

halb des Menschen möglich macht zu wissen, was sein Bewusstsein schafft. Der Blick richtet sich auf die unbewussten Prozesse, die ein bestimmtes Kultursystem charakterisieren – nicht auf eine bestimmte, historisch-thematische Ordnung. In meinem Beispiel geht es um das Verhältnis der Kulla-Damen zu ihrer Welt, und dieses reicht weit über die Dinge hinaus, obwohl es sich gerade im Arrangement der Dinge offenbart – nämlich als Dislokation, Überraschung, Eroberung. Aber das Arrangement findet sich auch „in der Sprache“, existierend in einer Erzählung. Unter diesem Aspekt verdient Linnés Sentenz *Nomina si nescis, perit et cognitio rerum* („Wenn du die Namen nicht kennst, verliert sich auch die Kenntnis der Dinge“) eine Aktualisierung, und eine dualistische Einstellung zu einer so „materiellen“ und scheinbar einfachen Angelegenheit wie der Inventarisierung von Gegenständen erweist sich als unerhört schwierige Herausforderung – nicht zuletzt unter ethischem Aspekt.

Literatur

Michel FOUCAULT: Die Ordnung der Dinge. Eine Archäologie der Humanwissenschaften. Frankfurt a.M. 1974.

(Übersetzung: Dr. phil. Gabriele Schrey-Vasara, Helsinki)

In: Andreas Hartmann, Silke Meyer et al. (Hg.): Die Macht der Dinge. Symbolische Kommunikation und kulturelles Handeln. Münster 2011. S. 87-98.

Silke Meyer

Geld als Gabe. Wert und Wertigkeit von Geldgeschenken

Ganz gewöhnliche Gaben: Beim Abschied schließt die Oma die Finger ihres Enkels über einem Geldschein in dessen Hand und zwinkert ihm verschwörerisch zu. Der Freundeskreis ist sich einig, dass die Zeit fehlt, ein „richtiges“ Geschenk zu besorgen, und trifft sich dann zum Basteln, um die Geldscheine originell zu verpacken. Im Büro wird gesammelt für ein Hochzeitsgeschenk für den Kollegen, aber wie soll das Geldgeschenk überreicht werden? Geld steht im Mittelpunkt dieser Schenkpraxen, und mit Geld als Gabe unterliegt das Schenken offensichtlich eigenen Regeln und Konventionen.

Forscht und schreibt man über Geld als kulturelle und soziale Praxis, so führt der Ausgangspunkt unweigerlich zu dem Soziologen Georg Simmel. In seiner *Philosophie des Geldes* (1900) führt Simmel gegenwartskritisch und visionär zugleich aus, welche Position Geld im gesellschaftlichen Prozess der Modernisierung innehat. Geld sei mehr als ein wirtschaftliches Tauschmittel, mehr als ein Wertspeicher. Für Simmel ist Geld Ausdruck von sozialen Beziehungen oder vielmehr ein Mittel zur Erosion derselben. Aus dem Netzwerk sozialer Abhängigkeiten löst es den einzelnen Menschen heraus und ersetzt die engen persönlichen Bande durch eine Vielzahl unpersönlicher Dependenz. Die objektive soziale Abhängigkeit in der Geldwirtschaft geht jedoch auch einher mit einem Maximum an individueller Freiheit. Diese Dialektik macht im Kern die These von Simmels Geldphilosophie aus: Geld wirkt auf Menschen, „indem das Geld einerseits durch seine unendliche Biegsamkeit und Teilbarkeit jene Vielheit ökonomischer Abhängigkeiten ermöglicht, andererseits durch sein indifferentes und objektives Wesen die Entfernung des personalen Elementes aus den Beziehungen zwischen Menschen begünstigt“¹.

Geld ist indifferent und objektiv, lies: unpersönlich. Es löst soziale Beziehungen, verflacht hierarchische Abhängigkeiten, versachlicht emotionale Zugehörigkeiten. Eine Reihe von ökonomisch-anthropologischen Studien baut auf dieser These auf und erzählt die romantisch-evolutionäre Geschichte eines Modernisierungsprozesses, in dem Geld- und Warentausch den Gabentausch ersetzen, mit dem Ergebnis von individualisierten, anonymisierten und fragmentierten Gesellschaften.

Während Geldwirtschaft also soziale Beziehungen kappt, so hat der Gabentausch mit Marcel Mauss' *Essai sur le don* (1925) die genau gegensätzliche Funktion. Mauss' grundlegende These besagt, dass das Verständnis von Gaben und ihrem Tausch der Schlüssel zum Verständnis der sozialen Organisation von Gesellschaft ist. Wollen wir also soziale Systeme verstehen, müssen wir die kulturellen Muster ihrer Tauschbeziehungen deuten lernen. Jede Gabe habe, so Mauss weiter, auch wenn sie freiwillig, selbstlos und spontan erscheine, einen „zwanghaften und eigennützigen Charakter“². Der Zwang liege darin, dass das empfangene Geschenk notwendigerweise erwidert werden müsse. Denn eine Gabe begründe eine Schuld, d.h. der Beschenkte fühle sich in der Schuld des Schenkenden und sei bestrebt,

¹ Georg SIMMEL: Philosophie des Geldes [1900]. Frankfurt a.M. 1989, S. 395.

² Marcel MAUSS: Die Gabe. Form und Funktion des Austauschs in archaischen Gesellschaften [1925]. Frankfurt a.M. 1990, S. 18.

diese Schuld durch ein Gegengeschenk auszugleichen. Ist ihm dies aus ökonomischen oder sozialen Gründen nicht möglich oder liegt ein längerer Zeitraum zwischen Gabe und Gegengabe, so wird zwischen Schenkendem und Beschenktem ein soziales Band geknüpft, ein Band von gegenseitigen Verpflichtungen. Genau dadurch wird die Gabe zu einem strukturellen Element, das den sozialen Zusammenhalt über große Distanzen hinweg und auch außerhalb des vertrauten, intimen Familienkreises ermöglicht.

Der Wandel vom Gabentausch zur Geldwirtschaft, Karl Polanyis *Great Transformation* (1944), so könnte man zusammenfassen, bringt also eine Entsozialisierung und Individualisierung mit sich, kurz: Er ist ursächlich für den Übergang von Gemeinschaft zu Gesellschaft und für die großen Krisen der Moderne. So lesen sich in der Tat einige volkskundlich-ethnologische Studien zum Thema Geld wie Erzählungen über eine verlorene heile Welt, die Moral lautet dabei: Geld verflacht soziale Beziehungen und die Idee von Gemeinschaftlichkeit per se.

Wie viele große Erzählungen ist diese Beobachtung alles andere als falsch. Dennoch greift sie zu kurz, will man den sozialen und kulturellen Umgang mit Geld vollständig beschreiben. Geld ist nämlich in der alltäglichen Lebenswelt durchaus ein Mittel der Sozialität und als solches mit vielfältigen Bedeutungen und Werten aufgeladen. Nicht umsonst ist auf US-amerikanischen Geldscheinen die Losung *In God we trust* aufgedruckt, die französischen Franc-Scheine zierte die Parole *Liberté, Egalité, Fraternité*.³ Neben den monetären Wert tritt eine gesellschaftliche Wertigkeit. Und im individuellen Ansehen wird eine Geldsumme unterschiedlich wahrgenommen, geschätzt, gespart, aufbewahrt und ausgegeben, je nachdem ob sie mit harter Arbeit verdient, listig ergaunert, beim Wetten gewonnen, glücklich gefunden oder großzügig geschenkt wurde. Auch in der industrialisierten Gegenwartsgesellschaft sind monetäre Transaktionen nicht immer anonym, flach und grau. Eine klare Trennung zwischen sozial eingebundenem Gabentausch und wirtschaftlich-funktionalem Kalkül des Warentausches und der Geldsphäre existiert folglich nicht, allein die Dichotomie zwischen beiden Formen des Austausches ist eine irrierte Annahme.⁴ Sachgeschenke können einen pragmatischen und berechnenden Charakter annehmen, während Geld selbstlos und von Herzen geschenkt werden kann.

Letzterer Fall soll als Anlass dienen, einige Überlegungen zum kulturellen Umgang mit Geld in unserer Gegenwartsgesellschaft anzustellen. Was geschieht,

wenn Geld – das graue, austauschbare und unpersönliche Medium – verschenkt wird? Nach welchem Regelwerk konvertiert Geld zur Gabe?

Geldgeschenke sind nach den Regeln des Schenkens eine Unmöglichkeit oder zumindest eine verzwickte Angelegenheit. Denn Geld ist der „annihilierendste Signifikant“⁵, „der Inbegriff des Nicht-Exklusiven“, „Geld macht sich mit allem und allen gemein“⁶. Münzen und Scheine existieren massenhaft und lassen sich problemlos in andere Münzen und Scheine konvertieren. Geld hat als Gabe keinen guten Ruf. Nach Jacob Grimm „blieb bei geschenken noch die besonderheit der sachen vorwaltend, und bis heute hat es etwas widerstrebendes geld zu geben oder als gabe zu empfangen“⁷. Als der französische Premierminister Kardinal Richelieu niederländische Gesandte nach einem Vertragsabschluss als Abschiedsgeschenk zwischen Juwelenschmuck und Silbergeschirr wählen wollte, düpierten diese den französischen Hof, indem sie nach einem Wechselbrief verlangten, den sie nach ihrer Rückkehr nach Amsterdam zu Bargeld machen konnten. Bei Hofe fand man dies wenig ehrenvoll und „krämerhaft“.⁸ Auch Georg Simmel sieht in geschenktem Geld etwas „(D)eklassierendes“⁹. Von einem Geschenk wiederum wird in westlichen Gesellschaften erwartet, dass es ein „Beziehungszeichen“¹⁰ setzt, also die freundschaftliche und innige Verbindung zwischen Schenkendem und Beschenktem widerspiegelt. Das Geschenk wird dabei umso wertvoller, wenn es selbstbezüglich und an die eigenen Wissensbestände geknüpft ist:

„The only gift is a portion of thyself. [...] Therefore the poet brings a poem, the shepherd, his lamb; the farmer, corn; the miner, a gem; the sailor, coral and shells; the painter, his picture; the girl, a handkerchief of her own sewing. This is right and pleasing, for it restores society in so far to its primary basis, when a man's biography is conveyed in a gift.“¹¹

Es ließe sich hinzufügen: Wissenschaftler schreiben Beiträge für Festschriften als Gaben. Während in einem solchen Geschenk – wie in Mauss' Gabe – die Person des Gebenden enthalten ist, man also gut und gern von einem sehr individuellen Geschenk sprechen kann, so ist das Schenken von Geldscheinen unpersönlich, denn das überreichte Objekt ist in keiner Weise mit dem Gebenden oder mit dem Nehmenden verbunden.

Geld kann man also gar nicht verschenken, denn es bietet wenig Fläche, in die sich Intimität und Persönlichkeit einschreiben ließen. Es widersetzt sich damit der Struktur der Gabe sowie den Regeln des Schenkens. Dennoch wird Geld verschenkt, und zwar zur Konfirmation und zu Hochzeiten, zum Geburtstag und zu

3 Jochen HÖRISCH: Dekonstruktion des Geldes. Die Unvermeidbarkeit des Sekundären. In: Michael Wetzels, Jean-Michel Rabaté (Hg.): Ethik der Gabe. Denken nach Jacques Derrida. Berlin 1993, S. 173–182, hier S. 176.

4 Siehe hierzu u.a. Jonathan PARRY, Maurice BLOCH: Introduction: Money and the Morality of Exchange. In: Dies. (Hg.): Money and the Morality of Exchange. Cambridge 1989, S. 1–32, hier S. 29–30. Die Trennung von Gabe und Ware verneinen bereits Pierre BOURDIEU: Outline of a Theory of Practice. Cambridge 1977 und Arjun APPADURAI: Introduction: Commodities and the Politics of Value. In: Ders. (Hg.): The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective. Cambridge 1986, S. 3–63. Jonathan Parry argumentiert, dass die reine Gabe – altruistisch, moralisch und emotional – eine Erfindung ist, welche in utilitaristischen Marktgesellschaften eine gesellschaftliche Konstruktion darstellt; vgl. Jonathan PARRY: The Gift, the Indian Gift and the „Indian Gift“. In: Man 21, 1986, S. 453–473, hier S. 466. Die Gegenposition vertreten Mary DOUGLAS, Baron ISHERWOOD: The World of Goods. Towards an anthropology of consumption. New York 1979; Lewis HYDE: The Gift. Imagination and the Erotic Life of Property. New York 1983; Chris A. GREGORY: Gifts and Commodities. London 1982.

5 Jacques LACAN: Schriften 1. Frankfurt a.M. 1975, S. 37.

6 HÖRISCH (wie Anm. 3), S. 178.

7 Jacob GRIMM: Über schenken und geben [1848]. In: Ders.: Kleinere Schriften. Bd. 2. Berlin 1879, S. 173–210, hier S. 176.

8 Abraham de WICQUEFORT: L'Ambassadeur et ses fonctions. 2. Aufl. Amsterdam 1746, Bd. 1, S. 959 und Bd. 2, S. 343; zitiert nach Barbara STOLLBERG-RILINGER: Schenken und Spenden. Ein Ritual religiöser und politischer Kommunikation. In: Die Sprache des Geldes (Kataloge der Museumsstiftung Post und Telekommunikation, Bd. 30). Leipzig 2009, S. 220–229, hier S. 221.

9 SIMMEL (wie Anm. 1), S. 355.

10 Erving GOFFMAN: Das Individuum im öffentlichen Austausch. Frankfurt a.M. 1982, S. 255.

11 Ralph Waldo EMERSON: Essay V: Gifts. In: Ders.: Essays and Lectures. New York 1983, S. 536.

Weihnachten, zwischen Eheleuten, innerhalb der Familie, unter Freunden und an Personal. Gerade im engsten Familienkreis sind Geldgeschenke keine Seltenheit. Welche kulturellen Rahmungen erlauben also diese Art der monetären Transaktion?

Die Lösung liegt in der Tat in der ganz konkreten Rahmung der Gabe, nämlich in ihrer Verpackung. Hierfür bietet die Ratgeberliteratur eine Fülle von Ideen. Schon zu Beginn des 20. Jahrhunderts wird geraten, besonderes Augenmerk auf die Präsentation zu legen und Geld in einem hübschen Portemonnaie, einer bemalten Pillendose für Münzen, einem bestickten Tuch oder in einem verzierten Umschlag zu überreichen.¹² Je mehr Aufwand für die Verpackung betrieben werde, umso stärker ließe sich das Manko des Unpersönlichen verdecken. Begründet wurde die Entscheidung für den Geschenkgegenstand mit seiner Praktikabilität. Geldgeschenke seien immer höchst willkommen, weil sie gerade die wahren und individuellen Wünsche und Nöte berücksichtigten: „the most welcome gift [...] supplies dearly cherished wishes, adds small luxuries, prevents worry and gives opportunity for helpfulness as no other gift does“¹³. Mit dem Weihnachtsgeld oder einem Hochzeitsscheck könnten sich die Beschenkten den Wunsch erfüllen, den andere vernachlässigt hatten, oder auch etwas für die Zukunft oder für Notfälle zurücklegen.

Gerade Hochzeitsfeiern galten seit dem Mittelalter als besonders probate Gelegenheiten für Geldgeschenke. In Westfalen wurden sogenannte Gebehochzeiten gefeiert, bei denen meist weniger wohlhabende Brautpaare ihre Gäste in ein Wirtshaus einladen in der Hoffnung, dass die Geschenke nicht nur die Rechnung begleichen würden, sondern auch noch Geld zur weiteren Verwendung blieb. Aus den Quellen, die Regina Voith-Drobnitzky schwerpunktmäßig für Westfalen im 18. und 19. Jahrhundert zusammengetragen hat, geht hervor, dass Sachgeschenke unüblich waren und Geld als Geschenk ohne aufwendige Verpackung überreicht wurde:

„Geschenke aus Leinen, Gebrauchsgegenstände gab es früher nicht, es sei denn, daß die Paten solches zum Andenken schenkten. Wer die Feier endlich verließ, der drückte dem Brautpaar ein Geldgeschenk in die Hand, meist ein Goldstück von zehn oder zwanzig M.“¹⁴

Das Darbringen des Geschenks war öffentlich und die Höhe der Gabe wurde in Listen verzeichnet. Durch die Veröffentlichung der Summe war eine funktionierende Reziprozität gewährleistet, Geldgeschenke hatten demnach keine erodierende Wirkung auf die Sozialität, sondern stabilisierten vielmehr die nachbarschaftli-

chen und familiären Beziehungen. Eine Darreichungsform anders als in Münzen wird in den Quellen nicht erwähnt, Geld bedurfte also keiner Verpackung. Ers um 1900 sind Überreichungsformen in Umschlägen oder auf einem abgedeckten Teller bekannt.¹⁵

1829 verbot der preußische Staat Gebehochzeiten, diese obrigkeitliche Maßnahme nahm jedoch kaum Einfluss auf die soziale Praxis des Geldschenkens zu Hochzeiten. Erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts ging auch die bäuerliche Mittel- und Oberschicht in Nachahmung des städtischen Bürgertums dazu über, Sachgeschenke wie Tafelsilber und Porzellan zu überreichen. Geldgeschenke waren zu diesem Zeitpunkt auf besitzschwache Bevölkerungsgruppen beschränkt; unter diesen aber, wie bei Arbeiterfamilien im Ruhrgebiet und bei ärmeren ländlicher Gruppen, blieben sie bis in die 1930er Jahre hinein gängige Gabenpraxis.¹⁶

Es mag unter anderem der Assoziation mit unteren Sozialmilieus geschuldet sein, dass Geldgeschenke in Verruf gerieten. In der Nachkriegszeit waren Geldgeschenke bei Hochzeiten unüblich, erst seit den 1980er Jahren setzten sich Geldhochzeiten wieder durch.¹⁷ „Auf phantasievolle und witzige Art arrangiert“ „mit Fotos kombiniert“ oder „in Blumensträußen gebunden“¹⁸ sind Geldscheine laut Anstandsbüchern ein durchaus akzeptables Geschenk. Eine Alternative bieten Hochzeitstische in Kaufhäusern. Hier sucht sich das Brautpaar eine Wunsch-Ausstattung aus, die dann von den Hochzeitsgästen stückweise erworben werden kann, ein kaschiertes Geldgeschenk in Form von Untertassen, Silberlöffeln und Saucieren.

Den wachsenden Bedarf, Geld zu verschenken, zeigt ein im gleichen Zeitraum entstandener Markt mit Anleitungsliteratur.¹⁹ Bereits die Titel dieser Ratgeber deuten auf deren Anliegen: nämlich aus einem augenscheinlich ungeeigneten Objekt dem Geldschein, ein sozial akzeptiertes Geschenk zu machen, also die Scheine und Münzen mit den Werten der Individualität und Originalität aufzuladen. *Kreative Geldgeschenke: Neue Ideen für viele Gelegenheiten* (2004), *Last-Minute Geldgeschenke: Originelle Ideen blitzschnell umgesetzt* (2006), *Geldgeschenke. Kreativ und originell* (2007), *Geldgeschenke individuell gestalten* (2008), *Geldgeschenke: Geldgeschenke – überraschend edel und raffiniert* (2009), *Liebevol-*

15 VOITH-DROBNITZKY (wie Anm. 14), S. 211.

16 VOITH-DROBNITZKY (wie Anm. 14), S. 22, 269.

17 ANNETTE REMBERG: Wandel des Hochzeitsbrauchtums im 20. Jahrhundert. Münster 1995, S. 198f. Cheal konstatiert für die 1970er Jahre das Wiederaufleben des Geldgeschenkes anlässlich von Hochzeiten; vgl. DAVID CHEAL: The gift economy. New York 1988, S. 122. Beide begründen den Wandel damit, dass das Brautpaar zunehmend auch vor der Hochzeit zusammen in einem Haushalt gelebt hat und dafür keine Sachgeschenke mehr benötigt.

18 INGE WOLFF: ABC der modernen Umgangsformen. Niederhausen/Ts. 1997, S. 104.

19 NACH AUSKUNFT DES MARKTFÜHRERS FÜR BASTELANLEITUNGEN VON GELDGESCHENKEN, DEM VERLAG FRECH IN STUTTGART, ENTSTAND DIE NACHFRAGE NACH RATGEBERN ZU GELDGESCHENKEN IN DEN 1990er Jahren und steigt bis heute an. Dies deckt sich mit den Erscheinungsdaten der erhältlichen Bücher mit Anleitungen zum Verschenken von Geld. In den Ratgebern vor 1990 wird der Akt des Geldgeschenks meist unter dem Stichwort „Trinkgeld“ geführt. Siehe z.B. JOACHIM HALLER: Der gute Ton im Umgang mit Menschen. 7. Aufl. München 1968, S. 100. Trinkgeld, Weihnachtsgeld oder Boni sind eine besondere Art des Geldgeschenks an Service-Personal wie Verkehrspolizisten, Briefträger oder Zeitungsfrau und an Angestellte. Hier werden die Menschen in ihren Funktionen beschenkt, daher wird die persönliche Note nicht als notwendig erachtet. Das Geldgeschenk drückt somit weniger persönliche Nähe als vielmehr funktionale Distanz zwischen Geber und Nehmer aus.

12 NEW WAYS TO GIVE CHRISTMAS MONEY. In: Ladies' Home Journal 29 (Dezember 1912), S. 70; IF YOU RUN OUT OF CHRISTMAS IDEAS. In: Ladies' Home Journal 23 (Dezember 1905), S. 24; beides zitiert nach VIVIANA ZELIZER: The Social Meaning of Money. Pin money, paychecks, poor relief & other currencies. New York 1994, S. 105f.

13 NEW WAYS TO GIVE CHRISTMAS MONEY, zitiert nach ZELIZER (wie Anm. 12), S. 76.

14 ARCHIV FÜR WESTFÄLISCHE VOLKSKUNDE, MÜNSTER, AKTE 1017, OBERSCHELDEN (Kreis Siegen). Zitiert nach REGINA VOITH-DROBNITZKY: Gebehochzeiten in Westfalen. Zum Wandel der Schenkbräuche unter dem Einfluß obrigkeitlicher Maßnahmen. Münster 1998, S. 207. Hochzeiten mit Geldgeschenken waren auch in anderen Regionen verbreitet, in Bremen sprach man von der „Schinkenhochzeit“, in Schleswig-Holstein von der „Gabehochzeit“, im Braunschweigischen von „Opfern“, im Bersenbrücker Land von der „Zahlhochzeit“; vgl. ebd., S. 39.

le *Geldgeschenke. Kreative Ideen für viele Anlässe* (2009) zeigen, dass sich das Geldgeschenk per se gegen den Vorwurf der Gewöhnlichkeit, der Einfalls- und Lieblosigkeit zur Wehr setzen muss.

Die Buchinhalte bestehen aus Anleitungen zum Falten von Geldscheinen in kleine Kleidungsstücke und andere Gebrauchsgegenstände, in Schmetterlinge und Blumen, zum Einflechten der Noten in Bouquets oder zum Basteln von Tableaus wie Strandszenen für einen finanziellen Zuschuss zum Urlaub oder zur Hochzeitsreise, eine Straßenszene mit Auto für Führerscheingeld oder ein Doktorhut für die monetäre Anerkennung eines akademischen Abschlusses. In den Einleitungen betonen die Autoren wiederum die Praktikabilität:

„Hübsche Geldgeschenke liegen im Trend. Kein Wunder, schließlich gibt es kaum jemanden, der sich nicht darüber freut, und als Schenkender hat man die Gewissheit, mit seinem Geschenk auch wirklich Freude zu bereiten.“²⁰

Zitiert wird zudem der Überfluss an Dingen: „Was schenkt man jemandem, der schon alles hat?“ sowie der Mangel an Zeit:

„Immer wieder stellt sich uns die Frage: was schenken wir nun? Die Gefahr, nicht das passende Geschenk zu finden, ist groß – besonders wenn der Jubilar keine Wünsche äußert. Bis zur letzten Stunde hofft man dann, noch das Passende zu finden? [...] Mit einem Geldgeschenk liegt man fast immer richtig.“²¹

Dem Vorwurf des Unpersönlichen begegnen die Autoren und Bastelanleiter offensiv: Das Geldgeschenk ermögliche es den Beschenkten, „einen persönlichen Wunsch ganz nach dem eigenen Geschmack zu erfüllen“. Und schließlich wandle die originelle Verpackung „das ‚unpersönliche‘ Geld in ein ganz ‚persönliches‘ Geschenk“²².

Neben der aufwendig-originellen Verpackung, die den Beschenkten vielfach rätseln lassen soll, was denn nun das eigentliche Geschenk sei, gelten auch Spezialwährungen als akzeptable Form des Geldgeschenks. Hierunter fallen Gutscheine wie auch speziell geprägte Münzen. Kaufhäuser und Banken haben den Markt der Gutscheine als eigene Währung längst entdeckt: 1987 lancierte American Express seinen Geschenkgutschein mit dem Slogan „more personal than a personal cheque“. Tiffany's bereitete den Weg exklusiv über speziell geprägte Goldmünzen, sogenannte Tiffany's Moneys, die bei dem Juwelier als Währung dienten.²³ Geschenkgutscheine in Form von Kundenkarten sind eine beliebte Form der Kundenbindung. Auch die Summe des geschenkten Geldes kann zur Aufladung mit persönlicher Bedeutung dienen. Ein jüdischer Brauch stellt die Zahl 18 als Zahl des Lebens dar, 18 Währungseinheiten sind daher bedeutungsvoller als 19

oder 20.²⁴ Beträge in sogenannten Schnapszahlen werden geschenkt, um der überreichten Summe eine launige Note zu verleihen.²⁵

Werden Scheine überreicht, so werden vielfach neue Banknoten ausgewählt, die noch nicht im Umlauf waren, als ob der Einsatz als Zahlungsmittel den Geldschein beschmutze oder seinen Wert abnutze: „frisch gedruckt sollten sie sein und doch schon ein wenig knittern“²⁶. Gleichzeitig dient aus dem Verkehr gezogenes Schreddergeld, zu kleinen Skulpturen gepresst oder in Säcke gestopft, als Verpackung. Hier wird der Wert des Geldes ironisiert: „Mein Haus, mein Boot, mein Auto, meine erste Million“. Immer aber wird darauf verwiesen, dass es sich um echte Banknoten handelt:

„Mit Echtheitszertifikat! Nennwert ca. 1 Million Euro. Dieser Geldbrikett [sic] besteht aus geschredderten echten EURO-Banknoten der Deutschen Bundesbank! Klarsichttasche auf der Rückseite für persönliche Geldgeschenke.“²⁷

Mit der Höhe der Summe wird auch gespielt, wenn größere Beträge in Münzen überreicht werden. Damit ist der Betrag auf den ersten Blick nicht erkennbar, und die Münzen werden in ihrer dinglichen Eigenschaft und weniger als Wertspeicher wahrgenommen. Und schließlich wird die Konvertierung von Geld zur Gabe durch humorvolle Einlagen, Ansprachen oder Grußkarten moderiert oder – vonseiten der zu Beschenkenden – durch einen Spruch in der Einladung erleichtert:

Tagelang schon musst' dran denken,
was ich Dir bloß könnten [sic] schenken?
Drum nahm ich dann dies Brieflein klein,
und legte dir was Bares rein.

bzw.

Liebe Leute, seid so nett,
da unser Haushalt schon komplett,
nehmt Euch nur ein Brieflein klein
und legt uns einen Taier rein.²⁸

Eine Wissenschaft vom Alltag weiß, dass Ratgeberliteratur und soziale Praxis nicht deckungsgleich sind. Ratgeber spiegeln kein Handeln, sondern allenfalls Normvorstellungen und Abbilder von Idealen.²⁹ Aber auch als solche treffen sie eine Aussage über Verhaltensnormen und Verhaltensunsicherheiten einer sozialen

24 Vgl. ZELIZER (wie Anm. 12), S. 114.

25 Annette BAYER: *Geldgeschenke. Die besten Ideen*. Stuttgart 1999, S. 67.

26 Rainer WASSNER: Messerschärfer für Hochzeitsgäste. In: *Die Welt* vom 6. Januar 1990.

27 <http://www.geldmuseum-shop.de/webshop/onlineshop/start.htm?schreddergeld-geschenke.htm> (Stand: 4.5.2010).

28 <http://www.geschenke.de/geldgeschenke/sprueche.htm> (Stand 4.5.2010). <http://www.hochzeitsservice.de/informationen/textvorschlaege/spruechefuergeschenke/index.html> (Stand 4.5.2010).

29 Siehe zum quellenkritischen Umgang mit Ratgeberliteratur Timo HEIMERDINGER: *Der gelebte Konjunktiv. Zur Pragmatik von Ratgeberliteratur in alltagskultureller Perspektive*. In: Andy Hahnemann, David Oels (Hg.): *Sachbuch und populäres Wissen im 20. Jahrhundert*. Frankfurt a.M. u.a. 2008, S. 97–108 und DERS.: *Alltagsanleitungen? Ratgeberliteratur als Quelle für die volkswissenschaftliche Forschung*. In: *Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde* 51, 2006, S. 57–72.

20 *Kreative Geldgeschenke: Neue Ideen für viele Gelegenheiten*. Stuttgart 2004, S. 3.

21 Sieglinde HOLL: *Last-Minute Geldgeschenke: Originelle Ideen blitzschnell umgesetzt*. Stuttgart 2006, S. 1.

22 Maria-Regina ALLMEYER, Michael ALLMEYER: *Geldgeschenke. Originelle Ideen für viele Anlässe*. Freiburg 2009, S. 5.

23 Vgl. ZELIZER (wie Anm. 12), S. 116.

Gruppe, und wir können annehmen, dass bei den Ratsuchenden ein Bedarf an Ideen besteht, wie sich Geld verschenken lässt, ohne in den Verdacht der Fantasielosigkeit zu geraten. Wie viele Geldscheine also tatsächlich zu Schmetterlingen gefaltet werden und auf welche Arten Geld verschenkt wird, lässt sich nur empirisch beantworten. Widersprüche bleiben hierbei nicht aus. David Cheal erhält von seinen Informanten nahezu durchweg die Antwort, dass Geld zu keiner Gelegenheit ein geeignetes Geschenk sei („It’s an easy way out“), gleichzeitig jedoch zwei Drittel aller Hochzeitsgeschenke in Winnipeg aus Geldscheinen bestünden.³⁰ Bei der Diskussion des Themas Geldgeschenke in Seminaren an den Universitäten Münster und Mainz waren sich die Studierenden einig, dass sie Geldgeschenke ablehnend gegenüberstünden und keinesfalls Geld verschenken würden – „höchstens mal einen Gutschein, für Bücher oder ne CD“. Die Frage nach erhaltenen Geldgeschenken jedoch brachte eine Vielzahl von Antworten: zur Konfirmation, aber auch zum Geburtstag und an Weihnachten, bei der Zeugnisausgabe und zum Examen oder zu Verwandtschaftsbesuchen, getarnt als „Benzingeld“. Die Geschenke bewerteten sie positiv als „praktisch“ und „sehr brauchbar“. Schenkende waren ausnahmslos ältere Verwandte, die Großeltern oder die eigenen Eltern.³¹ Extra verpackt oder gefaltet wurde das Geld nicht, sie erhielten Geldscheine direkt in die Hand oder die Summe aufs Konto überwiesen. Eine Form der Personalisierung scheint in diesen Fällen nicht notwendig zu sein.

Während also Gutscheine als adäquate Spezialwährung für gleichaltrige Freunde und entfernte Verwandte betrachtet werden, lässt sich interpretieren, dass in den Fällen, in denen die sozialen und hierarchischen Beziehungen verwandtschaftlich eng definiert sind und nicht über Gaben hergestellt werden, Geldgeschenke akzeptabel, weil pragmatisch sind. Hier wird keine Intimität hergestellt, einfach weil sie nicht hergestellt werden muss. Da die Beziehungen durch den Status der Verwandtschaftlichkeit abgebildet und damit als unauflöslich betrachtet werden, bedürfen sie keiner Bestätigung durch persönliche und intime Geschenke, sondern sie können sich reine und unpersönliche Geldgeschenke leisten. So kehren sich in einer der engsten aller Bindungen, nämlich denen der Eltern an ihre Kinder, die Anstandsregeln um. Entscheidend aber ist die Richtung des Schenkens: Großeltern und Eltern schenken ihren Enkeln und Kindern sozusagen von oben nach unten, nicht umgekehrt. Dies bestätigt eine psychologische Studie, in der amerikanische Studierende nach der Höhe ihrer Ausgaben für ein Geburtstagsgeschenk an ihre Mutter befragt wurden. Den Ergebnissen nach würden die Studierenden eine doppelt so hohe Summe veranschlagen, schenkten sie ihrer Mutter Geld. Dies erklärten sie damit, dass Geld eigentlich kein Geschenk sei und sie die fehlende soziale Wertigkeit mit der Höhe des Betrags ausgleichen wollten. Hier ist ebenfalls die Geschenkrichtung entscheidend. Schenken Eltern ihren Kindern

Geld, so ist dies durchaus sozial akzeptabel. Die andere Richtung gilt als lieblos und bedarf der Kompensation.³²

Geldgeschenke von Eltern und Großeltern an ihre Kinder und Enkel lassen sich zudem als ein Zeichen der Selbstständigkeit interpretieren. Den Beschenkten werden damit Eigenverantwortlichkeit im Umgang mit Geld und auch ein eigener Geschmack attestiert. Peter Corrigan stellte in seiner Irland-Studie fest, dass Töchter ab 13 Jahren, also mit der Firmung, keine Kleidergeschenke mehr akzeptieren und lieber Geld ausgezahlt bekommen wollen.³³ Das Geldgeschenk wird damit zum Zeichen der Mündigkeit.

Die soziale Bedeutung des geschenkten Geldes wird nicht nur in seiner Verpackung, sondern auch in seiner Verwendung deutlich. Auch wenn die Praktikabilität der freien Verwendung reflexartig als Begründung für die Wahl eines Geldgeschenkes angegeben wird, ist die Freiheit nicht so groß wie angenommen. Denn oft geben die Verpackung als Strandszene für die Hochzeitsreise oder die Grußkarte mit den Worten „für Euren Sofa-Fond“ eben doch einen Verwendungszweck vor, und zu wissen, dass ein Geldgeschenk dazu diente, die Stromrechnung oder Wettschulden zu bezahlen, hinterlasse ein schales Gefühl beim Schenkenden.

Indem sie den Verwendungszweck oder -ort, z.B. ein Haushaltwarengeschäft oder ein Wellness-Hotel, vorgeben oder zumindest vorschlagen, schreiben sich die Schenkenden eben doch in das Geschenk ein, machen den Gutschein zu einem persönlichen und gedankenvollen Geschenk, den Geldwert zur Gabe. Denn eine Gabe anzunehmen bedeutet auch, die Rechte des Gebenden über die Verfügung der Gabe anzunehmen. Mit Mauss gesprochen ist diese Verfügung das *hau*, welches vom Gebenden in die Gabe eingeschrieben ist und die Gabe auch bei ihrem neuen Besitzer nicht verlässt. In seiner Kritik an Mauss vergleicht Maurice Godelier diese These mit dem Konzept des Eigentums- und des Nutzungsrechts in westlichen Gesellschaften: „[...] Geben heißt Nutzungsrechte abtreten, ohne das Eigentumsrecht abzutreten“³⁴. Auch ein Gutschein oder ein zweckbestimmtes Geldgeschenk wird zur Nutzung überreicht, aber der Bezug zum Eigentümer, dem Schenkenden, bleibt erhalten und ist ausschlaggebend für seine Nutzung und Bedeutung.

Fazit: Um den Regeln des Schenkens gerecht zu werden, wird das Geld durch verschiedene Strategien sozial aufgeladen. In freundschaftlichen Beziehungen und im weiteren Familienkreis bedarf Geld als Gabe seit Beginn des 20. Jahrhunderts einer physischen Verwandlung. Banknoten und Münzen scheinen, unverpackt als Geschenk überreicht, keine adäquate Repräsentation sozialer Beziehungen mehr zu sein. Ihre Wertigkeit bezieht sich ganz auf ihren monetären Nennwert. Simmels gesellschaftskritische *Philosophie des Geldes*, erschienen im Jahr 1900 als ein treffsicherer Kommentar auf die Moderne, stellt diese These umfassend dar. Die soziale Bedeutung des Geldes geht aber nicht verloren, sondern wird komplexer. Geldgeschenke entkräften, verhindern oder korrumpieren die sozialen Beziehungen zwischen den Menschen nicht, aber sie benötigen eine bestimmte Form der

30 Vgl. CHEAL (wie Anm. 17), S. 122–130.

31 Dies deckt sich mit den Ergebnissen von Caplow für Middletown im Bundesstaat Indiana. Geldgeschenke machen in dieser Analyse der amerikanischen Mittelklasse nur 5% aller Weihnachtsgeschenke aus, davon aber sind 90% von Eltern an ihre Kinder; vgl. Theodore CAPLOW u.a.: *Middletown Families*. Minneapolis 1984, S. 1315; siehe auch Paul WEBLEY, Richenda WILSON: *Social Relationships and the Unacceptability of Money as a Gift*. In: *Journal of Social Psychology* 129, 1989, S. 85–91. Auch Remberg nennt als Hochzeitsgeschenke von den Eltern an die Kinder meist Geld; vgl. REMBERG (wie Anm. 17), S. 198f.

32 Siehe Paul WEBLEY, Stephen E.G. LEA, Renata PORTALSKA: *The Unacceptability of Money as a Gift*. In: *Journal of Economic Psychology* 4, 1983, S. 223–238.

33 Peter CORRIGAN: *Gender and the Gift. The Case of Family Clothing Economy*. In: *Sociology* 23, 1989, H. 4, S. 513–534.

34 Maurice GODELIER: *Das Rätsel der Gabe. Geld, Geschenke, heilige Objekte*. München 1999, S. 64.



Abb.: Ein geschenkter 10-DM-Schein, gefaltet zu einem Hemd, fotografiert rund 10 Jahre nach Einführung des Euro (Fotografie: Silke Meyer)

kulturellen Rahmung. Die materielle Verwandlung sowie das Ritual der Übergabe schreiben dem Geldgeschenk eine soziale Bedeutung ein: „Wie gegeben wird“, die Manier, die Form des Gebens trennt die Gabe vom ‚eine Hand wäscht die andere‘ [...]: *Formen setzen* heißt Handlungsweise und äußerliche Handlungsform zur Verneinung des Handlungsinhalts [...] zu machen.“³⁵ Der Handlungsinhalt des Geldgeschenks wird durch die Inszenierung der Übergabe, die Handlungsweise, negiert.

Schließlich zeigt die Art der Übergabe feinfühlig den Status der Beziehung und das Maß an Intimität zwischen Schenkendem und Beschenktem auf. Je enger die Bindung, umso nüchterner die Verpackung bzw. die Übergabe. Und somit sind Geldgeschenke keineswegs unpersönliche Notlösungen, sondern können als subtile Gradmesser von sozialer Nähe gelesen werden.

In seiner gefalteten und gebastelten Form wird das Geld kurz- oder langfristig aus dem Umlauf genommen, seine Rolle als Tauschmittel wird ihm entzogen. Es verliert dadurch seine Funktion als monetäre Werteinheit, und der Schein oder die Münze werden zur objektivierten dekorativen Erinnerung an den Geschenkanlass oder den Schenkenden (Abb.). Dem Geld wird seine Isometrie entzogen³⁶, dafür wird ihm ein Narrativ eingeschrieben: Aus dem Zahlungsmittel wird ein erzäh-

des Objekt. Die Maßeinheit wird ersetzt durch die wechselseitige Erinnerung an die Transaktion. Derart befreit von seinem Nennwert, erhält das geschenkte Geld eine narrativ bestimmte und historisierte Wertigkeit. Es wird zum Symbol für den Geschenkanlass und zum Symbol für die soziale Beziehung.

Literatur

- Maria-Regina ALLMEYER, Michael ALLMEYER: Geldgeschenke. Originelle Ideen für viele Anlässe. Freiburg 2009.
- Arjun APPADURAI: Introduction: Commodities and the Politics of Value. In: Ders. (Hg.): *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective*. Cambridge 1986, S. 3–63.
- Annette BAYER: Geldgeschenke. Die besten Ideen. Stuttgart 1999.
- Pierre BOURDIEU: *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge 1977.
- Pierre BOURDIEU: *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft*. Frankfurt a.M. 1987.
- Theodore CAPLOW u.a.: *Middletown Families*. Minneapolis 1984.
- David CHEAL: *The gift economy*. New York 1988.
- Peter CORRIGAN: Gender and the Gift. The Case of Family Clothing Economy. In: *Sociology* 23, 1989, H. 4, S. 513–534.
- Mary DOUGLAS, Baron ISHERWOOD: *The World of Goods. Towards an anthropology of consumption*. New York 1979.
- Ralph Waldo EMERSON: *Essay V: Gifts*. In: Ders.: *Essays and Lectures*. New York 1983.
- Maurice GODELIER: *Das Rätsel der Gabe. Geld, Geschenke, heilige Objekte*. München 1999.
- Erving GOFFMAN: *Das Individuum im öffentlichen Austausch*. Frankfurt a.M. 1982.
- Chris A. GREGORY: *Gifts and Commodities*. London 1982.
- Jacob GRIMM: Über schenken und geben [1848]. In: Ders.: *Kleinere Schriften*. Bd. 2. Berlin 1879, S. 173–210.
- Joachim HALLER: *Der gute Ton im Umgang mit Menschen*. 7. Aufl. München 1968.
- Timo HEIMERDINGER: Alltagsanleitungen? Ratgeberliteratur als Quelle für die volkswissenschaftliche Forschung. In: *Rheinisch-westfälische Zeitschrift für Volkskunde* 51, 2006, S. 57–72.
- Timo HEIMERDINGER: Der gelebte Konjunktiv. Zur Pragmatik von Ratgeberliteratur in alltagskultureller Perspektive. In: Andy Hahnemann, David Oels (Hg.): *Sachbuch und populäres Wissen im 20. Jahrhundert*. Frankfurt a.M. u.a. 2008, S. 97–108.
- Jochen HÖRISCH: Dekonstruktion des Geldes. Die Unvermeidbarkeit des Sekundären. In: Michael Wetzels, Jean-Michel Rabaté (Hg.): *Ethik der Gabe. Denken nach Jacques Derrida*. Berlin 1993, S. 173–182.
- Sieglinde HOLL: *Last-Minute Geldgeschenke: Originelle Ideen blitzschnell umgesetzt*. Stuttgart 2006.
- Lewis HYDE: *The Gift. Imagination and the Erotic Life of Property*. New York 1983.
- Kreative Geldgeschenke: Neue Ideen für viele Gelegenheiten*. Stuttgart 2004.
- Jacques LACAN: *Schriften I*. Frankfurt a.M. 1975.

35 Pierre BOURDIEU: *Sozialer Sinn. Kritik der theoretischen Vernunft*. Frankfurt a.M. 1987, S. 230.

36 Erhard SCHÜTTELZ: *Die Moderne im Spiegel des Primitiven. Weltliteratur und Ethnologie*. München 2005, S. 192.