

Tauschringentwicklung

Strategien und Aktionen, um das Tauschen zu fördern

Ideensammlung der Arbeitsgruppe Tauschringentwicklung

Inhalt

- Arbeitsgruppe „Tauschringentwicklung“
- Tauschringe werden wichtiger
- Entwicklungsdimensionen
- Größe, Verbreitungsgrad
- Zusammensetzung
- Tauschintensität, Angebote, Nachfrage
- Soziales Miteinander
- Leitbilder, Verständnis der Zusammenhänge
- Effizienz, Vernetzung
- Transparenz

Arbeitsgruppe „Tauschringentwicklung“

Aufgabenstellung und Arbeitsweise:

- **Die Arbeitsgruppe ist eine permanente Einrichtung**
 - Tauschringentwicklung ist nie fertig
- **Die Gruppe arbeitet autonom**
- **Die Arbeitsergebnisse/Ideen stehen allen Tauschsystemen frei zur Verfügung**
 - siehe www.obelio.com/de/tauschringentwicklung.pdf
- **Treffen: Jeden 1. Montag im Monat in München**
 - Kontakt für Interessenten: info@obelio.com

Tauschringe werden wichtiger

Gesellschaftlich-ökonomische Situation:

- Die Schere zwischen arm und reich wächst weiter, das Geld fließt nach „oben“ ab, wird knapp gehalten, Solidarität schwindet
- Die Zukunft wird ökonomisch und sozial viel härter
- Nur die intensive Verwendung eines zins- und kreditfreien Tauschmittels kann die Herrschaft des Geldes nachhaltig verringern
- Tauschringe sind ökonomische Modelle, soziale Innovation und Selbsthilfe
- Tauschringe fördern solidarisches Miteinander, zeigen Handlungsspielräume

Die Rolle der Tauschringe wird sich für viele ändern:

- Von Zusatzbeschäftigung zu Hauptbeschäftigung
- Die Notwendigkeit, elementare Lebensbedürfnisse aus dem Tauschring zu beziehen, wird dringender
- Tauschringe werden zu Organisatoren lokaler Zusammenarbeit

Fazit:

- Tauschringe müssen und werden sich weiterentwickeln
- Entwicklung erfordert Planung und permanente „Kümmerer“

Entwicklungsdimensionen

Tauschringentwicklung ist in mehreren Dimensionen möglich und nötig:

- **Größe, Verbreitungsgrad**
- **Zusammensetzung**
- **Tauschintensität, Angebote, Nachfrage**
- **Soziales Miteinander**
- **Leitbilder, Verständnis der Zusammenhänge**
- **Effizienz, Vernetzung**
- **Transparenz**

Größe, Verbreitungsgrad

Beobachtungen:

- **Anders als in der Anfangsphase, ist LETS kein Selbstläufer mehr**
- **Zahl und Größe der Tauschsysteme verändern sich kaum noch**
 - Neugründungen und Stilllegungen halten sich die Waage
- **Teilnehmerzahlen und Bekanntheitsgrad stagnieren**
 - Ein- und Austritte sind in etwa gleich
- **Es hat sich Konkurrenz mit stärkerer Medienpräsenz und Vernetzung gebildet:**
 - Regiogeld-Systeme, Zeitbanken, Barterorganisationen, u.s.w.
 - Deren Marktregeln, Tauschmittel und Zielsetzungen sind oft unverträglich mit der Tauschringidee und erfordern nicht selten eine Banklizenz
 - Behindert und bedroht den Erfolg der Tauschringe durch Verdrängung und Vereinnahmung

Aktionen:

- **Außenwerbung**
 - im Internet (Kleinanzeigenportale, YouTube, Facebook, Bannerwerbung, Link-Tausch)
 - in lokalen Kleinanzeigenblätter, im Lokalteil von Zeitungen
- **Öffentlichkeitsarbeit**
 - Redaktionelle Beiträge, Radiosendungen, Web
- **Organisationen ansprechen**
 - Schulen, Altenheime, Behindertenwerkstätten, Kirchen, etc., auch um Veranstaltungsräume zu gewinnen
- **Teilnehmer werben Teilnehmer gegen Belohnung**
- **Werbematerialien für Teilnehmer:**
 - Visitenkarten, Kugelschreiber, T-Shirts mit Tauschring-Kontaktdaten
 - E-Mail-Signatur als Download mit Tauschring-Kontakt
- **Student ansetzen, um als Diplomarbeit Marketing-Konzept auszuarbeiten**
- **Angebot anonym im Internet sichtbar machen; wer es nutzen will, muss Teilnehmer werden**

Zusammensetzung

Beobachtungen:

- In den länger existierenden Tauschsystemen gibt es deutlich mehr Frauen als Männer, die Altersstufen ab 45 Jahre sind stark überrepräsentiert
- Für erweitertes Angebot braucht es auch jüngere und männliche Teilnehmer
- Jugendliche und Personen im aktiven Berufsleben kommen nicht von selbst, man muss sie „reinholen“

Aktionen:

- **Die Angebote so entwickeln, dass sich junge Leute angezogen fühlen**
 - PC-Hilfe, Nachhilfe, Partyraum, Frisöre, Kosmetiker, Kurse
 - Umfrage machen, was Jugendliche wollen
- **BUND als Teilnehmer gewinnen**
 - Gezielt für Jugendarbeit (z.B. Krötenschleppen gegen Talente)
 - Green City, karitative Verbände
- **Jugendliche als Organisatoren für Veranstaltungen für Jugendliche**
 - Hip-Hop, Computergruppe, Kosmetikkurs, ...
- **Web-Seiten für Jugendliche**
- **Tauschring für Männer attraktiver machen**
 - Informationsveranstaltungen
 - Erscheinungsbild des Tauschrings professionalisieren (Web-Seite, Marktzeitschrift, Broschüren, Abläufe, Außendarstellung)
 - „Karriere“ im Tauschring fördern (wie geht das, was heißt das?)

16. Mai 2011

Lutz Jaitner

7

Tauschintensität, Angebote, Nachfrage

Beobachtungen:

- Tauschringe sind angebotslimitiert, einige Anbieter werden überfrequentiert, brennen aus, finden keine adäquate Gegenleistung für ihr Engagement
- Die Tauschintensität vieler Teilnehmer lässt mit der Zeit stark nach
- Angebote und Gesuche finden oft nicht zusammen, obwohl sie zueinander passen würden und in der Marktzeitschrift veröffentlicht wurden (wer lesen kann, ...)
- Der Frisör um die Ecke ist manchmal näher, als der Tauschring (Bequemlichkeit)
- Manchmal ist Nehmen schwerer als Geben, aber wer nimmt, gibt auch etwas: Anerkennung, Talente
- Wir tauschen nicht nur Zeit, sondern auch Möglichkeiten
- Produktivmittel arbeiten für uns, wenn wir sie finden

Aktionen:

- **Reaktivierung der Teilnehmer**
 - Telefonische Ansprache von Teilnehmern, die wenig Aktivität zeigen
- **Patenmodell (Begleitung der ersten drei Transaktionen, gegen Talente)**
- **Werbung innerhalb des Tauschrings (Marketing für bestimmte Angebote)**
 - Rundmails mit den neuesten Angeboten und Gesuchen, wöchentliche Newsletter
 - Direkte Ansprache auf LETS-Veranstaltungen
 - Stadttreff, in denen die Angebote und Gesuche sichtbar gemacht werden
- **Herausfinden, wo die Engpässe sind, gezielt transparent machen**
 - Anbieter auffordern, Engpässe zu melden. Dann Aufruf an alle.
 - PC-Hilfe, Nachhilfeunterricht, Maler sind überlastet
 - Anbieter befragen, wer zu stark frequentiert ist

16. Mai 2011

Lutz Jaitner

8

Tauschintensität, Angebote, Nachfrage

Aktionen (Fortsetzung):

- **Handwerker, Biobauern und Produzenten überzeugen**
 - Wie sieht das mit der Mischkalkulation Geld/Talente aus?
 - Wie ist die steuerliche Seite zu handhaben?
- **Leute dazu bringen, Wohnraum zu stiften, der dauerhaft oder zeitweilig auf Tauschringbasis zur Verfügung gestellt wird**
 - Können Tauschringe Immobilien erben? Müssen wir dafür eine Stiftung gründen?
- **Welchen werblichen Nutzen hätten Veranstalter, wenn sie ihre nicht gebuchten Plätze für LETS zur Verfügung stellen?**
 - Veranstalter umwerben für ungenutzte Plätze
- **Teilnehmer animieren, mindestens zwei Tauschinserate zu schalten**
- **„Agentur“ für die Vermittlung von Tausch-Angebot und -Nachfrage**
 - Organisieren und koordinieren von komplizierten Tauschvorgängen (z.B. Umzüge, Hochzeiten)
 - Vermittlung von Übernachtungsplätzen (tauschringübergreifend)
 - Teilnehmer in ihren Fähigkeiten besser einbringen durch Direktansprache
 - Coaching, Angebote besser zu formulieren
- **Marktzeitschrift interessanter machen**
 - Bebilderung der Inserate und Kontaktdaten
 - Informativ Beiträge
- **Teilnehmerumfragen starten, welche Produktivmittel vorhanden sind**
 - Beispiele für Produktivmittel: Backofen, Apfelbaum, Fahrzeuge, Werkzeuge, Software, Töpferscheibe und Ofen, PC-Schulungsraum, Räume, Maschinen, Feld, Jagd-Lizenz
 - Produktivmittel sind häufig schon da und nicht ausgelastet; Ungenutzte Kapazität für Tauschring zur Verfügung stellen
 - Gezielte Anfrage nötig: „Hast Du einen Garten?“, „Könntest Du Werkzeug verleihen? Ein Fahrzeug?“
 - Welche Ängste sind beim Verleihen zu überwinden? Sicherheiten?
 - Die durchschnittliche Bohrmaschine bohrt 12 Minuten in ihrem Leben, würde aber 50 Stunden halten (laut Bosch)

16. Mai 2011

Lutz Jaitner

9

Soziales Miteinander

Beobachtungen, Ziele:

- **Das soziale Miteinander in den Tauschsysteme ist Hauptsache, nicht Nebensache**
 - Die Tauschökonomie soll den Menschen dienen, nicht umgekehrt
- **Tauschen bringt Menschen aus ihrer Isolation zurück in die Interaktion, schafft Anerkennung und Zuwendung**
- **Tauschsysteme können nur dann gut funktionieren, wenn die Teilnehmer sich näherkommen und sich vertrauen**
- **Tauschringentwicklung soll ein breiteres Spektrum an sozialer Interaktion anregen, organisieren und moderieren**

Aktionen:

- **Feste, Tausch-Basare, Spiele-Abende**
- **Vorträge, Veranstaltungen für die Seele**
 - Kunst
- **Hilfsaktionen, „Kümmerer“ für Teilnehmer in Not bzw. Einsamkeit**
- **Rundmails, Beiträge in den Tauschzeitschriften**
- **feste Räumlichkeiten/Treffpunkte**
 - Tauschladen (permanentes Laden-„Geschäft“)
- **Bewertungssystem einführen, um Qualität transparent zu machen und Vertrauen aufzubauen**
- **Schlichtergruppe**

16. Mai 2011

Lutz Jaitner

10

Leitbilder, Verständnis der Zusammenhänge

Beobachtungen:

- **Viele Tauschringe zerbrechen, weil ihre Organisatoren sich nicht mit den theoretischen Zusammenhängen (Angebot, Nachfrage, zirkulierende Tauschmittelmengen, Preisgestaltung, Hortung, Umlaufgeschwindigkeit) auseinandersetzen**
- **Der Nutzen von LETS wird oft eindimensional an der Preisgestaltung (Zeitwährung) festgemacht. Teilnehmer können vielfach nicht benennen, was der praktische Vorteil von Tausch„währungen“ gegenüber Geld ist.**
- **Die politische und ökonomische Bedeutung der Tauschringe wird von ihren Anhängern kaum thematisiert und verstanden**
- **Es fehlt die ideelle Untermauerung der Tauschgemeinschaft**
 - Das „Kaffeekränzchen“ bleibt, die Idealisten gehen

Aktionen:

- **Informationen über die Funktionsprinzipien von Tausch- und Währungssystemen erarbeiten, bereitstellen und aktiv vermitteln**
- **Leitbilder formen, anbieten, diskutieren, wach halten**
- **Die zerstörerische Wirkung des fehlkonstruierten Geldsystems herausarbeiten und erklären**
- **Kurse und Themen anbieten**
- **Ökonomische Dimension thematisieren**
- **Geschichtlichen und machttheoretischen Hintergrund beleuchten**

16. Mai 2011

Lutz Jaitner

11

Effizienz, Vernetzung

Beobachtungen:

- **Viele Teilnehmer nutzen lieber Tauschhefte und gedruckte Marktzeitschriften, als im Internet Buchungen zu tätigen und Inserate zu finden/einzugeben**
 - Datenschutzbedenken, geringe Computer-Kenntnisse, Angst vor „staatlicher“ Überwachung
 - Tauschringverwaltung, Teilnehmeransprache und Inserate-Publikation dadurch umständlich und teuer
- **Die meisten Tauschringe wollen lieber autark als vernetzt sein**
 - Angst vor Vereinnahmung z. T. berechtigt
 - erschwert Kooperationen
- **Überregionales Tauschen (z. B. Übernachtungsplätze) kommt nur schleppend voran**
 - Inserate vieler Tauschringe sind extern schwer zugänglich, Abrechnung zu umständlich, fehlende Standards

Aktionen:

- **Nutzungsintensität der internet-gestützten Inseratmöglichkeiten erhöhen**
 - Rundmails und Telefonaktionen bei den großen Tauschorganisationen
 - Aufklärungsarbeit in der Marktzeitschrift bzgl. Selbstverwaltung über Internet
- **Tauschring-übergreifende Vernetzung fördern**
 - Rundmails mit Aufklärung
 - Telefonaktion zur Vernetzung
 - Eigene Marktzeitschrift vielen kooperierenden Tauschringen zur Verfügung stellen
 - AcrossLETS fördern

16. Mai 2011

Lutz Jaitner

12

Transparenz

Beobachtungen:

- **Tauschhefte werden oft jahrelang nicht erneuert/eingebucht**
 - kein Überblick über Tauschmittelverteilung und -menge, überzogene Konten,
 - Betrugsmöglichkeiten, keine Kontrollmöglichkeiten für die Teilnehmer
- **Viele Tauschringteilnehmer geben ihre E-Mail-Adresse nicht an, manche geben nicht einmal Telefonnummern an**
 - Kommunikation innerhalb des Tauschrings stark erschwert
 - Neuigkeiten, Aktionen lassen sich nicht mitteilen

Aktionen:

- **Telefon- und Rundmail-Initiative, um alle Teilnehmer zum Einbuchen der Tauschhefte zu bewegen, die dies länger als drei Jahre lang nicht getan haben**
- **Rundrufaktion starten, um von möglichst vielen Teilnehmern die E-Mail-Adressen zu erfassen**