

bricolage 7

Innsbrucker Zeitschrift für Europäische Ethnologie



Silke Meyer (Hg.)

Money Matters
Umgang mit Geld als soziale
und kulturelle Praxis

SERIES

bricolage

Innsbrucker Zeitschrift für Europäische Ethnologie

Herausgegeben von Reinhard Bodner, Jochen Bonz, Timo Heimerdinger,
Silke Meyer, Gilles Reckinger und Ingo Schneider

Band 7

innsbruck university press



Silke Meyer

Institut für Geschichtswissenschaften und Europäische Ethnologie

Diese Publikation wurde mit finanzieller Unterstützung des Vizerektorats für Forschung der Universität Innsbruck, des Dekanats der Philosophisch-Historischen Fakultät der Universität Innsbruck sowie der Stiftung Fürstl. Kommerzienrat Guido Feger, Liechtenstein gedruckt.

© *innsbruck* university press, 2014

Universität Innsbruck

1. Auflage

Alle Rechte vorbehalten.

www.uibk.ac.at

Umschlaggestaltung: Ivan Leuzzi

Titelbild: 100 Surreais, Foto und Artwork: Patrícia Kalil, © picture alliance / dpa

Die undatierte Aufnahme zeigt eine „Surreal“-Banknote, auf der das übliche Bildnis der Republik auf einem 100-Reais-Schein gegen das Gesicht des Surrealismus-Künstlers Salvador Dalí ausgetauscht wurde.

Layout: Carmen Drolshagen / Ivan Leuzzi

Lektorat: Margret Haider

ISBN 978-3-902936-40-0

bricolage

Innsbrucker Zeitschrift für Europäische Ethnologie

Heft 7:

Silke Meyer (Hg.)

Money Matters

Umgang mit Geld als soziale und kulturelle Praxis

Inhalt

- 7 *Silke Meyer*
Einleitung: Money Matters.
Umgang mit Geld als soziale und kulturelle Praxis
- 37 *Iris Hafner, Anna Horner, Natascha Unger*
Mehr Sein als Schein: Modifizierte Geldscheine
- 53 *Sophia Booz*
Verführerische Technik?
Kulturanalytische Perspektiven auf den Geldautomaten
- 67 *Daniela Pfennig*
Die Region als Währungsraum.
Beispiele, Konzepte und Funktionen Tiroler Regionalgelder
- 87 *Karin Bürkert*
Wert ohne Geldwert – Die D-Mark als Erinnerungsgegenstand
- 107 *Tjark Müller*
Geld als Selbsttechnologie
- 113 *Gisela Unterweger*
„Einem Kind irgendwie so ... Geld beibringen“.
Zur doppelten Normativität der Gelderziehung
- 127 *Buket Borihan, Antonia Franckenstein,
Sandra Hilzinger, Lisa Reinthaler*
Reden über Geld. Der Umgang mit ökonomischen
Ressourcen bei Langzeitreisenden
- 147 *Nadja Neuner*
Zur Logik der Pfandbeziehung
- 163 *Alexandra Hangl*
„Geschenkt will niemand etwas.“ Empirische Erkundungen zur
Sozialität von Geld als Gabe in einer karitativen Einrichtung

- 177 Katrin Tratter
 Die geldfreie Solidargemeinschaft: Gabentheorie und Reziprozität
 im Innsbrucker „Kostnix-Laden“
- 191 Alexander Piff, Claudius Ströhle
 Was beim „20er“ alles mitgekauft wird. Tauschökonomien im
 Umfeld der Tiroler Straßenzeitung
- 217 Peter F. N. Hörz
 „Fünfzig Euro ist besser als fünfzig Mal anrufen ...“
 Einige ethnografische Notizen über Geschäftsstellen von
 Geldtransfer-Serviceunternehmen und ihre Kunden
- 241 Andreas Hartmann
 Unbezahlbar – Räume zwischen Preis und Wert. Ein Kommentar
 zur Geldforschung aus volkskundlich-ethnologischer Perspektive

Einleitung: Money Matters. Umgang mit Geld als soziale und kulturelle Praxis¹

Silke Meyer

In seinem Werk „Über die höfische Gesellschaft“ (1969) gibt Norbert Elias die Anekdote über den Herzog von Richelieu wieder, der seinem Sohn eine gefüllte Geldbörse gab und diese nach sechs Monaten unangetastet wieder überreicht bekam. Der Sohn war stolz, das Geld nicht ausgegeben zu haben, der Vater aber warf den vollen Geldbeutel zum Fenster hinaus. Haushalten und Sparen – „économie“ im Sinne der Unterordnung von Ausgaben unter die Einnahmen und der planmäßigen Einschränkung des Verbrauchs um des Sparens willen – hatten in den Augen der französischen Aristokratie bis über die Revolution hinaus laut Elias „einen etwas verächtlichen Beigeschmack“². Vielmehr erhielt der Sohn eine „Lektion in interessensfreiem, großherzigem, adeligem Handeln“. In seiner habitualisierten Fassung wird hier der Umgang mit Geld, also die vordergründig anti-ökonomische Interessenfreiheit als einzige „dem aristokratischen Universum angemessene“³ Anlageform, zu einer sozialen und kulturellen Frage. Oder auch: Manchmal kann man eben nicht anders, als das Geld zum Fenster hinauszuerwerfen.⁴

Von dieser Prämisse ausgehend entwickelt Pierre Bourdieu eine systematische Kritik, die im Kern auf das so beliebte wie etablierte Denkbild des *homo oeconomicus* in seiner ahistorischen und universalen Lesart zielt. Der Soziologe und Ethnologe steht mit dieser Ansicht bei weitem nicht alleine: nicht zuletzt aus den Wirtschaftswissenschaften stammt eine Reihe von Argumentationen, die dem verlässlichen Nutzenoptimierer, der durch seine logische Klarheit im Handeln und Denken besticht und sich keine Torheiten oder Eskapaden erlaubt, einige andere Figurationen an die Seite stellt, darunter den *homo reciprocans* (Armin Falk) und

1 Teile dieses Textes sind im Themenheft „Geld und Banken“, hg. von Oliver Kühschelm, der Österreichischen Zeitschrift für Geschichtswissenschaft, 25 (2014/1) ebenfalls publiziert.

2 Norbert Elias: Über die höfische Gesellschaft. Frankfurt a. M. 1992, 104. Elias führt weiter aus, dass eine unkritische bürgerliche Sicht auf Konsumgewohnheiten Thorstein Veblen den Blick für eine soziologische Analyse des Prestigeconsums verstellen habe.

3 Pierre Bourdieu: Praktische Vernunft. Zur Theorie des Handelns. Frankfurt a. M. 1998, 151.

4 Für Ethnolog/innen keine neue Entdeckung, Studien zu Potlatch-Ritualen beispielsweise der indigenen Bevölkerung Nordwest-Amerikas kommen zu eben diesem Schluss.

den *rational fool* (Amartya Sen).⁵ „An die Stelle des mit stabilen, glasklaren Präferenzen und vollständigen Informationen ausgestatteten, eigennützig und gewinnmaximierend handelnden *homo oeconomicus* trat ein differenziert und zuweilen unberechenbar agierender Mensch, in dessen Kosten-Nutzen-Abwägung Emotionen, subjektive Wahrnehmungen, kulturelle Konstrukte wie das Geschlecht und alle möglichen Fehler, Wissenslücken und Täuschungen eingehen.“⁶ In der Handlungstheorie wurde damit aus dem *rational-choice*-Paradigma das Konzept der *bounded rationality* (Herbert A. Simon). Anders gesagt: das Verständnis von Ökonomie wird erweitert um soziale, kulturelle und symbolische Aspekte des Handelns. Die Aufzählung dieser Praxismodalitäten führt zurück zu Bourdieu, der dem Kalkül von Nutzen- und Opportunitätskosten einen weiten Kapitalbegriff zu Grunde legt, nämlich Kapital als „grundlegendes Prinzip der inneren Regelmäßigkeiten der *sozialen* Welt.“⁷ Mit diesem Konzept des ökonomischen,

5 Den Begriff des *homo oeconomicus* prägte Vilfredo Pareto 1906 in seinem Werk „Manuale d'economia politica“. Zur Biografie und Rezeptionsgeschichte des *homo oeconomicus* siehe Werner Plumpe: Die Geburt des „Homo oeconomicus“. Historische Überlegungen zur Entstehung und Bedeutung des Handlungsmodells der modernen Wirtschaft. In: Wolfgang Reinhard u. Justin Stagl (Hgg.): Menschen und Märkte. Studien zur historischen Wirtschaftsanthropologie. Wien u.a. 2007, 319–352 und Wolfgang Brückner: Bilddenken. Mensch und Magie oder Missverständnisse der Moderne. Münster 2013, 87–106. – In der Auseinandersetzung mit dem formalistischen Modell des *homo oeconomicus* entstand in der ökonomischen Anthropologie die substantivistische Schule, welche die Einbettung von Markt- in Gesellschaftsinteressen betont. Siehe Chris Hann u. Keith Hart: Economic Anthropology. Cambridge 2011, darin besonders 55–71 zur Entstehung der Schulen des Formalismus und des Substantivismus und 83–88 zur kulturalistischen Wende in der Wirtschaftsethnologie. Aus letzterer entwickelt Stephen Gudeman seine Thesen von der lokalen Konstruktion von Wirtschaft („people's own economic construction“), ders.: Economics as Culture: Models and Metaphors of Livelihood. London 1986, 1; ders.: The Anthropology of Economy. Community, Market, and Culture, Malden u.a. 2001 und ders.: Economy's Tension. The Dialectics of Market and Community, Malden u.a. 2008; für historische Studien siehe Hartmut Berghoff u. Jakob Vogel (Hgg.): Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte. Dimensionen eines Perspektivenwechsels. Frankfurt a. M. u. New York 2004, darin besonders die Einleitung der Herausgeber (9–42) sowie Christoph Conrad: „How much, schatzi?“ Vom Ort des Wirtschaftens in der new cultural history (43–68) und Jakob Tanner: Die ökonomische Handlungstheorie vor der „kulturalistischen“ Wende. Perspektiven und Probleme einer interdisziplinären Diskussion (69–98) sowie den Sammelband von Reinhard u. Stagl (Hgg.), Menschen und Märkte (wie oben). Für die Wirtschaftswissenschaften seien genannt Amartya K. Sen: Rational Fools: A Critique of the Behavioural Foundations of Economic Theory. In: Philosophy and Public Affairs, 6 (1977), 317–344; Ernst Fehr u. Simon Gächter: Fairness and Retaliation: The Economics of Reciprocity. In: Journal of Economic Perspectives, 14/3 (2000), 159–181; Armin Falk: Homo oeconomicus versus homo reciprocans. Ansätze für ein neues wirtschaftspolitisches Leitbild? Working Papers of the Institute for Empirical Research in Economics, 79 (2001), 1–32; Robert M. Axelrod: Die Evolution der Kooperation (1984). München 2009.

6 Berghoff u. Vogel (wie Anm. 5), 20.

7 Pierre Bourdieu: Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Rainer Kreckel (Hg.): Soziale Ungleichheiten. Göttingen 1983, 183–198, Hervorhebung S.M.

kulturellen, sozialen und symbolischen Kapitals, zuerst entwickelt aus seinen ethnografischen Arbeiten über das Wirtschaften der Kabylen im nordöstlichen Algerien, ermöglicht Bourdieu eine „Ökonomie der Praxis“, welche zwar inhärent das Kalkül der Maximierung beibehält, diese aber auf sämtliche Bereiche der sozialen Interaktion ausdehnt:

Dies bedeutet, daß die Theorie der eigentlich ökonomischen Handlungen nur einen besonderen Fall innerhalb einer allgemeinen Theorie der Ökonomie der Handlungen darstellt. Den ethnozentristischen Naivitäten des Ökonomismus läßt sich, ohne in die volkstümelnde Begeisterung über die edle Einfachheit der Ursprünge zu verfallen, nur entgegengehen, wenn bis zum bitteren Ende vollzogen wird, was jener nur halbherzig tut: das ökonomische Kalkül unterschiedslos auf alle, sowohl materielle wie symbolische Güter auszudehnen, die rar scheinen und wert, innerhalb einer bestimmten gesellschaftlichen Formation untersucht zu werden – handle es sich um „schöne Worte“ oder ein Lächeln, um einen Händedruck oder ein Achselzucken, um Komplimente oder Aufmerksamkeiten, Herausforderungen oder Beleidigungen, um die Ehre oder um Ehrenämter, um Vollmachten oder Vergnügen, um „Klatsch“ oder um wissenschaftliche Informationen, um Distinktion oder um Auszeichnungen.⁸

Außerhalb dieser Ökonomie der Praxis gibt es kein Handeln. Dies ist kein neuer Gedanke, die Verschränkung von Praxeologie und ökonomischer Logik bildet beispielsweise auch die zentrale Forderung des österreichischen Nationalökonom Ludwig von Mises in seiner „Theorie des Handelns und Wirtschaftens“ von 1940:

Alles Menschliche steht zur Wahl, jedes Ziel und jedes Mittel, Materielles und Ideelles, Hohes und Gemeines, Edles und Unedles stehen in einer Reihe und werden durch das Handeln gewählt oder zurückgestellt. Nichts, was Menschen begehren oder meiden wollen, bleibt der Ordnung und Reihung durch die Wertskala und durch das Handeln entzogen. [...] Keine Behandlung nationalökonomischer Probleme kann darauf verzichten, von den Wahlakten auszugehen. Die Nationalökonomie wird zu einem Teil, wenn auch zum wichtigsten Teil, einer allgemeineren Wissenschaft, der Praxeologie.⁹

8 Pierre Bourdieu: Entwurf einer Theorie der Praxis auf der ethnologischen Grundlage der kabyliischen Gesellschaft. Frankfurt a. M. 1976, 345.

9 Ludwig von Mises: Nationalökonomie. Theorie des Handelns und Wirtschaftens. Genf 1940, 3. Zu Ludwig von Mises aus kulturwissenschaftlicher Perspektive siehe auch Anna Echtermüller: wissen, bezahlen. In: *ilinx – Berliner Beiträge zur Kulturwissenschaft*, 3 (2013), iv–viii.

Unter Einbezug eines Knappheitsparadigmas ist also jedes Handeln ökonomisches Handeln.¹⁰ Die empirisch arbeitenden Ethnowissenschaften interessieren an dieser Prämisse vor allem ihre performative Umsetzung (Handeln), ihre narrative Rahmung (Reden über Handlung) und ihre materielle Artikulation (Dingkonsum), mit denen ökonomische Akteur/innen ihren „Wahlakten“ Bedeutung geben, subjektiv Sinn und Identität stiften und dabei intersubjektiv Strukturen ausbilden, festschreiben oder auch auflösen.

Als analytisches Modell bietet sich für ein solches Erkenntnisinteresse wiederum Bourdieus Systematisierung von Kapitalien an. Kapitalien werden parallel kumuliert und ineinander umgewandelt.¹¹ Der ökonomische Habitus und die darin integrierten Präferenzsysteme folgen dabei weniger rational-ökonomischen als sozialen und kulturellen Vorgaben: „Die Vernunft (oder Rationalität) ist *bounded*“, weil sie „sozial strukturiert“ ist.¹² So kann ökonomisches Kapital andere Kapitalarten erwerben, braucht aber Transformationsarbeit (z.B. narrative Rahmungen) und Investitionen (z.B. Zeit), um seine „wirksame Form der Macht zu produzieren“¹³. Der Besitz von ökonomischem Kapital ermöglicht zwar den Erwerb von anderen Kapitalien, diese sind aber nicht auf ökonomisches Kapital zu reduzieren. Grund hierfür ist die Logik der Kapitalumwandlungen, nach der die Wirkung einer Kapitalform erst dann zur Geltung kommen kann, wenn es gelingt, ihre ökonomistische Grundlage im Handeln oder in der Kommunikation über den Akt der Konvertierung zu verbergen. Es liegt in dieser „doppelten Wahrheit der Gabe“¹⁴ begründet, dass Geschenke selbstlos erscheinen und

10 Vgl. Maren Möhring, Erhard Schüttelpelz u. Martin Zillinger (Hgg.): Knappheit. Zeitschrift für Kulturwissenschaften, Bielefeld 2011, darin zu Ludwig von Mises Monika Dommann: Reden wir über Geld! Aber wie? Und wozu?, 113–121. Der US-amerikanische Wirtschaftswissenschaftler und Nobelpreisträger Gary S. Becker weitet diese Prämisse in neoklassischer Tradition beispielsweise auf Politik und Umweltschutz, auf Gesetzgebung und Strafverfolgung, Heiratsüberlegungen, Liebesentscheidungen und Familienplanung aus: „Alles menschliche Verhalten kann vielmehr so betrachtet werden, als habe man es mit Akteuren zu tun, die ihren Nutzen, bezogen auf ein stabiles Präferenzsystem, maximieren und sich in verschiedenen Märkten eine optimale Ausstattung an Informationen und anderen Faktoren schaffen.“ Gary S. Becker: Ökonomische Erklärung menschlichen Verhaltens. Tübingen 21993, 15. Einen umfangreichen interdisziplinären Überblick über Berührung und Überschneidung von rationaler Ökonomie und subjektivem Handeln verschaffen Frank Adloff u. Steffen Mau: Zur Theorie der Gabe und Reziprozität. In: diess. (Hgg.): Vom Geben und Nehmen. Zur Soziologie der Reziprozität. Frankfurt a. M. u. New York 2005, 9–57.

11 Vgl. u.a. Bourdieu (wie Anm. 8), 335–377; zugleich ders.: Die verborgenen Mechanismen der Macht. Hamburg 1992, 49–79.

12 Pierre Bourdieu: Der Einzige und sein Eigenheim. Hamburg 2006, 215 (erste Hervorhebung im Original, zweite Hervorhebung S.M.), zum ökonomischen Habitus siehe besonders 213–222.

13 Bourdieu (wie Anm. 7), 195.

14 Pierre Bourdieu: Meditationen. Zur Kritik der scholastischen Vernunft. Frankfurt a. M. 2001, 246–259.

Freundschaften außerhalb von Eigennutz stehen sollen, denn sonst ist das Geschenk kein ‚echtes‘ Geschenk und die Freundschaft keine ‚wahre‘ Freundschaft. Die „Verschleierung des Ökonomischen“ bringt jedoch eine „Schwundquote“¹⁵ in der Kapitalumwandlung mit sich. Wer die Pflicht zu Dankbarkeit und Reziprozität einer Tauschbeziehung herunterspielt, geht das Risiko ein, dass diese ausbleiben und die Anerkennung einer Schuldpflicht verweigert wird.

Ein für diese Fragen besonders aussagekräftiger Handlungszusammenhang ist der Umgang mit Geld als eben nicht nur ökonomische Praxis. Seine performativen, narrativen, materiellen und symbolischen Aspekte bilden Beziehungsarbeit ab, die durch ein komplexes kulturelles Regelwerk bestimmt ist. Die Artikulationen und Erscheinungsformen dieses Regelwerks standen im Zentrum des Innsbrucker Studienprojekts „Money Matters. Umgang mit Geld als soziale und kulturelle Praxis“, dessen Ergebnisse in diesem Band präsentiert werden.¹⁶ Die grundlegende These unserer Geldforschung lautete: Geld setzt Menschen zu sich selbst und zueinander in Beziehung. Diese Beziehungen übersteigen die Reziprozität eines Tauschkalküls. Welcher Art also sind die durch Geld gestifteten Beziehungen, welche Praktiken sind mit ihnen verbunden und welche Funktionen erfüllen sie? Diesen Überlegungen stelle ich einen kurzen Abriss über zwei unterschiedliche Lesarten des Geldes seit dem 19. Jahrhundert voran, nämlich Geld als Gleichmacher versus Geld als Gradmesser sozialer Distanz und Nähe.

15 Bourdieu (wie Anm. 7), 197.

16 Das Studienprojekt lief über vier Semester von 2011 bis 2013. Für ihr Interesse wie für ihr stetiges Engagement danke ich: Buket Borihan, Antonia Franckenstein, Norbert Grill, Iris Hafner, Alexandra Hangl, Sandra Hilzinger, Marion Hitthaler, Anna Horner, Johanna Kollreider-Schäfer, Julia Marzoner, Tjark Müller, Nadja Neuner, Alexander Piff, Daniela Pfennig, Lisa Reinhaller, Katharina Siridopoulos, Albrecht Sepp, Claudius Ströhle, Katrin Tratter, Natascha Unger, Thomas Winkler, Sandra Zangerl. Im Juni 2012 fand zudem eine studentische Tagung zum Thema statt, für deren Förderung ich dem Vizerektorat für Forschung, dem Dekanat der Philosophisch-Historischen Fakultät und dem International Office, alle Universität Innsbruck, sowie der Firma Rauchmehl, Innsbruck, dankbar bin. Den vielfältigen Einsatz aller Beteiligten honorierte das österreichische Bundesministerium für Wissenschaft und Forschung in der Vergabe des Staatspreises „Ars docendi“ in der Kategorie Innovative Lehrkonzepte im Jahr 2013 und die Universität Innsbruck im Lehrpreis „Lehrplus! 2012“ an die Projektleiterin Silke Meyer.

Mit dem von Andreas Hartmann in seinem Kommentar erwähnten Seminar im Sommersemester 2005 begann mein noch studentisches Interesse an der kulturwissenschaftlichen Geldforschung. Ich bedanke mich bei ihm für diese Inspiration und für seine Bereitschaft, seither als Diskussionspartner zur Verfügung zu stehen, zuletzt für einen Abendvortrag auf der Innsbrucker Tagung 2012. Mein Dank gilt weiterhin Gisela Unterweger und Peter F. N. Hörz für ihre Vorträge und ihre engagierte Diskussion in Innsbruck. Sophia Booz und Karin Bürkert ergänzen das Projekt aus den Themenfeldern ihrer Magisterarbeiten.

Der graue Gleichmacher Geld

Mit einem justierten Blick auf den ökonomisch handelnden Menschen ist auch ein anderes abstraktes Modell der Ökonomie in den Fokus geraten: Geld. Die Geschichte des Geldes, wie sie in den Ethno- und Kulturwissenschaften erzählt wird, ist nicht zuletzt die Geschichte der Modernisierung und der Individualisierung. Nicht selten schleicht sich in dieses Narrativ ein bedauernder Unterton ein, der aus der Entstehung und Verbreitung von Münz-, Papier- und Buchgeld eine romantisch-evolutionistische Erzählung über Nivellierungs- und Homogenisierungsprozesse macht, „a morality tale about the world that ‚we‘ have lost“¹⁷. Und wenn geldtheoretische Studien wie eine nostalgische Erzählung über eine verlorene heile Welt klingen, dann lautet ihre Moral: Geld erodiert soziale Beziehungen und die Idee von Gemeinschaftlichkeit per se.

Wie viele große Erzählungen ist diese Beobachtung keineswegs falsch. Geld hatte und hat eine objektivierende und rationalisierende Wirkung auf Menschen und ihre sozialen Beziehungen, und seine frühen Kritiker leuchteten diesen Aspekt besonders aus. So kommt Geld bei Karl Marx die Rolle des Mittlers im Warentausch zu: Geld kommodifiziert Arbeitskraft, indem die Ware ihren Gebrauchswert verliert und dieser durch einen Tauschwert ersetzt wird. Die ursprünglich an den menschlichen Bedürfnissen orientierte Handlungskette „Ware – Geld – Ware“ wird invertiert zu „Geld – Ware – Geld“, anders gesagt: Geld wird zu Kapital. Die Transaktion hat damit keinen Gebrauchswert mehr als Grundlage, sondern nur noch einen Tauschwert: „Wie im Geld aller qualitative Unterschied der Waren ausgelöscht ist, löscht es seinerseits als radikaler Leveller alle Unterschiede aus.“¹⁸ Seinen unpersönlichen Charakter erhält das Geld bei Marx dadurch, dass es in diesem Prozess der Nivellierung Differenzen zwischen Subjekt und Objekt, zwischen Mensch und Ding verblassen lässt.

Diese Rolle als homogenisierendes und damit entfremdendes Medium klingt in den Geldtheorien bis heute nach. Max Webers Motiv der Versachlichung greift eben diesen Gedanken auf: Geld als Produkt, Schmiermittel und Sinnbild des Marktes ist eine „absolute Versachlichung und widerstrebt allen urwüchsigen Strukturformen menschlicher Beziehungen.“ Geld wird zum Motor des Rationalisierungsprozesses, der die westliche Moderne und das in ihr entstehende Bürgertum kennzeichnet. Nicht mehr wohlthätige Werke, sondern „rastlose Berufsarbeit“ und „beständige Selbstkontrolle“ gelten als Mittel der Bewährung, um Gottes un-

17 Bill Maurer: *Anthropology of Money*. In: *Annual Review of Anthropology*, 35 (2006), 15–36, hier 17.

18 Karl Marx: *Das Kapital*. Kritik der politischen Ökonomie (1867–1894). In: *Marx-Engels-Werke*, 23. Berlin 1962, 146.

erforschlicher Gnadenwahl teilhaftig zu werden.¹⁹ Diese Verweltlichung, das heißt die religiös motivierte Verpflichtung zur Leistung, zum Fleiß und zur inneren Askese, macht Gelderwerb zum Selbstzweck: „Der Mensch ist auf das Erwerben als Zweck seines Lebens, nicht mehr das Erwerben auf den Menschen als Mittel zum Zweck der Befriedigung seiner materiellen Lebensbedürfnisse bezogen“, der „Erwerb von Geld und immer mehr Geld unter strengster Vermeidung unbefangenen Genießens [...], so rein als Selbstzweck gedacht,²⁰ wurde zum Ziel des menschlichen Daseins mit dem Kapitalismus quasi als Nebenprodukt.

Der wohl am meisten zitierte Geldtheoretiker des vergangenen Jahrhunderts, Georg Simmel, hebt in seiner 1900 erschienenen „Philosophie des Geldes“ dessen Doppelrolle und Dialektik hervor. Zwar sieht auch er Versachlichung und damit Entpersönlichung als Folge des Geldgebrauchs, allerdings bei gleichzeitig steigender Unabhängigkeit des Einzelnen.

Nun aber war der relativ ganz enge Kreis, von dem der Mensch einer wenig oder gar nicht entwickelten Geldwirtschaft abhängig war, dafür viel mehr personal festgelegt. Es waren diese bestimmten, persönlich bekannten, gleichsam unauswechselbaren Menschen, mit denen der altgermanische Bauer oder der indianische Gentilgenosse, der Angehörige der slavischen oder der indischen Hauskommunion, ja vielfach noch der mittelalterliche Mensch in wirtschaftlichen Abhängigkeitsverhältnissen stand; um je weniger aufeinander angewiesene Funktionen es sich handelt, um so beharrlicher und bedeutsamer waren ihre Träger. Von wie vielen ‚Lieferanten‘ allein ist dagegen der geldwirtschaftliche Mensch abhängig! Aber von dem einzelnen, bestimmten derselben ist er unvergleichlich unabhängiger und wechselt leicht und beliebig oft mit ihm. Wir brauchen noch jetzt nur die Lebensverhältnisse in einer kleinen Stadt mit denen einer großen zu vergleichen, um diese Entwicklung, zwar herabgesetzt, aber doch noch unverkennbar vor uns zu haben. Während der Mensch der früheren Stufe die geringere Anzahl seiner Abhängigkeiten mit der Enge persönlicher Beziehung, oft persönlicher Unersetzbarkeit derselben bezahlen mußte, werden wir für die Vielheit unserer Abhängigkeiten durch die Gleichgültigkeit gegen die dahinter stehenden Personen und durch die Freiheit des Wechsels mit ihnen entschädigt.²¹

Geld ist bei Simmel zugleich „der große Befreier und unbarmherzige Gleichmacher“²², es bewirkt „Distanzierung“ und durch Vertrauen „die gleichzei-

19 Max Weber: Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus (1920). München 32010, 151, 156.

20 Ebd., 78.

21 Georg Simmel: Philosophie des Geldes (1900). Frankfurt a. M. 1989, 395–396.

22 Christian Thiel: Das „bessere“ Geld. Eine ethnographische Studie über Regionalwährungen. Wiesbaden 2011, 54.

tige Überwindung derselben“ – so eine Überschrift im ersten Kapitel, der „Philosophie des Geldes“. Es ermöglicht soziale Mobilität und selbstbestimmtes Handeln, und es befreit das Individuum aus strukturellen Zwängen. Die persönliche Abhängigkeit jedoch ersetzt das Geld durch eine Abhängigkeit von anonymen Entitäten und Zweckverbänden, die Kehrseite der Individualisierung ist die Erosion persönlicher Beziehungen, wenn Handelspartner durch Institutionen wie Verbände und Berufsgenossenschaften ersetzt werden.²³ Monetarisierung wird auch hier zum Inbegriff der Modernisierung, und zwar mit voller kulturpessimistischer Wucht.²⁴

Man täte den frühen Geldkritikern jedoch Unrecht, beschränkte man sie auf diese Lesart und unterstelle ihnen, dass sie die Ambivalenz des Geldes geringschätzten. Gerade Simmel, dessen Geldtheorie stärker kulturalistische Züge trägt als die von Marx und Weber, weist ausführlich auf den Geldgebrauch als die Ermöglichung von individueller Freiheit und damit von selbstreferentieller Identitätsbildung hin. Und auch Weber erkennt die vergemeinschaftende Wirkung des Geldes in der Tatsache, dass Geld ohne Sozialität nicht funktionieren könnte:

Jeder Tausch mit Geldgebrauch (Kauf) ist überdies Gemeinschaftshandeln kraft der Verwendung des Geldes, welches seine Funktion lediglich kraft der Bezogenheit auf das potentielle Handeln anderer versieht. Denn daß es angenommen wird, beruht ausschließlich auf den Erwartungen, daß es seine spezifische Begehrtheit und Verwendbarkeit als Zahlungsmittel bewahren werde. Die Vergemeinschaftung kraft Geldgebrauchs ist der charakteristische Gegenpol jeder Vergesellschaftung durch rational paktierte oder oktroyierte Ordnung.²⁵

Damit ist nichts anderes gemeint als die Beobachtung, dass der „Geldgebrauch“ eben auch eine soziale Praxis ist.

Dennoch: Die Thesen der Entfremdung und Nivellierung sind wirkmächtig und finden auch in den Theorien des 20. Jahrhunderts ihr Echo. Der ungarische Rechtsanwalt, Journalist und Wirtschaftshistoriker Karl Polanyi verlegt „The Great Transformation“ (1944) in die neue Ökonomie des Englands des frühen 19. Jahrhunderts. Neu an diesem Ökonomieverständnis war die Trennung von Wirtschafts- und Gesellschaftsstrukturen durch den Geldhandel: alle Waren, Ländereien und Dienstleistungen wurden als Geldwert kommerzialisiert und die

23 Vgl. Simmel (wie Anm. 21), 464–470.

24 Vgl. Christoph Deutschmann: Einleitung. In: ders. (Hg.): Die gesellschaftliche Macht des Geldes. Wiesbaden 2002 (= Leviathan. Zeitschrift für Sozialwissenschaft, 21), 7–18, hier 14.

25 Max Weber: Wirtschaft und Gesellschaft – Grundriß der verstehenden Soziologie (1921–1922). Unveränderter Nachdruck der 5. Auflage. Tübingen 1976, 382.

Preise allein durch Angebot und Nachfrage geregelt. Damit drohte der entpersonalisierte (kapitalistische) Markt Schutzmechanismen für untere soziale Schichten zu zerstören: diese waren nicht mehr eingebunden in substantivistische Beziehungen, sondern als Individuen aus dem ökonomischen Kreislauf ausgeschlossen. Im Industrialisierungs- und Modernisierungsprozess wurde also der Naturalientausch zunächst durch Spezialwährungen und schließlich durch das homogene und entpersonalisierte Geld ersetzt. Der Beginn dieser Transformationsprozesse legte damit den Grundstein für eine industrialisierte und globalisierte Welt, die im vermeintlichen Kontrast zu einer geldlosen Zeit steht, in der die Menschen ihre Gaben direkt und persönlich tauschten und somit unabhängig vom Tauschmittel Geld waren.

Der Soziologe Talcott Parsons legt in seinen Veröffentlichungen der 1950er- und 1960er-Jahre die Verbreitung des Geldes als Auflösung von sich eigenständig versorgenden Einheiten und als Entfremdung in Folge von Arbeitsteilung dar. Und auch der Modernisierungstheoretiker Anthony Giddens hält Geld für „ein Beispiel für die mit der Moderne verbundenen Entbettungsmechanismen.“²⁶ Parsons bezieht jedoch Geld in seine Medientheorie ein und schreibt dem Medium symbolischen und damit kulturellen Wert zu: „It [money, S.M.] is symbolic in that, though measuring and thus ‘standing for’ economic value or utility, it does not itself possess utility in the primary consumption sense – it has no ‘value in use’ but only ‘in exchange’, i.e. for possession of things having utility.“²⁷

Unterscheidet man zwischen Wert und Tauschwert, so könnte man dem Geld neben seinem nominellen Wert auch eine Nützlichkeit zuschreiben, die Simmel das „Superadditum des Reichtums“ genannt hat: „Der Reiche genießt Vorteile, noch über den Genuss desjenigen hinaus, was er sich für sein Geld konkret beschaffen kann. Der Kaufmann handelt mit ihm solider und billiger als mit dem Armen, jedermann, *auch der gar nichts von seinem Reichtum profitiert*, begegnet ihm zuvorkommender, als dem Armen, es schwebt eine Sphäre fragloser Bevorzugtheit um ihn.“²⁸ Die „Sphäre fragloser Bevorzugtheit“ wäre in Bourdieus Modell die Kombination verschiedener Kapitalien im symbolischen Kapital. Der Eigenwert des Geldes, genauer gesagt: der Eigenwert von viel Geld, liegt also in der Genese von symbolischem Kapital. Und die Genese von symbolischem Kapital bedarf – wiederum – der Sozialität, Geld ist damit nur als Konsens, nur als gesellschaftliche Verabredung wirksam.

26 Anthony Giddens: Konsequenzen der Moderne. Frankfurt a.M. 1996, 39. Vgl. ausführlicher Emily Gilbert: Common Cents: Situating Money in Time and Place. In: *Economy and Society*, 34 (2005), H. 3, 357–388, hier 363–364.

27 Talcott Parsons: On the Concept of Political Power. In: *Proceedings of the American Philosophical Society*, 107 (1963), H. 3, 232–26, hier 236.

28 Simmel (wie Anm. 21), 274.

Die Farben des Geldes: Umgang mit Geld als soziale und kulturelle Praxis

Mit seiner These vom Geld als Konsens vergleicht Heiner Ganßmann die Funktionsweise, Zeichenhaftigkeit und Symbolik von Geld mit jener der Sprache. Geldgebrauch beruht auf einem „Set elaborierter Regeln“ – vergleichbar einer Grammatik – und erreicht erst damit seine „kollektive Intentionalität“²⁹. Der Wert des Geldes ist in seinem Zeichencharakter festgeschrieben, der Wert des Wertpapiers beruht also einzig auf seiner „Als-ob-Existenz“³⁰, wie auch der historische Kampf um die semantische Deutungshoheit und damit um die moralische Aufladung des Wertpapiergeschäfts belegt.³¹ Zum realen Tauschmittel wird Geld erst durch die Praxis und Performativität des Mediums, sprich: durch die Akteur/innen, durch deren Hände Geld alltäglich geht, die ihm durch ihr Handeln Wert zuschreiben und mit diesem Wert kommunizieren.

Dieser Blick auf den Umgang mit Geld als soziale und kulturelle Praxis erlaubt es, Geldtheorien um weitere vielfältige Funktionen und differenzierte Bedeutungszuschreibungen zu ergänzen.³² Denn: „Das Ökonomische“ ist zu keiner

29 Heiner Ganßmann: Das Geldspiel. In: Deutschmann (Hg.) (wie Anm. 24), 21–46. Ganßmann bezieht sich mit dem Begriff auf John Searle: „Jeder von uns kann ein Objekt nur dann als Geld benutzen, wenn wir alle es als Geld benutzen. In dieser Weise beruhen soziale Tatsachen auf kollektiver Intentionalität.“ John Searle: Die Konstruktion gesellschaftlicher Wirklichkeit. Reinbek 1997, 34.

30 Thomas Wegmann: Wertpapier und Zettelwirtschaften: Zur Poiesis und Mediologie gehandelter Drucksachen. In: Heinz Drügh, Christian Metz u. Björn Weyand (Hgg.): Warenästhetik. Neue Perspektiven auf Konsum, Kultur und Kunst. Frankfurt a. M. 2012, 296–326, hier 297.

31 Vgl. Niels Grüne: Wertpapierhandel und reflexive Frühmoderne. Verhältnisbestimmung von Wirtschaft, Politik und Moral in der englischen Finanzrevolution (ca. 1690–1735). In: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte, 2013, H. 2 (Themenheft Spekulation), 27–47.

32 So lautete das zentrale Erkenntnisinteresse des Innsbrucker Studienprojekts. Wertvolle Anknüpfungspunkte lieferten uns vor allem die Veröffentlichungen von Viviana Zelizer: *The Social Meaning of Money. Pin money, paychecks, poor relief and other currencies*. New York 1994; Maurice Bloch u. Jonathan Parry (Hgg.): *Money and the Morality of Exchange*. Cambridge 1989; Gilbert (wie Anm. 26); Jochen Hörisch: *Kopf oder Zahl. Die Poesie des Geldes*. Frankfurt a. M. 1996; Arjun Appadurai: *Introduction: Commodities and the Politics of Value*. In: ders. (Hg.): *The Social Life of Things: Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge 1986; Mark Granovetter: *Economic Action and Social Structure: the Problem of Embeddedness*. In: *American Journal of Sociology*, 91 (1985), 481–510 und Michel Callon: *Introduction: the Embeddedness of Economic Markets in Economics*. In: ders. (Hg.): *The Laws of the Markets*. Oxford u. Malden 1998. Anregend auch die Ausstellung „Die Sprache des Geldes“ im Museum für Kommunikation Berlin (25.09.2009 bis 14.02.2010) und der dazugehörige Katalog: Lieselotte Kugler, Gregor Isenbort u. Marion Grether (Hgg.): *Die Sprache des Geldes*, Leipzig 2009. Aus ökonomisch-anthropologischer Perspektive erfolgreich umgesetzt fanden wir den Anspruch von empirischer wie theoriebildender Geld-Forschung u.a. bei Thiel (wie Anm. 22); Gisela Unterwiesing: *Der Umgang mit Geld als kulturelle Praxis. Eine qualitative Untersuchung in der gesellschaftlichen Mitte*. Zürich 2013 sowie Sonja Windmüller u. Inga Klein (Hgg.): *Kultur der Ökonomie. Zur Materialität und Performanz des Wirtschaftlichen*.

Zeit bloß volkswirtschaftliche Theorie oder eine Verhaltenspräferenz von Hedgefondsmanagern. Es umfängt und formiert als höchst gegenwärtiges Dispositiv alltägliche Praktiken.³³ Entscheidend ist dabei, dass es nicht nur um ökonomische Praktiken wie Konsum oder Geldanlage geht, sondern alltägliche Praktiken in ökonomischer Perspektive betrachtet und analysiert werden. Entsprechend ist eine Geldtheorie erforderlich, die über die drei Geldfunktionen der Recheneinheit, des Wertspeichers und des Zahlungsmittels hinaus darüber Auskunft gibt,

[...] wie Einheit und Differenz von Tauschen, Rechnen und Sparen das Wirtschaften ebenso wie das Herrschen und Protestieren, Erkennen und Widerlegen, Anklagen, Verteidigen und Richten, Lieben und Abkühlen, Erziehen und Erwachsenwerden, Glauben und Bezweifeln sowie das Machen und Beurteilen von Kunst erleichtern und erschweren.³⁴

Eine Dichotomie muss bei dieser Herangehensweise aufgelöst werden, gemeint ist die Unterscheidung von vormodernen, nicht-industrialisierten Gesellschaften und modernen Industriegesellschaften. Die von Raymond Firth 1966 etablierten und von Robert Paine 1974 weiterentwickelten Transaktionsordnungen, das Modell einer *transactional mode of transaction* und das eines *incorporative mode of exchange*, erscheinen mir hierfür hilfreich. Auf dieser Grundlage führen Maurice Bloch und Jonathan Parry zwei Ordnungstypen ein, nämlich kurzfristige und langfristige Transaktionsordnungen. Erstere sind anonym und nicht auf dauerhafte soziale Beziehungen angelegt, letztere reproduzieren eine übergeordnete, in manchen Fällen auch kosmische Ordnung und betten das Individuum in diese moralisch aufgeladene Über-Ordnung ein.³⁵ Entscheidend ist aber, dass diese bei-

Bielefeld 2014. Die Kommunikationswissenschaftlerin Pia Krisch verknüpft Fragen der Medienkommunikation mit monetärem Alltagswissen und -handeln und hebt ebenfalls auf der Basis empirischer Ergebnisse die zentrale Rolle des Geldes in der Identitätsbildung hervor. – Ausgelassen habe ich in dieser Einleitung die Wahlverwandschaft von Geld bzw. Kapitalismus und Religion sowie die Neue Institutionenökonomik. Für erstere verweise ich auf Christoph Deutschmann: Die Verheißung des absoluten Reichtums. Zur religiösen Natur des Kapitalismus. Frankfurt a. M. u. New York ²2001 sowie auf Axel T. Paul: Die Legitimität des Geldes. In: Deutschmann (Hg.) (wie Anm. 24), 109–129. Zur NIÖ siehe grundlegend Mathias Erlei, Martin Leschke u. Dirk Sauerland: Neue Institutionenökonomik. Stuttgart ²2007 sowie Clemens Wischermann: Kooperation, Vertrauen und Kommunikation: ein Rahmenmodell des Unternehmens auf institutionenökonomischer Grundlage, oder: Was macht ein Unternehmen handlungsfähig? In: ders. (Hg.): Unternehmenskommunikation in deutschen Mittel- und Großunternehmen. Dortmund 2003, 76–92.

33 Echterhölter (wie Anm. 9), viii.

34 Dirk Baecker: Viele Gelder. Berlin 2003, 16.

35 Vgl. Fredrik Barth: Models of Social Organization, London 1966 (= Royal Anthropological Institute Occasional Paper No. 23); Robert Paine: Second Thoughts about Barth's Models. London 1974 (= Royal Anthropological Institute Occasional Paper, 32); Bloch u. Parry (wie Anm. 32), 23–30.

den Ordnungen in keiner historischen Entwicklung stehen, sondern historische wie gegenwärtige Gesellschaften synchron kennzeichnen:

Es ist bemerkenswert, wie jeder von uns in zwei Welten funktioniert: Wir leben zum einen in einer Welt des persönlichen Austauschs, der durch Sanktionen und Reziprozität gesteuert wird und der durch ein hohes Niveau an bewusster Kooperation geprägt ist; zum anderen agieren wir in einer zweiten Welt des unpersönlichen Austauschs über Märkte, die durch sich immer weiter entwickelnde kulturelle Regeln geformt werden.³⁶

Für die Bedeutung des Geldes heißt das: Geld ist auch in der Gegenwartsgesellschaft mitnichten farblos, flach und unpersönlich und vor allem nicht beschränkt auf die Erosion von sozialen Beziehungen und Gemeinschaft. Richtet man den Blick auf den Menschen, der mit Geld in Form von Münzen, Scheinen, Karten und Online-Banking täglich umgeht, dann tritt der praxeologische Aspekt in den Vordergrund: Menschen verdienen Geld und geben es in der Routine des Alltags wieder aus, aber sie legen es auch zur Seite, sparen es an, verschwenden, spenden, verschenken, vererben es und laden es so mit spezifischen Bedeutungen auf. Durch unterschiedliche Handlungen werden aus den ökonomischen Transaktionen soziale, kulturelle und symbolische Praktiken, die allesamt auf einen Geld-Habitus verweisen. Ihre Funktion ist die der Identitäts- und der Beziehungsarbeit: Menschen verorten sich selbst milieuspezifisch, biografisch, familiär und gesellschaftlich in ihrer habitualisierten Handhabung von Geld.

Die Soziologin Vivana Zelizer spricht vom „earmarking“: der gefaltete und verschenkte Geldschein wird zum Erinnerungsstück, zur Objektivierung einer sozialen Beziehung, der Dollar zum Urlaubsandenken, die Münze zum Liebespfand oder zum Talisman. Erbe, Spende, Taschen- und Trinkgeld, Alimente, Buß- und Schmerzensgelder sowie Werteinheiten in Tauschringen und Regionalwährungen bilden soziale Interaktionen der Kontrolle und Beeinflussung des Umfeldes wie des Selbstbildes ab.³⁷ Erzählungen über Geld geben nicht nur Auskunft über die subjektive Sicht auf Wirtschaftslagen, Innovationsphasen und Kulturfixierungsprozesse, sondern auch über den Stellenwert von Geld und Konsum im Lebenslauf: die Höhe des ersten Gehalts, der Preis des ersten Autos sind nicht selten Ausgangspunkt für biografische Erfolgsgeschichten, in denen gesellschaftliche

36 Vernon L. Smith: Handeln in zwei Welten. Interaktion auf Märkten und im persönlichen Austausch. In: Ernst Fehr u. Gerhard Schwarz (Hgg.): *Psychologische Grundlagen der Ökonomie*. Zürich 2002, 67–71, hier 70–71.

37 Zelizer (wie Anm. 32), 25–30.

Akzeptanz und Umgang mit Geld eng miteinander verknüpft sind.³⁸ Praktiken der Kontingenzierung und der Aufbewahrung wie das Lohnkonto oder das Sparschwein bestimmen Bedeutung und Verwendung von Geld entscheidend mit. Manche Kellner/innen geben ihren Lohn für die monatlichen Rechnungen, das Trinkgeld aber für außergewöhnliche, nicht immer notwendige Anschaffungen aus.³⁹ Haushaltsgeld, Ausgehgeld oder Zigarettengeld wird in gesonderten Töpfen aufbewahrt. Und auch Buchgeld erfährt eine Differenzierung: die sogenannten *affinity cards* – eine Übersetzung könnte Zugehörigkeitskarte lauten – verbinden Bank- und Kreditkarten mit der Biografie ihrer Nutzer/innen, zum Beispiel mit Universitäten, Sportvereinen oder ethnischen und professionellen Zugehörigkeiten. Der Einsatz dieser *affinity cards* bietet zugleich die Möglichkeit eines karitativen Zwecks, wenn ein (geringer) Prozentsatz des ausgegebenen Geldes der Einrichtung zugutekommt – die Kosten hierfür trägt die Bank oder Kreditinstitution.⁴⁰

Geld ist nicht gleich Geld, und Geld tritt in so unterschiedlichen Erscheinungsformen und Funktionen auf, dass es aus ökonomisch-anthropologischer Perspektive sinnvoller ist, nicht mehr von Geld an sich, sondern von Geldern im Plural, genauer noch „special purpose monies“ (Polanyi), zu sprechen.

Multiple monies matter as powerful, visible symbols of particular types of social relations and meanings. But they are more than that; they directly affect social practices. People not only think or feel differently about various monies, but they spend them, save them, or give them for different purposes and to different people. What's more, some groups [...] erect entire programs of reform intended to spread a particular system of earmarking monies.⁴¹

Damit wird Geld zu einem kulturellen Phänomen und einer sozialen Tatsache⁴²: es bringt Praktiken und Deutungen hervor, indem es zugleich Handlungsweisen und Bedeutungszuschreibungen lenkt, einschränkt und reguliert.⁴³ Materialien,

38 Vgl. Albrecht Lehmann: Geld, Einkommen und Preise. Überlegungen zum Erzählen über ein heikles Thema. In: Andreas Hartmann u.a. (Hgg.): Die Macht der Dinge. Symbolische Kommunikation und kulturelles Handeln. Münster 2011, 195–207.

39 Vgl. Silke Meyer: Stimmt so. Zur sozialen und kulturellen Bedeutung von Trinkgeld. In: Konrad Köstlin, Andrea Leonardi u. Paul Rösch (Hgg.): Kellner und Kellnerin. Eine Kulturgeschichte. Cameriere e Cameriera. Una Storia Culturale. Meran 2011, 259–275.

40 Vgl. www.affinitycards.co.uk/index.htm (Stand: 25.01.2014).

41 Zelizer (wie Anm. 32), 211.

42 „La monnaie [...], c'est essentiellement un fait social.“ Marcel Mauss: Les origines de la notion de monnaie. In: ders.: Œuvres, vol. 2, Représentations collectives et diversité des civilisations. Paris 1969, 106–112, hier 106.

43 Vgl. Ganßmann (wie Anm. 29), 24.

noch allgemeiner, Dinge werden erst zu Geld, wenn Menschen sie als Geld behandeln. Wenn die gesellschaftliche Verabredung diese Dinge aber zu Geld gemacht hat, dann kanalisieren diese Gelder das menschliche Verhalten.

In den klassischen Definitionen von Geld als Recheneinheit, Wertspeicher, Tausch- und Zahlungsmittel tauchen die sozialen Funktionen der Identitätsbildung, der Selbstvergewisserung, der Zugehörigkeit, der Erinnerung und der Gemeinschaftsbildung nicht auf. Die Existenz der vielen Gelder und ihrer vielfältigen Bedeutungen zeigt jedoch: neben der Homogenisierung von Geld, etwa durch den Euro, erleben wir gleichzeitig eine Differenzierung des Mediums. All diese Spezialwährungen werden durch den Umgang mit ihnen mit Bedeutung aufgeladen: Sie werden zum Ausdruck sozialer Beziehungen, von Intimität und Nähe, von moralischen Ansprüchen, von Identitätsarbeit und Selbst- und Fremdbildern.⁴⁴

Materialität und Erscheinungsbild des Geldes

Trotz aller Virtualisierung gehen ökonomische Akteur/innen alltäglich auch und vielleicht sogar in erster Linie mit Münzen und Scheinen und damit mit deren visuellen, haptischen, akustischen und olfaktorischen Erscheinungsbildern um. Bereits der Blick auf ihre Oberfläche lässt Geldscheine in ihrer Funktion als soziale Felder der Interaktion erkennen. So fungiert beispielsweise auf dem Euroschein die Unterschrift des Präsidenten der Europäischen Zentralbank als Wertzusage. Als mit dem Wechsel zum Euro die D-Mark zum Erinnerungsgegenstand wurde, wie ihn Karin Bürkert in ihrem Beitrag beleuchtet, trat ihre Bedeutung als Garant für Wohlstand und Sicherheit wie als Symbol für Aufschwung und Wachstum noch deutlicher hervor. Die Währung trug eine starke kulturelle wie soziale Aufladung in sich:

D-Mark, das war nach dem Krieg in der Aufbauphase – Deutschland war ja am Boden und dann – die D-Mark hat sich dann doch sehr schnell als Währung in Europa und dann auf der ganzen Welt hervor getan und war damit auch ein Zeichen unserer Wirtschaftlichkeit. Ne, so Stabilität verbinde ich damit. Und in der D-Mark, sage ich mal, hat sich das deutsche Wirtschaftswunder widerspiegelt, nicht?⁴⁵

⁴⁴ Vgl. Zelizer (wie Anm. 32), 25–30.

⁴⁵ Das Interview mit H.S. (männlich, geb. 1950) stammt aus der Studie von Karin Bürkert: „Die gute alte D-Mark“ und was von ihr geblieben ist. Eine ethnografische Studie zum Erinnerungswert von altem Geld. Unveröff. Magisterarbeit. Tübingen 2008, 77.

Interviewpartner/innen machten dies auch am Erscheinungsbild und der Haptik der D-Mark fest. Adler, Eichenlaub und Porträts galten in der Debatte um die Euro-Ikonografie mehr denn je als Symbole der Beständigkeit und des Eigenen. Und auch in ihrer Haptik erfuhr die D-Mark, vor allem in der Abgrenzung zum Euro, zur italienischen Lira und zur Ostmark, eine Wertsteigerung. Zwar sind bzw. waren Euro und D-Mark beide aus Baumwolle hergestellt,⁴⁶ aber sie werden unterschiedlich wahrgenommen und gedeutet:

T.R.: Aber das hat für mich irgendwie, ich sage mal, den Charakter Spielgeld. Also, wenn du das anlangst, einen 50-Euro-Schein und einen 50-D-Mark-Schein, schon allein vom Papier her, weißt du, das ist irgendwo ...

M.R.: Griffiger.

T.R.: Ja. Fass bloß die zwei mal an, das hast du wahrscheinlich noch gar nicht gemerkt, das ist irgendwie so billig gemacht irgendwo, finde ich.⁴⁷

In einem Schreibauftrag haben die Innsbrucker Studentinnen Iris Hafner, Anna Horner und Natascha Unger nach modifizierten Geldscheinen und ihren Geschichten gefragt. Obwohl sich deren monetärer Wert durch Abnutzung, Risse oder Beschriftung nicht verändert, ändern diese Gebrauchsspuren die emotional-symbolische Wahrnehmung des Geldes wie seine sozio-kulturelle Funktion.⁴⁸ Die eingesandten Scheine wurden in ihrem Erinnerungs- und Symbolwert anders und zum Teil höher bewertet als in ihrem ursprünglichen Zahlungswert, das heißt, einem Geldandenken mit einer solchen Botschaft wird sein Nennwert entzogen, indem er seinen ewigen Platz im Portemonnaie oder im Urlaubsalbum einnimmt. Dies gilt für alte und aktuelle Währungen, welche als Schmuck, Wandbehang oder Dekoration dienen, ebenso wie für mit Nachrichten, Autogrammen, Telefonnummern oder ähnlichem beschriebene Geldscheine, welche die Funktion eines Andenkens übernehmen. Die Autorinnen leuchten die Oberfläche von Geldscheinen auch als Ort des Protests aus. Ein solches Beispiel stellt das Titelbild des Bandes dar: Im Vorfeld zur Fußballweltmeisterschaft 2014 in Brasilien erlebte die dortige Bevölkerung einen immensen Preisanstieg, der im Spott über den Kaufwert der brasilianischen Währung mündete: Der Reais sei mittlerweile eher

46 Vgl. www.ecb.europa.eu/pub/pdf/other/euro_became_our_moneyen.pdf?1eb5eeea6cdda8f332e077e52bfeaade (Stand: 16.09.2013).

47 Interview mit Familie R., T.R. (männlich, geb. 1980) und M.R. (weiblich, geb. 1954), zitiert nach Bürkert (wie Anm. 45), 90–91.

48 Die gesetzliche Grundlage zur Modifikation von Geldscheinen lautet: Wenn mehr als 50% des Geldscheins vorhanden sind, kann er problemlos eingetauscht werden und verliert nicht an Wert. Siehe auch den Beitrag von Anna Horner, Iris Hafner und Natascha Unger in diesem Band.

ein Surreais. Die Journalistin Patricia Kalil gab der Protestbewegung, die auf der Facebook-Seite „Rio Surreal“ u.a. vor konkreten Geschäften mit Preiserhöhung warnt, ein Gesicht und entwarf Geldscheine, die anstelle der Porträts, Pflanzen- und Tiermotive der brasilianischen Währung das Gesicht des Surrealismus-Künstlers Salvador Dalí zeigen. Auch die Schriftzüge der 2010 in Umlauf gebrachten neuen Serie wurden entsprechend umgedeutet, um die subversive Botschaft zu überbringen. Aus „República federativa do Brasil“ wurde „A república fede no Brasil“ (übersetzt „die Republik in Brasilien stinkt“), im Wortspiel von „federativa“ und „fede“ wird aus der föderativen Republik also eine mit üblem Geruch. Sogar „Gott wurde getäuscht“ („Até deus foi enganado“) in dem herrschenden Chaos („Baderna“) der überhöhten Preise. Geld, so könnte man zusammenfassen, stinkt also doch.

Der enge Zusammenhang zwischen Gelddesign und kollektiver Identitätsarbeit wird besonders deutlich, unterzieht man die Scheine einer ikonografischen Analyse, wie Daniela Pfennig es für historische und gegenwärtige Regionalwährungen und speziell für das Tiroler Notgeld der 1920er-Jahre unternommen hat. Die symbolische Kommunikation funktioniert über ihre regionalspezifische Materialität sowie über die Motivik von Wahrzeichen, historischen Ereignissen und Landschaft. Über die Ikonografie wird die Zahlungsgemeinschaft zu einem engen persönlichen Zusammenhalt und ihr Geld zu einer positiv besetzten Objektivierung dieses Wir-Gefühls.

Umgang mit Geld als Selbsttechnologie: „ein Kampf mit mir selbst“

Mein Umgang mit dem Geld ist ein spannender, elektrisierender, berechen- und doch unberechenbarer, liebevoller, resignierender, Kräfte zehrender, sportlicher, nonchalanter, verbissener, nicht zuletzt kampflustiger und noch vieles mehr ...

Fast erinnert er mich an eine schlechte Beziehung: Wir haben schon gute und schlechte Zeiten hinter uns. Doch oft habe ich das Gefühl, ich bemühe mich, investiere, nehme mich selbst zurück, arbeite an unserem Zusammenhalt, erhalte ein paar schöne belohnende Stunden als Gegenleistung, nur dass mir das undankbare Luder immer wieder aufs Neue durchbrennt. Und zwar mit meiner eigenen Gier, der Konsumgeilen.

Der Umgang ist somit natürlich ein Kampf mit mir selbst. Und das ist einer der schwersten, denn ich muss Verantwortung tragen. Mit Geld ist eben nicht zu spaßen.

(Einsendung 26 auf Schreibauftrag „Tricks“)

Der Wandel in der Materialität von Zahlungsmitteln ist zugleich die Geschichte des Geldes von Naturalien über Wechselscheine und Notengeld bis zum elektronischen Geld. Auch hierfür gilt, dass sich die Prozesse der Monetarisierung als Dynamik der Modernisierung lesen lassen. Aldo Haesler interpretiert – ganz in der kulturpessimistischen Tradition – die Dematerialisierung des Geldes als Verschleierung oder gar als Auflösung von Reziprozität in einer desorientierten, irreflexiven Moderne – „eine[r] Moderne, die irre geworden ist, irre an ihren eigenen Vorstellungen, irre und blind zugleich“.⁴⁹

In ihren alltäglichen Geld-Routinen nutzen Menschen Münzen, Scheine, Karten und Online-Überweisungen gleichermaßen. Sicherlich lässt sich eine Tendenz zum vermehrten Einsatz von elektronischem Geld beobachten, die Münzen und Scheine sind jedoch keineswegs aus unseren alltäglichen Konsumroutinen verschwunden. Georgios Papadopoulos konstatiert nach einer Phase der anfänglichen Begeisterung für das elektronische Geld sogar eine auffällige Zurückhaltung in seiner Nutzung.⁵⁰ Wann Bargeld und wann Buchgeld zum Einsatz kommt, für welche Zahlungsart man sich beim Einkaufen von Lebensmitteln, bei der Bezahlung des Mittagessens oder am Parkautomaten entscheidet, unterliegt einem Regelwerk, das darauf hindeutet, dass das dematerialisierte Geld vor allem eines verschleiert: die Knappheit der Ressource. Einsendungen dokumentieren sowohl die Angst vor dem Kontrollverlust wie auch die Lust am Selbstbetrug vor allem bei Luxus-Ausgaben, da, wie Tjark Müller in diesem Band zeigt, der Einsatz der Karte weniger schmerzt, als mit Bargeld zu zahlen.

Diese gesellschaftliche Furcht vor unlimitierter Geldausgabe und die gleichzeitige Faszination für unermessliche Geldmengen lassen sich jedoch historisch nicht nur in der kulturpessimistischen Lesart der Geschichte des Kreditwesens zurückverfolgen, in der der Schuldschein die persönliche Schuldbeziehung ersetzt.⁵¹ Ein ganz anderer Meilenstein der Geldgeschichte, nämlich die Einführung von Geldautomaten in Deutschland in den späten 1960er-Jahren, belegt exakt diese Bedenken, dass die automatische Geldausgabe unangemessene Konsumfantasien und falsche Begehrlichkeiten weckt. Sophia Booz führt in diesem Band die Zuschreibung des Verführers auf das Medium Geld wie auf die technische Natur des Automaten aus und zeigt, dass die Kombination beider erhebliche moralisi-

49 So vor allem Aldo J. Haesler: *Irreflexive Moderne: die Folgen der Dematerialisierung des Geldes aus der Sicht einer tauschtheoretischen Soziologie*. In: Deutschmann (Hg.) (wie Anm. 24), 177–200, hier 197.

50 Vgl. Georgios Papadopoulos: *Electronic Money and the Possibility of a Cashless Society*. Working Paper, 18.02.2007, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=982781 (Stand: 19.09.2013).

51 Vgl. Michael North: *Kleine Geschichte des Geldes. Vom Mittelalter bis heute*. München 2009, 95–120.

sche Bedenken und diffuse gesellschaftliche Ängste hervorrief. Ähnlich wie die Schuldscheine der Vergangenheit und die Plastikkarten der Gegenwart verschleiert nämlich der Geldautomat die Knappheit der Ressource und anonymisiert durch seine technische Neutralität die Praxis des Geldabhebens. Wo zuvor die Bankangestellten Kontrollinstanz und Sozialität zugleich verkörperten, stand nun der anonyme Verführer, in der zeitgenössischen Kritik geradezu eine Einladung an die Kriminalität.

Aber: dass die Prozesse der Technisierung und der Dematerialisierung des Geldes seine Akteur/innen hilflos, „irre und blind“ machen, trifft nicht zu. Die Einsender/innen erkennen und thematisieren ihre Selbsttäuschungen durchaus selbstironisch. Aussagen wie „Mein Freund und ich scherzen immer, dass wir gewisse Sachen lieber mit Kreditkarte bezahlen, ‚weil dann kostet’s nix“ (Einsendung 10 auf Schreibaufwurf „Tricks“) oder „Mein Zugang: Ich bin 33 Jahre jung und habe keine Bancomatkarte, da ich sonst B(l)ancomat wäre“ (Einsendung 3 auf Schreibaufwurf „Tricks“) zeigen, dass sie diese Praktiken der Selbstkontrolle selbstreflexiv und distanziert interpretieren. Durch den ironischen Ton erhöhen sie die sozioökonomische Kompetenz, die sie dem kontrollierten Umgang mit Geld zuschreiben. Wer so über die Bedeutung des Geldes im alltäglichen Umgang schreibt, der ist des Geldes Herr geworden und entzieht ihm kühl seine Macht.

Weitere Strategien zielen auf Sparsamkeit: Einsender/innen brechen große Scheine ungern an in der Hoffnung, damit weniger auszugeben („Große Scheine ‚reiß‘ ich nur ungern an, dann wären sie ja ‚weg‘, sind sie aber einmal ‚angerissen‘ geht mir das Geld interessanterweise meist leichter von der Hand“, Einsendung 14 auf Schreibaufwurf „Tricks“), andere wiederum mögen keine großen Scheine, da sie hohe Ausgaben mit ihnen assoziieren:

Mittlerweile hebe ich bei jeder Behebung ca. 90 bis 150 € ab. Und zwar nur 10-er Scheine. 50-er nerven, weil, wenn man sie ausgibt, vermittelt einem das ständig das Gefühl, viel Geld ausgegeben zu haben und anschließend nur ein paar läppische 10-er in der Börse zu haben. Noch unlieber sind mir die 20-er. Die sind nicht Fisch und nicht Fleisch. Da lobe ich mir die schönen, kleinen 5-er Scheine – das macht was her, wenn man irgendwo ein schönes Trinkgeld geben möchte, aber dennoch ist es nicht allzu viel. Leider sind die 5-er Scheine sehr selten, finde ich. Ideal fände ich ja eine 2-er Note!

(Einsendung 29 auf Schreibaufwurf „Tricks“)

Manche versuchen ihren Konsum einzudämmen, indem sie nur geringe Mengen Bargeld, zum Beispiel 20 Euro, bei sich tragen. Dabei nehmen sie durchaus Zeitverlust durch das häufigere Aufsuchen des Bankautomaten in Kauf. Die Termi-

nierung von fixen Kosten wie Miete wird als weiterer Trick genannt, um weniger Geld auszugeben:

Viele Menschen tappen in die Falle des ‚Monatsanfangs‘. Es kommt einem doch immer mehr vor als es in Wahrheit ist, wenn am Monatsersten das neue Gehalt kommt/ Unterstützung, was auch immer. Ein Trick von mir ist es deshalb, dass ich mir so manche große Zahlungen (z.B.: Miete) für die Monatsmitte aufhebe. So passe ich mehr auf, wieviel Geld ich ausgabe, weil ich weiß, ich hab noch einen großen Brocken zu zahlen. Dadurch gebe ich de facto weniger aus als wenn ich alles am Monatsanfang gleich vom Konto abbuchen lasse.

(Einsendung 11 auf Schreibaufwurf „Tricks“)

Kontrolle über Geld zu gewinnen, gelingt also mit vielerlei Praktiken, darunter auch mit dem Führen von Listen und Haushaltsbüchern, mit dem Abheften von Einkaufsbons und Kontoauszügen.⁵² So ist die tabellarische Gegenüberstellung von Einnahmen und Ausgaben auch eine ritualisierte Sequenz in der RTL-Sendung „Raus aus den Schulden“. Zu Beginn der Episode zückt der Schuldnerberater Peter Zwegat, am Flip-Chart stehend, den Rotstift und visualisiert die Misere seiner Klient/innen in der Summe, die schließlich unterm Strich steht.

Die Erstellung von Listen und das Führen von Haushaltsbüchern lassen sich als Praktiken der Kontrollnahme und der Selbstermächtigung im monetären Alltag interpretieren. Auch hierfür gibt es historische Vorläufer, die den Umgang mit Geld in die Nähe der Arbeit am Selbst rücken. Übersichten zu erstellen gibt gleichzeitig die Möglichkeit zur Erinnerung und zur Selbstreflexion. Diese Kulturtechnik des „schreibenden Bilanzierens“⁵³ und damit des identitätsstiftenden Erinnerens und Evaluierens greift auf Vorbilder zurück, deren historischer Kontext die Entstehung und den Wandel des Zusammenhangs von ökonomisch-administrativen Selbstzeugnissen, Selbstverständnis und Selbstführung illustriert. Anschreibebücher des 18. und 19. Jahrhunderts beispielsweise verbinden Wirtschaftsführung, Lohnzahlungen, Familienereignisse, soziale und politische Ereignisse, Wetterberichte und Selbstbeobachtungen in mehr oder weniger normierter Form von Listen- und Kalendereinträgen.⁵⁴ Geld und das Streben nach seiner

52 Vgl. Krisch (wie Anm. 32), 142.

53 Ulrich Schwarz: „Über diesen Koffer könnte man einen Roman schreiben ...“ Quellenkritische und diskursanalytische Lesarten eines Anschreibebuches aus dem Weinviertel (1945–1950). Unveröff. Diplomarbeit, Universität Wien, 2008, zur Schrift als Kulturtechnik siehe Sybille Krämer: „Schriftbildlichkeit“ oder: Über eine (fast) vergessene Dimension der Schrift. In: dies. u. Horst Bredekamp (Hgg.): Bild – Schrift – Zahl. München 2003, 157–176, hier 169–171.

54 Für detaillierte Analysen und theoretische Einordnungen des Anschreibebuchs siehe Schwarz (wie

Vermehrung spielten bei den bäuerlichen Schreiber/innen eine wichtige Rolle.⁵⁵ Historisch wie gegenwärtig gilt, dass die Praktik des Auflistens als eine Form der „Selbstaussweisung“⁵⁶ gelten kann, mit der das schreibende Individuum sich in kollektive, mit Wert- und Normvorstellungen aufgeladene Kontexte einordnet: „Auf der einen Seite gibt es einen ‚Bezug zu sich‘, der sich aus der Beziehung zu den anderen herleiten lässt; auf der anderen Seite gibt es zudem ein ‚Sich-Konstituieren‘, das sich aus dem moralischen Code als Regel des Wissens ableiten lässt. Diese Ableitung, diese Abkopplung gilt es in einem Sinne zu verstehen, in dem der *Bezug zu sich* Unabhängigkeit gewinnt.“⁵⁷

Diese „Verinnerlichung des Außen“⁵⁸ in der Buchführung als ökonomische Kompetenz wirkt für die Subjektconstitution fundamental. So häufen sich in den Einsendungen und Interviews Formulierungen wie „[I]ch bin einfach nicht so“, „Ich bin keine, die [...]“ oder „[S]o etwas gibt es bei mir nicht“, vor allem wenn es um Praktiken der Budgetierung oder des Kontrollierens geht. Als Hintergrund dieser Selbstpositionierung wird vielfach der Umgang mit Geld in der Herkunftsfamilie und in der Erziehung angeführt.⁵⁹ Mit dieser signifikanten Phase der Identitätsbildung und der Geld-Sozialisation beschäftigt sich in diesem Band Gisela Unterweger eingehender. Der Umgang mit Geld oder der „Kampf mit mir selbst“ bildet – zumindest in dem hier angesprochenen studentisch-bürgerlichen Milieu, aus dem die Einsendungen auf die Schreibaufträge überwiegend stammen – eine ökonomische Kompetenz ab, die dem Zustand der Überforderung entgegenwirkt, mit dem Gefühl der Eigenwirksamkeit und Stärke einhergeht und mit Selbstkon-

Anm. 53), speziell zu Gattungsfragen 99–105, http://othes.univie.ac.at/2861/1/2008-11-19_9871376.pdf (Stand: 02.02.2014), siehe auch Marie-Luise Hopf-Droste: Vorbilder, Formen und Funktionen ländlicher Anschreibebücher. In: Helmut Ottenjann u. Günther Wiegelmann (Hgg.): Alte Tagebücher und Anschreibebücher. Quellen zum Alltag der ländlichen Bevölkerung in Nordwesteuropa. Münster 1982, 61–84, Klaus-Joachim Lorenzen-Schmidt u. Björn Poulsen: Bäuerliche (An-)Schreibebücher als Quellen zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte. In: diess. (Hgg.): Bäuerliche Anschreibebücher als Quellen zur Wirtschaftsgeschichte. Neumünster 1992, 9–28; Jan Peters: Zur Auskunftsfähigkeit von Selbstzeugnissen schreibender Bauern. In: Winfried Schulze: Ego-Dokumente. Annäherung an den Menschen in der Geschichte. Berlin 1996, 175–190.

55 Vgl. Marie-Luise Hopf-Droste: Das bäuerliche Tagebuch. Fest und Alltag auf einem Ardländer Bauernhof 1873–1919. Cloppenburg 1981, 22.

56 Schwarz (wie Anm. 54), 213.

57 Gilles Deleuze: Foucault. Frankfurt a. M. 1992, 139, Hervorhebung im Original.

58 Ebd.

59 Vgl. Unterweger (wie Anm. 32), 225–232; Gisela Unterweger: „Das es ein Ding gibt dazwischen“. Die Balance zwischen Geld sparen und Geld ausgeben als kulturelle Strategie. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde, 105 (2009), 127–151, hier 134, für derartige biografisch-familiäre Verweise siehe auch Krisch (wie Anm. 32), 180–183.

trolle und Souveränität gleichgesetzt wird.⁶⁰ Die Wirkung des Identitätsdiskurses um die Verantwortung für die eigene Verbraucherschaft gemäß dem Ideal eines *consumer citizenship* lässt sich auch am Umgang mit Geld ablesen:

Doch lieber die Vollkorn-Bio-Spaghetti oder doch die im größten Pack für das wenigste Geld? Bio soll ja auch nicht die Lösung aller kulinarischen Probleme mehr sein und nicht mal fair Trade soll man auch nicht mehr glauben können ... oder wäre es vlt doch manchmal einfacher, keine Wahl zu haben? Porree als Ausdruck meiner Lebensweise, spanische Gurken meine eigene kleine Rebellion. [...] Ob ich nun für meine Haarpflege 80 Cent oder 4 Euro ausgabe ist somit so relevant wie das Fußballfeld und das Sandkorn und trotzdem freu ich mich über derlei Ersparnisse. „Ich bin Verbaucher [sic!]“, sage ich mir stolz „Gestalter meiner eigenen Nachfrage“. Ist das denn nicht auch Teil meiner Selbst? Meiner Selbstdarstellung?

(Einsendung 26 auf Schreibauftrag „Tricks“)

Hinter dieser „Selbstdarstellung“ stehen Überlegungen zur Nachhaltigkeit wie zum Kosten-Nutzen-Kalkül und Abwägungen verschiedener Kapitalsorten gleichermaßen. Aus der Frage „Kann ich mir das leisten?“ wird der Gedanke „Was sagt das über mich?“ Werte wie Genussfreude oder Genügsamkeit, Sparsamkeit und ökonomische Kompetenz sind Teil dieser Arbeit am Selbst. Gisela Unterweger ist den identitätsbildenden Konsumpraktiken empirisch nachgegangen und arbeitet heraus, dass der Umgang mit Geld in der gesellschaftlichen Mitte⁶¹ besonders von Strategien der Entdramatisierung gekennzeichnet ist. Das normative Ideal der Mittelschicht im Umgang mit Geld ist vor allem geprägt durch Ausgewogenheit, das heißt Konsumgenuss in Maßen, nicht als Selbstzweck betriebenes Sparen, geringes Risiko bei der Geldanlage und keine Verschuldung außerhalb von Hypothekarkosten oder Ausbildungskrediten.⁶² Unter diesen Rahmenbedingungen ist das Ziel des Konsums die Selbstbestimmung: das Ideal der Sparsamkeit, bei allen Befragten präsent, wird durch Bequemlichkeit oder Feierlaune („sich auch mal was gönnen“) ebenso bewusst unterlaufen wie das Ideal des Konsumgenuss durch „lustvoll erlebte Selbstbescheidung“⁶³ oder durch die Freude, bei Aktionen zufällig ein Schnäppchen gemacht zu haben. Wichtig ist bei

60 Vgl. Helen C. Boucher u. Monthe N. Kofos: The Idea of Money Counteracts Ego Depletion Effects. In: *Journal of Experimental Social Psychology*, 48 (2012), 804–810.

61 Für Unterwegers Studie heißt Mitte: die Befragten haben einen Studienabschluss an einer Fachhochschule oder Hochschule, sie sind erwerbstätig und verfügen über ein persönliches monatliches Nettoeinkommen zwischen ca. 2.500 und 20.500 Euro. Vgl. Unterweger (wie Anm. 32), 89.

62 Vgl. ebd., 91–120.

63 Ebd., 103.

letzterem Verhalten, dass die Akteur/innen angeben, nicht bewusst nach günstigen Angeboten zu suchen, sondern zufällig über Mengenrabatte oder ähnliches zu stolpern. Sparendes Einkaufen ist kein Selbstzweck, in anderen Worten: Rechnen zu können wird anders bewertet als rechnen zu müssen.

Diese Verknüpfung von ökonomischer Kompetenz und Selbstbild wird auch in der Studie von Buket Borihan, Antonia Franckenstein, Sandra Hilzinger und Lisa Reinthaler deutlich, die sich mit dem Umgang mit Geld auf Langzeitreisen befasst. Bei studentischen Rucksackreisenden, die den Erfolg oder Misserfolg ihrer Unternehmung und ihr symbolisches Kapital daran messen, wie unabhängig sie vom ökonomischen Kapital sind, spielt der Umgang mit Geld paradoxerweise eine zentrale Rolle. So wird sparsames Verhalten mit Lernprozessen der Ortskundigkeit und lokaler Expertise gleichgesetzt, für das durchaus auch ein „Lehrgeld“, zum Beispiel in Touristenpreisen und überhöhtem Trinkgeld, gefordert wird. Das Gelingen der Reise schließlich wird in anderer Form bewertet, die eigentliche Währung für die Reisenden ist Zeit und nicht Geld.

In allen Studien wird deutlich, dass die Akteur/innen Wert darauf legen, in ihren Selbst-Entwürfen den eingeschlagenen Mittelweg als ökonomisch sicheres und kompetentes wie selbstbestimmtes Handlungsmuster darzustellen. Der Luxus der Langzeitreise wird kombiniert mit Idealen der Sparsamkeit und des Haushaltens, extravagante Konsumwünsche werden konterkariert mit Sparangeboten. In den Augen der Befragten ist mit der Vorstellung, „das Biest [Geld] zu zähmen“⁶⁴, zunächst eine Absage an den demonstrativen Konsum und damit ein Zuwachs an subjektiver Freiheit und Autonomie verbunden. Damit werden auch die Umstände, ökonomisches Kapital durch Arbeit zu generieren, zu einem selbstbestimmten Ziel, sprich: aus Arbeit und Leistung wird Selbstverwirklichung. Der Rückschluss zu Webers Konzept der protestantischen Ethik als Kennzeichen einer bürgerlichen Gesellschaft liegt auf der Hand: „Der Mensch ist auf das Erwerben als Zweck seines Lebens, nicht mehr das Erwerben auf den Menschen als Mittel zum Zweck der Befriedigung seiner materiellen Lebensbedürfnisse bezogen.“⁶⁵ In Foucaults Konzept der Subjektivierung verbirgt sich hinter diesem Mittelweg jedoch nicht die Entdeckung des autonomen Selbst, sondern die verselbstständigte Integration in eine Normalisierungsgesellschaft, die Angemessenheit zum Ideal erhoben hat. Damit wird das Maßhalten zur – wenig selbstbestimmten – Selbstdisziplinierung.

64 Ebd., 146.

65 Weber (wie Anm. 19), 78.

Beziehungsarbeit: Umgang mit Geld als Praxis der sozialen Verortung

Geld ist vor allem dann zentrale und aussagekräftige Ressource, wenn es – mehr als allgemein gültig – dem Prinzip der Knappheit unterliegt. Entsprechend wichtig war es uns, den Geldpraktiken in der Mittelschicht den monetären Umgang mit Armut gegenüber zu stellen. Beobachtungen zum Umgang mit Geld bei den (Ver-)Käufer/innen einer Tiroler Straßenzeitung (Alexander Piff und Claudius Ströhle), in einer karikativen Einrichtung, die informelle Überbrückungskredite gibt (Alexandra Hangl), im Innsbrucker Kostnix-Laden (Katrin Tratter) und im Pfandleihhaus (Nadja Neuner) zeigen, dass bei einem Mangel an ökonomischem Kapital andere Kapitalformen eine neue Bedeutung erhalten. Unter Bedingungen der Armut manifestiert sich im Umgang mit Geld mehr als der Zugang zu einer knappen Ressource.⁶⁶ Zwar sind in den Zwängen der Alltagsbewältigung manche Praktiken wie Preisvergleiche oder das Wissen um die günstigsten Angebote existentiell notwendig. Wenn aber die 35-Jährige Irene Mölk (ihr Name ist anonymisiert), die ohne Wohnung und Erwerbstätigkeit in Münster lebt, über ihren Umgang mit Geld spricht, kommen dem Medium dabei mehrere Rollen zu:

I.M.: [...] also, ich muss ja sparen, is ja klar. Wenn du nichts hast, dann kannst du auch nichts ausgeben. Aber ich schau immer auch nach dem nächstteuereren, das ist schon komisch, auch wenn ich mir das gar nicht leisten will. Aber ich kann dir nicht nur sagen, wo es das und das am billigsten gibt, sondern auch, wo es das teurer gibt und was es dann kostet.

S.M.: Und warum machst Du das?

I.M.: Das ist eine gute Frage. Weil, bringt ja nichts. ... Aber schon. Ja, das macht man halt auch.⁶⁷

⁶⁶ Es ist bezeichnend, dass sich eine Reihe von Student/innen Forschungsfelder aussuchten, die vom Mangel an Geld gekennzeichnet sind. Ich deute dies als einen Trend, der sich auch in der Europäischen Ethnologie allgemein abzeichnet. Während Michi Knecht 1999 die Themenfelder Armut, Wohnungs- und Arbeitslosigkeit noch als Forschungsdesiderat bezeichnet (Michi Knecht [Hg.]: Die andere Seite der Stadt. Armut und Ausgrenzung in Berlin. Köln, Weimar u. Wien 1999, 326–328), widmeten sich seither Europäische Ethnolog/innen, darunter z.B. in Graz die verstorbene Elisabeth Katschnig-Fasch und ihre Schüler/innen Gerlinde Malli, Gilles Reckinger und Diana Reiners, mit verstärktem Interesse der Erforschung vom Alltag in Armut. Den damit verbundenen Problemen eines *Othering* durch erneute Stigmatisierungen der Armutsopfer in ihrer „Culture of Poverty“ (Oscar Lewis) oder, in der praxeologischen Hervorhebung der Akteursperspektive, der Verharmlosung bzw. Individualisierung sozialer Missstände begegnen sie methodisch reflexiv.

⁶⁷ Das Interview entstammt einer Feldforschung, die ich zum Umgang mit Geld bei Menschen ohne Wohnung im Jahr 2008 durchgeführt habe. Stattgefunden hat das Gespräch im Aufenthaltsraum des Frauenhauses Münster, es dauerte 87 Minuten.

Die Antwort auf meine Nachfrage ließe sich zunächst ebenfalls als Mittel der Selbstdisziplinierung interpretieren. Preise zu vergleichen ist eine Strategie des Maßhaltens, durch die sich die Handelnden als ökonomisch kompetent ausweisen. Im Nachsatz steckt jedoch noch ein anderer Interpretationsgehalt: „Das macht man halt so“ ist mehr als der Ausweis einer kompetenten Haushalts- und Buchführung. Mit dieser Aussage und mit einem Preis-Leistungs-Denken ordnet die Akteurin ihr Handeln in den ökonomischen Habitus der Mittelschicht ein, welcher ihr erstrebenswert, weil normativ ratifiziert erscheint. Impliziert ist darin die Möglichkeit zur Wahl im Konsumverhalten, die sie zwar faktisch nicht besitzt, die sie sich narrativ im Interview und praktisch, also im Vergleichen der Preise, aber aneignet. Sicherlich ist ihr tatsächliches Konsumverhalten durch eine „*Entscheidung für das Notwendige*“ beeinflusst, die Ökonomie ihrer Praktiken jedoch orientiert sich an einem „*Konformitätsprinzip*“,⁶⁸ in dem Geld, Zeit und Energie für Selbstentwürfe sich die Waage halten.

Diese Interpretation des Umgangs mit Geld als Selbstpositionierung und soziale Verortung lässt sich noch verstärken, betrachtet man weitere Handlungsformen. Die Befragte schilderte regelmäßige Gänge zur Bank als einen Teil ihrer Alltagsorganisation. Sie verfügte über ein Konto mit einer zugehörigen Bankkarte, mit der sie am Automat Geld abheben konnte. Ein Dispokredit stand ihr nicht zur Verfügung, aber das Geld, das auf dem Konto lag, ließ sich am Automaten abheben, und von dieser Möglichkeit machte sie auffällig oft Gebrauch:

S.M.: Und wo holst du dein Geld?

I.M.: Vom Automaten. Ganz normal. Ich habe ja ein Konto, das braucht man ja auch, für die Sozialhilfe und Unterstützung und so. Und von dort hebe ich ab, jeden Tag 5 Euro. Oder ich schaue, was so drauf ist, welches Geld angekommen ist. Das mache ich oft. Man muss ja immer wieder zur Bank.

Sicherlich sind ein häufiger Gang zum Automaten und die damit verbundenen kleinen Beträge auch eine Form der Sicherung gegen Diebstahl. Irene Mölk lebt im Frauenhaus und teilt sich ein Zimmer mit drei weiteren Frauen. Diesen Umstand erwähnt sie allerdings im Kontext meiner etwas unbeholfenen Frage⁶⁹ nicht. Dafür hebt sie die Normalität der Bankgänge hervor, nicht zuletzt in der wiederholten Formulierung des unpersönlichen „man“. Das Pronomen zeigt das Vor-

68 Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft. Frankfurt a. M. 1987, 587–601 (Hervorhebung im Original).

69 Meine Formulierung insinuiert bereits einen besonderen Zugang zu Geldquellen bei Menschen ohne Wohnung, eine Nachbarin oder Kollegin beispielsweise hätte ich anders gefragt. An ihrer Antwort „[g]anz normal“ lässt sich auch die leise Irritation von Irene Mölk ob meiner Frageform ablesen.

handensein eines Kollektivs an, das normativ gültiges Verhalten impliziert. Der Mechanismus der Exklusion, der mit einem Mangel an Geld einhergeht,⁷⁰ wird also von den Akteur/innen im Handeln konterkariert. Anders gesagt: in einem Umgang mit Geld, den sie an einem angenommenen Kollektiv ausrichten, machen sie die Erfahrung der Inklusion, denn „das macht man halt auch.“

Aufschlussreich ist wiederum die Frage nach der Milieuspezifität ihres Handelns: wer macht das eigentlich so bzw. an welchem Kollektiv richtet sich ihre Normvorstellung aus? Preisvergleiche und regelmäßige Gänge zum Automaten sind Teil von Mittelschichtspraktiken, die hier zur Orientierung dienen. Wie gesagt: Rechnen zu können ist Teil einer Konsumpraktik, bei der das Individuum aktiv und handlungsmächtig bleibt, während rechnen zu müssen den Konsument/innen diese Handlungsmacht entzieht. Es geht also im mittelschichtspezifischen Umgang mit Geld – und in dessen Nachahmung – um die Aktualisierung bürgerlicher Handlungsmuster und Leitbilder als aktive und selbstbestimmte Individuen. Und diese mittelschichtspezifische Form der Subjektivierung äußert sich vor allem darin, dass die ökonomischen Akteur/innen es sich leisten können, ihr kulturelles und soziales Kapital demonstrativ über das ökonomische zu stellen.⁷¹

Geldgaben schätzt die Befragte nicht nur aus dem offensichtlichen Grund ihrer Geldknappheit:

Wenn mir jemand Geld gibt, dann find ich das halt viel besser als wenn mir jemand was zum Essen oder zum Anziehen gibt. Das ist so, so, ich weiß auch nicht, ein bisschen arrogant finde ich das dann. Also, natürlich freue ich mich auch und bin dankbar, aber bei Geld, da steckt dann so was drin, dass der nicht denkt, ich versaufe es gleich oder sonst was.

Geld zur Verfügung zu haben bedeutet für sie einen Akt der Ermächtigung über die konkrete Notwendigkeit hinaus. Hier wird die monetäre Gabe mit einer Form der Wertschätzung und der ökonomischen Mündigkeit gleichgesetzt.⁷² Geldgaben sind damit – so wird auch in der Studie von Alexandra Hangl zu karitativen

70 Christoph Deutschmann: Geld als universales Inklusionsmedium in modernen Gesellschaften. In: Rudolf Stichweh u. Paul Windolf (Hgg.): Inklusion und Exklusion. Analysen zur Sozialstruktur und sozialen Ungleichheit. Wiesbaden 2009, 223–239.

71 Vgl. Unterweger (wie Anm. 32), 310–311. Zum Konzept der spätmodernen Bürgerlichkeit durch Subjektivierungshandeln siehe Andreas Reckwitz: Wie bürgerlich ist die Moderne? Bürgerlichkeit als hybride Subjektivierungsform. In: Heinz Bude, Joachim Fischer u. Bernd Kauffmann (Hgg.): Bürgerlichkeit ohne Bürgertum. In welchem Land leben wir? München 2010, 169–187.

72 Ebenso argumentiert Zelizer (wie Anm. 32), 148–150. Andere Forschungen betonen, dass Geldalosen als herablassend und entmenschlichend erfahren würden, siehe Johannes Lenhard: Can You Spare some Time? Dyadic Inclusion of Beggars through Gifts. Unveröff. Masterarbeit. Cambridge 2013.

Überbrückungskrediten deutlich – Inklusionsversprechen über Konsummöglichkeiten hinaus. Der konkrete Geldschein in der Hand wirkt aktivierend und lässt die Empfänger/innen aus ihrem sonstigen Erfahrungsbereich heraustreten. Geldgaben bedeuten aus der Sicht der Empfänger/innen nicht nur die Freiheit zur eigenen Entscheidung, wie dieses Geld ausgegeben werden kann, sondern auch die Anerkennung als ökonomisch kompetentes Individuum.

Geld als Geschenk, ob als Almosen oder nicht, ist überhaupt eine aussagekräftige soziale Interaktion, wie sich auch im Beitrag von Peter F. N. Hörz über *remittances*, also die Geldsendungen von Migrant/innen in ihre Herkunftsländer und den damit verbundenen Wunsch, aus der Ferne auf die Heimat Einfluss nehmen zu können, zeigt. Zwar ist nach den modernen westlich-europäischen Regeln des Schenkens Geld kein geeignetes Präsent, denn es ist austauschbar, ein Massenprodukt, welches auf den ersten Blick dem Schenkenden keinen Platz bietet, sich persönlich einzuschreiben. Aber Geld wird geschenkt, auch in der westlich-europäischen Gegenwart, und zwar zu vielen Gelegenheiten. Welches kulturelle Regelwerk ermöglicht also den Tabubruch? Die für ein Geschenk notwendige persönliche Aneignung geschieht in der Regel in der Verpackung und Rahmung der überreichten Scheine: gefaltet, gebunden, zu Tableaus zusammengestellt – die Kunst des „Eurogami“⁷³ und die damit einhergehende Fülle an Ratgeberliteratur zeigen deutlich, dass die Praxis des Geld-Schenkens existiert, aber sie zugleich der kulturellen Rahmung bedarf, um sie sozial ratifizierbar und situativ angemessen zu machen, in anderen Worten: um Geld in die Schenkökonomie einzupassen. Andere Schenkökonomien brauchen keine solche Rahmung, wie der Kommentar von Andreas Hartmann über Geldgaben zu Hochzeiten, Trauerfeiern und Erinnerungsfesten für Verstorbene in ländlichen Gebieten Nordost-Thailands zeigt. Jeder Haushalt ist damit Teil eines weit verzweigten Kreditnetzes, das ihm soziale Teilhabe und Zugehörigkeit sichert.

Hier wie dort gilt also: Gabe und Gegengabe etablieren und festigen soziale Beziehungen. Interessanterweise bleibt die Rahmung in einem Fall regelmäßig aus, nämlich in dem Geldgeschenk von Eltern und Großeltern an ihre Kinder und Enkel. Geld wird hier seltener hübsch verpackt und öfter einfach aufs Konto überwiesen, sprich: hier wird durch die Gabe keine soziale Beziehung oder Nähe hergestellt, einfach weil sie nicht hergestellt werden muss. Die soziale Beziehung beruht vielmehr auf dem biologischen und damit vermeintlich nicht kulturell erzeugten Status der Verwandtschaftlichkeit und bedarf daher keiner Bestätigung durch einen persönlichen Gabentausch. Die Form der Übergabe zeigt damit feinfühlig den Stand der Beziehung und das Maß an Intimität zwischen Schenkendem

73 Z.B. Andreas Bauer: Eurogami. Geldgeschenke. Freiburg 2010 oder Rene Lucio: Eurogami. Geldgeschenke selbst gefaltet. Freiburg 2003.

und Beschenktem auf. Somit sind Geldgeschenke keineswegs unpersönliche Notlösungen, sondern können als subtile Gradmesser von sozialer Nähe und Distanz gelesen werden.⁷⁴ Geld wird zur kulturellen Objektivation von sozialer Beziehung, dies gilt ebenso für die vordergründig so wenig ökonomischen Bereiche wie Paarbeziehungen⁷⁵, Wohngemeinschaften, Erziehung⁷⁶ und Kinderbetreuung, Freundschafts-, Care-Arbeits-⁷⁷ oder Generationenbeziehungen⁷⁸. Stets wird dem Geld eine kommunikative wie eine sozial ordnende Funktion zugewiesen.⁷⁹

Ein besonderes Geldgeschenk, Trinkgeld nämlich, zeigt diese Funktion speziell in seinem historischen Wandel. Die distinktive Wirkweise des Trinkgelds war der Grund für seine Ablehnung und Verbote in denjenigen Gesellschaften, deren politische Führung auf Klassenlosigkeit und Gleichheit ihrer Bürger/innen pochte. Dies weist der Historiker Winfried Speitkamp sowohl für die Weimarer Republik als auch für faschistische und sozialistische Staaten nach.⁸⁰ Trinkgeld suggeriert eine hierarchische Ungleichheit von Geber/innen und Nehmer/innen, man könnte auch sagen: in ihm manifestiert sich die eingangs skizzierte doppelte Wahrheit der Gabe. Denn die Gabe trägt eine Ambivalenz in sich, insofern sie einerseits als „Zurückweisung interessierten, egoistischen Kalküls und Gipfel uneigennütziger, unerwiderter Großzügigkeit“ erlebt wird, sie andererseits das „Bewußtsein der Tauschlogik“ und damit den Zwang zur Reziprozität nie ganz verdrängt. Ihre Praxisformen sind daher darauf ausgerichtet, diesen „individuellen und kollektiven Selbstbetrug“ zu „vernebeln“ und ihn so „durchführbar und

74 Vgl. Silke Meyer: Geld als Gabe. Wert und Wertigkeit von Geldgeschenken. In: Andreas Hartmann u.a. (Hgg.): Die Macht der Dinge. Symbolische Kommunikation und kulturelles Handeln. Münster 2011, 87–98.

75 Vgl. Christine Wimbauer: Geld und Liebe. Zur symbolischen Bedeutung von Geld in Paarbeziehungen. Frankfurt a. M. u. New York 2003; Eva Illouz: Der Konsum der Romantik. Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus. Frankfurt a. M. 2003.

76 Vgl. Christine Feil: Kinder, Geld und Konsum. Die Kommerzialisierung der Kindheit. Weinheim 2003 und die Ausführungen von Gisela Unterwiesing in diesem Band.

77 Vgl. Arlie Russell Hochschild: Das gekaufte Herz. Die Kommerzialisierung von Gefühlen. Frankfurt a. M. 2006.

78 Vgl. Tilman Heisterhagen u. Rainer-W. Hoffmann: Lehrmeister Währungskrise?! Drei Familien-Generationen zwischen Gold, Mark und Euro. Wiesbaden 2003.

79 Um Missverständnissen vorzubeugen: Gemeint ist mit dieser Generalisierung des Ökonomischen nicht die epistemologische Verschiebung, die Foucault in der Ausweitung des ökonomischen Gegenstandsbereiches auf den sozialen sieht, in ihrem neoliberal-programmatischen Sinn. Ich will damit keinesfalls „eine Art permanentes ökonomisches Tribunal“ (Vorlesung vom 21.03.1979) legitimieren. Vielmehr ist ein solcher Perspektivenwechsel als Analyseprinzip gedacht. Vgl. Thomas Lemke, Susanne Krasmann u. Ulrich Bröckling: Gouvernamentalität, Neoliberalismus und Selbsttechnologien. Eine Einleitung. In: diess. (Hgg.): Gouvernamentalität der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen. Frankfurt a. M. 2000, 7–40, hier 16–17.

80 Vgl. Winfried Speitkamp: Der Rest ist für Sie! Kleine Geschichte des Trinkgelds. Stuttgart 2008, 93–130.

psychisch erträglich“ zu machen.⁸¹ Hierfür ist es notwendig, zwischen Gabe und Gegengabe eine Zeitspanne zu lassen, welche die beiden Akte voneinander trennt und so die scheinbar uneigennützig Gabe als solche existieren lässt, ohne dass die Gabenlogik direkt eine Gegengabe einfordert. Eine andere Verschleierungstaktik ist es, für die Gegengabe eine andere Form der Materialität zu wählen, um sie möglichst wenig zur Gabe in Beziehung zu setzen. Beim Trinkgeld liegt keine nennenswerte Zeitspanne zwischen Gabe und Gegengabe. Allerdings, so könnte man argumentieren, sind beide Gaben von höchst unterschiedlicher Natur: Freundlichkeit, Service und Aufmerksamkeit als immaterielle Güter werden monetär beglichen. Genau diese Art der Reziprozität findet aber keine gesellschaftliche Anerkennung, in der Tat geriet Trinkgeld historisch daher immer wieder in den Ruf eines Aktes der Käuflichkeit und der Prostitution.⁸² Denn Freundlichkeit und Aufmerksamkeit gelten im kulturellen Regelwerk des Geldgebrauchs als unveräußerbare Güter, deren Anteil an ökonomischen Gaben-Interaktionen unbedingt verschleiert werden muss.

Zum Schluss des Auftaktes

Das letzte Wort zur Theorie des Geldes möchte ich nicht in Anspruch nehmen. Vielmehr liegt mir daran, die Vielfältigkeit von Geldfunktionen und Gelddeutungen aus der Akteursperspektive aufzuzeigen. Die nachfolgenden Beiträge zeigen, wie beim Beschreiben, Schenken, Leihen oder Ausgeben Geldern unterschiedliche Funktionen der Identitätsstiftung, der Erinnerung, der Kommunikation, allgemein der Selbst- und Beziehungsarbeit zugeschrieben werden. Daher ist eine ethnologisch-kulturwissenschaftliche Geldforschung gut beraten, ihr Erkenntnisinteresse nicht nur auf ökonomische Praktiken zu lenken, sondern die Bedeutung und Rolle des Geldes im Handeln allgemein in den Blick zu nehmen.⁸³ Wenn Geld-Ethnolog/innen besonders dorthin schauen, wo die Logik des Gabentausches verschleiert und damit die Bedeutung des Geldes tabuisiert wird, dann be-

81 Bourdieu (wie Anm. 14), 246. Philipp Sarasin weist auf die Übergabepraktiken des Trinkgelds hin, beim Basler Großbürgertum wurde das Trinkgeld für die Angestellten in einem eigens dafür produzierten winzigen Umschlag unter den letzten Teller in der Menüfolge gelegt, um den Eindruck des Gönnerhaften zu vermeiden. Vgl. Philipp Sarasin: *Stadt der Bürger. Bürgerliche Macht und städtische Gesellschaft*. Basel 1864-1914. 2., überarbeitete und erweiterte Auflage. Göttingen 1997, 122-125.

82 Vgl. Speitkamp (wie Anm. 80), 74–83.

83 Vergleichbar der Gender- oder der Migrationsforschung, die ihr Augenmerk nicht mehr auf Frauen, Männer, Migrantinnen und Migranten lenkt, sondern auf deren Handeln, Wahrnehmen und Deuten in spezifischen Kontexten.

kommen sie in diesen Uneingestandenheiten des Alltagsverhaltens, im „*common miscognition* (gemeinsame[n] Verkennen)“⁸⁴ die Disposition der ökonomischen als einer sozialen und kulturellen Ordnung in den Blick.

Ökonomie ist demnach kein eigenständiger Bereich, der von universalen Naturgesetzen und Kräften regiert wird, in die die Menschen nicht eingreifen dürfen, etwa aus Angst, durch sozialstaatliche Politik ein Gleichgewicht des Marktes zu stören. Es bleibt die Aufgabe, einer solchen Sicht auf Ökonomie „die Illusion der ahistorischen Allgemeingültigkeit“ und den „Anschein einer natürlichen und universellen Selbstverständlichkeit“⁸⁵ zu nehmen, ihre historische Genese zu beleuchten und sie damit im Sinne Paul Rabinows zu „anthropologisieren“, also „dar[zu]legen, wie ihre Wahrheitsansprüche mit sozialen Praktiken verknüpft und dadurch zu wirksamen Kräften in der sozialen Welt geworden sind.“⁸⁶

84 Bourdieu (wie Anm. 14), 247 (Kursivsetzung im Original).

85 Bourdieu (wie Anm. 12), 25.

86 Paul Rabinow: Repräsentationen sind soziale Tatsachen. Moderne und Postmoderne in der Anthropologie. In: Eberhard Berg u. Martin Fuchs (Hgg.): Kultur, soziale Praxis, Text. Die Krise der ethnographischen Repräsentation. Frankfurt a. M. 1993, 158–199, hier 168.

Mehr Sein als Schein: Modifizierte Geldscheine

Iris Hafner, Anna Horner, Natascha Unger

„Schnee-Geld‘: Koks-Spuren auf 9 von 10 Euro-Noten!¹ oder „Grippevirus kommt per Geldschein“²: Überlegt man, wie viele Bakterien auf einer Banknote übertragen werden können, nimmt man den labbrigen Geldschein, vom Barmann als Wechselgeld in die Hand gedrückt, zwar mit Argwohn entgegen, entgegen nimmt man ihn aber doch. Wann ist Geld ekelig? Tagtäglich treten wir unmittelbar mit Geldscheinen in Kontakt. Deren Materialität ist in unserem Sprachgebrauch verankert; wir reden vom frischen, neuen Schein und vom alten, schmutzigen Lappen. Die Beschaffenheit eines Geldscheinens hat großen Einfluss auf unsere Bewertung und folglich auch auf unseren Umgang damit. Nicht nur die Ideen, Bilder und Normvorstellungen, die wir mit Geld verknüpfen, sind ausschlaggebend für unseren Umgang mit Geld, sondern auch seine Materialität.

Unser Betrachtungsobjekt ist der Geldschein selbst und die Gebrauchsspuren an seiner Oberfläche. Wenn auch der Wahrheitsgehalt der oben zitierten Pressemeldungen zum verunreinigten Geld zu diskutieren wäre, so interessieren wir uns hier dennoch für eine andere Art dessen Materialität: Der Mensch begegnet dem Schein zuallererst an seiner Oberfläche und bewertet ihn aufgrund seiner visuellen, haptischen, akustischen und olfaktorischen Erscheinung. Obwohl sich der monetäre Wert nicht verändert, ändern Gebrauchsspuren die emotional-symbolische Wahrnehmung wie die sozio-kulturelle Funktion der Banknote und damit ihren subjektiv zugeschriebenen Wert. Die ökonomische Zahlungsfunktion tritt damit in den Hintergrund und kann auch zur Gänze verschwinden: Aus dem Zahlungsmittel wird dann ein Medium der Kommunikation und Identitätsstiftung. Der Geldschein erinnert, verspricht Sicherheit und setzt Menschen zu sich und zueinander in Beziehung. Im Sinne von Bruno Latours Akteur-Netzwerk-Theorie³ betrachten wir den Geldschein als Handlungsträger. Der Aktant

1 News.at, 24.06.2003: „Schnee-Geld“: Koks-Spuren auf 9 von 10 Euro-Noten! Online unter: www.news.at/articles/0326/15/59326/schnee-geld-koks-spuren-9-10-euro-noten (Stand: 15.01.2014).

2 Hella Möhring: Grippevirus kommt per Geldschein. In: Die Welt Online, 26.06.2007. Online unter: www.welt.de/gesundheit/article974378/Grippevirus-kommt-per-Geldschein.html (Stand: 15.01.2014).

3 Vgl. Bruno Latour: Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory. New York 2005.

Mensch-Geldschein erzeugt Wirkungen, seine Modifikation bewirkt Wertsteigerung und Wertverlust abseits makroökonomischer Konjunkturen.

In der Europäischen Ethnologie stellt die Auseinandersetzung mit materieller Kultur eine wichtige Forschungsperspektive dar. Die ökonomische Anthropologie beschäftigt sich allerdings vorrangig mit dem Umgang mit Geld und seiner sozialen Bedeutung. In diesem Beitrag steht die materielle Beschaffenheit des Geldscheins im Mittelpunkt. Ob zerknittert, zerrissen, bekritzelt, abgegriffen, klebrig oder ranzig, die Veränderung der Scheine stattet diese mit zusätzlicher Bedeutung aus und verleiht ihnen eine Geschichte.

Unser forschungspraktischer Zugang zur Funktion, die solche Veränderungen an Banknoten besitzen, war folgender: Im Herbst 2011 versandten wir einen Schreibauftrag an die Studierenden der Universität Innsbruck. Unter dem Titel „Zeigt uns euer Geld!“ baten wir um Geldscheine und individuelle Geldgeschichten und erhielten 24 Rücksendungen, in Form von E-Mails und Briefen. Auf Basis dieser Zusendungen erstellten wir eine Kategorisierung der Banknoten in sieben Geldscheintypen, die im späteren Verlauf des Beitrags ausführlicher thematisiert werden: Kunstscheine, Juxscheine, Notizscheine, Werbescheine, Protestscheine, Beziehungsscheine, Erinnerungsscheine.⁴ Ihnen ordneten wir Funktionen und Funktionsveränderungen sowie emotional-symbolische Wertverschiebungen zu. Ausgangspunkt unseres Erkenntnisinteresses war: Der Geldschein ist ein ideales Mittel zur Kommunikation: Er vermittelt Botschaften, stellt Beziehungen her, ist Gedächtnisstütze, Kunstobjekt, Notizzettel, Werbemittel und bietet unerwartet viel Platz für kreatives Gestalten. Gleichzeitig geht er durch viele Hände; seine Nutzer/innen sind auf seine Zirkulation angewiesen, wenn sie nicht selbst finanzielle Verluste verzeichnen möchten.

Gesetzlich befindet sich das Beschriften und Verändern von Geldscheinen in einer Grauzone und ist von Land zu Land unterschiedlich geregelt. Das Wissen rund um die Legalität der Beschriftung oder Vernichtung von Geld ist ebenfalls schwammig, und so hält sich das Gerücht, dass das Beschriften von Banknoten in Europa illegal ist, recht hartnäckig. Es ist aber tatsächlich so, dass man, beispielsweise in Deutschland, mit einem Geldschein trotz seines öffentlichen Charakters machen

⁴ Birger P. Priddat spricht von „funky money“, welches unseren Juxscheinen sehr ähnlich ist. Er fasst Banknoten, die wir der Kategorie Werbescheine zuordneten, unter Begriffen wie „nice falschgeld“, „Feriengeld“ oder „Warengutschein“ zusammen. Unter der Überschrift „Großgeld: klein“ verbergen sich Scheine, die sich mit unserem Banknotentyp der Kunstscheine vergleichen lassen. Birger P. Priddats Sammlung ist eine Aufzählung von Geldscheinen, deren Kategorien teilweise unseren Geldscheintypen gleichen. Der Autor liefert jedoch keine Interpretation seiner Sammlung. Vgl. Birger P. Priddat: Kleingeld. Die verborgene Seite des Geldes. Berlin 2011.

kann, was man möchte, sobald man rechtmäßige/r Besitzer/in desselben ist.⁵ Der springende Punkt für die Besitzer/innen ist allerdings, dass der Schein je nach Grad der an ihm vorgenommenen Veränderung seinen ökonomischen Wert einbüßen kann. Dies ist in einem Artikel über den Umtausch von schadhafte und beschädigten Euro-Banknoten in einem Beschluss der Europäischen Zentralbank (EZB) geregelt. Demzufolge werden echte Euro-Scheine umgetauscht, wenn entweder mehr als 50 Prozent der Banknote vorgelegt werden oder wenn genau 50 Prozent oder weniger vorgelegt werden, zusätzlich jedoch der Beweis erbracht wird, dass der Rest vernichtet worden ist. Wenn eine Banknote vorsätzlich beschädigt wird, behält die Nationale Zentralbank (NZB) diese ein, ohne Ersatz zu leisten. Dies klingt anfangs etwas hart und wird im nächsten Absatz auch gleich abgemildert. Denn auch die NZB tauschen die schadhafte oder beschädigten Euro-Banknoten jedoch um, wenn sie wissen oder ausreichende Gründe zur Annahme haben, dass der Antragsteller gutgläubig ist, oder wenn der Antragsteller seine Gutgläubigkeit nachweisen kann. Bei Euro-Banknoten, die nur in geringem Maße schadhafte oder beschädigt sind, z.B. bei mit Beschriftungen, Zahlen oder kurzen Sätzen versehenen Banknoten, ist in der Regel nicht anzunehmen, dass die Beschädigung vorsätzlich herbeigeführt wurde.⁶

Wenn Geldscheine durch eine versehentlich ausgelöste Diebstahlsicherung beschädigt wurden, erhebt die Bank eine Gebühr für deren Umtausch.⁷ Obwohl es Regelungen über das Beschädigen von Banknoten gibt, ist oft schwer einschätzbar, welche Beschriftung oder Veränderung eines Geldscheines als vorsätzliche Tat bewertet wird und welche nicht. Insofern setzt man bei der Veränderung eines Geldscheines immer dessen monetären Wert aufs Spiel.

In money we trust

Geldscheine sind durch und durch politisch. Ihre Oberfläche wird von Seiten eines Staates oder einer Staatengemeinschaft nicht nur als Medium des ökonomischen Austausches, sondern auch für politische Botschaften genutzt. Die Darstel-

5 Laut § 903 des Bürgerlichen Gesetzbuches. Vgl. Christoph Drösser: Geldvernichtung. In: Die Zeit Online, 25.09.2003. Online unter: www.zeit.de/2003/40/Stimmmts_40 (Stand: 08.10.2013).

6 EZB: BESCHLUSS DER EUROPÄISCHEN ZENTRALBANK vom 19. April 2013 über die Stückelung, Merkmale und Reproduktion sowie den Umtausch und Einzug von Euro-Banknoten (Neufassung) (EZB/2013/10) (2013/211/EU) Online unter: www.ecb.europa.eu/ecb/legal/pdf/l_11820130430de00370042.pdf?646a6b8ba9ab2ceef11b4a3d1954e185 (Stand: 09.10.2013).

7 Vgl. ebd.

lung des Geldscheines ist immer auch „politische *performance*“⁸. Die Symbolik des Euro-Designs ist hierfür überdeutlich: Brücken als Zeichen für den Zusammenhalt der Europäischen Union, Tore und Portale für ihre Offenheit im Austausch. Eine Landkarte vermisst den politischen Machtbereich der Europäischen Union, und links oben sichern deren Fahne und die Unterschrift des Präsidenten der Europäischen Zentralbank den monetären Wert. Der Geldschein enthält ein ökonomisches Wertversprechen: die supranationale Gemeinschaft verbürgt sich für die Deckung seines Nominalwertes. Die Österreichische Nationalbank garantiert dies zusätzlich durch Sicherheitsmerkmale wie Hologramme, Wasserzeichen, spezielles Papier und Zahlen mit Farbwechsel: „Qualitativ hochwertiges und damit sicheres Bargeld ist die Grundvoraussetzung, um das Vertrauen der Bevölkerung in die Zahlungsmittel zu erhalten“⁹, ließ sie 2009 dazu verlautbaren. Auf dem Neuseeland-Dollar wird explizit versichert: „This Note is legal tender for Ten Dollars“. Es geht um Vertrautes und Vertrauen – das Vertrauen der Bevölkerung in *ihre* Geld und damit auch in die dafür bürgende Gemeinschaft. Somit ist Geld immer auch Verabredung¹⁰, denn der Gegenstand wird erst zu Geld, wenn ihn die Währungsgemeinschaft als Zahlungsmittel akzeptiert.¹¹

Nationale Symbole und Inhalte, Herrschaft, Macht und Religiosität werden auf Geldscheinen reproduziert und reflektiert.¹² Der Neuseeland-Dollar verweist mit den Abbildungen von Tier und Natur auf die Vielfalt, Naturverbundenheit und angenommene Kontinuität seines Landes. Durch Abbildungen und Symbole schafft der Staat auf seinen Geldscheinen ein Identifikationspotenzial für seine Bevölkerung. An der Banknote spiegeln sich Selbstzuschreibungen und Ideale eines Staates wider. Diese Selbstdarstellung einer Nation, die sie über ihre Währung vornimmt, trifft bei der Verwendung des Zahlungsmittels im Ausland auf vielfach stereotype Vorstellungen vom fremden Land.

In einer der Zusendungen, die wir auf unseren Schreibauftrag erhielten, wurde der Singapur-Dollar folgendermaßen kommentiert: „Singapur die Stadt der Sauberkeit, Verbote und Regeln. In dieser Stadt sind aber nicht nur die Straßen sau-

8 Priddat (wie Anm. 4), 141.

9 ÖNB: Jeder Euro ist hart verdient. Für alle, die mehr wissen wollen: Das Handbuch der OeNB zu Geld und Geldpolitik. Wien 2009, 18.

10 Vgl. Heiner Ganssmann: *Doing money. Elementary monetary theory from a sociological standpoint*. Abingdon u. Oxon 2012, 128.

11 Vgl. Gottfried Gabriel: *Ästhetik und Rhetorik des Geldes*. Stuttgart 2002, 21.

12 Zur Symbolik und Geschichte des Geldes siehe auch: Michael North: *Kleine Geschichte des Geldes. Vom Mittelalter bis heute*. München 2009; Jochen Hörisch: *Kopf oder Zahl. Die Poesie des Geldes*. Frankfurt a. M. 1996; Heinz Handler (Hg.): *Vom Schilling zum Euro: wirtschafts- politische Aspekte des Übergangs*. Wien 1997; Museumsstiftung Post und Telekommunikation: *Die Sprache des Geldes*. Berlin 2009; Gabriel (wie Anm. 11); Christian Thiel: *Das „bessere“ Geld. Eine ethnographische Studie über Regionalwährungen*. Augsburg 2011.

ber sondern auch das Bargeld. Damit mein ich, dass ich keinen einzigen Schein in der Hand gehabt habe der nicht wie neu ausgeschaut hat [...]. Für mich steht dieser Geldschein jedoch ganz klar für die Stadt Singapur da es das verkörpert, was man dort auch vorfindet.“¹³ Über einen ägyptischen Schein äußerte sich derselbe Einsender: „Ich habe gerade diesen Geldschein mitgenommen, da es jener war der die größten Gebrauchsspuren aufwies und auch am ältesten aussah. Ich glaube dieser Geldschein hat schon so einiges erlebt und könnte sicher viele Geschichten erzählen, sowie Ägypten mit seiner Vergangenheit.“¹⁴

Kunstscheine

Kunstscheine können mehrere unterschiedliche Funktionen beinhalten. Zentral ist, dass der Geldschein an sich als Grundmaterial für ein Kunstwerk verwendet wird. Dessen Zahlungsfunktion geht dabei oft verloren, stattdessen wird er als ästhetisch ansprechendes Objekt oder als Objekt der Unterhaltung betrachtet. Der Verlust des monetären Werts wird dabei bewusst in Kauf genommen, um die gesellschaftskritische Bedeutung der Umgestaltung herauszstreichen. Da ein solcher Geldschein einen hohen Wiedererkennungswert besitzt, wird er trotz seiner Umgestaltung zu einem Kunstwerk als das alltägliche Zahlungsmittel erkannt. Die Betrachter/innen finden Vertrautes in dem Kunstwerk wieder und gewinnen einen ungewohnten Blick auf den Gegenstand Banknote. Das alltägliche Zahlungsmittel selbst als Kunstwerk zu betrachten, ist für viele Menschen befremdlich, und gerade in dieser Verfremdung des Mediums liegt seine besondere Wirkung. So profitieren Künstler/innen von der Prominenz des Alltagsgegenstandes, denn die Betrachter/innen können eine Verbindung zu ihrem eigenen Lebensbereich herstellen, aus dem die künstlerische Botschaft durch die Verfremdung heraussticht.

Die Wertveränderungen bei einem Kunstschein können durch die Steigerung oder Minderung des emotional-symbolischen oder ökonomischen Wertes geprägt sein. In welche Richtung sich die Wertveränderung bewegt, hängt stark vom Künstler und seiner Reputation ab. Der Zahlungswert kann daher schwinden, während der emotional-symbolische Wert des Geldscheines den monetären übersteigt. Beispiel für diese Kategorie ist ein Geldschein, der von Andy Warhol für ein Buch mit dem Titel „Kunst van Geld“ gestaltet wurde. Sein Preis hat sich um tausend Prozent gesteigert.¹⁵ Ein weiteres Beispiel ist eine Halskette, die aus

13 Einsendung von R.M., 12.2011.

14 Ebd.

15 Vgl. Carolien Voigtmann: Kunst van Geld. In: Kunst van Geld. Geldmuseum Utrecht. Rotterdam 2006, 14.

zerschnittenen Geldscheinen geformt wurde.¹⁶ Die Zahlungsfunktion schwindet hier zur Gänze, was bleibt, ist ein Kunstobjekt. Es bedeutet jedoch nicht, dass der Geldpreis für diese Kette gleich Null ist. Je nach Betrachter/in und Schöpfer/in verändert sich der monetäre und emotional-symbolische Wert.

Juxscheine

Der Unterschied zwischen Kunstscheinen und Juxscheinen ist, dass bei Juxscheinen die Zahlungsfunktion meist erhalten bleibt. Wie bei Kunstscheinen spielen hier die Funktionen des Unterhaltens, des kreativen Gestaltens und der Ästhetisierung eine wesentliche Rolle. Der zentrale Aspekt dabei ist die Lust an der Umgestaltung des Geldscheines und der spielerischen Verwendung der Geldmotivik. Daher zählen auch Neukreationen von Geldscheinen, die Bezug auf real existierende Währungen nehmen, zu dieser Kategorie. Oft wird der Kopf der politischen Persönlichkeit, die auf dem Geldschein dargestellt wird, durch einen anderen ersetzt und zusätzlich mit Symbolen oder Schriftzügen versehen. Geldscheine dienen auch – an Raumwände oder Theken gepinnt – als ungewöhnliche Wanddekoration.

Meist jedoch werden Scheine zu Juxscheinen, wenn sie verschenkt werden. Hierbei kommt ein besonderes kulturelles Regelwerk zu Geltung. Denn Geld ist anonym und austauschbar, als Geschenk ist es deshalb, geht man von den konventionellen Regeln des Schenkens aus, denkbar ungeeignet. Es bedarf daher einer besonderen Rahmung, um der Anforderung einer persönlichen Gabe zu genügen. Eine Lösung bietet der Juxschein, bei dem der Wert des Geldes durch die Gestaltung des Scheins in Beziehung zum Beschenkten gesetzt wird: Gefaltet zu Lebensbäumen, Schwänen oder Blumen, verdecken Juxscheine das an sich Unpersönliche des Geschenkes durch Humor und Verfremdung des alltäglichen Mediums.¹⁷



Abb. 1: Juxschein. Zu einem Fisch gefalteter Dollar-Schein. Online unter: wins.failblog.org/2011/06/30/epic-win-photos-dollar-bill-origami/ (Stand: 28.01.2014).

16 Vgl. Grace Murano: 15 Cool Money Artworks. Oddee. 28.02.2010. Online unter: www.oddee.com/item_96988.aspx (Stand: Juni 2012).

17 Vgl. Silke Meyer: Geld als Gabe. Wert und Wertigkeit von Geldgeschenken. In: Andreas Hartmann u.a. (Hg.): Die Macht der Dinge. Symbolische Kommunikation und kulturelles Handeln. Festschrift für Ruth-Elisabeth Mohrmann. Münster u.a. 2011, 87–98.

Notzscheine

Notzscheine sind vor allem von praktischen Funktionen geprägt. Der Geldschein wird zu einem beschreibbaren Blatt Papier und erhält dadurch einen Nutzeffekt: Er dient zur Erinnerung an etwas Bestimmtes. Im Moment des Beschreibens mindert sich der emotional-symbolische Wert des Geldscheines. Da die Banknote offensichtlich als Schmierzettel



Abb. 2: Zehn-Euro-Schein mit Notiz „2830“. Einsendung von A.H., April 2012, Foto: Autorinnen

verwendet wurde, verliert sie für die Empfänger/innen an Wert. Die Notiz „2830“ auf einem Zehn-Euro-Schein erstaunte den Designer der Euro-Banknoten Robert Kalina, der zugab, am liebsten neue, unbeschriftete Geldscheine zu besitzen. Durch die Beschriftung verlor der Zehn-Euro-Schein für ihn an emotional-symbolischem Wert. Ohne zu zögern signierte er selbst jedoch für uns einen Fünf-Euro-Schein.¹⁸ Die Art der Markierung entscheidet darüber, ob der Geldschein zum Schmierzettel oder beispielsweise zum begehrten Sammlerobjekt wird.

Für die Verfasser/innen der Notizen lässt die Brauchbarkeit dieser Notiz jedoch den Wert des Geldscheines steigen, sei diese auch von noch so kurzfristigem Wert. Weitere Notizen auf Geldscheinen sind unter anderem Telefonnummern, Zahlen oder Punkte, beispielsweise jene, die beim Geldzählen für den täglichen Kassenabschluss im Restaurant auf jeden zehnten Schein gezeichnet werden.¹⁹



Abb. 3: Imitierter Zehn-Euro-Schein als Werbung für den Kongress Geldreform 2012 in Innsbruck. Einsendung von A.H., April 2012, Foto: Autorinnen

Werbescheine

Werbescheine zeugen von einem spielerischen Umgang mit Geldscheinen, die als Folge einen praktischen Nutzen erzielen. Vorwiegend wird dabei das Motiv des Geldscheines imitiert. Bei diesem Beispiel wurde das Design des Euro-Scheins übernommen und verkleinert einseitig

¹⁸ Interview mit Robert Kalina, geführt von Iris Hafner und Anna Horner, Wien, 20.12.2011.

¹⁹ Einsendung von S.M., 09.01.2012.

gedruckt.²⁰ Wie beim Kunstschein wird die Aufmerksamkeit der Betrachter/innen auch beim Werbeschein durch die Verfremdung einer Banknote mit hohem Wiedererkennungswert erregt. Somit setzt die Werbefunktion auf einer schon vorhandenen Plattform, dem Geldschein, ein, der Bezug zur Öffentlichkeit ist damit bereits hergestellt. Die Banknote besitzt zudem eine Unterhaltungs- und Informationsfunktion sowie eine kaufmotivierende Wirkung. Das Geldscheinmotiv wird wiedererkannt und macht neugierig, vielleicht empört es mitunter auch, weil die neuen Nutzer/innen den Geldschein degradiert sehen: in allen Fällen ist das Werbeziel erreicht.

Protestscheine

Durch eine Beschriftung wird der durch und durch politische Geldschein auch für andere politische Zwecke genutzt als die von deren Herausgebern intendierten. Politische Aktivist/innen überlassen nicht mehr nur dem Staat die Macht dieses Instruments, sie schreiben ihre ganz eigenen politischen Botschaften auf die Banknoten. So vermerkte die Occupy-Bewegung ihre Sprüche „We are the 99%“²¹ oder „Finanztransaktionssteuer jetzt!“²² auf Euro-Scheine. Ebenso sind israelische Schekel wie Euro-Scheine mit der Aufschrift „Free Palestine“ im Umlauf²³. Auf Dollarnoten stehen Sprüche wie „George W. Bush stole your Freedom“²⁴ oder „Gay Money“²⁵. Die Internet-Vereinigung „Anonymous“ rief über Youtube dazu auf, „Stopp ACTA“ (ACTA steht für „Anti-Counterfeiting Trade Agreement“) auf Geldscheine zu schreiben.²⁶ Individuen sowie Organisationen versuchen durch Geldscheine ihre Botschaften einer breiten Öffentlichkeit zu vermitteln.

Damit kommt es zu einer Subversion des staatlichen Mediums. Der Staat wird also mit seinen eigenen (Geld-)Mitteln umgangen, was die Botschaft verstärkt und den emotional-symbolischen Wert des Scheines für die Verfasser/innen steigen lässt. Eine alternative Öffentlichkeit wird geschaffen, und Botschaften, die aus den verschiedensten Gründen nicht in die Medien gelangen, können auf diese Art

20 Einsendung von A.H., April 2012.

21 We are the 99%. Online unter: www.braunschweig-online.com/bibs-forum/48-artikel-der-startseite/5741-empoert-euch.html?limit=6&start=30 (Stand: 05.05.2014).

22 Finanztransaktionssteuer jetzt! Online ebd. (Stand: 05.05.2014).

23 Free Palestine: Maan News agency: Banks: 'Free Palestine' cash valueless. Online unter: www.maannews.net/eng/ViewDetails.aspx?ID=366198 (Stand: 06.11.2012).

24 Johnny Burrito: Ugly Money Site Menu. Online unter: www.johnnyburrito.com/images/dinero/1_bush.jpg (Stand: 04.12.2012).

25 Mike Seery: Website. Online unter: www.cruelty.com/money/ (Stand: 04.12.2012).

26 Anonymous. Stopp ACTA. Online unter: www.youtube.com/watch?v=9LEhf7p3Pw (Stand: 04.12.2012).

und Weise verbreitet werden. Die Rezipient/innen werden durch den Zahlungswert des Mediums indirekt dazu gezwungen, die Botschaft weiterzugeben, ob sie ihr nun zustimmen oder nicht. Ein Protestschein ist wie ein Flyer, den niemand wegwirft.

Neben der Zahlungsfunktion steht also die Protestfunktion. Der Schein kommuniziert zwar immer politische Botschaften des emittierenden Staates, nach seiner Beschriftung aber zusätzlich jene eines Teils seiner Bevölkerung. Er wird zu einem Medium, das Kritik üben kann an Gesellschaft, Politik, Religion und sehr oft Ökonomie. Konfliktfelder werden aufgezeigt und Diskussionen entfacht.

Durch den Akt der Beschriftung wird der Geldschein angeeignet und erhält darüber hinaus eine Identifikationsfunktion. Menschen, die mit der Botschaft übereinstimmen oder die durch sie auf ein Problem aufmerksam werden, können sich mit einer Gruppe, Gesinnung oder lediglich mit der Idee, Geld als Kommunikationsfläche zu nutzen, identifizieren. Der beschriftete Geldschein kann indirekter Anstoß sein, vielleicht sogar Meinungen bilden.

Interessant am Protestschein ist, dass seine emotional-symbolische Wertveränderung sehr eng mit der Identifikationsfunktion zusammenhängt. Für die Verfasser/innen der Botschaft auf dem Geldschein gilt, dass dieser, mit der Verbreitung dieser Botschaft, eine Wertsteigerung erfährt. Bei den Rezipient/innen des Geldscheines kann es zu einer emotional-symbolischen Wertsteigerung, aber auch zu einem emotional-symbolischen Wertverlust kommen, je nachdem, wie hoch der Grad der Identifikation ist. Wer die Botschaft ablehnt, ist vielleicht gewillt, den Schein so schnell wie möglich loszuwerden, doch genau damit wird die Botschaft wirksam. Dennoch würden wahrscheinlich nur wenige so weit gehen, den Schein zu zerstören und damit auch seinen ökonomischen Wert aufzugeben.

Beziehungsscheine

Beziehungsscheine dokumentieren Beziehungen. Sie setzen Menschen in Verbindung zueinander, verknüpfen sie mit Orten oder auch Orte untereinander. Der Geldschein ist der Knotenpunkt: rundherum wird ein Netz an Beziehungen gesponnen. Diese Beziehungen entstehen in dem Moment, in dem die Notiz auf dem Schein zum ersten Mal wahrgenommen wird, und sie werden beim wiederholten Betrachten und Wiedererkennen der Botschaft intensiviert. Der Geldschein verfolgt den Zweck, Beziehungen zu pflegen; der Kontakt mit ihm soll eine verbindende Wirkung haben. Der Beziehungsschein findet sich vorerst in einer diskursiven Kommunikation wieder. Die Banknote ist das Medium, das eine Botschaft transportiert; die Person, die diese erhält, tritt vorläufig als Empfänger/in auf. Je nachdem wie sich der/die Empfänger/in verhält, kann ein Dialog zwi-

schen mehreren Personen, Geldscheinen und Orten entstehen. Als Auslöser dieses Dialogs fungiert der Geldschein. Im Sinne Vilém Flussers schwingt bei einer dialogischen Kommunikation der Sender- und Empfängerstatus zwischen den Beteiligten hin und her.²⁷ Beziehungen werden, unabhängig davon, wie nachhaltig und intensiv, aufgebaut; dies ist das zentrale Merkmal eines Beziehungsscheins.

Der Aktant Mensch-Geldschein besitzt hier eine Unterhaltungsfunktion, die Stoff für einen ganzen Film geben kann, wie die Liebeskomödie „Serendipity“ zeigt.²⁸ Indem dem Beziehungsschein die Aufgabe übertragen wird, für das Zustandekommen und den Erhalt von Beziehungen zu sorgen, wird dem Aktanten eine Biografie eingeschrieben, er fungiert zum Teil wie eine Postkarte. Der Geldschein wandert, Menschen erhalten ihn und tauschen ihn mit anderen Personen aus. In dem Moment, in dem die Beschriftung wahrgenommen wird, hat diese einen Einfluss auf den/die Empfänger/in. Sie kann Auslöser einer Unterhaltung, lustig, beeindruckend oder abstoßend sein sowie die Frage nach dem/der Sender/in und dessen/deren Absicht hervorrufen. Der Geldschein trägt eine Nachricht, unabhängig davon, wer ihn erhält und welche Wertveränderung bei der Einzelperson stattfindet. Banknoten dieser Kategorie sind keine frischen unberührten Scheine, und trotzdem sind sie für viele Menschen mehr wert als nicht beschriftete Scheine.

Im Gegensatz zu anderen Scheintypen liegt das emotional-symbolisch Wertvolle eines Beziehungsscheines in der Beschriftung und Benützung. Die Beziehung, die sich aus dem Kontakt mit beschrifteten Geldscheinen ergibt, geht über die herkömmliche Geldtransaktion hinaus. Menschen bleiben keine reinen Empfänger/innen, sondern reagieren auf die Botschaft und den empfangenen Schein selbst. Die Mehrfachnutzung des Scheines kann für manche Personen eine emotional-symbolische Wertsteigerung hervorrufen. Es kann jedoch auch vorkommen, dass das Aufladen mit Emotionen, Beschreiben und Bekritzeln eines Geldscheines Einzelnen respektlos erscheint und von ihnen als Wertminderung empfunden wird.

Aufgrund des Rücklaufes des Schreibauftrages ist zu erkennen, dass die Kommunikation mithilfe von Beziehungsscheinen vor allem international stattfindet und damit die Herkunft des Mediums eine wichtige Rolle spielt. Dabei liegt das Augenmerk weniger bei Euro-Scheinen als bei anderen Währungen.

27 Vgl. Vilém Flusser: Fred Forest, oder: Das dialogische Leben. In: Wladimir Velminski (Hg.): Sendungen. Bielefeld 2009, 17–24, hier 17.

28 In „Serendipity“ (dt. „Weil es dich gibt“; Regie: Peter Chelsom, USA 2001) nach dem Roman von Mark Klein treffen Sara und Jonathan, die sich beide in Beziehungen befinden, beim Weihnachtseinkauf aufeinander und verlieben sich. Sara beschließt, ein Wiedersehen dem Schicksal zu überlassen: Jon schreibt seine Telefonnummer auf einen Fünf-Dollar-Schein, den Sara für eine Rolle Pfefferminz ausgibt. Sollten sie füreinander bestimmt sein, wird sie den Schein irgendwann wieder in Händen halten, glauben sie.

Argentinischer Peso-Schein

Unter den erhaltenen Einsendungen befand sich ein argentinischer Geldschein, der mit folgendem Satz beschrieben worden war: „Wenn du diesen Schein erhältst, wird dir nie Geld fehlen, mach 2 gleiche Kopien, lass die Kette nicht abreißen!! 29/12/08.“²⁹ Diese Banknote fungiert ähnlich wie ein Kettenbrief; ein Brief wird an mehrere Menschen adressiert



Abb. 4: Argentinischer Peso-Schein als „Kettenbrief“. Einsendung von R.H., 20.11.2011, Foto: Autorinnen

mit der Bitte, diesen zu vervielfachen und an andere weiterzusenden. Im Gegensatz zu anderen Formen des Kettenbriefs vermittelt das Geschriebene keine Drohung, wie das Eintreffen einer strafenden Konsequenz im Falle des Nicht-Kopierens. Der Schreiber übt keinen Einfluss auf das weitere Leben des Objektes aus, in unserem Fall die Banknote. Personen haben unterschiedliche Antriebe, der Aufforderung des Vervielfachens nachzukommen. Der Aktant – hier geformt aus dem Kettenbrief und dem Menschen – verbreitet Anliegen sowie Sehnsüchte und bringt Personen zum Lachen. Ziel eines Kettenbriefes, oder in unserem Fall eines ‚Kettengeldscheins‘, ist es, eine möglichst große Zahl an Personen mit dieser Botschaft zu erreichen. Die Nachricht auf der Banknote spricht die Empfänger/innen direkt an: Die Unterhaltung, Freude, der Glaube an die Botschaft soll durch die Vervielfachung auch an andere und vor allem an mehrere Menschen weitergegeben werden. Für die Person, die uns ein Foto dieser Banknote zugesandt hat, erfüllte der Peso-Schein einen Unterhaltungsfaktor und trug zur Heiterkeit bei.³⁰ In diesem Fall übertrug der Empfänger die Botschaft nicht auf andere Geldscheine; er brachte ihn jedoch wieder in den Geldumlauf. Der Peso-Schein war mit einem Mehrwert aufgeladen worden, und unser Empfänger hatte ihn auch mit einem Mehrwert angenommen: er war unterhalten worden. Somit vollzog sich für diese Person eine Steigerung des emotional-symbolischen Wertes. Der Mann, der uns diesen Schein zukommen ließ, erwähnte zudem, dass er drei Jahre vor Erhalt

²⁹ Einsendung von R.H., 20.11.2011.

³⁰ Kettenbriefe weisen ähnliche Kennzeichen auf, etwa bringen diese die Empfänger/innen „zum Schmunzeln“ oder sollen der Verbreitung von guten „Wünschen“ dienen. Siehe dazu Andreas Rauchegger: Himmelsbriefe und Kettenbriefe. Eine kulturwissenschaftlich-volkskundliche Analyse von Schreib- und Kopieritualen im Wandel der Zeit. Unveröff. Magisterarbeit. Innsbruck 2009.

dieser Banknote eine ähnliche Nachricht auf einem Peso-Schein gesehen hatte. Auch diesen Schein hatte er wieder in Umlauf gebracht, ohne der Aufforderung nachzukommen.

To Hannah! From Patrick!



Abb. 5: Dollarnote „To Hannah! From Patrick!“. Einsendung von H.S., 30.01.2012, Foto: Autorinnen

Der abgebildete Schein gehört Hannah, die während ihres Studiums in Irland einen US-Amerikaner kennenlernte. Aus der Bekanntschaft entwickelte sich eine Freundschaft. Der Mann verlieh seiner Einladung, sie möge ihn in den USA besuchen kommen, einmal mehr Ausdruck, als er ihr eine Dollarnote mit folgender Botschaft schenkte: „To Hannah! From Patrick! Keep it cool!“³¹

Die Botschaft auf diesem Geldschein und die Einladung auf der Rückseite der Dollarnote „You always have a place to stay in the United States of America and now a little cash to get you there“ spiegelt die Beziehung zweier bestimmter Personen wider, erhält und verstärkt sie. Hier bestand schon ein positiver Bezug zwischen dem Schreiber und der Empfängerin, was auch erklärt, warum der Geldschein nicht mehr in den Geldumlauf eingefügt wird; die Frau trägt die Dollarnote in ihrer Geldtasche. Warum wurde die Botschaft auf einen Geldschein geschrieben und zum Beispiel nicht in einer E-Mail verfasst? Die Banknote besitzt noch immer einen, wenn auch geringen, monetären Wert. Der Schein und seine Nachricht werden somit nicht unüberlegt weggeworfen. Da die Frau ihn jedoch

³¹ Einsendung von H.S., 30.01.2012.

behält, ist die Zahlungsfunktion des Scheines nur theoretisch aufrecht, praktisch aber unwirksam, die Botschaft eines anderen Menschen an sie steht im Zentrum. Der monetäre Wert wird vom emotional-symbolischen übertroffen.

Beim Geldschein handelt es sich um ein Medium, das ursprünglich keine anderen Besitzer/innen als den Staat hat. Die Botschaft darauf ist also öffentlich. Auch wenn sich die Nachricht an speziell adressierte Personen richtet, findet eine öffentliche Kommunikation statt, vor allem dann, wenn die Banknote in den gewohnten Geldzirkel zurückkehrt.

Die Verwendung der Dollarnote ist für eine weitere Betrachtung aufschlussreich: Der Geldschein mit der Beschriftung wurde in Irland übergeben. Patrick wählte jedoch keinen Euro-Schein für die Übermittlung der Nachricht aus, sondern einen US-amerikanischen. Dieser repräsentiert den Staat, dem sich der Mann zugehörig fühlt. Die Beziehung zu der Banknote impliziert gleichzeitig eine Beziehung zum Schreiber und zu dessen Herkunftsland. Der Dollarschein verkörpert das Reiseziel.

Erinnerungsscheine

Erinnerungsscheine sind an ihrer Oberfläche nicht notwendigerweise verändert. Ihr äußeres Erscheinungsbild kann zerknittert und gebraucht, aber ebenso faltenlos und druckfrisch sein. Man sieht ihnen die lebensbiografischen Details, an die sie erinnern, also nicht zwangsläufig an. Ihre Funktion ist die Erinnerung an Personen, an Orte und erlebte Situationen. Gemeinsam haben all diese Geldscheine den Verlust ihrer ökonomischen Zahlungsfunktion. Denn Erinnerungsscheine werden nicht mehr als Zahlungsmittel verwendet, sondern wegen ihres emotional-symbolischen Werts aufbewahrt, zu Hause in einem Album oder Kästchen, manche tragen sie in ihrer Geldbörse mit sich. Als Erinnerungen fallen sie jedoch aus dem Kreislauf der Geldwirtschaft heraus.

Solche Geldscheine sind Träger von persönlichen und biografisch-emotional aufgeladenen Bedeutungen. Gebrauchsfunktion und monetärer Wert werden zwar nicht ausgeblendet, die Bewertung der Erinnerungsobjekte beeinflusst jedoch subjektive Empfindungen, Deutungen und Erinnerungen sowie soziale Beziehungen, die sich darin ausdrücken.

Die Verfasserin einer Nachricht an uns erzählte von einem Ein-Dollar-Schein, den sie von einem thailändischen Gastarzt als Geschenk erhalten hatte. Seitdem verlässt sie das Haus nicht mehr ohne ihn, er ist zu ihrem Glücksbringer geworden.³² Eine Ein-Dollar-Note aus Kalifornien, die ein Innsbrucker Student von

³² Einsendung von C.D., 30.01.2012.

seinem Auslandsjahr mitgenommen hat, erinnert ihn an seine schöne Zeit in den USA und ist seitdem als Lesezeichen sein „ewiger Begleiter“.³³ Fremdwährungen sind beliebte Reisesouvenirs. Die Geldscheine sind kein schweres Gepäck, sie sind leicht zu transportieren und erinnern mit ihrer nationalstaatlichen Symbolik an die Erlebnisse in der Fremde. Oft regen sie aus der Geldbörse ihrer Besitzer/innen zu Erzählungen über die Reisen an – und demonstrieren damit Weltgewandtheit und -offenheit. Ein zweimal gefalteter Ein-Dollar-Schein mündete in die folgende Anekdote einer Studentin: Diesen einzigen Dollarschein, der ihr am letzten Abend ihrer Reise in den USA geblieben war, wollte sie als Souvenir aufbewahren. Als sie diese Absicht gegenüber ihren Mitfeiernden äußerte, spendierten diese ihr in einer Cocktaillbar sämtliche Getränke. Der Schein wird zur Erinnerung an einen unbeschwerten Abend, an eine gelungene Fernreise und an die eigene abenteuerreiche biografische Station aufbewahrt.³⁴

Der Geldschein ist Träger subjektiver Erinnerung und kann auch als Autogrammkarte dienen, wie der Fünf-Euro-Schein, den Robert Kalina für uns signierte.³⁵ Der Autogrammschein ist gleichzeitig biografisch geprägt: Mit einer der Zusendungen an uns erhielten wir einen 20-Dinar-Schein aus dem ehemaligen Jugoslawien mit der Unterschrift von John Taylor, dem Bassisten der Pop-Gruppe „Duran Duran“. Der Cousin der Verfasserin habe ihr erzählt, er habe bei seinem Urlaub in Jugoslawien John Taylor getroffen und für sie dieses Autogramm geholt. Die damals Zehnjährige wollte ihm glauben und hatte den Geldschein fast dreißig Jahre lang aufbewahrt. Nun, schrieb sie, hat sie vor einigen Monaten gelesen, dass „Duran Duran“ wieder gemeinsam auftritt.



Abb. 6: Dollarschein, der den letzten Abend einer USA-Reise finanzierte. Einsendung von B.G., 31.12.2011, Foto: Autorinnen

Vielleicht fahre ich dieses Jahr erneut nach Kroatien und wer weiß, ob ich nicht John Taylor treffe? Sollte es der Zufall wollen, werde ich meinen Traummann, dem ich

33 Einsendung von X.X., 10.02.2012.

34 Einsendung von B.G., 31.12.2011.

35 Kalina erzählte von einem Unterschriftensammler, der persönlich zu ihm kam, um sich die komplette Euro-Geldschein-Serie signieren zu lassen. Interview mit Robert Kalina, geführt von Iris Hafner und Anna Horner, Wien, 20.12.2011.

kurze Zeit nachdem mir mein Cousin den Geldschein übergeben hatte begegnete auch bitten, mir ein Autogramm vom ehemaligen Schwarm zu holen.³⁶

In zwei der eingesandten Erzählungen wurden Geldgeschenke von bereits verstorbenen Familienmitgliedern thematisiert. Mit dem Kommentar „Nur für dich“ habe die Großmutter der Enkelin einer dieser Berichte zufolge einen 50-Euro-Schein geschenkt und sei kurz darauf verstorben.³⁷ Einem anderen Brief zufolge habe der Großvater seinem Enkel einen 50-Euro-Schein überreicht, verpackt in ein Billet, auf dem ein Auto abgebildet war. Wie der Enkel später vermutete, war das Geld für einen Autokauf gedacht, ausgesprochen sei dies jedoch nicht worden, denn kurz nach diesem Geschenk sei der Großvater verstorben. Sein Auto habe er zwar in bar bezahlt, jedoch ohne diesen Schein dafür zu verwenden.³⁸ Beide hier erwähnten Scheine werden von ihrem/r Besitzer/in aufbewahrt und erinnern diese an die verstorbene Person. Die Banknoten sind unangetastet und „frisch“, wurden aber aus emotionalen Gründen dem ökonomischen Zahlungskreislauf entzogen. Ihre Bedeutung wurde neu definiert durch ihre Dinglebendigkeit:

Dinglebendigkeit müsste man konsequenterweise solche Phänomene nennen im Sinne einer ganz wörtlich zu nehmenden Repräsentation des Lebens in den Dingen. Repräsentation meint dann das Wieder-gegenwärtig-Machen bzw. die Gegenwärtigkeit des (auch vergangenen) Lebens im Ding, welches somit zu verstehen wäre als materiell verfasste Realpräsenz des Lebens bzw. lebendiger oder auch in den Dingen weiterlebender verstorbener Menschen (z.B. Ahnen).³⁹

Würden die beschriebenen Erinnerungsscheine wieder dem Zahlungskreislauf zugeführt, ginge diese Dinglebendigkeit und damit die lebendige Erinnerung an die Großeltern verloren. Damit statten die Empfänger/innen die Scheine mit einer quasi animistischen Präsenz aus.

Fazit

Bilder wie die vom reichen Schnösel, der sich mit einem Geldschein seine Zigarette anzündet, von Serge Gainsbourg, der in aller Öffentlichkeit einen Geldschein

³⁶ Einsendung von E.R., 02.02.2012.

³⁷ Einsendung von X.X., 30.01.2012.

³⁸ Ebd.

³⁹ Andreas Hartmann u. Julia Holecek: Stoffe der Erinnerung. Notizen über das vestimentäre Gedächtnis. In: Hartmann u.a. (Hg.) (wie Anm. 17), 187–194, hier 194.

verbrennt,⁴⁰ oder von Dagobert Duck, der im Geld ein Bad nimmt, verstören die Betrachter/innen, weil der Schein hier zweckentfremdet wird. Der Geldschein wird in diesen Beispielen zum Gegenstand ohne monetären Wert und verliert mitunter sogar seine Funktion als Zahlungsmittel. Diese Umnutzungsformen führen zu einer neuen Perspektive auf Geld und „zur Vergegenständlichung des Geldes, indem sie [die Benutzer/innen, Anm. Autorinnen] es aus der Mittel-Zweck-Relation, als Zahlungsmittel zu dienen, herauslösen und es gewissermaßen als Selbstzweck betrachten.“⁴¹ Hier liegt der Fokus wie bei unserer Forschung auf der Materialität des Geldes. Im Gegensatz zur Zerstörung der Banknote gewinnt diese durch Oberflächenveränderungen verschiedenster Art sozio-kulturelle Funktionen bei gleichzeitig schwankendem ökonomischen Wert.

Die Beschriftung eines Geldscheines bewegt sich auf einem schmalen Grad zwischen Legalität und Illegalität. Wir selbst zögerten bei einem Versuch, Geldscheine unsere persönliche Marke aufzudrücken, und Skrupel begleiteten unser Vorhaben, von uns beschriftete Geldscheine in Umlauf zu bringen. Trotz der vielen beschrifteten Scheine, die uns zugeschickt wurden, ist der Eindruck des Geldes als etwas Unantastbares geblieben: „die Botschaft ‚Geld ist wichtig‘ ist lebensweltlich omnipräsent und bis ins Letzte verinnerlicht“⁴².

40 Serge Gainsbourg (1928–1991), französischer Sänger und Schauspieler, verbrannte 1984 während einer Live-Übertragung im französischen Fernsehen einen 500-Francs-Schein aus Protest gegen französische Steuerpolitik.

41 Gabriel (wie Anm. 11), 28.

42 Gisela Unterwiesing: „Dass es ein Ding gibt dazwischen“. Die Balance zwischen Geld sparen und Geld ausgeben als kulturelle Strategie. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde, 105 (2009), 127–151, hier 147.

Verführerische Technik? Kulturanalytische Perspektiven auf den Geldautomaten

Sophia Booz

Fahrkarten, Briefmarken, Getränke, Fotos, Gold – die Bandbreite an Waren und Dienstleistungen, die an Automaten erworben werden können, wurde in den letzten Jahrzehnten immer größer. Automaten sind in unterschiedlichen Formen fester Bestandteil des gegenwärtigen Alltags. Am häufigsten genutzt werden Geldautomaten oder genauer Geldausgabeautomaten, an denen in Deutschland seit Ende der 1960er-Jahre Bargeld vom eigenen Konto abgeboben werden kann.¹ Seit ihrer Einführung haben sich diese Automaten zum „Technik-Hit der Deutschen“² entwickelt, so das Ergebnis einer Umfrage zu Beschleunigung und technischem Wandel des Instituts für Demoskopie Allensbach aus dem Jahr 2002. Über 70 Prozent der Befragten gaben damals an: „Das kann ich gut gebrauchen, das ist für mich ein Gewinn“, damit lag der Geldautomat vor der Mikrowelle, dem Handy und dem Computer.³

Im vorliegenden Aufsatz wird die Entwicklung des Geldautomaten aus einer kulturanalytischen Perspektive nachgezeichnet. Dabei beschränkt sich die Darstellung hauptsächlich auf Deutschland. Ein Hauptaugenmerk liegt auf der Frage, wie dem Geldautomaten eine verführerische Rolle zugeschrieben wird beziehungsweise inwiefern er diese durch seine Eigenschaften als Maschine hat und wie sich darin das Verhältnis zu Geld und Technik zeigt. Das Quellenmaterial

1 So das Ergebnis einer Studie des Verbundforschungsprojektes „Erlebnis Automat“, das aus einem Zusammenschluss von Automatenherstellern und Dienstleistern wie dem Geldautomatenhersteller Wincor Nixdorf, der Postbank und der Deutschen Bahn besteht. Koordiniert wird das Projekt vom Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation. Vgl. Fraunhofer-Institut für Arbeitswirtschaft und Organisation IAO (Hg.): Trendstudie. Auszug aus der Studie „Trends und Entwicklungen im Umfeld von Automaten“. April 2011. Online verfügbar unter: www.erlebnis-automat.de/cms/images/documents/auszug_trendstudie.pdf (Stand: 20.06.2012), 9.

2 „Geldautomat – Technik-Hit der Deutschen“. In: Hamburger Abendblatt, 25.06.2002. Online verfügbar unter: www.abendblatt.de/vermishtes/article723999/Geldautomat-Technik-Hit-der-Deutschen.html (Stand: 06.01.2012).

3 Institut für Demoskopie Allensbach: TEMPO. Eine Umfrage von 2002 für den Deutschen Studienpreis/Körper-Stiftung, 8 und 24. Online verfügbar unter: www.ifd-allensbach.de/uploads/tx_studies/7140_Tempo.pdf (Stand: 03.03.2013). Zu beachten ist bei dieser Rangliste, dass sich die Funktionen des Handys in den letzten Jahren zahlreich erweitert haben und es dadurch möglicherweise heute zu anderen Umfrageergebnissen kommen könnte.

basiert vorrangig auf Medientexten aus Tages- und Wochenzeitungen⁴ sowie aus Zeitschriften und Publikationen aus dem Kreditgewerbe. Damit wird sowohl der öffentliche als auch der Fachdiskurs beleuchtet.

Die Entwicklung der ersten Geldautomaten und ihre Verbreitung

1968 stellte die Kreissparkasse Tübingen den ersten Geldautomaten Deutschlands auf.⁵ Die Einführung von Automaten zur Bargeldverfügung war das Ergebnis eines vorangegangenen Veränderungsprozesses bei Kreditinstituten, der vor allem durch die Abschaffung der sogenannten Lohntüte ausgelöst wurde. Die Zahlung der Löhne und Gehälter erfolgte ab Ende der 1950er-Jahre bargeldlos und so erhielten breite Bevölkerungskreise ein (Gehalts-)Konto bei Banken und Sparkassen. Damit wurde auch eine Anbindung der Privathaushalte in das Kreditwesen vollzogen, es kam zu einer weiteren Monetarisierung, so der Rechtssoziologe Johann J. Hagen.⁶ Die zahlreichen Gehaltskonten führten zu einem schnellen Wachstum des bargeldlosen Zahlungsverkehrs und der zu bearbeitenden Zahlungsposten, die durch ein einheitliches Formularwesen und die Einführung von Bankleitzahlen besser bewältigbar werden sollten. Dies waren die ersten Schritte in Richtung Automatisierung des Geldverkehrs.⁷

Durch die gestiegene Anzahl der Gehaltskonten gewann die Barabhebung vom Konto an Bedeutung und damit auch die räumliche und zeitliche Verfüg-

4 Genauer: einer elektronischen Stichwortsuche in der Zeitung „Hamburger Abendblatt“, das exemplarisch für eine regionale Tageszeitung steht, in der Wochenzeitung „Die Zeit“ und im Magazin „Der Spiegel“ für den Zeitraum der ersten Einführung bis 2012.

5 In den meisten Quellen wird dieser Automat als der erste dieser Art in Deutschland bezeichnet, jedoch gibt es auch andere Datierungen: So nennt Hans-Ulrich Gutschmidt das Jahr 1967 für erste Geldautomatensysteme, Oswald Hahn das Jahr 1970. In der Stadtchronik der Stadt München wird der 1977 dort von der Sparkasse aufgestellte Geldautomat als der erste Deutschlands bezeichnet. Vgl. Hans-Ulrich Gutschmidt: Sicherheitsfragen beim Einsatz von Geldausgabeautomaten. In: Peter Muthesius u. Heribert M. Schneider (Hgg.): Terminals für Banken und Bankkunden. Der Wandel im Vertrieb von Bankdienstleistungen. Frankfurt a. M. 1982, 19–25, hier 19; Oswald Hahn: Zwischen Energiekrise und wirtschaftlicher Wende (1973–1981). In: Hans Pohl (Hg.): Geschichte der deutschen Kreditwirtschaft seit 1945. Frankfurt a. M. 1998, 249–298, hier 298; Stadtchronik 1977. Online verfügbar unter: www.muenchen.de/rathaus/Stadtverwaltung/Direktorium/Stadtarchiv/Chronik/1977.html (Stand: 16.07.2012).

6 Vgl. Johann J. Hagen: Der Geldschleier. Ein Beitrag zur Soziologie des Geldes. In: Ulrike Aichhorn (Hg.): Geld und Kreditwesen im Spiegel der Wissenschaft. Wien u. New York 2005, 327–348, hier 339.

7 Vgl. Rainer Olten: Den Grundsätzen treu und offen für die Zukunft. Von der Eisenbahn-Spar- und Darlehenskasse e.G.m.b.H. zum modernen Dienstleistungsunternehmen. Kassel 1997 (= Hessische Forschungen zur geschichtlichen Landes- und Volkskunde, 32), 88.

barkeit der Kreditinstitute. Die Nähe zur nächsten Bank war durch ein weites Zweigstellennetz meist gewährleistet, denn seit Ende der 1950er-Jahre konnten Banken durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts Niederlassungen und Zweigstellen nach rein wirtschaftlichen Überlegungen eröffnen, ohne wie zuvor eine Genehmigung zu benötigen.⁸ Häufig überschritten sich aber die Arbeitszeiten der Kund/innen mit den Öffnungszeiten der Kreditinstitute, eine Ausweitung dieser scheiterte jedoch an tariflichen und arbeitsvertraglichen Regelungen.⁹

Durch die Einführung der elektronischen Datenverarbeitung in Banken und Sparkassen wurden ab 1958 interne Abläufe umstrukturiert und rationalisiert.¹⁰ Zehn Jahre später folgte dann die Einführung des ersten Geldautomaten in Deutschland, wodurch die Technisierung der Banken nun auch für die Kund/innen sichtbar wurde. Ab Mai 1968 konnten 1.000 Kund/innen der Kreissparkasse Tübingen einen von AEG Telefunken und Ostertag-Werk AG hergestellten Geldautomaten nutzen, der über einen Doppelbartschlüssel, einen gelochten Plastikausweis und Lochkarten bedient wurde. Für jede Lochkarte konnten die Kund/innen einen 100-D-Mark-Schein abheben, maximal wurden pro Kunde/Kundin 400 D-Mark täglich ausgezahlt. Die Beschränkung der Nutzerzahl war technisch notwendig.¹¹ Weitere Geldautomaten dieser Art folgten in den nächsten Monaten auch in anderen Städten, beispielsweise in Lübeck¹² und Konstanz¹³. Diese ersten Automaten konnten auch außerhalb der Schalteröffnungszeiten genutzt werden, jedoch nur von Kund/innen der jeweiligen Bank. Zudem waren sie anfällig für technische Störungen. Rückblickend wird damit die zunächst zögerlich verlaufende Verbreitung von Geldautomaten erklärt. Neben diesen technischen Aspekten war im Kreditgewerbe jedoch auch umstritten, ob die Auszahlung von Geld an einem Automaten überhaupt angenommen oder ob die Abwicklung als zu anonym erachtet würde.¹⁴ Die Einrichtung von Spätschaltern wurde nach wie vor von

8 Vgl. Historische Gesellschaft für die Deutsche Bank e.V. (Hg.): Wünsche werden Wirklichkeit. Die Deutsche Bank und ihr Privatkundengeschäft. München 2009, 39; Hanns Biering: Aspekte der Einrichtung. In: ders. u. Peter Lorenz: Banken, Sparkassen: Architektur, Planung, Einrichtung. Leinfelden-Echterdingen 1988, 47–118, hier 47.

9 Vgl. Karl-Friedrich Cordewener: Kundenbediente Datenstationen als marktpolitische Instrumente des Bankbetriebs. Göttingen 1981, 135.

10 Vgl. Michaela Hartwig: Marketing für Kundenselbstbedienung bei Kreditinstituten. München 1995 (= Schriftenreihe Schwerpunkt Marketing, 38), 30.

11 Vgl. Thorsten Wehber: Happy Birthday, Geldautomat. In: Geldautomat: der Vielseitige. Seit 40 Jahren kundennah und gut: Bargeld-Service der Sparkassen. Stuttgart 2008, 8–11, hier 8.

12 Vgl. o.V.: Geld am Sonntagnachmittag. In: Die Zeit, 16.08.1968, 22.

13 Vgl. o.V.: Bargeldautomat am Firmmentor. In: Hamburger Abendblatt, 13.05.1969, 22.

14 Vgl. Edmund Schaefer: 40 Jahre Geldautomat in Deutschland. Rasanter Trend zur Selbstbedienung begann zunächst mit einem Fehlstart. In: Betriebswirtschaftliche Blätter, 10 (2008), 541; Gutschmidt (wie Anm. 5).

vielen Vertreter/innen der Kreditinstitute als bessere Lösung erachtet, Geldautomaten wurden dagegen als „technische Spielzeuge“ gesehen.¹⁵ So waren 1979 erst 200 Geräte in Deutschland aufgestellt.¹⁶



Abb. 1: Der erste Geldautomat Deutschlands bei der Kreissparkasse Tübingen. Quelle: Kreissparkasse Tübingen

Dennoch wurde, auch mit Blick auf die Entwicklung in anderen europäischen Ländern und den USA, der Einsatz von Geldautomaten weiter forciert. Zu einem flächendeckenden Einsatz von Geldautomaten kam es aber erst durch die Verbindung zwischen den Automaten und einem zentralen Rechner, wodurch die Geldautomaten auch von Kund/innen anderer Bankinstitute genutzt werden konnten und die Wirtschaftlichkeit der einzelnen Automaten stieg. Zudem konnte der Geldautomat durch diese Verbindung eine direkte Abfrage des Kontostandes vollziehen, um so sicherzustellen, dass das Konto des/der Kunden/Kundin gedeckt ist. Geldautomaten ohne eine Online-Verbindung zahlten auch dann Geld aus, wenn das Konto nicht ausreichend gedeckt war, der maximale Auszahlungsbetrag war dann jedoch niedriger.

Nachdem in einigen Ländern schon Geldautomaten-Pools, also ein Netz von institutsübergreifend nutzbaren Automaten, bestanden, wurde auch in Deutschland die Einrichtung eines solchen Pools beschlossen. Dazu wurde im Mai 1979 die „Vereinbarung über das institutsübergreifende Geldausgabeautomaten-System des deutschen Kreditgewerbes“ zwischen den Spitzenverbänden des deutschen Kreditgewerbes und der Deutschen Bundespost geschlossen, in der unter anderem technische Standards und Sicherheitsmaßnahmen festgelegt wurden.¹⁷ Als Zugang zu den angeschlossenen Geldautomaten wurde die bereits 1969 eingeführte eurocheque-Karte (ec-Karte) bestimmt.¹⁸ Dazu wurde die Karte zusätzlich mit

15 Herbert Steen: Erfahrungen mit dem Spätschalter. In: bank und markt, 6 (1974), 26–29, hier 28.

16 In Großbritannien standen bereits über 2000 Automaten, in Frankreich 1300. Vgl. Wolfgang Dambmann: Kundenbediente Bankschalter in Europa. In: bank und markt, 1 (1979), 25–27, hier 26.

17 Vgl. Hartwig (wie Anm. 10), 28.

18 Die ec-Karte war als Garantiekarte für Eurocheques eingeführt worden und dadurch schon weit verbreitet. Insgesamt waren 1979 bereits 12 Millionen ec-Karten in Westdeutschland in Gebrauch. Vgl. Verena Ehrlicher: Der Bankomatenmißbrauch – seine Erscheinungsformen und

einem Magnetstreifen ausgestattet und eine dazugehörige persönliche Geheimzahl, die sogenannte PIN, ausgegeben.¹⁹ Durch diese Festlegung kam es technisch zu einer weitgehenden Normierung der Automaten, an die sich die Hersteller anpassen mussten. Im März 1981 wurde als Pilot-Projekt das erste institutsübergreifende Geldautomaten-Netz in West-Berlin eingeführt, an das zunächst zwölf Geldautomaten unterschiedlicher Banken angeschlossen waren.²⁰

Durch die technische Weiterentwicklung setzten sich Geldautomaten in den 1980er-Jahren flächendeckend durch: Die Anzahl der Geldautomaten in (West-) Deutschland stieg bis 1987 auf 4.500 Geräte.²¹

Sicherheitslücke Mensch oder Maschine?

Zeitgleich mit der Verbreitung stiegen auch die kriminellen Angriffe auf Geldautomaten und so wurde 1983 die erste strafrechtliche, 1984 die erste zivilrechtliche Entscheidung zu Geldautomaten gefällt.²² Einen ersten Höhepunkt erreichte die Diskussion über die Sicherheit der Automaten 1985, als der NDR in der Sendung „Ratgeber Technik“ einen Bericht ausstrahlte, der die Schwächen des Magnetstreifens und damit auch der Technik des Geldautomaten aufdecken sollte.²³ Die Banken erreichten gerichtlich zunächst eine Gegendarstellung, die dann jedoch wieder aufgehoben wurde.²⁴

Durch das ab dem 1. August 1986 geltende Gesetz gegen Wirtschaftskriminalität sollte die Rechtsgrundlage neuen Geräten wie Computer und Geldautomaten angepasst werden. Dennoch gab es auch danach Gesetzeslücken, die beispielsweise das Abheben von Geld vom eigenen, ungedeckten Konto straffrei zuließen; der Betrag musste nicht zurückbezahlt werden: Da Geldautomaten

seine Bekämpfung. Berlin 1989 (= Untersuchungen über das Spar-, Giro- und Kreditwesen. Abteilung B: Rechtswissenschaft, 59), 16.

19 Vgl. Klaus-Friedrich Otto: Auf dem Wege zu einem deutschen Pool für Geldautomaten. In: bank und markt, 2 (1979), 5–8, hier 6.

20 Vgl. Kurt Kroschinski u. Rudolf Prast: Der Geldautomaten-Pool in Berlin. In: Muthesius u. Schneider (Hgg.) (wie Anm. 5), 27.

21 Vgl. Hartwig (wie Anm. 10), 186.

22 Vgl. Michael Bucher: Die Risikoverteilung bei der Benutzung elektronischer kartengesteuerter Zahlungssysteme. Dargestellt am Beispiel des Geldausgabeautomaten. Frankfurt a. M. 1992 (= Europäische Hochschulschriften. Reihe II Rechtswissenschaft, 1244), 21.

23 Vgl. Siegfried Martial: Sind Eurocheques wirklich zu manipulieren? NDR verunsichert mit unrealistischem Bericht. In: Computerwoche, 08.11.1985.

24 Vgl. Thomas Kaiser: Die Barabhebung vom laufenden Konto in der Bundesrepublik Deutschland und Großbritannien unter besonderer Berücksichtigung des Geldautomaten. Frankfurt a. M. 1990, 122 f.

aufgestellt wurden, um Geld auszusahlen, konnte bei Benutzung der eigenen ec-Karte kein Diebstahl festgestellt werden. Betrug setzt die Täuschung eines Menschen voraus, Maschinen können jedoch – so die Auffassung des Gerichts – nicht getäuscht werden. Der Scheckkartenmissbrauch umfasste wiederum nicht deren Nutzung am Geldautomaten. Und für den Computerbetrug hätte der Geldautomat unbefugt verwendet werden müssen.²⁵ Die Verschiebung der Geldabhebung vom Schalter, also gebunden an eine Situation, die zwischenmenschlichen Kontakt erfordert, zur Maschine sorgte auch im Bereich der Rechtsprechung für Verunsicherung.

Am Beispiel von Haftungsfragen und bei Gerichtsurteilen zeigt sich aber auch, wie groß das Vertrauen in die Technik des Geldautomaten war. Kam es zum kriminellen Missbrauch von Geldautomaten, so wurde stets die Unfehlbarkeit der Technik betont: Die Sicherheitsmerkmale der Karten und des Automaten seien geheim, die dafür verwendeten Substanzen selten und der Computer könne keine Fehler machen. Dennoch gab es immer wieder Zwischenfälle, bei denen sich die Aussagen der Kund/innen und die der Banken widersprachen. Bei Pannen war schnell klar, wo nach der Ursache zu suchen war: Die Sicherheitslücke war stets der Mensch, der seiner Sorgfaltspflicht im Umgang mit der Zugangskarte und der dazugehörigen PIN nicht nachgekommen war, denn der Gebrauch des Geldautomaten war auch mit Pflichten verbunden.²⁶ Neben der Geheimhaltungspflicht der PIN wurde durch ein Urteil 1990 rechtlich bestätigt, dass Inhaber/innen einer automatenfähigen ec-Karte den Verbleib dieser kontrollieren müssen. Tun sie dies einen Monat lang nicht, so verletzen sie ihre Sorgfaltspflicht und haften bei einem möglichen Missbrauch.²⁷ Dass die PIN am Geldautomaten selbst ausgespäht werden könne oder gar zu errechnen sei, wurde ausgeschlossen, es galt die „Lehre der Banker von der Unfehlbarkeit ihrer Technik. Und die besagte, daß der Nummerncode nicht geknackt werden kann“²⁸. Durch die Haftung der Kund/innen bei möglichen Manipulationen an den Automaten und die ihnen auferlegte Beweislast wurde der Gebrauch von Geldautomaten insbesondere Ende der 1980er-Jahre als zu riskant erachtet, sodass Verbraucherschützer/innen gänzlich von der Nut-

25 Vgl. Eva Maria von Münch: Bargeld, automatisch. In: Die Zeit, 12.12.1986, 72.

26 Neben der Sorgfaltspflicht der Kund/innen werden auch Mitarbeiter/innen und Konstrukteur/innen der Technik als mögliche Verursacher/innen von technischen Defekten gesehen: „Denn jede komplizierte Elektronik sei schließlich von Menschen gemacht, und Menschen seien bekanntlich nicht vollkommen.“ O.V.: Doppelbuchung: Fehler in Bank-Computer. In: Hamburger Abendblatt, 20.10.1995, 15.

27 Vgl. o.V.: Haftung für Scheckkarte. In: Hamburger Abendblatt, 26.10.1990, 23.

28 O.V.: Geheimcode. In: Die Zeit, 24.09.1998. Online verfügbar unter: www.zeit.de/1998/40/Geheimcode/ (Stand: 23.08.2013).

zung abrieten.²⁹ Noch 2004 wurde in einem BGH-Urteil bestätigt, dass die PIN weder errechnet oder erraten werden könne und der Geldautomat somit sicher sei. Eine Haftung der Bank wurde damit ausgeschlossen. Aus Kulanz übernahmen jedoch einige Banken Schäden, die durch nachweislich manipulierte Geldautomaten entstanden waren.³⁰ Erst durch vermehrte und technisch ausgefeilte Manipulationen von Geldautomaten, die seit etwa 2007 unter dem Begriff *Skimming* (engl. Absahnen) auch medial sehr präsent sind, wandelte sich die Bewertung der technischen Sicherheit, womit sich auch die Beweislast umkehrte. Dabei werden meist Geräte zum Ausspähen der Daten an den Automaten angebracht, die den Originalteilen sehr ähnlich sehen. Bei der Benutzung von Geldautomaten sollen Nutzer/innen deshalb auf immer mehr Details achten: Sitzt kein Teil locker, sieht der Geldautomat so aus wie gewohnt, sind auch nirgendwo kleine Kameras angebracht? Denn, so heißt es im „Hamburger Abendblatt“ 2009: „Der beste Schutz gegen Geldautomaten-Betrüger ist ein ausgeprägtes Misstrauen.“³¹ Nachdem jahrelang die Sicherheit und technische Unfehlbarkeit des Geldautomaten propagiert wurden, wird von den Nutzer/innen nun Misstrauen gegenüber der Technik erwartet, um nicht „Opfer ihres blinden Vertrauens in die Automaten“³² zu werden.

Der Geldautomat als Verführer

Seit jeher weckt der Geldautomat Fantasien, schnell an Bargeld zu kommen. Dies betrifft sowohl kriminelle Motive als auch die Befürchtung, der Automat verleite dazu, über die eigenen Verhältnisse hinaus Geld vom Konto abzuheben und dann auszugeben, er habe damit verführerische Kräfte.

Im Tauschmittelcharakter des Geldes sieht die Soziologin Elfie Miklautz in Anlehnung an Georg Simmels „Philosophie des Geldes“ (1900) seine Faszinationskraft begründet: „Es repräsentiert gewissermaßen verheißene Möglichkeiten, steht also nicht für gegebene, sondern für mögliche Wirklichkeiten.“³³ Geld verschaffe Freiheit, sofern es über die substanziellen Bedürfnisse hinaus zur Verfü-

29 Vgl. Bucher (wie Anm. 22), 35.

30 Vgl. Beate Kranz: EC-Karten-Urteil: Bank haftet nicht bei Mißbrauch. In: Hamburger Abendblatt, 06.10.2004. Online verfügbar unter: www.abendblatt.de/wirtschaft/article281027/EC-Karten-Urteil-Bank-haftet-nicht-bei-Missbrauch.html (Stand: 02.07.2012).

31 O.V.: Die Tricks der Geldautomaten-Betrüger. In: Hamburger Abendblatt, 22.07.2009. Online verfügbar unter: www.abendblatt.de/hamburg/article1104894/Die-Tricks-der-Geldautomaten-Betrueger.html (Stand: 12.01.2012).

32 O.V.: Geheimcode (wie Anm. 28).

33 Elfie Miklautz: Die Produktwelt als symbolische Form. In: Gudrun M. König (Hg.): Alltagsdinge. Erkundungen der materiellen Kultur. Tübingen 2005, 43–61, hier 53.

gung stehe, so der Soziologe Christoph Deutschmann. Sei dies nicht der Fall, so werde es zum „Mittel sozialer Disziplinierung“.³⁴

Zudem werde Geld als schleierhaft und illusionär begriffen, einen Umstand, den Johann J. Hagen als Geldschleier bezeichnet. „Dabei handelt es sich um ein Phantasie und Begehren in gleicher Weise aktivierendes Faszinosum, das häufig in einem religiösen Kontext gesehen und erlebt wird.“ Geld werde nicht nur mit Freiheit, sondern auch mit Sicherheit assoziiert und erscheine damit häufig als „Mysterium“. Damit grenzt Hagen sich gegen ein rein technisches Verständnis ab, das im Geld vorrangig ein Mittel zur Erleichterung von Transaktionen sieht.³⁵ Diese geldtheoretischen Überlegungen zeigen, dass Geld eine hohe Anziehungskraft ausübt, die modifiziert auch auf den Geldautomaten übertragbar ist.

Bis in die 1990er-Jahre hinein wurden Kund/innen ohne regelmäßiges Einkommen und Minderjährige von vielen Banken von der Benutzung des Geldautomaten ausgeschlossen.³⁶ Damit sollten die genannten Nutzergruppen davor geschützt werden, über ihre Verhältnisse hinaus Geld vom Konto abzuheben und damit die Kontrolle über ihren Kontostand zu verlieren.³⁷ Den Kontrollverlust im Umgang mit Geld führt Aldo J. Haesler auf die Einführung des Buchgelds und des elektronischen Geldes zurück. Dieses sei durch Abstraktionsvorgänge gekennzeichnet; der ‚traditionelle‘ Kaufakt werde ersetzt durch einen technisierten Prozess. Damit könne elektronisches Geld nicht einfach als Weiterentwicklung des Papiergeldes aufgefasst werden.³⁸ Die Auszahlung am Geldautomaten kann als Transformationsprozess von Buchgeld oder elektronischem Geld in Papiergeld begriffen werden. Somit wird Abstraktes in be-greifbares Bargeld umgewandelt. Auch darin kann eine Faszination des Geldautomaten gesehen werden.

Der einstige Ausschluss der genannten Nutzergruppen zeigt, dass die Kreditinstitute im Geldautomaten die Gefahr des Kontrollverlustes sehen, sie treten damit als Schützer des gewünschten Umgangs mit Geld auf. Johann J. Hagen beschreibt auf Konsumentenkredite bezogen eine Trennung zwischen den Vertreter/innen eines traditionellen Wertesystems, das von Sparsamkeit geprägt sei und damit Teil der „industriellen Disziplinierung“, und „jenen, die sich über

34 Christoph Deutschmann: Geld als „absolutes Mittel“. Zur Aktualität von Simmels Geldtheorie. In: Berliner Journal für Soziologie, 10 (2000), 301–313, hier 306.

35 Vgl. Hagen (wie Anm. 6), 329.

36 Vgl. Ehrlicher (wie Anm. 18), 18.

37 Zu den unterschiedlichen Praktiken im Umgang mit Buch- und Bargeld und ihren Bedeutungszuschreibungen durch die ökonomischen Akteur/innen siehe auch den Beitrag von Tjark Müller in diesem Band.

38 Vgl. Aldo J. Haesler: Irreflexive Moderne. Die Folgen der Dematerialisierung des Geldes aus der Sicht einer tauschtheoretischen Soziologie. In: Christoph Deutschmann (Hg.): Die gesellschaftliche Macht des Geldes, Leviathan-Sonderheft, 21 (2002). Wiesbaden 2002, 177–200, hier 179 und 191 f. Siehe hierzu auch die Einleitung in diesem Band.

die Grenzen ihrer Einkommensmöglichkeiten verschulden.“ Durch Konsumentkredite, wie sie auch an Geldautomaten in Form von Dispositionskrediten angeboten werden, komme es zu einer Auflösung der Verbindung zwischen Einkommen und Konsum, die aber verschleiert werde, indem sie als Frage der Moral gesehen werde.³⁹

Am Beispiel des Geldautomaten sollte in den Anfangsjahren jedoch zunächst das als traditionell gekennzeichnete Wertesystem aufrechterhalten werden. Dies zeigt sich etwa im Ausschluss bestimmter Kundengruppen, in der nur zögerlichen Verbreitung von Dispositionskrediten und der Begrenzung des Verfügungsrahmens am Geldautomaten, der die Kund/innen vor leichtsinnigen Abhebungen schützen soll. Der Höchstbetrag für Auszahlungen veränderte sich stetig und war unter anderem auch davon abhängig, ob ein Geldautomat online oder offline betrieben wurde beziehungsweise wird. Bis heute ist dieser Betrag nicht einheitlich geregelt, ist jedoch auch zum Schutz vor kriminellen Übergriffen deutlich niedriger als früher; so lag er beispielsweise 1979 bei der Verbraucherbank bei 8.000 D-Mark.⁴⁰

Der Umgang der Bankinstitute mit Minderjährigen veränderte sich in den 1990er-Jahren. Viele Banken begannen Kinder und Jugendliche als Zielgruppe aufzufassen und diese mit speziellen Angeboten zu umwerben.⁴¹ Dabei wurde insbesondere auch der nun ermöglichte Zugang zum Geldautomaten hervorgehoben, denn die „Möglichkeit, jederzeit Zugang zum eigenen Konto zu haben, klingt sicher auch für Jugendliche verlockend.“⁴² Mit dieser Verlockung wird gezielt um Jugendliche geworben: Der Slogan „Taschengeldkonto mit

39 Hagen (wie Anm. 6), 344.

40 Vgl. o.V.: Stählerne Kassierer. In: Der Spiegel, 11 (1979), 93. Mitte der 1990er-Jahre lag der maximale Auszahlungsbetrag zwischen 400 D-Mark (für Fremdkund/innen) und 2000 D-Mark (meist nur für institutseigene Kund/innen). Vgl. u.a. o.V.: Der Geldautomat wurde 25 Jahre alt. In: Hamburger Abendblatt, 29.06.1992, 18; o.V.: Geldautomaten: 1000 Mark kosten zehn DM. In: Hamburger Abendblatt, 27.04.1993, 1; o.V.: Banken zahlen unterschiedlich. In: Hamburger Abendblatt, 25.11.1993, Beilage: Weihnachten in der City, 10; o.V.: Höchstbeträge und Gebühren. In: Hamburger Abendblatt, 24.11.1994, Beilage: Weihnachten in der City, 14.

41 Studien hatten gezeigt, dass die meisten Bankkund/innen ihre Bankverbindung selten oder nie wechseln. Dadurch wurden insbesondere auch Kinder und Jugendliche als Zielgruppe erkannt, um so eine frühe Bindung an das Kreditinstitut zu schaffen. Vgl. Klaus Neumann: Der junge Verbraucher im Brennpunkt des Bank-Marketing. Marketing aus Sicht des Anbieters. In: Volker Preuß u. Heiko Steffens (Hgg.): Marketing und Konsumerziehung. Goliath gegen David? Frankfurt a. M. u. New York 1993 (= Reihe Campus Forschung, 705; Marketing und Verbraucherarbeit, 8), 165–187, hier 173 ff.

42 Annette Claar: Was kostet die Welt? Wie Kinder lernen, mit Geld umzugehen. Berlin, Heidelberg u. New York 1996, 209.

Automatenkarte ‚Bargeld lacht, auch in der Nacht‘⁴³ verweist auf die Verfügbarkeit von Bargeld, auch außerhalb von Geschäftszeiten. Scheinbar unabhängig vom Kontostand scheint das Bargeld im folgenden Beispiel zu sein: ‚Mit der BANK-CARD oder Eurocheques und Scheckkarte ist man dank Geldautomat immer bei Kasse.‘⁴⁴ Daneben soll mit der Werbung ein ‚Prestigeeffekt‘⁴⁵ erzeugt werden, wie dies beispielsweise bei der Commerzbank verfolgt wurde:

Stellt Euch vor: Am Wochenende ist ein Rock-Festival ... Euer Geldbeutel leider nicht genug hergibt, ... Wo kommt jetzt auf die Schnelle Geld her? Wie wäre es mit folgendem? Ihr geht ganz cool zu Eurer Commerzbank, zückt eine gestylte Jugend-Service-Card ... und besorgt Euch am Geldausgabeautomaten Bares. Die Blicke von den zuschauenden Erwachsenen könnt Ihr Euch sicher vorstellen. Das ist Lifestyle vom Feinsten!⁴⁶

Der Geldautomat fungiert hier als Zeichen für Freiheit und den Eintritt in die Lebenswelt der Erwachsenen.

Aus juristischer Perspektive ist der Zugang zu Geldautomaten jedoch nur dann erlaubt, wenn technisch verhindert werden kann, dass Minderjährigen ein Kredit eingeräumt wird. Die Konten dürfen also nur im Haben-Bereich geführt werden, ein Überziehen des Kontos muss technisch ausgeschlossen werden können. Die Verbraucherschutzzentrale Nordrhein-Westfalen zeigte jedoch 1993 in einer Studie, dass dies nicht von allen Banken eingehalten wurde.⁴⁷ Den Banken wurde in der Folge vorgeworfen, Kinder und Jugendliche „[s]orglos in die Miesen“ zu leiten. Zudem, so wird die Verbraucherschützerin Ulrike Pilz-Kusch 1997 in der „Zeit“ zitiert, förderten die Banken durch den Geldautomaten einen „leichtfertigen, sorglosen Umgang mit Geld“.⁴⁸ Kinder und Jugendliche könnten am Geldautomaten Geld abheben, ohne sich vorher über den Kontostand zu informieren, es sei damit nicht möglich, das ersparte Geld „vor momentanen Kaufgelüsten zu schützen.“⁴⁹ Verbraucherschützer und Medien sind sich aus diesem Grund einig, dass zum Erlern-

43 Werbung der Stadtsparkasse Essen, zit. nach Ulrike Pilz-Kusch: Verführen Banken Kinder und Jugendliche zum Schuldenmachen? Neue Trends im Jugendmarketing der Kreditinstitute. In: Preuß u. Steffens (Hgg.) (wie Anm. 41), 188-217.

44 Jugendprospekt der Volksbank, zit. nach Ulrike Pilz-Kusch (wie Anm. 43), 208.

45 Norbert Emmerich: Geschichte der Sparkassenwerbung 1750 bis 1995. Stuttgart 1995 (= Sparkassen in der Geschichte, Abteilung 3: Forschung, 7), 227.

46 Yellow 2 (1991), Jugendmagazin der Commerzbank, zitiert nach Claar (wie Anm. 42), 209 f.

47 Vgl. Pilz-Kusch (wie Anm. 43), 204.

48 Hermannus Pfeiffer: Sorglos in die Miesen. In: Die Zeit, 10.10.1997. Online verfügbar unter: www.zeit.de/1997/42/Sorglos_in_die_Miesen (Stand: 11.07.2012).

49 Claar (wie Anm. 42), 201.

nen des Umgangs mit Geld die Abhebung am Schalter der bessere Weg sei.⁵⁰ Den Bankangestellten wird implizit eine soziale Kontrolle zugeschrieben, die der Geldautomat durch sein technisches Dasein nicht ausüben könne.

Als technisches Gerät stellt der Geldautomat damit eine Gefahr für Minderjährige und das pädagogische Ziel des ‚richtigen‘ Umgangs mit Geld dar.

Trotz der Gefahren, die Geldautomaten zugeschrieben werden, sollen Kinder an diese Geräte herangeführt werden. Speziell für Kinder aufbereitete Fernsehsendungen wie die „Sendung mit der Maus“⁵¹ oder Geldautomaten-Nachbauten mit eigener Kinderwährung⁵² zeigen die Funktionsweise der Automaten, ohne dass die Kinder jedoch Zugang zu echten Automaten bekommen. So sollen Kinder verstehen, „daß der Geldautomat nicht unendlich Geld ausspuckt, wenn der Papa oder die Mama die Kreditkarte hineinstecken“.⁵³ In dem Spiel „Monopoly – der verrückte Geldautomat“ übernimmt der Automat genau diese Funktion des Geldspenders, der nach Einführung einer mitgelieferten Bankkarte unterschiedliche, zufällig zusammengestellte Summen an Geld und Spielkarten herausgibt.⁵⁴ In einem anderen Funktionszusammenhang dagegen steht der Geldautomat bei einem Produkt der Marke „Hello Kitty“: Der Geldautomat in Form einer Spardose verweist auf das Sparen und damit gerade auf die Nicht-Verfügarmachung von Geld. In der dazugehörigen Produktbeschreibung wird die Funktionstüchtigkeit des Automaten hervorgehoben. Um eine Auszahlung mit einer mitgelieferten Bankkarte zu veranlassen, muss diese Funktion zunächst von den Eltern freigeschaltet werden.⁵⁵ So soll den Kindern verdeutlicht werden, dass Geldautomaten nur zuvor erspartes Geld auszahlen können.

50 Vgl. Pfeiffer (wie Anm. 48).

51 Vgl. Die Sendung mit der Maus: Geldautomat. Online verfügbar unter: www.youtube.com/watch?v=RUdn7Zcin1I (Stand: 28.06.2012), Länge: 8:40.

52 Vgl. o.V.: Der Bankautomat ist auch ein Kunstwerk. In: Hamburger Abendblatt, 06.07.2011. Online verfügbar unter: www.abendblatt.de/region/stormarn/article1947940/Der-Bankautomat-ist-auch-ein-Kunstwerk.html (Stand: 20.01.2012); Heiner Über: Müllmann im Zwergenstaat. In: Die Zeit, 19.08.1994, 55.

53 Ebd. Die Vorstellung des unendlich verfügbaren Geldes, das am Geldautomaten einfach abgeholt werden kann, ist bei Kindern bis zu einem gewissen Alter weit verbreitet. Vgl. Claar (wie Anm. 42), 159.

54 Vgl. www.amazon.de/Parker-00271100-Monopoly-verr%C3%BCckte-Geldautomat/dp/B0031U1SMK (Stand: 02.03.2013).

55 Vgl. Pressemitteilung der Technaxx Deutschland GmbH & Co.KG: Hello Kitty™ ATM Geldautomat (Lizenznehmer Technaxx). Online verfügbar unter: www.openpr.de/news/608116/Hello-Kitty-ATM-Geldautomat-Lizenznehmer-Technaxx.html (Stand: 20.06.2012).

Bei den Herstellern Lego⁵⁶ und Playmobil⁵⁷ tritt der Geldautomat in Zusammenhang mit einer Figurengruppe von Bankräubern beziehungsweise bei Playmobil mit der Figur einer Bankräuberin auf. Damit wird direkt auf das Begehren verwiesen, das der Geldautomat bei Kriminellen auslöst und auf das im folgenden Abschnitt abschließend eingegangen wird.

Seit Beginn der Entwicklung wurde die Gefahr von kriminellen Übergriffen am Geldautomaten gesehen, denn: „Geld automatisch? Das ist natürlich auch der Traum aller Kriminellen.“⁵⁸ Zunächst wurde insbesondere von Raubüberfällen am Geldautomaten berichtet, bei denen Nutzer/innen des Automaten gezwungen wurden, Geld von ihrem Konto abzuheben und den Räubern auszuhändigen.⁵⁹ Diese Überfälle mit einer relativ geringen Beute wurden dann jedoch von technischen Manipulationen des Geldautomaten abgelöst. Die Verbindung zur Technik wird insbesondere auch an der Bezeichnung der Täter/innen als „Computerfreaks“⁶⁰ deutlich. Unter dem Titel „Hacken statt knacken – Bankraub à la carte“ berichtet der „Spiegel“ 1986 ausführlich über neue Formen der Kriminalität an Geldautomaten und kommt zu dem Schluss: „An die Stelle des klassischen Panzerknackers tritt zunehmend der intelligente Hacker“, damit gebe es einen „Bankräuber neuen Typs“.⁶¹ Ähnlich argumentiert auch der Kulturwissenschaftler Klaus Schönberger, der neben der Kriminalität am Geldautomaten in Überfällen auf Geldtransporter neue Formen des Bankraubs sieht. Der ‚klassische‘ Bankraub sei dagegen rückläufig.⁶²

Peter Bernhard und Wolfgang Dambmann kommen in ihrer 1979 veröffentlichten Abhandlung zu elektronischem Geld zu dem Schluss, dass die Verführungskraft in der Eigenschaft des Geldautomaten als technisches Gerät liege. Sie

56 Vgl. <http://search2.lego.com/?q=bank&lang=1031&cc=DE#cc=DE;lang=1031;q=geldautomat;ns=1> (Stand: 20.02.2013).

57 Vgl. www.playmobil.de/on/demandware.store/Sites-DE-Site/de_DE/Product-Show?pid=5177&cgid= (Stand: 21.02.2013).

58 O.V.: Tips vor Mißbrauch der ec-Karte. In: Hamburger Abendblatt, Beilage: Finanz- und Börsenplatz Hamburg, 04.05.1993, 11.

59 Vgl. Thomas von Randow: Trautes Heim, Bank allein. In: Die Zeit, 18.12.1981, 55; o.V.: Fast blank. In: Der Spiegel, 51 (1981), 73–75.

60 Gunhild Lütge: Raffinierter Trick mit der Plastikkarte. In: Die Zeit, 31.01.1986, 24; o.V.: Manager und Märkte. In: Die Zeit, 24.01.1986, 24; o.V.: Hacken statt knacken – Bankraub à la carte. In: Der Spiegel, 50 (1986), 88–104, hier 89.

61 O.V.: Hacken statt knacken – Bankraub à la carte (wie Anm. 60), 88.

62 Vgl. Klaus Schönberger: „Jeder will doch Geld haben ...“ Volkskundlich-kulturwissenschaftliche Anmerkungen zur Geschichte und Gegenwart des Bankraubs. In: VOKUS. Volkskundlich-kulturwissenschaftliche Schriften, 19 (2009), H. 1, 5–15, hier 13. Die Abnahme des ‚klassischen‘ Bankraubs ist auch darauf zurückzuführen, dass durch den Geldautomaten weniger Bargeld in den Filialen vorhanden ist und somit die erbeuteten Summen deutlich sanken. Vgl. o.V.: Mehr Sicherheit durch „bargeldlose“ Filialen. In: Hamburger Abendblatt, 12.02.2005.

weisen darauf hin, „daß der Mensch gegenüber einem Automaten die Hemmungen vor Betrug weitgehend ablegt. Einen Automaten traut man sich gewissermaßen leichter hinters Licht zu führen als einen Menschen. Die Plastikkarte lädt natürlich Fälscher und Trickbetrüger ein, ihr Unwesen zu treiben.“⁶³ Dies zeige sich auch in den Aufstellungsorten der Automaten: In einer wenig beachteten Ecke wurden die Geräte damals aufgestellt, um, so mutmaßen Bernhardt und Dambmann, „das Verbrechen nicht einzuladen“⁶⁴. Ab den 1990er-Jahren setzte dann jedoch die Videoüberwachung ein, womit die Anforderung möglichst gut einsehbarer Räume für die Geldautomaten einherging.⁶⁵

Neben Versuchen, den Automaten zu manipulieren und so an das Geld zu gelangen, mehrten sich vor allem in den letzten Jahren die direkten Angriffe auf Geldautomaten. Unter Einsatz von Werkzeugen wie Schleifgeräten, Sägen, Sauerstoffanlagen und Brennschneidern, aber auch durch die Sprengung des Geldautomaten wird versucht, an die im Automaten verborgen liegenden Geldkassetten zu gelangen.⁶⁶ Eine andere Form des direkten Angriffs ist die Entwendung des gesamten Gerätes, um die Geldkassetten dann an einem anderen, sicheren Ort zu entfernen.⁶⁷

Bilder herausgerissener Geldautomaten und durch Sprengungen zerstörter Bankgebäude sind über deren fortwährende Wiederholung in den Medien in das kollektive Bildgedächtnis eingegangen.⁶⁸ Doch auch Berichte über unversehrte Geldautomaten als „Zeugnisse des Scheiterns“⁶⁹ von Bankräubern und über den

63 Peter Bernhardt u. Wolfgang Dambmann: Elektronisches Geld. Die neuen Dienstleistungen der Banken. Frankfurt a. M. 1979, 11.

64 Ebd., 16.

65 Vgl. Martin Kaltwasser: Die Hüllen des Paradieses. Architektur des Bankgebäudes. In: Klaus Schönberger (Hg.): Vabanque. Bankraub. Theorie. Praxis. Geschichte. Berlin, Hamburg u. Göttingen 2001, 174–191, hier 185; Ehrlicher (wie Anm. 18), 22.

66 Vgl. Gesamtverband der Deutschen Versicherungswirtschaft (GDV) (Hg.): Richtlinien zur Sicherung von Geldautomaten. Betrachtung und Analyse der Risiken. 2012. Online verfügbar unter: www.vds-industrial.de/fileadmin/compliance/5052/Geldautomaten_VdS_5052_016b_120402.pdf (Stand: 20.06.2012), 17 ff. Wie viel Bargeld in einem Geldautomaten maximal gelagert wird, wird im analysierten Material nur in einem Fall genannt. So befanden sich 1995 zwischen 100.000 und 200.000 D-Mark in einem Automaten. Vgl. o.V.: Kann sich der Geldautomat verzählen? In: Hamburger Abendblatt, 28./29.01.1995, Beilage: Journal Wissen, 5.

67 Vgl. Meike Fries: Ein Knall, nachts um zwei. In: Die Zeit, 06.08.2009. Online verfügbar unter: www.zeit.de/2009/33/Geldautomat/ (Stand: 10.07.2012); o.V.: Bankeinbruch per Lastwagen. In: Hamburger Abendblatt, 06.11.2001, 6; o.V. Bande stahl Geldautomaten. In: Hamburger Abendblatt, 16.11.2007. Online verfügbar unter: www.abendblatt.de/hamburger/article502679/Bande-stahl-Geldautomaten.html (Stand: 05.01.2012).

68 Vgl. exemplarisch den Artikel o.V. „Stellingen: Geldautomat gesprengt“ im Hamburger Abendblatt vom 28. Juli 2009. Neben dem Artikel erschien online auch eine Bilderserie mit Aufnahmen des zerstörten Gebäudes.

69 Fries (wie Anm. 67).

Diebstahl des ‚falschen‘ Automaten wie beispielsweise eines Kontoauszugsdruckers⁷⁰ sind heute selbstverständlicher Teil der Berichterstattung, womit gewiss auch Schadenfreude verbunden ist.

Fazit

Deutlich wurde, dass der Geldautomat nicht als neutrales Objekt in Erscheinung tritt, sondern eine verführerische Rolle im Konsumverhalten zugesprochen bekommt. Damit kann auch Geld nicht allein als neutrales Tauschmittel zur Regelung von Transaktionen verstanden werden. Geld weckt Wünsche und Fantasien, die sich auch auf technische Geräte wie Geldautomaten übertragen lassen. Das menschliche Begehren des Geldes ist jedoch nur eine Form, in der sich die Verführungskraft der Geldautomaten äußert. Eine zweite Form hängt mit dem Dasein des Automaten als technisches Artefakt zusammen. Durch die Neutralität der Technik – so die Argumentation – verhindere der Geldautomat soziale Kontrolle und senke die Hemmschwelle zu kriminellen Übergriffen; die Verführungskraft liegt in diesem Fall im Automaten selbst begründet. Damit kann die hier skizzierte Geschichte des Geldautomaten auch als Beitrag zur Technikkulturforschung gelesen werden.

70 Vgl. den Artikel (o.V.) „Dämliche Räuber. Statt Geld klauten sie nur Papier“ im „Berliner Kurier“ vom 09.02.2012. Online verfügbar unter: www.berliner-kurier.de/polizei-justiz/daemliche-raeuber-statt-geld-klauten-sie-nur-papier,7169126,11601000.html (Stand: 27.08.2013).

Die Region als Währungsraum. Beispiele, Konzepte und Funktionen Tiroler Regionalgelder

Daniela Pfennig

Seit der Euro- und Staatsschuldenkrise sprießen Regionalgelder wie Pilze im Augustregen aus dem Boden. Dieser Beitrag gibt einen Überblick über aktuelle Tiroler Regionalgeldprojekte und zeigt Hintergründe deren Herausgabe auf.¹ Dabei wird Geld weniger als unpersönliches Tauschmittel wahrgenommen, sondern die These verfolgt, dass im Umgang mit Geld individuelle Handlungs- und Wahlmöglichkeiten entstehen, die eigene kulturelle Praktiken hervorbringen.

1. Fragestellung und Methode

Der Beitrag konzentriert sich auf aktuelle Tiroler Regionalgeldprojekte und zeigt Hintergründe der Emission von Regionalgeldern auf. Das Material stammt aus einer systematischen Befragung größerer Gemeinden sowie aus deren Selbstdarstellungen im Internet.² Der Fokus auf die Gemeinden ergibt sich aus der Fragestellung, welche die Handlungsmotivation und -strategien der Verantwortlichen hinter Tiroler Regionalgeldern in den Blick nimmt.³ Warum konzipieren Men-

1 Die Fragestellung des vorliegenden Beitrags ging aus meinem Dissertationsprojekt über das Tiroler Notgeld im Fach Europäische Ethnologie hervor. Mich interessierte zunehmend, welche Regionalgelder es gegenwärtig in Tirol gibt, welche Hintergründe zur Emission dieser führten und ob sich Parallelen zwischen dem Notgeld, das in Tirol zwischen 1918 und 1921 ausgegeben wurde, und gegenwärtigen in Tiroler Regionen gültigen Zahlungsmitteln feststellen lassen. Zum Tiroler Notgeld siehe auch Daniela Pfennig: Das Tiroler Notgeld als Besonderheit der Geldgeschichte. Kontext, Herausgabe, Gestaltung, Akteure und Funktionen. In: Tiroler Heimat. Jahrbuch für Geschichte und Volkskunde Nord-, Ost- und Südtirols, 77. Hg. v. Josef Riedmann und Richard Schober. Innsbruck 2013, 193–219.

2 Die Gemeinden wurden per E-Mail und telefonisch kontaktiert, um zu ermitteln, ob sie aktuell ein regional gültiges Geld oder Gutscheinnünzen emittieren. Durchsucht wurden vor allem Websites von Gemeinden, Städten und von größeren Kaufmannschaften.

3 In den Hintergrund treten dabei zwangsläufig die Nutzer/innen von regionalen Zahlungsmitteln und deren Praktiken. Hierfür liegt eine ausgezeichnete Studie vor, der ich viele Anregungen entnommen habe. Vgl. Christian Thiel: Das „bessere“ Geld. Eine ethnographische Studie über Regionalwährungen. Wiesbaden 2011.

schen, Institutionen oder Vereine gegenwärtig Zahlungsmittel, die regional begrenzt gültig sind? Wie werden diese gestaltet und was wollen die Initiator/innen mit regionalen Geldern bewirken?

Um diesen Fragen nachzugehen, führte ich Interviews mit Verantwortlichen durch, die telefonisch mit Leitfaden oder über E-Mail stattfanden. Diese beiden Interviewtypen wurden ausgewählt, da sie die unkomplizierte Kontaktaufnahme mit Interviewpartner/innen, deren Kontakte großteils durch das Internet zustande gekommen sind, ortsunabhängig – und zum Teil auch zeitunabhängig – ermöglichen und innerhalb sehr kurzer Zeit viele Interviewpartner/innen kontaktiert werden können. Es muss jedoch angemerkt werden, dass die hier verwendeten Telefon- und E-Mail-Interviews soziale Merkmale ausklammern und die Kommunikationsmittel stark reduziert sind. Gerade bei der E-Mail-Kommunikation ist zu berücksichtigen, dass die Interviewsituation weniger spontan als bei Face-to-Face- oder Telefongesprächen ist. Spontanität kann bei Forschungsvorhaben die Basis für eine Datenfülle sein, allerdings war hier der zu erforschende Fragehorizont sehr eingeschränkt und deshalb wurden auch die Interviewfragen standardisiert und bei allen Interviewpartner/innen in ähnlicher Weise gestellt. Ich als Interviewerin konnte die Fragen in Ruhe überlegen und formulieren. Auch dem/der Interviewpartner/in wurde bewusst mehr Zeit eingeräumt, um die Frage zu reflektieren und die Formulierung der Antwort zu überlegen, weil ihm/ihr beliebig viel Zeit zur Verfügung stand. Es blieb des Weiteren mehr Zeit zur Formulierung neuer Fragen und es konnten beliebig viele Interviewrunden – auch mit zeitlicher Distanz – durchgeführt werden. Nonverbale Signale gingen bei dieser Befragungsmethode jedoch vollkommen verloren. Es ist auch darauf hinzuweisen, dass jede/r Interviewpartner/in seinen/ihren persönlichen Kommunikationsstil hatte, der sich jedoch weniger stark differenzieren ließ als bei Face-to-Face-Gesprächen. Durch diese beiden Interviewmethoden wurden sehr ähnliche, standardisierte Interviewsituationen geschaffen, und es konnten Reisekosten und Transkriptionszeit gespart werden. Ein weiterer Vorteil der E-Mail-Interviews lag darin, dass Zitate – auch mit optischen Hervorhebungen der Interviewpartner/innen unmittelbar in die Forschungsarbeit übernommen werden konnten. Hingegen war die Aufnahmequalität der Telefongespräche teilweise sehr schlecht. Da während des Gesprächs ausführliche Notizen gemacht wurden, ließen sich Lücken gut schließen, allerdings wurde dabei sehr viel Konzentration für die Mitschrift und weniger für das gezielte Formulieren spontaner Fragen aufgewendet.⁴

4 Vgl. Alan Bryman: *Social research methods*. Oxford 2012 (2001). Zur Nutzung von qualitativen e-Interviews siehe Roberta Bampton u. Christopher J. Cowton: *The E-Interview*. In: *Forum Qualitative Sozialforschung* 2002. Online Journal, 3 (2), Art. 9. Verfügbar unter: www.qualitative-research.net/fqs-texte/2-02/2-02bamptoncowton-e.htm (Stand: 20.08.2013); sowie I.

Bei den durchgeführten Kurzinterviews⁵ zeigten sich sehr unterschiedliche Bilder: Ein Teil der zeitgenössischen Regionalgelder in Tirol ist eher zufällig entstanden, während viele Projekte langfristig geplant und genau durchdacht initiiert wurden. Die Interviews mit den Verantwortlichen geben einen Einblick in die Fragen, welche Emissionsmotive ausschlaggebend waren, inwiefern der Bezug zur Region bei der Gestaltung wichtig war und welche Motive aus welchen Gründen auf Regionalgeldern abgebildet wurden. Es wird des Weiteren anhand der Interviews und mittels einer Interpretation der abgebildeten Motive der Frage nachgegangen, welche Botschaften in diese regionalen Zahlungsmittel eingeschrieben sind: Sind regional gültige Gutscheine einfach nur ein nettes Geldgeschenk oder ein willkommener Imageträger für eine Region? Stärken Regionalgelder tatsächlich die regionale Wirtschaft, oder sind sie nur eine Erfindung von Globalisierungsgegner/innen und Querdenker/innen? Können regionale Zahlungsmittel ein besonderes „Wir-Gefühl“ stiften, oder sind sie einfach eine Spielerei, die komplementär oder konträr zur nationalen Währung ist?

2. Regionalgelder als symbolische Kommunikationsmittel

Regionalgelder unterscheiden sich von nationalen oder transnationalen Währungen, sie transportieren andere Botschaften und übernehmen spezifische Funktionen. Anhand von Regionalgeldern aus Tirol zeigt dieser Beitrag, dass Geld nicht nur in unterschiedlichen Erscheinungsformen auftritt, sondern auch in spezifischen Kontexten verschiedene Motive prägt, regionale Praktiken und Wirkungen hervorbringt und damit Mittel zur Identitätsstiftung in der Region sein kann.

Christian Thiel zeigt in seiner 2011 erschienenen Dissertationsschrift „Das ‚bessere‘ Geld“, dass Ökonomie und Sozialität keine getrennten Sphären darstellen, sondern dass Regionalgelder als symbolische Kommunikationsmittel betrachtet werden können, die differenzierte Botschaften und Ansichten vermitteln.⁶ In seiner umfassenden ethnografischen Studie stellt er ausgehend von einer lebens-

Meho Lokman: E-Mail Interviewing in Qualitative Research. A Methodological Discussion. In: Journal of the American Society for Information Science and Technology, 2006, 1284–1295. Verfügbar unter: <http://eprints.rclis.org/8377/1/email-interviewing.pdf> (Stand: 21.08.2013). Zu den Vor- und Nachteilen qualitativer Interviews inklusive E-Mail- und Telefon-Interview siehe auch Raymond Opendakker: Advantages and Disadvantages of Four Interview Techniques in Qualitative Research. In: Forum Qualitative Sozialforschung 2006. Online Journal, 7 (4), Art. 11. Verfügbar unter: <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs0604118> (Stand: 23.08.2013).

5 Ich verwende hier die Bezeichnung „Kurzinterviews“, da sich diese am Telefon auf eine Dauer von acht bis zwölf Minuten beschränken und auch nur wenige ausgewählte Fragen per E-Mail an die Interviewpartner/innen geschickt wurden.

6 Vgl. Thiel (wie Anm. 3).

weltlichen Kontextualisierung nicht nur die Institution Regionalgeld inklusive Aktivist/innen, Geschäftsleute, Verbraucher/innen und Vereine mit ihren spezifischen Rollen dar, sondern beleuchtet auch erforderliche Rahmenbedingungen und Spielregeln sowie daraus resultierende Wirkungsmechanismen. Dabei zeigt er die Funktionen und Wirkweisen von Regionalgeldern auf: Sie würden erstens ein besonderes Wir-Gefühl, eine vorgestellte Gemeinschaft stiften,⁷ die die Teilnehmer/innen als Gruppe von anderen abgrenze. Zweitens würden Regionalgelder eine Art ‚Komplementärwährung‘ – beispielsweise zum Euro – darstellen, die positiver konnotiert sei als die nationalstaatliche Währung bzw. die Währung einer Staatengemeinschaft. Damit suggerieren Regionalgelder ihren Verwender/innen, dass sie mit der Nutzung eines ‚besseren‘ Geldes ein bewussteres Konsumverhalten leben, gesellschaftliche und politische Akzente setzen und dadurch bestehende Strukturen reflektieren würden. Christian Thiel legt damit anhand des „Chiemgauer“ überzeugend dar,⁸ dass dessen Nutzer/innen durch die Verwendung dieses Regionalgelds das Gefühl haben, Gutes zu tun und im Kleinen die Welt zu verbessern: „warum NICHT die Dinge des täglichen Bedarfs, die man so und so kaufen muss, dann net noch mal mit so einer sozialen Komponente aufwerten.“⁹

3. Wenn man nicht weiß, was man schenken soll

Regionalgelder haben die Funktion des Verführens. Einmal weitergegeben oder verschenkt, sollen sie die Nutzer/innen von der Idee überzeugen und sie dazu bringen, sich mit der Regionalgeldinitiative aktiv auseinanderzusetzen oder das geschenkte Geld vor Ort auszugeben und so die regionale Wirtschaft zu fördern.¹⁰ Analysiert man nämlich Werbungen von Tiroler Regionalgeldern, zeigt sich, dass diese vorrangig als Geschenkidee konzipiert wurden. Die „Kufsteiner Kaufmannschaft“ preist die „Kufstein Dukaten“¹¹ als „universellste[s] Geschenk

7 Benedict Anderson: Imagined communities, Nationalism's cultural roots. In: The cultural studies reader. Hg. v. Simon Doring. London u.a. 2007, 253–264.

8 Der „Chiemgauer“ ist Deutschlands erfolgreichstes Regionalgeldprojekt. Die ersten „Chiemgauer“ wurden 2003 ausgegeben. Siehe dazu auch www.chiemgauer.info/ (Stand: 17.03.2013) und Thiel (wie Anm. 3).

9 Thiel (wie Anm. 3), 263. Hervorhebung im Original.

10 Thiel spricht in diesem Zusammenhang von der Möglichkeit des „Missionierens“ von Mitmenschen, indem andere von dieser Idee überzeugt werden oder durch geschenkte „Chiemgauer“ zur Nutzung bewegt werden. Vgl. Thiel (wie Anm. 3), 314 u. 320.

11 „Kufstein Dukaten“ haben einen Nennwert von zehn Euro. Sie können bei allen Banken der Festungsstadt erworben und bei Mitgliedsgeschäften der „Kaufmannschaft Kufstein“ eingelöst werden.

der Einkaufsstadt Kufstein¹² an. Während die ersten „Kufstein Dukaten“ blaue Plastikmünzen mit silberner Prägung waren, wurde in den Nachfolgemodellen deren Wertigkeit optisch erhöht: Die aktuellen vergoldeten „Kufstein Dukaten“ zeigen das Wahrzeichen der Stadtgemeinde:



Abb. 1: Die „Kufstein Dukaten“ zeigen auf der Rückseite das Wahrzeichen der Stadt: die Festung.
Foto: Daniela Pfennig

Der Werbespruch der Initiator/innen klingt paradox in der modernen Schenk-ökonomie, denn Geschenke zeichnen sich durch ihren persönlichen Charakter aus und sind damit per se nicht universell. Und in der Tat konterkariert die Gestaltung der „Kufstein Dukaten“ den Werbeanspruch: diese erinnern an die historischen Notgeldscheine,¹³ die unmittelbar nach dem Ersten Weltkrieg in Kufstein ausgegeben wurden, um dem anhaltenden Kleingeldmangel entgegenzuwirken. Hier kommt die Identifikation der Region im Abbild der Festung, die untrennbar mit der Geschichte der Stadt verbunden ist, deutlich zum Ausdruck. Die Festung als wichtiger strategischer Grenz- und Stützpunkt bei militärischen Auseinandersetzungen insbesondere zwischen Bayern und Tirol hat in der Region den Charakter eines Wahrzeichens.

12 Vgl. die Website der „Kufsteiner Kaufmannschaft“: <http://einkaufsstadt-kufstein.riscompany.net/system/web/zusatzseite.aspx?detailonr=50410147> (Stand: 20.03.2013).

13 Vgl. Sieglinde Lechner: Notgeld. Geldersatz in Innsbruck und anderen Tiroler Gemeinden 1918–1921. Innsbruck 2012 (= Veröffentlichungen des Innsbrucker Stadtarchivs., N.F. 47). Zum Tiroler Notgeld siehe auch das Dissertationsprojekt von Daniela Pfennig im Fach Europäische Ethnologie.



Abb. 2: Die Ikonografie der gegenwärtigen „Kufstein Dukaten“ erinnert an den hier abgebildeten Notgeldschein aus dem Jahr 1919. Foto: Archiv der Gemeinde Thiersee

Das wohl erfolgreichste Tiroler Regionalgeld hinsichtlich der Nutzung und des Volumens ist die „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadt Münze“, die trotz mehrmaliger Volumenserhöhung vor Weihnachten 2012 erneut ausverkauft war.¹⁴ Peter Zelger, Kassier des „Vereins Innsbruck Innenstadt“, führt die Erfolgsgründe der „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadt Münze“ darauf zurück, dass diese in zweihundert Geschäften sowie in Cafés und Restaurants gültig sei.¹⁵ Auch er geht auf die Rolle der Regionalgelder als besondere Gabe ein und beschreibt sie als „ideales Geschenk für jemanden, den man vielleicht nicht ganz so gut kennt bzw. dessen Vorlieben man nicht so genau weiß, zum Beispiel für ein Danke an die Krankenschwestern [...], an die Kindergartentante oder den Lehrer.“¹⁶ Besonderer Beliebtheit erfreut sich dieses Regionalgeld auch bei Firmen, die es für verkaufsfördernde Incentives oder Wettbewerbe kaufen.¹⁷ Regionalgelder haben also die

14 Vgl. Kurzinterview mit Peter Zelger, „Verein Innsbruck Innenstadt“, 04.04.2013.

15 Die „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadt Münzen“ sind – so wie die „Kufstein Dukaten“ – eine Art Geschenkgutschein, der allerdings in mehreren verschiedenen Unternehmen (die Mitglieder der Innenstadt- und Altstadtvereine) gültig ist, daher besitzen sie eine geldähnliche Funktion.

16 Vgl. Kurzinterview mit Peter Zelger, „Verein Innsbruck Innenstadt“, 04.04.2013.

17 Die „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadt Münze“ wird vom Finanzamt als „Gutschein“ anerkannt. Deshalb ist sie ein beliebtes Weihnachtsgeschenk von Firmen an ihre Mitarbeiter/innen.

Fähigkeit, eine Paradoxie der Gabenökonomie aufzulösen, nämlich die des Geldgeschenks.¹⁸ Denn das homogene, austauschbare Medium kann den Anforderungen einer Schenkökonomie nur gerecht werden, wenn es eine Aufladung erfährt und zum besonderen, weil lokal oder regional verankerten Geld wird.



Abb. 3: Das „Goldene Dachl“ ziert die „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadtmünze“.

Foto: Daniela Pfennig

Diese Aufladung erfolgt in erster Linie durch die ikonografische Gestaltung der Zahlungsmittel. Auf der „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadtmünze“ sind die beiden Gründungslogos der Vereine „Innenstadtkaufleute“¹⁹ und „Altstadtkaufleute“ abgebildet. Das Goldene Dachl²⁰ ist Teil beider Logos und damit unumstritten ein aussagekräftiges Motiv für die Münze. Es symbolisiert das Zentrum Innsbrucks, um das die Innenstadtgeschäfte liegen. Es ist aber auch der Touristen-

Der Betrieb kann diese als Betriebsausgabe absetzen, und der/die Beschenkte ist für das Gutscheingeschenk bis zu einem Wert von 186 Euro pro Jahr nicht steuerpflichtig. Aktiv beworben wird der steuerliche Vorteil für Firmen auch von der Stadtgemeinde Schwaz für den „Schwazer Silber Zehner“. Vgl. www.schwaz.at/wirtschaft/stadtmarketing/der-silber-10er/ (Stand: 04.04.2013).

- 18 Vgl. Silke Meyer: Geld als Gabe. Wert und Wertigkeit von Geldgeschenken. In: Andreas Hartmann u.a. (Hgg.): Die Macht der Dinge. Symbolische Kommunikation und kulturelles Handeln. Festschrift für Ruth-Elisabeth Mohrmann. Münster 2011, 87–98.
- 19 Der im Jahr 1977 gegründete Verein „Innsbruck Innenstadt“ versteht sich heute als Bindeglied zwischen den in der Innsbrucker Innenstadt ansässigen Kaufleuten und der Politik bzw. den Behörden. Er versucht, die Bedeutung der Innsbrucker Innenstadt als attraktiven Einkaufsorts zu fördern. Ursprünglich wurde der heute 260 Geschäfte umfassende Verein mit der Intention gegründet, die Maria-Theresien-Straße möglichst in eine Fußgängerzone umzuwandeln.
- 20 Bei der „Interessensgemeinschaft Altstadt Innsbruck“ (IAI) ist das „Goldene Dachl“ heute noch auf dem Logo abgebildet.

magnet in Innsbruck, umso wichtiger ist es für die Verantwortlichen, die Kaufkraft im Zentrum zu halten und Beständigkeit sowie Bedeutsamkeit zu transportieren.²¹

Die Wertigkeit dieses Regionalgelds wird durch den Schriftzug „Tiroler Sparkasse Bank AG“ bekräftigt, denn gemäß dem Bankwesengesetz (BWG) handelt es sich um ein Zahlungsmittel und keine Währung im eigentlichen Sinn, da Währungen nur von Banken betrieben werden dürfen.²² „Die Tiroler Sparkasse hat die Aufgabe der Herausgabe der ‚Innsbrucker Innenstadt- und Altstadt Münze‘ vor inzwischen fast dreißig Jahren übernommen. Die Aufgabe der Bank ist dabei unter anderem eine Einlöse-Garantie gegenüber den Münzinhabern zu gewährleisten“²³, erklärt Jakob Knapp, Pressesprecher der „Tiroler Sparkassen Bank AG“. Dass die „Tiroler Sparkassen Bank AG“ als älteste Bank im Innsbrucker Stadtzentrum mit der Emission der „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadt Münze“ betraut wurde, wird ebenfalls mit dem Argument der Tradition begründet: „Warum das damals der Sparkasse übertragen wurde, kann ich nicht mehr sagen, es wird wohl aus der traditionellen Position als älteste Bank am Platz und der damit gewachsenen Partnerschaft und Förderung mit den Unternehmen und Vereinen zu tun haben“²⁴, bestätigt Knapp im Kurzinterview.

4. Regionalgeld als Imageträger

Neben der traditionellen Position als ältester Bank am Platz und einer gemeinnützigen Intention dient die „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadt Münze“ der „Tiroler Sparkassen Bank AG“ auch als Imageträger: „Die Sparkasse macht das, wenn ich so sagen darf, wohl aus einer gemeinwohlorientierten Überlegung, geldwerte Vorteile hat sie daraus nicht. Im Gegenteil, der Betrieb der Logistik ist ein nicht unerheblicher Aufwand. Allenfalls wäre der Nutzen ein werblicher im Sinne eines Sponsorings“²⁵, betont Knapp den Wert der „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadt Münze“ als Imageträger für die „Tiroler Sparkassen Bank AG“.

21 Vgl. Kurzinterview mit Michael Perger, Obmann der „Innsbrucker Altstadt-Kaufleute“, 08.04.2013.

22 Da eine Währung per definitionem als gesetzliches Zahlungsmittel eines Landes oder der Länder einer Währungsunion, das ausschließlich von Banken emittiert werden darf, verstanden wird, dürfen Regionalgelder nicht als Regionalwährungen bezeichnet werden. Deshalb wird hier die Bezeichnung „Regionalgelder“ bevorzugt.

23 Kurzinterview mit Jakob Knapp, Pressesprecher der „Tiroler Sparkassen Bank AG“, 01.07.2013.

24 Ebd.

25 Ebd.

Aus echtem Silber wurde der „Schwazer Silber Zehner“ produziert,²⁶ um seine Wertigkeit zu bekräftigen. Für diese Zehn-Euro-Münze wurden verschiedene Motive ausgewählt: Sie zeigen das Stadtwappen oder die Burg Friendsberg – beide Motive dominierten auch die Schwazer Notgeldscheine um 1920. Die Aufwertung der regional gültigen Zahlungsmittel geschieht also in der Motivwahl wie in der Wahl eines hochwertigen Materials, das ebenfalls einen engen Bezug zur Regionalgeschichte ausweist. So rekurriert übrigens nicht nur die Stadtgemeinde Schwaz, sondern auch die Stadtgemeinde Hall ikonografisch auf Bergbaugeschichte. Bei beiden Orten wird damit auch die Verbindung zu einer wirtschaftlichen Konjunktur hergestellt:



Abb. 4: Die Ikonografie des „Schwazer Silber Zehners“ erinnert an die Motive der Notgeldscheine. Foto: Stadtgemeinde Schwaz

Auch der „Haller Guldiner“ kann als Imageträger der Region bezeichnet werden. Derzeit gibt es dieses Regionalgeld im Wert von zehn Euro mit zwei unterschiedlichen Motiven.²⁷ Eine Serie dieses gegenwärtigen Regionalgelds verweist auf Sigmund den Münzreichen, der 1477 die Münzprägestätte von Meran nach Hall verlegte²⁸ und den „Silbernen Guldiner“ einführte. Im Jahr 1486 wurde in Hall die erste Münze geprägt.²⁹

26 Vgl. www.schwaz.at/wirtschaft/stadtmarketing/der-silber-10er/ (Stand: 04.04.2013).

27 Ein 50-Euro-„Guldiner“ ist in Planung. Vgl. Kurzinterview mit Michael Gsaller, Abteilungsleiter des Stadtmarketings Hall, 05.04.2013.

28 Vgl. Gerald Aichner: Hall in Tirol und die Salzregion. Absam u.a. 1994, 24.

29 Diese Jahreszahl ist auch auf den „Haller Guldiner“ geprägt.



Abb. 5: Bereits der 75-Heller-Notgeldschein der Stadtgemeinde Schwaz zeigte das Schloss Freundsberg. Foto: Archiv der Gemeinde Thiersee

Besonders symbolisch aufgeladen wird der „Haller Guldiner“ durch seine Prägung in der ehemaligen Münzprägestätte: der Burg Hasegg. Dass es eine hochwertige Münze mit einem Bild aus dem Kontext der Stadtgeschichte sein sollte, war bei der Gestaltung des „Haller Guldiners“ von Anfang an klar. Der Haller Grafiker Otto Willburger nahm die historischen Bezüge durch das Motiv des alten Münzturms auf.³⁰ Der von Willburger stammende Entwurf wurde von der „Münze Hall“ prägetechnisch umgesetzt. „Mit dem stilisierten Reiter nimmt eine Seite [des „Haller Guldiners“, Anm. Autorin] direkten Bezug auf die Abbildung des ‚Haller Talers‘ von 1486. Die Rückseite zeigt hinter der Stadtmauer eine Silhouette der Stadt Hall mit ihrem Wahrzeichen – dem Münzturm – im Zentrum.“³¹

Michael Gsaller, Abteilungsleiter des Stadtmarketings Hall in Tirol, bekräftigt die Entscheidung für das teure Prägen einer regional gültigen Münze im Gegensatz zur Produktion von Plastikmünzen und Papiergutscheinen wie folgt: „Uns ist es aber wichtig, alleine schon durch die Tatsache einer in Hall geprägten Münze die Wertigkeit zum Ausdruck zu bringen. Die Münze ist für uns nicht nur eine

30 Vgl. Website der Stadtgemeinde Hall: www.stadthall.at/de/wirtschaft-tourismus/haller-guldiner.html (Stand: 17.03.2013).

31 Kurzinterview mit Andreas Ablinger, Veranstaltungsmanagement „Münze Hall“, 08.04.2013.



Abb. 6: Der „Haller Guldiner“ zeigt die Altstadt mit dem historischen Münzturn und umseitig einen stilisierten Reiter. Foto: Stadtmarketing Hall in Tirol

Geschenkmünze, sondern auch ein wichtiger Imageträger in Hinblick auf unsere Münz- und Stadtgeschichte.³² Die Wichtigkeit einer kostspieligen und aufwändigen Produktion des „Haller Guldiners“ bezeugt gemeinsam mit dem Rekurs auf die Blütezeit der historischen Münzprägestadt die Exklusivität dieser regional gültigen Münze. Sie vermittelt den Nutzer/innen, etwas Besonderes in den Händen zu halten. Der Umgang mit einem „Haller Guldiner“ stellt also ein Distinktionsverhalten dar und gibt eine besondere Qualität vor.

5. Regionales Wirtschaften und Stärkung der Region

Sehr ähnlich konzipiert wie die „Kufstein Dukaten“ oder die „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadt Münze“ ist der „Brixentaler“, der von den Kaufmannschaften Brixen im Thale, Westendorf und Kirchberg in Tirol initiiert wurde, die diesen jedoch nicht auf die Funktion einer Gutscheilmünze reduziert wissen wollen. Er wurde auch als Ausdruck einer Zukunftsvision konzipiert: Dieses Regionalgeld soll nicht nur die Wertschöpfung in der Region erhalten, sondern – in Anlehnung an das Wörgler Schwundgeld aus den 1930er-Jahren, das auf der Freigeldidee von Silvio Gesell basierte,³³ – das Prinzip der Regionalität in den Vordergrund stellen: „Für uns

32 Kurzinterview mit Gsaller (wie Anm. 27).

33 Zur Freigeldidee von Silvio Gesell siehe: Silvio Gesell: Die natürliche Wirtschaftsordnung durch Freiland und Freigeld. Lauf bei Nürnberg 1949. Einen Überblick über die Freigeldidee von Silvio Gesell geben Klaus Rohrbach: Freigeld. Michael Unterguggenberger und das „Währungswunder von Wörgl“. Borchten 2001 und Gebhard Ottacher: Der Welt ein Zeichen geben: das Freigeldexperiment von Wörgl/Tirol 1932/33. Kiel 2007. Kritisch betrachtet wird das Freigeld beispielsweise von Rahim

ist der ‚Brixentaler‘ eine Tauschwährung. Ware gegen Geld, so einfach ist das. Die Wertschöpfung verbleibt in der Region, weil nur unsere Partner in den Brixentaler Gemeinden unser Geld akzeptieren.³⁴ Primäres Ziel des „Brixentalers“ ist es also, in der Region – das heißt in den Gemeinden Kirchberg in Tirol, Brixen im Thale und Westendorf – zu zirkulieren und die regionale Wirtschaft anzukurbeln:

Wir möchten Bewusstsein für wirtschaftliche Zusammenhänge und die Funktionsweise von Geld schaffen. Der „Brixentaler“ ist nicht nur ein Zahlungsmittel, sondern eine Vision. [...] Wir glauben an die Zukunft des ländlichen Raumes, dazu zählt die Nahraumversorgung mit regionalen Wirtschaftskreisläufen, der Schaffung der nötigen Infrastruktur und der Stärkung von Bildung und sozialer Zusammenarbeit.³⁵

Geworben wird damit, dass durch den Einsatz des Regionalgelds die Steuereinnahmen der Gemeinden steigen sollen und dadurch in weiterer Folge die Region profitiere. Das bekräftigt auch der Aufdruck „Ein JA zur Region“ auf jeder „Brixentaler“-Münze. Dieses „Ja“ symbolisiert in Kombination mit der Farbe Rot die emotionale Verbundenheit mit der Heimat und das bewusste Leben und Fördern von Regionalität. Zugleich deutet der auf der Vorderseite angebrachte Schriftzug „Der Taler mit Mehrwert“ auf der roten Münze ein bewusst gesetztes Signal an, indem vermittelt wird, dass die Nutzer/innen durch die Verwendung dieses Regionalgelds ein gemeinnütziges Zeichen setzen können: die Förderung der Region.

6. Regionalgeld stiftet und stärkt „Wir-Gefühl“

Der 2010 ins Leben gerufene „Wildschönauer Drachentaler“ wurde – so wie die oben genannten Beispiele – einerseits als Regionalgeld konzipiert, um die Kaufkraft der Einheimischen in der Region zu halten und die wirtschaftlichen Kreisläufe in der Region zu fördern,³⁶ jedoch nicht, um den Euro abzulösen.

Taghizadegan: Eine kritische Überprüfung von Freiwirtschaft, Zinskritik und Schwundgeld nach Silvio Gesell. Wien 2008. Zur Kritik am Freigeld siehe auch Gerhard Niederegger: Das Freigeld-Syndrom. Für und wider ein alternatives Geldsystem. Eine kritische Bestandsaufnahme. Wien 1997.

34 Franco Angerer, einer der Ideengeber des „Brixentalers“. Vgl. Der Brixentaler. Regionalwährungen: Nicht nur Zahlungsmittel, sondern eine Zukunftsvision. Online unter: www.derbrixentaler.at/Regionalwaehrungen-Nicht-nur-Zahlungsmittel-sondern-eine-Zukunftsvision_pid,5509,nid,10991,type,newsdetail.html (Stand: 17.03.2013).

35 Ebd.

36 Die Idee des „Wildschönauer Drachentalers“ verspricht, dass – sofern das Geld in der eigenen Region ausgegeben wird – Firmen der Region profitieren, die wiederum mehr Arbeitsplätze bereitstellen können. Die Folge davon sei, dass mehr Arbeitsplätze in der Region geschaffen würden, die

Andererseits prägte die Stärkung der regionalen Gemeinschaft und der Zusammengehörigkeit die Idee des „Drachentalers“: Er „soll etwas spürbares [sic] sein, den Wildschönauer Patriotismus bzw. das ‚WIR‘-Gefühl, das Zusammengehörigkeitsgefühl [...] wecken bzw. [...] stärken.“³⁷ Der Konstruktcharakter der Region durch Spezialgelder wird hier besonders deutlich, die Zahlungsgemeinschaft wird zur „vorgestellten Gemeinschaft“.³⁸ Dieses Verständnis von Region basiert auf einem Zusammengehörigkeitsgefühl, das in den Köpfen der Menschen verankert ist. Eine solche Zugehörigkeit impliziert auch ihr Gegenteil, nämlich die Tatsache, dass die Region gleichzeitig auch als Abgrenzungsprojekt³⁹ betrachtet werden kann. Regionale Symbole, die von den Mitgliedern einer Gruppe bzw. einer Region geteilt werden, kategorisieren zwei Gruppen: „wir“ versus „die anderen“.⁴⁰ Dadurch können regionale Symbole regionale Identitäten produzieren.

Besonders interessant hinsichtlich der identitätsstiftenden Funktion von Regionalgeldern ist der Wettbewerb für Hauptschüler/innen, der in der Wildschönau für die Gestaltung der ersten „Drachentaler“-Serie ausgeschrieben wurde. Die Einreichungen zeigen, wie Schüler/innen ihre Region wahrnehmen, welche Charakteristika sie dieser zuschreiben und welche Motive sie für das Regionalgeld empfehlen. Überraschend ist die Ähnlichkeit der meisten eingereichten Vorschläge mit knapp hundert Jahre alten Tiroler Notgeldscheinen. Besonders beliebte Motive sind – um 1920 wie heute – das Gemeindegewappen, das Wappentier (der Drache – gleichzeitig auch der Namensgeber dieses Regionalgelds) oder die Pfarrkirche. Hier drängt sich die folgende Frage auf, die im Zuge dieser Studie nicht zu beantworten war: Woher beziehen Kinder ihr Wissen über Geld, Geldscheine und



Abb. 7: Der „Brixentaler“ bezieht sich nicht über ein Motiv auf die Region sondern über seine Gestaltung. Foto: BEZ/ Westendorfer Kauffleute

Pendelzeiten für die Bevölkerung entfallen und die jeweilige Gemeinde mehr Steuern einnehme. Die Steuereinnahmen kämen wiederum der Bevölkerung zugute.

37 Website der „Wildschönauer Wirtschaft“: www.wiwi.co.at/index.php?id=10 (Stand: 16.03.2013).

38 Vgl. Anderson (wie Anm. 7).

39 Vgl. Christian Jansen u. Henning Börggräfe: Nation – Nationalität – Nationalismus. Frankfurt a. M. 2007.

40 Die exkludierende Funktion von Regionalgeldern zeigt sich beispielsweise daran, dass sich Regionen an nahegelegenen Regionen, die ebenfalls regional gültige Gelder emittieren, messen. Ziel ist es, ein Regionalgeld zu schaffen, die sich von anderen abgrenzt und sowohl hochwertiger und exklusiver als auch emotionaler und nachhaltiger wirkt. Zur Bedeutung der regionalen Verbundenheit und zum Ausdruck eines Selbstbilds im Kontext des Regionalgelds vgl. Thiel (wie Anm. 3), 262 ff.

Ikonografie? Erhalten sie die Informationen darüber im Unterricht oder wurden sie bereits derart stark mit Geld sozialisiert?⁴¹

7. Maßeinheit Zeit – Medium Münze: die „Tiroler Stunde“

Ein Tiroler Regionalgeld, bei dem Zeit die gewählte Maßeinheit darstellt, ist die „Tiroler Stunde“, die 2006 vom Trägerverein „Tiroler Stunde für regionales Wirtschaften“ in Kooperation mit kirchlichen Einrichtungen, Kleinbetrieben und Bildungsinstitutionen initiiert und 2007 erstmals umgesetzt wurde. Der zeitliche Wert wird jedoch im Medium der Münze ausgedrückt, sodass die Maßeinheit mit dem Euro vergleichbar ist. Außerdem ist das Modellprojekt „Tiroler Stunde“ mit einer besonderen sozialen Komponente aufgeladen, da sie „die Tiroler Öffentlichkeit für Engagement und Ehrenamt“⁴² sensibilisiert. Hintergrund dieses regionalen Zahlungsmittels ist die Förderung des Potenzials älterer Menschen in Tirol: Die Zeit, die Erfahrung und das Wissen von Senior/innen sollen nachhaltig in der Gesellschaft genutzt werden. Der ehrenamtliche Einsatz der älteren Menschen wird durch die Sozialwährung abgegolten.⁴³ Sie erhalten „als Dank für eine Stunde Arbeit für die Gemeinschaft“⁴⁴ eine „Tiroler Stunde“, die dem Wert von zwanzig Euro entspricht und in zahlreichen Institutionen⁴⁵ und Betrieben als zusätzliches Tauschmittel eingelöst werden kann.⁴⁶ Besonders kennzeichnend für die „Tiroler Stunde“ ist ihre Prägung in der ehemaligen Münzstadt Hall. Durch

41 Die Einreichungen der Hauptschüler/innen finden sich auf der Website der „Wildschönauer Wirtschaft“: „Drachentaler“ Entwürfe und Siegerprojekt unter www.wiwi.co.at/index.php?id=20 (Stand: 19.03.2013). Gemeindewappen und Pfarrkirche waren bereits beliebte Motive vieler Tiroler Notgeldscheine. Vgl. Pfennig (wie Anm. 13).

42 „JUFF Senioren-Referat“ des Landes Tirol, 1. Online unter: www.tirol.gv.at/fileadmin/www.tirol.gv.at/themen/gesellschaft-und-soziales/senioren/downloads/Tiroler_Stunde.pdf (Stand: 31.03.2013).

43 Die „Tiroler Stunde“ kann als alternatives Geld bezeichnet werden, das den Dienstleister (Tiroler Senior/innen) nicht in Euro, sondern in Arbeitszeit entlohnt. Dennoch wird eine „Tiroler Stunde“ mit 20 Euro gleichgesetzt, um die Wertigkeit auszudrücken. Obwohl dieses Regionalgeld anfangs häufig belächelt wurde, wurde es sogar von der Oesterreichischen Nationalbank geduldet. Vgl. Regionale Währung. „Tiroler Stunde“ als Alternative zum Euro. Online unter: <http://tirv1.orf.at/stories/326312> (Stand: 16.03.2013).

44 „JUFF Senioren-Referat“ des Landes Tirol, 2 (wie Anm. 42).

45 Die „Tiroler Stunde“ wird beispielsweise im Restaurant des „Hauses der Begegnung“ in Innsbruck als Zahlungsmittel akzeptiert.

46 Ähnlich funktioniert auch der 1995 gegründete „Talentkreis Tirol“, bei dem ebenfalls Zeit als Maßeinheit zum Austausch von Waren bzw. Talenten genutzt wird. Als Anhaltspunkt soll ein Talent (1 Tt.) einer Arbeitsstunde entsprechen. Siehe dazu: www.talententztirol.net/willkommen.0.html (Stand: 05.04.2013).

den historischen Bezug wird dieses Regionalgeld aus Messing symbolisch aufgewertet.⁴⁷



Abb. 8: Die „Tiroler Stunde“ zeigt zwei Dreiecke, die an eine Sanduhr erinnern und die Maßeinheit Zeit darstellen, und bezieht sich mit dem „Tiroler Adler“ auf die Region. Foto: „Trägerverein Tiroler Stunde“ für regionales Wirtschaften

Neben der sozialen Aufwertung des Regionalgelds „Tiroler Stunde“ ist auch die Idee des kooperativen Wirtschaftens ein Motiv der Initiative. Die Nutzung regionaler Ressourcen – Potenziale von älteren Menschen – und die Fokussierung auf die Region charakterisieren darüber hinaus die „Tiroler Stunde“: „Anders als der Euro ist die ‚Tiroler Stunde‘ vor allem für nachhaltige Investitionen in Bildung, Soziales und regionale Wirtschaftskreisläufe geeignet.“⁴⁸ Bemerkenswert ist ferner, dass kein Rücktausch der „Tiroler Stunde“ in Euro vorgesehen ist.⁴⁹ Es wird deutlich, dass dieses Regionalgeld bewusst konträr zum Euro gesehen wird, regionale Wirtschaftskreisläufe begünstigen soll und – ähnlich wie es Thiel anhand des „Chiemgauers“ aufzeigt – den Verwender/innen suggeriert, dass dieses regionale Tauschmittel mit Sozialität aufgeladen und daher „besser“ als die staatliche Währung des Euro sei.⁵⁰

47 Es gibt auch eine 15-Minuten-Münze aus Kupfer.

48 „JUFF Senioren-Referat“ des Landes Tirol, 2 (wie Anm. 42).

49 Michael Graf u.a.: Vom Schein zum Sein. In: sustainable austria. Geld. Nr. 39, 15. Online unter: www.neuesgeld.com/getfile.php?id=271 (Stand: 01.04.2013).

50 Vgl. Thiel (wie Anm. 3).

8. Förderung sozialer Projekte

Nicht nur die „Tiroler Stunde“ koppelt ein Regionalgeld mit einem Sozialprojekt, sondern auch der „Wildschönauer Drachentaler“. Zehn Cent jedes erworbenen „Drachentalers“ kommen einem sozialen Projekt der Region zugute.⁵¹ Der Rückfluss der ausgegebenen Wildschönauer Zahlungsmittel an die Bevölkerung zeigt sich im regionalen Wirtschaftskreislauf sowie in der Nutzung des Disagios⁵² für soziale Projekte und Vereine. Thiel bestätigt anhand seiner Studie die Nutzung des Regionalgelds „Chiemgauer“ als unkomplizierte und regelmäßige Spenden an Vereine, von denen die Bevölkerung selbst wieder profitiere. Er zeigt auf, dass dies als Motiv für die Entscheidung, das Regionalgeld zu benutzen, bei der Bevölkerung feststellbar ist.⁵³

Die Idee, soziale Projekte durch Einnahmen aus einem Regionalgeld zu fördern,⁵⁴ zeigt auch das nach dem Ersten Weltkrieg in Tirol ausgegebene Notgeld. Die Stadtgemeinde Schwaz sah das Geld, das durch die Emission von Notgeld in die Gemeindekassen floss, für gemeinnützige Zwecke vor.⁵⁵



Abb. 9: Der „Wildschönauer Drachentaler“ bildet das Wappentier – den Drachen – ab. Foto: „Verein Wildschönauer Wirtschaft“

- 51 Vgl. Homepage der „Wildschönauer Wirtschaft“: Drachentaler Kreislauf. www.wiwi.co.at/index.php?id=19 (Stand: 04.04.2013).
- 52 Das Disagio ist der Abschlag, der bei der Nutzung einiger Regionalgelder vom Händler an den Regionalgeldemittenten weitergegeben wird. Das bedeutet, dass der Händler bei Bezahlung mit dem Regionalgeld weniger für seine Ware erhält als bei Bezahlung mit der nationalen Währung. Vom Disagio spricht man zum Beispiel auch bei der Gebühr, die im Handel bei Karten- oder Handybezahlung an den Betreiber des Bezahlsystems abgeführt wird.
- 53 Vgl. Thiel (wie Anm. 3), 264.
- 54 Aufgegriffen wurde die Möglichkeit, anhand eines regional gültigen Zahlungsmittels Geld für soziale Projekte einzutreiben, auch bei der Idee der Münze „Osttiroler“. Die Umsetzung des sogenannten „Osttirolers“ wurde jedoch nie ernsthaft in Erwägung gezogen. Dennoch gab es bereits genaue Vorstellungen über die Gestaltung, denn der „Osttiroler“ sollte auf den ersten Egger-Lienz-Schilling aus Alu nach dem Zweiten Weltkrieg im Jahre 1947 rekurrieren. Der historische Anknüpfungspunkt sollte die Darstellung des Sämanns von Albin Egger Lienz – eigentlich handelt es sich aber um den Giftweizen austreuenden Teufel, der als nackter, braungebrannter Mann dem Sämann folgt – sein. Ziel des „Osttirolers“ war es nicht nur, die heimische Wirtschaft (den sogenannten „City Ring“) zu unterstützen, sondern auch soziale Vereine aus dem dreiprozentigen Disagio zu finanzieren. Vgl. Kurzinterview mit Gernot Madritsch, Obmann des Vereins „Ideenforums Osttirol“, 03.04.2013.
- 55 Vgl. Erich Egg, Peter Gstrein u. Hans Sternad: Stadtbuch Schwaz. Natur – Bergbau – Geschichte. Hg. v. der Stadt Schwaz. Schwaz 1986, 244 f.

9. Zusammenfassung

Im Folgenden sollen die erwähnten Beispiele der Tiroler Regionalgelder mit den zugrundeliegenden Konzepten und ihren Funktionen im Überblick dargestellt werden:

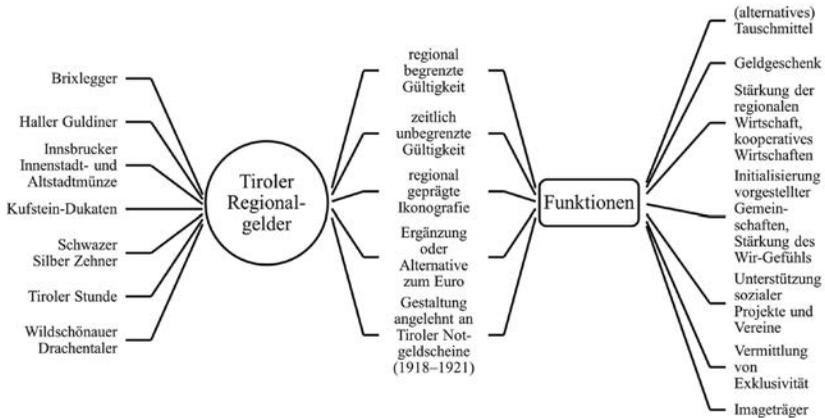


Abb. 10: Tiroler Regionalgelder: Beispiele, Konzepte und Funktionen. Grafik: Daniela Pfennig

Es kann festgehalten werden, dass der Erfolg der hier angeführten Regionalgelder vor allem auf ihre Funktion als Gutscheine und Geldgeschenke zurückzuführen ist. Insbesondere die „Kufstein Dukaten“, die „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadtmünze“, der „Schwazer Silber Zehner“ und der „Haller Guldiner“ greifen die Idee der Geschenkmünze auf, welche durch die Aufladung mit einer regionalen Bedeutung eine Aufwertung erhält und damit als Geldgeschenk funktioniert.

Typisch für Regionalgelder ist eine an die jeweilige Region geknüpfte Ikonografie. Die Gestaltung gegenwärtiger in Tirol gültiger regionaler Zahlungsmittel erinnert dabei an die Ikonografie der Notgeldscheine zwischen 1918 und 1921.⁵⁶ Durch regional charakteristische Motive werden symbolische Gemeinschaften verstärkt, die „für den jeweiligen Nutzer eine bestimmte *Identität*“⁵⁷ konstruieren: Regionalgelder sind „Zeichen [...] einer bereits bestehenden symbolischen Gemeinschaft“⁵⁸ und können darüber hinaus „als Symbol und Medium für kollektives gemeinwohlorientiertes Handeln gesehen“⁵⁹ werden. Besonders deutlich

56 Vgl. „Kufstein Dukaten“ und „Schwazer Silber Zehner“.

57 Thiel (wie Anm. 3), 305. Hervorhebung im Original.

58 Ebd., 306.

59 Ebd., 315.

wird dies im Emissionsmotiv der Begünstigung regionaler Wirtschaftskreisläufe und des kooperativen Wirtschaftens,⁶⁰ das beispielsweise die „Tiroler Stunde“, der „Wildschönauer Drachentaler“, der „Brixentaler“, die „Innsbrucker Innenstadt- und Altstadt Münzen“, die „Kufstein Dukaten“ sowie der „Haller Guldiner“ und der „Schwazer Silber Zehner“ zeigen. Obwohl die Region betont wird, handelt es sich bei den Tiroler Regionalgeldern um Ergänzungen zum Euro. So ist der „Brixentaler“ das, „was das Geld ursprünglich war: ein Tauschmittel“,⁶¹ also „keine Alternative, aber eine regionale Ergänzung zum Euro.“⁶² Als Alternative zum Euro wird lediglich die „Tiroler Stunde“ mit der abweichenden Maßeinheit verstanden.

Des Weiteren ist die Materialität einiger Tiroler Regionalgelder aussagekräftig, die ein gesteigertes Gefühl von Exklusivität vermittelt, das vor allem historisch motiviert ist. Diese gesteigerte Exklusivität bringt zum Beispiel der „Schwazer Silber Zehner“ zum Ausdruck. Auch die goldene Optik der „Kufstein Dukaten“ symbolisiert die Wertigkeit dieser regional gültigen Münze. Besonders hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die teure und aufwändige Produktion der „Haller Guldiner“, die aufgrund der exklusiven Herstellung auch als Imageträger der Region Hall eingesetzt werden und an die historische Blütezeit erinnern sollen.

Charakteristisch für Tiroler Regionalgelder ist, dass sie – im Gegensatz zu anderen Regionalgeldern wie beispielsweise dem „Chiemgauer“⁶³ – zeitlos konzipiert sind. Sie gelten, solange das jeweilige Regionalgeld aktiv in Umlauf ist und von den Emittent/innen und den Partnerfirmen anerkannt wird. Sie sind also kein Schwundgeld, sondern an den Wert des Euro gekoppelt. Deshalb können sie auch – sofern man die Inflation nicht berücksichtigt – als Wertaufbewahrungsmittel betrachtet werden, das Gültigkeit hat, solange der/die Emittent/in die Einlösung gewährleistet.

Bedeutsam ist des Weiteren die soziale Aufwertung einiger Tiroler Regionalgelder: Die „Tiroler Stunde“ wurde als „Sozialwährung“ konzipiert, und auch der „Wildschönauer Drachentaler“ beabsichtigt die Förderung regionaler sozialer Projekte.⁶⁴

60 Graf u.a. (wie Anm. 49), 15.

61 Der Brixentaler – eine beeindruckende Erfolgsgeschichte. In: Der Brixentaler. Infoblatt, 02/13, 1. Online unter: www.derbrixentaler.at/Der-Brixentaler-Infoblatt-Februar-2013_pid,22970,type,book.html (Stand: 24.03.2013).

62 Ebd., 1.

63 Der „Chiemgauer“ ist nicht nur regional, sondern – wie das „Wörgler Freigeld“ in den 1930er-Jahren – auch zeitlich begrenzt: Quartalsweise müssen Marken, die zwei Prozent des Scheinwertes kosten, zur Verlängerung nachgeklebt werden.

64 Auf die soziale Komponente verweist auch Christian Thiel, der das unkomplizierte und regelmäßige Spenden an Vereine, von denen die Nutzer/innen selbst wieder profitieren, als Gründe für ihre Entscheidung anführt. Vgl. Thiel (wie Anm. 3), 316.

Wie bereits Thiel anhand seiner Studie aus der Perspektive der Nutzer/innen veranschaulicht, zeigt auch die Analyse aktueller Tiroler Regionalgelder, dass die Verantwortlichen ein „besseres Geld“ initiieren möchten. Regionalgelder können somit als symbolisch generalisiertes Kommunikations- und in weiterer Folge auch als Machtmittel bezeichnet werden, das eine vergemeinschaftende Wirkung besitzt. Die Initiator/innen suggerieren den Nutzer/innen, dass regionale Zahlungsmittel eine sinnvolle Geschenkidee sind, dass sie die regionale Wirtschaft fördern, die Region stärken und ein „Wir-Gefühl“ stiften. Eine bessere Konnotation erhalten Regionalgelder auch durch die in sie eingeschriebene Förderung sozialer Projekte. Für die Verantwortlichen macht neben diesen Aspekten auch die Funktion des Imageträgers das regional gültige Geld zu einem ‚besseren‘ Geld. Feststellbar ist, dass das Geld zudem durch die Bildung einer übersichtlichen, geschlossenen Einheit (Regionalisierungstendenz) positiv aufgeladen wird. Das Regionalgeld per se ist noch kein ‚besseres‘ Geld, denn erst durch dessen interpretative Ausdeutung der Nutzer/innen im Alltag werden die von den Verantwortlichen eingeschriebenen Bedeutungen und Botschaften gelebt und schließlich im Umgang mit diesem Regionalgeld potenziert.

Wert ohne Geldwert – Die D-Mark als Erinnerungsgegenstand

Karin Bürkert

Der 43-jährige Betriebsschlosser Markus Gossler¹ holte zu Beginn des Interviews, das ich 2007 mit ihm führte, eine grobgliedrige Kette aus Silber unter seinem T-Shirt hervor und lächelte triumphierend. Ob ich erkenne, was das sei? Der kreisrunde Anhänger aus silbrig mattem Material zeigte das Wappentier der Bundesrepublik. Es war ein Fünf-D-Mark-Stück, das sorgfältig auf den Körper des Adlers und die Umrandung des Geldstücks reduziert worden war. Ein Goldschmied habe das für ihn angefertigt, erzählte Gossler. Nicht nur für sich selbst habe er einen solchen Anhänger anfertigen lassen, sondern auch für seine beiden Söhne als Konfirmationsgeschenk. Der ältere Sohn habe den Anhänger schon erhalten, für den jüngeren werde die Kette in einer Stahlkassette mit anderen D-Mark-Münzen und -Scheinen beim Schmuck der verstorbenen Mutter aufbewahrt.



Abb. 1: Der Anhänger von Markus Gossler. Foto: Karin Bürkert

¹ Die Vor- und Nachnamen meiner Interviewpartner/innen wurden anonymisiert. Interview am 27.12.2007.



Abb. 2: Die Stahlkassette von Markus Gossler. Foto: Karin Bürkert

Was steckt hinter der Idee, eine Münze zu Schmuck zu verarbeiten, und welchen Wert erhält dadurch Geld, das seinen Geldwert verloren hat?² Diese Fragen standen im Zentrum meiner Magisterarbeit, in deren Rahmen ich 21 qualitative Interviews mit Menschen aus drei Generationen, gebürtig in West- und Ostdeutschland, geführt habe.³ 60 Jahre nach Einführung der Deutschen Mark und rund sechs Jahre nach ihrer Ablösung durch den Euro wollte ich wissen, warum immer noch Banknoten im Wert von 6,88 Milliarden D-Mark und Münzen im Wert von 7,06 Milliarden D-Mark im Umlauf waren.⁴ Obwohl D-Mark-Geldbeträge bis heute in den Annahmestellen der Deutschen Bundesbank in Euro um-

2 Am 1. Januar 2002 wurde die D-Mark nicht nur als Buchgeld, sondern auch als Bargeld und damit endgültig als Zahlungsmittel durch den Euro in Deutschland und in elf weiteren Ländern innerhalb der Europäischen Union abgelöst.

3 Karin Bürkert: „Die gute alte D-Mark“ und was von ihr geblieben ist. Eine ethnographische Studie zum Erinnerungswert von altem Geld. Unveröff. Magisterarbeit. Tübingen 2008.

4 Dies entspricht einer Stückzahl von 177,75 Millionen Scheinen und 24,06 Milliarden Münzen. Vgl. Deutsche Bundesbank: Informationen der Deutschen Bundesbank zum ausstehenden DM-Bargeld: www.bundesbank.de/presse/presse_aktuell.php (Stand: 13.08.2008).

getauscht werden können, waren es Ende 2012 immer noch rund 13 Milliarden D-Mark, die achtsam aufbewahrt in Sammelmappen, Stahlkassetten, Schachteln und Lederbeuteln oder vergessen in den Ecken von Schränken und Schubladen schlummerten⁵. Auch in Österreich waren 2012 ca. 8,8 Milliarden Schilling noch nicht umgetauscht worden. Die Österreichische Nationalbank schließt daraus, „dass Banknoten und Münzen auch gerne gesammelt werden und daher den Weg zur Notenbank teilweise nicht mehr finden werden“⁶. Welche neue Bedeutung erhalten Münzen und Scheine als ihrem eigentlichen Nutzen entledigte Dinge?

Um dieser Frage nachzugehen, ist das Verständnis von Geld als symbolische Form mit offenem Bedeutungsinhalt grundlegend. Währungen sind Abstrakta, die erst durch den Menschen und sein Vertrauen in ihre Funktionen als Zahlungsmittel ihre Wertigkeiten und Bedeutungen erhalten und dadurch als enkulturiertes, gemeinschaftsformierendes und identitätsstiftendes Moment auf den Menschen zurückwirken.⁷ Es ist davon auszugehen, dass zwischen Individuen bzw. zwischen einer Währungsgemeinschaft und ihrem Geld Beziehungen entstehen können, die über rein ökonomische Dimensionen hinausgehen. Währungen evozieren eine Vergemeinschaftung (Weber): Das Vertrauen und die Bedeutungen, die mit ihnen verbunden werden, übertragen sich auf eine Gruppe und wirken identitätsstiftend. Durch die Symbolik auf den Wertträgern, die meist der Repräsentation und Legitimation von Nationalstaaten dient, wird dieses Identifikationspotenzial noch verstärkt.⁸ Geld ist, ähnlich einem sprachlichen Zeichen, mit Bedeutung belegt, die aber weder arbiträr noch eindeutig, sondern stärker kulturell geprägt

5 Die 13 Milliarden setzen sich aus Banknoten im Wert von 6,31 Milliarden und Münzen im Wert von 6,88 Milliarden D-Mark zusammen. Vgl. Deutsche Bundesbank: Informationen der Deutschen Bundesbank zum ausstehenden DM-Bargeld: www.bundesbank.de/Redaktion/DE/Downloads/Kerngeschaeftsfelder/Bargeld/informationen_ausstehendes_dm_bargeld.pdf?__blob=publicationFile (Stand: 18.11.2012).

6 Österreichische Nationalbank: Schilling-Umlauf. www.oenb.at/de/rund_ums_geld/bargeldstatistik/schilling_umlaufzahl/schilling-umlauf.jsp (Stand: 18.11.2012).

7 Die auf Vertrauen basierende und gemeinschaftskonstituierende Wirkung von Währungen hat z.B. schon früh Max Weber herausgestellt: „Jeder Tausch mit Geldgebrauch (Kauf) ist überdies Gemeinschaftshandeln kraft der Verwendung des Geldes, welches seine Funktion lediglich kraft der Bezogenheit auf das potentielle Handeln anderer versieht. Denn daß es angenommen wird, beruht ausschließlich auf den Erwartungen, daß es seine spezifische Begehrtheit und Verwendbarkeit als Zahlungsmittel bewahren werde. Die Vergemeinschaftung kraft Geldgebrauchs ist der charakteristische Gegenpol jeder Vergesellschaftung durch rational paktierte oder oktroyierte Ordnung.“ Max Weber: *Wirtschaft und Gesellschaft*, 1. Neu Isenburg 2005, 489.

8 Der Euro wurde daher nicht nur aus wirtschaftlichen, sondern auch aus integrativen Gründen eingeführt. Neben einer verbesserten wirtschaftlichen Stabilität und einer Steigerung des Wirtschaftswachstums sehen die beteiligten Landesregierungen im Euro auch ein „greifbares Zeichen einer europäischen Identität“. Europäische Kommission: Gründe für den Euro. http://ec.europa.eu/economy_finance/euro/why/index_de.htm (Stand: 18.02.2013).

und multivalent ist. Als Beispiele für die Bedeutungsvielfalt nennt der Philosoph Hubertus Busche „[d]ie Tauschmittelbedeutung des Geldes, seine wirtschaftliche Rationalisierungsbedeutung, seine soziale Rangbedeutung sowie eine moralische, psychologische und religiöse Bedeutung“⁹. Diese Sinngehalte seien jedoch nicht statisch, sondern als „komplexe Resultante aus kollektiv und individuell beigelegten Geltungs- und Orientierungszusammenhängen“¹⁰ zu verstehen.

Georg Simmel hat die Sphäre der Wechselwirkungen von ökonomischen und mentalen gesellschaftlichen Prozessen als „Geldkultur“¹¹ bezeichnet und damit Handlungen und Beziehungen im monetären Bereich früh in das Beschäftigungsfeld der Sozial- und Kulturwissenschaften gerückt. Dem Soziologen Rainer W. Hoffmann zufolge umfasst Geldkultur sowohl die Aufladung von Geld mit Bedeutungen als kulturell erschaffenem und symbolisch ausgestattetem Artefakt als auch die erlernten, sozial angeeigneten Umgangsweisen damit.¹² Dennoch waren vor allem empirische Untersuchungen, die Geld als Träger kultureller Bedeutungen betrachten, um von dieser Ausgangsposition Rückschlüsse auf gesellschaftliche Prozesse oder individuelle Verhaltensmuster zu ziehen, lange Zeit eine Seltenheit.¹³ Wie aber gestaltet sich Geldkultur, wenn das Geld seine Gültigkeit als Zah-

9 Hubertus Busche: Das Geld als Zeichen – Orientierung an einem Medium von undefinierbarer Bedeutung. In: Werner Stegmaier (Hg.): Kultur der Zeichen. Zeichen und Interpretationen VI. Frankfurt a. M. 2000, 198–233, hier 233.

10 Ebd.

11 Georg Simmel: Die Philosophie des Geldes. Frankfurt a. M. 1989, 332.

12 Rainer-W. Hoffmann: Geldkultur in Haushalt und Gesellschaft. Ausgewählte Facetten. In: Sylvia Gräbe (Hg.): Vom Umgang mit Geld. Finanzmanagement in Haushalten und Familien. Frankfurt a. M. u. New York 1998, 17–33, hier 18. Da alle drei Dimensionen historischen Wandlungen unterliegen und in unterschiedlichen Sozialisierungen unterschiedlich ausgeprägt sein können, ist nach Hoffmann der Begriff „Geldkulturen“ treffender. Vgl. ebd., 22.

13 Wie nicht zuletzt dieser Band zeigt, entdeckte die Europäische Ethnologie/Kulturanthropologie/Volkskunde monetäre Beziehungen erst in den letzten Jahrzehnten als Forschungsfeld. Ich möchte hier nur die neuesten Studien nennen: Gisela Unterwiesing: Der Umgang mit Geld als kulturelle Praxis. Eine qualitative Untersuchung in der schweizerischen Mittelschicht. Zürich 2013; Silke Meyer: Geld als Gabe. Wert und Wertigkeit von Geldgeschenken. In: Andreas Hartmann u.a. (Hgg.): Die Macht der Dinge. Symbolische Kommunikation und kulturelles Handeln (= Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland, 116). Münster 2011, 87–98; Gabriele Hutter: Über Geld spricht man nicht? Reden und Schweigen, Zeigen und Verbergen im Umgang mit Geld aus kulturwissenschaftlicher Sicht. Freiburg i. Br. 2001. Folgende Studien aus der Soziologie boten darüber hinaus wichtige Anhaltspunkte für meine Arbeit: Tilman Heisterhagen u. Rainer-W. Hoffmann: Lehrmeister Währungskrise. Drei Familien-Generationen zwischen Gold, Mark und Euro. Wiesbaden 2003; Hoffmann (wie Anm. 12); ders.: Der schwierige Abschied von der D-Mark. Sozialwissenschaftliche Aspekte der Europäischen Währungsunion (EWU). In: WSI-Mitteilungen 49 (1996), 170–182. Folgender Titel aus der Geschichtswissenschaft bereicherte die Arbeit ebenfalls: Rainer Gries: Die Mark der DDR. Eine Kommunikationsgeschichte der sozialistischen deutschen Währung. Erfurt 2003. Aus der Sozialanthropologie ist folgender Titel zu nennen: Keith Hart: Notes towards an anthropology of money. In: *Kritikos*, 2 (2005), 1–19.

lungsmittel verloren hat und nunmehr als materielles Artefakt zu betrachten ist? Obwohl Symbolästhetik, Metall und Papier bei der Bedeutungszuschreibung von Geld bereits während seines Gebrauchs eine Rolle spielen, gibt es kaum Forschungen, die sich mit Münzen und Scheinen als Teil der materiellen Kultur befassen.¹⁴ In meiner Abschlussarbeit habe ich nicht nur nach den mentalen, sondern auch nach den materiellen Rückständen der D-Mark und deren Bedeutungen gesucht.

Der vorliegende Beitrag fokussiert die dingliche Präsenz der D-Mark im Wohnraum der Interviewten sowie die Praktiken, die mit ihrer Aufbewahrung und ihrer Funktion als Erinnerungsträger verbunden sind. Gerade im Zuge des Aufbewahrens wird das alte Geld mit spezifischen Bedeutungen aufgeladen, die hier anhand einzelner Beispiele vorgestellt werden. Teil der Argumentation ist es dabei, das Geld durch die Ergebnisse der empirischen Forschung auch in seinem deaktivierten Status als Kulturgut im Sinne Simmels auszuweisen. Im Folgenden werden Erinnerungspraktiken vorgestellt und analytisch mit Begriffen der Erinnerungskultur sowie der materiellen Kulturforschung/Museologie verwoben, um die Bedeutungen der D-Mark sowohl abstrakt als ehemalige Währung als auch in ihrer dinglichen Präsenz in der Lebenswelt der Menschen verstehen und kulturwissenschaftlich deuten zu können.

Praktiken des Aufbewahrens von altem Geld

In 17 von 21 Fällen hatten meine Interviewpartner/innen D-Mark-Münzen und in einigen Fällen auch Scheine nach der Umstellung zum Euro aufbewahrt. Fünf von 17 Einzelpersonen oder Familien platzierten die D-Mark-Münzen oder -Banknoten sichtbar in ihrem Wohnraum oder am Arbeitsplatz. In den restlichen zwölf Fällen wurden Dosen, Säckchen und Schächtelchen verwendet, um die Münzen und Scheine beisammen zu halten. Zwei Interviewpartner gaben an, das Markstück nur aufgehoben zu haben, um es als Chip für den Einkaufswagen zu nutzen. Das funktionslos gewordene Geld erhielt damit wieder einen Gebrauchswert. Beide maßen der aufbewahrten Münze jedoch keine weitere Bedeutung bei, als dass sie „praktisch“ sei. Anders verhielt es sich bei den 15 anderen Personen, von denen ich drei Beispiele herausgreifen möchte.¹⁵

14 Gottfried Gabriel: *Ästhetik und Rhetorik des Geldes*. Stuttgart 2002. Die Soziologen Heisterhagen und Hoffmann beleuchten Geld zumindest am Rande als materielles Artefakt. Vgl. Heisterhagen u. Hoffmann (wie Anm. 12); Andrea Müller: „Alu-Chips“ und „harte Mark“. *Geld und soziale Beziehungen. Die deutsch-deutsche Vereinigung vor dem Hintergrund von Simmel* „Philosophie des Geldes“. Unveröff. Magisterarbeit. Tübingen 1997.

15 Diese Relation von Menschen, die Geld aufbewahren und in ihrem Wohnraum mehr oder weniger sichtbar präsentieren, gegenüber Menschen, die keine D-Mark-Residuen besitzen, ist sicher

Gedächtnismedium im Ledersäckchen

In den meisten Fällen wurden komplette oder auch unvollständige Münzsätze in Dosen, Schatullen oder Schachteln aufbewahrt. Diese waren an verschiedenen Orten platziert; in der Schublade bei den Reisepässen, im Wohnzimmerschrank, in der Schreibtischschublade, am Arbeitsplatz oder auch im Umzugskarton bei den Dingen, die man nie braucht und die deshalb auch nie ausgepackt wurden. Dass es sich oft um unvollständige Münzsätze handelte, zeigt, dass der Hintergrund für das Aufbewahren keine typische Sammlertätigkeit ist. Zudem waren die Geldstücke in vielen Fällen bis zum Interview noch nie hervorgeholt oder in der Art und Weise behandelt worden, wie zum Beispiel ein/e Sammler/in seine/



Abb. 3: Der Inhalt des Ledersäckchens auf dem Sekretär des Ehepaars Deuerlich. Foto: Karin Bürkert

nicht repräsentativ. Ich möchte hier kurz offenlegen, wie das Sample meiner Studie zustande kam: An erster Stelle war es mir wichtig, Menschen unterschiedlicher Generationszugehörigkeit und von west- sowie ostdeutscher Herkunft zu finden, weil ich davon ausging, dass in Ostdeutschland (der ehemaligen DDR) Aufgewachsene andere Erinnerungen mit der D-Mark verbinden als in Westdeutschland Sozialisierte. Da es in meiner Studie zunächst nicht hauptsächlich um die Praktiken des Aufbewahrens von Geld gehen sollte, sondern um die Assoziationen, die die Präsenz alter Geldscheine und Münzen während des Interviews hervorrief, stieß ich zunächst zufällig auf Menschen wie Markus Gossler, dessen Bewertung des Geldes stark mit seinen materiellen Qualitäten verknüpft war. Um einschätzen zu können, ob es sich hier um einen eher exklusiven Sonderfall handelte, suchte ich daraufhin aktiver nach ähnlichen Fällen und fand weitere vier Personen, die dem Geld in der Wohnung oder am Arbeitsplatz einen halböffentlich repräsentativen Ort und starke Bedeutung zuweisen. Ein breiteres, zufälligeres Sample würde vermutlich mehr Fälle hervorbringen, in denen die D-Mark nicht aufbewahrt wurde bzw. zufällig Aufbewahrtes nicht mit vergleichbaren Bedeutungen aufgeladen wird. Dennoch war ich überrascht, dass doch in so vielen Fällen noch Geldstücke angefundnen worden waren.

ihre Gegenstände zur Konservierung pflegt. Dennoch wurden sie zum Zweck der Bewahrung aufgehoben und erhielten dadurch Bedeutung. Das Rentnerehepaar Maria und Friedrich Deuerlich, dessen Umgang mit den aufbewahrten Münzen hier exemplarisch für elf weitere Fälle vorgestellt wird, hatte in einem Ledersäckchen verschiedene D-Mark-Münzen aufgehoben. Das Säckchen wurde in einem Sekretär im Eingangsbereich ihres Wohnzimmers aufbewahrt.

Darin befanden sich nicht ausschließlich D-Mark-Münzen, sondern auch Bargeld aus der Zeit nach der Reichsgründung. Dennoch konnte ein besonderer emotionaler Bezug vor allem zur aufbewahrten D-Mark hergestellt werden: „Ich glaube, am Anfang war es schon für mich ein Trennungsschmerz, sage ich mal so. Irgendwo das Gefühl, das mal wieder in die Hand zu nehmen und in Erinnerungen zu schwelgen.“¹⁶ Das Bewahren der Münzen diente hier im Sinne Hermann Lübbes zur Kompensation des Verlustes der vertrauten Währung.¹⁷ Allein das Gefühl, die Münzen in greifbarer Nähe zu wissen, um sich durch ihre Vermittlung an die persönliche Vergangenheit erinnern zu können, hatte für Maria Deuerlich eine beruhigende Wirkung. Gleichsam erhielt das Geld erst durch den Verlust seines eigentlichen Gebrauchswertes eine solch emotionale Bedeutungsaufladung als Gegenstand, der Erinnerungen an die familiäre Vergangenheit und alltägliche Erfahrungen evozierte. Maria Deuerlich verband das Geld vor allem mit der von Sparsamkeit und Hilfsbereitschaft gekennzeichneten Haushaltsführung ihrer Großmutter in der Nachkriegszeit.¹⁸ Beide Werte vermisste sie in der gegenwärtigen Gesellschaft. Wie vielen anderen Gesprächspartner/innen vermittelte der Anblick der Geldstücke hier die Erinnerung an geliebte Familienangehörige und deren gelebte Normen und Werte sowie deren persönliche Wertschätzung, die sich durch Geldgeschenke oder gemeinsame Einkäufe ausdrückte.

Die Erinnerung als gelebte Praxis blieb aber latent: Die 61-jährige Rentnerin gab auf meine Nachfrage an, das Ledersäckchen seit der Euro-Umstellung überhaupt nur noch einmal bei einem Umzug in der Hand gehabt zu haben. Das Bewahren an sich, die Kompensation des Vertrautheitsschwundes und die Konservierung schöner Erinnerungen hatte hier größere Bedeutung als der aktiv erinnernde Umgang mit den Gegenständen.

Die Idee, Menschen verschiedener Generationen altes Geld vorzulegen und sie nach ihren Erinnerungen zu befragen, ist nicht neu. Auch die Mitarbeiter der soziologischen Untersuchung „Lehrmeister Währungskrise“ legten ihren In-

16 Interview mit Maria und Friedrich Deuerlich am 23.02.2008.

17 Hermann Lübke: Der Fortschritt und das Museum. Über den Grund unseres Vergnügens an historischen Gegenständen (= The 1981 Bithell Memorial Lecture). London 1982.

18 Gerade ältere Befragte verbinden mit dem Anblick der D-Mark Werte wie Sparsamkeit, Hilfsbereitschaft und Fleiß. Sie ordnen diese Werte der Zeit nach Einführung der Währung 1949 bis zu den ersten Wirtschaftskrisen Deutschlands Mitte der 1970er-Jahre zu.

terviewpartner/innen alte Geldscheine (hier Reichsmark) vor. Rainer-W. Hoffmann, der diese Untersuchung leitete, stellte eine starke Anregung des Gedächtnisses der Befragten durch den Kontakt mit alten Geldscheinen fest. In dieser Anregung sieht Hoffmann eine weitere „ästhetisch-kulturelle“ Geldfunktion belegt.¹⁹ Mit Rückgriff auf kulturwissenschaftlich-volkskundliche Theorien lässt sich dieser Begriff verdichten. Die Arbeit und das Wirken historischer Museen als Sammel- und Zeigeorte beruht beispielsweise auf der Erinnerungsveranlassungsleistung von Dingen.²⁰ Sie dienen hier als Zeugen der Vergangenheit und vermögen, Informationen über vergangene Lebenswelten in sich als „mnemische Energien“²¹ zu speichern. Dieser Begriff stammt von Aby Warburg, dessen Beschäftigung mit dem Topos Gedächtnis eng an kulturelle Objektivationen gebunden ist. Als solche gelten für Warburg zum Beispiel Werke der bildenden Kunst, aber auch Fotos, Briefmarken und Münzen. Kulturelle Objektivationen sind Speichermedien, in denen sich mnemische Energie über lange Zeitspannen hinweg bewahrt und sich beim Betrachten der Dinge wieder entlädt. In Anlehnung an diesen Begriff des Speichermediums generierte die Literaturwissenschaftlerin und Kulturtheoretikerin Astrid Erll den abgeschwächten Begriff des Gedächtnismediums, der alles umfasst, „was von einem Kollektiv als Vergangenheit vermittelnd begriffen wird“²². Weil die Interviewten im Kontakt mit dem alten Geld hauptsächlich individuelle Erinnerungen erzählten, fungierten die in der Befragung eingesetzten Münzen und Scheine als Vermittler zwischen persönlicher Gegenwart und Vergangenheit, also als Medium des kommunikativen Gedächtnisses. Es ist anzunehmen, dass die dingliche Präsenz des Geldes die Erinnerungsleistung durch die Möglichkeit des sinnlichen Kontakts noch unterstützt hat. Hannah Arendt zufolge „bedarf die Erinnerung der Verdinglichung“, ohne die „das lebendig Gehandelte, das gesprochene Wort, der gedachte Gedanke spurlos verschwinden“²³ würden.

Unter dem weiten Begriff des Gedächtnismediums lassen sich sowohl Körper und Objekte als auch natürliche Gegebenheiten einordnen. Welche Rolle die Dreidimensionalität der Objekte in diesem Fall spielt, wird von Erll nicht hinterfragt. Sicher ist, dass von dreidimensionalen Objekten eine weitaus stärkere Faszination ausgeht als von Abbildungen, weil im „authentischen“ Objekt nach

19 Hoffmann (wie Anm. 12), 20.

20 Gottfried Korff: Zur Eigenart der Museumsdinge. In: Martina Eberspächer u.a. (Hgg.): Museumsdinge. Deponieren – Exponieren. Köln 2007, 140–145, hier 143.

21 Ernst H. Gombrich: Aby Warburg. Eine intellektuelle Biografie. Hamburg 2006, 330.

22 Astrid Erll: Medium des kollektiven Gedächtnisses: Ein (erinnerungs-)kulturwissenschaftlicher Kompaktbegriff. In: Dies. u. Ansgar Nünning (Hgg.): Medien des kollektiven Gedächtnisses. Konstruktivität – Historizität – Kulturspezifität. Berlin 2004, 4–22, hier 18.

23 Hannah Arendt: Vita activa oder: Vom tätigen Leben. München 1981, 87 f.

Benjamins Aurabegriff ein Spannungsverhältnis von sinnlicher Nähe und historischer Fremdheit eingelagert ist.²⁴ Dennoch müssen Gedächtnismedien, wie sie von Erll beschrieben werden, nicht unbedingt Museumsobjekte sein. Alle „Dinge können [...] dem Erinnern dienen, indem sie Anlaß zum Erzählen einer Geschichte geben“²⁵, so der Psychoanalytiker Tilman Habermas.

Viele der Befragten konnten nur vage beschreiben, warum sie das Geld nicht umgetauscht, sondern aufgehoben hatten. Für die meisten der Interviewpartner/innen war aber klar, dass den aufbewahrten Münzen durch den Verlust ihres Gebrauchswertes eine neue Funktion zukommt. Der 70-jährige Rentner Friedrich Deuerlich erklärte: „Ich habe nur an die Kinder beziehungsweise an die Enkel gedacht. [...] Ich will den Enkeln damit zeigen, was einmal war.“²⁶ Das Geld wird als Repräsentant vergangener Lebenswelten genutzt, wenn es aus den Säckchen und Schachteln genommen wird. Während die Münzen für die 61-jährige Rentnerin Frau Deuerlich Erinnerungen an ihre persönliche Vergangenheit evozieren, möchte ihr Mann den nachkommenden Generationen allgemein vergangene Zeitgeschichte anhand des alten Geldes verdeutlichen. Der Fokus liegt hier auf der Vermittlung eines vergangenen Alltags durch die aufbewahrende Person als Zeitzeuge und dem Geld als Mittler zwischen Vergangenheit und Gegenwart – als Gedächtnismedium.

Gerahmt als privater Semiophor und Erinnerungsort

Das Ehepaar Margret und Werner Romann hatte bis auf den Fünf-Mark-Schein sowie den 500- und 1000-Mark-Schein alle Banknoten der Serie BBk-III²⁷ zusammen mit einem kompletten Satz Münzen aufgehoben. Weil das alte Geld für das Ehepaar neben seinem Tauschwert einen nicht ersetzbaren Erinnerungswert hat, wollten sie es nicht einfach komplett gegen den Euro umtauschen und legten eine Sammlung an. Es handelt sich hier nicht um eine typische, auf Vollständigkeit gerichtete Sammlung seltener oder besonders wertvoller Gegenstände, son-

24 Vgl. Gottfried Korff u. Martin Roth (Hgg.): Das historische Museum. Labor, Schaubühne, Identitätsfabrik. Frankfurt a. M. u. New York 1990, 17.

25 Tilman Habermas: Geliebte Objekte. Symbole und Instrumente der Identitätsbildung. Frankfurt a. M. 1999, 287.

26 Interview mit Maria und Friedrich Deuerlich am 23.02.2008.

27 Scheine der Serie BBk-I waren in den Jahren 1962/63 bis spätestens 1995 im Umlauf. Seit 1991 wurden die ‚neuen‘ Scheine der Serie BBk-III ausgegeben. Es zeigte sich, dass die Reaktionen auf die ‚alten‘ Scheine weit emotionaler waren und mit diesen mehr Erinnerungen verbunden wurden. Auch das Ehepaar Romann hätte lieber die alten Scheine aufgehängt, auf die sie jedoch keinen Zugriff mehr hatten.

dern um die Konservierung der Bedeutungen und Erinnerungen, die die Romanns an die D-Mark knüpften. Auch sollte das Geld nicht in einem Sammelalbum versteckt aufbewahrt werden, sondern täglich sichtbar sein. Es war Herrn Romanns Idee gewesen, das Geld auf weißem Karton zu befestigen und in einem schwarzen Bilderrahmen im Arbeitszimmer der Familie über dem Schreibtisch aufzuhängen.



Abb. 4: Die gerahmten D-Mark-Scheine und -Münzen im Arbeitszimmer der Familie Romann.
Foto: Karin Bürkert

Der 58-jährige Ingenieur erklärte dies mit einem starken persönlichen Bezug zur D-Mark:

[W]eil sie praktisch mich bis vor sechs Jahren begleitet hat. Mein ganzes Leben praktisch. Und ich habe, ich sage mal, eine schöne Jugendzeit, eine schöne Kindheit gehabt, eine schöne Zeit des Aufbaus [...], wenn man so will. Ein Haus, habe gearbeitet, habe als Lohn die D-Mark bekommen. Und das ist ein starker Bezug gewesen natürlich. Und deswegen habe ich auch damals, wo der Wechsel kam, mich auch nur schwer davon trennen können, und ich habe gesagt, so, dann hänge ich das jetzt an die Wand. [...] Und ich meine, die D-Mark war ja auch eine harte Währung. Man hat dafür viel bekommen, auch, ich sage mal, weltweit. Ein Symbol des, ich sage mal, Wirtschaftswunders, ein Symbol der Stärke, und dieser Bezug zu meinem Leben an der D-Mark,

das war auch beim Wechsel zum Euro mehr oder weniger von Bedeutung, dass ich gesagt habe, das möchte ich jetzt nicht einfach wechseln und dann ist es weg, sondern immer mal wieder anschauen können.²⁸

Für den 58-Jährigen wie auch für viele andere Befragte ist die D-Mark das Symbol des Aufschwungs und des Aufbaus, und dies nicht nur auf das sogenannte deutsche Wirtschaftswunder der 1950er- und 60er-Jahre bezogen, sondern zeitunabhängig auch auf den Aufbau eines eigenen Vermögens. Vor allem die 50- bis 80-jährigen in Westdeutschland sozialisierten Befragten verbanden persönliche Anstrengungen und Erfolge mit dem Geld.

Für viele Befragte drückte die D-Mark zudem Stärke aus; dies wurde an den Deutungen der Bildsymbolik und der Materialität der Münzen und Scheine deutlich. Das Eichenblatt zum Beispiel assoziierte Herr Romann mit der symbolischen Kraft der deutschen Eiche, die für ihn die ökonomische und politische Macht Deutschlands darstellte. Die Symbolsprache des Geldes wurde von vielen Befragten in dieser Weise decodiert. Adler, Eichenblatt und Co werden zur Repräsentation und als Ressource nationaler Identität, als „Metaphern eines ganzen Staatesgebildes und seiner Organe“²⁹ eingesetzt und rezipiert.³⁰ Auch die Materialität von Scheinen und Münzen wurden in dieser Weise wahrgenommen: das große, dicke Fünf-Mark-Stück aus Magnimat, das vor allem vor der Vergleichsfolie zu den sogenannten „Alu-Chips“³¹ der ehemaligen DDR hochwertig erscheint, das griffige Papier der D-Mark-Scheine, die gegenüber der Lire ihren Geldwert, aber auch die politische und wirtschaftliche Stabilität der Bundesrepublik schon allein durch die Festigkeit ihres Materials auszudrücken scheinen.³² All das sahen auch

28 Interview mit Margret und Werner Romann am 24.02.2008.

29 Gabriel (wie Anm. 14), 55.

30 Je nach politischer Haltung funktioniert die Geldsymbolik auch in gegenteiliger Weise in Abgrenzung zur kollektiven nationalen Identität. So wurde der Adler auch als „feister Vogel“ bezeichnet, der an „dicke, korrupte Politiker“ denken lasse.

31 Magnimat besteht aus einem Nickelkern und einer Kupfernickel-Legierung, die Mark der DDR bestand aus dem sehr viel leichteren Aluminium. Die Wertlosigkeit des Aluminiumgeldes brachte nicht nur „die ökonomische Wertlosigkeit der Währung, sondern auch die Wertlosigkeit der DDR selbst (symptomatisch) zum Ausdruck“. Gabriel (wie Anm. 14), 54. Gabriel stellt aber auch klar, dass „Aluminium kein minderwertiges, eher ein modernes Metall“ war, welches in der DDR vor allem deshalb zum Einsatz kam, weil Mangel an Buntmetall herrschte. „Der entscheidende Punkt ist: Aluminiumgeld kannte man in Deutschland als Notgeld. Um diese Vergangenheit vergessen machen zu können, hätte die DDR anderer ökonomischer Ausgangsbedingungen bedurft.“ Ebd., 57 f.

32 In diesem Sinnzusammenhang hat Jürgen Habermas 1990 den Begriff DM-Nationalismus geprägt als einer Identifikation, die maßgeblich auf wirtschaftlichen Erfolgen basiert, zu deren Symbol die D-Mark geworden ist. Habermas prangerte diese von ihm als „pausbäckig“ bezeichnete wirtschaftsnationale Gesinnung an, die durch den damaligen Bundeskanzler Kohl vertreten wor-

die Romanns in dem Geld, das gerahmt in ihrem Büro hing. Geld spielte in ihrem Leben sicher auch als Vermögenswert keine unerhebliche Rolle. Die aufbewahrten Scheine verwandelten sich jedoch durch die Rahmung vom profanen und unpersönlichen Zahlungsmittel zum Träger von mehr als nur nationalkollektiver Bedeutungen, zu einer Art persönlichem Semiophor.

Dinge durchlaufen unterschiedliche Lebensphasen³³, sie sind „[w]ie Gefäße [...] in der Lage, Bedeutungen zu ‚beinhalten‘, sich dieser wieder zu entledigen und neue Inhalte, neue Bedeutungen aufzunehmen, ohne selbst ihre Form zu verändern“³⁴. Der Philosoph Krzysztof Pomian hat für diese symbolisch gewordenen Objekte den Begriff „Semiophoren“ geprägt. Diese seien „Gegenstände ohne Nützlichkeit [...]“, solche Gegenstände, die das Unsichtbare repräsentieren, das heißt die mit einer Bedeutung versehen sind³⁵. Er bezeichnet sie auch als „zweigesichtige Gegenstände“³⁶ und spricht damit einerseits ihre materielle Beschaffenheit als Träger an, deren Material, Ausformung und Funktion analysiert werden kann. Andererseits erkennt er ihre semiotische Beschaffenheit als Zeichen, das mit kultureller Bedeutung aufgeladen wird. Alle musealen Objekte sind somit Semiophoren, sind sie doch ihrer ursprünglichen Lebenswelt entrückte, materielle Zeichen, die zwischen dem/der Betrachter/in und jenem Unsichtbaren, Immateriellen als Vermittler agieren und durch ihre Bedeutung beispielsweise auf vergangene Kulturen, Macht, Schönheit, spezielle Ereignisse, mythische Erzählungen oder auf Erinnerungen vielfältiger Art verweisen.³⁷ Die Definition des Unsichtbaren bleibt dabei weitgehend offen:

den wäre, und warnte vor der „Schamlosigkeit seines von Börsenkursen gestützten Nationalismus“. Jürgen Habermas: *Der DM-Nationalismus*. In: *Die Zeit*, 30.03.1990.

33 Vgl. Gudrun König: *Auf dem Rücken der Dinge. Materielle Kultur und Kulturwissenschaft*. In: Kaspar Maase u. Bernd-Jürgen Warneken (Hgg.): *Unterwelten der Kultur. Themen und Theorien der volkswissenschaftlichen Kulturwissenschaften*. Köln 2003, 95–118, hier 102.

34 Hans-Peter Hahn: *Materielle Kultur. Eine Einführung*. Berlin 2005, 122.

35 Krzysztof Pomian: *Der Ursprung des Museums. Vom Sammeln*. Berlin 1998, 49 f. Pomian schreibt den Semiophoren allerdings einen virtuellen Gebrauchswert zu, wenn sie aufgrund ihrer Bedeutung im Kreislauf ökonomischer Aktivitäten z.B. für Sammler/innen und Antiquitätenhändler/innen wieder einen Tauschwert erlangen. Vgl. ebd., 51.

36 Ebd., 95.

37 Betont werden muss die Multivokalität des Symbols, dessen Bedeutungen einer historischen und gesellschaftlichen Veränderbarkeit unterliegen. Vgl. dazu bspw. Stefan Beck: *Die Bedeutung der Materialität der Alltagsdinge. Anmerkungen zu den Chancen einer wissenschaftstheoretisch informierten Integration von Symbol- und Sachforschung*. In: Rolf Wilhelm Brednich u. Heinz Schmitt (Hgg.): *Symbole. Zur Bedeutung der Zeichen in der Kultur*. Münster u. New York 1997, 179–184; Wolfgang Brückner: *Der Blumenstrauß als Realie. Gebrauchs- und Bedeutungswandel eines Kunstprodukts aus dem christlichen Kult*. In: *Medium Aevum Quotidianum*. Zwanzig Jahre Institut für Realienkunde. Krems 1992, 19–63.

Unsichtbar ist, was sehr weit im Raum entfernt ist: jenseits des Horizonts; aber auch, was sehr hoch oder tief ist. Doch unsichtbar ist ebenfalls, was sehr weit in der Zeit entfernt ist: in der Vergangenheit oder der Zukunft; außerdem was jenseits jedes physischen Raumes oder jeder räumlichen Ausdehnung liegt oder sich in einem Raum mit einer ganz eigenen Struktur befindet [...].³⁸

Unter den Begriff des Unsichtbaren fallen somit alle Bedeutungen, die hinter der Materialität der Objekte verborgen sind, also nicht auf den ersten Blick sichtbar werden. Es sind symbolische Bedeutungen, die entschlüsselt werden müssen.

Für die Wirkung eines Dinges als Semiophor und damit als Vermittler zwischen den Welten des/der Betrachter/in und des Unsichtbaren muss dem Ding erstens Wertschätzung durch Schutz und Aufbewahrung entgegengebracht werden. Es muss zweitens in irgendeiner Form präsentiert werden oder zumindest dem Blick möglicher Betrachter/innen freigesetzt sein. Drittens können die Zeichenträger die „Kommunikation zwischen den zwei Welten nur dann aufrechterhalten [...], wenn sie dem Blick der Bewohner der jeweils anderen Welt ausgesetzt werden“³⁹. Entstammen Betrachter/in und Zeichenträger aus derselben Welt und sind somit durch eine alltägliche Beziehung in der Vergangenheit miteinander verbunden, wäre eine Kommunikation im Sinne einer Vermittlung schließlich unnötig. Dem Semiophor als Relikt einer vergangenen Welt ist zwar mnemische Energie inhärent, trotzdem bleibt er Überrest und ist damit nur fragmentarisch vorhanden. Der natürliche Kontext seines einstigen Wirkens ist sozusagen die zu ersetzende Schwundstelle. Für die Decodierung der symbolischen Bedeutung bedarf es einer Re-Kontextualisierung und Re-Dimensionierung, die eine sinnliche Erkenntnis beim Betrachten der Dinge als Träger des kulturellen Gedächtnisses ermöglichen.⁴⁰

Während das Gedächtnismedium dem privaten, kommunikativen Gedenken zugeordnet wird, ist der Ort, an dem Dinge durch eine Art von Präsentation zu Semiophoren werden, in der Regel das Museum, dessen Aufgaben des Sammelns, Bewahrens, Ausstellens und Vermittelns sich mit den Wirkungsbedingungen der beschriebenen Zeichenträger decken. Obwohl das private Exponat nicht eigentlich mit der De- und Re-Kontextualisierung eines Kulturguts im Museum verglichen werden kann, treffen einige Eigenschaften des Semiophors doch auf das Bild der Romanns vom aufbewahrten Geld als einer Art persönliches Museumsobjekt zu: Die Scheine haben durch die Aufbewahrung Wertschätzung erfahren, sie wurden im Wohnraum präsentiert, sie haben, das verdeutlicht auch die Rahmung, jeglichen Nutzwert verloren und wurden dazu ihrem gewohnten Kontext entho-

38 Pomian (wie Anm. 35), 43.

39 Ebd.

40 Korff (wie Anm. 20), 143.

ben. Zudem wurde die D-Mark von dem Ehepaar mit symbolischer Bedeutung aufgeladen. „Sie sind wertvoll, das heißt, man schreibt ihnen Wert zu, weil sie das Unsichtbare repräsentieren.“⁴¹ Dieses „Unsichtbare“ war für Herrn Romann die deutsche Wirtschaftsmacht und sein eigener Aufstieg, für seine Frau Margret, die 54-jährige Grundschullehrerin, war das Geld jedoch mit einer etwas anderen Bedeutung belegt. Sie sah in der gerahmten D-Mark

[...] auch die vielen Kämpfe, die wir da miteinander ausgeführt haben ums Geld. Und den Streit ums Geld oder auch die Vorwürfe gegenseitig: „Du gibst da was aus“ oder „Das brauchst du nicht“ und so weiter [...]. Dann sehen wir, das ist also mindestens so viel wert wie jetzt ein Kunstwerk [...], das hat einfach diesen ... ein Stück unseres Lebens.⁴²

Das von Pomian als das „Unsichtbare“ Bezeichnete, worauf die alten Banknoten und Münzen verweisen, waren für die 54-Jährige die Schwierigkeiten, die ihren Lebensweg gesäumt hatten, die „Kämpfe“ um die Geldverteilung, die innerhalb der Familie ausgefochten worden waren. Sie beschrieb den Akt der Rahmung und damit die alltägliche Sichtbarkeit der D-Mark im Wohnraum als notwendige visuelle Erinnerungsstütze im Sinne Arendts: „Weil ich denke, wir leben in einer visuellen Welt, das heißt, ich muss ja die Dinge immer wieder sehen, ich muss sie ja immer wieder vor Augen haben, um mich an die Sachen zu erinnern.“ Die aufbewahrte D-Mark, durch die Rahmung und Platzierung im Wohnraum deutlich ins alltägliche Blickfeld gerückt, erhielt für die 54-Jährige neben ihrer Funktion als Bedeutungsträger auch den Charakter eines Mahnmals zur Erinnerung an ihren Lebensweg mit seinen Höhen und Tiefen. Das Bild sollte die Familie daran hindern, die Schwierigkeiten, Konflikte und Opfer zu vergessen, die ihren Weg zu ihrem heutigen Status gesäumt hatten, und wurde damit auch zum persönlichen Erinnerungsort⁴³. Auch Pierre Noras Konzept der *lieux de mémoire* ist an sich an öffentliches, kollektives Gedenken gekoppelt. In diesem Fall funktioniert das Geld als Denk- und Mahnmal jedoch nicht nur im Zusammenhang mit der Zugehörigkeit zur ehemaligen Währungsgemeinschaft als Erinnerungssymbol an historische Ereignisse und kulturelle

41 Pomian (wie Anm. 35), 50.

42 Interview mit Margret und Werner Romann am 24.02.2008.

43 Vgl. dazu Pierre Nora (Hg.): *Les Lieux de Mémoire*. Paris 1984–1992; Harold James: Die D-Mark. In: Etienne François u. Hagen Schulze (Hgg.): *Deutsche Erinnerungsorte II*. München 2001, 434–449. Das hinlänglich bekannte Konzept der Erinnerungsorte von Pierre Nora im Zusammenhang mit dem kulturellen und kommunikativen Gedenken an die D-Mark wurde von mir bereits an anderer Stelle diskutiert: Vgl. Karin Bürkert: Vom Stabilitätsgaranten zum Identitätsgaranten? Zu Entwicklung und Bestand des Erinnerungsortes Deutsche Mark. In: *HMRG Historische Mitteilungen*, 22 (2010), 206–212.

Werte, sondern auch im Zusammenhang mit dem familiären Kollektiv als persönliches Mahnmal vergangener Herausforderungen im gemeinsamen Alltag.

Obwohl ich während meiner Forschung noch auf andere Familien und Personen aufmerksam gemacht wurde, in deren Wohnraum die D-Mark ähnlich exponiert aufbewahrt wurde, zum Beispiel in einer Art Setzkasten über dem Sofa, bildet diese Praxis im Zusammenhang mit einer so starken Bedeutungsaufladung des alten Geldes doch eher eine Ausnahme. Daher möchte ich als Kontrapunkt zu dieser Beobachtung noch auf einen weiteren Fall eingehen.

Nur noch ein Staubfänger?



Abb. 5: Die Schale mit Pfennigen von René Martin.

Foto: Karin Bürkert

Das dritte Beispiel steht exemplarisch für drei Fälle, in denen Geld entweder aus praktischen Gründen gesammelt wurde oder in denen D-Mark-Münzen zufällig in Jackentaschen und Schubladen zum Vorschein kamen. Der Geldwert der gesammelten oder gefundenen Münzen war nach Aussage der befragten Personen zu gering, als dass ein Umtausch lohnenswert gewesen wäre, weshalb das Geld weiterhin aufbewahrt

wurde. Die Anekdote des 32-jährigen Doktoranden René Martin zeigt, dass aufbewahrtes Geld nicht immer einen besonderen Erinnerungswert zugemessen bekommt:

Ach, ich habe noch so eine Schale, wo im Gegenwert von ungefähr fünf Mark Ein- und Zwei-Pfennige drin sind. Die habe ich halt da rein getan, wenn ich mein Portemonnaie immer ausgeräumt habe. [...] Und das hat sich halt nicht gelohnt, das irgendwie umzutauschen. Und irgendwie ist das auch ganz lustig, das noch rumstehen zu haben. Aber ... Das war jetzt nicht, um das groß aufzuheben, damit man sich noch ewig dran erinnern kann. Das war eher um ... [Zögern] Hat sich halt so ergeben [...]. Ach, letztes mal hatte ich irgendwie Besuch von ein paar Freunden. Und da wurde halt diese Schale entdeckt, und dann wurde halt so angefangen zu suchen nach irgendwelchen

Münzen von den Geburtsjahren von irgendwelchen Leuten halt. [...] Und das war dann lustig. Normalerweise steht das einfach nur rum. Als Staubfänger [lacht].⁴⁴

Ursprünglich sind die Münzen in diesem Fall nicht zur intentionalen Bewahrung und damit Bedeutungserhöhung des Geldes gesammelt worden, sondern wurden als lästiges Gewicht aus dem Geldbeutel aussortiert. Für den 32-Jährigen hatte das Geld keinen Erinnerungswert. Die Münzen waren für ihn nur ein „Staubfänger“ und hätten ob ihres geringen Wertes eigentlich als Abfall in den Müll wandern können. Trotzdem blieben sie in der Schale im Zimmer des Doktoranden, der es „irgendwie auch ganz lustig“ fand, die D-Mark-Münzen „noch rumstehen“ zu haben, womit er dem Geld doch wieder einen gewissen Wert zuschrieb. Die Beschreibung dieses Wertes fiel ihm jedoch schwer, die Aufbewahrung der Pfennige hätte sich „eben so ergeben“. Nur beim Besuch der Freunde hatte das Geld eine Art Unterhaltungswert als einzigen Beweggrund für die Aufbewahrung erhalten.

Diese Erzählung lässt sich mit anderen Fällen vergleichen, in denen jüngere Befragte D-Mark-Münzen aufgehoben oder zufällig wieder gefunden hatten, ohne ihnen einen besonderen Erinnerungswert zuzuschreiben. Allein aufgrund ihres Alters verbanden die jüngeren Befragten weit weniger und vor allem weit unpersönlichere Erinnerungen mit dem alten Geld. Trotzdem wurden die Münzen in keinem Fall tatsächlich als Abfall in den Müll befördert. Das mag zum einen an der Hemmung gelegen haben, Geld wegzuerwerfen, zum anderen an einem diffusen, für die Befragten schwer zu beschreibenden Mehrwert, den das Geld für sie noch hatte, weil die Münzen, wenn auch wenig emotional, so doch auf verschiedene Weisen mit ihrem Leben und ihrer Herkunft verbunden waren. Für jüngere Menschen erhielten die Münzen wie im vorgestellten Beispiel oft einen diffusen Wert zwischen Unterhaltung und persönlicher oder kultureller Vergangenheit: weil sie in ihrem Geburtsjahr geprägt wurden oder aufgrund ihres kurios wirkenden Designs, weil das Fünf-Mark-Stück „schon arg nach 80er-Jahre aussieht“⁴⁵. Je weniger persönliche Erinnerungen mit den Gegenständen verbunden werden können, desto fremder werden sie für den Betrachter. Einer der jüngsten Befragten, ein 13-jähriger Schüler, rief beim Anblick der ihm unbekanntem Geldscheine der Serie BBk I aus: „Die sehen ganz uralte aus, ganz uralte! Wie aus dem Mittelalter.“⁴⁶

Durch ihre Entfremdung vom Gegenstand benötigen Kinder zum Verständnis der Erinnerungen und Bedeutungen aus der „Welt des Unsichtbaren“ die Vermittlungsleistung im musealen Rahmen oder durch eine/en Zeitzeug/in.

⁴⁴ Interview mit René Martin am 15.04.2008.

⁴⁵ Interview mit Andrea Weymann am 02.04.2008.

⁴⁶ Interview mit Phillipp Hagen am 16.11.2007.



Abb. 6: 50-DM-Schein der Serie BBk I. Der Schein zeigt ein Männerporträt nach einem Gemälde von Barthel Beham um 1525. Foto: Sascha Bühler

Das Amulett als Symbol der Doppelgesichtigkeit

Zurück zum Einstieg, zu der Schmuckschatulle von Markus Gossler, die neben dem Schmuck der Mutter noch einen D-Mark-Anhänger für seinen jüngeren Sohn enthielt, wodurch der Anhänger mit dem Adler seinerseits zum Familienschmuck erhöht wurde. Ich fragte den 43-Jährigen, wie er darauf gekommen sei, sich und seiner Familie solche Anhänger anfertigen zu lassen. Zunächst stellte Gossler nicht die D-Mark, sondern den Adler in den Mittelpunkt seiner Begründung. Auch für ihn symbolisierte das Tier Macht und Stärke, die er seinen Söhnen durch die Geschenkübergabe symbolisch verleihen wollte. Der Vogel sei darüber hinaus sein Lieblingstier. Im weiteren Gespräch zeigte sich, dass die Erinnerungen und Assoziationen, die Gossler mit dem Geld verband, stark durch seine Sozialisation in der ehemaligen DDR geprägt waren. Er wollte die Mark am liebsten wieder zurück haben, weil sie für ihn vor allem ein starkes Statussymbol darstellte:

Ach, Euro! [...] Mir ist es immer noch leid. Wenn die jetzt sagen würden, man kann das wieder rückgängig machen, ich würde sie [die D-Mark] sofort wieder zurücknehmen! [...] Dann wären wir wieder welche [...]. Da war halt Deutschland auch noch was, da hat jede Nation ihr Geld gehabt, und jetzt mit dem Euro, jetzt haben alle Euro. Zum Beispiel die Polen mit ihrem Zloty. Die waren ja früher noch hinter der DDR, so

und jetzt haben die auch den Euro. [...] Jetzt ist alles gleich. Jetzt kannst du bloß noch sagen, entweder hast du welches oder hast keins.⁴⁷

Der starke Wunsch nach Abgrenzung ist hier jedoch weniger mit einem fremdenfeindlichen und auch nicht ausschließlich mit einem wirtschaftsorientierten (DM-)Nationalismus⁴⁸ oder der Angst vor der Wirtschaftskrise zu erklären.⁴⁹ Er ergibt sich vielmehr aus den persönlichen Erfahrungen der sozialen Aufwertung, die für Gossler seit seiner frühen Kindheit in der DDR mit der D-Mark verbunden sind. Wie bei allen anderen Befragten, die in der DDR aufgewachsen waren, spielten D-Mark-Geldgeschenke auch in der Kindheit und Jugend von Markus Gossler eine große Rolle.⁵⁰ Nicht nur er erzählte von der Freude über das Geld von Verwandten, das mit dem Zutritt in die exklusive westliche Warenwelt des Intershops,⁵¹ mit Sonderbehandlungen und der Bewunderung der Gleichaltrigen verbunden gewesen war. Die D-Mark war doppelt wertvoll gewesen – sie hatte in der DDR nicht nur ökonomisches, sondern auch kulturelles und soziales Kapital bedeutet.⁵² Gossler erzählte, wie er die Devisen als ein „Heiligtum“ in einer abschließbaren Geldkassette unter seinem Bett aufbewahrt habe, bis er genug für eine Jeans und dann für einen Sturzhelm einer Westmarke zusammengespart hatte. Es wurde von Disco-Besuchen berichtet, bei denen die D-Mark als Eintrittskarte fungiert hatte, von unterschiedlichen Buffets in den Hotels im Urlaub in Ungarn – für diejenigen mit und diejenigen ohne die begehrte Währung. Der D-Mark-Besitz kam einem Schlüssel gleich, der die Tür zur Konsumfreiheit und damit zu einem „Stück Westen“ öffnete, wodurch die Mark auch zum Freiheitsymbol wurde. Sie galt als Versprechen einer geheimnisvollen, freien, ersehnten Welt, was ihr etwas „Magisches“⁵³ verlieh und weshalb man sie zum „Heiligtum“⁵⁴

47 Interview mit Markus Gossler am 27.12.2007.

48 Dieser Begriff wurde 1990 von Jürgen Habermas geprägt. Siehe dazu Anm. 31.

49 Die Forderung nach der Wiedereinführung der D-Mark wird heute vor allem im Wahlkampf der AfD (Alternative für Deutschland) genutzt. Auch im Zusammenhang mit der Wirtschaftskrise wird dieser Wunsch zunehmend wieder lauter. Vgl. „Mehr als ein Drittel der Deutschen will die D-Mark zurück.“ In: Süddeutsche.de, 15.02.2013. www.sueddeutsche.de/geld/umfrage-ein-drittel-der-deutschen-will-die-d-mark-zurueck-1.1601583 (Stand: 18.02.2013). Der Artikel rekuriert auf eine Umfrage der Nürnberger Gesellschaft für Konsumforschung (GfK).

50 Geldgeschenke von Devisen in der DDR bilden aufgrund der Werterhöhung des besonderen Geldes eine Sonderstellung und gelten daher per se nicht als lieblos oder unpersönlich. Zum Geldgeschenk allgemein vgl. Meyer (wie Anm. 13).

51 Zur besonderen Rolle des Intershops in der ostdeutschen Erinnerungskultur siehe Franka Schneider: Der Intershop. In: Martin Sabrow (Hg.): Erinnerungsorte der DDR. München 2009, 376–388.

52 Vgl. Gries (wie Anm. 13).

53 Interview mit Renate Poseni am 03.04.2008.

54 Interview mit Markus Gossler am 27.12.2007.

stilisierte.⁵⁵ Angesichts solcher Erinnerungen verwundert die hohe Anziehungskraft des Geldes auf Markus Gossler, der noch 1989, kurz vor der Wende, nach Deutschland floh, kaum.

Die Erinnerungen der Befragten aus der ehemaligen DDR zeigen, dass die Zugehörigkeit zu einer Währungsgemeinschaft nicht an die Staatsbürgerschaft gebunden sein muss. Wie Herr Romann und viele andere Befragte verbindet Gossler die D-Mark und besonders das Adlersymbol mit Deutschland als nationalem Kollektiv. Durch das Tragen der Kette weist er sich sichtbar als Angehöriger dieses Kollektivs aus: „Adler, das ist ja auch irgendwie unser Wappen. Entweder ist man Deutscher oder nicht. Man hat ja auch ein bisschen Stolz.“⁵⁶

Die zum Schmuckstück verwandelte Münze hat demnach für Markus Gossler unterschiedliche Bedeutungen: eine ästhetische, weil der Adler für ihn ein besonders schönes Tier ist; eine symbolische, weil die umfunktionierte D-Mark die Erinnerung an ein Statussymbol wachhält und sie gleichzeitig seine Zugehörigkeit zur deutschen Nation ausdrückt; und damit auch eine emotionale, weil diese Zugehörigkeit in ihm das Gefühl des Stolzes und der Stärke weckt, das er an seine Söhne weitergeben möchte. Mit dem Schmuckstück um den Hals zeigte der 43-Jährige auch sechs Jahre nach der endgültigen Ablösung der D-Mark seine emotionale Verbundenheit zur Währungsgemeinschaft der D-Mark. Denn obwohl er mehr als die Hälfte seines Lebens in der DDR und also mit der Mark der DDR verbracht hatte, an der für ihn ebenfalls viele Erinnerungen hängen, erschien ihm der Gedanke eines DDR-Mark-Anhängers geradezu absurd: „Also ich glaube nicht, dass ich mir das um den Hals gehängt hätte [lacht]! Das glaub ich nicht. Also den Hammer und Sichel [lacht], also das wäre glaube ich ein bisschen ... also nein.“⁵⁷ Schon während seiner Jugend in der ehemaligen DDR war Markus Gossler also Angehöriger einer D-Mark-Gemeinschaft geworden. Besonders damals hatte die westliche Währung als Statussymbol fungiert, bedeutete Stärke, Macht, Wohlstand und Freiheit.

Durch die Umwandlung des Geldstückes in das Schmuckstück hat der 43-Jährige diese Bedeutungen aus dem ehemaligen Zahlungsmittel extrahiert und konserviert. Der Schmuckanhänger des Betriebsschlossers ist damit auch zum Symbol meiner Untersuchung geworden, stellt er doch das andere Gesicht des „zweigesichtigen Gegenstands“ D-Mark dar. Die eine Hälfte, das unpersönliche

55 Allerdings muss hier hinzugefügt werden, dass die D-Mark diese Symbolbedeutungen mit der Wiedervereinigung durch die schrittweise Entmystifizierung der glorifizierten Vorstellungen des ‚geheimnisvollen‘ Westens für viele Befragte verloren hatte. „Dann musstest du auf einmal Brötchen und Klopapier davon kaufen, das war am Anfang schon komisch. Und mit der Zeit hast du gemerkt, dass dir mit der D-Mark im Westen auch nichts geschenkt wird, dass du hart arbeiten musst und unter Druck stehst“; Interview mit Renate Poseni am 03.04.2008.

56 Interview mit Markus Gossler am 27.12.2007.

57 Ebd.

Zahlungsmittel, wurde durch den Goldschmied eliminiert, sodass nur noch die zweite Hälfte übrig blieb, der Bedeutungsträger kollektiver und persönlicher Erinnerungen und Werte ohne Geldwert.

Geld als Selbsttechnologie

Tjark Müller

Der gute Umgang mit Geld, so scheint es, ist ein gesellschaftliches wie individuelles Anliegen, das nicht ohne einigen Aufwand erreicht werden kann. In ihren Untersuchungen zum Umgang mit Geld in der Schweizer Mittelschicht zeigt die Schweizerin Gisela Unterweger, dass es schichtspezifische Bemühungen gibt, den richtigen Umgang mit Geld zu demonstrieren. Für ihre Interviewpartner/innen, bei denen es wohl auf absehbare Zeit keine finanziellen Probleme geben dürfte, ist dieser Geld-Habitus vor allem von Strategien der Mäßigung, von einem „Ding dazwischen“ gekennzeichnet.¹ Mäßigung als Ideal gilt sowohl für Konsum als auch für Sparen. Es ist eine Kontrollinstanz, die den impulsiven Konsum reguliert, welcher nur ab und zu, aber eben nicht ständig ausgelebt werden darf, auf der anderen Seite manchmal aber auch ausgelebt werden muss. Sowohl ‚verschwenderischer‘ Konsum als auch ‚geizige‘ Sparmaßnahmen sind in der Mittelschicht verpönt, da ersteres den gesellschaftlichen Status gefährden könnte und letzteres es verhindern würde, diesen zu genießen. Ein bewusstes Rechnen gilt als unangemessen und wird durchwegs als Notwendigkeit weniger vermögender Schichten angesehen. Mit diesem intuitiv inszenierten Umgang mit Geld geht eine Entdramatisierung einher, welche sich weder die monetäre Unterschicht, bei der die Knappheit dem Geld eine zentrale Rolle zumisst, noch die vermögende Oberschicht leisten kann, da diese sich aktiv und bewusst mit Investitionen und mit dem Schutz und Erhalt ihres Vermögens auseinandersetzen muss.

Was aber macht Angemessenheit im Umgang mit Geld aus? Nach den klassischen ökonomischen Theorien sollte es doch einfach sein: Man vergleiche alle Angebote und nehme das günstigste, man verhalte sich so, dass unterm Strich so viel wie möglich übrig bleibt. Die alltägliche Lebenswelt gestaltet sich allerdings deutlich komplizierter, was nicht nur an der Unvollständigkeit der Informationen liegt, sondern auch an der oftmals geringen Vergleichbarkeit der Produkte bzw. an den vielfältigen Kapitalsorten, die dem ökonomischen Handeln zugeschrieben werden.

Diese unterschiedlichen Bewertungen standen im Mittelpunkt meines Schreibauftrages, der auf die Erhebung von Tricks im Umgang mit Geld zielte. Wie strukturieren ökonomische Akteur/innen ihren Umgang mit Geld, auf welche Regeln und Ressourcen greifen sie bei ökonomischen Entscheidungen zurück? Dieser

1 Gisela Unterweger: Der Umgang mit Geld als kulturelle Praxis, Zürich 2013, 83–168.

Schreibaufwurf wurde am 8. März 2012 über den E-Mail-Verteiler für sozialwissenschaftliche Umfragen der Universität Innsbruck verschickt, sodass davon auszugehen ist, dass ein Großteil der Antwortenden Studierende sind; eine Zielgruppe also, die allgemein durch eine gegenwärtige Knappheit, zukünftig aber durch die Verfügbarkeit der Ressource Geld gekennzeichnet ist. In der E-Mail wurden die Empfänger/innen aufgefordert, sich auf die Kniffe zu besinnen, die sie in ihrem Umgang mit Geld verwenden. Bis zum 8. April 2012 antworteten insgesamt 41 Empfänger/innen ebenfalls per E-Mail und teilten ihre Strategien mehr oder weniger ausführlich mit. Der Umfang der Einsendungen reichte von zweiseitigen Briefen bis zu ein paar Zeilen. Manche Einsender/innen positionierten sich als Expert/innen („Dazu äußere ich mich gern, da ich einige Tricks in mein Leben eingebaut habe, die mich wirklich mit meinem Geld ganz gut umgehen lassen ... zumindest ist mein Bankbetreuer ganz zufrieden mit mir;-“) und gaben als solche Tipps („Zum guten Schluss noch einen Tipp“ und „Noch ein Tipp so am Rande ist ...“, alle Zitate aus der Einsendung 6), andere wiederum stellen ihre mangelnden Fähigkeiten, mit Geld umzugehen, in den Mittelpunkt: „Sie haben vielleicht ja bemerkt, dass die Geldwirtschaft nicht zu meinen Stärken gehört“ (Einsendung 14).

Eine erste Beobachtung ist, dass die Teilnehmer/innen erstaunlich oft auf elektronische Zahlungsarten, wie etwa Kredit- oder ec-Karten, verzichten. In den meisten Einsendungen, in denen auf den Gebrauch von ec-Karten eingegangen wurde, berichteten die Teilnehmer/innen von einer ablehnenden Haltung, die inhaltlich mit den folgenden Aussagen übereinstimmt: „Ich lehne ‚Plastikgeld‘ im Normalfall ab. Dies vor allem, weil ich eine bessere Kontrolle habe, wenn ich das Geld wirklich in Händen halte, bevor ich es ausbebe“ (Einsendung 21); oder „Ich gebe wesentlich lieber Bargeld aus, als mit Karte zu bezahlen, auf diese Art habe ich das Gefühl, zu merken wie viel Geld durch meine Hände fließt“ (Einsendung 22).² Ein Trend, der sich darüber hinaus auch beim Rest der österreichischen Bevölkerung zu zeigen scheint, denn zu einem ähnlichen Ergebnis gelangte eine Gruppe von Sozialpsycholog/innen, die die Chipkartenfunktion der Bankomatkarten, die sogenannte elektronische Geldbörse (in Österreich bekannt als „Quick“), untersuchte.³ Auch diese Studie kommt zu dem Schluss, dass die

2 Neben diesen Angaben zu den Gründen für die Ablehnung von Geldkarten wurden vereinzelt noch andere Gründe genannt (etwa der Verschleiß der Geldkarte in der Geldtasche). Zudem gab es Berichte vom gezielten ausschließlichen Einsatz von Geldkarten zur Konsumkontrolle (etwa dass man nur dort einkaufen könne, wo Geldkarten akzeptiert werden).

3 Elfriede Penz u.a.: It's practical, but no more controllable. Social representations of the electronic purse in Austria. In: *Journal of Economic Psychology*, 25 (2004), H. 6, 771–787. Bei dieser „Quick“-Funktion geht es darum, einen bestimmten Geldbetrag auf den Chip zu „übertragen“, welcher an der Kasse ohne PIN abgebucht werden kann, wodurch die Transaktionskosten entfallen. Obwohl dieses Zahlungsverfahren günstig und einfach zu verwenden ist, wird es nur selten genutzt.

Virtualisierung des Geldes durch Karten bei den Nutzer/innen zu einem Gefühl des Kontrollverlusts führt.

Demgegenüber steht die häufige Aussage, dass eine Kartenzahlung immer dann angewendet werde, wenn es sich um große Anschaffungen handelt. Eine Einsenderin beschreibt, dass sie zum Beispiel die Tankfüllung immer mit der Kreditkarte bezahle, „weil dann kostet's nix“. Die Erkenntnis, dass man ja dennoch etwas zahlt (und im Falle einer Kreditkarte womöglich auch noch mehr als bei Barzahlung), ist in jedem Fall da. Die Begründung für das eigene Handeln lautet vielmehr, dass es „weniger weh tut“ (beide Zitate aus Einsendung 10), mit der Karte zu zahlen, als einen frischen Hundert-Euro-Schein anzubrechen.

Wir haben es also mit drei Phänomenen zu tun, die im Folgenden in ihrem Bezug zueinander betrachtet werden sollen. Erstens frage ich daher nach den Merkmalen des intuitiv als positiv bewerteten ‚richtigen‘ Umgangs mit Geld. Zweitens soll in diesem Zusammenhang untersucht werden, warum die Zahlung mit Kartengeld diesem ‚richtigen‘ Umgang anscheinend im Weg steht, und drittens, wie es dazu kommt, dass dennoch in manchen Situationen die elektronische Transaktion der Bargeldzahlung vorgezogen wird.

Als theoretisches Gerüst für die Frage nach intuitivem Handeln dient mir das Konzept der Selbsttechnik nach Michel Foucault. Um zu ergründen, wie Menschen zu Wissen über sich selbst gelangen, definiert er mehrere Technologien, durch welche dies vonstatten geht. Eine Selbsttechnik ermöglicht es dem Einzelnen, „aus eigener Kraft oder mit Hilfe anderer eine Reihe von Operationen an seinem Körper oder seiner Seele, seinem Denken, seinem Verhalten und seiner Existenzweise vorzunehmen, mit dem Ziel, sich so zu verändern, daß er einen gewissen Zustand des Glücks, der Reinheit, der Weisheit, der Vollkommenheit oder der Unsterblichkeit erlangt.“⁴ Als Beispiel hierfür führt Foucault die Technik der Selbstreflexion und Selbststoffbarung (genauer: des Tagebuch- und Briefeschreibens) an und zeichnet eine Veränderung nach, die sich von der Antike bis in die Moderne erstreckt. Dabei attestiert er einen Wandel weg von einer buchhalterischen dokumentarischen Tätigkeit zur selbstbestimmten Bilanzierung und Orientierung auf die eigenen Ziele hin zu einem Apparat der Selbst- und Fremdkontrolle mit dem Effekt der Internalisierung sozialer Normen.

Im Umgang mit Geld zeigt sich eine Form der Selbsttechnik, welche in erster Linie auf Kontrollgewinn und Kontrollerhalt des Selbst zielt. Sämtliche Tricks, von denen in den Antworten auf meinen Schreibauftrag die Rede war, haben die Funktion der Selbstkontrolle:

4 Michel Foucault: Technologien des Selbst. In: Luther H. Martin u.a.(Hgg.): Technologien des Selbst. Frankfurt a. M. 1993, 24–62, hier 26.

Fast erinnert mich er [der Umgang mit dem Geld, Anm. Autor] an eine schlechte Beziehung: Wir haben schon gute und schlechte Zeiten hinter uns. Doch oft habe ich das Gefühl, ich bemühe mich, investiere, nehme mich selbst zurück, arbeite an unserem Zusammenhalt, erhalte ein paar schöne belohnende Stunden als Gegenleistung, nur dass mir das undankbare Luder immer wieder aufs Neue durchbrennt. Und zwar mit meiner eigenen Gier, der konsumgeilen. Der Umgang ist somit natürlich ein Kampf mit mir selbst. (Einsendung 26)

In der folgenden Form erscheint Selbstkontrolle sogar messbar: „Ich glaube, trotz Krise und Überschuldung einiger Jugendlichen kann man den geschulten Umgang mit Geld lernen. Denn Erfolg ist für viele Menschen in Zahlen messbar. Es ist der Kontostand. Zum Reichwerden gehört mehr als nur ein Sparbuch. Zum Armwerden auch mehr.“ (Einsendung 3)

Die eigene Gier zu bekämpfen, sich im Sparen zu Verzicht aufzufordern, sind Modifikationen, welche mithilfe des Geldes an sich selbst durchgeführt werden sollen. Sparsamkeit ist aber kein Selbstzweck. Natürlich haben Rücklagen die Wirkung von finanzieller Sicherheit in Krisenzeiten. Aber es gibt weitere, existentiellere Gründe für Sparsamkeit. Wissenschaftler/innen der Universitäten Warschau und Colorado untersuchten, wie Menschen auf Geld reagieren, wenn sie mit der eigenen Sterblichkeit konfrontiert werden. Um die dadurch ausgelöste Angst zu kompensieren, greifen sie unter anderem auf eine Anhäufung materieller Güter, vererbbar oder nicht, zurück. Hier lässt sich eine Verbindung ziehen von der Sparsamkeit zum Streben nach Unsterblichkeit, das Sparen über den Tod hinaus wird zur plausiblen Strategie.⁵

Der Assoziation mit Sparsamkeit geradezu entgegen stehen Geld- und Kreditkarten, dies machen die Einsendungen deutlich. Dem Plastikgeld haftet der Ruf an, unkontrollierbar zu sein, weshalb es häufig gemieden wird: „Ich [...] habe keine Bankomatkarte, da ich sonst B(l)ancomat wäre. Na, Spaß! Ich hebe immer alles, was ich brauche, für einen Monat ab. Und lass das, was ich nicht brauche, in einem Kuvert im Nachtkästchen“ (Einsendung 3), schreibt ein Einsender, und viele andere beschreiben ähnliche Vorgehensweisen. In Situationen, in denen sie einen Kontrollverlust antizipieren, nehmen Studierende einen weiteren Trick zur Hilfe: Beim Ausgehen stecken sie nur Bargeld ein und lassen die Bankomatkarte daheim. Sie haben so den Eindruck, das Risiko zu mindern und den besseren Überblick über ihre finanzielle Lage zu behalten.

Die Verbindung von Kartengeld und Kontrollverlust erklärt der Soziologe Aldo Haesler mit seiner These, dass im fortschreitenden Dematerialisierungsprozess des

5 Tomasz Zaleskiewicz u.a.: Money and the fear of death. The symbolic power of money as an existential anxiety buffer. In: *Journal of Economic Psychology*, 36 (2013), 55–67.

Geldes eine Abkehr von sozialitätsstiftenden Funktionen, also ein Verlust der sozialen Komponente, stattfindet.⁶ Die Wahrnehmung von elektronischem Geld als etwas Unkontrollierbarem fußt also eventuell nicht (nur) darauf, dass man das Geld nicht durch seine Hände gehen sieht. Es geht vielmehr darum, dass durch die immaterielle Bezahlsform eine Verunsicherung entsteht, da die Güter nicht mehr gezahlt werden, indem sie gegen einen anderen Gegenstand, nämlich Geldscheine und Münzen, getauscht werden. An die Stelle des Tauschaktes tritt beim Bezahlen mit Karte ein anderes Ritual. Man steckt die Karte in ein Lesegerät, identifiziert sich über einen Code und wartet, bis der Transaktionsvorgang abgeschlossen ist. Dabei wird der Tauschakt durch einen Prozess der Kontrolle im Foucaultschen Sinn ersetzt. Der/die Zahlende ist nicht mehr Akteur/in seiner/ihrer Handlung, sondern wartet passiv und mit Blick auf die Anzeige darauf, aus dem Ritual entlassen zu werden. Der Trennungsschmerz, den manche Einsender/innen beschreiben, wenn sie Fünzig- oder Hundert-Euro-Scheine an der Kasse überreichen, fehlt hier, aber er wird durch das unangenehme Gefühl des Kontrollverlusts ersetzt:

Natürlich wissen wir, dass das [die Zahlung mit Kreditkarte nichts kostet, Anm. Autor] nicht der Wahrheit entspricht und dann halt am Monatsende das böse Erwachen kommt, bzw. haben wir eigentlich immer den Überblick über unser Konto und die Kreditkarten-Zwischenabrechnung. Und trotzdem, so seltsam das auch klingen mag, tut es „weniger weh“ mit der Karte zu zahlen als einen ganzen frischen 100er anzubrauchen. (Einsendung 10)

Die wertvollen Scheine einzutauschen in eine Dienstleistung wie eine Bahnfahrt ist schwieriger, als die Karte hierfür einzusetzen: An anderer Stelle machen sich die Teilnehmer/innen gezielt die Eigenschaften der elektronischen Zahlung zunutze, wie jener Einsender, der von seinem Zugkartenkauf anschaulich Folgendes berichtet:

Ich fahre öfters mal übers Wochenende nach Wien: Das Ticket hin und retour macht 60 Euro aus, das heißt, mindestens einen 50er und einen Zehner. Man sieht das Geld noch kurz, schwups, eingezogen und auf nie-mehr-wiederssehen weg. Rauskommen tut ein Papierchen, Ibk-Wien und zurück. Ich hab das einige Male mitgemacht, mittlerweile schaff' ich es nicht mehr – ich zahl' nur noch per Karte. Das ist um vieles bequemer, Karte rein, Pin – und die Karte kommt wieder raus, und dieses Papier! (Einsendung 20)

6 Aldo J. Haesler: Irreflexive Moderne. Die Folgen der Dematerialisierung des Geldes aus der Sicht einer tauschtheoretischen Soziologie. In: Christoph Deutschmann (Hg.): Die gesellschaftliche Macht des Geldes. Wiesbaden 2002, 177–200 (= Leviathan. Zeitschrift für Sozialwissenschaft, 21).

In einigen Fällen wird also doch das Plastik- dem Bargeld vorgezogen, und zwar immer dann, wenn es um große und damit auch schmerzliche Anschaffungen geht. Hier scheint es eine Abwägung zu geben, zwischen der Akzeptanz der geringeren Kontrolle und dem möglichen Rückschritt bei der Selbstmodifikation einerseits und dem geringeren Schmerz durch das Verstecken des Verlustes andererseits. Es hat seine Gründe, warum elektronische Zahlungsverfahren nicht den gesamten Geldalltag durchdringen, aber dort, wo sie verwendet werden, werden die ansonsten an ihnen wahrgenommenen Nachteile zum eigenen Vorteil eingesetzt. Damit weist die Unterscheidung von Karten- und Bargeld die Charakteristika von „earmarked money“ (markiertes Geld) nach Viviana Zelizer auf.⁷ Beide Geldarten werden eben nicht gleichberechtigt verwendet, sondern nach ihrer Sichtbarkeit getrennt und gezielt für bestimmte Einsätze reserviert. Und diese Tricks im Umgang mit Geldformen zielen letztlich auf die Arbeit am Selbst im alltäglichen Konsum. Die Einsender/innen sind sich dabei der Inkonsistenz ihres Handelns sehr wohl bewusst und geben diesen in ihren Kommentaren auch viel Raum. Mit einem Augenzwinkern aber gelingt es ihnen schließlich, „das Biest [Geld, Anm. Autor] zu zähmen“⁸, und sie gewinnen auch durch das Stilmittel der Selbstironie in der Darstellung an Kontrolle über sich selbst.

7 Viviana Zelizer: *The Social Meaning of Money. Pin money, paychecks, poor relief and other currencies.* New York 1994, 25–30.

8 Unterweger (wie Anm. 1), 146.

„Einem Kind irgendwie so ... Geld beibringen“. Zur doppelten Normativität der Gelderziehung

Gisela Unterweger

1. Einleitung

Der elterliche Einfluss auf den Umgang mit Geld von Kindern und Jugendlichen, das machen entsprechende Untersuchungen¹ deutlich, ist groß, und groß ist auch der Aufwand, den viele Eltern betreiben, um ihre Kinder an einen Umgang mit Geld heranzuführen, den sie für vernünftig und angemessen halten. Im folgenden Beitrag wird argumentiert, dass Gelderziehung für die befragten Personen einer Untersuchung in der schweizerischen Mittelschicht ein diffiziler normativer Balanceakt ist, der einerseits eine rechnende Rationalität und den vorausschauenden Umgang mit Knappheit, andererseits kulturelle Praktiken der Materialisierung von Liebe und Fürsorge integrieren muss. Mit einem gelingenden Balanceakt wird gleichzeitig ökonomische Handlungsfähigkeit, kulturelle Kompetenz in Bezug auf Erziehung und Lebensführung und – damit zusammenhängend – eine Identität als Angehörige oder Angehöriger der Mittelschicht symbolisch vermittelt. Der Beitrag basiert auf meiner Dissertation zum Umgang mit Geld als kulturelle Praxis.² Für die Arbeit wurden 15 Personen aus der schweizerischen (tendenziell oberen) Mittelschicht zu ihrem alltäglichen Umgang mit Geld befragt.³ Hier soll

1 Vgl. bspw. Christine Feil: *Kinder, Geld und Konsum. Die Kommerzialisierung der Kindheit.* Weinheim 2003; Tatjana Rosendorfer: *Kinder und Geld. Gelderziehung in der Familie.* In: Sylvia Gräbe (Hg.): *Vom Umgang mit Geld. Finanzmanagement in Haushalten und Familien.* Frankfurt a. M. 1998, 35–62.

2 Vgl. Gisela Unterweger: *Der Umgang mit Geld als kulturelle Praxis. Eine qualitative Untersuchung in der gesellschaftlichen Mitte.* Zürich 2013.

3 Der Begriff „Mittelschicht“ wird hier vor allem als Chiffre für die Zugehörigkeit zu einer gesellschaftlichen Mitte verstanden, nicht als exakt definierte soziologische Verortung. Die Spannweite des monatlichen Netto-Einkommens der Befragten bewegt sich zwischen 2400 und 28.000 Schweizer Franken. Alle Personen verfügen über ein hohes bis sehr hohes kulturelles Kapital in Form von Berufsdiplomen oder Studienabschlüssen bis hin zur Promotion. Mir ging es in der Arbeit darum, die Interviewten als Angehörige derjenigen Bevölkerungsgruppe zu befragen, die für ihr Einkommen auf Lohnarbeit angewiesen ist und die mit diesem Einkommen aber ein subjektiv zufriedenstellendes Leben führen kann. Vgl. Unterweger, ebd.

näher analysiert werden, wie die befragten Personen im Alter zwischen 24 und 79 Jahren in einem biografisch ausgerichteten Teil des Leitfadeninterviews über den Umgang mit Geld in ihren Herkunftsfamilien sprechen, aber auch, wie sie die Gelderziehung eigener (realer oder vorgestellter) Kinder erlebt haben oder imaginieren.

2. Bedürfnisaufschub oder „das Ding dazwischen“

Eine Interviewpartnerin, promovierende Ethnologin und noch ohne Kinder, sinnierte im Gespräch darüber, welche Schwierigkeiten sie in der Gelderziehung allfälliger zukünftiger Kinder antizipiert:

Und ich finde, das wird, das ist sicher etwas Schwieriges, einem Kind irgendwie so ... Geld beibringen. [...] Ich kann mich an eine Episode erinnern mit meinem Patenbub, dort war ich mit ihm auf dem Kanzeiflohmarkt, dort war er ungefähr acht oder so. Oder sieben. Und dann wollte er dort etwas, das ich zu teuer gefunden habe für das, was es ist, nicht dass ich es ihm nicht kaufen wollte, aber ich fand, also, diesem Händler gebe ich das jetzt nicht, oder. Und dann habe ich ihm gesagt: „Du, das will ich dir jetzt nicht kaufen, ich finde, das ist ein sehr hoher Preis.“ Und dann hat er gesagt: „Ah, ist das viel Geld?“, und dann hat er gefragt: „Ja, wie viel hast du denn auf dem Konto?“ Und dann habe ich gemerkt, jetzt geht er auf das hinaus, oder nein: „Wie viel Geld hast du dabei?“, oder, und ich hatte schon eine Hunderternote dabei, und das war vielleicht ungefähr acht Stutz [Franken, Anm. Autorin], also ein läppischer Betrag, oder, aber wie, dass er wie in diesem Sinn noch nicht begreift, dass es ein ... Ding gibt dazwischen. Es ist nicht einfach: So viel, wie ich im Portemonnaie habe, kannst du auf jeden Fall ausgeben. Sondern dass man irgendwie wie etwas dazu überlegen muss. Dort ist mir das so bewusst geworden, wie schwierig das es sein wird, einem Kind das zu vermitteln.

(Claudia Baumann, Ethnologin, 35⁴)

4 Die Namen der Interviewpartner/innen wurden anonymisiert. Mit den Befragten wurde ein qualitatives Leitfadeninterview durchgeführt, in welchem sie in einem ersten Teil zu ihrem Erleben des Umgangs mit Geld in der Herkunftsfamilie befragt wurden. Auf diesen Teil des Interviews beziehen sich die meisten der hier zitierten Aussagen. Weitere Themen des Leitfadens betrafen die alltägliche Konsum- und Einkaufspraxis, den Umgang mit Geld in sozialen Beziehungen, die Thematisierung von Preisen, das Sparen und Anlegen und schliesslich allgemeinere Fragen bezüglich der Einstellungen und Vorstellungen zu bestimmten geldbezogenen Praktiken und Themen.

Das „Ding dazwischen“, das Claudia Baumann anspricht, ist eine zwischengeschaltete Hürde der Reflexion, und die Notwendigkeit einer solchen Reflexion muss einem Kind erst, wie sie es sich vorstellt, aufwändig vermittelt werden. Zwischen das begehrende Ich und das begehrte Objekt wird also ein hemmendes Prinzip geschaltet. Man muss zuerst einiges abwägen, bevor man etwas kauft, zum Beispiel: Welchen Wert hat das Objekt für mich? Wie viel Geld habe ich insgesamt zur Verfügung, wie viel davon kann ich sinnvollerweise in dieses Objekt investieren? Welcher Preis ist aus meiner Perspektive für eine bestimmte Ware angemessen? Welche anderen Objekte möchte ich vielleicht auch noch erwerben, und inwiefern tangiert diese Anschaffung spätere Anschaffungen? Was für viele Erwachsene im Alltag eine selbstverständliche, kaum mehr reflektierte Praxis ist, mag für ein Kind eine noch unbewältigbare Anforderung darstellen. Dabei fließen auf allen Ebenen kulturelle Normen und Wertungen mit ein: in der Bewertung eines Objekts, in der Bewertung der Angemessenheit eines Preises, in der Bereitschaft, sich schneller oder weniger schnell auf einen Kauf einzulassen. Bei Claudia Baumann gab ein ihrer Einschätzung nach unverhältnismäßig hoher Preis für das vom Jungen begehrte Objekt den Ausschlag. Sie wollte die Preispolitik des Händlers nicht durch einen Kauf unterstützen, was für sie zu einem Zwiespalt führte, denn eigentlich war es nicht so, „dass ich es ihm nicht kaufen wollte“ – aber genau dies teilte sie dem Jungen schließlich mit: „Du, das will ich dir jetzt nicht kaufen.“ Mit diesem Entschluss lebte sie ihrem Patenkind vor, dass auch im Bereich von „läppischen“ Beträgen zuweilen eine Hemmung zwischengeschaltet werden muss, und sie fand es offenbar nicht einfach, diese Haltung vor dem Kind zu legitimieren.

Das Prinzip der Hemmung, der Impulssteuerung lässt sich direkt mit der *deferred gratification*, der aufgeschobenen Bedürfnisbefriedigung, im Gegensatz zur *instant gratification* in Verbindung bringen. Diese Form der Distanzierung von den eigenen Wünschen, Trieben und Bedürfnissen wurde soziologisch immer wieder als eine Kompetenz der aufstrebenden, aufstiegsorientierten Unterschichten oder der etablierten Mittelschichten identifiziert und von sozialpsychologischer Seite häufig normativ als eine Form von psychischer Reife, von Willensstärke charakterisiert.⁵ Sie wird auf der anderen Seite aber flankiert von einer anderen Anforderung, welche nicht weniger normativ aufgeladen ist: Man muss auch unbefangen genießen können, sich dem Moment, dem Gefühl, der Materialität, dem sinnlichen Erleben hingeben können. Dieser Genussimperativ wird, wohl weil er aus der Perspektive der Mittelschicht wenig Distinktionspotenzial bietet,

5 Vgl. Walter Mischel: Processes in Delay of Gratification. In: Leonard Berkowitz: Advances in experimental social Psychology (Vol. 7). New York 1974, 249–292.

auch weniger oft hervorgehoben und betont.⁶ Dennoch ist er wirksam, vor allem, so meine These, im Wechselspiel mit dem Gebot des Bedürfnisaufschubs. Ich möchte auf die Ambivalenzen eingehen, welche diese doppelte Normativität für die Erziehung in der Mittelschicht erzeugen kann.

3. Rechnen versus Gefühl; Zukunft versus Gegenwart

Zum Einstieg soll auf die Aussage eines 38-jährigen Historikers eingegangen werden:

S.S.: „Ich wäre gerne ein bisschen besser im Controlling. Aber dass ich mir mit dem Büchlein ausrechnen würde, wie viel ich jetzt da investieren darf, damit ich ... ich meine, ich kenne einen, der alles aufschreibt, jede Konsumation.“

G.U.: „Die Ausgaben?“

S.S.: Ja, alles! Der schreibt immer alles auf. Und hey, ich meine, das ist ein netter Kerl, aber ich meine, das finde ich total crazy. Ich meine, der Typ ist auch crazy. Und das ist so wie der andere Kollege, der mit allen aushandelt. Mich fasziniert das. Ich möchte nicht sagen, der hat ein Manko. Weil das, was er damit macht, ist interessant, ich finde das total interessant, das ist wie ein anderer Stamm. Es ist ein Kulturphänomen. Ich möchte jetzt nicht sagen, die Leute, die das machen, das ist krank. Aber ich für mich möchte das nicht machen. [...] Und das ist sicher wichtig, dass man mal sieht, welche Relationen man hat. Aber man kann das ab und zu mal machen und schauen, wie der Kontostand ist, einfach so. Also dieses ex post Controlling finde ich relativ wichtig, aber jede Ausgabe berechnen im Voraus, das finde ich kacke. Macht einfach keinen Spaß. Aber natürlich würde man weiter kommen!“

(Simon Steiner, Historiker, 38)

In dieser Selbstdarstellung Simon Steiners als nicht allzu rechenhafter Typ, die über die Abgrenzung vom „crazy“ Kollegen deutlich gemacht wird, geht es auf den ersten Blick nicht um die Fähigkeit zum Bedürfnisaufschub. Aber bei näherer Betrachtung wird deutlich, dass das Rechnenkönnen und die Distanznahme zu den eigenen Wünschen in einem engen Verhältnis stehen, denn das ständige Kalkulieren der Ausgaben ist im Kern eine Distanzierung gegenüber den eigenen Bedürfnissen ebenso wie eine unerlässliche Technik, wenn es darum geht, Bedürfnisse aufzuschieben. Die unbefangene Hingabe an den Moment der Konsumation, welche Simon Steiner – so mein Umkehrschluss – mit Spaß assoziiert, wird

6 Damit ist nicht bestritten, dass die *Art* und die *Objekte* des Genusses großes Distinktionspotenzial aufweisen.

von vornherein gebrochen, wenn ich bereits beim Erwerb innerlich registriere, dass beispielsweise die leckeren Pflirsiche, die ich eben gekauft habe, zweieinhalb Franken gekostet haben. Es sind in diesem Moment nicht mehr Pflirsiche, die unglaublich duften, im Mund zergehen oder der Inbegriff von Sommer sind, sondern Pflirsiche, die zweieinhalb Franken kosten, es sind somit Pflirsiche, die mir etwas wegnehmen, was unweigerlich eine Distanz zwischen mich und die Pflirsiche bringt. Auch beim Bedürfnisaufschub geht es selbstverständlich darum, einen aktuell lockenden Konsum, der mir etwas wegnimmt – nämlich Geld – zu vermeiden im Dienst eines übergeordneten Bedürfnisses, zum Beispiel Schuldenfreiheit oder eines Autokaufs. Ich muss zählen, rechnen und planen können, um ein lange ersehntes Bedürfnis befriedigen zu können, auch wenn natürlich eine Buchführung auf den letzten Cent oder Rappen dafür nicht erforderlich ist. Simon Steiner wendet sich denn auch nicht gegen das Rechnen und Planen an sich, er meint auch, dass es wichtig sei, den Überblick über die eigenen Finanzen zu behalten. Aber das soll im Sinne einer ungefähren Kontrolle geschehen, und keineswegs in enger Verbindung mit dem Akt des Konsumierens. Hier wird in seinen Augen eindeutig eine Balancevorgabe verletzt, hier wird ein Extrem gelebt, mit dem man aber, so der Interviewpartner, „weiter kommen“ würde, und das ist natürlich in finanzieller Hinsicht gemeint. Aber finanziell weiter zu kommen, ist offenbar nicht alles, was zählt. Mit diesem Beispiel, das noch nicht die Frage der Gelderziehung betrifft, möchte ich das Gerüst meiner Argumentation deutlich machen. Wenn man eine idealtypische Gegenüberstellung von Wertemustern konstruieren möchte, die für meine Interviewpartner/innen relevant sind, dann kommt man auf eine solche, wohl nicht ganz unbekannte Darstellung:

Unmittelbares Gefühl, Affekt	Rechnen, Planen
Genuss, Sinnlichkeit	Bedürfnisaufschub, Askese
Liebe, Fürsorge, Schutz	Erziehung, Konfrontation mit Härte des Lebens
Gegenwart, Moment	Zukunft

Im Anschluss an eine These der Historikerin Martina Kessel, welche im Aufsatz „Das Trauma der Affektkontrolle“⁷ herausarbeitet, wie gerade das Wechselspiel zwischen Gefühlskontrolle und Gefühlsbetontheit im 19. Jahrhundert eine bür-

7 Vgl. Martina Kessel: Das Trauma der Affektkontrolle. Zur Sehnsucht nach Gefühlen im 19. Jahrhundert. In: Claudia Benthien u.a. (Hgg.): Emotionalität. Zur Geschichte der Gefühle. Köln 2000, 156–177.

gerliche Identität konstituierte, möchte ich hier ebenfalls davon ausgehen, dass im Umgang mit Geld eine „offizielle“, diskursiv stärker verankerte Normativität (in der Tabelle rechts) einer Normativität der Praxis gegenübersteht, welche vom Wechselspiel, vom Hin und Her und von der sicheren Gratwanderung zwischen den Polen lebt. Der Umgang mit Geld bei den befragten Mittelschichtangehörigen demonstriert eine Leichtigkeit und eine praktische Könnerschaft in diesem Wechselspiel, welche die eigene soziale Identität symbolisch zum Ausdruck bringt, während das Verhaftetsein im einen oder anderen Pol abgewertet wird.

4. Sparen, Planen und Rechnen als diskursiv dominantere Norm

Wenn man Erziehungsratgeber zum Thema Gelderziehung⁸ konsultiert, kann man erkennen, dass die Gefahr, den Kindern die Konfrontation mit Knappheit vorzuenthalten, in der Regel ausführlicher thematisiert wird als die Gefahr, dass Kinder emotional zu kurz kommen, wenn die Liebe der Eltern nicht auch einen materiellen Ausdruck findet. Das kann man so interpretieren, dass die Frage, ob sie ihre Kinder zu sehr ‚verwöhnen‘, für viele Eltern in ihrem Alltag brisanter ist als die Frage, ob sie ihre Kinder zu hart und unnachgiebig mit ökonomischen Prinzipien konfrontieren. Angesichts des Umstandes, dass Erziehungsratgeber immer auch Bestandteile eines gesellschaftlichen Diskurses sind und als solche dominante Normen verhandeln, die gewisse Herrschaftsverhältnisse stützen, bietet sich aber auch noch eine andere Interpretationsmöglichkeit an: Für viele Eltern aus der Mittelschicht ist es einerseits eine selbstverständliche Praxis, dass sie die Liebe zu ihren Kindern auch materiell zum Ausdruck bringen, indem sie ihnen beispielsweise dringend gewünschte Spielsachen kaufen, auch wenn sie sie für überflüssig halten. Es ist aber darüber hinaus auch eine normative und praktische Selbstverständlichkeit, die eigenen Kinder mit dem Knappheitsmotiv, mit dem Zwang zur Lohnarbeit und mit der Notwendigkeit des Bedürfnisaufschubs zu konfrontieren. Diese Normativität und auch eine entsprechende Praxis kristallisieren sich aus den Interviewaussagen klar heraus. Die Interpretation liegt daher nahe, dass Erziehungsratgeber mit ihren konkreten Verhaltensanweisungen auch eine Bestätigungsfunktion für die Eltern der Mittelschicht haben: So wie wir es machen, ist es richtig und gut. Bei der Lektüre von Ratgeberliteratur zur Gelderziehung geht es dann noch um die Feinabstimmung und um Konkretisierung, beispielsweise um die Frage, wie viel Taschengeld in welchem Alter angemessen sei. Diskursiv wird dabei der Aspekt des

8 Vgl. beispielsweise „Finanzkompetenz für Kinder – Taschengeld, Finanzerziehung und wirtschaftliche Bildung“. Online abrufbar unter www.arbeitsgemeinschaft-finanzen.de/fileadmin/agf/download/pdf_Ratgeber/Kindern_den_Umgang_mit_Geld_beibringen.pdf (Stand: April 2013).

Rechnens, des Umgangs mit Knappheit und der vorausschauenden Planung stärker verhandelt und gewichtet, praktisch dagegen wird auch der Aspekt des affektiv aufgeladenen Konsums, des Sich-und-anderen-etwas-Gönnens realisiert.

Implizit oder explizit wird in den Ratgebern auch vermittelt, wer es eben nicht gut macht: diejenigen, die ihre Kinder materiell verwöhnen, ihnen möglichst alles und dies möglichst sofort finanzieren, und diejenigen, die ein solches Verhaltensmuster auch als Vorbild leben. Diese Kinder, so die verbreitete Vorstellung, lernen keinen umsichtigen, planenden Umgang mit Geld und geraten in Gefahr, sich später zu verschulden. Der Diskurs zur (Jugend-)Verschuldung kann an dieser Stelle nicht aufgegriffen werden, aber das Thema Verschuldung und Überschuldung betrifft nach einer groß angelegten Untersuchung von Udo Reifner und Helga Springeneer⁹, auch wenn es sich in der Mittelschicht ebenfalls auszubreiten beginnt, nach wie vor hauptsächlich Menschen aus tendenziell unterprivilegierten sozialen Lagen: Arbeitslose, Menschen mit sehr geringen Einkommen, Alleinerziehende. Wenn Mittelschichtangehörige also über die richtige Gelderziehung sinnieren, bietet das auch die Möglichkeit der Abgrenzung gegenüber jenen, die die erforderlichen ökonomischen Kompetenzen (als Kind) scheinbar nicht entwickelt haben und die sich demzufolge verschulden. Damit wird die Hauptverantwortung für das ökonomische Versagen bei individuellen Kompetenzen verortet, und strukturelle Bedingungen wie Arbeitslosigkeit oder Tieflohne werden in den Hintergrund gerückt.

Auch in Bezug auf Erwachsene mit nicht ausreichendem Einkommen (die Einschätzung, wie viel Geld nicht ausreichend ist, verschiebt sich bei den Befragten in markanter Abhängigkeit vom eigenen Einkommen) wird der Aspekt des Rechnens, Sparens und Planens in den Interviews stark in den Vordergrund gerückt. Eine entsprechende Aufforderung oder Notwendigkeit wird häufig formuliert, aber sie betrifft immer die anderen, diejenigen, die weniger Geld haben als man selber. Auch die Interviewpartner/innen mit den geringsten Einkommen¹⁰ schildern eine Praxis, in welcher sie mit einer geschickten Strategie bei den Basisausgaben und mit einer verinnerlichten ökonomischen Intuition durch den Alltag kommen, ohne zu rechnen, und wie sie sich dabei immer wieder Ausgaben leisten, die sie selbst als „Luxus“ charakterisieren. Natürlich machen die Schilderungen des praktischen Umgangs mit Geld der Befragten klar, dass diese sehr wohl rechnen können und dies im Alltag auch anwenden. Aber das Rechnen und Planen soll nur zu bestimmten Zeitpunkten und in bestimmten situativen Kontexten stattfin-

9 Vgl. Udo Reifner u. Helga Springeneer: Private Überschuldung im internationalen Vergleich. In: SCHUFA Holding (Hg.): Schuldenkompass 2004. Empirische Indikatoren der privaten Ver- und Überschuldung in Deutschland. Wiesbaden 2004, 161–211.

10 Einige der Einkommen der Befragten sind ausbildungsbedingt nahe am Existenzminimum.

den, es darf keineswegs das alltägliche ökonomische Erleben dominieren, es muss Leichtigkeit vermitteln. Nur jene anderen, die wirklich knapp dran sind, diese werden angehalten, den inneren Taschenrechner ständig anzulassen. Die Fähigkeit zu dieser Leichtigkeit muss in der Erziehung aber erst vermittelt werden, und auf die Fallstricke, die dabei auftauchen können, möchte ich im Folgenden eingehen.

5. Gelderziehung zwischen elterlicher Fürsorge und Einführung des Knappheitsmotivs

Das Geld verdoppelt, so Niklas Luhmann, das Phänomen der wirtschaftlichen Knappheit:¹¹ Zu der Knappheit der Güter gesellt sich die Knappheit des Geldes. Wer wenig Geld hat, dem verschließt die viel zitierte Überflusgesellschaft ihre Türen. Sogar wer das Geldsystem durch alternative ökonomische Modelle wie zum Beispiel Zeittauschsysteme ein Stück weit umgehen kann, ist doch unentrinnbar darauf angewiesen, zu Geld in subjektiv genügenden Mengen zu gelangen. Auch wenn man über relativ viel Geld verfügt – nichts führt an der Tatsache vorbei, dass es sich bei Verwendung aufbraucht und notwendigerweise knapp ist, weil es sonst seinen ökonomischen Zweck, die Herstellung von Marktbeziehungen, nicht erfüllen könnte. Das Bedürfnis nach Geld führt, wie wir wissen, zum Zwang zur Lohnarbeit, von welchem nur wenige Mitglieder der Gesellschaft ausgeschlossen sind, unter anderem Kinder. Kinder sind abhängig von der Geldausstattung ihrer Eltern, und Eltern versuchen in der Regel, ihre Kinder schrittweise an das heranzuführen, was sie als ökonomische Kompetenz erachten, was aus der Perspektive der Befragten eine Konfrontation mit dem Knappheitsmotiv unabdingbar macht. Aber, und das scheint ebenso wichtig, Eltern zeigen auch das Bedürfnis, ihren Kindern Liebe und Fürsorge zu vermitteln. Die Semantik der Liebe, wie sie beispielsweise die Soziologin Cornelia Koppetsch¹² herausgearbeitet hat, ist nun gerade nicht mit Knappheit und Zurückhaltung assoziiert, sondern mit Verschwendung und bedingungsloser Hingabe. Liebe kann nicht nur über eine Umarmung oder Koseworte symbolisch vermittelt werden, sondern sie kann ebenso einen materiellen Ausdruck finden. Interessanterweise kamen vor allem die älteren Befragten, welche in ihrer Kindheit Mangel und materielle Not erlebt hatten, auf Erlebnisse zu sprechen, in welchen diese materielle Fürsorge und Liebe der Eltern

11 Vgl. Heiner Ganßmann: Das Geldspiel. In: Christoph Deutschmann (Hg.): Die gesellschaftliche Macht des Geldes. Wiesbaden 2002, 21–46, hier 41.

12 Vgl. Cornelia Koppetsch: Die Pflicht zur Liebe und das Geschenk der Partnerschaft. Paradoxien in der Praxis von Partnerschaften. In: Klaus Peter Strohmeier u.a. (Hgg.): Solidarität in Partnerschaft und Familie. Würzburg 2001, 219–239.

zum Ausdruck kam, und diese Erlebnisse schienen für die Befragten sehr wichtig zu sein. Die jüngeren Befragten hingegen, welche in einer Zeit materiellen Wohlstands in der Mittelschicht groß geworden waren, kamen eher darauf zu sprechen, wie ihre Eltern ihnen das Knappheitsmotiv und den Wert der Arbeit vermitteln wollten – Aspekte, die für die ältere Generation aus ihrem Lebenszusammenhang heraus bereits deutlich hervortraten. Für beide Aussagentypen möchte ich Beispiele geben. Zunächst eine Interviewpassage zum erstgenannten Aspekt:

M.L.: „Und heizen konnte man nur die Stube und ein anderes Zimmer, also von der Küche her musste man am Anfang noch mit Büscheli [Holzbündeln, Anm. Autorin.] heizen, also mit einem Kachelofen, nachher wurde dann ein Ölofen eingebaut, keine Zentralheizung, und da ist mir eigentlich das erste Mal so bewusst geworden, ja, was für eine Bedeutung Geld ... Geld hat, und wie schwierig dass es auch sein kann, wenn das Einkommen oder die Existenz nicht gesichert ist.“

G.U.: „Also dann hat es auch euch Kinder beschäftigt?“

M.L.: „Ja, ich würde sagen ... ich habe es vielleicht das erste Mal realisiert, was es heißt. Und meine Mutter oder unsere Mutter hat sich sehr bemüht, uns nicht den Eindruck zu geben, wir müssen sparen oder wir dürfen etwas nicht, weil es zu wenig Geld hat oder so. Aber ich würde einfach sagen, der ganze Lebensstandard war einfach viel viel tiefer.“

(Max Lewin, pens. Sozialarbeiter, 65)

Max Lewin, der seine Familie zuerst als wohlhabend empfunden hatte, erlebte nach dem Tod des Vaters mit seinen Brüdern und der Mutter eine ökonomisch knappe Zeit, in welcher die Mutter für das Überleben der Familie sorgen musste. Dass sie dabei versuchte, die materielle Härte für die Kinder abzufangen, war für Max Lewin sehr bedeutsam. In der Erziehung seiner eigenen Kinder reproduzierte er später dieses Muster und zeigte sich ihnen gegenüber großzügig, unterstützt beispielsweise seine Tochter, die als Künstlerin kein geregeltes Einkommen hat. Eine jüngere Befragte dagegen stellt gleich zu Beginn des Interviews eine andere Erziehungsstrategie in den Vordergrund:

Also das muss ich jetzt wirklich sagen, das habe ich von zuhause, ja, das habe ich mitbekommen. Und eben: Dass man nicht einfach alles haben kann. Gerade so „pumm-päng“. Ich will das und es kommt geflogen. Das habe ich so von zuhause mitbekommen.

(Christina Werner, Bankangestellte, 29)

Neben dem hier explizit eingeforderten Bedürfnisaufschub wurde auch die Erziehung zur Arbeit bei den jüngeren Befragten sehr prominent behandelt, sie nahm

zuweilen einen so wichtigen Stellenwert ein, dass sogar die Sparsamkeit als Tugend hintanstellen musste:

Und dort haben meine Eltern immer gefunden: So, jetzt müsstet ihr mal arbeiten nebenher und euch einen Zusatz verdienen. Der Witz aber war ... also manchmal habe ich das Gefühl, wir haben irgendwie total früh das Muster meiner Mutter mitbekommen, oder, dass wir eigentlich einen guten Umgang hatten mit dem Sackgeld, das wir erhalten haben und nicht irgendwie so gepirrt haben. Und ich hatte immer das Gefühl: „Ah, für das, was ich will, habe ich eigentlich genug Geld.“ Und ich habe irgendwie gefunden, ja, ich sehe nicht ein, warum ich arbeiten müsse in den Ferien, und ich glaube, meine Eltern haben sich ein bisschen aufgeregt und gefunden, hey, du bist irgendwie faul, oder. Mein Bruder ist, glaube ich, früher nebenher etwas verdienen gegangen. Und irgendwann habe ich dann halt einmal gefunden (imitiert jugendlichen maulenden Tonfall): „Ja, okay, gehe ich halt“, und das war in so einem Café, in X-Stadt, eigentlich schrecklich.

(Claudia Baumann, Ethnologin, 34)

Nicht nur das aus erzieherischer Sicht willkommene Aufschieben von Bedürfnissen scheint hier – wie im vorhergehenden Zitat – also auf, sondern mehr noch eine eingeübte Bedürfnislosigkeit, die in den Augen der Eltern eine bedrohliche Nebenwirkung entfaltet: Der Antrieb zur Arbeit fällt weg, wenn alle Bedürfnisse mit den bescheidenen verfügbaren Mitteln bereits gedeckt werden können, das bedrohliche Gespenst der Faulheit taucht am Horizont auf. Für die anderen Befragten war es als Jugendliche offenbar weniger problematisch, sich zur Arbeit zu motivieren, die Bedürfnisse, welche die Eltern nicht decken konnten oder wollten, erzeugten einen entsprechenden Druck. Interessant scheint hier, dass die Eltern der Befragten der älteren Generation wenig bis gar nicht intervenieren mussten, um ihre Kinder an die Lohnarbeit heranzuführen, während es für die Befragten zwischen 24 und 40 Jahren durchaus üblich war, dass die Eltern diesbezügliche Aufforderungen machten und beispielsweise auch Jobs vermittelten. Für die Eltern der jüngeren Befragten gestaltete sich so gesehen die Gelderziehung aufwendiger, weil Knappheit nicht als lebensweltliche Selbstverständlichkeit auftrat. Die meisten von ihnen hätten vermutlich über die Mittel verfügt, ihren Kindern auch größere materielle Wünsche zu erfüllen. Aber sie erzeugten eine künstliche Knappheit, um die Kinder dazu zu bringen, sich mit dem Gedanken abzufinden, dass man für Geld arbeiten muss.

Aus der Perspektive der Eltern erzeugt dies eine Ambivalenz, weil die Einführung des Knappheitsmotivs in einer Welt des Überflusses, die ihnen ja partiell zugänglich ist und die sie auch ihren Kindern zugänglich machen können,

sie teilweise daran hindert, großzügig zu sein und ihre Liebe über die materielle Ausstattung zum Ausdruck zu bringen. Umgekehrt kann die Überbetonung von materieller Fürsorge dazu führen, so die Befürchtung, dass Kinder dem ‚Ernst des Lebens‘ nicht angemessen begegnen. In den Augen der Interviewpartner/innen müssen Eltern eine Gratwanderung leisten, wenn sie ihre Kinder angemessen auf die ökonomische Zukunft vorbereiten wollen. In zwei Richtungen besteht dabei Absturzgefahr, welche in zwei Schilderungen deutlich wird:

V.T.: „Mein Vater hatte den Spruch: Meine einzige Religion ist das Geld.“

G.U.: „Zu welchen Gelegenheiten hat er das gesagt“

V.T.: Immer. Praktisch jedesmal, wenn es darum gegangen ist, weißt du, zum Beispiel an der Erstkommunion, geht man jetzt dorthin, muss man die Kneipe schließen, dann hat man sie nicht geschlossen, weil ein Tagesumsatz von ungefähr 1500 nicht hätte verloren gehen dürfen.“

G.U.: „Also sehr ein zentrales Thema.“

V.T.: „Ja.“

G.U.: „Und wie alt warst du, als das mit dem Privatkonkurs ...“

V.T.: „Sieben, und das ging wirklich bis zum Studium irgendwie, also meine Eltern haben mich auch nicht finanziert, sie fanden, das müssen sie quasi nicht, ich könnte ja nach Hause kommen und arbeiten, wenn ich Geld wolle. Beziehungen sind eigentlich sehr oft über das Geld abgehandelt worden.“

(Vivienne Tobler, Kulturwissenschaftlerin, 35)

Vivienne Tobler war eine der jüngeren Befragten, deren Eltern das Knappheitsmotiv mit großer Vehemenz eingeführt hatten. Vater und Mutter waren als Kinder in einer ländlichen Gegend in Armut aufgewachsen, hatten sich aber hochgearbeitet und waren zu einem gewissen Vermögen gekommen. Als Eltern waren sie darauf bedacht, dass ihre Kinder, vor allem die Tochter, sich schon früh durch die Mithilfe im Familienbetrieb eigenes Geld verdienen. Die finanzielle Selbstständigkeit war für sie höchstes Ziel, die materielle Versorgung der Kinder wurde dementsprechend knapp gehalten. Nicht einmal die Bildungsanstrengungen der Tochter wurden unterstützt, als diese ein Studium begann, und damit verletzten die Eltern nicht nur die Gefühle der Tochter, sondern auch kulturelle Normen der Mittelschicht. Denn die Investition in die Bildung der Kinder ist für Angehörige der Mittelschicht üblicherweise der Weg, den eigenen Status zu reproduzieren, bei der Bildung zu sparen wird als Fehler betrachtet. Den Eltern von Vivienne Tobler schien es aber vernünftiger und näherliegend, den Spatz in der Hand zu haben als die Taube auf dem Dach zu jagen. Vivienne Tobler erlebte und interpretierte dies als eine übermäßige Fixierung der Eltern auf das Geld. Wenn sie sagt, dass

Beziehungen sehr oft über das Geld abgehandelt worden seien, dann spricht sie damit an, dass sie stets etwas leisten musste, um etwas von den Eltern zu erhalten – sowohl Geld als auch Zuneigung, was sich unentrinnbar verknüpfte. Damit entsprach das elterliche Handeln nicht der Semantik der Liebe, welche als Ideal das vorbehaltlose Schenken, die Gabe, vermittelt. In der Wahrnehmung der Tochter gelang den Eltern die Gratwanderung zwischen den Polen nicht, was sie nicht nur aus einer normativen Perspektive verurteilt, sondern was auch mit einem zeitweise zerrütteten Verhältnis zu ihnen einherging.

Als eine bedrohliche Vision skizziert ein anderer Befragter den Absturz auf die andere Seite. Es ist ein Bankdirektor mit einem exzessiven Konsumverhalten, der Befragte mit dem höchsten aktuellen Einkommen, der sich Gedanken macht über die Gelderziehung allfälliger Kinder:

Ich würde nicht wollen, dass sie alles erhalten, was sie sich wünschen, da würde ich Gegensteuer geben, und ich glaube, ich würde auch meine Verhaltensweisen verändern. Weil ich finde das nicht unbedingt einen gesunden Umgang mit Geld, den ich habe. Ich erkenne mich relativ gut im Spiegel. Und insofern möchte ich nicht, dass ein Kind das so aufnimmt und für gut befindet. Und es ist nicht selbstverständlich. Und letztlich, ob diese Kinder dann durch Glück oder Ausbildung auch die Möglichkeit haben, über so viel Geld verfügen zu können, das kann ich ... mitbeeinflussen und helfen, aber nicht vollends steuern. Und wenn man sie in der Art erzieht, dass man das Geld so verschwenderisch konsumiert und sie die Möglichkeit nachher nicht haben, dann kommt das nicht gut.

(Marc Betschart, Bankdirektor, 32)

Hier wird nicht ein gebrochenes Eltern-Kind-Verhältnis als Gefahr gesehen, sondern die fehlende ökonomische Kompetenz von Kindern, die im Überfluss aufwachsen und „alles erhalten, was sie sich wünschen“. Bereits bei sich selber stellt Marc Betschart entsprechende Tendenzen fest. Er beschreibt das Konsumverhalten seiner Herkunftsfamilie vor allem von mütterlicher Seite als relativ ungehemmt und sieht sein eigenes Verhalten als Fortsetzung dieser Praxis. Das ist insofern unproblematisch, als er über sehr viel Geld verfügt. Aber angesichts der Ungewissheit, ob die ökonomische Potenz über die kommende Generation aufrecht erhalten werden kann, scheint es ihm wichtig, dass auch er als exzessiver Konsument eine Vorbildfunktion wahrnimmt, sich zügelt und das Knappheitsmotiv aufgreift, sobald Kinder da sind.

6. Fazit

Der Umgang mit Geld in der Familie, wie er von den Befragten als normativer Entwurf und als erlebte Praxis geschildert wird, oszilliert zwischen einem dezidiert erzieherischen Anteil, welcher sich auf das Phänomen der ökonomischen Knappheit bezieht, und einem gefühlsbetonten, beziehungsbetonten Anteil, welcher elterliche Liebe und Fürsorge materiell zum Ausdruck bringt. Natürlich beinhaltet der Umgang mit Geld in der Familie noch viel mehr, unter anderem eine alltägliche Konsumpraxis und viele andere Aspekte, auf die nicht eingegangen werden konnte. Was hier thematisiert wird, sind diese zwei Modi als grundsätzlich unterschiedliche ökonomische Gestaltformen. Häufig wird nur der erste Modus überhaupt als ökonomisch bezeichnet: Ökonomie im engeren, formalistischen Sinn meint die nutzenorientierte Bewältigung einer Situation der Knappheit mit den verfügbaren Mitteln. Der zweite, substantivistische Ansatz in der Tradition Karl Polanyis hingegen versteht Ökonomie als die Art und Weise, wie mit Hilfe der materiellen Umwelt eine Lebensgrundlage geschaffen wird. In einer solchen Sicht auf Ökonomie ist auch und gerade die materielle Fürsorge und materialisierte Liebe der Eltern genuin ökonomisches Handeln, auch wenn es in verschiedener Hinsicht nicht als nutzenorientiert erscheinen mag, wenn man beispielsweise seiner fünfjährigen Tochter die dritte Barbiepuppe kauft, die mit den Feenflügeln.

Die Gratwanderung der Eltern, welche nach Ansicht der Befragten eben beide Aspekte integrieren sollte, um als Erziehung zu gelingen, korrespondiert mit dem gekonnten Oszillieren der Interviewpartner/innen zwischen einem rechnerisch-planenden und einem gefühlsmässig-spontanen ökonomischen Handeln, welches je unterschiedliche Bedürfnisse befriedigt. Das rechnerisch-planende Handlungsmuster richtet sich auf die Bewältigung antizipierter Schwierigkeiten und Probleme, das gefühlsmässig-spontane Handeln betont dagegen eher die affektiv positiv aufgeladenen Momente des Alltags und entspricht oft keinem Kalkül oder Effizienzgedanken. Beide Handlungsmuster werden nicht verabsolutiert, sondern als sich notwendigerweise ergänzend gesehen.

Diese Normativität der Praxis, welche sich aus den Aussagen der Interviewpartner/innen rekonstruieren lässt, geht einen perfect match ein mit den Anforderungen des Kapitalismus. Nicht nur die Verinnerlichung von Askese und Arbeitssamkeit, wie sie von Max Weber herausgearbeitet wurde, sondern eben auch Genusskonsum, materielle Symbolisierungen von Liebe und der Aspekt der Verschwendung können und sollen in unserer ökonomischen Ordnung umgesetzt und gelebt werden. Paradoxerweise werden über Konsumhandlungen, die dem zweiten Muster folgen, die Zwänge und Ansprüche, die mit dem Kapitalismus und seiner auf Effizienz und Nutzenorientierung zielenden Logik einhergehen, ein Stück weit überwunden und transzendiert. Mit Geld kann man sich Zeit kau-

fen und damit Distanz zur Arbeitswelt erleben, man kann Liebe über materielle Dinge zum Ausdruck bringen und mit Akten der Verschwendung Distanz zu einer rationalistisch verstandenen Ökonomie symbolisieren, wie dies Eva Illouz¹³ herausgearbeitet hat. Dies alles geschieht aber immer innerhalb und nicht außerhalb des Systems der Marktwirtschaft. Die Familie ist so mitnichten eine Gegenwelt zum kalten Kapitalismus, sondern in ihm verankert. Die Leichtigkeit, mit der die Befragten den schweren Stoff Geld zu handhaben scheinen, die gekonnte Balance zwischen gefühlsbetonten, nicht kalkulierenden Mustern auf der einen Seite und rechenhaften Mustern auf der anderen verschleiert, welche Sozialisationsarbeit dazu eingesetzt wurde, bis ein solcher Habitus als Selbstverständlichkeit erlebt wird.

13 Vgl. Eva Illouz: Der Konsum der Romantik. Liebe und die kulturellen Widersprüche des Kapitalismus. Frankfurt a. M. 2003.

Reden über Geld. Der Umgang mit ökonomischen Ressourcen bei Langzeitreisenden

**Buket Borihan, Antonia Franckenstein,
Sandra Hilzinger, Lisa Reinthaler**

„Ich bin nicht notleidend. Ich habe mir dieses Leben ausgesucht.“ – „Hier im Dreck?“
– „Hier im Dreck.“¹

Protagonist Alexander Supertramp im Film „Into the Wild“

Backpacker/innen übernachten in schäbigen Unterkünften, schlafen zwischen Bettwanzen und Flöhen, kämpfen mit Durchfall und Fieber – und das nicht, weil sie sich mehr Komfort nicht leisten könnten. Sie stellen nur andere Bedürfnisse voran. Besonders wichtig ist ihnen, für Transport, Unterkunft und Verpflegung möglichst wenig zu bezahlen, denn je kostengünstiger das Reisen ist, umso länger können sie unterwegs sein. Dies wirkt sich nicht nur auf den konkreten Umgang mit Geld aus, sondern auch auf das Reden über Geld. Im Prozess des Sprechens über Geld kommunizieren Reisende den Erfolg oder Misserfolg ihrer Reisen und äußern sich damit im Wesentlichen über ihr Selbst.

Reden über Geld dient der Selbstpositionierung innerhalb einer Gruppe. Über Geld spricht man nämlich unter Rucksacktourist/innen sehr wohl, denn ein angemessener Umgang mit dem Medium signalisiert: Ich habe Erfahrung, bin kompetent im Reisen und gehöre dazu. Wer glaubhaft erzählt, die günstigsten Preise an den

1 Dieses Zitat stammt aus dem Film „Into the Wild“ (Regie: Sean Penn, USA 2008; DVD: Universum Film GmbH, 2008), der auf einer wahren Begebenheit beruht. Es geht dort um den jungen Christopher McCandless alias Alexander Supertramp. Nach dem Studium entscheidet er sich dafür, der wohlhabenden Gesellschaft zu entfliehen und mit einem Rucksack durch die USA zu reisen. Übernimmt er anfangs noch unterschiedliche Gelegenheitsjobs, lebt er zum Ende des Films hin immer mehr wie ein Obdachloser. Von einem Ort zum nächsten gelangt er zu Fuß, als blinder Passagier in Güterwaggons oder trampend. Die Einsamkeit suchend, treibt es ihn in zunehmend abgelegene Gebiete, bis er in der Wildnis Alaskas landet und dort in einem alten Bus überwintert. Im Frühjahr versucht er zurück in die Zivilisation zu kommen, doch die einsetzende Schneeschmelze macht es ihm unmöglich, die Flüsse zu queren. So muss er weiterhin in dem Bus verharren. Seine Lebensmittelvorräte sind aufgebraucht und er sammelt Pflanzen, um überhaupt etwas zu essen zu bekommen. Eines Tages verwechselt er zwei Pflanzenarten und isst ungewollt eine giftige Schote, an der er letzten Endes stirbt.

exotischen Orten bezahlt zu haben, verschafft sich durch den im Backpacker/innen-Kollektiv erlernten ‚richtigen‘ Umgang mit Geld Anerkennung und Zugehörigkeit.²

Erlern. Das heißt so viel wie neue Erfahrung(en) sammeln. Auch darum geht es den Backpacker/innen. Durch das Übernachten in günstigen Unterkünften und das Reisen mit lokalen Transportmitteln kommen die Rucksackreisenden in ihrer Wahrnehmung näher an die bereiste Umwelt heran. Sie knüpfen Kontakte mit Einheimischen, um vermeintlich ‚authentische‘³ Erfahrungen zu sammeln. Reisen bildet also, es ist informelle Qualifizierung und damit Ausdruck sozialer Distinktion. Über das Reisen lässt sich kulturelles Kapital sammeln, welches bei der Rückkehr die soziale Position in der Gesellschaft positiv verändert und/oder festigt bzw. in ökonomisches Kapital verwandelt werden kann.⁴ Zentral dafür ist auch hier die Repräsentation und Weitergabe des Erlebten. Dies kann über materielle Dinge wie Fotografien und Souvenirs geschehen oder aber eben über Erzählungen erfolgen.⁵ Dieses Reden im Alltag, zu dem wir auch Interviews zählen, folgt Mustern, diese wiederum sind von bestimmten Funktionen gekennzeichnet. Wir haben qualitative, leitfadengestützte Interviews mit fünf heimgekehrten Backpacker/innen über Gelderinnerungen, -erfahrungen und -geschichten geführt, deren Analyse bestimmte kulturell geformte Erzählstrukturen erkennen ließen. Anhand der Erzählmuster der Rechtfertigung, des Vergleichs und des Erfolgs ließ sich herausarbeiten, dass Formen des Erzählens auch einen Beitrag in der narrativen Selbstdarstellung und Identitätsarbeit von Backpacker/innen leisten.

Was vereint, grenzt zugleich auch aus. Bringt das Sprechen über die günstigsten Preise die Backpacker/innen einerseits zusammen, grenzt es andererseits diejenigen aus, die mehr bezahlen. Und das sind in der Regel die Massentourist/innen. Laut Backpacker/innen ist das Sammeln von ‚authentischen‘ Erfahrungen eine Folge des günstigen Reisetils. Diese Verknüpfung von Authentizität und Backpacking wird dazu benutzt, um sich vom Massentourismus zu differenzieren, und stellt damit ebenfalls einen Beitrag zur Identitätsarbeit durch die Reiseerinnerungen dar.⁶

2 Vgl. Anders Soerensen: Backpackers Ethnography. In: *Annals of Tourism Research*, 30 (2003), H. 4, 847–867, hier 856 f.

3 Rucksacktourist/innen sprechen von authentischen Erfahrungen, wenn sie Menschen bzw. eine Region ‚hinter‘ deren Kulissen kennenlernen, abseits des Massentourismus. Als authentisch wird unter Backpacker/innen bezeichnet, was traditionell und indigen wirkt. Vgl. Luke Desforges: ‚Checking out the planer‘. Global representations/local identities and youth travel. In: Tracey Skelton u. Gill Valentine (Hgg.): *Cool Places. Geographies of youth cultures*. London u. New York 1998, 175–192, hier 180 f.

4 Vgl. Pierre Bourdieu: Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Reinhard Kreckel (Hg.): *Soziale Ungleichheiten*. Göttingen 1983 (= *Soziale Welt Sonderband*, 2), 183–198.

5 Vgl. Luke Desforges: Traveling the world. Identity and Travel Biography. In: *Annals of Tourism Research*, 27 (2000), H. 4, 926–945.

6 Vgl. Peter Welk: The beaten Track: Anti-Tourism as an Element of Backpacker Identity Con-

Backpackerdefinition und -forschung

Der Begriff Backpacker wurde 1990 von dem australischen Tourismuswissenschaftler Philip Pearce eingeführt. Zu dieser Zeit gerieten Rucksacktourist/innen in den Blick der Öffentlichkeit und wurden gerade in Neuseeland und Australien als wirtschaftliche Kraft und somit auch als Marketingprodukt erkannt. Da Rucksacktourist/innen in der Regel für Übernachtung und Verpflegung nur wenig bezahlen möchten, waren sie lange Zeit eher ungen gesehen und daher für die Tourismusindustrie uninteressant. Erst mit der Erkenntnis, dass Backpacker/innen zwar pro Tag weniger Geld ausgeben, insgesamt aber länger unterwegs sind und somit auf die gesamte Reisezeit berechnet genauso viel oder sogar mehr Geld ausgeben als Standardtourist/innen, wurde die Tourismusbranche und, infolgedessen, die Wissenschaft auf sie aufmerksam.

In den 1970er-Jahren beschrieb Erik Cohen die Individualtourist/innen als *drifter*, die sich, dem eingangs zitierten Alexander Supertramp sehr ähnlich, vom Massentourismus abwandten und auf nicht-institutionalisierten Wegen unterwegs waren, die einheimische Bevölkerung kennenlernen wollten und ökonomischem Wohlstand eher kritisch gegenüber standen.⁷ Seit damals ist ein kontinuierlicher Anstieg des Rucksacktourismus zu verzeichnen. Damit einhergehend macht sich auch ein Wandel im Backpacking bemerkbar. Bewegten sich die *drifter* alleine, abseits jeglicher Touristenströme, reisen die heutigen Backpacker/innen auf vorgegebenen Wegen, teilen sich diese mit vielen Gleichgesinnten und kehren in der Regel in ihr normales Leben zurück.⁸

Die Institutionalisierung des Backpackertourismus führte allerdings nicht zu einer Homogenisierung. Backpacker/innen bilden eine sehr heterogene Gruppe. Sie unterscheiden sich hinsichtlich Alter, Nationalität, Motivation, Reisedauer, Reiseziel und Bildungsstand. Die einzig objektive Eigenschaft, die sie wirklich vereint, scheint die Absicht zu reisen zu sein. Es fällt aus kulturwissenschaftlicher Sicht folglich schwer, eine genaue Definition des Backpackings zu geben. Was zeichnet also jene Reisenden aus, die sich als Backpacker/innen bezeichnen oder als solche bezeichnet werden? Die Gemeinsamkeiten der Rucksacktourist/innen lassen sich am besten in ihren Praktiken finden. So gehören, verglichen mit dem Alltag zu Hause, veränderte Dimensionen der Raum-, Zeit- und Körpererfahrung

struction. In: Greg Richards u. Julie Wilson (Hgg.): *Backpacker Travel in Theory and Practice*. Clevedon u.a. 2004, 77–91.

7 Vgl. Erik Cohen: *Nomads from affluence: Notes on the phenomenon of drifter-tourism*. In: ders. (Hg.): *Contemporary Tourism. Diversity and Change*. Oxford 2004, 49–64. (Original publiziert in: *International Journal of Comparative Sociology*, 14 [1973], 89–103.)

8 Vgl. ders.: *Backpacking: Diversity and Change*. In: Richards u. Wilson (Hgg.) (wie Anm. 6), 43–59.

gen, die Befreiung aus ökonomischen und sozialen Zwängen, ökonomische Ent-sagungen sowie spontanere und intensivere soziale Kontakte zu den wichtigsten Merkmalen.⁹ Um klarzustellen, dass sie Teil dieser Gruppe sind, müssen Backpacker/innen bei jedem neuen Zusammentreffen mit anderen die eigenen Reiseer-fahrungen auspacken und kommunizieren. Das Reden, beispielsweise über den ‚richtigen‘ Umgang mit Geld, kann so auf der Reise den Status der Backpacker/innen sichern.¹⁰

In unserem Forschungsprojekt haben wir uns dem Selbstbild der befrag-ten Backpacker/innen, wie es im Reden über Geld-Erfahrungen zum Ausdruck kommt, genähert. Grundlage für die Ausgangsthese, dass in der Erinnerung und dem Erzählten ein Zugang zur Identitätsformation der Befragten liegt, bil-det die kulturwissenschaftliche Bewusstseinsanalyse.¹¹ Laut diesem von Albrecht Lehmann formulierten Konzept wird die subjektive Erinnerung beim Erzählen konstruiert. Menschen erinnern sich nicht realitätsgetreu, sondern ihre Wahrneh-mungen und Erinnerungen werden schon im Entstehungsprozess in Bezug auf ihre Vergangenheit und auf ihre Mitmenschen in der Gegenwart selektiert und interpretiert. Diese Selektion und Interpretation dient der Konstruktion von Ge-schichten, die situativ angemessen erzählt werden können. Wahrnehmung und Erinnerung werden somit zu „datengestützte[n] Erfindungen“¹². Das Reden über Geld auf Langzeitreisen dient also in seiner Musterbildung als Schlüssel zu einem kulturell geprägten Bewusstsein. Der/die Einzelne, auch der/die Individualreisen-de, bewegt sich nicht abgekapselt durch die Welt, sondern steht immer in Bezug zu Gruppen. Diese Zugehörigkeit konstruiert er/sie durch das Erzählen und, in unserem Fall, durch das Erzählen vom Umgang mit Geld auf der Reise.

Reisen und Erzählen gehören zusammen. Denn das Reisen ist ein aus dem All-tag heraustretender Moment und bedarf besonderer Überlegungen. Gleiches gilt für die Interviewsituation und die im Rahmen eines Interviews gemachten um-fassenden biografischen Äußerungen, auch sie treten aus dem Alltag heraus. Das

9 Jana Binder untersuchte Backpacking als Gegenentwurf zu alltäglichen Erfahrungen und be-schreibt sechs charakteristische Merkmale der Backpacking-Praktiken. Vgl. Jana Binder: *Globality. Eine Ethnographie über Backpacker*. Münster 2005, 89–118.

10 Vgl. Soerensen (wie Anm. 2).

11 Vgl. Albrecht Lehmann: *Reden über Erfahrung. Kulturwissenschaftliche Bewusstseinsanalyse des Erzählens*. Berlin 2007; ders.: *Erzählen eigener Erlebnisse im Alltag. Tatbestände, Situationen, Funktionen*. In: *Zeitschrift für Volkskunde*, 74 (1978), 198–215.

12 Wolf Singer: *Wahrnehmen, Erinnern, Vergessen. Über Nutzen und Vorteil der Hirnforschung für die Geschichtswissenschaft*. In: ders.: *Der Beobachter im Gehirn. Essays zur Hirnforschung*. Frankfurt a. M. 2002, 77–86, hier 82. Vgl. auch Daniel Schacter: *Wir sind Erinnerung. Gedächtnis und Persönlichkeit*. Hamburg 1999 (Orig. Englisch, New York 1996).

Interview wird somit zum „Biographiegenerator“, wie Alois Hahn es bezeichnet,¹³ zur inszenierten Situation, die einer erzähltheoretischen Analyse wie genauer quellenkritischer Reflexion bedarf.¹⁴ Ein wichtiger Aspekt unserer methodischen Reflexion war das Näheverhältnis zwischen den Gesprächsbeteiligten. Unsere Interviewpartner/innen kamen alle aus unserem näheren Freundes- und Bekanntenkreis. Das vertraute Verhältnis untereinander hatte zur Folge, dass es uns und unseren Interviewpartner/innen relativ leicht fiel, offen und entspannt über Geld zu sprechen (ganz im Gegensatz zum sonstigen Tenor „Über Geld spricht man nicht“). Außerdem war es für den Verlauf unserer Interviews von Bedeutung, dass wir alle selber Backpacker-Erfahrung haben. Das führte oftmals dazu, dass wir vieles, was uns unsere Interviewpartner/innen über den Umgang mit Geld auf Reisen erzählten, als selbstverständlich sahen und sie daher nicht mehr direkt darauf ansprachen oder nachfragten. Hinzu kam, dass die Interviewten ihre Aussagen oft von uns bestätigen ließen, etwa durch Rückfragen wie: „War das bei dir nicht auch so?“ Die Rolle der Interviewerin wurde so als ratifizierende Instanz bestätigt. Gelegentlich kam es auch zu Solidarisierungen von uns mit den Interviewpartner/innen, was dazu führte, dass wir bestimmte Ausdrücke unserer Gesprächspartner/innen übernahmen.

Rechtfertigungsgeschichten

Die Rechtfertigungsgeschichte ist nach Albrecht Lehmann eine Gattung des Erzählens über den eigenen Alltag, im Fall dieses Forschungsprojekts über den Reise-Alltag. Wie auch andere Erzählmuster dienen Rechtfertigungen der Identitätsarbeit. Diese Inszenierung fungiert als Werkzeug dazu, ein bestimmtes Bild von sich selbst zu entwerfen, und berücksichtigt gleichzeitig die Position der Er-

13 Darunter versteht man institutionalisierte Formen der Selbstthematizierung, wie zum Beispiel das Tagebuch, die Psychoanalyse, die Beichte und unter anderem auch das qualitative Interview – wie es in der Europäischen Ethnologie zum Einsatz kommt. Vgl. Alois Hahn: Identität und Selbstthematizierung. In: ders. u. Volker Knapp (Hgg.): Selbstthematizierung und Selbstzeugnis: Bekenntnis und Geständnis. Frankfurt a. M. 1987, 9–24, hier 12.

14 Vgl. Gabriele Lucius-Hoene u. Arnulf Deppermann: Rekonstruktion narrativer Identität. Ein Arbeitsbuch zur Analyse narrativer Interviews. Wiesbaden 2004; Brigitta Schmidt-Lauber: Das qualitative Interview oder: Die Kunst des Reden-Lassens. In: Silke Göttsch u. Albrecht Lehmann (Hgg.): Methoden der Volkskunde. Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der Europäischen Ethnologie. Berlin 2007, 179–188; Reinhard Sieder: Erzählungen analysieren – Analysen erzählen. Narrativ-biographisches Interview, Textanalyse und Falldarstellung. In: Karl Wernhart u. Werner Zips (Hgg.): Ethnohistorie. Rekonstruktion und Kulturkritik. Eine Einführung. Wien 1998, 145–172.

zählenden innerhalb der Gruppe.¹⁵ Die Position und der erforderliche Selbstrespekt der Erzählenden werden erst in der Widerspiegelung des Erzählten durch die Zuhörerschaft entwickelt, wobei die Rechtfertigungen durch deren wiederholtes Erzählen zu einem fixen Bestandteil und einem roten Faden der Geschichte werden. Somit bietet die Interviewsituation einen offenen Raum dafür, selbstreflexiv zu kommunizieren.¹⁶

Wie andere Erzählmuster unterliegen auch die Rechtfertigungsgeschichten drei wichtigen Funktionen, welche durch narrative Strategien der Selbstpositionierung¹⁷ einen wichtigen Beitrag zur Identitätsarbeit und zum Selbstbild der Erzählenden leisten: Sie übernehmen für die Erzählenden eine individualisierende, solidarisierende und sedative Aufgabe.¹⁸ Mit der Individualisierung wird, erstens, die Einzigartigkeit der Erzählenden in den Vordergrund gestellt, was nicht nur die Besonderheit der Geschichte, sondern auch die besondere Positionierung der eigenen Existenz inkludiert. Erst die retrospektive Darbietung und die Zustimmung des Gegenübers bestärken die Individualisierung positiv, wodurch das inszenierte Selbstbild bestätigt wird. Die zweite, sogenannte solidarisierende Funktion verweist auf ein zur Individualisierung konträres Ziel. Sie stellt die Zugehörigkeit zu einer Gemeinschaft gleicher in den Vorder- und damit die Individualität in den Hintergrund. Solidarisierende Elemente lassen sich oft in Vergleichen erkennen, da hier das Nicht-alleine-Sein sowie Gemeinsamkeiten unterstrichen werden können. Durch die Wiederholung der Geschichten von diversen Gruppenmitgliedern bekommt die Erzählung einen intersubjektiven Charakter und wird zu einem gemeinsamen Erzählbesitz. Drittens spielt in den geführten Interviews auch die sedative Bedeutung der Rechtfertigungsgeschichten eine zentrale Rolle. Sie besteht darin, dass die Erzählenden Erlebtes mit Hilfe der narrativen Vorstellung korrigieren und durch die persönliche Art der Darbietung ihr seelisches Gleichgewicht wiederherstellen können. Die beruhigende Methode des Erzählens wird oft in Verbindung mit konflikthaften Erlebnissen verwendet. So kommt es nicht selten vor, dass sedative Geschichten schadenfreudige Elemente zu eigenen Gunsten beinhalten. Die Erzählenden sind hier, wie auch in anderen Erzählsituationen, auf das positive Feedback ihrer Gegenüber angewiesen. Finden Darbietung und Reaktion der Zuhörerschaft Konsens, so verlassen die Erzählenden „die Szene als Sieger“ und werden in ihrem Selbstbild positiv gestärkt.¹⁹

15 Vgl. Albrecht Lehmann: Rechtfertigungsgeschichten. Über eine Funktion des Erzählens eigener Erlebnisse im Alltag. In: *Fabula*, 21 (1980), 56–69.

16 Vgl. Lehmann (wie Anm. 11 [1978]), 200 f.

17 Zur Selbstpositionierung in der Narrationsanalyse siehe ausführlich Lucius-Hoene u. Deppermann (wie Anm. 14), 196–212 mit weiteren Literaturhinweisen.

18 Vgl. Lehmann (wie Anm. 15).

19 Ebd., 57.

Ein und dieselbe Erzählung beinhaltet dabei meist mehrere Funktionen, die nur zu analytischen Zwecken zu separieren sind. So können individualisierende Passagen durch solidarische Elemente durchbrochen werden und im selben Atemzug eine sedative Wirkung auf den/die Erzählende/n haben. Die Übergänge sind in der Realität fließend und die Grenzen verschwommen. Zusammenfassend kann gesagt werden, dass die drei Funktionen wichtige gemeinsame Merkmale aufweisen. Beim Erzählen wird deutlich, dass erst durch das Wiederholen und durch die (positive) Zustimmung der Zuhörerschaft das Selbstbild des/der Erzählenden konstruiert wird. Das retrospektive Sprechen ermöglicht, Erlebnisse korrigiert darzubieten. Je nach Reaktion der Zuhörerschaft positionieren sich die Erzählenden innerhalb der Gruppe neu.²⁰ Dieser Prozess verleiht der Identitätsarbeit einen dynamischen und aktiven Charakter. Lehmann schreibt diese drei Funktionen zwar den Rechtfertigungsgeschichten zu, aber sie lassen sich ebenso auf die beiden anderen Erzählmuster anwenden. Denn wer sich rechtfertigt, vergleicht viel, um sich zu beruhigen, sich nicht alleine, aber wiederum doch besonders und einzigartig zu fühlen.

Eine weitere Eigenschaft der Rechtfertigungsgeschichte ist die Technik des Theorisierens. Hierbei wird eine persönliche Entscheidung der Erzählenden in eine gängige, gesellschaftlich anerkannte Theorie eingepasst, wodurch die eigene Handlung scheinbar legitimiert wird. Dies kann das weitere Gespräch in dem Sinn positiv beeinflussen, wie es beispielsweise im folgenden Interview deutlich wurde: Durch die Legitimationstechnik wurde dort eine freiere und offenere Kommunikationsbasis geschaffen.²¹

Vera war zum Zeitpunkt des Interviews 26 Jahre alt. Mit 22 Jahren machte sie einen einjährigen Studienaufenthalt in Südkorea, der durch keine Institution gefördert, sondern, wie auch ihre restlichen Reisen, von ihren Eltern und ihr selbst finanziert wurde. Die Interviewpartnerin ist bereits viel und weit gereist (u.a. Nordamerika, Südamerika, Südostasien), was großen Einfluss auf das Interview hatte, da auch diese Reiseerfahrungen in die Erzählung eingingen. Ein wichtiger Faktor für die entspannt-offene Interviewatmosphäre war die freundschaftliche Beziehung zwischen der Interviewten und der Interviewerin sowie die Tatsache, dass beide bereits gemeinsam gereist sind.

Auf die erste Frage nach ihrem Reisebudget antwortete Vera, dass sie im Vorhinein kein festgelegtes Reisebudget habe und beim Reisen nicht auf Geld achten möchte. Nach einer kurzen Pause schien sie zu glauben, ihre Einstellung zum Reisebudget erklären zu müssen: „Das war wahrscheinlich nicht immer so. Das habe ich auch erst lernen müssen. Auf der ersten Reise mit 18, da hab ich schon

20 Vgl. ders. (wie Anm. 11 [1978]), 215.

21 Vgl. ders. (wie Anm. 15), 57.

auf jeden Cent geschaut und alles genau aufgeschrieben. Aber wahrscheinlich habe ich das auch erst lernen müssen das schon.“²² Den Umstand, dass sie heute nicht mehr auf Geld achtet, wenn sie auf Reisen ist, begründet sie mit dem Hinweis auf einen Prozess des Lernens. In dieser Passage bediente sich Vera der Legitimationstechnik: Da das Lernen durch Erfahrung gesellschaftlich anerkannt ist, wird es in ihr Rechtfertigungsmuster eingebaut. Mit der kurzen Pause und den letzten Worten „das schon“ schien sich die Interviewte selbst davon überzeugen zu wollen, dass sie den Umgang „wahrscheinlich“ lernen musste, als hege sie die Annahme, dass niemand von Anfang an ‚richtig‘ mit Geld umgehen könne.²³

Im nächsten Beispiel wird das stereotype Bild bedient, das von den kostengünstigen Unterkünften der Backpacker/innen herrscht. Die Frage, ob das Reisebudget Einfluss auf die Art und Weise des Reisens hat, wurde zunächst verneint. Vera erwähnte wieder, dass sie beim Reisen nicht auf das Geld achtet, aber im gleichen Moment sagte sie: „Ich mein ... ich habe eh keine hohen Ansprüche. Klar geht man nicht in teure Hotels oder so ... sonst würde ich ja so eine Art von Reise machen. Da hat man keine Ansprüche und schläft lieber in irgendwelchen billigen Hostels oder bei Leuten. Das Geld gebe ich lieber für Essen aus (lacht).“ In dieser Aussage wird das Zusammenspiel diverser Funktionen deutlich. Zuerst solidarisiert Vera sich mit der Community der (vermeintlich anspruchlosen) Backpacker/innen und versucht, ihre innere Balance durch eine korrigierende Erzählung herzustellen, indem sie erklärt, dass sie das Geld lieber für Essen ausgibt und dafür billiger wohnt. Das stillschweigende Verständnis der Interviewerin, welches sie mit einem Kopfnicken gestikuliert²⁴, diente als Mittel, um das Einvernehmen in der Interviewsituation herzustellen.

Wie bereits deutlich wurde, erwähnte die Interviewte wiederholt, dass sie beim Reisen nicht auf Geld achten möchte, Reisen für sie persönlicher Luxus sei und sie nicht reisen würde, wenn sie kein Geld hätte. Ihrem sparsamen Nicht-Reisealltagsverhalten verdankt sie den Umstand, dass sie genug Geld zum Reisen hat. Die Sparsamkeit im Alltag wird zum wichtigsten Argument der Rechtfertigung und zieht sich wie ein roter Faden durch das gesamte Interview.

22 Im folgenden werden für die Analyse ausschließlich Ausschnitte aus dem Interview mit der Interviewpartnerin Vera am 28.12.2011 verwendet. In den transkribierten Stellen stehen die Punkte für eine Sprechpause. Um die Interviewsituation nachvollziehen zu können, repräsentiert hier ein Punkt eine Sprechpause (Schweigemoment) von einer Sekunde. 1 Punkt = 1 Sekunde Pause. Folglich stellen in diesem Zitat die vier Punkte vier Schweigesekunden dar.

23 Vgl. Gisela Unterwiesing: Der Umgang mit Geld als kulturelle Praxis. Eine qualitative Untersuchung in der gesellschaftlichen Mitte. Zürich 2013, 91.

24 Die Information über das Kopfnicken wurde von der Interviewerin im Interviewprotokoll unter der Überschrift „Bemerkungen/Besonderheiten in Bezug auf die nonverbale Kommunikation“ schriftlich festgehalten, um bei der Auswertung auf die Daten zurückgreifen zu können, was hier der Fall ist.

Wenn ich nicht auf Reisen bin, dann ist es aber gar nicht so – ganz im Gegenteil. Dafür gönne ich mir im Alltag nicht viel. Wenn ich mal 20 Euro mehr Stromrechnung habe, dann ärgert mich das *total*, und wenn ich einen Schal um 15 Euro sehe, dann überlege ich mir fünf Mal, ob ich mir den kaufen soll oder nicht. Wenn meine Mama sieht, dass ich neue Schuhe brauche, dann packt sie mich und kauft mir neue Schuhe, wofür ich ihr sehr dankbar bin, weil ich mir fünf Mal überlege, ob ich sie kaufen soll. Ich mein, bei vielen ist es ja eigentlich umgekehrt. Die kaufen sich im Alltag alles, was sie sehen, und achten dann dafür beim Reisen voll. Aber bei mir ist das genau umgekehrt, ich bin im Alltag total sparsam und dafür schau ich beim Reisen nicht aufs Geld oder möchte nicht drauf schauen müssen. Beim Reisen gebe ich für Essen zum Beispiel gerne Geld aus. Daheim denk ich mir dann schon, wenn ich mal in ein Restaurant gehe, um 20, 30 Euro esse, dass ich auch daheim hätte viel billiger kochen können. Über so einen Scheiß mach ich mir dann schon Gedanken (lacht). Ja, und ich muss mich dann auch meinen Eltern und Freunden gegenüber rechtfertigen, weil die machen das alle umgekehrt, und dann können sie es nicht verstehen.“

Auch in diesem Zitat aus dem Interview mit Vera zeigt sich das Zusammenspiel der diversen Funktionen beispielhaft. Die Geschichte beginnt mit einigen sedativen Beispielen aus dem Alltag der Interviewpartnerin. Dadurch positioniert sich die Erzählerin als sparsame Person mit der Priorität zu reisen. Im zweiten Schritt vergleicht Vera ihr Alltagsverhalten im Umgang mit Geld mit ihrem Reise-Alltag und ihren eigenen Alltag mit dem Alltag anderer Bekanntschaften, um sich dann im nächsten Schritt klar abgrenzen zu können. Die Aussage, dass es bei ihr genau umgekehrt sei und die anderen sie deshalb nicht verstehen könnten, verleiht der ganzen Geschichte eine (einsame) Einzigartigkeit.

Während Vera in der zuvor zitierten Interviewpassage davon erzählte, dass sie sich ihren Eltern und Freunden gegenüber für ihre Lebensweise rechtfertigen müsse, betonte sie am Ende des Interviews, dass sie selbst kein Problem damit habe, viel Geld für das Reisen auszugeben, weil sie das ganze Jahr über hart arbeite und sparsam lebe. Vorrang habe für sie ihr persönlicher geistiger Reichtum, welchen sie durch das Reisen erwerben könne. Sie stellt damit das auf Reisen erworbene kulturelle Kapital über ökonomisches Kapital. Zwar besitzt sie kein Haus, kein Auto und benutzt ihre Schuhe bis zur Abnützung, aber sie kann durch ihre Reisen kulturelles Kapital sammeln, das für sie einen höheren Stellenwert hat als das investierte ökonomische Kapital²⁵. Mit der ständigen Wiederholung der Geschichte festigt sie den Entwurf ihres Selbstbildes mit den Prioritäten von Sparsamkeit

25 Hier wird Bezug auf das ökonomische Kapital nach Bourdieu genommen. Vgl. Beate Kraus u. Gunter Gebauer: *Habitus*. Bielefeld 2002.

einerseits und Weltoffenheit andererseits. Diese Positionierung erhält zusätzlich Akzeptanz und Ratifizierung durch die positiven Reaktionen der Interviewerin.

In diesem Interview wurde deutlich, dass das Reisen einen besonderen Umgang mit Geld erfordert und Backpacker/innen deshalb eigene Prioritäten setzen. Vera verzichtet außerhalb ihres Reisealltags größtenteils auf Konsumobjekte und zeigt sich eher konsumkritisch. Sie glaubt, sich darin vom Verhalten der restlichen Gesellschaft zu unterscheiden, und fühlt sich unter Rechtfertigungsdruck. Das Andersfühlen ist mit Anderssein gleichzusetzen und wird zur Basis der Individualisierung. Aus gesellschaftlicher Sicht kann Vera mit ihrer konsumkritischen Einstellung in die Backpacker-Community eingeordnet werden.

Vergleichsgeschichten

Der Vergleich kann als Grundtechnik eines Gesprächs bezeichnet werden, er ist eine Methode des Denkens, die durch die Erkenntnis innerhalb eines argumentativen Zusammenhangs geschaffen wird. Lehmann bezeichnet den Vergleich als „überkulturell gültige Universalie des Denkens“²⁶ und zählt diesen zu den sozialen Voraussetzungen menschlichen Bewusstseins. Der Vergleich kann als wertendes Instrument fungieren, zur Konfliktlösung und Veranschaulichung von Sachverhalten beitragen oder Überzeugungsarbeit leisten. Insgesamt ist seine Funktion die der Identitätsstiftung. Hierbei ist die situative und interaktive Verortung ein wichtiger Faktor. Verglichen wird also für eine bestimmte Zuhörerschaft und mit dem Ziel, eine Zugehörigkeit zu dieser Öffentlichkeit zu schaffen.

Um vergleichen zu können, ist vor allem ein gemeinsames Interesse der Sprechenden Voraussetzung. Die subjektive Abgrenzung sichert den Erzählenden die eigene Position innerhalb der Interaktion. Die Erzählenden wollen sich von anderen Personen vorteilhaft unterscheiden, jedoch ihre „Einzigartigkeit nicht als ganz persönliches Problem mit sich herumtragen“²⁷. Dadurch solidarisieren sich die Erzählenden, stellen sich selbst in den Hinter- und die Gemeinschaft in den Vordergrund. Hierbei dominieren das Gemeinschaftsgefühl und die gemeinsamen Interessen. Der Vergleich kann zum Schluss gezogen werden, zum Beispiel um sich zu rechtfertigen oder um den eigenen Standpunkt nochmals zu verdeutlichen.²⁸

Die Interviewpartnerin Anna war zum Zeitpunkt des Interviews 26 Jahre

26 Lehmann (wie Anm. 11 [2007]), 181.

27 Ders. (wie Anm. 11 [1978]), 206.

28 Vgl. ders.: Erzählstruktur und Lebenslauf. Autobiographische Untersuchungen. Frankfurt a. M. u. New York 1983, 74 f.

alt und machte ihre erste längere Rucksackreise zusammen mit einer Freundin. Diese Reise war eine Art Belohnung für ihr Diplom nach einer erfolgreich abgeschlossenen Krankenschwesternausbildung. Die Reise wurde zum größten Teil von ihr selbst finanziert und Anna schaffte es, mit ihrem Ersparten bis zum Ende des Aufenthaltes durchzukommen. Die zweite Interviewpartnerin, Nina, 43 Jahre alt, erzählte von einer Backpackingerfahrung, welche sie vor 20 Jahren nach Australien und Südostasien führte. Sie reiste alleine, bis ihr das Geld ausging, und kehrte schlussendlich nach etwa zwei Jahren wieder zurück nach Österreich. Das Anfangsbudget für die Reise konnte sie durch einen Job, welchen sie in den Monaten vor der Reise angenommen hatte, ansparen. Zwar sprach sie in dem Interview hauptsächlich über diese Reise, jedoch nahmen auch ihre anderen Reisen viel Platz im Gespräch ein. Beide Interviews wurden in einer lockeren Atmosphäre geführt, da es sich um Bekannte der Interviewerin handelte.

In den beiden Gesprächen zeigen sich die beiden wichtigsten Funktionen des Vergleichs in zweierlei Hinsicht. Die Erzählenden solidarisieren sich mit anderen Backpacker/innen und grenzen sich gleichzeitig von den Anders-Reisenden, den sogenannten Pauschalreisenden, ab, wobei hier von einer individualisierenden Funktion gesprochen wird. Nina nutzt in dem Gespräch durch narrative Strategien der Verallgemeinerung vorwiegend die solidarisierende Funktion. Darauf angesprochen, betont sie, dass sie ihre Zugehörigkeit zur Community der Backpacker/innen rückblickend nicht als ihr Ziel sehe. Gleichzeitig fällt jedoch auf, dass Nina nur kurz zu Beginn ihrer Aussagen – meist im ersten Satz – auf ihre persönlichen Erfahrungen eingeht und dann überwiegend die Pronomen „man“ und „du“ verwendet. Auf diese Weise verallgemeinert die Interviewpartnerin bestimmte Verhaltensweisen und macht sie zur Norm. Besonders in Bezug auf das Thema der Sparsamkeit, auf die Frage, wie es am besten zu bewerkstelligen sei, so billig wie möglich zu reisen, wird die Verallgemeinerung als Werkzeug der Solidarisierung verwendet: „Das war schon hin und wieder drin [Geld für bestimmte Luxusgüter auszugeben, Anm.]. Aber generell wird man schon eher sparsam, wenn man eine Zeit weg ist.“²⁹

In Verbindung mit dem Thema des ‚Über-den-Tisch-Gezogen-Werdens‘ neigte die Interviewpartnerin ebenfalls stark zu Verallgemeinerungen. Hier sprach sie vor allem über Situationen, in denen meist von Einheimischen zu viel Geld für Essen, Taxifahrten und andere Serviceleistungen verlangt und von den Reisenden bezahlt wurde. Mit einem Lachen erzählte sie anekdotisch persönliche Geschichten, stellte jedoch daraufhin klar: „Dies passiert allen, die diese Art von Reise machen.“ Eine mögliche Erklärung für solch ein Verhalten kann das Schamgefühl darstellen, da im Moment des Geschehens Ärger oder auch ein Gefühl des Versa-

²⁹ Interview Nina, 30.12.2011, auch das folgende Zitat stammt aus diesem Interview.

gens entstehen kann. Denn wer als Backpacker/in mit dem Ziel der authentischen Erfahrung unterwegs ist, möchte möglichst authentisch die Preise der Einheimischen bezahlen. Damit verbunden ist der Status eines erfahrenen Backpackers, einer erfahrenen Backpackerin. In diesem Falle steht der Begriff der Professionalität als Synonym für Authentizität. Dies erfordert eine kulturelle Expertise und ein Erfahrungswissen, welches erst während der Reise erlernt werden kann. Das Gefühl des Versagens kann wiederum dadurch gemildert werden, dass der/die Erzählende sich in der eigenen Erfahrung nicht alleine fühlt, da auch andere Backpacker/innen sich dieses Reisewissen erst aneignen müssen und Ähnliches erleben. In diesem Fall werden wieder „man“- bzw. „du“-Strukturen verwendet, wie sich in der folgenden Passage des Interviews mit Anna zeigt:

Eigentlich ist es sich leicht ausgegangen. Also man hat schon geschaut. Man wird ja dann auch, irgendwann fangt man dann schon sparen an und denkt in der anderen Währung und ja, und schaut halt einfach. Am ersten Tag gibst du halt noch wahn-sinnig viel Trinkgeld, weil du einfach keinen Bezug hast zum Geld, und irgendwann bekommst halt einen Bezug und dann geht es auch leicht.³⁰

Anna legitimiert ihre Aussage damit, dass sie aus diesen Situationen „etwas gelernt“ habe, und stellt dies als Prozess dar, der von allen Langzeitreisenden durchgemacht werden müsse, denn sie meint: „In Ländern wie in Südostasien zahlst du immer mehr, also sozusagen Lehrgeld“. Wie Rechtfertigungsgeschichten beinhalten auch Vergleichsgeschichten mehrere Funktionen. In Annas Beispiel vermischt sich die individualisierende mit der solidarisierenden Funktion. Die Interviewpartnerin sieht sich zwar als Individualreisende und bezeichnet die Währung des Landes, in dem sie sich am längsten aufhielt, als „ihr Geld“, jedoch ist sie sich darüber im Klaren, dass auch andere Backpacker/innen diese Erfahrung machen.

Eine weitere auffallende Struktur beim Vergleich mit anderen Backpacker/innen waren Rückfragen im Interview. So verpackte Nina beispielsweise einige Aussagen in Fragen, da sie die Interviewerin als Privatperson kannte und sich deren Reiseleidenschaft bewusst war. Indem sie ihr Gegenüber fragte, ob „es“ bei ihr auch so gewesen sei, wollte sie sich deren Solidarität und vor allem auch deren Reise-Wissen versichern. Auffallend oft kamen Rückfragen, wenn es um das heikle Thema des ‚Über-den-Tisch-Gezogen-Werdens‘ ging: „Wird man doch immer am Anfang, wenn man unsicher wirkt, war das nicht bei dir genauso?“ Interview Nina 30.12.2011, aus diesem stammen auch die folgenden Zitate. Oder auch dann, wenn sie die Zustimmung der Interviewerin erwartete: „Ist das nicht so?“ Hier wird zwar wieder das Bewusstsein darüber deutlich, dass der Umgang mit

³⁰ Interview Anna, 03.03.2012.

bestimmten Situationen auf Reisen erst erlernt werden muss, jedoch hat die Interviewte durch das positive Feedback nicht das Gefühl, mit ihrer Erfahrung alleine zu sein.

Nicht nur durch ähnliches oder gleiches Verhalten und Handeln können sich verschiedenste Gruppen miteinander solidarisieren, sondern auch, indem sie sich von Anders-Reisenden abgrenzen. Gerade der Umgang mit Geld ist ein prägnantes Distinktionsmerkmal zwischen Backpacker/innen und anderen Tourist/innen. Identifizieren sich Backpacker/innen stark über günstige Unterkünfte, Verpflegung und Transport, stehen sie Urlauber/innen, die laut Rucksackreisenden unnötig viel Geld ausgeben, eher skeptisch gegenüber. Das Zusammengehörigkeitsgefühl von Langzeitreisenden ist hier besonders stark, denn die Praxis des Wenig-Ausgebens und Billig-Wohnens scheint ‚zusammenzuschweißen‘, wie Nina betonte:

Ich war ja auf einer Nebeninsel von Bali, weiß nicht mehr, wie die geheißen hat. Da haben wir halt in eben so einem Bungalowding für zwei Euro gewohnt, und daneben war so ein Touristending, also so eine riesige Anlage, wo die Gäste 200 Schilling gezahlt haben oder so, auf jeden Fall das maximal Vielfache von uns. Und mir ist das so absurd vorgekommen, weil es so richtig eingeschlossen war, dieser Club, die waren irre weit weg von zu Hause, und sind dann trotzdem in so einem eingeschlossenen Ding. Also das ist mir schon eigenartig vorgekommen. Das war alles so absurd, da ist man in der Preisklasse von den Einheimischen, bei denen man eh schon den Status als reich hat, und dann gegenüberliegend so etwas.

Die „Preisklasse der Einheimischen“ ist konnotiert mit dem Ideal der Authentizität, auch wenn Nina ihr Bewusstsein darüber äußert, dass sie immer noch mehr zahle, als diese dort zahlen würden. In ihrer Beschreibung des eingeschlossenen Clubs vermittelt sie ein Bild, in dem die Pauschaltourist/innen sich nicht mit der lokalen Umwelt auseinandersetzen, sondern im geschützten Rückzugsort des Hotels verweilen. Ihnen bleibt laut Ninas Aussage also die Erfahrung des Authentischen vorenthalten, die diese für sehr viel weniger Geld macht. Hinzu kommt, dass die Differenz zwischen dem Preis für das Hotel und jenem für den Bungalow durch das Verwenden zweier verschiedener Währungen innerhalb des Vergleichs, Euro und Schilling, noch sehr viel höher wirkt, als er tatsächlich ist. Damit scheint die Verschiedenheit von Backpacker/innen und Pauschaltourist/innen noch deutlicher herausgestrichen.

Dass das Reisen eine besondere Situation darstellt, in der nicht nur andere Währungen, sondern auch andere Werte zählen, wird auch klar, wenn sich die erfahrensten Backpacker/innen trotz allem auch im Alltag zuhause anders als beim Reisen verhalten. Hier ist eine klare Abgrenzung zum Alltag in Bezug auf ihren

Umgang mit Geld abseits des Reisealltags vorhanden, denn zuhause würden beide Interviewten einen anderen Umgang mit Geld pflegen. So antwortete Nina auf die Frage, ob der Umgang mit Geld auf Reisen ein anderer war als daheim, folgendermaßen:

Naja, das ist jetzt schwer für mich zu sagen, weil ich bin ja damals von zuhause weg und da hab ich ja nicht so Fixkosten gehabt. Man kann sich ja hier nicht mehr dem Von-Tag-zu-Tag-Leben ergeben. Und natürlich, jetzt mit den Kindern hab ich ein ganz anderes Verhältnis, also da muss ich schon halt eher an die Zukunft denken, wo ich reininvestier und so. Also von dem her glaub ich schon. Auf Reisen war oft so dieses „Wenn ich heut nix hab, dann gibst Du mir und kannst morgen von mir nehmen“, und das geht natürlich hier im Alltag nicht.³¹

Abgrenzung durch Vergleich erfolgt aber auch innerhalb der Community der Backpacker/innen. Denn auch wenn viele Reisende selbst negative Erfahrungen nennen, in denen sie betrogen wurden, zu viel gezahlt haben oder ähnliches, fast alle Langzeitreisenden kennen eine Geschichte über eine/n weitere/n Backpacker/in, den/die es noch viel schlimmer erwischte als einen selbst.

Sicher wird man oft übert den Tisch gezogen. Gerade am Anfang, da zahlt man halt mehr für ein Tuk Tuk und so, das ist normal. Irgendwann kannst dich schon wehren (lacht). Nein, aber schlimm nie. Man trifft halt viele, denen genau das Gleiche passiert, wenn nicht schlimmer. In Thailand zum Beispiel, da hat uns einer erzählt, wie viel er gezahlt hat für so eine Rundfahrt mit dem Tuk Tuk. Da hätten wir nie so viel gezahlt! Aber irgendwann weiß man es halt!³²

Zwar ist die Gemeinschaft wieder vorhanden, aber trotz allem hat sich der/die Einzelne positiv in ihr positioniert. Obwohl Anna auf ihrer Reise vieles passiert ist, was sie im Endeffekt vielleicht sogar bereut, da sie ihrer eigenen Aussage nach anfangs oft sehr blauäugig gewesen sei, kann sie durch ihre ironische Sichtweise und den Vergleich mit dem/der, den/die es schlimmer erwischte habe, ‚klüger‘ aus der Situation gehen. Die korrigierte Version ihrer Geschichte, die auch durch Schadenfreude gekennzeichnet ist, wirkt beruhigend und integrierend auf die Erzählende.

31 Interview Nina, 30.12.2011.

32 Interview Anna, 03.03.2012.

Erfolgsgeschichten

Ob Rechtfertigungsgeschichte oder Vergleich, ob Abgrenzung oder das Schaffen von Zugehörigkeit, ob Indien oder Südkorea – eines war allen geführten Interviews gemein: Die Gesprächspartner/innen sprachen gerne und mit viel Freude über ihre Reisen. Und das, obwohl nicht jede Reiseerfahrung unbedingt nur positiv ist. Eine Beobachtung, die unser Projektteam vor weitere Fragen stellte: Was gilt in unserem Forschungs- und Interviewkontext überhaupt als Erfolg, was als Scheitern? Wie deuten unsere Interviewpartner/innen eine gelungene Reise, was wird als Misserfolg empfunden? Und wie wird über Erfolg und Scheitern gesprochen?

Anhand von zwei Gesprächen mit Langzeitreisenden lässt sich diese erste Frage relativ schnell klar beantworten: Erfolgreich als Reisende/r ist, wer möglichst lange mit möglichst wenig Geld auskommt. Den beiden Interviewten, die im Folgenden zu Wort kommen, ging es nicht nur um den Erfolg, hier und dort einen „guten Deal“ oder ein „gutes Schnäppchen“³³ zu machen, und auch nicht nur um das Lebensgefühl als Low-Budget-Reisende. Diese beiden Gesprächspartner/innen waren als Work-and-Travel-Reisende unterwegs; das heißt, sie haben ihr Geld durch Gelegenheitsjobs während der Reise verdient und diese so finanziert. Geld erscheint in diesen Fällen deshalb nur auf den ersten Blick als ihre wichtigste Ressource. Denn je mehr Geld sie verdienten, umso länger konnten sie reisen. Geld ‚kauft‘ also Zeit, und wer kein Geld mehr hat, muss nach Hause fliegen.

So geschehen etwa bei Fabian, dem ersten Interviewpartner. Ursprünglich geplant für ein halbes Jahr, war der Neuseeland-Aufenthalt des damals 23-jährigen Work-and-Travel-Reisenden bereits nach drei Monaten beendet. Der Erfolg bei der Jobsuche war seltener geworden und das Geld knapp, ohne regelmäßige Einkünfte hatte sich eine Weiterreise, trotz finanzieller Unterstützung von Seiten der Familie daheim, nicht mehr finanzieren lassen. Eine Tatsache, die von Fabian im rückblickenden Erzählen klar als Scheitern empfunden wird, das er gleich zum Auftakt des Interviews artikuliert: „Ja, Neuseeland. Das war eine super Zeit. Ich war im Endeffekt dann ja nur drei Monate unterwegs, statt einem halben Jahr, das muss ich gleich dazu sagen. Das hat bei mir ja nicht länger geklappt. Aber es war echt Wahnsinn dort, und ich wäre auf jeden Fall gern noch länger geblieben.“³⁴

Albrecht Lehmann erinnert in seiner Bewusstseinsanalyse daran, dass Geschichten immer von ihrem Ende her erzählt werden.³⁵ Das trifft auch bei unseren

33 Interview Amira, 18.01.2012.

34 Interview Fabian, 01.12.2011.

35 Vgl. Albrecht Lehmann: Bewusstseinsanalyse. In: ders. u. Silke Göttlich (Hgg.) (wie Anm. 14), 271–288, hier 275.

Geldgeschichten zu: Es wird die Geschichte einer Reise, die ja immerhin drei Monate dauerte und auf eigene Faust quer durch Neuseeland führte, von ihrem abrupten Abbruch her erzählt. Natürlich überwiegt, vor allem in der Interviewsituation, nach wie vor der positive Aspekt der Reise – die Eindrücke, die Fabian gesammelt hat, was er gesehen und erlebt hat –, aber müsste er ein Resümee ziehen, wäre es eben doch kein Erfolg auf ganzer Linie, eher schwebt über den Reiseerinnerungen eine Atmosphäre des Scheiterns.

Die Definition des eigenen Misserfolgs, die gleich zu Beginn des Gesprächs vorweggenommen wurde, brachte der Interviewpartner mit relativierenden Einschüben zum Ausdruck: „Es war toll, aber“, „Ich habe es ja nicht länger geschafft“.³⁶ Fabian wollte zeigen, dass er zwar Fehler gemacht habe, sich dessen aber sehr wohl selbst bewusst sei, er also im Erzählen einen autoepistemischen Prozess der Läuterung durchlaufen habe.³⁷ Die Deutung wurde nicht der Interviewerin überlassen, sondern lieber gleich offengelegt, durch die Präsentation der Selbsterkenntnis, wog sie scheinbar auch für den Erzähler weniger schwer. Sprachlich fällt weiter auf, dass die Kurzzusammenfassung der Reise – sie ist zum Zeitpunkt des Interviews bereits zwei Jahre her – wohl schon oft und in ähnlicher Form erzählt worden ist. Der Aufbau wirkte gut eingespielt, die Darstellung des eigenen Scheiterns wurde humorvoll, fast wie ein Schwank, vermittelt, nach dem Tenor: „Fährt einer für sechs Monate nach Neuseeland und ist nach drei Monaten wieder da – ohne einen Cent in der Tasche!“ Erst im weiteren Verlauf des Interviews vollzog Fabian eine Umdeutung seiner Reiseerlebnisse. Denn trotz der scheinbar klar definierten Ausgangslage, der Erzählung einer Geschichte des (ökonomischen) Scheiterns, gelangt er durch seine Erfahrung zu neuen Erkenntnissen und hat am Ende auch etwas daraus gelernt: „Ganz ehrlich, da hätte ich mir natürlich schon einiges sparen können in der Zeit. Ich meine, du brauchst ja nicht vier Dosen Red Bull am Tag hinunterschütten und ein bis zwei Packungen Marlboro, vor allem, wenn du weißt, dass du dich in einem bestimmten Rahmen bewegst. Aber so gescheit war *ich* natürlich erst wieder nachher. Eh klar! (Lacht).“³⁸

Mit dem Auftauchen von für den Reisenden neuen, detaillierteren Fragen zum Umgang mit Geld ändert sich im Laufe des Gesprächs auch die Stimmung des Erzählers. Fabian berichtete nüchterner und in ernsterem Ton über Ausgaben und Preise, und es tauchten vermehrt Rechtfertigungen auf, die den finanziellen Misserfolg der Reise nicht allein auf seinen persönlichen Umgang mit Geld zurückführen.

36 Interview Fabian, 01.12.2011.

37 Vgl. Lucius-Hoene u. Deppermann (wie Anm. 14), 70–73.

38 Interview Fabian, 01.12.2011, auch das folgende Zitat stammt aus diesem Interview.

Boah, also das Reisebudget, das war ziemlich, also da hat es uns ziemlich gerissen am Anfang. Das geht am Anfang schon, da denkst du dir nach zwei, drei Wochen schon: Hilfe, was hab ich jetzt schon Kohle gebraucht! Aber ist klar: Du bist neu, du weißt noch nicht, wie's läuft. Und du musst dir vor Ort ja auch erst mal alle grundlegenden Dinge, vor allem Lebensmittel und so weiter anschaffen. Da rechnest du vorher einfach nicht so damit.³⁹

Wie auch in anderen von uns geführten Interviews findet in diesem Teil des Gesprächs mit Fabian eine Solidarisierung mit der Gruppe der Rucksacktourist/innen statt: ‚Man‘ weiß noch nicht, wie's läuft, muss sich, wie alle anderen, erst auf die neue Situation einstellen. Auch die Wortwahl sticht in diesen Interviewpassagen, die problematisch empfundene Situationen wiedergeben, hervor. Geht es darum, dass die finanziellen Ressourcen knapp oder ‚falsch‘ investiert wurden, so spricht Fabian von „Kohle“ und „Knete“ (was sich im Laufe des Gesprächs und im Zuge einer übergreifenden Solidarisierung mit dem Interviewpartner übrigens auch auf die Interviewerin selbst übertrug). Der Begriff Geld fällt ausschließlich in objektiven, verallgemeinernden Aussagen zum Umgang mit ökonomischem Kapital. Die flapsige, umgangssprachliche Erzählung über finanzielle Misserfolge scheint der harten Währung folglich ihre Bedrohlichkeit zu nehmen.

Ganz anders verlief die Geschichte einer weiteren Interviewpartnerin. Amira, heute Studentin, war nach ihrer Matura knapp ein Jahr als Work-and-Travel-Reisende in Kanada unterwegs. Im Gegensatz zu Fabian kehrte sie sogar mit einem finanziellen Plus nach Hause zurück, was auch der Erzählung eine absolut gegensätzliche Perspektive gibt. Durch die Ausgangslage des Interviews – mit dem Fokus Geld – und Amiras ökonomischen Erfolg wurde die gesamte Reise unter dem Erfolgsaspekt erzählt. Albrecht Lehmann hält fest, dass Geschichten über Einkommen und Konsum über die subjektive Seite hinaus stets eine soziale und kulturelle Dimension als Illustration des eigenen Lebenserfolgs haben.⁴⁰ So erzählte Amira: „Also ich hatte dieses Jahr in Kanada echt meine bisher beste Zeit überhaupt und es ist uns richtig gut gegangen. Und ich schätze mal, wir haben das relativ schlau angestellt und gut gewirtschaftet auch einigermaßen. Was ja nicht bei allen so selbstverständlich ist.“⁴¹

Auffallend an diesem Gespräch ist, dass die subjektiven Wertvorstellungen vom ‚richtigen‘ und ‚falschen‘ Geldausgeben, die Lehmann als wichtigen Teil auch der Familienpädagogik beschreibt,⁴² sehr präsent waren. Neben der grundlegenden Ab-

39 Ebd.

40 Vgl. Lehmann (wie Anm. 35), 205.

41 Interview Amira, 18.01.2012.

42 Vgl. Lehmann (wie Anm. 35), 203.

grenzung von anderen Reisetypen, etwa den als konsumorientiert empfundenen Pauschalreisenden, schreibt Amira sich selbst auch innerhalb der Work-and-Travel-Reisenden noch einmal eine besondere Position zu – weil sie während ihres Auslandsaufenthaltes eben noch sparsamer und damit noch erfolgreicher unterwegs war als die meisten von ihnen. Immer wieder betonte sie etwa die eigene Genügsamkeit vor allem in Bezug auf Lebensmittel und Unterkunft. „Ja, also das war Luxus für mich damals, Käse zu essen. Allgemein so Milchprodukte, die waren um einiges teurer, Gemüse war superteuer, also ich hab auch sehr ungesund gelebt in der Zeit, weil das Günstigste ist eben Bagels und Peanutbutter und Reis und Dosenkram. Da haben wir echt scheußlich gegessen auch.“⁴³ Und obwohl sie „scheußlich gegessen“ hatte, erscheint diese Art der Verpflegung in Amiras Erzählung als Erfolg und ein Beispiel für ‚richtiges‘ Geldausgeben. Gleiches gilt für eine Situation, in der sie tatsächlich Geld ausgegeben hat, nämlich für den Kauf von Kleidung. Aber auch dieses Verhalten wird als ökonomisch sinnvolle Investition gerahmt:

Also ich hab Unmengen von Geld für Klamotten ausgegeben, weil die dort so günstig sind. Also das ist jetzt nochmal etwas, wenn ich einen Trip mache, jetzt heutzutage, dann komm ich im Leben nicht drauf, meinen Koffer vollzupacken mit Sachen, die ich da kaufe. Aber in Montreal hab ich da eindeutig das meiste Geld gelassen, was das angeht. Das ist einfach so günstig! Und es ist natürlich auch noch einmal etwas ganz anderes, in Kanada shoppen zu gehen (lacht).⁴⁴

Im Gegensatz zu Amiras sonstiger grundlegender Abneigung gegen unnötigen Konsum auf Reisen sah sie das Shopperlebnis in Kanada rückblickend als eine Chance, die sie sich nicht entgehen lassen wollte und die die Ausgaben für die Erzählerin auch im Nachhinein rechtfertigt. Neben der finanziellen ‚Ersparnis‘ (mehr Klamotten für weniger Geld) ist es vor allem kulturelles Kapital, das Amira mit ihren Einkäufen erwirbt – die Erfahrung, auf Reisen in einem fremden Land einzukaufen, wird zum verinnerlichten Kulturkapital.⁴⁵ Auch im Vergleich mit anderen Reisenden kommen die eigenen Wertvorstellungen in Bezug auf Geld und Reisen in diesem Interview stark zum Ausdruck.

„Also ich kenn auch andere, die rufen dann zu Hause an: ‚Ach, mein Geld ist alle‘, und dann kriegen die nochmal was. Ich muss sagen, ich hab zu meinen Eltern das Verhält-

43 Interview Amira, 18.01.2012, auch das folgende Zitat stammt aus diesem Interview.

44 Ebd.

45 Vgl. Bourdieu (wie Anm. 4), 183–198.

nis, was Geld betrifft, dass ich das ungern mache. Also das hätte ich nicht gern gemacht und hätte mich auch dementsprechend nie so gehen lassen.“⁴⁶

Der Anruf zu Hause, die Bitte um Geld würde auch in diesem Beispiel als Scheitern angesehen, der Weg dorthin wird als Sich-Gehenlassen beschrieben. Dadurch nimmt Amiras eigene Geschichte noch mehr den Charakter einer Erfolgsgeschichte an. Neben der klaren Zuordnung ihrer Reiseerfahrung zur Backpacker-Community und der damit einhergehenden Abgrenzung von anderen Formen des Reisens verlangt auch Amiras Positionierung innerhalb der heterogenen Gruppenkonstruktion der Rucksacktourist/innen nach einer stetig neuen Aushandlung. Der retrospektiven Erzählung einer erfolgreichen Reise kommt hierbei eine individualisierende Funktion zu. Denn das Ziel, lange unterwegs zu sein mit einem kleinen Budget und zurückgenommenen Ansprüchen in Bezug auf Transport, Essen und Unterkunft ist allen Backpacker/innen gemein. Doch von einer solchen Reise auch ökonomisches Kapital mit nach Hause zu nehmen, ist Amiras höchstpersönlicher Erfolg, der ihre Geschichte innerhalb der Community einzigartig macht.

Ist die Erfahrung eines subjektiven Erfolgs in Bezug auf den Umgang mit finanziellen Ressourcen auf Reisen nicht gegeben – wie etwa in Fabians Beispiel –, so gewinnt vor allem das Sammeln von kulturellem Kapital an Bedeutung. So erfährt die Geschichte einer (ökonomisch gesehen) gescheiterten Neuseeland-Reise in der rückblickenden Erzählung gleichzeitig eine Relativierung, denn ‚man‘ hat ja viel daraus gelernt und ist, wenn auch nicht finanziell, auf jeden Fall um die Erfahrung reicher.

Zum Ende der Reise

Reisen, Geld und Erzählen gehören für Backpacker/innen zusammen. Die Erzählmuster der Rechtfertigung, des Vergleichs und des Erfolgs sind in allen Interviews unseres Forschungskontextes zu finden und – in unterschiedlichen Geschichten in unterschiedlichem Maße – auch dominant ausgeprägt. Ausgehend von den eigenen, gesellschaftlich geprägten Wertvorstellungen und Erwartungen an die Reise und den Reisenden selbst bilden die Erzählmuster einen Modus, um über Erlebtes sprechen zu können. Die ihnen innewohnenden (individualisierenden, solidarisierenden, sedativen) Funktionen formen die Muster, halten sie aufrecht und leisten zudem einen Beitrag zur Identitätsarbeit der interviewten Backpacker/innen. Denn durch die (u.a. nonverbale) Rückmeldung der Zuhö-

⁴⁶ Interview Amira, 18.01.2012.

erschaft positionieren und inszenieren sich die Erzählenden im retrospektiven Gespräch stets neu.

Wichtig zu erkennen ist, dass die subjektive Erfahrung eines Erfolges bzw. Misserfolges einer Reise grundlegenden Einfluss auf die Erzählstrukturen und -muster der Interviewpartner/innen nimmt. So wird zum Beispiel in Situationen, in denen über Misserfolge gesprochen wird, häufig die sedative und beim Sprechen über Erfolge eher die individualisierende Funktion eingesetzt. Die Erzählsituationen bieten zudem einen angemessenen Raum zum offenen sowie selbst-reflexiven Erzählen. Gleichzeitig geben die Erzählmuster durch die retrospektive Darstellung des Erlebten eine Hilfestellung, die Erfahrungen in der eigenen Biografie zu verorten und zu verarbeiten.

Erfolgreiches Reisen ist erfolgreicher Umgang mit Ressourcen, sei es nun in Form von Zahlungsmitteln, Zeit, gesammelten Erfahrungen oder wiederholtem Sprechen darüber. Egal ob eine Geschichte des Misserfolges, der Rechtfertigung oder des Vergleichs mit anderen Personen erzählt wird, die gesammelten Erfahrungen werden im rückblickenden Aushandlungsprozess zu einer Erfolgsgeschichte. Aufgrund ihrer narrativen Darbietungen gelingt es allen Interviewpartner/innen, ihren zum Teil ökonomischen Schaden in kulturelles Kapital umzuwandeln. Dieses kulturelle Kapital, das für die Backpacker-Community Priorität hat, ist gerade durch seinen unbezahlbaren Charakter mit dem kostbaren persönlichen Reichtum des Reisenden vergleichbar. Obwohl die Interviewpartner/innen diese Einstellung vermittelten, scheint es paradox – denn ganz ohne Geld sind sie alle nicht gereist. Nur mit ökonomischem Kapital konnten sie ihre Reise bezahlen und damit verbunden auch ihre Erfahrungen ‚kaufen‘.

Eine Langzeitreise ist ein heraustretender Moment aus dem Alltag und erfordert einen besonderen bzw. ‚richtigen‘ Umgang mit Geld. Wer ‚richtig‘ reist, reist erfolgreich. Wer erfolgreich reist, reist möglichst lange mit möglichst wenig Geld. Und wer kein Geld mehr hat, muss nach Hause fliegen. Das heißt, im Gegensatz zu vielen anderen Bereichen des täglichen Lebens stellte für unsere Langzeitreisenden nicht Geld die wichtigste Ressource dar – die eigentliche Währung der Backpacker/innen ist Zeit.

Zur Logik der Pfandkreditbeziehung¹

Nadja Neuner

Pfandkredite sind typische Kredite auf kurze Zeit: man kommt schnell, problemlos und unkompliziert zu Geld. Durch die einfache und unbürokratische Abwicklung gelingt die Überbrückung finanzieller Engpässe, bei der keine Gehaltsnachweise oder Finanzauskünfte nötig werden. Über 620 Millionen Euro wurden 2011 ausbezahlt, und für das Jahr 2012 wurde in Deutschland ein deutliches Umsatzplus verzeichnet.² Rund eine Million Kund/innen³ nutzte diese Form des Konsumentenkredits, der sich als Mischform des konventionellen, zumeist institutionalisierten Kreditgeschäfts⁴ und des Sofortkredits⁵ beschreiben lässt. Den Hintergrund für die ökonomische Transaktion bildet ein Spannungsfeld zwischen Nähe und Distanz, das abhängig ist von einem Bündel an Einflussfaktoren wie infrastrukturelle Ausstattung und Standort, Verhaltensstrategien der Akteur/innen und gesellschaftlich wie individuell wahrgenommene Selbst- und Fremdbilder, die auf die jeweiligen Verhaltensstrategien zurückwirken. Dabei ist die vom Pfandkreditgeschäft hervorgebrachte und dieses gleichsam tragende Beziehung als eine soziale, von kulturellen Mustern bestimmte zu verstehen.⁶ Als solche ist die Pfandkreditbeziehung von ihrem sozialen Raum wie auch von ihrem physischen Ort abhängig. Die Untersuchung dieses Ortes Pfandleihhaus, konkret zweier Filialen des Dorotheums⁷ in Innsbruck und deren

1 Der Titel wurde folgendem anleitenden Aufsatz entlehnt: Silke Meyer: Prekäre Beziehungen. Zur kulturellen Logik der Verschuldung. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde, LXV/114 (2011), H. 2, 163–185.

2 Vgl. „Pfandkredit Pressemappe“ des Zentralverbandes des Deutschen Pfandkreditgewerbes e.V. Online unter: www.pfandkredit.org/index.php?mid=12&PHPSESSID=8202f5e1fb01dd917f78d6a1b106df6f (Stand: 20.02.2013).

3 Vgl. Gesa Schölgens: Vor- und Nachteile: Blitzkredit aus dem Pfandleihhaus. Online unter: www.express.de/geld/-blitz-kredit-aus-dem-pfandleihhaus,1159012,21577740.html (Stand: 20.02.2013).

4 Als institutionalisierter Kredit wird eine Kreditbeziehung zwischen Akteur/innen verstanden, bei der zumindest eine der Parteien eine Institution wie eine Bank, eine Genossenschaft, eine regierende Institution oder dergleichen vertritt. Als konventionell wird jene Kreditbeziehung verstanden, der eine eingehende Prüfung der Kreditwürdigkeit der Geschäftspartner/innen vorausgeht.

5 Das herausragende Merkmal der Sofortkredite ist das Fehlen einer beim konventionellen Kreditgeschäft vorausgesetzten Bonitätsprüfung. Vgl. Silke Meyer: Sofortkredit. Zur kulturellen Praktik der Verschuldung. In: Jahrbuch für Europäische Ethnologie, Dritte Folge 2, 2007, 105–120.

6 Vgl. Meyer (wie Anm. 1).

7 Das Dorotheum ist ein österreichisches Auktionshaus, das 28 Pfandleihfilialen in Österreich führt, zwei davon befinden sich im Stadtgebiet von Innsbruck. Stand: Juni 2012. Zur Geschichte

Umfeld, eröffnet einen kultursemiotischen Zugang zur Beschreibung und Analyse der Logik der Pfandkreditbeziehung.

Autoethnografisches⁸: Methode und Selbstreflexion

Mit dem euphemistischen Schlagwort *undercover ethnology* könnte man bezeichnen, was mir bei meinem Schritt ins Feld aus pragmatischen Gründen notwendig, aus forschungsethischen Gründen aber auch fragwürdig erschien:⁹ einen Selbstversuch, der das Verpfänden und schließlich den Verkauf eines Schmuckstücks zum Gegenstand der Untersuchung machen sollte. *Undercover*, also verdeckt ins Feld zu gehen und teilzunehmen an Handlungen, die mir selbst ungewohnt und neu waren, mich und meine Interaktionspartner/innen dabei zu beobachten und im Anschluss daran das Erfahrene aufzuzeichnen, stellte mich vor die praktische Herausforderung, möglichst zeitnah zu dokumentieren, ohne damit aufzufallen. Letztlich wählte ich die handschriftliche Form des Feldtagebuchs, um darin im Zeitraum vom 24. November 2011 bis zum 25. Jänner 2012 jeweils unmittelbar nach meinen kurzen Feldaufenthalten Eintragungen mit Beschreibungen der Akteur/innen, Skizzen der Räumlichkeiten und Gedächtnisprotokollen der Dialoge zu machen. Dem Tagebuch voran ging das Bemühen, in Form eines Exposés über die zu erwartende Erfahrung zu reflektieren, vor allem Überlegungen zu meinem Agieren während des Selbstversuchs kommen darin zum Ausdruck:

des Dorotheums vgl.: Felix Czeike: Das Dorotheum: vom Versatz- und Fragamt zum modernen Auktionshaus. Wien u. München 1982; Richard Koller: 250 Jahre Dorotheum. Wien 1957; Daniela Gregori, Catherine Stubhard u. Justin Morris: Dorotheum – die ersten 300 Jahre / The first 300 years. Wien 2007.

- 8 Vgl. Brigitte Böhnisch-Brednich: Autoethnografie. In: Zeitschrift für Volkskunde, 108 (2012), H. 1, 47–63; Billy Ehn: Doing-It-Yourself. Autoethnography of Manual Work. In: Ethnologia Europaea, 41 (2011), 1 u. 53–63; Michi Knecht: Contemporary Uses of Ethnography. Zur Politik, Spezifik und gegenwartskulturellen Relevanz ethnographischer Texte. In: Michael Simon, Thomas Hengartner, Timo Heimerdinger u. Anne-Christin Lux (Hgg.): Bilder. Bücher. Bytes. Zur Medialität des Alltags. Münster u.a. 2009 (= Mainzer Beiträge zur Kulturanthropologie/Volkskunde, 3), 148–155. Vgl. dazu allgemeiner: Gert Dressel u. Nikola Langreiter: Wenn „wir selbst“ zu unserem Forschungsfeld werden. In: Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research (Online Journal), 4 (2003), 2. Sowie: Carolyn Ellis, Tony E. Adams u. Arthur P. Bohner: Autoethnography: An Overview. In: FQS. Forum Qualitative Sozialforschung, 12 (2011), 1, Art. 10, online unter: nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0114-fqs1101108 (Stand: 18.03.2012).
- 9 Diskutiert wurden unter anderem die „Ethischen Leitlinien des Instituts für Ethnologie“ der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster. Online unter: www.uni-muenster.de/Ethnologie/institut/leitlinien.html (Stand: 14.01.2013).

Selbstbeobachtung – die gekennzeichnet wird durch den Rollentausch, dessen sich die Akteurin bewusst ist und der davon ausgeht, dass sie zwischen den beiden Positionen ‚handelndes Subjekt‘ (in der Aktion des Selbstversuches) und ‚ethnologisch forschende Studentin‘ (in der Reflexion, aber auch bereits in der Wahrnehmung während des Versuchs) switchen wird.¹⁰

Zu diesen beiden im Vorfeld formulierten und mir damit bewusst gewordenen Positionen trat eine dritte und zum damaligen Zeitpunkt unerwartete: die Rolle der Autorin. Mit dieser verbanden sich theoretische und methodische Zweifel, die sich vor allem an die zu erwartenden Ergebnisse richteten:

Es war für mich außerordentlich anstrengend, mich agierend und forschend gleichermaßen in der Pfandleihe zu behaupten. Das wurde mir nicht zuletzt auch bei der Transkription meines Feldtagebuchs bewusst. Meine Hoffnung lag und liegt noch immer darin, dass die subjektiv gewonnenen Daten in der Diskussion mit euch eine intersubjektive Relativierung erfahren.¹¹

Relativierung brachte auch der temporäre Abstand von etwa einem Jahr mit sich. Dieser erlaubt es mir gegenwärtig, die Perspektive einer erzählenden Ethnografin einzunehmen.¹² Von einer soziokulturellen Konstitution der/des Einzelnen ausgehend, betrachte ich den subjektiven Charakter meiner empirischen Daten als unhintergehbare Erfahrungsinstanz, die einer selbstreflexiven Interpretation zugänglich gemacht werden kann. Der autoethnografische Zugang, die damit verbundene Felderfahrung und die gesammelten Aufzeichnungen¹³ dienen dann als legitime Quelle kulturwissenschaftlichen Arbeitens. Die davon ausgehende Analyse stellt in der Folge eine Untersuchung jener kulturellen Muster, die die Pfandkreditbeziehung bestimmen und in die eingebettet ich meine subjektive¹⁴ Wahrnehmung der Pfandkreditvergabe verstehe, zur Debatte.

10 Aus meinem Feldtagebuch. Auszug aus: Methoden. Mit Rücksicht auf eine leichtere Lesbarkeit der Tagebuchnotizen wurden im Nachhinein vereinzelte Satzzeichen ergänzt.

11 Aus den Notizen zu einer mündlichen Präsentation des Themas unter dem Titel „Pfandleihe – Dorotheum Innsbruck“, in der die Zwischenergebnisse vorgestellt wurden, verfasst am 24.01.2012.

12 Im Sinne einer Ethnografie „als ein in sich kompletter wissenschaftlicher Arbeitsbereich betrachtet, als Programm, Analyse, Verschriftlichung und Reflexion über die eigenen Arbeitsweisen.“ Böhnisch-Brednich (wie Anm. 8), 62.

13 Zumal die Genese und Interpretation des Materials durch studentische Gruppendiskussionen und forschende Lehre über einen Zeitraum von vier Semestern hinweg begleitet wurden.

14 Zur volkskundlichen/europäisch-ethnologischen Diskussion um Subjektivität/Subjekt vgl. unter anderem den Vortrag von Jochen Bonz anlässlich des Workshops „Subjektbegriffe in der Europäischen Ethnologie“ am Institut für Kulturanthropologie/Europäische Ethnologie an der Georg-August-Universität Göttingen im Dezember 2012. Online unter: www.jochenbonz.de/2012/12/18/konfigurationen-der-subjektivitat-bei-utz-jeggle-pierre-bourdieu-jacques-lacan-vortrag-tagung-subjektbegriffe-der

Die Dorotheumsfilialen in Innsbruck

In Tirol befinden sich insgesamt elf Pfandleihhäuser,¹⁵ davon sieben im Stadtgebiet von Innsbruck. Zwei der Innsbrucker Pfandleihhäuser sind Teil der 28 Pfandleihfilialen, die österreichweit vom Traditionsbetrieb Dorotheum geführt werden.

Das Dorotheum wurde am 14. März 1707 von Kaiser Joseph I. als „Versatz- und Fragamt zu Wien“ mit der Intention zum „Schutz vor Wucherei im Pfandwesen“¹⁶ und zur Unterstützung des Wiener Großarmenhauses eröffnet. 1788 wurde das Amt im ehemaligen Dorotheerkloster angesiedelt, dessen Name in der Folge auf die Institution überging, um 1923 in einem Statut zur Gründung der „Dorotheumsbank“ festgehalten zu werden. Am 20. Februar 1979 wurde die „Dorotheums Auktions-, Versatz und Bankgesellschaft m.b.H.“ gegründet und schließlich 2001 von der privaten Eigentümergruppe „Soravia Group“ übernommen.¹⁷

Das Auftreten der Pfandleihen des Dorotheums in Innsbruck im physischen Stadtraum und im Internet lässt sich mithilfe der von der Berliner Europäischen Ethnologin Wanda Hummel erarbeiteten Kategorien der *Traditionalist/innen* und der *Finanzdienstleister/innen*¹⁸ beschreiben. Diese Charakteristika finden keine exakte und in allen Punkten übereinstimmende reale Entsprechung, doch helfen sie die kulturellen Muster zu erfassen, in die das soziale Handeln der Pfandleiher/innen eingebunden ist. *Traditionalist/innen* führen ihre Geschäfte mit langjähriger Familientradition, dabei prägt das Bewusstsein für einen individuell wahrgenommenen sozialen Auftrag und eine treue Stammkundschaft ihre Rolle. *Finanzdienstleister/innen* haben in ihrer Ausstattung wenig persönliche Note und sind meist als Teil einer national oder international vertretenen Kette tätig. Dabei konzentriert sich der sachliche und diskrete Umgang auf finanzmarktorientierte

europäischen-ethnologie-göttingen/ (Stand: 20.08.2013). Siehe auch Michaela Ralser: Das Subjekt der Normalität. Das Wissensarchiv der Psychiatrie: Kulturen der Krankheit um 1900. München 2010. 15 Stand der Zählung: Juni 2012.

16 Zur Gründungsgeschichte mehr in: Stefan August Lütgenau, Alexander Schröck u. Sonja Niederacher: Zwischen Staat und Wirtschaft. Das Dorotheum im Nationalsozialismus. Wien u. München 2006. Vgl. auch Anm. 7.

17 Informationen dazu vor allem bei Lütgenau, Schröck u. Niederacher, ebd.

18 Wanda Hummel: Das Pfandleihhaus. Ethnographie eines urbanen Ortes. Unveröff. Magisterarbeit. Berlin 2006, 91 ff. Neben diesen beiden Kategorien stellt Hummel jene der Modernisierer/innen vor. Da diese für die Interpretation der Dorotheumsfilialen nicht herangezogen wird, entfällt hier die detaillierte Beschreibung. Ein Pfandleihhaus in Innsbruck, das im Jahr 2010 übernommen, daraufhin räumlich und betriebswirtschaftlich umstrukturiert wurde und durch junges Marketing sowie moderne Internetauftritte charakterisiert ist, entspräche in seinen Grundzügen dieser Kategorie.

Dienstleistungen, nicht selten werden Pfandgegenstände wie Autos und Maschinen entgegengenommen.¹⁹

Als langjähriges Traditionsunternehmen mit einem seit der Gründung des Unternehmens intendierten sozialen Auftrag und einer österreichweiten Marktdominanz lassen sich beim Dorotheum zum Teil Merkmale des *Traditionalisten* ausmachen. Da die gesamte Unternehmensgruppe seit 2001 privatisiert und von der Eigentümergruppe als gewinnorientiertes, am Finanzmarkt ausgerichtetes Unternehmen geführt und zusehends auf innovative Produkte wie den Autopfandkredit gesetzt wird (vgl. dazu Abb. 1), präsentiert sich das Dorotheum²⁰ heute auch als *Finanzdienstleister* im oben genannten Sinne.

Autopfand – Mit Vollgas zum Bargeld

Was ist Auto+Pfund?

Sie benötigen Ihr Auto weiter + bekommen Geld durch rasches Pfanddarlehen.

So schnell und einfach bekommen Sie sonst nirgends Geld! Sie kommen mit Ihrem Fahrzeug zu uns, und wir bewerten es laut Eurotax-Liste in Ihrer Anwesenheit. Der Kreditbetrag wird sofort bar ausbezahlt. Sie erhalten das Geld rasch und diskret. Wir fragen Sie nicht nach Ihren Gründen. Sie benötigen keinen Bürgen und müssen auch keine Kontoverbindung bekannt geben.
Die ideale Lösung für kurzfristige Finanzierungen.

Der Clou dabei: Sie können Ihr Auto weiterbenutzen!



Abb. 1: Dorotheum Autopfand in: www.dorotheum.com/autopfand (Stand: 20.08.2013)

Die beim ersten Feldeinstieg im November 2011 aufgesuchte Pfandleihe befindet sich im ersten Obergeschoß eines Einkaufszentrums mit direkter Anbindung an die öffentlichen Verkehrsmittel und in unmittelbarer Bahnhofsnähe. Vordergrundig wird sie als Juweliergeschäft präsentiert, dessen Schaufenster den Blick auf Uhren und Schmuck freigibt. Daneben wird ein großer Bereich von einem „CERTINA“-Poster eingenommen, auf diesem bewirbt eine in weiß gekleidete, turnende Blondine eine Sportuhr. Direkt über der Werbung finden sich auf einem rot unterlegten Bereich die Öffnungszeiten des „Dorotheum Juwelier“, etwa halb so groß und ungefähr dreißig Zentimeter darunter jene der Pfandleihe. „Als ich das Geschäft betrat, war ich, man könnte sagen, geblendet von den Auslagen, in denen mit der Hilfe von (gefühlten 1000) Lampen der Schmuck von allen Seiten glänzte und glitzerte.“²¹ Der Bereich für das Pfandkreditgeschäft befindet sich im hinteren Teil der Geschäftsräumlichkeiten²²:

19 Vgl. Hummel, ebd.

20 Zur Geschichte des Dorotheums vgl. Anm. 7 bzw. Anm. 16.

21 Aus meinem Felddtagebuch. Auszug aus: 1. Einstieg ins Feld; Datum: 24.11.2011, Standort: Sillpark, Shop B 317, Museumstraße 38, Innsbruck, Uhrzeit: 9.00 bis 9.20 Uhr.

22 Mittlerweile erfuhr die Filiale eine Erweiterung, deren bauliche Veränderungen in die vorliegende Analyse nicht miteinbezogen werden konnten.

Ich suchte nach dem Ladentisch oder Personal, schritt zielstrebig auf die Damen hinter der Theke zu und wurde dann gleich von einer der beiden gefragt, ob ich warten würde. Schon diese Frage irritierte mich, auf was sollte ich denn warten? Als ich dann aber sagte, ich hätte etwas Schmuck mit, verwies sie mich auf die Diskretionszone und dort stellte ich mich hin.²³

Die Diskretionszone – der Begriff stammt von mir – ist durch Milchglaswände vom übrigen Geschäftslokal abgetrennt und stellt einen Tisch sowie zwei Stühle zum Warten bereit. Der Schreibtisch der Schätzmeister/innen (es sind zwei voneinander getrennte Arbeitsbereiche zu erkennen) wird durch Glasscheiben geschützt, die Trennung vom Kundenbereich erinnert mit der kleinen Öffnung zum Durchreichen der Wertgegenstände an Zoll- oder Mautstationen. Direkt davor findet sich keine Sitzgelegenheit, das Pfandkreditgeschäft wird seitens der Kund/innen stehend erledigt. Der stadträumliche Ort, an dem diese Filiale angesiedelt ist, und die Nachbarschaft zu verschiedenen Geschäften mit Produkten des täglichen Gebrauchs lassen ihre Positionierung als Teil eines umfassenden Konsumangebots, das sich deutlich im Einkaufszentrum mit seinen Dutzenden Läden verwirklicht, annehmen.



Abb. 2: Maria Theresien Straße Innsbruck. Quelle: www.innsbruck.info/erleben/sightseeing/highlights/detail/article/maria-theresien-strasse.html (Stand: 18.02.2013)

²³ Aus meinem Feldtagebuch (wie Anm. 21).

Für den zweiten Feldzug wählte ich die Pfandleihe in der Maria-Theresien-Straße²⁴, einer zentral gelegenen und prominenten Flanier- und Einkaufsstraße in der Innsbrucker Innenstadt. Diese führt ausgehend von der Triumphpforte bis zur Altstadt, vorbei am Alten Landhaus, an der Annasäule, dem Rathaus und der Spitalskirche (vgl. Abb. 2). Diese Filiale wurde am 19. August 2010 im sogenannten „Arkadenhof“, einem Pracht-



Abb. 3: Arkadenhof in der Maria Theresien Straße. Quelle: www.innsbruck-shopping.at/feratel/showDetails.php?id=9c21e3c3-166e-4809-8bab-84832a9b5b09&lang=de (Stand: 13.01.2013)

palais (vgl. Abb. 3), dessen Geschichte bis in das frühe 16. Jahrhundert zurückzuverfolgen ist und mit dem Namen der Familie Fugger²⁵ in Verbindung steht, als Juweliergeschäft mit angeschlossener, nicht auf den ersten Blick ersichtlicher Pfandleihe eröffnet. Vor dem Arkadenhof markieren Pflastersteine den Beginn einer Fußgängerzone, die direkt zur Altstadt führt. Ein breites Schaufenster, überschrieben mit dem Firmenschriftzug des Dorotheums in roten Lettern auf gelbem Grund, zeigt die Auslage des Juweliergeschäfts im Erdgeschoß. Der Bereich für die Pfandleihgeschäfte befindet sich im oberen der beiden Stockwerke, auf die sich die Geschäftsräume erstrecken. Beim Betreten des Geschäftslokals fallen die in Messing gefassten Regale auf, hinter deren Glasfronten hell beleuchtet Schmuck präsentiert wird. Das obere Geschoß kann durch eine im Innenraum des Juweliergeschäfts befindliche Treppe erreicht werden. Der großzügige Pfandleihbereich bietet Platz für ein auf Metallbeinen stehendes schwarzes Ledersofa, wartende Kund/innen finden darauf sowie auf Sesseln direkt vor den beiden Arbeitsplätzen der Schätzmeister/innen Sitzgelegenheiten. Wie in der erstgenannten trennt auch in dieser Filiale eine Glasscheibe den Schreibtisch der Angestellten vom Bereich der Kund/innen. Aussagekräftig für diesen Standort ist neben der zentralen Lage in der Innenstadt die direkte Nachbarschaft zur Landesdirektion einer österreichweit tätigen Bank und zu den

24 Informationen zur Maria-Theresien-Straße online unter: www.innsbruck.info/erleben/sightseeing/highlights/detail/article/maria-theresien-strasse.html (Stand: 18.02.2013).

25 Informationen zum Arkadenhof online unter: www.arkadenhof-innsbruck.at/ (Stand: 13.01.2013).

im Arkadenhof angesiedelten Unternehmen, darunter drei Rechtsanwaltsbüros, zwei Kunstgalerien und eine Niederlassung eines Gläubigerschutzverbandes.²⁶

Die Situierung der beiden Filialen in völlig verschiedenen Umgebungen, die hervorgehobene Sichtbarkeit der einen im denkmalgeschützten Teil des Arkadenhofs²⁷ und das Zurücktreten der anderen in die Reihen der Geschäfte eines Einkaufszentrums, lässt auf von den unterschiedlichen Standorten abhängige und insgesamt heterogene Kund/innenkreise schließen.

Pfandkreditnehmer/innen

Es dürfte im Einzelnen notwendig sein, die Kund/innen der jeweiligen Pfandleihen gesondert und differenziert zu betrachten. Was dieser Beitrag nicht leisten kann, versuchten andere mittels quantitativer Erhebungen²⁸ zu tun, und deren Ergebnisse legen nahe, dass Pfandkreditnehmer/innen dem städtischen Prekariat zuzurechnen sind. In Bezug auf die Einkommenssituation lasse sich ein großer Teil der Kund/innen als Bezieher/innen von Saison- oder Transfereinkommen²⁹ ausmachen. Ein hoher Anteil der Pfandkreditnehmer/innen sei als Stammkundschaft mit hoher Bindung an die jeweiligen Pfandleiher/innen zu bezeichnen. Von großer Wichtigkeit scheint neben allgemeiner Mundpropaganda die persönliche Empfehlung durch Bekannte und Verwandte zu sein. Zum überwiegenden Teil seien die Kund/innen verantwortlich für das Haushaltsbudget und damit für das monatliche Auskommen der dem Haushalt angehörigen Personen. Der Versuch, die Pfandhausklient/innen altersmäßig zu erfassen, zeigte, dass der größte Anteil relativ jung, zwischen 25 und 44 Jahre, der zweitgrößte hingegen im Pensionsalter, also über 60 Jahre alt sei.³⁰ Diese Angaben konkretisieren die Aussagen aus den Reihen der Pfandleiher/innen, da diese betonen: „Die Kunden kommen aus allen Gesellschaftsschichten, Berufs- und Altersgruppen.“³¹

26 Ebd.

27 Die Dorotheumsfiliale befindet sich im sogenannten Tschonerhaus, jenem Haus, das die Fassade des Arkadenhofs zur Straße hin bildet und auf der Liste der denkmalgeschützten Häuser in Innsbruck zu finden ist. Vgl. online unter: www.bda.at/documents/727732403.pdf. (Stand: 18.02.2013)

28 Vgl. dazu Norbert Dischinger u. Friedrich Thießen (Hgg.): *Armut und Kreditgeschäft. Der Pfandkredit zwischen Anspruch und Wirklichkeit*. Münster 2006 (= *Wirtschaft: Forschung und Wissenschaft*, 16).

29 Als Transfereinkommen beispielsweise zu nennen: Leistungen zur Unterstützung bei Erwerbslosigkeit, Pensionsbezüge, Studienbeihilfe, Witwen- und Waiseneinkommen oder Kinderbetreuungsgeld.

30 Vgl. Dischinger u. Thießen (Hgg.) (wie Anm. 28).

31 „Pfandleihe trotz Finanzkrise leicht rückgängig – Versteigerer mit doppelter Marktchance“. Im

Die Innsbrucker Pfandleihhäuser und ihre soziokulturellen Bedingungen

Die Situation der Pfandkreditvergabe, deren Anbahnung und die daraus resultierende Kreditbeziehung unterliegen spezifischen für den Pfandkredit maßgeblichen Bedingungen. Diese begründen Bedürfnisse der Kund/innen wie der Kreditgeber/innen und lassen sich auf verschiedene Faktoren zurückführen.

Allen voran zu nennen ist die sowohl die Verhaltensstrategien der Pfandkreditnehmer/innen als auch die der Pfandkreditgeber/innen beeinflussende gesellschaftliche Stigmatisierung des Pfandkredits. Diese diffamiert die Betreiber/innen des Pfandkreditgewerbes als halblegal operierende, dem informellen Finanzsektor angehörige und unehrenhafte Wucherer, während die Kund/innen als verarmte, aber auch ökonomisch irrational Handelnde geringgeachtet werden. Für die lange Tradition dieser Stigmatisierung liefert vor allem Hummel eine materialreiche Analyse der bürgerlichen Erzählung vom Pfandkreditgeschäft als Teil der urbanen Schattenwelt.³²

Mit der gesellschaftlichen Ablehnung des Pfandkredits als eine illegitime Form des Kreditgeschäfts zusammenhängend lässt sich eine spezifische auf die Institution Pfandleihhaus bezogene Schwellenangst annehmen. „An diesem Morgen, an dem ich im Sillpark nach der Dorotheum-Filiale gesucht habe, war ich sehr nervös und unsicher, nervös weil ich nicht wusste, wie man sich in einer Pfandleihe zu verhalten hat ...“³³ Unterschiedliche Gründe führen Kund/innen ins Pfandleihhaus.³⁴ Während in manchen Fällen geschätzt und über Auktion verkauft werden soll, dient der Pfandleihkredit in finanziellen Notlagen als kurzfristige Hilfe, um monetäre Engpässe zu überbrücken.³⁵

Neben den drei Faktoren der gesellschaftlichen Stigmatisierung, der damit in Zusammenhang stehenden Schwellenangst und dem in vielen Fällen anzuneh-

Gespräch mit Mag. Andreas Wedenig, Bereichsleiter Pfandkredit, Dorotheum. In: Facts. Informationen des Fachverbandes Finanzdienstleister. Ausgabe 3/2009. Online unter: portal.wko.at/wk/format_detail.wk?angid=1&stid=482825&dstid=5105 (Stand: 01.06.2012). Die Aussagen über den eigenen Kund/innenkreis interpretiere ich als Reaktion auf die an das Pfandleihgewerbe herangetragene gesellschaftliche Stigmatisierung und somit als Strategie der Legitimierung, insbesondere in der zitierten Pressemeldung.

32 Eine differenzierte Analyse der Stereotype findet sich bei Hummel (wie Anm. 18), 12–53 (Teil 1: „Halsabschneider im Universum der anrühigen Orte oder letzter Retter in der Not? Die Rekonstruktion eines Stigmas anhand von Geschichte und Fiktion“).

33 Aus meinem Feldtagebuch (wie Anm. 21).

34 Vgl. Wedenig (wie Anm. 31).

35 In einzelnen von Hummel dokumentierten Pfandkreditbeziehungen liegt kein akuter ökonomischer Bedarf vor. Hummel vermutet in der Praxis des Verlängerns der Pfandschuld über lange Zeiträume hinweg die Sicherstellung des Status als verlässliche Stammkundschaft und der damit korrelierenden Kreditwürdigkeit.

menden ökonomischen Bedarf lassen sich zur Analyse der Pfandkreditbeziehung die aus diesen Einflussfaktoren resultierenden Bedürfnisse der Kund/innen nach Anonymität und Diskretion, Niederschwelligkeit, Sicherheit und Wertschätzung im Umgang mit den Pfandgegenständen benennen.

Am Beispiel der beiden Dorotheumsfilialen kann konkret gezeigt werden, welche infrastrukturelle Ausstattung, Standortwahl und Verhaltensstrategien der in Person des/der Schätzmeister/in³⁶ vertretenen Pfandleiher/innen dazu dienen, den Bedürfnissen der Pfandkreditkund/innen zu entsprechen und damit der Pfandkreditbeziehung eine zu ihrem Gelingen erforderliche Rahmung zu geben.

Die Integration der Pfandleihen in Juweliergeschäftsräume und die dabei gleichzeitig vollzogene innere Trennung der repräsentativen Vorderbühne von der dem Pfandkreditgeschäft zugewiesenen Hinterbühne, wie sie in einer Filiale durch die klare Separierung der Räumlichkeiten in zwei Stockwerke und in der anderen durch den hinter Milchglasscheiben verborgenen Pfandkreditbereich geschaffen wird, bedient Bedürfnisse nach Anonymität und Diskretion gleichermaßen. Auch die Standortwahl der Dorotheumsfiliale im Einkaufszentrum kündigt davon, Kund/innen vor neugierigen Blicken schützen zu wollen. So wird beim Betreten des größeren Gebäudekomplexes zunächst nicht ersichtlich, ob die Pfandleihfiliale aufgesucht werden soll. Dem Bedürfnis nach Sicherheit entsprechend erfolgt der Aushang der gesetzlichen Grundlagen sowie der Erklärung der Geschäftsbedingungen im Wartebereich dieser Pfandleihfiliale unmittelbar neben dem dort vorhandenen Tisch. Im Zusammenhang mit der Lage des Einkaufszentrums und der direkten öffentlichen Anbindung lässt sich diese Filiale als niederschwelliges Konsumangebot interpretieren. Die Pfandleihe in der Maria-Theresien-Straße scheint durch ihre Lage und Nachbarschaft als legales und legitimes Kreditangebot zu überzeugen. Vor allem die Fassade des prachtvollen Arkadenhofs und die unmittelbare Umgebung in der städtischen Flaniermeile deuten an, dass mit der Betonung des institutionellen Charakters und der Geschichte des Hauses Sicherheit im Umgang mit den Wertgegenständen versprochen werden soll.

In beiden Filialen lassen sich am Arbeitsschreibtisch der Schätzmeister/innen Lupen verschiedener Größe, Waagen in unterschiedlichen Ausführungen und etliche kleine und größere Behälter aus Karton und Plastik entdecken. Die schwarzen Kartonschachteln dienen dazu, den Schmuck durch die Öffnung am Schreibtischrand zu reichen, dieser wird unter der zusätzlichen Beleuchtung, die die Tätigkeit des/der Schätzmeister/in ins rechte Licht rückt, begutachtet, gewogen und schließlich in eine Plastiktüte verpackt, um durch ein Etikett gekenn-

36 Wie aus Stellenbeschreibungen des Dorotheums ersichtlich wird, werden Schätzmeister/innen mit der Aufgabe der Bewertung und Übernahme von Wertgegenständen und der Beratung der Pfandkreditkund/innen betraut. Vgl. online unter: www.dorotheum.com/dorotheum/karriere/offene-stellen.html (Stand: 18.02.2013).

zeichnet zu werden. Taxiert und markiert werden die Wertgegenstände zur sachgerechten Verwahrung in den Tresor gegeben.³⁷ Der in Gegenwart der Kund/innen offensichtliche und behutsame Umgang mit den Pfandgegenständen sichert den Pfandkreditnehmer/innen in der Situation der Bewertung des Pfandes die Professionalität und Integrität der Pfandleiher/innen zu. Diese sorgsame Handhabung verdeutlicht die wertschätzende Anerkennung, derer die Kund/innen bedürfen, wenn sie ihren Besitz ins Pfandleihhaus bringen.

Pfandgegenstände – dingliche Voraussetzungen sozialer Beziehungen

Das Pfandkreditgeschäft wird in Österreich, auf der gesetzlichen Grundlage der Gewerbeordnung basierend, als vom Bankgewerbe zu unterscheidendes freies Gewerbe angesehen. Für die Unterscheidung vom Bankkredit maßgeblich ist die Sicherstellung der Rückzahlung, für die einzig der Wert der als Pfand gegebenen Sache einsteht.³⁸ In ihrer zeitlichen Dimension trägt die Abwicklung des Pfandkredits deutliche Merkmale des Sofortkredits.³⁹ Der offensichtlichste Hinweis darauf findet sich in der offensiven Werbestrategie der Pfandleihhäuser. Mit Wortlauten wie „Bargeld sofort!“ oder „sofort bar ausgezahlt“ (vgl. dazu Abb. 1 und 4), welche besonders deutlich bei der Kundenakquise der Autopfandleihen ins Auge fallen, wird der Unterschied zum konventionellen Kredit werbewirksam hervorgehoben.

Tatsächlich erfolgt die Auszahlung der Kreditsumme umgehend und bar, dennoch unterscheidet sich der Pfandkredit wesentlich vom Sofortkredit, denn die



Abb. 4: Autobelehrung Häfner. Quelle: www.auto-pfandhaus.at/ (Stand: 25.03.2014)

Bewertung der Zahlungsfähigkeit entfällt nicht. Es kommt in der Regel zu einem Zusammentreffen der jeweiligen Parteien und in persönlicher Interaktion zur Prüfung der Bonität der potentiellen Geschäftspartner/innen. Wenngleich dies nicht in herkömmlicher Art und Weise geschieht, denn an die Stelle der

³⁷ Auf die sachgerechte Verwahrung der Pfandgegenstände wird auch in der Selbstdarstellung des Dorotheums verwiesen. Vgl. online unter: www.dorotheum.com/pfand/schmuck-kunst/faq.html (Stand: 18.02.2013).

³⁸ Vgl. dazu Walter Hager: Analyse Pfandleihe. Online unter: www.arbeiterkammer.at/bilder/d100/PfandleiheimVergleich.pdf. (Stand: 18.02.2013).

³⁹ Vgl. die ausgearbeiteten Merkmale des Sofortkredits bei Meyer (wie Anm. 1), 175 ff.

Befragung diverser Gläubigerschutzverbände tritt die Bewertung des Pfandgegenstandes. Dieser dient als Sicherstellung der Tilgung des Kredits, und dessen Schätzung ist ein fester, die Pfandkreditbeziehung konstituierender Bestandteil. Weil sie zur Feststellung der Zahlungsfähigkeit dient, bildet sie das zentrale Element einer gelingenden Kreditbeziehung, auf deren Grundlage die persönliche Verpflichtung der Schuldner/innen den Kreditgeber/innen gegenüber beruht.⁴⁰

Im Unterschied zum herkömmlichen Kredit werden beim Pfandkredit allerdings nicht allein zukünftige Schuldner/innen ob ihrer Zuverlässigkeit geprüft, die Beurteilung und Bewertung des Pfandgegenstandes, über dessen monetären Wert es beiderseits Vorstellungen gibt, dient auch zur Prüfung der Pfandleiher/innen in ihrem Expert/innenstatus. Bestehen Zweifel an der Fähigkeit des/der Schätzmeister/in zur fachlich kompetenten Beurteilung oder an dessen/deren Vertrauenswürdigkeit, kann die sich im Laufe der Interaktion aufbauende Beziehung empfindlich gestört werden.

[I]ch kam eigentlich gar nicht dazu zu sprechen, da wendete sie sich schon samt Schmuck von mir ab. Ich sah also von der Seite zu und wurde mir meiner gebückten Körperhaltung noch mehr bewusst, bis es mir lächerlich vorkam und ich mich wieder gerade hinstellte. Jetzt wagte ich es erst recht nicht mehr, die mir im 90°-Winkel abgeneigte Dame, die überdies einen sehr konzentrierten Eindruck mit ihrer Lupe machte, anzusprechen. [...] [I]ch hatte das Gefühl, das sollte jetzt schnell gehen, kein allzu langer Augenkontakt und die rasche Abwicklung ließen kein Gespräch zustande kommen, es wurde der Eindruck von ‚null Anteilnahme‘ erweckt ... den Schmuck unter diesen Umständen zu verpfänden, wäre mir sehr schwer gefallen.⁴¹

Gelingt die Beurteilung des Wertgegenstandes als für alle Beteiligten wichtiger Auftakt der Kreditbeziehung, heftet sich an ihn auch das Fortbestehen dieser. Die durch institutionelle Rahmung und den Expertenstatus der Pfandleiher/innen hervorgebrachte Distanz zwischen den beiden interagierenden Personen kann dabei unerwarteter Nähe weichen:

Er [Pfandleiher, Anm. N.N.]: „Hast du einen Ausweis?“

Ich [N.N.]: „Ja, Führerschein.“

Er schaut sich das Führerscheinfoto genau an. Auf seinen abschätzenden Blick sage ich: „Ja da hatte ich noch schwarze Haare.“

⁴⁰ Vgl. Meyer (wie Anm. 1 u. 5).

⁴¹ Aus meinem Feldtagebuch (wie Anm. 21).

Er: „Das schaut aber gut aus mit den schwarzen Haaren, warum hast du sie dir rot gefärbt?“

Ich: „Neuer Freund, neue Haarfarbe. Jetzt werde ich aber auch im Gesicht rot!“ Ich lache.

Er: „Na, dann ist dir jetzt jetzt wenigstens warm geworden.“⁴²

Für den Abschluss des Kreditgeschäftes wird zwischen Pfandkreditgeber/innen und Pfandkreditnehmer/innen eine Frist vereinbart. „Dann nimmt er den Betrag raus, druckt den Pfandschein, markiert das Datum auf dem Pfandschein mit Leuchtstift und sagt: ‚Am [...] [Datum, das am Pfandschein markiert wurde, Anm.] kannst du die Ohringe wieder holen, diesen Zettel musst du gut aufbewahren.‘“⁴³

Die Deutlichkeit, mit der auf die vereinbarte Frist hingewiesen wird, betont deren Wichtigkeit, denn es obliegt den Kund/innen, den Pfandgegenstand nach deren Verstreichen wieder auszulösen, eine Fristverlängerung zu bewirken oder den Pfandschein verfallen zu lassen.

Die Übergabe des Pfandscheines und der Auszahlungssumme markiert dabei nicht nur den Tausch des Wertgegenstandes in einen Geldbetrag, sondern auch jenen Moment in dieser Kreditbeziehung, bei dem ein Wechsel der Positionen der Geschäftspartner/innen möglich wird. Nachdem bisher die Pfandkreditbeziehung von einer Ungleichstellung der beiden Parteien zugunsten der Position der bewertenden Pfandleiher/innen beeinflusst war, wird es den Pfandkreditnehmer/innen künftig möglich, die Kreditbeziehung zu gestalten. Im Rahmen – der durch die Fristsetzung gebotenen Möglichkeiten – entscheiden die Kreditnehmer/innen über die Fortsetzung oder das Ende der Kreditbeziehung.⁴⁴

Den Pfandschein nicht termingerecht zu verlängern oder einzulösen würde die Pfandleiher/innen zur Veräußerung des Wertgegenstandes berechtigen, die Kreditnehmer/innen würden ihren Anspruch darauf, den Gegenstand zurückzuerhalten, verlieren.

42 Aus meinem Feldtagebuch, Auszug aus: 3. Einstieg ins Feld; Datum: 18.01.2012, Ort: Dorotheum, Standort: Maria-Theresien-Str., Innsbruck, Uhrzeit: ca. 9.00 bis 9.15 Uhr.

43 Ebd.

44 An dieser Stelle wird deutlich, dass die Beziehung der menschlichen Akteur/innen untereinander in einem untersuchungswürdigen Verhältnis zur Mensch-Ding-Beziehung, der Relation zwischen den Besitzer/innen der Wertgegenstände und derselben, steht. Die emotionale Bindung der Akteur/innen zu den meist aus dem persönlichen Besitz stammenden Dingen ist, so nehme ich an, maßgeblich für die Gestaltung der Kreditbeziehung und die Motivation zur Aufrechterhaltung dieser.

Er [Pfandleiher]: „Das [Geld, Anm. Autorin] kannst du jetzt 5 Monate haben, dann kannst du sie [die Ohrringe, Anm. Autorin] ja wieder haben.“

Ich [N.N.]: „Was passiert dann mit denen? Werden die eingeschmolzen?“

Er: „Nein, die werden dann versteigert.“⁴⁵

Pfandleiher/innen kalkulieren mit dieser Variante, die zu erwartenden Kosten für den Verkauf bzw. die Versteigerung in einer öffentlichen Auktion sowie der nach Einschätzung des Marktwertes erhoffte Verkaufspreis werden zur Festlegung der Darlehenssumme herangezogen.⁴⁶ Das Restrisiko, belehnte Gegenstände nicht zum erwünschten Zeitpunkt oder zu kalkulierten Verkaufsbedingungen absetzen zu können, sowie die Kosten für die sachgerechte Verwahrung der Wertsachen verbleiben jedoch bei den Pfandleiher/innen.⁴⁷ Unter diesen Aspekten sind zurückgezahlte Darlehen und die Rückerstattung der Pfandgegenstände, bei der die vertraglich vereinbarten Gebühren beglichen werden, erstrebenswert,⁴⁸ und auch in der Selbstdarstellung des Dorotheums wird darauf hingewiesen, dass die meisten Pfandgegenstände ausgelöst werden.⁴⁹

Mit der positiven Bewertung des Gegenstandes und dessen Annahme als Pfand für das befristete Darlehen geht also auch die Einschätzung der Kund/innen als gewillt und fähig, den Gegenstand wieder auszulösen, einher.⁵⁰ Es gilt demnach für die Pfandleiher/innen, auch die Kreditnehmer/innen und deren Verhältnis zum Pfandgegenstand zu beurteilen. Wichtige Anhaltspunkte für diese Einschätzung liefern die an die Gegenstände gebundenen biografischen Erzählungen.

45 Aus meinem Feldtagebuch (wie Anm. 42).

46 Vgl. dazu Martina Grünewald: *Inalienable Possessions of a Different Sort: On the Fading World of Pawnbroking in Vienna*. In: Gerald Bast, Floraian Bettel u. Barbara Hollendonner: *Univers. Junge Forschung in Wissenschaft und Kunst*. Wien 2010, 165–183.

47 Wird beim Verkauf ein über das gewährte Darlehen hinausgehender Gewinn erzielt, so hat der/die ursprüngliche Besitzer/in das von ihm/ihr zu beanspruchende Recht, diesen zu erhalten.

48 „Die meisten Gegenstände werden wieder ausgelöst. Das ist auch gut so, denn wir verdienen nur an den Zinsen und Gebühren. Die Versteigerungen sind nicht interessant für uns.“ Joachim Struck, Vorsitzender des Zentralverbands des Deutschen Pfandkreditgewerbes e.V., zitiert nach Markus Schleufe: *Pfandleiher. Die Armut der anderen ist das Geschäft*. Online unter: www.zeit.de/karriere/beruf/2012-09/beruf-pfandleiher (Stand: 19.02.2013).

49 „Immerhin setzen die Kreditnehmer einen Gegenstand als Pfand ein, an dem ihnen etwas liegt und den sie auch wieder retour haben wollen. 90 Prozent der Kreditnehmer holen sich ihr Pfand auch tatsächlich zurück.“ Wedenig (wie Anm. 31).

50 Gestützt wird diese besondere Form der Bonitätsprüfung von verschiedenen Strategien der Risikominimierung, so werden beispielsweise Allgemeinpfänder wie Haushaltsgeräte, Elektrogeräte und Kleidung nur noch in wenigen Fällen entgegengenommen, sehr viel häufiger werden kleinere Dinge wie Uhren, Schmuck und andere Edelmetallgegenstände angenommen, deren Absatzmöglichkeiten vielversprechender erscheinen.

Einstieg meinerseits: „Ich hab da was, das ist von einem Verflommenen, ich weiß gar nicht, was die [Ohrringe, Anm. Autorin] wert sind.“

Er [Pfandleiher]: „Wie lange ist es denn schon her mit ihm?“

Ich [N.N.]: „Zwei Jahre.“

Er: „Dann brauchst doch nicht traurig sein.“

Ich: „Ja, und mein neuer Freund mag die Ohrringe auch nicht.“

Er: „Dann nimm doch jetzt das Geld, dann kannst du sie dir in den 5 Monaten immer noch holen.“⁵¹

Das Erzählen der Kund/innen kann nicht allein als Entlastungsstrategie angesichts der gesellschaftlichen Stigmatisierung des Pfandkreditgeschäfts angesprochen werden.⁵² In den von populären Medien bereits zum Klischee gemachten „Geschichten aus dem Pfandleihhaus“⁵³ vermitteln Kund/innen den ideellen und emotionalen Wert ihrer Pfänder, sie erzählen von ihren Lebensumständen und bringen implizit zum Ausdruck, in welchem biografisch-emotionalen Verhältnis sie zu den Dingen stehen. Pfandleiher/innen gehen auf die persönlichen Geschichten ein, sie fragen nach, interpretieren die Erzählungen über die Pfandgegenstände und lassen sie ihrerseits in die Bewertung einfließen. Hummel berichtet in diesem Zusammenhang von Pfandleiher/innen, die Kundenkarteien mit persönlichen Angaben führen, langjährige Stammkundschaft pflegen und deren Status als verlässliche Geschäftspartner/innen mit einer höheren Bewertung der Pfandgegenstände honorieren.

Mit anderen Worten: In die Schätzung des Pfandgegenstandes gehen Momente der Anerkennung der Pfandkreditnehmer/innen als zuverlässige, vertrauenswürdige Geschäftspartner/innen ein, und so bildet der Pfandgegenstand die dingliche Voraussetzung für die das Pfandkreditgeschäft tragende und zu einem verbindlichen Abkommen machende Beziehung.

Zur Logik der Pfandkreditbeziehung

In der Pfandkreditbeziehung als direkte Interaktion der Kreditnehmer/innen mit den Pfandleiher/innen offenbart sich die ökonomische Praxis des Schätzens und

51 Aus meinem Feldtagebuch (wie Anm. 42).

52 Von Wanda Hummel werden die Erzählungen der Kund/innen als Selbstoffenbarung interpretiert. Vgl. Hummel (wie Anm. 18), 114 ff.

53 Vgl. dazu beispielsweise aus der Populärliteratur: Thomas Käfer: Lieber Kleingeld als kein Geld. Geschichten aus dem Pfandleihhaus. Informationen dazu online unter: www.ganz-muenchen.de/artculture/literatur/buch/2011/lieber_kleingeld_als_kein_geld/info.html (Stand: 18.02.2013).

Bewertens als eine unter den spezifischen Voraussetzungen des Pfandkreditgeschäfts wirksame Praxis sozialer Anerkennung, bei der „Kompetenzerleben und de[r] Genuss von Vertrauen“⁵⁴ die Kreditnehmer/innen in ein verbindliches Verhältnis zu den Kreditgeber/innen setzen. Mit der an den Pfandgegenstand gebundenen Form der Pfandkreditwürdigkeit ausgezeichnet, erfahren die Kreditnehmer/innen auch außerhalb der Pfandleihsituation Zugehörigkeit und Achtung, denn sie werden durch das Pfanddarlehen dazu befähigt, vom gesellschaftlichen Umfeld als liquide Mitglieder einer konsumierenden Gesellschaft wahrgenommen zu werden.

Die Logik der Pfandkreditbeziehung lässt sich nur vollständig begreifen, wenn ihr Nutzen nicht ausschließlich mit einer monetären Gewinn- und Verlustrechnung ermittelt wird. Rein rechnerisch ist schnell zu eruieren, dass das Pfandkreditgeschäft in den allermeisten Fällen unter dem Einfluss hoher Zinsen und Gebühren zu einem finanziellen Verlust der Pfandkreditnehmer/innen führt. Diese finanziellen Nachteile kompensierend, eröffnet der Pfandkredit den Kreditnehmer/innen aber auf zwei Ebenen, innerhalb und außerhalb des Pfandleihhauses, die Möglichkeit, Achtung, Vertrauen und gesellschaftliche Teilhabe zu erfahren. Die Kreditpraxis der Pfandkreditnehmer/innen ist deshalb als in ihrer inhärenten Logik schlüssige Strategie des Umgangs mit prekären Lebenslagen zu interpretieren, und als solche erlaubt sie es, bei erschwertem oder unmöglichem Zugang zu formellen bzw. konventionellen Kreditformen an der gegenwärtigen Konsumgesellschaft Anteil zu nehmen.

54 Meyer (wie Anm. 1), 177.

„Geschenkt will niemand etwas.“

Empirische Erkundungen zur Sozialität von Geld als Gabe in einer karitativen Einrichtung

Alexandra Hangl

Feldforschungstagebuch zum Thema Geld und Gabe, persönliche Reflexion eines Bittganges im Rahmen meiner beruflichen Tätigkeit in der häuslichen Krankenpflege:

Ich benötigte Geld für eine meiner Klientinnen, die sich in einer akuten finanziellen Notlage befand. Den Rat, es bei der Vinzenzgemeinschaft zu versuchen, erhielt ich von einem Sozialarbeiter. Doch wie bittet man jemand Fremden um Geld? Würde ich die benötigten 500 Euro erhalten? Im Vorraum der Regionalstelle, wo sich die Räumlichkeiten verschiedener sozialer Organisationen aneinanderreihen, mischte sich die Hoffnung auf den Erhalt des dringend benötigten Geldes mit meiner großen Unsicherheit darüber, wie ein solcher Bittgang zu funktionieren hätte. Ich hatte mich gut auf den Termin vorbereitet und versuchte zum wiederholten Mal, alle die Gründe, welche die Notlage meiner Klientin verursacht hatten, in eine chronologische Reihenfolge zu bringen. Die kurze Biographie dieser individuellen Not sollte nicht nur die prekäre Situation meiner Klientin erklären, sondern auch das Wohlwollen der potenziellen Geldgeberin positiv beeinflussen. Ich war überrascht, wie offen und freundlich ich empfangen wurde. Frau Hofer, die zuständige Mitarbeiterin der karitativen Vinzenzgemeinschaft, sagte mir eine sofortige finanzielle Hilfe zu, nachdem ich ihr von Frau Praxmarers Notlage erzählt hatte. Sie konnte den Betrag noch am selben Tag überweisen.¹

Es war diese Szene, an die ich mich zu Beginn des Studienprojektes „Money Matters“ erinnerte, als wir Studierende uns mit möglichen Forschungsfeldern für unsere empirischen Untersuchungen zum Thema Geld als soziale und kulturelle Praxis auseinandersetzten. Eine Erfahrung aus meinem Arbeitsalltag, ein eher zufälliger erster ethnografischer Blick, veranlasste mich dazu, der Sozialität von Geld

1 Alexandra Hangl: Feldforschungstagebuch Geld und Gabe. Innsbruck und Pfaffenhofen, Oktober 2011 bis Mai 2012. Alle Namen meiner Gesprächspartnerinnen im Text sind verändert, auf die Nennung von Orten habe ich aus Gründen der Anonymisierung verzichtet.

als Gabe in jener besagten Regionalstelle der „Vinzenzgemeinschaft“ nachzuspüren. Der oben beschriebene Bittgang und insbesondere seine weitreichende Wirkung auf das soziale Leben und Erleben der Empfängerin sensibilisierten mich für den Akt, in dem Geld zur Gabe existenziellen Ausmaßes wird.

Versteht man die karitative Transaktion als Tausch, finden sich eine Reihe von philosophischen, soziologischen und ethnologischen Grundpostulaten zu Geld und Gabe. Die Sozialität von Geldgaben ist darin begründet, dass im karitativen Geben und Nehmen die strukturellen Prinzipien von Gabe und Gegengabe, wie Marcel Mauss sie in seinem Werk „Die Gabe“ 1925 formuliert hat, in unserer neoliberal-kapitalistischen Gesellschaft ihre Anwendung finden. Die Gabe mit ihrem vermeintlich „freiwilligen, anscheinend selbstlosen und spontanen“² Charakter bedingt einer soziokulturellen Logik folgend eine Gegengabe. Sie ermöglicht, dass Gebende und Nehmende eine soziale Beziehung aufbauen und im Austausch bleiben. Die sozialen Beziehungen und die daraus resultierende gesellschaftliche Aktivierung der Transaktionspartner/innen entwickeln sich in der karitativen Transaktion entlang der monetären Wechselbeziehung. So ist das gegebene Geld nicht nur eine ökonomische Hilfsleistung in einer Notsituation, sondern es zeigt sich seine integrative Funktion durch eine gesellschaftliche Verpflichtung.

Methoden

Methodisch beruht mein Beitrag auf teilnehmender Beobachtung in einer Regionalstelle der „Vinzenzgemeinschaft“, auf der Analyse von Bittbriefen an selbige und auf einem qualitativen Experteninterview mit Frau Hofer, die der untersuchten Regionalstelle vorsteht. Sie ist für die Bittenden das Gesicht der „Vinzenzgemeinschaft“. Konkret trifft sie die Entscheidung über die Bewilligung der Transaktion, händigt das Geld aus oder tätigt die Überweisung. Bei einem Betrag von bis zu 500 Euro geschieht dies ohne Rücksprache mit anderen Mitgliedern der „Vinzenzgemeinschaft“. Über informelle Gespräche mit zwei Geldempfängerinnen, welche ich in einem Feldforschungstagebuch festgehalten habe, versuchte ich zudem, den Klient/innen der karitativen Gemeinschaft eine Stimme zu geben. Ich folge hierbei praxeologischen Überlegungen im Sinne Bourdieus, deren Anspruch es ist, den Sinn hinter den Handlungen und den Praktiken der unterschiedlichen sozialen Akteur/innen zu erkennen.³

2 Marcel Mauss: Die Gabe. Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften. Frankfurt a. M. 1990, 18.

3 Vgl. Pierre Bourdieu u.a.: Das Elend der Welt. Zeugnisse und Diagnosen alltäglichen Leidens an der Gesellschaft. Konstanz 1997.

Der Zugang zum Feld zeigte sich insbesondere auf der Empfänger/innenseite als schwierig. Armut und Prekarität gehören für viele Menschen zum Lebensalltag, spielen sich aber vorwiegend anonym in unserer Gesellschaft ab. Ethnografien innerhalb der Prekaritätsforschung bedürfen daher einer besonderen Empathieleistung der Forscher/innen. Es gilt, im Forschungsprozess eine soziale Beziehung zum Gegenüber aufzubauen, Nähe zuzulassen und gleichzeitig jene analytische Distanz zu wahren, welche eine spätere Reflexion des Erlebten zulässt.⁴ Den Kontakt zu meinen Gesprächspartnerinnen konnte ich über berufliche Netzwerke herstellen, die Bittbriefe wurden mir von Frau Hofer anonymisiert zur Verfügung gestellt. Meine professionelle Nähe zum Forschungsfeld öffnete mir die Türen in den Alltag der unterschiedlichen Akteur/innen, zeigte aber auch, dass soziale Nähe die eigene Wahrnehmung trübt. In der Analyse des Materials und der nachfolgenden Interpretation war mir darum eine Gruppendiskussion und die Evaluation der Ergebnisse im studentischen Plenum wichtig, um mögliche blinde Stellen meinerseits erkennbar zu machen und insbesondere die hegemonialen Differenzen zwischen den Akteur/innen zu thematisieren.

Die Institution

Die „Vinzenzgemeinschaft“ sieht sich als karitativer „Verein für Jung und Alt“, dessen ehrenamtliche Mitarbeiter/innen sich um Mitmenschen kümmern, welche in Not geraten sind. Dabei arbeitet die Laienorganisation in zahlreichen regionalen Niederlassungen mit bestehenden sozialen Einrichtungen vor Ort zusammen. Der Verein finanziert sich durch Spenden und Einkünfte aus Charity-Veranstaltungen, welche durch das Ehrenamt der Mitarbeiter/innen ausschließlich den Hilfsbedürftigen zugutekommen. Die „Vinzenzgemeinschaft“ ist mit über einer Million Mitgliedern die größte ehrenamtliche Laienorganisation der Welt. In Österreich gibt es 113 regionale Niederlassungen mit rund 1200 Mitgliedern. Die Aufgabengebiete der Gemeinschaft sind hierbei von Ort zu Ort unterschiedlich und geprägt von individuellen Interessen und regionalen Schwerpunktsetzungen der jeweiligen Teams. So kümmern sich die Vereinsmitglieder häufig um

4 Vgl. z.B. Bourdieu, ebd., sowie nach dessen Vorbild auch: Elisabeth Katschnig-Fasch: Das ganz alltägliche Elend. Begegnungen im Schatten des Neoliberalismus. Wien 2003. Aus diesem Umfeld auch: Diana Reiners, Gerlinde Malli u. Gilles Reckinger: Bürgerschreck Punk. Lebenswelten einer unerwünschten Randgruppe. Wien 2006; Gerlinde Malli: Sie müssen nur wollen. Gefährdete Jugendliche im institutionellen Setting. Konstanz 2010; Gilles Reckinger: Perspektive Prekarität. Wege benachteiligter Jugendlicher in den transformierten Arbeitsmarkt. Konstanz 2010; Diana Reiners: Verinnerlichte Prekarität. Jugendliche MigrantInnen am Rande der Arbeitsgesellschaft. Konstanz 2010.

Obdachlose, machen Krankenbesuche oder sind innerhalb der Hospizbewegung aktiv. Die „Vinzenzgemeinschaft“ reagiert in Notsituationen auf vielfältige Weise. Neben der Gewährung einer monetären Überbrückungshilfe versuchen die Mitarbeiter/innen auch mit Gesprächen, Lebensmittelspenden oder Kleidung Hilfe zu leisten. Sie gehen auf die Menschen zu und bieten ihre Unterstützung an.

Auch wenn sich die Regionalstellen häufig im Wirkungsbereich katholischer Einrichtungen ansiedeln und sich am karitativen Leben des heiligen Vinzenz orientieren, sollen Religion, kultureller Hintergrund oder politische Einstellung der Klient/innen nicht von Bedeutung sein, sondern der einzelne Mensch und seine ganz individuelle Notsituation im Mittelpunkt der Hilfestellungen stehen. Tirolweit haben sich bis dato 62 regionale Gruppen gebildet, welche durch ihre finanziellen Hilfsleistungen und über Lebensmittelgutscheine rund 500.000 Euro im Jahr ausschütten.⁵

Vom Bitten und Geben

Frau Hofer kann auf eine lange berufliche Erfahrung im sozialen Bereich zurückblicken und reflektiert ihre Tätigkeit im Verein auch im Vergleich zu anderen Institutionen. Die langjährige Mitarbeiterin der „Vinzenzgemeinschaft“ versucht, wie sie selbst sagte, den Menschen, welchen sie in ihrer Arbeit begegnet, mit „Wertschätzung und Respekt“ gegenüberzutreten. Ihr ist es wichtig, den Klient/innen entgegenzugehen, wenn sie die Räumlichkeiten betreten, und jeder Person die Hand zu geben, um sie willkommen zu heißen. Nachdem die „erste Unsicherheit“ verfliegen sei, fühlten sich „manche in den Räumlichkeiten so wohl“, dass es mitunter einiger Anstrengungen bedürfe, um „den Besuch zu beenden“.⁶ Dementsprechend beschrieben auch meine Gesprächspartnerinnen eine große Verunsicherung oder gar ein starkes körperliches Unwohlsein beim ersten Aufsuchen der Einrichtung, verbunden mit der wohlthuenden Überraschung darüber, dass sie mit Achtung und Respekt empfangen wurden.

5 Vgl. www.vinzenzgemeinschaften-tirol.at (Stand: 20.12.2012). Zur Selbstwahrnehmung und Präsentation regionaler Vinzenzgemeinschaften siehe auch: Südtiroler Vinzenzgemeinschaft (Hg.): 125 Jahre Vinzenzkonferenzen in Südtirol 1877–2002. Bozen 2002; Vinzenzgemeinschaft Telfs (Hg.): 25 Jahre Vinzenzgemeinschaft Telfs. Telfs 1998. – In den Festschriften der Vereine findet der/die Leser/in eine starke Betonung christlicher Werte wie Nächstenliebe und Caritas. Dem heiligen Vinzenz von Paul wird als Gründer der ersten Bruderschaft der Caritas und in den daraus resultierenden Entwicklungen im Sinne einer vinzentinischen Spiritualität eine große Aufmerksamkeit zuteil.

6 Alle Zitate stammen aus dem Interview mit Frau Hofer, Regionalstelle der „Vinzenzgemeinschaft Tirol“, geführt am 16. Dezember 2011.

Die Bittenden eröffnen mit ihrem Besuch, aber auch durch Bittbriefe den auf Reziprozität beruhenden Kreislauf aus Gabe und Gegengabe. Die Institution, vertreten von Frau Hofer, gibt die Regeln vor, nach denen der karitative Tausch zu funktionieren hat. Wenn Frau Hofer über die Faktoren, welche die Bedürftigen zum Bittgang veranlassen, spricht, zeigt sich das Spektrum dessen, was individuelle Not sein kann:

Die Nöte der Menschen sind vielseitig. Sie haben viele Facetten, und die eigene Not eines Menschen ist immer die größte Not. Ich denke, man sollte jeden anhören, wo seine Not ist, und dann differenzieren: ist es jetzt wirklich eine Not, wo man helfen kann, der man begegnen kann – vielleicht nicht nur finanziell. [...] Wichtig ist mir, dass man nie leichtfertig urteilen soll. [...] Ich hör mir dann die Sorgen der Leute an, und eigentlich geht es immer nach dem gleichen Ablauf: Sie setzen sich hin und sagen: „Ich brauche Geld.“ Die Bitte kommt sehr rasch, denn das ist ja klar, dass sie Geld brauchen. [...] Geld ist für mich in erster Linie diese finanzielle Überbrückungshilfe in einem Notfall, darüber hinaus auch eine Wertschätzung.⁷

Frau Hofer sieht, dass Stellen wie die „Caritas“ und andere karitative Stellen bei der Grundversorgung helfen, aber manche Menschen eine sofortige Geldgabe brauchen und diese in zwei, drei Monaten zurückgeben können. Die monetären Leistungen werden von ihr gleich überwiesen oder, wenn es die Notsituation verlangt, auch in bar ausbezahlt. Die karitative Transaktion wird in dieser Regionalstelle der „Vinzenzgemeinschaft“ auch als Überbrückungshilfe bezeichnet, da diese nach Möglichkeit von den Empfänger/innen zurückbezahlt werden soll. Der Terminus impliziert eine zu erwartende Besserung der finanziellen Situation. In der von mir besuchten Stelle wird eine Rückzahlungsvereinbarung zwischen den Parteien schriftlich festgehalten.⁸ Die wechselseitige Vereinbarung bewirkt, dass den Empfänger/innen die Annahme des Geldes leichter fällt, da die Gabe als Kredit gekennzeichnet und damit kein Almosen ist. Denn „[d]ie nicht erwiderte Gabe erniedrigt auch heute noch denjenigen, der sie angenommen hat, vor allem wenn er sie ohne den Gedanken an eine Erwidering annimmt. [...] Milde Gaben verletzen den, der sie empfängt.“⁹ Auch in meinen informellen Gesprächen mit Frau Praxmarer und Frau Peiner, welche beide eine erhaltene Überbrückungshilfe zurückzahlen konnten, zeigt sich, dass die vertragliche Grundlage und die erwünschte Rückzahlung ein zentrales Element in der Gesprächskonstruktion und in der individuellen Selbstdarstellung bilden.

7 Interview mit Frau Hofer, ebd.

8 Nur wenige Ortschaften weiter findet sich eine weitere Regionalstelle der Gemeinschaft, in welcher die Hilfsleistung der Überbrückungshilfe fast ausschließlich über Gutscheine erfolgt.

9 Mauss (wie Anm. 2), 157.

Die Geldleistungen, welche die Bittenden nach einem persönlichen Gespräch unbürokratisch erhalten, unterscheidet die Laienorganisation von anderen sozialen und karitativen Stellen. So müssen beim Sozialamt oder der „Caritas“ verschiedene bürokratische Instanzen durchlaufen werden, bevor ein Notfall bearbeitet werden kann und benötigtes Geld zugewiesen wird. Die Überbrückungshilfe hingegen verzichtet auf bürokratische Hürden, und sie hat gegenüber den Transfer- und den Hilfsleistungen anderer öffentlicher und privater Fürsorgeeinrichtungen noch eine weitere Besonderheit: das persönliche Gespräch und die individuelle Not sind zentraler Bestandteil der karitativen Transaktion. Während eine finanzielle Unterstützung durch staatliche Stellen meist ein anonymer Akt ist, „der abstrakte Subjekte verbindet“ – denn dabei sei laut Maurice Godelier „nicht mehr davon die Rede, daß man jemandem gibt, den man kennt, und noch weniger davon, etwas anderes dafür zu erwarten als einen Dank, der niemals persönlich empfangen werden wird“¹⁰ –, so steht bei einer monetären Hilfsleistung durch die „Vinzenzgemeinschaft“ die persönliche Beziehung im Vordergrund.

Auch wenn die Wertschätzung der Klient/innen ein zentrales Element der karitativen Tauschbeziehung in der „Vinzenzgemeinschaft“ sein soll, finden sich die Parteien in Strukturen ein, die unweigerlich auch Machtdiskurse widerspiegeln. Der Akt des Bittens und Gebens verfestigt solche Machtstrukturen und repositioniert die Akteur/innen im sozialen Netz ihrer Möglichkeiten. So lässt sich der Wunsch nach einem persönlichen Gespräch durchaus auch als Bedingung lesen, die Frau Hofer stellt. Ohne persönliche Aussprache zahlt sie kein Geld aus. Diese Kondition verlangt von den Bittenden, dass sie sich auf eine nicht in erster Linie von ihnen selbst erwünschte Beziehung einlassen, sich ihrer Not persönlich stellen und diese artikulieren. Armut und Prekarität müssen im Rahmen dieses Prozesses offengelegt werden, was den Antragsteller/innen eine Auseinandersetzung mit den individuellen Ursachen für ihre Not abverlangt. Die Positionierung des Selbst, im Rahmen dieser Offenlegung, ermöglicht manchen, Wege aus der Armut zu erkennen und aktiv an der Verbesserung der eigenen Situation zu arbeiten. Der Zwang der persönlichen Kontaktaufnahme schreckt jedoch einige der Klient/innen ab. Dies lässt sich an den Bittbriefen ablesen, deren Verfasser/innen sich nur auf schriftlichem Wege an die Gemeinschaft wenden und sich auf die geforderte persönliche Beziehung nicht einlassen wollen.

10 Maurice Godelier: Das Rätsel der Gabe. Geld. Geschenke, heilige Objekte. München 1999, 14.

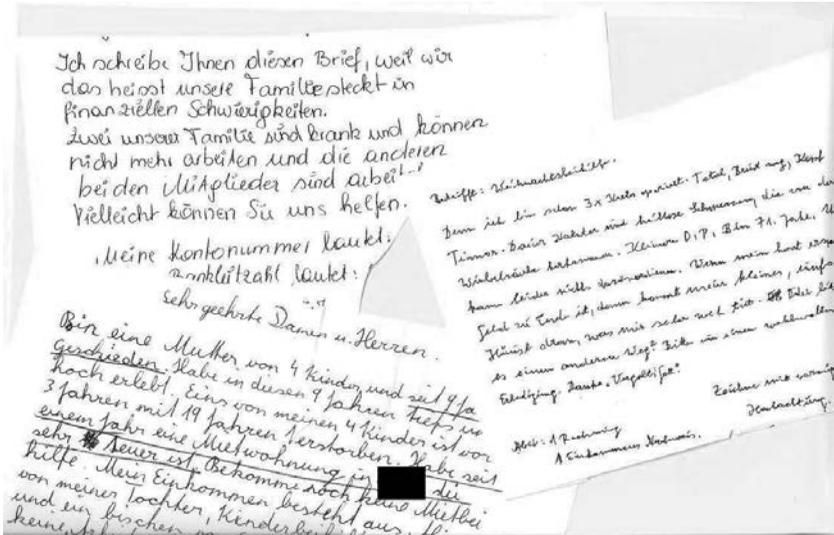


Abb. 1: Drei Bittbriefe (Nr. 2, 3 und 4), Sammlung Bittbriefe Hangl

Die Bittbriefe

Regelmäßig erreichen die „Vinzenzgemeinschaft“ Bittbriefe, in welchen die Verfasser/innen nur unter der Angabe einer Kontonummer um eine Überweisung bitten. Dem Aufruf zu einem persönlichen Gespräch, welches die Grundvoraussetzung für die karitative Transaktion ist, folgen diese Bittsteller/innen meist nicht. Frau Hofer betont, dass „diese Klientel nicht die Masse“ sei, aber sie trotzdem versuchen würde, diese Menschen zu erreichen. Häufig gelingt eine Kontaktaufnahme nicht. Einzelne reagieren auf den angestrebten Beziehungsaufbau mit Beleidigungen und Beschimpfungen gegenüber der Gemeinschaft. An dieser Stelle wird im Gespräch mit Frau Hofer ihre persönliche Enttäuschung spürbar, die mit der Zurückweisung der Hilfsangebote einhergeht.

Diesen wortkargen Bittbriefen stehen jene gegenüber, welche bereits eine genaue Biografie der individuellen Not enthalten, deren Verfasser/innen lassen sich meist auf die von Frau Hofer geforderte Beziehung ein. Schon in ihrem ersten schriftlichen Ansuchen verdichten sie ihr Leben auf ganz bestimmte Leitlinien, welche sich an Krankheit und Schicksalsschlägen orientieren und die momentane Bedürftigkeit rechtfertigen. Die meisten Schreibenden legen der – für sie zu diesem Zeitpunkt noch anonymen – „Vinzenzgemeinschaft“ Zeugnis darüber ab, wie es zur derzeitigen prekären Lebenssituation gekommen ist. Hierbei sind

die pekuniären Schwierigkeiten zwar Thema, aber nicht zentrales Gestaltungselement der Schreiben. Strukturiert wie ein Lebenslauf ergibt sich der Sinn der Briefe aus den aneinandergereihten Tatsachen. Arbeitsunfähigkeit oder -losigkeit¹¹, eine Scheidung¹², der kranke Mann¹³ oder die überstandene Krebsoperation¹⁴ begleiten die Bitte nach einer finanziellen Unterstützung. Aus ihrer marginalisierten Stellung heraus scheinen die Autor/innen zu wissen, dass sie der karitativen Empfängerin ihrer Briefe durch die Präsentation ihres Lebens bereits den Aufbau einer reziproken Beziehung ermöglichen.

Die Beziehungsebene

Über den geforderten persönlichen Kontakt entsteht eine temporäre Beziehung zwischen den Beteiligten, welche auf unterschiedlichen gegenseitigen Erwartungen beruht. Die Klient/innen wollen ihre prekäre Situation verbessern und erhoffen sich eine Geldleistung. Auf der Seite der Geberin sind die Erwartungshaltungen an das Gegenüber jedoch komplexer. Die Zuweisung der Überbrückungshilfe verlangt ihrerseits eine intensive Auseinandersetzung mit dem jeweiligen Notfall. Frau Hofer gibt ihre Zeit, ihr Vertrauen, aber auch die langjährige professionelle Erfahrung an ihr Gegenüber. Trotz der „guten Menschenkenntnis“, die Frau Hofer sich selbst zuschreibt, kommt es immer wieder vor, dass Klient/innen die Überbrückungshilfe nicht zurückbezahlen wollen oder können:

Es kommen schon Leute, da weiß ich von Anfang an, dass ich das Geld nie wieder sehe. Es gibt auch Leute, wo ich mir denke: „Ja, das Geld bekomme ich wieder.“ Da habe ich aber schon im Hinterkopf, wenn ich es bekomme, ist es okay, wenn nicht, ist es auch okay. [...] Ich denke, es muss manches Mal auch drin sein, dass ich sage: „Ja da hab ich mich halt mal getäuscht.“ Ich kann das einfach wegstecken. Das passiert halt. [...] Bis maximal 500 Euro darf ich frei entscheiden. Ich hatte letztens einen Fall, wo ich wusste, die Frau kann mir die geliehenen 400 Euro nicht zurückzahlen. Die haben wir dann einfach ausgebucht.¹⁵

An dieser Stelle zeigt sich, wie sehr Frau Hofer ihre distributive Funktion, welche sie im Verein einnimmt, mit ihrer eigenen Person verbindet. Auch wenn sie mo-

11 Vgl. Bittbrief Nr. 2.

12 Vgl. Bittbrief Nr. 4.

13 Vgl. Bittbrief Nr. 5.

14 Vgl. Bittbrief Nr. 3.

15 Interview mit Frau Hofer (wie Anm. 6).

natlich dem Vorstand der regionalen „Vinzenzgemeinschaft“ „zur Rechenschaft verpflichtet“¹⁶ ist, trifft sie den Großteil der Entscheidungen darüber, ob eine Überbrückungshilfe gewährt oder der Not des Gegenübers anders begegnet wird, selbst. Sie versucht dieser Verantwortung ihrer eigenen Person und dem Verein gegenüber durch eine möglichst „genaue und korrekte“¹⁷ Arbeitsweise gerecht zu werden.

Der Großteil der Empfänger/innen, das betont Frau Hofer ausdrücklich, bezahlt die Hilfsleistung nach einer vereinbarten Zahlungsfrist zurück. „Anders könnte das Prinzip der Überbrückungshilfe auch gar nicht funktionieren“, so Frau Hofer. Wenn die Rückzahlung nicht erfolgen kann, suchen die Klient/innen meist das Gespräch, und neue Konditionen werden vereinbart oder der Betrag wird, wie beschrieben, ausgebucht. Handeln säumige Klient/innen jedoch dem reziproken Regelwerk der Gabentheorie zuwider und treten nicht mit der Institution in Kontakt, hat dies durchaus Konsequenzen: die Klient/innen können in den meisten Fällen keine weitere Hilfsleistung erwarten. „Wird diese Reziprozität durchbrochen, ist ein zentrales Prinzip von Gesellschaft außer Kraft gesetzt, die Folge sind Irritation, Ärger und Verunsicherung.“¹⁸ Auch sind die verschiedenen karitativen Einrichtungen untereinander vernetzt und informieren sich über die Antragssteller/innen, bevor sie Auszahlungen tätigen. Frau Hofer hat eine machtvolle Stellung in diesem Netzwerk der Reziprozitäten inne. Auch wenn sie betont, dass sie wertfrei und voller Verständnis für den Einzelnen auf die Bittsteller/innen zugeht, gilt es, solche sozialen Konstellationen wie ihre Selbstzuschreibungen im Forschungsprozess zu hinterfragen und zu dekonstruieren. Das Verhältnis zwischen den Parteien bleibt asymmetrisch, auch wenn die institutionelle sowie individuelle Machtposition seitens der Geberin in deren Selbstdarstellung nivelliert wird.

Kredit und die soziale Wirkmacht von Reziprozität

Nach ökonomischen Standpunkten handelt es sich bei der Überbrückungshilfe der „Vinzenzgemeinschaft“ um einen Kredit, und Kreditbeziehungen bedingen eine soziale Integration der Transaktionspartner/innen.¹⁹ Die kulturelle Logik des

16 Ebd.

17 Ebd.

18 Silke Meyer: Stimmt so. Zur sozialen und kulturellen Bedeutung von Trinkgeld. In: Konrad Köstlin, Andrea Leonardi u. Paul Rösch (Hgg.): Kellner und Kellnerin. Eine Kulturgeschichte. Cameriere e Cameriera. Una Storia Culturale. Meran 2011, 259–275, hier 269.

19 Auf die integrative Funktion von Kreditleistungen verweisen die Forschungsarbeiten von Silke Meyer zum Thema Kreditkultur. Vgl. ebd.; dies.: Prekäre Beziehungen. Zur kulturellen Logik der Verschuldung. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde, 114 (2011), 163–185.

Kredites folgt dem Prinzip von Gabe und Gegengabe. Es wird nach Simmel „statt der Unmittelbarkeit der Wertausgleichung eine Distanz gesetzt, deren Pole durch den Glauben zusammengehalten werden“²⁰. Zwischen diesen Polen des gegenseitigen Vertrauens entwickelt sich soziale Reziprozität.

Dem gewährten Kredit folgt ein System aus Verbindlichkeiten. Innerhalb dieses Systems glaubt Frau Hofer an ihre Klient/innen und daran, dass diese das Geld an die Gemeinschaft zurückgeben. Dieser Annahme der Gebenden entspricht laut Auskunft von Frau Hofer die Absicht der Bittenden, das Geliehene zurückzuerstatten. Mit dem ausgezahlten Geld bestätigt sich die eigene Kreditwürdigkeit. Auf der Beziehungsebene fühlen sich die Klient/innen der Ansprechperson und nicht der „Vinzenzgemeinschaft“ ökonomisch wie sozial verpflichtet. Für Frau Hofer findet die Gegengabe ebenfalls in unterschiedlichen Dimensionen statt, das heißt sowohl in Form von getätigten Rückzahlungen als auch der erfahrbaren Dankbarkeit für die gelinderte Not: „Mir reicht schon als Dank, wenn der Frau oder dem Mann, meist sind es ja Frauen, wenn ich merke, dass ein Stein vom Herzen gefallen ist, die geht erleichtert hinaus. Das ist für mich Dank genug. Dieses Gefühl habe ich sehr oft, und dann denk ich mir, das hat sich gelohnt.“²¹

Für die Geberin ist die persönlich investierte Zeit, die sie dem Gegenüber neben Geld und Vertrauen gibt, ein weiterer wichtiger Faktor im reziproken Austauschprozess. In ihrer Freizeit, die sie selbst als „wertvolle Zeit“ bezeichnet, geht Frau Hofer zu Menschen nach Hause, hört zu, wenn die Antragsteller/innen die Geschichten ihres Lebens erzählen, versucht zu vermitteln und bekommt Dankbarkeit und Erleichterung zu spüren. Sie empfindet aber auch Genugtuung darüber, dass beinahe alle von ihr getätigten Überbrückungshilfen zurückbezahlt werden, dass das von ihr investierte Vertrauen nicht enttäuscht wurde. Sie interpretiert diese Tatsache als einen persönlichen Erfolg. Manches Mal hat sie jedoch auch das Gefühl, „Zeit verschwendet“ zu haben.

Über das Geld der „Vinzenzgemeinschaft“ kann der Beziehende freier verfügen als über gebundene Sozialleistungen. Frau Hofer ist sich dessen bewusst, dass das Geld der Gemeinschaft nicht immer für den angegebenen Notstand verwendet wird. Ob die Überbrückungshilfe für die Schulsachen der Tochter, für einen Kurzurlaub oder das Benzin fürs Auto ausgegeben wird, kann sie nicht überprüfen, manches Mal jedoch erahnen. Der finanziellen Gabe wird seitens der Institution ein bestimmter Sinn, die Verbesserung der prekären Lebenssituation, eingeschrieben, und die Gebenden vertrauen darauf, dass die Empfänger/innen danach handeln. Durch die direkte Verfügbarkeit der Überbrückungshilfe sind die Klient/innen für den Moment wieder in den Geldkreislauf eingebunden und können

20 Georg Simmel: Die Philosophie des Geldes. Frankfurt a. M. 1989, 668–669.

21 Interview mit Frau Hofer (wie Anm. 6).

eigene Entscheidungen treffen. Denn „fehlendes Geld ist einer der Gründe für die Vereinsamung des Menschen und seiner Nichtteilhabe an der Gesellschaft. [...] Mit Geld in der Hand kann man im Kreislauf aus Geld und Abhängigkeiten Anteil haben, die Teilnehmer an den sozialen Kreisläufen des Geldes wissen: ‚Ich bin [...] abhängig und weiß, dass andere Menschen von mir abhängen‘.“²²

Die Gabe, das Geld in der Hand, ermöglicht folglich eine selbstbestimmte Teilhabe an der Gesellschaft. Selbstbestimmtheit im Umgang mit Geld ist für viele Klient/innen der „Vinzenzgemeinschaft“ nur mehr eingeschränkt möglich oder gar fremd geworden. Frau Praxmarer, eine 46-jährige Frühpensionistin, nutzte die Überbrückungshilfe als Möglichkeit, eine akute Notsituation abzuwehren. Des Vertrauens, welches ihr durch die „Vinzenzgemeinschaft“ entgegengebracht wurde, war sich Frau Praxmarer bewusst, und es wirkte sich nach eigenen Angaben auf ihr Verhalten aus: „Man fühlt sich geschätzt, dass einem jemand überhaupt Geld gibt. [...] Für mich war der Gedanke an die Rückzahlung jeden Tag da. Ich habe schon bewusster aufs Geld geschaut, dass ich das Geld der Frau Hofer auch zurückgeben kann. Ich wollte sie auch nicht enttäuschen.“²³ Wenn auch die Beziehung zu Frau Hofer meist mit der Rückgabe des Geldes, zumeist bis zur nächsten Notlage, endet, gibt die offene Schuld den Klient/innen einen Antrieb, der über die Zeit der Überbrückungshilfe hinaus bestehen bleiben mag. So bemerkte eine meiner Gesprächspartnerinnen: „Ich hatte mehr Energie, versuchte aktiver zu sein. Ich wusste, da ist jemand, der verlässt sich auf mich. Wenn ich mir bei meiner Familie Geld borge, habe ich dieses Gefühl nicht so stark. Da spüre ich das nicht so, dass ich das Geld zurückgeben soll. Das ist schon ein gutes Gefühl.“²⁴

Diese Aktivierung lässt die Geldempfänger/innen aus dem Netz an sozialen Handlungen heraustreten, in dem die Adressat/innen von Sozialleistungen normalerweise agieren. Um die Rückzahlung der Überbrückungshilfe zu ermöglichen, müssen die Empfänger/innen ihren Alltag neu strukturieren. Geld ermöglicht den Menschen Freiheit, die Autonomie zu wählen und die erhaltene Summe vielleicht auch anders, als vom Gebenden vorgesehen, einzusetzen. Die Adressat/innen der Überbrückungshilfe können Teil einer als normal empfundenen Gesellschaft sein, konsumieren oder bewusst nicht konsumieren. Hierbei beseitigen die Handlungsstrategien der Klient/innen nicht immer die vorherrschende Notlage – ein Aspekt des Umganges mit Geld. Die Individuen zeigen damit „sich

22 Peer Teuwsen: Das Geld macht uns einsam. Der Schweizer Soziologe Aldo Haesler über das Verbindende und das Trennende einer Macht, die nur künstliches Glück erzeuge. In: *Die Zeit*, 10.08.2011, 23. Vgl. u.a.: Christoph Deutschmann: Geld als universales Inklusionsmedium moderner Gesellschaften. In: Rudolf Stichweh u. Paul Windolf (Hgg.): *Inklusion und Exklusion. Analysen zur Sozialstruktur und sozialen Ungleichheit*. Wiesbaden 2009, 223–239.

23 Gedächtnisprotokoll Frau Praxmarer, Feldforschungstagebuch Hangl (wie Anm. 1)

24 Gedächtnisprotokoll Frau Peiner, Feldforschungstagebuch Hangl, ebd.

selbst und ihrer Umwelt, dass das Geld nicht die zentrale Figur auf der Bühne ihres Alltagslebens darstellt“ und „entdramatisieren“ so die Rolle des Geldes in ihrem Leben.²⁵

Auf Empfänger/innenseite führt der Erhalt der Überbrückungshilfe zu einer Steigerung des Selbstwertgefühls. Nach der Beendigung der empirischen Erhebungen erzählte mir eine meiner Gesprächspartnerinnen, dass sie zufällig Frau Hofer auf der Straße gesehen habe: „Ich wäre schon gerne hinübergegangen, denn die Frau Hofer hätte mich sicher noch erkannt, die kennt mich ja, schließlich habe ich ihr ja das ganze Geld zurückgegeben, da hätte ich schon gerne gesagt, dass ich das getan habe.“²⁶ Indem mich Frau Praxmarer an ihren Gedanken teilhaben ließ, ermöglichte sie aufbauend auf ihre positive Erfahrung, dass durch den Kredit erworbenes soziales Kapital auch in andere Lebensbereiche transformiert werden kann. So gelingt es mir im Rahmen meiner pflegerischen Tätigkeit immer wieder, auf diese Ressource zurückzugreifen und auf die von Frau Praxmarer erworbenen Kompetenzen aufzubauen. Frau Praxmarer ließ die anfangs mit großer Unsicherheit verbundene Unterstützung zu, und ihre Offenheit gegenüber einer fremden Person wurde positiv belohnt. Im Alltag fällt es ihr nun leichter, auch zu anderen Institutionen, sozialen Netzwerken, aber auch zu Privatpersonen ein Vertrauensverhältnis aufzubauen.

Fazit

Die dem Geld innewohnende Sozialität, die hier am Beispiel der Überbrückungshilfe der „Vinzengemeinschaft“ analysiert wurde, kann mit Worten wie Vertrauen, Zugehörigkeit, Konsumhilfe und Wertschätzung umschrieben werden. Die Geldleistung ist eine karitative Gabe im Mantel des Kredites, eben kein Geschenk, sondern eine ökonomische Transaktion, welche auf Reziprozität basiert. Denn, so Frau Hofer: „Die wollen ja nicht mit einem geschenkten Fünfziger bei der Tür hinausgehen. Die sind einfach froh mit fünfhundert Euro und wissen, in zwei Monaten gebe ich es wieder zurück. Also: Geschenkt will niemand etwas.“²⁷

Die Überbrückungshilfe wird von der Geberin nicht als reine Gabe ohne die Aufforderung zur Reziprozität angesehen, und auch die Empfänger/innen beto-

25 Gisela Unterweger: Dass es ein Ding gibt dazwischen. Die Balance zwischen Geld sparen und Geld ausgeben als kulturelle Strategie. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde, 105 (2009), 127–151, hier 147. Zur Strategie der Entdramatisierung siehe auch dies.: Der Umgang mit Geld als kulturelle Praxis. Eine qualitative Untersuchung in der gesellschaftlichen Mitte. Zürich 2013, 161–166.

26 Gedächtnisprotokoll Frau Praxmarer, Feldforschungstagebuch Hangl (wie Anm. 1).

27 Interview mit Frau Hofer (wie Anm. 6).

nen die von ihnen selbst erwünschte Rückzahlung. Frau Hofer thematisiert zwar ihre Ahnung davon, dass diese in manchen Fällen nicht erfolgt, aber auch sie konstruiert die Überbrückungshilfe als Kredit und nicht im Sinne eines Geldgeschenks. Der angebotene Kredit birgt damit einen Mehrwert, er erlaubt einen auf sozialer Inklusion bedingten Beziehungsaufbau.

Für mich waren in dem Interview mit Frau Hofer und in den informellen Gesprächen mit Frau Praxmarer und Frau Peiner insbesondere die aktivierenden sozialen Funktionen, welche aus der Erfüllung der Verpflichtung entstehen, präsent. Die Empfängerinnen der zeitweiligen Hilfsleistung fühlten sich geschätzt und damit auch aktiver. Wenn ein Kredit als „Objektivierung einer sozialen Beziehung“ gilt und damit „eine integrative Funktion für die beteiligten Individuen“²⁸ erfüllt, so betont er „die soziale Bindungskraft von geliehenem und verliehenem Geld“, setzt „Menschen und Institutionen in Beziehung zueinander“ und verhilft so „dem Einzelnen [...] zu einer Positionsbestimmung in der Gesellschaft.“²⁹ Die Gabe der Überbrückungshilfe und die mit ihr entgegengebrachte Wertschätzung des Individuums erleichtert die Bewältigung des Alltags kurzfristig und stärkt das Selbstwertgefühl der Einzelnen nachhaltig.

28 Meyer (wie Anm. 18), 176.

29 Ebd.

Die geldfreie Solidargemeinschaft. Gabentheorie und Reziprozität im Innsbrucker „Kostnix-Laden“

Katrin Tratter

1. Einleitung

Der Innsbrucker „Kostnix-Laden“ ist in seinem Selbstverständnis kein Ort des Tauschens und Feilschens, sondern des Schenkens, ganz ohne Gegenleistung. Es handelt sich also nicht um einen klassischen Second-Hand-Laden, in dem Dinge eine Weiterverwendung gegen Bezahlung finden. Vielmehr orientiert sich die „Kostnix“-Philosophie an einem Konzept, welches man mit dem der „reinen Gabe“ (Jacques Derrida) beschreiben könnte. Aus kultur- und sozialanthropologischer Perspektive aber ist die Existenz einer reinen Gabe umstritten. Am Beispiel des „Kostnix-Ladens“ möchte ich Gabentheorien, ihre Praxisformen und Akteurschaften diskutieren.

Marcel Mauss, der sich mit der Gabe als Form des Austausches nicht nur in archaischen Gesellschaften beschäftigte, verwies auf die ihr inhärente Verpflichtung zur Gegengabe. Denn eine Gabe ohne Reziprozität kann schwerwiegende Folgen für die Empfänger/innen haben: „Die nicht erwiderte Gabe erniedrigt auch heute noch denjenigen, der sie angenommen hat, vor allem, wenn er sie ohne den Gedanken an eine Erwidierung annimmt.“¹ Schenken bricht soziale Strukturen nicht auf, sondern verfestigt sie. Jede Gabe und jedes angenommene Geschenk verlangen eine Form des Revanchierens, und sei es bloß durch ein kurzes Lächeln und/oder ein Dankeschön.² Die Unbedingtheit dieses Lächelns konnotiert das Geben positiv, verleiht dem Nehmen aber gemischte Gefühle. Denn „[w]er schenkt, opfert einen Teil seiner Ressourcen. Wer annimmt, wird den Verdacht nicht mehr los, seine Autonomie gefährdet zu haben.“³

1 Marcel Mauss: Die Gabe. Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften. Frankfurt a. M. 31996, 157.

2 Vgl. hierzu beispielsweise: Johanna Krafft-Krivanec: Der Sinn des Schenkens. Vom Zwang zu geben und der Pflicht zu nehmen. Wien 2004.

3 Helmuth Berking: Schenken. Zur Anthropologie des Gebens. Frankfurt a. M. u. New York 1996, 24.

Durch die Umsetzung der Reziprozitätsnorm wird das Geben zu einem machtvollen Grundprinzip von Gesellschaft: „Das Geben überhaupt ist eine der stärksten soziologischen Funktionen. Ohne daß in der Gesellschaft dauernd gegeben und genommen wird – auch außerhalb des Tausches – würde überhaupt keine Gesellschaft zustande kommen. Denn das Geben ist keineswegs nur eine einfache Wirkung des Einen auf den Andern, sondern [...] es ist Wechselwirkung.“⁴ Aus kultur- und sozialanthropologischer Perspektive trägt damit die Vorstellung einer reinen Gabe einen unauflösbaren Widerspruch in sich. Wie also positioniert sich der Innsbrucker „Kostnix-Laden“, dessen Prämisse Schenken ohne Gegengabe ist, zu diesem paradoxen Verhältnis, und wie erfahren die Nutzer/innen des Ladens den dezidierten Wunsch nach Non-Reziprozität?⁵

2. Der Innsbrucker „Kostnix-Laden“

Der Innsbrucker „Kostnix-Laden“ befindet sich in der Höttingergasse 11, einer kleinen Seitenstraße, die ihren Ausgang am Metropolkino nimmt. Die Umgebung abseits der Touristenströme ist gemütlich und lädt zum Verweilen ein. Die in den Stadtteil Hötting bergauf führende Gasse ist wie die davon abzweigenden Straßen gespickt mit Bars und kleinen Restaurants, die Innsbrucker Altstadt ist nur einen Katzensprung entfernt. Hier sind zunehmend alternative Szenen und Lebenswelten angesiedelt, darunter ein Secondhand-Laden, der in friedlicher Übereinkunft mit dem Umsonstladen Lage und wohl auch Kundschaft teilt.

Bei der Auswahl der Produkte können sich die Nutzer/innen Zeit lassen, sich mit den Anwesenden unterhalten, Informationen an der Pinnwand hinterlassen oder dieser entnehmen. Die Miete wird augenblicklich ausschließlich aus Spenden lukriert. Zudem veranstalten Johannes Sucher,⁶ der Betreiber des „Kostnix-Ladens“, und sein Team von Freiwilligen alle drei bis vier Monate sogenannte SOLI-Spendenfeste (= Solidaritätsspendenfeste), um für die Lokalmiete aufkom-

4 Georg Simmel: Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Berlin 1958 (= Georg Simmel. Gesammelte Werke, 2.), 444, Fußnote 1.

5 Die Zusammenarbeit mit dem Innsbrucker Umsonstladen war für mich eine bereichernde Erfahrung. Daher gilt mein Dank vor allem Johannes Sucher, dem Betreiber des Innsbrucker „Kostnix-Ladens“, der mich bei meinem Vorhaben unterstützt hat, sowie allen Interviewten und den Teilnehmer/innen der Fragebogenumfrage, die mich mit wertvollen Informationen und Einblicken in ihren persönlichen Umgang mit Geschenkten teilhaben ließen. Nicht zuletzt wegen der herzlichen Offenheit und der Diskussionsbereitschaft aller Beteiligten hat sich dieses Projekt bis zuletzt als ein lohnendes Betätigungsfeld erwiesen.

6 Alle anderen Namen wurden geändert.

men zu können. Das Solidaritätsspendenfest wird als gesellschaftliches Ereignis organisiert, welches durch Livebands und Buffet viele Besucher/innen anzieht.



Abb. 1: Frontansicht des „Kostnix-Ladens“. Foto: Katrin Tratter, 2012



Abb. 2: Innenansicht des „Kostnix-Ladens“. Foto: Katrin Tratter, 2012



Abb. 3: Informationsblatt des „Kostnix-Ladens“

Die Frage ist nicht „wie viel kostet das?“ sondern „kann ich das gebrauchen?“

Ein Umsonstladen ist ein Raum, aus dem jede/r Gegenstände mitnehmen kann, die er/sie gebrauchen kann. Die Gegenstände gebrauchen zu können ist die einzige Bedingung dafür, sie mitnehmen zu dürfen. Dafür wird weder Geld noch eine andere Gegenleistung verlangt, es handelt sich also auch um keinen Tausch in irgendeiner Form.

Umgekehrt kann jede/r etwas vorbeibringen, das er/sie nicht mehr braucht, das aber für andere möglicherweise von Nutzen sein kann. Damit sollen die Gegenstände ihren Geldwert (Preis), nicht aber ihren Gebrauchswert verlieren. Es wird also versucht, das kapitalistische Wertesystem und die Marktlogik zu hinterfragen und in diesem (noch) kleinen Bereich zu umgehen. Ein Umsonstladen soll der Konsum- und Wegwerfgesellschaft entgegenwirken und einen bewussteren Umgang mit den Ressourcen fördern. Es sollte weniger produziert, weniger weggeschmissen und auch weniger gearbeitet werden müssen. Wer Gebrauchsgegenstände aus einem Umsonstladen bezieht, spart sich nämlich auch das Geld, das er/sie für diese Gegenstände sonst ausgegeben hätte und somit ein Stück kapitalistischer Erwerbsarbeit. Fernziel ist, eine grundsätzlich andere Art des Zusammenlebens zu gestalten, dessen Prinzip nicht Profit sondern Solidarität sein soll. Der Umsonstladen kann außerdem ein kommunikativer Treffpunkt sein, zB durch Diskussionen, Vorträge, Geschichten erzählen,...

Abb. 4: Informationsblatt des „Kostnix-Ladens“

3. Die Schenkpraxis im „Kostnix-Laden“

Den Umgang mit der Schenkpraxis im „Kostnix-Laden“ habe ich anhand von teilnehmender Beobachtung, Interviews, Zuschriften und sieben Fragebögen untersucht. Die anonym gehaltenen Fragebögen waren hierbei eine ergiebige Quelle, aus der ich eine Reihe von Schlussfolgerungen über die Motivation zur Nutzung des „Kostnix-Ladens“ und die teils prekären ökonomischen Umstände der Nutzer/innen ziehen konnte, welche in den Interviews nur am Rande zur Sprache kamen.

Die ausgewerteten Fragebögen wurden von Frauen und Männern zwischen 23 und 50 Jahren ausgefüllt und lassen Rückschlüsse auf Nutzungspraktiken, Motivationen und die politische Einstellung der Nutzer/innen zu. Geschenkt werden alle erdenklichen funktionierenden und sauberen Gegenstände (z.B. Taschenrechner, CDs, Bücher, Radios, Skiausrüstung, Töpfe, Sonnenliege, Motoröl, Gürtel usw.) sowie Bekleidungsstücke oder dekorative Objekte wie Bilder und vieles mehr. Die Aussagen des Betreibers und der dort Aktiven deuten darauf hin, dass der „Kostnix-Laden“ ein Publikum anspricht, welches verschiedene soziale Schichten umfasst und kein reines Szene-Milieu darstellt.

Grundsätzlich kann zwischen verschiedenen Arten der Motivation der Geber/innen und Nehmer/innen unterschieden werden. Beide Perspektiven umfassen jedoch Motivationsgründe finanzieller und/oder politischer, genauer gesagt antikapitalistischer bzw. anti-konsumistischer Art, wie die Ausschnitte aus den einzelnen Fragebögen deutlich machen.

ich finde, unser Projekt
gehört unter andere.
wir werden immer mehr
eine Schenk Wirtschaft, Schenkgesellschaft
werden.
was ist schon dabei,
etwas herausgeben, das man selber nicht
mehr braucht?
ich bin froh, dass es auch gibt.

Abb. 5: Aus Fragebogen Nr. 7 (Personenangaben: weiblich, 50 Jahre alt)

Anti-konsumistische Haltung. Gegen unbeeusste
Produktion/Wachstum / Diebenzen des Wachstums
von Waren.

Abb. 6: Aus Fragebogen Nr. 5 (Personenangaben: weiblich, 28 Jahre alt)

Bin sehr knapp im Kasse Echo Post kein Geld im Hand,
und schon das ich sozial Unterstützung wie möglich
bekomme.
Die Schwiegereltern brauche unbedingt eine große Wohnung.
Bei Informationen bitte unter 0636/ [redacted] melden.

Abb. 7: Aus Fragebogen Nr. 3 (Personenangaben: weiblich, 25 Jahre alt)

Bin auf 4. Betriebsuche (Lümelhandelskaufmann) und fragepp bei Kraml.
Bin rausgegangen auf der Straße, hätte ich nicht meine Bekanntschaft setzen können!

Abb. 8: Aus Fragebogen Nr. 6 (Personenangaben: männlich, 23 Jahre alt)

Anhand der Fragebögen sowie an Interviewaussagen lässt sich erkennen, dass fast alle Nutzer/innen sowohl Geber/innen als auch Nehmer/innen sind. Der „Kostnix-Laden“ wird demnach nicht als rein karitatives Engagement genutzt, sondern wer Gebrauchtes bringt, nimmt oftmals auch Gebrauchtes mit. Der Umstand, dass das Geben und Nehmen in je einer Person zusammenlaufen, wobei auch Dinge von sehr geringem Geldwert geschenkt werden, deutet bereits darauf hin, dass bei den Nutzer/innen Reziprozität zu einem Bedürfnis geworden ist. Die normative Dimension der Reziprozität lässt sich an einer Aussage ablesen, in der ein Teilnehmer beschreibt, dass er aufgrund seiner momentanen materiellen Not nicht dazu in der Lage ist zu geben und dies als unangenehm empfindet. Auf die Frage: „Bist du ‚Nehmer‘ oder ‚Geber‘ oder beides? Hast du schon mal etwas vorbei gebracht? Was zum Beispiel?“ schreibt er von seinem prinzipiellen Wunsch, nicht nur zu nehmen, sondern auch zu geben (siehe Abb. 9). Zwar ist die Gegengabe für den „Kostnix-Laden“ unerheblich, das Konzept beruht ja ausdrücklich auf der Idee einer reinen Gabe ohne Gegengabe, dennoch beginnt der Befragte seine Antwort markant am Beginn seiner Ausführungen mit der Rechtfertigung der ausgebliebenen Reziprozität.

Wenn sich kein Geld mehr findet, geht es gerade aus auf mein Leben zurück.
Ich bin am besten, aber ich kann nicht mehr!

Abb. 9: Aus Fragebogen Nr. 6 (Personenangaben: männlich, 23 Jahre alt)

Dieser Umstand des geradezu habituellen Sich-Revanchieren-Wollens tritt in der Nutzungspraxis deutlich in den Vordergrund. In aller Regel verhalten sich die Nutzer/innen des Innsbrucker „Kostnix-Ladens“ gemäß einer sozial-regulativen Reziprozität, die in eine (ob kurz oder lang) wechselseitige Beziehung mündet. Auch ich hatte das dringende Bedürfnis, mich für die Jacke, die ich in einem ‚Selbstversuch‘ aus dem „Kostnix-Laden“ genommen habe, zu revanchieren. Die Jacke ‚einfach so‘ mitzunehmen, kam für mich nicht in Frage: „Fast fühlt es sich so an, als würde man Ladendiebstahl begehen, und irgendwie hatte ich doch ein schlechtes Gewissen, jemandem etwas wegzunehmen, weil ich mir die Jacke auch kaufen hätte können. Hm. Jedenfalls habe ich mich bedankt. Da wurde mir ein Lächeln entgegnet und ein wohlgemeintes: ‚Ja, ja, passt schon.‘“⁷ Bemerkenswert

7 Auszug aus meinem Erinnerungsprotokoll.

erschien mir der Umstand, dass auch diejenigen Personen, welche mit der politischen Intention des Projekts „Kostnix“ vertraut sind und/oder eine ähnliche anti-konsumistische Gesinnung teilen, das Bedürfnis zur Gegengabe verspüren. So erklärte Miriam, eine Nutzerin des „Kostnix-Ladens“:

Obwohl wir wussten, dass man die Sachen nehmen kann, haben meine Freundin und ich trotzdem vor dem Rausgehen Kontakt zu der Person aufgenommen, welche an dem Tag im „Dienst“ war, und gezeigt, dass wir nur drei Sachen haben. Obwohl eigentlich keiner kontrolliert, braucht man die Rückversicherung, dass es schon so passt. Diese Art des „Einkaufens“ – nehmen ohne zu zahlen, nicht mal mit der Verpflichtung zu tauschen – war sehr ungewöhnlich für mich. Auch hatte ich ein eher ungutes Gefühl dabei, so als würde ich jemandem was wegnehmen, der es dringender braucht, deshalb bin ich schon lang nicht mehr hin.⁸

Auch dem „Kostnix“-Team ist dies nicht neu, wie Lorenz, einer meiner Interviewpartner, sich äußert: „Also eine Verhaltensweise, die ich interessant finde in der Hinsicht ist, dass die Leute hereinkommen, und wenn sie rausgehen und nichts dafür hergeben, dass sie sich fast vorkommen, als ob sie was stehlen täten.“⁹ Der Wunsch des Betreibers Johannes Sucher ist jedoch, dass die ungewöhnliche Situation des Nehmens ohne Gegengabe zur Normalität werden soll: „Das ist ja gewollt“, betonte er, „das Gefühl, etwas ohne Gegenleistung zu kriegen, und das wäre halt cool, wenn man das irgendwie als normal empfinden würde.“ Auf meine Nachfrage nach den Gefühlen beim Akt des Nehmens erwiderte er: „Das erzeugt bei vielen das Bedürfnis eine Gegenleistung zu erbringen, das stimmt. Also, weil das ist irgendwie automatisiert.“¹⁰

Die „automatisierte“ Gegengabe findet daher in Formen der Sozialität statt: Ich habe beobachtet, dass viele Nutzer/innen bemüht sind, beim Verlassen des Ladens Augenkontakt mit seinen Aktiven zu finden, dass sie sich per Handschlag bedanken und dabei die Möglichkeit zum Gespräch suchen. Das Gespräch, in dem vielfach das Konzept gelobt und seine Notwendigkeit bestätigt wird, und die darin geäußerte Anerkennung werden damit zumindest teilweise zur Gegengabe. Durch diese Praxisformen der Gabe wird der „Kostnix-Laden“ zu einem kommunikativen Ort, und die Kommunikation mit seinen Repräsentant/innen beschließt das Tauschritual.

8 Auszug aus der Zuschrift von Miriam, erhalten am 09.02.2012.

9 Lorenz, ein Mitwirkender im Innsbrucker „Kostnix-Laden“, im gemeinsamen Interview mit Johannes Sucher, dem Betreiber des „Kostnix-Laden“ Innsbruck, geführt von Katrin Tratter, Innsbruck, 17.01.2012.

10 Johannes Sucher, ebd.

4. Verlieren Gegenstände ohne Preisschild ihren Wert?

„Hab auch schon mal was hingestellt, aber vor die verschlossene Tür, da mir das abgeben (sic) von ‚alten‘ Dingen seltsam vorkommt – sind Sachen überhaupt noch was wert? Oder haben sie nur für mich persönlich besonderen Wert?“¹¹, schrieb Miriam über eine Situation, in der sie als Geberin auftrat. Dinge haben einen gegenstandsinhärenten Wert, auch ohne Preisschild. Der Preis wird üblicherweise von mehreren Bedingungen gestaltet, wie etwa Angebot und Nachfrage, Vorrätigkeit oder Trend. Der Geldwert des Gegenstandes kann auch zur Nebensache werden bzw. tritt dieser in den Hintergrund, wenn der Gegenstand der Begierde einen emotionalen Wert hat, wie dies beispielsweise bei Sammlerstücken und Einzelteilen der Fall ist. In der Psychologie spricht man hierbei vom *endowment effect*, welcher beschreiben soll, wie der persönliche Besitz die Wertigkeit eines Gegenstandes beeinflusst, konkret: weshalb beispielsweise auf dem Flohmarkt die Preisvorstellung der Verkäufer/in im Normalfall (weit) über dem der Käufer/in liegt. Der Preis eines Gegenstandes kann daher personen- und situationsbedingt pekuniären Schwankungen unterliegen.

Der „Kostnix-Laden“ hat es sich zur Aufgabe gemacht, den Gegenstand von seinem Geldwert zu lösen. Dadurch wählen die Nutzer/innen entsprechend der Notwendigkeit oder Nützlichkeit des Gegenstandes und/oder nach dem Gefallen aus und beurteilen dabei den Gebrauchswert. Da der Preis eines Gegenstandes üblicherweise durch ein Etikett festgelegt ist, diese Gegebenheit im „Kostnix-Laden“ jedoch wegfällt, ist im Umsonstladen der monetäre Wert als mögliches Auswahlkriterium hinfällig. Bei dieser Form des Konsums ist Geld daher kein Kriterium für eine soziale Exklusion, da die finanziellen Mittel der Kund/innen keine Rolle spielen. Vielmehr ist es ausschlaggebend, zum richtigen Zeitpunkt den richtigen Gegenstand zu suchen. Die Frage nach dem Geld- versus Gebrauchswert wurde in den Fragebögen wie folgt beantwortet:¹²

Aus Fragebogen Nr. 3 (Personenangaben: weiblich, 25 Jahre alt):

„Ich freue mich über alles was ich gratis bekomme, da ich wirklich kein Geld zur Verfügung habe, daher schätze ich es sehr und es bekommt alles einen Ehrenplatz.“

11 Zuschrift von Miriam (wie Anm. 8).

12 Die Fragestellung in den anonymen Fragebögen lautete: „Welche Bedeutung haben die Gegenstände für dich, die du aus dem Kostnix-Laden hast? Bekommen sie einen Ehrenplatz? Verwendest du sie gerne? Macht es einen Unterschied für dich, ob etwas gebraucht oder neu, teuer oder günstig ist? Sind die Gegenstände für dich weniger wert, weil sie nichts gekostet haben? Freust du dich ganz einfach über ein Schnäppchen?“

Aus Fragebogen Nr. 2 (Personenangaben: männlich, 45 Jahre alt):

„Eigentlich macht es für mich bei Gebrauchsgegenständen keinen Unterschied, woher ich sie habe. Bei Dingen mit Geschichte wie z.B. ein persönliches Geschenk schon. Natürlich freue ich mich, wenn ich etwas gefunden habe ohne bezahlt haben zu müssen, ich glaube aber nicht, daß ich darum anders damit umgehe.“

Aus Fragebogen Nr. 4 (Personenangaben: männlich, 32 Jahre alt):

„Natürlich freu ich mich auch über ein Schnäppchen [...] Ich nähe, u. verwende dafür gerne versch. Stoffe, um aus versch. Teilen ein ganzes zusammenzufügen.“

Aus Fragebogen Nr. 5 (Personenangaben: weiblich, 28 Jahre alt):

„Gebrauchswert. Kochbuch sehr gerne; nicht weniger Wert als gekauft aber andere Einstellung zu ‚Überfluss‘ bekommen durch Kost Nix. Nicht Besitzen sondern Gebrauchen ist wichtig!“

Aus Fragebogen Nr. 6 (Personenangaben: männlich, 23 Jahre alt):

„Kommt drauf an ob die Sachen noch gutgenug für das We sind oder für zuhause“

Vier Bedeutungszuweisungen lassen sich hieraus ableiten, welche auch Aufschluss über die Konsummotivation geben. Die erste Zuweisung lässt sich wie folgt darstellen: Gratis = Freude = Wertschätzung, man könnte auch von Schnäppchenfreude sprechen. Gerade deswegen, weil der Gegenstand nichts kostet, bereitet es besondere Freude, ihn zu gebrauchen, und er steigt daher in der Wertschätzung, die man ihm entgegenbringt. Die mit dem Gratis- oder Billigkonsum verbundenen positiven Gefühle beeinflussen die Wertschätzung des Gegenstandes ebenso wie das nach langem Ansparen erworbene Produkt. Solange der Gegenstand unsere unterschiedlichen Bedürfnisse optimal deckt, scheint es nebensächlich, ob er gratis oder dem Prinzip eines kapitalistischen Belohnungssystems folgend erstanden wurde. Damit ist der Wert des Gegenstandes dauernd vorhanden, zwar variabel, aber real, und er lässt sich sogar steigern.

Das zweite Modell meint folgende Anschauung: Nichts zahlen zu müssen, ist kein Grund für einen anderen (weniger achtsamen) Umgang. Diese Haltung weist darauf hin, dass der Wert und der damit suggerierte Umgang mit einem Gebrauchsgegenstand nicht durch ein Preisschild erzeugt werden muss. Ähnlich dem dritten Modell, welches argumentativ die Nützlichkeit als den werterhaltenden Moment instrumentalisiert, erzeugt auch das zweite Modell den Anschein, die Nützlichkeit des Gegenstands für persönliche Zwecke sei ausschlaggebend für seine Wertigkeit. Dabei misst sich der Wert der Gegenstände am Nutzen und weniger an dem vermuteten pekuniären Wert.

Das vierte Argument basiert auf der Vorstellung des Gebrauchens anstelle des Besitzens, welche den Preis überflüssig erscheinen lässt. Generell lässt sich diese Form des gemeinschaftlichen Konsums unter dem Begriff *collaborative consumption* subsumieren. Dazu zählen Systeme wie Carsharing, Couchsurfing, Clothing Swaps u.v.m.¹³ Der virtuelle Bruder des „Kostnix-Ladens“ nennt sich „Freecycle.org“, es handelt sich dabei um ein Online-Verschenknetzwerk. Der Gründer Deron Beal startete das Unternehmen 2003 entsprechend der Prämisse „One person’s trash is another person’s treasure.“¹⁴ Abseits der positiven Effekte auf Umwelt, Natur und Geldbörse, die mit dem Wiederverwenden gebrauchter Gegenstände einhergehen, spricht das Unternehmen nicht nur ein ‚grünes Publikum‘ an. Durch das Tauschen, Schenken und Teilen von benutzten Waren werde Umverteilung mehr und mehr zu einer Lebensart.¹⁵

Für den „Kostnix-Laden“ bedeuten die ersten drei Antworten jedoch: der Besitz steht im Vordergrund, und dieser entzieht das Objekt langfristig dem Schenkreislauf. Würde sich das Konzept „Kostnix“ flächendeckend ausbreiten, würde zwar weniger gekauft, jedoch nicht zwangsläufig weniger konsumiert. Wenn das Schenken einer Reziprozitätsnorm folgt, befinden sich geschenkte Güter in einem ständigen Kreislauf und Austausch. Dies würde zu einer Verringerung der Produktion von neuen Gütern führen, könnte diese jedoch nicht vollends aufheben, da die meisten Gegenstände nicht von unendlicher Lebensdauer sind.

5. Kritik am „Kostnix“-Projekt

Der „Kostnix-Laden“ stellt eine Alternative zum geldbezogenen Konsumsystem dar und ermöglicht den kurzfristigen Ausstieg aus diesem.¹⁶ Die Aktiven versuchen so, „eine grundsätzlich andere Art des Zusammenlebens zu gestalten, dessen Prinzip nicht Profit sondern Solidarität sein soll.“¹⁷ Zu diesem Zweck muss sich der Umsonstladen von einem karitativen Image distanzieren und seine politische Botschaft in den Vordergrund stellen. Im „Kostnix-Laden“ werden die Rollen

13 Vgl. Rachel Botsman u. Roo Rogers: *What’s mine is yours. How collaborative consumption is changing the way we live.* London 2011, 71.

14 Ebd., 125.

15 Vgl. ebd., 124 ff.

16 Als erster Kritikpunkt lässt sich einwenden, dass der „Kostnix-Laden“ nach wie vor in ein kapitalistisches Wertesystem eingebunden ist, da er einerseits seine Güter aus diesem bezieht und andererseits auch eine monatliche Miete aufzuwenden hat, die in Form von Geldleistungen entrichtet werden muss. Diese Widersprüchlichkeit bedauern die Aktiven des „Kostnix-Ladens“ und suchen deshalb auch nach neuen Möglichkeiten wie beispielsweise einem gratis Raum.

17 Auszug aus dem Informationsblatt des Innsbrucker „Kostnix-Ladens“ (siehe Abb. 3 und 4).

von Geber/innen und Nehmer/innen beliebig getauscht, das Schuldverhältnis der Tauschbeziehung wird damit aufgebrochen. Offensichtlich gibt es ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Geber/innen und Nehmer/innen, weshalb der „Kostnix-Laden“ in Innsbruck funktioniert. Es geht also in der Selbstwahrnehmung nicht um jene wohlthätige Komponente, sondern vielmehr um die Idee, eine unabhängige, hierarchiefreie und solidarische Gesellschaft zu etablieren.

Es drängt sich allerdings die kritische Frage auf, ob das Konsumverhalten durch den Gratiskonsum noch zusätzlich gefördert wird, eben jenes, welches der „Kostnix-Laden“ minimieren will? Jakob, einer der von mir zu diesem Thema Befragten, nahm Bezug auf eine Aussage von Nicolás Gómez Dávila: „Das schlimmste Verbrechen des Kapitalismus war es quasi Wünsche und Triebe zu erzeugen und künstlich herzustellen.“¹⁸ Der „Kostnix-Laden“ nehme sich dieser Problematik nicht an, indem er versucht, jene künstlichen Bedürfnisse zu bekämpfen, sondern er sage vielmehr: „Ihr wollt und das bekommt ihr bei uns auch noch gratis!“¹⁹ Somit könne man den „Kostnix-Laden“ auch als Ort der schnellen Bedürfnisbefriedigung, der durch die gegenleistungsfreie Zone ein Abstumpfen in Bezug auf erworbene Waren bewirke, bezeichnen.²⁰

Meine Beobachtungen würden eine solche Interpretation nicht stützen. Die Nutzer/innen gehen sorgsam mit der Ware um, sie nehmen sich Zeit bei der Auswahl und räumen keineswegs gierig die Regale leer. Durch die Regelung, dass eine Person pro Tag nicht mehr als drei Dinge mitnehmen darf, wird vorrangig nach Bedarf ausgewählt, wenn auch nicht immer Not oder auch nur Notwendigkeit hinter der Auswahl eines Artikels steht. Aber: Inwieweit der Gratiskonsum ohne Gegenleistung einer Konsum- und Wegwerfgesellschaft entgegenwirkt und einen bewussteren Umgang mit Ressourcen fördert, muss offen bleiben. Nachhaltigkeit ist auch bei anderen Projekten der *collaborative consumption* wie eBay eine eher unbeabsichtigte Konsequenz. Dennoch vermag diese Form des Konsums Verhaltensweisen, Umwelt und Gesellschaft zu beeinflussen.²¹ Festzuhalten bleibt: Die sozialpolitische Intention, in der das Schenken zum politischen Werkzeug werden soll, um kapitalistische Marktlogiken zu hinterfragen, lässt sich in der Kulturpraktik des Konsums nicht einlösen. Auch bei überzeugten Konsumkritiker/innen, welche die Utopie des zweckfreien Schenkens im Interview propagieren, bleibt die Frage nach Reziprozität bestehen. Selbst der „Kostnix-Laden“ kann sich von dem Image des Karitativen nicht zur Gänze lösen, zumal dieses manchen Nutzer/innen ganz einfach „wurscht“²² ist.

18 Interview mit Jakob, geführt von Katrin Tratter, Innsbruck, 17.01.2012.

19 Ebd.

20 Ebd.

21 Vgl. Botsman u. Rogers (wie Anm. 13), 74 f.

22 Interview mit Tamara, Mitwirkende im Innsbrucker „Kostnix-Laden“, geführt von Katrin Tratter, Innsbruck, 16.01.2012.

Wird aber die strukturstiftende Wirkung der Reziprozität außer Kraft gesetzt, bleibt als Folge Sozialität letztlich aus. Mein Interviewpartner Jakob sieht den selbstdefinierten Zweck des „Kostnix-Laden“ kritisch, da er in seinen Augen kein gemeinschaftliches Denken fördere: „Ich finde, das fördert egozentrische Verhaltensweisen, ich seh’ das kritisch. [...] Ich find, dass das eine falsche Verhaltensweise fördert. [...] Ich fände das Tauschen wesentlich sozialer als das egozentrische ‚Ich nehme, was ich grad brauchen kann‘.“²³ Jakob ist der Ansicht, dass der Sinn von Konsumverringerung darin liege, wenig zu kaufen, zugleich solle aber die Industrie erhalten bleiben, weil anderes nicht praktikabel sei: „Anders gesagt, der Laden funktioniert ja nur, weil es Industrie gibt.“²⁴ Dass der „Kostnix-Laden“ industrielle Erwerbstätigkeit gänzlich ablehnt, kann aufgrund der Aussagen der Mitwirkenden nicht bestätigt werden. Es geht vorrangig darum, weniger zu produzieren, weniger wegzuworfen und Müllberge sowie Arbeitspensum zu vermindern. Dass der Umsonstladen bewusstseinsbildend sein könnte, bezweifelte Jakob ebenso. Im Gegensatz zu den Ambitionen des „Kostnix-Laden“ glaubt er nicht daran, dass ein Laden einen bewussteren Umgang mit Ressourcen fördern könne:

„Ich finde, dadurch, dass es nicht verpflichtend Tausch ist, also nicht verpflichtend Abgabe von etwas, wird Akkumulation gefördert, die offensichtlich nicht als Missbrauch gesehen wird, auch wenn es reiche Leute tun. Und ich finde, dass reine Akkumulation [...], reiner Wunsch, eine Vielfalt von Dingen zu haben und möglichst wenig dafür bezahlen zu müssen, ein Grundproblem des Kapitalismus ist.“²⁵

6. Die doppelte Wahrheit der Gabe

„Glaubst du, dass dann viele auch das Bedürfnis haben, mal was hinzubringen?“, fragte ich Jakob. „Ja, also ich würde mich jetzt eigentlich schämen. Also schämen, wenn ich jetzt fünf Mal etwas genommen hätte, würd’ ich mich verpflichtet fühlen, was zurückzubringen“²⁶, antwortete dieser.

Gibt es also eine Gabe, losgelöst von der Verpflichtung zur Gegengabe, von Eigeninteresse, Eigennutz und Sozialprestige? „Gabe gibt es nur, wenn es keine Reziprozität gibt, keine Rückkehr, keinen Tausch, weder Gegengabe noch Schuld.“²⁷ Derrida trennt die Gabe von ihrem Gegenstück: der/die Empfänger/in

23 Interview mit Jakob (wie Anm. 18).

24 Ebd.

25 Ebd.

26 Ebd.

27 Jacques Derrida: Falschgeld. Zeit geben I. München 1993, 22 f.

dürfe kein schuldhaftes Verhältnis eingehen, nicht erwidern, tilgen oder die Gabe begleichen. Es sei die Pflicht des/der Gebenden, von einer Gegengabe abzusehen oder sie zu intendieren. Der/die Empfänger/in sei dazu verpflichtet, nicht zurückzugeben. Er dürfe die Gabe nicht einmal als solche anerkennen, denn in diesem noch so kurzen Moment der Anerkennung fände die Gabe ihren symbolischen Ausgleich in Form von Dankbarkeit oder der selbstgefälligen Generosität der Gebenden. Jede Form der Gegengabe annulliere die Gabe als solche.²⁸ Daraus dürfe jedoch nicht geschlussfolgert werden, dass es die Gabe nicht geben könnte, weil sie nicht in Erscheinung tritt bzw. unmöglich existieren kann. „Dass die Gabe nicht existiert, bedeutet demnach nicht ihre absolute Unmöglichkeit, sondern dass sich ihre Möglichkeit einer positiven Feststellbarkeit verschließt.“²⁹

Wenn also jemand einen Karton gefüllt mit Büchern vor die Tür des „Kostnix-Ladens“ stellt, weil im Augenblick niemand da ist, scheint die Möglichkeit einer Gegengabe, ob nun materieller oder sozialer Art, auf den ersten Blick auszubleiben. Dennoch können hinter der Handlung eine Reihe von facettenreichen Absichten stehen: neben der Freude über die gute Tat mag auch der gewonnene Platz im Bücherregal oder die Genugtuung über den vermeintlichen Schutz der Regenwälder treten. Die kohäsive Kraft des Gabe-Gegengabe-Prinzips wirkt auch über die Distanz und über den persönlichen Kontakt hinaus. So erzählten der Ladenbetreiber und ein Mitwirkender von einer jungen Nutzerin aus Manchester, die während ihrer Skiferien den „Kostnix-Laden“ aufsuchte. Sie habe ein paar Sachen mitgenommen, alle hätten sich gut unterhalten, Kaffee getrunken. Nach ungefähr einem Monat erhielt der „Kostnix-Laden“ ein Paket von ihr, darin eine Spende von etwa 20 Euro, ein selber gehäkeltes Etui, ein Mixed Tape und die Zeilen, dass der „Kostnix-Laden“ das „Coolste“ gewesen wäre, was ihr in Österreich passiert sei.

Die junge Engländerin plante sicherlich keinen wiederholten Besuch, dennoch hat die Gegengabe für sie die Funktion, auch im Nachhinein eine soziale Beziehung zu bestätigen. Auch für den „Kostnix-Laden“ gilt daher: Die im besten Sinne desinteressierte Gabe existiert in der Realität nur scheinbar, da sie, selbst einer karitativen Norm folgend, stets dem Prinzip der Gegenseitigkeit unterliegt bzw. ihm nicht entinnen kann, „weil sie in ihm gründet und sich somit als bedingungslose Gabe aufhebt.“³⁰ Es kann also angezweifelt werden, ob – zumindest aus der Sicht einer akteursorientierten Wissenschaft – eine reine Gabe logisch

28 Vgl. Lintner hier beziehend auf Derrida in: Martin M. Lintner: Eine Ethik des Schenkens. Von einer anthropologischen zu einer theologisch-ethischen Deutung der Gabe und ihrer Aporien. Wien u. Berlin 2006 (= Studien der Moraltheologie, 35.), 180. Zu Derridas Gabenkonzept siehe auch Iris Därmann: Theorien der Gabe. Zur Einführung. Hamburg 2012, 101–133.

29 Ebd., 183.

30 Ebd., 67.

möglich ist. Denn mit der Unterbrechung der Reziprozitätsdynamik wäre die Funktion der Gabe schlechthin, nämlich die Etablierung und Festigung sozialer Beziehungen, aufgehoben. So mag Altruismus in noblem Glanz erscheinen, doch theoretisch ist er für jede Form der Sozialität nachteilig zu betrachten.

Ich will an dieser Stelle nicht die Beweisführung für die Nicht-Existenz der reinen Gabe zum Ziel machen. Vielmehr interessieren mich die ambivalenten Praxisformen, welche Pierre Bourdieu mit dem Begriff der „doppelten Wahrheit der Gabe“ beschreibt. Die Zweideutigkeit entsteht daraus, dass die Gabe einerseits als „Zurückweisung interessierten, egoistischen Kalküls und Gipfel uneigennütziger, unerwiderter Großzügigkeit“ erlebt wird, andererseits das „Bewußtsein der Tauschlogik“ und damit den Zwang zur Reziprozität nie ganz verdrängt. Ihre Praxisformen sind daher darauf angelegt, diesen „individuellen und kollektiven Selbstbetrug“ zu verschleiern.³¹ Ermöglicht wird diese Verschleierung durch die Temporalität der Gabe. Zwischen Gabe und Gegengabe liegt eine Zeitspanne, welche beide Akte isoliert und damit das großzügige und uneigennütziges Geschenk als solches existieren lässt, ohne dass die Gabenlogik diese eine Wahrheit der Gabe direkt in die Reziprozität einspannt.

Dies ist auch im „Kostnix-Laden“ der Fall, da die Gabe zeitlich fern und unabhängig von der Gegengabe stattfindet. Hinzu kommen in diesem Kontext ein entzerrender bzw. vermittelnder Ort, nämlich der Laden und seine Aktiven als Mittler/innen, welche die Gegengabe in Form des Dankes für ihr politisches Engagement gerne annehmen. In anderen Worten: die Gabe bleibt anonym, da sich Gebende und Nehmende nicht zwangsläufig persönlich begegnen.³² Die kommunikativen Gegengaben des Augenkontakts, des Handschlags und des Gesprächs sind an die Aktiven gerichtet, sie zielen also auf eine Meta-Ebene des Tausches. Diese Meta-Ebene mit ihrem neutralen Ort und dem zeitlichen Intervall, das zwischen den beiden Polen des Tauschens liegt, ermöglicht die doppelte Wahrheit der Gabe und macht den Gabentausch „durchführbar und psychisch erträglich“³³. Durch dieses spezifische Setting des „Kostnix-Ladens“ als kommunikativem Ort wird die Gabe entpersonalisiert und – in Ansätzen – von den Strukturen persönlicher Reziprozität befreit. Das macht die gebrachten Kinderkleider, Schlitten und Bücher noch nicht zu reinen Gaben, aber es lockert die Struktur der sozialen Beziehung. Deshalb funktioniert der Innsbrucker „Kostnix-Laden“ für seinen

31 Pierre Bourdieu: *Meditationen. Zur Kritik der scholastischen Vernunft*. Frankfurt a. M. 2001, 246.

32 Vgl. Rost bezugnehmend auf Simmel und den analytischen Unterschied einer Handschenkung und einer anonymen Gabe. Nur die Handschenkung bedinge einen Wechselwirkungsprozess; in: Friedrich Rost: *Theorien des Schenkens. Zur kultur- und humanwissenschaftlichen Bearbeitung eines anthropologischen Phänomens*. Essen 1994 (= *Soziologie in der Blauen Eule*, 4), 125.

33 Bourdieu (wie Anm. 31), 246.

Betreiber wie für die Nutzer/innen, da in dieser Praxisform der Gabe die lebensweltlichen Bedürfnisse und politischen Ziele der unterschiedlichen Akteur/innen optimal zur Deckung kommen.

Was beim „20er“ alles mitgekauft wird. Tauschökonomien im Umfeld der Tiroler Straßenzeitung

Alexander Piff, Claudius Ströhle¹

Enorme Nervosität beschleicht mich. Soll ich oder soll ich nicht? Ich hab ja in unseren Projektbesprechungen immer ganz überzeugt und klar gesagt, dass ich es machen werde und mich dabei immer ein wenig mutig gefühlt. Nun stehe ich hier, mir fallen keine spontanen Ausreden ein, noch kann ich gar eine Verschiebung des Versuches erwirken. Nun heißt es, sich an einen belebten Ort zu stellen, die vorbeigehenden Leute dazu zu bringen, mir eine Zeitung abzukaufen. In den vergangenen Wochen habe ich mir immer und immer wieder überlegt, welche Verkaufstaktik ich wohl anwenden werde, damit ich zumindest ein paar 20er verkaufen werde. Wie viele Leute werden mich sehen und als 20er-Verkäufer erkennen? Wie werden sie mich dabei ansehen?

Schließlich nehme ich meinen ganzen Mut zusammen, entreiße meinem Kollegen die Zeitungen, die er für mich gehalten hat, und bewege mich langsam – die Zeitung mit der Titelseite zu meinem Körper geneigt – zu meinem auserkorenen Standplatz. Ich suche mir einen geeigneten Ort am Eingang der Markthalle, ohne jemandem im Weg zu sein und dennoch einen guten Überblick zu haben, um möglichst sowohl die hinein- als auch hinausgehenden Personen im Blick zu haben. Ich warte und merke, dass mir weder ein „Hallo“ noch ein „Wollen Sie einen 20er?“ über die Lippen kommen. So stehe ich hier – ganz passiv – und wünsche mir nur, dass die Zeit schneller vergehen möge. Obwohl mir bewusst ist, dass erst höchstens zehn Minuten vergangen sein können, verspüre ich den Drang, den Versuch abzubrechen: Ich suche den Blickkontakt mit den vorbeigehenden Personen, meinen potentiellen Kunden, und muss feststellen, dass der Großteil mich nicht wahrnimmt bzw. nicht wahrnehmen will. Ausweichende Blicke, die ganz plötzlich etwas Interessanteres erhascht zu haben scheinen, und die beschleunigenden Schritte der immer unwahrscheinlicher erscheinenden Käufer erwecken erste Zorngefühle in mir.

Plötzlich merke ich, dass eine etwas ältere Dame auf direktem Weg auf mich zugeht und in ihrer Geldtasche nach etwas Kleingeld kramt. Glücksgefühle steigen in mir hoch – „Endlich!“, denke ich mir. Sie bleibt mit einem Lächeln direkt vor mir stehen, ich grüße sie mit einem „Hallo“, sie mich ebenfalls. „Zwei?“ – „Zwei Zeitungen?“ , frage

¹ Die Projektgruppe bestand ursprünglich aus drei Personen: Alexander Piff, Claudius Ströhle, Sandra Zangerl.

ich – etwas aus der Inszenierung gefallen – in einem breiten Brixentaler Dialekt. „Nein, zwei Euro, oder?“, fragt sie mit einem erheiterten Gesichtsausdruck. „Ja“, antworte ich ihr kurz und knapp, überreiche ihr etwas zittrig meinen ersten wirklich verkauften 20er. Sie gibt mir zwei Euro und 70 Cent ...²

Am 24. Mai 2012 versuchte ich mich als Verkäufer der Tiroler Straßenzeitung „20er“ auf Innsbrucks Straßen und bot für eine Stunde an drei verschiedenen Standorten die Straßenzeitung zum Verkauf an. Mein Studienkollege und Projektpartner Claudius Ströhle beobachtete mich und dokumentierte den Selbstversuch mit einer Videoaufnahme, Fotografien und Feldnotizen. Was als kurzfristiger Perspektivenwechsel anlässlich unseres Forschungsprojektes angedacht worden war, sollte sich als Spiegel eigener Wertehaltungen und Vorurteile herausstellen. Mit dem Tragen ausrangierter Kleidung, dem Vermeiden des Tiroler Dialekts und dem Ablegen der Markenbrille nahm ich Umgestaltungen an meiner Person vor, um der (eigenen?) Vorstellung eines „20er“-Verkäufers zu entsprechen.³ Ich fühlte mich in dieser kurzen Zeit als Verkäufer sozial exponiert und beobachtet, obwohl mir durchaus bewusst war, dass ich nur eine vorübergehende Rolle einnahm. Die Befürchtungen, mit der vollzogenen Inszenierung die forschungsethischen Rahmenbedingungen des Untersuchungsfeldes sowohl hinsichtlich der prekären Verhältnisse vieler „20er“-Verkäufer/innen als auch in Bezug auf die Täuschung der „20er“-Käufer/innen zu verletzen, wirkten aus diesem Grund stark auf die tatsächlichen Verhaltensweisen ein. Zudem stellt sich die Frage, inwieweit sich die im vorangestellten inneren Monolog beschriebenen Gefühle wie Lethargie und Aggression aus eigenen Affekten und Wertehaltungen speisten oder erst durch das (Nicht-)Agieren der Menschen in meiner Umgebung entstanden und sich in weiterer Folge verstärkten.

Forschungsinteresse

Unsere Ausführungen orientieren sich an folgenden Thesen: Der „20er“-(Ver-)Kauf spiegelt gesellschaftliche Verhältnisse wider, die sich weniger im Verlauf des rein ökonomischen Austauschprozesses als vielmehr in darüber hinausgehenden kulturellen Verhaltensnormen offenbaren. Die (Ver-)Kaufssituation besitzt das Po-

2 Alexander Piff: Innerer Monolog, Innsbruck, 03.06.2012.

3 Zu Authentifizierungsstrategien und Körperlichkeit bei der Feldforschung siehe Sebastian Mohr u. Andrea Vetter: Körpererfahrung in der Feldforschung. In: Christine Bischoff, Karoline Oehme-Jüngling u. Walter Leimgruber (Hgg.): Methoden der Kulturanthropologie. Wien, Köln u. Weimar 2014, 105-116.

tential zur Schaffung von sozialen Räumen und von Kommunikation. Geld weist in diesem Kontext eine ambivalente Symbolik auf: Es fungiert als Medium zwischen den sozialen Räumen und impliziert sowohl fürsorgliche als auch ökonomische Motivationen der Akteur/innen. Die Bewertung des Zeitungsverkaufes bewegt sich dabei zwischen anerkannter Erwerbs- und stigmatisierter Nicht-Arbeit.

Die oben angeführte Reflexion und Interpretation des analytischen autoethnografischen Zuganges ist Bestandteil der empirischen Forschung zur Tiroler Straßenzeitung.⁴ Das Forschungsinteresse bildet das kommunikative und soziale Feld (Pierre Bourdieu), welches durch den „20er“-Verkauf und -Kauf entsteht und sich in dessen Kontext ausformt. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der symbolischen Kommunikation innerhalb der (Ver-)Kaufsituation. Darüber hinaus werden die wechselseitigen Zuschreibungen an die Situation und die beteiligten Akteur/innen in den Blick genommen. Ambivalenzen, konträre Argumentationslinien und Doppeldeutigkeiten sind dem gesamten Forschungsprozess und somit auch dem erhobenen Material inhärent. Dies wird in einem eigenen Kapitel über das Verkaufen der Straßenzeitung in seiner Bedeutung zwischen Arbeit und Nicht-Arbeit abgehandelt.

Vorgehensweise

Am Beginn der Forschung erfolgte eine strukturierte, teils offene, teils verdeckte und passiv teilnehmende Beobachtungsphase⁵, in welcher verschiedene Straßenzeitungsverkäufer/innen in ihren Tätigkeitsbereichen und im Kontakt mit ihren Kund/innen und Nicht-Kund/innen im Fokus standen. Gleichzeitig geschah die Kontaktaufnahme mit den Verantwortlichen der Straßenzeitung. In einem nächsten Schritt versandten wir einen Schreibauftrag über den Verteiler der sozialwissenschaftlichen Umfragen der Universität Innsbruck und über die „20er“-Facebook-Seite und erhielten 37 – zum Teil sehr ausführliche – Antworten. Unserer Einladung, alltägliche Geschichten und Erfahrungen im Zusammenhang mit dem „20er“ aufzuschreiben, sind, wie den Verbreitungskanälen entsprechend zu

4 Zur Autoethnografie siehe Andrea Ploder u. Johanna Stadlbauer: Autoethnographie und Volkskunde? Zur Relevanz wissenschaftlicher Selbsterzählungen für die volkswissenschaftlich-kulturanthropologische Forschungspraxis. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde, 116 (2013), 373–404, und Brigitta Böhnisch-Brednich: Autoethnografie. Neue Ansätze zur Subjektivität in kultur-anthropologischer Forschung. In: Zeitschrift für Volkskunde, 108 (2012), 47–63.

5 Nach der Klassifikation in: Peter Atteslander: Methoden der empirischen Sozialforschung, 10. erw. u. überarb. Aufl. Berlin u. New York 2003, 104, zur Methodik siehe auch Miriam Cohn: Teilnehmende Beobachtung. In: Bischoff u. a. (Hgg.) (wie Anm. 3). 71–85.

erwarten war, überwiegend Studierende und Angestellte der Universität Innsbruck gefolgt.

Im Vergleich dazu erwies sich die Kontaktaufnahme mit den Straßenzeitungsverkäufer/innen als schwierig: Die Grenzen wechselseitiger Kommunikation und somit das Nicht-Zustandekommen von Interviews offenbarten sich vor allem im Fehlen einer gemeinsamen Sprache. Auch die Verantwortlichen des „20ers“ stellten uns diesbezüglich keine großen Erfolgchancen in Aussicht, da viele Verkäufer/innen Asylantragsteller/innen sind und Interviewsituationen für sie vielfach mit repressiven Verhörtechniken der Fremdenpolizei konnotiert seien.

Erst nach Vermittlung einer Mitstudierenden konnten wir ein halbstrukturiertes Interview mit einem Verkäufer aus Nigeria führen. Es folgten zwei weitere Interviews: mit einer Käuferin der Straßenzeitung, die von uns als ‚Gabenbringerin‘ beobachtet wurde, und mit der Geschäftsführerin des „20ers“ als Expertin. Schließlich wurde der eingangs im Stile eines inneren Monologs dargestellte autoethnografische Zugang zum Forschungsfeld als Konsequenz eines sozialen Experimentes verfasst, um direktere Einblicke in die Situationen des Kaufens und Verkaufens zu gewinnen.

Mit Fortdauer der empirischen Erhebung wirkte die Gabentheorie von Marcel Mauss vermehrt strukturierend auf die ersten Analyseschritte ein. Seine Theorie, dass ein Tausch unweigerlich aus Gabe und Gegengabe besteht und diese Interaktion der Reziprozität in weiterer Folge Menschen zueinander in Beziehung setzt, somit also gesellschaftskonstituierend, -strukturierend und -hierarchisierend wirkt, führte uns zu der These, dass in der Verkaufssituation weitaus mehr getauscht wird als zwei Euro gegen Zeitung. Gaben haben, so Mauss, „freiwilligen, anscheinend selbstlosen und spontanen, aber dennoch zwanghaften und eigennützigem Charakter“⁶. Diese Prämisse bildete den Hintergrund für unsere Frage nach dem Charakter der sozialbewussten Gabe, wie er in den Antworten zum Schreibauftrag vielfach dargestellt wurde. Die von Mauss betonte Reziprozität in Tauschprozessen, in welchen die Gegengaben auch immaterieller Natur sein können, lässt sich im Sinne von Pierre Bourdieus Überlegungen zur ökonomischen Praxis auch als Austausch verschiedener Kapitalsorten erklären, die sich in der (Ver-)Kaufssituation manifestieren. Eine weitere analytische Kategorie bildete für uns das emotionale Kapital, welches Zeitungsverkäufer/innen in die Transaktion investieren.⁷

6 Marcel Mauss: Die Gabe [1925]. Frankfurt a. M. 1990, 18.

7 Vgl. Pierre Bourdieu: Ökonomisches Kapital, kulturelles Kapital, soziales Kapital. In: Rainer Kreckel (Hg.): Soziale Ungleichheiten. Göttingen 1983, 183–198. Zum emotionalen Kapital vgl. Arlie Russell Hochschild: The Sociology of Emotion as a Way of Seeing. In: Gillian Bendelow u. Simon J. Williams (Hgg.): Emotions in Social Life. Critical Themes and Contemporary Issues. London 1998, 3–15; dies.: Das gekaufte Herz. Die Kommerzialisierung der Gefühle. Frankfurt

Forschungsstand

Die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Straßenzeitungen ist von zwei wesentlichen Merkmalen gekennzeichnet: Zum ersten lässt sich in den Jahren von 1995 bis 2005 ein vermehrtes Interesse an Straßenzeitungen erkennen, zum zweiten stehen vielmehr die jeweiligen Institutionen im Fokus als deren Akteur/innen. Generell kommt Straßenzeitungen in der sozialwissenschaftlichen Forschung jedoch nur eine marginale Rolle zu,⁸ Ausnahmen bilden die Studien von Mathieu⁹, Stringer¹⁰ und Torck.¹¹ Einen fundierten Überblick über Straßenzeitungen und im Speziellen über die Soziogenese der ersten Straßenzeitung „The Big Issue“ gibt Tessa Swithinbank.¹² Darüber hinaus entstanden zur selben Zeit im angloamerikanischen Raum einige relevante Arbeiten, welche allesamt *homelessness* als einverlebten Teil von *streetpapers* bedienen: Norma Green beschäftigte sich in einer Fallstudie mit der Chicagoer Straßenzeitung „StreetWise“.¹³ Aus journalistischer Perspektive beschreibt Kevin Howley die Entstehung von Straßenzeitungen als „cultural form at precisely the same moment that the struggles against transnational capitalism and the movement for global justice began to coalesce“¹⁴. Gerade wegen dieser gegenreaktionären Initiative stellt Howley die Institution Straßenzeitung als „communicative democracy“ dar, welche als signifikante Intervention zwischen materiellen und symbolisch-kulturellen Machtbeziehungen stehe.¹⁵

a. M. u. New York 2006, darin auch die Einleitung von Sighard Neckel, 13–24, und Eva Illouz: Emotionales Kapital. Gefühle in Zeiten des Kapitalismus. Frankfurt a. M. 2006.

- 8 Vgl. Bertram Scheufele u. Carla Schieb: Der Verkauf von Straßenzeitungen als integrative Medien-Arbeit. Vortrag bei der Jahrestagung 2012 der DGPK-Fachgruppen Medien, Öffentlichkeit und Geschlecht und Soziologie der Medienkommunikation, 15. bis 17. November 2012, Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienkultur (IfKM) der Leuphana Universität Lüneburg. Online unter: www.leuphana.de/fileadmin/user/upload/Forschungseinrichtungen/ifkm/files/Scheufele//Schieb.pdf (Stand: 04.09.2013), Bernhard Fuchs: Die Stadtzeitungen der Obdachlosen. In: Olaf Bockhorn, Gunter Dimt, Edith Hörandner (Hgg.): Urbane Welten. Referate der österreichischen Volkskundetagung 1998 in Linz. (= Buchreihe der österreichischen Zeitschrift für Volkskunde, 16). Wien 1999, 177-195.
- 9 Vgl. Paula Jean Mathieu: Questions of empowerment: Teaching writing at a 'homeless' community newspaper. Diss. University of Illinois 2001.
- 10 Vgl. Lee Stringer: Grand Central Winter: Stories From the Street. New York 1998.
- 11 Vgl. Danièle Torck: Voices of Homeless People in Street Newspapers: A Cross-Cultural Exploration. In: Discourse and Society, 12 (2001), H. 3, 271–392.
- 12 Vgl. Tessa Swithinbank: Coming Up From the Streets: The Story of The Big Issue. London 2001.
- 13 Vgl. Norma F. Green: Chicago's StreetWise at the Crossroads: A Case Study of a Newspaper to Empower the Homeless in the 1990s. Urbana 1998.
- 14 Kevin Howley: A poverty of voices: Street papers as communicative democracy. In: Journalism: Theory, Practice & Criticism, 3 (2003), H. 4, 273–292, hier 288.
- 15 Ebd.

Die Homepage des 1994 gegründeten globalen Dachverbandes für Straßenzeitungen „INSP“ („International Network of Street Papers“) stellt aktuelle Informationen zu Entwicklungen von Straßenzeitungen weltweit zur Verfügung. Das Netzwerk umfasst 120 Institutionen aus 40 Ländern, deren Zeitungen, von insgesamt 200.000 Verkäufer/innen angeboten, eine Leserschaft von sechs Millionen pro Ausgabe ansprechen.¹⁶ Die Hauptaufgabe des Träger/innenverbandes liegt in der (finanziellen) Beratung der Mitglieder sowie in der Unterstützung von Startups. Darüber hinaus verpflichtet die Mitgliedschaft zur Unterzeichnung einer Straßenzeitungscharta: Diese beinhaltet die Aufgabe, sozial ausgegrenzten Menschen Hilfe zur Selbsthilfe zu geben. Weiters müsse die Institution einem Non-Profit-Gedanken folgen und den Verkäufer/innen die Möglichkeit geben, sich Gehör zu verschaffen. Dies könne nur gelingen, wenn die Zeitungen einem hohen qualitativen Standard entsprächen.¹⁷

In Österreich hat Maria Laura Bono, Volkswirtschaftlerin und Mitbegründerin der Grazer Straßenzeitung „Megaphon“, einen wichtigen Beitrag zum Forschungsfeld geleistet. In einem Artikel, welcher sich in einem Sammelband zu Fallstudien im Non-Profit-Management findet, stellt sie empirische Ergebnisse einer Studie über das Käufer/innenprofil des „Megaphons“ vor. Auf dieser Grundlage erarbeitete sie anschließend Strategien für ein effizienteres und zielgerichtetes Marketing.¹⁸ Mittels Theorien des Konsumentenverhaltens und Ergebnissen aus Leser/innen/umfragen anderer europäischer Straßenzeitungen erstellte Bono zwölf Hypothesen, welche sie an 920 ausgewerteten Fragebögen von „Megaphon“-Leser/innen überprüfte. Den Hauptaussagen der Untersuchung, die im Kern mit jenen anderer europäischer Forschungen übereinstimmen, kann entnommen werden, dass die Hälfte der Befragten Stammkund/innen sind (sie kaufen jede Ausgabe) und dabei die Rolle der Verkäuferin, des Verkäufers für die Kaufentscheidung bedeutsam ist.¹⁹ Das Käufer/innenprofil quantifiziert sich ebenso deutlich im Geschlechtervergleich (72,7 Prozent sind weiblich) wie nach sozioökonomischen Faktoren: 30 Prozent der Kaufenden sind Angestellte und Beamte, 25 Prozent Studierende, 15 Prozent Pensionist/innen und nur eine verschwindend kleine Minderheit von zwei Prozent bezeichnen sich als Arbeiter/

16 Vgl. International Network Of Street Papers (INSP). Online unter: www.street-papers.org/ (Stand: 01.12.2012).

17 Die vollständige Straßenzeitungscharta ist online nachzulesen: www.street-papers.org/assets/Documents/General/INSP-Strassenzeitungscharta.pdf (Stand: 02.12.2012).

18 Vgl. Maria Laura Bono: Das MEGAPHON: Eine empirische Analyse von Profil und Motivation von KäuferInnen der Straßenzeitung. In: Renate Buber u. Michael Meyer (Hgg.): Fallstudien zum Nonprofit Management. Stuttgart 1997, 245–270.

19 Vgl. ebd., 257.

innen.²⁰ Diese starke Akzentuierung von Käufer/innen akademisch gebildeter Milieus stehe jedoch – so Bono – teilweise im Einklang mit dem Konzept der Straßenzeitung. So ist „Megaphon“ nie als Lektüre für sozial-ökonomisch deprivierte Menschen gedacht gewesen; ihr Mitwirken ist vielmehr auf den Ebenen redaktioneller Mitarbeit und Vertrieb vorgesehen und umgesetzt. Das „Megaphon“ als mediale Brücke zwischen den sozialen Schichten entspricht also den Zielen der Straßenzeitung.²¹ Die empirische Studie gibt einen soziodemographischen, sozialstrukturellen Überblick über Käuferprofile der Straßenzeitung „Megaphon“, kann jedoch aufgrund quantitativer Herangehensweise keine Aussagen zur Differenzierung von sozialbewusster und inhaltsinteressierter Kaufpraxis machen.

Die Perspektive der Verkaufenden in den Blick nehmend, beschäftigten sich Clemens Sedmak, Julia Stabentheiner und Sarah Untner aus philosophisch-theologischer und psychosozialer Perspektive mit Straßenzeitungen. In der Schriftenreihe Armutforschung²² stellten sie neun Biografien von Straßenverkäufer/innen in Salzburg vor, wobei lange Passagen der Interviews abgedruckt wurden, in denen die Akteur/innen selbst zu Wort kamen. Dies lässt einen Einblick in die Lebensgeschichten der Verkäufer/innen zu – die Zeitung per se und Erlebnisse vom Straßenzeitungsverkauf kommen dabei nur marginal vor, ebenso wenig werden die Biografien in größere Theoriekomplexe eingebettet.²³

Das Thema der Arbeit und der Nicht-Arbeit aus europäisch-ethnologischer Perspektive ist ein zentrales Forschungsfeld besonders der „Kommission Arbeitskulturen“ in der „Deutschen Gesellschaft für Volkskunde“, hervorgegangen aus der 1979 gegründeten „Kommission Arbeiterkultur“.²⁴ Ihre Schriftenreihe „Arbeit und Alltag. Beiträge zur ethnographischen Arbeitskulturenforschung“²⁵ widmet sich verschiedenen Bereichen der gegenwärtigen Arbeiterkultur(en). Im Tagungsband der 13. (Hamburger) Kommissionstagung zum Thema „Arbeit und Nicht-Arbeit“ (2009 erschienen) finden sich Beiträge zu aktuellen Entwicklungen von

20 Vgl. ebd., 258.

21 Ebd., 260. Die Großschreibung von „Megaphon“ wurde hier nicht übernommen.

22 Die Schriftenreihe behandelte in drei Ausgaben Armut und Wege einer wissenschaftlichen Auseinandersetzung damit. Neben dem in Anm. 23 zitierten Band besteht sie aus: Magdalena Holzrattner u. Clemens Sedmak (Hgg.): *Humanities and option for the poor*. Münster 2005 (= Armutforschung, 1); Clemens Sedmak (Hg.): *Perspectives in poverty alleviation*. Berlin, Münster u. Wien 2007 (= Armutforschung, 2).

23 Vgl. Clemens Sedmak, Julia Stabentheiner u. Sarah Untner: *Seitenblicke, Untertöne. Gespräche mit Straßenverkäufer/inne/n*. Berlin, Münster u. Wien 2006 (= Armutforschung, 3).

24 Vergleiche dazu grundlegende Hinweise bei: Peter Assion: *Arbeiterforschung*. In: Rolf W. Brednich (Hg.): *Grundriß der Volkskunde. Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie*. 3. erw. u. überarb. Aufl. Berlin 2001, 255–279; Bernd Jürgen Warneken: *Arbeiterkultur, Arbeiterkulturen, Arbeitskulturen. Eine Aktualisierung*. Ebd., 280–283.

25 *Arbeitskulturen*. Kommission in der dgv: Online unter: www.dgv-arbeitskulturen.de/ (Stand: 05.09.2013).

Anerkennungs- und Beschäftigungsdiskursen, die dabei unterschiedliche gesellschaftliche Bereiche berühren: Arbeitsverhältnisse in Unternehmen etwa werden unter dem Aspekt von Subjektivierung und Flexibilisierung betrachtet. Für die vorliegende Untersuchung erwies sich vor allem der Beitrag von Linda Nierling über den symbolischen Wert von Arbeit als hilfreich.²⁶ Der Aspekt der prekären Widerständigkeit war dagegen weniger präsent in unserem Material. Das erklärt sich wohl daraus, dass die Tätigkeit des „20er“-Verkaufens als Bestandteil eines Anerkennungsdiskurses Prekaritätsdeutungen zwar durchaus zulässt, diese sich aber im Kontext von Erwerbsarbeitskategorien zu einem gewissen Grad egalisieren. Die „20er“-Verkäufer/innen werden somit zur Deutungsoberfläche zwischen visualisierter Armut und integriertem selbstständigen Arbeiten.

Im Bereich der Dienstleistungsarbeit gibt es zudem Untersuchungen zu neuen Wirkungsmechanismen, welche im Zuge der Transformation von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft entstanden sind. Marianne Pieper verwendet drei interdependent zueinander stehende Kategorien (Immaterielle Produktion, Entgrenzung und Flexibilisierung), welche zu einer Erhöhung prekärer Arbeitsverhältnisse führen. Als „Signatur neuer Arbeitsregime“²⁷ werden diese jedoch im Bereich des „20er“-Verkaufens durch sozial-fürsorgliche Betrachtungs- und Handlungsweisen weniger wirksam.

Die Tiroler Straßenzeitung „20er“

Obwohl Straßenzeitungen und deren Verkäufer/innen im gesellschaftlichen Diskurs eine marginalisierte Rolle zukommt, kann die Verbreitung der Zeitungen und die Einbindung sozial benachteiligter Menschen in den Produktions- und Distributionsprozess als Erfolgsgeschichte gelesen werden. Der Prototyp der ersten Straßenzeitung wurde erstmals 1989 in New York verkauft, die erste Institution etablierte sich jedoch erst zwei Jahre später unter dem Namen „The Big Issue“ in London. Der Grundgedanke, Obdachlosen einen Rahmen zur Selbsthilfe anzubieten (Mitarbeit im redaktionellen Bereich und im Vertrieb), löste eine Welle von Zeitungsgründungen in den USA und später in ganz Europa aus.²⁸ Von diesen Entwicklungen inspiriert, bildete sich in den späten 1990er-Jahren

26 Vgl. Linda Nierling: Die Anerkennung von Arbeit. In: Gerrit Herlyn u.a. (Hgg.): Arbeit und Nicht-Arbeit. Entgrenzungen und Begrenzungen von Lebensbereichen und Praxen. München 2009 (= Arbeitstagungsband der Kommission Arbeitskulturen innerhalb der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde [dgv] in Hamburg), 283–297.

27 Marianne Pieper, Panagiotidis Efthimia u. Vassilis Tsianos: Regime der Prekarität und verkörperte Subjektivierung. In: Herlyn u. a. (Hgg.) (wie Anm. 26), 341–359, hier 341.

28 Vgl. Maria Laura Bono: Straßenzeitungen. Ein Ratgeber. Freiburg i. Br. 1999, 8 ff.

der „Verein zur Förderung einer Straßenzeitung in Tirol“. Am 1. Dezember 1998 erschien die erste Ausgabe der Straßenzeitung „20er“ zum Preis von 20 Schilling. In dieser Ausgabe positioniert sich die Zeitung wie folgt:

Der zwanzger wird auf der Straße verkauft von Menschen, die auf der Straße leben. Schon deshalb werden wir Tirol und Innsbruck aus einem anderen Blickwinkel betrachten, Akzente verschieben, Themen anreißen, die meist unbeachtet bleiben, und diejenigen zu Wort kommen lassen, deren Meinung allzu oft wenig zählt. Der zwanzger ist ein Projekt, das Menschen in sozialen Schwierigkeiten die Gelegenheit gibt, ihre Sprachlosigkeit zu überwinden und mit anderen in Kontakt zu treten.²⁹

Nicht nur die inhaltliche Ausrichtung auf marginalisierte urbane Themen erscheint in diesem Statement relevant, sondern auch die Schaffung von Kommunikation und Überwindung von Sprachlosigkeit auf Seiten der Verkaufenden. Wie sieht das in der („20er-“)Praxis aus? Das Projekt erhält keine Subventionen. Die Verkäufer/innen bekommen die Monatszeitung von der Institution um einen Euro und verkaufen sie um zwei weiter. Bisher waren etwa achthundert Verkäufer/innen aktiv, wobei die Zahl tatsächlich Verkaufender starken Fluktuationen unterlegen ist. 95 Prozent der Verkaufenden sind laut Geschäftsführerin Männer, die Auflage des „20ers“ beträgt in etwa 17.000 pro Monat, in den Wintermonaten deutlich mehr.³⁰

Das Verkäufer/innenprofil hat sich in der Geschichte des „20ers“ stark gewandelt: Anfangs waren es vor allem Einheimische in sozialen Notlagen, viele mit Alkohol- oder Drogenproblemen, heute sind es zunehmend Asylwerber/innen, für die diese selbstständige Tätigkeit eine der wenigen legalen Möglichkeiten ist, Geld zu verdienen. Die Geschäftsführerin des „20ers“ betonte im Interview, dass das soziale Auffangnetz für einheimische Obdachlose nun besser gespannt sei und dagegen Asylwerber/innen in Innsbruck vermehrt unter prekären Lebensverhältnissen zu leben hätten. Das Verkäufer/innenprofil sei somit in gewisser Weise als Seismograph für gesellschaftlich besonders marginalisierte Gruppen zu sehen. Die im Konzept der Straßenzeitung implizierte Mitarbeit soziökonomisch benachteiligter Menschen wurde nur zu Beginn praktiziert und aufgrund mangelnden Interesses der Verkäufer/innen eingestellt.

29 Der 20er spricht. Editorial. In: 20er. Die Tiroler Straßenzeitung, 01.12.1998, 2.

30 Vgl. das Interview mit Frau Riedmann-Flatz, Geschäftsführerin des „20ers“, geführt von Claudius Ströhle, Innsbruck, 15.05.2012.

Praktiken des (Nicht-)Kaufens und Verkaufens

Aus dem multiperspektivisch erhobenen Quellenmaterial können verschiedene Typen von (Ver-)Käufer/innen zusammengefasst werden. Diese Typisierungen sind Konstrukte, die nicht auf quantitative Daten zurückführbar sind, sondern sich vielmehr in gesellschaftlichen Diskursen, Bildern und Erzählungen manifestieren. Die Kategorisierungen sind Ergebnisse von Fremd- sowie Eigenzuschreibungen aus den Antworten zu unserem Schreibaufwurf, informellen Gesprächen, (passiv teilnehmender) Beobachtung und qualitativen Interviews. Allein die Tatsache, dass Nicht-Käufer/innen die bei weitem größte Gruppe darstellen, im erhobenen Material jedoch nur eine geringe Rolle spielen, verlangt ein zusätzliches Maß an Reflexivität bei der Interpretation, welche die soziokulturelle Konstruktion erst hervorbringt. Die eigentliche Begründung, warum die Nicht-Käufer/innen kein Interesse oder keine Motivation zum Zeitungskauf aufbringen, ist in unserer Forschung also weniger präsent als die performativen, internalisierten Ausdrucksformen des Nicht-Kaufens, die sich in senkenden Blicken, dankenden Gesten, dem Zuruf „Den hab ich schon!“ oder Ähnlichem äußern. In einer Antwort auf den Schreibaufwurf ist eine solche Begründung angeführt: „Die Verkäufer vor den Geschäften lösen in mir allerdings oft ein peinliches Gefühl aus. Ich traue mich dann z.B. nicht mal zu denken, ich *will* jetzt keine Zeitung kaufen. Sondern red' mir dann ein, ich hab' kein Kleingeld oder so, um den Schuldgefühlen auszuweichen.“³¹

Die Käufer/innen der Zeitung können zuerst in die Gruppen der regelmäßig (Stammkund/innen) oder nicht regelmäßig Kaufenden unterteilt werden. Dessen ungeachtet gibt es Kund/innen, die den Kauf von der/dem Verkaufenden abhängig machen. Dies artikuliert sich sprachlich nicht selten im Personalpronomen „mein“, wie im oft verwendeten „mein 20er-Verkäufer“. Neben der verkäufer/innenabhängigen Kaufpraxis können auch geografische Faktoren die entscheidende Rolle spielen: wenn der Zeitungskauf mit routinemäßigen Einkäufen im Supermarkt verbunden ist, vor dem Einsteigen in den Zug am Bahnhof geschieht oder ‚gleich um die Ecke‘ stattfindet. Von den Stammkund/innen wurde der mit solchen alltäglichen Verrichtungen verbundene Kauf der Straßenzeitung in ihren Antworten zum Schreibaufwurf des Öfteren als ritualisiertes Handeln beschrieben.³² Eine weitere Gruppe von Akteur/innen gab an, die Zeitung einem demokratischen Prinzip zufolge zu kaufen und bewusst zwischen den Verkäufer/innen zu wechseln. Zum Schluss sind diejenigen zu erwähnen, die sich nicht in

31 Antwort zum Schreibaufwurf Nr. 5 vom 05.03.2012, Kursivsetzung im Original

32 Vgl. zum Beispiel: Antwort zum Schreibaufwurf Nr. 1 vom 16.01.2012, Antwort zum Schreibaufwurf Nr. 8 vom 05.03.2012, Antwort zum Schreibaufwurf Nr. 17 vom 05.03.2012.

eines der Cluster einordnen lassen, also keiner erkennbaren Systematik folgend den „20er“ kaufen.

Die Praktiken und Taktiken des Kaufens und die damit zusammenhängenden Typisierungen von Käufer/innen können nicht ohne deren Pendant gedacht werden. Kaufende verbinden den „20er“-Kauf vielfach mit den Verkaufenden und diese haben (fast) immer ihren Stamplatz. Diese Ortsgebundenheit evoziert in weiterer Konsequenz Prozesse einer wahrgenommenen Symbiose von Ort und Verkäufer/in – wie beispielsweise diese Einsendung zeigt: „Heute kaufe ich den 20er meistens bei einem Herren, der immer an der Wagner’schen [Buchhandlung, Anm.] steht. Er hat immer so ein nettes Lächeln und eine gewisse Ausstrahlung.“³³ Die Zuweisungen der „20er“-Verkäufer/innen an bestimmte Orte bewirken somit eine Stadtbildzugehörigkeit der Straßenzeitung: „Im Bahnhof, vor der Tyrolia, vor der Wagner’schen, vor unzähligen MPreisen [Tiroler Supermarktkette], bei der Klinik, beim DEZ, in der Maria-Theresien-Straße, am Marktplatz. Es sind viele Gesichter an vielen Punkten in Innsbruck, die mir in Erinnerung kommen, wenn ich an den 20er denke.“³⁴

Die Verkaufsorte werden unter den Verkaufenden selbst ausverhandelt und beinhalten durchaus Konfliktpotential: Die Außenwahrnehmung (Ortsbindung) und die vorbereitenden Prozesse des Verkaufs (Ortsbehauptung) können sich somit entgegenstehen. Ambivalenzen und entgegelaufende Linien durchziehen verschiedenste Aspekte des „20er“-(Ver-)Kaufes, wie auch hier festzustellen ist: Einerseits werden die Verkäufer/innen mit ihrer Zugehörigkeit zum Stadtbild (an zentralen, frequentierten konsumgeprägten Stellen) als selbstverständliche gesellschaftliche Akteur/innen wahrgenommen und andererseits erscheinen sie als Marginalisierte der Gesellschaft. Selbst der Verkäufer am Bahnhof, der – nach eigenen Angaben in einem informellen Gespräch – schon seit sieben Jahren diesen Stamplatz innehat und stadintern Kultstatus besitzt, entkommt dieser doppeldeutigen Zuschreibung nicht.

Das Bild der „20er“-Verkaufenden ist fast ausschließlich von männlichen Verkäufern geprägt. In den Antworten zum Schreibaufwurf wird nur eine Verkäuferin erwähnt, die nicht nur aufgrund ihres Geschlechtes „untypisch“³⁵ ist, sondern auch deshalb, weil sie ihre Zeitungen mobil verkauft, also keinen festen Standplatz hat.

33 Antwort zum Schreibaufwurf Nr. 3 vom 05.03.2012.

34 Antwort zum Schreibaufwurf Nr. 25 vom 05.03.2012.

35 Eine stärkere Akzentuierung der Genderfrage wäre wünschenswert und aufschlussreich, da bereits die (Ver-)Kaufsituation von Straßenzeitungen vorwiegend von männlichen Verkäufern und weiblichen Käuferinnen geprägt ist und auch die (kultur- und sozial-)wissenschaftliche Auseinandersetzung im Wesentlichen von Forscherinnen getragen wird.

Die mobile Verkaufstaktik³⁶ steht dabei neben den vielzähligen anderen Praktiken der Stammplatzverkäufer/innen, die wir in zahlreichen Beobachtungen dokumentiert und aus den Antworten zum Schreibaufruf herausgefiltert haben: Die Verkäufer/innen halten die Zeitungen meist gefächert vor dem Körper und sprechen ihre potentiellen Kund/innen oft persönlich an („Hallo, wie geht’s?“, „20er?“) oder lächeln diese freundlich an, wobei der Akt des Anbietens der Zeitung mehr oder weniger aktiv vor sich geht. Das aktive Verkaufen kennzeichnet sich beispielsweise durch halbkreisförmiges Rotieren des Verkäufers/der Verkäuferin, das Entgegenstrecken der Zeitungen in Richtung der Passant/innen oder durch Gesten, die an Bettelei erinnern. Die passive Verkaufshaltung ist zurückhaltend und geht performativ kaum über den Blickkontakt hinaus. Die Verkäuferin verkauft zusätzlich Blumen.

Die Präsenz der unterschiedlichen Verkaufspraktiken lässt auf kompetitive marktwirtschaftlich orientierte Logiken schließen, die auf einer individuellen Auseinandersetzung mit der Tätigkeit des Straßenzeitungsverkaufes basieren. Das Repertoire an Handlungsmustern der Verkaufenden orientiert sich an gesellschaftlichen Normvorstellungen und wird Teil der Stadterfahrung. Über den erfolgreichen Verkauf im öffentlichen Raum erfahren Verkaufende eine Bestätigung, an welcher sich ihr zukünftiges Handeln orientieren kann.

Kaufmotivationen

Welche Motive werden von den Käufer/innen des „20ers“ direkt genannt, welche Beweggründe lassen sich zudem feststellen, die für sie einen Kauf der Straßenzeitung rechtfertigen? Als ein Kaufmotiv wurde wiederholt die außergewöhnliche Freundlichkeit des Verkäufers oder der Verkäuferin beschrieben. Es stellt sich hierbei die Frage, inwieweit die Verkäufer/innen mit den entsprechenden Verhaltensweisen einer gesellschaftlich geprägten normativen Vorgabe zu entsprechen versuchen. Durch den Kauf als Belohnung der geforderten Norm wird das Beziehungsverhältnis, das an der Normaushandlung zu beginnen und in der Verkaufssituation zu enden scheint, nicht beendet. Im Mauss’schen Sinne interpretiert, entwickelt sich durch das Aufsummieren von Gaben und Gegengaben ein sozioökonomischer Kreislauf, der sich auf kommunikativer Ebene äußert.

Als ein weiteres häufig wiederkehrendes Motiv werden die Ausdauer und das Durchhaltevermögen der Verkäufer/innen, gerade in kälteren Jahreszeiten, genannt, diese erscheinen oft als wertzuschätzende Attribute. Der Kauf der Stra-

36 „Taktik“ heißt hier nicht, dass die Verkaufenden ihre Art des Verkaufens so beschreiben würden, sondern es können auch nur Gesten, ein Lächeln u.ä. sein, die in Fremdzuschreibungen als Verkaufstaktik wahrgenommen werden und sich in Erzählmustern wiederfinden.

ßenzeitung wird als Belohnung für die Persistenz, zum Teil auch für das nicht erfolgreiche Verkaufen, betrachtet, der Leistungswille der Verkaufenden soll damit honoriert werden. Sowohl im Gespräch mit der Geschäftsführerin als auch im direkten Gespräch mit den Verkäufer/innen bestätigte sich die Annahme, dass im Winter, und im Besonderen in der Vorweihnachtszeit, der Umsatz des Zeitungsverkaufs stark ansteigt. Dies deutet auf die sozial-fürsorglichen Zuschreibungen an die Zeitung und (speziell) an deren Verkäufer/innen hin.

Als eine weitere häufige Begründung für den „20er“-Kauf wird – ähnlich konnotiert wie jene der Belohnung des Durchhaltevermögens – die Wertschätzung der Arbeit und der Tätigkeit im Allgemeinen genannt. Die unterschiedlichen Zuschreibungen an das „20er“-Verkaufen als Akt zwischen Arbeit und Nicht-Arbeit sind kennzeichnend für das von Ambivalenzen durchzogene Untersuchungsfeld, weshalb dieses Spannungsverhältnis in einem eigenen Kapitel behandelt wird.

Darüber hinaus wurden auch Mitgefühl sowie das Geben von Almosen in einigen Einsendungen als bestimmende Motive genannt. Beim Absender des unten auszugsweise angeführten Schreibens zeigt sich, dass sozial-fürsorglich motivierte Werthaltungen und Handlungen Anforderungen eines leistungsethischen Arbeitsverständnisses ausklammern können:

Ich persönlich habe den 20er noch nie gekauft, vielmehr gebe ich den Personen, die diesen austeilen, einfach so Geld. Mittlerweile ist es sogar so, dass ich nie an einem dieser Verkäufer vorbei gehen kann, ohne etwas gegeben zu haben. Es ist einfach das Mitgefühl, das mich dazu treibt.³⁷

Der im Grundgedanken des „20er“-Verkaufes intendierte ökonomische Tausch von Zeitung gegen Geld wird hier durchbrochen. Darüber hinaus widerspricht die Benennung der Tätigkeit als Praxis des „Austeilens“ einer marktwirtschaftlichen Transaktion. „Austeilen“ klingt freiwilliger, als stehe keine ökonomische Intention dahinter, dies lässt eine Geldgabe ohne Kaufabsicht als reziproke Geste angemessen erscheinen.

Ein weiteres häufiges Element der Kaufbegründung ist die Wertschätzung der sozialen Idee des „20ers“ (unter dem Schlagwort „Projekt auf Gegenseitigkeit“), welche über dem Inhalt der Zeitung rangiert. Das Lesen der Zeitung erscheint in einigen Aussagen sogar als Ausnahmefall: „Und ich lese ihn sogar!“³⁸ Andere hingegen betonen in ihren Antworten neben den vorher genannten Motiven auch die inhaltliche Ausrichtung der Zeitung: Aspekte wie Regionalität, alternative Be-

³⁷ Antwort zum Schreibaufwurf Nr. 9 vom 05.03.2012.

³⁸ Antwort zum Schreibaufwurf Nr. 29 vom 06.03.2012.

richterstattung oder die Bedeutung der Straßenzeitung als Sprachrohr marginalisierter Menschen werden als interessant beschrieben und anerkannt.

Biografische Erinnerungen, Schuldgefühle wegen einer unterlassenen Hilfeleistung einem „20er“-Verkäufer gegenüber und die emotionale Verbundenheit mit der Zeitung an sich – all diese Einzelbeispiele, die in weiteren Antworten auf unseren Aufruf „Meine 20er-Geschichte“ als Grund für den Kauf der Straßenzeitung genannt wurden, weisen auf persönliche Erfahrungswerte der Käufer/innen hin, welche letztlich Ausdruck einer emotionalen Nähe zur Zeitung bzw. zu bestimmten Verkäufer/innen sind. Die Käufer/innen sehen die eigene Biografie zum Teil mit der Zeitung und ihren Verkäufer/innen verbunden, was in weiterer Folge als Kaufmotiv wirksam wird.

Was Käufer/innen mitkaufen: der Mehrwert des „20ers“

Als ein zentrales Kaufmotiv wurde die gesellschaftliche Verantwortung marginalisierten Personen gegenüber betont. Der „20er“-Kauf wird als leistbare, sinnvolle soziale Unterstützung bewertet.³⁹ Diese Verantwortlichkeit den Verkaufenden gegenüber soll dabei nicht beim Zeitungskauf enden, sondern auch kommunikative Elemente (Gespräche, Zuhören) beinhalten, wie in vielen Antworten zum Schreibauftrag betont wurde. Dem Gespräch mit dem Verkäufer, der Verkäuferin wird ein besonderer Mehrwert zugeschrieben, der sich in der Erweiterung des „eigenen kulturellen Horizontes“⁴⁰ oder im „Abbau von Vorurteilen und Stereotypen“⁴¹ äußern könne. Einer empathischen Haltung auf Seiten der Kaufenden, welche sie als emotionales Kapital investieren, wird damit auch ein konkreter Nutzen zugeschrieben. Dieser Kapitalform liegt eine eindeutige Handlungsrichtung zugrunde: Sie wird von den Kaufenden des „20ers“ an die Person des/der Verkaufenden übergeben und verlangt auf dieselbe Weise wie bei der Umwandlung von ökonomischem in soziales Kapital eine spezifische kommunikative Arbeit der Akteur/innen. Zeit, Aufmerksamkeit und Zuhören werden dabei zu Bestandteilen einer Komplementärwährung, die im Verkaufskontext an Valenz gewinnt. Die positiven Nebeneffekte dieser Aufwendungen können (nach Bourdieu) zur Anreicherung einer weiteren Kapitalsorte – der des inkorporierten Kulturkapitals – führen.⁴² Das Gespräch mit den „20er“-Verkaufenden trage zu einer Verinnerlichung neuer Werthaltungen bei, bei ei-

39 Vgl. zum Beispiel: Antwort zum Schreibauftrag Nr. 20 vom 06.03.2012.

40 Antwort zum Schreibauftrag Nr. 1 vom 16.01.2012.

41 Ebd.

42 Vgl. Bourdieu (wie Anm. 7), 183–198.

ner gleichzeitigen Auflösung vorheriger Vorurteile gegenüber marginalisierten Menschen. Der „20er“- (Ver-)Kauf führe damit auch auf der Seite der Kaufenden zu einer Gewinnsituation.⁴³

In einer Reihe von Einsendungen wurde der Kauf der Straßenzeitung auch als Integrationsangebot interpretiert, mit dem die Käufer/innen aktiv zur Veränderung der Lebensumstände der Verkäufer/innen beitragen und gleichzeitig deren Selbstständigkeit fördern können. Indem die Käufer/innen Übersetzungshilfe(n) anbieten und Gespräche über biografische Hintergründe beginnen (die in ihren Darstellungen meist einseitig die Biografie der Verkäufer/innen betreffen), weisen sie sich eine gewisse Aktivierungs- und Vermittlerrolle im geglaubten gesellschaftlichen Integrationsprozess zu.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass der „20er“-Kauf, so konsum- und gesellschaftskritisch er auch motiviert sein mag, letztlich ein Beitrag zur Festigung eigener Wertesysteme ist. Hilfe zur Selbsthilfe, Integration und Kulturkontakt spiegeln eine bildungsbürgerliche Wertehaltung zwischen kapitalistischem und sozial-fürsorglichem Anspruch wider. Dies verdeutlicht sich vor allem in der Lesart des „20er“-Verkaufes als Akt zwischen Arbeit und Nicht-Arbeit.

„20er“-Verkauf zwischen Arbeit und Nicht-Arbeit⁴⁴

Das Verkaufen des „20ers“ gilt in Österreich als selbstständige Arbeit und bietet somit auch für Asylbeantragende einen offiziellen, rechtlich genehmigten Zuverdienst. Im Gespräch mit Verantwortlichen der Straßenzeitung wurde dies auch immer wieder betont – die „20er“-Verkäufer/innen seien keine Angestellten des „20ers“, sondern selbst „20er“-Kund/innen und damit Kleinstunternehmer/innen, die lediglich die Zeitung um einen Euro kaufen und diese dann um zwei Euro selbstständig, ohne Strukturzwänge und Vorgaben, weiterverkaufen.

Im erhobenen empirischen Material fällt das Urteil nicht so eindeutig aus. Ob es sich beim „20er“-Verkauf um Arbeit im Sinne einer gesellschaftlich akzeptierten Erwerbsarbeit oder um ein metamorphosiertes Almosenempfangen handelt, ist oft Ergebnis eines mehrdeutigen Aushandlungsprozesses: Die Bandbreite reicht vom langjährigen Verkäufer, der sich und seine Verkaufstätigkeit als Engagement im Zuge der gesellschaftlichen Partizipation sieht, über die ambivalente Haltung einer „20er“-Käuferin zur Schenkpraxis bis letztlich zu einer Fülle an unterschiedlichen Auffassungen, die aus den Antworten zum Schreibauftrag hervorgehen. In

⁴³ Vgl. z.B. Antwort zum Schreibauftrag Nr. 1 vom 16.01.2012.

⁴⁴ Die Namen der Interviewpartner/innen und der Tätigkeitsbereich des „20er“-Verkäufers werden im folgenden Kapitel anonymisiert verwendet.

den Betrachtungsweisen, die sich dort zum Thema Arbeit und „20er“-Verkauf finden, ist auffallend, dass nicht zwangsweise eine der erwähnten Haltungen für sich allein stehen muss. Des Öfteren werden Aussagen zur Tätigkeit von ein und derselben Person gemacht, die auf eine übergeordnete Ambivalenz oder vielseitige Konnotationen hinsichtlich des „20er“-Verkaufs als ein zwischen Arbeit und Nicht-Arbeit angesiedeltes Handeln schließen lassen.

I came to Austria 2005 as asylum seeker, coming to Austria the asylum seekers are not allowed to work and we have to do something to engage ourselves. [...] So somebody introduced me to selling the 20er, all like in Wien they go to sell drugs, but Tirol 20er is Straßenzeitung to engage people that are not really allowed to work or some sort of people so that is why I see myself selling the 20er to engage myself since 2005.⁴⁵

Das englische Wort „engage“ (beschäftigen, engagieren), welches von Herrn V., einem etwa 40-jährigen „20er“-Verkäufer aus Nigeria, im Interview als zentraler Begriff im Zusammenhang mit der Praxis des Verkaufens genannt wird, verweist in seiner Semantik in eine bestimmte Richtung: Menschen, denen es gesetzmäßig nicht erlaubt ist, zu arbeiten, hätten darin ebenso wie andere (sozial benachteiligte) Menschen die Möglichkeit, sich zu beschäftigen und einzubringen. Abgesehen von den Aussagen zur gesetzlichen Lage bezüglich des Arbeitsverbotes, welches für Asylwerber/innen gilt, ist hier bereits rein sprachlich eine Trennlinie zwischen Arbeit („work“) und Beschäftigung („engagement“) erkennbar. Herr V. schreibt sich in der frühen Phase seiner als oft schwierig („rough“) beschriebenen Anfangszeit als „20er“-Verkäufer in gewisser Weise die Rolle eines Pioniers zu:

I was the first person selling the 20er in X. Most of them they don't know about the 20er, they just sold it in Innsbruck. They know about 20er in Innsbruck, when I was selling, initially it was rough, because they don't know the paper that much, they don't know it. So now, all of them they know the paper 20er so I am selling it here in X. Ja.

Die Leistung seiner Verkaufstätigkeit liege demnach unter anderem in der Publikmachung der Straßenzeitung in einer Ortschaft außerhalb Innsbrucks. Das „20er“-Verkaufen habe es ihm ermöglicht, zahlreiche Bekanntschaften zu schließen, die ihm letztlich dazu verholfen haben, dass er heute die Abendhauptschule und die Gesundheits- und Krankenpflegeschule besuchen könne. Herr V. betrachtet das Verkaufen des „20ers“ damit als gesellschaftsintegrativen Schritt. Er

45 Interview mit Herrn. V., „20er“-Verkäufer, ca. 40 Jahre alt, geführt von Claudius Ströhle, X, 20.04.2012. Alle nachfolgenden Zitate stammen aus diesem Interview.

kenne nämlich mehr als die Hälfte der Menschen der Ortschaft beim Namen, und, wie wir feststellten, sie auch ihn.

V.: Selling 20er is so important for me, because I have built a lot of relationships as a result selling 20er. So nice people have come across, sometimes living is difficult, though it is not good, but I built the relationship, I know so many nice people, for example, I go to a school now, I am going to a school – Pflegeschule – it is as a result of selling the 20er I have the connection. [...] This is integration, 20er has integrated me to the society. This is X, I'm not posing, I know more than half of the people here in X, more than half by name. (Passantin mit zwei Kindern grüßt Herrn V., dieser grüßt zurück.)
S./P. (lachen): And they know you.

Ein zentrales Element, das Herr V. im Zuge des Interviews immer wieder betonte, ist die Freundlichkeit seiner Kund/innen. In einem kaufmännisch anmutenden Vokabular sprach Herr V. von einem Markt, von dem sein Verkauf abhängig ist, von seinen fixen „clients“ (Klientel) und seinen „customers“ (Kund/innen), die ihm des Öfteren – auch wenn sie keinen „20er“ kaufen – „tips“ (Trinkgeld) überreichen würden.

I buy sometimes fifty, when I buy fifty for the month, there are times I sell seventy, or about hundred. It depends on the market, right now the market is not so good. That is why I just sold three pieces. I've been here since nine o'clock. That does not mean that I don't have tips – Trinkgeld – sozusagen from nice people.

So beantwortete Herr V. die zugebenermaßen etwas suggestiv gestellte Frage, ob er im Winter Geschenke bekommen habe, etwa Handschuhe – wie uns in einer unserer Beobachtungen aufgefallen war –, und ob es zur üblichen Praxis gehöre, dass er neben dem Trinkgeld auch sonstige Geschenke überreicht bekomme, mit folgender Aussage: „Yes, this handgloves somebody gave me, like this is from costumers, you will not believe it, good presents, you understand, this nice pull-over I got this from somebody. Some many presents as well, good people, instead of drain it away, they bring it to me. I look at it, it is nice, why not put it on?“

Die herausgegriffenen Zitate zum Trinkgeld und zu den Geschenken sind signifikant und weisen abermals auf die Ambivalenz des Forschungsbereiches hin: Die selbstständige Tätigkeit des „20er“-Verkaufens, die – wie Herr V. deutlich machte – durchaus mit einem marktwirtschaftlich orientierten Vokabular dargestellt werden kann, trifft sich mit der Beschreibung fürsorglicher Geschenkpraxen. Diese haben jedoch scheinbar weder zu einer Auflösung noch zu einer Umdeutung des Selbstverständnisses geführt. Auffallend erscheint dabei vor allem der Begriff des Trinkgelds („tips“), der im Kontext seiner alltäglichen Verkaufspraxis

einen anderen Sinngehalt einnimmt als in der Dienstleistungsarbeit. Dort stellt Trinkgeld eine Gegengabe für überdurchschnittliches Engagement und zuvorkommende Behandlung eine soziale Norm dar,⁴⁶ wogegen das „20er“-Trinkgeld“ eine zusätzliche Bedeutung enthält: Als sozial aktivierende Gabe kann es Ausdruck einer Investition in den integrativen Prozess des/der Verkaufenden sein.

Das Geldgeschenk ist im Kontext des „20er“-(Ver-)Kaufes in zwei Kategorien zu untergliedern: erstens in zusätzliches Geld nach der durchgeführten ökonomischen Transaktion und zweitens in Geldgeschenke ohne eine vorausgehende Tauschhandlung. Beide Geldgaben werden als Trinkgeld bezeichnet, womit eine Erwerbsarbeitssemantik in den Kommunikationsraum „20er“ getragen wird. Hierbei ist fraglich, ob mit einer Umbenennung der Geldgeschenke nicht auch eine Umdeutung für Verkaufende und Kaufende impliziert ist. Es scheint, als würde das sozial-fürsorgliche Momentum auf semantischer Ebene einem neuen Sinngehalt zugewiesen, was eine weitere Kommunikation unter den Akteur/innen erleichtern kann. Silke Meyer beschreibt in ihren Untersuchungen zu Geldgeschenken, dass diese in sozialen Beziehungen erst durch deren konkrete Rahmung legitimiert werden.⁴⁷ Im erhobenen Quellenmaterial finden sich jedoch keine Hinweise auf solche Rahmungen im Kontext des „20er“-(Ver-)Kaufes, was auf eine anerkannte ungleiche Beziehungshierarchie hinweist. Entscheidend ist hierbei, dass diese Ungleichheit nicht kaschiert werden muss und sich somit die Hierarchie in der Geldgabe noch verfestigt. Kein Passant und keine Passantin verspüren das Bedürfnis, einen Schein zum Schmetterling zu falten oder ihn vor der Übergabe zu verpacken. Als einzige Rahmung könnte das Sachgeschenk dienen, welches seine soziale Bedeutung auch in seinem Verwendungszweck findet. Herr V. nahm den geschenkten Pullover gerne an, jedoch nicht ohne den augenzwinkernden Verweis, dass kein ästhetischer Grund gegen die Annahme und das Tragen des Kleidungsstückes gesprochen habe. Damit drückte er sein Anliegen aus, sich als ästhetisch gebildeter und bewusst entscheidender Konsument mit einer Wahlmöglichkeit zu positionieren.

In der Fortdauer des Gespräches mit Herrn V. spielte dessen weitere Zukunft eine immer wichtigere Rolle. Auf die Frage hin, ob er nach dem Abschluss der beiden Schulausbildungen (Abendhauptschule, Gesundheits- und Krankenpfle-

46 Vgl. Silke Meyer: Stimmt so. Zur sozialen und kulturellen Bedeutung von Trinkgeld. In: Konrad Köstlin, Andrea Leonardi u. Paul Rösch (Hgg.): *Kellner und Kellnerin. Eine Kulturgeschichte. Cameriere e Cameriera. Una Storia Culturale*. Meran 2011 (= *Tourism & Museum*, 4), 259–275, hier 269 ff.

47 Vgl. dies.: Geld als Gabe. Wert und Wertigkeit von Geldgeschenken. In: Andreas Hartmann u.a. (Hgg.): *Die Macht der Dinge. Symbolische Kommunikation und kulturelles Handeln*. Festschrift für Ruth-Elisabeth Mohrmann. Münster 2011 (= *Beiträge zur Volkskultur in Nordwestdeutschland*, 116), 87–98, hier 90.

geschule) und nach dem positiven Asylbescheid mit dem Verkaufen des „20ers“ aufhören werde, antwortete Herr V.:

V.: Yeah I'm still in the process [Asylverfahren, Anm.], by next year I will have that Erlaubnis to work here, because I'm going to school right now, two schools, Abendhauptschule and the Pflegeschule. So when I finish everything ...

P.: You can work.

S.: Then you stop selling the 20er?

V.: Then I stop selling the 20er (Gelächter). It will be sad, I will miss all the good people, I have to stop selling the 20er (lacht). Because it is not good working and selling, there is no time selling the 20er.

Der Besuch der Bildungsanstalten wird von Herrn V. als Ergebnis seiner Tätigkeit als „20er“-Verkäufer beschrieben. Ohne die Geschichte des Herrn V. als reine Erfolgsgeschichte beschreiben zu wollen, lässt sich zumindest in der Darstellungsweise seiner angestrebten beruflichen Zukunft eines erkennen: Herr V. begründet den neuen Status, den er als Schüler und damit auch als Empfänger von kulturellem Kapital erfährt, mit seiner langjährigen Arbeit als „20er“-Verkäufer. Mit Bourdieu interpretiert, ermögliche ihm das soziale Kapital, welches er durch das Verkaufen der Zeitung angesammelt habe, nun den Zugang zu Institutionen des kulturellen Kapitals. In weiterer Folge ermögliche ihm das gesammelte soziale und kulturelle Kapital nicht nur die Konvertierung desselbigen in ökonomisches Kapital, sondern auch die Eingliederung in die Gesellschaft.

Auch auf sprachlicher Ebene manifestiert sich der Übergang vom „20er“-Verkäufer zum vollständig akzeptierten Akteur der Erwerbsgesellschaft. Die klare semantische Trennung zwischen „work“ (arbeiten) und „sell“ (verkaufen) zeigt auf, wie Herr V. seine Tätigkeit als „20er“-Verkäufer sieht: Der Abschluss der beruflichen Ausbildung und des Asylverfahrens markieren für ihn eine Zäsur, die in seiner gegenwärtigen Perspektive mit dem Ende des „20er“-Verkaufens einhergehen wird. Der zukünftige Lebensabschnitt erscheint damit als Resultat der Zeit, in der Herr V. als „20er“-Verkäufer tätig war, der Übergang von einem in den anderen Abschnitt wird mit einem Übergang von „sell“ zu „work“ beschrieben.

Das Interview, das auf Englisch geführt wurde, erfährt in einzelnen Passagen eine zusätzliche semantische Ebene. Begriffe, die im Interview sowohl auf Englisch als auch auf Deutsch verwendet wurden (wie etwa das bereits beschriebene Beispiel des Trinkgeldes), verweisen in ihrer beidseitigen Verwendungsrichtung auf das kommunikative Feld des „20er“-Verkaufes. Die dezidierte Verwendung von ausschließlich deutschen Begrifflichkeiten lässt sich wohl am besten dann erklären, wenn deren Verwendungszusammenhang betrachtet wird: „Erlaubnis“, „Pflegeschule“ und „Abendhauptschule“ entstammen aus einem institutionellen

oder amtlichen Umfeld, welches sich in Herrn V.s sprachlicher Ausdrucksweise verfestigt zu haben scheint. Die Institutionen, die Herr V. seit seinem Aufenthalt in Österreich besucht hat, prägten sich im Sprachgedächtnis des „20er“-Verkäufers besonders ein – diese Schlüsselbegriffe fanden deshalb auch Platz im Interview mit zwei jungen Europäischen Ethnologen.

Welche Deutungen des „20er“-(Ver-)Kaufs zwischen Arbeit und Nicht-Arbeit lassen sich in den Aussagen einer langjährigen „20er“-Käuferin finden? – Frau L., Tiroler Seniorenstudentin an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck, bezeichnet sich selbst als treue, aber nicht einer regelmäßigen Praxis folgende Käuferin des „20ers“, den sie seit etwa zehn Jahren immer wieder von verschiedenen Verkäufer/innen bezieht. Ihren persönlichen Bezug zum „20er“ und zu einzelnen Verkäufer/innen „aus der Roma-Szene“⁴⁸, wie sie es nennt, habe sie zudem bereits durch ihr Engagement bei einer NGO erhalten. Auf die Frage, ob sie vor ihrem ersten Kauf bereits vom Projekt des „20ers“ gewusst habe, antwortete sie: „Ich habe gewusst, dass das praktisch eine Zeitung ist, die Arbeitslose verkaufen, um damit ihren Lebensunterhalt ein bisschen aufzubessern oder überhaupt davon zu leben.“

Am 14. Dezember 2011 – dem Tag unserer ersten Kontaktaufnahme mit Frau L. – war sie uns in einer Innsbrucker Fußgängerzone im Zuge unserer Beobachtung aufgefallen, als sie kurz mit einem der von uns beobachteten Verkäufer sprach und ihm ein Paar Handschuhe überreichte. Kurz danach sprachen wir sie an und vereinbarten einen Interviewtermin an der Universität. Aus diesem Interview ergaben sich offensichtliche Parallelen zu den Aussagen von Herrn V., aber auch deutliche Unterschiede. Bereits die oben zitierte Aussage zeigt, wie der „20er“-Verkauf mit Arbeit in Verbindung gebracht wird, definiert durch den erhaltenen Lohn. Diese Sichtweise schien jedoch nur auf den ersten Blick eindeutig, wie sich im weiteren Verlauf des Interviews herausstellte.

Ja, dass sie einfach eine Beschäftigung haben und so in den Arbeitsablauf vielleicht integriert werden. Aber dass sie auch wissen, dass sie für ihre Arbeit Geld verdienen, und nicht dass sie einfach ein Almosen empfangen. [...] Dass sie das Gefühl bekommen, sie verdienen Geld, mit dem sie etwas machen. Und nicht nur, dass sie dastehen, sondern, dass sie Arbeit unter Anführungszeichen – es ist sicher Arbeit, wenn man den ganzen Tag in der Straße steht und die Zeitung verkauft. Dass sie für das eben mehr oder weniger ihr Gehalt oder ihren Unterhalt verdienen können.

48 Interview mit Frau L., „20er“-Käuferin, ca. 60 Jahre alt, geführt von Claudius Ströhle, Innsbruck, 11.01.2012. Alle folgenden Zitate stammen aus diesem Interview.

Frau L.s Betrachtungsweise des „20er“-Verkaufens wechselt innerhalb von drei Sätzen: „Dass sie das Gefühl bekommen, sie verdienen Geld“, in dieser sozialfürsorglich anmutenden Perspektive wird die Bedeutung des „20er“-Verkaufens als wertzuschätzende und damit auch monetär zu vergeltende Arbeit betont. Almosen als Begriffs- und Denkkategorie wird von der Interviewpartnerin in dieser Passage von vornherein verurteilt. Die „Arbeit unter Anführungszeichen“ wird in einer verallgemeinernden, detaillierenden Beifügung schließlich aufgrund der schwierigen Umstände des Straßenverkaufs zur Erwerbsarbeit aufgewertet. Damit ist der Anspruch auf ein Gehalt oder auf – wieder eine begriffliche Abstufung – „Unterhalt“ durchaus gerechtfertigt. Die scheinbare Widersprüchlichkeit zwischen der Auffassung des „20er“-Verkaufs als selbständige Arbeit einerseits und als Arbeit mit einer sozial-karitativen Perspektive andererseits löst sich zwischenzeitlich im kleinen Einschub („es ist sicher Arbeit“) auf. Die darauffolgende Aussage relativiert diese vermeintliche Eindeutigkeit und die Interviewenden (also wir) werden somit zeitgleich Ohrenzeugen eines Aushandlungsprozesses über den Charakter des „20er“-Verkaufs.

Diese Ambivalenz lässt sich auch im Falle der Schenkpraxis von Frau L. nachvollziehen. Von ihr als erstmaliges Überreichen eines Geschenkes an einen „20er“-Verkäufer beschrieben, differenziert sie zwischen dem monetären Schenken (in ihrem Wortgebrauch Almosen) und ihrem Handschuhgeschenk, welches als materielle Gabe in ihrer Beschreibung kein Almosen darstellt. Frau L. war es höchst unangenehm, dass wir sie bei ihrer Geschenkübergabe beobachtet hatten. Auf die Frage, wie es dazu gekommen sei und ob das Geschenk im Zusammenhang mit der Vorweihnachtszeit gestanden habe, entwickelte sich folgendes Gespräch:

L.: Ja, ich habe ihn gefragt, wie's geht? Und er hat gesagt, ja, es geht ganz gut, aber ist ihm zu kalt. Und dann hab' ich gesagt – ja, ähm, es war eigentlich nicht so kalt im November. Und dann hab ich gesagt, warum er sich keine Handschuh anzieht. Und dann hat er gesagt, er kann sich keine Handschuhe kaufen, die seien ihm zu teuer. Aufgrund dessen hab ich mir halt gedacht, ok.

S.: War das in der Vorweihnachtszeit?

L.: Ja, es war halt im November. Also das hat jetzt nichts mit Weihnachten zu tun gehabt. Das war einfach die Situation, wo ich mir gedacht hab: Mein Gott, ähm, die Handschuhe. (Pause) Spielt wirklich keine Rolle.

S.: Und ist das schon öfters vorgekommen, dass du mal jemandem ein Geschenk gemacht hast?

L.: Nein, das war jetzt einfach situationsbedingt, s'erstmal.

S.: Und sonst, wenn du den 20er kaufst, der kostet ja zwei Euro. Kommt es dann auch vor, dass du ein bisschen mehr gibst als zwei Euro?

L.: Nein (Kopfschütteln), nein. Ähm, da bin ich jetzt persönlich dagegen. Weil ich sag, ok, das ist der 20er, da kriegt er zwei Euro dafür. Ich kenne auch Leute, die schenken denen zwei Euro und sagen „Koit da dein 20a“ (Pause). Das find ich jetzt persönlich wieder nicht richtig. Ich weiß nicht.

S.: Inwiefern nicht richtig?

L.: Ja, weil's eigentlich nicht Almosen in dem Sinn sein soll, sondern das ist einfach (Pause), der macht seine Arbeit und bekommt dafür was. Und also, ich persönlich denke mir, ich will ihn jetzt nicht zum Almosenempfänger degradieren.

Geldgeschenke ohne die Entgegennahme der Zeitung sind hier klarer negativ konnotiert mit der Degradierung des Beschenkten als Almosenempfänger als das singuläre, funktionsgebundene Kleidungsstück, das bereits eine Umwandlung von Geld- in Wärmefunktionswerte vollzogen hat und damit akzeptierte/akzeptable Währung in der (wahrgenommenen) sozioökonomischen Schieflage zwischen Erwerbsgesellschaft und Menschen in prekären Verhältnissen wird.

Durch die sehr allgemein gehaltene Einladung, uns eine „20er“-Geschichte zu schreiben, sind die Verfasser/innen der Antworten zum Schreibauftrag auch nicht dezidiert auf die Frage eingegangen, ob der „20er“-Verkauf als Arbeit oder Nicht-Arbeit aufgefasst wird. Trotzdem fanden sich in beinahe allen 37 Antworten Äußerungen über die Tätigkeit der Verkäufer/innen und unterschiedliche Bewertungen. Zusammengefasst konnten vier Kategorien der Auffassung des Verkaufes herausgearbeitet werden, die sich zum Teil zwar überschneiden, sich jedoch in der Argumentation und in der sprachlichen Ausdrucksweise unterscheiden. Als eine Kritik an den bestehenden sozialen Verhältnissen, denen der „20er“-Kauf als eine faire Alternative entgegenwirken kann, könnten etwa folgende zwei Ausschnitte verstanden werden: „Grundsätzlich find ich es eine faire Möglichkeit für die VerkäuferInnen Geld zu verdienen ohne Betteln gehen zu müssen, da viele der VerkäuferInnen keine andere Möglichkeit haben ein Einkommen zu erwirtschaften.“⁴⁹ Und: „Ich finde ihn [den 20er, Anm. Autoren] sehr gut, die Lohnverteilung 50/50 ist sehr gerecht und ich finde die Menschen, die ihn verkaufen, sehr nett und sympathisch.“⁵⁰

Die hier angesprochene „Lohnverteilung“ spielt in der Wahrnehmung und auch in der öffentlichen Kommunikation des „20ers“ selbst, der sich als ein ‚Projekt auf Gegenseitigkeit‘ präsentiert, eine zentrale Rolle. Der „Lohn“ wird zwischen dem/der Verkäufer/in und der Institution „20er“ aufgeteilt – die Kund/innen werden in dieser Betrachtungsweise zu Arbeitgeber/innen.

49 Antwort zum Schreibauftrag Nr. 11 vom 05.03.2012.

50 Antwort zum Schreibauftrag Nr. 16 vom 05.03.2012.

Eine zweite Perspektive auf den Verkauf des „20ers“ gestaltet sich eher aus dem Blickwinkel eines Käufer/innenklientels, das in den Antworten zum Schreibaufwurf vor allem die Leistung und den Arbeitseinsatz der Verkäufer/innen betont und damit auch eigenes Kaufen bzw. Schenken argumentativ zu legitimieren versucht:

Da gibt es diese kleine ältere Dame, die immer Nachts am Wochenende [...] durch die Lokale Innsbrucks streift. Gebückt und grantig drückt sie sich durch die Partyhorden. Wortlos gibt sie einem dann die Zeitschrift in die Hand. Ihren Arbeitseinsatz finde ich immer sehr beeindruckend und greife deshalb auch gerne mal zu.⁵¹

Ich kaufe den 20er, weil ich es von den Menschen schätze, dass sie sich anstrengen etwas zu tun, dass sie ihr Schicksal nicht einfach so hinnehmen, sondern probieren etwas zu ändern. Ich schätze es, dass sie nicht einfach „betteln“, sondern sich sinnvoll engagieren.⁵²

Hier wird eine soziale Zuschreibung aus dem bürgerlichen Wertekanon deutlich: Leistungsbereitschaft und Anstrengung können Marginalisierung überwinden und sollten entsprechend belohnt werden. Folgt man den Anerkennungstheoretischen Arbeiten des deutschen Sozialphilosophen Axel Honneth, welcher zwischen drei Anerkennungsformen auf individueller und gesellschaftlicher Ebene unterscheidet (Liebe, Recht, Solidarität), so verbinden sich hier zwei dieser Formen: Recht und Solidarität. Während die gegenseitige Anerkennung von individueller Freiheit durch die Mitglieder einer Gesellschaft die Grundlage für die Anerkennungsform Recht bilde, so entstehe Solidarität als Anerkennungsform durch einen Beitrag von Individuen zu gesellschaftlichen Zielen.⁵³ Beide Ebenen werden dem „20er“-Verkauf in den Antworten zum Schreibaufwurf zugeschrieben. Da jedoch die Herstellung von Anerkennung in Erwerbsgesellschaften in zunehmendem Maße auf Individuen übertragen wird, ist diese auch von ihnen selbstständig zu reproduzieren.⁵⁴ Um dieser Forderung gerecht zu werden, muss der/die „20er“-Verkaufende daher versuchen, die Anerkennung der potentiellen Kund/innen auf den angesprochenen Ebenen zu erreichen.

Eine weniger leistungs- und einsatzorientierte Auffassung des Verkaufes findet sich in der sozial-fürsorglichen Perspektive, welche bereits im Kategorienteil zu den Kaufmotiven beschrieben worden ist. Arbeitsbegrifflichkeiten oder semantisch

51 Antwort zum Schreibaufwurf Nr. 5 vom 05.03.2012.

52 Antwort zum Schreibaufwurf Nr. 17 vom 05.03.2012.

53 Axel Honneth: Kampf um Anerkennung. Zur moralischen Grammatik sozialer Konflikte. Frankfurt a. M. 1992.

54 Nierling (wie Anm. 26), 288.

verwandte Wörter werden hier in den seltensten Fällen verwendet. Vielmehr finden sich hier Begriffe wie „praktische Hilfe“⁵⁵, „Beitrag“⁵⁶ oder „Unterstützung“⁵⁷.

Zuletzt ist noch eine Perspektive anzuführen, die wohl im gesamten Aufsatz aus methodologischen Gründen zu kurz aufscheint – die der Nicht-Käufer/innen bzw. jener Menschen, die einen Nicht-Kauf legitimieren. Von Gefühlen des „Angepumpt-Werdens“⁵⁸ über den Eindruck, die Verkäufer/innen identifizierten sich nicht oder mangelhaft mit der Straßenzeitung, bis hin zu sozial-fürsorglich orientierten (Geld-)Geschenken an die Verkäufer/innen war in einzelnen Antworten auf den Schreibauftrag die Rede. Die Verfasser/innen dieser Schreiben deuteten damit zumindest einige der Motive an, warum sie den „20er“ nicht kauf(t)en.⁵⁹

Der „20er“-Verkauf passt nicht in die übliche Kategorisierung von Erwerbsarbeit und Nicht-Erwerbsarbeit. So ist der Verkauf weder über institutionelle Kategorien von Verträgen, Entlohnung oder Qualifikationen formalisiert (Erwerbsarbeit), noch überwiegend mit einer Beziehungsebene verwoben (Nicht-Erwerbsarbeit).⁶⁰ Die Verkäufer/innen erhalten zwar die Autorisierung zum Verkauf des „20ers“ (erkennbar am Ausweis), bewerkstelligen ihren Verkauf jedoch selbst-organisiert und selbst-rationalisiert. Angepasst an Geschäftszeiten von Supermarktfilialen oder an bestimmte Tages- und Wochenzeiten, entwickeln sich marktstrategische Logiken, die auf die Wahrnehmung der (Nicht-)Käufer/innen einwirken können.

Resümee

Die ambivalente Symbolik des Geldes spiegelt sich in dessen unterschiedlichen Konvertierungen wider und findet bereits vor dem tatsächlichen Austauschprozess in individuellen, aber auch gesellschaftlich ausverhandelten Zuschreibungen seinen Ausdruck. Geld kann sowohl arbeits- und leistungsbezogene Konnotationen als auch sozialbewusste Unterstützungsgedanken implizieren. Diese müssen dabei von den (Ver-)Käufer/innen nicht zwingend als solche wahrgenommen werden. Das Trinkgeld nimmt im Kontext des „20er“-Verkaufs eine besondere Stellung ein, da es nicht an die ökonomische Transaktion gebunden sein muss und sich daher von der Trinkgeldauffassung in der Dienstleistungsarbeit unterscheidet.

55 Antwort zum Schreibauftrag Nr. 29 vom 06.03.2012.

56 Antwort zum Schreibauftrag Nr. 36 vom 15.03.2012.

57 Antwort zum Schreibauftrag Nr. 19 vom 05.03.2012.

58 Antwort zum Schreibauftrag Nr. 34 vom 09.03.2012.

59 Antwort zum Schreibauftrag Nr. 5 vom 05.03.2012, Antwort zum Schreibauftrag Nr. 9 vom 05.03.2012, Antwort zum Schreibauftrag Nr. 18 vom 05.03.2012.

60 Nierling (wie Anm. 26), 291.

Weitere Geschenkpraxen sind im Feld des „20er“-Verkaufens präsent und konstituieren durch ihre klare Positionierung von Schenkendem/r und Beschenktem/r in weiterer Folge das bestehende soziale Machtverhältnis.

Darüber hinaus birgt die Tätigkeit das Potential zur Aneignung von sozialem Kapital, mit welchem verstärkte gesellschaftliche Teilhabe möglich erscheint. Dieser sind im Zusammenhang mit dem „20er“-Verkauf jedoch Grenzen gesetzt, da der Tätigkeit in gesellschaftlichen Diskursen eine marginalisierte Rolle zukommt. So kann das „20er“-Verkaufen als Übergang, als Zwischenstation von Ausgrenzung bis hin zu gesellschaftlicher Akzeptanz interpretiert werden. Dies zeigt sich auch in den unterschiedlichen Betrachtungsweisen der Tätigkeit an sich: Der „20er“-Verkauf bewegt sich zwischen anerkannter Erwerbs- und sozial-fürsorglich konnotierter Nicht-Arbeit, was sich am Quellenmaterial vor allem auf symbolisch-semantischer Ebene feststellen ließ. Diese Doppeldeutigkeit des „20er“-Verkaufs zeigt sich nicht zuletzt in der ironischen Umdeutung des öffentlichen Raums in einen gängigen Ort der Erwerbsarbeit, wie sie ein „20er“-Verkäufer selbst vorgenommen hat: „This street is my office and everybody comes to my office.“⁶¹

61 Aussage eines „20er“- Verkäufers aus: Antwort zum Schreibaufwurf Nr. 3 vom 05.03.2012.

„Fünzig Euro ist besser als fünfzig Mal anrufen ...“ Einige ethnografische Notizen über Geschäftsstellen von Geldtransfer-Serviceunternehmen und ihre Kunden

Peter F. N. Hörz

Im „Bangladesh-Store“

Im Bohnenviertel, dort wo Stuttgart ein wenig bunter ist als andernorts und ein wenig verrufener, liegt in einem Hinterhof der „Bangladesh-Store“. Nur durch die achtspurige Schneise, welche die Bundesstraße 14 durch den südlichen Teil des Talkessels der baden-württembergischen Landeshauptstadt zieht, von der Glitzerwelt des überregional bekannten Kaufhauses Breuninger getrennt und nur einen Steinwurf weit vom Rathaus entfernt, sieht es in diesem Stadtquartier ein klein wenig aus wie in Berlin-Kreuzberg. Denn das Bohnenviertel, das als eines der wenigen Stadtquartiere in Stuttgart tatsächlich als ‚Altstadt‘ bezeichnet werden kann, ist ein Schmelztiegel der Kulturen: In den engen Gassen begegnet man Frauen im Sari und jungen Rastafari-Männern; an den Ecken befinden sich die Standplätze von auffällig gekleideten Frauen, welche die vorübergehenden Männer schon am Vormittag mit eindeutig zweideutigen Angeboten konfrontieren.¹ In den Grünanlagen indessen stehen Bänke, auf welchen Alkoholiker in der Frühjahrssonne vor sich hin delirieren und – auch dies zeichnet dieses Stadtviertel im Vergleich zu anderen aus – nicht unverzüglich mit polizeilichen Platzverweisen

1 In der Datenbank ‚Stadtgeschichte‘ der Stadt Stuttgart heißt es hierzu, dass nach polizeilichen Angaben im Jahre 2008 512 Frauen der Straßenprostitution nachgegangen seien. „Weil aber der gesamte Innenstadtbereich Sperrbezirk für die Straßenprostitution ist, häufen sich die Klagen. Insbesondere im Leonhardsviertel und im benachbarten Bohnenviertel warten immer mehr junge Frauen aus Osteuropa, die meist von Zuhältern ausgebeutet werden, auf Kundschaft.“ Stadtarchiv Stuttgart: Datenbank Stadtchronik, 15.04.2008. Online unter: [www.stadtarchiv.stuttgart.findbuch.net/php/rechter_ve_e.php?ar_id=2667&cid=36417&exp=res&high\[\]=Array&be_id=1](http://www.stadtarchiv.stuttgart.findbuch.net/php/rechter_ve_e.php?ar_id=2667&cid=36417&exp=res&high[]=Array&be_id=1) (Stand: 30.03.2013). Folgt man einer Studie der Vereinigten Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) zur Lage der Prostituierten in Deutschland, so geht die Polizei auch zumindest in gewissem Umfang gegen die Prostitution im Bohnenviertel vor. Vgl. hierzu z.B. www.stuttgart.de/item/show/132240 (Stand: 30.03.2013).

rechnen müssen.² Mitten in dieser vielfarbigen urbanen Gemengelage befindet sich jener „Bangladesh-Store“, den vermutlich nur die muslimisch-indischen und pakistanischen *communities* von Stuttgart und die relativ wenigen Migrant/innen aus Bangladesch kennen und für ihre Einkäufe nutzen. Laufkundschaft dürfte sich in diesem Hinterhofgeschäft selten einfinden, denn draußen auf der Straße weist kein Schild und kein Plakat auf das Angebot des Ladens hin. Auch ich habe von diesem Geschäft erst Kenntnis genommen, als ich auf der Website von „Western Union“³ nach Geschäftsstellen für den laut Selbstdarstellung schnellsten Geldtransfer-Dienst der Welt in Stuttgart gesucht habe.⁴

Bei meinem ersten Besuch finde ich das Geschäft geschlossen vor und erst nach mehrmaliger Wiederkehr öffnet sich im ersten Stock des Gebäudes, dort wo sich eine kleine Moschee befindet, ein Fenster, aus welchem mir ein bärtiger Mann bedeutet, dass er noch beim Gebet sei und der Laden in etwa einer Viertelstunde geöffnet werde. Das Geschäft selbst lässt sich als für die ethnische Ökonomie typische Gemischtwarenhandlung beschreiben: Neben Tee, verschiedenen Sorten Reis, tiefgekühlten Meeresfrüchten, Räucherstäbchen, Gewürzen und Kosmetika aus dem Orient bietet es auch jene Call-by-Call-Telefonkarten an, die für die Anrufe von Migrant/innen in ihre Heimatländer von Relevanz sind. Angeboten wird aber eben auch eine Dienstleistung, die darin besteht, eine Geldsendung gegen Bareinzahlung des gewünschten Betrages und Entrichtung einer Gebühr praktisch in Echtzeit an nahezu jeden Ort der Welt zu versenden. Zwischen Reissäcken und Räucherkerzen, in einem Ambiente, das mit dem einer Bank absolut nichts gemein hat, werden hier internationale Finanztransaktionen abgewickelt, an besonders guten Tagen mit einem Volumen von immerhin zehn- bis zwölftausend Euro. An schlechten Tagen indessen sei, so der Ladenbesitzer, mit dem Verkauf von Reis mehr Umsatz zu machen als mit dem Versand von Geld. Gleichwohl, der Geldversand dürfte in diesem Laden von erheblicher Bedeutung sein, werden hierfür doch sogar die Dienste zweier verschiedener Geldtransfer-Dienstleister angeboten – jene von „RiaMoneyTransfer“ und von „Western Union“, wobei „Western Union“ zweifellos der ungleich bedeutendere der beiden Anbieter ist und den eigentlich klassischen Transferservice anbietet. Und wenn hier von klassisch

2 Über die Praxis des polizeilichen „Platzverweises“ in Stuttgart hat Thomas Krebs im Jahr 2001 eine seinerzeit viel beachtete Studie geliefert. Thomas Krebs: Platzverweis. Städte im Kampf gegen Außenseiter. Tübingen 2001.

3 www.westernunion.de (Stand: 30.03.2013).

4 Meine Berichte aus diesem Teil des „Feldes“ beziehen sich auf den Zeitraum 15.03. bis 28.04.2012. Der Dynamik des Stadtquartiers und seiner ethnischen Ökonomie entsprechend handelt es sich um Momentaufnahmen. Der „Bangladesh-Store“ z.B. wird zwischenzeitlich bei der Suche von Vertriebsstandorten auf der Website von „Western Union“ nicht mehr gelistet (Stand: 27.12.2012).

die Rede ist, dann meint dies, dass bei „Western Union“ – anders als bei anderen Geldtransferdiensten – tatsächlich stets Bargeld in einer Geschäftsstelle eingezahlt und in einer anderen Geschäftsstelle wiederum ausbezahlt wird.

„Moving Money for better“⁵

Wer also Geld besonders rasch transferieren möchte, wer Geld an eine Person übersenden möchte, die über kein Bankkonto verfügt, wer überhaupt dem Procedere und den mitunter hohen Gebühren einer Auslandsüberweisung, insbesondere einer solchen nach dem Nicht-EU-Ausland, zu entgehen trachtet, nimmt gerne die Dienste von „Western Union“ in Anspruch. Allein gegen Vorlage eines Personaldokumentes wird an der Kasse der Geschäftsstelle der Geldbetrag einbezahlt, man erhält eine Quittung samt der sogenannten „Money Transfer Control Number“ und bereits wenige Sekunden später kann der einbezahlte Betrag in einer der 51.600 auf 200 Länder verteilten anderen Geschäftsstellen⁶ von einer Person in Empfang genommen werden, welche sich ebenfalls mittels Personaldokument ausweist. Zur Erhöhung der Sicherheit wird beim Transfer in einige Länder zusätzlich ein Passwort verlangt, mit welchem der/die Empfänger/in den Nachweis erbringt, dass er/sie tatsächlich der/diejenige ist, für welche/n der Geldbetrag vorgesehen ist.

Grundsätzlich können Geldbeträge in praktisch unbegrenzter Höhe transferiert werden, für den einzelnen Transfer indessen setzt „Western Union“ eine Grenze in Höhe von 10.000 Euro fest. Darüber hinaus muss beim Transfer größerer Beträge in bestimmte Staaten noch eine Erklärung gemäß den nationalen und internationalen Geldwäschebestimmungen abgegeben werden. Auf einem überraschend einfachen Wege kann somit via „Western Union“ Geld von nahezu überall nach nahezu überall geschickt werden – auch dorthin, wo sonst politische und militärische Krisen oder die Handelshemmnisse autoritärer Regime dem freien Kapitalverkehr mehr oder weniger enge Grenzen setzen. Dabei ist klar, dass sich „Western Union“ die Einfachheit und Kundenfreundlichkeit des Angebotes ebenso wie die Risiken, die mit Geldgeschäften von und nach Krisengebieten und autoritär regierten Staaten verbunden sind, in ansehnlicher Höhe vergüten lässt. Für einen Transferbetrag in Höhe von hundert Euro etwa muss beim Versand nach Afghanistan, Bangladesch, Uganda oder Vietnam eine Gebühr in Höhe von 14,90 Euro entrichtet werden; nach Venezuela, Russland oder in die Ukraine fallen Gebühren in Höhe

5 Aktueller Slogan von „Western Union“. www.westernunion.de/de/Home.page (30.03.2013).

6 Zu den Zahlen vgl. Western Union: Our Rich History. Selbstdarstellung auf der Internetpräsenz des Unternehmens. corporate.westernunion.com/History.html (Stand: 27.12.2012).

von zehn Euro an. Je nach Marktlage, Aufwand und Risiko nimmt „Western Union“ für seine Dienste also eine Vergütung in Höhe von zehn bis knapp 15 Prozent.

Wie sich am Namen des Unternehmens bereits erahnen lässt, ist „Western Union“ eine US-amerikanische Firma, präziser gesagt eine Aktiengesellschaft, deren Gründung in die Pioniertage des Eisenbahn- und Telegraphengeschäfts in Nordamerika zurückführt. Und der Blick in die Unternehmensgeschichte zeigt, dass man sich einiger Großtaten bei der Erschließung der USA und der Restwelt rühmt: Gegründet im Jahre 1851 als „New York and Mississippi Valley Printing Telegraph Company“,⁷ firmiert das Unternehmen nach dem Erwerb mehrerer Telegraphennetze im Mittleren Westen der USA seit 1856 unter dem Namen „Western Union“.⁸ Fünf Jahre später stellte die Gesellschaft die erste kontinentale Telegraphenverbindung her und kurze Zeit darauf verbanden die Kabel der *company* erstmals die USA telegraphisch mit Russland.⁹ Schließlich wurde „Western Union“ mit dem Börsenfernschreiber, mit Überweisungsdiensten und telegraphischer Bargeldanweisung zu einem der wichtigsten Dienstleister der modernen Finanzwelt und mit der Erfindung der Kreditkarte im Jahre 1914 zum Wegbereiter bargeldloser Zahlung im Konsumgüter- und Dienstleistungshandel.¹⁰ Geblieben ist von alledem nach etlichen Umstrukturierungen in den Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg praktisch nur noch der hier in Rede stehende Geldtransfer, der allerdings – anders als man auf den ersten Blick vermuten möchte – kein Auslaufmodell, sondern aktiver und profitabler Teil von gigantischen globalen Kapitalströmen ist, die auf das Engste mit Migration und Migrant/innen-Ökonomie verbunden sind. Denn natürlich kommen in Zeiten internationaler Vernetzung des unbaren Zahlungsverkehrs für einen Geldtransfer, der via „Bangladesh-Store“ oder Afro-Perückenladen abgewickelt wird, nicht etwa die *global player* der Industrie als Nutzer in Frage, und auch der alteingesessene gute Mittelstand greift auf diese Form des Geldtransfers allenfalls dann zurück, wenn Angehörige oder Freund/innen auf Fernreisen unerwartet in Finanznot geraten sind. Intensiv genutzt wird „Western Union“ indessen von Migrant/innen, die von Süden nach Norden, von Osten nach Westen gewandert und dort erwerbstätig sind, um auf diesem Wege einen Teil des erarbeiteten Wohlstandes an Angehörige zu verteilen, die in den jeweiligen Herkunftsländern verblieben sind. Von den Entgelten, die auf den Versand dieser Geldsendungen, also auf die sogenannten *remittances*, erhoben werden, lebt „Western Union“ heute, denn ein großer Teil des Geldes,

7 Joshua D. Wolf: *Western Union and the Creation of the American Corporate Order, 1845–1893*. Cambridge, New York u. Melbourne 2013, 12.

8 Edwin Gabler: *The American Telegrapher. A Social History 1860–1900*. New Brunswick u. London 1988, 38–40; vgl. auch: *Western Union* (wie Anm. 6)

9 Vgl. Maury Klein: *The Life and Legend of Jay Gould*. Baltimore 1997, 195–201.

10 Vgl. *Western Union* (wie Anm. 6).

das Migrant/innen in ihre Heimatländer versenden, wird über diesen Nahezu-Monopolisten versandt – ja, es muss so versandt werden, weil die Empfänger/innen des Geldes häufig über keine Bankkonten verfügen oder weil andere Kanäle des Geldtransfers unsicher oder noch kostspieliger sind als der Weg über „Western Union“. Dass das Unternehmen somit eine gute Position auf dem *remittance*-Transfermarkt einnimmt, liegt auf der Hand. Und dieser Markt hat überraschende Dimensionen! So weist etwa der „World Bank Report“ unter dem Titel „Global Economic Prospects“ aus dem Jahr 2006 für das vorangegangene Jahr ein Gesamtvolumen von *remittances* in Höhe von 167 Milliarden US-Dollar aus.¹¹ Mit diesem Volumen – die Weltbank spricht für das Jahr 2012 sogar von der schwer vorstellbaren Summe von 534 Milliarden US-Dollar¹² – übertrifft die Summe der *remittances* die Gesamtheit aller Entwicklungshilfeleistungen, die jährlich von den ‚entwickelten‘ Staaten für Schwellen- und Entwicklungsländer erbracht werden, um das Doppelte.¹³ Übertroffen wird sie nur noch von den Finanztransfers, welche durch die Direktinvestitionen der Industrien der ‚entwickelten‘ Welt in Schwellenstaaten und Entwicklungsländer fließen.¹⁴ Mit einem Transfervolumen von zehn Milliarden US-Dollar im Jahre 2004 ist Deutschland dabei einer der größten *remittance*-Märkte der Welt.¹⁵

Nimmt man diese Zahlen zur Kenntnis, dann wird offenbar, dass der Geldtransfer ein gutes Geschäft ist – nicht nur für „Western Union“ und die Mitbewerber des Unternehmens, sondern grundsätzlich auch für Banken. Aber es ist zu einem großen Teil ein Geschäft für solche Unternehmen, die das Angebot machen, Bargeld an einem Ort anzunehmen und an einem anderen wieder ausbezahlen. So wie dabei davon ausgegangen werden kann, dass den durch die erhobenen Gebühren erzielten Umsätzen meist keine allzu hohen Aufwendungen gegenüberstehen, wird deutlich, weshalb der Geldtransfer den Transferanbietern auch in Zeiten globaler Finanzkrisen satte Gewinne einbringt.¹⁶ Nichtregierungsorganisationen, die auf den Feldern Entwicklungshilfepolitik oder Migrant/innenarbeit aktiv sind, aber auch die Regierungschefs der G8-Staaten haben des-

11 The World Bank Group (Hg.): *Global Economic Prospects 2006: Economic Implications of Remittances and Migration*. Washington DC 2006, 87.

12 Vgl. The World Bank Group: *About Remittance Prices Worldwide*. Online unter remittance-prices.worldbank.org/About-Us (Stand: 30.03.2013).

13 Vgl. Die Bank. Zeitschrift für Bankpolitik und Praxis, 10 (2009). Online verfügbar unter www.die-bank.de/banking/wirtschaftsfaktor-fu308r-entwicklungslaender (Stand: 30.03.2013).

14 Vgl. hierzu die diesbezüglichen Informationen der deutschen Bundesregierung unter: www.bundesregierung.de/Content/DE/Magazine/emags/velop/051/s3-gtz-potenziale-migration-nutzen.html (Stand: 30.03.2013).

15 Vgl. ebd.

16 Der Berichterstattung zufolge betrug der Gewinn von „Western Union“ im Jahre 2011 5,5 Mrd. US-Dollar. Vgl. *Financial Times Deutschland*, 09.07.2012.

halb wiederholt (erfolglos) die Höhe der Bearbeitungsgebühren von „Western Union“ und einigen anderen Anbietern angeprangert.¹⁷ Selbst die Weltbank, die sonst nicht eben in dem Ruf steht, Anwältin der Armen und Abhängigen zu sein, kritisiert die Höhe der Bearbeitungsgebühren¹⁸ und unterhält sogar eine in acht Sprachen abgefasste Website, die unter dem vielsagenden Motto „Cutting prices by at least 5 percentage points can save up to \$ 16 billion a year“ das Angebot bereithält, für jede denkbare Transferbewegung den billigsten Anbieter zu finden.¹⁹ Hier schließlich stellt sich heraus, dass „Western Union“ zwar nur einen Bruchteil der Überweisungsgebühren von Banken und Sparkassen als Bearbeitungsgebühr erhebt, im Vergleich zu „Ria“, „Money Gram“ und einzelnen anderen Anbietern, die nur bestimmte Destinationen bedienen (z.B. „Remit2India“), aber vielfach höhere Gebühren in Rechnung stellt, was sich vermutlich mit der flächendeckenden Präsenz des Unternehmens erklären lässt. Zwar ist „Western Union“ durchaus kein Monopolist, wohl aber der größte und weltweit präsenteste Anbieter von Geldtransferdienstleistungen. Und diese Position möchte sich der Geldverkehrsdienstleister selbstverständlich nicht streitig machen lassen. Im Gegenteil: „Western Union“ möchte gerne weiterwachsen, vor allem in Deutschland, wo das Management danach trachtet, die aktuell 4.600 Service-Repräsentanzen zumindest zu verdoppeln. Die Nachfrage beurteilt die Deutschland-Chefin von „Western Union“, Claudia Westermayr, im Interview mit der „Financial Times Deutschland“ durchaus positiv: „Der Bedarf ist da, wir sehen einen starken Zustrom an Migranten, die mit uns ihren Geld-Transfer vornehmen wollen.“²⁰

Zumindest einzelne Agenten des Finanzdienstleisters beklagen indessen, dass sie als Provision für die meisten von ihnen getätigten Transaktionen wenig mehr als ein Trinkgeld ausbezahlt bekämen. Spätestens an diesem Punkt wird deutlich, weshalb die Agententätigkeit für „Western Union“ stets nur ein Nebengeschäft sein kann und die Transfergeschäftsstellen eben nicht nur in der einen oder anderen Bankfiliale, sondern auch am Zeitschriften- und Tabakkiosk sowie in allerhand Gemischtwarenhandlungen zu finden sind. Und weil die Dienstleistungen von „Western Union“ vor allem von Migrant/innen aus dem außereuropäischen

17 Vgl. Sabine Kinkartz: Die Hälfte für Western Union. Hörfunkproduktion, Deutsche Welle, 05.12.2007. Zusammenfassung online unter: www.dw.de/die-h%C3%A4lfte-f%C3%BCr-western-union/a-2985219-1 (Stand: 30.03.2013).

18 Für die Höhe der Bearbeitungsgebühren führt die Weltbank eine Reihe von Gründen an: „Remittance prices are high for many reasons, including underdeveloped financial infrastructure in some countries, limited competition, regulatory obstacles, lack of access to the banking sector by remittance senders and/or receivers, and difficulties for migrants to obtain the necessary identification documentation to enter the financial mainstream.“ The World Bank Group (Hg.) (wie Anm. 11).

19 Vgl. The World Bank Group: Remittance Prices Worldwide. Making Markets More Transparent. Internetangebot der Weltbank unter remittanceprices.worldbank.org/ (Stand: 30.03.2013).

20 Ebd.

Raum in Anspruch genommen werden, liegt es nahe, dass es gerade die Betreiberin des Afro-Perückenladens,²¹ der ‚vietnamesische‘ Lebensmittelhändler,²² der Betreiber des ‚indischen‘ Internet- und Telefoncafés²³ oder eben des „Bangladesh-Store“ ist, die oder der sich als „Western Union“-Agent eine zusätzliche Einnahmequelle, eine Belebung des Geschäftes und eine größere Kundenbindung im Kontext der jeweiligen Zielgruppe erhofft. Dabei hat „Western Union“ – so habe ich im Feld gelernt – in den letzten Jahren gerade im Kontext der Migrant/innen-Ökonomie gezielt um Vertriebspartner geworben, welche mit ihren sonstigen Produkten und Dienstleistungen eine spezifische migrantische Klientel bedienen. Ob „Western Union“ dabei möglicherweise übereifrig vorgegangen sein könnte, wie mir mit kritischem Unterton zugetragen worden ist, und ob es richtig ist, dass das Angebot an „Western Union“-Geschäftsstellen mancherorts inzwischen nicht mehr proportional zur Nachfrage steht, weswegen erste Agent/innen bereits erwägen, sich aus dem Geschäft wieder zurückzuziehen, vermag ich nicht zu beurteilen. Wohl aber habe ich feststellen können, dass es in den dicht bebauten Gebieten von Stuttgart selten mehr als eines zehnminütigen Spaziergangs bedarf, um von der einen zur nächsten „Western Union“-Servicestelle zu gelangen. Im Bohnenviertel lagen die beiden Geschäftsstellen zum Zeitpunkt meiner Erhebungen keine fünf Minuten Fußweg voneinander entfernt.

Wie ich zu Material kam

Nachdem ich mich bereits zuvor eher unsystematisch mit dem Phänomen auseinandergesetzt hatte, habe ich mich zwischen Ende Februar und Anfang Juni 2012 intensiver mit den Geschäftsstellen von Geldtransferdienstleistern befasst. Vor allem in Stuttgart, letztlich aber überall, wo ich in diesem Zeitraum dienstlich oder privat unterwegs gewesen bin, habe ich solche Geschäftsstellen besucht und Gespräche mit Agent/innen und Kund/innen geführt: in Göttingen, Reutlingen, Heilbronn, Köln und Stuttgart. Dabei habe ich über räumliche Strukturen und Gestaltung der jeweiligen Räume wie auch über die geführten Gespräche jeweils Protokolle angefertigt. Überdies habe ich mit sieben im Großraum Stuttgart lebenden Migrant/innen aus Vietnam und Venezuela, von welchen ich bereits durch frühere Kontakte gewusst habe, dass sie „Western Union“-Kunden sind, ausführliche Gespräche über das Thema ‚Geldtransfer‘ geführt. Diese Gespräche waren als themenfokussierte narrative Interviews angelegt, wobei ich – zum Beispiel für den

21 Stuttgart-Bohnenviertel und Reutlingen.

22 Reutlingen und Heilbronn.

23 Köln-Südstadt.

Fall allzu früh einsetzender Sprachlosigkeit – ein Bündel von konkreten Nachfragen vorbereitet hatte: hinsichtlich der Geldtransfersgeschäfte, ihrer Frequenz, ihrer Bedeutung für die Gebenden wie die von den Gebenden unterstellte Bedeutung auf Seite der Nehmenden. Auch von diesen Gesprächen habe ich jeweils Gedächtnisprotokolle angefertigt.

Darüber hinaus habe ich mich in einigen unter praktischen Gesichtspunkten ausgewählten „Western Union“-Geschäftsstellen jeweils so lange wie möglich aufgehalten,²⁴ habe beobachtet und – in Anlehnung an Regina Bendix' Vorstellung von einer Ethnografie der Sinne²⁵ – mit Hilfe der themenfokussierten multisensorischen Präsenz am Ort, den Alltag des sozialen Ortes ‚Geldtransfer-Geschäftsstelle‘ miterlebt und, wenn möglich, Gespräche mit Kund/innen und Beschäftigten geführt. Dass solche Gespräche nicht immer und überall möglich gewesen sind, ist freilich der Natur der Sache geschuldet, denn auch wenn sich „Western Union“-Geschäftsstellen in ihrer Gestaltung und in ihrer Erlebnisqualität meist deutlich von Banken und Sparkassen unterscheiden, so handelt es sich eben doch unter anderem auch um Geldgeschäfte, die hier abgewickelt werden, und auch Migrant/innen, die sich gerne beim Tee über ihre Heimat und ihre Lebenssituation in Deutschland mitteilen, werden bisweilen beim Thema ‚Geldtransfer‘ ein wenig einsilbig. Insofern bilden die narrativen Interviews eine wertvolle Ergänzung meiner Erkundungen vor Ort, da hier durch die bereits zuvor bestehenden, mitunter jahrelangen Kontakte eine Vertrauensbasis hergestellt war, die es ermöglichte, über Geld zu sprechen, und darüber, welchem Zweck die Geldsendungen in die Heimatländer dienen. Und um Geldsendungen in die Heimatländer meiner Gesprächspartner/innen oder – um präziser zu sein – an deren in den Herkunftsländern lebende Familienangehörige, ging es in allen meinen Gesprächen.

Theoretische Voraussetzungen

Über Geld spricht man in unseren Breiten gar nicht oder allenfalls ungerne, zumindest nicht über jenes, das man selbst hat, dringend bräuchte oder gerne hätte. Und wenigstens im sozialen Kontext bürgerlicher Kreise gilt es als geradezu vul-

24 Zentral war hierbei vor allem die Frage, ob ein hinlänglich langer Aufenthalt am jeweiligen Ort möglich gewesen ist, ohne ‚verhaltensauffällig‘ zu werden, und ob der Aufenthalt Einblicke in das Geschehen ermöglicht. Service-Geschäftsstellen, die in Banken untergebracht sind, schieden vor diesem Hintergrund freilich ebenso aus, wie solche, die in Zeitschriften- und/oder Tabakkiosken untergebracht sind.

25 Regina Bendix: Was über das Auge hinausgeht. Zur Rolle der Sinne in der ethnographischen Forschung. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde, 102 (2006), 71–84.

gär, über Geld zu sprechen, wiewohl es aus unserem Alltag nicht wegzudenken ist. Geld wird verdient, ausgegeben, zur Kapitalverzinsung investiert oder angelegt; besprochen aber wird es höchstens verklausuliert in theoretischen Diskussionen und ohne die Nennung von Summen, welche die am Gespräch beteiligten Personen tatsächlich selbst betreffen. Dies erschwert – wie oben ausgeführt – die Forschung über den Geldtransfer, denn auch Migrant/innen, in deren Herkunftskulturen das Gespräch über Geld nicht verpönt ist, haben gelernt, dass sich dies im europäisch-deutschsprachigen Kontext nicht oder nur mit Einschränkungen schickt. Und natürlich wissen oder ahnen auch beziehungsweise gerade Bevölkerungsgruppen mit Migrationserfahrung oder -hintergrund, dass Informationen über Geldgeschäfte nicht ohne Brisanz sind.²⁶

Diese bemerkenswerte Einsilbigkeit in Sachen Geld, die uns zueigen ist, kann als Erbschaft einer bürgerlichen Kultur verstanden werden, die sich an postmateriellen Werten orientiert, den ‚schnöden Mammon‘ und all jene, die sich mit ihm identifizieren, hinter sich lassen, um sich selbst ‚höheren Dingen‘ zuzuwenden. Das deutschsprachige Bürgertum, zu großen Teilen konservativ-kulturkritisch und damit industrie- und kapitalismuskritisch grundiert, entwickelte – ungeachtet des Umstandes, dass es seinen Lebensstandard keinesfalls auf unterbürgerliches Niveau abzusenken bereit war – eine kritische Distanz zum Geld und zu allem, was mit Geld zu tun hatte. Die Stichwortgeber des Bildungsbürgertums – bürgerliche Wissenschaftler, Dichter, Künstler – taten das Ihre dazu, diese Distanz zu reproduzieren. Geld, vor allem das moderne Papiergeld und die mit diesem assoziierte modern-kapitalistische Wirtschaftsform, wurde dem Ephemeren, dem Nichtrealen und Alchemistischen zugeordnet, was nirgendwo deutlicher wird als bei der Lektüre des zweiten Teils von Goethes „Faust“. Hierin nämlich wird das Papiergeld, verstanden als modernes, der kapitalistischen Ökonomie eigenes, von Mephisto und dem Alchemisten Faust erfundenes Substitut des Goldes gleichsam zum Teufelszeug erklärt.²⁷ Vor diesem Hintergrund wird verständlich, weshalb sich diese kritische Haltung auch dort abbildet, wo in den Wissenschaften über Kultur und Gesellschaft geforscht wurde. Denn in Geschichts- und Gesellschaftswissenschaften, Volks- und Völkerkunden wurde und wird die Geschichte des

26 Aus eigener Erfahrung in der Sozialen Arbeit mit Flüchtlingen kann etwa berichtet werden, dass freiwillige wie professionelle Betreuer/innen zuweilen mit einem gewissen Argwohn darüber sprachen, dass Menschen, die ‚hier‘ mehr oder minder zweckgebundene soziale Hilfen erhalten, Geld an Angehörige in den Herkunftsländern versandten.

27 Das Papiergeld ist in „Faust“ insofern Alchemistenwerk, als wertlose Materie zu etwas Wertvollem deklariert wird. Dabei werden erhebliche Zweifel an den „Zauberblätter[n]“ (V. 6157) geäußert und das Geld als „falscher Reichtum“ (V. 10245) bezeichnet. Johann Wolfgang Goethe: Faust. Zweiter Teil. Husum 2008 (= Hamburger Lesehefte, 170). Siehe hierzu auch Hans Christoph Binswanger: Geld und Magie. Stuttgart 1985, 21 f.

modernen Geldes meist als Verlustgeschichte erzählt, die von Gemeinschaft zu Gesellschaft, von direkten und persönlichen zu indirekten und ökonomisierten Beziehungen, von menschlichen zu weniger menschlichen Verhältnissen geführt habe.²⁸ Die geistigen Paten solcher Sichtweisen heißen hier vielfach Karl Marx und Max Weber, deren Sicht des Geldes durchaus nicht positiv grundiert ist: Bei Marx ist Geld primär Medium der Herrschaftsausübung und Voraussetzung für Entfremdung.²⁹ Bei Weber indessen wird Geld als Transportmittel der ökonomischen Rationalisierung und somit als Voraussetzung für die „Entzauberung der Welt“ begriffen.³⁰

Weniger eindeutig negativ indessen hat sich der in allen kulturwissenschaftlichen Geldangelegenheiten unverzichtbare soziologische Theoretiker Georg Simmel positioniert. Dieser begreift die Entwicklung zu einer kapitalistischen Geldgesellschaft als einen Aufbau komplexer Interdependenzgeflechte zwischen Menschen, die sich selten oder nie persönlich begegnen, womit er durchaus auch Verluste thematisiert.³¹ Zugleich aber hat Simmel die moderne Geldgesellschaft – positiv – auch als Voraussetzung für eine in geldlosen oder geldarmen Gesellschaften unbekannte Freiheit des Individuums beschrieben, worin sich sein Ansatz von zahlreichen ausschließlich auf Verlust programmierten Ansätzen unterscheidet. Denn wer Geld hat, hat Macht; er hat zumindest die Macht, zu entscheiden, welchem Zweck es dienen soll, wofür es ausgegeben oder wo es angelegt werden soll ...

Angesichts dieser tendenziell kritischen oder wenigstens ambivalenten Sichtweise des Geldes, die hier nur skizzenhaft dargestellt werden kann, ist es wenig überraschend, dass sich die deutschsprachigen bürgerlichen Gesellschaften mit Geldgeschenken relativ schwer taten und tun: Zumindes im Idealfall sollen Geschenke persönlich sein, mit Bedeutungen aufgeladen und den Beschenkten auf eine von der gebenden Person gemeinte Weise beeinflussen. Gaben sollen nicht nur in (Geld-)Werten bemessen werden, sondern – vermittelt über ihren Symbolgehalt – Bezüge zwischen Menschen herstellen. Silke Meyer hat dies und die kreativen Versuche, den eigentlich inakzeptablen Geldgeschenken durch Zweckbindung, Verpackung und Dekoration Legitimation zu verleihen, in ihrer Ab-

28 So etwa Volker Stamm: Ursprünge der Wirtschaftsgesellschaft. Geld, Arbeit und Zeit als Mittel von Herrschaft. Frankfurt a. M. 1982; Sigrun Preißing: Tauschen – Schenken – Geld? Ökonomische und gesellschaftliche Gegenentwürfe. Berlin 2009.

29 Z.B. Karl Marx: Das Elend der Philosophie. In: Marx-Engels-Werke 4. Berlin 1974, 63–172, hier 106–114. Vgl. auch Christoph Deutschmann: Die Verheißung absoluten Reichtums. Zur religiösen Natur des Kapitalismus. Frankfurt a. M. u. New York 1999, 29.

30 Max Weber: Wissenschaft als Beruf. In: ders.: Gesammelte Aufsätze zur Wissenschaftslehre. Tübingen 1968, 582–613, hier 594.

31 Georg Simmel: Philosophie des Geldes. Frankfurt a. M. 41996.

handlung über „Geld als Gabe“ durchaus treffend auf den Punkt gebracht: „Geld hat als Gabe keinen guten Ruf“.³²

Spätestens hier tritt in Gestalt von Marcel Mauss der zweite für dieses Thema relevante Theoretiker auf den Plan. Denn auch wenn es sich bei den via „Western Union“ versandten *remittance*-Geldern nicht um Geschenke nach bürgerlichem Idealbild handelt, so handelt es sich dennoch ganz ohne Zweifel um Gaben. Allerdings um Gaben, die auf den ersten Blick die von Mauss in seiner 1925 erschienenen grundlegenden Abhandlung „Die Gabe“ entworfene Theorie in Frage stellen, denn die *remittance*-Zahlungen werden von den Empfänger/innen nicht oder auf jeden Fall nicht mit der gleichen Wertigkeit erwidert. Ja, aufgrund des zwischen Gebenden und Nehmenden bestehenden Wohlstandsgefälles können sie auch nicht mit gleicher Wertigkeit erwidert werden. Genau dies aber ist bei Mauss essentiell, da dieser der Gabe grundsätzlich ihren selbstlos-freiwilligen Charakter abspricht und die These aufstellt, dass jede Gabe letztlich aus Verpflichtung und Eigennutz der oder des Gebenden ihre/n Besitzer/in wechselt. Die Gabe gibt es bei Mauss also durchaus nicht in jenem bürgerlich-idealen Sinne eines ohne jede Erwartung selbstlos übergebenen Geschenkes, sondern stets nur auf der Basis einer Berechnung, die auf eigenen Gewinn abzielt, weil eine Gabe – so der dem Text vorangestellte Auszug aus der „Edda“ – „immer nach Vergeltung blickt“.³³ Gaben sind demnach zwar theoretisch freiwillig, praktisch aber notwendigerweise zwanghaft. Vorstellung und Begrifflichkeit sind somit antinomisch, und genau diese Antinomie, die der Gabe zueigen ist, steht im Mittelpunkt der Untersuchungen von Mauss. Dabei bilden diese Untersuchungen wiederum den Schlüssel zum Verständnis menschlicher Gesellschaften schlechthin, denn für Mauss sind die Formen des Gabentausches „totale‘ soziale Phänomene“, in welchen [a]lles, was das eigentliche soziale Leben der Gesellschaften ausmacht“, verwoben ist und „alle Arten von Institutionen gleichzeitig zum Ausdruck“ kommen.³⁴

Gaben und die Akte ihrer Vergabe und Annahme sind vor dieser Folie letztlich nur als spiralenförmige Prozesse mit *per saldo* ausgeglichenen Handelsbilanzen zu verstehen, die sich hinter den in die Gabe eingeschriebenen Vorstellungen von Freiheit, Selbstlosigkeit und Zu-Wendung verbergen. Ökonomie verbirgt sich hinter Ethik – eine Position, die der am Ende doch idealistisch denkende Sozialdemokrat Mauss erst in den ethisch-moralischen Schlussfolgerungen zu sei-

32 Silke Meyer: Geld als Gabe. Wert und Wertigkeit von Geldgeschenken. In: Andreas Hartmann u.a. (Hgg.): Die Macht der Dinge. Symbolische Kommunikation und kulturelles Handeln. Festschrift für Ruth-E. Mohrmann. Münster u.a. 2011, 87–98, hier 89.

33 Marcel Mauss: Die Gabe. Form und Funktion in archaischen Gesellschaften. In: ders.: Soziologie und Anthropologie Bd. 2. Frankfurt a. M. 1989, 9–144, hier 12. Hervorhebung Verf.

34 Ebd.

ner Abhandlung relativiert.³⁵ Aber diese Schlussfolgerungen sind im eigentlichen Sinne nicht Teil der Untersuchung, sondern eher Ausdruck einer Hoffnung auf Weltverbesserung im Anschluss an einen letztlich unbefriedigenden Befund.

An diese ethischen Schlussfolgerungen anknüpfend hat Jacques Derrida – knapp siebzig Jahre nach Mauss – noch einmal über Möglichkeit und Unmöglichkeit der Gabe als freie und selbstlose Handlung nachgedacht. Dabei versucht Derrida, den bei Mauss im Zentrum stehenden Gabentausch hinter sich zu lassen, und konzentriert sich auf die Idee der Gabe selbst, die einzulösen er – ganz in Übereinstimmung mit Mauss – in der Praxis für unmöglich hält, weil der Mensch zwangsläufig in eine Ökonomie des Gebens und Nehmens, die Gabe selbst zwangsläufig in eine unhintergehbare Logik des Gabentausches eingebunden ist. Deshalb sieht Derrida das paradoxe Gebot der Ethik darin, die Gabe ohne den Tausch zu denken und die ohne Tauschabsicht vollzogene Gabe einzufordern, wiewohl klar ist, dass die ohne Tauschabsicht gedachte Gabe durch den Vollzug der Gabe zerstört wird.³⁶

Damit unterstreicht der Philosoph Derrida, der freilich – anders als der Anthropologe Mauss – keine historischen oder außereuropäischen Quellen hinzuzieht, sondern sein Gedankengebäude im Anschluss an abendländische Vorstellungen entwickelt, was bereits bei Mauss gleichsam als anthropologisches Grundgesetz formuliert wird: Keine Gabe ohne Gegengabe oder zumindest nicht ohne den im Akt des Gebens mitgedachten Gedanken der Reziprozität. Und weil Mauss seine Untersuchungen anhand von Materialien aus unterschiedlichen historischen und ‚ethnischen‘ Kontexten durchgeführt hat und von der ‚Totalität‘ dieses Prinzips gesprochen hat, wird hier unterstellt, dass das Prinzip der Reziprozität auch dort als valide angenommen werden kann, wo Migrant/innen Geldtransfers an ihre in den Herkunftsländern verbliebenen Angehörigen vornehmen.

Weiters wird hier vorausgesetzt, dass – ungeachtet der Frage, ob die europäisch-bürgerliche Vorstellung von der Zweitklassigkeit von Geldgeschenken auch im Kontext der Herkunftskultur von Relevanz ist oder nicht – die zentralen Erkenntnisse von Simmel anwendbar sind: dass also die Geldwirtschaft komplexe Interdependenzgeflechte zwischen Menschen hervorbringt, die wenig oder gar keine persönlichen Beziehungen miteinander haben, und dass die Geldökonomie dem Individuum ein hohes Maß an Freiheit und Unabhängigkeit bietet. Beide Aspekte sind im Folgenden von Relevanz, denn es wird unterstellt, dass die über

³⁵ Ebd., 123–129.

³⁶ Jacques Derrida: Falschgeld. Zeit Geben I. München 1993, 45. Den Zugang zu Derrida verdanke ich der Lektüre von Andreas Hetzel: Interventionen im Ausgang von Mauss: Derridas Ethik der Gabe und Marions Phänomenologie der Geburt. In: Stephan Moebius u. Christian Papilloud (Hgg.): Gift – Marcel Mauss’ Kulturtheorie der Gabe. Wiesbaden 2006, 269–291; und Christian Papilloud: Hegemonien der Gabe. Ebd., 245–267.

„Western Union“ versandten Zuwendungen an die Angehörigen im Herkunftsland Teil eines Gabentauschverfahrens sind, dessen Tauschcharakter insofern nicht auf den ersten Blick ersichtlich ist, als die Gegengabe, die auf die Geldgabe erfolgt, erst als solche identifiziert werden muss. Wenn also der Gabentausch in Anlehnung an Mauss als diskontinuierliche Folge großmütiger Handlungen auf Reziprozitätsbasis verstanden wird, dann muss für das von Migrant/innen transferierte Geld eine Form der Gegenleistung erbracht werden, welche die immer weiter getätigten Transferzahlungen rechtfertigt. Und diese Gegenleistung besteht – wie sich an den eher kurzen Gesprächen in den Geschäftsstellen, mehr aber noch an den narrativen Interviews gezeigt hat, nicht im Bereich des Materiellen! Vielmehr besteht diese Gegenleistung darin, dass mit der Transferzahlung Verpflichtungen nachgekommen wird, die sich aus den sozialen Kontexten in den Herkunftsländern ergeben, und darin, dass die Verortung in den sozialen Kontexten der Herkunftsländer auch dann noch aufrechterhalten wird, wenn die einzelnen Migrant/innen über Jahre hinweg keine Besuche im Herkunftsland mehr tätigen konnten, vielleicht längst die deutsche (oder eine andere) Staatsbürgerschaft angenommen haben und eine Rückkehr in die Heimat nicht in Rede steht. Und mehr noch: Die Gegenleistung besteht auch darin, dass die Geldempfänger/innen die erhaltene Zuwendung auf eine im verhandelten Konsens zwischen Sender/innen und Empfänger/innen ‚richtige‘ Art und Weise ausgeben.

Auf den ersten Blick möglicherweise noch sentimentalisiert als eine Art ‚Nabelschnur zur Heimat‘ und als ein durch Wertigkeit intensivierter Gruß an geliebte Menschen verstanden, nimmt die ‚ferngesteuerte‘ Geldgabe somit – auf den zweiten Blick – durchaus den Charakter der ‚Zahlung‘ an und lässt sich als Teil einer Handelsbeziehung begreifen, die zum beiderseitigen Vorteil gereicht. Mag man also zunächst noch versucht sein, die *remittance*-Geldgabe zu romantisieren und diese der Sphäre des Emotionalen zuzuordnen, so stellt sich doch zumindest die Frage, ob via Geldtransfer „die kalten Skelethände rationaler Ordnungen“³⁷ hier nicht doch in sehr persönliche Beziehungen hineinwirken. Wie Christine Wimbauer in ihrer Untersuchung „Zur symbolischen Bedeutung von Geld in Paarbeziehungen“ teils in Anlehnung an, teils im Widerspruch zu Simmel ausführt, hat Geld einen höchst ambivalenten, sowohl verbindenden und vergemeinschaftenden als auch trennend-distinguierenden Charakter.³⁸ Die transferierten Zuwendungen können somit einerseits die Verbundenheit der Migrant/innen mit ihren mittels Geldtransfer bedachten Angehörigen ausdrücken. Andererseits kann

37 Max Weber: Die Wirtschaftsethik der Weltreligionen. In: ders.: Gesammelte Aufsätze zur Religionssoziologie. Tübingen 1988, 237–573, hier 561.

38 Christine Wimbauer: Geld und Liebe. Zur symbolischen Bedeutung von Geld in Paarbeziehungen. Frankfurt a. M. u. New York 2003.

das transferierte Geld den Wohlstand der gebenden Person und ihre Fähigkeit zur Großzügigkeit und damit distinguierende Botschaften vermitteln. Obendrein vermitteln die mit dem Geld transportierten Anforderungen und Erwartungen zugleich die biografischen Erfahrungen des gebenden Individuums, das – infolge der Verortung ‚zwischen den Kulturen‘ – mehr von Ökonomie, mehr von bestimmten Produkten, mehr von erfolgreichen Handlungsstrategien, kurzum: mehr ‚von der Welt‘, versteht, als die im Herkunftsland verbliebenen und mit Transfergaben zu bedenkenden Angehörigen.

Zweckgebundene Zuweisungen

Frau Phuong, 55 Jahre alt, verheiratet, Mutter von drei Kindern, lebt seit Mitte der 1980er-Jahre in Deutschland, wohin sie als ‚Kontingentflüchtling‘ aus der Sozialistischen Republik Vietnam gelangt ist.³⁹ Bereits kurze Zeit nach ihrer Ankunft hat Frau Phuong Arbeit in der Textilbranche gefunden und ist seither – wie auch ihr Mann – voll erwerbstätig. Im Verlauf der letzten dreißig Jahre hat es die Familie zu einem Reihenhaus und inzwischen bereits zum dritten Automobil der oberen Mittelklasse gebracht, wiewohl Frau Phuong schon seit ihrer Ankunft in Deutschland regelmäßig erhebliche Geldbeträge „nach Hause“ geschickt hat. Die *remittance*-Biografie von Frau Phuong beginnt, wie sie selbst sagt, keine vier Wochen nach ihrer Einweisung in ein staatliches „Ausländerwohnheim“, und damit noch gut ein Jahr, bevor Frau Phuong Arbeit in einem Textilunternehmen gefunden hat. Das heißt, dass Frau Phuong bereits zu einem Zeitpunkt, als sie noch von den Sozialleistungen als Kontingentflüchtling lebte, Geld – „nicht viel Geld“ – an ihre heute hoch betagte Mutter und an ihre inzwischen verwitwete Schwester transferiert hat. Heute leistet Frau Phuong mehrmals jährlich Zahlungen in Höhe von drei- bis fünfhundert Euro an Mutter und Schwester und bedient sich dabei stets der Dienstleistungen von „Western Union“, da dieser Service im Gegensatz zu anderen immer sicher und zuverlässig arbeite. In aller Regel geht Frau Phuong zu diesem Zwecke in einen Asienladen, der vor allem Lebensmittel und Geschirr anbietet. Dabei versucht sie aber stets, für ihre Geldgeschäfte Termine und Zeiten auszuwählen, zu welchen der Laden leer ist, sodass Beträge und Häufigkeit der

39 Als ‚Kontingentflüchtlinge‘ wurden und werden nach deutschem Recht Personen bezeichnet, die in vorab festgelegter Anzahl auf die einzelnen Bundesländer verteilt werden, nachdem ihnen – ebenfalls vorab – durch Erlass des Bundesministerium des Innern die Aufnahme in der Bundesrepublik gewährt worden ist. Kontingentflüchtlinge durchlaufen somit kein Asylbewerungsverfahren, sondern werden aufgrund politischer Festlegungen aufgenommen. Bis zur Öffnung der Sowjetunion betraf dies vor allem sogenannte ‚boat people‘ (Bootsflüchtlinge) aus Vietnam und deren über das Verfahren der Familienzusammenführung nach Deutschland eingereiste Angehörige.

Zahlungen anderen Angehörigen der lokalen vietnamesischen *community* verborgen bleiben. Explizit sagt Frau Phuong hierzu sogar, dass sie das Geld „viel lieber mit der Sparkasse schicken“ würde, weil hier die Diskretion besser gewahrt bleibe. Und Diskretion ist Frau Phuong durchaus wichtig, weil sie unterstellt, dass andere Angehörige angesichts des Wohlstandsniveaus ihrer Familie „neidisch“ seien und sich dieser Neid noch steigern könnte, wenn die Beträge und Frequenz der *remittance*-Zahlungen zum Gesprächsgegenstand in der lokalen vietnamesischen MigrantInnenbevölkerung gerieten. Andererseits scheint es Frau Phuong aber auch nicht völlig unwichtig zu sein, dass andere Angehörige der *community* davon Kenntnis haben, dass sie Mutter und Schwester unterstützt, da sonst der Eindruck entstehen könnte, sie habe ihre „Pflicht“ als Tochter nicht erfüllt und der Wohlstand der Familie gründe sich auf Geiz gegenüber der in Vietnam verbliebenen Familie. „Wir sprechen [im Kreis der lokalen Vietnam-*community*] viel darüber, wie man den Familien helfen kann und wie die Situation in Vietnam gerade ist“, sagt Frau Phuong und deutet damit an, dass das Thema – wenngleich unter Angabe falscher Beträge oder unter Umgehung dieser Angabe – wichtig ist. Wichtig ist es vor allem für diejenigen, welche als Gebende in die Spirale des Gabentausches eingebunden sind und sich damit wechselseitig versichern, dass sie einer – im vietnamesischen Kontext – überaus bedeutsamen Verpflichtung nachkommen.

In der Tat kommt Frau Phuong mit ihren an Mutter und Schwester entrichteten Geldgaben dem nach, was sie und andere vietnamesische MigrantInnen als traditionelle Verpflichtung der Kinder gegenüber ihren Eltern und als Familiensolidarität begreifen – eine Familiensolidarität, die sich nicht nur, aber besonders auf ältere Angehörige bezieht und mit dem in Vietnam weit verbreiteten religiösen Kult der Ahnenverehrung in Verbindung steht.⁴⁰ So gesehen besteht die erste Gegengabe der mit Geldbeträgen bedachten Anverwandten bereits darin, dass Frau Phuong ihrer aufgrund gesellschaftlicher Konventionen im Herkunftsland festgelegten Verpflichtung nachkommen kann. Aber das ist längst nicht alles: Weil Frau Phuong ihrer Mutter vor der Flucht aus Vietnam das Versprechen gegeben hat, in der Emigration ihre Religion (Ahnenverehrung) nicht abzulegen, ihre Rettung in Seenot indessen auf die Gnade Christi zurückführt, fühlt sich die Migrantin heute sowohl dem Ahnenkult als auch dem Katholizismus verpflichtet und begründet ihre Zahlungen dementsprechend sowohl mit der Verpflichtung, alte Familienangehörige mit Zuwendungen zu bedenken, als auch

40 Diese Vorstellung korrespondiert zwar in besonderer Weise mit dem Ahnenkult, ist aber in allen vietnamesischen Bevölkerungsgruppen präsent. Zu Religionen in Vietnam siehe z.B. Tran Quoc Vuong: Die Religionen und Kulte Vietnams im Überblick. In: Christian Schicklgruber u. Miriam Lambrecht (Hgg.): Faszination Vietnam. Götter, Helden, Ahnen. Ausstellungskatalog, Kunsthalle Leoben. Leoben 2004, 177–214.

mit der christlichen Verpflichtung zur Mildtätigkeit. Dabei liegt auf der Hand, dass die Geldgaben nicht nur von transzendentalen Instanzen, sondern vor allem auch von sozialen Instanzen, sprich: vom sozialen Umfeld Frau Phuongs wahrgenommen werden. Dies bleibt so freilich unausgesprochen, wird aber implizit klar, wenn Frau Phuong davon spricht, dass in jenem vietnamesischen Dorf, wo Mutter und Schwester leben, jede und jeder weiß, dass es die in Deutschland lebende Frau Phuong ist, welche sich – selbst noch aus der Ferne – als „gute Tochter“ im sozialen wie im religiösen Sinne erweist. Und da Frau Phuong die Sozialistische Republik Vietnam zwar illegal verlassen, zwischenzeitlich aber die deutsche Staatsangehörigkeit angenommen hat und somit ihr Herkunftsland problemlos besuchen kann, wirkt sich die *remittance*-Zahlung auch unmittelbar auf das Ansehen der Spenderin im Dorf aus: Alle zwei oder drei Jahre ist Frau Phuong vor Ort, präsentiert sich in der Nachbarschaft ihrer Mutter bei Besuchen und Gegenbesuchen und genießt dabei einen Respekt, der ihrer Schwester so nicht zuteil werden kann. Als Näherein in Vietnam profitiert diese zwar von jener Nähmaschine, die aus Zuwendungen von Frau Phuong finanziert worden ist; selbst aber ist sie weit davon entfernt, Akte der Großmut im Wert von mehreren hundert Euro setzen zu können. Und als Akte der Großmut begreifen die *remittance*-Leistungen sowohl Frau Phuong selbst als auch – zumindest nach ihrem Bekunden – ihre mit Gaben bedachten Angehörigen. Allerdings als erwartete und zu Recht erwartbare Akte der Großmut, denn schließlich handelt es sich – explizit ausgesprochen – um eine durch die gesellschaftlichen Konventionen in Vietnam bedingte Verpflichtung zur Großmut!

Deutlicher, weil explizit ausgesprochen, tritt der Aspekt des Prestiges, das die gebende Person durch die Gabe erwirbt, bei Favio (51 Jahre) hervor, der bei einem Orchester in einer deutschen Großstadt als Musiker engagiert ist und aufgrund seiner Einkommensverhältnisse Geldgeschenke von erheblichem Wert an seine weit verzweigte Familie, insbesondere auch an zwei seiner in Venezuela verbliebenen Söhne zu machen in der Lage ist.⁴¹ Ausgestattet mit modernen Computern und anderen Gerätschaften aus dem Bereich der *consumer electronics* seien seine Verwandten in Venezuela am Puls der Zeit und haben Teil an seinem, an Favios Wohlstand. Im sozialen Umfeld der Familienangehörigen werde dadurch deutlich, dass er nicht einfach deshalb „gegangen“ sei, weil er in Caracas keinen Erfolg gehabt habe, sondern weil er infolge der anderen ökonomischen, sozialen und vor allem politischen Verhältnisse in

41 Beträge nennt Favio im Gespräch keine. Allerdings ist anhand der Anschaffungen, die – Favio zufolge – aus den *remittance*-Gaben finanziert werden konnten, ersichtlich, dass es sich um Beträge handeln muss, die, in Summe, in die Tausende gehen dürften.

Deutschland⁴² noch mehr Erfolg haben könne. Schließlich müsse man in Rechnung stellen, dass „die Banausen“, die heute in Venezuela das Sagen hätten, ohnehin nichts von Kultur verstünden ...

Der Geldtransfer via „Western Union“ ist aus Sicht von Favio „praktisch, einfach und schnell“, schneller jedenfalls als der Transfer via Banküberweisung, und er ist erheblich billiger, aber darüber spricht Favio nicht. Außerdem stellt „Western Union“ Favios Meinung nach eine „positive Verbindung“ mit dem Herkunftsland dar, wobei erst nach mehreren Nachfragen klar geworden ist, dass der Musiker diese „positive Verbindung“ darin sieht, dass ausgehend von der „freien Welt“ mittels eines Unternehmens, das den amerikanischen Geist verkörpert, ein Signal in das von Favio als Hort der Unfreiheit begriffene Venezuela gesandt wird. Dieses Signal zeige, dass der Gegangene oder die Gesamtheit der Gegangenen die Zurückgebliebenen nicht vergessen hätten und mit dem Land und seinen Leuten weiterhin verbunden blieben. Diese Sichtweise erinnert an die mit Kaffee und anderen Genussmitteln gefüllten Pakete, welche in Zeiten der Zweistaatlichkeit Deutschlands zu Hunderttausenden von West nach Ost versandt wurden und in der DDR vom Wohlstand des Westens im Allgemeinen und vom Wohlstand der Westverwandtschaft im Besonderen kündeten. Nur dass es sich im Falle von Favio nicht um Kaffee handelt, der nach Venezuela verschickt wird, sondern um Geld. Und diese Geldsendung schafft nicht nur eine „positive Verbindung“ mit dem Land, sondern auch die Voraussetzung für eine gesteigerte Intensität des Kontaktes mit Favios Familie, insbesondere mit dessen Söhnen. Diese Intensität geht weit über das hinaus, was regelmäßige Anrufe oder via Skype geführte, Webcam-unterstützte Telefonate bieten können. Zugleich ist es eine Intensität, die sich daraus zu ergeben scheint, dass die bei Simmel ins Feld geführte individuelle Freiheit des Geld besitzenden Menschen durch die parallel zu den Zahlungen geführten Gespräche annulliert wird. Denn die Anschaffungen, die mit dem transferierten Geld getätigt werden, sind Gegenstand ausführlicher und bis ins Detail gehender Gespräche zwischen der gebenden Person und den empfangenden Angehörigen. Was also mit dem Geld geschieht, bestimmt – zumindest sehr weitgehend – Favio!

So kommt es zum Beispiel vor, dass ein elektronisches Gerät, das am Ende in Venezuela erworben wird, nach der Maßgabe von Qualitätsurteilen ausgewählt wird, die sich Favio in Deutschland angelesen hat. Und wenn Favio die im Kontext der deutschen Konsumkultur gebildete Meinung vertritt, dass es sich bei dem einen oder anderen Produkt um „Schrott“ handle, dann gelangt der Gedanke der Großmut – ungeachtet dessen, was möglicherweise aus dem Kontext der venezuelanischen Konsumkultur aktuell begehrenswert erscheint – alsbald an seine

⁴² Favio ist ein massiver Kritiker des jüngst verstorbenen venezuelanischen Präsidenten, Hugo Chávez, und dessen Variante des Sozialismus.

Grenzen. Finanziert wird offenbar das, was sinnvoll ist. Und was sinnvoll ist, wird nicht in erster Linie in Caracas, sondern vielmehr in Baden-Württemberg entschieden oder allenfalls unter nicht besonders symmetrischen Voraussetzungen zwischen Baden-Württemberg und Caracas ausgehandelt. Der Geldtransfer kann somit auch ein Machtmittel sein, mit dessen Hilfe die gebende Person Prozesse und Entscheidungen bis ins Detail hinein beeinflusst, welche sich Tausende Kilometer weit weg von ihrem aktuellen Aufenthaltsort vollziehen.

Insofern ist auch verständlich, warum Herr Le (62 Jahre) – ebenfalls als ‚Kontingentflüchtling‘ von Vietnam nach Deutschland gelangter deutscher Staatsbürger und Apotheker von Beruf – nicht ganz frei von Ironie darauf verweist, dass ein über „Western Union“ transferierter „Hunderter“ die Sozialistische Republik Vietnam allemal mehr verändere als stundenlange politische Diskussionen. Mit dem übersandten Geld nämlich werde in Saigon etwas in Bewegung gesetzt, was sonst nicht in Bewegung käme: Der oder die mit dem Geldgeschenk bedachte Verwandte werde sich etwas kaufen, was andere nicht haben, werde sich etwas leisten können, was im sozialistisch-vietnamesischen Alltag nicht oder nicht ohne Weiteres zu haben sei, werde die Begehrlichkeiten Dritter wecken und somit nicht nur deutlich machen, dass das marktwirtschaftliche System dem sozialistischen haushoch überlegen sei, sondern zugleich bei anderen Menschen den Wunsch aufkeimen lassen, das jeweilige Produkt ebenfalls zu besitzen. Gewiss, ein Geldgeschenk in Höhe von fünfzig, hundert oder fünfhundert Euro wird in Vietnam keinen politischen Umsturz hervorrufen; dies ist auch Herrn Le durchaus bewusst. Vielleicht wird das herrschende System sogar – ganz entgegen den Hoffnungen von Herrn Le – durch die Masse der Geldgaben sogar noch stabilisiert, weil die Wünsche nach bestimmten Produkten auf diese Weise ungeachtet des Zustands der vietnamesischen Volkswirtschaft für eine nicht zu unterschätzende Zahl von Vietnames/innen in die Nähe der Erfüllung rücken. Dennoch wird an Herrn Les Ausführungen deutlich, dass es darum geht, an einem Ort, dem sich der/die Akteur/in verbunden fühlt, in das Geschehen einzugreifen, etwas zu verändern und somit politische Macht auszuüben.

Zumindest im Kleinen, auf der Ebene der Mikrostrukturen, gelingt dies durchaus, denn mit der erworbenen Nähmaschine vermag die Schwester von Frau Phuong ihre Situation ebenso zu verändern wie deren Mutter, die seit gut einem Jahr Besitzerin eines Kühlschranks ist, ihr Einkaufsverhalten folglich verändert hat, mit dem Fleisch der eigenen Hühner nunmehr anders haushalten kann als zuvor und insofern einen Ausschnitt ihres Alltags aufgrund der Geldgabe ihrer Tochter verändert. Solche Veränderungen nützen zweifellos den mit Zuwendungen Bedachten auf der jeweils praktischen Ebene. Sie versetzen die beschenkten Angehörigen aber auch in eine besondere, in eine von Wohlstands- und Statuszuwachs gekennzeichnete Lage, von der nicht nur die Gabenempfänger/innen

selbst, sondern auch der oder die Gebende wissen, dass sie den *remittance*-Gaben geschuldet ist. Und nicht nur das: Auch das engere oder weitere soziale Umfeld der Gabenempfänger/innen weiß um die Quelle des Wohlstands- und Statuszuwachses.

„Fünfzig Euro ist besser als fünfzig Mal anrufen“, sagt ein junger Mann aus Bangladesch, der sich als Baba vorstellt und mit dem Begriff „besser“ ebenfalls die politische Macht anspricht, welche der Geldgabe innewohnt. Auch Baba transferiert Geld an seine vielköpfige Familie im Herkunftsland und verknüpft damit ganz konkrete Forderungen an die Empfänger/innen – etwa jene, das Geld nicht für Unterhaltungsmedien auszugeben, keine konsumtiven Ausgaben, sondern nur Investitionen zu tätigen, also keine Musik-CDs, sondern vielmehr Vieh oder land- und hauswirtschaftliches Gerät anzuschaffen. Zugleich ist bei Baba die Zahlung aber auch mit der Hoffnung verknüpft, das, was er unter einer „traditionelle(n) Lebensweise“ versteht, in seiner „Heimat“ aufrecht erhalten (oder überhaupt erst kreieren) zu können. Wie ich Baba verstanden habe, sind seine via „Western Union“, in Einzelfällen auch mittels „Ria“ übersandten Geldgaben begleitet von E-Mails und Telefongesprächen, in welchen die Verwandtschaft ermahnt wird, Aspekte traditioneller Lebensweisen nicht aufzugeben, sondern weiter zu praktizieren, weil sich westliche Lebensstile als Blendwerk erwiesen hätten, dem man widerstehen müsse. Dabei hat Baba sehr konkrete Vorstellungen, wie die „traditionelle Lebensweise“ auszusehen habe: Barzahlung der Investitionen statt durch Kredit finanzierte Anschaffungen, Realwirtschaft statt westlich-kapitalistische Anlagestrategien, überkommene Anbaumethoden statt erdölbasierte Düngemittel und vor allem selbst oder zumindest handwerklich gefertigte Textilien anstelle von Industrieprodukten. Geschehen soll all dies im Kontext einer vor allem agrarisch geprägten Gesellschaft, die nicht länger den Irrwegen des Westens hinterherrennen sollte, indem sie freiwillig „für ‚H&M‘ in Sklaverei“ gehe. Ob diese radikalen, mitunter lautstark, teils auf Englisch, teils auf Deutsch beim Tee vorgetragenen Ideen und Vorstellungen nur mir als interessiertem, ‚dem Westen‘ zugeordneten Zuhörer so vorgetragen worden sind, ob und inwiefern Babas Ideale seine via Geldtransfer betriebene Entwicklungspolitik tatsächlich bestimmen und ob sich die weit verzweigte Verwandtschaft auf derlei Botschaften wirklich einlässt, kann hier nicht gesagt werden – zumal die Verwandten im Gespräch einmal als „gute Leute“, dann aber auch als vom Westen bereits verdorben und erziehungsbedürftig dargestellt worden sind. Doch selbst dann, wenn sich die mit den Zuwendungen verknüpften Erwartungen nicht ganz so erfüllen dürften, wie Baba das gerne hätte, so weisen dessen Botschaften doch zumindest auf Erwartungen, Hoffnungen und Wünsche hin, die mit seinen Geldgaben verbunden sind. Der Hinweis darauf, dass Baba selbst „früher“ an die Erlösung („salvation“) durch die USA, durch ‚den Westen‘ und dessen Werte geglaubt habe, lässt indessen zu-

mindest die Vermutung zu, dass er seine Abkehr vom ‚Westen‘ erst als Migrant vollzogen haben dürfte, und dass die im Herkunftsland verbliebenen Verwandten, aus seiner Sicht, in besonderem Maße der pädagogisch gemeinten Aufklärung über das Wesen des „Coca-Cola-imperialism“ bedürftigen. Sicher indessen ist, dass sich Baba dessen wohl bewusst ist, dass er sich für den Geldtransfer – gleich ob mit „Ria“ oder „Western Union“ – der Dienstleistungen von US-Unternehmen bedient, die, wenn nicht für alles, so doch für vieles von dem stehen, was Baba in dieser Welt zutiefst zu verachten scheint. Aber die Partizipation an der globalisierten Geldökonomie bindet das Individuum eben doch – wie sich im Anschluss an Simmel sagen lässt – mit einer gewissen Zwangsläufigkeit in die anonymisierten Netzwerke mit ihren eigenen Regeln ein. Zugleich aber bietet das Geld, das Baba für Transfer-Gaben zur Verfügung steht, auch die individuelle Freiheit, gegen die hinter den Netzwerken stehenden Instanzen anzukämpfen.

Projekteile und Zielscheiben der Macht

Unter Zuhilfenahme von „Western Union“ und mithin des einen oder anderen Mitbewerbers des mächtigen Unternehmens nehmen Migrant/innen – wie die ausgeführten Beispiele zeigen – mittels Geldtransfer Einfluss auf den Gang der Dinge in ihren Herkunftsländern, und angesichts des Volumens der weltweiten *remittance*-Finanzströme tun sie dies mindestens so nachhaltig wie die Außenhandels- und Entwicklungshilfepolitik der westlichen Industrienationen. Auf der Basis eines auf Geldzuwendungen basierenden Gabentausches, der darin besteht, dass für die Zahlung von *remittances* das Gefühl eingetauscht wird, sozialen und kulturellen Verpflichtungen nachgekommen zu sein und auch in der Emigration ein Stück weit Teil der Gesellschaft am Herkunftsort zu bleiben, diesen beeinflussen zu können und mittels der Gabe Herrschaft ausüben zu können, gelangt nicht einfach nur beliebig einsetzbares Kapital in die Zielländer des Geldtransfers. Vielmehr handelt es sich bei diesen Zuwendungen – ähnlich wie bei jenen der offiziellen Entwicklungshilfepolitik – um Geldmittel, die nicht frei disponierbar sind. Und wie etwa das deutsche öffentliche Haushaltsrecht „zweckgebundene Zuwendungen“ kennt, welche der Bund an die Länder leistet, um im Sinne des Subsidiaritätsprinzips ‚vor Ort‘ den einen oder anderen Prozess anzustoßen oder (mit) zu bestimmen, so handelt es sich auch bei den *remittance*-Geldgaben um zweckgebundene Mittel. Jedem Euro, der an einer „Western Union“-Geschäftsstelle in Vietnam, Venezuela, Bangladesch, Indien oder anderswo auf der Welt in Original- oder Landeswährung in Empfang genommen wird,⁴³ haftet somit ein

43 Für zahlreiche Transferdestinationen, bei welchen es devisenrechtlich möglich ist, macht „Western

Imperativ an, der mehr oder weniger kategorisch darüber bestimmt, wofür die Zuwendung von den Empfänger/innen ausgegeben werden kann.

Simmels Vorstellung von Geld als einer oder nachgerade der ökonomischen Voraussetzung für die Freiheit des Individuums wird damit in dem Moment relativiert, da dem transferierten Betrag ein Zweck zugeordnet ist⁴⁴ und das von einer Person erwirtschaftete Geld zur Zuwendung oder – wie Silke Meyer es formuliert – der „Geldwert zur Gabe“ wird.⁴⁵ Zwar ist freilich nie ganz sicher, dass das Geld vor Ort tatsächlich im Sinne der Absender/innen ausgegeben wird, schließlich ist es ja gerade der Charakter des Geldes, dass es die Entscheidungsfreiheit derer sicherstellt, die den Geldwert ihr Eigen nennen. Und gerade die mehr oder minder raffinierten Kontrollmechanismen, unter deren Zuhilfenahme die Gebenden sicherzustellen versuchen, dass die Zweckbindung seitens der Nehmenden nicht einfach aufgehoben wird, zeigen, dass es durchaus (berechtigte) Restzweifel an der Redlichkeit der Nehmenden geben darf. Gleichwohl ist es wahrscheinlich, dass die Nehmenden sich weitgehend an die Zweckbestimmungen halten werden, weil sonst die Gefahr bestünde, dass die Spirale aus Gabe und Gegengabe unterbrochen wird.

Bemerkenswert ist dabei, dass zwischen jenen, die das Geld senden, und jenen, die das Geld empfangen – wiewohl es sich mitunter um nächste Verwandte handelt, welche dieselben sozialen und kulturellen Hintergründe haben –, durchaus erhebliche Differenzen bestehen, die an der Frage nach der Zweckbindung des Geldes zutage treten. Gerade die Intensität, mit welcher Favio und seine Angehörigen die Frage nach bestimmten Anschaffungen diskutieren, und der pädagogische Impetus, der an Babas Transferzahlungen gebunden ist, machen dies eindrucksvoll deutlich. Weil aber jene, die das Geld schicken, in ihren aktuellen gesellschaftlichen Kontexten – entgegen aller populären Kritik an der mangelnden Integrationsbereitschaft von Migrant/innen – bereits nach kurzer Zeit neue Wertelandschaften und Normensysteme ‚gebastelt‘ und dabei weit mehr von dem verinnerlicht haben, was im gesellschaftlichen Kontext des ‚Gastlandes‘ Gültigkeit hat, als gemeinhin angenommen wird,⁴⁶ gerät der Geldfluss auch zu einem nach-

Union“ das Angebot, den Geldwert entweder in Landeswährung oder in der Währung auszubehalten, in der es einbezahlt worden ist. Vor allem dort, wo die Landeswährung instabil ist und mit Wertverlust gerechnet werden muss, ermöglicht dies den Nehmenden, den Geldwert längere Zeit zu konservieren.

44 Simmel hat diese Relativierung durchaus mitgedacht, spielt doch in seinem Werk das dialektische Verhältnis von Freiheit und Zwang eine herausragende Rolle.

45 Meyer (wie Anm. 32), 95.

46 Begreift man etwa die in den Medien z.T. euphorisch als mustergültig gepriesene Integration der vietnamesischen Zuwandererbevölkerung in Deutschland als Zeichen einer zumindest teilweisen Übernahme von Werten und Normen, die in der deutschen Gesellschaft ‚Gültigkeit‘ haben, so darf unterstellt werden, dass etwas von dem, was als ‚westliche‘, ‚europäische‘ oder gar ‚deutsche‘

haltig wirksamen Mittel eines Kulturtransfers, der Werte und Normen transportiert, die den Geldempfänger/innen zunächst noch fremd sind.⁴⁷ Die Geschäftsstellen von Geldtransferdiensten – zunächst nicht mehr als die Annahme- und Ausgabestellen von Bargeld und Agenturen eines Unternehmens, das von dem Versprechen lebt, dass an der zweiten Schnittstelle des Transfers der Wert eines einbezahlten Betrages ausbezahlt wird – sind somit gleichsam die ‚Abschussrampen‘ für dargereichte Werte und Normen, die bewusst oder unbewusst auf eine Beeinflussung des Lebens der Empfänger/innen abzielen und somit auf das ausgerichtet sind, was wir als Ausübung von Macht begreifen.

„Das Ding, das als Gabe bekommen wurde“, so schreibt Mauss ein Jahr vor der Erstveröffentlichung seiner Abhandlung „Die Gabe“ in einem kleinen Essay, in welchem er über das Verhältnis des deutschen „Gift“ zum englischen „gift“ nachsinnt, „verbindet den Geber und den Erwerber magisch, religiös, moralisch, juristisch miteinander.“ Dieses Ding gibt dem Gebenden „eine Macht über den anderen, der es annimmt.“ Sollte „die gegebene Leistung nicht in der vorgesehenen juristischen, wirtschaftlichen oder rituellen Form erwidert werden, so kann der Geber den erpressen, der am Festessen teilgenommen hat, der die Tochter geheiratet hat, oder der sich mit jemanden durch Blut verbunden hat, der Begünstigte, der zu Hause ein von der ganzen Macht des Gebers verzaubertes Ding gebraucht.“⁴⁸ Und dies gilt nicht minder für jene Geldgaben, die gleichsam als ‚Projektil der Macht‘ durch die globalen Kommunikationsnetzwerke der Geldtransferunternehmen geschossen werden und stets mit spezifischen Botschaften und Erwartungen aufgeladen sind. Doch so wie der Abschuss eines Projektils die Existenz eines Ziels voraussetzt, bedarf es auch für die Geldsendungen, die an Angehörige verschickt werden, der Geldempfängerin oder des Geldempfängers, der oder die sich an die Regeln des Tauschprinzips hält. Gebende und Neh-

Werte und Normen begriffen wird, die Sichtweise des Herkunftslandes, dessen Ökonomie, dessen Zukunftsperspektiven und die eigenen Angehörigen im Herkunftsland prägt. Die mit den Geldgaben mitverschickten Imperative können folglich hiervon nicht unberührt bleiben. Zur Medienberichterstattung über vietnamesische Zuwanderer in Deutschland siehe etwa Marina Mai: Schlaue Zuwanderer. Ostdeutsche Vietnamesen überflügeln ihre Mitschüler. In: Spiegel-online, 07.05.2008, online verfügbar unter www.spiegel.de/schulspiegel/wissen/schlaue-zuwanderer-ostdeutsche-vietnamesen-ueberfluegeln-ihre-mitschueler-a-582545.html (Stand: 30.03.2013); Martin Spiewak: Integration: Das vietnamesische Wunder. In: Die Zeit, 22.01.2009.

47 Dies hätte selbst dann Gültigkeit, wenn es – wie vermutet – zutrifft, dass sich Baba erst in der Emigration von ‚westlichen‘ Werten emanzipiert hat und nunmehr den Versuch unternimmt, seine Distanzierung vom ‚Westen‘ mittels Geldtransfer nachhaltig im Kreis seiner im Herkunftsland verbliebenen Angehörigen zu implantieren. Dann freilich käme hier die an den Erfahrungen in der Emigration geschärfte Vorstellung von einem ‚traditionellen Lebensstil‘ zum Tragen.

48 Marcel Mauss: Gift-Gift (zuerst 1924). In: Moebius u. Papilloud (Hgg.) (wie Anm. 36), 13–17, hier 15.

mende bedürfen einander, wie das *ego* die Existenz des *alter* erfordert und vice versa. Nur weil es die mehr oder minder bedürftigen Angehörigen gibt, welche das Geld empfangen, nur weil sich diese hinreichend konsequent an das Prinzip der Reziprozität halten, können die Gebenden ihren Bezug zur Gesellschaft im Herkunftsland, ihre projektive (teilweise) Verortung ‚in der Heimat‘ aufrecht erhalten und mit dem Gefühl leben, dass sie auch in der ‚alten Heimat‘ etwas mitgestalten können, ja vielleicht sogar – aufgrund des Wohlstandsgefälles – mehr mitgestalten können als dort, wo sie aktuell leben. Mögen also etwa Frau Phuong und Herr Le – wie offenbar die gesamte vietnamesische Exilbevölkerung in Deutschland – als Musterbeispiele gelungener Integration gelten, mögen sie als deutsche Staatsbürger auch am politischen Geschehen in Deutschland partizipieren und das Wahlrecht in Anspruch nehmen, so ist für sie, die sie aus politischen Gründen und unter abenteuerlichen Bedingungen Vietnam verlassen haben, der Aspekt des „Dazwischen“, den Beate Binder in ihren Ausführungen zu „Beheimatung und Heimat“ im Anschluss an Avatar Brah als eine Möglichkeit der Beheimatung ins Feld führt,⁴⁹ von besonderer Relevanz. Da aber dieses „Dazwischen“, das zwischen „Engagement und Distanzierung“⁵⁰ pendelnde Beheimatetsein ‚in zwei Welten‘ nicht oder nur selten durch häufige Besuche im Herkunftsland aufrecht erhalten werden kann – unter den interviewten Migrant/innen zum Beispiel konnte sich nur Favio einen jährlichen Aufenthalt im Herkunftsland leisten –, können die Geldgaben zu einem Mittel der Verortung im Herkunftsland und somit zu einem Stabilisator eines Lebens mit doppelter Beheimatung begriffen werden. Gäbe es die mit Gaben zu bedenkenden Angehörigen in der Heimat nicht (mehr), so wäre der Arbeit an einer ‚Doppelbeheimatung‘, wenn nicht die zentrale, so doch zumindest eine wesentliche Grundlage entzogen. Dies unterstreicht die Bedeutung der Nehmenden im Kontext der Spirale des Gabentauschs in seiner Variante via Geldtransfer, und es zeigt, dass das übersandte Geld doch auch ein Stück weit die Freiheit derer gewährleistet, die das Geld nehmen. Aber diese Freiheit ist stets nur so groß, wie es die parallel zum Geldtransfer geführten Verhandlungen zwischen Gebenden und Nehmenden zulassen; diese Freiheit ist also abhängig davon, ob Gebende und Nehmende über den Verwendungszweck des übersandten Geldes und die mit diesem verbundenen Handlungsstrategien einen für beide Seiten tragfähigen Ausgleich finden.

49 Beate Binder: Beheimatung als Heimat. Translokale Perspektiven auf Räume der Zugehörigkeit. In: Manfred Seifert (Hg.): Zwischen Emotion und Kalkül. ‚Heimat‘ als Argument im Prozess der Moderne. Leipzig 2010 (= Schriften zur sächsischen Geschichte und Volkskunde, 35), 143–155, hier 199.

50 Norbert Elias: Engagement und Distanzierung. Arbeiten zur Wissenssoziologie I. Frankfurt a. M. 1990.

Bei meiner letzten Begegnung mit Baba beim Tee im Innenhof jenes ‚indischen‘ Lebensmittel- und Telefonladens mit Geldtransferagentur, in welchem schon die vorangegangenen Treffen mit ihm stattgefunden hatten, hatte er eine Fuchswut. Offenbar haben seine Verwandten Vieh einer aus seiner Sicht in Bangladesch nicht heimischen („not native“) Rasse gekauft, was Baba für völlig falsch hielt. Mag sein, dass er noch einige Tage zürnte und sich einredete, dass er keinen Cent mehr „nach Hause“ schicken werde. Indessen bin ich überzeugt, dass Baba längst wieder mit Mahnungen und Aufforderungen aufgeladenes Geld transferiert hat, denn schließlich bleiben ihm sonst kaum Mittel und Wege, seine Bedeutung zu Hause zu reklamieren und die Geschehnisse in dem, was er „Heimat“ nennt, zu beeinflussen.

Unbezahlbar – Räume zwischen Preis und Wert. Ein Kommentar zur Geldforschung aus volkskundlich-ethnologischer Perspektive

Andreas Hartmann

Lassen Sie mich damit beginnen, weshalb ich überhaupt hier stehen darf. Denn mit Geld kenne ich mich nicht sonderlich gut aus. Ich bin kein Ökonom, kein Finanzexperte, kein Unternehmer, kein Banker, kein Börsianer. Mein Metier ist die Volkskunde.

In meinem ersten Seminar zum Thema „Umgang mit Geld heute“ – noch vor der Jahrtausendwende – sind wir beherzt und optimistisch und auch etwas naiv zu Werke gegangen. Wir untersuchten Trinkgeld, Taschengeld, Haushaltsgeld, Geldpraktiken in Wohngemeinschaften und bei Paaren, die Haptik des Geldes bei Bezahlvorgängen, seine Entmaterialisierung im elektronischen Zahlungsverkehr, alternatives Geld, Tauschringe usw. Wir lasen die klassische Studie von Marcel Mauss über die Gabe und das Gesetz der Reziprozität als totale, das heißt allumgreifende soziale Tatsache, lasen Georg Simmels „Philosophie des Geldes“ aus dem Jahr 1900 – zumindest in Ausschnitten – und waren von seiner Diagnose fasziniert, dass das Geld einst voneinander abhängige Individuen unabhängig und einst voneinander unabhängige Gemeinschaften abhängig macht, kurz, dass Geld Gemeinschaft in Gesellschaft transformiert.

Geld, so erkannten wir rasch, dient uns Endverbraucher/innen, uns – im Finanzjargon gesprochen – Nicht-Banker/innen offensichtlich nicht nur als Wertmesser, allgemeines Tausch- bzw. Zahlungsmittel und Wertaufbewahrungsmittel, es setzt auch einen kollektiv geteilten Glauben an die Gesellschaft voraus, die es verwendet, sowie an die Dauerhaftigkeit des Staates und der Noten- bzw. Zentralbank, die eine Deckung des Geldes zusichern. Für Geschäftsbanken ist Geld nicht Zahlungsmittel, sondern Schuldenbeleg bzw. Schuldenanerkennnis in Kreditbeziehungen, für Zentralbanken ist Geld Guthaben bei Geschäftsbanken. Aus der Akteurs-, genauer der Konsumenten- und Verkäuferperspektive, erscheint hingegen jeder einzelne Kaufakt, jede einzelne Transaktion als ein unwillkürliches und unbewusstes Bekenntnis zu Gesellschaft und Staat, wodurch trotz der anonymisierenden Qualität des Geldes seine Benutzer/innen jenseits von Face-to-Face-Beziehungen sozial zusammengeschlossen sind. Die politische Rhetorik unserer Tage beschwört diese kohäsive Kraft des Geldes übrigens unentwegt: Wie überspannt

das Diktum für manche auch klingen mag, mit dem Euro stünde zugleich auch Europa auf dem Spiel – zieht man den Sachverhalt in Betracht, dass Geld in erster Linie durch einen Glauben und nicht etwa durch materielle Deckung legitimiert ist, dann wäre mit einer Abkehr vom Euro in der Tat weniger eine Währung als eine politische Idee gescheitert, dann wäre mit einer solchen Abkehr der Euro lediglich die flüchtige und kurzzeitige Materialisation einer Schimäre gewesen. Freilich gab es Europa bereits vor dem Euro, aber als durchgängige, verpflichtende, täglich gehandhabte kulturelle Glaubenspraxis, wie sie der Euro den Europäer/innen auferlegt, gab es Europa vor dem Euro noch nicht.

„Umgang mit Geld als soziale und kulturelle Praxis“: uns Anthropologen leuchtet die Formulierung unmittelbar ein, besagt sie doch erstens, dass der Umgang mit Geld im Kern eine Form des menschlichen Handelns ist wie andere menschliche Handlungen auch. Zweitens begreift sie dieses Handeln als sozial und kulturell geformt, das heißt an überindividuell geltende Regeln und Bedingungen gebunden. Drittens gibt sie einem essentiellen Kulturalismus Ausdruck, dem die Ökonomie bzw. das Finanzsystem qua definitionem unterworfen ist. Denn selbstverständlich sind auch wir Volkskundler/innen gehalten, den Umgang mit Geld zunächst – oder doch zumindest auch – als eine ökonomische Praxis zu verstehen, als wirtschaftliches Handeln im Kontext komplexer Austauschbeziehungen. Wir betonen das offensichtlich nicht eigens, begreifen wir Ökonomie doch als eine Teildomäne der Gesellschaft, als ein kulturelles Partialsystem. Das kulturalistische Credo besagt demnach, dass ökonomische Analyse grundsätzlich als Kultur- und Gesellschaftsanalyse zu verstehen ist. So weit, so gut: Damit aber wären Kulturwissenschaftler/innen und darunter auch Volkskundler/innen oder Wirtschaftsethnolog/innen als die eigentlichen Expert/innen in ökonomischen Fragen anzusprechen, der Ökonomie feile bestenfalls eine Lieferantenrolle für Daten und Modelle zu. Tatsächlich ist im öffentlichen Mediendiskurs genau diese Tendenz zu beobachten, beanspruchen doch in den Feuilletons und Talkrunden etwa zur Finanz- und Schuldenkrise oder zur Zukunft des Euro häufig Kultur- und Sozialwissenschaftler/innen das Deutungsmonopol und verweisen Wirtschafts- und Finanzexpert/innen – nicht selten versehen mit einem Positivismusverdacht – in die zweite Reihe.

Unlängst stellten zwei Münsteraner Wirtschaftswissenschaftler im Wirtschafts- teil – nicht im Feuilleton – der FAZ eine bedenkenswerte Diagnose. Nicht nur in Presse und Fernsehen, sondern auch auf medienwirksamen Konferenzen und auf dem publikumsrelevanten Büchermarkt werde die gesellschaftliche Funktion, Bedeutung, Wirkung sowie die postmoderne, digitalisierte Transsubstantiation und Verflüchtigung des Geldes (Geldschöpfung und Geldvernichtung) weitgehend von Kulturwissenschaftler/innen verhandelt. Diese Produktionen seien nicht nur analytisch-intellektueller, sondern oft auch ästhetischer Natur. Ihnen wohne

nicht zuletzt dank virtuoser Verklausulierungen eine sprachliche Brillanz inne, mit der mathematisch trockene ökonomische Modell- und Theoriebildung nicht mithalten könnten. Dieser kulturwissenschaftliche Geld- und Ökonomiediskurs verhalte sich seinerseits in hohem Maße professionell ökonomisch. Er besetze und bediene geschickt einen Markt, generiere Nachfrage, funktioniere wie eine Marke und sei ideal geeignet für akademische Profitbildung, sprich für erfolgreich umgesetzte Karriereambitionen bzw. für eine Aufwertung der persönlichen akademischen Reputation.

Im Grunde handle es sich bei diesen kulturwissenschaftlichen Gelddiskursen um ein lukratives Veredelungsverfahren, welches nach dem „Intel-Inside-Prinzip“ vorgehe. Ökonomische Theorien und Modelle, die ihrerseits kaum je bildliche Anschauungskraft bzw. keinerlei sinnlich-rhetorisches Anmutungspotential aufweisen, die, mit anderen Worten, nicht eben „sexy“ sind, würden – nach dem Schema „Intel-Inside“ – quasi als Vorprodukte gewinnsteigernd in ein elegant aufgemachtes und attraktiv veredeltes kulturwissenschaftliches Enderzeugnis eingebaut. Dieser Vergleich ist griffig, freilich hinkt er schon insofern, als Kulturwissenschaftler/innen und Anthropolog/innen, wenn sie nicht selbst zugleich ausgebildete Ökonom/innen oder Wirtschaftsmathematiker/innen sind, die von ihnen übernommenen ökonomischen Modelle meist nur in vereinfachter Gestalt zur Kenntnis zu nehmen imstande sind. Man schlage als mathematischer Laie etwa nur einmal ein Lehrbuch der Spieltheorie auf, die ja unter anderem Modelle für Entscheidungsprozesse in alltäglichen Verhaltenszusammenhängen anbietet, etwa hinsichtlich des Kalküls von Kreditgeber/innen und Kreditnehmer/innen. Diese Lehrbücher sind meist vollgepackt mit komplexen mathematischen Formeln und Gleichungen, die vermutlich kaum ein/e Kulturwissenschaftler/in, der/die sich spieltheoretischer Grundannahmen bedient, je gründlich studiert hat. Dasselbe dürfte auch für die meisten anderen Algorithmen zutreffen, auf denen die importierten ökonomischen Modelle basieren. Das genannte Veredelungsverfahren des kulturwissenschaftlichen Gelddiskurses arbeitet demnach eher nach dem Motto „Intel-light-inside“.

Ich zähle die Ökonomie wie übrigens auch die neuerlich seitens der Volkskunde wiederentdeckte Genetik oder die Astrophysik, Informatik und Neurophysiologie zu unseren zeitgenössischen Palastwissenschaften, an deren Wissensbeständen wir anderen nur in popularisierten und piktografisch vereinfachten, also heruntergebrochenen Versionen partizipieren können. Diese Versionen sind Erzählungen, es handelt sich, folgen wir der Lesart von Claude Lévi-Strauss, um Mythen unserer Moderne. Die Produktions- und Lagerstätten des Palastwissens selbst, das Reich der Abstraktionen, der Zahlen und der Formeln zu betreten, ist uns Normalsterblichen hingegen in der Regel verwehrt. Das exklusive Expertenwissen kommt in der gesellschaftlichen Wahrnehmung demnach einer Art von

Geheimwissen gleich, und dort, wo es – wie in der Ökonomie – prognostisches Wissen ist, trägt es gleichsam prophetische Züge. Die sogenannten Wirtschaftsweisen, gleichgültig, ob ihre Vorhersagen zutreffen mögen oder nicht, genießen den Status von Hohepriestern. Ihre Orakel sind Gesetz, ebenso wie dies bei den astrologischen Prognosen des Spätmittelalters und der Frühen Neuzeit der Fall war. Doch immer auch stehen sie im öffentlichen Zwielficht, man bewundert und beargwöhnt sie zugleich. Wie bei den Magier/innen und den Wahrsager/innen fragen wir uns: können diese Herrschaften wirklich zaubern und in die Zukunft sehen oder treiben sie nur ein Spiel? In jedem Fall aber geht ein Glanz von ihnen aus, und obwohl wir diesem Glanz zu misstrauen pflegen, sonnen wir uns doch selbst gelegentlich darin.

Unsere disziplinären Stärken sind, wenn wir unsere Arbeit gut machen, Beobachtung und Beschreibung. Beobachtungs- und Beschreibungswissen erzeugen aber nicht gleichzeitig schon Erklärungswissen. Denn wissenschaftliche Erklärungen operieren mit Vorannahmen und Hypothesen, mit systematischer Validierung, mit wissenschaftlichen Modellen, Begriffen und Theorien. Wir hatten uns seinerzeit nach volkswundlichem Usus bei einschlägigen Vordenkern – von Goffman bis Bourdieu – aus Nachbardisziplinen bedient, in der Art von Bastelarbeiten einiges ausprobiert. Aber wir blieben aufs Ganze gesehen doch im Anekdotischen stecken, im Zufallsbefund, in der interpretatorisch weitgehend unverbindlichen Deutung von pekuniären Alltagsepisoden.

Aus heutiger Sicht erscheint es mir in der Tat als naiv, uns kein bündiges Instrumentarium und keine klare theoretische Basis für die Beantwortung von Warum-Fragen geschaffen zu haben. Warum handeln Menschen in Geldangelegenheiten in dieser oder jener Weise? Die Gründe, die uns die Befragten nennen, sind zwar aufschlussreich im Hinblick auf Selbstdeutungen und Selbstrechtfertigungen, sie liefern aber keine kulturwissenschaftlichen Erklärungen dieses Handelns. Sind wir in der Lage, die alltagsökonomischen Warum-Fragen allein mit den Instrumenten und Begriffen unseres Faches erschöpfend zu beantworten? Heute frage ich mich, ob wir für ein mehr als nur essayistisches anthropologisches Verständnis des Geldes als kulturelle und soziale Praxis nicht doch zunächst auch über eine genaue Kenntnis des Geldsystems verfügen müssen, ob wir die Grundlage dezidiert ökonomischer Theorien und Modelle entbehren können. Individuelles Handeln, individuelle Erfahrung sind in diesem Kontext immer sozialisiertes Handeln, sozialisierte Erfahrung, und das soziale System, in dem sich Handeln und Erfahrung ereignen, ist die Ökonomie bzw. das Geldsystem. Darin agiert und regiert auch in den Augen von Ökonomen und Finanzwissenschaftlern längst nicht mehr unumschränkt der sogenannte *homo oeconomicus*.

Zugleich möchte ich jedoch auch auf die grundlegende Begrenztheit ökonomischer Modelle für die Erklärung kulturell bedingten Handelns hinweisen.

Denn ihnen liegen universalistisch-ontologisierende Konzepte von mehr oder weniger rational agierenden Akteur/innen zugrunde. Kulturforschung hingegen hat nicht den Menschen als solchen, sondern die Menschen in ihren kulturellen, sozialen und weltanschaulichen Bindungen und Differenzen im Blick. Kategorien des ökonomischen Handelns wie: Nutzen, Rationalität, Solidarität, Sicherheit, Gegenseitigkeit sind nämlich mitnichten als anthropologische Universalien anzusprechen, sondern tragen jeweils in hohem Maße kulturspezifische Bedeutungsinhalte. Vergleichbar der Verhaltensbiologie erlauben ökonomische Modelle zwar Aussagen darüber, was uns Menschen als Vertreter der Spezies *homo sapiens sapiens* in Bezug auf ökonomisches Handeln gemeinsam ist, aber sie sind weitgehend blind dafür, was Menschengruppen in historischer, kultureller, religiöser oder kosmologischer Hinsicht voneinander unterscheidet.

Gemeinsam mit einem Münsteraner Kollegen, dem Ethnologen und Südasienspezialist Jos Platenkamp, ließen wir in einem weiteren Studienprojekt die ikonografischen Programme von Banknoten unterschiedlicher Währungen untersuchen. Diese Studien, von denen später einige zu Abschlussarbeiten ausgebaut wurden, lieferten gerade in der kulturvergleichenden Perspektive wertvolle Aufschlüsse über die Idee der Nation oder – beim Euro – der Nationengemeinschaft. Zu den imagologischen Beglaubigungsstrategien gehören regelmäßig Bilderreihen, in denen Motive der Abstammung und Herkunft, des historischen Aufstiegs, der Zukunft und der Ewigkeit auftreten. Immer wieder sind auf Banknoten die Ahnen der Nation repräsentiert, und sie, die Ahnen sind es auch, die man bei Systemzusammenbrüchen – etwa in ehemaligen Ostblockstaaten – auswechselt und deren Aufgabe nicht zuletzt darin besteht, ein Versprechen auf die Zukunft zu geben. Die Nation reproduziert sich nicht nur, sie erfüllt sich, sie strebt ihrer Bestimmung, ihrer Finalität entgegen im Geldverkehr. Dies ist eine der impliziten, Vertrauen stiftenden Bildbotschaften, die in Geldscheine eingeschrieben ist.

Giralgeld bzw. Buchgeld, welches die Bargeldmenge derzeit etwa um ein Vierfaches übersteigt und als verfügbares Guthaben nur in Gestalt von Zahlen existiert, gehört ebenso wie Münzen und Geldscheine zur Gesamtgeldmenge. Da es kein physisches Substrat hat, trägt es auch keine Insignien der Beglaubigung, der Wertstabilität oder der Vertrauenswürdigkeit. Dementsprechend springen hier die Geschäftsbanken als geldschöpfende Institutionen mit einer Rhetorik der Verlässlichkeit, Solidität, Liquidität und Sicherheit ein, was freilich bei vielen Menschen eine nach wie vor virulente Skepsis beispielsweise gegenüber elektronischem Zahlungsverkehr bisher nicht restlos zerstreuen konnte. Nicht, wie man gerne glauben möchte, unser Geld liegt – gar physisch – auf der Bank, sondern, in Gestalt unseres Girokontos, ein Schuldeneingeständnis der Bank uns gegenüber. Indem wir nun für Einkäufe Geld abheben und damit Giralgeld in Bargeld verwandeln oder indem wir aber für einen Kauf einen Zahlenwert von einem Konto auf ein

anderes buchen, kurz: indem wir Geld als Zahlungsmittel einsetzen, ordnen wir einem Preis einen Wert zu bzw. fügen wir uns einer solchen, bereits vorgegebenen Zuordnung. Genauer: wir korrelieren einen quantitativen Zahlenwert mit einem qualitativen Funktions- oder Bedeutungswert, konvertieren Geldform in Waren- bzw. Beschaffenheitsform, in materielle oder immaterielle Güter. Wie die Geldform nun an das kollektiv geteilte Vertrauen in die Beständigkeit des Staates und der intra- bzw. suprastaatlichen Institutionen der Geldbeglaubigung gebunden ist, so ist die Warenform an ein gegebenes Einordnungssystem von kulturellen Bedeutungen gebunden. Auf übergeordneter Ebene konvertieren wir bei Kaufhandlungen demnach ein Bekenntnis zur Dauerhaftigkeit des Staates in ein Bekenntnis zu dingweltlichen Ordnungsvorstellungen und Klassifikationen.

Dadurch generieren und regenerieren wir Werte. Dies betrifft den Staat oder die Staatengemeinschaft Europa ebenso wie die käuflichen Dinge selbst. Denn zum Beispiel ein wertloser Euro, ein Euro ohne jede Kaufkraft, ein Euro, dem niemand Glauben und Vertrauen schenkt, würde ja auch das Konzept Europa im wahrsten Sinne des Wortes entwerten. Wir erleben derzeit ja angesichts der europäischen Krisenstaaten gewissermaßen live, wie der Finanzsektor als Bewertungsmaßstab für die Dignität von Staaten insgesamt Einsatz findet. Der Wert des Staates wie auch der Wert der Dinge: sie entstehen demnach erst aus der Beziehung zwischen diesen beiden, aus wechselseitig konvertierbar konzipierten und insofern voneinander abhängigen Systemen des Staates und den warenförmig verfassten kulturellen Bedeutungen. Werte sind also mit anderen Worten im Kontext monetärer Austauschprozesse keine absoluten, sondern relative Größen. Wie im monetären Code der Wert des Staates über eine Beziehung zur Dingwelt konstruiert ist, so erzeugt diese Beziehung ihrerseits auch den Wert der Dinge, der ihnen ja nicht von Natur aus innewohnt, sondern ihnen durch einen quantifizierenden Geldwert beigemessen wird, was ihnen zugleich einen systematischen Ort innerhalb eines allgemeinen Vergleichsrasters von Preisen und Werten zuweist.

Monetär repräsentierte Werte sind aus dieser kulturalanthropologischen Perspektive also zuvorderst nicht marktökonomisch als das Ergebnis von Preisbildungsprozessen anzusprechen, sondern sie entspringen aus dem Glauben an die Permanenz des Staates einerseits und der Zugehörigkeit zur Matrix der kulturellen Bedeutungen andererseits als zwei miteinander interagierenden Vorstellungssystemen. Zur Gegenprobe: Geld ohne Glaube an die Permanenz des Staates – und hinter dem Staat an die Permanenz der Nation: deshalb auf staatlichen Banknoten regelmäßig Bildzeichen der Nation – würde sich wie Monopoly-Geld bestenfalls als Spielgeld eignen. Und Objekte ohne kulturelle Bedeutungsrelevanz – sagen wir als unverzehrbar kategorisierte Tiere wie etwa Ratten oder Kakerlaken als Nahrungslieferanten – treten nicht in monetär konvertierbare Wert- und Preisbil-

dungsprozesse ein, sie werden schlichtweg nicht zu Gütern, im genannten Fall zu verkäuflichen Lebensmitteln, jedenfalls nicht in unserer Gesellschaft.

Zusammenfassend heißt das: Geld bewertet Güter, indem es Beziehungen erzeugt und markiert; zum einen erzeugt und markiert es Beziehungen zwischen einer im Prinzip unbegrenzten Anzahl von Gütern und von Güterklassen; zum anderen erzeugt und markiert es Beziehungen zwischen der Ordnung der Güter und der Vertrauenswürdigkeit bzw. Permanenz des Staates. Bei diesen Kategorien und Beziehungen handelt es sich um latente und gesellschaftlich wirkmächtige Vorstellungs- und Bewusstseinskomplexe, die bei Geldpraktiken aller Art – Kaufen, Schulden machen, Sparen – virulent bzw. aktualisiert werden.

Geldgaben bei sogenannten Gebehochzeiten, denen ein Erwidierungsanspruch innewohnt, oder in Kondolenzbriefe eingelegte Geldgeschenke, deren Höhe mit der Position des Gebers, der Geberin zur Trauerfamilie variiert, machen beispielhaft deutlich, dass Geld zugleich ein effizientes Medium der Stiftung, Markierung, Reproduktion und Kontinuierung sozialer Beziehungen darstellt. In den ländlichen Gebieten Nordost-Thailands, wo ich über Jahre hinweg zu Feldforschungen vor Ort war, ist es – ganz ähnlich wie bei den westfälischen Gebehochzeiten des 18. Jahrhunderts – gang und gäbe, dass die Geladenen zu häuslichen Feierlichkeiten aller Art (Hochzeiten, Trauerfeiern, Erinnerungsfeste für die Verstorbenen) Geldgaben entrichten. Am Zugang zum Grundstück des Hauses sitzt ein Schreibkundiger mit einem Buch, in das er die Höhe der Gabe sowie den Namen des/der Gebenden minuziös verzeichnet. „Die Feier unterstützen“, so lautet der einheimische Ausdruck für diese sozial verpflichtende, das heißt erwartete, jedoch nicht eingeforderte Gabe. Konzeptualisiert ist sie als eine Art von Kredit, der bei Gelegenheit vergleichbarer Feiern im Hause eines Gebenden in erhöhter Summe – man sagte mir mehrmals in doppelter Höhe – vom aktuellen Empfangenden zurückbezahlt wird. Dieser Anspruch auf Erwidierung besteht lediglich als Vorstellungmodell, ich weiß von keinem Fall, wo er tatsächlich ausdrücklich eingefordert worden wäre. Für die dörfliche Gesellschaft bedeutet dies, dass jeder Haushalt innerhalb eines weit verzweigten Netzes von nachbarschaftlichen und verwandtschaftlichen Beziehungen unbeglichene Ansprüche offen hat und zugleich wortwörtlich in der Kreide steht. Genau diese perpetuierten und dabei nie aufgelösten kreditmäßigen Austauschbeziehungen sind es, welche die Lebendigkeit und Stabilität des sozialen Miteinanders aufrechterhalten. Würde ein/e Teilnehmer/in in der Tat endgültig seinen Tisch machen, die Gaben verzinst zurückverlangen und seine eigenen Schulden begleichen, würde er dadurch also gewissermaßen „quitt“ sein mit seinem sozialen Umfeld, dann käme dies nicht etwa wie hierzulande einer Schuldenfreiheit, sondern dem Abbruch der sozialen Beziehungen gleich.

In solchen Austauschzyklen ist das Geld zwar immer noch staatliche Währung, und noch immer dient es der Finanzierung materieller Bedürfnisse, zugleich

tritt es auf einer neuen Ebene in symbolische Praktiken ein. Referenzsysteme des monetären Glaubensbekenntnisses sind nun nicht mehr der Staat und der Gütermarkt, sondern die gelebten sozialen Austauschbeziehungen, das Beziehungsnetzwerk auf der einen und die rituellen Ordnungen auf der anderen Seite. Denn der hier wirksame Geldumlauf dient genau dazu, den Glauben an die Dauerhaftigkeit sozialer Beziehungen in die Ermöglichung der rituellen Lebensvollzüge zu konvertieren: Eine Ökonomie jenseits der Volkswirtschaft, ein Geldsystem jenseits des Finanzsystems. In kosmologischem Bezug, speziell hinsichtlich der Austausch- und Transformationsbeziehungen zwischen der diesseitigen Welt der Lebenden und der jenseitigen Welt der Toten, der Ahnen und der Geister, rückt der Staat als Beglaubigungsreferenz noch weiter in den Hintergrund. Das führt dazu, dass Geldpraktiken in diesem Feld dem Wirtschaftskreislauf gänzlich entzogen sind. Geldgaben an die Toten wie der sogenannte Zehrpfennig, der nach ADV-Unterlagen auch hierzulande noch im 20. Jahrhundert gebräuchlich war, zirkulieren im transzendenten Raum und haben Kaufkraft nur im Jenseits. Gleiches gilt für Geldopfer an die Ahnengeister, wie sie in vielerlei rituellen Zusammenhängen regelmäßig vorkommen, die ich in Thailand untersuchen konnte. Materielles Substrat ist hier zwar nach wie vor Geld in umlaufender Währung, es generiert indessen Werte nicht mehr aus einer Beziehung zwischen dem Vertrauen in den Staat und dem Feld irdischer Güter. Wert erzeugt dieses Geld nun durch den Glauben an die Permanenz bzw. die Ewigkeit des Gesellschaftskosmos, der die Welt der Lebenden und der Toten, also der Ahnen umgreift. Das Geld für die Toten setzt diesen Glauben in Beziehung zu den Bedürfnissen und Erfordernissen, die den Einzelnen im Rahmen seiner Reise von der diesseitigen in die jenseitige Welt sowie seinen Aufenthalt dortselbst betreffen. Es leuchtet unmittelbar ein, dass die Wertbeglaubigung von Geld, welches in solchen transzendentalen Austauschbeziehungen zirkuliert, weder von Notenbanken noch von Staaten geleistet werden kann, sondern durch Vermittlung transzendentaler oder spiritueller Expert/innen, durch Initiierte etc. gesellschaftlich verankert ist. Das heute gängige Bestattungsritual in China ist ein Beispiel dafür, dass Transzendentalwährung keiner Bindung an eine Landeswährung bedarf. Überall in China, aber auch in der chinesischen Diaspora weltweit, kann man von der „bank of hell“ ausgegebenes Höllen- oder auch Geistergeld erhalten, welches man bei Bestattungen oder Totengedenktagen verbrennt, damit es dem Verstorbenen im Jenseits an nichts mangelt. Die oft farbenfrohe Ikonografie dieser Banknoten verweist nicht wie die der chinesischen Renminbi-Währung auf ein ewiges und künftiges China, sondern auf ein unterweltliches Jenseitsreich. Neben dem Geistergeld pflegt man für die Toten übrigens auch papierene Nachbildungen von Mobiliar, Autos, Waschmaschinen, Computern, I-Pads oder Smartphones zu verbrennen. Und auf dem Weg von der Trauerhalle zum Krematorium werfen die Angehörigen weiteres, archaisch an-

mutendes Geistergeld aus dem Autofenster, damit die Geister den Weg für den Toten freimachen – eine Art Wegsperre und Lösung im Rite-de-passage-Kontext chinesischer Todesrituale.

Geld generiert Werte, indem es glaubens-, vertrauens- oder bewusstseinsbasierte Gesamtheiten – Staat und Güter, soziale Beziehungen und rituelle Reproduktion, Kosmologie und transzendente Existenz – miteinander in Beziehung bringt. In Beziehung bringen allein reicht allerdings noch nicht aus, die Beziehung zwischen diesen Gesamtheitspaarungen muss zugleich als wechselseitig austauschbar, gegenseitig konvertierbar gedacht sein. Und hiermit, zum Schluss, komme ich doch noch auf mein Thema. Was ist mit dem Wert der Werte, dem, was uns heilig ist, dem Unbezahlbaren, das sich gegen jede Ökonomisierung sperrt? Jugend, Gesundheit, Glück, der überirdische Augenblick im Kunstgenuss, in der Sinnlichkeit, im Naturempfinden, in der Liebe, im spirituellen Erleben – das Unbezahlbare ist unbezahlbar, weil wir es nicht kaufen können, weil es sich nicht austauschen lässt, weil es nicht konvertierbar ist in etwas anderes.