

# Selbst ist die Bank

Bericht über das gesellschaftliche  
Engagement der Genossenschaftlichen  
FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken  
2012



### Das gesellschaftliche Engagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Überblick

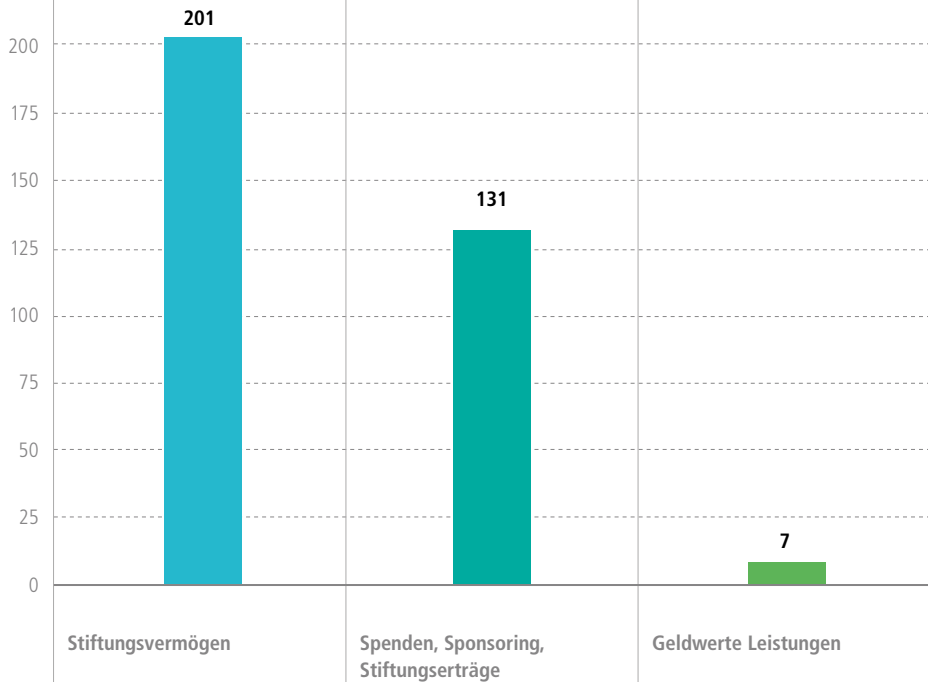
Wert 2012  
in Mio. Euro

	Kreditge- nossenschaften*	Finanz- Gruppe
<b>Verantwortung gegenüber Mitarbeitern</b> in Form von Personalaufwendungen	8.196	9.682
<b>Verantwortung für Bund, Länder und Gemeinden</b> in Form von Steuerzahlungen	2.068	2.440
<b>Verantwortung für die Mitbürger</b>		<b>138</b>
Spenden		91
Sponsoring		33
Stiftungserträge		7
Geldwerte Leistungen		7

\* Stand: März 2013, vorläufig

### Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe

in Mio. Euro



Stichtag: 31. Dezember 2012

# Selbst ist die Bank



# Inhalt

## 5

**Vorwort des Vorstandes**  
**Selbst ist die Bank**

## 10

**Wertschöpfungsbilanz**  
**Unser Engagement in Zahlen**  
**Mittendrin**

Wertschöpfungsbilanz der genossenschaftlichen  
FinanzGruppe

## 18

**Wir bauen mit auf**  
**Brotzeit unter Bäumen**

Die VR-Bank Landau eG machte im Jahr 2012 den Weg für  
einen Waldlehr- und Walderlebnispfad in der Region frei.

**Selbst ist die Bürgerstiftung**

Die Volksbank Stuttgart eG fördert bürgerschaftliches  
Engagement und stellt so eine dauerhafte Unterstützung  
vieler regionaler Anliegen sicher.

## 30

**Wir helfen mit**  
**Die Schätze der Stadt**

Die Volksbank Pforzheim eG baute eine Kinder-  
tagesstätte im Zentrum mit auf und sorgt so für  
eine flexiblere Betreuung der Kleinsten.

**Türchen öffne dich**

Die Volksbank Allgäu-West eG erfreut die Vereine und  
Initiativen vor Ort Jahr für Jahr mit einer ebenso  
eigenwilligen wie beliebten Spendenaktion.

## 40

**Wir sorgen vor**  
**Die Firma, die klug macht**

Die Mendener Bank eG machte die Gründung  
einer Schülergenossenschaft möglich und fördert  
damit die wirtschaftliche Bildung vor Ort.

**Inseln der Jugend**

Die RV Bank Rhein-Haardt eG eröffnet mit den  
„moneyislands“ jungen Menschen Räume für  
besondere Beratung und für ein Plus an Bildung.

# 50

Wir packen mit an

**Da sein und nah sein**

Die Volksbank Rottweil eG stellt ihre Auszubildenden einen Nachmittag in der Woche frei, um soziale Aufgaben zu übernehmen.

**Wachsende Wurzeln**

Zum Jubiläum der Volksbank Rhein-Lahn eG pflanzten die Mitarbeiter und Mitglieder neues Grün in die Region.

# 62

Selbst ist die FinanzGruppe

**Internationaler Karlspreis zu Aachen**

Signale für Europa.

**Internationaler Jugendwettbewerb**

**jugend creativ**

Entdecke die Vielfalt: Natur gestalten!

**Schulservice**

Engagement für bessere Bildung.

**Sterne des Sports**

Schaufenster für Engagement.

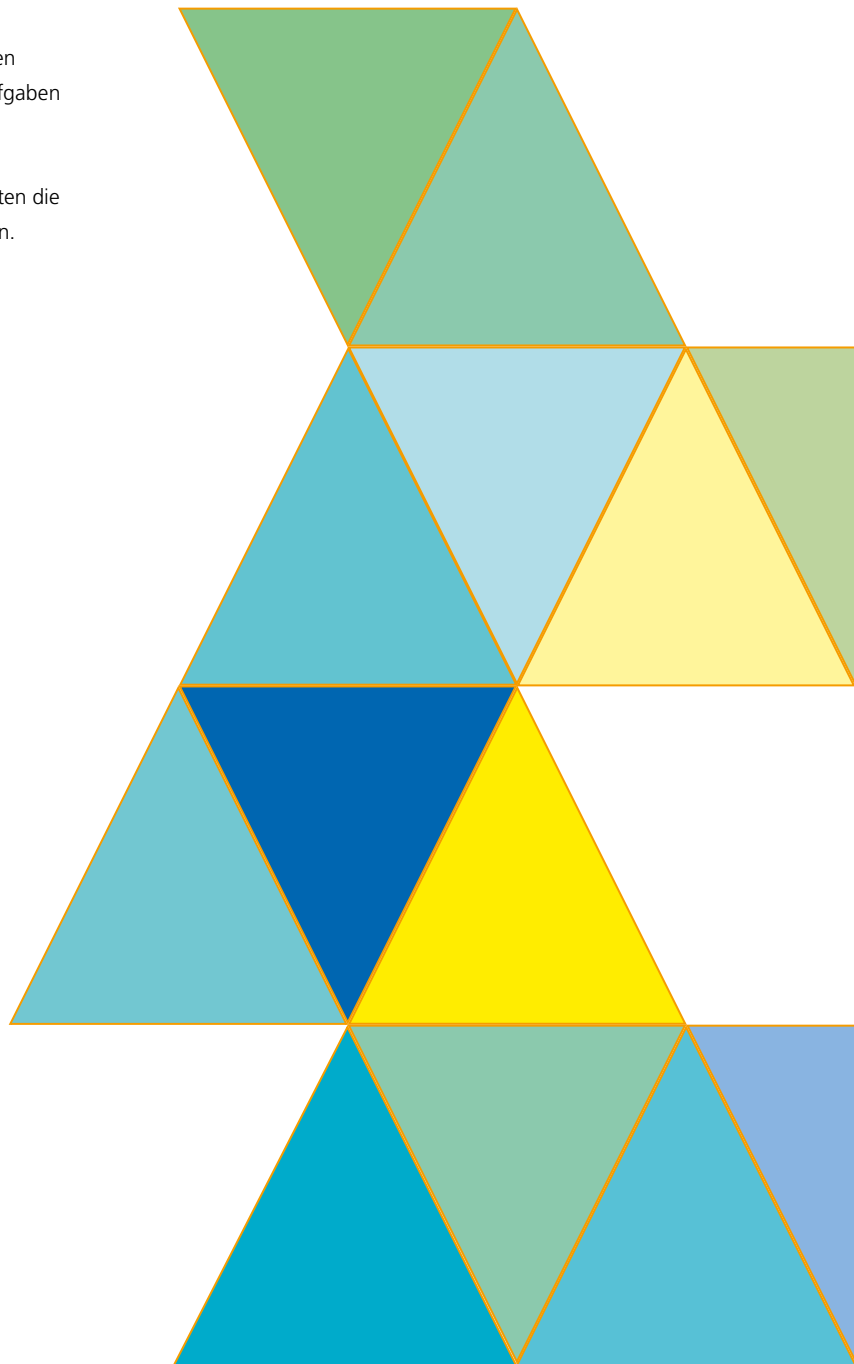
**Deutscher Chorwettbewerb**

**Deutscher Orchesterwettbewerb**

Harmonische Kooperationen.

**Aktive Bürgerschaft e.V.**

Gutes besser tun!





## **Vorwort des Vorstandes** Selbst ist die Bank

Selbsthilfe, Selbstverantwortung, Selbstverwaltung – diese Prinzipien sind seit der Gründung fest im Geschäftsmodell jeder Kreditgenossenschaft verankert. Sie prägen das Handeln eines jeden Instituts. Ausdruck findet dies auch im gesellschaftlichen Engagement der Genossenschaftsbanken. Als Kenner ihrer Region erkennen sie die Bedürfnisse vor Ort frühzeitig und setzen sich dafür ein. Die Institute packen in ihren Regionen nicht nur finanziell mit an, sie helfen auch in vielen anderen Bereichen mit, sie bauen mit auf.

Der vorliegende Bericht über das gesellschaftliche Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken 2012 belegt eindrucksvoll, wie umfangreich und wie ideenreich sich die Genossenschaftsbanken für förderungswürdige Initiativen einsetzen. Auch hier gilt in besonderem Maße: Selbst ist die Bank. Die guten Geschäftsergebnisse des abgelaufenen Jahres nutzte die genossenschaftliche FinanzGruppe unter anderem dazu, ihr gesellschaftliches Engagement auszuweiten. 131 Millionen Euro ließen die Institute den Menschen vor Ort an finanziellen Zuwendungen (Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge) zukommen. Das Vermögen, mit dem die genossenschaftliche FinanzGruppe in Stiftungen engagiert ist, wuchs ebenfalls. So knackten die genossenschaftlichen Banken hier im Jahr 2012 die 200-Millionen-Euro-Marke.

Diese Entwicklung zeigt: Der wirtschaftliche Erfolg ist kein Selbstzweck, sondern mündet vielmehr auch in eine gesteigerte gesellschaftliche Verantwortung. So bestätigen die Genossenschaftsbanken das Vertrauen vieler Menschen in die genossenschaftliche Idee. Schließlich gehen die erfreulichen Zuwächse im Geschäftsjahr 2012 und der steigende Kundenzuspruch auf ein nachvollziehbares Geschäftsmodell zurück, das auf Mitbestimmung und Partnerschaft setzt.

Die Genossenschaftsbanken in Deutschland verstehen sich als Unternehmensbürger. Sie übernehmen Verantwortung und sind Teil der örtlichen Infrastruktur. Sie sind wichtige und verlässliche Förderer ihrer Region. Unzählige Beispiele gibt es dafür. Eine Auswahl davon finden Sie in diesem Bericht.

Uwe Fröhlich  
Gerhard Hofmann  
Dr. Andreas Martin

## Selbst ist die Bank

Die Genossenschaftsbanken in Deutschland engagieren sich vielseitig und aktiv für ihre Region und für die Menschen dort.

Wie viel Selbst ist möglich, wie viel Hilfe nötig? Geht es um die Unterstützung wirtschaftlich wankender Staaten, sind es oft diese Fragen, an denen sich die Geister scheiden. Hilfe zur Selbsthilfe ist vielfach sinnvoll, allerdings darf diese nicht zu einer langfristigen Abhängigkeit führen. Selbsttätigkeit ist essenziell um wieder vital agieren zu können. Das Schicksal selbst in die Hand zu nehmen, auch einmal die Zähne zusammenzubeißen wird demnach oft und lautstark aus verschiedenen politischen Richtungen gefordert.

Im Bankensektor ist das nicht anders. So mag die staatliche Unterstützung angeschlagener Institute kurzfristig betrachtet zwar helfen, langfristig ist dies aber sicher keine Lösung.

Für die Genossenschaftsbanken sind Selbstständigkeit und das Agieren aus eigener Kraft wesentliche Bestandteile des Geschäftsmodells. „Der Weg auf den die Genossenschaften ihre Mitglieder hinweisen, ist der Weg der Selbsthilfe, des Emporkommens durch eigene Tüchtigkeit“, sagte bereits Genossenschaftserfinder Hermann Schulze-Delitzsch. Ausgehend von diesem Grundsatz und dieser Einsicht handeln die Kreditgenossenschaften und machen für ihre Kunden und Mitglieder den Weg frei. Dies bezieht sich keineswegs nur auf finanzielle Aspekte, es drückt sich ebenfalls im freiwilligen gesellschaftlichen Engagement einer jeden Genossenschaftsbank aus.

Jede einzelne Volksbank oder Raiffeisenbank ist ein vitaler und tatkräftiger Partner vor Ort, der die Menschen in der Region bei ihren Anliegen vielseitig unterstützt. „Selbst ist die Bank“, lautet hier das selbstbewusste und auf die Kreditgenossenschaften rundum zutreffende Motto. Ausgehend von den genossenschaftlichen Prinzipien der Selbsthilfe, Selbstverantwortung und Selbstverwaltung agieren die Kreditgenossenschaften als selbstständige Partner ihrer Region. Sie bauen mit auf. Sie helfen mit. Sie sorgen vor.

### Wir bauen mit auf

„Die ethisch-moralische Gesamthaltung von Genossenschaftsbanken und Bürgerstiftungen macht sie zu natürlichen Partnern, von deren Engagement beide Seiten profitieren können“, sagte jüngst der frisch aus seinem Amt verabschiedete ehemalige US-Botschafter Philip D. Murphy im Gespräch mit der Aktiven Bürgerschaft, dem Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken (siehe auch Seite 84 ff.). Die vielen Projekte der Genossenschaftsbanken vor Ort, geben ihm in dieser Hinsicht ganz sicher recht.

So tragen sie mit zahlreichen Aktivitäten und großem Einsatz zur Verbesserung der lokalen und regionalen Infrastruktur bei – sei es durch die Förderung der regenerativen Energiegewinnung, die Unterstützung beim Bau von Kindergärten und Schulen oder auch bei der Gründung von Stiftungen und Bürgerstiftungen in der Region, die wiederum klar definierte gemeinnützige Ziele verfolgen.

### Wir helfen mit

Aber auch wenn schnelles Engagement gefragt ist, sind die Genossenschaftsbanken nicht weit. Sie sind gefragte Förderer und Unterstützer gemeinnütziger Veranstaltungen und Events. Dort sind sie Spender, Sponsoren oder teilweise auch Ausrichter. So helfen sie mit, die Region zu beleben, geben wichtige Impulse und nehmen aktiv am Leben vor Ort teil. Sie sind viel mehr als nur Geldgeber, sie sind Aktivposten, auf die man sich nicht nur als Mitglied und Kunde verlassen kann. Sie prägen das Geschehen vor Ort mit, unterstützen dies und treten damit weit über ihre deutschlandweit 13.211 Bankstellen (2012) in Erscheinung. Gibt es Probleme oder Engpässe vor Ort, übernehmen die



Genossenschaftsbanken oftmals Verantwortung. Sie verstehen sich als Unternehmen der Region, identifizieren sich mit dieser und gestalten diese.

### **Wir sorgen vor**

Das gilt insbesondere auch für den Bereich der Bildung. Die meisten finanziellen Zuwendungen seitens der Genossenschaftsbanken kommen Kindern und Jugendlichen zugute. Ein erheblicher Teil davon fließt in Schul- und Bildungsprojekte. Denn: Mit der Bildung einer Region steht und fällt ihre Zukunft. So nehmen die Volksbanken und Raiffeisenbanken nicht nur ihre Rolle als verlässlicher Ausbilder wahr – die bundesweite Ausbildungsquote von 8,1 Prozent (2012) belegt dies eindrucksvoll –, sondern sie setzen sich zudem für gute Rahmenbedingungen für Bildung und Weiterbildung vor Ort ein. Dies beginnt mit der direkten Förderung lokaler Schulen. Es setzt sich über die Unterstützung von Schulprojekten und besonderen Schulangeboten fort. Und es bezieht sich auch auf das große Feld der finanziellen Bildung. Hier treten die Banken vor Ort vermehrt auch als gute Ratgeber für Lehrer und Schüler in Erscheinung. Bundesweiten Ausdruck findet dies in dem Onlineportal [www.jugend-und-finanzen.de](http://www.jugend-und-finanzen.de), das zahlreiche Aktivitäten abbildet und Lehrern wichtige Unterstützung für den Unterricht bietet.

### **Wir packen mit an**

Direkte Unterstützung leisten vermehrt auch zahlreiche der rund 160.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Genossenschaftsbanken. Denn: Viele Institute organisieren mittlerweile Freiwilligentage, an denen die gesamte Belegschaft nicht hinter dem Schalter oder in Beratungsgesprächen aktiv ist, sondern bei gemeinnützigen Projekten direkt mitanpackt. Sei es bei der Renovierung des Kindergartens in der Nachbarschaft, bei der Pflege regionaler Grünanlagen oder in der Unterstützung hilfsbedürftiger Personen. Corporate Volunteering heißt dies neudeutsch. Für viele Kreditgenossenschaften ist dies bereits langjährig gelebte Praxis. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter engagieren sich überdies ehrenamtlich in lokalen Vereinen und Initiativen. Denn sie verstehen sich als aktiver Teil ihrer Region. Und dies geht weit über den Bankalltag hinaus. So heißt es nicht nur „Selbst ist die Bank“, sondern vielfach auch „Selbst sind die Mitarbeiterinnen und Mitar-

beiter der Volksbanken und Raiffeisenbanken“. Die Selbsttätigkeit wird hier zum Selbstverständnis. Das war schon seit der Gründung der ersten Genossenschaftsbanken vor über 150 Jahren so. Doch gerade in der heutigen Zeit ist diese Haltung wichtiger denn je. Nicht ohne Grund wird deshalb das Modell der Genossenschaften im Allgemeinen und der Genossenschaftsbanken im Besonderen als ein sehr zeitgemäßes betrachtet.

Um es mit Finanzminister Dr. Wolfgang Schäuble zu sagen: „Das Prinzip der Volksbanken und Raiffeisenbanken ist nicht altmodisch, sondern ein sehr zukunftsweisendes.“ (Vortrag auf der 69. Bankwirtschaftlichen Tagung im Juni 2013 in Berlin)







# Unser Engagement in Zahlen

# 201

# 131

Millionen Euro beträgt die Summe der finanziellen Zuwendungen im Jahr 2012. Dies ist ein neuer Höchstwert. Diese beachtliche Summe setzt sich aus Spenden, Sponsoring und dem Einsatz von Stiftungserträgen zusammen. 91 Millionen Euro wurden insgesamt gespendet, mit 33 Millionen Euro wurde Sponsoring betrieben und weitere 7 Millionen Euro wurden aus Stiftungserträgen eingesetzt. Zu den 131 Millionen Euro kommen noch 7 Millionen Euro an geldwerten Zuwendungen, 5 Millionen Euro davon durch kostenlose Finanz- und Servicedienstleistungen, 2 Millionen flossen den Menschen anhand von Sachspenden zu.

Millionen Euro betrug das Stiftungsengagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Jahr 2012. Mit diesem Wert wurde erstmals die Marke von 200 Millionen Euro durchbrochen. Die Kreditgenossenschaften setzen damit vermehrt auf die Unterstützung und Gründung von Stiftungen als besonders nachhaltige und dauerhafte Form der Förderung von regionalen Anliegen. Sie schaffen damit verlässliche Strukturen vor Ort und generieren dauerhafte Stiftungserträge. Vom Jahr 2005 bis zum Jahr 2012 wurde das Stiftungsengagement stetig gesteigert. Während es bei der ersten Erfassung 2005 noch bei 95 Millionen Euro lag, hat es sich in weniger als zehn Jahren nun mehr als verdoppelt. 180 Millionen Euro davon sind das Vermögen von Bankstiftungen. Mit 21 Millionen Euro fungieren die Institute der genossenschaftlichen FinanzGruppe als Zustifter in Bürger- und Gemeinschaftsstiftungen.

# 2,1

Milliarden Euro zahlten im Jahr 2012 alle Kreditgenossenschaften an Steuern vom Einkommen und vom Ertrag (vorläufig, Stand: März 2013). Dadurch stieg die bereits in den Vorjahren hohe Abgabe an den Fiskus erneut um 7,2 Prozent deutlich an. Die Genossenschaftsbanken sind damit weiterhin einer der größten Steuerzahler in den Kommunen.

# 95,2

Prozent der Kreditgenossenschaften setzen sich bei ihrem gesellschaftlichen Engagement für Kinder und Jugendliche ein. Diese Zielgruppe ist damit der Hauptempfänger gemeinnütziger Aktivitäten. Viele Aktionen dienen aber auch der Unterstützung von Familien (66,3 Prozent) oder Senioren (83,4 Prozent).

# 8,1

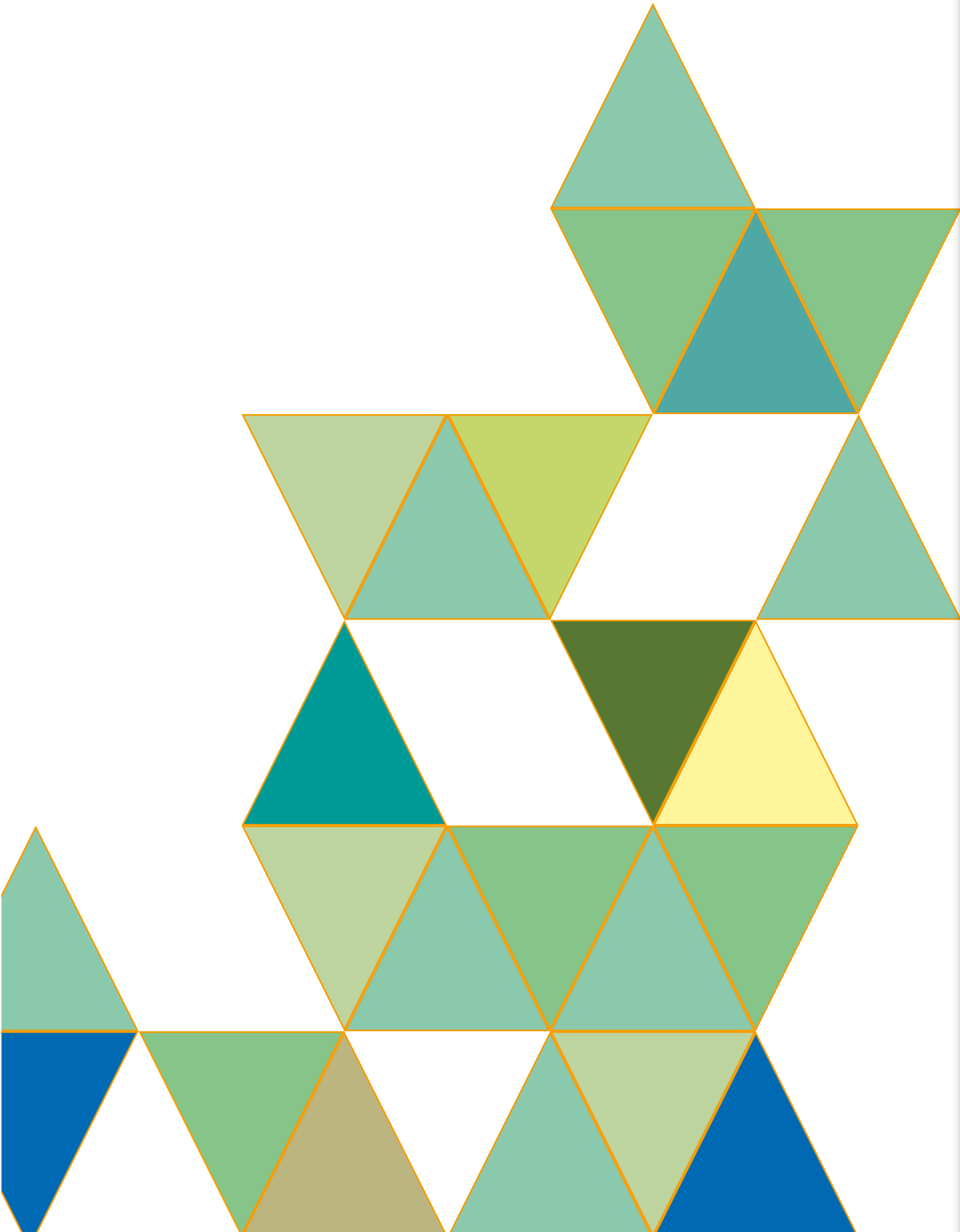
Prozent beträgt die Ausbildungsquote 2012 der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Diese Zahl belegt: Junge Menschen sehen im Berufsbild Bankkaufmann/-frau eine Ausbildung mit Zukunftschancen. Zudem sehen sie die Volksbanken und Raiffeisenbanken als attraktive Arbeitgeber an. Die Zahl der Auszubildenden stieg 2012 um 400 auf jetzt 12.100 – dies ist der größte Anstieg innerhalb der letzten fünf Jahre.

# 37

Prozent der rund 160.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kreditgenossenschaften sind in ihrer Freizeit ehrenamtlich aktiv. Das heißt: Jeder Dritte ist nach der Arbeit in Vereinen, Initiativen oder Hilfsorganisationen engagiert. Dieser Wert drückt in besonderem Maße die enge Bindung zwischen den Mitarbeitern einer jeden Genossenschaftsbank und ihrer jeweiligen Region aus. Viele identifizieren sich mit den Menschen vor Ort und setzen sich für ihre Anliegen auch über das Bankgeschäft hinaus ein. Immer mehr Kreditgenossenschaften fördern überdies das gesellschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiter, indem sie Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen. Dabei stellen die Institute ihr Personal für einen Tag frei, um sich für gemeinnützige Anliegen zu engagieren. Oder aber sie organisieren eine gemeinsame Aktion, bei der sich das gesamte Bank-Team für eine gute Sache engagiert (siehe auch Beispiele ab Seite 50 in diesem Bericht). Über 30 Prozent der Institute betätigen sich mittlerweile auch auf diesem Feld.

# 95,9

Prozent der Kreditgenossenschaften unterstützen mit ihrem gesellschaftlichen Engagement örtliche Vereine und Initiativen. Es ist ein wichtiger Teil der regionalen Ausrichtung der Genossenschaftsbanken, die sich damit direkt zu ihrer Region und den Menschen dort bekennen. Aber auch öffentliche Einrichtungen wie zum Beispiel Schulen oder Kindergärten (94,7 Prozent) und auch Kirchengemeinden (92,3 Prozent) wurden vergleichbar oft genannt. Die Unterstützung reicht dabei von den Bereichen Sport/Erholung über Kunst/Kultur bis hin zu Bildung/Forschung. Passend zum lokalen Fokus des Engagements benennen 82,1 Prozent folglich auch „Regionalität“ als den zentralen Wert, den sie mit ihren Aktivitäten verbinden.





## Mittendrin

Das gesellschaftliche Engagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Jahr 2012

Weit **über 100 Millionen Euro** jährlich spendet und sponsert die genossenschaftliche FinanzGruppe. Der Großteil kommt Kindern und Jugendlichen sowie den Vereinen vor Ort zugute.

Mehr als **200 Millionen Euro** beträgt das Stiftungsengagement der Genossenschaftsbanken. Über 20 Millionen Euro davon bringen sie für Gemeinschafts- und Bürgerstiftungen auf.

Mehr als **300 Volksbanken und Raiffeisenbanken** fördern Engagementprojekte ihrer Mitarbeiter während der Arbeitszeit. 60.000 Mitarbeiter sind in ihrer Freizeit ehrenamtlich aktiv.

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken, Sparda-Banken, PSD Banken und sonstigen Mitgliedsinstitute des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) förderten auch im Jahr 2012 die Kunden und Mitglieder ihrer Region weit über finanzielle Belange hinaus. Als Unternehmen, die sich zu ihrer Region bekennen, setzen sie sich mit guten Ideen und viel Engagement für die Anliegen der Menschen vor Ort ein.

Die Wertschöpfungsbilanz der genossenschaftlichen FinanzGruppe fasst diesen Einsatz zusammen und liefert einen Überblick wie, wo und in welcher Form sich die Genossenschaftsbanken im vergangenen Jahr engagiert haben. Eines ist dabei klar: Ein Großteil der Aktivitäten lässt sich in Zahlen nur unzureichend ausdrücken. So ist für viele Mitarbeiter der Kreditgenossenschaften auch der direkte persönliche Einsatz Teil ihrer Arbeit. „Aus der Region, für die Region“ lautet hier das Motto, das durch eine jede Bank und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jeden Tag aufs Neue gelebt wird.

### Engagement gesteigert

Das gute Ergebnis des abgelaufenen Jahres, das sich im Jahresbericht 2012 der Volksbanken und Raiffeisenbanken niederschlägt, drückt sich auch in dem signifikant gestiegenen Engagement der Kreditgenossenschaften aus. So wurde die Summe der finanziellen Zuwendungen wie auch das Stiftungsengagement erhöht. Das gute Geschäftsergebnis übte offenbar direkten Einfluss auf die Kreditgenossenschaften aus und ermunterte dazu, noch mehr für ihre Region zu tun als ohnehin schon. Die Mitglieder einer jeden Genossenschaftsbank profitieren dadurch gleich doppelt. Zum einen durch die vielen Vorteile und die oft attraktive Dividende, die sie Jahr für Jahr erhalten, zum anderen durch die Unterstützung, die den Menschen, Vereinen und Initiativen vor Ort durch Spenden oder Sponsoring seitens der Bank direkt zufließt.

### Arbeitgeber und Ausbilder vor Ort

Darüber hinaus profitieren viele Menschen vor Ort als Arbeitnehmer direkt von ihrer Genossenschaftsbank. Denn ihnen stehen die Institute als gute, verlässliche und lokal verortete Arbeitgeber und Ausbilder zur Seite.

8.196 Millionen Euro (vorläufig, Stand: März 2013) ließen die Kreditgenossenschaften ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern in Form von Personalaufwendungen zukommen. In der gesamten genossenschaftlichen FinanzGruppe waren es 9.682 Millionen Euro.

Die Ausbildungsquote der Kreditgenossenschaften konnte im Jahr 2012 gesteigert werden. Sie beträgt nun 8,1 Prozent. Das heißt: Auf 100 Mitarbeiter kommen über acht Auszubildende. Die Ausbildungsquote wuchs 2012 um 400 auf jetzt 12.100 – dies ist der größte Anstieg innerhalb der letzten fünf Jahre.

#### **Öffentliche Kassen profitieren**

Die öffentlichen Kassen profitierten von Genossenschaftsbanken als Steuerzahler vor Ort. 2,1 Milliarden Euro (vorläufig, Stand: März 2013) zahlten im Jahr 2012 alle Kreditgenossenschaften an Steuern vom Einkommen und vom Ertrag. Dadurch stieg die bereits in den Vorjahren hohe Abgabe an den Fiskus erneut um 7,2 Prozent deutlich an. Die Genossenschaftsbanken sind damit weiterhin einer der größten Steuerzahler in den Kommunen.

Über diese Zahlungen hinaus unterstützen die BVR-Mitgliedsinstitute ihre Region durch Sponsoring, Stiftungen, Spenden und direktes, persönliches Engagement. Diese Zahlen wurden innerhalb einer Umfrage des BVR unter allen Mitgliedsinstituten ermittelt.

#### **Spenden und Sponsoring 2012: 131 Millionen Euro**

Mit 131 Millionen Euro hat die genossenschaftliche FinanzGruppe im Jahr 2012 gemeinnützige Organisationen, Projekte und Initiativen finanziell unterstützt (siehe Grafik auf Seite 17). Davon stammten 56 Millionen Euro aus dem genossenschaftlichen Gewinnsparen. Mit weiteren geldwerten Zuwendungen in Höhe von 7 Millionen Euro konnte das Gemeinwesen nochmals gestärkt werden (siehe Grafik auf Seite 17). Die Summe der finanziellen Zuwendungen wurde damit gegenüber den Vorjahren deutlich gesteigert.

Zum Vergleich: Die Summe aus Spenden, Sponsoring und Stiftungserträgen lag im Jahr 2011 bei rund 120 Millionen Euro, im Jahr 2010 bei 123 Millionen Euro. Im Jahr 2005 lag dieser Wert noch bei 80 Millionen Euro.

Insbesondere das Spendenvolumen konnte im abgelaufenen Jahr nochmals wachsen. Es steigerte sich von 82 Millionen Euro auf 91 Millionen Euro. Auch die Sponsoringaktivitäten wurden ausgeweitet. So war die genossenschaftliche FinanzGruppe hier mit 33 Millionen Euro engagiert. Das sind 5 Millionen Euro mehr als im Vorjahr.

#### **Stiftungsvermögen 2012: 201 Millionen Euro**

Das Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe im Stiftungsbereich belief sich zum Ende des Jahres auf 201 Millionen Euro. Darin enthalten sind 21 Millionen Euro, mit denen die Genossenschaftsbanken den Auf- und Ausbau von Bürgerstiftungen und anderen Gemeinschaftsstiftungen unterstützt haben (siehe Grafik auf Seite 17). Mit 180 Millionen Euro wurden bislang von Organisationen der genossenschaftlichen FinanzGruppe eigene Stiftungen gegründet. Jede dritte Bank ist im Stiftungsbereich engagiert.

Die Summe des Stiftungsengagements wächst von Jahr zu Jahr erheblich. So konnte diese von 2005 bis 2012 mehr als verdoppelt werden. Die genossenschaftliche FinanzGruppe setzt damit auf eine langfristige Form der Förderung. Ganz wie im Tagesgeschäft steht hierbei kein kurzfristiger Effekt, sondern vielmehr der langfristige Nutzen im Mittelpunkt. Schließlich sind Stiftungen Einrichtungen, die eine dauerhafte Unterstützung gewährleisten und stetige Erträge für gemeinnützige Anliegen generieren. Sie tragen maßgeblich und dauerhaft zur Verbesserung regionaler Infrastrukturen bei.

Während das Stiftungsengagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Jahr 2005 noch bei 95 Millionen Euro lag, steigerte es sich bis 2010 auf 140 Millionen Euro. Mit 201 Millionen Euro wurde 2012 nun ein neuer Höchstwert erreicht.

#### **Mitarbeiter: Mehr als ein Drittel engagiert sich ehrenamtlich**

Mit 37 Prozent der Bankangehörigen sind mehr als ein Drittel der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Genossenschaftsbanken, Verbänden und Unternehmen der genossenschaftlichen FinanzGruppe in ihrer Freizeit ehrenamtlich aktiv.



Fast jede dritte Genossenschaftsbank organisiert oder unterstützt zudem das bürgerschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der Arbeitszeit (Corporate Volunteering).

Die Anzahl der Bankangehörigen, die sich in der Freizeit bürgerschaftlich engagieren, wuchs damit über die Jahre leicht, aber stetig. Lag dieser Wert 2005 noch bei 31 Prozent, steigerte er sich bis 2009 Schritt für Schritt bis auf 37 Prozent. Dieser Wert konnte auch 2012 gehalten werden.

Die Zahl der Genossenschaftsbanken, die Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen, steigerte sich hingegen signifikant. Von 2005 bis 2012 wurde sie so gut wie verdoppelt. Während 2005 noch 16 Prozent der Institute angaben, Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchzuführen, sind es nun 31 Prozent. Diese Art von Unterstützung ist also zunehmend beliebt. Beispiele für diese Form des Engagements sind auch im Kapitel „Wir packen mit an“ ab Seite 50 in diesem Bericht zu finden.

### Kinder und Jugendliche profitieren

Die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen sowie die Förderung der Vereine vor Ort bilden weiterhin den Schwerpunkt des gesellschaftlichen Engagements der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. 95,2 Prozent der Genossenschaftsbanken engagieren sich direkt für diese Zielgruppe. Ein weiterer wichtiger Empfänger ist die Gruppe der älteren Menschen und Senioren. 83,4 Prozent setzen sich dafür ein. 66,3 Prozent gaben überdies an, mit ihren Aktionen Familien und Lebensgemeinschaften zu unterstützen.

Institutionell betrachtet profitieren vor allem Vereine und Initiativen von dem großen Engagement. 95,9 Prozent der Kreditgenossenschaften unterstützen diese. Aber auch öffentliche Einrichtungen wie zum Beispiel Schulen oder Kindergärten (94,7 Prozent) und auch Kirchengemeinden (92,3 Prozent) wurden vergleichbar oft genannt. Wohin die Unterstützung fließt, ist dabei so vielfältig wie das Leben selbst: Es reicht von den Bereichen Sport/Erholung über Kunst/Kultur bis hin zu Bildung/Forschung.

Viel klarer und eindeutiger sind dabei die Werte, die eine jede Genossenschaftsbank mit ihrem Engagement verbindet und an denen sie ihr Engagement ausrichtet. Mit 82,1 Prozent ist die Regionalität – der Einsatz für die Belange vor Ort – das zentrale Anliegen. Dazu passend spielt bei 73 Prozent die Kundennähe eine zentrale Rolle. Für 65,3 Prozent ist zudem die Nachhaltigkeit des Engagements ein wichtiger Faktor. Kein Kurzfrist-Effekt, sondern der Aufbau langfristig tragender Strukturen steht hier im Mittelpunkt. Das passt zum nachhaltigen Geschäftsmodell der Genossenschaftsbanken und es passt auch zum jährlich gesteigerten Engagement in Stiftungen, die ja in besonderem Maße eine langfristige, institutionalisierte Unterstützung sicherstellen. Als weitere Motive wurden Solidarität, Selbsthilfe und die genossenschaftliche Mitgliedschaft genannt.

### Studiendesign

Die Aktive Bürgerschaft (siehe auch Seite 84 ff.) befragte im Jahr 2013 alle BVR-Mitgliedsbanken, Unternehmen und Verbände der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Auftrag ihres Schirmherrn, dem Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) zu ihrem gesellschaftlichen Engagement. Die Rücklaufquote betrug 20 Prozent. Die Daten wurden von der Aktiven Bürgerschaft mit der Statistiksoftware SPSS ausgewertet.

	2012	2011	2010
	Mio. Euro	Mio. Euro	Mio. Euro
<b>Finanzielle Zuwendungen</b>	<b>131</b>	<b>120</b>	<b>123</b>
<b>Geldwerte Zuwendungen</b>	<b>7</b>	<b>5</b>	<b>13</b>
<b>Stiftungengagement</b>	<b>201</b>	<b>183</b>	<b>140</b>
	in Prozent	in Prozent	in Prozent
<b>Bankangehörige, die sich in der Freizeit bürgerschaftlich engagieren</b>	<b>37</b>	<b>36</b>	<b>37</b>
<b>Genossenschaftsbanken, die Corporate-Volunteering-Projekte durchführen</b>	<b>31</b>	<b>30</b>	<b>17</b>

## Das gesellschaftliche Engagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Überblick

Wert 2012  
in Mio. Euro

	Kredit- genossenschaften*	Finanz- Gruppe
<b>Verantwortung gegenüber Mitarbeitern</b>		
in Form von Personalaufwendungen	8.196	9.682
<b>Verantwortung für Bund, Länder und Gemeinden</b>		
in Form von Steuerzahlungen	2.068	2.440
<b>Verantwortung für die Mitbürger</b>		<b>138</b>
Spenden		91
Sponsoring		33
Stiftungserträge		7
Geldwerte Leistungen		7

\* Stand März 2013, vorläufig

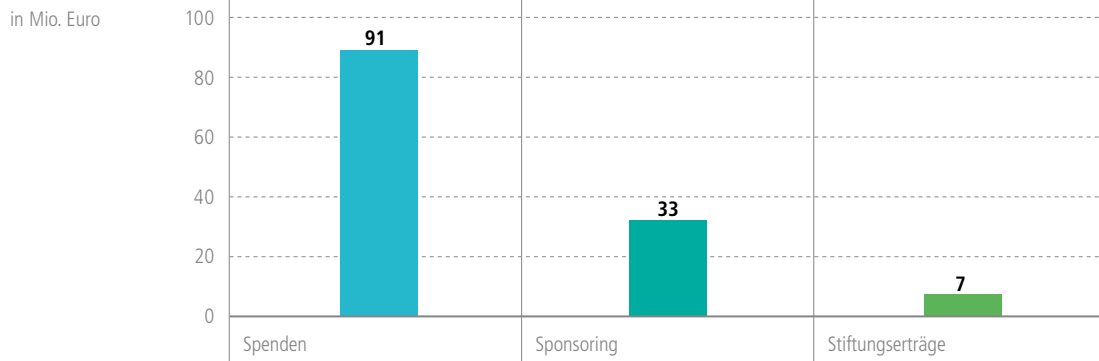
## Schwerpunkte des Engagements (Mehrfachnennungen möglich)

in Prozent

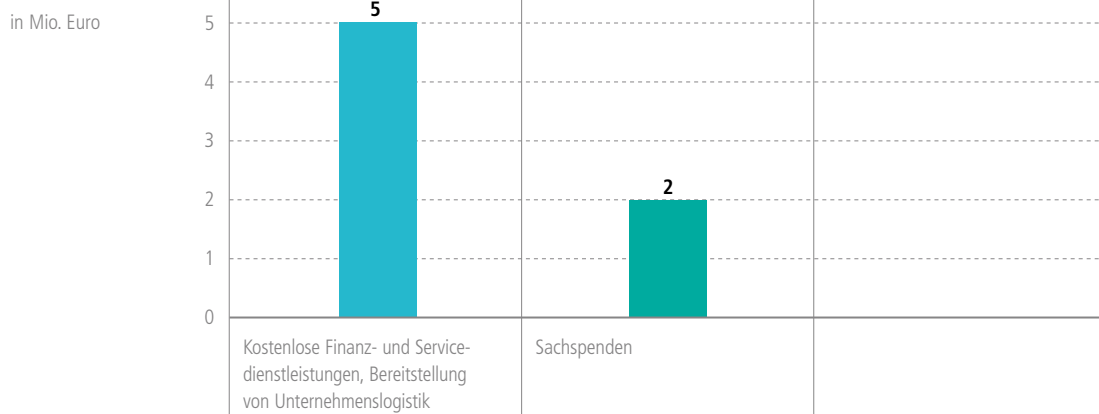
<b>1. Zielgruppen</b>	
Kinder, Jugendliche	95,2
Ältere Menschen, Senioren	83,4
Familien, Lebensgemeinschaften	66,3
<b>2. Empfänger</b>	
Örtliche Vereine, Initiativen	95,9
Öffentliche Einrichtungen, z. B. Schulen	94,7
Kirchengemeinden	92,3

Stichtag: 31. Dezember 2012

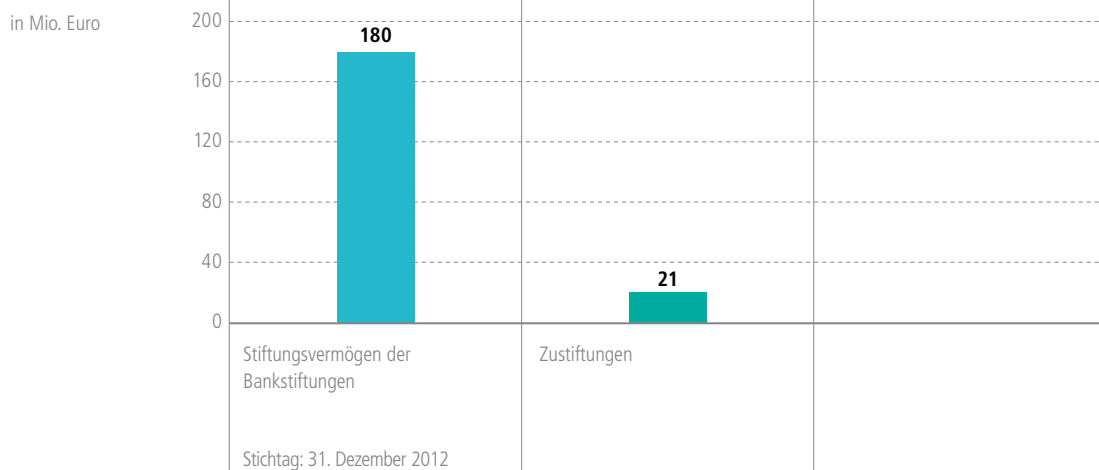
Spenden und Sponsoring 2012: 131 Millionen Euro



Geldwerte Leistungen 2012: 7 Millionen Euro



Stiftungsvermögen 2012: 201 Millionen Euro



# Wir bauen mit auf

## 20

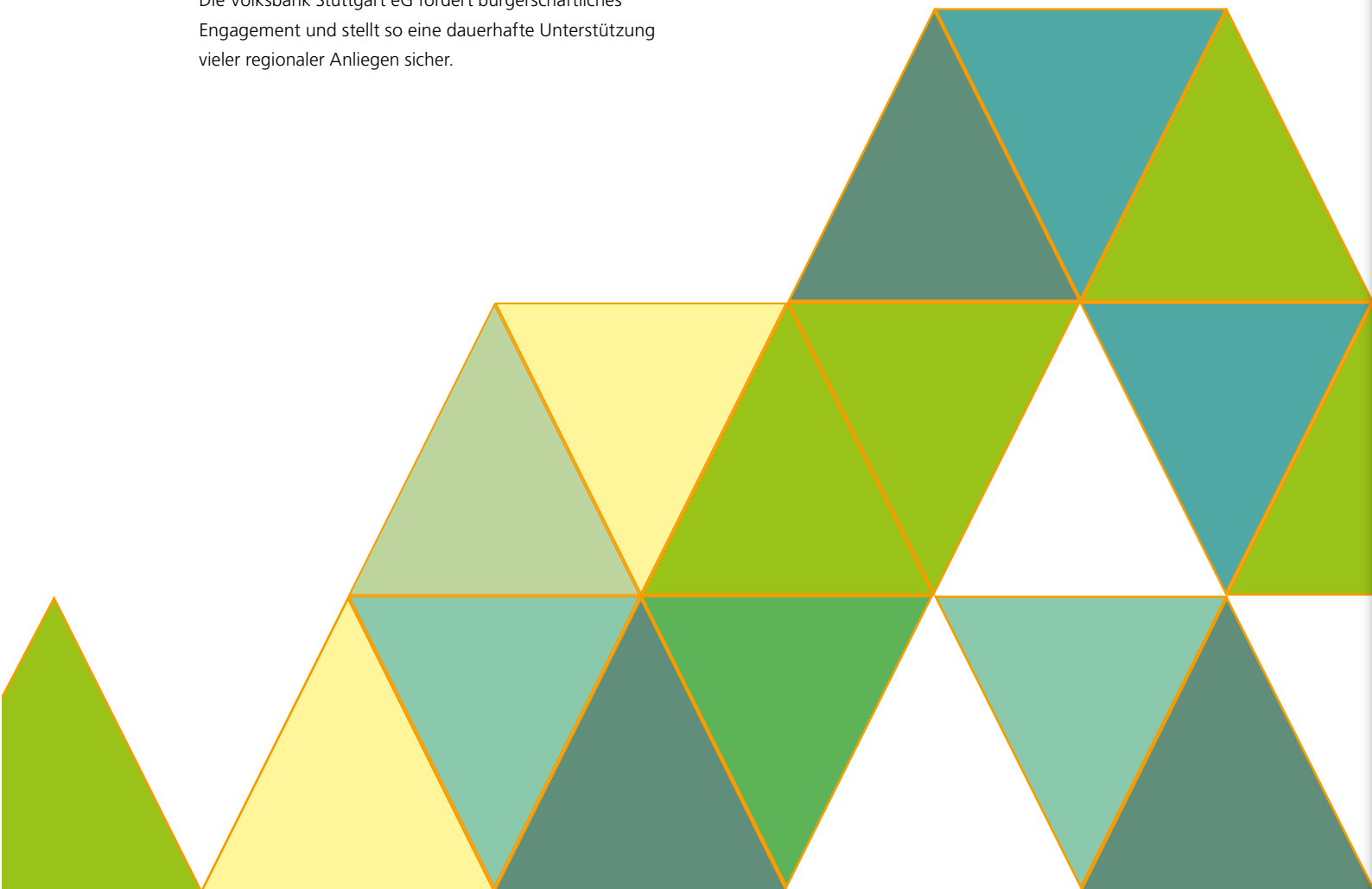
### **Brotzeit unter Bäumen**

Die VR-Bank Landau eG machte im Jahr 2012 den Weg für einen Waldlehr- und Walderlebnispfad in der Region frei.

## 26

### **Selbst ist die Bürgerstiftung**

Die Volksbank Stuttgart eG fördert bürgerschaftliches Engagement und stellt so eine dauerhafte Unterstützung vieler regionaler Anliegen sicher.



## Wir bauen mit auf

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken prägen die Infrastruktur ihrer Region auf vielfältige und nachhaltige Art und Weise mit.

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken sind Förderer der Region, in der sie wirtschaften. Das gilt nicht nur für die vielen kleinen und mittelständischen Firmenkunden vor Ort, die sie verlässlich in ihren wirtschaftlichen Vorhaben unterstützen. Es gilt auch für die Förderung wichtiger Einrichtungen und Institutionen vor Ort. Die Kreditgenossenschaften schaffen und stärken Strukturen, die allen dienen – vor allem der Region.

### Mehrwerte

So treten zahlreiche Kreditgenossenschaften direkt für die Stärkung der gemeinnützigen Angebote vor Ort mit ein. Mit ihrem Einsatz, ihren Ideen und nicht zuletzt auch mithilfe ihrer finanziellen Unterstützung werden so Dinge möglich gemacht, die sonst nicht möglich wären. Für die Menschen vor Ort werden Mehrwerte geschaffen, von denen sie sehr lange und oft über Generationen hinaus profitieren können. Auf diese Weise sind die Genossenschaftsbanken prägende Elemente für die Region, in der sie arbeiten.

Sie gestalten diese mit, setzen sich direkt für diese ein, identifizieren sich mit ihr und stiften neues Identifikationspotenzial. Als prominenter Steuerzahler vor Ort tragen sie überdies in nicht unerheblichem Maß zur Ausstattung kommunaler Einrichtungen bei. Über diese Zahlungen hinaus werden die Institute gerne und oft aktiv, wenn ein Bedarf in der Region akut wird. Sie entwickeln Lösungen, Konzepte und bauen oftmals auch selbst mit auf.

### Sichtbar, greifbar, betretbar

Keine anonymen Zahlungen, sondern direktes Engagement und das direkte Eintreten für die gute Sache beziehungsweise wichtige soziale Anliegen sind Programm. Die Ergebnisse dieses Einsatzes sind sichtbar, greifbar, betretbar und sie sind für eine Vielzahl von Menschen bereichernd. Ohne die Volksbank oder Raiffeisenbank vor Ort – so lässt sich vielfach sagen – wäre einiges in der jetzigen Form nicht möglich gewesen.

Die Beispiele in diesem Kapitel zeigen eindrucksvoll, wie vielfältig und weitreichend der Einsatz vieler Genossenschaftsbanken für eine gute Infrastruktur vor Ort ist. Dabei steht weniger der werbliche Aspekt im Mittelpunkt des Schaffens, sondern vielmehr der Wille, etwas zu tun, was der Region wirklich weiterhilft.

Die VR-Bank Landau eG zog dafür hinaus in den Wald (siehe Seite 20). Mit dem VR-Walderlebnispfad schafften sie nicht nur einen ökologischen Mehrwert, sondern schenkten Jung und Alt einen Strauß neuer Aktivitäten. Sei es der Müßiggang zum Entspannen, die Waldkunde zum Weiterbilden und natürlich auch jede Menge neue Erlebnisse für die Kleinsten. Das bringt neues Leben in die Region und setzt neue Impulse.

### Langfristig

Die Stuttgarter Volksbank eG streut ihre Aktivitäten satelitenförmig. Durch die Einrichtung zahlreicher Bürgerstiftungen in den Regionen ihres Geschäftsgebiets und die Definition klarer Förderzwecke, institutionalisiert sie ihr Engagement und stellt eine dauerhafte Unterstützung wichtiger lokaler Anliegen sicher. Sie ermöglicht verlässliche Einheiten, die wiederum dauerhaftes und direktes Engagement ermöglichen (siehe Seite 26). Eine nachhaltigere und langfristige Form, die Region zu bereichern und Unterstützung sicherzustellen, gibt es kaum.





Ökologisch und pädagogisch wertvoll: der Waldlehr- und Walderlebnispfad.



## **Brotzeit unter Bäumen**

Die VR-Bank Landau eG machte im Jahr 2012 den Weg für einen Waldlehr- und Walderlebnispfad in der Region frei.

„Was seht ihr hier für Bäume?“, ruft Hubert Hobmaier fragend, und deutet auf das grüne Dickicht, das sich vor ihm hinter einem meterhohen Zaun erstreckt. Die Kinder schauen genau hin, einzelne gehen näher heran. Sie unterscheiden Nadel- von Laubbäumen und versuchen, Grüntöne und Blattformen zu bestimmen. „Das ist eine Lärche“, sagt eines der Mädchen vorsichtig. „Ja, genau!“, antwortet der Förster vom Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Landau.

Nun werden auch die anderen Drittklässler der Hans-Carossa-Grund- und Mittelschule aus dem niederbayerischen Pilsting mutiger. „Eine Tanne, dort hinten rechts!“, schreit ein Junge mit Bayern-München-Kappe, „Erle!“, ruft ein anderer, der auf seinem Filzhut schon einige Zweige stecken hat. „Wie heißt noch mal der Baum, der nach Orange duftet, wenn man die Nadeln zerreibt?“, fragt eine Neunjährige, die ihre Hand über den Zaun gestreckt hat und eines der Nadelhölzer anfasst. „Douglasie“, antwortet ein anderes Mädchen. Förster Hobmaier nickt zufrieden.

### **Baumkunde auf 42 Hektar**

Die Baumkunde bei Nieselregen ist eine der Stationen des VR-Walderlebnispfades Parnkofen, den die VR-Bank Landau im Jahr 2012 eröffnet hat. In Gruppenführungen haben bisher mehr als 1.000 Kinder und Erwachsene den ein Kilometer langen Spaziergang durch den Wald mitgemacht. Hinzu kommen die ungezählten Besucher, die mit dem Auto oder Fahrrad hierher anreisen. Das 42 Hektar große Waldgebiet liegt oberhalb des Dörfchens Parnkofen, knapp zehn Kilometer entfernt von der 12.500-Seelen-Stadt Landau an der Isar.

Der recht weitläufige Wald, dessen Größe rund 59 Fußballfeldern entspricht, gehört der VR-Bank inzwischen seit 75 Jahren. „Wir mussten den Besitz 1938 von einem Kunden, der in Zahlungsschwierigkeiten geraten war, übernehmen“, sagt Josef Hackl. Die Übernahme war damals nur die Lösung für die Zahlungsnot des Besitzers, die Bank hatte anfangs wenig Interesse an dem großen Gebiet. „Die Kollegen haben damals angefangen, den Wald weiter bewirtschaften zu lassen. Das war aber eher ein Nullsummenspiel, um die Kosten hereinzubekommen“, erzählt der heutige Vorstand der Bank, der im schwarzen Anzug mit oranger Krawatte und Einstecktuch in der Rasthütte am Startpunkt des Walderlebnispfades steht. Erst später begann die Bank, den Wald zu nutzen – und verdient heute auch Geld damit.

### **Gemeinschaftswerk**

Eine erste Aktion startete die Bank im Frühjahr vergangenen Jahres. 120 Kinder der Montessori-Schule Landau pflanzten über 300 Bäume, als Teil der weltweiten Aktion „Plant for the Planet“. „Wir haben das begleitet und anschließend überlegt, wie wir unseren Besitz unseren Kunden und Mitgliedern öffnen und uns zugleich ökologisch engagieren könnten“, erinnert sich Hackl an die Idee des Walderlebnispfades, die die Bank und viele andere Beteiligte anschließend vorantrieben. „Das war ein Gemeinschaftswerk zwischen der Marktgemeinde Pilsting, in deren Gebiet der Wald liegt, dem Amt für Ernährung Landwirtschaft und Forsten Landau, der Waldbauernvereinigung Landau und unserer Bank – darauf sind wir stolz“, sagt der Vorstand.

Die Partner sind mit der gut austarierten Nutzung des Waldes zufrieden, denn immerhin treffen hier durchaus unterschiedliche Interessen aufeinander. „Der Waldlehrpfad ist eine Bereicherung“, sagt Konrad König, der als studierter Forstwirtschaftler die Waldbauernvereinigung Landau leitet, deren rund 1.600 Mitglieder etwa 6.000 Hektar Wald besitzen. Der Verein bewirtschaftet auch den Wald der Bank und kennt deswegen die Situation sehr genau. „Wir müssen die Wünsche der Eigentümer immer auch mit der Naherholung und dem Naturschutz zusammenbringen“, sagt König. „Hier ist das sehr gut gelöst, weil wir die Bestände gut verwerten und die Spaziergänger einen interessanten Weg laufen können. Gleichzeitig werden Flora und Fauna in Ruhe gelassen.“

Mit dem Waldlehrpfad ist der Raum, den der Mensch einnimmt, klar geregelt – und das danken Tiere und Pflanzen. Begeistert ist auch Josef Hopfensperger, Bürgermeister von Pilsting. Seine Gemeinde hat die Wege zum Wald befahrbar gemacht und sich stark für das Projekt engagiert. „Wir haben zum Beispiel mit den Kooperationspartnern auch die Jägerschaft von dem Projekt überzeugt. Auch hier kommen verschiedene Bedürfnisse zusammen: Die Jäger wünschen zum Beispiel Ruhe für das Wild in ihren Revieren“, sagt Hopfensperger, der auf die gute Atmosphäre der Gespräche verweist. „Für eine walddreiche Region wie hier ist es auch wichtig, dass die Menschen ein Verständnis für den Wald und die Waldwirtschaft entwickeln. Das können wir hier gut vermitteln.“

#### **Auf den Spuren der Waldbewohner**

Rund 50.000 Euro für den Waldlehrpfad finanzierte die Bank, 5.000 Euro steuerte die Bayerische Forstverwaltung bei, die Förster vom Amt für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten Landau brachten Ideen und Informationen für die Konzeption und die Ausgestaltung des Erlebnispfades ein. Die Umsetzung übernahmen die Hausmeister der Bank, die eine ganze Reihe Schilder und Wissensstationen aufbauten. Neben vielen anderen Themen geht es etwa um das Problem, das viele Waldbesitzer mit Borkenkäfern haben. „Jedes Weibchen bekommt in einer Saison 100.000 Nachfahren“, heißt es zum Beispiel auf einer Infotafel. Oder man erfährt etwas über den Windbruch, der auch in der Landauer Region zugeschlagen hat. Ein Pirschpfad durchs Dickicht führt zu den verschiedenen Waldbewohnern, immer wieder gibt es auf Bestimmungstafeln Infos zu den 42 Baumarten zu lesen, die im Wald der VR-Bank wachsen. An verschiedenen Stationen können die Besucher zum Beispiel die Jahresringe von Bäumen zählen, Zapfen und Tierfelle ertasten – und auf dem gesamten Weg die Ruhe fernab der Straßen genießen.

Führungen für Gruppen übernehmen die Förster der Bayerischen Forstverwaltung, der Waldbauernvereinigung oder eine Waldpädagogin. Bei der Steuerung der stetig wachsenden Anzahl von Terminen hilft die Bank. „Für die der Waldlehrpfad eine gute Investition ist“, sagt Josef Hackl. „Wir können die Natur schützen und etwas Nachhaltiges tun, das auch unsere Mitarbeiter gut annehmen. Nicht selten fahren einzelne Teams für Meetings hier raus

und machen anschließend eine gemeinsame Brotzeit“, erzählt der Bankvorstand. „Und wir freuen uns natürlich sehr, dass auch alle anderen Interessierten das Angebot so gut annehmen.“

Die Schüler der Hans-Carossa-Grund- und Mittelschule Pilsting waren jedenfalls schon mehrfach da – von Langeweile keine Spur. „Das macht immer wieder Spaß, weil man jedes Mal etwas Neues entdecken kann“, sagt ein Mädchen, das am Ende des Pfades in der 1977 ebenfalls von der Bank errichteten und im vergangenen Jahr vergrößerten Rasthütte ein Brötchen isst. „Heute haben wir von ganz Nahem ein Reh gesehen, das war toll. Vielleicht entdecken wir nächstes Mal ja ein anderes Tier!“

#### **Die VR-Bank Landau eG in Zahlen**

Bilanzsumme:	801 Millionen Euro
Kunden:	32.201
Mitglieder:	über 12.000
Geschäftsstellen:	12
Mitarbeiter der Bank:	194

Stand: 31. Dezember 2012





Baumschmuck.



Baumkunst.



Waldexperten: Konrad König, Hubert Hobmaier, Margret Kolbeck, Eduard Eder (von links).



Josef Hackl (links) und Josef Hopfensperger.



Unterricht vom Spezialisten Hubert Hobmaier in der freien Natur:  
Da sind die jungen Waldforscher mit Begeisterung dabei.



## Der Wa...

Wie überstehen unsere wichtigsten  
Bäume ein sehr langes Leben  
ganz normales Alter. Die Bäume, die  
den künftigen Klimaänderungen  
Leider sind mit steigender Tempera  
Schädlinge auf dem Vormarsch.  
Welche Baumarten sich noch  
kannst du hinter jeweilig



Tanne

Kiefer

VfV Land...



## Land von morgen

en Bäume den Klimawandel?

– 100 Jahre und mehr, bis sie ein  
mal gepflanzt werden, also mit  
uns kommen.

ft auch altbekannte und

h in  
sel  
ren bei uns wohlfühl







Die Bürgerstiftungen der Volksbank Stuttgart setzen da an, wo Unterstützung vor Ort nötig ist – zum Beispiel in der Fußgängerzone von Winnenden.

## Selbst ist die Bürgerstiftung

Die Volksbank Stuttgart eG fördert bürgerschaftliches Engagement und stellt so eine dauerhafte Unterstützung vieler regionaler Anliegen sicher.

Günther Dragics Schicht geht allmählich zu Ende. Der kräftige Mann im grünen Hemd schaut nach hinten, wo das Kopfsteinpflaster deutlich heller strahlt als noch vor wenigen Minuten. Er lehnt sich zurück in den schwarzen Sitz und fährt die schlicht graue Kehrmaschine nahe an einer Hauswand entlang. Der Seitenbesen wirbelt Zigarettenkippen und Brötchentüten in den Auffangbehälter. Darin verschwindet auch der kleine Haufen Staub und Dreck, den Panagiotis Kalaitzidis zuvor per Hand mit seinem großen Reisigbesen zusammengeschoben hat.

„Haben wir es geschafft?“, ruft Dragic seinem Kollegen zu, dessen orange Warnweste hell in der Morgensonne strahlt. „Wir sind fertig“, bejaht sein Kollege und stützt sich kurz auf seinem Arbeitsgerät ab. Die Fußgängerzone von Winnenden ist für heute sauber.

Die beiden Männer sind Anfang 70. Sie arbeiten an diesem Dienstag schon seit 5.30 Uhr rund um den Viehmarktplatz und die Marktstraße, die mit ihren Geschäften und Cafés die Kunden anzieht. So früh aufstehen müssten sie nicht mehr täglich – die beiden sind seit fast zehn Jahren in Rente. Gemeinsam waren sie bei der Stadtreinigung in Winnenden beschäftigt, heute engagieren sie sich ehrenamtlich für ihre Stadt. „Es muss doch alles sauber sein“, sagt Panagiotis Kalaitzidis, und sein Kollege ergänzt: „So machen wir wenigstens etwas Sinnvolles mit unserer Zeit!“, und lacht laut auf.

## „Winnenden putzt sich raus“

Den Impuls zu ihrem Engagement gab die Bürgerstiftung Winnenden, die vor sieben Jahren die Aktion „Winnenden putzt sich raus“ organisierte. Fast 1.000 Menschen reinigten damals gemeinsam Straßen, Plätze und Wege ihrer Stadt. Kalaitzidis und Dragic machten den Tag zum Anlass für eine dauerhafte Beschäftigung: Sie kehren seither jeden Dienstag die Fußgängerzone. Und säubern manchmal auch andere Orte, wenn ein größeres Fest stattgefunden hat. Die Kehrmaschine sponserte das ortsansässige und weltweit bekannte Unternehmen Alfred Kärcher GmbH & Co. KG. Der Reinigungsgerätehersteller engagiert sich stark in der Gemeinde. Zum Beispiel reinigten die Azubis des Unternehmens beim großen Putztag Denkmäler im Ort mit Hochdruckreinigern.

„Mit Partnern wie Kärcher können wir solche Projekte stemmen“, sagt Gerd Wahl, der von seinem Bürofenster aus die Kehrmaschine auf und ab fahren sehen kann. Der Generalbevollmächtigte der Volksbank Stuttgart, der das Privatkundengeschäft von vier Regionaldirektionen und das Kundenservice-Center leitet, war eine der treibenden Kräfte bei der Gründung der Bürgerstiftung im Dezember 2005. Als Vorstand der damaligen Volksbank Winnenden – es folgten zwei Fusionen, bis die Volksbank Stuttgart entstand – erdachte er das Konzept gemeinsam mit dem Ersten Bürgermeister der Großen Kreisstadt Winnenden, Norbert Sailer. „Wir hatten in der Bank beschlossen, dass wir Projekte unterstützen wollten, die nachhaltig funktionieren“, sagt Gerd Wahl, der seit 37 Jahren bei der Volksbank arbeitet. „Damit wollen wir Anreize schaffen, die bürgerschaftliches Engagement stärken und unterstützen.“

## Eine Bürgerstiftung, 40 Projekte

Mit jeweils 50.000 Euro Grundkapital und bis zu 25.000 Euro je Partner, mit denen Zustiftungen verdoppelt werden konnten, gingen Stadt und Bank in das Stiftungsprojekt. „Heute haben wir 375.000 Euro Stiftungskapital“, sagt Norbert Sailer stolz. Hinzu kommen 340.000 Euro aus dem bereits seit 1988 bestehenden Sozialfonds „Bürger helfen Bürgern“, den die Gemeinde in die Bürgerstiftung hat einfließen lassen. Rund 40 Projekte förderten die Partner in den vergangenen Jahren, einen vergünstigten Mittagstisch in Winnender Betreuungseinrichtungen für Kinder aus





Günther Dragic in Aktion.



Norbert Sailer (links) und Gerd Wahl.



Günther Dragic (links) und Kärcher-Produktmanager Marian Anton untersuchen den Luftfilter.

finanzschwachen Familien zum Beispiel oder Bewerbungstrainingscamps, aber auch Senioren- oder Kulturinitiativen.

Eine Idee wuchs sogar zu vorher ungeahnter Größe heran: Beim „Streuobst sammeln für die soziale Jugendarbeit in Winnenden“ lasen Kinder und Jugendliche von 2006 bis 2012 rund 150 Tonnen Äpfel von Flächen auf, die entweder Stadteigentum sind oder Besitzern gehören, die sich nicht um die Ernte kümmern wollen oder können. „Wir haben einen Vertrag mit dem Saftkonzentrathersteller Ernteband aus Winnenden geschlossen. Das Unternehmen kauft die Äpfel – je nach Saison – zu zum Beispiel 6 Euro pro 100 Kilo ab und gibt, wie die Stiftung, weitere 3 Euro als Spende hinzu“, erklärt Sailer das Modell. „Die Kinder bekommen wiederum das gesamte Geld für ihre Klassenkasse oder für ein Fest. So haben alle etwas davon: die Mädchen, die Jungen, die Firma – und auch die Natur“, sagt Gerd Wahl. „Denn wir pflegen die Apfelbäume darüber hinaus auch, indem wir sie schneiden lassen. So können wir dabei helfen, die Diversität im Obstanbau zu erhalten.“

### Neun Bürgerstiftungen

Die Bürgerstiftung Winnenden, die sich in den Bereichen „Bildung und Erziehung“, „Jugend- und Altenhilfe“, „Wohlfahrtswesen und Sport“, „Kunst, Kultur und Heimat“ sowie „Umwelt und Landschaftsschutz“ engagiert, ist eine von neun Bürgerstiftungen, an denen die Volksbank Stuttgart beteiligt ist. „Das Grundprinzip ist immer, dass einer unserer Vorstände oder Bereichsleiter in der jeweiligen Stiftung aktiv ist, als Vorstand oder Geschäftsführer“, sagt Gerd Wahl. Als Gesicht der Bank wolle man sich präsentieren, ebenso wie es die vielen Mitarbeiter etwa in ihren Vereinen tun.

Unter den Passanten in der Fußgängerzone sind die beiden Ruheständler mit ihrer Kärcher-Kehrmaschine ebenfalls schon bekannt. Panagiotis Kalaitzidis unterhält sich alle zehn Minuten ein bisschen mit vorbeiflanierenden Menschen, die ihn und Günther Dragic seit Jahren bei der Arbeit beobachten können. „Wir werden manchmal schon angesprochen, ob wir nicht schnell noch mal in der Seitenstraße kehren könnten. Da müssen wir dann antworten, dass wir das Ganze nur ehrenamtlich machen – das glauben manche gar nicht.“ Dragic wünscht sich stattdessen, dass

manche Anlieger die Fläche direkt vor ihren Gebäuden selbst säubern würden. „Dann wären wir schneller fertig und könnten noch andere Straßen sauber machen.“

Nach dem Kehren der Fußgängerzone ist für ihn die Arbeit noch nicht ganz beendet. „Ich muss die Maschine noch zum Bauhof bringen, wo ich sie dann reinige und auch einmal durchchecke, damit ich kommende Woche wieder wie gewohnt loslegen kann“, sagt der passionierte Hobbyangler. Er schwingt sich wieder auf den schwarzen Ledersitz, startet den gasbetriebenen Motor – und entschwindet mit einem Winken um die nächste Ecke.

### Die Volksbank Stuttgart eG in Zahlen

Bilanzsumme:	4,96 Milliarden Euro
Kunden:	273.000
Mitglieder:	132.000
Geschäftsstellen:	73
Mitarbeiter der Bank:	1.053

Stand: 31. Dezember 2012

# Wir helfen mit

## 32

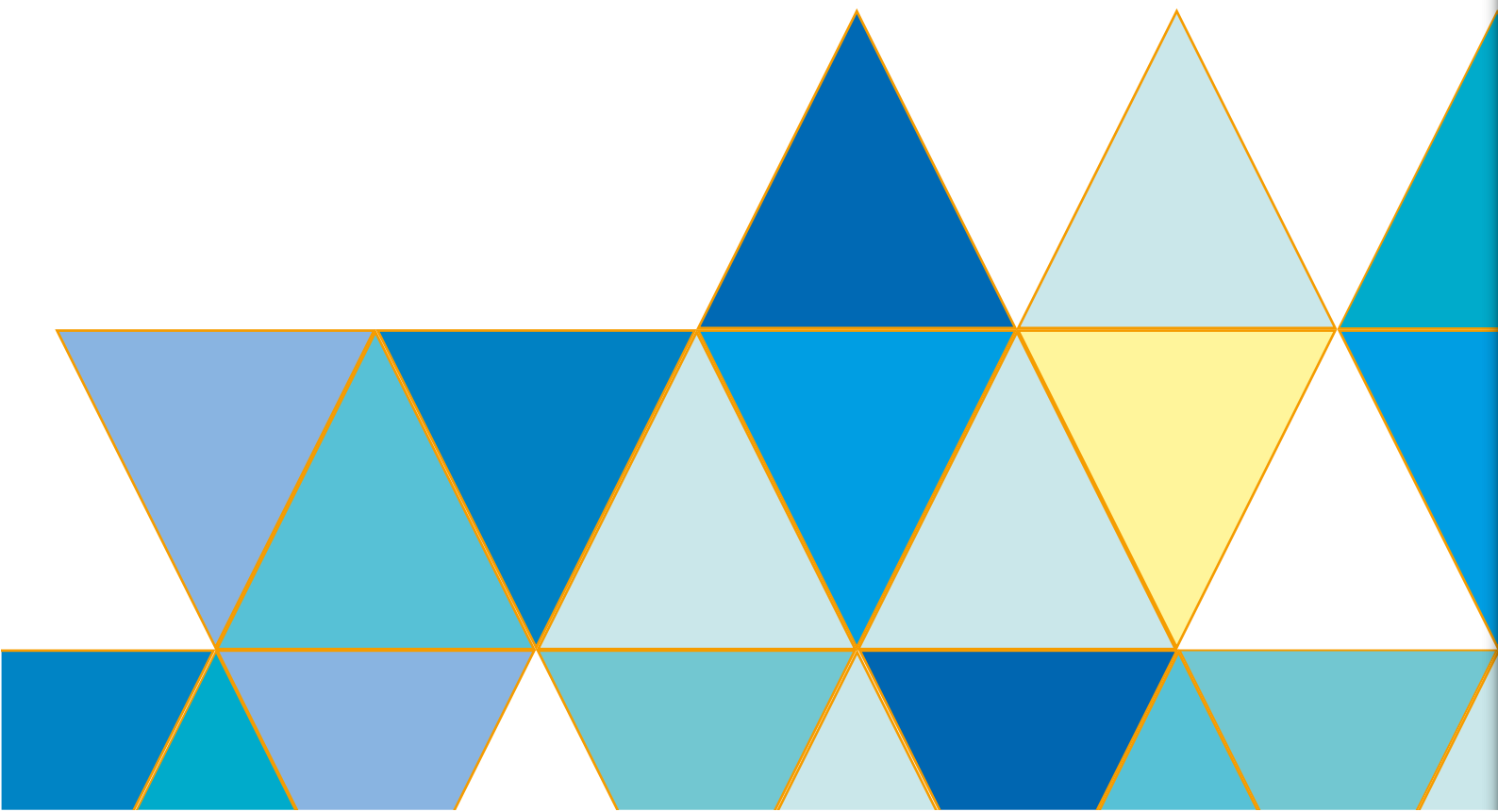
### **Die Schätze der Stadt**

Die Volksbank Pforzheim eG baute eine Kindertagesstätte im Zentrum mit auf und sorgt so für eine flexiblere Betreuung der Kleinsten.

## 36

### **Türchen öffne dich**

Die Volksbank Allgäu-West eG erfreut die Vereine und Initiativen vor Ort Jahr für Jahr mit einer ebenso eigenwilligen wie beliebten Spendenaktion.





## Wir helfen mit

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken werden dort aktiv, wo die Unterstützung direkt ankommt und lokale Früchte trägt.

Die Kreditgenossenschaften sind nah dran: an ihren Mitgliedern, an ihren Kunden, am Leben vor Ort. Als Regionalinstitute wissen sie, worauf es ankommt und was für die Menschen aus der unmittelbaren Nachbarschaft zählt. Das ist gut für eine möglichst individuelle Beratung und es ist zugleich gut für die Vitalität der Region.

### Vielfache Verantwortung

Denn: Als Banken, die aus ihrem unmittelbaren lokalen Umfeld entsprungen sind und deren zahlreiche Mitglieder zum Großteil von dort stammen, übernehmen sie bewusst und vielfach Verantwortung. Sie sind da, präsent und ansprechbar, wenn Unterstützung gefragt ist. Durch ihre vielfache Verflechtung mit der Region, wissen sie genau, wo die Bedarfe liegen, und nehmen sich dabei selbst in die Pflicht, wenn einmal Not am Mann ist. Sie helfen mit. Sei es, wenn es um die Förderung lokaler Vereine und Initiativen geht, oder aber bei der Initiierung neuer Angebote vor Ort. Natürlich sind Bankinstitute keine reinen Wohltätigkeitsveranstaltungen, wohl aber ist die Förderung der Region ein prominenter Teil des genossenschaftlichen Geschäftsmodells – und dies wiederum bezieht sich nicht nur auf die Gewährung von Krediten.

### Geschätzte Gesprächspartner

Die Menschen vor Ort können sich auf die Kreditgenossenschaften verlassen. Deswegen sind sie ein oft gewählter Ansprechpartner, wenn es um die Unterstützung wichtiger lokaler Anliegen und Projekte geht. Es ist bekannt: Hier findet man Gehör, hier entstehen neue Ideen und bestenfalls sogar neue Projekte.

Die Volksbank Pforzheim eG macht es in diesem Bericht vor (siehe Seite 32). Und wie. Mitten in der Stadt, direkt neben der eigenen Filiale baute sie eine Kindertagesstätte mit auf und fördert diese nun dauerhaft. So ermöglicht sie den Menschen vor Ort flexiblere Möglichkeiten, Beruf und Familie miteinander zu vereinen. Zudem bietet sie den Jüngsten eine neue Stätte mit vielfältigen Freizeitangeboten und einer wertvollen pädagogischen Betreuung. Ganz klar: ein Gewinn für alle.

Die Volksbank Allgäu-West eG setzt schon seit einiger Zeit auf die punktuelle Förderung der Vereine und Initiativen vor Ort (siehe Seite 36) und stiftet ihrer Region damit nicht nur vielseitige Unterstützung, sondern sorgt auch Jahr für Jahr für viel Spannung, welche Projekte denn diesmal von der Bank gefördert werden. Auch hier wird Verantwortung für viele übernommen, das Leben mit seinen vielen Seiten facettenreich unterstützt und dort geholfen, wo die Hilfe auch direkt ankommt.

### Orte des Miteinanders

Und dies ist nicht nur im Allgäu so. Denn Vereine und Initiativen zählen Jahr für Jahr zu den Hauptempfängern der jeweiligen Engagements (siehe Seite 16). Sie stehen für die Regionalität, die den meisten Genossenschaftsbanken bei ihren jeweiligen Engagements am wichtigsten ist. Sie sind die Orte, an denen sich das Miteinander entfaltet. Die Genossenschaftsbanken in Deutschland helfen mit, dass dies so mannigfaltig gelingen kann.

# VOLKSBANK



Wildes Treiben: Die Fliesen des VolksbankHauses eignen sich perfekt für Drei- und Vierradrennen.

## Die Schätze der Stadt

Die Volksbank Pforzheim eG baute eine Kindertagesstätte im Zentrum mit auf und sorgt so für eine flexiblere Betreuung der Kleinsten.

Mehrere Dutzend Quadratmeter glatter Fliesenboden: eine Fläche, die sich ganz hervorragend eignet, um mit Bobbycar und Dreirad so richtig Geschwindigkeit aufzunehmen. Die fünf Mädchen und Jungen drehen eine Runde nach der anderen, vorbei an Apotheke, Kosmetiksalon und Obstladen. Die Passanten, die durch das Pforzheimer Volksbank-Haus gehen, schauen dem wilden Treiben amüsiert zu.

Manche lächeln den Kindern zu, machen kurze Bemerkungen. In der ersten Etage lehnen zwei Mitarbeiter der Volksbank Pforzheim an einem Geländer und halten eine kleine Besprechung ab. Sie blicken freundlich auf die bis zu drei Jahre alten Kinder, die soeben in einer Reihe nebeneinander herfahren.

Auf der Treppe in den ersten Stock, in dem die Beratungsräume der Bank liegen, steht Fritz Schäfer. „So haben wir uns das vorgestellt – Kinderlachen mitten in der Stadt“, sagt der stellvertretende Vorstandsvorsitzende der 545 Mitarbeiter starken Volksbank. Die Kinder, die sich gerade in dem vor 15 Jahren erbauten Hauptsitz der Bank vergnügen, besuchen die „Schatztruhe“ im Souterrain – drei Gruppenräume plus Küche und Besprechungszimmer, die durch eine gläserne Decke und Tageslichtlampen hell und freundlich erscheinen. Direkt gegenüber liegt passenderweise ein Tresorraum mit den Kundenschießfächern der Bank.

### Bürgerstiftung als Unterstützer

Ein Dutzend Erzieherinnen, Kinderpflegerinnen und eine Heilpädagogin betreuen dort 30 Kinder, deren Eltern

allesamt berufstätig sind. Die Volksbank stellt die Räume zur Verfügung. Weiterhin wird die Kindertagesstätte für Kinder unter drei Jahren von der Ersten Bürgerstiftung Pforzheim-Enz unterstützt. Die Bank gründete die Stiftung und stattete sie mit einem Kapital von 150.000 Euro aus. „Wir haben uns immer schon sozial engagiert und uns im Jahr 2007 überlegt, wie wir diese Ausgaben noch nachhaltiger tätigen können“, erzählt Fritz Schäfer, der seit 41 Jahren bei seinem Arbeitgeber beschäftigt ist und mit der Bürgerstiftung viel Wert auf Bildung und gleiche Chancen für junge Menschen legt. „Auch in Pforzheim ist es ein riesiges Thema, wie Eltern Beruf und Familie gut miteinander vereinbaren können. Wenn beide Elternteile arbeiten müssen oder wollen, fehlen gerade in Städten oft die Großeltern, die sich um die ganz Kleinen kümmern können.“ Kindertagesstätten im Stadtzentrum gibt es ebenfalls sehr wenige.

„In die ‚Schatztruhe‘ können Vater oder Mutter die Kinder bringen und nach der Arbeit wieder abholen. Das ist eine große Hilfe für viele Familien“, sagt Schäfer. Träger des Kindergartens, dessen Umbau die Volksbank mit 840.000 Euro finanzierte (inklusive der üblichen Förderungen von Bund, Land und Kommune) und die Stiftung mithilfe weiterer Geldgeber darüber hinaus unterstützte, ist das Diakonische Werk. „Für uns ist das eine ungewöhnliche Kooperation mit der Wirtschaft, die sich aber als sehr lehrreich und passend herausstellte“, sagt Sabine Jost. „Wir bringen die pädagogische Erfahrung von 24 Kindergärten und -tagesstätten mit und die Bank war für den Umbau und die Infrastruktur hier im Haus zuständig“, erklärt die Geschäftsführerin der Diakonie. Zu Anfang gab es viele Diskussionen darum, wie die beiden Partner zusammenarbeiten könnten. „Wir haben uns aber sehr gut verstanden und das gemeinsame Ziel nie aus den Augen verloren.“

### Weitere Kita in Planung

Mittlerweile ist das Prinzip so erfolgreich, dass die Volksbank eine weitere Kita neben der gerade im Bau befindlichen Volksbank-Filiale im Stadtteil Haidach errichtet. Auch die Leiterin der „Schatztruhe“ lobt ihren Arbeitsplatz, weil er die Bedürfnisse der Familien und vor allem der Kinder so gut erfüllt. „Meine Kolleginnen und ich arbeiten hier sehr gern. Die Räume sind sehr schön gestaltet, wir haben eine





Springen, hüpfen, toben: Mitten in Pforzheim gibt es genug Raum, um sich so richtig zu verausgaben.



Kunterbunte Knetgesichter und Knetblumen werden in der „Schatztruhe“ geformt.



Fritz Schäfer, Sabine Jost und Tanja Göldner (rechts) inmitten der vielen Schätze.

tolle Einrichtung und können unser Konzept hervorragend umsetzen“, sagt Tanja Göldner. Die 37-Jährige setzt mit ihrem Team auf viel Zuwendung, Aktivitäten in der Gruppe, aber auch Rückzugsmöglichkeiten für die Kleinen in den in Blau- und Rottönen gehaltenen Räumen. Die Betreuung ist sehr intensiv – kein Wunder bei einer reinen Krippe, in der das jüngste Kind gerade mal neun Monate alt ist.

### Mehr Flexibilität

Etwas Besonderes ist die Flexibilität der Einrichtung, wie Tanja Göldner hervorhebt. Von 6.30 Uhr bis 20.30 Uhr ist die Betreuung möglich, die momentan aber nur bis 19 Uhr genutzt wird. „Damit können Familien, die zum Beispiel im Einzelhandel arbeiten, ihre Kinder abgeben. Wir haben aber auch Ärzte unter den Eltern, Angestellte und Arbeiter.“ Ein guter Querschnitt der Stadtgesellschaft also, zu dem auch die Kinder von drei Volksbank-Mitarbeitern zählen. Die aber kein Vorrecht gewährt bekommen auf einen der sehr begehrten Plätze: „Wir haben im Juni unser hundertstes Kind seit dem Jahr 2009 aufgenommen und hatten rund 220 Kinder auf der Warteliste“, sagt Tanja Göldner.

Die hohe Nachfrage liegt neben dem Konzept der Kita an der Lage, die vor 16 Jahren für Fritz Schäfer ein wichtiges Argument für den Bau des VolksbankHauses mit 18.000 Quadratmetern Nutzfläche war. Neben den Bankräumen, die sehr offen gestaltet sind, sind dort ein gutes Dutzend Ladenlokale und ein Ärztehaus zu finden. „Wir wollten damals gern an unserem Stammsitz bleiben, um uns den Kunden zu präsentieren“, sagt Schäfer. „Mit diesem weit-aus größeren Gebäude haben wir drei Straßen der Innenstadt miteinander verbunden und damit zur Aufwertung des Stadtzentrums von Pforzheim beigetragen. Dazu passt auch eine Kindertagesstätte, die dank der Kinder immer auch in die Zukunft weist.“

### Die Volksbank Pforzheim eG in Zahlen

Bilanzsumme:	2,65 Milliarden Euro
Kunden:	120.000
Mitglieder:	51.900
Geschäftsstellen:	48
Mitarbeiter der Bank:	545

Stand: 31. Dezember 2012



In der „Schatztruhe“ des VolksbankHauses werden erste Freundschaften geknüpft.





Erst die Hut- und Trachtenprobe, dann die Musik: die Musikkapelle Ratzenried.

## Türchen öffne dich

Die Volksbank Allgäu-West eG erfreut die Vereine und Initiativen vor Ort Jahr für Jahr mit einer ebenso eigenwilligen wie beliebten Spendenaktion.

„Dieser oder dieser?“, fragt eine der Mittzwanzigerinnen, während sie sich abwechselnd zwei schwarze Hüte auf den Kopf setzt. „Bei dem links ist die Form schön, aber die silberne Schnalle passt nicht zu unseren Schuhen – wir haben doch nur Schnürsenkel“, antwortet eine andere. Sie trägt wie alle Frauen im Raum eine grünliche Schürze, eine weiße Bluse und ein rotes Oberteil. Sie greift nach einem dritten Filzhut, der auf einem mit Notenblättern bedeckten Tisch liegt. „Der hier ist schön, und das grüne Band würde sich gut mit den Jankern der Männer machen.“

Einer der jungen Herren stellt sich neben die beiden und probiert ebenfalls einen Hut aus. Vier Modelle stehen für ihn zur Verfügung. Sofort ruft eine andere Musikerin, die ein Stück weiter weg steht: „Ah, das sieht zusammen richtig gut aus!“ Die Vorauswahl ist getroffen.

### Lederhosen, Janker, Kopfbedeckungen

Zwölf Mitglieder der 1808 gegründeten Musikkapelle Ratzenried sind an diesem Tag in ihren Proberaum gekommen, um neue Hüte für die 40-köpfige Truppe auszusuchen. Die bisherigen sind schon 30 Jahre alt und nun doch ein wenig verschlissen. „Wir stellen als Verein zum Beispiel die Lederhosen, die Janker und die Kopfbedeckungen – da kommen pro Mitglied 1.500 Euro zusammen“, sagt der Vereinsvorsitzende Willi Durach. „Und nun sollen zum ersten Mal auch die Frauen einen Hut bekommen.“ Ein gehöriger Betrag ist das für die Ka-

pelle, die bei Hochzeiten, Beerdigungen, Vereinsfesten oder Umzügen auf rund 40 ehrenamtliche Auftritte pro Jahr kommt und einmal die Woche probt. „Wir bemühen uns an vielen Stellen, Unterstützung für unseren Verein zu bekommen.“

Eine Hilfe ist dabei die Volksbank Allgäu-West (VBAW), die ihren Sitz in der 14.000 Einwohner großen Stadt Isny hat. Von dort ist Josef Hodrus zum Proberaum der Kapelle gekommen. Im blauen Anzug und mit gestreiftem Schlips passt der Bankvorstand kleidungsmäßig so gar nicht in die Trachtenrunde. Aber das macht nichts. „Als passionierter Musiker und Dirigent der Musikkapelle in meinem Heimatort weiß ich gut, was in einer solchen Gemeinschaft wichtig ist“, sagt der 45-Jährige, der nach seiner Banklehre bei der Bundeswehr im Heeresmusikkorps Trompete spielte. Dort wollte er auch Musik studieren, kehrte aber doch zur Volksbank zurück, um dort schon mit 29 Jahren in den Vorstand vorzurücken.

Der Besuch bei der Kapelle in Ratzenried ist einer von rund 25 im Jahr, bei denen er sich Projekte, Vereine, Initiativen und Einrichtungen anschaut, die seine Bank mit ihrem VBAW-SpendenAdventskalender fördert. Im Jahr 2012 schüttete die Volksbank Allgäu-West auf diese Weise 55.000 Euro aus – finanziert aus den Spendengeldern, die durch den Verkauf von Losen beim VR-GewinnSparen gesammelt werden. 50 Cent bringt jedes Los, der Rest des fünfstelligen Förderungsbetrags kommt aus einer Sonderzahlung der Bank zu ihrem 150-jährigen Bestehen.

Jeden Tag vom 1. bis zum 24. Dezember öffnet sich ein Türchen des SpendenAdventskalenders. „Wir arbeiten eng mit der Schwäbischen Zeitung zusammen, in der wir an jedem Erscheinungstag die Gewinner veröffentlichen“, sagt Josef Hodrus, der die Idee im Jahr 2007 entwickelte. „Wir hatten einen Weg gesucht, unsere Spenden nicht mit der Gießkanne unter die Menschen zu bringen, sondern an die spannendsten und wichtigsten Projekte zu vergeben, die es in unserem Geschäftsgebiet gibt.“

### 70 Spenden, 175 Bewerber

70 solcher Spenden zahlte die Bank im vergangenen Jahr aus, 175 gemeinnützige Institutionen und Vereine hatten





Erst die Arbeit (oben), dann der Genuss (rechts): die jungen Kräutergärtner des Kindergartens „Zauberturm“.



Dorothee Gathof beim gemeinsamen Kräutertest mit ihrem Team.



Josef Hodrus.



sich um eine dieser Spenden beworben. Eine Jury aus den jeweiligen Oberbürgermeistern, Bürgermeistern und Ortsvorstehern legte die Gewinner fest. „Die Jurymitglieder wissen am besten, in welchen Bereichen Hilfe nötig ist – das könnten wir von unserer Position aus gar nicht abschätzen“, sagt Hodrus. Um das regionale Prinzip dabei noch zu verstärken, wird die Gesamtsumme der Spenden nach dem Anteil der Gewinnspartlose pro Region der Bank verteilt. An Nikolaus und an Heiligabend wurden mit Sonderaktionen für Kinder und Jugendliche sowie für Familien und Ehrenamt gleich mehrere Gewinner auf einmal glücklich gemacht – und am 15. Dezember durften die Leser der Schwäbischen Zeitung gleich sieben Projekte mit Gewinnen bedenken.

Der SpendenAdventskalender ist nicht das einzige finanzielle Engagement der Bank für die Region: „Wir haben mehr als 22.800 Gewinnspartlose verkauft. Damit kommen bei zwölf Ziehungen im Jahr rund 133.000 Euro zusammen, die wir vergeben können“, sagt Josef Hodrus. Die Bank spendet weiteres Geld – und hat, inklusive des SpendenAdventskalenders, im Jahr 2012 insgesamt 185.000 Euro in festes Sportsponsoring, in Regionalbudgets, die die einzelnen Geschäftsstellen direkt verteilen können, und in die Aktion „Ehrenamt gewinnt“ gesteckt. „Fast alle unsere Mitarbeiter sind in irgendeinem Verein ehrenamtlich tätig und können mit dem Geld direkt in ihrer Gemeinschaft aktiv werden“, erklärt der Bankvorstand.

### Kräuterbeete für Kinder

Von der Kalenderaktion profitieren unter anderem Sport- und Schützenvereine sowie Fördervereine von Schulen und Museen. Und einige Kinder, die sich gerade 15 Kilometer entfernt vom Proberaum der Musikkapelle Ratzenried die Hände schmutzig machen, als Josef Hodrus zu Besuch kommt. Die Fünf- und Sechsjährigen haben allerdings kaum Augen für den Gast. Sie buddeln gerade Löcher in Pflanzenkästen im Garten ihres Kindergartens. Sie pflanzen Kräuter – und das Anlegen der Beete hat die Bank finanziert. „Die grünen Röhrchen mag ich am liebsten“, sagt einer der Jungs, während ein anderer ein Blatt zwischen den Fingern zerreibt und „Das riecht nach Kaugummi“ ruft. Nach kurzem Überlegen fallen den kleinen Gärtnern auch die Namen der geruchsintensiven Kräuter ein: „Schnitt-

lauch und Minze!“ Daneben wachsen noch Estragon, Basilikum, Petersilie und zahlreiche andere Sorten. Es duftet nach feiner Küche.

„Unsere Kinder sollen ihre Fähigkeiten mit allen Sinnen entfalten. Sie lernen bei uns selbstständig vielfältige Aufgaben zu übernehmen – und zwar immer wieder zu verschiedenen Themen“, sagt Dorothee Gathof. „Mit den neuen Beeten lernen sie, wo ihr Essen herkommt, und begleiten gleichzeitig den gesamten Prozess vom Pflanzen, Pflegen und Ernten bis hin zum Zubereiten“, sagt die Leiterin des Kindergartens „Zauberturm“ in Vogt. Sie erzählt begeistert von der Pflanzaktion, aber auch davon, wie die insgesamt 57 Jungen und Mädchen – zehn davon unter drei Jahren – eher zufällig mit den grünen Leckerbissen in Kontakt kamen. „Die Kinder fassen beim Rausgehen manchmal völlig in Gedanken und ohne besondere Aufmerksamkeit an die Blätter und stellen dabei umso bewusster fest, dass die Kräuter im Gegensatz zu anderen Pflanzen besonders riechen und schmecken.“

Das Projekt passt zum Prinzip der ganzheitlichen Beschäftigung, das in der Einrichtung gilt. Dort steht auch ein Tisch, an dem die Jungen jetzt die Kräuter klein schneiden. Ein Junge hat schon vorher einen Quarkdip vorbereitet. Die fein zerhackten Blätter und Schnittlauchstangen schieben nun alle von ihren Brettchen in den Quark. Umrühren, auf eine Brotscheibe schmieren – und dann ab damit in die anderen Gruppen.

„Mmh, lecker!“, schwärmen die Kinder. Auch Josef Hodrus bekommt eine Schnitte. Er hat selbst zwei Kinder und schaut den Kleinen im „Zauberturm“ die ganze Zeit über begeistert zu. „Mmh, wirklich gut!“, sagt auch er und wendet sich der Leiterin des Kindergartens zu. „Bewerben Sie sich dieses Jahr ruhig wieder.“

### Die Volksbank Allgäu-West eG in Zahlen

Bilanzsumme:	820 Millionen Euro
Kunden:	40.000
Mitglieder:	20.700
Geschäftsstellen:	15
Mitarbeiter der Bank:	238

Stand: 31. Dezember 2012

# Wir sorgen vor

## 42

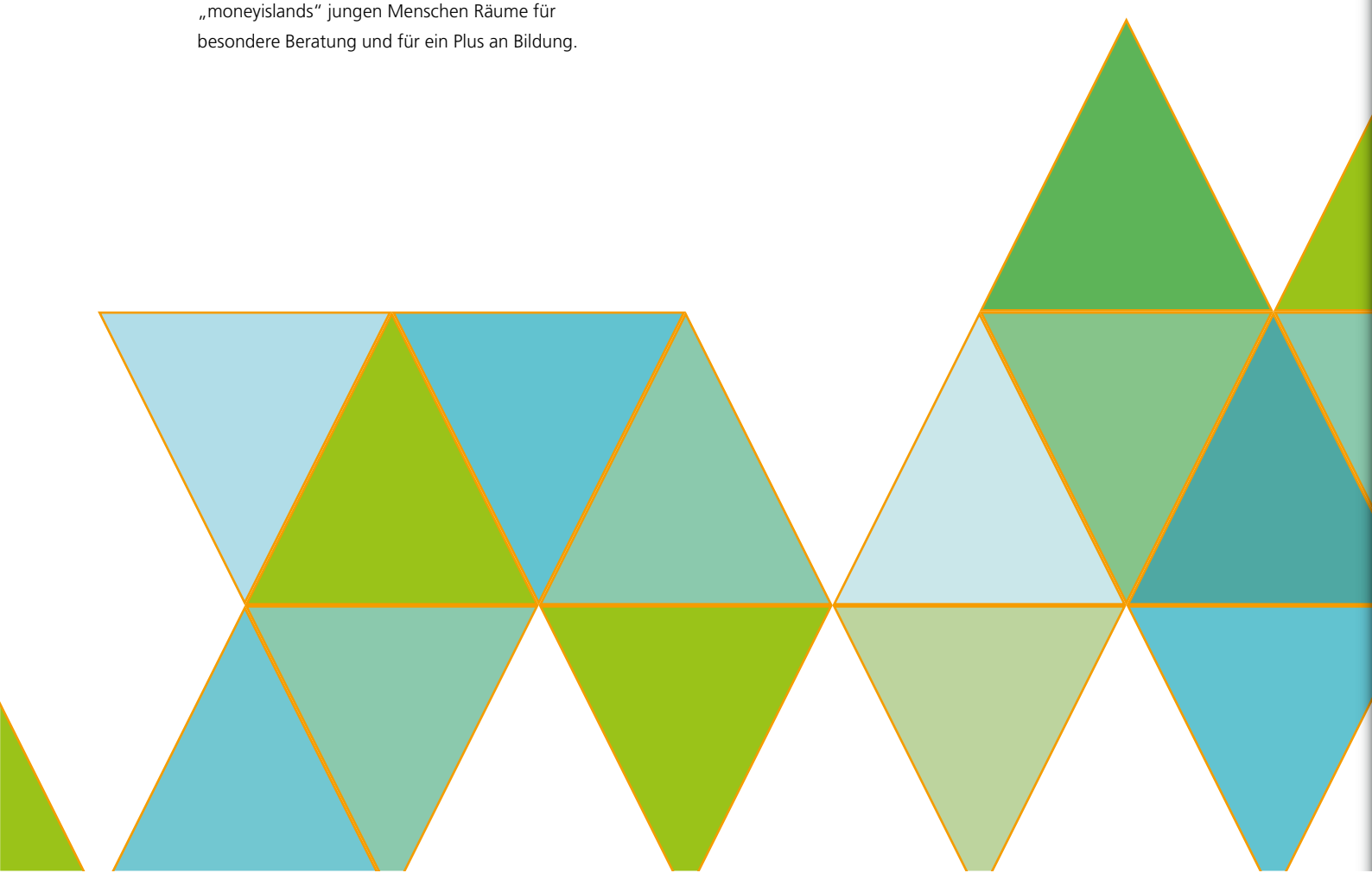
### **Die Firma, die klug macht**

Die Mendener Bank eG machte die Gründung einer Schülergenossenschaft möglich und fördert damit die wirtschaftliche Bildung vor Ort.

## 46

### **Inseln der Jugend**

Die RV Bank Rhein-Haardt eG eröffnet mit den „moneyislands“ jungen Menschen Räume für besondere Beratung und für ein Plus an Bildung.



## Wir sorgen vor

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken fördern die Bildung des Nachwuchses vor Ort und setzen sich vielseitig für das „Projekt Zukunft“ in ihrer Region ein.

Mit der Bildung des Nachwuchses steht und fällt die Zukunft einer Region. Deswegen fördern die Genossenschaftsbanken in Deutschland bewusst zahlreiche Bildungsangebote und Bildungsinitiativen. Als tatkräftige Ausbilder halten sie überdies kluge junge Köpfe in ihrer Region und tragen zu ihrer erfolgreichen beruflichen Weiterentwicklung bei.

Das „Projekt Zukunft“ wird bei den Kreditgenossenschaften großgeschrieben. Es drückt sich in der direkten Unterstützung von Schulen und Kindergärten aus. Dort wird das Inventar aufgepeppt, zusätzliche Unterrichtsmaterialien werden finanziert, die Infrastruktur wird verbessert oder aber Veranstaltungen werden unterstützt.

### Finanzielle Bildung

Ein immer wichtiger werdender Bereich ist, dem Nachwuchs eine finanzielle Bildung zu ermöglichen. Dieser gesellschaftlichen Anforderung kommen die Kreditgenossenschaften intensiv nach. Zahlreiche Mitarbeiter sind ein gern gesehener Gast an Schulen, wo sie sachlich und kompetent über wirtschaftliche Grundlagen, Verschuldungsfallen und die Funktionsweisen des Bankgeschäfts referieren. Sie tragen damit maßgeblich zu einer besseren Information der Schülerinnen und Schüler bei.

Bundesweit bieten die Volksbanken und Raiffeisenbanken Lehrern und Schülern zahlreiche werbefreie Informationsmaterialien rund um die finanzielle Bildung an. Viele Materialien sind auf dem bundesweiten Schulservice-Portal [www.jugend-und-finanzen.de](http://www.jugend-und-finanzen.de) zu finden. Weitere

Informationsbroschüren zu verschiedenen Themen und für diverse Altersstufen sind über viele Banken vor Ort erhältlich.

### Gesellschaftliche Verantwortung

Die Kreditgenossenschaften füllen damit eine nicht zuletzt durch die Finanzmarktkrise offenkundig gewordene gesellschaftliche Lücke. Zudem tragen sie mit vereinten Kräften und auch mit finanzieller Unterstützung zur Zukunftsfähigkeit ihrer Region bei. Sie tun dies aus Überzeugung, getreu ihren genossenschaftlichen Grundsätzen, und ausgestattet mit einer Menge Wissen, das es weiterzugeben gilt. Als solide wirtschaftende, in der Region verwurzelte und vertrauensvolle Kreditinstitute kommen sie damit ihrer gesellschaftlichen Verantwortung in großem Umfang nach.

Ein gutes Beispiel ist die Gründung einer Schülergenossenschaft, wie es neben vielen weiteren Volksbanken und Raiffeisenbanken jüngst die Mendener Bank eG ermöglicht hat (siehe Seite 42). Hier steht nicht die Vermittlung müder Zahlen und Rechenmodelle auf dem Stundenplan, sondern hier werden die Schülerinnen und Schüler selbst zu Unternehmern und lernen wirtschaftliche Zusammenhänge aus eigenem Tun heraus besser verstehen. Diese Rechnung geht am Ende pädagogisch-didaktisch auf und sie wirft am Ende vielleicht sogar noch etwas für das nächste Schulfest ab.

Die RV Bank Rhein-Haardt eG hat für ihr jugendliches Zielpublikum eine eigene Anlaufstelle geschaffen (siehe Seite 46). Hier kann nicht nur das alltägliche Bankgeschäft erledigt werden, sondern es wird vor allem Raum für weitergehende Informationen, Weiterbildung und für den Austausch persönlicher Erfahrungen geboten. Auch hier bietet sich die Möglichkeit, wichtige wirtschaftliche Zusammenhänge in lockerer Atmosphäre zu erklären und besser verstehbar zu machen.



Echte Hingucker sind die besten Markenbotschafter: Die Schülergenossenschaft weiß sich gut und lustig in Szene zu setzen.

## Die Firma, die klug macht

Die Mendener Bank eG machte die Gründung einer Schülergenossenschaft möglich und fördert damit die wirtschaftliche Bildung vor Ort.

„Was kosten denn die Geodreiecke?“, fragt die Schülerin mit den langen blonden Haaren und nimmt eines der Tütchen vom Tisch, in dem die durchsichtigen Winkelmesser stecken. Jacob Müller schaut kurz auf den Preis. „1,50 Euro“, sagt der 14-Jährige im rot-weiß-karierten Hemd. Er schiebt seine Haare aus dem Gesicht und blickt kurz über den Verkaufstisch, auf dem sich schon einige andere Schüler umschaauen. Das Mädchen legt das Geodreieck zurück. „Habt ihr auch Schnellhefter, ich hätte gerne einen blauen“, fragt sie. Jacob dreht sich nach rechts, sucht in einer Kiste. „Hier, ist die Farbe gut?“ Die Schülerin entscheidet sich schnell, gibt dem Achtklässler das Geld und geht zurück in die Pause.

Eine typische Szene aus dem Schülerladen der Realschule Menden, der direkt neben dem kleinen Bistro am großen Pausenhof liegt. Jacob verkauft hier Schreibwaren und T-Shirts an seine Mitschüler – aber er verdient keinen Cent damit. Der Jugendliche ist Mitglied einer Schülergenossenschaft, die seit Dezember 2011 in der Mendener Schule aktiv ist. Und dafür steht er nicht nur hinter dem schmalen Tresen und bedient seine Mitschüler, sondern organisiert den gesamten Verkauf mit.

Die Genossenschaft, deren 64 Mitglieder mit einer Mindesteinlage von fünf Euro beteiligt sind, hat die Struktur

einer richtigen Firma: Neben der Verkaufsabteilung gibt es einen Aufsichtsrat und einen Vorstand, eine Einkaufs- und Marketingabteilung sowie eine Buchhaltung. Ist das nicht etwas überzogen für eine kleine Schülerfirma? Ulrich Hackl findet das nicht. „Die Schüler lernen hier Schlüsselqualifikationen wie Verantwortung, Pünktlichkeit und Organisationsvermögen. Und gleichzeitig werden ihnen wirtschaftliche Grundlagen vermittelt“, sagt das Vorstandsmitglied der Mendener Bank, die das Projekt mit einer Anschubfinanzierung von 4.000 Euro förderte.

### Passt zur Philosophie

„Das Konzept der Schülergenossenschaft passt zu unserer Philosophie, Hilfe zur Selbsthilfe zu geben.“ Dabei ist es ihm wichtig, dass nicht nur die Schüler profitieren. „Die kleine Firma kauft ihre Produkte zum Beispiel bei einem Schreibwarengroßhandel in Menden ein. Die lokale Wertschöpfung hilft unserer Region und damit natürlich uns als Bank.“

Entstanden ist die Schülergenossenschaft auf Anregung des Rheinisch-Westfälischen Genossenschaftsverbandes (RWGV), der eine Art Leitfaden für solche Projekte verfasste. „Als wir davon hörten, haben wir direkt die Realschule Menden angesprochen, mit der wir schon lange zusammenarbeiten“, sagt Thomas Pätzold, Marketingchef der Mendener Bank. Bei Bewerbungstrainings etwa: Mittlerweile haben sogar schon fünf Schülerinnen und Schüler der Realschule bei der Mendener Bank als Auszubildende angefangen. Die Bank finanzierte und gründete neben vielen anderen Projekten die Mendener Bürgerstiftung mit, Bankmitarbeiter engagierten sich direkt bei der Gründung der Schülergenossenschaft. „Ein Kollege hat sich vor allem um die buchhalterischen Fragen gekümmert, ich mich um das Marketing und den Vertrieb.“

### Von der AG zur eG

Zu Anfang traf sich die kleine Firma als Pflicht-AG jeden Montag im Unterricht. Mittlerweile finden die Unternehmens-Meetings in der Zeit nach der Schule statt. Pätzold macht klar: Das Ganze geht nicht ohne freiwilliges Engagement. „Darauf mussten wir am Anfang manchmal noch ein wenig hinarbeiten. Die Schüler merkten aber bald, dass aus Spaß allmählich Ernst wurde.“ So ernst, dass die Bilanz





Der Laden steht, der Verkauf kann beginnen.



Gute Stimmung nach einem erfolgreichen Geschäftstag.



Stephanie Tawakol begleitet als Lehrkraft von Anfang an das Projekt und ist ein Garant für den pädagogischen wie auch wirtschaftlichen Erfolg.



Thomas Pätzold, Ulrich Hackl, Stephanie Tawakol (von links).

der Schülergenossenschaft von Wirtschaftsprüfern des Genossenschaftsverbands geprüft wird – „wie jede andere Handelsgenossenschaft“.

Das Projekt funktioniert auch deshalb so gut, weil von Anfang an eine Lehrkraft der Schule den Prozess begleitete und kontrollierte, um das Ganze in die richtigen Bahnen zu lenken. Aber: „Die Schüler bereiten alles vor und treffen am Ende die Entscheidungen selbst“, sagt Stephanie Tawakol, die als Lehrerin für Sozialwissenschaften Wirtschaft zu ihren Lehrinhalten zählt. „Auch den Namen der Firma – Der Etui –, der allein wegen der falschen Verwendung des Artikels für Aufsehen bei Lehrerkollegen und Eltern gesorgt hat, haben die Schüler selbst festgelegt. Wir wollten eben möglichst viel Aufmerksamkeit erzeugen.“

Stephanie Tawakol sitzt im Aufsichtsrat der Schülergenossenschaft – von der Mitgliederversammlung gewählt – und ist vom ersten Tag an mit dabei. „Wir hatten anfangs länger überlegt, welchen Zweck unsere Firma haben soll.“ So tauchten Ideen wie ein Cateringservice für die Schüler auf. Als die Entscheidung für die Schreibwaren – und mittlerweile Schul-T-Shirts, Gutscheine für Hausaufgabenbetreuung durch Mitschüler oder die Konzerte der Musikklasse – gefallen war, waren alle Feuer und Flamme. Immer noch, sagt Stephanie Tawakol, die das Projekt gemeinsam mit Schülern schon mehrfach außerhalb der Schule präsentierte: Unter anderem auf der Netzwerk-Messe „GenoGenial“ der Schülergenossenschaften des RWGV, auf der die Firma den Publikumspreis gewann.

### Viele Anfragen

Die Begeisterung des Anfangs ist also immer noch da. „Wir haben ständig Anfragen von Schülern, die mitmachen wollen. Da muss ich momentan leider immer absagen“, sagt Stephanie Tawakol bedauernd. Einige Schüler allerdings verlassen die Schülergenossenschaft, weil sie ihren Schulabschluss machen. Nina Julius zum Beispiel, die von Beginn an dabei war und die Buchhaltung leitet. Sie trägt die Zahlen der Verkäufe in Excel-Tabellen ein, vermerkt die Einkäufe, erstellt die Bilanz. „Ich hatte vorher keine Ahnung davon und habe mich allmählich reingearbeitet“, sagt die 16-Jährige, die Polizistin werden möchte. „Und das wirtschaftliche Wissen wird mir in Zukunft bestimmt nützlich

sein.“ Vor allem aber, das beobachtet sie an sich selbst, hat sie durch das Engagement in der Genossenschaft viel für ihr Selbstvertrauen getan. „Ich war früher richtig schüchtern und musste plötzlich unsere Firma vor Bankvorständen vorstellen. Mittlerweile finde ich auch Referate gar nicht mehr schlimm.“

Ihr nachfolgen werden neben Verkäufer Jacob Müller auch Maik Antoni und Carsten Müthing. Die beiden haben in einem halben Jahr schon viel gelernt und mögen vor allem das gemeinsame Arbeiten mit den Mitschülern, sagt Carsten. „Das ist eine tolle Gruppe. Im Grunde ist das wie ein Hobby“, ergänzt Maik. „Nur lernen wir hier etwas, das wir bestimmt später noch gut gebrauchen können.“

### Die Mendener Bank eG in Zahlen

Bilanzsumme:	278 Millionen Euro
Kunden:	20.000
Mitglieder:	6.260
Geschäftsstellen:	3
Mitarbeiter der Bank:	62 (+ 6 Auszubildende)

Stand: 31. Dezember 2012



# money island

Jugendbank der RV Bank Rhein-Haardt eG



Anna -

Lena

Florian

Atakan

Ricardo

♡  
Andrea



## Inseln der Jugend

Die RV Bank Rhein-Haardt eG eröffnet mit den „moneyislands“ jungen Menschen Räume für besondere Beratung und für ein Plus an Bildung.

Zwei Fernseher, auf denen ein Musikkanal knallbunte Hip-Hop-Videos zeigt, weiche Ledersessel auf dunklem Holzboden, zwei Stufen weiter hinuntergestiegen: ein weiterer Raum mit Surfbrettern an der Wand. Und mittendrin, eingefasst von einem hawaiianischen Holzboot: ein Geldautomat. Was auf den ersten Blick wie ein Bistro mit Südsee-Flair wirkt, ist in Wirklichkeit eine Bankfiliale.

Die moneyisland-Bank im rheinland-pfälzischen Grünstadt ist die zweite Geschäftsstelle der RV Bank Rhein-Haardt, die sich nur an junge Menschen wendet. Die Zielgruppe sind 12- bis 24-Jährige, die sich in der ersten Niederlassung im 15 Autominuten entfernten Frankenthal schon seit sechs Jahren durch junge Bankkaufleute in Finanzangelegenheiten beraten lassen können. Eine davon ist Andrea Stefanowski, die ihre Lehre im Jahr 2012 beendete – pünktlich zur Eröffnung der „moneyisland“ in Grünstadt. „Der Job hier ist sehr ungewöhnlich, es macht sehr viel Spaß“, sagt die 21-Jährige. „Wir duzen uns mit den Kunden und machen Termine manchmal über unseren Facebook-Auftritt. Und wir bekommen auf unsere Diensthandys auch mal SMS, in denen uns Jugendliche fragen, ob sie ihre EC-Karte bei uns im Automaten vergessen haben.“ Die Mobilnummern der Bankberaterinnen und Bankberater stehen sogar im Internet – ein ungewöhnlicher Service.

Dennoch, das macht die junge Frau in dem rosa Oberteil und der schwarzen Jeans sehr klar, steht das Bankgeschäft im Vordergrund. „Wir haben hier zwar kein Bargeld zur Verfügung – das hätte ganz andere Kosten und Sicherheits-

bestimmungen für die Einrichtung der Filiale bedeutet – , aber wir bieten unseren jungen Kunden die Möglichkeit, ein Girokonto, ein Tagesgeldkonto oder ein Sparkonto zu eröffnen. Und dazu kommt noch die EC-Karte“, sagt Andrea Stefanowski. „Das ist das Angebot, was Jugendliche so brauchen. Zudem beraten wir auch zu sämtlichen anderen Themen. Und wenn etwas zu speziell wird, können wir immer noch erfahrene Kollegen aus unserer Filiale dazuholen.“

### Beitrag zur Bildung

Andrea Stefanowski arbeitet nicht nur in den Räumen am Rande der Innenstadt, in deren hinterer Hälfte eine Strandbar aus Bambusstäben eingerichtet wurde. „Wir gehen auch in Schulen und informieren die Schüler zum Beispiel darüber, wie sie Schulden vermeiden können.“

Die moneyisland-Bank ist Teil einer Strategie, mit der die RV Bank Rhein-Haardt Kinder und Jugendliche aller Altersgruppen erreichen will. „Wir wollen zur wirtschaftlichen Bildung der jungen Leute beitragen und gleichzeitig natürlich auch unsere Bank bekannter machen“, sagt Wolfgang Löcher, der die Jugendbank als Marketingchef erdachte. Heute genießt er seine Altersteilzeit, hängt aber nach wie vor sehr an seiner Idee. „Wir suchten nach einem neuen Weg, junge Menschen anzusprechen. Ich wollte das aber gerne mit einem direkten Nutzen verbinden und nicht nur zum Beispiel Partys sponsern“, sagt der 60-Jährige mit dem weißen Haar, der stolz ein schwarzes moneyisland-T-Shirt trägt.

„Gleichzeitig war uns natürlich auch klar, dass die Jugendlichen die schwierigste Zielgruppe überhaupt sind. Wenn sie noch jung sind, erledigen die Eltern die Bankgeschäfte – und wenn sie dann in den Beruf einsteigen oder studieren gehen, bleiben viele bei der Bank des Vaters und der Mutter.“ Wolfgang Löcher schaute sich im Vorfeld einige vergleichbare Konzepte von Banken in ganz Deutschland an, hörte Vorträge, sprach mit Unternehmensberatern. Schließlich hatte er die zündende Idee, vor allem inspiriert von der Volksbank Bitburg mit ihrer Jugendbank Freeway: „Wir haben ein Gymnasium in Frankenthal angesprochen und gefragt, ob sie mit uns gemeinsam eine eigene Form einer Filiale für junge Leute entwickeln möchten.“



Beratung auf Augenhöhe und mit dem passenden Kaltgetränk: Uwe Rebholz (oben, links) und Andrea Stefanowski (unten, rechts)



Uwe Rebholz, Wolfgang Löcher, Andrea Stefanowski, Susanne Krupp (von links) vor ihrer besonderen Filiale.

### Schüler entwickelten mit

Der Sozialkundelehrer des Albert-Einstein-Gymnasiums war begeistert, ein Workshop wurde organisiert. Rund 100.000 Euro gab die Bank als Startkapital, in zwei Tagen stand das Kernkonzept. „Die 17 Schüler waren sehr begeistert dabei, weil ihr Projekt ja auch tatsächlich umgesetzt werden sollte. Das hat einen großen Einfluss gehabt.“

Die Gruppe plante die Inneneinrichtung und überlegte sich Produkte, die die Bank anbieten sollte. Auch wegen der Hinweise der Schüler dazu ist das Angebot von moneyisland deutlich abgespeckter als das der Mutterbank. Und günstiger für die Kunden: „Wir erwirtschaften mit den verschiedenen Konten eher wenig Geld, weil wir zum Beispiel beim Tagesgeld besonders gute Zinsen geben oder das Girokonto kostenfrei ist. Dennoch sind die Filialen kein Verlustgeschäft“, sagt Löcher. „Die laufenden Kosten für die Mitarbeiter, die Aktionen, die Miete und Nebenkosten entsprechen ungefähr dem, was wir sonst für das Jugendmarketing ausgegeben haben.“

Die moneyisland-Filialen, die pro Jahr 100 Neukunden zu verzeichnen haben, sind umso nachhaltiger, wenn es um Kundenbindung auch in der Zukunft geht. „Ich wüsste keinen Kunden, der uns verlassen hat, nachdem er 24 Jahre alt geworden ist“, sagt Susanne Krupp, 22, die seit drei Jahren in der Jugendbank arbeitet. Bei Erreichen der Altersgrenze werden die Kunden an die Berater der RV Bank-Filiale übergeben – und wer nicht zu den moneyisland-Räumen nach Grünstadt oder Frankenthal kommen kann, darf sämtliche Angebote auch in den 18 Niederlassungen im Geschäftsgebiet der Bank wahrnehmen.

Die speziell gestalteten Unterlagen mit der charakteristischen grünen Palme liegen dort ebenso aus, und sie sind auch im Stadtgebiet nicht selten zu sehen. „Wir gehen raus mit unserem Konzept und sprechen Unternehmen an, mit uns zu kooperieren“, sagt Uwe Rebholz, der dritte feste Mitarbeiter von moneyisland. Hinzu kommen einige Auszubildende, die ins Team rotieren und, wie alle anderen Nachwuchskräfte, auch im Beirat der Jugendbank sitzen. Zu den Aufgaben des 24-Jährigen gehört das Partnerprogramm, das direkt auf der gegenüberliegenden Straßenseite in Grünstadt zu sehen ist: An der Fensterscheibe eines

Fitnessstudios klebt ein Aufkleber von moneyisland. „Dort bekommen unsere Kunden Prozente, ebenso wie in Kinos, Cafés oder Pizzerien, in Autowerkstätten oder im Tennisclub“, sagt der passionierte Fußballer, der es für Waldhof Mannheim und den 1. FC Kaiserslautern bis hoch zur Regionalliga schaffte. „Im Gegenzug präsentieren wir die rund 30 Partner auch bei uns in der Bank oder machen Aushänge für Ausbildungs- und Praktikumsstellen.“

### Wirtschaftswissen „to go“

Beide Seiten haben etwas davon. „Und am meisten profitieren die Jugendlichen selbst, weil sie sich in diesem Netz gut aufgehoben fühlen, günstig ihre Bankgeschäfte machen können und ganz nebenbei wirtschaftliche Zusammenhänge besser kennenlernen“, erklärt Rebholz. Das Vertrauen sorgt zudem auf einer ganz anderen Ebene für Nähe, sagt Susanne Krupp. „Wir bekommen sehr viel mit von unseren Kunden. Wenn ein Pärchen ein gemeinsames Konto eröffnet und später wieder schließt, wissen wir den Grund oft schon vorher“, sagt die Bankkauffrau. „Denn manche Kunden kommen auch einfach zu uns, um ihr Herz auszuschütten. Wir nehmen uns Zeit, wenn es mit der Arbeit gerade passt – und sind so wirklich ganz für die Jugendlichen da.“

### Die RV Bank Rhein-Haardt eG in Zahlen

Bilanzsumme:	954 Millionen Euro
Kunden:	60.000
Mitglieder:	19.000
Geschäftsstellen:	22
Mitarbeiter der Bank:	304

Stand: 31. Dezember 2012

# Wir packen mit an

## 52

### **Da sein und nah sein**

Die Volksbank Rottweil eG stellt ihre Auszubildenden einen Nachmittag in der Woche frei, um soziale Aufgaben zu übernehmen.

## 56

### **Wachsende Wurzeln**

Zum Jubiläum der Volksbank Rhein-Lahn eG pflanzten die Mitarbeiter und Mitglieder neues Grün in die Region.





## Wir packen mit an

Immer mehr Volksbanken und Raiffeisenbanken führen mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern Freiwilligenaktionen vor Ort durch.

Selbstbestimmung, Selbstverwaltung, Selbstverantwortung sind zentrale Grundsätze des genossenschaftlichen Geschäftsmodells. Innerhalb ihres gesellschaftlichen Engagements darf man dies gerne wörtlich verstehen. Hier gilt nicht nur „Selbst ist die Bank“, sondern häufig auch „Selbst sind die Mitarbeiter“.

Neben ihren umfangreichen finanziellen Zuwendungen setzt rund ein Drittel der Genossenschaftsbanken in Deutschland auf Freiwilligenaktionen ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Das bedeutet: Für einen vereinbarten Zeitraum stehen die Rechner still und die Kundenberatung macht Pause. Stattdessen engagiert sich das Personal für gemeinnützige Dinge vor Ort, spendet Arbeitszeit und packt tatkräftig mit an.

„Corporate Volunteering“ lautet die neudeutsche Bezeichnung für diese Form des Engagements. Firmen stellen innerhalb betrieblicher Freiwilligenprogramme ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter frei, damit diese sich zusammen für gemeinnützige Zwecke einsetzen. Dies stärkt die Region, spendet Hilfe und festigt auch den internen Zusammenhalt. Die jeweiligen Projekte sind dabei so vielfältig wie das Leben selbst. Sie reichen von punktuellen Einsätzen, bei denen meist handwerkliche Tätigkeiten im Vordergrund stehen, über Hospitationen in sozialen Einrichtungen bis hin zu längeren Personaleinsätzen im Führungsbereich von gemeinnützigen Institutionen.

### Anpacken vor Ort

Die Kreditgenossenschaften setzen dabei in der Regel natürlich direkt vor Ort an. Hier bauen die Mitarbeiter mit auf, packen tatkräftig mit an und helfen, wo Bedarf besteht.

Sie engagieren sich direkt und persönlich für Dinge, die für viele Menschen von Bedeutung sind.

Die Volksbank Rottweil eG etwa stellt alle Auszubildenden jeweils für einen Nachmittag in der Woche ab, damit diese älteren Menschen in einem Seniorenheim für eine Weile Gesellschaft leisten (siehe Seite 52). Dies stiftet Wärme, Freude und ist nicht nur für die Seniorinnen und Senioren Woche für Woche etwas ganz Besonderes.

Die Volksbank Rhein-Lahn eG wiederum hat den Fokus anlässlich ihres Firmenjubiläums auf die Waldgebiete ihrer Region gerichtet (siehe Seite 56). Hier führten Mitglieder und Mitarbeiter der Bank im gemeinsamen Schulterschluss bemerkenswerte Baumpflanzaktionen durch, an die sich nicht nur alle Beteiligten sichtbar erinnern können, sondern die auch der Region einen langfristigen und dauerhaften Nutzen spenden.

### Wachsende Zahlen

Die Zahl der Genossenschaftsbanken, die sogenannte Corporate-Volunteering-Aktionen durchführen, hat sich bei den Genossenschaftsbanken von 2009 (15,6 Prozent) bis zum Jahr 2012 (31,4 Prozent) mehr als verdoppelt. Auch die Anzahl der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich außerhalb der Arbeit ehrenamtlich vor Ort engagieren, ist beachtlich hoch.

Dies zeigt: Die Kreditgenossenschaften nehmen sich, wenn es um das Wohl der Region geht, häufig auch selbst ganz unmittelbar mit in die Pflicht. Die vielen Kunden und Mitglieder danken ihnen dies mit Vertrauen.



Ein gegenseitiges Geben und Nehmen: Die Besuche der Auszubildenden im Seniorenheim sind für viele Bewohner ein echtes Highlight. Zugleich gibt dieses Engagement auch den Nachwuchskräften sehr viel.

## Da sein und nah sein

Die Volksbank Rottweil eG stellt ihre Auszubildenden einen Nachmittag in der Woche frei, um soziale Aufgaben zu übernehmen.

„Haben Sie gestern das Halbfinale vom Confed-Cup gesehen?“, fragt Dominik Gauger und beugt sich leicht zu Karl-Heinz Hess hinunter. Der 59-Jährige, der seit seinem Schlaganfall im Rollstuhl sitzt, nickt. „Freilich, 2:1 hat Brasilien gewonnen, das war ein gutes Spiel.“ Er sagt das in tiefstem Schwäbisch, sehr leise und undeutlich – aber Dominik Gauger kennt den 39 Jahre älteren Mann so gut, dass er keine Probleme hat, ihn zu verstehen. „Ich habe es auch geschaut“, antwortet er. „Die waren wirklich nicht besser als Uruguay, fand ich.“

Einige Meter den Flur hinunter auf dem ersten Stock des Altenzentrums St. Elisabeth, das nur zehn Gehminuten entfernt von der historischen Altstadt Rottweils liegt, sitzt Daniel Geiger im Zimmer eines weißhaarigen Herrn. An den Wänden hängen Fotos und ein großes Brett mit Seemannsknoten. Der 84-jährige Bruno Fritz ist früher zur See gefahren und erzählt gerne von dieser Zeit. In seinem grauen Jackett und mit dem blütenweißen Hemd wirkt er gerade viel jünger, als sein Lebensalter vorgibt. Er macht Scherze mit dem jungen Mann und plötzlich stimmt er aus voller Kehle einen Shanty an. Daniel Geiger lächelt, lauscht dem Seemannslied, wippt mit, bevor er den Senioren zum Kaffeetrinken begleitet.

### Regelmäßige Besuche

Einmal in der Woche besuchen Daniel Geiger und Dominik Gauger das Altenheim, eine Einrichtung der Stiftung St.

Franziskus Heiligenbronn. Die beiden Auszubildenden der Volksbank Rottweil machen Spaziergänge mit einigen der 94 Bewohner, von denen zwei Drittel an verschiedenen Formen der Demenz erkrankt sind. Sie spielen mit ihnen Gesellschaftsspiele, nehmen sie mit zum Eisessen ins idyllische Stadtzentrum – und vor allem reden sie mit den Bewohnern, die sich, wie direkt zu merken ist, über jeden Besuch freuen.

Die beiden jungen Männer im schwarzen Polohemd mit Volksbank-Aufdruck, die sonst im Anzug in der Bank arbeiten, stehen stellvertretend für alle 20 Auszubildenden: Die Bank stellt die Nachwuchskräfte jeden Mittwochnachmittag für zweieinhalb Stunden bezahlt frei, damit sie im Rahmen des „Sozialen Projekts“ in Seniorenheimen und Schulen ehrenamtlich tätig sein können. Die Idee dazu hatte Henry Rauner im Jahr 2004. „Wir wollten uns dort einbringen, wo wirklich Hilfe gebraucht wird“, sagt der Vorstand der Bank. „Das bedeutet: bei der Hausaufgabenbetreuung und der anschließenden Spielzeit für Schüler zwischen sieben und zehn Jahren sowie bei den Senioren in örtlichen Altenheimen, wo die Pflegekräfte oft viel zu wenig Zeit für persönliche Gespräche haben.“

### Direkte Hilfe statt Geld

Anstatt Geld zu geben oder eine Institution zu unterstützen, dachte der Vorstand an die eigenen Azubis. „Wir waren uns von Anfang an sicher, dass die jungen Leute aus dem Projekt viel für sich persönlich ziehen können“, sagt Rauner, der das Ehrenamt selbst hoch schätzt und ausübt – zum Beispiel bei der Sanierung des Kapuziner-Klosters am Rande der Stadt, bei der er als erster Vorsitzender der Bürgerinitiative Verantwortung übernahm und auf dem Bau selbst mit anpackte. „Auch wenn es am Anfang für viele Azubis nicht einfach ist, lernen sie doch sehr schnell dazu und werden selbstsicherer.“

Die beiden Azubis im St.-Elisabeth-Heim bestätigen das. Daniel Geiger wurde wie die Kollegen schon beim Vorstellungsgespräch auf die Aktion hingewiesen und fand diese in der Theorie sehr spannend. „Als ich zum ersten Mal im Altenheim stand, war ich sehr unsicher, weil ich gar nicht genau wusste, was von mir erwartet wurde.“ Auch wenn Heimbewohner sterben, ist es nicht leicht für ihn und



Dominik Gauger. „Das nimmt einen schon mit, wenn man am Mittwoch kommt und die Dame, die vergangene Woche noch da war, plötzlich verstorben ist.“ Der Vorteil für ihn wie für alle anderen Azubis: Die jungen Frauen und Männer werden immer zu zweit eingesetzt. Ein Kollege aus dem älteren Jahrgang zeigt dem Jüngeren den Einsatzort, stellt die Menschen vor und hilft in den ersten Tagen.

### Selbst sind die Azubis

Ein Pluspunkt auch für die Bank, die neben anderen Projekten mit 150.000 Euro Stiftungskapital eine Bürgerstiftung mitgegründet hat und rund 80.000 Euro pro Jahr an soziale, kulturelle und Bildungseinrichtungen spendet. Das System funktioniert mittlerweile so gut, dass die Azubis das Ganze allein organisieren. „Wir machen zweimal im Jahr ein großes Treffen, an dem alle aus ihren Einrichtungen erzählen“, sagt Vorstand Henry Rauner, „da hören wir sehr schnell raus, wenn irgendwo der Schuh drückt.“

Bei Dominik Gauger ist das nicht der Fall. Er parliert locker und selbstverständlich auch mit den schwereren Fällen, die ihn zum Beispiel jede Woche aufs Neue fragen, ob sie ihn schon einmal gesehen hätten. „Ich verstehe jetzt viel besser, warum Demenzkranke wie reagieren und worauf man achten muss, wenn man sich mit ihnen beschäftigt“, sagt er und fasst sehr behutsam eine weißhaarige Dame am Arm, die gerade ein wenig aufgeregt am Tisch sitzt. Der Umgang mit den Senioren kommt ihm bei der täglichen Arbeit in der Bank zugute, sagt Gauger: „Ich habe nun einen ganz anderen Blick dafür, welche Bedürfnisse Senioren haben, die zu uns in die Bank kommen. Wenn ich etwa lauter sprechen muss, weil die Menschen nicht mehr so gut hören, gehe ich mit ihnen in einen Nebenraum, um trotzdem das Bankgeheimnis zu wahren“, erzählt er aus dem Alltag. „Oder ich biete jemandem einen Sitzplatz an, der in der Schlange steht, und hole ihn dann, wenn er an der Reihe ist.“

Die hohe soziale Kompetenz der Auszubildenden beobachtet Kai Marchfeld von der anderen Seite. Der Leiter des Sozialdiensts des St.-Elisabeth-Heims freut sich über die personelle Verstärkung, die er von Anfang an begleitet hat. „Wir müssen mittlerweile kaum noch etwas tun, weil die Azubis hier so selbstständig aktiv sind“, sagt der 47-Jähri-

ge, der die jungen Männer zwischendurch auch einmal mit besonderen Bedürfnissen einiger Patienten vertraut macht. „Wenn wir zum Beispiel jemanden haben, der eine sogenannte ‚Weglauftendenz‘ hat, ist es gut, wenn die Azubis mit ihm einen langen Spaziergang bei uns im Garten machen. Die Bewegung hilft so einem Menschen sehr.“

An diesem Nachmittag gehen die Azubis mit den Senioren nur selten hinaus. Die Älteren wollen lieber drinnen plaudern. „Ich finde das wirklich toll“, sagt Daniel Geiger, „gerade haben wir uns über das Wochenende unterhalten und darüber, was wir für Pläne mit unseren Freunden haben. Die Unterhaltungen sind ganz oft richtig nett und gar nicht einseitig. Deswegen macht mir das viel Freude.“

### Die Volksbank Rottweil eG in Zahlen

Bilanzsumme:	750 Millionen Euro
Kunden:	43.000
Mitglieder:	22.200
Geschäftsstellen:	23
Mitarbeiter der Bank:	168

Stand: 31. Dezember 2012



Bruno Fritz, Karl- Heinz Hess, Dominik Gauger (von links).



Dominik Gauger (links) und Daniel Geiger.



Nachbereitung der Erfahrungen mit Sozialdienstleiter Kai Marchfeld (Mitte).



Henry Rauner.





Engagement mit Wurzeln: Zur Feier des bankeigenen Jubiläums forsteten die Mitarbeiter der Volksbank Rhein-Lahn die Region auf.



## Wachsende Wurzeln

Zum Jubiläum der Volksbank Rhein-Lahn eG pflanzten die Mitarbeiter und Mitglieder neues Grün in die Region.

Kräftig stoßen die Frauen und Männer ihren Spaten in den Boden. Sie durchtrennen Wurzeln und dickere Erdbrocken und schieben Steine zur Seite. Jeder hebt ein Loch aus und stellt anschließend das Werkzeug zur Seite. Der groben Arbeit folgt die feine: „Greifen Sie bitte den Setzling am Stamm und betten Sie ihn in die Grube“, weist Silke Weyer die Gruppe freundlich an. Sie ist Revierförsterin im Lahnsteiner Stadtwald, der sich über eine Fläche von 2.000 Hektar erstreckt – eine grüne Lunge nur wenige Kilometer von Koblenz entfernt.

Frau Weyer schaut sehr genau auf die Handgriffe ihrer Helfer. „Die Wurzeln müssen etwa zwei Zentimeter unter der Oberfläche anfangen und das Wurzelwerk sollte nicht zusammengedrückt werden.“ Erde hineinschaufeln, festklopfen, damit keine Hohlräume entstehen und, ganz zum Schluss, ein kleiner Ruck: „Sie müssen den Setzling ein wenig nach oben ziehen, damit sich die Wurzeln strecken und die spätere Wuchsrichtung einnehmen“, sagt Silke Weyer. Sie sieht zufrieden aus.

Die studierte Forstwirtschaftlerin betreut an diesem leicht verhangenen Montagmorgen eine ungewöhnliche Truppe. Ein halbes Dutzend Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Volksbank Rhein-Lahn haben auf einem Windbruchgelände Bäume nachgepflanzt – wenige Meter unterhalb der 150 Wildbirnen, Holzäpfel, Speierlinge und Elsbeeren, die im März 2012 in den Boden gesetzt wurden und heute schon weit über einen Meter hoch gewachsen sind. Die

große Pflanzaktion hatte die Bank zu ihrem 150-jährigen Bestehen an drei Orten organisiert: in Diez, in Nastätten und in Lahnstein. Rund 150 Bankmitglieder packten jeweils mit an.

### Grünes Jubiläum

„Wir wollten unser Jubiläum anders feiern, als es vielleicht sonst üblich ist“, beschreibt Melanie Petry die Idee zur Forstarbeit. „Und zwar mit vielen kleineren und größeren Aktionen, bei denen wir Mitglieder, Kunden und Mitarbeiter zusammenbringen“, sagt die Marketingmitarbeiterin, die als ausgebildete Industriekauffrau vor 14 Jahren in der Bank begann. Die 35-Jährige schnürt ihre Wanderstiefel noch einmal fester, bevor sie ein weiteres Loch zu graben beginnt. „Die Aktion hier im Wald war perfekt dafür. Alle konnten gemeinsam etwas erleben und gleichzeitig auch etwas bewegen.“

Am Bäumepflanzen beteiligten sich seinerzeit an jeder Station neben den Mitgliedern etwa 20 Beschäftigte der Bank – freitags abends oder an Samstagen, in ihrer Freizeit also. Sie brachten nicht nur die Pflanzen in die Erde, sondern kümmerten sich auch um das Drumherum: Parkplätze zuordnen, Werkzeuge verteilen, für Getränke und einen Imbiss sorgen. Vor allem aber kümmerten sich die Berater mal auf einer ganz anderen Ebene um Mitglieder und Kunden als im Bankalltag. „Es war eine tolle Erfahrung für unsere Kollegen, etwas so Nachhaltiges entstehen zu lassen“, sagt Melanie Petry, die die Aktion zusammen mit einem sechsköpfigen Projektteam plante und umsetzte.

### Langfristige Geldanlage

„Die Reaktionen waren super“, sagt auch Thomas Siebert, der im Organisationsbereich der Bank arbeitet und mit seinen Mitarbeitern bei der Pflanzaktion für einen reibungslosen Ablauf sorgte. „Unsere Kunden und Kollegen waren so eifrig bei der Arbeit, dass sie immer noch mehr Bäume pflanzen wollten.“ Rund 1.000 Euro kostete jede der Baumpflanzaktionen. Gut und langfristig angelegtes Geld: „Jeder, der einen Baum in den Boden gesetzt hat, wird sich auch in 20 Jahren noch daran erinnern, wenn er hier spazieren geht“, sagt Siebert, der als Mitglied des Projektteams noch viele andere Aktionen mitorganisierte – ein Fußball-Playstation-Turnier etwa,



Mark Maaßen, Melanie Petry, Hans-Leo Cremer (von links).



Revierförsterin Silke Weyer.



Arbeitseinsatz mit Spaten und Hund: Hans-Leo Cremer, Simon Haufler, Melanie Petry, Thomas Siebert, Pia Breisig, Michaela Klar, Mark Maaßen, Silke Weyer (von links).

ein Mädchenfußballcamp, bei dem Nationalspielerinnen zu Gast waren, oder einen Kabarett-Abend nur für Frauen. Außerdem gestaltete die Bank das Sommerfest eines integrativen Kindergartens der Lebenshilfe, bei dem Bankmitarbeiter in ihrer Freizeit zum Beispiel Piratenkostüme mit den Kindern bastelten und sich um das Festprogramm kümmerten.

Die Baumpflanzaktion der Bank, die jährlich rund 125.000 Euro an Vereine spendet, beeindruckte übrigens nicht nur oben auf dem Berg. „Uns hat in der Kundenhalle unserer Bank eine Frau angesprochen, deren Tochter mit ihren Großeltern beim Pflanzen dabei war. Das Mädchen hat zu Hause so oft nachgefragt, was aus ihrem Baum geworden ist, dass die Eltern sehr bald noch einmal mit ihr dorthin gegangen sind“, erinnert sich Melanie Petry. „Ihre Mutter kam danach wieder und war voll des Schwärmens über das tolle Erlebnis, das diese Aktion für ihre Tochter war, und über die Begeisterung ihres Kindes.“

### Ökologisch nachhaltig

Der Blick von der Fläche ins tief gelegene Lahntal ist eindrucksvoll, genauso wie die ökologische Nachhaltigkeit des Projektes, sagen die Experten. Hans-Leo Cremer hat die Bepflanzung geplant und mit angeleitet. Ein Jahr später ist der Forstwissenschaftler, der das Forstamt Lahnstein leitet, sehr zufrieden mit dem Ergebnis. Die Bäume sind gut angegangen, auch dank der Kunststoffröhren, die direkt um die 50 Zentimeter langen Triebe befestigt wurden. „Das sieht zwar nicht so schön aus, ist aber die einzige Möglichkeit, die Jungpflanzen vor Wildtieren zu schützen, die gerne an den Setzlingen herumknabbern.“

Die Pflanzen gut zu beschützen ist umso wichtiger, weil die Arten, die Cremer ausgewählt hat, nur noch sehr selten zu finden sind. „Vom Speierling zum Beispiel gibt es nur noch 3.000 fortpflanzungsfähige Bäume in Deutschland. Wir müssen diese Art wieder künstlich verbreiten, deswegen müssen wir sie auch und vor allem während der ersten Wachstumsphasen schützen.“ Projekte wie die Baumpflanzaktion sind für ihn der richtige Weg, biologische Vielfalt zu erhalten. „Die Mitarbeiter der Volksbank Rhein-Lahn waren die Ersten in der Region, die mit so einer Idee auf uns zugekommen sind. Ich hoffe, dass wir auch in Zukunft so gut zusammenarbeiten werden.“

Ein weiteres Projekt steht schon fest: Die Bank unterstützt die Förster bei der Aktion „Unser Kreis – unser Wald“, die den Auftakt des Jubiläumsjahres „300 Jahre Nachhaltigkeit“ des Landesforsten Rheinland-Pfalz bildete. „Auf diese Weise können wir direkt hier im ländlichen Raum helfen“, sagt Melanie Petry. „Und unserer Heimat, die ja auch unsere Geschäftsgrundlage ist, etwas zurückgeben.“

### Die Volksbank Rhein-Lahn eG in Zahlen

Bilanzsumme:	954 Millionen Euro
Kunden:	65.000
Mitglieder:	24.897
Geschäftsstellen:	21
Mitarbeiter der Bank:	256

Stand: 31. Dezember 2012



Erste Ergebnisse des kollektiven Engagements (vorne).









# Selbst ist die FinanzGruppe

64

**Internationaler Karlspreis zu Aachen**  
Signale für Europa.

76

**Sterne des Sports**  
Schaufenster für Engagement.

68

**Internationaler Jugendwettbewerb  
jugend creativ**  
Entdecke die Vielfalt: Natur gestalten!

80

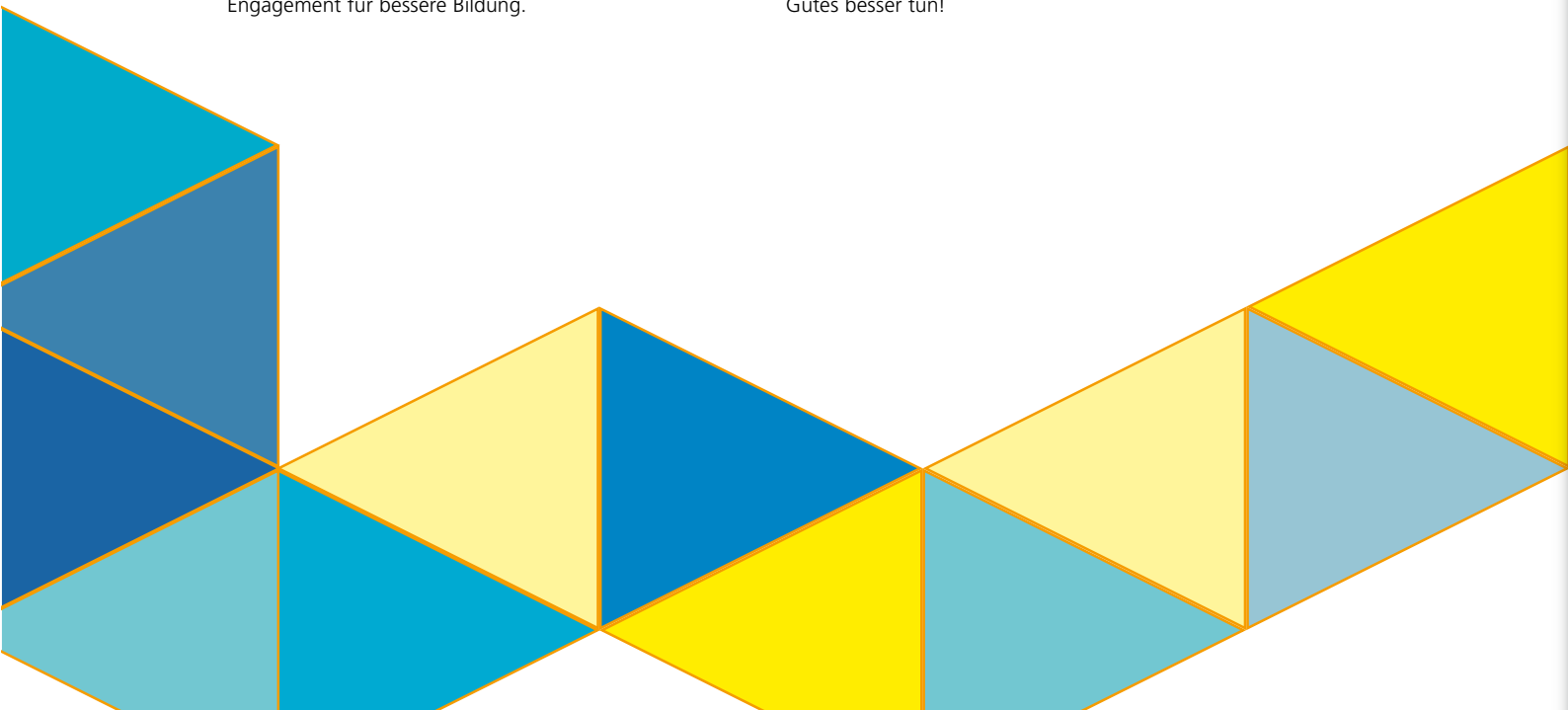
**Deutscher Chorwettbewerb  
Deutscher Orchesterwettbewerb**  
Harmonische Kooperationen.

74

**Schulservice**  
Engagement für bessere Bildung.

84

**Aktive Bürgerschaft e.V.**  
Gutes besser tun!



## Selbst ist die FinanzGruppe

Die bundesweiten Wettbewerbe und Initiativen der Volksbanken und Raiffeisenbanken.

Gemeinsam geht es besser: Diese Einsicht wird nicht nur innerhalb einer jeden Genossenschaftsbank geteilt, sondern vielfach auch darüber hinaus. So arbeiten die Kreditgenossenschaften innerhalb der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken eng mit ihren zahlreichen Spezialinstituten zusammen und ermöglichen so die optimale Mischung aus lokalem Know-how und bundesweitem Expertentum. Das gilt auch für das gesellschaftliche Engagement.

Der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken fördert eine Vielzahl bundesweiter Engagement- und Sponsoringprojekte. Dabei wird in der Regel ein nationaler – teilweise auch internationaler – Rahmen konzipiert, den die Institute dann direkt vor Ort mit Leben füllen können. Auch die fünf genossenschaftlichen Regionalverbände beteiligen sich häufig an den Projekten. So entstehen Wettbewerbe, die mit der Beteiligung vor Ort starten, sich regional fortsetzen und in einer Bundesentscheid oder sogar internationalen Vergleich münden.

### Facettenreiches Miteinander

So entsteht ein facettenreiches Miteinander, das allen Beteiligten vor Ort viel Nutzen und Freude bereitet und das sich über lokale Bezüge hinaus weiter fortpflanzt. Am Ende ist dies weitaus mehr als die Summe seiner einzelnen Teile.

Das beste Beispiel dafür ist der bereits seit Jahrzehnten etablierte Wettbewerb Jugend creativ (siehe Seite 68 ff.). Er

startet über jede einzelne, teilnehmende Genossenschaftsbank in den Schulen vor Ort. Von dort aus setzt er sich über regionale Vergleiche fort und führt von dort aus zur Ermittlung der Bundespreisträger. Durch die Kooperation mit Genossenschaftsbanken in Österreich, der Schweiz, Finnland, Italien, Frankreich und Luxemburg findet der Wettbewerb sogar auch auf internationalem Parkett statt.

Dies macht ihn zum international größten Wettbewerb seiner Art, mit am Ende rund einer Million Teilnehmern. Allein in Deutschland sind es Jahr für Jahr über 600.000 Kinder und Jugendliche. Für jeden Einzelnen wie auch für jede einzelne Bank eröffnet sich die Chance, nicht nur vor Ort, sondern weit darüber hinaus auf die eigene Schaffenskraft aufmerksam zu machen.

Weitere ähnlich strukturierte Wettbewerbe sind die Engagements für die Sterne des Sports (siehe Seite 76 ff.) sowie für die Laienchöre und Laienorchester (siehe Seite 80 ff.).

Für die europäische Idee setzt sich die gesamte genossenschaftliche FinanzGruppe mit der exklusiven Unterstützung des jährlich verliehenen renommierten Internationalen Karlspreises zu Aachen ein (siehe Seite 64 ff.). Denn: Der Gemeinschaftsgedanke hört nicht an der nationalen Grenze auf, sondern schließt auch die Unterstützung eines guten europäischen Miteinanders mit ein.

### Selbst sind die Bürger

Institutionalisiert wird das gemeinsame genossenschaftliche Engagement ferner über das gemeinsame Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der Volksbanken und Raiffeisenbanken – den Verein Aktive Bürgerschaft (siehe auch Seite 84 ff.). Dieser liefert den BVR-Mitgliedsinstituten wichtige Unterstützung beim Aufbau von Bürgerengagement in der jeweiligen Region. Ein besonderer Schwerpunkt liegt dabei auf der Förderung und Initiierung von Bürgerstiftungen.

Am Ende sämtlicher bundesweiter Aktivitäten steht eine zutiefst genossenschaftliche Erkenntnis und zugleich die Erfolgsformel für die vielen Projekte: Viele kleine Kräfte formen eine neue größere Kraft und verleihen den Einzelengagements eine ganz neue Qualität.



Dr. Dalia Grybauskaitė bei ihrer Dankesrede.



## Internationaler Karlspreis zu Aachen Signale für Europa.

Dr. Dalia Grybauskaitė, Präsidentin der Republik Litauen, ist die diesjährige Preisträgerin des Internationalen Karlspreises, der im Mai dieses Jahres verliehen wurde. Als Hauptsponsor der Stiftung Internationaler Karlspreis zeigen die Volksbanken und Raiffeisenbanken, dass sie nicht nur Stabilisatoren regionaler Gemeinschaften sind, sondern zugleich auch die große und wichtige europäische Gemeinschaft gezielt unterstützen.

### Litauen als gutes Vorbild

Mit der Verleihung des Internationalen Karlspreises zu Aachen werden vor allem die bedeutenden persönlichen Verdienste Grybauskaitės für die europäische Integration gewürdigt. Zudem wird die Entwicklung Litauens in den jüngsten Jahren anerkannt. So schaffte es Dr. Dalia Grybauskaitė, ein vom Konjunkturreinbruch arg betroffenes Land mit einer klaren Strategie, großer Disziplin und Opferbereitschaft wieder in ein sicheres Fahrwasser zu lenken. Diese Leistung wird vom Direktorium der Gesellschaft für die Verleihung des Internationalen Karlspreises zu Aachen als beispielhaft – auch für andere Staaten in der Europäischen Union – bezeichnet. „In diesen Tagen lohnt es, den Blick in den Nordosten der EU zu richten“, heißt es in der Begründung des Direktoriums.

### Für die europäische Vielfalt

Für die genossenschaftliche FinanzGruppe ist die jährliche Unterstützung ein klares Ja zur europäischen Familie, aber auch zur Vielfalt in dieser Einheit. So geht es nicht darum, alles möglichst einheitlich zu gestalten, sondern vielmehr um Lösungen, mit denen das vielfältige Miteinander erhalten und stabil bleiben kann. Kluge Kooperationen, klar abgestimmte Spielregeln des Miteinanders, aber auch individuelle Gestaltungsspielräume sind Erfolgsfaktoren für

das Funktionieren vielseitiger Gemeinschaften. Die Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken mit ihren 1.101 Kreditgenossenschaften und ihren zahlreichen Spezialinstituten ist ein gutes Beispiel dafür. Ihr gemeinsames Engagement für den Karlspreis – der ja Persönlichkeiten auszeichnet, die sich um Europa und die europäische Einigung verdient gemacht haben – ist ein klares Bekenntnis zu Europa und zur europäischen Idee.

### Konsolidierung ist wichtig

Der Karlspreis wird traditionell an Christi Himmelfahrt innerhalb eines Festaktes im Aachener Rathaus verliehen. Beim Europa-Forum diskutieren am Tag zuvor Führungspersonlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aktuelle und zukünftige Entwicklungen in Europa. Auch der Präsident des Bundesverbandes der Volksbanken und Raiffeisenbanken Uwe Fröhlich wirkte daran mit und setzte sich dort für eine konsequente Konsolidierung der Staatshaushalte in Europa ein. Er warnte davor, von diesem Kurs abzuweichen, um der Konjunktur Auftrieb zu verleihen.

„Europa ist unser Zuhause, aber nur die nationale Politik konnte die Probleme lösen, vor denen Litauen stand“, offenbarte die Preisträgerin Dr. Dalia Grybauskaitė den Teilnehmern am Europa-Forum und lieferte damit ein gutes Beispiel für die vom BVR-Präsidenten vertretene Position.

Vorgänger von Dr. Dalia Grybauskaitė als Träger des Karlspreises war im Jahr 2012 der deutsche Bundesfinanzminister Dr. Wolfgang Schäuble. In den Jahren zuvor erhielten der ehemalige Chef der Europäischen Zentralbank Jean-Claude Trichet (2011) und der polnische Premierminister Donald Tusk (2010) die Auszeichnungen. Weitere namhafte Preisträger des seit 1960 verliehenen Preises waren unter anderem Bill Clinton, Angela Merkel, Jacques Delors und Václav Havel.

[www.karlspreis.de](http://www.karlspreis.de)





BVR-Vorstand Gerhard Hofmann (rechts) im Gespräch mit dem Präsidenten des Europäischen Parlaments Martin Schulz.



Dr. Jürgen Linden, Sprecher des Karlspreisdirektoriums und ehemaliger Bürgermeister der Stadt Aachen (links), gratuliert gemeinsam mit dem Oberbürgermeister der Stadt Aachen, Marcel Philipp, Dr. Dalia Grybauskaite.



Der BVR-Vorstand um Präsident Uwe Fröhlich (links), Dr. Andreas Martin (rechts) und Gerhard Hofmann gemeinsam mit der Vizepräsidentin des Europäischen Parlamentes, Anni Podimata.



BVR-Präsident Uwe Fröhlich (links) im Gespräch mit Bundesfinanzminister Dr. Wolfgang Schäuble.



Podiumsdiskussion: BVR-Präsident Uwe Fröhlich (links), Yves Mersch, Mitglied des Direktoriums der Europäischen Zentralbank (2. von links), der Leiter des Brüsseler ZDF-Studios Udo van Kampen (2. von rechts) und Tilman Todenhöfer, Robert Bosch Industrietreuhand KG.



BVR-Präsident Uwe Fröhlich (links) im Gespräch mit Preisträgerin Dr. Dalia Grybauskaitė und dem Präsidenten des Europäischen Parlaments Martin Schulz.





Internationaler  
Jugendwettbewerb  
jugend  creativ

 Volksbanken  
Raiffeisenbanken



Wolfsgeheil, Wolfsgebiss, Wolfswissen: Der Internationale Jugendwettbewerb jugend creativ stand diesmal ganz im Zeichen der Natur und ihrer Phänomene.

## Internationaler Jugendwettbewerb jugend creativ

Entdecke die Vielfalt: Natur gestalten!

„Entdecke die Vielfalt: Natur gestalten!“, lautete die Aufforderung des 43. Internationalen Jugendwettbewerbs „jugend creativ“ an die Kinder und Jugendlichen der Schulklassen 1 bis 13. 433.000 Bilder, 400 Kurzfilme und 174.000 Quizlösungen wurden allein in Deutschland eingereicht. Rund 607.000 Nachwuchskünstler beteiligten sich bundesweit. International waren es sogar knapp eine Million. Sie setzten sich mit Naturphänomenen, aber auch mit Umweltproblemen auseinander. Die Vielfalt konnte sich sehen lassen!

Wölfe, Bienen, Bären, aber auch Raubbau, Verschmutzung, Klimaschutz – man musste die Vielfalt der Themen nicht einfordern, sie ergab sich von ganz alleine. Je nach Altersstufe und Neigung beschäftigten sich die Schülerinnen und Schüler mit Tieren und Pflanzen, mit der Vielfalt der Natur sowie mit dem Schutz und Bewahren der biologischen Vielfalt.

Die Bundespreisträger wurden im Mai 2013 in Berlin von einer aus Kunstprofessoren, Künstlern und Filmemachern bestehenden Jury gekürt. Zuvor waren die Arbeiten bereits aus den lokalen und regionalen Wettbewerben als Sieger hervorgegangen.

### Kreative Herausforderungen

Die 30 Preisträgerinnen und Preisträger aus der Kategorie Bildgestaltung und die sechs Gewinner aus dem Bereich Kurzfilm lösten im Sommer 2013 ihren Bundesgewinn ein und trafen sich zu einem einwöchigen Kreativworkshop in der Internationalen Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg. In professionell geleiteten Kursen konnten sie malen, fotografieren, gestalten, filmen und sich gemeinsam neuen kreativen Herausforderungen stellen.

Überdies geht der Vergleich auf internationaler Ebene weiter. Hier messen sich die Bundespreisträger im Bereich Bildgestaltung jährlich mit den Siegern aus Frankreich, Österreich, der Schweiz, Italien (Südtirol), Finnland und Luxemburg.

Jahr für Jahr beteiligen sich viele Volksbanken und Raiffeisenbanken mit viel Einsatz, guten Ideen und jeder Menge Energie an der Durchführung des Wettbewerbs. Sie kooperieren hierbei oftmals schon lange mit den Schulen vor Ort. Auf regionaler Ebene führen die genossenschaftlichen Regionalverbände dann den Wettbewerb fort, indem sie regionale Gewinner auszeichnen. Durch diese föderale Struktur ist „jugend creativ“ ein Wettbewerb, der die vielen Teilnehmerinnen und Teilnehmer dort abholt, wo Kreativität entsteht: in ihrem persönlichen Lern- und Lebensumfeld. Von dort ausgehend besteht für einen jeden die Möglichkeit, regional, bundesweit und international die Blicke auf sich zu ziehen.

### Wolfsgeheil mit WWF-Forscher Peter Sürth

Gemeinsam mit dem Medienpartner „Dein SPIEGEL“ und dem WWF Deutschland als Partner des 43. Wettbewerbs wurde bei „jugend creativ“ zudem eine Schulstunde mit dem WWF-Wolfsexperten Peter Sürth verlost. Glücklicher Gewinner war die dritte Klasse der Grundschule Hellenthal in der Eifel. Mit viel Verve und Begeisterung entführte Sürth die jungen Naturforscher 90 Minuten lang in die Welt des Wolfsgeheuls, der Wolfsspuren und der Wolfsrudel. Er sorgte für kollektives Staunen und rudelhaftes Heulen in der Grundschule.

### „Traumbilder: Nimm uns mit in Deine Fantasie!“

Ab Oktober 2013 läuft der 44. Internationale Jugendwettbewerb „jugend creativ“. „Traumbilder: Nimm uns mit in deine Fantasie!“ lautet die Aufforderung an den kreativen Nachwuchs bei dieser Wettbewerbsrunde. Als Schirmherrin konnte dafür die durch ihre Bücher wie „Tintenherz“ oder „Reckless“ bekannte Autorin Cornelia Funke gewonnen werden. Ein weiterer Unterstützer ist der Filmpark Babelsberg.

[www.jugendcreativ.de](http://www.jugendcreativ.de)

[www.jugendcreativ-video.de](http://www.jugendcreativ-video.de)

[www.facebook.com/jugendcreativ](https://www.facebook.com/jugendcreativ)

[www.youtube.com/jugendcreativ](https://www.youtube.com/jugendcreativ)





Auf den Spuren der Wölfe: Die Schülerinnen und Schüler der dritten Klasse der Grundschule Hellenthal.



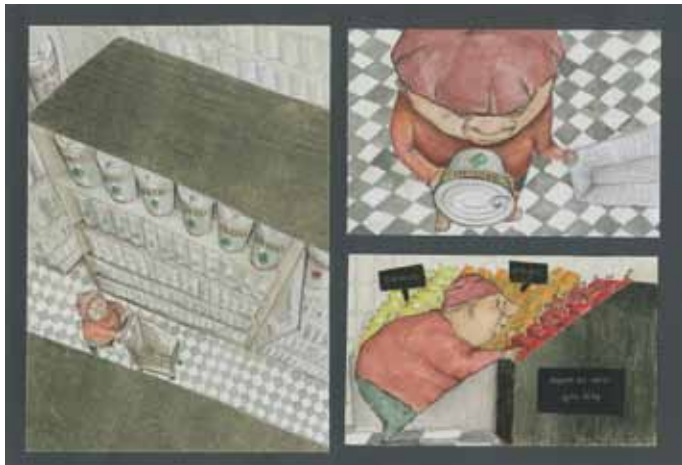






„Entdecke die Vielfalt: Natur gestalten!“ lautete die Aufforderung an die Kinder und Jugendlichen der Schulklassen 1 bis 13. Diese Siegerbilder kamen dabei in fünf Alterskategorien beim Bundesentscheid heraus (Auswahl).









Die Internetplattform [www.jugend-und-finanzen.de](http://www.jugend-und-finanzen.de) informiert interessierte Verbraucher, insbesondere Lehrer und Eltern, über verschiedene Projekte und Publikationen zur finanziellen und wirtschaftlichen Allgemeinbildung, vermittelt Kontakte zu Banken und Ansprechpartnern vor Ort und stellt neues Unterrichtsmaterial bereit.

## Schulservice

### Engagement für bessere Bildung.

Der weitsichtige Umgang mit Geld will gelernt sein, und zwar am besten schon in jungen Jahren. Das Schulservice-Portal „Jugend und Finanzen“ der Volksbanken und Raiffeisenbanken ([www.jugend-und-finanzen.de](http://www.jugend-und-finanzen.de)) stellt die vielfältigen Initiativen in der genossenschaftlichen FinanzGruppe für die finanzielle Allgemeinbildung im Überblick dar.

Die Internetplattform informiert interessierte Verbraucher, insbesondere Lehrer und Eltern, über verschiedene Projekte und Publikationen zur finanziellen und wirtschaftlichen Allgemeinbildung, vermittelt Kontakte zu Banken und Ansprechpartnern vor Ort und stellt neues Unterrichtsmaterial bereit. Der monatlich erscheinende Newsletter „Jugend und Finanzen aktuell“ informiert über neue Materialien, neue Projekte und liefert hilfreiche Tipps für die Praxis.

#### Unterrichtsmaterialien

Pädagogen können das Unterrichtsmaterial in Form von Arbeitsblättern für die Grundschule sowie die Sekundarstufen I und II zu verschiedenen Finanzthemen kostenfrei herunterladen. Darüber hinaus erhalten Lehrkräfte Empfehlungen, wie sie das Thema Wirtschaft und Finanzen in der Unterrichtspraxis in den jeweiligen Klassenstufen auf Basis der existierenden Bildungspläne vermitteln können.

Wer Finanzwissen vermittelt, informiert sich vorher in der Regel gern noch einmal selbst. Hierfür bietet das Portal Lehrern und Eltern sowie anderen interessierten Bürgern umfangreiche Fakten und Hintergrundinformationen zu den verschiedenen Finanzthemen wie Geldanlage, Kreditvergabe oder Zahlungsverkehr.

„Genossenschaftsbanken haben ein großes Interesse an aufgeklärten Kunden, weil sie auf Augenhöhe beraten. Als dem Fördergedanken verbundene und in den Regionen verankerte Institute fühlen sich Volksbanken und Raiffei-

senbanken dazu berufen, in Kooperation mit Partnern wie Schulen, Gemeinden oder Eltern zur finanziellen Bildung der jungen Menschen im Rahmen des freiwilligen Engagements beizutragen“, so Uwe Fröhlich, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR). Der Verband ist Herausgeber des Portals.

#### Vielfalt der Projekte sichtbar

Im Bereich „Finanzbildung vor Ort“ sind zahlreiche Finanzbildungsprojekte anbietende Genossenschaftsbanken auf einer interaktiven Deutschlandkarte registriert. So können interessierte Lehrkräfte auch auf diesem Weg recherchieren, ob es in ihrer Region Finanzbildungsprojekte gibt und die betreffenden Ansprechpartner kontaktieren. Die Vielfalt der Initiativen ist enorm. Sie reicht vom Blick hinter die Kulissen einer Bank bis zu außergewöhnlichen Projekten wie die Aufführung eines Theaterstücks zur Finanzmarktkrise.

#### Einblick in Publikationen

Für Eltern oder Kinder und Jugendliche bieten viele Volksbanken und Raiffeisenbanken auch Schulservice-Publikationen des Deutschen Genossenschafts-Verlages an. Ausgewählte Materialien stellt das Portal „Jugend und Finanzen“ vor und ordnet sie den möglichen Anwendungsbereichen und Altersgruppen zu. Über ein Vorschauenfenster kann man einen ersten Blick in Teile der betreffenden Publikation werfen.

#### Comenius-EduMedia-Siegel

In den Jahren 2012 und 2013 erhielt das Schulservice-Portal „Jugend und Finanzen“ die renommierte Auszeichnung des Comenius-EduMedia-Siegels, das von der Gesellschaft für Pädagogik und Information (GPI) vergeben wird. Eine international besetzte Fachjury mit Medienexperten aus zehn europäischen Ländern wählte die Preisträger aus fast 200 eingereichten Bildungsmedien aus. Die Comenius-EduMedia-Auszeichnungen werden für pädagogisch, inhaltlich und gestalterisch besonders wertvolle Bildungsmedien vergeben.







## Sterne des Sports Schaufenster für Engagement.

Mit den „Sternen des Sports“ würdigen die Volksbanken und Raiffeisenbanken gemeinsam mit dem Deutschen Olympischen Sportbund (DOSB) Jahr für Jahr das soziale Engagement von Vereinen. Hier geht es nicht um die weitesten Weiten und höchsten Höhen, sondern um das Miteinander.

Seit 2004 schreiben die Volksbanken und Raiffeisenbanken den Wettbewerb gemeinsam mit dem DOSB jährlich aus. Der Wettbewerb startet auf Ortsebene – bei den Volksbanken und Raiffeisenbanken – und setzt sich über den Landesentscheid bis hin zur Bundesebene fort. Insgesamt flossen den teilnehmenden Vereinen so mehr als 3 Millionen Euro an Prämierungen zu. Der besondere gesellschaftliche Nutzen lässt sich nicht in Ziffern ausdrücken, denn der Wettbewerb will ausdrücklich das Engagement in den Vereinen nicht nur auszeichnen, sondern auch fördern.

### 2.500 Vereine beteiligt

Insgesamt beteiligten sich im Jahr 2012 bundesweit mehr als 2.500 Sportvereine in insgesamt zehn Themenfeldern. Das Spektrum reicht von Gesundheits-, Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen über Angebote für Kinder, Jugendliche, Familien und Senioren bis zur Förderung der Leistungsmotivation.

Den mit 10.000 Euro dotierten „Großen Stern des Sports“ in Gold erhielt der Verein Eintracht Hannover – begleitet von der Hannoverschen Volksbank – für sein Programm „Aktiv aus dem Stimmungstief“, einer Kooperation mit Psychiatern der Medizinischen Hochschule Hannover und Sportwissenschaftlern der Universitäten Würzburg und Marburg die wissenschaftliche Beweise für die positive Wirkung von Sport auf die Diagnose „Depression“ liefern soll.

Platz 2 bekleidete diesmal der FV Blau-Weiß Spandau 1903 aus Berlin – begleitet von der Berliner Volksbank. Der Verein

fördert Jugendliche mit Migrationshintergrund in besonderer Weise, bereitet sie auf eine Berufsausbildung vor und vermittelt Ausbildungsplätze.

Auf dem dritten Platz landete der BSV AOK Leipzig – begleitet von der Volksbank Leipzig. Der Verein ermöglicht vor allem älteren Migrantinnen und Migranten einen einfachen Zugang zu Bewegungsangeboten und sportlicher Aktivität.

### Auszeichnung durch den Bundespräsidenten

Die Auszeichnung in Berlin nahm Bundespräsident Joachim Gauck höchstpersönlich vor. „Wir können nicht so tun, als könnte Sport Bereiche wie Bildung ersetzen“, sagte Gauck bei der Preisverleihung, aber es sei sehr interessant zu sehen, wie der Sport sein gesellschaftspolitisches Potenzial entdeckt habe. „Was Menschen im und für den Sport tun, hat nicht nur für den Sport Bedeutung“, erklärte er.

Die Errungenschaften des Sports und insbesondere auch die Würdigung der besonderen Leistung durch die „Sterne des Sports“ finden auch international große Anerkennung. So wurde der Wettbewerb bei der Vollversammlung der TAFISA, dem Weltverband des Breitensports, schon im Jahr 2011 mit dem Innovation Award der Organisation für Sportsponsoring ausgezeichnet.

### Wichtigster Breitensportwettbewerb

In diesem Jahr geht Deutschlands wichtigster Breitensportwettbewerb bereits ins zehnte Jahr. Jubiläum. So rufen die Volksbanken und Raiffeisenbanken in ganz Deutschland wieder alle Sportvereine dazu auf, bei den „Sternen des Sports“ 2013 mitzumachen. Wo und bei welchen Volksbanken und Raiffeisenbanken es die Bewerbungsunterlagen für die „Sterne des Sports“ 2013 gibt, können Sportvereine auf der Homepage zum Wettbewerb erfahren.

Die „Sterne des Sports“ seien ein Schaufenster, sagte Bundespräsident Joachim Gauck. „Hier zeigt sich die Bereitschaft, sich mit anderen zusammen für etwas einzusetzen. Wenn wir das Engagement hier feiern können, ist das eine großartige Sache“, sagte er und würdigte damit auch den Einsatz der Volksbanken und Raiffeisenbanken in Deutschland für diesen Wettbewerb.

[www.sterne-des-sports.de](http://www.sterne-des-sports.de)



Alles Preisträger des diesjährigen Wettbewerbs bei der feierlichen Preisverleihung in Berlin.



Bundespräsident Joachim Gauck während der Preisverleihung mit ZDF-Moderatorin Katrin Müller-Hohenstein, BVR-Präsident Uwe Fröhlich (links) und DOSB-Präsident Dr. Thomas Bach (2. von links).



Bundespräsident Joachim Gauck (2. von rechts), BVR-Präsident Uwe Fröhlich (2. von links), DOSB-Präsident Dr. Thomas Bach (rechts) und DOSB-Vizepräsident Walter Schneeloch (links).



Bundespräsident Joachim Gauck (3. von links), BVR-Präsident Uwe Fröhlich (rechts) und DOSB-Präsident Dr. Thomas Bach (3. von rechts) gemeinsam mit dem ehemaligen Chef der WGZ-Bank Werner Böhne (links) und DZ-BANK-Vorstandsmitglied Frank Westhoff (2. von rechts). Auch im Bild: DOSB-Maskottchen Trimmy.





Big-Band-Leiter Jiggs Whigham sorgt auch bei den Kleinsten für staunende Augen.

## Deutscher Chorwettbewerb Deutscher Orchesterwettbewerb Harmonische Kooperationen.

Als Unterstützer des Deutschen Chorwettbewerbs und des Deutschen Orchesterwettbewerbs fördern die Volksbanken und Raiffeisenbanken die Kreativität und den Zusammenhalt vor Ort, agieren als Partner zahlreicher Chöre und Ensembles und sorgen nicht zuletzt für allorts klingvolle Erlebnisse.

Alle zwei Jahre finden die Bundeswettbewerbe im gegenseitigen Wechsel und an immer neuen Austragungsorten statt. Über 5.000 Laienmusikerinnen und -musiker trafen beim 8. Orchesterwettbewerb 2012 in Hildesheim aufeinander.

### Aktionen vor Ort

Viele Volksbanken und Raiffeisenbanken begleiteten die Preisträger und Finalisten aus ihrer Region bis zum Bundesfinale. Nach dem Wettbewerb nutzten einige Institute die Gelegenheit, gemeinsam mit den Orchestern aus ihrer Region Aktionen vor Ort durchzuführen. Im kommenden Jahr lobt der Deutsche Musikrat nun den Deutschen Chorwettbewerb aus. Man darf gewiss sein, dass auch hier eine stimmungswichtige Schar junger und älterer Sängerinnen und Sänger – unterstützt durch die Volksbanken und Raiffeisenbanken – aufeinandertreffen wird. Und welcher Ort würde sich besser dafür eignen als die Kulturstadt Weimar?

In den Jahren zwischen den Bundeswettbewerben stehen für die Musikerinnen und Musiker landesweite Vergleiche an, aus denen dann die Teilnehmer an den Bundesentscheidungen hervorgehen. Zudem organisiert der Deutsche Musikrat Weiterbildungen für die Leiter von Chören und Orchestern. In diesem Jahr lud er – unterstützt von den Volksbanken und Raiffeisenbanken – beispielsweise zum Workshop für Big-Band-Leiter ins westfälische Nottuln. Als namhafter Lehrmeister konnte dabei der weltweit renom-

mierte Jazzposaunist, Jazzpädagoge und Big-Band-Leiter Jiggs Whigham gewonnen werden. Krönender Abschluss des musikalischen Aufeinandertreffens war ein großes Abschlusskonzert mit dem Ausnahmemusiker, der zugleich Leiter der BBC Big Band London ist.

### Nachhaltige Förderung

„Wir freuen uns, dass durch das Sponsoring der Genossenschaftsbanken auch so nachhaltige Fördermaßnahmen für Chor- und Orchesterleiter ermöglicht werden. Die Workshop-Teilnehmer nehmen die neuen Erfahrungen mit in die Probenarbeit und stärken so das Miteinander der Menschen in ihrer Region“, erklärte Karl Weckendorf, Vorstandsmitglied der Volksbank Nottuln stellvertretend für die deutschen Genossenschaftsbanken.

Ausschlaggebend für das bundesweite Engagement der Volksbanken und Raiffeisenbanken für die Laienchöre und Laienorchester ist deren regionale Verwurzelung. Diese befinden sich zumeist in direkter Nachbarschaft zu einer der deutschlandweit 1.101 Genossenschaftsbanken. Ähnlich wie bei den vielen Ensembles setzen auch die Volksbanken und Raiffeisenbanken auf ein zielgerichtetes, partnerschaftliches und harmonisches Zusammenspiel aller Beteiligten. So sind Chöre und Orchester ähnlich wie Genossenschaftsbanken Beispiele für überaus gut funktionierende Kooperationen, bei denen das Miteinander und das Zutun jedes Einzelnen zu etwas Besonderem führt.

### Auszeichnung für das Engagement

Im Juli dieses Jahres wurden die Volksbanken und Raiffeisenbanken für ihr besonderes Engagement im Bereich der Musik mit der Hans-Lenz-Medaille ausgezeichnet. Diese Medaille wird von der Bundesvereinigung Deutscher Orchester an Persönlichkeiten und Institutionen vergeben, die sich in besonderer Weise um die breite Verankerung der Musik in der Gesellschaft, um die Anerkennung der Bedeutung des Laienmusizierens und für die kulturelle Jugendbildung verdient gemacht haben.



Jiggs Whigham zeigt, wie es swingt.



Tipps und Tricks vom Big-Band-Leiter für die Ehrenamtlichen.





Trompeten-Test vor dem großen Aufspiel.



Ehrung für ausgezeichnetes Engagement: Der Präsident der Bundesvereinigung der Deutschen Orchesterverbände, Ernst Burgbacher (rechts), und BVR-Präsident Uwe Fröhlich bei der Verleihung der Hans-Lenz-Medaille an die Volksbanken und Raiffeisenbanken.



Eine Demonstration effektiven Engagements: der Verein Aktive Bürgerschaft.



## **Aktive Bürgerschaft e. V.** Gutes besser tun!

Der gemeinnützige Verein Aktive Bürgerschaft ist das Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken und Raiffeisenbanken. Die Aktive Bürgerschaft macht innovative Engagementkonzepte praxistauglich und setzt sie mit Partnern bundes- oder landesweit um. Schirmherr der Aktiven Bürgerschaft ist der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR).

### **Bürger stiften – oft mit Unterstützung der Genossenschaftsbank**

Bürgerstiftungen ermöglichen es breiten Bevölkerungsschichten, Stifter zu werden. Die Aktive Bürgerschaft unterstützt bundesweit mehr als 300 Bürgerstiftungen bei Managementaufgaben, Projekten und der Gewinnung von Stiftern und Aktiven.

Erst seit Mitte der 1990er Jahre gibt es Bürgerstiftungen in Deutschland. Ihre Verbindung aus persönlichem Engagement, wie man es aus Vereinen kennt, und Aufbau von Vermögen, wie es die klassische Stiftung kennzeichnet, macht die Bürgerstiftung so einzigartig. Dass diese innovative Idee auch in Deutschland so populär geworden ist – dazu hat der Verein Aktive Bürgerschaft gemeinsam mit den Volksbanken und Raiffeisenbanken viel beigetragen. Von Genossenschaftsbanken geht häufig die Gründung einer Bürgerstiftung aus oder sie sind einer von mehreren Gründungstiftern. Oft beteiligen sie sich als Förderer, beispielsweise finanziell mit Zustiftungen oder Spenden. Sie unterstützen Projekte, zum Beispiel für die Integration von Zuwanderern, die Verbesserung der Arbeitsmarktchancen von Jugendlichen, die Förderung von Lernen und Bildung und vieles andere mehr.

Durch sogenannte Matching Funds, mit denen sie Zustiftungen von Bürgerinnen und Bürgern bis zu einem festgelegten Betrag verdoppeln, schaffen sie vielerorts einen Anreiz zum Mitmachen bei der örtlichen Bürgerstiftung. Darüber hinaus engagieren sie sich auch mit Sachspenden, mit dem freiwilligen Einsatz ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, ihrem lokalen Know-how und ihrem Netzwerk aus Firmen- und Privatkunden.

### **Vorbilder der Bürgerstiftungen feiern 100-jähriges Jubiläum**

Dabei ist die Idee der Bürgerstiftung eigentlich nicht neu. Im Jahr 2014 wird es genau 100 Jahre her sein, dass der Bankier und Rechtsanwalt Frederick Goff 1914 im US-amerikanischen Bundesstaat Ohio die Cleveland Community Foundation ins Leben rief. Goff wollte mit einer unabhängigen lokalen Stiftung von Bürgern für Bürger Philanthropie effektiver gestalten. Auslöser war, dass die Bank, in der Goff arbeitete, zahlreiche gemeinnützige Stiftungen treuhänderisch verwaltete. Viele dieser Stiftungen sollten Zwecke oder Institutionen fördern, die nach dem Tod der Stifter obsolet geworden waren. Die „dead hands of the past“, der obsolet gewordene Stifterwille, erschwerten es oder machten es gar unmöglich, die Mittel auszuschütten.

Goffs Vision war, die gemeinnützigen Mittel lebender und verstorbener Stifter dauerhaft in einer gemeinsamen Stiftung zu bündeln und die Erträge bestmöglich für das Gemeinwohl in Cleveland einzusetzen. Ein Vorstand, zusammengesetzt aus Bürgerinnen und Bürgern der Region, sollte sicherstellen, dass „die Bewohner Clevelands bestmöglich mental, moralisch und physisch gefördert werden“. Das Kapital wurde weiterhin von den Banken verwaltet, der Vorstand der Bürgerstiftung konnte aber unabhängig über die Förderung entscheiden. 100 Jahre nach Gründung der Cleveland Community Foundation hat sich Goffs Vision weit verbreitet. Mehr als 700 Bürgerstiftungen sind in den USA entstanden, mehr als 1.680 Bürgerstiftungen in 51 Ländern dieser Welt.

### **Förderpreis Aktive Bürgerschaft an Bürgerstiftungen**

Auch in Deutschland haben die Bürgerstiftungen Fuß gefasst. Eine ganz besonders engagierte Bürgerstiftung ist im





Mitglieder der Bürgerstiftung Landshut bei der gemeinsamen Planung des neuen Bürgerhauses.



S. E. Philip Murphy hielt als Botschafter der Vereinigten Staaten von Amerika die Laudatio bei der Preisverleihung (rechts) und spendete viel Lob für die Preisträger und Aktiven (unten).



bayerischen Landshut aktiv. Die Bürgerstiftung Landshut hat innerhalb von zwei Jahren rund 1 Million Euro zusammengebracht, um ein Bürgerhaus im sozialen Brennpunkt der Stadt zu bauen. Für dieses außerordentlich erfolgreiche Fundraising erhielt die Bürgerstiftung den Förderpreis Aktive Bürgerschaft 2013 in der Kategorie „mitStiften“. Weitere Preisträger waren die Bürgerstiftungen München, Neuss und Wiesloch.

Das Bürgerhaus soll ein Treffpunkt für die Bewohner des sozial schwachen Viertels sein. Es soll aber auch zeigen, wie leistungsfähig die Bürgerstiftung ist und was die Bürger in der Stadt bewegen können, wenn sie nur wollen. Beides klang im Oktober 2010 noch nach Größenwahn, als die Bürgerstiftung mit dem Fundraising begann – immerhin handelt es sich um ein Millionenprojekt. „Doch die erste Spendenzusage haben wir bekommen, gerade weil das Projekt so groß ist“, sagt Anke Humpeneder-Graf, Vorstandsvorsitzende der Bürgerstiftung. Lob dafür kam auch von S. E. Philip D. Murphy, ehemaliger Botschafter der Vereinigten Staaten von Amerika in Deutschland. Er sagte in seiner Laudatio: „Präsident Obama weist auch oft darauf hin, dass der Staat die Herausforderungen, denen wir uns gegenübersehen, nicht allein bewältigen kann. Es erfordert die aktive Beteiligung engagierter, tatkräftiger und verantwortungsbewusster Bürger – wie die Mitglieder der Bürgerstiftung Landshut.“

Davon ist auch Matthias Steck, Vorstandsvorsitzender der örtlichen VR Bank Landshut eG überzeugt. „In Bürgerstiftungen steckt auch viel vom genossenschaftlichen Gedankengut: Hilfe zur Selbsthilfe leisten, Mitverantwortung für das Gemeinwesen zeigen und das Bürgerengagement durch die Bürger selbst verwalten. Das finden wir richtig so und deshalb unterstützen wir die Bürgerstiftung Landshut.“

#### **Mehr über Bürgerstiftung wissen**

In 15 Jahren haben sich lokale Stiftungen von Bürgern für Bürger von einzelnen Initiativen zu einem viel beachteten Phänomen mit bundesweiter Verbreitung entwickelt. Was sie so populär macht, was Bürgerstiftungen in Deutschland bewegen und was Bürgerstifter bewegt, wie ihre Erfolgsgeschichte in Zahlen und Fakten aussieht und was

man über Bürgerstiftungen wissen muss, davon handelt der Band „Diskurs Bürgerstiftungen“ der Aktiven Bürgerschaft. Zu bestellen über: [www.aktive-buergerschaft.de/shop](http://www.aktive-buergerschaft.de/shop)

#### **Bei Bürgerstiftungen mitmachen**

Mit dem Bürgerstiftungsfinder der Aktiven Bürgerschaft gelangen Sie direkt zur Bürgerstiftung in Ihrer Nähe. Das Onlineverzeichnis enthält Kontaktadressen und weitere Informationen zu den Bürgerstiftungen in Deutschland.

[www.aktive-buergerschaft.de/buergerstiftungsfinder](http://www.aktive-buergerschaft.de/buergerstiftungsfinder)

#### **Mehr zur Aktiven Bürgerschaft**

[www.aktive-buergerschaft.de](http://www.aktive-buergerschaft.de)



Aktive Bürgerschaft: Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken



**Danke!**

An alle, die mit guten Ideen, guten Taten und ihrem großen Engagement zu diesem Bericht beigetragen haben. Vorneweg: an die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Volksbanken und Raiffeisenbanken, der Sparda-Banken und der PSD Banken. Großer Dank auch an die Regionalverbände und an die Unternehmen der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken.

**Danke!**

Ein besonderer Dank auch an die Aktive Bürgerschaft e. V., dem Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. Für die fachliche Unterstützung. Für die repräsentative Umfrage. Für Input. [www.aktive-buergerschaft.de](http://www.aktive-buergerschaft.de)

**Artikel:**

Seite 21/22, 27–29, 33–35, 37–39, 43–45, 47–49, 53/54, 57–59: Marc-Stefan Andres, [www.ag-text.de](http://www.ag-text.de)  
Seite 6/7, 19, 31, 41, 51, 63, 65, 69, 75, 77, 81:  
Tim Zuchiatti, BVR, Geschäftspolitik/Kommunikation  
Seite 85–87: Aktive Bürgerschaft e. V.

**Bilder:**

Seite 8/9, 20–61:  
Thorsten Arendt Fotografie, [www.thorstenarendt.de](http://www.thorstenarendt.de)  
Seite 9 (oben rechts), Seite 64–66, 76–79:  
Bernd Lammel  
Seite 8 (unten links), Seite 80–84:  
Jan Karow/Deutscher Musikrat  
Seite 9, (rechts, 2. von unten), Seite 68–71:  
Jannik Hammes  
Seite 83 unten: Photoproduction Hanselmann  
Seite 84–86: Kai Bienert/Aktive Bürgerschaft  
Seite 86 (oben): Bürgerstiftung Landshut



Herausgeber



**Bundesverband der Deutschen  
Volksbanken und Raiffeisenbanken · BVR**

Geschäftspolitik/Kommunikation

Schellingstraße 4 · 10785 Berlin

Telefon: 030 2021-1300

Telefax: 030 2021-1905

Konzeption: Tim Zuchiatti

E-Mail: [presse@bvr.de](mailto:presse@bvr.de)

[www.bvr.de](http://www.bvr.de)



