ sind in der Laufzeit (durch eine Lochung) begrenzt. Sie können während ihrer Gültigkeitsdauer jederzeit beim Bündnis in Euro rückgetauscht werden, allerdings nur gegen eine Rücktauschgebühr in Höhe von 5% des Wertes. Nach Ablauf der Gültigkeit wird ein Warengutschein „Gießener Justus“ nur binnen einer Frist von einem Monat entweder gegen eine Gebühr von 5% ihres Wertes in einen anderen gültigen Warengutschein oder gegen eine Gebühr in Höhe von 10% ihres Wertes in Euro umgetauscht.

Auf Umtausch nach mehr als einem Monat nach Ablauf der Gültigkeit besteht kein Anspruch, das Bündnis kann, ohne daß daraus Ansprüche für künftige Fälle abzuleiten wären, aus Kulanz einen Umtausch zu evtl. erhöhten Gebühren vornehmen.

Der Warengutschein „Gießener Justus“ hat einen Wechselkurs zum Euro, der vom Bündnis jederzeit auch ohne vorherige Ankündigung verändert werden kann, wenn ein eventueller Kaufkraftverlust des Euro nach Meinung des Bündnisses eine Anpassung erfordert, um die Kaufkraft des Warengutscheins in etwa stabil zu halten. Der jeweilige Wechselkurs wird per Aushang und im Internet veröffentlicht. Der Bürge bestätigt hiermit dem Bündnis, das Bündnis mit der Herstellung seiner angekauften Warengutscheine beauftragt zu haben, um diese als seine eigenen Warengutscheine in seinem Gewerbebetrieb an Endverwender auszugeben oder diese bei anderen Teilnehmern des Bündnisses zu verwenden.

Zur Beachtung: Käufe und Verkäufe mit „Gießener Justus“ sind ebenso steuerpflichtig wie solche mit Euro. Sie sind zum jeweiligen Euro-Wechselkurs in der Buchhaltung zu erfassen.

4. Bei Verzug mit der Rückzahlung wird - nach angemessener Fristsetzung - der Name

des säumigen Kreditnehmers veröffentlicht. Dem Bündnis steht zudem das gerichtliche Mahnverfahren offen.

Gießen, ____.:____.:_____

Gießen, ____.:____.:_____

Bürge

Justus-Bündnis-Mittelhessen

Satzung ()

Dieser Satzungsvorschlag ist an die Satzung des Justus-Bündnis-Mittelhessen angelehnt. Der Text wurde teilweise gestrafft und teilweise ergänzt.

Um das „Risiko Strafbarkeit“ zu umgehen, wurde die Verwendung der vom Verein einzuführenden Regiowährung insofern eingeschränkt, als dass einer der beiden Handelspartner immer ein Vereinsmitglied sein muss. Damit ist eine Anerkennung als gemeinnütziger Verein nicht mehr möglich. Sämtliche diesbezügliche Teile wurden daher entfernt.

Präambel

Der Verein orientiert sich:

- an der Prämisse „global denken, lokal handeln“,
- am Ideal des freien Menschen und seiner Würde ,
- an direkter Demokratie im Staats- und Rechtsleben,
- am verantwortungsvollen Miteinander im Wirtschaftsleben ,
- am Recht aller Menschen, ihre Welt selbständig mitzugestalten ,
- an der Verantwortung jedes einzelnen Menschen sowie
- an der gemeinschaftlichen Bewahrung und Wiederherstellung gesunder, natürlicher Lebensgrundlagen (Boden, Wasser, Luft, Flora und Fauna).

§ 1 Name, Sitz und Geschäftsjahr

(1) Der Verein führt den Namen "Hansemark e.V. (i.Gr.)", und wird in das Vereinsregister eingetragen. Nach der Eintragung entfällt der Zusatz „(i.Gr.)“.

(2) Der Verein hat seinen Sitz in Hamburg.

(3) Er ist konfessionell und parteipolitisch unabhängig.

(4) Das Geschäftsjahr ist das Kalenderjahr.

§ 2 Zweck des Vereins

(1) Zweck des Vereins ist das Erforschen und Erleben nachhaltiger und regionaler Wirtschaftsformen. Dieser Zweck wird verwirklicht durch:

- das Initiieren und Unterstützen gemeinnütziger, regionaler und interkultureller Projekte vor allem in den Bereichen Bildung, Kultur und Ökologie ,
- die Förderung eines von Unternehmergeist, Nachhaltigkeit und Kreativität geprägten Denkens und Handelns in Schule, Wirtschaft und Öffentlichkeit,
- das Durchführen von öffentlichen und schulischen Bildungs- und Informationsveranstaltungen und das Entwickeln, Herstellen und Vertreiben von didaktischem Material zur Förderung eines öffentlichen Bewusstseins für nachhaltiges Wirtschaften ,
- die Vorstellung von Forschungsergebnissen in wissenschaftlichen Tagungen ,
- das Einwerben, Verwalten und Weiterleiten von Spenden, Schenkungen u.ä.

(2) Der Verein strebt eine Weiterentwicklung der Idee Zahlungsmittel an. Zahlungsmittel soll vom Charakter her in ihrer wesensgemäßen Form dem Austausch von Leistungen dienen, und nur in engen Grenzen zur Wertaufbewahrung. Der Verein und seine Mitglieder praktizieren dies durch die Definition einer Verrechnungseinheit, die sich Hansemark nennt. Diese Verrechnungseinheit kann von natürlichen und juristischen Personen als Zahlungsmitteln verwendet werden, wenn mindestens einer der beiden Handelspartner Mitglied im Hansemark e.V. (i.Gr.) ist.

Der Hansemark hat einen eigenen Wertstandard mit der Kaufkraft von 2 DEM, gemessen am Verbraucherpreisindex von 1980.

§ 3 Mitgliedschaft

(1) Der Verein hat ordentliche (stimmberechtigte) und fördernde (nicht stimmberechtigte) Mitglieder.

(2) Ordentliches Mitglied kann werden, persönlich zur Verantwortung gegenüber Natur und Mitmenschen bekennt und bereit ist, die Ziele des Vereins längerfristig durch ehrenamtliches Engagement zu fördern. Die Aufnahme erfolgt schriftlich durch den Vorstand . Die Gründungsmitglieder sind ordentliche Mitglieder.

(3) Fördermitglied kann werden, wer die Grundsätze und Ziele des Vereins anerkennt und fördert. Für die Aufnahme genügt eine schriftliche Beitrittserklärung an den Vorstand.

(4) Über die Gestaltung und Höhe der Beiträge entscheidet die Mitgliederversammlung.

(5) Der Austritt erfolgt durch schriftliche Anzeige an den Vorstand. Ausscheidende Mitglieder haben keinen Anspruch auf Rückzahlung geleisteter Beiträge. Stirbt ein Vereinsmitglied, so erlöschen gleichzeitig sämtliche Mitgliedsrechte und -pflichten.

(6) Ein Mitglied kann von der Mitgliederversammlung aus dem Verein ausgeschlossen werden, wenn ein wichtiger Grund vorliegt. Das Ausschlussverfahren wird vom Vorstand eingeleitet und muss einstimmig in einer Vorstandssitzung beschlossen werden.

§ 4 Organe des Vereins

(1) Die Organe des Vereins sind:

- die Mitgliederversammlung
- der Aufsichtsrat
- der Vorstand

(2) Die formell bestimmten Organe können ihre Aufgaben selbstständig organisieren, zum Beispiel ausgehend von der Mitgliederversammlung die Aufteilung in Arbeitskreise, ausgehend vom Vorstand die Einrichtung einer Verwaltung mit einer Geschäftsführung, die Bildung von Projektgruppen u.ä.

§ 5 Mitgliederversammlung

(1) Die Mitgliederversammlung beschließt:

- über die Protokollführung
- über die Wahl von einem Kassenwart und einem Rechnungsprüfer
- über die Entlastung des Vorstandes für das vergangene Geschäftsjahr,
- über die Wahlen zum Vorstand und Aufsichtsrat,
- über die Grundsätze der Geschäftstätigkeit des Vorstand,
z.B. die Ausgaberichtlinien für die Hansemark Gutscheine oder deren Wechselkurs,
- über Satzungsänderungen.

(2) Die jährlich stattfindende ordentliche Mitgliederversammlung nimmt ferner den Bericht über das vergangene Geschäftsjahr entgegen und dient der Aussprache über die Tätigkeit und die finanzielle Lage des Vereins sowie über die Tätigkeit des Vorstandes. Fördermitglieder haben das Recht, an der Versammlung teil zu nehmen. Weitere Rechte der Fördermitglieder können in der Mitgliederversammlung beschlossen werden.

(3) Außerordentliche Mitgliederversammlungen sind vom Vorstand oder Aufsichtsrat einzuberufen, wenn einer von diesen es für erforderlich hält oder mindestens 1/5 der ordentlichen Mitglieder die Einberufung schriftlich unter Angabe des Zwecks und der Gründe beim Vorstand oder Aufsichtsrat beantragt.

(4) Die Einladung zu Mitgliederversammlungen erfolgt durch den Vorstand unter Einhaltung einer Frist von drei Wochen.

- Ordentliche Mitglieder sind schriftlich einzuladen. Zur Fristwahrung reicht die Einlieferung beim Postamt.
- Fördermitglieder werden auf elektronischem Wege (E-Mail und/oder Website) eingeladen. Zur Fristwahrung reicht die Veröffentlichung bzw. der Versand.

(5) Anträge an die Mitgliederversammlung aus dem Kreis der Mitglieder sind spätestens eine Woche vor der Sitzung schriftlich an den Vorstand einzureichen und von diesem, soweit sie sich auf eine Änderung oder Ergänzung der Tagesordnung beziehen, zu Beginn der Mitgliederversammlung bekannt zu geben. Die Anträge werden zu Beginn der Mitgliederversammlung verlesen. Über ihre Aufnahme in die Tagesordnung beschließt die Mitgliederversammlung.

(6) Die Mitgliederversammlung ist bei satzungsgemäßer Einladung ohne Rücksicht auf die Zahl der Erschienenen beschlussfähig. Stimmberechtigt sind alle anwesenden ordentlichen Mitglieder.

(7) Beschlüsse und Satzungsänderungen sind möglichst einmütig zu beschließen; ist dies nicht möglich, ist ein Beschluss mit einfacher Mehrheit, Satzungsänderungen mit $\frac{3}{4}$ -Mehrheit herbei zu führen.

§ 6 Aufsichtsrat

(1) Der Aufsichtsrat besteht aus mindestens zwei gewählten Mitgliedern. Er überwacht die Geschäfte des Vorstandes und ist verpflichtet sich über die Angelegenheiten des Vereins zu informieren. Er kann vom Vorstand jederzeit Berichterstattung verlangen und die Bücher und Schriften des Vereins einsehen, den Kassenbestand und sonstige Papiere des Vereins prüfen.

(2) Der Aufsichtsrat prüft den Jahresabschluss, den Vorschlag des Vorstandes über die Gewinnverwendung bzw. Verlustdeckung sowie den Geschäftsbericht des Vorstandes.

(3) Vor Feststellung des Jahresabschlusses erstattet der Aufsichtsrat der Mitgliederversammlung über die zuvor genannte Prüfung Bericht.

(4) Der Aufsichtsrat ist beschlussfähig, wenn die Mehrheit seiner Mitglieder an der Abstimmung teilnimmt.

- (5) Scheidet ein Mitglied des Aufsichtsrates während der Amtsperiode aus, bestimmt der Vorstand ein Ersatzmitglied für den Rest der Amtsdauer des ausgeschiedenen Aufsichtsratsmitglieds.

§ 7 Vorstand

(1) Der Vorstand besteht aus drei gewählten Mitgliedern. Dieser führt die Geschäfte des Vereins und vertritt die Ziele des Vereins nach außen. Der Vorstand leitet die Mitgliederversammlung und kann sich eine Geschäftsordnung selbst geben.

(2) Der Vorstand setzt sich aus drei gleichberechtigten Mitgliedern im Sinne von § 26 BGB zusammen. Jeweils zwei Vorstandsmitglieder sind gemeinsam vertretungs-berechtigt.

(3) Die Vorstandsmitglieder werden von der Mitgliederversammlung für jeweils 2 Jahre gewählt. Wiederwahl ist zugelassen. Der Vorstand bleibt so lange im Amt, bis der neue Vorstand gewählt ist.

(4) Scheidet ein Mitglied des Vorstandes während der Amtsperiode aus, bestimmt der Vorstand ein Ersatzmitglied für den Rest der Amtsdauer des ausgeschiedenen Vorstandsmitglieds.

§ 8 Auflösung des Vereins

Im Falle der Auflösung oder Aufhebung des Vereins oder bei Wegfall des bisherigen Zwecks fällt das Vereinsvermögen mit der Auflage das Vermögen nur für gemeinnützige Zwecke einzusetzen an die Patriotische Gesellschaft von 1765 zu Hamburg.

Eidstattliche Versicherung ()

Als Vertrauen schaffende Maßnahme sollten alle Offiziellen des Regiovereins diese Erklärung unterschreiben. Zu dem Offiziellen gehören in diesem Sinn der Vorstand und alle Mitarbeiter, die mit am Druck oder der Ausgabe der Regios beteiligt sind.

Hiermit erkläre ich, _____

wohnhaft hin: _____

dass ich

- in geordneten wirtschaftliche Verhältnissen lebe,
- insbesondere persönlich Zahlungsfähig bin,
- nicht vorbestraft bin,
- nicht als Angeklagter in Strafverfahren verwickelt bin
- und keine Steuerschulden habe.

Außerdem lege ich dieser Erklärung bei:

- ein polizeiliches Führungszeugnis (nicht älter als 4 Wochen)
- meine aktuelle Schufa-Auskunft (nicht älter als 4 Wochen)

Mir ist des weiteren bewusst, dass der Regioverein über mich einen Auszug aus dem Gewerberegister anfordern wird.

Datum

Ort

Unterschrift

Spezifikation der Hansemark Gutscheine

Rechtliches:

- R01) Ein Banknoten-unübliches stabiles Papier verwenden.
(möglichst viele der Punkte R01-R04, einzelne diskutabel)
- R02) (Euro-) Banknoten-unübliche Maße haben, z.B. kürzer oder schmaler.
(möglichst viele der Punkte R01-R04, einzelne diskutabel)
- R03) Ein (Euro-) Banknoten-unübliches Format haben, z.B. Hochkant.
(möglichst viele der Punkte R01-R04, einzelne diskutabel)
- R04) Eine (Euro-) Banknoten-unübliche Optik haben, z.B. bunt.
(möglichst viele der Punkte R01-R04, einzelne diskutabel)
- R05) Deutlich lesbar (also auch groß) den Aufdruck "Gutschein"
oder besser noch "Leistungsgutschein" enthalten.
- R06) Den Gültigkeitsbereich enthalten, z.B. durch Aufdruck von:
"Nur gültig in Hamburg und angrenzenden Landkreisen."
oder Kombi mit R05: "Leistungsgutschein der Region Hamburg"
- R07) Eine nachträglich aufzudruckende Gültigkeitsdauer z.B. als:
"gültig bis:...., danach Erneuerung gegen eine Gebühr von 5%"
oder "zum vollen Wert nur gültig bis: ..."
- R08) Die Übertragungs-Modalitäten müssen deutlich gemacht werden,
z.B. durch Aufdruck von: "Nur übertragbar an Inhaber eines
Teilnehmersausweises des Hansemark e.V."
- R09) Platz für die Angabe des Ausstellers muss angegeben sein.
(Siehe auch P03)

Praktisches:

- P01) Das verwendete Papier muss Geldbörsen-tauglich sein
(also stabil bei Knicken und ins Scheinfach passend).
- P02) Eine Stückelung von 1er, 3er, 10er und 30er aufweisen.
Der deutlich darzustellende Wert ist aber nur als Hinweis zu verstehen,
da
es sich um Leistungsgutscheine und NICHT um Wertgutscheine
handelt!
Also z.B. Aufdruck von "Vergleichswert" o.ä. direkt unter der Zahl.
Ggf. weiterer Hinweis hierzu, z.B. durch Aufdruck von:
"Berechtigt zum Bezug der umseitig/oben bezeichneten Leistungen,
zum ungefähren Wert laut Vergleichswertangabe."
Idee: ein 0 Hansemark-Schein als Mitgliedsausweis

- P03) Ein ausgewogenes Verhältnis von Fälschungssicherheit und Kosten.
(Siehe "Fälschung der Gutscheine" im Heft 2 des Konzeptes.)
Evtl. ist hierfür Platz für bis zu drei Unterschriften
(zwei vom Verein und eine vom Aussteller) einzuplanen.

Marketingtechnisches:

- M01) Auf der Rückseite muss Platz für Werbung des Ausstellers sein.
(Querverweis zu R09: Falls die Werbung nicht vom Aussteller ist, z.B. aus Standesrechtlichen Gründen, kann der Aussteller hier dennoch als solcher angegeben, d.h. hierfür muss nicht unbedingt weiterer Platz eingeplant werden.)
- M02) Ein Platz für einen noch festzulegenden Bezug zum Hansemark e.V., z.B. "Kooperation im Rahmen des Hansemark e.V."
- M03) Es sollte einen deutlichen Hamburg-Bezug geben.
- M04) Der Name "Hansemark" muss auf dem Gutschein vorkommen.

Urheberrecht:

- U1) Es muss uns erlaubt sein, den Entwurf an sich ändernde Anforderungen, z.B. drucktechnischer oder rechtlicher Art, anzupassen.
- U2) Es muss uns erlaubt sein, dass Design auch auf anderen Medien, z.B. Website, Zeitungsanzeigen, Vereinszeitschrift, Werbematerial etc. zu verwenden.

Selbstverpflichtung teilnehmender Unternehmen

Hiermit verpflichten wir, die XYZ GmbH, uns, die vom ABC e.V. aufgestellten Richtlinien für die Ausgabe von Gutscheinen anzuerkennen.

Im Rahmen dieser Richtlinie geben wir Gutscheine im Wert von 1000 Regio bei der ABC e.G. zum Druck in Auftrag. Für diese garantieren mit folgenden Leistungen eine Deckung für bis zu 12 Monate:

- 10 kg Roter Paprika aus biologischem Anbau
- 10 kg Zucchini aus biologischem Anbau
- ...

Desweiteren verpflichten wir uns, Gutscheine die im Rahmen der o.g. Richtlinie von uns oder anderen Unternehmen ausgegeben wurden, als Zahlungsmittel für unsere Waren und Dienstleistungen anzunehmen.

Dabei behalten wir uns folgende Einschränkungen vor:

- maximaler Anteil in Regios: 50%
- Samstags keine Annahme von Regios

Bei einer gemäß den Richtlinien des ABC e.V. durchgeführten Vernichtung von Gutscheinen von uns im ausgegebenen Wert kann diese Selbstverpflichtung durch uns jederzeit fristlos gekündigt werden.

_____, _____, _____
Ort, Datum, Unterschrift

Flugblatt zur Werbung von Unternehmen (📄)

Sie kennen doch Miles&More?

Das können Sie auch mit Regio-Gutscheinen!

Die Idee! - Geben Sie Regios als Gutscheine aus

Geben Sie Regio-Gutscheine z.B. als Rabatt an Ihre Kunden aus. Diese Regio-Gutscheine sind auf der Vorderseite einheitlich gestaltet und enthalten auf der Rückseite Ihre Werbung. Viele weitere Unternehmen in unserer Region machen es genauso. Mit diesen Regio-Gutscheinen können Ihre Kunden somit bei allen beteiligten Geschäften einkaufen.

Besser noch: Sie können auch selbst mit diesen Gutscheinen bei allen teilnehmenden Unternehmen in Ihrer Region einkaufen, entweder sofort, oder sobald als Rabatte ausgegebenen Gutscheine zu Ihnen zurückkommen. Denn die Gutscheine sind bis zu 9 Monate lang mit vollem Wert weiterhin gültig. So generieren die beteiligten Unternehmen Umsatz!

Ihr Nutzen? - Regio-Gutscheinen nützen Ihnen

- als ideales Werbemittel, denn sie werden:
- zur Kundenbindung,
- zum Erhalt der Kaufkraft in Ihrer Region,
- und erhöhen somit Ihren Umsatz!
- gerne angenommen,
- nicht weggeworfen,
- durch viele Hände laufen
- und intensiv beachtet.

Die Kosten? – Regio-Gutscheine sind günstig

Die Scheine werden Ihnen vom Regioverein gegen eine Pauschale von 4% für jeweils 9 Monate zur Verfügung gestellt. Danach müssen die Scheine von demjenigen, der sie gerade besitzt für jeweils weitere 4% Monate erneuert werden. Diese Pauschale dient dem Regioverein zur Deckung seiner Kosten für den Druck der Gutscheine, die Ausgabe und Erneuerungsumtausch, sowie Werbemaßnahmen. Wenn der Schein z.B. zehn mal bei Ihnen für Umsatz gesorgt hat, sind es rechnerisch nur noch 0,5% Kosten vom Umsatz! Die Zahlung der Kostendeckungspauschale wird vom Verein selbstverständlich ebenfalls in Regio-Gutscheinen akzeptiert.

Dabei sein! - Konkurrenz schadet nicht

Je mehr Unternehmen mitmachen, desto besser läuft das System für alle Beteiligten!

Regios - stärken die Wirtschaftskraft Ihre Region und damit Ihren Umsatz!

Hansemark e.V.

Irgendwostr. 999 / 20000 Hamburg

Tel: 040/... / E-Mail: info@hansemark.de / Web: <http://www.hansemark.de>

Stichwortverzeichnis

abgelaufene Gutscheine	3	Informationsveranstaltungen	6
Ansprechen von Unternehmen	7	Initiativen	1
Attac	1	Initiativgruppe, Gründung	1
Auflösung	30	Internet-Plattform	1
Aufsichtsrat	29	INWO	1
Ausgabe	11, 23	Jobmaschine	8
Ausgabegebühr	3	Justus-Bündnis für Rhein und Ruhr	23
Ausgaberichtlinien	12	Justus-Gießener	25
Banken	2	Kalkulationen	18
Begrüßungspaket	7	Kassenführung	24
Bildungsarbeit	6	Kaufkraft	27
Bildungsvereins	6	Kaufleute ansprechen	7
Buchführung, doppelte	13	Konzepterstellung	2
Bürgerverein	6	Kosten für den Regioverein	18
Bürgervereine	4	Laufzeit	3
Bürgerschaftsvereinbarung	25	Mitgliederversammlung	28
Checkliste	22	Mitgliedschaft im Regioverein	27
Chiemgauer Regional e.V.	5	Mitstreiter	1
Doppelte Buchführung	13	oeconomia augustana e.V.	5
Druck	10	Organe des Vereins	28
Druckerei	3f., 10, 22	Organisationsstruktur	3
e.V.	4	Patriotische Gesellschaft von 1765	4
eG	4	Plattform	1
eingetragene Genossenschaft	4	Praxis	1
eingetragener Verein	4	Prospekt	12
Einkommensteuer	9	Regio als Eintrittskarte	7
Eintrittskarte, Regio als	7	Regio-Wochen	8
Einzelhandelsverbände	2	Regionetzwerk	1
Erneuerungsumtausch	3	Regioverein	3
Farbdrucker	10	Regioverein, Auflösung	30
Finanzamt	6	Regioverein, Aufsichtsrat	29
Freiwirte-Finder	1	Regioverein, Gründung des	4
Freiwirtschaft	1	Regioverein, Kosten	18
Geldmenge	18	Regioverein, Mitgliederversammlung	28
Gemeinnützigkeit	5	Regioverein, Mitgliedschaft	27
Genossenschaft	3	Regioverein, Organe des	28
Genossenschaft, eingetragene	4	Regioverein, Vorstand	30
Gesell, Silvio	1	Regioverein, Zweck des	27
Gießener Justus	7, 25	Rhein und Ruhr, Justus-Bündnis	23
Gründung der Initiativgruppe	1	Rücktausch in Euro	23
Gründung des Regiovereins	4	Rücktauschgebühr	23
Gutscheine	3	Satzung	26
Gutscheine, abgelaufene	3	Schleswig-Holstein	1
Gutscheinmenge	18	Silvio Gesell	1
Hafensilber	4	Sozialabgaben	9
Handelskammern	2	Sparkassen	2
Handwerkskammern	2	Spenden	5
Humanwirtschaft	1	Sponsoren	3
Humanwirtschaftspartei	1		

Sportverein	6	Verwaltungskosten	23
Steuern	9	Volksbildung	3, 5
Steuerrecht	6	Vorstand	30
Teilnahmebedingungen	12	Vorsteuer	9
Umlaufsicherung	23	Wechselkurs	23
Umlaufsicherungsgebühr	3	Werbeaufdruck	3
Umsatzsteuer	9	Werbefläche	3, 8
Umsetzung	1	Werbegemeinschaft	3
Umtausch	11	Werbegemeinschaften	2
Umtauschkurs	23	Werbemaßnahme	6
Umweltschutzverein	6	Werbepremien	8
Umweltvereine	2	Werbung	23
Veranstaltung	6	wirtschaftlicher Verein	4
Verbuchung	13	Wirtschaftsbetrieb	6
Verein, eingetragener	4	Wirtschaftsvereinigungen	2
Verein, wirtschaftlicher	4	Wirtschaftsförderung	5
Vereinsgaststätte	6	Zielpublikum	6
Vereinsorgane	28	Zweck des Regiovereins	27
Verschönerungsvereine	2	Zweckbetrieb	6