

Stärkung der Kaufkraft auf Gemeindeebene

Erfahrungen mit dem St.Galler Gutschein

Reinhold Harringer

1 Der St.Galler Gutschein – in Kürze

Im April 2009 beschloss das Parlament der Stadt St.Gallen, an die Bevölkerung Einkaufsgutscheine im Wert von 50 Franken pro Kopf zu verteilen. Die Argumente für diese schweizweit einmalige Aktion waren vielfältig: Durch die aktuelle Finanzkrise bestand in weiten Kreisen eine grosse Verunsicherung und die Indikatoren deuteten auch auf einen Rückgang der Detailhandelsumsätze hin. In dieser Situation sollte für die Bevölkerung und das städtische Gewerbe ein positives Zeichen gesetzt und ein Beitrag zu einer Stabilisierung der Konsumnachfrage geleistet werden.

Die Gutscheine wurden am 11. August 2009 allen Haushaltungen mit persönlich adressierten Couverts durch die Post zugestellt. Die Gutscheine mussten bis Ende Februar 2010 in den Geschäften eingelöst werden, die ihrerseits die Gutscheine bei einer lokalen Bank gegen Franken (bar oder als Gutschrift) umtauschen konnten. Von den insgesamt 74'100 verteilten Gutscheinen im Gesamtbetrag von 3,7 Millionen Franken wurden rund 97 Prozent eingelöst.

Rund 280 Betriebe des Detailhandels, je etwa 70 Betriebe aus dem Gastgewerbe, dem Handwerk und den Bereichen der Gesundheits- und Schönheitspflege sowie alle Grossverteiler nahmen die Gutscheine an Zahlung. Auffallend häufig wurden die Gutscheine für den Kauf von Bekleidung und Schuhen eingesetzt.

Die administrativen Kosten (Druck, Versand usw.) hielten sich im budgetierten Rahmen von 200'000 Franken, so dass die verfügbaren Kredite sehr genau eingehalten werden konnten.

2 Hintergründe der Aktion

Gegen Ende des Jahres 2008 verschärfte sich die Wirtschaftslage dramatisch. Die Börsen brachen ein, weltweit mehrten sich die Berichte über den Zusammenbruch von Banken und in der Schweiz musste die UBS durch den Bund und die Nationalbank gerettet werden. Die Exporte der Schweiz gingen markant zurück und die Unsicherheit über die wirtschaftliche Zukunft nahm ein bisher unbekanntes Ausmass an. In dieser Situation stellte sich auch auf lokaler Ebene die Frage, ob und wie auf diese Situation zu reagieren sei. Sollte man alles «denen da oben» überlassen, die internationale und nationale Politik werden es schon richten oder sollte – in aller Bescheidenheit – auch auf lokaler Ebene über neue Wege nachgedacht werden?

In der Stadt St.Gallen wurde der zweite Weg gewählt und eine Aktion durchgeführt, die im theoretischen und praktischen Ansatz zwar relativ einfach war – darüber hinaus doch einige interessante Diskussionen auslöste. Alle Beteiligten waren sich der beschränkten Wirkung jeder möglichen Massnahme sehr wohl be-

wusst – aber letztlich überwog doch die Überzeugung, dass, wenn viele Gemeinden sich gleich verhalten würden, sie doch etwas bewirken können: Vom Gesamthaushalt aller drei Staatsebenen machen die Haushalte der schweizerischen Gemeinden rund 32% aus und die Stadt St.Gallen mit ihren rund 70'000 Einwohnern repräsentiert immerhin ein Prozent der schweizerischen Bevölkerung. Auch die offensichtlichen Unsicherheiten bezüglich der Ursachen und Folgen der Krise und die divergierenden Meinungen der verschiedenen Experten gaben Anlass, auch auf lokaler Ebene nach sinnvollen Möglichkeiten zu suchen.

Die Aktion des St.Galler Gutscheins war eingebettet in die allgemeine Finanzstrategie der Stadt. Aus dem hervorragenden Abschluss des Rechnungsjahres 2008 mit einem Überschuss von über 30 Millionen Franken beantragte die Exekutive dem Parlament zunächst eine vollständige Abschreibung der im Rechnungsjahr getätigten Investitionen und Reserveeinlagen von 13 Millionen. Ausserdem konnte die an sich bereits relativ niedrige Verschuldung des städtischen Haushaltes nochmals um 1,6 Millionen abgebaut werden.

Darüber hinaus wurde dem städtischen Parlament mit dem Rechnungsabschluss beantragt, eine «Reserve zur Stützung der Konsumnachfrage» von 3,8 Millionen zu bilden, um daraus die Gutscheinaktion finanzieren zu können. Diese Summe entsprach damit etwa 10 Prozent des unbereinigten Überschusses der Laufenden Rechnung oder dem Ertrag von etwa drei Steuerprozenten (bei einem Steuerfuss von 149 Prozent). Allein diese Vergleiche zeigen, dass es sich bei der Gutscheinaktion aus Sicht des Gesamthaushaltes um eine eher bescheidene Gröszenordnung handelte.

In seiner Botschaft an das Parlament (Stadtrat, 2009, S. 8) stellte der Stadtrat die Gutschein-Idee ganz bewusst in den Zusammenhang mit den üblichen Instrumenten der Haushaltspolitik und wog die Vor- und Nachteile der verschiedenen Massnahmen gegeneinander ab. Der Stadtrat kam zum Schluss, dass die geplante Gutscheinaktion gegenüber den herkömmlichen Strategien einige wesentliche Vorteile aufwies:

- Besondere Investitionsprogramme bevorzugen einzelne Branchen und drängten sich in der Stadt St.Gallen angesichts der ohnehin bereits hohen Investitionen nicht auf.
- Besondere Förderprogramme (z.B. Energie, besondere Aktionen im Bereich der Kultur oder der Bildung) hätten zu langwierigen Verteilungskämpfen geführt und nicht die gleiche Breitenwirkung gehabt, da nur ausgewählte Bevölkerungsgruppen davon profitiert hätten.
- Eine Steuerfussreduktion oder ein Steuerrabatt hätte bei Weitem nicht die gleiche Wirkung im Konsumbereich erzielt. Mit den Gutscheinen konnte das verfügbare Einkommen der städtischen Bevölkerung kurzfristig und einmalig um 3,6 Millionen erhöht werden. Um eine ähnlich positive Wirkung auf den innerstädtischen Konsum zu erreichen, wäre – aufgrund der unterschiedlichen Konsumneigung der verschiedenen Einkommensgruppen – eine Steuerfussreduktion von 6–9 Steuerprozenten mit zwei- bis dreifach so hohen Kosten für den städtischen Haushalt erforderlich gewesen (vgl. Abschnitt 5.1).

Ausserdem bestand bei den Gutscheinen ein Zwang, diese relativ rasch in einem städtischen Geschäft auszugeben.

- Ein weiterer Abbau der Verschuldung drängte sich auch nicht auf. «Gegenüber den eher vorsichtigen Instrumenten der Verschuldungsreduktion oder weiterer Reserveeinlagen setzen die Gutscheine ein aktives und optimistisches Zeichen: Die Stadt verfügt ebenfalls über Möglichkeiten, etwas gegen die anbahnende Rezession zu tun» (Stadtrat 2009, S.-12).

Aus all diesen Überlegungen und nach Abwägen aller Vor- und Nachteile kam der Stadtrat zum Ergebnis, die Gutscheinaktion durchzuführen. Er begründete dies in der Vorlage an das städtische Parlament mit folgenden Argumenten: «Die Gründe für die heutige Krise sind sehr vielfältig und es ist noch unklar, ob die in der Öffentlichkeit diskutierten Massnahmen auch wirklich zielführend sein werden. Durch den allgemeinen Vertrauensverlust wurde in den letzten Monaten die Geldzirkulation massiv gestört: Einerseits haben sich die Banken während längerer Zeit keine Mittel mehr zur Verfügung gestellt, andererseits wirkt sich die allgemeine Verunsicherung lähmend auf die Konsumnachfrage aus. Das zentrale Anliegen in der heutigen Situation besteht also darin, die Kaufkraft zu erhöhen und diese auch nachfragewirksam werden zu lassen. Aus Sicht einer Gemeinde ist es darüber hinaus legitim, wenn mit den eigenen Mitteln vor allem die lokale Wirtschaft gefördert wird. Die effizienteste Methode, um die Kaufkraft der Bevölkerung zu erhöhen und gleichzeitig einen Anreiz zu geben, diese Kaufkraft auch in den Konsum fliessen zu lassen, besteht in der Abgabe von Einkaufsgutscheinen... Mit diesem Vorgehen können gleichzeitig verschiedene Ziele verfolgt und mit einem sehr guten Kosten-/Nutzenverhältnis erreicht werden:

- Die gesamten eingesetzten Mittel müssen konsumiert werden, da diese Einkaufsgutscheine nicht gespart werden können.
- Die Kaufkraft fliesst unmittelbar wieder in die lokale Wirtschaft. Indirekt werden auch alle Vorlieferanten davon profitieren.
- Dieses System kommt allen Steuerzahlenden (natürliche Personen) und Bewohner/-innen auf sehr direkte Weise zugute. Mit einer Rückerstattung pro Kopf enthält diese Massnahme ausserdem ein sehr starkes sozialpolitisches Element, welches in einer Rezession zweifellos gerechtfertigt ist» (Stadtrat 2009, S. 4 ff).

3 Politischer Entscheidungsprozess

Da die Idee der Gutscheine in einem engen Zusammenhang mit dem guten Rechnungsabschluss stand und die Mittel für die Gutscheinaktion aus dem Rechnungsabschluss bereit gestellt werden sollten, wurde der St.Galler Gutschein erstmals an der Pressekonferenz zur Rechnung 2008 am 11. März 2009 öffentlich präsentiert. Damit konnte zwar ein Überraschungseffekt ausgelöst werden, andererseits waren die politischen Parteien und das Parlament nicht auf diese Idee vorbereitet und so waren die Reaktionen in den ersten Stellungnahmen auf der politischen Ebene eher negativ, während die Stellungnahmen aus der Bevölkerung zwar auch unterschiedlich, aber in der Mehrheit doch zustimmend ausfielen. Die

Intensität der Diskussionen in den Leserbriefspalten der lokalen Presse war eher überraschend, denn beim Betrag von 3,8 Millionen handelte es sich – verglichen mit anderen Ausgabenpositionen des städtischen Haushaltes – um eine eher untergeordnete Grösse. Aber offensichtlich berührte die Gutscheinidee einige Tabus und Werthaltungen: Darf der Staat Geld verschenken? Lässt sich das Auszahlen eines Einkommens ohne Leistung – und sei es auch noch so bescheiden – rechtfertigen?

3.1 Rechtliche Zulässigkeit

Es wurde argumentiert, dass eine Gemeinde Steuern nicht auf diese Weise verschenken dürfe und die Aktion als solche rechtlich unzulässig sei. Dieses Argument beinhaltete in der Regel zwei Aspekte, die jedoch beide nicht stichhaltig sind.

Auf Gemeindeebene werden zahlreiche freiwilligen Aufgaben wie z.B. die Förderung von Kultur und Sport in der Regel ohne spezielle gesetzliche Grundlagen unterstützt. Es genügt die politische Beurteilung und ein Ausgabenbeschluss der zuständigen Organe. Ein Ausgabenbeschluss (insbesondere mit fakultativem Referendum) ist aufgrund der Rechtsprechung und langjähriger Praxis eine ausreichende Rechtsgrundlage (Schmitz 1991, S.108). Es ist deshalb nicht einzusehen, warum dies im Bereich der Konjunkturförderung oder zur Ausrichtung eines gleichmässig verteilten Bürgernutzens nicht auch möglich sein soll.

Wesentlich interessanter als die Frage der rechtlichen Zuständigkeit ist ein Argument gegen die Gutscheinaktion aus steuerrechtlicher Sicht: Theoretisch und wenn eine ähnliche Aktion während mehreren Jahren und mit hohen Beträgen durchgeführt würde, könnte der Vorwurf erhoben werden, dass eine Gemeinde die Steuergesetzgebung «aushebeln» und damit eine andere Umverteilungspolitik anstreben könnte, als dies vom übergeordneten Steuergesetzgeber¹ gewollt sei.

Aber auch dieses Argument vermag nicht zu überzeugen: Mit jedem Ausgabenentscheid wird über die Verwendung von Steuermitteln entschieden und damit auch eine Umverteilung vorgenommen, die je nach Interessenlage des einzelnen Bürgers unterschiedlich wahrgenommen wird: Auch jene Steuerzahlenden, die sich weder für Sport noch für Kultur interessieren, leisten daran ihre Beiträge. Von fast allen öffentlichen Ausgaben profitiert immer nur eine Minderheit und es finden überall Umverteilungen statt.

Es ist schwer verständlich, weshalb gerade eine Massnahme wie die Gutscheine, von welcher alle im gleichen Mass profitieren, aus steuerrechtlichen Gründen nicht zulässig sein sollte. Ob und in welchem Umfang eine Verteilungsgerechtigkeit auf der Ausgabenseite erreicht wird, ist grundsätzlich nicht durch das übergeordnete Gemeinwesen zu beurteilen, sondern Sache der Gemeinden

¹ Vom übergeordneten Gemeinwesen, dem Kanton St.Gallen, liegt zur Gutscheinaktion keine offizielle Stellungnahme vor. Allerdings kann aus diesem Stillschweigen nicht direkt eine rechtliche Beurteilung abgeleitet werden, da Aufsichtsinstanzen in der Regel nur bei klaren Rechtsverstössen oder auf Klage von Stimmberechtigten einschreiten.

und ihrer Organe. Unter diesem Blickwinkel wären unseres Erachtens auch Gutscheinkaktionen mit höheren Beträgen und über einen grösseren Zeitraum aus steuerrechtlicher Sicht nicht zu kritisieren.

3.2 Fragwürdige Wirkung

Aus politischen Kreisen und auch von ökonomischer Seite wurde die Wirksamkeit der Aktion bezweifelt. Zu gering sei das Volumen, fraglich die Auswirkungen, alles nur eine PR-Aktion des Stadtrates. Dieser war sich bewusst, dass es praktisch unmöglich sein würde, die konkreten Auswirkungen einer Gutscheinkaktion zu messen: «Die Auswirkungen wirtschaftspolitischer Massnahmen lassen sich selten genau quantifizieren. Dies trifft auf die Aktion der Einkaufsgutscheine ebenso zu wie z.B. auf Zinssenkungen der Nationalbank, allgemeine Steuerfussreduktionen oder Investitionsprogramme. Viel entscheidender als die Messbarkeit ist, dass alle ergriffenen Massnahmen in die richtige Richtung weisen.» (Stadtrat 2009, S. 8).

Es war den verantwortlichen Organen durchaus bewusst, dass allein aufgrund der Höhe der eingesetzten Mittel – 50 Franken pro Kopf entspricht bei einem ungefähren Volkseinkommen von 50'000 Franken etwa einem Promille – die volkswirtschaftliche Bedeutung sehr bescheiden sein würde. Zusammen mit der Erhöhung des Investitionsvolumens im Jahr 2010 um 4 Millionen ergibt sich immerhin eine Summe von rund 7 Millionen, welche als Beitrag zur Konjunkturstabilisierung auf städtischer Ebene bezeichnet werden könnten. Dies entspricht in der Grössenordnung – die städtische Bevölkerung macht etwa ein Prozent der schweizerischen Bevölkerung aus – ziemlich genau dem Volumen des im gleichen Zeitraum auf Bundesebene heftig diskutierten Investitionsprogramms von rund 700 Millionen.

Im Februar 2009 wurde in der Presse die Studie über eine ähnliche Aktion in Taiwan veröffentlicht: Dort scheint die Verteilung von Gutscheinen erfolgreich gewesen zu sein: Nach einer Verteilung von 110.–/pro Kopf wurde ein Wachstum des BIP um 0,6–1,0 % festgestellt (NZZ 10.2.09).

Auch eine Umfrage der Economiesuisse kam zum Ergebnis, dass von geschenkten Gutscheinen ein beachtlicher Teil in den Konsum gelangt: «Wie eine von Economiesuisse in Auftrag gegebene Umfrage in der Schweiz zeigt, würde nur rund die Hälfte der rund 1000 Befragten ein Geschenk in der Höhe von 500 Franken vollständig ausgeben. Etwa ein Fünftel würde einen Teil sparen und einen Teil ausgeben. Vom erhaltenen Geschenk gelangen somit nur gut 60 Prozent in den Konsum» (NZZ 10.3.09).

Aufgrund dieser Überlegungen durfte daher auch davon ausgegangen werden, dass diese Aktion durchaus auch eine volkswirtschaftliche Wirkung haben würde – auch wenn von Anfang an klar war, dass sich diese nicht in Franken und Rappen erfassen lassen würde (vgl. Abschnitt 5.2).

3.3 Diskussion und Entscheid im Parlament

In der parlamentarischen Diskussion spielten neben der rechtlichen Zulässigkeit und der fraglichen volkswirtschaftlichen Wirkung noch weitere Argumente eine Rolle: Es war die Rede von staatlich verordnetem Zwangskonsum, von einer Werbeaktion des (bürgerlichen) Stadtpräsidenten, von unzulässiger Umverteilung, von einer einseitigen Förderung des Gewerbes und von einem falschen Signal an die umliegenden Gemeinden sowie den Kanton, auf welche die Stadt aufgrund der zahlreichen Abhängigkeiten immer wieder angewiesen ist.

Nach der anfänglichen Verunsicherung innerhalb der Parteien klärten sich die Fronten. Die Linke stimmte im Parlament geschlossen dafür, die Rechte dagegen und in den Mitteparteien waren die Meinungen gespalten. Im Ergebnis konnte schliesslich eine knappe Zustimmung (31 Ja bei 59 Anwesenden) erreicht werden.

Als wichtigstes Ergebnis der parlamentarischen Diskussion wurde die Gestaltung des Gutscheins, welche ursprünglich stark dem Gutschein der Vereinigung der innerstädtischen Geschäfte nachempfunden war, neu überdacht und ein eigener Gutschein entworfen.

Ein angedrohtes Referendum kam nicht zustande, da die Sammlung der Unterschriften erfolglos war; dies wiederum liess auf die in der Zwischenzeit gewachsene Zustimmung in der Bevölkerung schliessen.

4 Durchführung der Aktion

Parallel zur politischen Diskussion wurden die technischen Probleme der Aktion bearbeitet. Diese können hier nur stichwortartig und in aller Kürze dargestellte werden.

4.1 Vorbereitung

Durch den frühen Einbezug des lokalen Detailhandels war die Akzeptanz des Gutscheins von Anfang an gegeben. Auch die Grossverteiler erklärten sich rasch bereit, an der Aktion mitzumachen, so dass schliesslich eine fast flächendeckende Akzeptanz des Gutscheins erreicht wurde. Die Unternehmungen erhielten die Möglichkeit, sich im Internet in einer Liste einzutragen und ausserdem konnten sie Informationsmaterial aus dem Internet herunterladen.

Ursprünglich war vorgesehen, den Gutschein des städtischen Detailhandels zu übernehmen. Aus politischen Gründen und auch aus Sicherheitsüberlegungen wurde dann aber ein eigener Gutschein entwickelt, der über wesentlich bessere Sicherheitsmerkmale verfügte. Dies erwies sich als richtig, denn Fälschungsversuche konnten nicht festgestellt werden.

Eine besondere Herausforderung bestand in der Bereitstellung des Adressmaterials. Es ging darum, dass alle Berechtigten² auch tatsächlich einen Gutschein erhielten und dass aus Kostengründen alle Gutscheine pro Haushalt in einem Couvert versandt wurden.

4.2 Versand

Im Vorfeld wurden verschiedene Verteilvarianten geprüft: Die Variante «Abholen durch die Bürger/innen an einem oder mehreren Orten» wurde wegen des damit verbundenen Aufwandes für Bewohner und Verwaltung verworfen. Auch die Variante, die Gutscheine mittels eingeschriebenem Brief zuzustellen, wurde verworfen: Einerseits wegen den höheren Kosten, andererseits aber auch, weil erfahrungsgemäss viele Leute während des Tages nicht zu Hause sind und dann die Briefe auf der Post hätten abholen müssen. Schliesslich entschied man sich für eine Variante, mit welcher nachgewiesen werden konnte, dass die Briefe zugestellt wurden; es konnte jedoch nicht nachgewiesen werden, dass der Empfänger den Brief auch dem Briefkasten entnehmen konnte. In der Vorlage wurde ausdrücklich festgehalten, dass die Stadt keine weitere Leistungen und Garantien übernehmen würde, «namentlich auch dann nicht, wenn geltend gemacht werden sollte, einzelne Gutscheine seien nicht an die bezugsberechtigten Personen gelangt» (Stadtrat 2009, S. 6).

Obwohl das Versanddatum geheim gehalten wurde, musste leider festgestellt werden, dass sich doch etliche Diebstähle ereigneten. Insgesamt wurden 970 Gutscheine als gestohlen gemeldet. Bezogen auf die Anzahl der versandten Gutscheine von rund 73'600 waren dies weniger als 1,5 Prozent. Dennoch waren diese Diebstähle ärgerlich, denn dieses Thema überschattete in den ersten Wochen nach dem Versand die ganze Aktion.

Von Anfang an wurde eine Helpline eingerichtet, welche Auskunft über die Gutscheinaktion gab. Neben diesen Auskünften waren in den ersten Wochen zwei Mitarbeiter v.a. damit beschäftigt, Diebstahlmeldungen aufzunehmen. Im Nachhinein wurde dann entschieden, gegen Einreichen einer Strafanzeige und durch persönliches Erscheinen im Rathaus die gestohlenen Gutscheine zu ersetzen. Total wurden 880 Gutscheine ersetzt. Diese konnten aus den nicht eingelösten Gutscheinen finanziert werden, so dass die eingeholten Kredite dennoch ausreichten.

² «Berechtigt sind alle an einem bestimmten Stichtag in der Stadt wohnhaften und unbeschränkt steuerpflichtigen Einwohner und Einwohnerinnen sowie deren minderjährige Kinder. Ausserdem sollen auch die in der Stadt ansässigen und beschränkt steuerpflichtigen Inhaber von Betriebsstätten einen Gutschein erhalten» (Stadtrat 2009, S. 6).

4.3 Rücklauf der Gutscheine

Einige Geschäfte und Betriebe verbanden mit den städtischen Gutscheinen eigene Aktionen. So wurde z.B. der Wert des Gutscheins in einigen Restaurants während einigen Wochen verdoppelt. In einem Elektronikgeschäft gab es zusätzliche Rabatte und in einem Schuhgeschäft wurde der Gutschein während der ganzen Aktion mit 66 Franken an Zahlung genommen.

Der Verwendungszweck der Gutscheine lässt sich, da ein beachtlicher Teil bei den Grossverteilern eingelöst wurde, nicht genau feststellen. Aufgrund der bei der Bank eingegangenen Gutscheine ergibt sich folgende Verteilung:

Bekleidung und Schuhe	27,5 %
Nahrungsmittel und Getränke	24,7 %
Restaurants und Hotels	6,9 %
Verschiedene Waren (inkl. Grossverteiler)	35,3 %
Verschiedene Dienstleistungen	5,6 %

Die Umfrage der Fachhochschule (Fachhochschule S.20) ergab, dass weitere Schwerpunkte bei Büchern, Spiel- und Sportartikeln sowie bei der Unterhaltungselektronik lagen.

4.4 Verwaltungskosten

Die Verwaltungskosten der Aktion betragen rund 222'000 Franken und setzten sich wie folgt zusammen:

Gestaltung und Druck der Gutscheine	15'800
Bereitstellen des Adressmaterials	43'700
Versandkosten	147'600
Interne Kosten der Helpline (2 Mannmonate)	15'000

Bezogen auf die Summe der eingelösten Gutscheine von 3,59 Millionen entspricht dies Verwaltungskosten von 6%. Unter der Annahme, dass eine etwas teurere, dafür sicherere Versandart gewählt und dafür der Wert der Gutscheine verdoppelt würde, könnten diese Kosten auf etwa 3-4 % reduziert werden.

5 Beurteilung der Aktion

5.1 Vergleich der Gutscheinaktion mit einer steuerlichen Entlastung

Die Gutscheinaktion steht in direkter Konkurrenz zur Idee einer (einmaligen oder wiederkehrenden) Reduktion des Steuerfusses; auch damit könnte das verfügbare Einkommen erhöht werden. Abgesehen davon, dass eine Steuerreduktion erst ein Jahr später wirksam geworden wäre, sprachen aber insbesondere die lokale Bindung der Kaufkraft und vor allem die höhere Wirksamkeit für die Gutscheinidee.

Indem die Gutscheine zwar ausgegeben, dafür aber ein entsprechender Frankenbetrag auf dem Bankkonto belassen wird, können zwar auch Gutscheine «gespart» werden. Aufgrund einfacher Annahmen und mit Hilfe einer realistischen Modellrechnung wurde im Vorfeld abgeschätzt, welcher Anteil aufgrund der tatsächlichen Einkommensstruktur der Stadt voraussichtlich gespart bzw. für Konsumzwecke verwendet würden. Unter der Annahme, dass die untersten Einkommensschichten ihre Gutscheine vollständig, die mittleren Einkommensschichten teilweise und die höheren Einkommensschichten überhaupt nicht konsumieren würden, wurde geschätzt, dass von den verteilten Gutscheinen vermutlich nur etwa 2 Millionen oder etwa 60 Prozent zu einem zusätzlichen Konsum führen würden:

Steuerpflichtiges Einkommen	Anzahl Steuerpflichtige	Verteilte Gutscheine	Konsumneigung	Zusätzliche Konsumnachfrage
in Fr.	Anzahl	in Fr.	in Prozent	in Fr.
<i>Alleinstehende</i>		<i>1 Gutschein</i>		
bis 9'999	5'679	283'950	100	283'950
10'000 – 29'999	6'133	306'650	100	306'650
30'000 – 49'999	6'407	320'350	50	160'170
50'000 – 69'999	3'072	153'600	50	76'800
70'000 – 89'999	965	48'250	0	0
90'000 – 199'999	737	36'850	0	0
200'000 und mehr	92	4'600	0	0
<i>Gemeinsam Steuerpflichtige</i>		<i>2 Gutscheine</i>		
bis 9'999	2'954	295'400	100	295'400
10'000 – 29'999	3'986	398'600	100	398'600
30'000 – 49'999	5'483	548'300	50	274'150
50'000 – 69'999	4'803	480'300	50	240'150
70'000 – 89'999	2'829	282'900	0	0
90'000 – 199'999	3'130	313'000	0	0
200'000 und mehr	577	57'700	0	0
Total	46'847	3'530'450		2'035'870

Tabelle 1: Zusätzlicher Konsum aufgrund der Gutscheinaktion

Um mit einer (einmaligen) Steuerfussreduktion die gleiche Auswirkung im Konsumbereich zu erzielen, wäre – wie Tabelle 2 zeigt – eine Reduktion um etwa 8 Prozentpunkten erforderlich gewesen. Diese hätte den städtischen Haushalt mit rund 9,8 Millionen belastet, also etwa zweieinhalb mal stärker als die Gutscheinaktion:

Steuerpflichtiges Einkommen	Anzahl Steuerpflichtige	Ertrag eines Steuerprozentes	Entlastung bei einer Steuerfussreduktion um 8 Steuerprozente	Konsumneigung	Zusätzliche Konsumnachfrage
in Fr.	Anzahl	in Fr.	in Fr.	in Prozent	
<i>Alleinstehende</i>					
bis 9'999	5'679	11'358	90'864	100	90'864
10'000 – 29'999	6'133	33'302	266'418	100	266'418
30'000 – 49'999	6'407	124'616	996'929	50	498'465
50'000 – 69'999	3'072	111'759	894'075	50	447'037
70'000 – 89'999	965	53'268	426'144	0	0
90'000 – 199'999	737	92'272	738'179	0	0
200'000 und mehr	92	27'600	220'800	0	0
<i>Gemeinsam Steuerpflichtige</i>					
bis 9'999	2'954	0	0	100	0
10'000 – 29'999	3'986	1'276	10'204	100	10'204
30'000 – 49'999	5'483	59'545	476'363	50	238'182
50'000 – 69'999	4'803	114'504	916'028	50	458'014
70'000 – 89'999	2'829	110'048	880'385	0	0
90'000 – 199'999	3'130	314'252	2'514'016	0	0
200'000 und mehr	577	173'100	1'384'800	0	0
Total	46'847	1'226'901	9'815'205		2'009'183

Tabelle: 2 Zusätzlicher Konsum aufgrund einer Steuerfussreduktion um 8 Steuerprozente

Das Kosten-/Nutzenverhältnis sprach also eindeutig für die Gutscheinvariante. Diese Modellrechnung erwies sich auch bei verschiedenen Annahmen bezüglich der Konsumneigung als relativ stabil und entspricht in ihrer Grundaussage, dass etwa 60 Prozent der Gutscheine zu einem zusätzlichen Konsum führen, auch der bereits erwähnten Umfrage der Economiesuisse (NZZ 10.3.09).

5.2 Volkswirtschaftliche Auswirkungen

Wie bereits dargelegt, bestand das zentrale Ziel der Aktion darin, in einem schwierigen Umfeld ein positives Zeichen zu setzen und – im Rahmen der Möglichkeiten einer Gemeinde – einen Beitrag zu einer Stabilisierung der Konsumnachfrage zu leisten. Auch wenn man sich bewusst war, dass quantitative Aussagen über den erreichten Zusatzkonsum nicht möglich sein würden, bestand kein Zweifel, dass mit einer vorgegebenen Summe im Rahmen einer Gutscheinkonsumaktion aufgrund der unterschiedlichen Konsumquoten in den verschiedenen Bevölkerungsgruppen das Mehrfache an Zusatzkonsum ausgelöst würde, als dies mit einer einmaligen Steuerfussreduktion der Fall gewesen wäre.

Verschiedene Indizien deuten darauf hin, dass die Aktion das beabsichtigte Ziel erreicht hat:

a) Aussagen aus der Wirtschaft

Als Beispiel für eine derartige Aussage sei einer der Wirte zitiert, der sich an der «Verdoppelungsaktion» (vgl. Abschnitt 4.4.) beteiligte: «Wir hatten während Wochen den Laden voll ... und das Schöne ist, das einige von diesen Gästen seither immer wieder kommen. Die Aktion war ein voller Erfolg».

Der Präsident der Arbeitsgemeinschaft für die St.Galler Geschäfte der Innenstadt und Leiter eines mittelgrossen Warenhauses stellte zusammen mit seinen Kollegen fest, dass in den ersten drei Wochen nach dem Versand der Gutscheine diese in hoher Zahl eingelöst wurden. Die Kundinnen und Kunden zeigten sich erfreut über die Gutscheine und es sei anzunehmen, dass damit auch Käufe getätigt wurden, die ohne Gutscheine nicht erfolgt wären.

b) Umfrage der Fachhochschule ³

Auch diese Umfrage – obwohl die Erhebungsmethode nicht repräsentativ war – legt den Schluss nahe, dass ein gewisser Zusatzkonsum ausgelöst wurde. «Immerhin 29 Prozent der Personen, die mit dem Gutschein etwas gekauft haben, geben an etwas gekauft zu haben, das sie wahrscheinlich sonst nicht gekauft hätten. Dies kann als Zusatzkonsum interpretiert werden» (Fachhochschule, S.2).

c) Aussagen und Verhalten von Bürgerinnen und Bürgern

Dass breite Kreise der Bevölkerung die Gutscheine «gut gebrauchen konnten», ging auch aus den zahlreichen, zum Teil sehr berührenden Dankesbriefen hervor. Die 50 Franken bedeuteten für viele Menschen ein echtes Geschenk, welches zur Finanzierung des Grundbedarfs benötigt wurde. Aus volkswirtschaftlicher Sicht hatte das Einlösen dieser Gutscheine auch im Bereich des Grundbedarfs dennoch den Charakter von Zusatzkonsum.

In persönlichen Gespräche wurde oft erwähnt, man habe sich aus den Gutscheinen den besonderen Luxus einer speziellen Musik-CD oder eines speziellen Paar Schuhe «geleistet». Dies unterstreicht die Tatsache, dass mit geschenkten Gutscheinen anders umgegangen wird, als mit selbst erarbeitetem Geld.

Dass der Gutschein in breiten Bevölkerungskreisen willkommen war, wird auch dadurch unterstrichen, dass die Gutscheine nur in bescheidenem Ausmass verschenkt wurden: Eine private Aktion, welche das Ziel hatte, die Breitenwirkung der Gutscheinaktion auf einige soziale Institutionen und damit auf «die wirklich Bedürftigen» zu fokussieren, fand ein geringes Echo: Von den 74'100 verteilten Gutscheinen wurden nur 845 Gutscheine oder 1,1 Prozent an diese Ak-

³ Diese Internetumfrage war nicht darauf angelegt, die Wirkungen der Aktion wissenschaftlich zu erforschen, sondern sollte, einerseits der Bevölkerung die Möglichkeit geben, sich zur Aktion zu äussern und andererseits einen Anreiz verschaffen, die Internetseite der Stadt zu besuchen.

tion gespendet. Im Verhältnis zu den eingesetzten Werbemitteln und der Unterstützung durch die wichtigste Tageszeitung ist dies ein sehr bescheidendes Ergebnis, welches auch darauf hin deutet, dass die Bevölkerung vom Gutschein lieber selber Gebrauch machte.

5.3 Verbesserungsmöglichkeiten

Trotz eines guten Kosten-/Nutzenverhältnisses der Aktion müssten im Hinblick auf eine allfällige Wiederholung in einigen Punkten Verbesserungen geprüft werden:

- Die Entscheidungsträger in den Parteien und dem Parlament müssten früher einbezogen und vom Sinn einer derartigen Aktion überzeugt werden.
- Für die Finanzierung sollte bewusst und ausdrücklich nicht auf Steuergelder zurückgegriffen werden. Eine Gemeinde hat zahlreiche andere Finanzquellen (Buchgewinne, Bussen usw.), aus welchen eine derartige Aktion finanziert werden könnte. Damit könnten all jene, die in einer Gutscheinaktion einen Missbrauch ihrer Steuergelder erblicken, beruhigt werden.
- Beim Versand müsste geprüft werden, ob eine sicherere Variante – auch bei leicht höheren Kosten – nicht vorzuziehen wäre. Dies insbesondere dann, wenn der Wert der Gutscheine (z.B. 100 Franken pro Kopf) höher festgelegt würde.
- Rückblickend ist zu bedauern, dass keine repräsentative Umfrage über die Verwendung und die Wirkung der Gutscheine durchgeführt wurden.

Mit der Gutscheinaktion wurde ein Experiment durchgeführt, welches unter verschiedenen Aspekten weiterentwickelt werden könnte. Einige erste Überlegungen dazu sollen im Folgenden dargestellt werden.

6 Gutscheine und Geldordnung

Geldtheoretische Überlegungen spielten bei den politischen Entscheidungsträgern kaum eine Rolle. Die nachfolgenden Überlegungen wurden bewusst auch nicht in die Botschaft aufgenommen, da es nicht möglich gewesen wäre, diese in der gebotenen Kürze darzulegen. Das Risiko wäre zu gross gewesen, dass die Vorlage aus ideologischen Gründen abgelehnt worden wäre. Aber in den Pressekonferenzen und bei verschiedenen Vorträgen wurden diese Thesen vorgestellt und von den lokalen Medien (z.B. St. Galler Tagblatt 22. Oktober 2009: Die Zählung des Geldes) wohlwollend aufgenommen. Mit den Gutscheinen gelang es, eine breitere Öffentlichkeit für das Thema Geld zu interessieren. Woher kommt das Geld? Wie entsteht es? Gibt es einen Zusammenhang zwischen der Finanzkrise und dem herrschenden Geldsystem?

Die Diskussionen um die aktuelle Finanzkrise bestätigen, dass über die Ursachen der Krise und deshalb logischerweise auch über die richtige Therapie keine Klarheit besteht. Die verschiedensten Ursachen wurden für die Krise verantwortlich gemacht: Ungenügende Eigenmittel im Bankensystem, eine Politik des billigen Geldes in den USA und in deren Gefolge die Hypothekarkrise in den USA, die

weltweit hohen Staatsschulden, eine zu wenig geregelte Marktwirtschaft und eine verfehlte Liberalisierung der Kapitalmärkte usw.

Die meisten dieser Gründe mögen mitgespielt haben; aber die immer wiederkehrenden Krisen haben einen tieferen Grund: Das Geldsystem an sich. Die offizielle Lehre ignorierte bisher dieses Thema, doch immer mehr setzt sich die Erkenntnis durch, dass die grundlegenden Probleme unseres Wirtschaftssystems direkt mit dem aktuellen Geldsystems zu tun haben:

- Das Geldsystem zwingt – unabhängig von menschlichen Bedürfnissen – die Wirtschaft immer mehr und immer schneller zu wachsen... eine stetig zunehmende Umweltbelastung ist die Folge. Gibt es Mittel gegen den monetären Wachstumszwang? Schafft das Wachstum unter diesen Bedingungen überhaupt noch «Wohlstand für alle»?
- Geldschöpfung erfolgt über Kreditgewährung und setzt damit Schulden voraus: Staatsschulden, Unternehmensschulden, Konsumentenschulden. Um ein Wachstum zu erzielen, müssen die Schulden erhöht werden. Geht das unendlich so weiter?
- Auch die hohe Produktivität unseres Wirtschaftssystems kann die Verteilungsprobleme nicht lösen. Weltweit – auch in der Schweiz – findet eine Konzentration der Vermögen statt. Welche Rolle spielt unser Geldsystem bei der Verteilung dieser Vermögen?

Auf alle diese Fragen gibt es derzeit keine befriedigenden Antworten. Aber vielleicht enthält der St.Galler Gutschein – in aller Bescheidenheit – das eine oder andere Element, welches zur Milderung dieser Probleme, einen kleinen Beitrag leisten könnte.

Mit dem St.Galler Gutschein wurde kein eigenes Geld geschaffen, sondern ein einfaches System von Einkaufsgutscheinen kopiert, wie es in zahlreichen Städten von privater Seite auch betrieben wird. Aber allein dadurch, dass in St.Gallen das Gemeinwesen im ganzen Prozess eine wichtige Rolle spielte, erhielt die Aktion eine besondere Qualität.

6.1 Neue Formen der Geldschöpfung

In den letzten Jahren ist es offensichtlich geworden: Die Notenbanken haben die Kontrolle über die Geldmenge verloren. In der Angst vor einem Zusammenbruch des gesamten Systems wurden die Geldmengen in einem Ausmaß erhöht, wie es noch vor kurzem für undenkbar gehalten wurde.

Die Mechanismen der Geldschöpfung sind komplex, aber es besteht Einigkeit darüber, dass das heutige Geld zu 80–90 % über die Kreditgewährung durch das private Bankensystem, und nur zu einem kleinen Teil durch die Notenbanken, geschaffen wird. Dieses System wird von Joseph Huber (Huber 2010, S. 73–88) unter verschiedenen Blickwinkeln kritisiert:

- Die heutige Giralgeldschöpfung durch das Bankensystem ist intransparent und verunmöglicht eine effektive Kontrolle der Geldmenge
- Die Giralgeldschöpfung verläuft überschüssend und inflationär
- Unser Geldsystem ist ein Krisenmotor und eine Schuldenfalle, es fördert die

überbordende Staatsverschuldung

- Die Gewinne aus der Geldschöpfung werden ungerecht verteilt.

Vor diesem Hintergrund schlägt Huber vor, die Geldschöpfung wieder klar und ausschließlich den Notenbanken zu übertragen. Auch H.C. Binswanger teilt diese Auffassung: «Damit die Zentralbank den Wirtschaftsprozess nachhaltig stabilisieren kann, muss sie daher – das ist die Schlussfolgerung – die Geldschöpfung besser kontrollieren können. Das heisst, sie – und nicht die Geschäftsbanken – muss die Schlüsselposition bei der Gewährung der Kredite erhalten» (Binswanger 2009, S. 141).

Als mögliche Varianten der Geldschöpfung durch die Notenbank skizziert Binswanger verschiedene Wege. Entweder über eine Zuteilung des neu geschaffenen Geldes an die Banken oder über eine Zuteilung an den Staat. «Eine dritte Möglichkeit ist die Zuteilung des Geldes an die Privathaushalte als Zusatzeinkommen. Diese könnte wiederum auf zwei verschiedenen Wegen geschehen. Die Zuteilung könnte nämlich entweder direkt von der Zentralbank oder indirekt über die Gemeinden in Form eines Regionalgeldes zur Verfügung gestellt werden, das nur für regional produzierte Güter und Dienstleistungen ausgegeben werden kann...» (Binswanger 2009, S. 147).

Auch Huber weist auf diese Möglichkeit hin: «Ein weiterer Emissionsweg besteht darin, neues Geld durch nationale Pro-Kopf-Dividende auszuschütten». Für diesen Weg gibt es verschiedene historische Vorläufer. Huber erwähnt Beispiele in Nordamerika und C.H. Douglas, der diesen Vorgang «nationale Dividende» nannte. Interessant sind auch die Grössenordnungen, die Huber für diese Art der nationalen Dividende oder des Bürgergeldes errechnet hat. Für die Schweiz wären es in den letzten Jahren 1'700 Franken pro Kopf und Jahr gewesen (Huber, 2010, S. 99).

Mit dem St.Galler Gutschein war selbstverständlich keine Geldschöpfung verbunden. Aber ein möglicher Weg wurde aufgezeigt, wie z.B. in einem Vollgeldsystem Bargeld in Umlauf gebracht werden könnte. Vermutlich müsste in einer Zeit des «unbaren Geldes» wohl eher eine Verteilung des Geldes durch eine Überweisung auf ein Konto angestrebt werden. Die Methode des St.Galler Gutscheins wäre aber vor allem dann von Interesse, wenn mit der Geldschöpfung gleichzeitig noch andere Ziele angestrebt würden. Binswanger erwähnt in diesem Zusammenhang vor allem die Ideen des Regionalgeldes sowie des Schwundgeldes (Binswanger 2009, S. 147).

6.2 Förderung eines regionalen / komplementären Geldsystems

Das herrschende Geldsystem ist gewinn- und wettbewerbsorientiert und «denkt» global und zentralistisch. Dieses System mit einer «Geldschöpfung aus dem Nichts» (Fiat Money) hat einerseits eine unglaubliche wirtschaftliche Entwicklung ermöglicht. Andererseits werden zunehmend auch die Schattenseiten dieser Entwicklung sichtbar und es ist fraglich, ob mit dem gleichen Geldsystem die unterschiedlichsten gesellschaftlichen Bedürfnisse befriedigt werden können, oder ob nicht komplementäre Systeme geprüft werden sollten.

In neuerer Zeit wurde die Idee des Regionalgeldes vor allem von Margrit Kennedy und Bernard A. Lietaer (2004) aufgenommen und weiter entwickelt. Die Zielsetzungen eines Regionalgeldes sind vielfältig: Dazu gehören die Förderung lokaler Kreisläufe, die Unterstützung des Bürgerengagements, das Ersetzen des nicht vorhandenen nationalen Geldes und auch der Gedanke eines nicht zinsbringenden Geldes. Zahlreiche Initiativen im In- und Ausland deuten darauf hin, dass diese Gedanken zunehmend an Unterstützung gewinnen. Dabei geht es nicht um eine – illusorische – Ablösung des nationalen Geldes, sondern um eine Ergänzung eines einseitigen und daher instabilen Geldsystems. Das Ziel ist ein duales Währungssystem, in welchem beide Systeme – nationales/globales und regionales Geld – nebeneinander Platz haben.

In der Schweiz besteht mit dem WIR Geld seit den 30-er Jahren ein solches System und es ist interessant, welche positive Wirkungen eine ausländische Untersuchung diesem System zuschreibt. In den 90er Jahren sind die Zahl der WIR-Konten und die getätigten Umsätze stark angestiegen, so dass der Autor zum Ergebnis kommt, dass sich das WIR-Geld im Unterschied zum normalen Geld stark antizyklisch und damit stabilisierend für die Konjunktur erwies (Stodder 2007). Es wäre ernsthaft zu prüfen, ob und unter welchen Bedingungen auch schweizerische Gemeinden WIR-Geld akzeptieren könnten.

Mit dem St.Galler Gutschein wurde die Bevölkerung erstmals in einem grösseren Rahmen damit vertraut gemacht, dass es neben dem Franken durchaus noch andere Zahlungsmittel geben könnte. Obwohl dies (noch) nicht Gegenstand der Diskussion war, könnte der Gutschein als Ausgangspunkt für weitere Experimente im Sinne eines Regionalgeldes dienen. Da in Zukunft auch grössere Finanzkrisen nicht ausgeschlossen sind bzw. aufgrund der geschilderten Instabilität des Systems erwartet werden müssen, ist es geboten, sich auch auf lokaler Ebene Gedanken zu derartigen Systemen zu machen. Wie erfolgreich ein solches System sein kann, hat während der Weltwirtschaftskrise die Gemeinde Wörgl bewiesen (Schwarz 1951) und auch in der Gegenwart gibt es weltweit zahlreiche, allerdings unterschiedlich erfolgreiche Modelle (Kennedy/Lietaer 2004).

6.3 Gutscheine als ausgleichende Bürgerdividende

Es ist offensichtlich, dass weltweit und auch in der Schweiz die Konzentration der Vermögen fortschreitet. Von einer einigermaßen gerechten Vermögensverteilung sind wir noch sehr weit entfernt und gerade aus liberaler Sicht – welche die Chancengleichheit viel stärker betonen müsste, als dies heute der Fall ist – ist eine solche Entwicklung abzulehnen und auf schweizerischer Ebene wäre daher eine nationale Erbschaftssteuer sehr zu begrüssen. Die Gründe für die ungleichen Vermögensverhältnisse sind vielfältig. Aber es lässt sich wohl kaum bestreiten, dass das heutige Geld- und Zinssystem in einem wesentlich Ausmass mitverantwortlich ist: Durch die in allen Produktpreisen enthaltenen «grauen Zinsen» findet laufend eine Verteilung von unten nach oben, von den breiten Schichten der Unter- und Mittelschichten zu einer ganz schmalen Oberschicht statt. Diese Umverteilung wirkt still und leise, während Jahren und Jahrzehnten – und trotzdem

wird sie kaum thematisiert. Eine Ausnahme bildet Helmuth Creutz, der für die Bundesrepublik Deutschland zahlreiche Berechnungen vorgenommen hat (Creutz 2010).

Weil die Umverteilung von unten nach oben sehr viel mit dem Geldsystem zu tun hat, erscheint es folgerichtig, einen Ausgleich primär über das Geldsystem anzustreben. Eine Möglichkeit bestünde im Ausrichten einer Bürgerdividende. Bürgerdividenden haben in schweizerischen Ortsbürgergemeinden eine reiche Tradition und auch in der Gegenwart spielen sie mancherorts eine wichtige Rolle. Patry (2010, S. 6) weist auf den US-amerikanischen Bundesstaat Alaska hin, wo Gewinne aus der Erdölförderung in einen Fonds investiert werden, dessen Erträge auf jährlicher Basis an alle Einwohner jeden Alters pro Kopf zu gleichen Teilen bedingungslos ausgezahlt werden. In Kombination mit einem neuen Geldschöpfungsmechanismus (vgl. Abschnitt 6.1) könnte eine derartige Bürgerdividende problemlos finanziert werden.

6.4 Umlaufsicherung des Geldes

Mit dem Verfalldatum – die Gültigkeitsdauer des Gutscheins war bis Ende Februar 2010 beschränkt – enthielt der St.Galler Gutschein ein Element, welches in Geldreformerkreisen seit Jahrzehnten diskutiert wird. Insbesondere Silvio Gesell vertrat die Auffassung, dass Geld ähnlich wie Waren altern sollte, damit es nicht gehortet werden kann. Er schlug vor, auf dem Bargeld eine Haltegebühr, und damit einen Negativzins zu erheben. Diese Idee kann hier nicht im Detail diskutiert werden. Aber immerhin kann darauf hingewiesen werden, dass bereits Keynes diese Idee positiv würdigte und dass in der neuesten Finanzkrise Zeit namhafte Ökonomen die Idee des Negativzinses erneut aufgenommen haben.

So meint Willem Buiter zum Thema Negativzinsen: «Ich stimme mit Greg Mankiw überein, dass es für Zentralbanken an der Zeit ist, die Behauptung zu verwerfen, Null sei die untere Grenze für nominale Zinsraten. Es gibt keinen theoretischen oder praktischen Grund, die Zielrate für Staatspapiere oder die Zinsraten des Marktes auf – sagen wir – minus 5 % sinken zu lassen... Die Wirtschaftswissenschaften und die wirtschaftliche Praxis hatten nie ein Problem mit realen negativen Zinsraten (inflationbereinigt). Wo liegt also das Problem bei nominalen Raten? Mit einem Wort, es ist das Bargeld» (Buiter 2009, S. 3). Während auf dem Giralgeld die Erhebung von Negativzinsen problemlos möglich sind, liegt das Problem beim Bargeld und Buiter regt daher an, als erstes den Bargeldumlauf zu minimieren und in diesem Zusammenhang die hohen Notenwerte, die v.a. gehortet oder für illegale Zwecke verwendet werden, abzuschaffen.

Dass das Horten von Bargeld auch in der aktuellen Finanzkrise an Bedeutung gewonnen hat, lässt sich in der Schweiz am zunehmenden Anteil der 1000-er Noten am gesamten Notenumlauf erkennen und selbst die Nationalbank weist in ihren Kommentaren zum Notenumlauf schon seit Jahren darauf hin, dass die hohen Notenwerte «in erheblichem Umfang auch als Wertaufbewahrungsmittel verwendet werden.»

Wenn nun eine Gemeinde ihre in Franken bezogenen Einnahmen in Form von umlaufgesicherten Gutscheinen mit Verfalldatum wieder in Umlauf bringt, so wirkt sie dieser Tendenz des Hortens entgegen. Ab welcher Grössenordnung dies effektiv spürbar wäre, lässt sich schwer beurteilen; aber grundsätzlich kann auf diese Weise – vor allem wenn die Verteilung pro Kopf erfolgt – die Umlaufgeschwindigkeit in einer Zeit des Hortens positiv, d.h. im Sinne einer möglichst stabilen Umlaufgeschwindigkeit, beeinflusst werden. Theoretisch könnte eine Gemeinde auf diese Weise einen beachtlichen Teil des «normalen Geldes» durch umlaufgesichertes Geld ersetzen. Selbstverständlich kann dabei nicht vollständig verhindert werden, dass ein Teil dieser Gutscheine «indirekt» auch gespart wird, indem die Gutscheine zwar ausgeben, entsprechende Frankenbeträge aber zur Bank gebracht werden. Aufgrund der pro Kopf Verteilung wird der Spar-Anteil dabei allerdings wesentlich tiefer als bei einer normalen Steuerfussreduktion sein.

7 Schlussbemerkungen

Der St.Galler Gutschein war ein Experiment, welches auf einem ganz normalen «Einkaufsgutschein» und auf einer sehr einfachen Grundkonzeption aufbaute. Die intensive Diskussion in der (lokalen) Öffentlichkeit hat jedoch gezeigt, dass viele Aspekte dieser Aktion nicht oder nur teilweise verstanden wurden bzw. aus ideologischen Gründen bewusst abgelehnt wurden. Es ist vermutlich noch viel Aufklärungsarbeit erforderlich, bis die Rolle des Geldes in unserer Gesellschaft wirklich angemessen erkannt wird.

Da in der traditionellen, oekonomischen Theorie diese Probleme erst zaghaft zur Kenntnis genommen werden, und auf nationaler Ebene die Mechanismen naturgemäss nur gegen sehr grosse Widerstände zu ändern wären, liegt es nahe, auf lokaler und regionaler Ebene nach innovativen Lösungen zu suchen. Hier können mit relativ geringem Aufwand und geringen Risiken Versuche gewagt werden, welcher auf nationaler Ebene nicht möglich sind. Es wäre erfreulich, wenn die Gemeinden und Städte diese Chance nutzen würden.

Résumé

En considérant la crise financière globale, les autorités locale de la ville de Saint-Gall ont décidé de distribuer des bons d'achat à la population, ayant une valeur de 50 francs suisses par habitant. Ces bons d'achat pouvaient être échangés dans pratiquement tous les commerces et entreprises locales pendant six mois. Malgré quelques gros titres négatifs dans les médias locaux, les responsables ont considéré cette action comme un exemple positif qui pourrait contribuer à la stabilisation de la demande des consommateurs. Même si les effets de cette action n'ont pas pu être mesurés, les autorités locales ont été et sont convaincues que cette approche a été très efficace. En outre, avec ce type d'action, certaines questions relatives à l'utilisation de l'argent et ainsi que les possibilités de mesures économiques pourraient être traitées au niveau local. On peut supposer qu'un vaste débat scientifique et politique sur les défauts du système monétaire actuel, et sur la création d'argent, serait porteur d'un avenir économique plus stable.

Summary

At the height of the global financial crisis, local authorities of the City of St. Gallen have decided to distribute shopping coupons. Coupons worth 50 Swiss Francs were distributed per head of population. These coupons could be redeemed in practically all local shops and enterprises within half a year. Despite some negative headlines from the local media, those responsible for this action anticipated, that a positive example could be set to contribute to the stabilization of consumer demand. Even though the effects of this action couldn't be measured, the local authorities were and are convinced, that this approach was very efficient. Furthermore, with this line of action, certain questions concerning money and its function as well as possibilities of economic-political measures could be addressed on a local level. It is safe to assume that an extensive scientific and political debate of the current defects of the monetary system and the creation of money would bring a more stable economic future.

Literaturverzeichnis

Binswanger H.C. (2009) Vorwärts zur Mässigung, Perspektiven einer nachhaltigen Wirtschaft. Hamburg: Murmann

Buiter W. (2009) In eine bessere Zukunft mit negativen Zinsen.
in: Humanwirtschaft Nr. 04/2009, S. 3–9

Creutz H. (2010) Armut und Reichtum driften auseinander;
Die Rolle der zinsbedingten Umverteilung; in: Humanwirtschaft Nr. 5/2010, S. 2–7

Fachhochschule St.Gallen, 50 Franken-Gutschein-Aktion der Stadt St.Gallen, Auswertung der Aktion auf der Basis der Internet Umfrage, St.Gallen 26.4.2010

Huber J. (2010) Monetäre Modernisierung, Zur Zukunft der Geldordnung. Marburg: Metropolis

Kennedy M. / Lietaer B.A. (2004) Regionalwährungen, Neue Wege zu nachhaltigem Wohlstand. München: Riemann

Patry E. (2010) Das bedingungslose Grundeinkommen in der Schweiz. Bern/ Stuttgart/ Wien: Haupt

Schmitz D. (1991) Die Ausgabenbindung beim Finanzreferendum, Bern/Stuttgart: Haupt

Schwarz F. (1951), Das Experiment von Wörgl. Bern 1951, Neuauflage 2008, Darmstadt: Synergia

Stadtrat der Stadt St.Gallen (2009) Vorlage an das Stadtparlament vom 3. März 2009: «Bildung eines Fonds zur Stützung der Konsumnachfrage»

Stodder J. (2007), Residual Barter Networks and Macro-Economic Stability: Switzerland's Wirtschaftsring; Hartford, 27. August 2007

Tabellen

Tabelle 1: Zusätzlicher Konsum aufgrund der Gutscheinaktion

Tabelle: 2 Zusätzlicher Konsum aufgrund einer Steuerfussreduktion um 8 Steuerprozent