

Investitionen in Corporate Citizenship sind Investitionen in die Zukunft

Erster Bericht über das gesellschaftliche Engagement
des genossenschaftlichen Finanzverbundes



Investitionen in Corporate Citizenship sind Investitionen in die Zukunft

Erster Bericht über das gesellschaftliche Engagement
des genossenschaftlichen Finanzverbundes

Herausgeber

Bundesverband der Deutschen
Volksbanken und Raiffeisenbanken · BVR
Schellingstraße 4, 10785 Berlin

www.bvr.de

Konzept und Redaktion

Dr. Stefan Nährlich, Christiane Biedermann
(Aktive Bürgerschaft e.V.),
Regine Kreitz (BVR)

Gestaltung

VR-Marketing GmbH, Wiesbaden

Druck

Raiffeisendruckerei GmbH, Neuwied

Redaktionsschluss

Dezember 2003



Inhalt

Grußwort Wolfgang Clement	6
Modernes Engagement aus Tradition Dr. Christopher Pleister	8
Corporate Citizenship: innovativ sein, initiativ werden Dr. Rolf Kiefer	10
Stichwort: Corporate Citizenship Dr. Stefan Nährlich, Christiane Biedermann	12
Wie dieser Bericht entstand	16
Schlaglichter unseres gesellschaftlichen Engagements	18
Verantwortung als Arbeitgeber	24
Bürgerengagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	28
Wettbewerbe und Preise	35
Stiftungen	43
Bürgerstiftungen	51
Spenden und Sponsoring	60
Bürgerengagement mit Mitgliedern, Kunden und Geschäftspartnern	68
Im Dialog mit der Gesellschaft	76
Corporate Citizenship aus einer Hand: Aktive Bürgerschaft	84
Register	89



Grußwort



Wolfgang Clement,
Bundesminister für Wirtschaft
und Arbeit

Corporate Citizenship, das bürgerschaftliche Engagement von Unternehmen, hat in den vergangenen Jahren weltweit stark an Bedeutung gewonnen. Auch in Deutschland übernehmen immer mehr Unternehmen gesellschaftliche Verantwortung. Sie unterstützen soziale Einrichtungen, kulturelle Programme, sportliche Veranstaltungen und ökologische Projekte. Die Formen der Zusammenarbeit sind vielfältig. Sie reichen von rein finanzieller Hilfe über die kostenlose Überlassung von Produkten und Unternehmensressourcen bis hin zu ehrenamtlichen Tätigkeiten der Unternehmer und ihrer Mitarbeiter.

Investitionen in Corporate Citizenship werden zu Recht als Investitionen in die Zukunft bezeichnet. Das gesellschaftliche Engagement wird dabei auch zu einem Wirtschaftsfaktor, da es das Renommee und damit die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen erhöht. Ein Unternehmen, das gemeinnützige Projekte unterstützt und dazu seine Mitarbeiter freistellt, verbessert die sozialen Kompetenzen seiner Beschäftigten. Davon wiederum profitiert das Unternehmen.

Das gesellschaftliche Engagement der Wirtschaft ist für unser Land von großer Bedeutung. Wir wollen deshalb im Rahmen unserer Offensive „pro Mittelstand“ auch eine Imagekampagne „Mittelstand übernimmt soziale Verantwortung“ starten.

Die Volksbanken Raiffeisenbanken und andere Unternehmen des genossenschaftlichen Finanzverbundes engagieren sich bereits seit vielen Jahren in vorbildlicher Weise für gemeinnützige Belange.

Der vorliegende Corporate-Citizenship-Bericht enthält eine Vielzahl eindrucksvoller Beispiele. Ich wünsche uns, dass es viele Nachahmer gibt und dass der Bericht dazu beiträgt, weiteres soziales Engagement auszulösen.

Ihr

Vorwort

Modernes Engagement aus Tradition

Die genossenschaftliche Bankengruppe ist ein bedeutender Faktor in der deutschen Wirtschaft. Ihren über 15 Millionen Mitgliedern und rund 30 Millionen Kunden bieten Volksbanken und Raiffeisenbanken gemeinsam mit den Spezialinstituten des Finanzverbundes das gesamte Spektrum der Finanzdienstleistungen an. Dabei ist jede Genossenschaftsbank ein eigenständiges Unternehmen, das seinen Mitgliedern vor Ort verpflichtet und im regionalen Wirtschaftsleben verwurzelt ist.

Das Selbstverständnis der Volksbanken und Raiffeisenbanken beruht seit ihren Anfängen in der Mitte des 19. Jahrhunderts auf den genossenschaftlichen Prinzipien der Selbsthilfe, Selbstverantwortung und Selbstverwaltung. Deshalb setzen wir uns für eine Gesellschaft aktiver Bürger und verantwortlich handelnder Unternehmen ein. Die regionale Verankerung spielt dabei eine besondere Rolle: Vor Ort investieren wir, hier schaffen wir Arbeits- und Ausbildungsplätze und sind für gute Lebens- und Arbeitsbedingungen mitverantwortlich.

Engagement heißt für uns, die Zukunft mitzugestalten – gerade angesichts aktueller gesellschaftlicher Herausforderungen: Der Wohlfahrtsstaat ist nicht nur immer weniger finanzierbar, er entspricht auch in vielem den Lebensumständen heutiger Generationen nicht mehr. Er verbraucht zu viele Ressourcen, er produziert standardisierte Leistungen, die oftmals an den Bedürfnissen einer pluralen und individualisierten Gesellschaft vorbeigehen. Seine „Allzuständigkeit“ wirkt nicht selten lähmend auf die Initiative des Einzelnen und schafft einen Versorgungsanspruch, den er immer weniger einlösen kann. Einem überforderten Staat stehen Bürgerinnen und Bürger gegenüber, die sich teilweise unterfordert fühlen.

Das Leitbild der Bürgergesellschaft bietet eine tragfähige Reformperspektive. Die genossenschaftlichen Grundideen zählen nach unserem Verständnis auch zu den Grundlagen einer künftigen Bürgergesellschaft, in der Aufgaben und Verantwortungen neu verteilt werden, um zu ande-

ren, besseren Lösungen für das Gemeinwohl zu kommen.

Von Unternehmen wird heute unter dem Stichwort Corporate Citizenship zu Recht erwartet, dass sie stärker als bisher an der Lösung gesellschaftlicher Probleme mitwirken. In der genossenschaftlichen Bankengruppe gehört dies zum Selbstverständnis. Der vorliegende Bericht doku-

mentiert erstmals das vielfältige gesellschaftliche Engagement der Volksbanken und Raiffeisenbanken und des Finanzverbundes anhand ausgewählter Beispiele. Gerade im Mittelstand, dem sich Volksbanken und Raiffeisenbanken seit jeher verbunden fühlen, gibt es viele gute und innovative Beispiele für gesellschaftliches Engagement, die allerdings oft wenig bekannt sind. Mit unserem ersten Engagement-Bericht möchten wir Unternehmen „anstiften“, sich als Good Corporate Citizens, als gute „Unternehmensbürger“, zu engagieren. Wir möchten zudem zu einem intensiveren Dialog über dieses wichtige Anliegen beitragen und engagierte Unternehmen ermutigen, ihre Aktivitäten in der Öffentlichkeit bekannter zu machen.



Dr. Christopher Pleister,
Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) und Vorsitzender des Kuratoriums der Aktiven Bürgerschaft

mentiert erstmals das vielfältige gesellschaftliche Engagement der Volksbanken und Raiffeisenbanken und des Finanzverbundes anhand ausgewählter Beispiele.

Gerade im Mittelstand, dem sich Volksbanken und Raiffeisenbanken seit jeher verbunden fühlen, gibt es viele gute und innovative Beispiele für gesellschaftliches

Als genossenschaftliche Bankengruppe verstehen wir gesellschaftliches Engagement als gemeinschaftliche Aufgabe. Wir laden alle Interessierten ein, daran teilzunehmen.

Vorwort

Corporate Citizenship:
innovativ sein, initiativ werden

Volksbanken und Raiffeisenbanken und die Unternehmen des genossenschaftlichen Finanzverbundes beweisen von je-

her durch ihr gesellschaftliches Engagement Verantwortung für die Menschen an ihren regionalen Standorten. In vielen Fällen geht der Impuls von den Mitarbeitern aus. Sie bestimmen den Charakter des Engagements unserer Gruppe und bringen sich auch im Namen des Unternehmens aktiv in die Gesellschaft ein. Mitglieder, Kunden und Geschäftspartner

haben sich vielerorts dem Engagement der Banken angeschlossen.



Dr. Rolf Kiefer,
Leiter Presse und Kommunikation
beim Bundesverband der Deutschen Volksbanken
und Raiffeisenbanken (BVR) und Vorsitzender
der Aktiven Bürgerschaft

her durch ihr gesellschaftliches Engagement Verantwortung für die Menschen an ihren regionalen Standorten. In vielen Fällen geht der Impuls von den Mitarbeitern aus. Sie bestimmen den Charakter des Engagements unserer Gruppe und bringen sich auch im Namen des Unternehmens aktiv in die Gesellschaft ein. Mitglieder, Kunden und Geschäftspartner

Um das gesellschaftliche Engagement des Finanzverbundes deutlicher als bisher der Öffentlichkeit vorzustellen, haben wir uns erstmalig zur Herausgabe eines Sonderberichts entschlossen. Der Bericht kann allerdings nur einen kleinen Ausschnitt aus der Fülle der Aktivitäten unserer Gruppe zeigen. Diese Beispiele dokumentieren, wie wir das Engagement der Mitarbeiter un-

terstützen, wie wir durch Wettbewerbe innovative Anliegen fördern, den gesellschaftlichen Dialog mit Geschäftspartnern und Vertretern der Politik, Wirtschaft und Medien pflegen und wie wir uns durch Spenden- und Sponsoringaktivitäten, Stiftungen und Bürgerstiftungen für das Gemeinwohl in den heimatlichen Regionen einsetzen.

Vorausschauend gründeten vor sechs Jahren die WGZ-Bank, die R+V Versicherung, die Bausparkasse Schwäbisch Hall und die WL-BANK den Verein Aktive Bürgerschaft, lange bevor Corporate Citizenship auf der Agenda von Wirtschaft und Politik stand. Die Aktive Bürgerschaft ist heute ein bundesweites Kompetenzzentrum für bürgerschaftliches Engagement. Sie wird von allen Verbundunternehmen sowie zahlreichen Volksbanken und Raiffeisenbanken unterstützt.

Mit der Aktiven Bürgerschaft, die diesen Bericht gemeinsam mit BVR – Presse und Kommunikation und unter Mitwirkung der regionalen Genossenschaftsverbände und Verbundunternehmen erstellt hat, ist die genossenschaftliche Bankengruppe auf gutem Weg, ihre Position als moderner Corporate Citizen weiter auszubauen. Die Aktive Bürgerschaft bietet als Initiative des genossenschaftlichen Finanzverbundes unter der Schirmherrschaft des BVR Corporate Citizenship aus einer Hand – als Partner, Impulsgeber und Ideenvermittler für das bürgerschaftliche Engagement der

genossenschaftlichen Gruppe. Hierzu gehört vor allem das innovative Konzept der Bürgerstiftung, mit dem immer mehr Volksbanken und Raiffeisenbanken gemeinsam mit ihren Mitgliedern, Kunden, Geschäftspartnern sowie Unternehmen und engagierten Bürgern einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag leisten. Unser Engagement ist keine Modeerscheinung. Die gute Tradition sowie die damit verbundenen Erfahrungen erhöhen heute unsere Kompetenz im Corporate Citizenship und ermöglichen es uns, glaubwürdig soziale Verantwortung zu übernehmen.

Für uns bedeutet das auch eine Verpflichtung, in unserem Engagement nicht nachzulassen und es im Sinne eines modernen Corporate Citizenship weiterzuentwickeln. Unsere Investitionen in Corporate Citizenship sind Investitionen in die Zukunft.

In diesem Sinne möchte ich Sie zum Dialog über Corporate Citizenship einladen und freue mich über Anregungen, Anfragen und Anstiftungen.

Hintergrund

Stichwort: Corporate Citizenship

In den vergangenen Jahren hat die Bereitschaft der Wirtschaft, gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen, weltweit stark zugenommen. Corporate Citizen-

ihren Beitrag zu sozialem Zusammenhalt und Demokratie, besseren Lebensbedingungen und dem Erhalt eines hohen Lebensstandards. Bürgerschaftliches Engage-



ship, ins Deutsche als „unternehmerisches bürgerschaftliches Engagement“ übersetzt, steht für eine neue Rolle der Unternehmen in der Gesellschaft. Ein Trend, der sich immer mehr durchsetzt: Vorausschauende Unternehmen gestalten als „gute Unternehmensbürger“ (Corporate Citizens) den gesellschaftlichen Wandel zu mehr Eigeninitiative und Mitverantwortung. Sie leisten

ment der Unternehmen ist keinesfalls „soziale Schwärmerei“, sondern eine Investition in die Gesellschaft, die sich wiederum positiv auf den wirtschaftlichen Erfolg auswirkt.

Konkret wird mit Corporate Citizenship ein modernes Verständnis des gesellschaftlichen Engagements der Wirtschaft

verbunden: Unternehmen beteiligen sich konzeptionell an dauerhaft angelegten und strategisch ausgerichteten Lösungen für gesellschaftliche Probleme. Sie bringen nicht nur finanzielle Mittel ein, sondern wirken auch durch ihre unternehmerische Kreativität und ihre Kernkompetenzen mit, stellen ihre Infrastruktur oder Unternehmenslogistik zur Verfügung und fördern das ehrenamtliche Engagement ihrer Mitarbeiter.

Welchen Nutzen hat Corporate Citizenship für Unternehmen? Nur wenige Untersuchungen geben hierüber bislang Auskunft. Rund 80 Prozent der europäischen Führungskräfte meinen, dass sozial verantwortliches Wirtschaften ein Unternehmen wettbewerbsfähiger macht, Innovation und Kreativität unterstützt und Möglichkeiten bietet, mehr über den Markt zu erfahren (Business in the Community 2002). Auch Verbraucher honorieren das gesellschaftliche Engagement der Wirtschaft. Bei 47 Prozent der Deutschen spielt die soziale Verantwortung der Unternehmen eine wichtige Rolle. Mehr für Produkte solcher Firmen zu zahlen, sind 30 Prozent bereit (MORI 2000). Unternehmen, die sich aktiv um ihre soziale Verantwortung bemühen, sind langfristig die Erfolgreicheren, meinen 86 Prozent der Deutschen (Universität St. Gallen 2003).

Trotz der wenigen wissenschaftlich fundierten Aussagen mehren sich die Anzeichen, dass Corporate Citizenship für eine

moderne Unternehmenspolitik steht. Unternehmen können ihr Ansehen bei Kunden und Geschäftspartnern verbessern, da sie durch gesellschaftliches Engagement an Vertrauen und Glaubwürdigkeit hinzugewinnen. Bei ihren Mitarbeitern erhöhen sie die Identifikation mit der Firma und stärken deren Loyalität und Motivation. Sie sind attraktiver für Nachwuchskräfte als ihre Wettbewerber, da das gesellschaftliche Engagement schon heute ein wichtiges Auswahlkriterium für Bewerber darstellt. Nicht zuletzt ergeben sich neue Wege in der Unternehmenskommunikation.

Corporate Citizenship ist keine Modeerscheinung, sondern hat Geschichte. In den USA trugen tiefgreifende ökonomische Veränderungen in den 1980er Jahren dazu bei, dass sich zahlreiche Unternehmen fragten, welchen Beitrag sie selbst zur Verbesserung der gesellschaftlichen Lebensbedingungen leisten können. US-amerikanische Unternehmen begannen, von den zumeist philanthropisch geleiteten Aktivitäten wie Geld- und Sachspenden Abstand zu nehmen und ihr Engagement strategischer auszurichten und in ihre Unternehmenspolitik zu integrieren (Backhaus-Maul 2003). Inzwischen hat sich Corporate Citizenship zu einem Wettbewerbsfaktor entwickelt und ist in vielen Fällen in der Unternehmenspolitik verankert. Dieser Trend setzt sich auch in Europa durch, besonders in Großbritannien, den Niederlanden und in Dänemark, aber auch in

lateinamerikanischen und asiatischen Ländern.

In Deutschland ist das gesellschaftliche Engagement der Unternehmen zwar weit verbreitet, doch überwiegend durch traditionelle Spenden und Sponsoring für Kultur, Sport oder Soziales geprägt, wie jüngst eine Studie des Instituts für Mittelstandsforschung Bonn belegte. Seit Mitte der 1990er Jahre gewinnt Corporate Citizenship allerdings auch in Deutschland an Bedeutung. Dabei haben die Erfahrungswerte aus den USA und Großbritannien maßgeblich Entwicklungen angeregt, die über das traditionelle Engagement hinausgehen. Eine federführende Rolle haben hierbei die großen multinationalen Firmen eingenommen. Ihr Engagement befindet sich im Umbruch, wie eine internationale Untersuchung zeigt. Rund 70 Prozent der deutschen Führungskräfte gaben an, dass sie ihre Geschäftspolitik in den vergangenen Jahren diesbezüglich geändert haben oder dies planen (Seitz 2002). Auch wenn im Licht der Öffentlichkeit derzeit vor allem die großen Unternehmen stehen, können kleine und mittlere Betriebe ebenso erfolgreiche Corporate Citizens sein. Sie verfügen über gute Voraussetzungen, um sich zu Corporate Citizens weiterzuentwickeln: ihre Traditionen und Erfahrungen mit gesellschaftlichem Engagement vor Ort.

Was zeichnet erfolgreiches Corporate Citizenship aus? Es ist weder altruistische Pflicht noch auf einen alleinigen Unternehmensnutzen ausgerichtet. Vielmehr ist Corporate Citizenship durch einen beiderseitigen Nutzen für die Gesellschaft und für das Unternehmen geprägt.

Das Center for Corporate Citizenship an der Katholischen Universität Eichstätt charakterisiert zeitgemäßes und erfolgreiches Engagement von Unternehmen folgendermaßen: Corporate Citizenship zeichnet sich dadurch aus, dass es aus strategischen Maßnahmen statt aus einem Sammelsurium von Einzelaktivitäten besteht. Partnerschaftliche Zusammenarbeit mit gemeinnützigen Organisationen statt isoliertes Handeln des Unternehmens ist ein weiteres Kennzeichen von gutem Corporate Citizenship, ebenso wie die breite Verankerung im Unternehmen. Dazu zählt auch, das ehrenamtliche Engagement der Mitarbeiter zu unterstützen. Wichtigstes Ziel unternehmerischen bürgerschaftlichen Engagements ist es, einen nachhaltigen Beitrag für die Gesellschaft zu leisten. Ein solchermaßen verstandenes Corporate Citizenship benötigt ebensolche Professionalität, wie sie die Kerngeschäfte eines Unternehmens erfordern (Habisch 2003).

Der genossenschaftliche FinanzVerbund hat bereits 1997 vorausschauend und frühzeitig mit der Aktiven Bürgerschaft sein Kompetenzzentrum für gesellschaftliches Engagement geschaffen. Er leistet damit einen wichtigen gesellschaftlichen Beitrag und stiftet zugleich Nutzen für die Unternehmen der genossenschaftlichen Gruppe.

Dr. Stefan Nährlich
und Christiane Biedermann,
Aktive Bürgerschaft e. V.

Literatur

Backhaus-Maul, Holger: Gesellschaftliches Engagement von Unternehmen – US-amerikanische Impulse. Halle/Potsdam 6/2003

Business in the Community: Integrating Responsible Business Adds Value, London 2002

Habisch, André: Erfolgreiche Corporate Citizenship-Projekte: Der Wettbewerb Freiheit und Verantwortung. Berlin 2003

Maaß, Frank/Clemens, Reinhard: Corporate Citizenship. Das Unternehmen als „guter Bürger“. Schriften zur Mittelstandsforschung Nr. 94 NF, Bonn 2002

Market and Opinion Research International, MORI: Survey of Consumers' Attitudes towards CSR, 2000

Seitz, Bernhard: Corporate Citizenship: Zwischen Idee und Geschäft. In: Corporate Citizenship. Gesellschaftliches Engagement – unternehmerischer Nutzen. Wieland, Josef/Conradi, Walter (Hrsg.), Marburg 2002

Universität St. Gallen, Institut für Wirtschaftsethik/civis®: Soziale Unternehmensverantwortung aus Bürgersicht. Eine Anregung zur Diskussion. Im Auftrag der Philip Morris GmbH, 2003

Hintergrund

Wie dieser Bericht entstand

Immer mehr Unternehmen gehen dazu über, ihr gesellschaftliches Engagement zusätzlich zu ihren Geschäftsberichten zu dokumentieren. Hierzulande gab die Firma Siemens einen entscheidenden Anstoß, indem sie im Jahr 2000 den ersten „Corporate Citizenship Report“ vorlegte und ihre Unternehmensberichterstattung um den Aspekt des gesellschaftlichen Handelns und Wirkens ergänzte.

Die Berichterstattung über das gesellschaftliche Engagement, das Firmen aus freien Stücken und nicht aufgrund gesetzlicher Vorschriften pflegen, spielt bislang bei Großunternehmen eine Rolle, die sich dem internationalen Wettbewerb auch auf gesellschaftlichem Gebiet stellen. Den Dialog mit Kunden, Mitarbeitern, Geschäftspartnern und anderen Anspruchsgruppen zu führen und ihnen gegenüber das unternehmerische Handeln im gesellschaftlichen Bereich offenzulegen sind die Kernanliegen solcher Berichte. Transparenz und Vergleichbarkeit des Engagements sollen die Richtlinien zur Nachhaltigkeit der Global Reporting Initiative bieten, nach denen multinationale Unternehmen ihre Berichterstattung ausrichten. In der mittelständischen Wirtschaft ist eine

derartige Berichterstattung bislang recht selten anzutreffen. Der vorliegende Bericht des FinanzVerbundes ist eine der ersten Darstellungen dieser Art in der deutschen mittelständischen Wirtschaft. Der Bericht soll das gesellschaftliche Engagement der Bankengruppe nicht nur dokumentieren. Vielmehr sollen von ihm idealerweise Impulse für kleine und mittlere Unternehmen ausgehen, die sich an ihren Standorten für das Gemeinwohl engagieren oder engagieren möchten.

Im Jahr 2002 entschloss sich der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) erstmals, das vielfältige Engagement der Gruppe in einem Bericht darzustellen. Als Kompetenzzentrum für Bürgerengagement erhielt die Aktive Bürgerschaft die Aufgabe, den Bericht zu erstellen. Gemeinsam mit den regionalen Verbänden, mit zahlreichen Volksbanken und Raiffeisenbanken und den Unternehmen des FinanzVerbundes wurden Beispiele des gesellschaftlichen Engagements im Zeitraum von 2001 bis 2003 zusammengetragen. Etwa 200 Projekte und Aktivitäten, die von Unternehmen der Gruppe initiiert, gefördert und unterstützt werden, wurden zur Veröffentlichung empfohlen.

Nicht alle Projekte und Aktivitäten unternehmerischen Bürgerengagements des FinanzVerbundes konnten erhoben werden. Das hätte sowohl den Rahmen der Befragung als auch der Darstellung gesprengt. Der Bericht erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Vielmehr dokumentieren die ausgewählten Beispiele, stellvertretend für die zahlreichen Initiativen, die ganze Bandbreite des gesellschaftlichen Engagements des FinanzVerbundes.

Der Bericht spiegelt die verschiedenen Formen des Engagements wider: von der Schaffung guter Arbeitsplatz- und Ausbildungsbedingungen über Spenden und Sponsorings bis zu Stiftungen und Bürgerstiftungen. Da sich die Unternehmen des FinanzVerbundes in vielen Bereichen engagieren, werden aus jedem Bereich – von Kunst, Kultur, Soziales, Umweltschutz, Bildung, Wissenschaft, Sport, Bürgerengagement bis zur Katastrophenhilfe – Beispiele vorgestellt. Bei den ausgewählten Engagements handelt es sich seltener um spontane und kurzfristige Aktivitäten, sondern meist um längerfristige Projekte, die für nachhaltiges gesellschaftliches Engagement stehen.

Dieser Bericht ist eine Zwischenbilanz des gesellschaftlichen Engagements des genossenschaftlichen FinanzVerbundes, die es fortzuschreiben gilt. Wir hoffen, dadurch Anstoß und Ansporn für zeitgemäßes unternehmerisches Bürgerengagement zu geben, und freuen uns auf Reaktionen, Anregungen und Vorschläge.

Wir danken allen, die mit Informationen und Bildmaterial zu dieser Publikation beigetragen haben. Der VR-Marketing GmbH, Wiesbaden, gilt der Dank des Herausgebers für die unentgeltliche Gestaltung des Berichts.

Schlaglichter

...unseres gesellschaftlichen Engagements

Die Anfänge: Mitte des 19. Jahrhunderts löste die zunehmende Industrialisierung Hungersnot und politische Spannungen in Deutschland aus, die vor allem die Landbevölkerung und Handwerker hart trafen. Die Zeit war reif für den modernen Genossenschaftsgedanken, der die Freiheit des Einzelnen mit den Interessen der Ge-

meinschaft durch solidarisches Handeln verbindet. Seine Protagonisten, Hermann Schulze-Delitzsch und Friedrich Wilhelm Raiffeisen brachten die heute weltweite Genossenschaftsbewegung mit den Prinzipien der Selbsthilfe, Selbstverwaltung und Selbstverantwortung auf den Weg.

18 47

Friedrich Wilhelm Raiffeisen errichtet in Weyerbusch (Westerwald) den „Verein für Selbstbeschaffung von Brod und Früchten“. In einem Backhaus wird Brot gebacken, das auf Vorschuss an die Bedürftigen verteilt wird. Weitere Gründungen von Selbsthilfevereinen folgen. Mit den „Darlehnskassen-Vereinen“ gründet er die ersten Raiffeisenbanken.

18 71

Schulze-Delitzsch wird Vorsitzender der „Gesellschaft zur Verbreitung von Volksbildung“. Er gründet zahlreiche Arbeiterbildungsvereine, die von den Genossenschaften sowohl finanziell als auch organisatorisch unterstützt werden.

18 49

1830



Friedrich Wilhelm Raiffeisen (1818-1888)

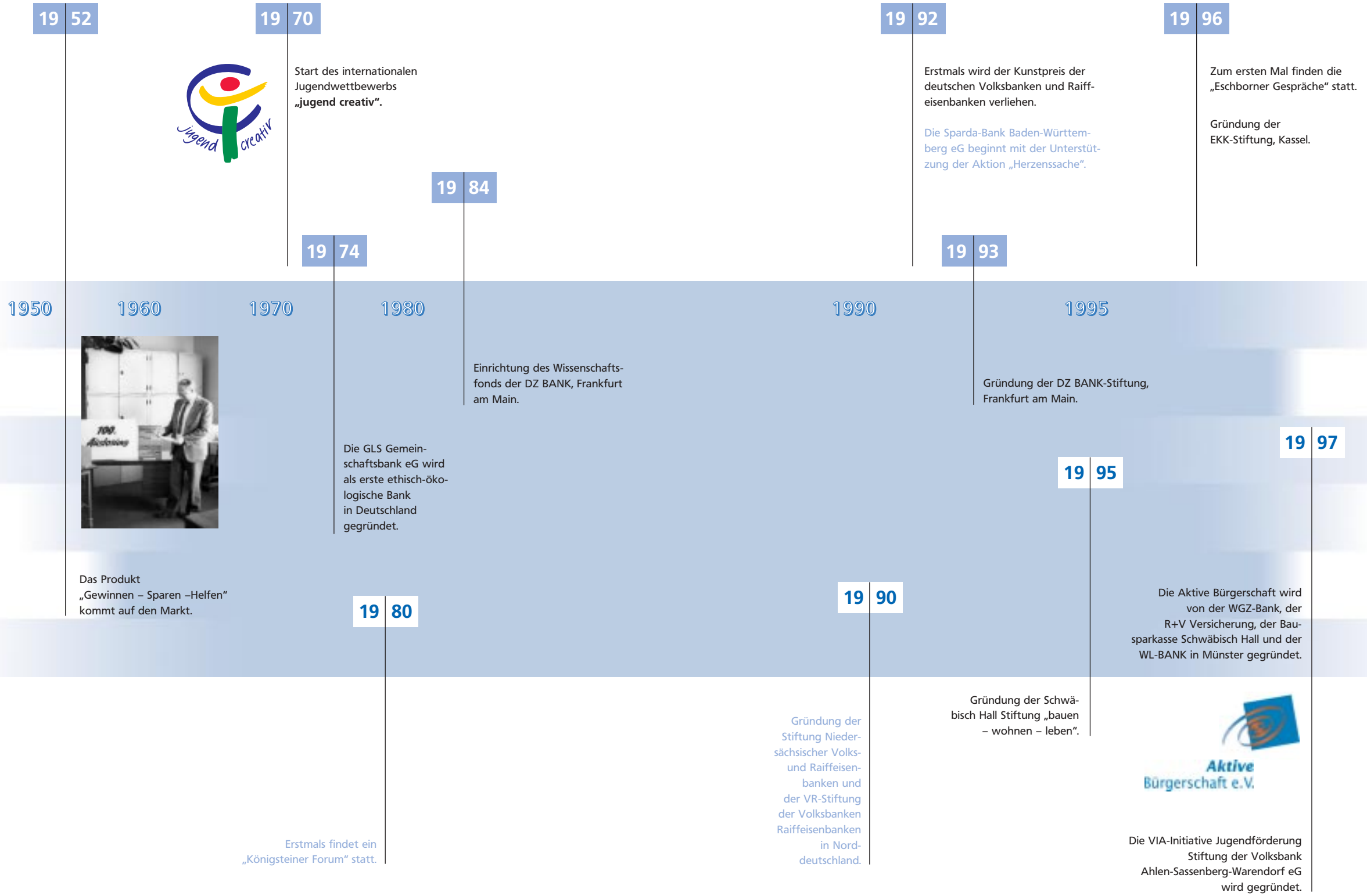
1850



Hermann Schulze-Delitzsch (1808-1883)

1880

Hermann Schulze gründet in Delitzsch die erste Genossenschaft, eine Schuhmacher-Assoziation, und ein Jahr später einen Vorschuss-Verein, den Vorläufer der Volksbanken.



**Aktive
Bürgerschaft e.V.**

19 98

Der „Förderpreis Aktive Bürgerschaft“ wird erstmalig an Vereine verliehen.

Die JaWir-Stiftung der Arbeitsgemeinschaft der Volksbanken im Landkreis Friesland wird gegründet.

Die Mitarbeiter der R+V-Direktion Wiesbaden beginnen mit ihren Spendenaktionen.

20 00

2000



Die WGZ-BANK zeichnet erstmals Mitarbeiter mit dem „WGZ-Initiativpreis“ aus.

Die Union Investment Stiftung wird gegründet.

Die Volksbank-Raiffeisenbank Passau-Freyung eG, die Volksbank Mittweida eG und die Raiffeisen-Volksbank eG in Uplengen gründen Bürgerstiftungen.

20 02

Die Deutsche Genossenschafts-Hypothekenbank AG beteiligt sich am „Sozialen Tag“.

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken in Baden-Württemberg übernehmen die Schirmherrschaft über das Waldmobil der Schutzgemeinschaft Deutscher Wald.

Der BVR übernimmt die Schirmherrschaft über die Aktive Bürgerschaft und startet die gemeinsame „Kampagne Bürgerstiftungen“.

Der genossenschaftliche Finanz-Verbund leistet Soforthilfe für die Hochwasseropfer.

Die Bausparkasse Schwäbisch Hall AG, die Zevener Volksbank eG, die Volksbank Hellweg eG und die Volksbank eG Mosbach gründen Bürgerstiftungen.

20 03

Die Zwischenbilanz „Kampagne Bürgerstiftungen“ ergibt: Über die Hälfte der 60 deutschen Bürgerstiftungen profitieren vom Engagement der Volksbanken Raiffeisenbanken und Verbundunternehmen.



Bürgerstiftungen und Gründungsinitiativen werden erstmals mit dem „Förderpreis Aktive Bürgerschaft“ ausgezeichnet.

Die Volksbank Helmstedt gründet die Bürgerstiftung Ostfalen.

Volksbanken Raiffeisenbanken schaffen mit „blueOrange“ den höchstdotierten deutschen Kunstpreis.

19 99

Die Bank für Sozialwirtschaft beginnt mit ihrem Sponsoring des Deutschen Fundraisingkongresses.

Die Stiftung der Volksbank Lüneburger Heide wird gegründet.

Der erste Ideenwettbewerb für Schüler der Volksbank Bad Saulgau findet statt.

20 01

Die hessische „Initiative Stiftung“ geht an den Start.

Die hessische Landesehrenamts-agentur nimmt mit Unterstützung des Genossenschaftsverbandes Frankfurt e.V. ihre Arbeit auf.

Das Lernprojekt „ZiSCH – Zeitung in der Schule“ der Volksbanken und Raiffeisenbanken in Ostfriesland startet.

Die Volksbank Neckartal in Eberbach legt ihr „Regionales Schul-Förderprogramm“ auf.

Der VR-Förderpreis Weser-Ems wird erstmalig an Selbsthilfegruppen verliehen.

Die Bank für Kirche und Caritas, Paderborn, richtet eine Stabsstelle für „Nachhaltige Geldanlagen“ ein.



Die Berliner Volksbank eG unterstützt mit drei Initiativen das ehrenamtliche Engagement ihrer Mitarbeiter.

Verantwortung als Arbeitgeber

Im Mittelpunkt stehen die Mitarbeiter

Intensiver Wettbewerb und einschneidender Strukturwandel prägen die Entwicklung im Kreditgewerbe. Das stellt die genossenschaftliche Bankengruppe auch als Arbeitgeber vor Herausforderungen und verlangt von den Mitarbeitern ein hohes Maß an Leistungsbereitschaft und Flexibilität.

Arbeitsplätze zu sichern und attraktive Ausbildungs- und Karrierechancen auch außerhalb städtischer Ballungszentren zu bieten – Volksbanken und Raiffeisenbanken verstehen das seit jeher als ihre Verantwortung. Sie engagieren sich für systematische Personalentwicklung, moderne Qualifizierungsangebote und fördern Kreativität und Motivation. Denn: Der Unternehmenserfolg ist stets das Ergebnis partnerschaftlicher Anstrengung – dieser Gedanke zählt zu den genossenschaftlichen Grundüberzeugungen.

Arbeitsplätze sichern

Volksbanken Raiffeisenbanken und die Unternehmen des FinanzVerbundes beschäftigen über 200.000 Mitarbeiter. Gerade in einer Zeit des rapiden Strukturwandels wird Verantwortung für die Beschäftigten und für den Erhalt ihrer Arbeitsplätze in der genossenschaftlichen Bankengruppe groß geschrieben. Und diese beschäftigungsfreundliche Politik hat Erfolg: Trotz einer Vielzahl von Fusionen ging die Zahl der Arbeitsplätze im FinanzVerbund über die letzten Jahre nur unwesentlich zurück. Dabei spielen die Institute gerade in ländlichen und wirtschaftlich schwächeren Regionen eine besonders wichtige Rolle auf dem örtlichen Arbeitsmarkt: Oft gehören sie hier zu den wenigen Anbietern attraktiver und sicherer Arbeitsplätze. Das Engagement auch außerhalb der Ballungszentren setzen wir fort, denn Dezentralität und Kundennähe sind Pfeiler des genossenschaftlichen Unternehmensmodells. Dazu gehört eine ausgeprägte Flächenpräsenz. Volksbanken und Raiffeisenbanken übernehmen Verantwortung vor Ort – als Finanzdienstleister und als Arbeitgeber mit regionaler Kompetenz.

Mehr als die Hälfte – 57,4 Prozent – der Beschäftigten im FinanzVerbund sind Frauen. Chancengleichheit ist uns wichtig. Zum Beispiel in der Ausbildung: 57,6 Prozent der Auszubildenden sind weiblich.

im genossenschaftlichen FinanzVerbund keine Steine in den Weg gelegt. Aktuell liegt die Quote der Teilzeitbeschäftigten bei 15,5 Prozent, Tendenz steigend.



Zum Beispiel bei flexiblen Arbeitszeitmodellen: Es sind nach wie vor überwiegend Frauen, die die Entscheidung zur Teilzeit treffen, um eine Balance zwischen beruflicher und privater Verantwortung herzustellen. Wer vorübergehend oder dauerhaft Teilzeit arbeiten möchte, dem werden

Nachwuchs ausbilden und fördern – gerade jetzt

Eine gute, den eigenen Fähigkeiten und Neigungen angemessene Berufsausbildung gehört zu den wichtigsten Weichenstellungen im Leben junger Menschen. Volksbanken und Raiffeisenbanken bekennen sich zur betrieblichen Ausbildung – auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten.

Mit einer Ausbildungsquote von 8,5 Prozent nehmen Volksbanken und Raiffeisenbanken in der deutschen Kreditwirtschaft eine Spitzenposition ein. Und entgegen dem allgemeinen Trend ist die Tendenz steigend. Verantwortung für den Nachwuchs heißt aber auch, ihm nach Möglich-



Qualifizierung im Spitzeninstitut der Akademie Deutscher Genossenschaften (ADG) Schloss Montabaur

Die Ausbildung zur Bankkauffrau/zum Bankkaufmann bietet Chancen für beide Seiten. Erfolgreiche Unternehmen brauchen qualifizierten Nachwuchs, der erfolgreiche Berufsabschluss öffnet engagierten Nachwuchskräften viele Türen – auch zur Weiterqualifizierung oder -spezialisierung innerhalb des genossenschaftlichen Verbundes.

keit eine langfristige Perspektive zu eröffnen: Rund 80 Prozent aller Auszubildenden bei Volksbanken und Raiffeisenbanken werden nach bestandener Prüfung in ein Arbeitsverhältnis übernommen.

Karrierechancen und Qualifizierung nach Maß

Angesichts des hohen Innovationstempos im Finanzdienstleistungssektor ist ein leistungsfähiges Fort- und Weiterbildungsangebot ein wichtiger Faktor für den Unternehmenserfolg. Auf der Seite der Arbeitnehmer sind Eigeninitiative, Leistungs- und Lernbereitschaft gefragt. Das Ziel, lebenslanges Lernen zu ermöglichen und zu fördern, hat für Volksbanken und Raiffeisenbanken durchaus auch gesellschaftliche Relevanz: Fachliche Entwicklung und persönliche Entfaltung, Verantwortungsbereitschaft im beruflichen, aber auch im gesellschaftlichen Umfeld hängen eng miteinander zusammen. Entsprechend versteht die genossenschaftliche Gruppe Qualifizierung und Personalentwicklung in einem ganzheitlichen Sinne.

Standortnachteile darf es dabei nicht geben. Die regionalen Genossenschafts-akademien sorgen gemeinsam mit dem Spitzeninstitut Akademie Deutscher Genossenschaften (ADG) in Montabaur für ein flächendeckendes Bildungsangebot. Von zentraler Bedeutung ist zudem das medien- und technologiegestützte Lernen. So sind beispielsweise die E-Learning-Programme auf dem Internetportal „VR-Bildung“ nahezu jedem Mitarbeiter im FinanzVerbund zugänglich und ermöglichen flexible Fort- und Weiterbildung.

Bei der ADG auf Schloss Montabaur finden auch die Genossenschaftlichen Bank-Führungsseminare (GBF) für Führungskräfte der Volksbanken und Raiffeisenbanken statt. Strategie, Führung, Marktmanagement und Gesamtbanksteuerung sind die Themenbereiche der Managementausbildung. Neu aufgenommen in das Programm des GBF wurde ein Modul zum Thema Corporate Citizenship. Damit hat die ADG eine Vorreiterrolle übernommen: Sie zählt zu den ersten Bildungseinrichtungen in Deutschland, die auf dem Gebiet des Corporate Citizenship weiterbilden.

Bürgerengagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Engagement mit Charakter

Für Kultur, Sport, Soziales, Gesundheit und Umwelt engagieren sich ehrenamtlich hierzulande 34 Prozent der Bevölkerung, wie jüngst eine Studie ergab. Das ist etwa jeder dritte Bundesbürger. In der genossenschaftlichen Bankengruppe spiegelt sich dieser Trend: Schätzungsweise jeder dritte Mitarbeiter des FinanzVerbundes ist ehrenamtlich in gemeinnützigen Initiativen, Vereinen, Verbänden, Stiftungen und Bürgerstiftungen engagiert. Für zahlreiche Initiativen der Volksbanken und Raiffeisenbanken haben Mitarbeiter den entscheidenden Anstoß gegeben und diese mit auf den Weg gebracht. Ihre ehrenamtliche Mitarbeit ist vielerorts unverzichtbar geworden. Sie bringen in der Freizeit ihre Ideen und Erfahrungen, ihr Können und Wissen zugunsten des Gemeinwohls ein und übernehmen Verantwortung als ehrenamtliche Beiräte, Kuratoren und Vorstände.

Die Verbindungen der Mitarbeiter zu gemeinnützigen Organisationen sowie zu unseren Kunden, Mitgliedern und Geschäftspartnern verleihen dem gesellschaftlichen Engagement unserer Banken-

gruppe Charakter. Es sind die Mitarbeiter, die entscheidende Impulse für dessen Ausrichtung geben und es vor Ort verankern. Das ehrenamtliche Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist uns sehr wert. Deshalb unterstützen und bestärken wir sie darin, wo wir können.

Solidarität mit den Opfern der Flutkatastrophe

Den Betroffenen der Flutkatastrophe im Jahr 2002 konnte durch die schnelle und umfangreiche Beteiligung des FinanzVerbundes an den bundesweiten Hilfsaktivitäten erheblich geholfen werden. Die spontane Hilfe ging vielerorts von den Mitarbeitern aus, die beispielhaft Solidarität bewiesen. So organisierten zahlreiche Volksbanken Raiffeisenbanken und genossenschaftliche Unternehmen eigene Aktionen oder schlossen sich den bundesweiten Aktivitäten an. Hier können nur einige wenige Beispiele genannt werden:

Die Mitarbeiter zahlreicher Banken und Unternehmen des FinanzVerbundes verzichteten auf geplante Betriebsausflüge oder -feste und spendeten die eingesparten Beträge.

Beim Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) spendeten zum Beispiel die Mitarbeiter rund 15.000 Euro zugunsten der Flutopfer.

aus ganz Deutschland übergaben weit über 1 Mio. Euro an betroffene Familien, kleine und mittlere Unternehmen, Kindergärten, Schulen und Vereine der Region.

Eine im wahrsten Sinne „gewinnbringende“ Partnerschaft schloss die Volks- und Raiffeisenbank eG in Güstrow mit dem Radiosender „Ostsee-Welle“: Über 80.000 Euro wurden für die Flutopfer gesammelt.



„Hilfe vereint“ – am 3. Oktober 2002 dankte die Region Muldentale den Fluthelfern.



Ganze Ortschaften, wie das sächsische Grimma, standen im August 2002 unter Wasser.

In der von der Flut schwer betroffenen sächsischen Stadt Grimma initiierte die örtliche Genossenschaftsbank, die Volks- und Raiffeisenbank Muldentale eG, obwohl selbst stark geschädigt, zum Tag der Deutschen Einheit eine große Benefizveranstaltung unter dem Motto „3. Oktober – Hilfe vereint“ mit über 1.300 Gästen. Vertreter der genossenschaftlichen Bankengruppe

Die Mitarbeiter der Raiffeisenbank Hof eG in Bayern unterstützten auf direktem Wege ihre Dresdner Kolleginnen und Kollegen. Das Hofer Team spendete knapp 5.000 Euro, die von der Geschäftsführung auf 10.000 Euro verdoppelt wurden.

Das Internetportal www.vr-fluthilfe.de brachte Helfer und Hilfsbedürftige zusammen.



Die von der sächsischen Volksbank Mittweida eG gegründete Bürgerstiftung für den Landkreis Mittweida stellte sich ab August 2002 ganz in den Dienst der Fluthilfe. Sie sammelte Spenden und organisierte die Vergabe der Mittel an Bedürftige in ihrem Landkreis.

Bei der Volks- und Raiffeisenbank Cottbus eG nutzte man die Popularität des örtlichen Fußballclubs: Versteigert wurde ein Trikot des FC Energie Cottbus mit den Unterschriften aller Spieler. Mit dem Erlös wurde der Wiederaufbau eines Kindergartens in Elsterwerda unterstützt. Auf ähnliche Weise zeigten die Mitarbeiter der Raiffeisen-Volksbank Altötting eG in Bayern Hilfsbereitschaft. Sie versteigerten das Originaltrikot des Marathonläufers Hubert Riesner, Deutscher Meister 1968/69 und Läufer des 1968er Olympia-Marathons in Mexico City, gespendet von einem Mitarbeiter der Raiffeisen-Volksbank Altötting.

Spendenaktionen und Unternehmenshilfe

Die Spendenaktion „VR-Fluthilfe“, an der sich die gesamte genossenschaftliche Organisation, teilweise mit ihren Mitgliedern und Kunden, beteiligte, brachte innerhalb weniger Wochen 1,5 Mio. Euro. Die Katastrophenhilfe des Diakonischen Werkes sorgte dafür, dass die Hilfe die Betroffenen rasch erreichte und effektiv eingesetzt wurde. Genossenschaftsbanken, regionale genossenschaftliche Verbände und Unternehmen des Finanzverbundes sowie der BVR spendeten 500.000 Euro an die Initiative „Geno-Banken helfen Mittelstand“ für die betroffenen kleinen und mittleren Unternehmen. Das vom BVR eingerichtete Internetportal www.vr-fluthilfe.de brachte Helfer und Hilfsbedürftige zusammen. Zum Beispiel fanden Möbel, Werkzeuge und technische Geräte über die Internetseite schnell den Weg zu Hilfebedürftigen.



Die Volksbank Aerzen eG in Niedersachsen unterstützte mit über 7.000 Euro Hochwassergeschädigte im Bereich der Lutherstadt Wittenberg/Sachsen-Anhalt. Die 4.129 Mitglieder der Volksbank spendeten je einen Euro. Etwa 3.000 Euro kamen durch eine weitere Sammelaktion zusammen.

Einsatz ihrer Mitarbeiter auszeichnen. „Mit diesem Preis würdigt und unterstützt die WGZ-Bank das persönliche Engagement ihrer Mitarbeiter, die sich in ihrer Freizeit für das Wohl anderer Menschen einsetzen“, erklärt Werner Böhnke, Vorstandsvorsitzender der WGZ-Bank, anlässlich der



Bildnachweis: WGZ-Bank

Werner Böhnke, Vorstandsvorsitzender der WGZ-Bank, die Preisträger Rolf Henrici und Horst Stuhldreier sowie die Jurymitglieder Heinz Eckhardt, Dr. Andreas Fülbier und Frank Kühne (v. l.)

Eigeninitiative zahlt sich aus

„Gemeinsam vorn sein“ ist das Unternehmensleitbild der WGZ-Bank Westdeutsche Genossenschafts-Zentralbank eG. Dies gilt auch für ihr gesellschaftliches Engagement: Sie gehört zu den ersten deutschen Unternehmen, die den ehrenamtlichen

Preisverleihung 2002. Der WGZ-Initiativpreis wurde seit 2000 an zehn Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vergeben. Das Preisgeld in Höhe von jährlich insgesamt 10.000 Euro kommt wiederum den Projekten zugute, für die sich die WGZ-Bank-Mitarbeiter einsetzen.

Geschäftsleitung bestärkt R+V-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in ihrem Engagement

Ein Herz für kranke und behinderte Kinder zeigen die Mitarbeiter der R+V-Direktion Wiesbaden seit mehreren Jahren mit ihrer Spendenaktion in der Vorweihnachtszeit:

derter und nicht behinderter Kinder, die Initiative Kinderhospiz „Bärenherz“ der Interessengemeinschaft für Behinderte (IFB), die schwerstkranken und sterbenden Kinder und Jugendliche pflegt, die „Clown Doktoren“ der Dr.-Horst-Schmidt-Kinderklinik, die Spaß und Freude in die Krankenzimmer bringen, und der Förderverein



Eine Woche lang sammelt die Belegschaft. Die Geschäftsleitung verdoppelt daraufhin jeden gespendeten Euro. Von dem auf diese Weise im Jahr 2002 gesammelten Gesamtbetrag von 10.000 Euro profitierten zu gleichen Teilen vier Wiesbadener Einrichtungen: der Verein „Albatros“, eine Interessengemeinschaft von Eltern behin-

„Zwerg Nase“, der geistig, seelisch oder körperlich behinderten Kindern und deren Angehörigen hilft. Die vorweihnachtliche Spendenaktion ist bei der R+V Versicherung in Wiesbaden inzwischen zur Tradition geworden.

Wie Mitarbeiter die Initiative ergreifen

Im Gespräch mit Wolfgang Hielscher, Abteilungsleiter Soziale Dienste der R+V Versicherung und Initiator der vorweihnachtlichen Spendenaktion.

Nachgefragt ...

Redaktion: Herr Hielscher, wer gab den Anstoß für Ihr Engagement?

Hielscher: Die Mitarbeiter-Spendensammelaktion wurde gemeinsam von Mitgliedern des Betriebsrates, Mitarbeitern der Konzern-Kommunikation und mir ange-regt.

Redaktion: Wie kam es dazu, dass die Geschäftsleitung der R+V Versicherung Ihre Spenden verdoppelte, um Ihr Engagement zu unterstützen?

Hielscher: Wir haben dem Vorstand unsere Idee, der Aktion einen zusätzlichen Spendenanreiz zu geben, vorgetragen. Er ließ sich gern davon überzeugen, kranken und behinderten Kindern zu helfen.

Redaktion: Welche Reaktionen rief es bei Ihren Kolleginnen und Kollegen hervor, als die R+V Versicherung als Arbeitgeber Ihre private Initiative fördern wollte?

Hielscher: Die Reaktionen waren sehr positiv. Ich denke, dass wir hier ein beispielgebendes Modell etablieren konnten.

Gelegenheiten für Bürgerengagement schaffen

Die Berliner Volksbank eG hat drei Initiativen gestartet, die eines gemeinsam haben: Ihr Ziel ist es, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Möglichkeiten für bürgerschaftliches Engagement zu geben.

Mit dem Projekt „Die andere Seite“ bietet der Personalbereich des Hauses seinen Führungskräften den unmittelbaren Einblick in die Arbeit des Drogennotdienstes, der Bahnhofsmision und eines Vereins, der suizidgefährdeten Kindern und Jugendlichen hilft. Die Führungskräfte sind eine Woche in dem von ihnen ausgewählten Projekt tätig und erhalten für die Zeit bezahlte Freistellung. Sich für einen guten Zweck zu engagieren wird damit verbunden, die Führungskräfte für andere Lebenswelten zu sensibilisieren und dadurch deren soziale Kompetenz zu fördern.

Im Jahr 2003 nahm erstmalig ein Team der Volksbank an den Aktionen des Berliner-Freiwilligen-Tages teil. Das entsprechende Engagementkonzept entwickelte die Aktive Bürgerschaft: Über das Intranet der

mann. Die Berliner Volksbank unterstützte den Freiwilligentag zudem durch Öffentlichkeitsarbeit.



Bank wurden die Mitarbeiter auf den Freiwilligen-Tag aufmerksam gemacht. Eine Gruppe Engagierter brachte schließlich gemeinsam mit dem Stadtteilzentrum am Teutoburger Platz den von Kindern und Jugendlichen viel genutzten Platz innerhalb weniger Stunden wieder auf Vorder-

Eine weitere Gelegenheit, sich ehrenamtlich zu engagieren, bietet die Bank im Rahmen des Projektes „Senioren für Junioren“. Hierbei geben Mitarbeiter und ehemalige Mitarbeiter lernschwachen Schülern 3–4 Stunden wöchentlich Unterstützung.

Wettbewerbe und Preise



Eigeninitiative, Kreativität und Innovationen fördern

Freiheit und Wettbewerb sind zentrale Merkmale unserer Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung. Wettbewerb fördert Leistung und Innovation. Wettbewerb kann auch im gesellschaftlichen Bereich von Nutzen sein, wenn er gute Beispiele hervorbringt, die zum Nachahmen anregen. Der genossenschaftliche Finanzverbund fördert mit einer ganzen Reihe von Wettbewerben verschiedene Anliegen, sowohl im wirtschaftlichen Bereich als auch auf

gesellschaftlichem Gebiet, um entscheidende Anstöße zu geben, sich mit Kreativität für Neuerungen einzusetzen. Denn wer Ansporn zur Innovation gibt, kann die Welt von morgen mitgestalten.



Ziele spielerisch erreichen

Mit nahezu 115 Millionen von Kindern und Jugendlichen eingereichten kreativen Arbeiten in den über 30 Jahren seines Bestehens gilt der internationale Wettbewerb „jugend creativ“ der Genossenschaftsbanken als einer der größten Jugendwettbewerbe der Welt. Der Anspruch der Volksbanken Raiffeisenbanken: Kinder und Jugendliche sollen ein Experimentierfeld für ihre Kreativität erhalten. Mit den Wettbewerbsthemen werden wichtige Probleme und Ereignisse der Zeit aufgegriffen. Vor allem solche Themen, die Jugendlichen selbst am Herzen liegen. Jedes Jahr steht der Wettbewerb unter einem neuen Motto, das Kinder und Jugendliche dazu aufruft, sich mit Bildern, Collagen oder Filmen an „jugend creativ“ zu beteiligen. Traditionell wird der Wettbewerb auch in den Schulunterricht einbezogen. Viele Kunstlehrer engagieren sich für den Wettbewerb und motivieren ihre Schüler zum Mitmachen.

Im Internationalen Jahr der Freiwilligen 2001 stand der 31. Internationale Jugendwettbewerb ganz im Zeichen des bürgerschaftlichen Engagements. Unter dem Motto „Du bist gefragt! Mitdenken, Mit-

reden, Mitmachen“ waren Jugendliche aufgerufen, ihr gesellschaftliches Engagement anhand eines Projektes unter Beweis zu stellen. Die Resonanz war beeindruckend. Über 1,4 Millionen Einsendungen, davon etwa 1 Million allein aus Deutschland, waren zu verzeichnen. Unter ihnen gab es viele Beispiele für soziales, umweltbezogenes und friedenspolitisches Engagement, die vor allem eines deutlich machten: Es gibt viel zu tun in unserem Land – und es gibt viele Möglichkeiten, die nur genutzt werden müssen. Preisträger waren Schülerinitiativen, die in der Natur Müll einsammelten, alte Menschen im Altersheim besuchten und eine Kunstversteigerung zugunsten einer Armen-Apotheke in Brasilien auf die Beine stellten.

Im November 2003 startete der 34. Wettbewerb „jugend creativ“ unter dem Motto: „Wer lacht, lebt!“ Kinder und Jugendliche der Klassen 1 bis 13 können sich wieder am Wettbewerb beteiligen – mit Pinsel, Zeichenstift, Fotoapparat oder PC, Schüler ab der 5. Klasse auch mit der Videokamera. Im Frühjahr 2004 werden die Arbeiten auf Orts-, regionaler sowie auf Landes- und Bundesebene bewertet. Die Besten können es bis zu einer internationalen Auszeichnung schaffen.



Künstler von heute und morgen fördern

Gegenwartskunst und ihre Schöpfer zu unterstützen und einem großen Publikum

konzept der genossenschaftlichen Bankengruppe frische Farbe bekommt: „blue-Orange“ ist der mit 77.000 Euro höchstdotierte Kunstpreis in Deutschland, der im Zweijahresrhythmus an eine international

Bildnachweis: Bernd Lammert



Preisträger des 32. Wettbewerbs „jugend creativ“ vor dem Roten Rathaus in Berlin.



nahe zu bringen ist ein wichtiger Schwerpunkt des Engagements von Volksbanken und Raiffeisenbanken. Denn: Die Qualität einer Gesellschaft misst sich auch daran, inwieweit sie ihren Künstlern Raum und materielle Möglichkeiten zur Entfaltung gewährt. „blueOrange“ ist der Name, unter dem das langjährige Kunst-Förder-

herausragende Künstlerpersönlichkeit vergeben wird – erstmals 2004. Von der Dotierung sind 7.000 Euro der Förderung eines Nachwuchskünstlers vorbehalten, den der Preisträger benennt.

Für den „blueOrange2004“ haben die Initiatoren ein breites Bündnis geschlossen:

Kooperationspartner des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) sind die Berliner Festspiele, die mit dem Martin-Gropius-Bau einen renommierten Veranstaltungsort zur Verfügung stellen, sowie als Hauptmedienpartner das Zweite Deutsche Fernsehen (ZDF). Der Fernsehsender begleitet den Wettbewerb um den „blueOrange

Künstler vergeben, um sie beim Schritt in die berufliche Selbstständigkeit zu unterstützen. Fünf Vernissagen in namhaften Museen, bundesweite Wanderausstellungen, über 100 junge Preisträger und eine Gesamtfördersumme von über 350.000 Euro sind bis heute Bilanz des Engagements.

gehören der Badische Genossenschaftsverband e. V. in Karlsruhe ebenso wie der Genossenschaftsverband Weser-Ems e. V. in Oldenburg, die jeweils ihre Preise mit 2.560 Euro dotierten. Mit einem Sonderpreis engagierte sich auch die Volksbank Leipzig eG.



weisenden Beispielen und neuen Konzepten aktiv Verantwortung für das soziale und kulturelle Leben vor Ort übernehmen und auf Selbstorganisation und Eigeninitiative setzen. Mit dem „Förderpreis Aktive Bürgerschaft“ wurden zwanzig Vereine und Initiativen aus ganz Deutschland zwischen 1998 und 2001 prämiert. Die Preissumme betrug insgesamt 45.000 Euro.

Seit 2002 zeichnet die Aktive Bürgerschaft Bürgerstiftungen und Gründungsinitiativen aus, um diese zukunftsweisende Form bürgerschaftlichen Engagements zu unterstützen und in Deutschland bekannter zu machen. Unter dem Motto „Alle reden über die Bürgergesellschaft – wir machen sie!“ fand im Februar 2003 die Preisverleihung im Forum der DZ BANK am Brandenburger Tor in Berlin statt. Ausgezeichnet wurden die Bürgerstiftungen Hannover, Dresden und Fürstfeldbruck. Ein Sonderpreis ging an die Initiative Schwäbisch Haller Bürgerstiftung. Der Preis ist mit 15.000 Euro dotiert.

Die R+V Versicherung trug mit dem Sonderpreis „Kunstfenster Neue Medien“, der erstmals im Jahr 2002 vergeben wurde, den Entwicklungen in der Medienkunst Rechnung. Aus 60 Einsendungen, die sich mit dem Thema „Mensch – Gemeinschaft – Sicherheit“ auseinandersetzten, gewann das Kölner Künstlerpaar Dagmar Keller und Martin Wittwer den ersten Preis für ihre Videoinstallation „Say Hello to Peace und Tranquility“.

Die regionale Komponente soll auch blue Orange bereichern. An entsprechenden Konzepten wird derzeit gearbeitet.

Innovation aus Tradition: Förderpreis Aktive Bürgerschaft

Seit 1998 verleiht die Aktive Bürgerschaft als Initiative des genossenschaftlichen Finanzverbundes unter Schirmherrschaft des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) ihren Förderpreis. In den ersten Jahren richtete er sich an Vereine, die mit weg-



Silke Schatz, Preisträgerin des Kunstpreises 2001/2002, vor ihrem Werk

R+V-Pressesprecherin Rita Jakli und Juror Dr. Christoph Vitali gratulieren den Gewinnern des R+V-Sonderpreises.

Aus Luftschlangen gewebter Teppich von Heike Klusmann, Preisträgerin des Kunstpreises 2001/2002

2004“ unter anderem in seinem Kulturmagazin „aspekte“.

„blueOrange“ ist die Weiterentwicklung eines erfolgreichen Konzepts: Der Kunstpreis der deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken, den er ablöst, wurde 1992 erstmals an junge freischaffende

Seit mehr als zehn Jahren setzt die genossenschaftliche Bankengruppe in der Kunstförderung die Vorteile ihrer Dezentralität und regionalen Verankerung ein. Unter dem Dach des Kunstpreises der deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken haben mehrere regionale Verbände und Unternehmen Sonderpreise ausgelobt. Dazu

Bürgerengagement vor Ort fördern

Mit dem VR-Förderpreis Weser-Ems „Hilfe zur Selbsthilfe“ zeichnet die Arbeitsgemeinschaft der Volksbanken und Raiffeisenbanken in Weser-Ems seit 2002 gemeinnützige Initiativen in der Region aus. 2003 wurde der mit insgesamt 12.000 Euro

Zu den Geehrten zählt zum Beispiel der Verein „Belmer Integrationsclub (BIC)“, der sich für die Eingliederung von Spätaussiedlern und Ausländern einsetzt. Der VR-Förderpreis Weser-Ems wird fachlich begleitet von der Aktiven Bürgerschaft.



BVR-Präsident Dr. Christopher Pleister begrüßt mehr als 500 Gäste aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft zur fünften Verleihung des „Förderpreises Aktive Bürgerschaft“ im Februar 2003.



Die Preisträger des „Förderpreises Aktive Bürgerschaft 2002“

dotierte Förderpreis an sechs Vereine verliehen, deren bürgerschaftliches Engagement die Jury als beispielgebend bewertete. Von regem Interesse der regionalen Öffentlichkeit begleitet, verliehen die Vorstände der Genossenschaftsbanken, in deren Geschäftsgebiet die Preisträger ansässig sind, die Auszeichnungen.

Erfindergeist wird belohnt

Kreative Kräfte von Schülern und Jugendlichen und ihr Engagement für die Zukunftsgestaltung zu fördern ist das Anliegen eines Ideenwettbewerbs für Schüler. Ihn hat die württembergische Volksbank Bad Saulgau eG gemeinsam mit dem

bedienung für eine Digitalkamera und eine Zahnbürste mit integrierter Zahnseide. Firmen der Region, wie die Firma Knoll Maschinenbau, die Firma Claas, die Firma Platz-Haus und die Firma Lock Antriebstechnik, beteiligten sich am Wettbewerb



Alle Teilnehmer des Ideenwettbewerbs in Bad Saulgau erhielten einen Anerkennungspreis.

Störck-Gymnasium Bad Saulgau und der Gewerblichen Schule im Jahr 2002 zum vierten Mal ausgeschrieben. 75 Schüler bewarben sich mit annähernd 100 Erfindungsideen um den mit insgesamt 2.500 Euro dotierten „Junior-Innovationspreis“. Prämiert wurden zum Beispiel eine Fern-

und unterstützten die Teilnehmer etwa bei der Erstellung ihrer Modelle. Die enge Vernetzung mit der örtlichen Wirtschaft und die gute Zusammenarbeit mit den Schulen wurden anlässlich der Preisverleihung von vielen Seiten besonders hervorgehoben.

Nachmachen erlaubt: Nachhaltigkeitspreis für mittelständische Unternehmen

Als Spezialist für ethisch-ökologische Geldanlagen hat die Volksbank Eisenberg eG ihre Zweigniederlassung „EthikBank“ etabliert. Neben der Förderung von Frauen-

Ökologie, Ökonomie und soziales Engagement langfristig in Einklang bringen. Die mit 5.000 Euro dotierte Auszeichnung will beispielhaftem Engagement mittelständischer Unternehmen Aufmerksamkeit verschaffen und zum Nachahmen anregen. 2004 soll der Nachhaltigkeitspreis erstmals verliehen werden.



Der neue Förderpreis „Nachhaltiger Mittelstand“ zeichnet engagierte Unternehmen aus.

und Umweltprojekten aus Kundenspenden und eigenen Mitteln will die EthikBank kleine und mittlere Unternehmen zum nachhaltigen Wirtschaften motivieren. Dazu dient der 2003 ins Leben gerufene Förderpreis „Nachhaltiger Mittelstand“. Preiswürdig sind Unternehmen, die in ihrer täglichen Arbeit die Elemente

Stiftungen

Nachhaltige Mitverantwortung für die Gesellschaft

Die Kultur des Stiftens reicht bis in das Mittelalter zurück. Heute gibt es rund 12.000 rechtlich selbstständige Stiftungen in Deutschland. Auf ihrer Agenda stehen Soziales, Kunst und Kultur, Denkmalschutz, Landschaftspflege, Umweltschutz, Wissenschaft und Forschung. Stiftungen liegen im Trend. Repräsentativen Umfragen zufolge können sich 27 Prozent der Deutschen vorstellen, gemeinsam mit anderen eine Stiftung zu gründen.

Die Stiftung als historisch gewachsene Form bürgerschaftlichen Engagements hat an Bedeutung gewonnen. Stiftungen passen mehr denn je in unsere heutige Zeit.

Auch innerhalb des Finanzverbundes spiegelt sich diese Entwicklung wider. Konkret bringen wir als Finanzdienstleister unsere Kompetenzen für die Stiftungsarbeit ein, etwa durch die Beratung von Stiftern und die Verwaltung ihres Stiftungsvermögens. Zugleich betätigen sich immer mehr Genossenschaftsbanken und Verbundunternehmen selbst als Stifter, um an ihren regionalen Standorten die vielfältigsten gemeinnützigen Belange fördern.

Stiften für die Wissenschaft

Die DZ BANK AG sieht es, wie schon die Vorgängerinstitute der 2001 aus dem Zusammenschluss der DG BANK mit der GZ-Bank hervorgegangenen Zentralbank, als ihre besondere Aufgabe an, über den bankgeschäftlichen Rahmen hinaus die Wissenschaft zu fördern. Zum einen dienen hierzu über Jahrzehnte die Dr. h.c. Rudolf Hartmann-Stiftung und die Prof. Dr. Dr. h.c. Georg Draheim-Stiftung. 1984 wurden die Aufgaben beider Stiftungen zusammengefasst und auf den Wissenschaftsfonds der heutigen DZ BANK im Stifterverband für die Deutsche Wissenschaft, Essen, übertragen. Im Mittelpunkt steht die Förderung von Forschung und Lehre auf dem Gebiet des Genossenschaftswesens. Institutionelle Förderungen erhalten vor allem die Institute der Genossenschaftswissenschaft, die an mehreren deutschen Hochschulen bestehen. Für Projektarbeiten, die sich mit wirtschafts-, rechts- und sozialwissenschaftlichen Fragen der Genossenschaften befassen, werden Forschungsstipendien vergeben.

Zusätzlich wurde 1993 eine gemeinnützige Stiftung bürgerlichen Rechts mit Sitz in Karlsruhe gegründet – die heutige DZ BANK-Stiftung –, um einen auf Dauer angelegten Wissenstransfer von Universitäten und Hochschulen in die Praxis hinein ebenso wie das Herantragen praktischer Fragestellungen an die Wissenschaft zu realisieren. Die DZ BANK-Stiftung hat ei-

nen Stiftungslehrstuhl an der Universität Fridericiana Karlsruhe (TH) eingerichtet und fördert Wissenschaft, Forschung und Lehre auch an anderen Hochschulen, z. B. an der European Business School (EBS) in Oestrich-Winkel. Sie unterstützt außerdem Dozenten und Studenten in ihren wissenschaftlichen Aufgaben und sozialen Belangen.

Für hervorragende Magister- und Diplomarbeiten zum Thema „Banking and Finance“ wird ferner regelmäßig der DZ BANK-Karrierepreis vergeben, der mit Preisgeldern von insgesamt 15.000 Euro dotiert ist.

Bauen – wohnen – leben

Adäquate Lösungen für zentrale Fragen und Herausforderungen zu finden, die den Wohnbedürfnissen unserer Zeit Rechnung tragen – dies ist Sinn und Zweck der Stiftung „bauen – wohnen – leben“ der Bausparkasse Schwäbisch Hall AG. Die Stiftung fördert wissenschaftliche Projekte, besonders durch die Unterstützung von Forschungsvorhaben und Modellversuchen sowie von Lehrstühlen und Expertengesprächen. Gefördert werden ferner familiengerechtes Bauen, ökologische Bauweisen sowie wissenschaftlicher Nachwuchs in der Architektur.

Der von der Stiftung finanzierte Lehrstuhl „Ökonomie und Ökologie im Wohnungsbau“, der 1998 an der Universität Karls-

ruhe (TH) eingerichtet wurde, eröffnet neue Sichtweisen im ökologischen Wohnungsbau und trägt dem interdisziplinären Einsatzgebiet eines Wirtschaftsingenieurs Rechnung. Die Intention des in Deutschland bisher einzigartigen Lehrstuhls ist es, Entwicklungen zu fördern, die aus ökonomischer und ökologischer Sicht zu innovativen und preisgünstigen Formen der Wohneigentumsbildung führen.

darin einig, dass heutige Bedürfnisse und wirtschaftliche Interessen zu befriedigen sind und gleichzeitig den nachfolgenden Generationen ein intaktes ökonomisches, ökologisches und soziales Gefüge übergeben werden muss. Nur: Noch sei nicht ausreichend klar, wie dies konkret im Haus- und Wohnungsbau umgesetzt werden kann. Dies will Professor Lützkendorf an seinem Lehrstuhl herausarbeiten. Die



Prof. Dr. Thomas Lützkendorf (2. v.l.) mit wissenschaftlichen Mitarbeitern des Lehrstuhls an der Universität Karlsruhe (TH), Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Lehrstuhl „Ökonomie und Ökologie des Wohnungsbau“.



Bildschweis: Universität Karlsruhe, Fakultät für Wirtschaftswissenschaften, Ökonomie und Ökologie des Wohnungsbau

Durch die Integration betriebswirtschaftlicher und technischer Aspekte im Studiengang Wirtschaftsingenieurwesen wird eine neue Sichtweise auf dem Forschungsgebiet des Wohnungsbaus gefördert und ein neuer Ansatz in Lehre und Forschung erreicht. Für Professor Dr. Thomas Lützkendorf, erster Inhaber des Stiftungslehrstuhls, ist sich die Gesellschaft weitgehend

Schwäbisch Hall-Stiftung „bauen – wohnen – leben“ übernimmt für zehn Jahre die Kosten der Professur und fördert damit den Aufbau des Lehr- und Forschungsbetriebes für diese komplexe Fragestellung.

Kunst und Forschung fördern

Die im November 2000 ins Leben gerufene Stiftung der Union Investment Gruppe fördert entsprechend ihrem Stiftungszweck Wissenschaft und Forschung, insbe-

förderer die von der Stadt Balingen organisierte Ausstellung „Paul Klee – Jahre der Meisterschaft“ und die 2002 in Frankfurt ausgerichtete internationale Kunstausstellung „Manifesta 4 – Europäische Biennale zeitgenössischer Kunst“.

Daneben wurde die Wirtschaftswissenschaftliche Fakultät der Humboldt-Universität zu Berlin unterstützt.

70 Laienschauspieler aus dem Oldenburger Land führten Dank der Unterstützung der VR-Stiftung Norddeutschland das Stück „Lear – König am Meer“ nach Shakespeare auf.



Bildnachweis: Genossenschafts-Magazin 8/2002



Bildnachweis: Johannes Marburg Fotografie Berlin

Kunstprojekt „Das große Hasenstück“ – gefördert von der Union Investment Stiftung

sondere in den Bereichen des Investment- und Kapitalanlage- sowie des Genossenschaftswesens, Bildung und Erziehung sowie Kunst und Kultur.

In den Jahren 2001 und 2002 unterstützte die Union Investment Stiftung vor allem Projekte mit künstlerischem oder kulturellem Schwerpunkt, so als einer der Haupt-

Die Förderschwerpunkte im Jahr 2003 lagen im Bereich Wissenschaft und Forschung. Unterstützt werden zwei Lehrstühle für Asset-Management. Außerdem war die Union Investment Stiftung Hauptsponsor des international beachteten Kunstprojekts von Prof. Ottmar Hörl „Das große Hasenstück“ auf dem Nürnberger Hauptmarkt, mit dem der international

renommierte Bildhauer und Konzeptkünstler in Zusammenarbeit mit der Stadt Nürnberg an die Entstehung des berühmten Aquarells von Albrecht Dürer „Das große Hasenstück“ vor 500 Jahren erinnerte.

Für die nächsten Jahre sieht das Förderkonzept der Union Investment Stiftung vor, Wissenschaft und Forschung insbesondere durch die Fortführung der Unterstützung eines Lehrstuhls für Asset Management voranzubringen. Darüber hinaus soll die Allgemein- und Breitenbildung durch ein Angebot von Fachvorträgen zu Themen wie Altersvorsorge, Rentenversicherung, Investment und Kapitalanlage und anderen Themen in Schulen, Schuleinrichtungen und Bankakademien gefördert werden. Auch größere kulturelle und künstlerische Veranstaltungen mit nicht ausschließlich lokaler Außenwirkung sind Teil des Förderprogramms.

Vielfalt stiften

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken in Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Brandenburg gründeten 1990 die VR-Stiftung der Volksbanken Raiffeisenbanken in Norddeutschland. Das Stiftungskapital stammt größtenteils aus den Zweckerträgen des Gewinnsparens, die von der VR-Gewinnspargemeinschaft e. V. bereitgestellt werden.

Die Stiftung fördert verschiedene Projekte in den Bereichen Kunst und Kultur, Erziehung und Bildung, Natur- und Umweltschutz und im sozialen Bereich. In den Genuss der Förderung durch die VR-Stiftung sind in Norddeutschland schon viele Projekte gekommen. Im Jahr 2002 wurden insgesamt 72 Projekte mit einem Finanzvolumen von über 500.000 Euro unterstützt, darunter beispielsweise die Freilichtaufführung „Lear – König am Meer“ vom Verein Gaudium Frisia und der Gemeinde Wangerland, die „go-sports-tour“ der Sportjugend Niedersachsens – eine Initiative gegen Gewalt und Drogen, die Renaturierung des Wiesenvogelgebietes „Scheehorner Bruch“, die Ausstellung „Kleider machen Politik“ und der Autorenwettbewerb „Stückpreis Niederdeutsch“.

Brücken zwischen Kultur und Wirtschaft bauen

Die Stiftung Niedersächsischer Volksbanken und Raiffeisenbanken orientiert sich stets an ihrer Leitidee, Brücken zwischen Kultur, Wissenschaft und Wirtschaft zu schaffen. Im Jahr 1990 gründeten die niedersächsischen Volksbanken und Raiffeisenbanken des heutigen Genossen-

schaftsverbandes Norddeutschland e. V. die Stiftung. In der Arbeit der Stiftung wird besonders auf verbindende Elemente gesetzt. Dies reflektiert auch ein genossenschaftliches Grundmotiv: Zusammenarbeit. Gefördert werden kulturelle Vorhaben mit Ereignischarakter wie Theaterprojekte, Konzertveranstaltungen, Ausstellungen, Festivals sowie der Transfer wissenschaftlicher Ergebnisse in eine breite Öffentlichkeit.



Seit dem Jahr 2002 ist die Stiftung Partner der LiteraTour Nord, eine literarische Fünfstädtetournee, auf der sechs Autorinnen und Autoren der deutschsprachigen Literatur neue Werke auf Lesungen in Oldenburg, Bremen, Lübeck, Hannover und Lüneburg vorstellen. Besonderer Anreiz für die Autoren ist neben der Reputation der Lesereise der jährlich mit 15.000 Euro dotierte Preis der LiteraTour Nord.

Von der Stiftung Niedersächsischer Volksbanken und Raiffeisenbanken wurden im Jahr 2002 33 Projekte mit einem Finanzvolumen von über 165.000 Euro gefördert.

Qualität durch Qualifizierung

Einrichtungen der Kirche und Diakonie sowie deren Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bilden den Kunden- und Mitgliederkreis der Evangelischen Kreditgenossenschaft eG in Kassel. Den Anspruch, Partner und Förderer ihrer Mitglieder zu sein, bezieht die Bank aber nicht allein auf ihre Geschäftstätigkeit. So hat sie 1996 die EKK-Stiftung gegründet, deren Schwerpunkt auf der beruflichen Qualifizierung begabter evangelischer Nachwuchskräfte in Kirche und Diakonie liegt. Ziel ist es, die Fort- und Weiterbildung in diesem Sektor zu optimieren, denn der Bedarf an hoch qualifizierten Fachkräften gerade im sozialen Bereich wächst. Und auch Institutionen des Non-Profit-Sektors müssen sich einem verschärftem Wettbewerb stellen.

Seit 1996 hat die EKK-Stiftung rund 50 Projekte mit einem Gesamtvolumen von über 360.000 Euro (Stand Dez. 2003) gefördert. Darunter fallen beispielsweise die hoch spezialisierte Fortbildung für Management in sozialen Organisationen an der Diakonischen Akademie Deutschland GmbH in Berlin, einem der Spitzeninstitute für Fortbildung von Kirche und Diakonie in Deutschland, oder das General Management-Seminar für Executives und Leadership in St. Gallen, Schweiz.

Weg frei für Auszubildende



Die „VIA-Initiative Jugendförderung Stiftung der Volksbank Ahlen-Sassenberg-Warendorf eG“ wurde 1997 gegründet. VIA-Vorstandsmitglied Bankdirektor Dieter Ritter über die Stiftung: „Der Nachwuchs ist unser größtes Kapital – das gilt auch und gerade in Zeiten des Strukturwandels. Die VIA-Initiative begreift sich als

sich noch in der Existenzgründungsphase befinden, und Auszubildende, die Ausbildungsschwierigkeiten haben. Die Ergebnisse können sich sehen lassen: Rund 80 neue Ausbildungsplätze wurden durch die VIA-Initiative in der Region geschaffen. Rund 40 Ausbildungsbetriebe konnten durch die Stiftung mit über 200.000 Euro



Liane Dirks, Preisträgerin der Lesereise LiteraTour Nord 2002/2003



Der „VIA-Förderpreis“ für Innovation in der Ausbildung ging zum Beispiel im November 2002 an die VEKA AG, Sendenhorst.

Brückenbauer zwischen der Jugend und der Unternehmerschaft. Sie will Vorbild sein für alle, die ebenso Verantwortung übernehmen und dazu beitragen wollen, dass junge Menschen wieder eine Perspektive bekommen.“ Gefördert werden neue Berufsbilder bzw. Ausbildungsgänge in allen Ausbildungsbereichen der neuen Medien, sowie Ausbildungsbetriebe, die

gefördert werden. 40 weitere Betriebe griffen die Idee auf und bilden zusätzlich aus. Zum dritten Mal ist im Jahr 2002 der „VIA-Förderpreis für Innovation in der Ausbildung“ verliehen worden, um Betriebe und Meister auszuzeichnen, die Außergewöhnliches für die Berufsausbildung geleistet haben. Drei Firmen profitierten bereits von der Auszeichnung, die mit jeweils 5.000 Euro dotiert ist.

Talente fördern

Anlässlich ihres hundertjährigen Jubiläums im Jahr 1999 gründete die Volksbank Lüneburger Heide eG in Soltau eine Stiftung, um neue Akzente im Landkreis Soltau-Falingbostel zu setzen. „Uns geht es vor allem darum, jungen Menschen unserer Region mit besonderen Begabungen die Möglichkeit zu bieten, ihre Talente zu ent-

kommen, mit dem ihre besonderen Begabungen gefördert werden.

Initiative Stiftung

Die „Initiative Stiftung“ von den Volksbanken und Raiffeisenbanken in Hessen,



Treffen der Stipendiaten der Stiftung der Volksbank Lüneburger Heide im Juni 2003



Stiftungsratgeber der „Initiative Stiftung“

falten“, erklärt Peter Bade, Vorstandsmitglied der Bank. Die Stiftung der Volksbank Lüneburger Heide startete mit rund 250.000 Euro, rund 15.000 Euro stehen jährlich für die Förderung von Musik, Sport, Handwerk und Technik zur Verfügung. Seit 1999 sind bereits 24 junge Menschen in den Genuss eines Stipendiums ge-

Rheinland-Pfalz, im Saarland und in Thüringen im Jahr 2001 gestartet, informiert über Stiftungsgründungen, um so zusätzliches gemeinnütziges Engagement für die Gesellschaft zu ermöglichen. Dies geschieht durch Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungen und die Ausgabe von praxisbezogenen Informationsmaterialien für potenzielle Stifter.

Bürgerstiftungen

Stiftungen für dich und mich

Seit Mitte der 1990er Jahre entstehen in Deutschland Bürgerstiftungen als Ausdruck einer modernen Bürgergesellschaft. Hierzulande gibt es etwa 60 Bürgerstiftungen, die über ein Vermögen in Höhe von schätzungsweise 25 Millionen Euro verfügen.

Bürgerstiftungen sind „Stiftungen für dich und mich“, bei denen das Stiftungskapital gemeinsam von Privatpersonen, mittelständischen Unternehmen, Handwerkern, Freiberuflern und vielen anderen aufgebracht wird. Praktisch jeder kann es sich leisten, Stifter oder Stifterin zu werden, denn das Stiftungskapital wird langfristig aus vielen, auch kleineren Beträgen aufgebaut.

Bürgerstiftungen sind „auf ewig“ angelegt und wirken nachhaltig, da nur Erträge und Spenden ausgeschüttet werden. Mit eigenen Projekten oder durch die Förderung bestehender Initiativen setzen sie sich für die Lösung großer und kleiner Probleme vor Ort ein.

Volksbanken und Raiffeisenbanken sind ideale Partner dieser innovativen Stiftungsform

Bürgerstiftungen stehen für die gleichen Werte wie die Genossenschaftsbanken: Selbsthilfe, Selbstverantwortung und Selbstverwaltung. Damit Idee und Konzept der Bürgerstiftung in Deutschland umgesetzt werden können, braucht es bundesweite Unterstützung. Volksbanken Raiffeisenbanken sind mit ihrer dezentralen Verbundstruktur die idealen Partner und Multiplikatoren von Bürgerstiftungen. Diese Stiftungen vermitteln die traditionellen genossenschaftlichen Werte auf zeitgemäße Weise. Bürgerstiftungen sind ein tragfähiges Modell für das erfolgreiche Zusammenwirken von Good Citizens und Corporate Citizens.

Zum Jahresbeginn 2002 startete der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) als Schirmherr der Aktiven Bürgerschaft die „Kampagne Bürgerstiftungen“. Der BVR rief seine Mitgliedsbanken auf, sich als Corporate Citizens zu positionieren und Bürgerstiftungen mit zu initiieren, zu fördern und zu unterstützen. Neun Bürgerstiftungen sind bislang von Volksbanken und Raiffeisenbanken gegründet worden. Sie haben gemeinsam mit engagierten Bürgern, Unternehmen und anderen Organisationen bisher ein

Startkapital von rund 2 Millionen Euro zusammengebracht. Über 30 deutsche Bürgerstiftungen werden darüber hinaus von ihrer örtlichen Genossenschaftsbank tatkräftig unterstützt. Und zwar finanziell sowie nicht zuletzt durch das persönliche Engagement der Mitarbeiter.

Von der Aktiven Bürgerschaft erhalten die Banken das Know-how für die Gründung und die Arbeit von Bürgerstiftungen, so dass sie sich als Multiplikatoren und Initiatoren kompetent einsetzen können. Mit dem „Förderpreis Aktive Bürgerschaft“ wird diese neue Stiftungsform unterstützt und in der breiten Öffentlichkeit bekannt gemacht. Damit sich möglichst viele für das Gründen einer neuen Bürgerstiftung entscheiden.

Diese Bürgerstiftungen sind von Genossenschaftsbanken oder Unternehmen des FinanzVerbundes bislang initiiert worden:

- 1 Bürgerstiftung Zevener Volksbank
Zevener Volksbank eG
- 2 „Jade Wirtschaftsraum Regionalstiftung (JaWir-Stiftung)“
Arbeitsgemeinschaft der Volksbanken im Landkreis Friesland
- 3 Raiffeisen-Bürgerstiftung Ostfriesland
Raiffeisen-Volksbank eG
- 4 Bürgerstiftung Ostfalen
Volksbank Helmstedt eG
- 5 Bürgerstiftung Hellweg-Region
Volksbank Hellweg eG
- 6 Bürgerstiftung für den Landkreis Mittweida
Volksbank Mittweida eG
- 7 Bürgerstiftung für die Region Mosbach
Volksbank eG Mosbach
- 8 Schwäbisch Haller Bürgerstiftung „Zukunft für junge Menschen“
Bausparkasse Schwäbisch Hall AG, Volksbank Schwäbisch Hall eG

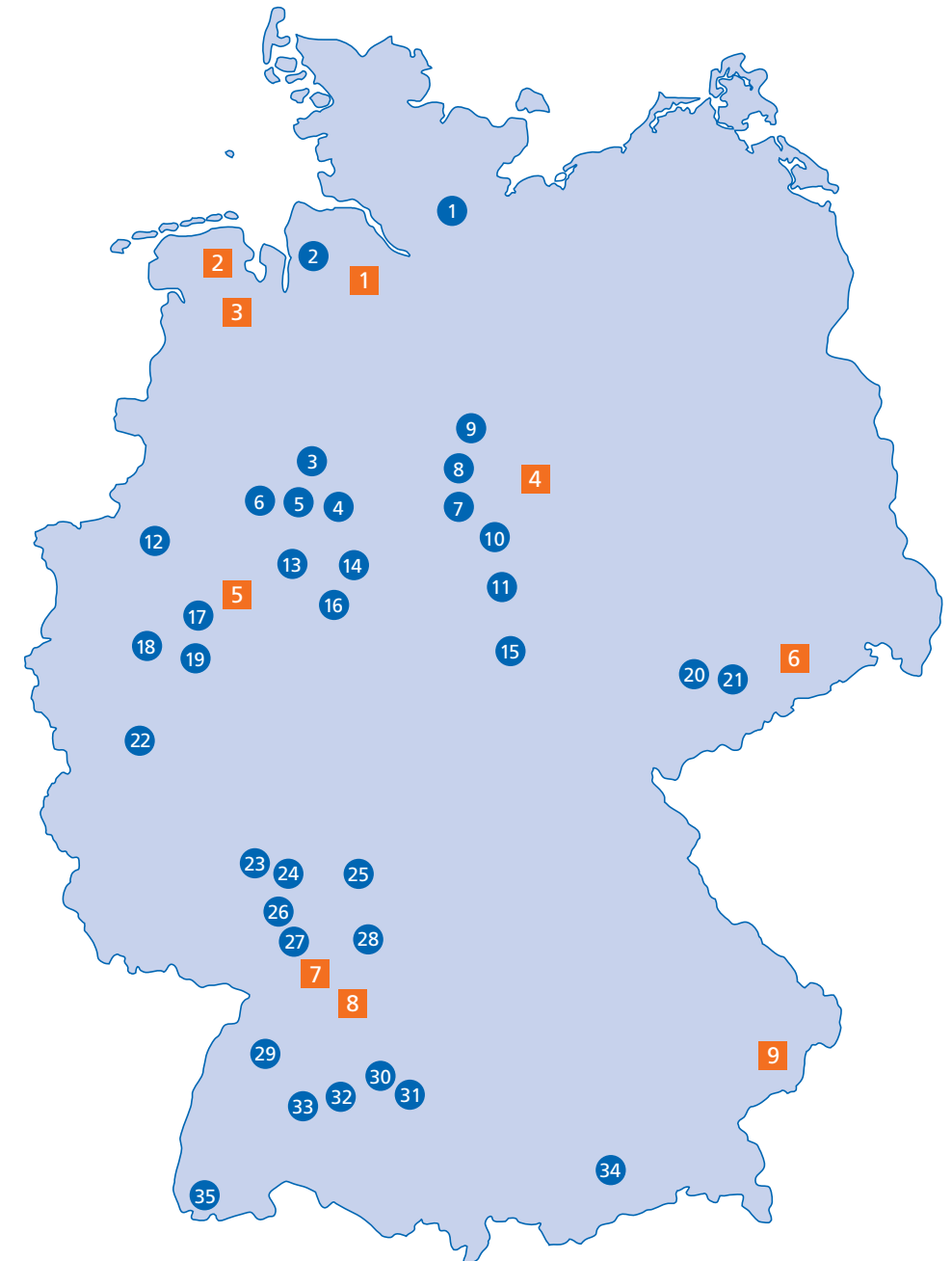
- 9 Passauer Bürgerstiftung der Volksbank
Volksbank-Raiffeisenbank Passau-Freyung eG

Diese Bürgerstiftungen werden von der örtlichen Genossenschaftsbank unterstützt:

- 1 Bürgerstiftung Ahrensburg –
Raiffeisenbank Südstormarn eG
- 2 Bürgerstiftung Bremerhaven –
Volksbank eG Bremerhaven-Wesermünde
- 3 Bürgerstiftung Wallenhorst in Weser-Ems –
Volksbank Bramgau eG
- 4 Bürgerstiftung Osnabrück –
Volksbank Osnabrück eG
- 5 Bürgerstiftung Tecklenburger Land –
Volksbank Tecklenburger Land eG
- 6 Bürgerstiftung Schloss Bentlage –
Volksbank Nordmünsterland eG
- 7 Barsinghäuser Bürgerstiftung –
Hannoversche Volksbank eG
- 8 Bürgerstiftung Hannover –
Hannoversche Volksbank eG
- 9 Bürgerstiftung Isernhagen –
Volksbank Burgdorf-Celle eG
- 10 Bürgerstiftung Salzgitter –
Volksbank Salzgitter-Wolfenbüttel eG
- 11 Bürgerstiftung für Goslar und Umgebung –
Volksbank Nordharz eG
- 12 Bürgerstiftung Dülmen –
Volksbank Coesfeld eG
- 13 Bürgerstiftung Herzebrock-Clarholz –
Volksbank Gütersloh eG
- 14 Bürgerstiftung Schwalenberg –
Volksbank Ost-Lippe eG
- 15 Bürgerstiftung Göttingen –
Volksbank Göttingen eG
- 16 Bürgerstiftung Büren –
Volksbank Büren und Salzkotten eG
- 17 Bürgerstiftung Förderturm Bönen –
Volksbank Bönen eG
- 18 Bürgerstiftung Herten –
Volksbank Herten/Westerholt eG
- 19 Bürgerstiftung Wipperfürth –
Volksbank Wipperfürth-Lindlar eG
- 20 Bürgerstiftung Blankenhain –
VR Bank Weimar eG
- 21 Bürgerstiftung ZwischenRAUM, Jena –
Raiffeisen-Volksbank Hermsdorfer Kreuz eG, Volksbank Saaletal eG
- 22 Bürgerstiftung Erfstadt –
VR Bank Brühl-Erfstadt eG
- 23 Wiesbaden Stiftung –
Wiesbadener Volksbank eG
- 24 Bürgerstiftung Festung Rüsselsheim –
Rüsselsheimer Volksbank eG
- 25 Bürgerstiftung Breuberg –
Volksbank Odenwald eG
- 26 Bürgerstiftung Lautertal –
Volksbank Bergstraße eG

- 27 Mannheimer Bürgerstiftung –
Volksbank Rhein-Neckar eG
- 28 Bürgerstiftung Eberbach –
Volksbank Neckartal eG
- 29 Bürgerstiftung Baden-Baden –
Volksbank Baden-Baden Rastatt eG
- 30 Bürgerstiftung Tübingen –
Volksbank Tübingen eG
- 31 Bürgerstiftung Reutlingen –
Volksbank Reutlingen eG

- 32 Bürgerstiftung Oberndorf a.N. –
Volksbank Schwarzwald-Neckar eG
- 33 Bürgerstiftung Schramberg –
Volksbank Schwarzwald-Neckar eG
- 34 Bürgerstiftung Fürstenfeldbruck –
Volksbank Raiffeisenbank Fürstenfeldbruck eG
- 35 Bürgerstiftung Lörrach –
Volksbank Dreiländereck eG



Zukunft für junge Menschen

Ein hohes Tempo legte die Schwäbisch Haller Bürgerstiftung „Zukunft für junge Menschen“ schon in ihrer Gründungsphase vor. Dafür erhielt sie den „Förderpreis Aktive Bürgerschaft 2002“. „Uns ist ein guter Start gelungen: ein gut dotiertes



Bildnachweis: Christof Rieken



Bildnachweis: Arslan

Die Vorstandsmitglieder der Schwäbisch Haller Bürgerstiftung präsentieren ihren Ideenwettbewerb.

„Das Konzept der Bürgerstiftung hat uns überzeugt. Wir sind der Meinung, das passt zu uns“, so Manfred Wortmann, Vorstandsvorsitzender der Volksbank Hellweg eG.

Stiftungsvermögen von über 600.000 Euro und engagierte Bürger in unseren Reihen“, bilanziert Roland Vogelmann von der Bausparkasse Schwäbisch Hall AG, der die Bürgerstiftung im Dezember 2002 mitgründete. Neben der Bausparkasse Schwäbisch Hall tragen die Stiftung heute Schwäbisch Haller Bürger und ortsan-

sässige Firmen, zum Beispiel die VR Bank Schwäbisch Hall eG, die Löwenbrauerei Wildbadquelle, die Hohenloher Molkerei eG, die Optima und andere. Acht Projekte, die von Jugendlichen initiiert wurden – vom Hip-Hop-Event über Umweltprojekte, eine Kinderakademie für besonders Begabte bis hin zum politischen Planbeispiel –, gewannen im Oktober 2003 den mit insgesamt 15.000 Euro dotierten Ideenwettbewerb „Ich will's besser“ der Bürgerstiftung.

Gemeinsam was bewegen: Bürgerstiftung Hellweg-Region

Die Volksbank Hellweg eG ist die erste rheinisch-westfälische Genossenschaftsbank, die eine Bürgerstiftung ins Leben gerufen hat. Im November 2002 wurde die Bürgerstiftung Hellweg-Region gegründet. Im Mai 2003 konnte sie bereits zum ersten deutschen Kongress des Mittelstandes in Frankfurt/M. als gutes Beispiel für Corporate Citizenship vorgestellt werden.

Manfred Wortmann, Vorstandsvorsitzender der Volksbank Hellweg eG: „Wir erkennen und spüren die Grenzen staatlicher Fürsorge. Die Zukunft und die Gestaltung unseres Gemeinwesens erfordern neue Lösungsansätze durch privates und öffent-



liches Engagement verantwortungsbewusster Bürgerinnen und Bürger sowie privatwirtschaftlicher Unternehmen. Als genossenschaftliches Kreditinstitut engagieren wir uns regional dort, wo staatliche Unterstützung aufhört. Mit der Bürgerstiftung Hellweg-Region wollen wir einen Beitrag zur Förderung von Bürgerengagement leisten. Das Leitmotiv unserer Bürgerstiftung 'Gemeinsam was bewegen' trifft auch den Kern unseres Corporate Citizenship: gemeinsam mit anderen durch bürgerschaftliches Engagement die Zukunft unseres Gemeinwesens schon heute verantwortlich mitzugestalten.“

Von Menschen für Menschen: Bürgerstiftung für die Region Mosbach

Als Good Corporate Citizen will sich die Volksbank eG Mosbach langfristig für die Region Mosbach einsetzen und damit einen Beitrag zur Entwicklung der Bürger-

gesellschaft vor Ort leisten. Deshalb hat sie am Jahresende 2002 eine Bürgerstiftung gegründet.



Klaus Saffenreuther,
Vorstandsvorsitzender der Volksbank eG
Mosbach: „Wir legen einen Matching Fund
von 150.000 Euro für die 'Bürgerstiftung
für die Region Mosbach' auf.“

Im Gespräch mit Klaus Saffenreuther, Vorstandsvorsitzender der Volksbank eG Mosbach

Redaktion: Herr Saffenreuther, warum hat Ihr Institut eine Bürgerstiftung gegründet?

Saffenreuther: Die Volksbank Mosbach ist als mittelständisches Unternehmen mit langer Tradition sehr eng mit den Menschen unserer Region verbunden. Eine starke Verantwortung ist für die Bank hieraus erwachsen. Sie drückt sich durch wirtschaftliches, aber auch durch soziales und kulturelles Engagement der Genossenschaftsbank aus.

Redaktion: Wie haben Sie die Idee der Bürgerstiftung vor Ort bekannt gemacht und Mitstreiter gewonnen?

Saffenreuther: Die Bürgerstiftung für die Region Mosbach wird von dem Leitgedanken getragen: „Von Menschen für Menschen.“ Unser Ziel war es von Beginn an, ein möglichst breites Spektrum der Gesellschaft in den Stiftungsgremien und damit in der Stiftungsarbeit abzubilden. Wir haben es geschafft, Vertreter aus Wirtschaft, Sport, Bildung, Kultur, Wissen-



schaft, Kommunalpolitik und kirchennahen Einrichtungen zu gewinnen, und gehen davon aus, dass wir eine große Akzeptanz haben werden. Um noch mehr Leute hinter die Bürgerstiftung zu bringen, geben wir neben der Einlage des Stiftungskapitals von 100.000 Euro weitere 150.000 Euro als Matching Fund, wenn wir Menschen finden, die bereit sind, in die Stiftung mit hineinzugehen. Je mehr Bürger der Region wir finden, die zur Bürgerstiftung zustiften und sich damit identifizieren, desto mehr wird darüber gesprochen, zu Hause, an den Stammtischen, in den Vereinen, die Presse wird interessierter sein, mehr Transparenz kommt hinein. Je schneller das Stiftungskapital wächst, umso besser können wir gemeinnützige Projekte fördern.

Weitere Beispiele



JaWir-Stiftung

Die kompetente Stiftungsarbeit der Bürgerstiftung „Jade Wirtschaftsraum Regionalstiftung (JaWir-Stiftung)“, die 1998 von der Arbeitsgemeinschaft der Volksbanken im Landkreis Friesland gegründet wurde, zählt sich aus. Von 23.000 Euro im Jahr 1999 erhöhte sich das Fördervolumen auf 140.000 Euro im Jahr 2002. Das Stiftungskapital beträgt mit den neu gegründeten Treuhandstiftungen und den hinzugewonnenen Partnerstiftungen mehrere Millionen Euro. Möglich wurde dies vor allem durch die hauptamtliche Besetzung mit Dr. Jens Rütters, geschäftsführender Vorstand der JaWir-Stiftung. Gefördert werden gemeinnützige Projekte in Friesland, Wilhelmshaven und im gesamten Jade-Wirtschaftsraum.



Passauer Bürgerstiftung der Volksbank

Als Passaus älteste Stiftung 2000 ihr 800-jähriges Jubiläum feierte, wurde zugleich von der Volksbank-Raiffeisenbank Passau-Freyung eG die jüngste Stiftung der Stadt ins Leben gerufen, die Passauer Bürgerstiftung der Volksbank. Das Grundkapital von 53.000 Euro war bereits kurz nach der Gründung durch Zustiftungen auf 66.000 Euro angewachsen. Heute beträgt das Stiftungskapital 157.688 Euro und soll durch einen Matching Fund weiter erhöht werden.



Bürgerstiftung für den Landkreis Mittweida

Im Jahr 2000 hat die Volksbank Mittweida eG die Bürgerstiftung mit einem Fonds in Höhe von 250.000 Euro ausgestattet, um zügig erste Projekte im Landkreis anzuschließen. Ein Jahr später wurde das Stiftungskapital um weitere 50.000 Euro aufgestockt. Aus den Zinserträgen standen die ersten Förderungen in Höhe von 10.000 Euro zur Verfügung. Statt einmaligem Sponsoring will die Volksbank dauerhaft etwas für den sächsischen Landkreis tun.

Raiffeisen-Bürgerstiftung Ostfriesland

„Junge Bürgerstiftung schüttet zum ersten Mal Zuschüsse aus.“ So lautete eine Schlagzeile einer ostfriesischen Tageszeitung im September 2002. Im August vergab die Raiffeisen-Bürgerstiftung Ostfriesland mit Sitz in Uplengen die ersten Erträge aus dem Stiftungskapital an die Kirchengemeinde Detern und die Jugendfeuerwehren aus Ostgroßefehn und Uplengen (je 2.000 Euro). Die Stiftung wurde im Jahr 2000 von der Raiffeisen-Volksbank eG in Uplengen gegründet.

Bürgerstiftung Zevener Volksbank

Neue Bürgerstiftung vor den Toren Hamburgs: Die Zevener Volksbank eG gründete im September 2002 die Bürgerstiftung Zevener Volksbank in Sittensen. Mit 300.000 Euro legte sie den ersten Grundstein für die Stiftung. Andere Unternehmen, Einrichtungen und Privatpersonen sind eingeladen, am Aufbau der Bürgerstiftung mitzuwirken.



Bürgerstiftung Ostfalen

Die Bürgerstiftung Ostfalen für die Landkreise Helmstedt, Ohrekreis und Bördekreis ist eine Initiative der Volksbank Helmstedt eG. Aufgrund ihrer regionalen Verbundenheit als „Bank aus der Region, für Menschen in der Region“ sieht es die Volksbank Helmstedt eG als Selbstverpflichtung an, ihre Mitglieder zu fördern und darüber hinaus die Entwicklung der Region zu unterstützen. Die Bürgerstiftung ist im Dezember 2003 mit 160.000 Euro Stiftungskapital und zwei Unterstiftungen an den Start gegangen.

Spenden und Sponsoring

Mit bewährten Mitteln neue Wege gehen

Rund vier von fünf kleinen und mittleren Unternehmen engagieren sich für wohltätige Zwecke in Deutschland, wie jüngst das Institut für Mittelstandsforschung Bonn belegte.

Am häufigsten geschieht dies durch Geld- und Sachspenden, aber auch, indem Mitarbeiter oder Unternehmer sich ehrenamtlich engagieren oder Dienstleistungen der Firmen kostenlos erbracht werden. Damit verfügen mittelständische Unternehmen über gute Voraussetzungen, um an ihr bisheriges Engagement anzuknüpfen und es im Sinne von Corporate Citizenship weiterzuentwickeln.

Für die genossenschaftliche Bankengruppe ist unternehmerisches gesellschaftliches Engagement keine Modeerscheinung, sondern hat seit den Anfängen einen festen Platz in unserer Unternehmensverfassung.

Diese gute Tradition sowie die damit verbundenen Erfahrungen erhöhen die Kompetenz des Finanzverbundes für Corporate Citizenship und die Glaubwürdigkeit unseres Anspruchs, soziale Verantwortung vor Ort heute und in Zukunft zu übernehmen.

Gemeinnützige Vorhaben brauchen finanzielle Unterstützung und persönlichen Einsatz, um eine solide Basis zu haben. Deshalb verbindet der Finanzverbund Geld- und Sachspenden mit dem, was die Genossenschaftsbanken und Verbundunternehmen am besten können, um sich an ihren Standorten wirkungsvoll zu engagieren.

Gemeinsam Aktiv – Bürgerengagement in Hessen

Die Landesehrenamtsagentur ist eine zentrale Serviceeinrichtung für das freiwillige Engagement in Hessen. Mit der vom Genossenschaftsverband Frankfurt e. V. koordinierten Unterstützung der hessischen Verbundunternehmen – als einer von zwei Hauptsponsoren – konnte die Ehrenamtsagentur im Rahmen der Kampagne der Landesregierung „Gemeinsam Aktiv – Bürgerengagement in Hessen“ im Jahr 2001 ihre Arbeit aufnehmen. Damit bürgerschaftliches Engagement vor Ort, in der Nachbarschaft und im Stadtteil stattfindet, fördert die Agentur Initiativen auf kommunaler und verbandlicher Ebene, vernetzt diese und organisiert Erfahrungsaustausch und Weiterbildung. Gemeinsam mit der hessischen Landesregierung hat der Genossenschaftsverband Frankfurt e. V. das „Stiftungsverzeichnis Hessen“ herausgegeben. Mit diesem Verzeichnis liegen erstmals komprimierte Informationen über 600 gemeinnützige Stiftungen in Hessen vor.



Das Modell der Bürgerstiftung kommt jetzt auch in Hessen wesentlich voran. Um Bürgerstiftungen in Hessen bekannter zu machen und zur Gründung solcher Stiftungen zu ermutigen, veranstalteten die hessische Landesregierung und die Aktive Bürgerschaft im November 2003 den 1. Hessischen Bürgerstiftungstag im Hause der Volksbank Gießen-Friedberg eG.

Bankvorstand zum Arbeitsfrühstück in der Schule

Die Volksbanken Raiffeisenbanken in Ostfriesland und die Ostfriesen-Zeitung gaben in 2002 den Startschuss für das Lernprojekt „ZiSCH – Zeitung in der Schule“. In zwei Projektstaffeln wird Zeitunglesen zum Unterrichtsgegenstand, denn die Zeitung richtig zu lesen will gelernt sein. Die

Für die beteiligten Genossenschaftsbanken bedeutet das Engagement für ZiSCH mehr als Spenden oder Sponsoring. Bankdirektor Reinhard Schoon, Raiffeisen-Volksbank eG, Uplengen/Aurich, betonte bei der Auftaktveranstaltung im Mai 2002, dass die Banken Schüler darin bestärken möchten, die Flut von unterschiedlichen Informationen aus Fernsehen, Internet und Tageszeitung aufzunehmen, zu sor-

Jugendliche arbeiten für einen guten Zweck

Unterricht mal in anderer Form: Schüler in Hamburg, Niedersachsen und Schleswig-Holstein sammeln Erfahrungen in der Arbeitswelt und engagieren sich gleichzeitig für einen guten Zweck. Seit 1998 ruft der Verein „Schüler Helfen Leben“ zum „Sozialen Tag“ auf, an dem Schüler schulfrei

Abwicklung. Ihren Arbeitslohn in Höhe von insgesamt 500 Euro, den die Bank zur Verfügung stellte, spendeten die Schüler an „Schüler Helfen Leben“. Die Aktion fand im gesamten Haus der Deutschen Genossenschafts-Hypothekenbank AG großen Anklang, so dass sich die Bank auch am kommenden „Sozialen Tag“ beteiligen wird.



Acht Schüler der Kunst-AG schufen den „Zeitungsredakteur“ im Rahmen des Lernprojekts „ZiSCH“



Bildnachweis: Genossenschafts-Magazin 1/2003

Jan-Philipp Rückert (l.) und Henning Albrecht, beide 17 Jahre alt, halfen am „Sozialen Tag“ einen Tag im Deckungsbüro.



Bildnachweis: DG HYP Deutsche Genossenschafts-Hypothekenbank AG



Bildnachweis: DG HYP Deutsche Genossenschafts-Hypothekenbank AG

V. l. : Fiona Schönbohm (11 Jahre), Jo-Ana Herweg (16 Jahre) und Janina Ohlour (11 Jahre) unterstützten die Verwaltung am „Sozialen Tag“ beim Versand des Hypofix-Reportes .

Idee: Schüler erhalten während des Projektes die aktuelle Ausgabe der Ostfriesen-Zeitung und erleben die Tageszeitung nicht nur aus der Perspektive des Lesers, sondern recherchieren als Jung-Journalisten selbst Geschichten, lernen den Zeitungsverlag kennen und erfahren, was man aus Zeitung alles machen kann.

tieren und auch kritisch zu bewerten. Schüler führten unter anderem Interviews zu Bankthemen durch. Gemeinsam wurde eine Themenliste für die Recherchen vorbereitet und ein Arbeitsfrühstück mit dem Bankvorstand zum Thema „Wie wird man Chef einer Volksbank oder Raiffeisenbank?“ veranstaltet. An der ersten dreimonatigen Etappe beteiligten sich 83 Schulklassen.

bekommen, um in einem Unternehmen zu arbeiten. Und um das verdiente Entgelt an die Jugendprojekte des Vereins auf dem Balkan sowie für die erste Schülerstiftung in Deutschland zu spenden. Die Deutsche Genossenschafts-Hypothekenbank AG in Hamburg beteiligte sich im Jahr 2002 an der Aktion. Fünf Schüler arbeiteten in den Abteilungen Verwaltung und Treasury-

In den vergangenen fünf Jahren haben sich insgesamt 345.000 Schüler am „Sozialen Tag“ engagiert. Mit einem Durchschnittslohn von 20 Euro wurden von ihnen 6,6 Millionen Euro an Spenden erarbeitet.

Schirmherrschaft heißt sich
dauerhaft engagieren



Das Waldmobil der Schutzgemeinschaft Deutscher Wald feierte im Jahr 2002 sein zehnjähriges Jubiläum. Das Waldmobil, auch „Wald-i“ genannt, ist ein „rollender Waldlehrpfad“ für mobile Umwelterzie-

zen, haben nun auch die Schirmherrschaft übernommen. Denn: Privatinitiativen wie diese sind auf finanzielle Unterstützung durch Spenden und Sponsoren angewiesen. Da sich die Volksbanken Raiffeisen-



Mit dem Waldmobil „Wald-i“ unterwegs



bank, der inzwischen über 1.000 Schul-
klassen und mehr als 20.000 Kinder und
Jugendliche in Baden-Württemberg den
Lebensraum Wald näher gebracht hat. Die
Volksbanken Raiffeisenbanken in Würt-
temberg, die seit mehr als fünf Jahren das
Projekt mit jährlich 15.000 Euro unterstüt-

zen, haben nun auch die Schirmherrschaft
übernommen. Denn: Privatinitiativen wie
diese sind auf finanzielle Unterstützung
durch Spenden und Sponsoren angewie-
sen. Da sich die Volksbanken Raiffeisen-

Spenden nach dem
„Drei-Gewinner-Modell“

Vom neuen Förderkonzept der Volksbank Neckartal eG im badischen Eberbach profitieren seit 2002 600 eingetragene Vereine mit etwa 150.000 Mitgliedern, 50 Kindergärten mit ca. 4.000 Vorschulkindern, 40 Schulen und Musikschulen mit rd. 12.000 Schülern, 50 Kirchengemeinden und 13 Gewerbevereine mit ihren 700 Mitgliedsunternehmen. Abschied nahm die Volksbank von den vielen Einzelgesprächen und Verhandlungen mit den Spendenempfängern und einem „Bauchladen“ mit Geschenken, Pokalen sowie individuellen Geld- und Sachspenden. Sie überprüfte die eigene Spenden- und Sponsoringpraxis und trat in den Dialog mit Schulleitungen und Vereinsvertretern, um ein transparentes Förderprogramm aufzulegen. Einheitliche Richtlinien sorgen dafür, dass auch der Wettbewerb zwischen den Vereinen und Schulen um die einzelnen Bankzuwendungen unnötig wird. Die seit 2002 aufgelegten „Regionalen Schul-Förderprogramme“ erfreuen sich positiver Resonanz. Vom „Drei-Gewinner-Modell“ profitieren Volksbank, Vereine bzw. Schulen, Kirchengemeinden und das Bankpersonal gleichermaßen. Der Gewinn für die Bank und ihre Belegschaft liegt im geringeren Verwaltungsaufwand

und dem positiven Medienecho. Für die Spendenempfänger bzw. gemeinnützigen Organisationen funktioniert das Programm so: Einmal pro Jahr reichen sie einen „Fördermittel- und Service-Ab-rufschek“ bei der Volksbank ein. Sie erhalten dann reine Geldzuwendungen, gestaffelt nach Schulart, durchschnittlicher Schülerzahl bzw. Anzahl der Vereinsmitglieder. Bei Jubiläen gibt es eine Extrasumme. Die Spendenobergrenze für Schulen liegt derzeit bei insgesamt 12.500 Euro jährlich, für Kirchengemeinden und Kindergärten jeweils bei 7.500 Euro, bei den Vereinen/Gewerbevereinen bei 50.000 Euro im Jahr. Jedes Jahr werden etwa 100.000 Euro, davon 20.000 Euro aus Mitteln der Zweckerträge des Gewinnparvereins Baden, dem die Volksbank angehört, an Fördermitteln auf diesem Weg zur Verfügung gestellt.

Durch Mitgliedschaft unterstützen

Ohne private Förderung ist ein lebendiges Museum nicht denkbar. In Frankfurt am Main hat die private Kunstförderung eine lange Tradition. Mäzene wie Städel und Senckenberg haben in der Vergangenheit unverzichtbare Beiträge geleistet.

Heute ist die Förderung städtischer Kulturinstitutionen von privater Hand genauso wichtig wie damals. Deshalb ist die VR DISKONTBANK GmbH seit 1994 Mitglied im Förderverein „Freunde des Museums für Moderne Kunst, Frankfurt am Main“. Der Förderverein hat sich zum Ziel gesetzt, das Museum für Moderne Kunst zu unterstützen. Er beteiligt sich am Kauf von Kunstwerken, hilft mit, Ausstellungsprojekte zu verwirklichen, und fördert Veranstaltungen und Publikationen des Museums.

Sponsoring mit mehrfachem Gewinn

Für die Bank für Sozialwirtschaft (BFS) hat sich das Sponsoring von Tagungen und Kongressen, die das Thema „Fundraising“ in den Mittelpunkt stellen, als Schwerpunkt ihres Corporate Citizenship herauskristallisiert. Die BFS ist zum Beispiel seit 1999 Hauptsponsor des Deutschen Fundraisingkongresses, unterstützt das jährlich stattfindende Fundraising-Forum in Bad Honnef und den Fundraiserinnen-Tag der Bundesarbeitsgemeinschaft Sozialmarketing (BSM). Der 10. Deutsche Fundraisingkongress fand im April 2003 in Magdeburg statt. Rund 600 Fachleute nahmen an diesem größten Branchentreffen im deutschsprachigen Raum teil. Die BFS war wieder Hauptsponsor. Ihr Engagement bietet den Beteiligten eine eindeutige Win-Win-Situation. Den Veranstaltern sichert der gesponserte Betrag zu einem Teil die Durchführung ihres Events. Für die

BFS hat das Sponsorship mehrere Komponenten: Zum einen dient es der Pflege des Kontakts zu und der Kontaktaufnahme mit (potenziellen) Bankkunden. Zum anderen kann die BFS per Präsentation am Stand der Bank oder auch in Form von

sens Know-how für die Finanzierung ihrer Arbeit aneignen können. Eine weitere Motivation für das Engagement ist ein ureigenes Interesse der BFS, das mit dem der Kunden kongruent ist: Nur wirtschaftlich gesunde Einrichtungen haben eine Markt-

Bildnachweis: Museum für Moderne Kunst, Frankfurt am Main



Das Museum für Moderne Kunst in Frankfurt am Main.



9. Deutscher Fundraisingkongress in Leipzig im Jahr 2002

Workshops während der Veranstaltungen ihre Kompetenz als spezieller Dienstleister für Fundraiser unter Beweis stellen. Sie ermöglicht dadurch unter anderem, dass sich Projektverantwortliche aus Einrichtungen des Gesundheits- und Sozialwe-

chance, und nur wirtschaftlich gesunde Einrichtungen sind gute Kunden.

Bürgerengagement mit Mitgliedern, Kunden und Geschäftspartnern

Gemeinsam mehr bewegen

Hermann Schulze-Delitzsch (1808–1883), einer der Gründerväter der Genossenschaften, hatte erkannt: „Mehrere kleine Kräfte vereint bilden eine große Kraft, und was man nicht allein durchsetzen kann, dazu soll man sich mit anderen verbinden.“

Dieser Leitgedanke ist für unser Unternehmenskonzept bis heute prägend. Solidarität, Mitgliederorientierung, Mitbestimmung und Dezentralität: Prinzipien, auf denen unser Wirtschaften basiert, bestimmen auch unser gesellschaftliches Engagement. Daher rührt die Verpflichtung als mittelständische Bankengruppe, gemeinsam mit Mitgliedern, Geschäftspartnern und Kunden gesellschaftliche Verantwortung zu übernehmen. Denn: Gemeinsam bewegen wir mehr!

Mitgliederförderung als Auftrag

Volksbanken und Raiffeisenbanken haben über 15 Millionen Mitglieder. Weltweit hat keine andere Unternehmensgruppe einen vergleichbar breit gestreuten Anteilsbesitz. Die Mitglieder sind nicht nur Miteigentümer, sondern auch Kunden und Träger ihrer Bank. Als Träger sind sie in den demokratischen Entscheidungsprozess der Bank eingebunden, in dem jedes Mitglied – unabhängig von der Höhe seiner Kapitalbeteiligung – eine Stimme hat.

Ziel und Zweck jeder Volksbank Raiffeisenbank ist nicht Gewinnmaximierung, sondern „die Förderung des Erwerbs oder der Wirtschaft ihrer Mitglieder“ – so steht es im Genossenschaftsgesetz. Die Mitgliederförderung ist damit ein konkreter Auftrag und eine hohe Verantwortung. Das neue Mitglieder-Mehrwertprogramm der Volksbanken und Raiffeisenbanken bietet Vorteile bei Finanzdienstleistungen ebenso wie bei Informations-, Service- und Beratungsleistungen. Mehrwert erhalten Mitglieder außerdem durch Leistungen und Angebote zum Beispiel in den Bereichen Reise, Freizeit und Versicherungen.

Nicht zuletzt werden im Rahmen des Programms Möglichkeiten des gemeinsamen Engagements für das Gemeinwohl, gerade auf regionaler und lokaler Ebene, geschaffen.

Gewinnen – Sparen – Helfen: Gewinnsparen ist immer ein Gewinn!

Regen Zuspruch findet bei etwa 4 Millionen Bankkunden das Produkt „Gewinnsparen“. Es feierte im Jahr 2002 seinen 50. Geburtstag und ist damit sogar drei Jahre älter als das Lottospiel.

Gewinnsparen mit den Volksbanken und Raiffeisenbanken ist mehr als eine Lotterie mit attraktiven Preisen, sondern auch eine Einrichtung mit sozialem Auftrag. Unsere Kunden erfüllen mit dem Kauf eines Loses einen guten Zweck, denn 10 Prozent des Spieleinsatzes kommen bedürftigen Menschen und Einrichtungen unmittelbar im Umfeld des Gewinnsparers zugute.

Bei einem Lospreis von 5 Euro werden 4 Euro gespart, 1 Euro beträgt der Spieleinsatz. Hieraus werden monatlich 70 Pro-

zent als Gewinne ausgeschüttet, und mit 10 Cent je Los werden gemeinnützige und wohlfahrtspflegerische Einrichtungen vor Ort unterstützt.

Die 13 Gewinnsparevereine des Finanzverbundes übernehmen die gesamte Abwicklung der Lotterie, führen die Auslosungen unter notarieller Aufsicht durch, stellen die Spendenmittel den örtlichen Genossenschaftsbanken zur Verfügung und sichern die sachgemäße Vergabe dieser Spenden.

Außer den Volksbanken Raiffeisenbanken haben sich auch drei Sparda-Banken und fast die gesamte PSD Bankengruppe dem genossenschaftlichen Gewinnsparen angeschlossen und unterstützen auf diese Weise ebenso gemeinnützige Anliegen vor Ort.

Im Gespräch mit Udo Jacob und Klaus Müller, Vorstandsmitglieder des Gewinnsparevereins e. V., Köln

Redaktion: Im vergangenen Jahr konnten Sie auf 50 Jahre „Gewinnsparen“ zurückblicken. Wie hat alles angefangen?

Müller: Die Wurzeln unseres Gewinnsparens liegen nachweislich im Rheinland. Im Juli 1952 führte der Gewinnspareverein Raiffeisen e.V. Nordrhein die erste Ziehung durch. Damals waren 2.193 Lose in der Lostrommel, und es gab 211 Gewinne.

Redaktion: Heute – ein halbes Jahrhundert später – sehen die Zahlen sicher etwas anders aus?

Jacob: Stimmt! Im vergangenen Jahr 2002 wurden bundesweit rund 100 Millionen Euro Gewinne ausgeschüttet. Gemeinnützige und kirchliche Einrichtungen, Jugendliche und Senioren wurden mit weit über 14 Millionen Euro direkt und wirksam unterstützt. Gleichzeitig haben die Gewinnsparevereine mit rund 24 Millionen Euro Lotteriesteuern zur Entlastung der öffentlichen Haushalte beigetragen. Alleine unser Kölner Verein – wir sind in 15 Bundesländern tätig – hat über die teilnehmenden Banken rund 33 Millionen Lose an rund 400.000 Gewinnsparener verkauft. Die

Gewinnsumme liegt monatlich bei 2 Millionen Euro, und bei den Banken addieren sich die Spareinlagen auf jährlich rund 134 Millionen Euro.

Redaktion: Das Motto des Gewinnsparens lautet „Immer ein Gewinn“. Wer gewinnt denn eigentlich?

Jacob: Zuerst gewinnt der Bankkunde. Mit jedem Gewinnsparelos spart der Gewinnsparener automatisch 4 Euro pro Monat – so ganz nebenbei. Außerdem kann er mit dem relativ bescheidenen Spieleinsatz von 1 Euro Geldpreise zwischen 5 Euro und 100.000 Euro bei uns gewinnen. Und: Wenn der Kunde mit 10 Losen einer Serie (Endziffern 0-1 bis 9) spielt, dann gewinnt er automatisch und garantiert mindestens 5 Euro je Monat, eigentlich halbiert er damit seinen Spieleinsatz. Im Jahr addieren sich die Sparbeiträge und die Monatsgewinne mindestens auf stattliche 540 Euro, ein schöner Betrag zum Beispiel für das Weihnachtsfest oder um seinen Lieben eine Freude außer der Reihe zu machen.

Müller: Es gewinnen aber auch die Banken. Gewinnsparener sind treue Kunden, die damit zur Festigung der Kundenbindung hervorragend beitragen. Auch die Spareinlagen sind bei den Banken willkommen als Liquidität zur Finanzierung des Aktiv-

geschäfts. Für Banken und Kunden ist natürlich die dritte Komponente des Gewinnsparens gleichermaßen wichtig: Die Spendengelder werden über die teilnehmenden Banken beispielsweise an Fördervereine der Schulen, an Krankenhäuser, Al-



Udo Jacob und Klaus Müller, Vorstandsmitglieder des Gewinnsparevereins e. V., Köln

Bildnachweis: Gewinnsparevereins e. V., Köln

tenheime und Hospiz-Vereine, aber auch an Kindergärten und Einrichtungen zur Betreuung und Förderung krebserkrankter und körperbehinderter Kinder vergeben.

Jacob: In einer Zeit, in der die öffentliche Hand solche Einrichtungen nur noch spärlich oder gar nicht mehr unterstützen kann, sind die Mittel aus dem Gewinnspa-

ren für viele gemeinnützige Projekte eine maßgebliche finanzielle Grundlage. Unser Produkt hat also nicht nur eine lange Tradition, sondern leistet in der Gegenwart einen unverzichtbaren gesellschaftlichen Förderbeitrag.



Bildnachweis: Jens Dietrich/Netzhaus

Mitarbeiter und Kunden der GLS Gemeinschaftsbank eG

Gemeinsam mit Mitgliedern und Kunden die Welt von morgen gestalten

Die GLS Gemeinschaftsbank eG ist die erste ethisch-ökologische Bank in Deutschland. 1974 als Genossenschaftsbank gegründet, ermöglicht sie bürgerschaftliches Engagement, indem sie über 2.000 kulturelle, soziale und ökologische Projekte unterstützt.

Das bei ihr angelegte Geld fließt weder in umweltschädliche und sozial unverträgliche Vorhaben wie Rüstung, Atomenergie oder diskriminierende Arbeitsverhältnisse. Ihre Kunden können auch mit ihrer Geldanlage Projekte besonders unterstützen, indem sie teilweise oder ganz ihre Zinsen an diese spenden, wie zum Beispiel an den Kinderzirkus Ubuntu, die Obdachloseninitiative Hinz und Kunz, die Junge Deutsche Philharmonie oder an die Zukunftsstiftung Entwicklungshilfe. Ferner können die GLS-Bankkunden mitbestimmen, in welchem Bereich ihr Geld angelegt wird. Sie können wählen zum Beispiel zwischen Kunst, Kultur und Bürgerengagement, ökologischer Landwirtschaft, Altenwohnen und Seniorenprojekten und sozialer Gerechtigkeit. Projektbesuche, bei denen Kunden, Mitglieder und Interessierte mit den eigenen Augen sehen können, was aus dem investierten Geld geworden ist, haben bei der GLS Gemeinschaftsbank eG Tradition.

Dass kleine Schritte auch eine messbare Wirkung zeigen, hat eine Umfrage bei den Kreditkunden der GLS Gemeinschaftsbank eG ergeben. 4.700 neue Arbeitsplätze wurden in den letzten zwei Jahren durch ihre Kreditprojekte geschaffen. Neben insgesamt 34.000 Beschäftigten in den über 2.000 Projekten sind ca. 23.000 Menschen ehrenamtlich bei ökologischen, sozialen und kulturellen Unternehmungen oder Einrichtungen tätig, die die GLS Gemeinschaftsbank eG finanziert hat. Insgesamt 3,4 Millionen Menschen sind den GLS-Projekten als Kunden, Mitglieder, Freunde und Förderer verbunden.

Die GLS Gemeinschaftsbank eG gab 2002 ihren ersten Nachhaltigkeitsbericht „Heute und Morgen in Einklang bringen“ heraus.

Projektbeispiel: Christopherus-Haus, Dortmund

Der Christopherus-Haus e. V. ist seit 1964 im Bereich der Heilpädagogik und der Sozialtherapie tätig. Circa 630 zu betreuende Menschen jedes Alters leben und arbeiten im Christopherus-Haus. Das Angebot erstreckt sich von der Kindertagesstätte über Werkstätten bis hin zur Wohn- und Lebensgemeinschaft. Die GLS-Bank half zum Beispiel bei der Finanzierung von Wohnheimneubauten und Investitionen im Werkstattbereich.

Guten Gewissens investieren

Die Bank für Kirche und Caritas mit Sitz in Paderborn ist eines der kirchlichen Kreditinstitute im FinanzVerbund. Sie vereint die traditionellen Stärken einer Genossenschaftsbank mit dem Wissen einer Spezial-

ten Wirtschaft“, sagt Dr. Richard Böger, Vorstandsvorsitzender der Bank für Kirche und Caritas. Die Paderborner Spezialbank trägt diese Vision nicht nur ideell, sondern auch ganz konkret und praktisch mit. Seit gut zwei Jahren bietet sie ihren Kunden nachhaltige Geldanlagen an. Streng ge-



Dr. Richard Böger, Vorstandsvorsitzender der Bank für Kirche und Caritas eG (r.) bei der Übergabe des Friedrich-Spee-Preises 2002.



Der New Yorker Pop-Art-Künstler James Rizzi malte mit schwerstmehrfachbehinderten Kindern in der Stuttgarter Nikolauspflege, die von der Weihnachtsspendenaktion von Herzenssache e. V. profitierte.

bank ausschließlich für katholische, kirchlich-karitative Einrichtungen und ihre hauptamtlich tätigen Mitarbeiter. Mit ihrem Produkt „Nachhaltiges Investment“ geht die Bank neue Wege, weg vom ausschließlichen „Wie viel?“, hin zum „Wie und Wohin?“, zur Art und Weise der Investition. „Das Engagement in diesem Bereich orientiert sich an der Vision einer gerech-

nommen nichts so ganz Neues für eine kirchlich definierte Spezialbank. Doch die Bank geht mit ihrer Ausrichtung auf „Nachhaltiges Investment“ noch einen Schritt weiter. Seit Anfang des Jahres verleiht sie dem Nachhaltigkeitsprinzip nicht nur im Rahmen der Produktpalette, sondern auch institutionell eine besondere Geltung. Ausdruck findet dies in der neuen

Stabsstelle „Nachhaltige Geldanlagen“. Damit nimmt die Bank für Kirche und Caritas eine Vorreiterrolle ein. Ferner fördert sie die vielfältigsten Aktionen im kirchlich-karitativen Leben. Besonderes Engagement erstreckt sich auf die Bereiche Kunst und Kultur. Im Jahr 2000 hat sie zudem den Friedrich-Spee-Preis gestiftet, mit dem jährlich herausragende wissenschaftliche Arbeiten an der Theologischen Fakultät Paderborn ausgezeichnet werden.

Mit Partnern gemeinsam im Einsatz

Sicher eine der bekanntesten Kontonummern in Baden-Württemberg ist die 33 bei der Sparda-Bank Baden-Württemberg eG. Dieses Konto der Hilfsbereitschaft gehört dem Verein „Herzenssache“, der kranken, behinderten und sozial schwachen Kindern hilft. Die vom Südwestrundfunk (SWR) auf den Weg gebrachte Aktion wird seit neun Jahren auch von der Sparda-Bank unterstützt. Mehr als 10 Millionen Euro konnten seit 1992 für kranke und behinderte Kinder und Jugendliche gesammelt werden.

Mit dem Geld wurden bislang über 150 Einrichtungen in Baden-Württemberg, Rheinland-Pfalz und im Saarland, aber auch in anderen Bundesländern und in Krisengebieten auf der ganzen Welt unter-



stützt, die Kindern ihr Leben lebenswerter machen. Zum Beispiel konnten durch „Herzenssache“ ein Sinnesgarten für blinde und mehrfachbehinderte Kinder und Jugendliche in Stuttgart entstehen und ein „Wildpiraten-Camp“ für krebskranke Kinder in Mannheim stattfinden.

Die Sparda-Bank stellt nicht nur das Konto zur Verfügung, sondern unterstützt die „Aktion Herzenssache“ auch mit Spendengeldern in Höhe von insgesamt 76.000 Euro. Traditionell fällt jedes Jahr auch der Startschuss für die Aktion in der Kundenhalle der Bank in Stuttgart und wird vom SWR-Fernsehen übertragen. Zahlreiche Kunden und Mitglieder konnten für die Aktion gewonnen werden. Inzwischen ist „Herzenssache“ auch zu einem Anliegen der Sparda-Bank-Geschäftspartner geworden. Beispielsweise teilen sich die Sparda-Bank Südwest, der Saarländische und der Südwestrundfunk und andere Unternehmen die Verwaltungskosten des Vereins, um zu garantieren, dass die Spenden professionell bearbeitet, ihre Verwendung kontrolliert, die Projekte ausgewählt und die Aktionen betreut werden.

Im Dialog mit der Gesellschaft

Diskussionsplattformen schaffen

Spricht man von Corporate Citizenship, ist auch der offene Dialog des Unternehmens mit Kunden, Geschäftspartnern, Vertretern aus Politik, Wirtschaft, Medien und Gesellschaft gemeint.

Sich in gesellschaftspolitische Diskussionen einzubringen, Position zu beziehen und demokratisch mitzuwirken ist heute unerlässlich für Unternehmen, die auf Vertrauen und Glaubwürdigkeit setzen, um erfolgreich zu wirtschaften. Die Banken und

Unternehmen des Finanzverbundes führen diesen Dialog, um gemeinsam mit Entscheidungsträgern aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft Lösungen für die Zukunft der Menschen in unserem Land zu entwickeln. Unser gesellschaftliches Engagement stößt auf positive Resonanz und findet mehr und mehr Mitstreiter.



Bildnachweis: United Nations Secretary

„Genossenschaftler eint ihr Sinn für soziale Verantwortung und ihr Interesse für die Gemeinschaft, in der sie arbeiten.
...Aus der Geschichte der weltweiten Genossenschaftsbewegung kann man viele Lehren ziehen. Die wichtigste ist sicherlich diese:
Mit der Festlegung gemeinsamer Interessen, die mit gemeinsamen Werten verbunden sind, kann man nicht nur sein eigenes Leben entscheidend verbessern, sondern auch das Leben der Menschen in seinem Umfeld.“

Kofi A. Annan, Generalsekretär der Vereinten Nationen und Begründer der UN-Initiative Global Compact.

„Es verwundert nicht, dass der genossenschaftliche FinanzVerbund die Idee der Bürgergesellschaft durch Bürgerstiftungen zu verwirklichen sucht. Bewährte Ideen veralten eben nicht – sie können helfen, Gegenwart und Zukunft mitzugestalten.“

Bundespräsident Johannes Rau



Bildnachweis: Bundespräsidialamt



Bildnachweis: Bildstelle Bundespräsidialamt

„Ich möchte das Genossenschaftswesen begrüßen als einen schier absichtslosen, undogmatisch und still wirkenden Beitrag zur demokratischen Erziehung, mehr noch: zur demokratischen Bildung.“

Theodor Heuss, Bundespräsident 1949–1959

Positionierung im gesellschafts- politischen Umfeld

Seit mehr als 30 Jahren treffen sich die Vorstände der genossenschaftlichen Bankengruppe regelmäßig zu Bankwirtschaftlichen Tagungen in Garmisch-Partenkirchen und in Timmendorfer Strand. Die Tagungen dienen nicht allein der fachlichen Diskussion, sondern auch der aktiven Auseinandersetzung mit gesellschafts- und wirtschaftspolitischen Fragestellungen. Denn Genossenschaftsbanken sehen sich nicht als reine Wirtschaftsunternehmen, sondern verbinden wirtschaftliches Handeln mit sozialer Verantwortung. Der Förderauftrag und Prinzipien wie Selbsthilfe, Subsidiarität und Solidarität versetzen sie in die Lage, Beteiligungsmöglichkeiten vor Ort zu schaffen und Eigeninitiative zu fördern.

Gerade angesichts aktueller Probleme im gesellschafts- und wirtschaftspolitischen Umfeld müssen Volksbanken und Raiffeisenbanken diese Rolle aktiv ausfüllen: „Wenn man heute Kriterien anlegt an das Handeln von Institutionen, Staat oder Wirtschaft, dann scheint es mir klug zu sein, die Frage zu stellen: Führt dieses Handeln zu einer Aktivierung der Menschen oder macht es sie passiver? Je mehr es den Menschen aktiviert, desto näher liegt es unserer gesellschafts- und wirtschaftspolitischen Zielvorstellung. Je stärker es zur Passivierung beiträgt, desto mehr ist es

gegen unsere Intentionen gerichtet. Nach diesem Maßstab lassen sich alle drängenden Reformvorhaben in unserer Gesellschaft beurteilen“, so umriss Dr. Christopher Pleister, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), auf der 58. Bankwirtschaftlichen Tagung im November 2002 die Positionierung der Gruppe im gesellschaftspolitischen Umfeld.

Vor diesem Hintergrund bieten die Bankwirtschaftlichen Tagungen den mehreren Hundert Teilnehmern auch stets ein Forum, um aktuelle gesellschaftspolitische Herausforderungen mit Experten und Akteuren aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Medien zu diskutieren.

Ausgewählte Themen der Bankwirtschaftlichen Tagungen :

„Vielfalt statt Einfalt – Wie das Bildungswesen zu kurieren ist“, Dr. Konrad Adam, Autor und Chefkorrespondent der Tageszeitung „Die Welt“, Berlin (2003)

„Die demographische Zeitenwende – Konsequenzen der Bevölkerungsentwicklung und der demographischen Alterung in Deutschland und Europa“, Prof. Dr. Herwig Birg, Geschäftsführender Direktor des Instituts für Bevölkerungs-

forschung und Sozialpolitik der Universität Bielefeld und Präsident der Gesellschaft für Demographie (2003)

„Herausforderungen für den Mittelstand“, Rezzo Schlauch, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit, Mittelstandsbeauftragter der Bundesregierung, Berlin (2003)

„Genossen, Geld und Geist“, Prof. Dr. Gert Kaiser, Präsident des Wissenschaftszentrums NRW und Rektor der Heinrich-Heine-Universität, Düsseldorf (2001)

„Altersvorsorge im wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Wandel“, Prof. Dr. Bernd Raffelhüschen, Professor für Finanzwissenschaft an der Albert-Ludwigs-Universität, Freiburg (2001)



Die Bankwirtschaftlichen Tagungen dienen auch dem gesellschaftspolitischen Austausch. BVR-Präsident Dr. Christopher Pleister, Rezzo Schlauch, Parlamentarischer Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit und Mittelstandsbeauftragter der Bundesregierung, Dr. Konrad Adam, Chefkorrespondent der Tageszeitung „Die Welt“ und Dr. Rolf Kiefer, Leiter Presse und Kommunikation beim BVR (v. l.)



Bildnachweis: Christian Stelling

„Subsidiarität – eine Schutzregel für Genossenschaftsbanken gegen die Zauberwelt der Börsen“, Prof. Dr. Friedhelm Hengsbach SJ, Professor für Christliche Gesellschaftsethik, Philosophisch-Theologische Hochschule Sankt Georgen, Frankfurt am Main (2002)

„Die Zukunft ist anders“, Dr. Walter Kroy, Mitglied des Vorstands der Tharsos AG (2000)

Bürgergesellschaft – Was hält unsere Gesellschaft zusammen?

Im Rahmen des Königsteiner Forums setzt sich seit über 20 Jahren ein Kreis von Wissenschaftlern, Unternehmern und Politikern mit gesellschaftlich bedeutsamen Fragen auseinander. Jedes Jahr findet eine elfteilige Vortragsreihe in der Königsteiner Filiale der Frankfurter Volksbank eG zu einem übergreifenden Generalthema statt.

Perspektivenreich wurde im Jahr 2001 das Thema „Bürgergesellschaft – Was hält unsere Gesellschaft zusammen?“ beleuchtet. Der ehemalige Bundesvorsitzende des Bundes Katholischer Unternehmer, Werner Then, sprach zur globalen Ausrichtung der großen Unternehmen und für das Gemeinwohl. Prof. Dr. Dieter Grimm, Verfassungsrichter a. D., Wissenschaftskolleg Berlin, fragte: „Welche Elite für welche Gesellschaft?“, und Prof. Dr. Richard Hauser, Professor für Volkswirtschaft an der Universität Frankfurt am Main, ging der Frage nach den Gewinnern und Verlierern des modernen Wirtschaftsprozesses nach. Die Vorträge des Königsteiner Forums werden stets als Buch veröffentlicht und sind damit auch einer breiten Öffentlichkeit zugänglich.



Ausgewählte Themen der Vortragsreihe:

„Gentechnik zwischen Natur und Ethos (2003), „Die Zukunft der Europäischen Union“ (2002), „Zeitenwende 2000 – Wohin bewegt sich die Welt?“ (2000), „Arbeit der Zukunft – Definiert sich der Mensch durch seine Arbeit?“ (1999), „Moralische Indifferenz: Die Stille Revolution in unserer Gesellschaft“ (1997), „Erziehung und Bildung. Verspielen wir unsere Zukunftschancen?“ (1996), „Wertewandel und Lebensinn“ (1989), „Anspruchsgesellschaft am Ende?“ (1981), „Kernenergie und Humanität“ (1980)

Schluss mit lustig – Spaßgesellschaft vor dem Ende?

Mit der Veranstaltungsreihe „Eschborner Gespräche“ bietet die VR LEASING AG seit 1996 alljährlich eine Plattform, um wirtschafts- und gesellschaftspolitische Themen zu diskutieren. In einer Mischung aus

Beispiel im September 2002 die Eschborner Gespräche zum Thema „Schluss mit lustig – Spaßgesellschaft vor dem Ende?“ statt. Zu Gast waren Dr. Norbert Blüm, Bundesminister a.D., Wigald Boning, Humor-



Bildnachweis: Christiane Hölzinger-Deuscher

Unter dem Motto „Schluss mit lustig – Spaßgesellschaft vor dem Ende“ wurde bei den siebten Eschborner Gesprächen eine engagierte Diskussion zu Werten und wirtschaftlichen Perspektiven der Freizeitgesellschaft geführt.

Vortrag, Befragung und Diskussion erörtern kompetente Persönlichkeiten mittelstandsrelevante Fragestellungen. Gäste der Eschborner Gespräche sind mittelständische Unternehmer, Vorstände von Volksbanken und Raiffeisenbanken sowie Multiplikatoren aus dem gesamten Genossenschaftswesen. Am Hauptsitz der VR LEASING AG in Eschborn fanden zum

pionier und Televisionär, Claudia Langer, Mitglied des Vorstandes .start AG, München, die zum Beispiel die „e.on“-Einführungskampagne herausbrachte, Dr. Richard Weber, Geschäftsführender Gesellschafter Karlsberg Brauerei KG Weber, Homburg/Saar. Christiane Gerboth, ProSieben, moderierte die Runde.

Alle reden von der Bürgergesellschaft – wir machen sie!

Die Aktive Bürgerschaft e.V., seit 2002 unter der Schirmherrschaft des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), versteht sich als gesellschaftliche Plattform für zeit-

wig Piepenbrock, ZDH-Präsident Dieter Philipp, die Politikwissenschaftlerin Prof. Dr. Annette Zimmer und Brigitte Zypries, damalige Staatssekretärin im Bundesinnenministerium. Moderiert wurde die Runde



Bildnachweis: Christof Reiken

Mit Leidenschaft plädiert ZEIT-Herausgeber Michael Naumann für den Abbau von Bürokratie. Seine Gesprächspartner der Verleihung des Förderpreises Aktive Bürgerschaft im Februar 2003: Dr. Peter Frey, Leiter des ZDF-Hauptstadtstudios (re.) und der ehemalige Kulturstaatsminister Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin (li.).

gemäßes Bürgerengagement. Die jährliche Verleihung des „Förderpreises Aktive Bürgerschaft“ ist Schauplatz leidenschaftlicher Debatten der Vordenker und der Macher der Bürgergesellschaft. So diskutierten auf der Preisverleihung 2002 BVR-Präsident Dr. Christopher Pleister, Werner Böhnke, Vorstandsvorsitzenden der WGZ-Bank, der Unternehmer und Mäzen Hart-

von Sabine Christiansen. 2003 gehörten Berlins Regierender Bürgermeister Klaus Wowereit und Dr. Jürgen Rüttgers, stellvertretender Bundesvorsitzender der CDU, sowie der ZEIT-Herausgeber und Chefredakteur Michael Naumann und der ehemalige Kulturstaatsminister Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin zu den Diskussions- teilnehmern.



Bildnachweis: Christof Reiken

Brigitte Zypries, damals Staatssekretärin im Bundesministerium des Innern, heute Bundesjustizministerin, sprach sich auf der Förderpreisverleihung im Februar 2002 für eine neue Balance zwischen Staat und Eigeninitiative aus.

Corporate Citizenship aus einer Hand: Aktive Bürgerschaft



Kompetenz für Bürgerengagement

Als Kompetenzzentrum für Praxis und Theorie bürgerschaftlichen Engagements tritt die Aktive Bürgerschaft bundesweit für eine Gesellschaft aktiver Bürger und Unternehmen sowie eine bürgerorientierte Politik ein. Dieses Anliegen setzt sie in vier Arbeitsbereichen – Bürgerstiftungen, Corporate Citizenship, Dritte-Sektor-Forschung und Nonprofit-Management – in Veranstaltungen, durch Vorträge, Publikationen, Internet-Angebote und Medienarbeit um. Vor allem ist die Aktive Bürgerschaft ein kompetenter Berater und Ansprechpartner für Bürger und Unternehmen, die sich praktisch engagieren wollen.

Die Aktive Bürgerschaft versteht sich als gesellschaftliche Plattform für zeitgemäßes Bürgerengagement. Sie ist eine Initiative des genossenschaftlichen Finanzverbundes unter der Schirmherrschaft des Bundesverbandes der Deutschen Volks-

banken und Raiffeisenbanken (BVR). Namhafte Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Wissenschaft, Medien und Gesellschaft unterstützen die Aktive Bürgerschaft als Kuratoren. Sie ist der Corporate-Citizenship-Beitrag der genossenschaftlichen Bankengruppe für planvolles und nachhaltiges bürgerschaftliches Engagement für das Gemeinwohl. Bewusst hat der Finanzverbund mit diesem Verständnis von Corporate Citizenship konzeptionell Neuland betreten.

Seit ihrer Gründung im Jahr 1997 hat die Aktive Bürgerschaft manches erreicht:

- 5 Jahre „Förderpreis Aktive Bürgerschaft“ (dotiert mit 15.000 Euro): Bewerbungen von mehr als 1.000 Vereinen, Stiftungen und Bürgerstiftungen aus ganz Deutschland, Auszeichnung von insgesamt 24 gemeinnützigen Initiativen für ihr herausragendes und beispielhaftes Bürgerengagement.
- 4 Jahre „Wissenschaftspreis Aktive Bürgerschaft“: Auszeichnung von 5 Nachwuchswissenschaftlern für hervorragende Dissertationen zum Themenfeld bürgerschaftliches Engagement und gemeinnützige Organisationen.
- Arbeitsbereich Bürgerstiftungen (neu seit Januar 2002): Gründung und Beratung von 9 Bürgerstiftungen, weitere Stiftungsgründungen werden begleitet.
- 2.500 Multiplikatoren und engagierte Bürger nahmen an wissenschaftlichen Kolloquien, Vortrags- und Diskussionsveranstaltungen, Fachtagungen und Weiterbildungsseminaren der Aktiven Bürgerschaft bislang teil.
- Zahlreiche Dokumentationen, Gutachten, Stellungnahmen und Beratungen auf Bundes- und Länderebene.
- 30 Publikationen zu verschiedenen Themen der Bürgergesellschaft.
- 8.500 Abonnenten des vierteljährlichen Rundbriefs „Aktive Bürgerschaft Aktuell“ (erscheint seit 1998).
- 2.000 Abonnenten des E-Mail-Newsletters „Aktive Bürgerschaft“ mit einem monatlichen Zuwachs von etwa 100 Lesern (erscheint seit 2002).
- 90.000 monatliche Zugriffe auf die Internet-Hauptseite der Aktiven Bürgerschaft www.aktive-buergerschaft.de und ihre vier Internet-Portale.

Die Aktive Bürgerschaft unterstützen

...die Förderer

Akademie Deutscher Genossenschaften, Bausparkasse Schwäbisch Hall AG, Deutsche Genossenschafts-Hypothekenbank AG, Deutscher Genossenschafts-Verlag eG, FIDUCIA IT AG, Münchener Hypothekenbank eG, R+V Versicherungsgruppe AG, Union Investment, VR LEASING AG, WGZ-Bank Westdeutsche Genossenschafts-Zentralbank eG, Wissenschaftsfonds der DZ BANK AG, WL-BANK WESTFÄLISCHE LANDSCHAFT Bodenkreditbank AG. Weitere Unternehmen des Finanzverbundes sowie zahlreiche Volksbanken und Raiffeisenbanken unterstützen die Aktive Bürgerschaft als Mitglieder.

...die Kuratoren

Dr. Christopher Pleister, Präsident des BVR (Vorsitzender), Werner Böhnke, Vorstandsvorsitzender der WGZ-Bank Westdeutsche Genossenschafts-Zentralbank eG, (Stellv. Vorsitzender), Dr. Jürgen Förterer, Vorstandsvorsitzender der R+V Versicherung AG (Stellv. Vorsitzender), Dr. Johannes Beermann, Staatssekretär a. D., Prof. Dr. Kurt Biedenkopf, Ministerpräsident des Freistaates Sachsen a. D., Dr. Warnfried Dettling, Ministerialdirektor a. D. und Publizist, Dr. Alexander Erdland, Vorstandsvorsitzender der Bausparkasse Schwäbisch Hall AG, Peter Hanker, Vorstandssprecher der Volksbank Gießen-Friedberg eG, Prof. Dr. Hermann Hill, Staatsminister a. D., Univ.-Prof. an der Deutschen Hochschule für Verwaltungswissenschaften Speyer, Ruth Janssen, Schulamtsdirektorin a. D., Moritz Krawinkel, Vorstandsmitglied des Rheinisch-Westfälischen Genossenschaftsverbandes e. V., Dieter Pahlen, Vorstand der

...der Vorstand

WGZ-Bank Westdeutsche Genossenschafts-Zentralbank eG i. R., Dieter Philipp, Präsident des Zentralverbandes des Deutschen Handwerks, Fritz Pleitgen, Intendant des Westdeutschen Rundfunks, Christa Thoben, Senatorin a. D., Wolfgang Tiefensee, Oberbürgermeister der Stadt Leipzig, Dr. Jörg Twenhöven, Regierungspräsident Münster, Manfred Wortmann, Vorstandsvorsitzender der Volksbank Hellweg eG, Soest, Prof. Dr. Annette Zimmer, Professorin für Sozialpolitik und vergleichende Politikwissenschaft an der Westfälischen Wilhelms-Universität Münster, Brigitte Zypries, Bundesministerin der Justiz.

Dr. Rolf Kiefer, BVR (Vorsitzender), Rüdiger Adamy, Brandenburger Bank, Holger Backhaus-Maul, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, Roland Drasl, R+V Versicherung AG Filialdirektion Berlin, Dr. Alfred Locklair, Deutsche Genossenschafts-Hypothekenbank AG, Roland Vogelmann, Bausparkasse Schwäbisch Hall AG.

Kontakt



Aktive Bürgerschaft e.V.

Dr. Stefan Nährlich (Geschäftsführer),
Christiane Biedermann (Referentin
Corporate Citizenship),
Karin Müller (Referentin Bürgerstiftungen),
Judith Polterauer (Forschungsstipendiatin)

Albrechtstraße 22
10117 Berlin-Mitte
Tel. (0 30) 240 00 88-0
Fax (0 30) 240 00 88-9
info@aktive-buergerschaft.de

Beim BVR

Regine Kreitz, Presse und Kommunikation
Tel. (0 30) 2021-13 01/02
Fax (0 30) 2021-19 05
presse@bvr.de

Aktive Bürgerschaft im Internet
www.aktive-buergerschaft.de

Internetseiten der Arbeitsbereiche
www.buergerstiftungen.info
www.corporate-citizen.info
www.dritte-sektor-forschung.info
www.management-fuer-npo.info

Register

der genannten Institute, Unternehmen und Verbände

Akademie Deutscher Genossenschaften (ADG)

Arbeitsgemeinschaft der Volksbanken im
Landkreis Friesland

Arbeitsgemeinschaft der Volksbanken und
Raiffeisenbanken in Weser-Ems

Badischer Genossenschaftsverband e.V.

Bank für Kirche und Caritas eG

Bank für Sozialwirtschaft (BFS)

Bausparkasse Schwäbisch Hall AG

Berliner Volksbank eG

Bundesverband der Deutschen Volksbanken
und Raiffeisenbanken (BVR)

Deutsche Genossenschafts-Hypothekenbank AG

Deutscher Genossenschafts-Verlag eG

DZ BANK
Deutsche Zentral-Genossenschaftsbank AG

Evangelische Kreditgenossenschaft eG

Frankfurter Volksbank eG, Filiale Königstein

GLS Gemeinschaftsbank eG

Genossenschaftsverband Frankfurt e.V.

Genossenschaftsverband Norddeutschland e.V.

Genossenschaftsverband Weser-Ems e.V.

Hannoversche Volksbank eG

Münchener Hypothekenbank eG

Niedersächsische Volksbanken
und Raiffeisenbanken

PSD Bankengruppe

Raiffeisenbank Hof eG

Raiffeisenbank Südstormarn eG

Raiffeisen-Volksbank Altötting eG

Raiffeisen-Volksbank Hermsdorfer Kreuz eG

Raiffeisen-Volksbank eG, Uplengen

Rheinisch-Westfälischer Genossenschaftsverband

R+V Versicherungsgruppe AG

Rüsselsheimer Volksbank eG

Sparda-Bank Baden-Württemberg eG

Union Investment Gruppe

Volksbank Aerzen eG

Volksbank Ahlen-Sassenberg-Warendorf eG

Volksbank Baden-Baden Rastatt eG

Volksbank Bad Saulgau eG

Volksbank Bergstraße eG

Volksbank Bönen eG

Volksbank Bramgau eG

Volksbank eG Bremerhaven-Wesermünde

Volksbank Büren und Salzkotten eG

Volksbank Burgdorf-Celle eG

Volksbank Coesfeld eG
Volksbank eG Mosbach
Volksbank Dreiländereck eG
Volksbank Eisenberg eG, Zweigniederlassung
EthikBank
Volksbank Gießen-Friedberg eG
Volksbank Göttingen eG
Volksbank Gütersloh eG
Volksbank Hellweg eG
Volksbank Helmstedt eG
Volksbank Herten/Westerholt eG
Volksbank Leipzig eG
Volksbank Lüneburger Heide eG
Volksbank Mittweida eG
Volksbank Neckartal eG
Volksbank Nordharz eG
Volksbank Nordmunsterland eG
Volksbank Odenwald eG
Volksbank Osnabrück eG
Volksbank Ost-Lippe eG
Volksbank Raiffeisenbank
Fürstenfeldbruck eG
Volks- und Raiffeisenbank Muldentale eG
Volksbank-Raiffeisenbank
Passau-Freyung eG
Volksbank Rhein-Neckar eG
Volksbank Reutlingen eG
Volksbank Saaletal eG

Volksbank Schwäbisch Hall eG
Volksbank Schwarzwald-Neckar eG
Volksbank Salzgitter-Wolfenbüttel eG
Volksbank Tecklenburger Land eG
Volksbank Tübingen eG
Volksbank Wipperfürth-Lindlar eG
Volks- und Raiffeisenbank Cottbus eG
Volks- und Raiffeisenbank eG in Güstrow
Volksbanken und Raiffeisenbanken in Hessen,
Rheinland-Pfalz, Saarland und Thüringen
Volksbanken und Raiffeisenbanken
Weser-Ems
Volksbanken und Raiffeisenbanken in
Niedersachsen, Sachsen-Anhalt und Brandenburg
Volksbanken und Raiffeisenbanken in
Ostfriesland
Volksbanken und Raiffeisenbanken in
Württemberg
VR Bank Brühl-Erfstadt eG
VR Bank Weimar eG
VR DISKONTBANK GmbH
VR-LEASING AG
Wiesbadener Volksbank eG
WGZ-Bank Westdeutsche Genossenschafts-
Zentralbank eG
WL-BANK WESTFÄLISCHE LANDSCHAFT
Bodenkreditbank AG
Zevener Volksbank eG

