

# Tauschen statt bezahlen – mit Kreativität seine Leistungen anbieten

**Unternehmensgründer, Gewerbetreibende und Inhaber von KMU sind in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten froh, wenn sie ihre Liquidität schonen und Leistungen anders abgelten können als mit Geld. Gesucht sind kreative Alternativen. Tauschen oder bartern ist eine passable Möglichkeit, zusätzliche Umsätze zu tätigen, neue Kunden zu gewinnen und dabei erst noch die Liquidität des eigenen Unternehmens zu schonen. Es ist zudem ein attraktives und effizientes Marketinginstrument.**

VON CHRISTOPH PORTMANN

**D**er Tausch ist die ursprünglichste Geschäftsform. In der Steinzeit lebten die Menschen in kleinen Gruppen zusammen, lebten als Jäger und Sammler und besorgten sich, was sie brauchten. Mit der Entwicklung zu sesshaften Bauern wurde es komplizierter. Sie produzierten Überschüsse an Getreide, Milch oder Fleisch, dafür fehlten ihnen andere Dinge. So kamen die ersten Formen von Tauschhandel auf. Es wurden Getreide gegen Fleisch, Waffen gegen Leder, Kupfer gegen Steinkrüge etc. getauscht. Der Tauschhandel förderte die Spezialisierung und Arbeitsteilung. Das Problem bestand allerdings in der Vergleichbarkeit der unterschiedlichen Waren. Wie viel Weizen mochte ein Schwert wert sein und wie viel eine Kuh? Um die unpraktischen Seiten des Tauschhandels zu beheben, kamen viele Völker auf die gleiche Idee. Sie tauschten nicht mehr die Waren selbst, sondern sie einigten sich auf Tauschmittel. Diese dienten zugleich als Wertmassstab für den Warentausch. In China und Ägypten beispielsweise

wurde mit Reis, Tee und Weizen bezahlt. Zuerst die Stammesfürsten, dann die Regierungen legten fest, welchen Gegenwert die Tauschmittel hatten. Also zum Beispiel, wie viel Reis für ein paar Ledersandalen zu bezahlen war oder wie viel Pfeffer ein spezieller Fisch wert war. Dadurch, dass der Gegenwert festgelegt war, wurde der Tauschhandel vereinfacht.

## Kaurischnecken als erste Währung

Doch die Naturalien hatten einen Nachteil: Sie waren verderblich, wurden von Schädlingen gefressen oder wurden mit der Zeit ungeniessbar und damit wertlos. Im asiatischen Raum kamen die Menschen vor etwa 3500 Jahren auf die Idee, Kaurischnecken als Zahlungsmittel einzusetzen. Der grosse Vorteil bestand darin, dass diese Schneckenhäuschen sehr lange haltbar waren und damit ihren Wert behielten. «Kaurigeld» wurde, ausgehend von den Malediven, im gesamten asiatischen Raum, später auch in Afrika und auf diversen Südseeinseln als Vorläufer der heutigen Münzen als Zahlungs-



**Auf den heutigen Märkten dominiert das Prinzip Ware gegen Geld. Doch der Tauschhandel Ware gegen Ware oder Dienstleistung gegen Dienstleistung kann eine kreative Alternative sein.**

Bild: Greatbass.com – www.fotolia.com

mittel verwendet. Bedeutung erlangte es vor allem im alten China, wo es von 1500 v. Chr. bis 200 n. Chr. anerkannte Leitwährung war. Die Kaurischnecke hat übrigens keinen besonders hohen Wert, auch deshalb konnten grosse Mengen davon als Währung benutzt werden. Papiergeld kam erstmals vor etwa 1000 Jahren in China zur Finanzierung eines Krieges zum Einsatz. Die Chinesen konnten die hohen Kosten nicht mehr allein mit Schnecken und später mit Münzen begleichen, die Mengen waren zu gross. In Westeuropa wurden Banknoten aus Papier im 17. Jahrhundert zuerst in Schweden und England, dann auch in anderen Ländern und deren Kolonien in Umlauf gebracht. Die Vielzahl der Staatswesen und die damit einher-

gehende Währungsvielfalt erklären, warum in der Schweiz Banknoten erst mit der Gründung des Bundesstaates, verbunden mit der Industrialisierung und dem begleitenden Aufschwung im Bankenwesen aufkamen.

Ohne Geld wäre das heutige Leben praktisch undenkbar, und doch gibt es Alternativen. Barter (Englisch für Gegen- oder Tauschgeschäft) bezeichnet sämtliche Formen von geldlosen und komplementären Zahlungssystemen. Gerade in Zeiten knappen bzw. teuren Geldes ist bartern eine Möglichkeit, zusätzliche Umsätze zu tätigen, neue Kunden zu gewinnen und die Liquidität des eigenen Unternehmens zu schonen. Es ist zudem ein attraktives und effizientes Marketinginstrument.

## TAUSCHPLATTFORMEN DER SCHWEIZ IM INTERNET

**www.tauschnetz.ch** Im Luzerner Tauschnetz werden Dienstleistungen und Waren aller Art getauscht, oder es wird mit der Währung Zeit bezahlt.

**www.tauschenamfluss.ch** Tauschen am Fluss ist ein lukratives Netzwerk. Getauscht wird Zeit anstatt Geld.

**www.dertausch.ch** Alles, was zu Hause rumsteht und keine Freude mehr

bringt, mit anderen Benutzer/innen tauschen.

**www.exsila.ch** Tausch-Community, die es den Mitgliedern erlaubt, nicht nur Artikel zu teilen, sondern die Freude am Tauschen neu zu entdecken.

Eine begrenzte Auswahl aus dem Internet; Quelle: Google.ch, Suchwort «Tausch»

## Leistung gegen Leistung – Gegengeschäfte liegen im Trend

Die erste Art des in diesem Beitrag beschriebenen, modernen Tauschgeschäftes ist eine Form des Handels, bei der Waren oder Dienstleistungen gegen andere Marktleistungen getauscht werden und dies ohne die Verwendung einer Währung. Hier drei Beispiele:

■ Ein Jungunternehmer, der Webseiten für KMUs anbietet, bezieht seine ersten Büros. Die Wände müssen gestrichen werden, dafür hat er aber kein Budget. Er fragt seinen Maler an, ob er ihm die Wände streichen würde und bietet ihm als Gegenleistung die Erstellung einer modernen Webseite.

■ Ein Kommunikationsfachmann möchte eine Woche Ferien in einem Schlittenhundecamp in Nordschweden verbringen. Er weiss, dass die Besitzerin ihr Angebot in der Schweiz mittels Pressearbeit noch bekannter machen möchte. Sie vereinbaren ein Gegengeschäft, das so aussieht: eine Woche Ferien gegen Beiträge über den Aufenthalt in Zeitungen in der Schweiz.

■ Und noch ein drittes Beispiel mit einem Produkt: Ein lokaler Bierbrauer will seinen Auftritt modernisieren und braucht dazu ein neues Logo und verschiedene, professionell gestaltete Drucksachen. Seine Werbefirma dagegen plant einen Kundenevent und so vereinbaren sie grafische Leistungen gegen kostenlose Bierspezialitäten.

Die drei Beispiele haben gemeinsam, dass die beiden Parteien aus dem Geschäft jeweils ihren ganz individuellen Nutzen haben, und dass bei den beschriebenen Geschäften kein Geld fliesst.

## Gegengeschäfte erweitern Kreis von potenziellen Kunden

Die Grundlage für Tauschgeschäfte sind einerseits Angebot und Nachfrage und andererseits ein gutes Netzwerk an Kontakten. Wird eine spezifische Leistung benötigt, kann zuerst im persönlichen Kontaktnetz nachgefragt und einem möglichen Partner ein entsprechendes Angebot unterbreitet werden. Im Internet gibt es zudem die verschiedensten Tauschplattformen. Oft ist der Abschluss eines solchen Geschäftes einfacher, als man denkt, und einige Unternehmer würden ohne solche

Tauschgeschäfte einige gute Kunden vielleicht nie bekommen. Nicht selten entstehen daraus langfristige und wertvolle Geschäftsbeziehungen. Gegen- oder Kompensationsgeschäfte können potenzielle Kundenkreise für Unternehmer beträchtlich erweitern. Im Hinblick auf die Buchhaltung und die Abrechnung der MwSt. gilt zu beachten, dass Tauschgeschäfte MwSt-pflichtig sind. Beide Tauschpartner müssen sich gegenseitig entsprechende Rechnungen stellen und in der Buchhaltung und in der Mehrwertsteuerabrechnung berücksichtigen – dies obwohl zwischen den Unternehmen keine Gelder fliessen.

## Tauschgeschäft über drei Ecken

Was aber machen, wenn Sie etwas wollen, dass ein direkter Tauschpartner nicht im Angebot hat? In diesem Fall braucht es einen Dritten. Ein Marketingberater beispielsweise braucht einen neuen Geschäftswagen. Sein Garagist braucht aber im Gegenzug keinen Berater, sondern benötigt dringend einen Ersatz für den defekten Fahrzeuglift in seiner Werkstatt. Dessen Lieferant wiederum bräuchte aber einen Fachmann, der ihm ein Konzept für die Gewinnung von neuen und zur Bindung von bestehenden Kunden ausarbeiten und ihm bei der Umsetzung zur Seite stehen würde. Wenn die drei zusammenfinden, können sie ein «Tauschgeschäft über drei Ecken» vereinbaren. Voraussetzung dabei ist, dass die Leistungen und die entsprechenden Gegenleistungen der involvierten Parteien gleichwertig sind. Ist dies nicht der Fall, können Teilleistungen direkt finanziell abgeglichen werden. Als Grundlage und um etwaigen Streitigkeiten vorzubeugen, ist es von Vorteil, wenn die involvierten Parteien ihre Leistungen und Gegenleistungen genau definieren und schriftlich festhalten.

## Bargeldlose Geschäftsabwicklung – mit heutiger Technologie unproblematisch

Wenn Leistungen zu einem Teil- oder zum Gesamtbetrag über ein geldloses Verrechnungssystem verrechnet werden, wird das als Barter-Clearing bezeichnet. Mit den heutigen Kommunikationsmöglichkeiten und modernen Technologien ist die bargeldlose Geschäftsabwicklung effizient und einfach geworden. Entspre-

## EIN PRAXISBEISPIEL

Tauschhandel äusserst erfolgreich – im Juli 2006 ging diese unglaubliche Meldung durch die Presse:

Ziel erreicht: Kanadier tauscht Büroklammer gegen Haus  
Was wie eine verrückte Idee klingt, hat sich als erfolgreicher Plan erwiesen. Der Kanadier **Kyle MacDonald** hatte sich das Ziel gesetzt, nur über das Internet Dinge so lange mit anderen Menschen zu tauschen, bis er ein Haus erhält. Alles begann mit einer roten Büroklammer. Um das Ziel zu erreichen, waren lediglich vierzehn Tauschvorgänge nötig. Alles begann im Juli 2005 mit der roten Büroklammer, die er als Erstes gegen einen Kugelschreiber in Fischform tauschte. Bei allen weiteren Tauschvorgängen kam es MacDonald weniger auf den materiellen Wert der Tauschobjekte an, sondern auf den Wert, den ein Gegenstand für den Tauschenden hat. Passenderweise formulierte MacDonald hierzu auch den Satz: «Was ist für einen in der Wüste verdurstenden Menschen wertvoller? Eine Million Dollar oder ein

Glas Wasser?» Dem Prinzip folgend tauschte er einen Besuch beim Hardrock-Veteranen Alice Cooper gegen eine KISS-Schneekugel. Freunde waren fassungslos, dass er so etwas Wertvolles gegen etwas scheinbar so Wertloses hergab. MacDonald liess sich nicht beirren und blieb seinen Prinzipien treu. Für den Kugelschreiber gab es seinerzeit übrigens einen Türknoopf, dafür einen Grill und so weiter, und so weiter. Den gewünschten Erfolg brachte dann schliesslich wirklich die KISS-Schneekugel. Der Regisseur eines Filmes wollte diese haben (und sicherlich auch die damit verbundene Publicity) und bot dafür eine Filmrolle an. Die wiederum wollte dann unbedingt der Bürgermeister einer kanadischen Kleinstadt haben und machte ein entsprechendes Angebot. So wurde aus nichts anderem als einer roten Büroklammer ein schönes Haus, das er dann passend rot anmalte.

Quelle: Blog von Kyle MacDonald:  
<http://onedredpaperclip.blogspot.com> und div. Webseiten im Internet

chende Verrechnungssysteme werden von sogenannten Barterorganisationen, die in der Regel mit Einzelunternehmen, Gewerbetreibenden oder KMUs arbeiten, organisiert. Sie führen für jedes teilnehmende Unternehmen ein Verrechnungskonto, vergleichbar mit einem Kontokorrentkonto. Der Wert der Handelsobjekte wird in der Verrechnungseinheit der Landeswährung ausgedrückt und unter den angeschlossenen Unternehmen verrechnet. Die bekannteste Barterorganisation in der Schweiz ist die WIR Bank. Zu den Kunden zählen rund 60 000 teilnehmende KMU, die ca. 2 Milliarden Franken mit dem geldlosen Zahlungssystem untereinander verrechnen.

In Europa bestehen mehr als 120 Barterorganisationen mit über 300 000 angeschlossenen Unternehmen. Die Welthandelsorganisation (WTO) schätzt, dass ca. 15 bis 20 Prozent des Welthandels mit Bartergeschäften abgewickelt werden. Manche dieser Organisationen, die sich im Wesentlichen auf Geschäfte zwischen Unternehmen (B2B) konzentrieren, sind dem Verband IRTA (International Reciprocal Trade As-

sociation) mit Sitz in Rochester/New York angeschlossen und verpflichten sich, dessen Codes of Ethics einzuhalten.

Als effizientes Marketinginstrument und um ihre Liquidität zu schonen, sind Tausch- oder Gegengeschäfte für KMU eine gute Möglichkeit. Ob direkt oder indirekt über Ecken, ein gutes Netzwerk, Kreativität beim Suchen der Geschäftspartner und der Definition des Angebotes sowie das Einhalten der rechtlichen Grundlagen sind wichtige Voraussetzungen für erfolgreiche Tauschgeschäfte. ■■■■

**Christoph Portmann** ist Inhaber und Geschäftsleiter der Firma Score Marketing in Stäfa. Die Firma hat sich auf die Beratung und Begleitung von Unternehmen im Bereich Marketing, Kommunikation, Verkauf und Internet spezialisiert. Der Autor bietet Beratung, Seminare und Referate an.

## Score Marketing

Bergstrasse 96, 8712 Stäfa  
Tel. 044 926 36 00

[chportmann@ScoreMarketing.ch](mailto:chportmann@ScoreMarketing.ch)

[www.ScoreMarketing.ch](http://www.ScoreMarketing.ch)

[www.amakom.ch](http://www.amakom.ch)