

Grenzgänge : (De-)Konstruktion kollektiver Identitäten in Japan

Hijiya-Kirschnereit, Irmela

Germer, Andrea

Faculty of Social and Cultural Studies, Kyushu University | Deutsches Institut für
Japanstudien

Yamamoto, Ryoko

University of Hawaii at Manoa

Wöhr, Ulrike

Hiroshima City University

他

<https://hdl.handle.net/2324/22093>

出版情報 : Japanstudien. 16, 2004. German Institute for Japanese Studies

バージョン :

権利関係 :



CHIIKI TSŪKA – EINE WÄHRUNG FÜR DIE COMMUNITY?

Isa Ducke und Natascha Thoma

Eine Währung, na, die kann man auch selber machen.
Hauptsache, man kann Vertrauen erzeugen, oder?

Murakami Ryū¹

Abstract: In an age of global money politics, purely locally used ‘community currency’ systems are making inroads worldwide. Japan is, with Canada and the United States, among the countries where community currencies have become quite widespread. Although the Japanese term most often used is *chiiki tsūka* 地域通貨, or ‘local currency’, the community building aspect figures highly in the goals of the organisers.

This paper, after providing a brief introduction of the community currency idea in general and its development in Japan, deals with the aims and achievements of the Japanese organisers regarding the construction of a group identity in their target neighbourhood. What are the different motivations for promoting community currencies in Japan, and how highly does the community, or group, aspect figure in this? Do community currencies in Japan create *new* social bonds, and thus define a group identity not based on existing notions of “self” and “other,” but on a common project *across* existing group lines, or do they merely enforce already existing groups?

In order to answer these questions, we introduce three community currency projects in Japan. All three projects are based in the wider Tokyo area and have a similar demographic make-up, but are promoted by different kinds of political actors with different motivations and strategies. In the study we identify several factors that influence the economic and practical success as well as the community building effects, linking them with the motivation and strategies of the organisers. The results show, however, that none of the projects is as yet very successful in utilizing the potential of community currencies for creating a new, project-based communal identity.

1. EINLEITUNG

Der weltweite Boom alternativer Geld- und Tauschsysteme (jap. *chiiki tsūka* = Regionalwährung) hat seit den späten 1990er Jahren auch Japan er-

¹ So formuliert es Pon-chan, Protagonist des Romans *Kibō no kuni no ekusodasu* [Der Auszug ins gelobte Land] von Murakami Ryū (Murakami 2002: 156; vgl. die Rezension in diesem Band).

faßt. In einer Zeit wirtschaftlicher Stagnation und gesellschaftlicher Isolation erhoffen sich die Initiatoren von den Regionalwährungen eine lokale Wirtschaftsbelebung und Stärkung des örtlichen Zusammenhalts durch die erhöhte Identifikation des Einzelnen mit der Region bzw. dem Stadtviertel. Deutlicher als der japanische Begriff *chiiki tsūka* verweist die gebräuchliche englische Bezeichnung *community currency* auf den Gemeinschaftsaspekt der alternativen Währungen.

Eine *chiiki tsūka* ist nicht nur eine Währung an einem bestimmten Ort, sondern auch eine Währung innerhalb einer Gemeinschaft oder für eine Gemeinschaft. Diese Gemeinschaft besteht formal zunächst aus den Teilnehmern/Teilnehmerinnen an dem jeweiligen alternativen Währungsprojekt; inwiefern sich aber darüber hinaus eine Gruppenidentität (nicht im Sinne von völliger Gleichheit, sondern von Selbst-Identifikation mit der Gruppe) ergibt, soll im vorliegenden Beitrag untersucht werden.

Das Konzept der Gruppenidentität wird hier auf der Basis von zwei Typologisierungen von Gruppen verwandt: Elias und Scotson (1993) beschreiben mit den Kategorien „Etablierte“ und „Außenseiter“ die jeweilige – unfreiwillige – Gruppenbildung von alteingesessenen und zugezogenen Dorfbewohnern, die sich aus ihrem Gegensatz definieren. Castells (1997: 6–8) unterscheidet dagegen zwischen drei Formen von Gruppenidentität: „Legitimierungsidentität“ (*legitimising identity*), „Widerstandsidentität“ (*resistance identity*) und „Projektidentität“ (*project identity*). Die „Legitimierungsidentität“ wird von dominanten Institutionen propagiert, um ihre Dominanz zu behaupten, z.B. in Form von Nationalismus, während Außenseiter, Minderheiten und stigmatisierte Gruppen eine „Widerstandsidentität“ ausbilden, um sich gegen die dominanten Gruppen zur Wehr zu setzen. Während diese beiden Kategorien etwa denen von Elias und Scotson entsprechen, postuliert Castells außerdem eine „Projektidentität“, die entsteht, wenn soziale Akteure versuchen, überkommene Strukturen zu verändern und ihre eigene Position neu zu definieren, also unabhängig von bestehenden Gruppengrenzen eine neue Gruppe zu bilden, die sich nicht aus der Abgrenzung gegenüber anderen definiert.

Eine Gruppenidentität innerhalb einer *chiiki-tsūka*-Gemeinschaft ist grundsätzlich in allen drei Formen denkbar, doch dürfte hierbei eine Legitimierungsidentität von Etablierten selten sein, da sich diese Projekte ja gerade als eine Alternative zur Norm verstehen. Gut denkbar ist dagegen, daß eine alternative Währung eine Gruppenidentität der Außenseiter schaffen kann, die mit der nationalen Währung weniger erfolgreich sind als die Etablierten und sich aus einer Verteidigungshaltung heraus mit ihrer „eigenen“ Währung identifizieren. Daneben bieten alternative Währungen aber auch das Potential für die Bildung neuer, existierende (z.B. örtliche) Gruppengrenzen überschreitender Projektidentitäten, die aus ei-

nem zukunftsorientierten Glauben an das jeweilige Community-Projekt heraus entstehen.

Eine unabdingbare Voraussetzung für den Aufbau einer *chiiki tsūka*-Gemeinschaft ist das Vertrauen in die Gruppe und das Projekt. Wie für alle Währungen gilt auch für alternative Währungsprojekte, daß sie ohne Vertrauen nicht funktionieren können. Das betont auch Bernard Lietaer (2001: 8, Internet), ein Vorreiter der Community-Currency-Bewegung, unter Berufung auf Hazel Henderson. Gruppenidentität, Vertrauen und Projekterfolg bedingen sich gegenseitig: einerseits trägt das Projekt zur Gruppenbildung oder -festigung bei, andererseits hängt sein Gelingen vom Zusammenhalt der Gruppe ab.

Im Folgenden soll zuerst kurz auf die Geschichte und die unterschiedlichen Modelle alternativer Währungssysteme und dann detaillierter auf die gegenwärtige Entwicklung in Japan eingegangen werden. Nach einer allgemeinen Beschreibung der Situation in Japan, die auch als Einführung in dieses noch kaum erschlossene Gebiet gedacht ist, wird anhand von drei ausgewählten Fallstudien untersucht, inwiefern durch *chiiki tsūka* eine neue Gruppenidentität konstruiert werden kann. Entstehen tatsächlich neue Gemeinschaften, die über die Teilnahmeerklärung auf dem Papier hinausgehen, und handelt es sich bei diesen um Neuzusammenschlüsse von „Außenseitern“ (Widerstandsidentität) oder um eine Verfestigung bereits bestehender Gemeinschaften von „Etablierten“ (Legitimierungsidentität)? Oder wird eine neue Identität gefördert, die nicht aus gegenseitiger Abgrenzung bestehender Gruppen, sondern aus einem neuen Projektbewußtsein entsteht (Projektidentität)?

Neben Literatur- und Internetrecherchen wurden Interviews mit Organisatoren/Organisatorinnen und (potentiellen) Mitgliedern sowie teilnehmende Beobachtungen bei verschiedenen *chiiki tsūka*-Projekten durchgeführt. Einen Schwerpunkt der Interviews bildeten Fragen nach der Motivation der Initiatoren/Initiatorinnen und Teilnehmer/Teilnehmerinnen sowie nach deren Einschätzung des tatsächlichen gruppenbildenden Effekts der Projekte.

2. HINTERGRUND ZU COMMUNITY CURRENCIES UND TAUSCHRINGEN

2.1 *Alternative Währungen vor dem 2. Weltkrieg*

Bereits vor dem 2. Weltkrieg gab es, zunächst in Europa, erste Experimente mit Lokalwährungen, z.B. die Wära-Tauschgesellschaft Schwanenkirchen/Oberpfalz von 1926 oder die private Tauschgesellschaft „Mutuelle nationale d'échange“ in Paris, gegründet 1933 (Onken 1997: 33–65). Hin-

tergrund hierfür waren die Massenarbeitslosigkeit und die Deflationspolitik der Zentralbanken in Deutschland und Österreich im Zuge der Weltwirtschaftskrise.

Eines der bekanntesten Beispiele dieser Zeit ist die österreichische Kleinstadt Wörgl, die 1932 ein regional beschränktes, zinsfreies alternatives Währungssystem mit Umlaufsicherung einführte. Erstmals wurden am 31. Juli 1932 die Löhne von Angestellten und Arbeitern/Arbeiterinnen im öffentlichen Dienst in Form sogenannter Arbeitsbestätigungsscheine, die langsam an Wert verloren (1% pro Monat), ausbezahlt. Jeweils zum Monatsbeginn mußte eine Klebmarke in Höhe von einem Prozent des Nennwertes des Wechsels gekauft und in ein dafür vorgegebenes Feld eingeklebt werden. Zweck dieses Systems war der Umlaufantrieb. Der Erlös aus dem Klebmarkenverkauf wurde an die Armenfonds weitergeleitet. Umgehend konnten Steuern in der Alternativwährung bezahlt werden, und die Gemeinde konnte die aus Steuereinnahmen erhaltenen Wechsel für weitere Lohnzahlungen oder die Rückzahlung von Schulden verwenden. Bald nahmen auch zahlreiche Läden die Wechsel als Zahlungsmittel an. Die daneben noch bestehende offizielle österreichische Währung wurde zunehmend durch das Alternativgeld ersetzt, und die Arbeitslosigkeit ging in Wörgl, entgegen dem allgemeinen Trend, um 25% zurück. Wegen Intervention der österreichischen Zentralbank mußte das Experiment, trotz des Erfolgs, abgebrochen werden (Onken 1997: 33–65).

Die alternativen Währungsexperimente der 1930er Jahre bezogen sich größtenteils auf die marxistischen Theorien des deutsch-argentinischen Kaufmanns und Sozialreformers Silvio Gesell (1911, Internet; vgl. Schmidt 1998, Internet), wie er sie in seinem 1911 erschienenen Hauptwerk *Die natürliche Wirtschaftsordnung* darlegt.² Gesell sieht den Fehler monetärer Systeme in der Doppelfunktion der Währung als Tauschmittel einerseits und als Wertaufbewahrung, die durch das Zinssystem verstärkt wird, andererseits, wodurch eine immer ungleichere Vermögensaufteilung entstehe. Um dies zu korrigieren, entwickelte er die Idee eines reformierten Geldsystems, in dem die Geldscheine periodisch an Wert verlieren, wodurch der Umlauf gesichert werden sollte. Auf diese Weise entspräche die volkswirtschaftliche Nachfrage auch dem Angebot.

² Später wurden vielfach ähnliche Vorschläge für Währungsreformen gemacht, so u. a. von Gröger (1933) und Rider (1933).

2.2 „Wiederentdeckung“ der Community Currencies in den 1980er Jahren³

Der allgemeine Wirtschaftsaufschwung nach dem Zweiten Weltkrieg machte weitere Experimente mit alternativen Währungen überflüssig, und erst im Zuge weltweiter Wirtschaftskrisen wurde die Idee der Tauschringe und Regionalwährungen im kanadischen Comox Valley wieder aufgegriffen. Der Pionier der Alternativwährung, Michael Linton, führte dort 1983 das sogenannte Local Exchange Trading System (LETS) ein. Hierbei handelte es sich um ein zinsfreies Bankbuchsystem, in dem alle Konten bei Null starteten. Eine Währungseinheit entsprach etwa einem Dollar. Fand nun eine Transaktion (Waren- oder Dienstleistungstausch) statt, wurde der entsprechende Betrag dem einen Mitglied gutgeschrieben, dem anderen abgezogen. In diesem System sind, zumindest in der Theorie, negative und positive Konten immer ausgeglichen. In der Praxis jedoch schieden über die Jahre immer mehr Mitglieder mit einem negativen Kontostand aus, das ganze System geriet zunehmend in Verschuldung, verlor damit seine Vertrauensbasis und wurde schließlich aufgelöst (Oceanside Monetary Foundation 2003, Internet).

Von Kanada aus verbreitete sich die Idee schnell weiter, und heute gibt es weltweit eine Vielzahl unterschiedlicher alternativer Währungssysteme. Neben bargeldlosen Bankbuchsystemen wie dem LETS existieren auch Systeme, die regional begrenzt gültiges Papiergeld ausgeben. Am bekanntesten unter den Papiergeldsystemen ist wohl das Ithaca-HOUR-System im US-Bundesstaat New York, das 1991 gegründet wurde. Währungseinheit ist die Ithaca HOUR, deren Wert einer Stunde (beliebiger) Arbeit bzw. dem durchschnittlichen Stundenlohn der Region, etwa zehn US-Dollar, entspricht. Die Ithaca HOURS werden mittlerweile in einer Vielzahl von Läden und Dienstleistungsbetrieben, z.B. in der Krankenpflege, in Autowerkstätten, Restaurants, Kinos, Bowlingbahnen und Wochenmärkten, als reguläres Zahlungsmittel akzeptiert. Ein Kreditverein nimmt sie als Ratenzahlungen für Hypotheken und Kredite an, und mehrere biologisch-organisch wirtschaftende Bauern bezahlen ihre Hilfskräfte in HOURS (Glover 2002, Internet).

Ein an der Nationalwährung orientiertes System ist die Schweizer WIR-Bank, die bereits 1934 in der Tradition Silvio Gesells gegründet wurde. Sie vergibt an ihre Mitglieder zinsgünstige Buchgeldkredite (WIRs). Die Kaufkraft eines WIR entsprach 1934 wie heute einem Schweizer Franken. Der Umtausch in Franken ist nicht möglich, und die Währung ist mit mo-

³ Die vergleichsweise späte Entwicklung von *chiiki tsūka*-Systemen in Japan wird in Abschnitt 3 behandelt.

natlichen Liegegebühren von 1% belastet. Ziel der WIR-Bank ist die Förderung kleiner und mittlerer Unternehmen.

Nicht direkt als Alternativwährung, sondern eher als Mittel für lokales Fundraising versteht sich der vom LETS-Begründer Michael Linton entwickelte „Community Way“. In einem „Community Way“-System spenden einzelne für ein spezifisches regionales Projekt, wobei oft mehrere Projekte zur Auswahl stehen. Für den gespendeten Betrag erhalten sie Gutscheine in einer Lokalwährung, die in den am „Community Way“ beteiligten Läden und Restaurants als Rabattmarken (meist wird ein Rabatt zwischen 5 und 10 Prozent gewährt) benutzt werden können. Die Spenderinnen/Spender können so also ihre Spende rückerstattet bekommen, während die teilnehmenden Läden auf diese Art ihren Umsatz zu steigern hoffen. Geschäfts- und Restaurantbesitzer und -besitzerinnen können die Lokalwährung ihrerseits persönlich weiterbenutzen oder aber auch einen Teil ihrer Angestellten damit ausbezahlen. Mit dem „harten“ gespendeten Geld werden förderungswürdige Projekte unterstützt. Auch wenn der „Community Way“ im engeren Sinne keine alternative Währung darstellt, so kann er doch als ein Mittel zur Finanzierung von Startkapital und als Katalysator zur Entwicklung eines alternativen Währungssystems dienen (Community way 2000, Internet).

2.3 Einschätzung der unterschiedlichen Systeme

Im Prinzip können alle alternativen Währungssysteme in Kreditsysteme, bei denen die Teilnehmer/Teilnehmerinnen die Währung selbst schaffen, und Papierwährungssysteme, in denen eine Organisation dies übernimmt, unterteilt werden. Eine besondere Untergruppe der Papierwährungssysteme stellen Systeme wie der „Toronto Dollar“ dar, in denen die Lokalwährung durch „harte“ Währungsrücklagen gedeckt ist.⁴ Beide Systeme erfordern hinreichendes Vertrauen der Kreditgeber und Kreditgeberinnen – entweder in die individuellen Mitglieder, was besonders dann möglich ist, wenn sich diese bereits vor der Gruppengründung kennen, oder in das Projekt an sich, nämlich dahingehend, daß die ausgegebenen Währungseinheiten auch gedeckt sind bzw. zurückgetauscht werden kön-

⁴ Dabei sind 90% durch kanadische Dollar gedeckt und rückerstattbar. Beim Erwerb von Toronto Dollars werden die übrigen 10% an Community-Projekte gespendet; die beteiligten Unternehmen, meist Läden, garantieren aber, die Toronto Dollars 1:1 zum kanadischen Dollar zu akzeptieren, und decken damit auch diese restlichen 10% (Toronto Dollar 2004, Internet; Kogawa 20.10.2003, Interview).

nen. Ebenso unabdingbar ist ein effizientes Organisationsbüro, das sich auch eigenständig aus dem Projekt finanzieren kann. Kreditsysteme zeichnen sich im allgemeinen durch eine hohe Transparenz aus. In der Regel sind die Kontostände aller für alle einsehbar, um eine gute Vertrauensbasis unter den Mitgliedern zu schaffen. Dadurch, daß kein Startkapital in harter Währung notwendig ist, ist die Lokalwährung auch finanziell schwächeren Teilnehmern/Teilnehmerinnen gleichermaßen zugänglich. Eine Trennung in Etablierte und Außenseiter ist demnach unwahrscheinlich. Kreditsysteme erfordern ein hohes Verantwortungsbewußtsein und viel Engagement der Teilnehmer, was umgekehrt ein großes Potential für die Identifikation mit dem Projekt bietet sowie zahlreiche soziale Kontakte ermöglicht. Die Verwaltung der Scheckbücher und Teilnehmerlisten, ebenso wie die Gewährleistung anhaltender Transparenz und Rechenschaft, ist Aufgabe des Organisationsbüros.

Im Unterschied zu den Kreditsystemen sind die Papiergeldsysteme unpersönlicher und erfordern weniger Eigeninitiative der einzelnen Teilnehmer/Teilnehmerinnen. Der Gruppenaspekt ist weniger ausgeprägt, die Verantwortung liegt eher bei der zentralen Koordinationsstelle. Statt des Vertrauens in die gesamte Gruppe ist hier für das Funktionieren des Systems vor allem Vertrauen in die Koordinationsstelle notwendig, die dieses wiederum durch Kontrollmechanismen sichern muß. Andererseits fördern aber der geringe Aufwand und die einfache Handhabung von Papiergeldsystemen die Teilnahmebereitschaft. Relativ erfolgreiche Projekte wie die Ithaca HOURS oder der Toronto Dollar demonstrieren, daß damit das Vertrauen in die alternative Währung und folglich auch ihre Akzeptanz steigen.

Bei „Community Way“-Systemen verweist bereits der Name auf die Zielsetzung des Projekts. Die Finanzierung lokaler gemeinnütziger Projekte und die lokale Gemeinschaft haben Vorrang vor rein wirtschaftlichen Zielen. Die oft geringe Zahl der Engagierten, die mehrfach spenden oder sich an den Projekten beteiligen, ist der Bildung einer Gruppenidentität förderlich, da sich viele untereinander kennen. Auch bei einmaligen Spendern/Spenderinnen soll aber durch die Spende zumindest kurzfristig ein Bewußtsein für die beteiligten Community-Projekte und die lokale Gemeinschaft erzeugt werden.

Auch im Falle der WIR-Bank wirkt die alternative Währung als ein starkes Bindemittel zwischen den Teilnehmern/Teilnehmerinnen. Wer z. B. einen Kredit aufnimmt, muß sich nach geeigneten Partnern umsehen, da eine Anhäufung von WIR unrentabel ist. Die Mitglieder organisieren daher Messen und erstellen umfangreiche Leistungsverzeichnisse (Gelleri 2000, Internet). Das Engagement ergibt sich dabei auch aus der ernstzunehmenden Höhe der Beträge. Als eine Form der Genossenschaftsbank betont die

WIR-Bank im Gegensatz zu reinen Kapitalgesellschaften auch in ihrer Rechtsform den Gemeinschaftsaspekt – die Mitglieder sind zugleich Kapitalgeber und Leistungsnehmer, und die Bank bietet den Rahmen, innerhalb dessen sich einzelne Mitglieder der Gruppe untereinander helfen.

2.4 Währung und Identität

Während die beschriebenen Projekte also für viele Teilnehmer und Teilnehmerinnen eine Möglichkeit darstellen, durch Identifikation mit dem Projekt ihre soziale Isolation zu überwinden und den (oft mit Globalisierungseffekten in Zusammenhang gebrachten) Verlust lokaler sozialer Netze zu kompensieren, darf nicht vergessen werden, daß das Währungssystem selbst ein soziales Konstrukt ist (Ingham 1996). Der Wert der Währung beruht auf dem Glauben, daß sie – über einen gewissen Zeitraum mit dem gleichen Wert – weiterverwendet werden kann, also auf dem Vertrauen in das Währungssystem (Sheehan 2003: 6): Wer sich in WIR oder Ithaca HOURS bezahlen läßt, muß davon ausgehen können, daß diese Währung von möglichst vielen anderen akzeptiert wird oder in eine verbreitete Währung umgetauscht werden kann. Das LETS in Comox Valley bestand so lange, bis diese Sicherheit nicht mehr gegeben war – die Gruppe war nicht nur Ziel, sondern auch Voraussetzung eines funktionierenden LETS.

Haben die Organisatoren, im Falle nationaler Währungen also die Zentralbanken und Regierungen, auch wenig direkte Einflußmöglichkeiten auf Faktoren wie die wirtschaftliche Größe der Wahrungsgemeinschaft oder deren Dynamik, so bleiben ihnen dennoch einige andere Mittel, um die Identifikation der Teilnehmer/Teilnehmerinnen einer Wahrungsgemeinschaft mit der jeweiligen Währung zu fördern und damit deren Akzeptanz zu erhöhen (Sheehan 2003: 177–180; Standish 2000: 19; Frenkel und Goldstein 1999: 686). Besonders effektiv sind nach Sheehan patriotische Appelle, die heimische Währung zu benutzen (Sheehan 2003: 82). Ein weiteres, bisher wenig erforschtes Mittel zur Förderung der Identitätsbildung ist die graphische Gestaltung des Geldes, vor allem von Papiergeld, das eine relativ große bedruckbare Fläche aufweist. Der Aufdruck wird meist sehr sorgsam ausgewählt, soll er doch eine Identifikationsflache für die jeweilige Wahrungsgemeinschaft sein – nicht zuletzt deshalb sind auf vielen Geldscheinen Personen abgebildet. Entsprechendes gilt für den Namen der jeweiligen Währung, was z. B. beim Euro deutlich zum Ausdruck kommt (Kaelberer 2002: 8–10; Standish 2000; Gilbert and Helleiner 1999; Hewitt 1999).

Diese für Nationalwahrungen geltenden Überlegungen lassen sich auf alternative Währungssysteme übertragen, die sich weniger auf ein bereits

etabliertes Vertrauen in zentrale Organisatoren (Regierung/Zentralbank) stützen können. Wo nationale Währungen für Identifikationssymbole oft auf die nationale Geschichte zurückgreifen, bietet sich im Falle regionaler, lokaler bzw. alternativer Währungen eine ortsspezifische bzw. projektspezifische Symbolik an, z.B. das Bild einer lokalen Sehenswürdigkeit oder ein Umweltsymbol.

3. CHIIKI TSŪKA IN JAPAN

3.1 Die Auslöser

Erste Lokalwährungsprojekte entstanden in Japan erst relativ spät, Mitte der 1990er Jahre. Als historische Vorläufer können allerdings das nur lokal gültige Papiergeld der japanischen Feudalherren während der Edo-Zeit, wengleich keine Alternativwährung im modernen Sinn, und die wirtschaftlichen Theorien des Philosophen Miura Baien (1723–1789) gelten, die den Überlegungen von Silvio Gesell nicht unähnlich sind. So führt Miura Baien in *Kagen* [Vom Ursprung des Wertes] aus, daß Papiergeld nur ein einfach zu handhabendes Tauschmittel sei, an sich aber keinen Wert besitze. Werde es angehäuft, habe es soziale Ungleichheit zur Folge, und der beständige rasche Umlauf sei wünschenswert (Mercer 1999, Internet; Morino 2000, Internet).

Ausgelöst wurde die Begeisterung für Lokalwährungen im wesentlichen durch zwei Ereignisse, nämlich das im September 1998 erschienene Buch *Ekomanē* [Ecomoney] von Katō Toshiharu (Katō 1998a; siehe auch Katō 1998b) sowie den am 4./5. Mai 1999 vom Fernsehsender NHK ausgestrahlten Dokumentarfilm „Endes letzte Worte“ (*Ende no yuigon*) bzw. das kurze Zeit später veröffentlichte, inhaltlich erweiterte Buch zum Film (Kawamura und Group Gendai 2002; Kawamura 2003: 51). Eine Regierungsinitiative, die versuchte, durch regional einsetzbare „Konsum-Coupons“ (*chiiki shinkō ken*) die lokale Wirtschaft anzukurbeln, tat ein übriges, die Idee japanweit bekannt zu machen (*Shakai Undō* 2000: 34).

Katō Toshiharu, damaliger Abteilungsleiter des Industrie- und Handelsministeriums MITI, argumentiert in seinem globalisierungskritischen Buch *Ekomanē* [Ecomoney] (Katō 1998a), daß die global konvertierbaren Währungen zu sehr den weltweiten wirtschaftlichen Schwankungen unterlägen. Solange die Wirtschaft weltweit im Aufschwung sei, stelle dies naturgemäß kein Problem dar, wohl aber in Zeiten von Wirtschaftskrisen und Rezession. Eine mögliche Lösung sieht Katō in der Einführung von „Ecomoney“, das heißt von alternativen, nicht-globalen Währungen, die er als Komplementär- und nicht als Ersatzwährungen versteht.

„Ecomoney“ nennt er diese Währungen, um den Umweltschutz als eines der Ziele neben der sozialen Wohlfahrt und der Stärkung der Gemeinschaft hervorzuheben (Katō 1998a: i).

Als eine der wichtigen Aufgaben des „Ecomoney“ bezeichnet Katō den Aufbau von Vertrauensverhältnissen in der Gesellschaft. Für diesen Vertrauensaufbau sei ein konkreter Rahmen notwendig – Katō schlägt dafür geographisch definierte Währungsprojekte vor, weil sich an einem geographisch begrenzten Ort leichter ein Gemeinschaftsgefühl aufbauen lasse (Katō 1998b: 42).⁵ Dieses solle außerdem durch die Identifikation mit gemeinsamen Werten, wie z. B. ökologischem Bewußtsein, verstärkt werden. Schon bald nach der Publikation begannen sich verschiedene Stadtverwaltungen für die praktische Einführung der in dem Buch beschriebenen alternativen Währungssysteme zu interessieren. Katō rät den Stadtverwaltungen bzw. Gemeinden, mit der Administration der Währung eine eigens dafür gegründete Non-Profit-Organisation (NPO) zu beauftragen (Katō 1998b: 39–40). Anfangs ein enthusiastischer Befürworter des Einsatzes von „Ecomoney“ in möglichst vielen Bereichen, beschränkt Katō seit 1999 in seinen Artikeln – aus Rücksichtnahme auf das Exklusivrecht des Finanzministeriums auf Gelddruck – seine Empfehlungen für den Gebrauch von „Ecomoney“ auf Dienstleistungen, von denen er sich in erster Linie eine Kostenreduzierung im öffentlichen Sektor erhofft (Hirota 2000, Internet).

Das Konzept einer Alternativwährung – und Katōs Buch selbst – wurden wenig später durch den Ende-Dokumentarfilm schlagartig bekannt. Erzählerischer Rahmen des Films ist ein Interview, das der Produzent Kawamura Atsunori 1994 mit Michael Ende geführt hat. Ende erzählt darin von seiner langjährigen Beschäftigung mit den sozialen und wirtschaftlichen Problemen des globalen monetären Systems. Eingebettet in dieses Interview sind kurze Berichte über alternative Währungssysteme: Gesells Theorien, Wörgl, Ithaca HOURS, der döMak-Tauschring (Döläuer Mitarbeiterkredite) in Halle (vgl. Dräger 1997) und die WIR-Bank in der Schweiz sowie Interviews mit Fachleuten. Auch der Film unterstreicht die positiven Aspekte für die lokalen Gemeinschaften durch den diesen Projekten inhärenten Vertrauensaufbau.

⁵ Sehr wenige Alternativwährungsprojekte in Japan sind anders als räumlich definiert, so z. B. eine Währung für Lesben (*bian tsūka*) (LOUD 2003, Internet) und bedingt auch das hier untersuchte Earthday Money.

3.2 Projekte in Japan

Vereinzelte Gehversuche lokaler Währungsprojekte fanden zwar bereits 1995 in Ehime statt („Wakuwaku“ und „Dandan“, beides zeitbasierte Systeme), aber nach Katōs Buch und dem Ende-Film stieg die Anzahl der Projekte bis Mitte 2002 sprunghaft auf über 200 an (AERA 17/06/2002) und überstieg Ende 2003 japanweit 300 Projekte (vgl. Abb.1).

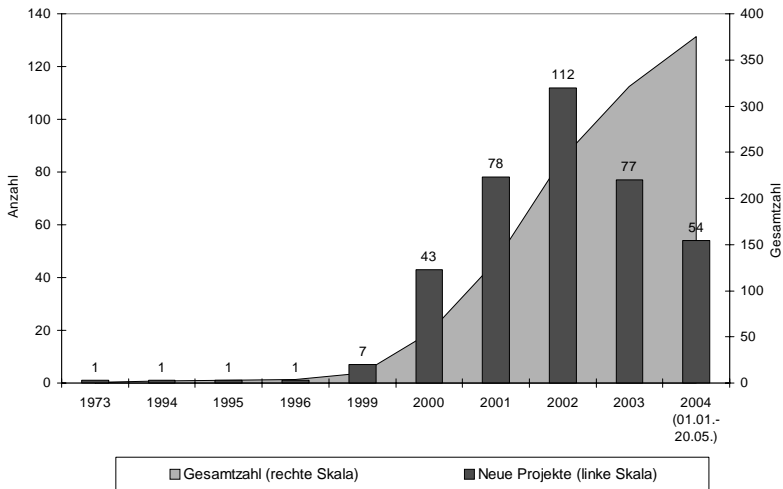
Neugründung von *chiiki tsūka*-Projekten in Japan

Abb. 1: Entwicklung von *chiiki tsūka*-Projekten in Japan.

Quelle: Kokopuro-netto 2004a und 2004b, Internet; eigene Darstellung.
(Bei weiteren 60 Projekten ist das Gründungsdatum nicht bekannt.)

Mit dem zahlenmäßigen Anstieg der Projekte ging ein verstärktes Medieninteresse einher. Die Zahl der Artikel über Community Currencies bzw. *chiiki tsūka* in japanischen Zeitschriften stieg von vereinzelten, oft von ausländischen Fachleuten verfaßten Beiträgen vor 2000 sprunghaft auf Dutzende im Jahr 2000 und Hunderte in den Folgejahren an, in denen zunehmend auch über japanische Projekte berichtet wurde. Zahlreiche Zeitschriften gaben eigene Sonderausgaben oder Sonderbeilagen heraus, in denen sie u. a. auch praktische Anleitung zum Aufbau eines Tauschings oder eines alternativen Währungssystems gaben (Magazineplus 07/11/2003; Nara 2003).

Die neugegründeten Projekte orientieren sich weitgehend an den bereits vorgestellten Varianten alternativer Währungssysteme: Ein Scheck-

buchsystem, in das Plus- und Minusbeträge von den Teilnehmern selbst eingetragen werden, existiert z.B. in Chiba (Peanuts)⁶ und in Kuriyama (Kurin) auf Hokkaidō. Daneben gibt es *chiiki tsūka*-Systeme, in denen eine übergeordnete Stelle, meist eine eigens dafür gegründete NPO, gegen Spenden oder ehrenamtliche Tätigkeit Coupons ausgibt, wie z.B. in Kusatsu (Ohmi) oder auch, allerdings seltener, Geldchips wie in Kuma auf Shikoku (Haganei). Das japanweit operierende WAT-System ist ein Wechselsystem, in dem namentlich gekennzeichnete Wechsel von den Teilnehmern/Teilnehmerinnen ausgestellt und in Umlauf gebracht werden. Manche Projekte benutzen für die Transaktionen und deren Dokumentation eigens dafür geschriebene Computerprogramme (Hamy in Miyazu-shi und Kyōto) oder elektronische Chipkarten (LOVES in Yamato). Es gibt auch Mischsysteme, in denen z. B. von einem Kreditkonto in der Alternativwährung Beträge auf Gutscheine übertragen werden können. Die Währungseinheiten sind in der Regel Zeiteinheiten oder Yen-Entsprechungen, seltener andere Einheiten, wie z. B. Kilowattstunden im WAT-System (vgl. Abb. 2).

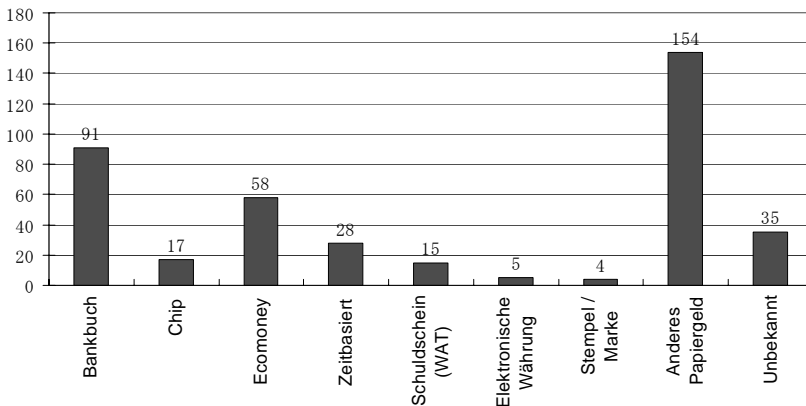


Abb. 2: Anzahl der *chiiki tsūka*-Projekte in Japan nach Währungstyp.

Quelle: Kokopuro-netto 2004a; eigene Darstellung.

Die meisten der Projekte sind mit weniger als 100 Mitgliedern recht klein; nur fünf Projekte hatten 2002 mehr als 1000 Mitglieder. Die Anzahl der be-

⁶ In Klammern steht jeweils der Name der Währung.

teiligten Geschäfte steigt mit der Teilnehmerzahl. An kleinen Projekten nehmen oft gar keine Läden teil (Izumi 2002a).

Viele der Organisatoren/Organisatorinnen waren zuvor bereits in der *machizukuri*-Bewegung (Wohn- und Wohnumfeldverbesserung der kleinen koordinierten Schritte von unten, engl. „community building“) ⁷ aktiv. So initiierte z. B. in Tamagawa ein Mitarbeiter des Tamagawa Machizukuri House den „Tama-den“ (Itō 1998), und im Falle des Kurin-Systems in Hokkaidō ging die Initiative – zur Kosteneinsparung – von der Stadtverwaltung selbst aus (*Asahi Shinbun* 18/02/2000). Oft werden die Projekte mit sehr spezifischen Zielen begonnen, wie z. B. der Garu-Tauschring (Kōkan Ringu Garu) auf Hokkaidō (im Februar 2002 von Osamu Ishizuka, einem Ökobauern in der Nähe von Tomakomai gegründet), der die kurzfristige Rekrutierung von Arbeitskräften in der Landwirtschaft erleichtern soll (Kōkan Ringu Garu 2003, Internet).

Gerade in Japan wurden immer wieder der Aufbau einer lebenswerteren Gesellschaft und die Wiederbelebung der lokalen Gemeinschaft als Ziele bei der Einführung einer alternativen Währung hervorgehoben. *Chiiki tsūka* werden als ethisch korrekt dargestellt und als warmes (*atatakai*) oder schickes (*suteki na*) Geld bezeichnet (Voluntar 2003; Yamada 2002). Dies wird besonders durch die häufige personelle Überschneidung alternativer Währungsprojekte mit der *machizukuri*-Bewegung deutlich.

Besonders aktiv in der Verbreitung der Theorie zu Alternativwährungen ist die bereits Anfang der 1990er Jahre in Tōkyō gegründete Gesellschaft für Alternativen Währungen unter der Leitung von Morino Eiichi (Onken 1996). Zunächst kaum beachtet, erfuhr sie nach der Ausstrahlung des NHK-Dokumentarfilms regen Zulauf und hatte im Jahr 2000 fast 300 registrierte Mitglieder (Hirota 2000, Internet).

4. FALLBEISPIELE

Im folgenden werden drei ausgewählte alternative Währungsprojekte in und um Tōkyō vorgestellt und auf ihre gruppenbildenden Effekte hin untersucht: Das Peanuts-Projekt in Chiba als einer der ersten privaten Tauschringe in Japan, das von der Stadtverwaltung initiierte LOVES-Projekt in Yamato und das Earthday-Money-Projekt in Shibuya, das von einer Gruppe von Umweltaktivisten aus der Earthday-Bewegung organisiert wird. Die Projekte wurden so ausgewählt, daß sie sich im Hinblick auf Zielsetzung und Initiatoren (sowie die konkrete Gestaltung der Währung)

⁷ Zur *machizukuri*-Bewegung siehe z. B. Vogt 2001 (besonders S. 72–79) und Hein 2001.

voneinander abheben, zugleich aber alle im Einzugsbereich von Tōkyō angesiedelt sind, d.h. vergleichbare demographische Ausgangsbedingungen aufweisen. Zu- und Wegzüge sind zahlreich, viele Arbeitnehmer/Arbeitnehmerinnen pendeln täglich weite Strecken, erledigen ihre Einkäufe unterwegs und verbringen auch einen Großteil ihrer Freizeit außerhalb des Wohnortes. Gelegenheiten für eine lokale Gemeinschaftszugehörigkeit ergeben sich dadurch kaum, was von vielen als Mangel empfunden wird.⁸ Eine Gemeinschaft von Alteingesessenen existiert nicht mehr, jedenfalls nicht als Mehrheit gegenüber den Zugezogenen (vgl. Elias und Scotson 1993).

Neben der Beschreibung der Projekte steht vor allem die Frage im Mittelpunkt, ob die untersuchten alternativen Währungen und Tauschringe tatsächlich den von ihnen angestrebten gruppenbildenden Effekt erzielen, und wenn ja, welcher Art (Legitimierungs-, Widerstands- oder Projektidentität) die neu entstandene Gruppenidentität ist. Lassen sich bestimmte Faktoren isolieren, die sich auf das Entstehen einer Gruppenidentität positiv auswirken?

4.1 Entstehung und Motivation

4.1.1 Peanuts in Chiba

Die Präfektur Chiba, eine Satellitenregion vor Tōkyō, hat fast 6 Millionen Einwohner, von denen knapp eine Million in der Stadt Chiba selbst wohnt. Seit 1999 gibt es in Nishi-Chiba ein Scheckbuchsystem, dessen Rechnungseinheit, der „Peanut“, einem Yen entspricht. Der Anstoß zur Gründung ging von Murayama Kazuhiko aus, der sich bereits privat intensiv mit alternativen Währungssystemen und Tauschringen in den USA und Europa auseinandergesetzt hatte. Als Mitglied einer privaten Gruppe für Stadtplanung und *machizukuri* schlug er dort vor, mit Hilfe einer neu zu gründenden NPO⁹ ein eigenes alternatives Währungsprojekt zu schaffen (Murayama 2003). Den Organisatoren/Organisatorinnen ging es in erster Linie darum, einen Stadtteil zu schaffen, „in dem es sich gut wohnen läßt (*sumiyoi machi*)“ (Sakuma 08.12.2003, Interview). Die Menschen sollten die Möglichkeit haben, mehr persönliche Beziehungen in ihrem alltäglichen

⁸ Allerdings stellt Tamura (2003: 24) richtig fest, daß umgekehrt die Landflucht in der gesamten Nachkriegszeit nicht zuletzt durch das Ausbrechen aus als zu starr empfundenen Gemeinschaftsregeln erklärt werden kann und daß die Gemeinschaftszugehörigkeit kein ausschließlich positiver Wert sein muß.

⁹ Ein neues Gesetz hatte gerade die Gründung von Non-Profit-Organisationen (NPO) in Japan ermöglicht.

Umfeld zu knüpfen und sich somit auch mehr mit der Region Chiba zu identifizieren. Daraus resultiere dann im Idealfall auch eine aktive Beteiligung am *machizukuri* (ebd.).

Am 14. Februar 1999 war der offizielle Start des Peanuts-Systems, zunächst ein reines Schecksystem, das auf die Mitglieder der neugegründeten NPO beschränkt war (Murayama 2003). Nach einigem internen Experimentieren wurde auf Anregung des Vorsitzenden der Vereinigung der Kleinunternehmer und Kleinunternehmerinnen in Chiba der Kontakt mit der Yurinoki-Ladenstraßen-Vereinigung (Yurinoki Shōtenkai) in Nishi-Chiba geknüpft: Dort sollten die Peanuts für Rabatte benutzt werden können (Murayama 2003: 122). Die Ladenbesitzer/Ladenbesitzerinnen hofften sich von dem System neue Kunden und höhere Umsätze.

4.1.2 LOVES in Yamato

Die Kleinstadt Yamato in der Präfektur Kanagawa ist eine typische Satellitenstadt, von der aus Tōkyō mit dem Zug in einer Stunde, Yokohama in 20 Minuten erreicht wird. Die Einwohnerzahl beläuft sich auf etwa 219.000, verteilt auf 90.000 Haushalte (Stand 01/12/2003, vgl. Yamato City 2003, Internet). Ein Großteil der Arbeitnehmer/Arbeitnehmerinnen pendelt täglich nach Tōkyō oder Yokohama. Die landwirtschaftlichen Betriebe, deren Anteil gegenwärtig noch relativ hoch ist, kämpfen aus Nachwuchsmangel um das wirtschaftliche Überleben. In den Außenbezirken wurden große Einkaufszentren gebaut, womit sich die Konkurrenz für die kleinen Läden und Ladenstraßen verschärft hat. Die Zuzugsrate und auch der Ausländeranteil in der Bevölkerung sind wegen eines vergleichsweise geringen Mietniveaus hoch (Kobayashi 2004a, Internet), und die Stadt Yamato bietet eine, wenn auch sehr reduzierte, englische und spanische Homopagefassung an (Yamato City 2003, Internet).

Yamato gehörte zu den ersten Städten in Japan, welche die von der Regierung und dem japanischen Industrie- und Handelsministerium (MITI/METI) propagierten e-Government-Projekte ernsthaft umsetzten (Jain 2002: 252). So gab es bereits Ende der 1990er Jahre ein städtisches „Schwarzes Brett“-System im Internet (BBS), auf dem die Bürger städtische Anliegen mitdiskutieren konnten. 2001 wurden – nicht zuletzt aufgrund dieser Diskussionen – eine elektronische Chipkarte für verschiedene administrative Aufgaben, wie Wohnsitzänderung oder Krankenversicherung, und gleichzeitig die auf dieser Chipkarte verwaltete neue Währung „LOVES“ (LOcal Value Exchange System) eingeführt. Ein LOVE entspricht einem Yen. Das LOVES-Projekt war damit das erste lokale Währungsexperiment in Japan, das nicht von einer privaten Vereinigung oder Nichtregierungsorganisation, sondern von der Stadtverwaltung ausging (Izumi 2002b: 52).

Die Idee, eine *chiiki tsūka* über eine Chipkarte zu verwalten, geht auf die Anregung Kobayashi Takashis zurück, der mit Katō Toshiharu (dem Verfasser von *Ekomanē*) in Kontakt stand. Der konkrete Vorschlag, eine NPO zur Koordination der Lokalwährung zu gründen, kam allerdings von engagierten Bürgern/Bürgerinnen aus der *machizukuri*-Bewegung. Die Stadt delegierte dann die praktische Ausgabe und Verwaltung der neuen Währung LOVES an diese neu gegründete NPO, das Yamato Loves Support Center (Watanabe 25/11/2003, Interview).

Neben den praktischen Motivationen der Stadt – hauptsächlich Verwaltungseffizienz und Wirtschaftsförderung¹⁰ – steht auch in Yamato das recht allgemeine Ziel, eine „lebenswerte Gesellschaft“ zu schaffen, im Vordergrund. Das Zerschneiden lokaler Traditionen und des lokalen Zusammenhaltes sowie die wirtschaftliche Bedrängnis innerstädtischer Kleinunternehmen werden von den LOVES-Organisatoren mit dem Konkurrenzdruck durch große Einkaufszentren und globalisierungsbedingten Migrationsströmen in Verbindung gebracht (Akiyama 25/11/2003, Interview). Konkret wurden vom Yamato Loves Support Center die drei folgenden Ziele formuliert: Wiederbelebung der städtischen Gemeinschaft (Kobayashi 2002: 72), Ankurbelung der lokalen Wirtschaft durch Unterstützung kleiner Läden und Ladenstraßen und Schaffung eines ökologischen Bewußtseins durch die Bereitstellung von Recyclingmöglichkeiten (Akiyama 25/11/2003, Interview).

4.1.3 Earthday Money – nicht nur in Shibuya

Anders als LOVES und Peanuts ist das Earthday Money nicht geographisch beschränkt, wenngleich sich das Organisationsbüro und die Mehrzahl der teilnehmenden Läden in Shibuya befinden.

Das Projekt entstand aus einer spontanen Idee der Organisatoren heraus. „LETS“-Erfinder Michael Linton hielt in Tōkyō auf Einladung der Hakuōdō-Agentur einen Vortrag über Community Currencies und schrieb dazu auch eine Artikelserie für die hauseigene Zeitschrift *Kōkoku* (Linton und Yacub 2001). In seinem Vortrag ging Linton vor allem auf die praktischen Probleme von Alternativwährungen ein und betonte immer wieder, wie wichtig das Ausprobieren und Experimentieren bei der Einführung seien. Von Lintons Begeisterung angesteckt, beschloß eine Gruppe enga-

¹⁰ Längerfristig sollen z.B. Steuern und Gebühren über dieses System bezahlt werden können. Außerdem wird sicherlich das Potential von *chiiki tsūka* für die Koordination von freiwilligen oder gering bezahlten Pflegedienstleistungen gesehen, das im Zusammenhang mit der Einführung neuer Regelungen zur Altenpflege Ende der 1990er Jahre diskutiert und z.B. auch von Katō (Katō 1998b: 39–40; vgl. *Shakai Undō* 2000) betont wurde.

gierter Zuhörer um den Herausgeber von *Kōkoku*, Ikeda Masaaki, etwas Ähnliches in Japan auszuprobieren. Sie entschieden sich für Lintons neues System des „Community Way“, da der Fokus dabei weniger auf dem persönlichen Austausch zwischen einzelnen Teilnehmern/Teilnehmerinnen als vielmehr auf der Einbindung von Gruppen in das Projekt und der Einzelnen in die Gruppe liegt, was ihnen für Japan geeigneter schien (Saga 14/11/2003, Interview).

Nach relativ kurzer Planung wurde das Earthday Money mit der Währungseinheit „r“ (ein r entspricht einem Yen) erstmals im Oktober 2001 und mit letztem Gültigkeitstag auf dem Earthday 2002 ausgegeben. Earthday ist eine jährlich im April stattfindende Veranstaltung, auf der verschiedenste NGOs, NPOs, Freiwilligenorganisationen und Bürgerbewegungen, umrahmt von einem internationalen kulturellen und kulinarischen Beiprogramm, sich und ihre Projekte vorstellen. Das Earthday Money konnte dort selbstverständlich auch eingesetzt werden (*Asahi Shinbun* 27/10/2001: 14). Seit 2002 ist die Trägerorganisation Earthday Money Association (EDMA) eine eingetragene NPO (Earthday Money: Homepage, Internet).

4.2 Scheckbuch oder Geldchips? Funktionsweise der Systeme

4.2.1 Peanuts

Im Falle der Peanuts in Chiba wurde das ursprüngliche Schecksystem bereits ein halbes Jahr nach der Einführung, noch vor der Beteiligung der Ladenstraße, in ein Bankbuchsystem umgewandelt, weil die Teilnehmer/Teilnehmerinnen mit Schecks wenig vertraut waren und deshalb dem System skeptisch gegenüberstanden (Sakuma 08/12/2003, Interview). Das Bankbuch, eine Karteikarte, auf der Plus- und Minusbeträge handschriftlich vermerkt werden, kann für Rabatte in den Läden der Yurinoki-Ladenstraße und für Transaktionen der Mitglieder untereinander eingesetzt werden. Die NPO gibt halbjährlich eine aktualisierte Mitgliederliste heraus, und je nach Wunsch wird dort für eine eventuelle Kontaktaufnahme entweder eine direkte Adresse oder Telefonnummer genannt oder das Peanuts-Organisationsbüro als Kontaktadresse angegeben. Einmal jährlich sollen die Mitglieder ihr Bankbuch an das Organisationsbüro senden (Sakuma 08/12/2003, Interview).

Das System bietet die Voraussetzung für eine breite Mitgliedschaft und Akzeptanz: Weder Geschäfte noch Einzelmitglieder müssen offiziell der NPO beitreten. Bei der Registrierung in das Projekt muß lediglich ein Fragebogen ausgefüllt werden, auf dem die Personalien, eine Kontaktadresse sowie Dinge bzw. Dienstleistungen, die angeboten und/oder gesucht

werden, zu vermerken sind. Das Angebot der privaten Dienstleistungen ist breitgefächert: Eine ältere Dame berät bei der Gartenbepflanzung, ein Franzose erteilt Französischunterricht, und Hilfe bei der Homepageerstellung wird sogar mehrfach angeboten (Sakuma 08/12/2003, Interview).

Für Läden ist Bedingung, daß sie in Chiba angesiedelt sind, bei Einzelmitgliedern ist der Wohnort gleichgültig – ein registriertes Mitglied wohnt z. B. in Tōhoku. Theoretisch gibt es keine Altersbeschränkung, allerdings sind momentan die jüngsten Mitglieder Studierende; auch Ausländer und Ausländerinnen beteiligen sich, bisher aber z. B. keine Obdachlosen. Die Mitglieder kommen aus unterschiedlichen Berufsgruppen. Es nehmen keine Organisationen teil, und eine Integration z. B. von Bürgerbewegungen oder NGOs in das Netzwerk wurde nicht propagiert (Sakuma 08/12/2003, Interview). Obwohl die Teilnahme theoretisch einem großen Personenkreis offensteht, gibt es keine Versuche, neue Zielgruppen außerhalb der bereits bestehenden Kerngruppe in das Projekt einzubinden.

Nach anfänglichem Zögern sind mittlerweile 25 Restaurants und Läden registriert, die Mitgliedern gegen Peanuts einen Rabatt auf den Yen-Preis gewähren. Dazu gehören ein Bekleidungsgeschäft, ein Teefachgeschäft und sogar ein Zahnarzt. Die Höhe des Rabatts und die Entscheidung, auf welche Artikel Rabatt gewährt wird, liegt bei den Geschäftsinhabern selbst. Die Ladenbesitzer und Ladenbesitzerinnen könnten die eingenommenen Peanuts privat oder in begrenztem Umfang auch geschäftlich, etwa für den Druck von Werbezetteln oder beim *matsuri* der Ladenstraße, weiterverwenden. Da zum Konzept der *chiiki tsūka* meist auch Umweltschutz und ökologisches Bewußtsein gehören, sind im Peanuts-Projekt, wie bei vielen ähnlichen Projekten auch, zwei Biobauern beteiligt. Diese verkaufen ihr ökologisches Gemüse in Chiba gegen eine Teilzahlung in Peanuts und entlohnen auch Freiwillige bei der Erntearbeit zum Teil in Peanuts (Murayama 2003).

Bisher finanziert sich das Organisationsbüro teils durch private Förderung in Yen und Freiwilligenarbeit, teils durch Yen-Einnahmen aus speziellen Besichtigungstouren für Alternativwährungstouristen und aus Veranstaltungen, wie z. B. der Organisation eines viertägigen japanweiten Workshops zu Alternativwährungen im Sommer 2003 (Sakuma 08/12/2003, Interview).

4.2.2 LOVES

Wie in Chiba handelt es sich bei den LOVES in Yamato ursprünglich um ein Kreditsystem, aber anders als in Chiba erfolgt die Dokumentation der Transaktionen elektronisch per Chipkarte und im Internet bzw. städtischem Intranet. Die Stadtverwaltung hat hierfür im gesamten Stadtgebiet

an 200 Orten 1100 Lesegeräte installiert, die automatisch auf eine behindertengerechte Oberfläche (*barrier-free*) umschalten, falls das auf der Karte entsprechend registriert ist. Wer trotzdem an der Technik scheitert, kann die Chipkarten-Transaktionen auch am Schalter vornehmen lassen (Kobayashi 2004b, Internet).¹¹ Die LOVES vom Chipkarten-Konto können alle Teilnehmer/Teilnehmerinnen auch auf Coupons übertragen und so weiterverwenden (Watanabe 25/11/2003, Interview).

Das Menü „LOVES“ auf der Website für die Chipkarte umfaßt acht Untermenüs. Da die Stadtverwaltung ein gleichberechtigter Teilnehmer ist, sind auch Transaktionen zwischen Einzelteilnehmern/ Einzelteilnehmerinnen und der Stadtverwaltung, wie z.B. die Anmietung von Bildungs- und Sporteinrichtungen oder Räumen in Bürgerzentren, möglich. Mehrere Untermenüs vermitteln den Dienstleistungs- oder Warenausch der Mitglieder untereinander. In beteiligten Läden können die Teilnehmenden einzelne Artikel zum Teil in LOVES bezahlen. Auch in Yamato ist es den Ladenbesitzern/Ladenbesitzerinnen überlassen, auf welche Waren und in welchem Umfang sie LOVES als Zahlungsmittel akzeptieren. Theoretisch erlaubt das System zwar Transaktionen, die zu 100% in LOVES stattfinden, und selbst steuertechnisch wird dies unproblematisch, wenn – wie geplant – eine Konvertierbarkeit zum Yen eingeführt wird (Watanabe 25/11/2003, Interview), in der Praxis gibt es aber bisher weder Dienstleistungen noch Waren, die ausschließlich in LOVES bezahlt werden können. Der größere Teil des Preises, meist 80–90%, wird stets in Yen bezahlt, z.T. gaben Läden oder Privatpersonen zu einem Einkauf oder einem womöglich verschenkten Secondhand-Artikel sogar noch LOVES als Anreiz oder Dankeschön dazu.

Es ist auch möglich, innerhalb des Gesamtnetzes der LOVES Sub-Gruppen zu bilden, die sowohl das Chipkarten-System als auch die LOVES als Zahlungsmittel benutzen, beispielsweise den Biogemüse-Club Yasai Rabu (Gemüse LOVE), an dem sich 4 Biobauernhöfe, zwei Läden und einige Dutzend Konsumenten beteiligen (*Asahi Shinbun* 03/07/2003: 23).

Bis 2003 bekamen alle Bürger, denen eine Chipkarte ausgestellt worden war, zu Jahresanfang 10.000 LOVES gutgeschrieben, über die sie frei verfügen konnten. Auch Minusbeträge waren möglich, und zum 1. Januar jeden Jahres wurden die Konten, unabhängig vom Kontostand, wieder auf 10.000 LOVES zurückgestellt (Akiyama 25/11/2003, Interview). Das daraus resultierende systembedingte Überangebot an LOVES mag dazu geführt haben, daß die Bürgerinnen und Bürger LOVES zwar in begrenztem

¹¹ Die Chipkarten werden außer für die LOVES auch für Krankenversicherungstransaktionen benutzt, und ältere Menschen machen einen Großteil der häufigen Benutzer/ Benutzerinnen aus.

Umfang spielerisch und freiwillig genutzt haben, aber wenig Vertrauen in die LOVES als ernstzunehmende Komplementärwährung entwickeln konnten (Watanabe 25/11/2003, Interview).

Zum 1. Januar 2004 wurde das System dahingehend geändert, daß alle Teilnehmenden mit einem Null-Kontostand beginnen. Minusbeträge, also Kredite, sind nicht mehr möglich. LOVES müssen zuerst durch Teilnahme an Volunteer-Projekten, wie einer Bahnhofssäuberungsaktion ab Dezember 2003 (Yamato Loves Support Center: Homepage 11/12/2003, Internet) oder als Zugabe bei – in Yen bezahlten – Fahrten mit dem „Community-Bus“ „verdient“ werden, um später ausgegeben werden zu können (Watanabe 25/11/2003, Interview). Nicht vorgesehen ist derzeit die Möglichkeit, LOVES mit Yen zu kaufen.

Im neuen Dreijahresplan des Yamato Loves Support Center (08/10/2003) wird aber z.B. die Konvertierbarkeit in Yen bis 2006 angestrebt. Dann soll auch ein Teil der Steuern in LOVES bezahlt werden können (Watanabe 25/11/2003, Interview). Wie in Chiba sehen auch die Koordinatoren/Koordinatorinnen von Yamato das Modell der Schweizer WIR-Bank im Hinblick auf Umsatz und Akzeptanz als ein Ideal an.

4.2.3 *Earthday Money*

Das „Earthday Money“-Projekt ist, auch nach eigenem Selbstverständnis, eher ein Fundraising-System als ein alternatives Währungssystem. Die Teilnehmer/Teilnehmerinnen geben eine Spende in Yen und erhalten dafür „r“-Coupons, die sie in den am Projekt beteiligten Läden und Restaurants als Rabattmarken einsetzen können. Daneben gibt es auch die Möglichkeit, „r“ als Aufwandsentschädigung für Volunteer-Tätigkeiten in den angeschlossenen Community-Projekten zu „verdienen“. Die Spende wird also von den Läden subventioniert; sie wird von diesen aber auch als solche aufgefaßt und nicht etwa als Erwerb einer anderen Währung. Die Ladenbesitzer und Besitzerinnen ihrerseits können die erhaltenen „r“ nur privat weiterbenutzen oder nach Absprache ihren Angestellten einen Teil des Lohnes (meist ca. 5%) in „r“ ausbezahlen. Viele lassen die „r“ einfach mit dem nächsten Earthday verfallen (Earthday Money: Homepage, Internet; Saga 14/11/2003, Interview). Die Läden und Restaurants sind oft etwas abseits gelegen und hoffen, auf diese Weise Kunden zu gewinnen.

Die Earthday Money Association vergibt Fördermittel sowohl in Yen als auch in „r“. Die Spender/Spenderinnen wählen aus einer Liste förderungswürdiger Projekte eines aus, das sie mit ihrer Spende unterstützen wollen; die Earthday Money Association leitet die gespendeten Yen dann direkt an das jeweilige Projekt weiter. Benötigen die Projekte außerdem „r“ für Volunteer-Aktivitäten, so können sie diese unentgeltlich beantra-

gen, müssen aber eine geringe prozentuale Bearbeitungsgebühr in Yen entrichten, um Mißbrauch zu vermeiden (Saga 23/11/2003, Interview).

Anfangs gab es keine festgelegten Kriterien für die Aufnahme der Gruppen in das „Earthday Money“-Projekt. Solange sich die Zielsetzung und die dafür benötigten finanziellen Mittel in einem Rahmen bewegten, der den Koordinatoren angemessen erschien, wurden die Projekte angenommen. Allerdings wurden einige der zunächst akzeptierten Gruppen aus der Version 2 (gültig bis zum Earthday 2003) wieder ausgeschlossen, als sich herausstellte, daß sie, laut EDMA-Vorstand Saga Ikuma, „kein Community-Bewußtsein“ hatten. Mittlerweile sind an den Erhalt von Spendengeldern strengere Bedingungen geknüpft. Die Gruppen müssen jetzt ein standardisiertes Antragsformular ausfüllen, in dem sie Projekt und Ziele der Gruppe ausführen, und mindestens alle sechs Monate einen schriftlichen Rechenschaftsbericht einreichen (Saga 23/11/2003, Interview).

Positiv für die Spendenden ist, daß sie wissen, wofür ihre Spende benutzt wird. Per E-Mail erhalten sie regelmäßig einen Newsletter mit weiteren Informationen über die Projekte. Die Voraussetzungen für eine Identifikation mit diesem Projekt und die Ausbildung einer Gruppenidentität sind damit geschaffen. Bei Interesse besteht auch die Möglichkeit, die entsprechenden Gruppen zu kontaktieren (Informationen sind sowohl über das EDMA-Büro als auch über den Newsletter erhältlich) und sich dort aktiv zu engagieren.

4.3 Akzeptanz der chiiki tsūka

4.3.1 Peanuts

Gemessen an der Teilnehmerzahl gehört das Peanuts-Projekt in Chiba mit etwa 25 im Projekt registrierten Läden und 550 Einzelmitgliedern zu den größten in Japan. Da bisher keine Auswertung der Bankbücher stattgefunden hat (Sakuma 08/12/2003, Interview), lassen sich keine verlässlichen quantitativen Aussagen über Art und Umfang der Peanuts-Transaktionen machen. In der Praxis scheint der Umsatz an Peanuts aber gering zu sein – viele Karteikarten werden zum Stichtag ohne jede Eintragung eingesandt (Sakuma 08/12/2003, Interview).

Die meisten beteiligten Läden haben zwar gut sichtbar ein einheitliches Schild mit dem Peanuts-Logo und Angaben zur Art des Rabatts im Schaufenster angebracht, doch werden diese Rabattmöglichkeiten, außer in den Restaurants, wenig in Anspruch genommen. Zahlreiche Ladenbesitzer/Ladenbesitzerinnen benutzen die eingenommenen Peanuts nach eigenen Angaben nicht weiter. Einige teilnehmende Läden bieten überhaupt keinen Rabatt an, sondern beteiligen sich nur an Stadt-

verschönerungsprojekten, die im Rahmen des Peanuts-Projekts durchgeführt werden (*Asahi Shinbun* 26/04/2000: 35; Interviews in Chiba).

Die private Nutzung wird dadurch erschwert, daß viele Mitglieder vor der direkten Kontaktaufnahme (also der Angabe ihrer Adresse oder Telefonnummer im Mitgliederverzeichnis) zurückschrecken und eine Vermittlung über das Büro bevorzugen. Das Organisationsbüro strebt zwar zukünftig eine verstärkte Förderung des direkten Austausches der Teilnehmer/Teilnehmerinnen untereinander an, hat jedoch noch keine konkreten Pläne hierzu entwickelt (Sakuma 08/12/2003, Interview).

4.3.2 LOVES

Obwohl LOVES stadtwweit eingesetzt werden können, konzentrieren sich die teilnehmenden Läden auf einige Straßenzüge nördlich des Rathauses. Die Bandbreite der Läden ist relativ groß: So beteiligen sich z.B. ein 24-Stunden-Laden (*konbini*), ein Bäcker, ein Süßigkeitenfachgeschäft, eine Computerschule, mehrere Restaurants, ein Fotogeschäft und ein Tennisclub (Yamato Loves Support Center: Homepage, Internet).

Wegen des offiziellen Charakters und der Beteiligung der Stadtverwaltung ist die potentielle Reichweite der LOVES erheblich; zudem erleichtert die elektronische Abwicklung die Auswertung der Transaktionen und die Evaluation des Gesamtprojekts. Die Chipkarte kann von allen in Yamato gemeldeten Bürgern/Bürgerinnen gebührenfrei bei der Stadtverwaltung beantragt werden, grundsätzlich auch von Ausländern/Ausländerinnen, Kindern oder Obdachlosen. Allerdings haben bisher weder Ausländer/Ausländerinnen noch Obdachlose eine Chipkarte beantragt (Watanabe 25/11/2003, Interview). Bis 2003 haben etwa 90.000 Bürger und Bürgerinnen, d.h. ungefähr 40% der Einwohner/Einwohnerinnen, eine Chipkarte beantragt, und selbst ohne Chipkarte ist es möglich, durch Volunteer-Arbeit oder als „Geschenk“ LOVE-Coupons zu erhalten und zu benutzen (Akiyama 25/11/2003, Interview). Diese beeindruckenden Zahlen erklären sich aber aus der Multifunktionalität der Chipkarte, die auch für andere Verwaltungstransaktionen eingesetzt wird. Die Gesamtzahl der LOVES-Transaktionen bis 2003 betrug etwa 40.000, von denen viele keine „echten“ Währungstransaktionen waren: Den größten Teil machten Anmietungen von städtischen Seminarräumen aus, die bisher noch als Null-Transaktion verrechnet werden (Watanabe 25/11/2003, Interview; unveröffentlichte Materialien des Yamato Loves Support Center).

Von nur etwa 750 privaten Transaktionen in den Bereichen „Dienstleistungen“ und „Waren“ nutzten ebenfalls nur wenige die LOVES als echtes Zahlungsmittel. So bot 2003 jemand ein Hündchen für nur 1000 LOVES an, jemand anderes eine alte, aber noch funktionierende Hotplate „Sugar

Lady“ ganz umsonst. Für das Abholen nicht mehr gebrauchter Kindersitze, Eimer und tragbarer WCs wurden z. T. noch 100 oder 1000 LOVES dazugegeben. Ähnlich bei den „Dienstleistungen“: Hoch war das Rating für den LOVES-Anteil bei einer Annonce für einen Englisch-Zirkel, während eine künftige Hula-Dance-Gruppe die Website nutzte, um ganz ohne LOVES-Angebot nach einer Lehrerin zu suchen (Yamato City Loves 25/11/2003, Internet).

4.3.3 *Earthday Money*

Am „Earthday Money“-Projekt sind zur Zeit vier Community-Projekte und etwa zwei Dutzend Läden und Restaurants beteiligt. Anfangs befanden sich alle Läden und Restaurants, in denen die „r“-Coupons eingetauscht werden konnten, in Shibuya, mittlerweile wird mit einem Partnerprojekt in Setagaya und mit Läden bzw. Unternehmen in Shinjuku, Shibuya und Yamanashi zusammengearbeitet (Earthday Money: Homepage, Internet). Die Fluktuation der teilnehmenden Läden ist recht hoch, und die Bedeutung des Earthday Money für die Läden ist gering – teilweise wird das als Grund für den Austritt aus dem Projekt angegeben (Interviews, teilnehmende Beobachtung: Tōkyō).

Die Community-Projekte sind zumeist in oder im Umkreis von Shibuya angesiedelt und thematisch breit gefächert. Derzeit (Stand 23/11/2003) stehen vier Projekte zur Auswahl: Die Müll-Sammel-Gruppe Scavenger (Super Clean And Very Ethical New Generation Earth Ranger), die ökologisch ausgerichtete Earthdayfarm, das lokale Kunstprojekt Kawaasobi x Shibuyascape und die ökologische Weiterbildungsgruppe Peaceful Energy. In der Vergangenheit wurden z. B. auch Projekte zur Obdachlosenhilfe und Katzenrettung unterstützt.

Da die Organisatoren bisher wenig Werbung betrieben haben, bleibt der Bekanntheitsgrad des Projektes selbst in Shibuya relativ gering. Problematisch ist vor allem die mangelnde Aktualität der Informationen und die damit verbundene Schwierigkeit, die „r“-Coupons einzulösen. So existieren einige der auf der Homepage aufgeführten Läden nicht mehr oder nehmen nicht mehr an dem Projekt teil. Die Läden, die „r“ akzeptieren, sind oft schwierig zu finden, manche haben kein Ladenschild, und es gibt auch keine einheitliche Kennzeichnung (wie z. B. bei den Chiba Peanuts). Daß das Einlösen der „r“ für viele Spender/Spenderinnen ein zu großer Aufwand ist, zeigt sich darin, daß nur etwa 20% der ausgegebenen „r“ tatsächlich benutzt werden und der Anteil derjenigen, die wiederholt spenden, äußerst gering ist (Saga 14/11/2003, Interview).

4.4 Evaluierung: Identitätsbildung in der Gruppe

Der gruppenbildende Effekt von *chiiki tsūka* hängt direkt mit dem Erfolg des Projektes zusammen, da das für die Akzeptanz der Alternativwährung (also auch für ihren Erfolg) notwendige Vertrauen eine gewisse Identifikation mit der Gruppe voraussetzt. Umgekehrt ist die funktionierende Währung dem Gruppenzusammenhalt förderlich. Ohne also eine einseitige Kausalität zwischen Gruppenidentität und Erfolg behaupten zu wollen, läßt sich beides – da voneinander abhängig – jeweils auch durch den anderen Faktor annähernd bemessen. Das hier gefragte Ausmaß der durch *chiiki tsūka* entstandenen Gruppenidentität soll deshalb über den Umweg des (leichter bestimmbaren) Ausmaßes des Erfolges evaluiert werden. Kriterium für den Erfolg ist die Vertrauenswürdigkeit des Systems selbst, die sich aus der Akzeptanz (Mitgliederzahl und Umfang der Teilnahme) sowie der Kreditwürdigkeit und Transparenz des Systems ableiten läßt. Daneben können weitere identifikationsfördernde Faktoren, wie Symbolik der Währung und gemeinsame ideelle Werte, eine Gruppenidentität verstärken.

4.4.1 Peanuts

Trotz seiner Größe und Bekanntheit ist das Peanuts-Projekt als *chiiki tsūka*-Projekt nur begrenzt erfolgreich. Es verfügt weder über eine ausreichende Akzeptanz, noch weist es hinreichende Kreditwürdigkeit und Transparenz auf.

Im Verhältnis zur Anzahl der Mitglieder nimmt sich der Peanuts-Umsatz eher gering aus. Daß es bisher noch fast keine Dienstleistungen oder Produkte gibt, die ausschließlich in Peanuts bezahlt werden können, obwohl das System dies grundsätzlich zuläßt, ist bei den teilnehmenden Läden verständlich, da diese sich durch die Teilnahme auch eine Umsatzankurbelung erhoffen und bereits entstandene Kosten in Yen aus ihren Einnahmen decken müssen (Interviews: Chiba). Bei privaten Dienstleistungen wie Ikebana-Unterricht läßt ein Peanuts-Anteil von oft nur 10–20% aber darauf schließen, daß die Peanuts allgemein in erster Linie als Werbemittel gesehen werden.

Die geringe Akzeptanz der Peanuts als Zahlungsmittel ergibt sich sicher zum Teil aus der mangelnden Kreditwürdigkeit des Systems: Theoretisch sollten bei einem kreditbasierten Bankbuchsystem positive und negative Konten immer ausgeglichen sein, damit die Guthaben gedeckt sind. Dafür müßte der Kontostand ausscheidender Mitglieder stets null betragen. Dies ist in der Vergangenheit aber nicht konsequent durchgesetzt worden, und wahrscheinlich sind mehr negative als positive Kontostände zurück-

gelassen worden – genau läßt sich das aber wegen der fehlenden Gesamtauswertung nicht sagen (Sakuma 08/12/2003, Interview). Die positiven Guthaben verlieren zwar (im Sinne des „rostenden Geldes“ nach Gesell) pro Monat 1% an Wert; diese Wertverluste der Einzelmitglieder werden aber, als reguläre Transaktion, dem Organisationsbüro gutgeschrieben, das so mittlerweile ein momentan nicht benutztes Guthaben von 80.000 Peanuts angesammelt hat (Murayama 2003: 221).¹²

Durch die fehlende Auswertung der Bankbücher ist die notwendige Transparenz nicht gewährleistet. Einzelne Mitglieder haben keinen Einblick in Umfang und Art der Nutzung des Systems als Ganzes und entsprechend keine Möglichkeit, ihr Transaktionsverhalten anzupassen. Für die einzelnen Beteiligten scheint vor allem der Spaß, etwas Neues auszuprobieren, das Spielerische an dem Experiment, reizvoll zu sein. Das Chiba Machizukuri Support Center, welches das Projekt betreut, führt keine weiterbildenden Veranstaltungen zum theoretischen Hintergrund alternativer Währungen durch, und die Organisatoren/Organisatorinnen fürchten auch eher, die Mitglieder damit zu überfordern (Sakuma 08/12/2003, Interview). Dies ist um so erstaunlicher, als sie die Reduktion der Konten auch als Vorstufe für ein späteres selbsttragendes System nach dem Vorbild der Schweizer WIR-Bank verstehen (Sakuma 08/12/2003, Interview). Der Versuch, durch gemeinsame Wertvorstellungen das Vertrauen in die Währung und damit auch eine Projektidentität zu fördern (Sheehan 2003: 178), wird hier also offensichtlich nicht gemacht.

Trotz der geringen Vertrauensbasis der Peanuts trägt der Club-Charakter des Projekts immerhin zur Stärkung von Subgruppenidentitäten wie jener der Ladenbesitzer/Ladenbesitzerinnen bei: Diese geben als Hauptmotivation meist nicht etwa die erhoffte Umsatzsteigerung an, sondern die Befürchtung, sich durch eine Nichtteilnahme aus der Shōtenkai-Gemeinschaft auszuschließen. Und tatsächlich bestätigen sie auch, daß sich die Beziehungen untereinander enorm verbessert haben (Interviews: Chiba). Früher hatten die Ladenbesitzer nach Angaben der Peanuts-Organisatoren kaum Kontakt zueinander und betrachteten sich eher als Konkurrenten, heute organisieren sie gemeinsam Workshops und planen Projekte, die die Ladenstraße verschönern und Kunden anziehen sollen, z.B. eine Weihnachtsbeleuchtung oder ein jährliches Sommerfest (Sakuma 08/12/2003, Interview). Obwohl diese Stärkung einer (Legitimierungs-) Identität¹³ innerhalb der Gruppe der

¹² Dieses Guthaben könnte genutzt werden, um die Systemverluste auszugleichen. Obwohl das längerfristig wohl die beste/einzige Lösung wäre, wird dies bisher nicht praktiziert.

¹³ Das Peanuts-Projekt erleichtert allerdings auch potentiellen Außenseitern/Au-

Ladenbesitzer zwar durchaus ein Erfolg des Peanuts-Projektes ist, trägt es nicht unbedingt zur Herausbildung einer Gruppenidentität innerhalb des gesamten Peanuts-Projektes bei. Die Ladenbesitzer bleiben als Gruppe für sich, und ihre Ziele decken sich nur bedingt mit denen des Projekts.

Ein gewisses Potential für die Schaffung einer Projektidentität zeigt sich aber in den identifikationsfördernden Symbolen der Peanuts-Währung. Der Name „Peanuts“ wurde bewußt gewählt, so Morino Eiichi, Vorsitzender der japanischen Gesell-Forschungsgemeinschaft, um die positive Assoziation der Stadt Chiba mit einer lokalen Spezialität zu fördern (Morino und Kudō 2000, Internet). Die Besitzerin eines Teegeschäfts in Chiba greift diesen Gedanken auf, wenn sie auf Erdnüsse aus der Region einen Peanuts-Rabatt anbietet.

Da es sich um ein Bankbuchsystem ohne Papiergeld handelt, entfällt die Möglichkeit graphischer Identifikationsmöglichkeiten auf den Geldscheinen. Dafür ist eine Besonderheit des Peanuts-Projektes die „Amigo-Geste“. Nach jeder abgeschlossenen Peanuts-Transaktion oder auch einfach, wenn sich Mitglieder auf der Straße treffen, schütteln sie sich herzlich die Hände und rufen laut „Amigo!“. Diese Geste, die auf neue Mitglieder oft etwas befremdlich wirkt, verstärkt das Gefühl, Mitglied des Peanuts-Projektes zu sein (Sakuma 08/12/2003, Interview; Interviews und teilnehmende Beobachtung: Chiba). Auch hier haben sich die Organisatoren/Organisatorinnen bewußt für das spanische „Amigo!“ und für den in Japan unüblichen Brauch des Händeschüttelns entschieden. Einerseits hofften sie, daß es vielen Leuten im allgemeinen leichter falle, diesen ungewohnten Gruß in einer anderen Sprache zu rufen, zum anderen solle der anfeuernde, lebendige Klang des Wortes „Amigo“ das Projekt beflügeln (Sakuma 08/12/2003, Interview).

Eine lokale Gruppenidentität als Alternative zur Globalisierung wird durch das Peanuts-Währungsprojekt nicht erzeugt. Die Gründe hierfür sind vielfältig: zu wenig Information über Sinn, Ziele und Theorie des Projektes, zu wenig Betonung gemeinsamer Werte, zu wenig Transparenz hinsichtlich der Transaktionen sowie organisatorische Mängel. Die Währung selbst wird kaum als identitätsstiftend wahrgenommen, nicht zuletzt, weil die Peanuts fast ausschließlich als Preisnachlaß auf Yen-Preise eingesetzt werden und damit das Gefühl einer *alternativen* Währung gar nicht aufkommen kann. Ein Gefühl der Gruppenzugehörigkeit und Identifikation ergibt sich bedingt durch die Amigo-Geste und den Namen der Währung sowie in der Teilgruppe der Ladenbesitzer/Ladenbesitzerinnen durch die gemeinsamen Projekte.

ßenseiterinnen, wie einem chinesischen Restaurantbesitzer, die Integration in diese Etablierten-Gruppe.

4.4.2 LOVES

In Yamato ist die Kluft zwischen der Anzahl der registrierten Benutzer und Benutzerinnen und der Anzahl der tatsächlichen Transaktionen noch größer als in Chiba. Viele benutzen das LOVE-System nur als einen vorgeschriebenen Rahmen für Verwaltungsvorgänge. Da bis 2003 praktisch unbegrenzte Mengen an LOVES zur Verfügung standen, konnte ein Vertrauen in diese inflationäre Währung naturgemäß noch nicht entstehen, und die Akzeptanz ist entsprechend gering.

Durch das jährliche Verfallsdatum war das Gesamtsystem bisher zwar stets ausgeglichen, zugleich wurde die Kreditwürdigkeit der Währung aber dadurch erheblich eingeschränkt, daß die erworbenen LOVES jeweils nur bis zum Stichtag Gültigkeit hatten. Die Anpassungen zum 1. Januar 2004 haben die Kreditwürdigkeit deutlich verbessert.

Die digitale Erfassung macht die Transaktionen zwar nachvollziehbar, doch für einzelne Beteiligte bleibt die Transparenz wegen der relativen Kompliziertheit des LOVE-Systems und besonders der Systemoberfläche noch gering. Nach Aussage der Organisatoren ist es schwierig, den Teilnehmern/Teilnehmerinnen Theorie und Nutzen alternativer Währungen zu vermitteln. Einführungen werden zwar durchaus angeboten, aber nur von wenigen wahrgenommen – auf gemeinsamen Werten kann eine Gruppenidentität unter diesen Umständen also nicht aufbauen, und ebenso wenig auf der Symbolik der Währung: Konkret besteht der Erfolg des Projektes bisher wohl hauptsächlich in der Automatisierung von Verwaltungstransaktionen.

Die meist virtuelle Abrechnung über Datennetze hat zur Folge, daß die Währung visuell kaum greifbar ist, und auch das schlichte (und fälschungsanfällige) Design der zugehörigen Coupons (Abb. 3) erleichtert die Identifikation nicht. Die Wahl des Namens LOVES kann das nicht ausgleichen.

Trotz der zahlreichen Probleme ist das Potential des Projektes grundsätzlich als sehr hoch einzuschätzen. Große Pluspunkte sind, daß über die städtische Chipkarte praktisch alle Bürger erreicht werden können und daß das Projekt von der Stadt befürwortet und gefördert wird. Dies trägt wesentlich zu seiner Akzeptanz in der Bevölkerung bei. Obwohl für die Stadt die öffentlichen Kosteneinsparungen im Vordergrund stehen, stellt die Beauftragung der unabhängigen NPO mit der Koordination doch sicher, daß dies die ideellen Ziele nicht vollkommen überlagert. Durch das computergesteuerte System ist eine detaillierte Auswertung der Transaktionen möglich. So läßt sich Transparenz gewährleisten, und zahlreiche Probleme sind vom Yamato Loves Support Center bereits erkannt und neue entsprechende Konzepte erarbeitet worden. Sowohl im Hinblick auf Gruppenidentität und Vertrauen als auch auf die Akzeptanz und den Er-

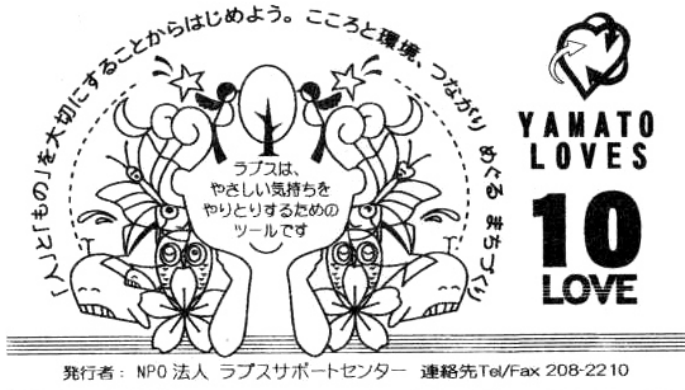


Abb. 3: Design der Yamato LOVE-Coupons (Vorderseite). Originalgröße 9 x 5,2 cm. Die Coupons sind doppelseitig auf einfarbiges Papier kopiert und auf der Rückseite mit einem Gültigkeitsdatum und dem Stempel des ausstellenden Mitglieds versehen.

folg der Währung fehlen hauptsächlich eine gute Vermarktung und vor allem Vermittlung des Konzepts.

4.4.3 Earthday Money

Da es sich beim Earthday Money um keine Währung im engeren Sinne handelt, muß der Erfolg des Projekts in etwas anderen Kategorien gemessen werden. So ist die Kreditsicherheit des Systems kein relevantes Kriterium für den Erfolg, noch ist sie Grund für die recht geringe Verbreitung. Dagegen ist jede Spende ein eindeutiger Erfolg, im Gegensatz zur möglichen Umsatzförderung durch Rabatte. Insofern verweist selbst ein geringer Umsatz bereits auf den Erfolg des Projektes. Die relativ große Transparenz des Systems (mit späteren Informationen über den Verlauf des geförderten Projektes) kann zur weiteren Verbreitung beitragen.

Bei dem sehr kleinen Anteil der Personen, die sich regelmäßig aktiv beteiligen, kann davon ausgegangen werden, daß sich durchaus eine Gruppenidentität auf der Basis gemeinsamer Werte entwickelt hat. Spenden werden oft nur einmalig von Passanten gegeben, aber bei den Volunteer-Aktionen ist der Anteil regelmäßiger Teilnehmer/-innen höher, und die Anwerbung erfolgt oft im Bekanntenkreis besonders engagierter Mitglieder. Die teilnehmenden Restaurants und Kneipen haben meist ein alternatives oder ökologisches Image. Die so entstandene Gruppenidentität bildet also eine Fortsetzung der Identifikation mit den Umweltthemen des Earthday, nach dem die Währung benannt ist.

Die Symbolik des Earthday Money selbst trägt kaum zur Identitätsbildung bei: Sogar der Name Earthday Money kann nur für Eingeweihte identifikationsfördernd wirken, und die Bedeutung der Währungseinheit „r“ erschließt sich Außenstehenden gar nicht. Nach Auskunft der Initiatoren steht das „r“ für Begriffe wie „river“ und „recycling“, aber auch für einen Teil des Yen-Zeichens; die kleinformatischen Scheine (Abb. 4) sollen sich von „normalem“ Geld abheben, beschwören in ihrem Design aber keine verbindenden Werte (Earthday Money 2004, Internet; Saga 14.11.2003, Interview).

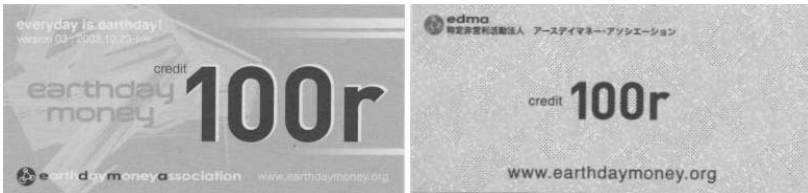


Abb. 4: Earthday Money „r“. Originalgröße 6,5 x 3 cm.

Die Ziele des „Community Way“, nämlich ein Gemeinschaftsgefühl und lokales Netzwerk zwischen Individuen, NGOs/NPOs und Läden zu schaffen, erreicht das „Earthday Money“-Projekt bisher nur bedingt. Die Organisatoren/Organisatorinnen bemühen sich aber, die praktischen Probleme, die in der Vergangenheit aufgetreten sind, zu lösen. Eine Stärke des Projekts ist das relativ große Potential für die Bildung eines nicht nur regional gebundenen Gruppenbewußtseins der Beteiligten, wobei die Identifikation dann über die geförderten Projekte, in diesem Fall also hauptsächlich über Umweltthemen, erfolgt. Insbesondere bietet das Währungssystem mit seinen verschiedenen Projekten einen Rahmen, innerhalb dessen sich informelle Kleingruppen bilden können. Da es sich bei dem „Community Way“-System nicht um eine Währung im engeren Sinn handelt, ist auch das Vertrauen der Teilnehmer in das Projekt, die anderen Mitglieder und den „r“ als Währung für den Erfolg weniger ausschlaggebend. Eine Identifikation mit den Projektzielen wird allerdings von den teilnehmenden Einzelprojekten gefordert.

5. FAZIT

Alle drei untersuchten Projekte sind bisher weder im Hinblick auf das angestrebte Community-Bewußtsein noch auf die wirtschaftliche Belebung als besonders erfolgreich einzuschätzen. Die Motivation, solche Projekte zu gründen, speist sich besonders bei den Organisatoren/Organisatorin-

nen und in geringerem Maße auch bei den übrigen Beteiligten meist aus einer Unzufriedenheit mit den wirtschaftlichen, aber auch sozialen Umständen. Dabei wird die eigene Gruppe zwar eher als Außenseiter oder Verlierer wahrgenommen, jedoch ist der Widerstand gegenüber der nationalen Währung nicht so ausgeprägt, als daß er zur Bildung einer Widerstandsidentität ausreichte. Die hier vorgestellten Projekte werden alle drei von NPOs koordiniert, wobei die Initiatoren/Initiatorinnen in Chiba und Yamato aus der *machizukuri*-Bewegung kommen. Dies weist bereits auf Zielsetzung und Mittel hin: Die Förderung der Gemeinschaft ist ein zentrales Anliegen, das trotz der Selbstwahrnehmung als Außenseiter durchaus *innerhalb* des bestehenden Systems erreicht werden soll – ein offener Bruch mit dem bestehenden System durch die rechtlich und steuertechnisch vielleicht problematische Herausgabe einer eigenständigen „Gegen-Währung“ (wie in Wörgl) würde wahrscheinlich ein wesentlich stärkeres Gefühl des Ausgegrenztseins, der Verzweiflung oder Empörung voraussetzen.

In allen drei Projekten fungiert die *chiiki tsūka* nicht als Alternativ-, sondern als wirtschaftlich nicht besonders ernstgenommene Komplementärwährung zum Yen. Meist liegt der Anteil der Waren oder Dienstleistungen, der in der *chiiki tsūka* bezahlt werden kann, nur bei 5 bis 10 Prozent, und es gibt kaum Dienstleistungen oder Waren, die ausschließlich in LOVES, „r“ oder Peanuts bezahlt werden können. Dies führt dazu, daß die Teilnehmer/Teilnehmerinnen die *chiiki tsūka* eher als Rabattsystem denn als Währung wahrnehmen. Das sowohl in Chiba als auch in Yamato angestrebte Modell einer WIR-Bank scheint momentan eher unwahrscheinlich. Das Earthday Money in Shibuya versteht sich ohnehin als Fundraising-Projekt in der Hauptwährung.

Obwohl die Teilnahme freiwillig ist und theoretisch allen offen steht, konnte sich aufgrund der beschriebenen Probleme und Mängel bisher auch keine übergreifende Projektidentität entwickeln. Zwar existieren innerhalb der Projekte Subgruppen mit stabilen Vertrauensverhältnissen (Organisatoren/Organisatorinnen, Gemüsekooperativen, Ladenbesitzer/Ladenbesitzerinnen), bei denen sich, wenn auch in kleinem Rahmen, eine Projektidentität bilden konnte, aber das Gros der Mitglieder identifiziert sich nicht mit den Projekten. Die Organisatoren/Organisatorinnen tragen in allen Fällen relativ wenig zur aktiven Förderung einer Projektidentität bei. Veranstaltungen zur Weiterbildung werden kaum angeboten, der Vermittlung von Ideen und Funktionsweisen alternativer Währungen allgemein und der jeweiligen *chiiki tsūka* im besonderen wird geringe Priorität eingeräumt. Außer in Chiba (Peanuts) wird das Potential der Identifikationsmöglichkeiten durch die Symbolik der Währung (z. B. graphische Gestaltung, Namen) nicht ausgeschöpft.

Sowohl das Earthday Money als auch die Yamato LOVES weisen jedoch Potential für die zukünftige Herausbildung einer Projektidentität auf. Die Organisatoren/Organisatorinnen haben Schwachstellen des Systems erkannt und bemühen sich, diese auszuräumen. In Yamato bringt die Beteiligung der Stadt einen größeren Einzug und die mindestens mittelfristige finanzielle Absicherung des Projekts mit sich. Diese organisatorischen Vorteile erhöhen das wirtschaftliche Erfolgspotential.

In Shibuya ist der Haupterfolgsweg für die Bildung einer Projektidentität die Fixierung auf gemeinsame Werte durch die Einbindung von Community-Projekten, deren Ziele sich mit denen des „Earthday Money“-Projektes decken.

In keinem der drei untersuchten Projekte ist eine ausgeprägte, die gesamte Gruppe umfassende Gruppenidentität festzustellen. Eine Legitimationsidentität von Etablierten war von vornherein nicht zu erwarten. Allerdings ist auch weder eine Widerstandsidentität noch eine Projektidentität zu beobachten. Da alle Projekte noch in den Kinderschuhen stecken, ist mit weiteren Veränderungen zu rechnen. Dabei scheint die *machizukuri*-Gruppe aus Chiba mit dem Erreichten bereits recht zufrieden zu sein, während das Tempo der Adaption bei der städtisch geförderten Initiative in Yamato am größten ist.

LITERATUR

AERA (17/06/2002): Rōkaru manē, mezamasaseru chikara. Kyūkyoku no tsūka kakumei shinkōchū ローカルマネー、目覚させる力 究極の通貨革命進行中 [Die erweckende Macht des Local Money: In einer neuen Währungsrevolution]. DNA for Business.

Asahi Shinbun (18/02/2000): Chiiki tsūka „ekomanē“ ni atsui shisen – kaido/kankyō mondai nirami 地域通貨「エコマネー」に熱い視線 介護・環境問題にらみ [Begehrliche Blicke auf die Regionalwährung „Ecomoney“ – Pflege- und Umweltthemen]. Abendausgabe, S. 17.

Asahi Shinbun (26/04/2000): Ekomanē de machizukuri. Chiba no NPO ga jissen エコマネーでまちづくり 千葉の NPO が実践 [Machizukuri mit Ecomoney – eine NPO in Chiba probiert es aus]. Morgenausgabe, S. 35.

Asahi Shinbun (03/07/2003): Kankyō – sakumotsu no mukō ni me o 環境作物の向こうに目を [Umwelt – Blick über die Ernte hinaus]. Morgenausgabe, S. 23.

Asahi Shinbun (27/10/2001): „r“ tsukatte Shibuya de okaimono – chiiki tsūka no jikken hajimaru 「r」使って渋谷でお買い物 地域通貨の実験始まる [Einkauf in Shibuya mit „r“ – Regionalwährungstest beginnt]. Abendausgabe, S. 14.

- Castells, Manuel (1997): *The Power of Identity*. Malden, MA und Oxford: Blackwell.
- Community way (2000): community way. <http://www.communityway.org/communityway.html> (gefunden 13/12/2003).
- Dräger, Ulf (1997): Die Hallenser döMak – ein alternatives Zahlungsmittel. In: *Numismatisches Nachrichtenblatt*, März, 117–120. <http://userpage.fu-berlin.de/~roehrigw/doemak.html> (gefunden 11/01/2004).
- Earthday Money (2004): What is Earthday Money. <http://www.earthdaymoney.org/info/r.html> (gefunden 30/03/2004).
- Elias, Norbert und John L. Scotson (1993): *Etablierte und Außenseiter*. Frankfurt: Suhrkamp.
- Frenkel, Jacob A. und Morris Goldstein (1999): The International Role of the Deutsche Mark. In: Deutsche Bundesbank (Hg.): *Fifty Years of the Deutsche Mark: Central Bank and the Currency in Germany since 1948*. Oxford: Oxford University Press, S. 685–729.
- Gelleri, Christian (2000): Die WIR-Bank als Assoziationsbank. http://www.freigeld.de/body_wir-bank_-_ein_erfolgsmodell_m.html (gefunden 13/01/2004).
- Gesell, Silvio (1911): Die natürliche Wirtschaftsordnung. <http://userpage.fu-berlin.de/~roehrigw/gesell/nwo/> (gefunden 12/01/2004).
- Gilbert, Emily und Eric Helleiner (1999): Introduction – Nation-States and Money: Historical Contexts, Interdisciplinary Perspectives. In: Gilbert, Emily und Eric Helleiner (1999): *Nation-States and Money*. London: Routledge, S. 1–22.
- Glover, Paul (2002): Creating Community Economics with Local Currency. <http://www.ithacahours.com/intro.html> (gefunden 13/01/2004).
- Gröger, Adolf (1933): *Zins ist Diebstahl. Sturz d. größten Tyrannen aller Zeiten, d. Molochs Geld-Mammon. Laßt los, dann fällt er*. Geislingen: Selbstv. d. Selbsthilfe d. Volkes.
- Hein, Carola (2001): *Toshikeikaku* and *machizukuri* in Japanese Urban Planning. The Reconstruction of Inner City Neighborhoods in Kōbe. In: Deutsches Institut für Japanstudien (Hg.): *Japanstudien*. Jahrbuch des Deutschen Instituts für Japanstudien der Philipp-Franz-von-Siebold-Stiftung, 13. München: Iudicium, S. 221–252.
- Hewitt, Virginia (1999): A Distant View: Imagery and Imagination in the Paper Currency of the British Empire, 1800–1960. In: Gilbert, Emily und Eric Helleiner (1999): *Nation-States and Money*. London: Routledge, S. 97–116.
- Hirota, Yasuyuki (2000): Community Currencies in Japan. <http://www.appropriate-economics.org/asia/japan/socialmoneyjapan.html> (gefunden 12/01/2004).

- Ingham, Geoffrey (1996): Money is a Social Relation. In: *Review of Social Economy* 56, 4, S. 507–529.
- Itō, Masaharu 伊藤雅春 (1998): „Tama-den manē“ no kokoromi – Tamagawa machizukuri hausu no katsudō kara mananda koto 「玉田マネー」の試み——玉川まちづくりハウスの活動から学んだこと [Versuch eines „Tama-den Money“ – Was wir aus den Aktivitäten des Tamagawa Machizukuri Hauses gelernt haben]. In: *Chiiki Kaihatsu* 地域開発 411 (Dezember), S. 32–34.
- Izumi, Rui (2002a): Current Trends in Japanese Community Currencies. http://www.grsj.org/englisharchive/pdf/Current_Trends_in_Japanese_Community_Currencies.pdf (gefunden 13/01/2004) (Original in *Nin-gen no keizai* 52).
- Izumi, Rui 泉留維 (2002b): Kokunai ni okeru chiiki tsūka no dōkō 国内における地域通貨の動向 [Regionalwährungen – Trends in Japan]. In: *Gekkan Jichiken* 月刊自治研 44, 511 (April), S. 47–56.
- Jain, Purnendra (2002): The Catch-up State: E-government in Japan. In: *Japanese Studies* 22, 2, S. 237–55.
- Kaelberer, Matthias (2002): The Euro and European Identity: Symbols, Power and the Politics of European Monetary Union. Paper presented at Annual Meeting of the American Political Science Association. <http://apsaproceedings.cup.org/Site/papers/015/015005KaelbererM.pdf> (gefunden 24/03/2004).
- Katō, Toshiharu 加藤敏春 (1998a): *Ekomanē* エコマネー [Ecomoney]. Tōkyō: Nihon Keizai Hyōronsha.
- Katō, Toshiharu 加藤敏春 (1998b): 21 seiki no „ekomanē“, sono igi to kanōsei 21世紀の“エコマネー”、その意義と可能性 [Das „Ecomoney“ des 21. Jahrhunderts, seine Bedeutung und sein Potential]. In: *Chiiki Kaihatsu* 地域開発 411 (Dezember), S. 35–42.
- Kawamura, Atsunori 川邑厚徳 (2003): Mihaeru Ende kara manabu. Ende ga egaita mirai chizu ミハエル・エンデから学ぶ エンデが描いた未来地図 [Von Michael Ende lernen: Endes Vision der Zukunft]. In: *Nōgyō to Keizai* 農業と経済, Mai, S. 50–56.
- Kawamura, Atsunori und Group Gendai 河邑厚徳, グループ現代 (2002): *Ende no yuigon: Kongen kara okane o tou koto* エンデの遺言: 根源からお金を問うこと [Endes letzte Worte: Von der Wurzel her das Geld hinterfragen]. Tōkyō: Nihon Hōsō Shuppan Kyōkai.
- Kobayashi, Takashi 小林隆 (2002): Oyakusho shigoto kara ippo mae e (57): Yamato-shi no denshi chiiki tsūka jikken, お役所仕事から一步前へ (57) 大和市の電子地域通貨実験 [Der Amtsarbeit einen Schritt voraus (57): Der Versuch einer elektronischen Regionalwährung in Yamato]. In: *Chihō Jichi Shokuin Kenshū* 地方自治職員研修 35, 6 (Juni), S. 72–75.

- Kobayashi, Takashi (2004a): Digital Local Currency „Loves“. <http://www.skaggs-island.org/csd/yamatodigital.html> (gefunden 12/01/2004).
- Kobayashi, Takashi (2004b): IC Card For City Communication System. <http://www.skaggs-island.org/csd/yamatoiccard.html> (gefunden 12/01/2004).
- Kōkan Ringu ‚Garu‘ 交換リング「ガル」(2003): Homepage des Garu-Tauschrings. <http://city.hokkai.or.jp/~ishikoro/garu.html> (gefunden 12/01/2004).
- Kokopuro-netto ここぷろ・ねっと (2004a): Chiiki tsūka zen risuto 地域通過全リスト [Gesamtliste der *chiiki tsūka*]. <http://cc-pr.net/list/count.pdf> (gefunden 23/03/2004).
- Kokopuro-netto ここぷろ・ねっと (2004b): Kōshin jōhō 更新情報 [Aktuelle Informationen]. <http://cc-pr.net/list/renew.htm> (gefunden 01/06/2004).
- Lietaer, Bernard (2001): Community Currencies: A New Tool for the 21st Century. <http://www.transaction.net/money/cc/cc01.html> (gefunden 11/01/2004).
- Linton, Michael und Ernie Yacub (2001): Chiiki tsūka o Nihon no komyuniti ni dōnyū shite iku purojekuto 地域通貨を日本のコミュニティに導入していくプロジェクト [Projekt zur Einführung von Community Currencies in japanischen Communities]. In: *Kōkoku* 広告 42, 1, S. 17–32. (Weitere Artikel in den folgenden Ausgaben der Zeitschrift.)
- LOUD (2003): Bian – naito – māketto ビアン・ナイト・マーケット [Lesbian Night Market]. <http://www.space-loud.org/pc/info/12.html> (gefunden 01/12/2003).
- Magazineplus (07/11/2003): Datenbankrecherche. <http://web.nichigai.co.jp/> (Nichigai Associates).
- Mercer, Rosemary (1999): Economic Thought in Eighteenth Century Japan. In: *Asia Quarterly*, Dezember. <http://www.vuw.ac.nz/asianstudies/publications/quarterly/99december.html> (gefunden 11/01/2004).
- Morino, Eiichi (2000): Kagen – Die Grundlagen des Preises. Die Aktualität von Miura Baiens Untersuchung aus der Sicht der ökologischen Wirtschaftswissenschaft. <http://home.debitel.net/user/RMittelstaedt/Money/KAGEN.htm> (gefunden 11/01/2004) (übersetzt von Robert Mittelstaedt, Original in: *Baien Gakkaihō* 25, Oktober 2000).
- Morino, Eiichi und Kudō Hideaki (2000): Das Geld neu erfinden. http://www.freigeld.de/inhalte_von_freigeld_de.html (Zugriff am 12.11.2004) (übersetzt von Robert Mittelstaedt, Original in: *GRAPHICATION* 110, August 2000).
- Murakami, Ryū 村上龍 (2002): Kibō no kuni no ekusodasu 希望の国のエクソダス [Der Auszug ins gelobte Land]. Tōkyō: Bungei Shunjū.

- Murayama, Kazuhiko 村山和彦 (2003): Kore kara no machizukuri to junkangata nōgyō e: Pinattu. Chiba-ken Chiba-shi これからのまちづくりと循環型農業へ ピーナッツ——千葉県千葉市 [Zukünftiges *machizukuri* und der Weg zu einer nachhaltigen Landwirtschaft: Peanuts in Chiba]. In: *Nōgyō to Keizai* “農業と経済”, Mai, S. 118–122.
- Nara, Tamaki 奈良環 (2003): Chiiki tsūka no jissai – hakkō no tejun to hōhō 地域通貨の実際——発行の手順と方法 [Die Realität von Community Currencies – Verfahren und Methoden der Ausgabe]. In: *Nōgyō to Keizai* 農業と経済, Mai, S. 41–49.
- Oceanside Monetary Foundation (2003): What Is a Community Currency? <http://www.oceansidedollars.ca/commCurrencies.html> (gefunden 28/06/2004).
- Onken, Werner (1996): Berichte. Gesell Kenkyūkai Japan. In: *Zeitschrift für Sozialökonomie* 110 (Oktober), S. 31.
- Onken, Werner (1997): *Auszug aus Modellversuchen mit sozialpflichtigem Boden und Geld*. Lütjenburg: Fachverlag für Sozialökonomie. <http://userpage.fu-berlin.de/~roehrigw/onken/modell/swf/kap3-2.htm> (gefunden 12/01/2004).
- Rider, Fremont (1933): *Dated Currency: A Safe Substitute for Inflation*. Second edition. New York: Anvil Press.
- Schmidt, Johannes (1998): Der ökonomische Weg in’s Gelobte Land – Anmerkungen zu Theorie und Reformvorschlägen der Freiwirtschaftslehre. In: *Forum Wirtschaftsethik*, März. <http://www.akademie-rs.de/wirtschaftsethik/heft398/theorie.htm> (gefunden 12/01/2004).
- Shakai Undō* 社会運動 (2000): Chiiki tsūka to machizukuri no tenbō – shimin ga tsukuru 21 seiki mō hitotsu no keizai shisutemu „chiiki tsūka“ 地域通貨とまちづくりの展望——市民がつくる 21 世紀もう一つの経済システム「地域通貨」 [Regionalwährungen und die Hoffnungen für *machizukuri* – ‚Regionalwährungen‘ – ein von Bürgern geschaffenes Wirtschaftssystem]. Januar, S. 34–49.
- Sheehan, Brett (2003): *Trust in Troubled Times. Money, Banks, and State-Society Relations in Republican Tianjin*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Standish, David (2000): *The Art of Money: the History and Design of Paper Currency from Around the World*. San Francisco: Chronicle Books.
- Tamura, Kaoru 田村馨 (2003): Komyuniti zukuri to chiiki tsūka – surō komyuniti to chiiki tsūka ga ninau tsuginaru jidai ni mukete コミュニティづくりと地域通貨——スローコミュニティと地域通貨が担う次なる時代に向けて [Community Building und *chiiki tsūka* – Aufbruch zu einer Slow Community und einer *chiiki tsūka*-basierten neuen Zeit]. In: *Nōgyō to Keizai* 農業と経済, Mai, S. 23–31.
- Toronto Dollar (2004): About The Toronto Dollar. <http://www.torontodollar.com/about/about.php> (gefunden 25/03/2004).

- Vogt, Silke (2001): *Neue Wege der Stadtplanung in Japan. Partizipationsansätze auf der Mikroebene, dargestellt anhand ausgewählter machizukuri-Projekte in Tōkyō*. Monographien aus dem Deutschen Institut für Japanstudien der Philipp-Franz-von-Siebold-Stiftung, 30. München: Iudicium.
- Voluntar (2003): Chiiki tsūka 地域通貨 [Regionalwährungen]. August, S. 39–40.
- Yamada, Tomoko 山田ともこ (2002): „Omoiyari“ „kansha no kimochi“ o kōkan suru „ataitakai okane“ ekomanē 「思いやり」「感謝の気持ち」を交換する「あたたかいお金」エコマネー[Mit „warmem Geld“ Ecomoney Sympathie und Dankbarkeit austauschen]. In: *Shakai Kyōiku* 57, 12 (Dezember), S. 20–23.
- Yamato City (2003): Homepage der Stadt Yamato. <http://www.city.yamato.kanagawa.jp/soumu/jinkou/hyousi.htm> (gefunden 15/12/2003).
- Yamato City Loves (25.11.2003): Local Value Exchange System. <http://loves.city.yamato.kanagawa.jp/> (gefunden 25/11/2003).
- Yamato Loves Support Center (08/10/2003): *LOVES no kongo 3 ka nen no unyō keikaku (an) LOVES の今後 3 カ年の運用計画 (案)*[(Provisorischer) Dreijahresplan für den Gebrauch von LOVES]. Unveröffentlicht.

HOME PAGES DER UNTERSUCHTEN PROJEKTE

- Chiba Machizukuri Sapōto Sentā [Chiba Machizukuri Support Center]: <http://www.jca.apc.org/born>.
- Earthday Money: <http://www.earthdaymoney.org>.
- Yamato City Loves: <http://loves.city.yamato.kanagawa.jp/yamato>.
- Yamato Loves Support Center: <http://www.yamato-loves.org>, http://www.yamato-loves.org/event/p_clean_up.html, <http://www.yamato-loves.org/shop/campaign.html>.

INTERVIEWS

- Akiyama, Tomoyuki 秋山友志 (25/11/2003), Yamato.
- Kogawa, Joy (20/10/2003), Toronto.
- Saga, Ikuma 嵯峨生馬 (14/11/2003), (23/11/2003), Tōkyō.
- Sakuma, Satoko 佐久間 聡子 (08/12/2003), Chiba.
- Watanabe, Atsushi 渡辺敦 (25/11/2003), Yamato.
- Diverse Interviews mit Laden- und Restaurantbesitzern/Restaurantbesitzerinnen und Teilnehmern/Teilnehmerinnen an *chiiki tsūka*-Projekten in Chiba, Tōkyō und Yamato, November und Dezember 2003.