

VR Aktuell

EIN THEMA. VIELE FACETTEN.



Engagiert für die Gesellschaft

- 1 **SELBSTVERSTÄNDNIS**
MITBESTIMMEN, MITGESTALTEN
- 2 **ZAHLEN**
SPENDEN UND STIFTUNGEN
- 3 **SCHWERPUNKTE**
KREATIVITÄT, SPORT, BILDUNG

Gemeinsam stark: Genossenschaftsbanken, Mitglieder und Kunden

Vor Ort erlebbar

Die Region und die Menschen vor Ort liegen den rund 900 Volksbanken und Raiffeisenbanken am Herzen. Sie sind Regionalbanken, sie identifizieren sich mit ihrer Region und übernehmen für diese Verantwortung. Schauen Sie sich um! Erkundigen Sie sich! Man kann das sehen – und erleben. Ob im Sportverein, bei lokalen Initiativen oder auch bei Schulprojekten: Die Volksbanken und Raiffeisenbanken sind die Institute, auf deren Unterstützung man hier zählen kann. Das geschieht nicht aus Eigennutz, sondern vor allem aus dem genossenschaftlichen Selbstverständnis und der Identifikation mit der Region heraus.

Kleine Kräfte schaffen Großes

Wenn es darauf ankommt, sind die Volksbanken und Raiffeisenbanken da. Sie nehmen ihren genossenschaftlichen Förderauftrag nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht sehr ernst. Ein starker Beleg dafür sind die jährlichen bundesweiten Engagementzahlen der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken, die immer wieder neue Höchstwerte erreichen. Zusammengefasst zeigen sie: Viele kleine Kräfte bewirken zusammen Großes. Und dies übertrifft das Engagement vieler Mitbewerber um Längen.

Ausgehend von den zentralen Werten der Genossenschaftsbanken, stellt diese Ausgabe von VR Aktuell Volumen und Besonderheiten dieses gesellschaftlichen Engagements der Genossenschaftsbanken vor. Zudem informiert sie über Schwerpunkte der zentralen und oft bereits über Jahrzehnte etablierten Initiativen.

1 SELBSTVERSTÄNDNIS MITBESTIMMEN, MITGESTALTEN

Mitgliedschaft

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken sind Genossenschaftsbanken. Ihr Geschäft richtet sich allein am Wohl ihrer Mitglieder aus. Grundsätzlich kann jeder Kunde einer Volksbank oder Raiffeisenbank auch Mitglied seiner Volksbank oder Raiffeisenbank werden und einen oder auch mehrere Anteile an seiner Bank zeichnen. Er wird damit zum Teilhaber an seiner Bank. Gleichzeitig kann er über die Geschäftsausrichtung seiner Bank innerhalb der Mitgliederversammlung (in Form einer General- oder Vertreterversammlung) mitbestimmen. Mitglieder können in Form einer jährlichen Dividende direkt am geschäftlichen Erfolg der Genossenschaftsbank partizipieren. Jede Volksbank und Raiffeisenbank wird also von ihren Mitgliedern und damit von eigenen Kunden getragen. Kein großer Eigentümer, kein großer Konzern steht dahinter, sondern die Summe aller Mitglieder. Über 18,5 Millionen Mitglieder von Genossenschaftsbanken gibt es deutschlandweit. Das macht die Volksbanken und Raiffeisenbanken zu Banken, bei denen (Kunden-)Nähe allein schon durch die Mitgliedschaft Programm ist.

Regional verankert

Auch wenn die Volksbanken und Raiffeisenbanken natürlich längst alle Services digital anbieten und dieses Angebot stetig erweitern, bleiben sie ein greifbarer Anker ihrer Region. Die Filiale ist insbesondere in kleineren Orten oft ein fester Pol im Stadt-

oder Dorfbild und bildet dort neben Markt, Gemeinde und Kirche eine wichtige Anlaufstelle. Die Volksbanken und Raiffeisenbanken bekennen sich zu dieser gewachsenen Struktur. Sie wollen präsent sein. So bleibt die Bank mit ihren Beratern für ihre Mitglieder und Kunden immer persönlich erreichbar und Teil des Ortes. Überdies kann man sich meist auch in den entlegensten Winkeln Deutschlands sicher sein, dass die nächste regionale Volksbank oder Raiffeisenbank nicht weit entfernt ist. Mit den vielen Banken, ihren Filialen und SB-Automaten betreiben die Volksbanken und Raiffeisenbanken deutschlandweit eines der dichtesten Netze und lassen so keine Servicewünsche offen. Als Kunde einer Volksbank oder Raiffeisenbank kann man so an nahezu jedem Fleck der Republik kostenlos Geld abheben. Das ist Nähe, die sich – im wahrsten Sinne des Wortes – auszahlt.

Nähe durch Beratung

Die Beratung der Volksbanken und Raiffeisenbanken orientiert sich ganz eng an den Zielen und Wünschen eines jeden Kunden. Nicht einzelne Produkte stehen hier im Vordergrund eines Beratungsgesprächs, sondern die jeweilige Lebenssituation eines Menschen und die damit zusammenhängenden Bedürfnisse. Zuhören ist hier ebenso Trumpf wie individuelles Gestalten. Deswegen sprechen wir bei den Volksbanken und Raiffeisenbanken auch von der Genossenschaftlichen Beratung – „der Beratung, die erst zuhört und dann berät“. Ein besonderer Fokus wird hier auf das gemeinsame Überlegen, das gemeinsame Planen und die gemeinsame Entwicklung von Strategien für die jeweiligen Ziele und Wünsche gelegt. Der persönliche und vertrauensvolle Umgang miteinander spielt hier eine große Rolle. Das passt zum genossenschaftlichen Geschäftsmodell mit seiner breiten Mitgliederbasis und kommt auch im besonderen gesellschaftlichen Engagement zum Ausdruck.



Positive Entwicklung

Im Frühjahr eines jeden Jahres ermittelt der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) die bundesweiten Engagementzahlen der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Dabei werden die finanziellen Umfänge des gesellschaftlichen Einsatzes des Vorjahres bei allen Mitgliedsinstituten abgefragt und in die zentrale Wertermittlung einbezogen. Dadurch wird der vielseitige enorme Einsatz in den Regionen zu einer bundesweiten Größe und die besondere Leistung der Genossenschaftsbanken für die Gesellschaft konkret erfahrbar.

Die jüngsten Zahlen für das Jahr 2017 zeigen: Das gesellschaftliche Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken wächst und wächst. Es ist sogar so groß wie nie zuvor. Insgesamt 145 Millionen Euro ließen die Kreditgenossenschaften und ihre Spezialinstitute den Menschen in Deutschland an finanziellen Zuwendungen zukommen. 106 Millionen Euro wurden durch Volksbanken, Raiffeisenbanken und andere Genossenschaftsbanken gespendet. 30 Millionen Euro kamen durch Sponsoring den Menschen vor Ort zugute, 9 Millionen Euro durch Stiftungserträge. Diese positive Entwicklung des Engagements, nicht nur im Jahr 2017, sondern auch in den Jahren davor, geht einher mit den guten Geschäftszahlen der genossenschaftlichen FinanzGruppe. Dies zeigt: Letztere erfüllen keinen Selbstzweck, sondern münden auch direkt in einem größeren Einsatz für die Belange vor Ort.

Unterstützung, wo sie gebraucht wird

Insbesondere Kinder und Jugendliche profitieren von diesem Engagement. Das hat bei den Volksbanken und Raiffeisenbanken durchaus Tradition. Auf die Frage, welche Zielgruppen sie mit ihrem Engagement fördern, nennen im Schnitt 95 Prozent der Institute Kinder und Jugendliche. Rund 80 Prozent engagieren sich überdies für Senioren und ältere Menschen. Hauptempfänger sind Vereine und/oder öffentliche Einrichtungen. Sie werden jeweils von gut 95 Prozent der Mitgliedsinstitute gefördert. Rund 80 Prozent der Institute unterstützen zudem örtliche Kirchengemeinden bei diversen Aktionen und Projekten.

Schauen Sie sich um! Gewiss finden Sie auch in Ihrem Umfeld einige Aktionen, die durch Ihre Volksbank oder Raiffeisenbank unterstützt werden.

Das Engagement in Stiftungen überschritt Ende 2017 zum ersten Mal die 300-Millionen-Marke und erreichte mit 301 Millionen Euro eine neue Größendimension. Damit setzen die Kreditgenossenschaften vermehrt auf eine besonders nachhaltige, strukturbildende Form der Unterstützung. Denn: Stiftungen werden für einen besonderen Zweck gegründet, der durch die Erträge der Stiftung dauerhaft gefördert wird. Hier geht es nicht um eine kurzfristige, einmalige Aktion, sondern um die stetige Förderung oftmals gemeinnütziger Anliegen. Das passt gut zu den genossenschaftlichen Werten und zum Selbstverständnis der Genossenschaftsbanken und ist ganz gewiss ein Grund für das starke Wachstum der Umfänge in diesem Bereich. Zum Vergleich: Im Jahr 2010 lag das Gesamtvolumen hier noch bei rund 140 Millionen Euro.

Vor Ort für Umwelt und Gesellschaft

Gefragt nach den Gründen für ihr gesellschaftliches Engagement, sind sich die Kreditgenossenschaften – passend zu ihrem Selbstverständnis – ebenfalls sehr einig. Für 98 Prozent aller BVR-Mitgliedsinstitute ist Regionalität ein Hauptmotiv. Ganz nach dem Motto: Da sein, nah sein, aktiv sein. Weitere Gründe sind die Nähe zu den Kunden und Mitgliedern (82 Prozent) sowie auch das nachhaltige Wirken für Umwelt und Gesellschaft (69 Prozent).

Gut zu wissen

„Impulse für morgen“ lautet der Titel des Engagementberichts der Volksbanken und Raiffeisenbanken 2017. Er informiert detailliert über Umfang und Ziele des Engagements und präsentiert diverse Initiativen, mit denen sich Genossenschaftsbanken für ihre Region einsetzen. Besonders im Fokus: Projekte zur Förderung von Kreativität. Die Unterschiedlichkeit der Initiativen liefert dabei einen guten Eindruck davon, wie vielfältig das Engagement ist. Der Bericht steht online bereit und kann dort auch kostenfrei über die App „BVR-Jahresberichte“ bezogen werden. Apropos: Bericht und Zahlen für das Jahr 2018 werden im Spätsommer dieses Jahres veröffentlicht.

www.bvr.de/Publikationen/Gesellschaftliches_Engagement

3 SCHWERPUNKTE KREATIVITÄT, SPORT, BILDUNG

Starke Gemeinschaft

Die Genossenschaftsbanken in Deutschland stehen für Zusammenhalt und eine starke Gemeinschaft. Das zeigt sich besonders an der Zusammenarbeit in der genossenschaftlichen FinanzGruppe. Hier nutzen sie gezielt Synergien und schaffen ein gutes Miteinander von lokalen Experten und überregionalen Spezialisten. Ergänzend zu den individuellen regionalen Aktivitäten setzen sich die vielen Institute gemeinsam in bundesweiten Projekten und Wettbewerben für das Wohl der Menschen ein. Kreativ. Innovativ. Kooperativ.

„jugend creativ“

Mit jährlich bis zu einer Million Teilnehmerinnen und Teilnehmern ist „jugend creativ“ der weltweit größte internationale Jugendwettbewerb seiner Art. Er wird in nahezu jeder Region der Republik und zeitgleich in sechs weiteren europäischen Ländern durchgeführt. Sehr viele Volksbanken und Raiffeisenbanken beteiligen sich jährlich an der Durchführung des Wettbewerbs in den Schulen vor Ort und feiern dieses Jahr sein 50. Jubiläum.
www.jugendcreativ.de, www.jugendcreativ-blog.de,
www.jugendcreativ.de/video, www.facebook.com/jugendcreativ

„Sterne des Sports“

Gemeinsam mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) verleihen die Volksbanken und Raiffeisenbanken in jedem Jahr auf Orts-, Landes- und Bundesebene die „Sterne des Sports“. Dabei geht es nicht um die höchsten Sprünge, schnellsten Zeiten und meisten Tore, sondern um gesellschaftliches Engagement innerhalb der Vereine. Integrative Aktionen, Bildungsangebote,

familienfreundliche Projekte und Initiativen für benachteiligte Menschen rücken hier in den Fokus. Durch Preis- und Fördergelder ließen die Volksbanken und Raiffeisenbanken den Vereinen seit dem Jahr 2004 schon rund sechs Millionen Euro an zusätzlichen Mitteln zukommen.

www.sterne-des-sports.de, www.facebook.com/sternedessports

„Jugend und Finanzen“

Ein wichtiger Bereich des gesellschaftlichen Engagements der Genossenschaftsbanken ist naturgemäß die Förderung der finanziellen Allgemeinbildung von Kindern und Jugendlichen. Die zahlreichen lokalen Aktivitäten der Institute ergänzt und bündelt das bundesweite Schulserviceportal der Volksbanken und Raiffeisenbanken „Jugend und Finanzen“. Es richtet sich vor allem an Lehrer und Eltern als Vermittler von Finanzkompetenz und stellt die vielfältigen lokalen und regionalen Initiativen in der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Überblick dar. Zudem informiert es über verschiedene Projekte und Publikationen zum Thema Finanzkompetenz, vermittelt Kontakte zu den lokalen Banken und stellt Unterrichtsmaterial bereit. www.jugend-und-finanzen.de

Wir sind für Sie da!

Regionen sind vielseitig. Gesellschaftliches Engagement ist es auch. Schließlich muss es immer zur Region und den Anliegen der Menschen dort passen. Für die Volksbanken und Raiffeisenbanken gilt: Viele schaffen vieles und vor allem auch Vielseitiges. Sprechen Sie uns und unsere Berater gern an und erkundigen Sie sich nach den Schwerpunkten unseres Engagements. Vielleicht können ja auch Sie daran partizipieren oder davon profitieren.

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt dieser Ausgabe:

Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken · BVR, Berlin
Leitung/Chefredaktion: Tim Zuchiatti, BVR – Geschäftspolitik/Kommunikation –
Autor: Tim Zuchiatti
Co-Autor: Arndt Kalkbrenner
Objektleitung: Manuela Nägel, DG VERLAG, Leipziger Str. 35, 65191 Wiesbaden,
E-Mail: mnaegel@dgverlag.de
Verlag und Vertrieb: Deutscher Genossenschafts-Verlag eG, vertreten durch den
Vorstand: Peter Erlebach (Vorsitzender), Franz-J. Köllner und Mark Wülfinghoff,
Leipziger Str. 35, 65191 Wiesbaden

Gestaltung und Redaktion: hundertzwölf . agentur für kommunikation GmbH,
Wielandstraße 17, 60318 Frankfurt am Main
Herstellung: Görres-Druckerei und Verlag GmbH,
Niederbieberer Str. 124, 56567 Neuwied
Bildnachweis: BVR, shutterstock

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit ausdrücklicher Genehmigung des
Herausgebers. Das Manuskript für diese Ausgabe wurde Mitte Januar 2019
abgeschlossen.
Für die Richtigkeit und Vollständigkeit keine Gewähr.