

Viele für viele

Bericht über das gesellschaftliche
Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken
2018



Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Überblick

Wert 2018 in Millionen Euro

	Kreditgenossen- schaften*	FinanzGruppe
Verantwortung für Mitarbeiter in Form von Personalaufwendungen	8.654	10.076
Verantwortung für Bund, Länder und Gemeinden in Form von Steuerzahlungen	1.913	2.369
Verantwortung für die Mitbürger		157
Spenden		98
Sponsoring		37
Stiftungserträge		11
Geldwerte Leistungen		11

*Vorläufig, Stand: März 2018.

Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe

in Millionen Euro

Stiftungsvermögen	318
Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge	145
Geldwerte Leistungen	11

EDITORIAL	11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	13
VIELE FÜR VIELE	43
CROWDFUNDING	46
CORPORATE VOLUNTEERING	66
BÜRGERSTIFTUNGEN	86
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	102

1

Viele für viele

Bericht über das gesellschaftliche
Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken
2018









TV
Gemeinsam
Zukunft gestalten.

TV
Gemeinsam
Zukunft gestalten.





8

Inhalt

Editorial	11
Vorwort des Vorstandes	11
Wertschöpfungsbilanz	13
Unser Engagement in Zahlen	14
Wertschöpfungsbilanz	28
Viele für viele	43
Crowdfunding	46
Ein Schwarm, viele Schwärmer	48
Wegbereiter	54
„Wir brauchen ein gesundes Sowohl-als-auch“, Interview mit Dorothee Bär	60
Corporate Volunteering	66
Gemeinschaftsarbeiten	68
Neue Welten	74
„Power to the people!“, Interview mit Johnny Haeusler	80
Bürgerstiftungen	86
„Wir pflanzen etwas ein, das wächst ...“	88
Wurzeln, die wirken	94

9

Miteinander für das Miteinander	102
Internationaler Karlspreis zu Aachen	104
50 Jahre „jugend creativ“	108
„Sterne des Sports“	116
„Jugend und Finanzen“	118
Aktive Bürgerschaft	120

11

Vorwort des Vorstandes

Die Genossenschaftsbanken in Deutschland sind lokal verankert, überregional vernetzt, demokratisch organisiert und an genossenschaftlichen Werten orientiert. Diese Eigenschaften stammen aus ihrer Gründungsgeschichte. Stets passten sich Genossenschaften den Erfordernissen ihrer Zeit und den Bedürfnissen ihrer Eigentümer – also ihrer Mitglieder – an. Die einzigartige genossenschaftliche Idee macht die Genossenschaftsbanken auch heute zu ganz besonderen Banken.

Das tägliche Bankgeschäft erfüllt bei ihnen keinen Selbstzweck, es dient der Förderung ihrer bereits 18,6 Millionen Mitglieder. Diese Mitglieder sind der Herzschlag eines jeden Instituts. Die Volksbanken, Raiffeisenbanken, Sparda-Banken, PSD Banken und genossenschaftlichen Spezialinstitute sind Banken von vielen für viele. Das zeigt sich auch am gesellschaftlichen Engagement der Institute, an ihrem großen, auch persönlichen Einsatz für die Region und für die Menschen vor Ort.

Die in diesem Bericht veröffentlichten Engagementzahlen 2018 der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken verdeutlichen: Ungeachtet der anhaltenden Niedrigzinsphase, sehr weitreichender Regulierungsanforderungen und der Herausforderungen im Zuge der Digitalisierung blieben die Institute ihrer Rolle als Förderer der Region treu. Sie haben diese Rolle erneut sehr vielseitig, effektiv und in gleich mehrfach Hinsicht gewinnbringend gelebt.

So blieb die Summe der direkten finanziellen Zuwendungen auf dem Rekordniveau des Vorjahres. 145 Millionen Euro ließen die Kreditgenossenschaften den Menschen vor Ort an Spenden, Sponsoring und Stiftungserträgen deutschlandweit zukommen.

Ein – insbesondere auch im Marktvergleich – herausragender Wert. Parallel dazu wuchs das Volumen des Engagements in Stiftungen weiter an. Es steigerte sich von 301 Millionen Euro auf nun rund 318 Millionen Euro. Der Einsatz der Genossenschaftsbanken und ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter hört allerdings nicht bei monetären Zuwendungen auf. Vielmehr setzt sich ein Großteil der Mitarbeiter im ehrenamtlichen Engagement oder in konzertierten Mitarbeiteraktionen für lokale und regionale Anliegen ein.

„Viele für viele“ lautet deshalb der Titel dieses Berichts. Sechs Reportagen aus Banken unterschiedlichster Größenordnungen zeigen exemplarisch für die deutschlandweit 875 Genossenschaftsbanken, wie dieses Motto gelebt wird und wie es auch im digitalen Raum – etwa per Crowdfunding-Maßnahmen – gelingt.

In diesem Bericht kommen wir auch mit zwei Menschen ins Gespräch, die einen spannenden Blick auf das Digitale haben. Wie kann die ständige Vernetzung vieler Menschen im virtuellen Raum zum Gewinn für das direkte gesellschaftliche Engagement werden? Welchen Raum kann die genossenschaftliche Idee in der digitalen Welt haben? Dorothee Bär, Deutschlands erste Staatsministerin für Digitales, und Johnny Haeusler, Mitbegründer und Veranstalter der re:publica, der größten Konferenz zu den Themen der digitalen Gesellschaft in Europa, schauen aus ganz unterschiedlichen Blickwinkeln auf die Digitalisierung und die Chancen, die sie bietet, um Menschen miteinander zu vernetzen.

Wir wünschen viel Freude bei der Lektüre!

Marija Kolak
Gerhard Hofmann
Dr. Andreas Martin

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN	14
13	WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	28
43		
46		
66		
86		
102		

13

Wertschöpfungsbilanz der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2018

14

U n s e r E n g a g e m e n t i n Z a h l e n

hundertfün

Millionen Euro beträgt die Summe der finanziellen Zuwendungen im Jahr 2018. Die Genossenschaftsbanken in Deutschland belegen mit diesem sehr hohen freiwilligen Engagement ihre Identifikation mit der Region und mit den Menschen vor Ort. In diesem außerordentlichen Umfang engagieren sie sich bereits seit vielen Jahren für vielfältige gemeinnützige Aktionen, Initiativen, Projekte und werden ihrer besonderen Rolle in den regionalen Wirtschaftskreisläufen gerecht.

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN	14
13	WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	28
43		
46		
66		
86		
102		

15

fundvierzig

Die Summe setzt sich aus Spenden, Sponsoring und dem Einsatz von Stiftungserträgen zusammen. Rund 98 Millionen Euro wurden 2018 insgesamt gespendet, mit knapp 37 Millionen Euro wurde Sponsoring betrieben und weitere rund 11 Millionen Euro wurden aus Stiftungserträgen eingesetzt (Differenz durch Runden). Dazu kommen noch 11,5 Millionen Euro an geldwerten Zuwendungen, also kostenlosen Finanz- und Servicedienstleistungen oder Sachspenden.

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN	14
13	WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	28
43		
46		
66		
86		
102		

16

**dreihu
achtze**

ndert hn

Millionen Euro betrug das Stiftungsengagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2018. Seit Jahren wächst dieser Betrag stetig. In den vergangenen Jahren wurde er und mit ihm das Gesamtvolumen des Stiftungsengagements mehr als verdoppelt. Zum Vergleich: Im Jahr 2009 lag dieser Wert noch bei 125 Millionen Euro. Rund 283 Millionen Euro des aktuellen Volumens flossen dabei in Bankstiftungen, während mit 35 Millionen Euro Zustiftungen getätigt wurden. Das Engagement in Stiftungen erweist sich dabei als besonders nachhaltige Form der Unterstützung gesellschaftlicher Anliegen. Analog zur nachhaltigen und auf Langfristigkeit setzenden Geschäftsphilosophie der 875 Genossenschaftsbanken stellt der Einsatz für das Stiftungswesen eine sehr dauerhafte Förderung regionaler Anliegen dar. Sie hebt sich dadurch positiv von effektorientierten, nur kurzfristig wirksamen Formen der Unterstützung ab.

18

ein und vierz

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN	14
13	WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	28
43		
46		
66		
86		
102		

ig

Prozent der rund 175.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der genossenschaftlichen FinanzGruppe sind in ihrer Freizeit bürgerschaftlich aktiv. Ob in Vereinen, in Initiativen oder Hilfsorganisationen: Weit mehr als jeder Dritte ist nach der Arbeit lokal engagiert. Dieser Wert zeigt: Für eine Volksbank oder Raiffeisenbank tätig zu sein heißt für sehr viele Menschen auch für die Region tätig zu sein. Viele identifizieren sich mit den Anliegen vor Ort und setzen sich dafür auch über das Bankgeschäft hinaus ein.

20

fünf

fünf

Prozent der 875 Kreditgenossenschaften fördern aktiv das gesellschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, indem sie Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen. Dabei stellen die Institute ihr Personal für einen oder mehrere Tage frei, um sich gemeinsam für gemeinnützige Anliegen zu engagieren. Oder aber sie organisieren eine Aktion, bei der sich das gesamte Bank-Team zusammen für eine gute Sache einsetzt. Diese Form des Engagements erfreut sich in der genossenschaftlichen FinanzGruppe steigender Beliebtheit. Zum Vergleich: Im Jahr 2010 lag der Anteil der Banken, die diese Form der Unterstützung anbieten, noch bei überschaubaren 16,6 Prozent. Immer mehr Genossenschaftsbanken motivieren also ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, vor Ort aktiv zu werden und direkt mitanzupacken.

EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
VIELE FÜR VIELE
CROWDFUNDING
CORPORATE VOLUNTEERING
BÜRGERSTIFTUNGEN
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER

11 UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN
13 WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
43
46
66
86
102

14
28

21

und zig

EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
VIELE FÜR VIELE
CROWDFUNDING
CORPORATE VOLUNTEERING
BÜRGERSTIFTUNGEN
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER

11 UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN
13 WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
43
46
66
86
102

14
28

22

acht und neunzig

EDITORIAL	11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	13
VIELE FÜR VIELE	43
CROWDFUNDING	46
CORPORATE VOLUNTEERING	66
BÜRGERSTIFTUNGEN	86
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	102

UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN	14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	28

14
28

23

Prozent der Kreditgenossenschaften fördern innerhalb ihres gesellschaftlichen Engagements Projekte, die Kindern und Jugendlichen in besonderer Art und Weise zugutekommen. Die nachwachsenden Generationen bleiben damit die größte Zielgruppe aller gemeinnützigen Aktivitäten. Die Genossenschaftsbanken in Deutschland haben damit das „Projekt Zukunft“ nicht nur als verlässliche Ausbilder vor Ort fest im Blick. Aber ihr Engagement endet dort nicht. Sehr viele Institute engagieren sich parallel auch für Senioren (84 Prozent) oder familiäre Angelegenheiten (64 Prozent).

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN	14
13	WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	28
43		
46		
66		
86		
102		

24

siebenun

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN	14
13	WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	28
43		
46		
66		
86		
102		

25

29

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. Schließlich sind Vereine vielerorts die sozialen Motoren der Region. Sie prägen das gemeinschaftliche Leben und gestalten vielseitig mit. Aber auch für öffentliche Einrichtungen wie Schulen oder Kindergärten (92 Prozent) und Kirchengemeinden (90 Prozent) setzt sich eine sehr große Mehrheit der 875 Institute ein. Die Unterstützung reicht dabei von den Bereichen Sport/Erholung über Kunst/Kultur bis hin zu Bildung/Forschung.

26

sechs und neunz

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN	14
13	WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	28
43		
46		
66		
86		
102		

27



Prozent der Kreditgenossenschaften in Deutschland nennen Regionalität als zentrales Motiv ihres gesellschaftlichen Handelns. Aus der Region für die Region, lautet ihr zentraler Antrieb für das Engagement vor Ort. Aber auch Kundennähe (84 Prozent) und Nachhaltigkeit (69 Prozent) sind für einen Großteil der Institute wichtige Triebfedern, um mit guten Ideen aus ihrer Region in ihre Region hineinzuwirken.

Aus der Region, für die Region

18,6 Millionen Mitglieder, 875 Genossenschaftsbanken. Die Volksbanken und Raiffeisenbanken, Sparda-Banken, PSD Banken und genossenschaftlichen Spezialinstitute sind Banken von vielen für viele. Sie entspringen aus der Mitte der Gesellschaft und setzen sich für diese vielfältig, innovativ und sehr engagiert ein. Dies zeigen Jahr für Jahr die Engagementzahlen der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken.

Gesellschaftliches Engagement ist für sie ein Wesensmerkmal. Es ist ein fester Bestandteil der genossenschaftlichen Unternehmenskultur, der deutschlandweit gelebt wird. Als in der Region verankerte Banken kommen die Kreditgenossenschaften nicht nur ihrer Rolle als verllässlicher Ausbilder, Arbeitgeber und Steuerzahler vor Ort nach. Darüber hinaus bekennen sie sich freiwillig und aus ihrem Selbstverständnis heraus anhand von Spenden, Sponsoring, Stiftungengagement zu den nicht allein wirtschaftlichen Herausforderungen ihrer Region und übernehmen aktiv Verantwortung.

Die Engagementzahlen des Jahres 2018 sind ein starker Beleg dafür. Trotz Niedrigzins, Ertragsdruck und vielfältigen Regulierungsanforderungen blieb das Engagement der Gruppe auf dem hohen Niveau des Vorjahres und wurde sogar leicht gesteigert. Auch das Volumen des Stiftungengagement wächst mit einer Steigerung um rund 5,5 Prozent weiter. Diese Steigerung ist auch ein Ausdruck für das Anliegen vieler Institute, ihre Region dauerhaft und nachhaltig weiter voranzubringen. Schließlich schaffen die Kreditgenossenschaften mit der Gründung von Bank- und Bürgerstiftungen langfristige Strukturen, die eine ständige Förderung wichtiger gemeinnütziger Anliegen sicherstellen. Allzu oft sind die kommunalen Kassen dafür zu knapp. Das genossenschaftliche Stiftungengagement setzt da an, wo es vor Ort nötig ist.

Nicht zuletzt übernehmen auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Volksbanken und Raiffeisenbanken außerhalb und während ihrer

Arbeitszeit aktiv Verantwortung. Durch ehrenamtliches Engagement, durch Corporate-Volunteering-Projekte, durch Zuhören und Zupacken.

Die Ergebnisse im Detail

Spenden und Sponsoring 2018: 145 Millionen Euro

Mit insgesamt 145 Millionen Euro unterstützte die Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2018 deutschlandweit gemeinnützige Organisationen, Projekte und Initiativen finanziell (siehe Abbildung auf Seite 34). Sie sponserten bedeutsame Veranstaltungen in der Region, förderten Vereine, soziale Einrichtungen und lokale Initiativen. So füllten sie ihre Rolle als regionale Förderer vielseitig und zum Wohle sehr vieler Menschen aus.

Gut 70 Millionen Euro dieser Summe stammte dabei aus dem genossenschaftlichen Gewinnsparen. Dies kombiniert Gewinnen, Sparen und Helfen. Kunden von Genossenschaftsbanken sparen regelmäßig Geld an und erwerben damit auch Gewinnspare, mit denen sie turnusmäßig an Verlosungen teilnehmen. Ein Teil des Losertrags wird dabei für gemeinnützige Zwecke eingesetzt und fließt somit wieder an die Menschen vor Ort zurück. Diese kombinierte Form des Sparens erfreut sich schon seit sehr vielen Jahren bei zahlreichen Kunden großer Beliebtheit und wird sehr geschätzt. Weitere Informationen dazu gibt es auf dem Portal der Gewinnsparevereine in Deutschland unter www.gewinnsparen.info.

Mit weiteren geldwerten Zuwendungen in Höhe von 11,5 Millionen Euro konnte das Gemeinwesen nochmals gestärkt werden (siehe Abbildung auf Seite 35).

Beachtlich: Die Entwicklung der finanziellen Zuwendungen in den vergangenen Jahren ist dabei impressant. Obwohl die Zahl der Kreditgenossenschaften sich fusionsbedingt von Jahr zu Jahr verringerte, wuchs die Summe stetig weiter an. Dieses Wachstum korrespondierte häufig auch mit den Geschäftszahlen des jeweiligen Jahres. So erfüllten Zuwächse und Gewinne keinen Selbstzweck, sondern wirkten sich immer auch mit auf den Umfang des gesellschaftlichen Engagements aus.

29

Finanzielle Zuwendungen im Zeitvergleich:

2009: 121 Millionen Euro, 2011: 120 Millionen Euro,
2013: 135 Millionen Euro, 2015: 136 Millionen Euro,
2016: 144 Millionen Euro, 2017: 145 Millionen Euro

Geldwerte Zuwendungen im Zeitvergleich:

2009: 12 Millionen Euro, 2011: 5 Millionen Euro,
2013: 9 Millionen Euro, 2015: 8 Millionen Euro,
2016: 8 Millionen Euro, 2017: 10 Millionen Euro

Stiftungsvermögen 2018: 318 Millionen Euro

Auch im Bereich der Stiftungen wächst das Engagement weiter und weiter. Innerhalb von zehn Jahren konnte sich hier das Volumen der Stiftungsengagements mehr als verdoppeln. Im Jahr 2018 belief sich das Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe im Stiftungsbereich auf rund 318 Millionen Euro. Im Jahr 2010 lag dieser Wert noch bei 140 Millionen Euro. In der Summe des Jahres 2018 enthalten sind 35 Millionen Euro, mit denen die Genossenschaftsbanken den Auf- und Ausbau von Bürgerstiftungen und anderen Gemeinschaftsstiftungen unterstützt haben (siehe Abbildung auf Seite 36). Mit rund 283 Millionen Euro wurden von Organisationen der genossenschaftlichen FinanzGruppe eigene Stiftungen gegründet. Imposant: Fast jede dritte Bank engagiert sich im Stiftungsbereich, indem sie eigene Stiftungen gründet, Bürgerstiftungen initiiert oder auch als Zustifter für diverse Stiftungen agiert.

Stiftungsengagement im Zeitvergleich:

2009: 125 Millionen Euro, 2011: 183 Millionen Euro,
2013: 208 Millionen Euro, 2015: 280 Millionen Euro,
2016: 290 Millionen Euro, 2017: 301 Millionen Euro

Ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 2018

Mit 41 Prozent der Bankangehörigen sind weit mehr als ein Drittel der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Genossenschaftsbanken, Verbänden und Unternehmen der genossenschaftlichen FinanzGruppe in ihrer Freizeit ehrenamtlich aktiv. Hierbei kommt auch die oftmals enge Verbindung vieler Kolleginnen und Kollegen mit ihrer Region beziehungsweise dem Geschäftsgebiet, in dem sie wirken, zum Ausdruck. Für viele ist die Region mehr als nur der Ort ihres Arbeitsplatzes, sondern es ist ein besonderes Stück

Heimat. Für dieses setzen sie sich über das Tagesgeschäft hinausgehend ein, prägen es mit und helfen dort, wo es nötig ist.

Mit 55 Prozent organisiert oder unterstützt mittlerweile mehr als die Hälfte aller 875 Institute überdies das bürgerschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der Arbeitszeit. Viele Institute führen Freiwilligentage durch, an denen sich das Personal – jenseits des täglichen Bankgeschäfts – direkt für die Belange der Region einsetzt und aktiv mitanpackt. Im Zeitvergleich zeigt sich, dass – über die finanzielle Unterstützung hinaus – direkte Formen der regionalen Förderung immer beliebter werden. Dies gilt sowohl auf freiwilliger Basis als auch im Rahmen des Corporate Volunteering, – des durch die Bank gesteuerten gesellschaftlichen Engagements der gesamten Belegschaft. Der prozentuale Anteil der Institute mit entsprechenden Angeboten hat sich in den vergangenen zehn Jahren mehr als verdreifacht.

Beindruckende Beispiele für diese Form des genossenschaftlichen Zusammenwirkens finden sich in diesem Bericht auch auf den Seiten 68 bis 79 in den Reportagen zum besonderen Engagement der Volksbank in der Ortenau sowie der VerbundVolksbank OWL.

Ehrenamtliches Engagement von Bankangehörigen im Zeitvergleich:

2005: 31 Prozent, 2007: 34 Prozent, 2009: 37 Prozent,
2011: 36 Prozent, 2013: 40 Prozent, 2015: 40 Prozent,
2016: 38 Prozent

Genossenschaftsbanken, die Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen, im Zeitverlauf:

2005: 16 Prozent, 2007: 14 Prozent, 2009: 16 Prozent,
2011: 30 Prozent, 2013: 33 Prozent, 2015: 48 Prozent,
2016: 49 Prozent

30

Kinder und Jugendliche, Senioren, Vereine, Schulen

Die bevorzugten Empfänger und Zielgruppen des finanziellen Engagements oder auch des persönlichen Einsatzes bleiben Jahr für Jahr dieselben. Einen besonderen Schwerpunkt bildet hier die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen. Das ist wenig verwunderlich. Denn: Die Förderung nachwachsender Generationen ist zugleich auch die Förderung der Zukunftsfähigkeit der jeweiligen Region, mit der sich die Kreditgenossenschaften identifizieren und für die sie sich mit vereinten Kräften einsetzen.

Mit 98 Prozent engagiert sich nahezu jede Kreditgenossenschaft projektweise oder persönlich mit unterschiedlichen Aktivitäten oder auch mit Spenden für die Belange von Kindern und Jugendlichen: „Cooperatives for future“. Ob im Bildungsbereich, im Sport oder auch in Bereichen, in denen es um das soziale Miteinander und Gleichberechtigung geht – junge Leute können auf die Unterstützung ihrer Bank vor Ort zählen. Weitere wichtige Zielgruppen sind Senioren sowie Familien und Lebensgemeinschaften (siehe Abbildung auf Seite 37).

Aufseiten der Empfänger sind die Vereine stets ganz vorne zu finden. Auch das ist wenig erstaunlich. Egal ob im Sport, in der Kultur oder bei der Realisierung gemeinnütziger Anliegen, Vereine sind die sozialen Motoren einer jeden Region. Sie bringen Menschen zusammen und regulieren den Herzschlag des Miteinanders vor Ort. Auch sie können auf die Unterstützung nahezu aller Kreditgenossenschaften bauen. So nannten 97 Prozent der Institute örtliche Vereine und Initiativen als zentrale Empfänger ihres gesellschaftlichen Engagements. Weitere relevante Empfänger sind öffentliche Einrichtungen wie zum Beispiel Kindergärten und Schulen oder auch Kirchengemeinden (siehe Abbildung auf Seite 37).

Regionalität, Kundennähe, Nachhaltigkeit

Und wofür das Ganze? Auch hier sind die Schwerpunkte wenig überraschend. Regionalität wird von 96 Prozent aller Institute als eine zentrale Intention genannt. Hier spiegelt sich sehr deutlich das Selbstverständnis einer jeden Genossenschaftsbank als Bank aus der Region für die Region wider. Überdies ist natürlich die Nähe zu den Mitgliedern und Kunden ein weiterhin sehr wichtiges Anliegen. 84 Prozent der Institute führten dies als ein zentrales Ziel

an. Auch dies passt zum Selbstverständnis der neben digitalen Services vor allem auch auf persönlichen Kontakt und direkten Draht setzenden Institute.

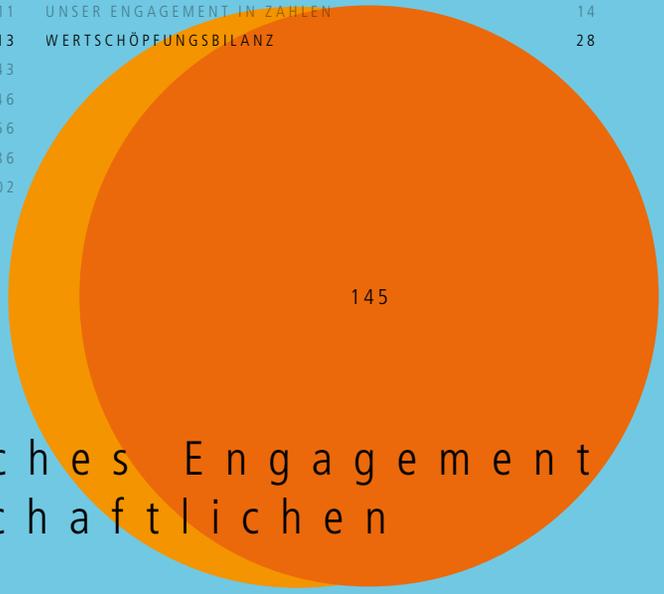
69 Prozent der Kreditgenossenschaften nannten zudem das Thema Nachhaltigkeit. Nicht erst seit den öffentlichen Diskussionen rund um den Klimaschutz gehört das bewusste, beherzte und vor allem auch dauerhafte Eintreten für Mensch und Umwelt zu einem der drei Kernanliegen des gesellschaftlichen Engagements der Genossenschaftsbanken in Deutschland. Weitere Motive sind Selbsthilfe (44 Prozent), Solidarität (43 Prozent) und die Stärkung der genossenschaftlichen Mitgliedschaft (34 Prozent).

Studiendesign
Die Stiftung Aktive Bürgerschaft befragte im Jahr 2019 alle BVR-Mitgliedsbanken, Unternehmen und Verbände der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Auftrag des Bundesverbandes Deutscher Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) zu ihrem gesellschaftlichen Engagement. Die Rücklaufquote betrug 26 Prozent. Die Umfrage wird seit 2005 jährlich durchgeführt.

EDITORIAL
 WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
 VIELE FÜR VIELE
 CROWDFUNDING
 CORPORATE VOLUNTEERING
 BÜRGERSTIFTUNGEN
 MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER

11 UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN
 13 WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
 43
 46
 66
 86
 102

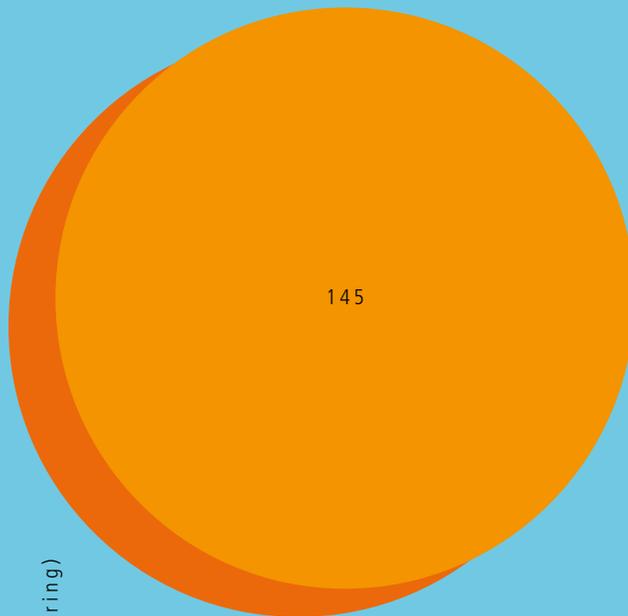
2018



Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe

in Millionen Euro

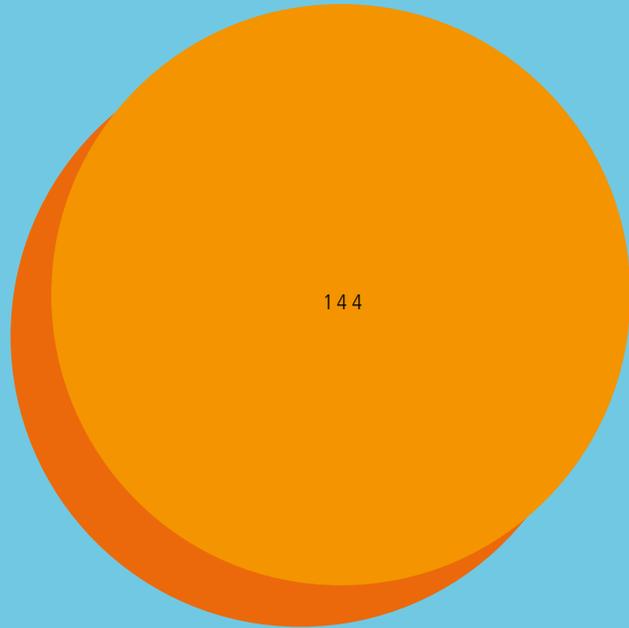
2017



10

Finanzielle Zuwendungen (Spenden + Sponsoring)

2016



Geldwerte Zuwendungen

8

EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
VIELE FÜR VIELE
CROWDFUNDING
CORPORATE VOLUNTEERING
BÜRGERSTIFTUNGEN
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER

11 UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN
13 WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
43
46
66
86
102

14
28

11



318

301

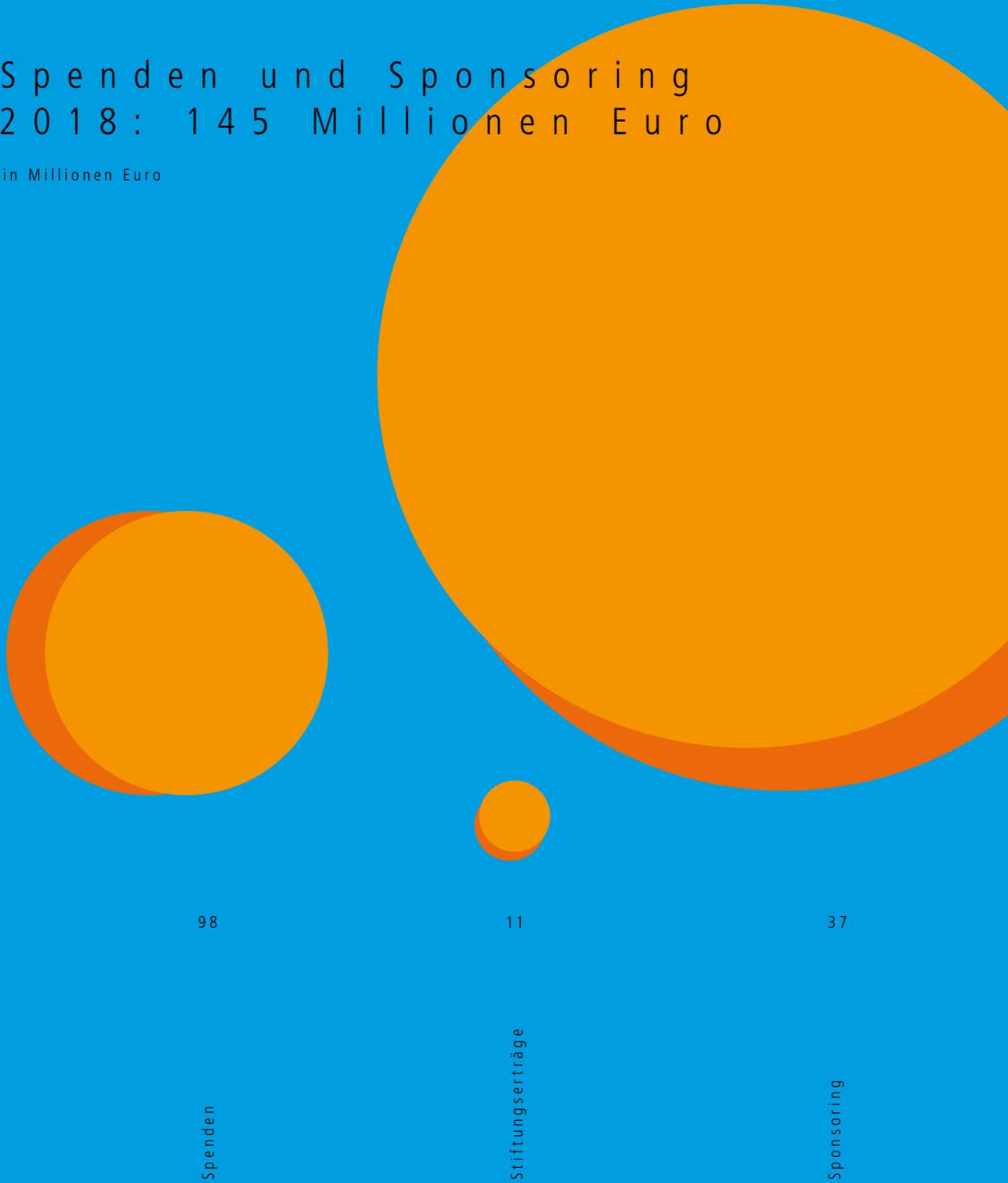
Stiftungsengagement

290

34

Spenden und Sponsoring 2018: 145 Millionen Euro

in Millionen Euro



35

Geldwerte Leistungen 2018: 11,5 Millionen Euro

in Millionen Euro



Stiftungsvermögen 2018: 318 Millionen Euro

in Millionen Euro

283

Stiftungsvermögen
der Bankstiftungen

35

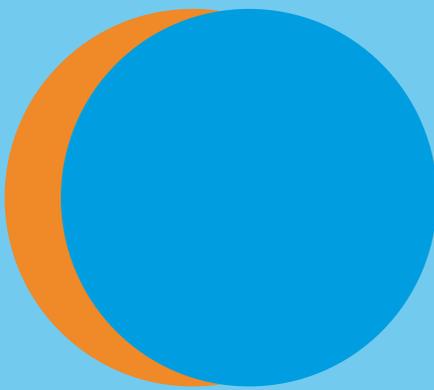
Zustufungen zum Vermögen
von Bürgerstiftungen und
anderen Gemeinschaftsstiftungen

37

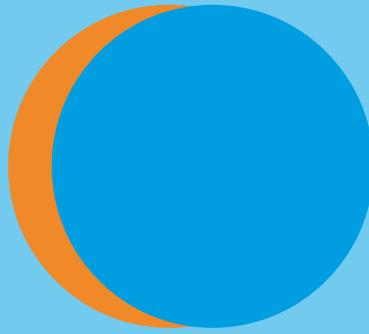
Schwerpunkte des Engagements

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

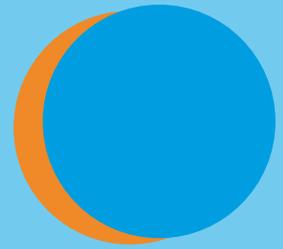
1. Zielgruppen



98
Kinder,
Jugendliche

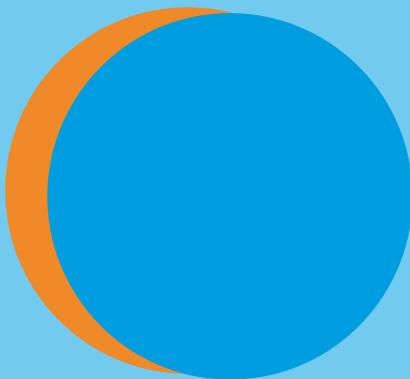


84
Ältere Menschen,
Senioren

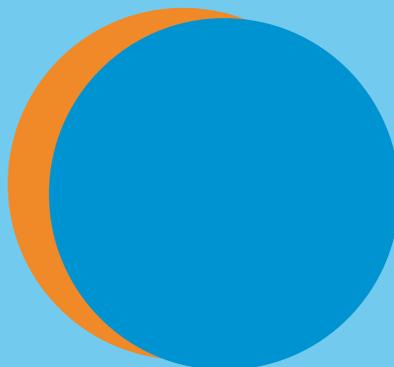


64
Familien,
Lebensgemeinschaften

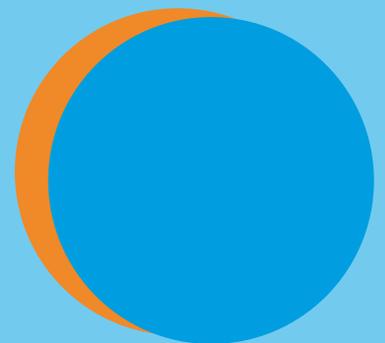
2. Empfänger



97
Örtliche Vereine,
Initiativen



92
Öffentliche Einrichtungen
(zum Beispiel Schulen)

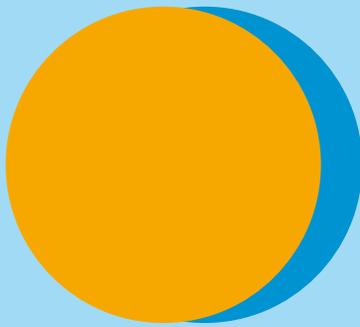


90
Kirchengemeinden

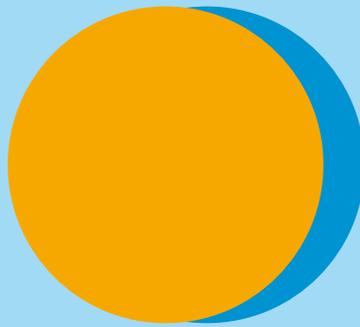
38

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich in der Freizeit bürgerschaftlich engagieren

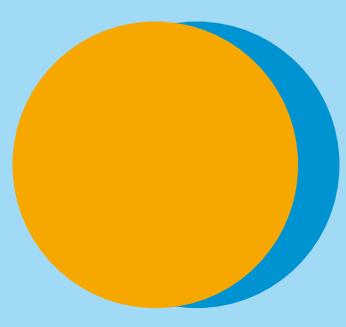
in Prozent



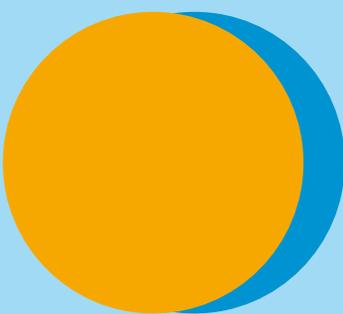
41
2018



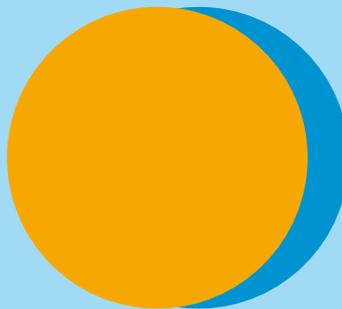
42
2017



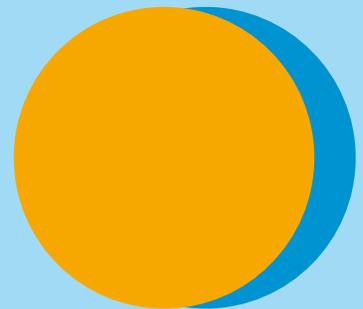
38
2016



40
2015



40
2014

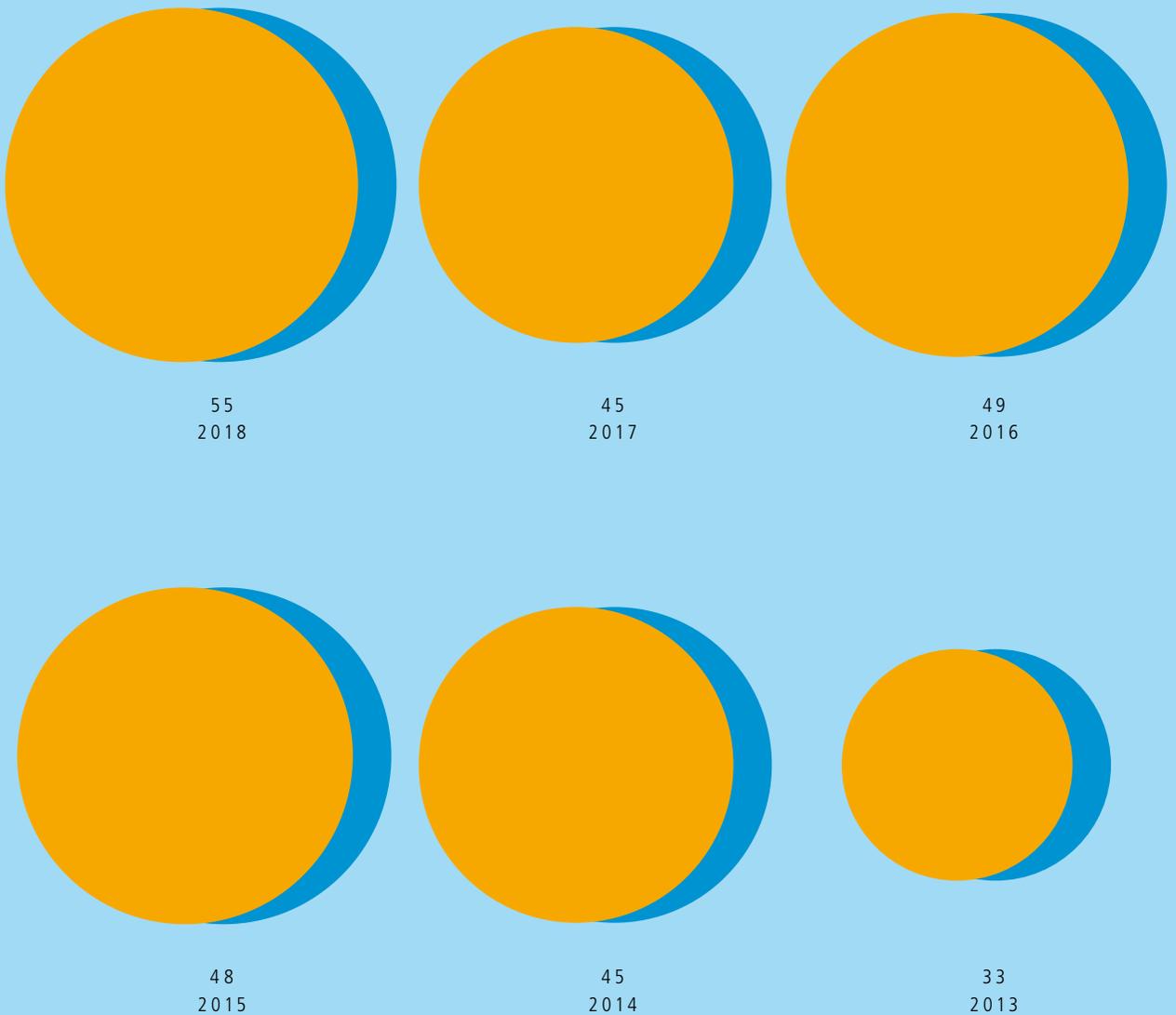


40
2013

39

Banken, die Corporate Volunteering-Maßnahmen durchführen

in Prozent



EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
VIELE FÜR VIELE
CROWDFUNDING
CORPORATE VOLUNTEERING
BÜRGERSTIFTUNGEN
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER

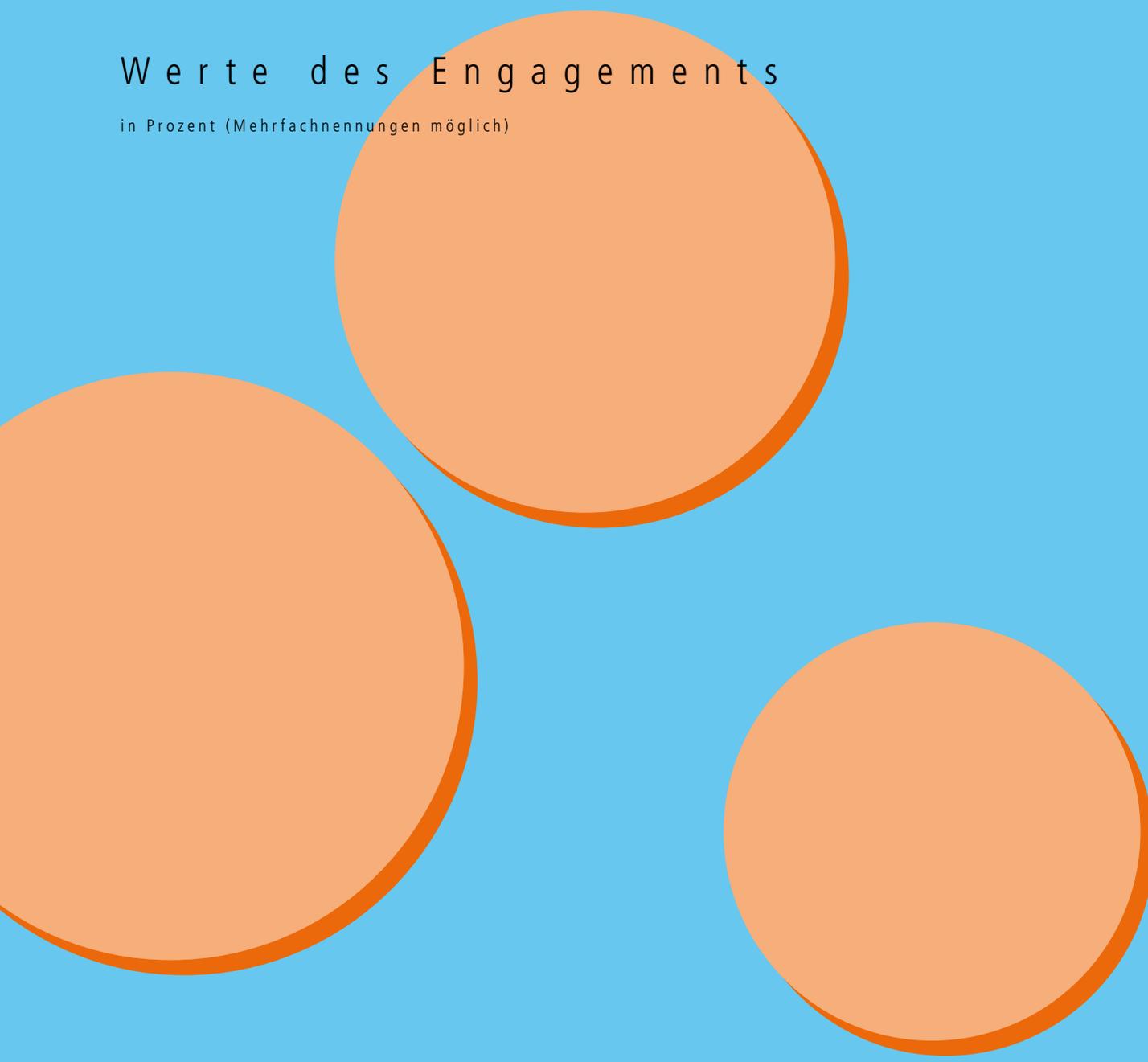
11 UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN
13 WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
43
46
66
86
102

14
28

40

Werte des Engagements

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)



96

Regionalität

84

Kundennähe

69

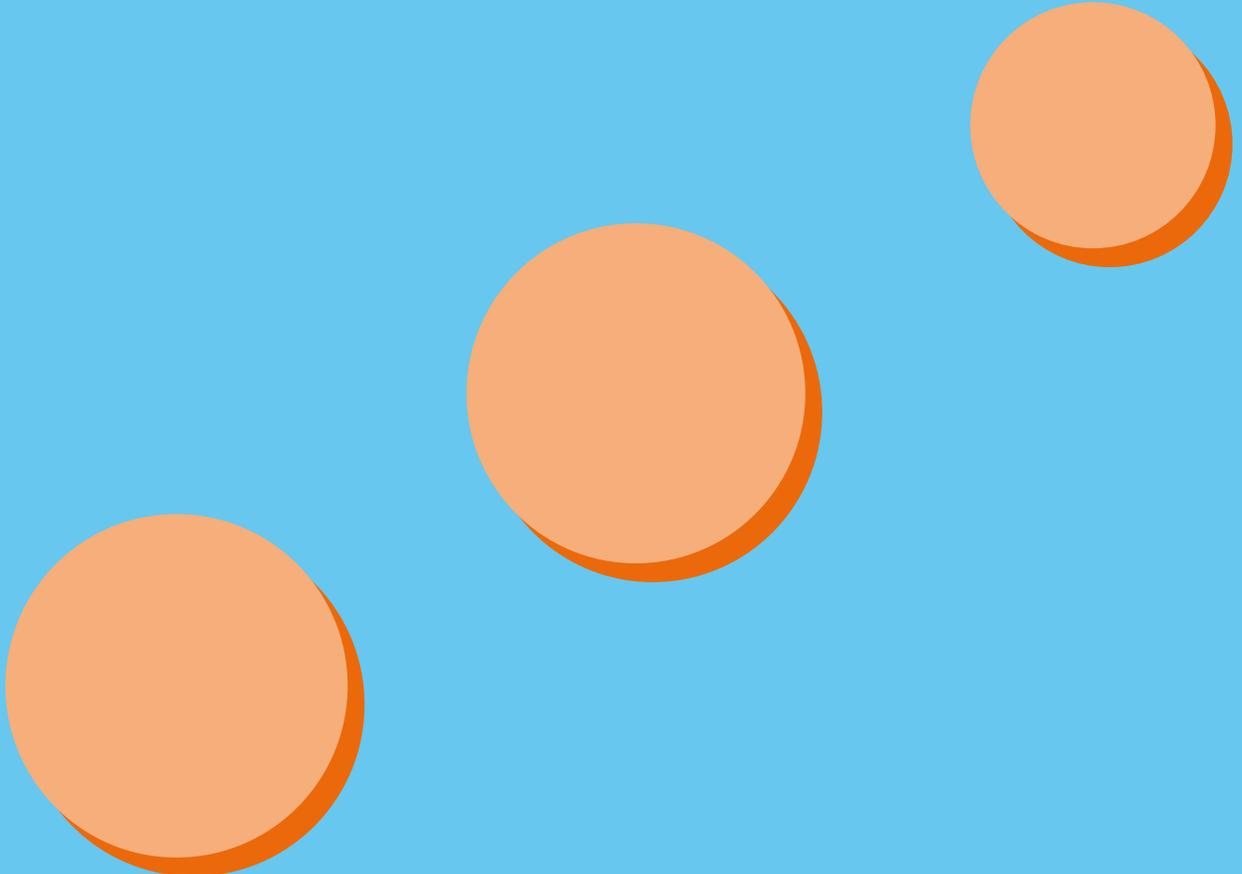
Nachhaltigkeit

EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
VIELE FÜR VIELE
CROWDFUNDING
CORPORATE VOLUNTEERING
BÜRGERSTIFTUNGEN
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER

11 UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN
13 WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
43
46
66
86
102

14
28

41



44

Selbsthilfe

43

Solidarität

34

Mitgliedschaft

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	VIELE FÜR VIELE	44
13	DOROTHEE BÄR	60
43	JOHNNY HAEUSLER	80
53		
91		
84		
113		

43

Viele für viele

44

Viele für viele

18,6 Millionen Mitglieder zählen die Genossenschaftsbanken in Deutschland. Eine beachtliche Zahl. Auf die 875 Kreditgenossenschaften in Deutschland verteilt, kommen auf jedes Institut im Schnitt 21.257 Mitglieder. Nach wie vor gibt es in Deutschland fast doppelt so viele Mitglieder von Genossenschaftsbanken, wie es Aktionäre oder Aktienfondsbesitzer gibt.

Fundament Mitgliedschaft

Diese Zahlen zeigen: Die Mitglieder der Kreditgenossenschaften kommen aus der Mitte der Gesellschaft. Alle Altersgruppen, alle Schichten, alle Typen sind hier vertreten. Mitglied bei einer Genossenschaftsbank werden kann schließlich jeder. Der Aufwand dafür ist überschaubar. Der Nutzen vielfach um einiges höher. Insofern repräsentieren die Mitgliederzahlen auch die gesamte Breite der Gesellschaft. Zugleich bilden die Mitglieder zusammen das Fundament einer jeden Genossenschaftsbank. Ihre Förderung ist qua Satzung das klare Ziel der Geschäftstätigkeit eines jeden Instituts.

Die Kreditgenossenschaften sind also Banken von vielen für viele. Jeder Einzelne, aber auch jedes Unternehmen kann durch seine Mitgliedschaft aber natürlich auch als einer von über 30 Millionen Kunden ein Teil davon werden.

Das Ohr an der Region

Diese offene Struktur und dieses auf gegenseitiger Förderung und Regionalität beruhende Selbstverständnis eines jeden genossenschaftlichen Kreditinstituts spiegelt sich natürlich auch im Engagement der Institute vor Ort wider. Viele für viele. Das gilt in wirtschaftlicher Hinsicht, es gilt aber auch für den Bereich des gesellschaftlichen Engagements. Denn: Als Spezialisten ihrer Region wissen die Institute vor Ort oftmals ganz genau, wo dort der Schuh drückt. Sie befinden sich im ständigen Austausch: mit Mitgliedern, mit Kundinnen und Kunden, mit Denkern und Lenkerinnen ihrer Region. Sich dann vor Ort auch aktiv einzusetzen und die Region gezielt zu stärken ist ihnen vor diesem Hintergrund eine Herzensangelegenheit.

Oft entscheiden sie sich, passend zur Struktur, für Initiativen, die besonders vielen Menschen zugute-

kommen und von der sehr viele profitieren. Dies drückt sich auch in der Art und Weise der Unterstützung aus.

Wie dies konkret aussieht, welche besonderen Projekte in unterschiedlichen Regionen durchgeführt wurden und warum diese so gut zu den Kreditgenossenschaften passten, beleuchtet der Engagementbericht 2018 auf den folgenden Seiten vielseitig und ausführlich. Klar ist: Die hier vorgestellten Projekte einzelner Primärinstitute können dabei nur einen sehr kleinen exemplarischen Ausschnitt der Aktivitäten abbilden, mit denen die Genossenschaftsbanken in ihre Region hineinwirken und diese unterstützen. Zahlreiche weitere gute Projekte lassen sich ganz gewiss nur eine paar Kilometer entfernt in der jeweiligen Nachbarschaft entdecken. Denn die Genossenschaftsbanken sind flächendeckend und deutschlandweit aktiv. Das gilt nicht zuletzt auch für den Bereich des gesellschaftlichen Engagements.

Strukturen, die zueinander passen

Dabei gewinnen immer mehr die Engagements Gewicht, die zu Struktur und Selbstverständnis der Genossenschaftsbanken passen. Es geht nicht um den schnellen Effekt, sondern um langfristige Unterstützung. Ebenso wenig geht es um die Unterstützung einzelner, sondern um die Förderung und auch die Aktivierung der vielen.

Crowdfunding

Womit gelingt das in unserer digitalisierten Welt besser als mit Crowdfunding? Auf sehr einfache, transparente Weise lassen sich damit Menschen für eine Sache begeistern. Viele von ihnen bleiben an diesem Punkt nicht stehen, sondern münzen ihre Begeisterung für dieses oder jenes Anliegen gleich in monetäre Unterstützung um. Dieser schnelle und direkte Transfer hin zu Unterstützung gelingt nur selten so gut wie bei Crowdfunding-Aktionen.

Man widmet sich einem Anliegen, man lässt sich darauf ein und wenn es überzeugend ist, wird man im Nu zum Unterstützer. Eine sehr genossenschaftliche Vorgehensweise. Die Volksbank Sauerland (Seite 48) und die Volksbank Weinheim (Seite 54) zeigen,

EDITORIAL	11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	13
VIELE FÜR VIELE	43
CROWDFUNDING	53
CORPORATE VOLUNTEERING	91
BÜRGERSTIFTUNGEN	84
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	113

VIELE FÜR VIELE	44
DOROTHEE BÄR	60
JOHNNY HAEUSLER	80

44
60
80

45

wie sie jede auf ihre eigene Art die Menschen für ihre Sache begeistern und zu Mitunterstützern gemeinnütziger Anliegen machen konnten.

C o r p o r a t e V o l u n t e e r i n g

Der Vorteil am Corporate Volunteering beziehungsweise am Mitarbeiterengagement im Vergleich zum Crowdfunding ist natürlich der, dass man keine Teams mehr suchen muss, um direkt loszulegen. Sie sind schon da. Allerdings handelt es sich dabei natürlich um einen vergleichsweise geschlossenen Kreis. Immer mehr Banken begeistern ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter über Corporate-Volunteering-Angebote mittlerweile dafür, gemeinsam zu helfen und für die Region mitanzupacken. Nebenbei lernen sich diese dann noch viel besser kennen. Das ist Teambuilding to go.

Ganz klar: Corporate Volunteering bietet viele Vorteile für ganz viele. Kein Wunder, dass es immer beliebter wird. Die VerbundVolksbank OWL (Seite 74) und die Volksbank in der Ortenau (Seite 68) zeigen hier mit ganz unterschiedlichen Ansätzen, wie davon die einzelnen Mitwirkenden, das Team und natürlich die gesamte Region profitieren.

B ü r g e r s t i f t u n g e n

Apropos Region, für diese stellt die Gründung einer Bürgerstiftung natürlich einen ganz besonderen, weil langfristigen Nutzen dar. Denn: Bürgerstiftungen wirken nicht für den Moment, sie wirken auf Dauer und sie wirken oft genau da, wo es vor Ort am nötigsten ist. Denn: Sie entstehen aus der Mitte der Bürgerschaft heraus und machen sehr viele Bürger zu Unterstützern.

Kein Wunder, dass die ähnlich strukturierten Genossenschaftsbanken Bürgerstiftungen schon sehr früh als ein Feld entdeckt haben, für das es sich einzusetzen lohnt. So können sowohl die Bürgerstiftung der Volksbank in Waltrop (Seite 88) als auch die Bürgerstiftung der Volksbank Ulm-Biberach (Seite 94) bereits auf eine relativ lange Geschichte und etablierte Strukturen blicken. Es sind Strukturen, auf die man sich verlassen und auf die man aufbauen kann. Tragfähige Strukturen. Eben solche, denen eine breite Basis zugrunde liegt: viele für viele.

Crowdfunding

Viele kleine Kräfte schaffen Großes: Was für Genossenschaftsbanken gilt, ist auch ein Wesensmerkmal des Crowdfunding. Eine Vielzahl von Personen finanziert hierbei meistens online ein Vorhaben oder eine Aktion. Manchmal mit, manchmal ohne einen Gegenwert. Immer mit dem Anliegen, sich für etwas einzusetzen.

Das passt so sehr zu den Volksbanken und Raiffeisenbanken, dass viele schon lange eigene Crowdfunding-Initiativen haben oder sich für diese engagieren. Sie waren die erste deutsche Bankengruppe, die sich entschieden hatte, mit einem eigenen Crowdfunding-Angebot aktiv zu werden.

Die Seite viele-schaffen-mehr.de dient dabei als Dachportal. Jede der 875 regionalen Kreditgenossenschaften hat hier die Möglichkeit, aus einem vorgegebenen Baukasten eine eigene Crowdfunding-Plattform mit individueller Domain einzurichten. Rund 22 Millionen Euro wurden über diese Portale bereits gesammelt. Knapp 500.000 Unterstützer sind aktiv geworden. Über 5.100 Projekte haben sich vorgestellt.

47

Inhaltlich sind dem Engagement hier keine Grenzen gesetzt. Es geht in alle Richtungen. Hauptsache, die „Crowd“ schafft es, kollektiv die für das Vorhaben benötigten Mittel zusammenzutragen.

Der Volksbank Sauerland (Seite 48) ist es gelungen, gemeinsam per Crowdfunding mit weiteren Partnern einen regionalen Schatz zu heben, mittelalterliche Malereien freizulegen und hier eine zeitgemäße Vermittlung zu Herkunft und Entstehung dieser besonderen Fundstücke zu etablieren.

Die Volksbank Weinheim macht bei ihrem Engagement die Mitglieder zu Mitstreitern (Seite 54). Diese verzichten im Rahmen der Aktion „Mitgliedschaft mit Herz“ auf einen Teil ihrer jährlichen Dividende zugunsten sozialer Zwecke. Die Mitglieder bestimmen dabei demokratisch mit, welche Projekte gefördert werden sollen.

Ein Schwarm, viele Schwärmer

Im westfälischen Kloster Wedinghausen wurden bei Sanierungsarbeiten bedeutsame historische Funde entdeckt, unter anderem das Grab des um 1200 verstorbenen Klostergründers. Die Volksbank Sauerland aktivierte per Crowdfunding zahlreiche Förderer und besorgte Mittel für die Ausgrabungen und Restaurierungen. Viele Funde und Malereien konnten dadurch schon freigelegt werden. Am Ende soll ein lebendiges Museum entstehen, das nicht nur für die Region ein großer Mehrwert sein wird.



50

Auf den ersten Blick sieht es aus wie eine Baustelle. Die Lieferwagen der Handwerker stehen vor der Tür, im Kreuzgang staubt es, in den Wänden klaffen Löcher – und in dem großen Kapitelsaal liegt neben allerlei Werkzeug ein Haufen Planen über einem, man kann es gerade so erkennen, rechteckigen Loch. Bettina Heine-Hippler kann über diese Interpretation des Klosters Wedinghausen, das auf einer Anhöhe über der sauerländischen Stadt Arnberg thront, nur schmunzeln. Für die Denkmalpflegerin des Landschaftsverbandes Westfalen-Lippe – und alle anderen Menschen, die sich für Kirchenkultur interessieren – ist das, was hier gerade passiert, eine Sensation. „Wir haben ganz besondere Funde gemacht, zum Beispiel eine mittelalterliche Warmluft-Steinkammer-Heizung, die einzigartig in Mitteleuropa ist, oder das Grab des um 1200 verstorbenen Klostergründers Heinrich I., der übrigens Patensohn von Friedrich Barbarossa war.“

Seltene Funde

Die Denkmalpflegerin geht zu der Grube, schiebt die Abdeckplanen beiseite. Sie zeigt auf die Ränder des Grabs: „Diese Rankenmalereien, die damals in den frischen Putz gekratzt wurden: So etwas findet man kaum. Im mitteleuropäischen Raum kennen wir diese Technik in einer Grabstelle nur aus Lübeck, Antwerpen und Brügge – und das sind Unesco-Welt-erbstätten.“ Entdeckt wurden die außergewöhnlichen Funde während einer Sanierung des Klosters. Sofort wurden die Archäologen alarmiert, um das Ganze fachlich einzuschätzen. „Es war schnell klar, dass es mit den Bauarbeiten nicht einfach weitergehen konnte – es entstehen immer wieder neue Fragen, die wir erst beantworten wollen.“

Der Hausherr, Hubertus Böttcher, ist ebenfalls begeistert von dem neuen Rang, in den sein Kloster aufsteigen könnte. „Wir wollten eigentlich nur Raum für die junge brasilianische christliche Bewegung ‚Shalom‘ schaffen, die hier mit einigen jungen Menschen einziehen wollte. Nun haben wir plötzlich unsere ganze Geschichte vor uns liegen“, sagt der Propst, der zudem als Dechant für das westliche Sauerland zuständig ist und elf Gemeinden leitet. Für den engagierten Kirchenmann sind die Funde ein Mittel, um seine Institution Kirche neu zu beleben. „Unser Problem ist, dass wir als gestrig und langweilig gelten – und auch deswegen gibt es immer weniger Gläubige.“ Die Kirche lebe von Ideen und auch deswegen hatte er die Brasilianer eingeladen, in Arnberg Fuß zu fassen. Nun könnte es sein,

dass auch die eigene Geschichte für eine neue Kraft sorgt. „Wir wollen das Kloster, das im Jahr 1803 säkularisiert wurde, wieder lebendig machen“, sagt Böttcher.

Der Plan: Ein lebendiges Museum

Wenn die Menschen dann vor allem wegen der Historie kommen, ist das für den Geistlichen völlig in Ordnung. „Ich stelle mir vor, dass wir in einigen Jahren viele Führungen hier haben werden, die Ausgrabungen dokumentieren und damit auch den Menschen zeigen können, dass der Ort eine Relevanz hat.“ Die Archäologen haben dazu eine lange Liste mit 13 Wünschen verfasst, die sie gerne umsetzen würden, dazu gehören zum Beispiel die Neuverglasung der Kreuzgangfenster oder die Untersuchung der Knochenfragmente, die im Grab gefunden wurden. Gleichzeitig soll ein lebendiges Museum entstehen, das auch mit digitalen Medien den Geschichtsort Kloster Wedinghausen vermittelt.

„Wir wollen das Kloster, das im Jahr 1803 säkularisiert wurde, wieder lebendig machen.“

Hubertus Böttcher

Schwarmfinanzierung

Das alles erfordert viel Geld. Das Erzbistum Paderborn als Träger des Klosters und der Kirche kümmert sich vor allem um die Sanierung, die schon 6 Millionen Euro gekostet hat. Um einen Teil der Summe abzudecken, kam die Volksbank Sauerland ins Spiel. „Bei einer öffentlichen Veranstaltung in der Propsteikirche, bei der die Funde, aber auch die Pläne und die Finanzierung für das Kloster vorgestellt wurden, haben wir unsere Idee einer Schwarmfinanzierung erläutert“, sagt Helmut Schulte. „Für die Initiatoren war es wichtig, die Bürger von Arnberg mit ins Boot zu holen, finanziell wie ideell. Da haben wir

51



Oben: Helmut Schulte, Dr. Bettina Heine-Hippler, Propst Hubertus Böttcher, Kirchenvorstand Christof Regniet (von links)
Unten: Sieht aus wie eine Baustelle, ist aber eine Sensation: eine Fundstelle im Kloster Wedinghausen.



52

sofort an unser Crowdfunding gedacht, mit dem sich nicht nur Gelder sammeln lassen, sondern auch eine breite Bewegung abgebildet werden kann“, erklärt der Marketingleiter der Volksbank. „Denn eines finde ich ganz wichtig: So ein Projekt kann in der Region nur funktionieren, wenn es auf einem breiten Fundament steht. Viele schaffen eben mehr.“

„So ein Projekt kann in der Region nur funktionieren, wenn es auf einem breiten Fundament steht.“

Helmut Schulte

Eine große Zustimmung ist zudem auch für die anderen Geldgeber wichtig: „Wir haben die Deutsche Stiftung Denkmalpflege, die Bundesbeauftragte Kultur und Medien oder auch Landesmittel für die Denkmalpflege angefragt. Sie alle wollen sehen, dass ein förderwürdiges Projekt auch in der Bevölkerung verankert ist“, sagt Bettina Heine-Hippler. Bei dem Crowdfunding, mit dem insgesamt schon mehr als 100 Initiativen unterstützt wurden, gibt die Bank ab einer Spende von 5 Euro ihrerseits jeweils 5 Euro dazu. Zunächst gab Helmut Schulte das Ziel aus, in 90 Tagen 22.500 Euro zu erreichen. „Wir hatten aber damals Bauchschmerzen, wo das ganze Geld herkommen sollte.“ Wenn das Ziel nicht erreicht worden wäre, wären die Spenden an die Geldgeber zurückgegangen. „Aber: In dem Zeitraum haben wir 51.405 Euro zusammenbekommen, von 3.400 Spendern. Das war wirklich beeindruckend.“ Von der Bank selbst flossen mehr als 17.000 Euro ein.

Spenden besser verteilen

Für die Volksbank Sauerland ist das Crowdfunding ein sehr gut geeignetes Mittel, um in der Region Einrichtungen wie Kindergärten, Musikvereine oder die Tafel zu unterstützen. Auch hier gilt wieder die

Zuspense der Bank von 5 Euro, die sich in den vergangenen drei Jahren auf mehr als 100.000 Euro summiert hat. Neben der finanziellen Transparenz – jeder kann die Projekte im Internet sehen – hat das Vorgehen auch noch einen weiteren Vorteil. „Die Anfragen an uns wurden immer mehr und es wurde immer schwierig zu beurteilen, was wir fördern wollen“, sagt Helmut Schulte. „Mit der Plattform haben wir nun ein Werkzeug, um unsere Spenden besser verteilen zu können: Die Einrichtungen müssen ihre Ideen vorstellen und sich engagieren, damit die Menschen und damit auch wir als Bank anfangen zu spenden.“ Hinzu kommt, dass auf diese Weise auch die Bürger stärker einbezogen werden. Das Engagement lohnt sich, von den 90 Projekten, die bislang um Spenden warben, wurden 89 finanziert – nur ein Projekt wurde nicht unterstützt, weil der Projektverantwortliche erkrankte und deswegen abbrechen musste. Aber: Das Projekt soll später nachgeholt werden.

Viele Unterstützer

Für das Kloster kann sich Schulte vorstellen, im Jahr 2019 ein weiteres Crowdfunding aufzulegen. Die Verantwortlichen finden das natürlich gut: „Ich betreue viele Projekte, aber das hier spricht mich persönlich besonders an, weil wir mit einem so breiten Team und so vielen Unterstützern an einer wirklich herausragenden Sache arbeiten“, sagt Bettina Heine-Hippler. Für Propst Hubertus Böttcher ist das ähnlich, sagt er – und er blickt gespannt auf die Zeit, wenn sich jeder für das Kloster begeistern können wird. „Es kommen schon jetzt viele Menschen und schauen sich unsere Funde und die Baustelle an und alle sind fasziniert. Wenn wir erst einmal fertig sind, wird sich das vervielfachen – und darauf freue ich mich schon.“

Volksbank Sauerland eG

Bilanzsumme	1,54 Milliarden Euro
Kunden	64.641
Mitglieder	35.365
Geschäftsstellen	23 + 12 SB
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	299

Stand: 31.12.2018

EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
VIELE FÜR VIELE
CROWDFUNDING
CORPORATE VOLUNTEERING
BÜRGERSTIFTUNGEN
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER

11 CROWDFUNDING
13 **EIN SCHWARM, VIELE SCHWÄRMER**
43 WEGBEREITER
46
66
86
102

46
48
54

53



Schon jetzt kommen viele Menschen und schauen sich die Funde und Malereien an. Alle sind fasziniert.



EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	CROWDFUNDING	46
13	EIN SCHWARM, VIELE SCHWÄRMER	48
43	WEGBEREITER	54
46		
66		
86		
102		

Wegbereiter

Die Volksbank Weinheim motiviert ihre Mitglieder, ihre jährliche Dividende zu spenden und sie statt dem eigenen Konto sozialen Projekten zuzuleiten. Dafür hat sie den Wettbewerb „Mitgliedschaft mit Herz“ ins Leben gerufen. Initiativen können sich dort für eine Förderung bewerben. Gemeinsam stimmen die Mitglieder dann darüber ab, welche Spenden an welche Projekte fließen. Eines davon ist das inklusive Angebot des Reit- und Fahrvereins Birkenau. Hier sorgte strukturiertes Crowdfunding für einen wirkungsvollen Aufgalopp.

56

Reiten? „Ja, das macht Spaß.“ Aber für Julia ist der Sport manchmal nur eine von vielen Aktivitäten, die sie hier im Reit- und Fahrverein Birkenau mag. „Ich liebe die Pferde wirklich“, sagt sie ganz leise und will im Grunde direkt weitermachen mit ihrer Lieblingsbeschäftigung: ihre Elli striegeln, putzen – und ganz viel mit ihr schmuse, denn die Nähe zu dem Tier ist für sie das Allerbeste. Mit sicheren Handgriffen nimmt sie einen Gummistriegel, fährt damit durch Ellis glänzendes schwarz geschecktes Fell, greift nach einer Wurzelbürste, streicht ein bisschen stärker und klopft immer wieder beruhigend auf die Flanken des großen Vierbeiners.

Lernen durch Interaktion

Julia und ein halbes Dutzend weiterer Kinder und junger Menschen mit Behinderungen kommen jede Woche mindestens einmal in den Stall, der ein paar Kilometer nordöstlich des baden-württembergischen Städtchens Weinheim liegt. Sie nimmt am Projekt „WegbeREITER“ teil, dessen Name durchaus in mehrfachem Sinne zu verstehen ist. „Es geht natürlich um das Reiten, aber vor allem darum, dass Kinder und Jugendliche mit und ohne Behinderungen gemeinsam mit den Pferden zusammenkommen und von dem Sport, aber vor allem von der Interaktion mit den sensiblen Tieren profitieren“, sagt Dunja Ferring-Appel. Die erste Vorsitzende des Reitvereins hat in ihrer bisher zweijährigen Amtszeit gemeinsam mit ihren Mitstreitern enorm viel angestoßen, um den 50 Jahre alten Verein fit für die Zukunft zu machen. Neben vielen Aktionen, durch die das Gelände, die Reitplätze und die Reithalle saniert werden – gerade ausgestattet mit gebrauchtem Originalsand des Pferde-Musicals „Apassionata“, das als Spende organisiert wurde –, hat sie ihren Fokus auf die Inklusion gelegt.

„Türen öffnen!“

„Menschen mit und ohne Behinderungen zusammenzubringen, ganz ohne Schranken, dafür gibt es in Kindergärten und Schulen eine Menge Angebote. In der Freizeit hört das aber oft auf“, sagt die engagierte Biologin, die sich viele Stunden in ihrer Freizeit engagiert. „Wir wollen hier ganz niedrigschwellige Angebote machen, wir können ja auch keine Riesendinge leisten als kleiner Verein mit nur 111 Mitgliedern.“ Susanne Rienecker nickt. Die zweite Vorsitzende, die ebenfalls seit zwei Jahren dabei ist, hat die Angebote mitkonzipiert. „Wir wollen die Türen öffnen und auch jungen Leuten mit Behinde-

rungen Erfahrungen mit Pferden bieten, die zudem eine Art Brückenbauer sein können – sie nehmen die Empfindungen der Menschen genau wahr und behandeln alle gleich.“

„Wir wollen die Türen öffnen und auch jungen Leuten mit Behinderungen Erfahrungen mit Pferden bieten.“

Dunja Ferring-Appel

Die Teilnehmer sollen vor allem Spaß haben und nicht unter Leistungsdruck stehen. Zu den offenen und spielerischen Angeboten, die in Kooperation mit dem Elternverein „Wir DABEI! (durch Akzeptanz Behinderung erfolgreich integrieren)“ aufgelegt wurden, gehört daher zum Beispiel das Programm „iPony“, bei dem kleine Kinder oder auch vorsichtiger Jugendliche die ersten Voltigier- und Geschicklichkeitsübungen auf dem Pferd machen können, oder „Equifit“, bei dem sich die Teilnehmer intensiver körperlich betätigen. Wenn therapeutische Zwecke verfolgt werden, können die Kinder dabei unter Anleitung einer Reittherapeutin auch ihre Kraft, Ausdauer, Konzentration, Koordination und Motorik verbessern.

Mitglieder mit Herz

Neben vielen Ehrenamtlichen braucht der Verein aber auch Materialien, die nicht billig sind. „Wir benötigten zum Beispiel eine Aufstiegshilfe mit Handlauf, damit die Kinder leichter und vor allem auch möglichst selbstbestimmt aufsitzen können, oder auch neue LEDs für die Reithalle“, sagt Dunja Ferring-Appel. Die erste Vorsitzende sprach viele Unternehmen an, auch die Volksbank Weinheim, die zunächst 500 Euro spendete. „Wir blieben weiter im Gespräch und bekamen mit, dass die Bank ihren Wettbewerb ‚Mitgliedschaft mit Herz‘

57



Oben: Lernen durch Interaktion? Die vielen jungen WegbeREITER sind begeistert und mit viel Energie dabei.
Unten: Julia genießt das Gefühl von Freiheit auf dem Rücken ihres Pferdes Elli.



EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
VIELE FÜR VIELE
CROWDFUNDING
CORPORATE VOLUNTEERING
BÜRGERSTIFTUNGEN
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER

11 CROWDFUNDING
13 EIN SCHWARM, VIELE SCHWÄRMER
43 WEGBEREITER
46
66
86
102

46
48
54

58



Oben: Julia (links) gemeinsam mit Dunja Ferring-Appel
Unten: Die Aktionen der „Mitgliedschaft mit Herz“ erobern die Herzen, das gilt ganz gewiss auch für den RuF Birkenau.



59

ausgeschrieben hat.“ Die Vereinsverantwortlichen lasen sich ein – und landeten bei dem auf mehrere Stufen aufgebauten Crowdfunding bei 2.630 Euro.

„Wir wollen nur Geld geben, wenn die Ideen auch eine gewisse Relevanz für die Öffentlichkeit haben.“

Markus Hug

„Mitgliedschaft mit Herz“ ist ein Projekt, das das Wesen der Volksbanken und Raiffeisenbanken hundertprozentig ausdrückt: „Die Idee ist, dass die Mitglieder, die teilnehmen möchten, ihre Dividende spenden, die dann wiederum in unsere Volksbank-Weinheim-Stiftung fließt“, sagt Markus Hug. „Die Spenden gehen danach direkt an die Projekte“, sagt der Bereichsleiter Personal und Vorstandsstab: Mehr als 600 der 20.000 Mitglieder sorgen so für eine Spendensumme von rund 32.000 Euro.

Von der Fanphase zur Finanzierung

Das Konzept ist dabei zudem sehr transparent. Vereine, Organisationen und Institutionen aus der Region können Projekte einreichen, die sie mit bis zu 5.000 Euro fördern lassen möchten. Die Stiftung überprüft anschließend die Bewerber. Rund 8 bis 15 kommen jährlich zusammen, die sich mit einem Video, Bildern und Text auf der Plattform der Bank vorstellen. In der sogenannten Fanphase müssen die Projekte 50 Menschen als Unterstützer mobilisieren. „Wir wollen nur Geld geben, wenn die Ideen auch eine gewisse Relevanz für die Öffentlichkeit haben“, begründet Markus Hug diesen Schritt. Gelingt das, bestimmen in der Finanzierungsphase die Mitglieder über die Verteilung der Spenden. „Nur wer sein Spendenziel erreicht, wird auch finanziert, wobei die Initiatoren auch noch Geld dazugeben können“, erklärt Markus Hug. Die Erfolgsaussichten sind recht hoch: Im vergangenen Jahr wurden zum Beispiel

acht von zwölf Projekten unterstützt, in insgesamt drei Runden bisher 30 Initiativen, zum Beispiel aus den Bereichen Sport, Inklusion, Kunst oder Natur.

Die „Mitgliedschaft mit Herz“, die bei der Innovationswerkstatt der Akademie Deutscher Genossenschaften in Montabaur als regionalste Förderidee ausgezeichnet wurde, passt gut in das vielseitige Engagement der Volksbank Weinheim, die mit ihrer Stiftung fast 200 Projekte seit dem Jahr 2010 förderte und jährlich rund 100.000 Euro für ihr Engagement ausgibt. Die Inklusion findet Hug dabei besonders wichtig. „Alle Menschen sind gleich, und das können wir bei dem Projekt WegbeREITER gut zeigen“, sagt er.

Julia kann das gewiss bestätigen. Ihr Tag im Reitverein war wieder erfolgreich. Sie konnte viel Zeit mit Elli verbringen. Heute hat sie das duldsame Pferd mehr als eine halbe Stunde gestriegelt und geputzt – und nun geht es in die Sonne, auf den Reitplatz. Eine Jugendliche, die im Verein mithilft, läuft mit ihr zur Aufstiegshilfe, Julia klettert hoch, schwingt ihr Bein über den Pferderücken – und los geht’s. An der Longierleine dreht sie ihre Runden, streckt sogar beide Arme in die Luft und richtet sich auf: ein tolles Erlebnis, das noch ewig so weitergehen könnte.

Volksbank Weinheim eG

Bilanzsumme	1,27 Milliarden Euro
Kunden	33.000
Mitglieder	22.780
Geschäftsstellen	7
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	198

Stand: 31.12.2018



Dorothee Bär: „Chancen der Digitalisierung zu nutzen bedeutet nicht unbedingt, auf Präsenz in der Fläche zu verzichten.“

Interview

„Wir brauchen ein gesundes Sowohl-als-auch“

„Let’s get digital!“ „Na klar, sofort! Aber wie genau?“ Wie gelingt es, dass die Digitalisierung branchenübergreifend nicht zum Selbstzweck wird? Welche Rolle spielt der Mensch? Welche Rolle sollte er spielen?

62

Wie können Vernetzung, Austausch und Meinungsbildung im Netz tatsächlich gesellschaftlichen Nutzen stiften?

Wir fragten nach bei einer Dame, die sich auskennt. Dorothee Bär, Staatsministerin für Digitalisierung im Bundeskanzleramt gab uns Antworten – und ließ dabei auch die genossenschaftliche Welt nicht außer Acht.

In der digitalen Welt, insbesondere in den sozialen Medien, hat man oft das Gefühl man schwanke zwischen Himmel und Hölle. Auf der einen Seite dominieren in Kommentarspalten Wut und Häme. Andererseits öffnen sich ganz neue Möglichkeiten des konstruktiven Austauschs und der gegenseitigen Vernetzung. Wie lässt sich die Spreu vom Weizen trennen?

Sie haben recht: Die sozialen Medien eröffnen auf der einen Seite ein großes Potenzial für den demokratischen Diskurs und beleben ihn, das ist eine große Chance. Wir erreichen so auch die junge Generation und können sie für Politik interessieren. Auf der anderen Seite gibt es auch destruktive Tendenzen wie Hate Speech und Diffamierungen. Strafbare Inhalte müssen auch im Netz verfolgt werden. Das Netzwerkdurchsetzungsgesetz ist hier ein wichtiger Schritt. Nationale Regelungen reichen aber natürlich nicht aus. Auch auf internationaler Ebene arbeitet die Bundesregierung daran, etwa im Rahmen der G7 oder durch Unterstützung der sogenannten Christchurch-Call-Initiative. Diese Initiative wurde im Nachgang zu den furchtbaren Attentaten in Neuseeland im März dieses Jahres ins Leben gerufen und richtet sich gegen die Verbreitung von terroristischen und extremistischen Inhalten im Netz.

63

Wie kann es noch besser gelingen, dass der Austausch im Netz kein Selbstzweck ist, sondern auch tatsächlich gesellschaftlichen Nutzen stiftet? Lässt sich das steuern?

Kommunikation ist nie nur ein Selbstzweck. Das ist im Netz nicht anders als im analogen Leben. Wenn Sie mit Ihrem Nachbarn über das Wetter reden, dann passiert da ja auch viel mehr, als sich nur über Sonne oder Regen zu informieren. Der kommunikative Austausch zwischen Menschen ist stets wichtig, auch wenn es auf den ersten Blick um belanglose Dinge zu gehen scheint. Es ist das, was uns ein gegenseitiges Gefühl füreinander behalten lässt. Man sollte als Staat nicht anfangen, diesen Austausch zu regulieren oder zu steuern. Meinungsfreiheit ist ein hohes Gut. Natürlich gibt es klare Grenzen, wo der Staat einschreiten muss, wie eben bei strafbaren Handlungen.

Aus Sicht der Volksbanken und Raiffeisenbanken ist es wichtig, dass der Faktor Mensch auch im Zuge der Digitalisierung stets relevant bleibt. Wie lässt sich das Ihrer Meinung nach bewerkstelligen?

Anspruch der Bundesregierung ist, bei der rasch voranschreitenden Digitalisierung niemanden zurückzulassen. Es geht uns um den konkreten Mehrwert und nicht um Digitalisierung um der Digitalisierung willen. Die Bundesregierung betrachtet daher stets Chancen und Risiken der Digitalisierung, und zwar sowohl aus Sicht der Wirtschaft als auch aus Sicht der Verbraucher. Das klingt zunächst abstrakt. Am Crowdfunding, einer internetbasierten Finanzierungsform, lässt sich das gut veranschaulichen: Innovative Finanzierungsmodelle stellen eine Chance für die Wirtschaft dar. Gleichzeitig müssen Verbraucher über die mit diesen Finanzierungsmodellen einhergehenden Risiken informiert und vor missbräuchlich agierenden Anbietern geschützt werden.

Mit dem Kleinanlegerschutzgesetz hat die Bundesregierung bereits 2015 die rechtlichen Rahmenbedingungen für eine Entwicklung des Crowdfunding-Markts unter Berücksichtigung eines angemessenen Anleger-schutzes geschaffen. Seither wurden die Regelungen für Crowdfunding zweimal auf empirischer Grundlage überprüft. Dabei hat sich gezeigt, dass sie sich insgesamt bewährt haben. Nur in Einzelaspekten erschienen Nachjustierungen zur weiteren Verbesserung der Unternehmensfinanzierung

64

gepaart mit einem gestärkten Anlegerschutz sinnvoll, wie sie zuletzt Mitte Juli 2019 in Kraft getreten sind.

Ein weiteres Beispiel dafür, dass wir die Chancen und Risiken von Digitalisierung genau betrachten, zeigt sich im Zusammenhang mit der von Facebook geplanten Einführung der Kryptowährung „Libra“. Ziel von Facebook ist es, „Libra“ weltweit als digitale Privatwährung zu etablieren. Das kann weitreichende Folgen für das bestehende Finanzsystem haben. Der Staat hat die Aufgabe, die Stabilität des Finanzsystems zu sichern und seine Bürger vor unvermeidbaren Vermögensrisiken zu schützen. Daher wird die Bundesregierung das Projekt mit der notwendigen Sorgfalt und gesunder Skepsis prüfen und sich in enger Abstimmung mit internationalen Partnern bedarfsgerecht für eine Regulierung einsetzen.

Es liegt auch im Interesse der Wirtschaft, die Kunden und ihr Bedürfnis nach nutzerfreundlichen digitalen Lösungen in den Mittelpunkt der Überlegungen zu stellen. Beim Zahlungsverkehr sehe ich den Aufbau nutzerfreundlicher Lösungen mit hoher Marktakzeptanz als Alternative zu den Angeboten der Big Techs als große Herausforderung für die Finanzwirtschaft.

Die Genossenschaftsbanken in Deutschland verbinden Regionalität und Präsenz in der Fläche mit immer zahlreicheren digitalen und mobilen Services für ihre Kunden und Mitglieder. Wie ist Ihre Sicht auf das Spannungsfeld von regionaler Präsenz und digitalem Angebot?

Auch hier gilt: Der Nutzer sollte im Zentrum der Überlegung stehen. Während neue nutzerfreundliche digitale Angebote von vielen Menschen dankbar angenommen werden, gibt es in zahlreichen Branchen aber auch weiterhin Bedarf für einen direkten Austausch, für einen Ansprechpartner vor Ort. Das gilt zum Beispiel für die medizinische Versorgung: Videosprechstunden halte ich für ein sinnvolles Instrument. Eine angemessene Ärzteversorgung auf dem Land können sie dennoch nicht ersetzen. Chancen der Digitalisierung zu nutzen bedeutet daher nicht unbedingt, auf Präsenz in der Fläche zu verzichten. Wir brauchen hier ein gesundes Sowohl-als-auch. Die Unternehmen sollten sich hier am Bedarf der Kunden orientieren.

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	VIELE FÜR VIELE	44
13	DOROTHEE BÄR	60
43	JOHNNY HAEUSLER	80
53		
91		
84		
113		

65

Wie würden Sie das Thema Genossenschaft ins Digitale übersetzen?

Der Genossenschaftsgedanke, also die Idee zur gemeinsamen selbstverantwortlichen wirtschaftlichen Betätigung, ist in Zeiten von Digitalisierung und Sharing Economy hochaktuell. Gerade Sharing-Plattformen können sich gut als Genossenschaften organisieren. Denn die Rechtsform Genossenschaft bietet aufgrund der offenen Mitgliederzahl und der relativ einfachen Gründungsvoraussetzungen hierfür großes Potenzial. Das Genossenschaftsrecht erlaubt es zudem, Beschlüsse in elektronischer Form zu fassen und Generalversammlungen virtuell abzuhalten.

Corporate Volunteering

Auch wenn es nicht so klingt: Corporate Volunteering gibt es mindestens schon seitdem es Genossenschaftsbanken gibt, also seit über 160 Jahren. Dass Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich organisieren, um jenseits des Tagesgeschäfts gemeinsam Gutes zu bewirken, ist für viele Kreditgenossenschaften eine Selbstverständlichkeit. Schließlich sind sie Teil ihrer Region, kennen sich dort aus, identifizieren sich damit.

Neu ist: Immer mehr Genossenschaftsbanken organisieren Corporate Volunteering – also Mitarbeiterengagement – gezielt. Mehr als die Hälfte der in der BVR-Engagementumfrage befragten Institute führt solche Maßnahmen regelmäßig durch. Tendenz weiter steigend.

Corporate Volunteering passt zu den Kreditgenossenschaften. Viele schaffen hier vieles für viele. Es erfüllt nicht nur gemeinnützige Zwecke und stärkt die Region, es stärkt auch den Zusammenhalt und das Teambuilding. Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter packen gemeinsam mit an, lernen Land und Leute kennen, erleben ihre Kolleginnen und Kollegen auch mal jenseits ihres Schreibtisches. Parallel zeigen sie mit ihrem Engagement, dass die Genossenschaftsbanken es in Sachen Regionalität

67

ernst meinen. Denn was ist glaubwürdiger als der immer wiederkehrende persönliche Einsatz für die Anliegen vor Ort? Zwei von sehr vielen leuchtenden Beispielen werden hier ausführlich vorgestellt.

Die Volksbank in der Ortenau (Seite 68) hat die besondere Bedeutung von Corporate Volunteering früh erkannt. Mit ihrem vielfältigen Mitarbeiterengagement hat sie sich nicht nur vor Ort einen Namen gemacht. Über 5.000 Stunden wurden in rund 400 Projekten absolviert, zahlreiche Initiativen gestartet, Wettbewerbe entwickelt. Die Bank erhielt dafür sogar bereits den bundesweiten Unternehmenskulturpreis in der Kategorie „Sinnstiftendes Management“.

Die VerbundVolksbank OWL (Seite 74) schickt ihre Azubis dorthin, wo Unterstützung oft erforderlich ist. Sie kooperiert mit der Bahnhofsmision Paderborn. Dort erhalten die Azubis die Möglichkeit und Zeit, am Bahnhof Bedürftigen zu helfen. „Grenzgänger Bahnhofsmision“ nennt sich das Projekt. Für die Nachwuchskräfte bietet es Erfahrungen und Einsichten für das Leben und die Bank packt direkt dort mit an, wo Hilfe immer willkommen geheißen wird. Das ist stark und stärkt zugleich.

Gemeinschafts- arbeiten

Bei der Volksbank in der Ortenau können sich Vereine mit ihren Engagement-Ideen bei der Bank um die helfenden Hände der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bewerben, um diese gemeinsam zu realisieren. Ist ein Projekt gefunden, schließen sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in kleinen Teams zusammen und packen persönlich für die gute Sache mit an. 5.000 Stunden wurden dabei schon für gemeinnützige Zwecke geleistet, 400 Projekte realisiert. Ganz nebenbei sind die Bank-Teams dabei zu echten Gemeinschaften gereift, mit denen sich sowohl am Arbeitsplatz, aber auch außerhalb jede Menge bewegen lässt.

69

Der heißeste Tag des Jahres ist es nicht, aber der Samstag Ende Juni sorgt doch für Temperaturen um 35 Grad Celsius. Für Katja und Stefan Ludäscher ist das kein Hindernis: Die beiden bringen früh um 7.30 Uhr ihre zwei Kinder zu Oma und Opa und fahren dann zur Städtischen Kindertageseinrichtung Offenburg-Weier. Den Weg kennen sie gut, ihre beiden Töchter besuchen die Einrichtung. Heute aber sind die Eheleute aus einem anderen Grund hier: Als sie ankommen, in Shorts und mit weißem Volksbank-Poloshirt, packen sie erst einmal Werkzeug aus.

Teamwork

„Wir haben hier eine ganze Reihe von Aufgaben vor uns“, sagt Katja Ludäscher, die sich direkt mit zwei Eltern und einer Erzieherin, die auch gerade aus den Autos gestiegen sind, zu einem wilden Gebüsch begibt – so sieht es zumindest aus. Die 30-Jährige, die bei der Volksbank in der Ortenau als flexible Servicekraft zwischen den Geschäftsstellen wechselt, schaut sich das Grün genauer an. „Das sind Weiden, aus denen wir nun ein kleines Tunnelsystem flechten, durch das die Kinder durchkrabbeln können“, erklärt sie. Während sie das Spielgerät aus der Natur mit geschickten Handgriffen – und manchmal auch lautem Lachen – zusammenbaut, wendet sich ihr Mann Stefan der Outdoor-Spielküche zu. Gemeinsam mit dem Kollegen Martin Kupetz, der im Privatkundengeschäft tätig ist, sägt der Sachbearbeiter in der Immobilienfinanzierung einige Paletten durch, die dem Kindergarten gespendet wurden. Anschließend glättet er die Kanten mit dem mitgebrachten Winkelschleifer, schraubt die Holzteile in Form, bis am Mittag die Spielküche samt Waschbecken aus einer Regenrinne, einem Minibackofen – natürlich ohne Strom – und Ablagen fertig ist.

„Gemeinsam | Zukunft | Gestalten“

Das Engagement der drei Mitarbeiter der Volksbank in der Ortenau – insgesamt sind heute fünf Kollegen da – ist Teil einer groß angelegten und sehr nachhaltigen Arbeit, die die Bank 2014 aufgenommen hat. „Wir haben uns immer schon engagiert, aber uns vor fünf Jahren in einem Leitbildprozess neu formiert“, erklärt Markus Dauber. „Dabei haben wir den Dreiklang ‚Gemeinsam | Zukunft | Gestalten‘ entwickelt, der unsere Ideen gut transportiert.“ Der Vorstandsvorsitzende der Bank hält viel davon, Initiativen und Einrichtungen in der Region auch finanziell zu unterstützen – so bezahlte das Haus zum Beispiel die 10.000 Euro teure

Stammzellentypisierung von mehr als 200 potenziellen Spendern, um Leukämierkranke heilen zu können, gab Weihnachtsspenden und unterstützte Schulen aus dem Geschäftsgebiet bei einzelnen Projekten wie dem Kauf von Musikinstrumenten oder der Neugestaltung von Pausenhöfen. Aber: „Das reicht uns nicht. Wir wollen unsere Kunden, Mitglieder und Mitarbeiter enger für die und in der Region zusammenbringen. Viele unserer Kollegen sind zudem sowieso schon ehrenamtlich engagiert. Das wollten wir aufgreifen.“

„Wir wollen unsere Kunden, Mitglieder und Mitarbeiter enger für die und in der Region zusammenbringen.“

Markus Dauber

„Es geht immer um die Menschen.“

Die Mitarbeiter können sich mit ihren Engagements – genauso wie auch andere Einrichtungen – bei der Bank bewerben. Der Fokus liegt dabei vor allem auf sozialen Projekten: „Es geht immer um die Menschen“, sagt Markus Dauber. „Wir können damit das Tun und Handeln unserer Kollegen multiplizieren und viel mehr erreichen, als es jeder einzelne alleine kann.“ Der 50-Jährige, der seit dem 16. Lebensjahr bei genossenschaftlichen Banken arbeitet, macht – wie seine Vorstandskollegen auch – keine Ausnahme. Er renovierte einen Kindergarten, engagierte sich bei Arbeiten im Haus des Lebens – einer Kinder- und Jugendhilfeeinrichtung –, half im Schwarzwaldverein beim Naturschutz. „Das ist etwas ganz Besonderes, weil wir uns alle – vom Azubi über den Sachbearbeiter bis zum Vorstand – in einem ganz anderen Kontext kennenlernen. Wenn man miteinander arbeitet, etwas gemeinsam geschafft hat, bekommt man auch auf der persönlichen Ebene direkt ein ganz anderes Verhältnis zueinander.“

70



Oben: Egal ob Sägearbeiten oder Finanzierungskonzepte – Stefan Ludäscher mag es präzise.
Unten: Echtes Teamwok – alle Beteiligten der jüngsten Aktion von Gemeinsam | Zukunft | Gestalten.



71

400 Projekte, 5.000 Stunden

Mittlerweile hat die Bank auf diese Weise rund 400 Projekte mit mehr als 5.000 ehrenamtlichen Arbeitsstunden unterstützt. Von den mittlerweile 470 Kollegen engagieren sich etwa 300. „Wir könnten auch mehr motivieren, aber dafür fehlen uns momentan noch die organisatorischen Möglichkeiten.“ Neben dem eigenen Engagement geht die Volksbank in der Ortenau auch deswegen noch weiter. „Wir haben gesehen, dass wir sehr viel Wertschätzung erfahren haben, das war gut. Aber: Auch viele andere in unserer Region engagieren sich vorbildlich“, sagt der Vorstandsvorsitzende. Im Jahr 2016 rief die Bank daher zum ersten Mal den nun jährlich vergebenen Ehrenamtspreis „Herzenssache“ aus, der unter der Schirmherrschaft von Bundestagspräsident Dr. Wolfgang Schäuble steht. Der Preis gibt denjenigen eine Bühne, die für ihre sozialen Engagements

„Es macht mir einfach sehr viel Freude, wenn ich mit den Kollegen etwas fertiggestellt habe und die glücklichen Gesichter unserer Partner sehe.“

Martin Kupetz

eben nicht eine so große Reichweite wie das Geldinstitut haben. Jeder, der ein förderwürdiges Projekt einreicht, erhält finanzielle Unterstützung, die ersten drei größere Geldpreise. „Und wir erzielen Nachahmereffekte, die Einrichtungen erreichen neue Ehrenamtliche oder bekommen auch Spenden von anderen Menschen oder Institutionen.“

Große Identifikation

Zurück zu den eigenen Projekten, bei denen Markus Dauber eine ganz besondere Kraft eben in der Ehrenamtlichkeit sieht: Die Mitarbeiter engagieren sich in ihrer Freizeit, ohne Vergütung durch die

Bank. „Die Kollegen haben das in einer Befragung abgelehnt, obwohl wir einen Ausgleich angeboten hatten. Das zeigt, dass die Identifikation mit der Bank und der Region sehr groß ist.“

Die Kollegen, die im Kindergarten in der Mittagshitze mittlerweile richtig ins Schwitzen kommen, sehen das ähnlich. „Ich habe schon vier Einsätze gehabt, unter anderem bei der Arbeiterwohlfahrt, wo wir in einer Sperrmüllaktion Senioren dabei geholfen haben, alte und teilweise sehr schwere Möbel zu tragen – und einmal habe ich Senioren aus dem Heim in den Europapark begleitet und mir dafür auch Urlaub genommen“, erinnert sich Martin Kupetz. Der 46-Jährige, der auch als Übungsleiter und Kassierer im Turnverein sowie als Kassenprüfer für andere Vereine aktiv ist, sucht seine Projekte immer so aus, dass sie zu seinen Neigungen passen. „Ich bin handwerklich sehr aktiv und schaue immer direkt nach solchen Gelegenheiten. Es macht mir einfach sehr viel Freude, wenn ich mit den Kollegen etwas fertiggestellt habe und die glücklichen Gesichter unserer Partner sehe.“

Teambuilding

Für die Engagements kann sich jeder Bankangestellte selbst in einer Datenbank eintragen, in der die Projekte aufgeführt und beschrieben sind. Fünf Männer und Frauen arbeiten in einem Team zusammen, das einer von ihnen für den Tag organisiert, samt Material und Werkzeugen. Dabei kommt auch das Persönliche nicht zu kurz. „Man lernt sich hier einfach besser kennen als nur in der Bank und das merkt man dann auch bei der Arbeit“, sagt Martin Kupetz. Katja Ludäscher nickt: „Wenn man sich bei der Arbeit sieht oder telefoniert, reden wir meistens noch einmal über das Projekt, das schweißt zusammen“, sagt sie, während sie die letzten abgeschnittenen Zweige des nun auch fast fertigen Weidentunnels zusammenfügt. „Meistens – und das machen wir heute auch – lassen wir den Einsatz noch gemeinsam ausklingen. Und so kann man die Projekte auch wirklich als Teambuilding begreifen – und das macht wirklich Spaß!“

Volksbank in der Ortenau eG

Bilanzsumme	3,035 Milliarden Euro
Kunden	ca. 125.000
Mitglieder	über 60.000
Geschäftsstellen	20
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	439 plus 22 Azubis

Stand: 31.12.2018





Tupfen, Hämmern, Sägen, Messen: Es ist viel los auf dem Gelände der Städtischen Kindertageseinrichtung Offenburg-Weier.



EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	CORPORATE VOLUNTEERING	66
13	GEMEINSCHAFTSARBEITEN	68
43	NEUE WELTEN	74
46		
66		
86		
102		

75

Neue Welten

Die VerbundVolksbank OWL stellt Jahr für Jahr bis zu 30 Auszubildende für jeweils eine Woche frei, um in der örtlichen Bahnhofsmision mitzuhelfen. Für die Nachwuchskräfte ist dies ein Ausflug in neue Erfahrungsgebiete, weit weg vom Arbeitsalltag in einer Bank. Viele von ihnen sind davon so angetan, dass sie auch danach noch weiter in der Einrichtung mitarbeiten. Auch die jungen Führungskräfte der Bank könnten schon bald mit in den Dienst an der guten Sache einsteigen.

76

Zwei Stunden des Dienstes sind vorbei und Mathia Mazzek sitzt für zehn Minuten an einem Tisch. Sie hat eine Tasse Kaffee vor sich stehen. Die 26-Jährige macht aber keine Pause, sondern unterhält sich mit einem Mann, den hier alle kennen. „Na, Hans, wie ist es dir gestern so ergangen?“, fragt sie den grauhaarigen Besucher, der ebenfalls einen Kaffee trinkt, den sie ihm gerade gebracht hat. „Ach ja, der Tag war okay“, antwortet er und fährt sich schüchtern durch seine langen Haare. „Du hattest doch vergangene Woche dein Portemonnaie verloren, hast du alles wiederbekommen?“ Der Mann überlegt kurz, „Ja, ja, das hat geklappt“, sagt er und greift zum Butterbrot, das vor ihm auf einem Teller liegt.

„ Grenzgänger “

Mathia Mazzek arbeitet erst seit zwei Tagen hier und hat mit ihrer offenen Art doch schon ein Vertrauensverhältnis zu dem wohnungslosen Mittsechziger aufgebaut, der jeden Tag an diesen besonderen Ort kommt: in die Bahnhofsmision in Paderborn, die am Ende von Gleis 1 liegt. Gemeinsam mit ihrer Kollegin Elisabeth Elija, die wie sie eine Ausbildung in der VerbundVolksbank OWL macht, engagiert sie sich im Rahmen des Projekts „Grenzgänger“ freiwillig eine ganze Woche lang in der Institution. Fast alle der jährlich 30 Auszubildenden der Bank übernehmen dieses Ehrenamt, für das ihr Arbeitgeber sie freistellt.

Rund 20.000 Menschen suchen in der Bahnhofsmision Paderborn Hilfe. Die fest angestellten Kräfte und die Ehrenamtler betreuen Reisende, die wegen einer Behinderung oder wegen Alterseinschränkungen Probleme haben, allein reisende Kinder oder eben Menschen mit sozialen Schwierigkeiten, die hier ein warmes Getränk, etwas zu essen oder auch ein nettes Gespräch bekommen. Die Bank stellt im Rahmen des dauerhaften Projekts die Azubis frei – und hilft so dabei, dass die Bahnhofsmision den großen Andrang bewältigen kann.

Hemmschwelle überwunden

Elisabeth Elija, die gerade in der kleinen Kochzeile Butterbrote schmiert, hat das freiwillige Engagement ebenso wie ihre Kollegin weitergebracht, sagt sie. „Ich hatte vorher Bedenken, wie ich damit zu recht kommen würde, wenn ich mit so vielen verschiedenen Menschen aus ganz anderen Lebensbereichen zu tun hätte. Ich hatte eine Hemmschwelle, die ich aber sehr schnell überwunden habe“, erklärt

sie, während sie einen Teller mit Broten zu einem Mann bringt, der still in einer Ecke des Aufenthaltsraumes sitzt. „Normalerweise habe ich ja nur Kontakte zu meiner Familie, meinen Freunden, den Kollegen oder den Kunden in der Bank. Diese Welt hier kannte ich einfach nicht“, sagt die 21-Jährige.

Für beide bedeutet das Engagement eine Menge. „Ich schaue heute wirklich anders auf Menschen, auf ihre Schicksale“, sagt Elisabeth Elija und Mathia Mazzek ergänzt: „Ich bin viel offener geworden und habe mehr Verständnis aufgebaut.“ Die Syrerin, die in ihrer Heimat Wirtschaft studiert hat, aber mit ihrem Abschluss keine Stelle finden konnte, engagiert sich auch sonst neben der Arbeit, etwa bei der Caritas als Freizeitbegleiterin für Menschen mit Behinderung.

„Diese Welt hier kannte ich einfach nicht.“

Elisabeth Elija

Für die Leiterin der Bahnhofsmision, Sabine Bergmaier, sind die beiden jungen Bankangestellten ein Segen, wie alle ehrenamtlich Aktiven. 24 Menschen engagieren sich in Paderborn ohne Bezahlung, bei nur zwei hauptamtlichen Angestellten. Die Chefin der Bahnhofsmision hat das Projekt angestoßen, nachdem sie bei einer Fortbildung im Sozialmanagement viel über das Engagement von jungen Leuten gehört hatte. „Ich habe mir gedacht, so etwas können wir hier doch auch machen.“ Sie begab sich auf die Suche nach Kooperationspartnern, erlitt einige Fehlschläge und landete schließlich bei der VerbundVolksbank OWL. „Ich habe zunächst gedacht, vielleicht auch mit Schulen zusammenzuarbeiten, aber das hätte nicht in die Ausbildungspläne gepasst. Bei der Volksbank, die sofort sehr interessiert war, passte es sofort.“

Nachhaltiges Engagement

Sabine Bergmaier schaut kurz zu den beiden Auszubildenden. „Die verbringen hier eine Woche ihrer Arbeitszeit, das ist wirklich gut, weil sie nicht nur kurz hineinschnuppern, sondern in dieser Zeit eine ganze Menge lernen und damit auch uns weiterhel-

EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
VIELE FÜR VIELE
CROWDFUNDING
CORPORATE VOLUNTEERING
BÜRGERSTIFTUNGEN
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER

11 CORPORATE VOLUNTEERING
13 GEMEINSCHAFTSARBEITEN
43 NEUE WELTEN
46
66
86
102

66
68
74

77



Mathia Mazzek zusammen mit Hans.



78

fen können.“ Die Azubis brächten zudem ein hohes Sozialverhalten mit und hätten ein tiefes Interesse an der Arbeit, das helfe natürlich bei der Arbeit in der Bahnhofsmision, die von der Diakonie Paderborn-Höxter e.V. und IN VIA Paderborn e.V. getragen wird und zusätzlich auch durch Spenden von Unternehmen und Privatpersonen finanziert wird. Engagement ist wichtig und für Sabine Bergmaier ist es umso besser, wenn es auch nachhaltig ist: „In jedem Jahr bleibt einer der Azubis hier kleben“, sagt sie mit einem lauten Lachen. „Wir haben immer noch vier junge Leute der Volksbank, die hier regelmäßig mitarbeiten.“

Mathia Mazzek wird eine von ihnen sein, auch sie will weiter in der Bahnhofsmision arbeiten. Gemeinsam mit Elisabeth Elija kommt sie am Nachmittag zurück in die Zentrale der Bank, wo sie kurz mit dem Vorstandsvorsitzenden Ansgar Käter verabredet sind. Der 48-Jährige, der seit Mai 2016 im Vorstand arbeitet, hört sich an, was die freiwilligen Helferinnen erzählen, stellt Fragen. „Ich finde es sehr wichtig, dass unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich ehrenamtlich engagieren“, sagt Ansgar Käter, der selbst, als er noch in Münster arbeitete, eine Woche von seinem Arbeitgeber freigestellt in einem Altenpflegeheim volontierte. „Das war eine unglaubliche Erfahrung: Die Emotionen, die man selbst hat und auch von den Menschen dort spürt, waren wirklich beeindruckend – genauso wie die Arbeit der Pflegekräfte“, erinnert er sich. „Das relativiert die eigene Person und vor allem auch die Bedeutung unserer Arbeit.“

Für ihn war es deswegen auch selbstverständlich, dass die VerbundVolksbank OWL das Engagement in der Bahnhofsmision weiterführt, das sein Vorgänger begründet hatte. „Für die Azubis ist das ein Leuchtturmprojekt, bei dem sie ihre Persönlichkeit weiterentwickeln können. Jede und jeder kommt reicher wieder.“ Das ist auch im Berufsalltag zu spüren, sagt Ansgar Käter. Die jungen Leute seien anschließend sehr positiv eingestellt, seien gereifter, verantwortungsbewusster, auch entspannter, weil es eben doch auch andere Dinge auf dieser Welt gebe, mit denen man sonst nicht in Berührung komme. „Diese Erfahrungen bringen die jungen Mitarbeiter dann auch in der Bank mit ein, in den Umgang mit den Kollegen oder eben auch mit den Kunden.“

„ Hilfe zur Selbsthilfe “

Für Ansgar Käter passt die Arbeit in der Bahnhofsmision in das gesamte Engagement der Bank. „Die

Hilfe zur Selbsthilfe ist ein Kern unserer Philosophie. Konkret heißt das, dass wir viele unserer Mitarbeiter, die privat im Ehrenamt tätig sind, darin auch bestärken wollen.“ Die Bank erstellt gerade ein Konzept, wie zum Beispiel Ehrenamtliche durch Freistellungen oder finanzielle Hilfen dabei unterstützt werden können, sich etwa bei der Tafel oder in Kindergärten zu engagieren. Diese Ideen setzen zudem auf dem sowieso schon breiten Engagement der Bank auf: Insgesamt förderte die VerbundVolksbank OWL 2018 fast 1.000 Vereine, Institutionen und Initiativen in den Dörfern und Städten der Region mit rund 900.000 Euro. Mit der eigenen Crowdfunding-Plattform „Netzwerk Heimat OWL“ stellt sie zudem ein Portal zur Verfügung, auf dem Vereine Unterstützer für gemeinnützige Projekte finden können.

„Jede und jeder kommt reicher wieder.“

Ansgar Käter

Auch das Projekt Bahnhofsmision wird weitergehen: „Man braucht schon eine gewisse Zeit, um sich dort einzufinden und von einem Beobachter zu einem Mitmacher zu werden. Deswegen werden wir die Kollegen auch in Zukunft jeweils eine ganze Woche dafür freistellen“, sagt der Vorstandsvorsitzende. Das Engagement will er zudem noch ausweiten. „Ich finde die Erfahrungen, die man dort macht, auch für berufserfahrene Kollegen, die im Job für Mitarbeiter Verantwortung übernehmen sollen, sehr wichtig. Deswegen kann ich mir gut vorstellen, dass wir in Zukunft auch über die Azubi-Ebene hinausgehen und jüngere Führungskräfte mit einbinden.“

VerbundVolksbank OWL eG

Bilanzsumme	6,3 Milliarden Euro
Kunden	229.000
Mitglieder	115.200
Standorte	93
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	971

Stand: 31.12.2018

79



Oben: Elisabeth Elija
Unten: Ansgar Käter (links), Sabine Bergmaier (rechts)



Interview

„Power to the people!“

Wie beeinflusst die Digitalisierung das gesellschaftliche Engagement? Wie kann die Digitalisierung dieses befördern? Welche Gefahren lauern dabei am Wegesrand? Und: Ist die Vernetzung vieler Einzelner im Internet, um gemeinsam etwas Gewichtiges zu schaffen, nicht eigentlich ein zutiefst genossenschaftlicher Ansatz?



Johnny Haeusler: „Generell bin ich ein Anhänger der Idee des Zusammenschlusses vieler Kleiner für etwas Größeres.“

82

Wir sprachen mit Johnny Haeusler, dem Mitbegründer der re:publica, Europas größter Konferenz zum Thema Digitalisierung und Gesellschaft, über Chancen, Aussichten und Grenzen des digitalen Miteinanders.

Als Mitbegründer der re:publica bringen Sie Tausende Menschen zusammen. Die Teilnehmerzahlen wachsen von Jahr zu Jahr. Dürstet die digital vernetzte Gesellschaft nach echter Zusammenkunft?

Einer meiner Lieblingsmusiker, der 2002 viel zu früh verstorbene Joe Strummer von The Clash, prägte den Satz „Without people, you’re nothing“ – ohne Menschen sind wir nichts. Und das gilt ja auch für Technologien: Ohne Menschen sind sie wertlos. Es braucht dabei nicht nur Menschen, die Technologien nutzen. Sondern es braucht Menschen, die Technologien einen Sinn verleihen. Zudem bedeuten virtuelle Welten nun einmal die Abwesenheit von allem Körperlichen. Kommunikation im Netz ist unvollständig. Es fehlen Mimik und Gestik. Das wird bei Onlinedebatten oft vergessen. Spätestens aber bei einer re:publica werden wir daran erinnert, wie wichtig das Körperliche in der Kommunikation ist.

Ganz bewusst spielen auf der re:publica gesellschaftliche Themen eine herausgehobene Stellung. Wie wichtig ist der Transfer von der virtuellen Welt hin zu konkreten gesellschaftlichen Belangen?

Für mich ist dies das Herz der re:publica. Es ist der Grund, warum ich diese Konferenz mitgegründet habe. Ich bin kein Akademiker, ich stamme aus einer Arbeiterfamilie, meine Eltern hatten und haben nicht einmal einen Schulabschluss. Aber sie waren immer politisch interessiert. Beide

83

Elternteile haben mich zu Anstand, Freundlichkeit und dem konstanten Bemühen um Gerechtigkeit erzogen, aber auch zu einem gewissen Misstrauen gegenüber jeder Form von Autorität. Schon sehr früh hat mich die große Frage bewegt: Wie kann eine für alle gerechte Welt aussehen? In was für einer Welt möchten wir leben? Für mich ist die re:publica auch die Suche nach Antworten auf diese Fragen.

Nicht erst das Internet hat uns doch gelehrt: Alles hängt miteinander zusammen. Nichts ist einseitig. Die Annehmlichkeiten der digitalen Kommunikation bedeuten auf der anderen Seite mehr Überwachungs- und Kontrollmöglichkeiten. Die großartigen Chancen für die Menschheit durch Big Data und künstliche Intelligenz können auch in einem Desaster münden, wenn wir nicht frühzeitig gemeinsam Regeln für die Nutzung aufstellen.

Wir befinden uns da gerade in einer wirklich wichtigen Phase der Digitalisierung. Denn: Künstliche Intelligenzen müssen zunächst mit Daten gefüttert werden, um dann rechnen und lernen zu können. Dies können wir noch steuern. Das spätere Lernen der Maschinen und vor allem die Schlüsse und Entscheidungen dann aber kaum noch.

Die re:publica erfüllt hier mehrere Funktionen: Sie vermittelt Wissen, Erkenntnisse und Meinungen. Zugleich bietet sie ein Forum für die Diskussionen darum.

Dennoch verharret das Engagement vieler Nutzer etwa in den Kommentarspalten sozialer Netzwerke. Wie kann es gelingen, dass der Austausch kein Selbstzweck ist, sondern auch gesellschaftlichen Nutzen stiftet?

Nach einigen pessimistischen Jahren, ausgelöst durch den Aufstieg rechtsextremer Parteien und ihren Missbrauch digitaler Kommunikationsstrukturen, bin ich wieder hoffnungsvoller. Nach einer gewissen Schockstarre derer, die die Demokratie für unangreifbar gehalten haben, ahne ich eine Trendwende hin zum konstruktiven Aktivismus. Das sehen wir bei #Fridays4Future und der Urheberrechtsdebatte, die ihren Drive vor allem durch junge YouTube-Kanäle erlangt hat, aber auch durch die Großdemonstrationen aller Generationen, die unter dem Motto #unteilbar stattgefunden haben.

84

Ich glaube, die große Mehrheit der hier lebenden Menschen will keine Politik, die auf Ausgrenzung, Feindseligkeit oder allein auf der Basis der wirtschaftlichen Interessen von Konzernen beruht. Sie will Antworten auf wichtige Fragen und konkretes Handeln in Bezug auf die drängenden, weltweiten gesellschaftlichen Herausforderungen etwa in Sachen Klimakatastrophe. Und sie äußern ihre Anliegen immer lauter, auch online, indem sie sich einmischen oder widersprechen bei Unsinn, der verbreitet wird. Dabei entsteht ein Sogeffekt: Wenn ich spüre, dass ich nicht alleine bin, fällt es mir leichter, mich zu engagieren. Ich habe auch das Gefühl, dass sich immer mehr Menschen gegen hasserfüllte oder manipulierende Onlineäußerungen stellen – im Moment ist das nur ein Gefühl. Aber es ist ein gutes.

2017 lautete das Motto der re:publica „Love Out Loud“. Das hat uns gut gefallen. Sollte dies nicht auch als zeitloser Appell verstanden werden, mehr füreinander und weniger gegeneinander im Netz zu agieren?

Das sollte es und das kann es auch gerne, denn es schadet niemandem. Aber wir wissen natürlich auch alle, spätestens seit der Hippie-Bewegung der 60er Jahre, dass es nicht genügt, „Liebe und Frieden“ auszurufen.

Der Kampf gegen das Gegeneinander kann nicht allein mit dem Wunsch nach mehr Liebe und Verständnis gewonnen werden – vorhanden sein sollte er dennoch –, sondern mit gelebter Solidarität. Und zwar auch mit vorgelebter, durch Eltern, Lehrkräfte, Sportlerinnen und Sportler, Politik und Medien.

Begriffe wie „Solidarität“ oder „Solidaritätsprinzip“ hört man in der politischen Landschaft seit längerer Zeit leider eher selten. Es gibt junge Leute, denen man diese Prinzipien völlig neu erklären muss.

Ein neues Format innerhalb der re:publica war in diesem Jahr die speziell an Teenager adressierte Konferenz TINCON – teenageinternetnetwork convention. Warum wählen Sie für die junge Zielgruppe der 13- bis 21-Jährigen diese gesonderte Form der Ansprache?

Nachdem meine Frau Tanja Haeusler und ich mit unserem Elternratgeber „Netzgemüse“ zwischen 2013 und 2014 auf Lesereisen hauptsächlich vor Erwachsenen gesprochen haben, denen wir die Onlinewelten ihrer Kinder nahebringen wollten, wurde uns klar, dass wir die Geschichte von der

85

falschen Seite angehen. Viele Erwachsene waren oft voller Sorge, forderten Verbote für bestimmte Bereiche des Internets und dachten, damit wären alle Herausforderungen erledigt. Währenddessen aber wuchs eine ganze Generation in einer digitalen Welt auf, in der ihnen niemand zur Seite stand. Sowohl Schulen als auch Eltern waren überfordert. Gleichzeitig wuchs in der digitalen Jugendkultur so viel Tolles, Irres, Kreatives heran, das unserer Meinung nach mehr Öffentlichkeit verdient hatte.

Also dachten wir, es wäre eine gute Idee, den Jugendlichen selbst ein Forum zu geben und ihnen zu mehr Aufmerksamkeit zu verhelfen. Wir wollten einen Ort kreieren, an dem die junge Generation einerseits aus erster Hand vom Wissen anderer profitieren, andererseits aber auch selbst ihre digitale Kultur feiern und diskutieren kann. Damit war die Idee einer Art „re:publica für Teenager“ geboren.

Genossenschaften wie die Volksbanken und Raiffeisenbanken sind ja vor über 160 Jahren so entstanden, dass viele kleine Handwerker sich zusammengeschlossen haben, weil sie sich alleine nicht mehr zu helfen wussten und um gemeinsam Größeres zu schaffen. In der digitalen Welt nennt man dies heute Crowdfunding. Sind Crowdfunding-Plattformen die Genossenschaften von morgen?

Das Internet und digitale Werkzeuge machen solche Zusammenschlüsse heutzutage natürlich wesentlich leichter als noch vor 160 Jahren! Echte Genossenschaften im juristischen Sinne lassen sich ja noch nicht via Crowdfunding gründen. Crowdinvesting ist aber sicher ein erster Schritt in diese Richtung. Es gibt aber ja auch so viele tolle Beispiele für großartige Crowdfunding-Projekte. Dennoch gebe ich zu, dass ich die Entwicklung manchmal etwas skeptisch betrachte. Denn häufig wird Crowdfunding auch als Ersatz für zinslose Darlehen für die Produktentwicklung genutzt. Ein Produkt wird angekündigt, Käuferinnen und Käufer zahlen im Voraus noch vor der Herstellung und sollen nach der Produktion als Erste beliefert werden. In der Praxis kommt es dabei nicht selten zu teilweise jahrelangen Verschiebungen bei der Auslieferung oder gar zur völligen Einstellung der Aktion ohne das versprochene Produkt.

Generell bin ich aber Anhänger der Idee „Zusammenschluss vieler Kleiner für etwas Größeres“. „Power to the people“, um es mit einem weiteren musikalischen Zitat zu sagen.

Bürgerstiftungen

Viele für viele: Der Titel des BVR-Engagementberichts könnte auch ein Motto für Bürgerstiftungen sein. Denn: Auch hier gibt es nicht den einzelnen mächtigen Stifter, sondern eine Vielzahl von Unterstützern. Anders als bei klassischen Stiftungen sammeln Bürgerstiftungen ihr Stiftungskapital von vielen einzelnen Zustiftern ein. Bürger treten hierbei für Bürger ein, stiften das, was sie zustiften können, und schaffen so gemeinsam einen Mehrwert, von dem die Regionen nachhaltig profitieren. Bürgerstiftungen sind Stiftungen zum Mitmachen – für Einzelpersonen, aber auch für Unternehmen.

Die Organisationsstruktur von Bürgerstiftungen passt so gut zum genossenschaftlichen Modell, dass es auch hier wenig verwunderlich ist, dass viele Genossenschaftsbanken schon sehr früh damit begonnen haben, Bürgerstiftungen zu gründen und zu fördern. Mittlerweile betreiben viele sie bereits seit über 15 Jahren.

Von den insgesamt 410 Bürgerstiftungen in Deutschland werden 352 von Genossenschaftsbanken, Unternehmen und Verbänden der genossenschaftlichen FinanzGruppe unterstützt. Die Engagementquote liegt bei 86 Prozent. Das heißt: Mehr als vier von fünf Bürgerstiftungen profitieren vom

87

Engagement ihrer örtlichen Genossenschaftsbank. Kreditgenossenschaften sind Gründungstifter bei 220 Bürgerstiftungen, also bei mehr als der Hälfte aller Bürgerstiftungen in Deutschland.

Über dieses Engagement hinaus unterstützen sie Projekte in unterschiedlichen Feldern, etwa für die Integration von Zuwanderern, die Verbesserung der Arbeitsmarktchancen von Jugendlichen, die Förderung von Lernen und Bildung und vieles andere mehr.

So auch die Volksbank eG, Waltrop (Seite 88), mit ihrer Bürgerstiftung EmscherLippe-Land, die es sich zum Ziel gesetzt hat, das soziale Engagement und den Gemeinschaftssinn der Bürger zu fördern, und dabei ihren Schwerpunkt auf die Jugendarbeit legt. Insgesamt zehn Partnerstiftungen engagieren sich dort bereits mit unterschiedlichen Förderschwerpunkten für die Belange ihrer Region.

Ebenso eindrucksvoll wirkt die Bürgerstiftung Biberach (Seite 94) in ihre Region hinein. Bereits 2005 wurde sie auf Initiative der Volksbank Biberach gegründet. Seither agiert sie als Dachstiftung für andere und führt zugleich seit Jahren auch erfolgreich eigene Projekte durch.

„Wir pflanzen etwas ein, das wächst, starke Wurzeln bekommt und Früchte trägt.“

Die Volksbank eG, Waltrop, hat eine Bürgerstiftung gegründet, um nachhaltig Projekte in der Region fördern zu können. Im Interview erläutert Vorstandssprecher Ludger Suttmeier, wie das funktioniert, und spricht über Motive, Erfahrungen, Strukturen. Unter dem Dach der Stiftung sind mittlerweile zehn Partnerstiftungen angesiedelt. Hedwig Schreckenbergh und Alexander Zeretzke erzählen, warum sie sich dafür entschieden haben, ihr soziales Engagement in dieser Form auszuüben, und wie bereichernd dies für sie persönlich und insbesondere für die Empfänger der Hilfe ist.

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOONTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	86
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	113

11	BÜRGERSTIFTUNGEN	86
13	„WIR PFLANZEN ETWAS EIN ...“	88
43	WURZELN, DIE WIRKEN	94
46		
66		
66		
86		
113		

89



Ludger Suttmeier: „Die Weisheit, dass Ruhe die erste Bürgerpflicht ist, würde ich abwandeln. Für mich gehört das Engagement in diesen Rang.“

Heti Schreckenberg: „Der beste Weg aus der Armut ist der Schulweg.“



90

Herr Suttmeyer, was bedeutet Engagement für Sie?

Ludger Suttmeyer: Die Weisheit, dass Ruhe die erste Bürgerpflicht ist, würde ich abwandeln. Für mich gehört das Engagement in diesen Rang: Jeder ist verpflichtet, sich für die Gesellschaft einzusetzen. Ich bin stolz darauf, bei einer Bank zu arbeiten, die im Genossenschaftsrecht verankert ist. Schon der Urvater der Genossenschaftsbanken, Friedrich Wilhelm Raiffeisen, hat gesagt: Viele schaffen gemeinsam mehr. Mit diesem Grundgedanken kann man wirklich viel bewirken.

Wie setzen Sie das im Alltag um?

Suttmeyer: Als sich unsere Bürgerstiftung gründete, spielte – wie so häufig im Leben – auch der Zufall eine Rolle. Als ich im Jahr 2003 zur Volksbank Waltrop kam, habe ich meine Erfahrungen von meinem früheren Arbeitgeber in die gerade von meinem Vorstandskollegen initiierte Diskussion eingebracht. Wir haben darauf aufbauend mit Hilfe der Aktiven Bürgerschaft, deren Schirmherr ja der BVR ist, im Jahr 2005 die Bürgerstiftung EmscherLippe-Land aus der Taufe gehoben. Die Unterstützung war sehr wichtig, weil Stiftungen rechtlich ja erst einmal nicht einfach sind. Das Zusammengehörigkeitsgefühl der fünf Städte in unserem Geschäftsgebiet – Waltrop, Castrop-Rauxel, Datteln, Lünen und Oer-Erkenschwick – haben wir dadurch verstärkt, indem wir aus diesen Gebieten jeweils zwei Menschen angesprochen haben, die im Vorstand oder im Stiftungskuratorium aktiv sind.

Sie haben mittlerweile zehn Partnerstiftungen. Wie kam es dazu?

Suttmeyer: Der Stiftungszweck in unserer Satzung ist zwar sehr breit, wir waren uns aber immer klar darüber, dass wir ihn nie alleine erfüllen können. Gleichzeitig wussten wir, dass es eine Vielzahl von anderen Engagierten gibt, die sich einen ganz speziellen Förderzweck vorstellen können. Wir haben deswegen schon ganz zu Beginn das Instrument der Partnerstiftungen eingeführt, die jeder gründen kann: Privatleute, Unternehmer oder auch Gemeinschaften. Bereits Ende Dezember 2005 hat sich mit der Carl Beermann Stiftung die erste Partnerstiftung gegründet.

Frau Schreckenber, Sie führen eine dieser Partnerstiftungen, die Willi & Heti Schreckenberg Stiftung. Warum engagieren Sie sich auf diese Weise?

Heti Schreckenber: Das ist eine lange Geschichte (lacht). Ich bin Anästhesieschwester und habe über die Rotarier Lüdinghausen eine Initiative für Peru kennengelernt. Es ging darum, Kindern mit Lippen-Kiefer-Gaumenspalten zu operieren. Wir sind in unserem Urlaub im Jahr 2003 mit vier Ärzten und drei Krankenschwestern für zehn Tage nach Pisco in Peru gereist und haben Medikamente und Geräte mitgenommen, die wir entweder gekauft haben oder über Spenden finanzieren konnten. Dort haben wir 70 bis 80 Kinder aus der ganzen Region – auch viele hoch aus den Anden – operiert. Die meisten der kleinen Patienten konnten am nächsten Tag nach Hause gehen. Dieses Gefühl, etwas beizutragen, um die Not dieser Menschen zu verringern, war überwältigend. Die Kinder konnten danach wieder sprechen, essen und wurden nicht mehr versteckt.

Warum haben Sie dann eine Stiftung gegründet?

Schreckenber: Mein Mann ist beim ersten Mal mitgekommen, er wollte mich nicht alleine lassen. Er hat das Elend gesehen und war wie ich sehr nachdenklich geworden. Nach diesem Einsatz – es folgten noch sechs weitere – standen wir bei uns im Wohnzimmer, schauten nach draußen und haben darüber gesprochen. Dabei stellten wir fest, dass es uns sehr gut geht und wir doch teilen könnten mit denen, die wenig haben. Und so entstand die Idee einer Stiftung. Mein Mann erkrankte und starb bald darauf, sodass ich unseren Traum der Stiftung alleine verwirklichte.

Wie kamen Sie auf die Idee, eine Partnerstiftung zu gründen?

Schreckenber: Ich hatte 2008 von dem Konzept gehört und bin dann einfach zur Bank gegangen. Ich merkte die Aufbruchstimmung und habe mich mitreißen lassen. Als ich aus Waltrop herausfuhr, war ich so begeistert, dass ich glatt zu schnell gefahren bin und ein Strafmandat über 10 Euro bekommen habe.

Suttmeyer: Für die Partnerstiftungen ist die Gründung eigentlich recht einfach. Alle Formalitäten regelt die Bürgerstiftung. Wir übernehmen die Verwaltungsarbeit, helfen bei den Finanzen, dem Rechenschaftsbericht und bei der Buchhaltung. Für die erfolgreiche Begleitung von mittlerweile zehn Partnerstiftungen, die insgesamt ein Stiftungsvermögen von 1,1 Millionen Euro halten, arbeiten Menschen auf 1,5 Stellen in der Bank.

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOONTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	86
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	113

11	BÜRGERSTIFTUNGEN	86
13	„WIR PFLANZEN ETWAS EIN ...“	88
43	WURZELN, DIE WIRKEN	94
46		
66		
86		
113		

91



Alexander Zeretzke: „Unser Geld verdienen wir auch mit den Schwächsten der Gesellschaft – und deswegen haben wir uns immer schon engagiert.“
„Wir im Revier“ lautet das verbindende Motto der Bürgerstiftung EmscherLippe-Land.



92

Apropos Geld: Wie finanzieren sich die Stiftungen?

Suttmeyer: Unsere Bürgerstiftung muss man sich vorstellen wie ein großes Sparsbuch. Wir haben am Anfang 50.000 Euro eingelegt. Jeder kann zustiften, sodass aus den Erträgen Projekte umgesetzt werden können. Mittlerweile haben wir ein Stiftungsvermögen von 933.000 Euro. Jeder, der mehr als 1.000 Euro gibt, wird zudem Stiftungspate – und für ihn wird in einem Kindergarten ein Obstbaum gepflanzt. Die Aktion verstehen wir auch als Symbol: Wir pflanzen etwas ein, das wächst, sich verfestigt, starke Wurzeln bekommt und Früchte trägt. Und genauso arbeitet unsere Bürgerstiftung in der Emscher-Lippe-Region.

Wie kommen Sie in Zeiten des Niedrigzinses auf Ihre operativen Mittel?

Suttmeyer: Es kommt oft vor, dass uns Menschen an besonderen Tagen wie Jubiläen, Geburtstagen oder auch Trauerfeiern bedenken. Wir haben aber auch dauerhafte Projekte wie unseren Adventskalender, von dem wir 5.000 Stück pro Jahr verkaufen. In den Kalendern sind 330 Gewinne versteckt, zum Beispiel Smartphones, Tablets, Reisen oder auch Theatergutscheine. Damit kommen wir auf einen Reinertrag von rund 15.000 Euro, den wir im ersten Quartal des Folgejahres dann an gemeinnützige Einrichtungen geben. Wir haben mit dieser und vielen anderen Aktionen sowie mit den Kapitalerträgen schon 480 Projekte mit rund 440.000 Euro gefördert.

Herr Zeretzke, auch Sie haben eine Partnerstiftung, die Zeretzke Stiftung, gegründet. Warum engagieren Sie sich?

Alexander Zeretzke: Wir führen ein privates Busunternehmen, mit dem wir für kommunale Verkehrsbetriebe fahren, aber auch den Schüler- oder Behindertenverkehr übernehmen. Unser Geld verdienen wir also auch mit den Schwächsten der Gesellschaft – und deswegen haben wir uns immer schon engagiert. Wir haben für kirchliche oder karitative Träger gespendet oder auch Fahrten zum Selbstkostenpreis angeboten.

Wie kam es zur Gründung der Zeretzke Stiftung?

Zeretzke: Das geht auf meinen Vater zurück, der immer Lotto gespielt hat. Er versprach, wenn er einmal einen großen Gewinn hätte, würde er eine Stiftung gründen. Im Jahr 2012 war das erfolgreichste Jahr der Firmengeschichte – und da sagte mein Vater, dass das vielleicht der Lottogewinn ist. Als Unternehmer

haben wir für so ein Engagement aber keine Zeit, wir haben 300 Angestellte und 150 Fahrzeuge. Auch juristisch kennen wir uns nicht aus und deswegen haben wir uns kompetente Partner gesucht. Mit der Volksbank in Waltrop arbeiten wir seit Jahrzehnten vertrauensvoll zusammen, da wussten wir, dass es passen würde.

Der Anlass für die Zeretzke Stiftung war also vor allem, das Geld für gute Zwecke einsetzen zu können?

Zeretzke: Ja, wir wollten aber auch eine Langfristigkeit erreichen. Es könnte ja sein, dass einmal Generationen kommen, die das nicht so sehen wie wir. Und denen wollten wir das Geld schon jetzt entziehen, damit es auf jeden Fall für etwas Gutes angelegt wird. Wir leben das Engagement zwar so vor und hoffen, dass unsere Kinder und Enkel das auch so sehen, aber durch die Stiftung ist das bestehende Vermögen auf jeden Fall für immer abgesichert.

Frau Schreckenber, gibt es Ihr Projekt in Peru auch noch heute?

Schreckenber: Leider nicht mehr. Die Ärzte sind genauso wie ich älter geworden. Aber da ein Teil der Stiftungsmittel immer für Peru gedacht ist, habe ich etwas Neues dort gesucht und gefunden. Es ist ein Kinderdorf hoch in den Anden, dort leben 80 junge Menschen, die Waisen sind oder misshandelt wurden. Sie können von der Geburt bis zum 18. Geburtstag dort bleiben und auch zur Schule gehen. Die Stiftung finanziert zwei peruanische Lehrer – dafür reichen 200 Euro im Monat. Der beste Weg aus der Armut ist der Schulweg.

Waren Sie selbst einmal dort?

Schreckenber: Ja, ich wollte sehen, wo das Geld hingehet. Ich habe die Lehrer kennengelernt und gesehen, dass die Kinder genauso Blödsinn im Unterricht machen wie bei uns. Sie sahen sehr glücklich aus. Die Stiftung engagiert sich auch hier in unserer Region. Seit 2010 unterstützen wir zum Beispiel die Kinder- und Jugendambulanz in Dattel, die nur durch Spenden finanziert wird. Dort übernehmen wir die Kosten für die Teilzeitsekretärin. Kinder sind das schwächste Glied in unserer Kette.

Wo kommt das Geld für diese Projekte her?

Schreckenber: Neben den Erträgen der Stiftung engagiere ich mich selbst, indem ich zum Beispiel eine

93

amerikanische Versteigerung organisiere, bei der ich Adventskränze unter die Menschen bringe, die Freunde und ich gebastelt haben.

Herr Zeretzke, welche Projekte unterstützen Sie?

Zeretzke: Unser Stiftungszweck ist weit gefasst, aber wir haben vor allem benachteiligte Kinder und Jugendliche im Fokus: Auch sie werden die Welt gestalten und dabei wollen wir ihnen ein wenig helfen. Wir finanzieren zum Beispiel regelmäßig die Kinderküche in der örtlichen Gemeinde mit, in der Ehrenämter Kindern bei den Hausaufgaben helfen und für Mittagessen sorgen. Außerdem helfen wir dem Frauenhaus in der Stadt. Wir fahren die Gruppe regelmäßig zum Beispiel kostenlos ins Phantasialand. Wenn Geld über ist, unterstützen wir auch ganz unterschiedlich, etwa mit einem Satz Bälle für die Fußball-Jugendmannschaft im Nachbarstadtteil.

Finden Sie, dass sich genug Menschen engagieren?

Zeretzke: Es gibt viele, die etwas machen wollen – und das müssten wir ihnen viel stärker erleichtern. Manche, so wie wir auch, wollen sich nicht so sehr in den Fokus stellen, da müssten mehr Möglichkeiten bestehen. Die Bürgerstiftung ist dabei ein sehr gutes Werkzeug: Wenn die Leute wüssten, wie einfach das mit der richtigen Unterstützung ist, würden wir viel mehr Engagement sehen.

Volksbank eG, Waltrop

Bilanzsumme	910 Millionen Euro
Kunden	54.134
Mitglieder	34.477
Geschäftsstellen	14
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	175

Stand: 31.12.2018

Wurzeln, die wirken

Vor knapp 15 Jahren initiierte die Volksbank Biberach die Gründung der Bürgerstiftung Biberach. Dort sollte es vor allem um die Förderung von Gemeinschaft, Zusammenhalt und Miteinander gehen. Im Alltag. Im Sport. In der Kultur. In der Natur. Fast schon von Anfang an setzt sich die Stiftung dabei für die Unterstützung und Bewirtschaftung einer eigens erworbenen Streuobstwiese ein. Sie führt Aktionen durch, fördert Projekte, schafft neue Lebens- und Erfahrungsräume für Kinder und Jugendliche. Ein Blick ins „Grüne Klassenzimmer“ zeigt schnell, welche reifen Früchte das Engagement hier hervorbringt. Das macht Geschmack auf mehr.



96



Oben: Kadeer (vorne) mit weiteren jungen Hobby-Imkern bei der Arbeit.
Unten: Die Königin und ihr Bienenvolk im kollektiven Einsatz.



97

Es dauert genau zwei Minuten – dann schwärmen die Kinder aus. Zwei Mädchen rennen vom Bulli in Richtung des kleinen Schuppens, in dem der Rasenmäher steht. Drei Jungs spazieren langsam, aber zielstrebig zum Teich. Einer trägt die Kiste mit der Imker-Kleidung Richtung Bienenstöcke. Ein weiterer zeigt auf das Gemüsebeet im hinteren Teil des Geländes und schreit: „Das müssen wir heute umgraben!“

L e r n e n , t o b e n , d u r c h p u s t e n

Lukas Krug schaut sich das Ganze an und lächelt. Er ist es gewohnt, dass die Kinder direkt loslegen. „Die haben alle richtig Lust, sich hier zu betätigen – und wenn sie mal Pause machen wollen, können sie das ebenfalls tun“, sagt der Lehrer der Mali-Gemeinschaftsschule aus Biberach, die hier, auf der weitläufigen Streuobstwiese, seit elf Jahren eine Arbeitsgemeinschaft im Rahmen des Ganztagsunterrichts für 10 bis 15 Kinder anbietet. „Wir machen wirklich super Erfahrungen“, sagt der Chemie-, Mathematik- und Technik-Lehrer, der die AG seit drei Jahren leitet. „Die Kinder lernen etwas über die Natur, toben sich aus, sind an der frischen Luft und helfen, dass die Wiese bewirtschaftet werden kann.“ Außerdem entsteht so eine starke Gemeinschaft, was für die Kinder, die alle nicht in Deutschland geboren sind, ebenfalls sehr wichtig ist.

„Ich könnte mir vorstellen, später selbst mal Imker zu werden und in meinem Garten auch Kartoffeln und Erdbeeren anzupflanzen.“

K a d e e r

P f l ü g e n , e r n t e n , m ä h e n

„Viele von ihnen kennen es von zu Hause nicht, dass man im Garten arbeiten kann – das können sie hier erfahren und damit auch ihren Horizont erweitern.“

Kadeer zum Beispiel kümmert sich heute gemeinsam mit seinem Lehrer um die Bienen. Der Zwölfjährige, der vor zwei Jahren mit seinen Eltern aus Afghanistan nach Deutschland gekommen ist, erzählt in fast perfektem Deutsch, wie viel Spaß ihm die Arbeit im Freien macht. „Ich könnte mir vorstellen, später selbst mal Imker zu werden und in meinem Garten auch Kartoffeln und Erdbeeren anzupflanzen.“ Auch Laurentiu, elf Jahre alt, packt überall mit an, wo es passt. Er pflügt zum Beispiel das Beet mit um, damit in der kommenden Woche auch Gemüse angepflanzt werden kann: „Radieschen oder Kartoffeln, die mag ich gerne!“ Und Hedi, ein Mädchen aus Syrien, verteidigt den Rasenmäher gegen die Jungs. „Das ist total toll, weil man so gut sehen kann, was man getan hat.“

S t i f t u n g s a r b e i t m i t T r a d i t i o n

Das „Klassenzimmer im Grünen“, so heißt das Projekt, wird von der Bürgerstiftung Biberach finanziert und begleitet, die wiederum im Jahr 2005 auf Initiative der Volksbank Biberach gegründet wurde. Die Stiftung startete übrigens mit einer ersten Hürde: „Wir wollten uns damals für die Bevölkerung und die Region engagieren und merkten, dass einige Bürger in der Stadt dieselbe Idee hatten“, sagt Gisela Eggensberger. Das Ganze ging aber gut aus, erklärt die Leiterin des Vorstandreferats der Volksbank Ulm-Biberach und Vorsitzende des Stiftungsvorstandes. „Wir haben uns einfach zusammegetan, was unsere Stiftung nur stärker gemacht hat.“

Die Bank verdoppelte in der Anfangsphase die Einlage eines jeden Privatstifters, bis insgesamt 200.000 Euro erreicht waren. Heute liegt das Stiftungsvermögen bei 1,3 Millionen Euro – und die Bank hat in jedem Jahr zwischen 20.000 und 25.000 Euro zugestiftet. Außerdem stellt sie die gesamte Infrastruktur und Organisation zur Verfügung. „Wir empfinden das Modell als so erfolgreich, dass wir im Jahr 2009 noch eine eigene Volksbank-Stiftung Ulm-Biberach ins Leben gerufen haben, unter deren Dach weitere Unter- und Treuhandstiftungen sowie Stiftungsfonds gegründet werden können.“

V i e l f ä l t i g e F ö r d e r s t r u k t u r

Jedes Jahr fördert die Bürgerstiftung unterschiedliche soziale, kulturelle oder sportliche Initiativen und Projekte, wie zum Beispiel das Evangelische Jugendwerk, den Kinderschutzbund, Kindergärten und Schulen oder das Netzwerk Burnout und Depression.

EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
VIELE FÜR VIELE
CROWDFUNDING
CORPORATE VOONTEERING
BÜRGERSTIFTUNGEN
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER

11 BÜRGERSTIFTUNGEN
13 „WIR PFLANZEN ETWAS EIN ...“
43 WURZELN, DIE WIRKEN
46
66
86
113

86
88
94

98



Oben: Eva-Maria Dünkel, Gisela Eggensberger und Hermann Hamma
Unten: Das Gelände ist nicht nur ein Paradies für die Schulgruppen, sondern auch für so manches seltene Lebewesen.



„Wir empfinden das Modell als so erfolgreich, dass wir noch eine eigene Volksbank-Stiftung Ulm-Biberach ins Leben gerufen haben.“

Gisela Eggenberger

Über sämtliche Förderungen entscheidet der Stiftungsrat, den Eva-Maria Dünkel leitet. Eines der wenigen dauerhaft unterstützten Projekte ist die Streuobstwiese, die aus einer Idee der promovierten Biologin entstand. Sie hatte sich schon länger für die aussterbenden Biotope interessiert, die für die Biodiversität, aber auch für das Klima so wichtig sind. „Mir war aber nicht klar, wie man so eine Wiese auf Dauer in Schuss halten kann. Wir kamen dann darauf, vielleicht mit Schulen zu kooperieren, damit nicht nur Natur- und Umweltschutz vorangetrieben werden, sondern auch das Wissen von Alt an Jung übergeben werden kann.“ Die Kinder sollten neben dem ökologischen Engagement auch lernen, wo zum Beispiel Obst und Gemüse herkommen oder wie frisch gepresster Apfelsaft schmeckt.

Projekt „Streuobstwiese“

Parallel setzte sich Eva-Maria Dünkel mit verschiedenen Schulen zusammen und suchte nach einer passenden Wiese. „Bei der Mali-Schule war sofort großes Interesse da, der Rektor fragte einige Lehrer und gleich zwei wollten eine AG im Rahmen der Ganztagsbetreuung gründen.“ Ein Grundstück zu finden gestaltete sich dagegen schwieriger. „Eine größere Streuobstwiese zu kaufen, konnten wir uns nicht leisten. In unserem Stiftungsrat saß aber der Geschäftsführer der Bruno-Frey-Stiftung, die aus dem Nachlass ihres Gründers über große Vermögenswerte verfügt.“ Dazu gehörte unter anderem eine Streuobstwiese, die der Bürgerstiftung Biberach unentgeltlich überlassen wurde.

Auf der Grundlage enger Verbindungen und großen Engagements ging es weiter. „Wir mussten zunächst einmal einige alte Bäume fällen, die auf einer solche Wiese nichts zu suchen haben, und danach die Obstbäume pflanzen, was sehr viel Aufwand ist“, erzählt Eva-Maria Dünkel. „Dafür sind wir eine weitere Kooperation eingegangen: Mit der Matthias-Erzberger-Schule, an der junge Menschen unter anderem eine Ausbildung im Bereich der Landwirtschaft absolvieren können“, ergänzt Gisela Eggenberger. Die Schüler haben die Bäume entfernt und mittlerweile 30 neue Apfel-, Zwetschgen-, Kirsch-, Birn-, Renekloden- und Mirabellenbäume gepflanzt. Zum ersten Ausbildungsjahr gehört zudem dazu, dass die Schüler den Baumschnitt übernehmen. „Sie kommen jedes Jahr kurz nach den Herbstferien und lernen dabei gleichzeitig, wie diese Arbeit geht.“ Daneben gibt es weitere Kooperationen mit dem Naturschutzbund Deutschland (NABU) oder mit den Pfadfindern aus Biberach, die zum Beispiel in einer 72-Stunden-Aktion einen Teich angelegt haben.

Erst die Arbeit, dann die Slideshow

Hier, direkt neben dem kleinen Gewässer sammeln sich die Kinder heute, um den Tag auf der Streuobstwiese zu beenden. Einige laufen schon zu den Autos – Eva-Maria Dünkel fährt jede Woche mit dem eigenen Bulli einen Teil der Gruppe zurück zur Schule –, andere verabschieden sich noch von Hermann Hama, der guten Seele des Projekts: Der 79-Jährige kümmert sich ehrenamtlich um die Wiese und übernimmt die schwereren Arbeiten. Max und Daniel allerdings wollen noch nicht zurück, sie haben noch etwas zu tun. Die Elfjährigen fotografieren heute ihre Mitschülerinnen und -schüler mit ihrem Smartphone bei der Arbeit. „Wir dokumentieren das alles, haben wir uns überlegt, und schneiden daraus eine Slideshow, die wir dann überall zeigen können.“ Ein weiterer Baustein, der die Nachhaltigkeit des Projektes nur bestärken kann.

Volksbank Ulm-Biberach eG

Bilanzsumme	2,76 Milliarden Euro
Kunden	120.000
Mitglieder	74.000
Geschäftsstellen	30
Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter	525

Stand: 31.12.2018





Hermann Hamma zeigt dem Nachwuchs, wie man den begehrten Rasenmäher mit ruhiger Hand führt.

Miteinander für das Miteinander

Die bundesweiten Wettbewerbe und Initiativen der Volksbanken und Raiffeisenbanken

Viele kleine Kräfte können Großes bewirken. Diese Erkenntnis ist den Instituten der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken natürlich nicht neu. Sie ist ihr Wesensmerkmal. Gemeinsame Sache zu machen ist für sie eine Selbstverständlichkeit. Denn: Zusammen ergibt sich oft viel mehr als die Summe der einzelnen Teile. Mit ihren großen Wettbewerben „jugend creativ“ (Seite 108) und „Sterne des Sports“ (Seite 116) setzen sich die Kreditgenossenschaften auf lokaler, regionaler, bundesweiter und sogar internationaler Ebene für die Förderung des kreativen Nachwuchses sowie für den Breitensport ein.

Mit der Unterstützung des Karlspreises (Seite 104) machen sie sich für die Idee Europa stark und verschaffen dieser Gehör. Sie setzen damit ein insbesondere in der heutigen Zeit sehr wichtiges Signal. Das Portal „Jugend und Finanzen“ (Seite 118) unterstützt Kinder, Jugendliche, Schulen und Eltern gezielt mit Infos und Materialien zur Finanzbildung, die schon in jungen Jahren so wichtig ist.

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	KARLSPREIS	104
13	50 JAHRE „JUGEND CREATIV“	108
43	„STERNE DES SPORTS“	116
46	„JUGEND UND FINANZEN“	118
66	AKTIVE BÜRGERSCHAFT	120
86		
102		

103

Die Stiftung Aktive Bürgerschaft (Seite 120) wiederum hat gemeinsam mit sehr vielen Genossenschaftsbanken Engagementstrukturen maßgeblich geprägt und deutschlandweit zahlreiche Bürgerstiftungen aus der Taufe gehoben, die nun bereits seit vielen Jahren in ihre jeweilige Region hineinwirken.

Alles zusammen: ganz schön großartig und sehr nah dran an dem, was die Genossenschaftsbanken bewegt und ausmacht.

www.bvr.de/engagement
www.finanzgruppe.de

104



Oben: Feierlicher Empfang: Der frisch gekürte Preisträger António Guterres auf großer Bühne in Aachen
Unten: Ein Bild, zwei Karlspreisträger: BVR-Präsidentin Marija Kolak mit Preisträger António Guterres (Mitte) und mit dem britischen Wissenschaftler Timothy Garton Ash, Gewinner der Karlspreis-Medaille 2017.



EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	86
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	102

11	KARLSPREIS	104
13	50 JAHRE „JUGEND CREATIV“	108
43	„STERNE DES SPORTS“	116
46	„JUGEND UND FINANZEN“	118
66	AKTIVE BÜRGERSCHAFT	120

105

Internationaler
Karlspreis zu Aachen

Für Europa

Der Generalsekretär der Vereinten Nationen, António Guterres erhielt im Mai dieses Jahres den Internationalen Karlspreis zu Aachen. Die Jury würdigt damit insbesondere den Einsatz des portugiesischen Politikers für eine Neubelebung und Festigung der multilateralen Zusammenarbeit auf der Grundlage der Werte und Ziele der Europäischen Union und der Vereinten Nationen (UN). Hauptsponsor der Stiftung Internationaler Karlspreis sind die Volksbanken und Raiffeisenbanken. Mit diesem Engagement bekennen sie sich klar zur Europäischen Union (EU) und setzen sich damit aktiv für das europäische Wertemodell ein.

„Alles, wonach wir als menschliche Gemeinschaft streben – Würde, Hoffnung, Fortschritt und Wohlstand –, ist abhängig vom Frieden. Aber der Frieden ist abhängig von uns.“

Diese Aussage war eine der zentralen Botschaften von António Guterres in seiner Antrittsrede bei der UN am 1. Januar 2017. Solidarität und Mitgefühl im Alltag sowie Dialog und Respekt über politische Gräben hinweg seien wichtig und für den europäischen Zusammenhalt essentiell, bekräftigte der Portugiese.

„Politischen Populismus, Rassismus, Fremdenfeindlichkeit und radikalen Extremismus benennen und besiegen – dafür habe ich mein Leben lang gestanden“, hob Guterres bereits in seiner Bewerbung als Generalsekretär der Vereinten Nationen hervor. Er steht für ein offenes, grenzüberschreitend agierendes, starkes Europa. Immer geht es ihm darum, gemeinsame europäische Antworten auf die Probleme und Fragen der Zeit zu finden und zu formulieren.

Für Pluralismus, Toleranz und Dialog

António Guterres sei ein herausragender Streiter für das europäische Gesellschaftsmodell, für Pluralismus, Toleranz und Dialog, für offene und solidarische Gesellschaften, für eine Stärkung und Festi-

gung der multilateralen Zusammenarbeit und für eine Staatengemeinschaft, die den existenziellen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts wirksam begegnet, hob das Direktorium der Gesellschaft für die Verleihung des Internationalen Karlspreises zu Aachen in seiner Begründung hervor.

Die Preisverleihung solle auch eine Ermutigung für die Menschen sein, die Europas Rolle in der Welt im Einsatz für Frieden, Verständigung, für sozialen und territorialen Zusammenhalt der Völker, für das Wohlergehen der Menschen stärken wollen.

Bekennnis zu Europa

Dieser Anspruch passt wiederum sehr gut zum Selbstverständnis der Genossenschaftsbanken in Deutschland. Für die subsidiär gefasste Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken ist die jährliche Unterstützung des Karlspreises ein Bekenntnis zu einem vitalen wie auch vielseitigen Europa. Kluge Kooperationen, klar abgestimmte Spielregeln, aber auch individuelle Gestaltungsspielräume sind die zentralen Erfolgsfaktoren vielseitiger Gemeinschaften – so auch für Europa. Diese gilt es zu schützen und zu bewahren.

Projekt Zukunft: Reformen wagen

Der gesamte Vorstand des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) überbrachte António Guterres die Glückwünsche der genossenschaftlichen FinanzGruppe. Im Vorfeld der Preisverleihung sprach sich BVR-Vorstandsmitglied Gerhard Hofmann beim Karlspreis-Europa-Forum nachdrücklich dafür aus, die EU durch weitere konsequente Reformen im technologischen, wirtschaftlichen und politischen Wettbewerb sowie gegenüber anderen Regionen der Welt gut zu positionieren.

Dies bedeute aber auch, bereits getroffene Maßnahmen etwa im Bereich der Bankenregulierung zu bewerten, kritisch zu prüfen und gegebenenfalls zu modifizieren. „Die EU-Kommission könnte viel Gutes bewirken, wenn sie im Interesse der Volkswirtschaften der EU einen umfassenden Review der Regulierung unternehmen würde.“ Gute Regulierung müsse effizient sein und Proportionalität im Hinblick auf Risiken, Größe und Komplexität gewährleisten, machte Hofmann deutlich.

www.karlspreis.de

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	KARLSPREIS	104
13	50 JAHRE „JUGEND CREATIV“	108
43	„STERNE DES SPORTS“	116
46	„JUGEND UND FINANZEN“	118
66	AKTIVE BÜRGERSCHAFT	120
86		
102		

106



Oben: BVR-Präsidentin Marija Kolak gemeinsam mit BVR-Vorstand Dr. Andreas Martin und Ralf Barkey (links), Vorstandsvorsitzender des Genossenschaftsverbands – Verband der Regionen
 Unten: Karlspreis-Europa-Forum: BVR-Vorstand Gerhard Hofmann mit der Vizepräsidentin von Banque de France, Sylvie Goulard, der CDU-Vorsitzenden Annegret Kramp-Karrenbauer und Moderator Udo van Kampen (von rechts)

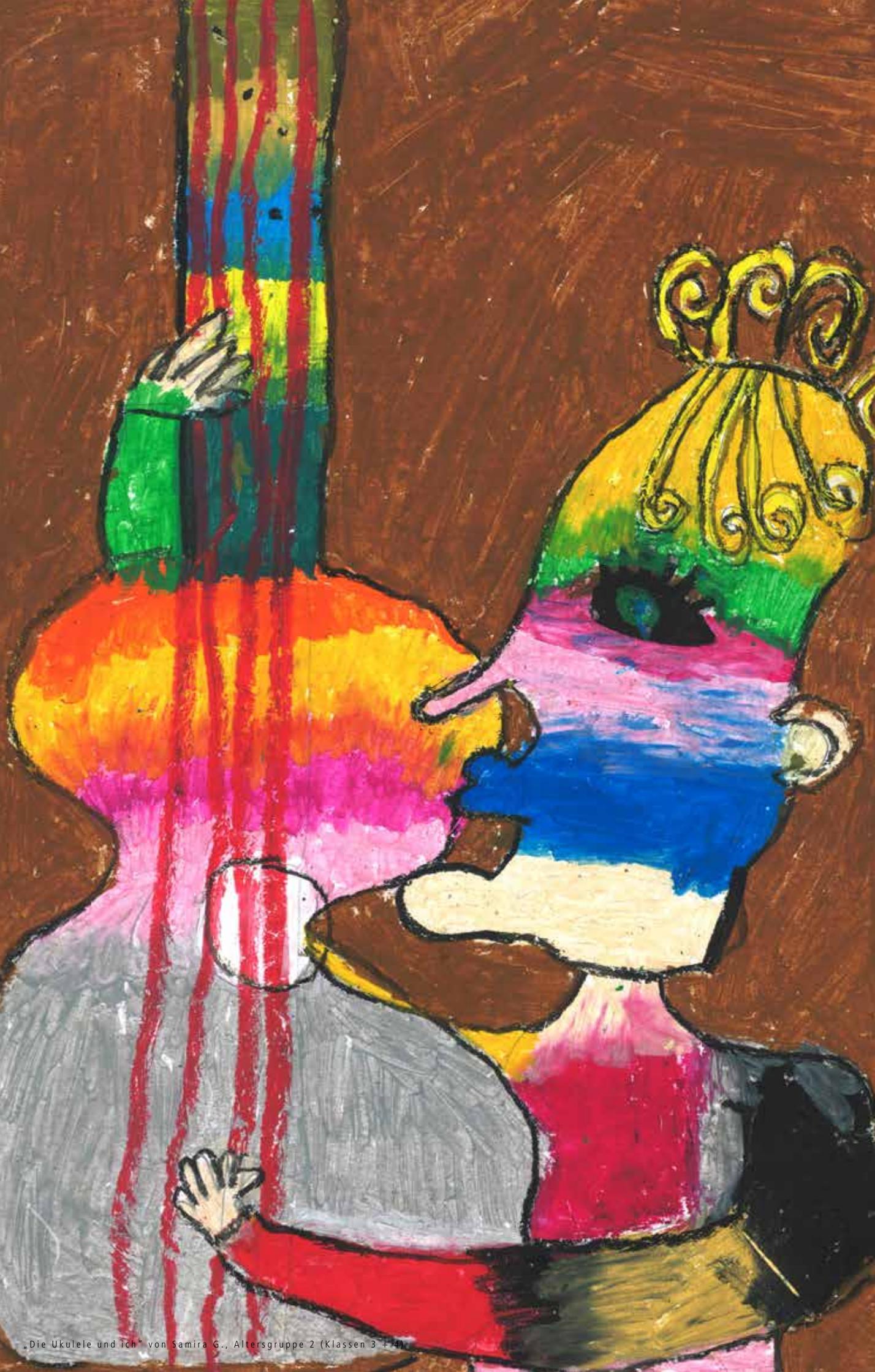


107



Links oben: Dalia Grybauskaitė, Präsidentin der Republik Litauen und Karlspreisträgerin 2013 (links), zusammen mit BVR-Präsidentin Marija Kolak und Nikola Eterovic, Apostolischer Nuntius in Deutschland. Rechts oben: Der amtierende Premierminister Portugals, António Costa, zusammen mit BVR-Präsidentin Marija Kolak.
Unten: Der große Moment: António Guterres erhält die Karlspreis-Medaille aus den Händen des Sprechers des Karlspreis-Direktoriums Dr. Jürgen Linden (links) und des amtierenden Aachener Oberbürgermeisters Marcel Philipp.





109

50 Jahre „jugend creativ“

Klarer Fall: Glücksfall

Vom ganz großen Glück ist immer die Rede, wenn zwei Menschen goldene Hochzeit feiern. 50 Jahre, unverrückbar zusammen: Das steht für eine besondere Beziehung. Umso besonderer, wenn Paare dann immer noch so strahlen, als wäre ihr Glück ganz frisch und erst zwei Jahre jung.

Auch der internationale Kreativwettbewerb der Volksbanken und Raiffeisenbanken „jugend creativ“ wird in diesem Jahr – mit dem Start der Wettbewerbsrunde 2019/2020 – 50. Chapeau! Seit 50 Jahren sind die Volksbanken und Raiffeisenbanken den Schulen in ihrer Region ein verlässlicher Partner für die künstlerisch-kreative Entwicklung und Förderung von Kindern und Jugendlichen in allen Altersstufen. Was für eine Leistung! Was für eine lange Zeit! Ganz ehrlich, man sieht dem Wettbewerb das hohe Alter nicht an. Ganz im Gegenteil: Frisch, modern, immer wieder aufs Neue zeitgemäß präsentiert er sich. Und: immer nah dran an den Themen der Zeit.

So verwundert es nicht, dass „jugend creativ“ passend zum Jubiläum das Thema „Glück“ als zentrales Thema gewählt hat. In der Tat: Sowohl die Schulen, Schüler und Lehrer als auch die Genossenschaftsbanken in Deutschland können sich glücklich schätzen, so eine starke Kooperation vor einem halben Jahrhundert aus der Taufe gehoben zu haben. „jugend creativ“ – ehemals auch „der Malwettbewerb der Volksbanken und Raiffeisenbanken“ – verbindet mittlerweile Lehrer-, Eltern- und Schülergenerationen und schafft es stets, Kinder und Jugendliche zu motivieren, sich kreativ, aber auch kritisch mit aktuellen Themen und Herausforderungen zu befassen und sich künstlerisch damit auseinanderzusetzen.

Über 90 Millionen

Die jährlichen Teilnehmerzahlen sind stets ein Anlass zur Freude und Grund genug, stolz zu sein. Seit Bestehen des Wettbewerbs, also seit 1970, haben international mehr als 90 Millionen Kinder und Jugendliche am Wettbewerb teilgenommen. Damit ist „jugend creativ“ über die Jahre zum weltweit größten Jugendwettbewerb seiner Art geworden und

durfte sich bereits über einen Eintrag ins „Guinness Buch der Rekorde“ freuen. Eine große Besonderheit ist hierbei ganz gewiss die Internationalität des Wettbewerbs. Jahr für Jahr widmen sich nicht nur Hunderttausende Kinder und Jugendliche in Deutschland den kreativen Aufgaben, sondern auch in Frankreich, Österreich, Finnland, der Schweiz, Italien (Südtirol) und Luxemburg. Unterstützt werden sie auch dort natürlich von ihren Genossenschaftsbanken.

Zum großen und langjährigen Erfolg von „jugend creativ“ haben dabei natürlich die vielen Lehrerinnen und Lehrer beigetragen, die sich Jahr für Jahr für den Wettbewerb engagieren. Sie schätzen ihn als pädagogisch wertvolle, nichtwerbliche Initiative. Viele sind gleich mehrfach, als ehemalige Teilnehmer und als pädagogische Betreuer, mit dem Wettbewerb verbunden. Ihnen ist es zu verdanken, dass „jugend creativ“ so erfolgreich geworden ist – und natürlich den vielen Genossenschaftsbanken und ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern.

Jahr für Jahr beteiligen sich viele Volksbanken und Raiffeisenbanken mit guten Ideen und viel Energie an der Durchführung des Wettbewerbs. Regional führen die genossenschaftlichen Regionalverbände den Wettbewerb fort. Durch diese Struktur ist „jugend creativ“ ein Wettbewerb, der die jungen Teilnehmer da abholt, wo Kreativität entsteht: in der aktiven Auseinandersetzung mit dem persönlichen Lern- und Lebensumfeld. Von dort aus besteht für alle die Möglichkeit, lokal, regional, deutschlandweit oder auch international die Blicke auf sich zu ziehen.

2018/2019: „Musik bewegt“

Rund 486.000 Beiträge wurden deutschlandweit in der 49. Runde von „jugend creativ“ eingereicht, darunter knapp 329.000 Bilder, 225 Filme und rund 157.000 Quizlösungen. „Musik bewegt“ lautete dabei das Motto.

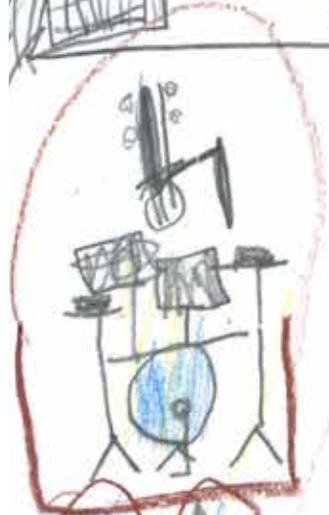
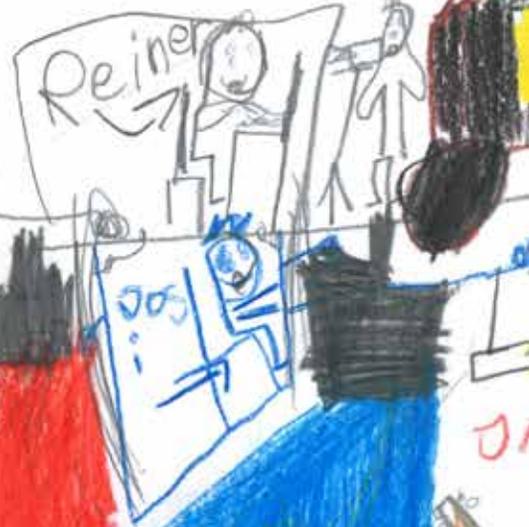
Alle Bundessieger verbrachten im Sommer 2019 eine Woche in der Bundespreisträgerakademie von „jugend creativ“ an der Internationalen Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg. Dort konnten die rund 70 Nachwuchs-Künstlerinnen und -Künstler sich unter Anleitung von Experten aus den Bereichen Musik, Kunst, Schauspiel, Film in verschiedenen Werkstätten ausprobieren und ihrer Kreativität freien Lauf lassen.

BENTWAGEN.



Die Feuer

JANNESU



rwehrBent.

BENT mit JOHANNONT LENAUNT LARA

UMKLAIDE

JOHANN



LARA

JANNES

JOREN

ANNES

ELIA

LENO

JOHANN

EM

ST
Mant

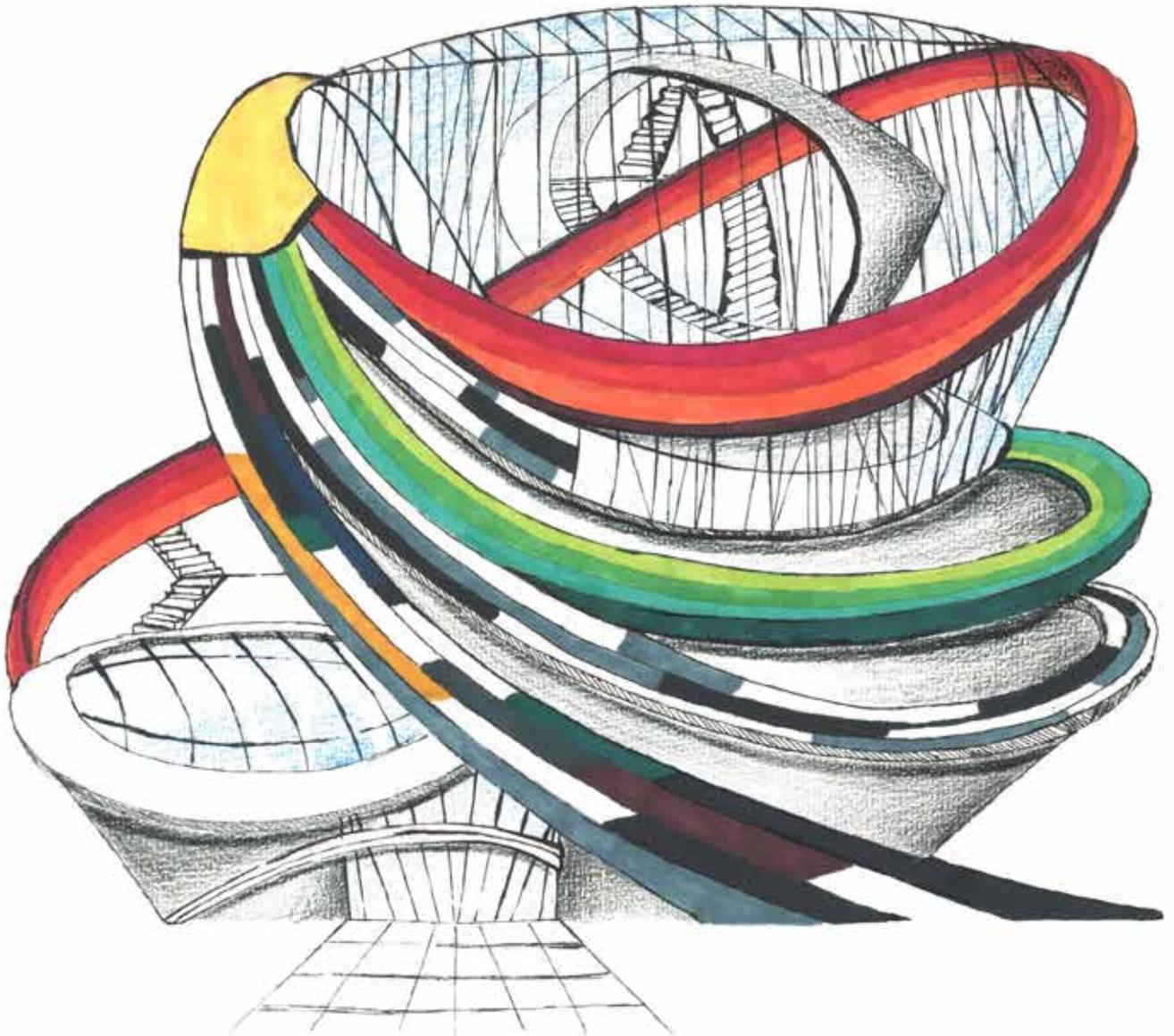
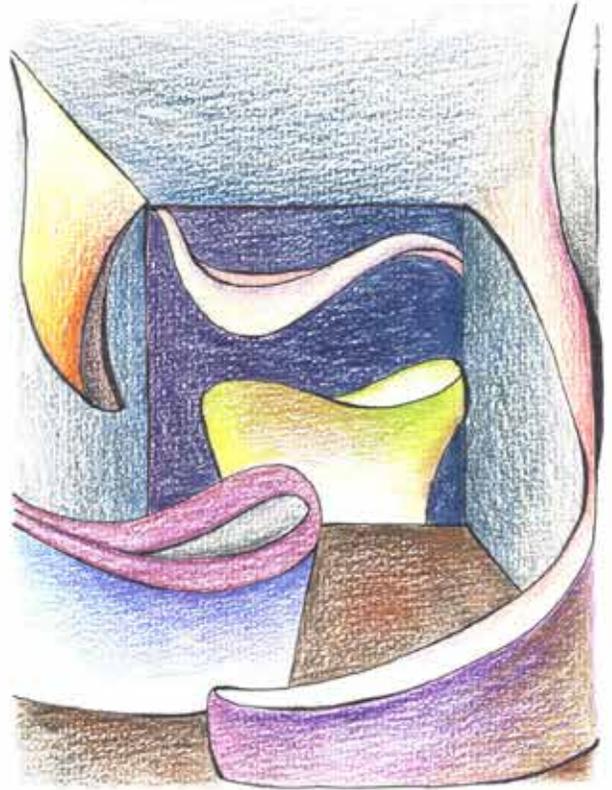
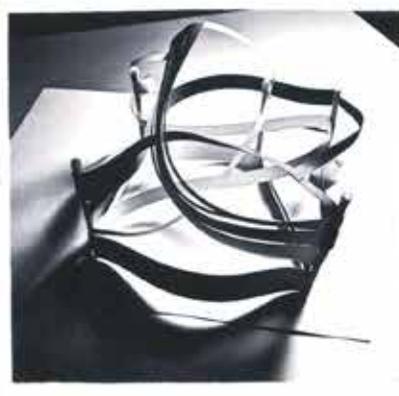
LENA

SCHDe
fan

KL
OK
W

Sim
fon

FERHIL
EL
C





„Bild (ohne Titel)“ von Veronika N., Altersgruppe 3 (Klassen 5 + 6)



EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	KARLSPREIS	104
13	50 JAHRE „JUGEND CREATIV“	108
43	„STERNE DES SPORTS“	116
46	„JUGEND UND FINANZEN“	118
66	AKTIVE BÜRGERSCHAFT	120
86		
102		

116



Oben: Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier mit BVR-Präsidentin Marija Kolak, Veronika Rücker (links), Vorstandsvorsitzende des DOSB, DOSB-Präsident Alfons Hörmann (2. von links) und Dr. Christian Brauckmann (rechts), Vorstand der DZ BANK
 Unten: BVR-Präsidentin Marija Kolak im Gespräch mit Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier



EDITORIAL	11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	13
VIELE FÜR VIELE	43
CROWDFUNDING	46
CORPORATE VOLUNTEERING	66
BÜRGERSTIFTUNGEN	86
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	102

KARLSPREIS	104
50 JAHRE „JUGEND CREATIV“	108
„STERNE DES SPORTS“	116
„JUGEND UND FINANZEN“	118
AKTIVE BÜRGERSCHAFT	120

„Sterne des Sports“

„Oscar des Breitensports“

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 Jahren schreiben die Volksbanken und Raiffeisenbanken den Wettbewerb gemeinsam mit dem DOSB aus. Dieser startet – unterstützt von den lokalen Genossenschaftsbanken – bei den Vereinen vor Ort. Durch die Prämierungen auf Orts-, Landes- und Bundesebene flossen den teilnehmenden Vereinen bisher rund 6 Millionen Euro zugunsten ihres gesellschaftlichen Engagements zu. Der besondere gesellschaftliche Nutzen lässt sich in Zahlen nicht ausdrücken. Denn: Die „Sterne des Sports“ sollen das Engagement in den Vereinen nicht nur auszeichnen, sondern auch fördern.

Knapp 1.200 Vereine beteiligt

Insgesamt beteiligten sich im Jahr 2018 bundesweit knapp 1.200 Sportvereine. Die Themen reichen dabei von Integrations- und Inklusionsmaßnahmen über Gesundheits-, Umwelt- und Klimaschutzprojekte bis hin zu gemeinschaftsstiftenden Angeboten für Kinder, Jugendliche, Familien und Senioren.

Den mit 10.000 Euro dotierten „Großen Stern des Sports“ 2018 in Gold erhielt der Turnverein 1848 Erlangen mit seiner Initiative „Rollator-Sport mit Fahrdienst für Hochbetagte“. Er begeistert damit Senioren für mehr Bewegung und ermöglicht ihnen regelmäßiges Sporttreiben. Unterstützt wird die Initiative von der VR-Bank Erlangen-Höchststadt-Herzogenaurach.

Bei der Abschlussveranstaltung Anfang dieses Jahres in Berlin konnten die Erlanger den Preis und die Glückwünsche von Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier persönlich entgegennehmen. Begleitet wurde er von BVR-Präsidentin Marija Kolak und DOSB-Präsident Alfons Hörmann.

Spezielles Sport- und Fahrangebot

Der Erlanger Turnverein 1848 reagiert mit seinem Angebot auf die Altersentwicklung im Verein. Mehr als 200 seiner Mitglieder sind 80 Jahre alt oder älter. Für Mitglieder, die ihren Alltag mit Hilfe eines Rollators meistern, wurde ein spezielles Sportangebot geschaffen. Entscheidend für den Erfolg des Angebots ist aber der inkludierte Fahrdienst für die Teilnehmer, da viele von ihnen nicht mehr so mobil sind, dass sie alleine zur Sporthalle kommen könnten. Hier wurde die Voraussetzung geschaffen, dass alle am Sportvereinsleben teilhaben und Kontakte zu Gleichgesinnten pflegen können.

Insgesamt wurden 17 Sportvereine aus ganz Deutschland für ihr gesellschaftliches Engagement geehrt. Diese hatten sich als Landessieger und Gewinner eines „Großen Stern des Sports“ in Silber für das Finale qualifiziert.

Die Wassersport-Initiative SAIL UNITED aus Schleswig-Holstein landete mit ihrem Projekt „Mit Wassersport – gemeinsam barrierefrei“ auf Platz zwei. Die Lübecker arbeiten dabei eng mit verschiedenen Partnern zusammen, um jedem Menschen den Weg aufs Wasser zu ebnet, unabhängig davon, welche Behinderung die Person mitbringt. Begleitet wird das Angebot von der Volksbank Lübeck. Auf Platz drei landete die Turnerschaft 1882 Klein-Krotzenburg aus Hessen mit der Initiative „Gib uns dein Talent“. Mit diesem Angebot sollen gezielt junge Menschen für die ehrenamtliche Mitarbeit im Vorstand oder als ehrenamtliche Übungsleiterinnen und -leiter begeistert werden. Für die „Sterne des Sports“ bewarb sich der Verein über die Vereinigte Volksbank Maingau.

Erneut wurde auch der „Sterne des Sports“-Publikumspreis verliehen – eine Kooperation des DOSB mit den Volksbanken und Raiffeisenbanken und der ARD. Die meisten Stimmen erhielt hier Tobias Michelsen von SAIL UNITED. Natürlich wird der Wettbewerb auch stetig auf Twitter, Facebook, Instagram begleitet. Dort werden regelmäßig auch Engagements gewürdigt, die durch eine tolle Bewerbung, überraschende Erfolge oder besonders kreative Ansätze aufgefallen sind. Unter #SternedesSports können Fans und Mitstreiter ihre Erlebnisse teilen.

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	86
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	102

11	KARLSPREIS	104
13	50 JAHRE „JUGEND CREATIV“	108
43	„STERNE DES SPORTS“	116
46	„JUGEND UND FINANZEN“	118
66	AKTIVE BÜRGERCHAFT	120

Schulservice „Jugend und Finanzen“

Vom Brexit zum Binnenmarkt ... und wieder zurück

Welche Folgen hat der Brexit? Was sind die Vorteile des europäischen Binnenmarkts? Welchem Zweck dient eine Schuldenbremse? Wie regelt ein Privathaushalt seine Finanzen? Oder auch: Wie behalte ich mein Taschengeld im Griff?

Auf zahlreiche Fragen zu den Themenbereichen „Wirtschaft“ und „Umgang mit Geld“ liefern die Volksbanken und Raiffeisenbanken auf ihrem Schulserviceportal „Jugend und Finanzen“ Antworten. Eltern, Lehrer und natürlich die Schüler selbst erhalten hier vielfältige Informationen. Neben der Vermittlung von Basiswissen liefert das Onlineportal didaktische Konzepte, Arbeitsmaterialien und informiert zu Finanzbildungsinitiativen von Genossenschaftsbanken.

Pädagogen können auf dem vom BVR bereit gestellten Portal Arbeitsblätter zu unterschiedlichen Finanzthemen für die Grundschule sowie für die Sekundarstufen I und II kostenfrei herunterladen. Darüber hinaus erhalten Lehrkräfte Empfehlungen, wie sie das Thema Wirtschaft und Finanzen im Unterricht je nach Klassenstufe vermitteln können. Fakten und Hintergrundinformationen zu verschiedenen Finanzthemen wie Geldanlage, Kreditvergabe oder Zahlungsverkehr runden das Informationsangebot ab.

Vielfalt der Finanzbildung vor Ort

Die genossenschaftliche FinanzGruppe glänzt im Bereich der Finanzbildung mit besonders vielfältigen Angeboten. Oft entstehen diese in Kooperation mit Partnern in der Region, insbesondere ortsansässigen Schulen. Wer einen Überblick bekommen will, klickt auf die interaktive Deutschlandkarte des Portals im Bereich „Finanzbildung vor Ort“. Dort werden Hunderte solcher Initiativen vorgestellt. Interessierte können hier recherchieren, ob es in ihrer Region Finanzbildungsprojekte von Banken gibt und wer die jeweiligen Ansprechpartner sind. Die Viel-

falt der Initiativen reicht dabei vom Blick hinter die Kulissen der Bank über die Gründung von Schülergenossenschaften bis hin zur Ökonomie einer Kinderspielstadt.

Zudem versorgt die Homepage ihre Besucher mit Details zu den Schulservice-Publikationen der Reihe „Jugend und Finanzen“. Diese bieten viele Volksbanken und Raiffeisenbanken für Eltern, Kinder und Jugendliche an. Neben einer Kurzdarstellung jeder einzelnen Publikation werden mögliche Anwendungsbereiche skizziert und Altersgruppen zugeordnet. Per Vorschau ist es möglich, einen ersten Blick in die Hefte zu werfen.

Regelmäßige News über Finanzbildung

Über aktuelle Studien, Veranstaltungen und Materialien informiert das Schulserviceportal regelmäßig. Abonnenten des Newsletters „Jugend und Finanzen aktuell“ erhalten ein monatliches Update, was im Bereich der finanziellen Allgemeinbildung derzeit geschieht und empfehlenswert ist. Überdies erhält man dort natürlich auch jede Menge Informationen zu neuen genossenschaftlichen Bildungsprojekten. Neben den Volksbanken und Raiffeisenbanken vor Ort engagieren sich auch die genossenschaftlichen Partnerunternehmen mit diversen Projekten. So etwa die TeamBank mit der von ihr initiierten Stiftung Deutschland im Plus, die sich der Überschuldungsprävention widmet oder Union Investment mit Studien, Workshops und Veranstaltungen sowie die genossenschaftlichen Regionalverbände zum Beispiel im Bereich der Schülergenossenschaften.

Pädagogische Qualität besiegelt

Auch in den Jahren 2018 und 2019 wurde das Schulserviceportal „Jugend und Finanzen“ mit dem renommierten Comenius-EduMedia-Siegel ausgezeichnet. Dieses wird jährlich von der Gesellschaft für Pädagogik, Information und Medien (GPI) für pädagogisch, inhaltlich und gestalterisch wertvolle Bildungsmedien vergeben.

www.jugend-und-finanzen.de

Jugend und **FINANZEN**

Schulservice der Volksbanken Raiffeisenbanken



EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
VIELE FÜR VIELE
CROWDFUNDING
CORPORATE VOLUNTEERING
BÜRGERSTIFTUNGEN
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER

11 KARLSPREIS
13 50 JAHRE „JUGEND CREATIV“
43 „STERNE DES SPORTS“
46 „JUGEND UND FINANZEN“
66 AKTIVE BÜRGERCHAFT
86
102

104
108
116
118
120

119



EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	

11	KARLSPREIS	104
13	50 JAHRE „JUGEND CREATIV“	108
43	„STERNE DES SPORTS“	116
46	„JUGEND UND FINANZEN“	118
66	AKTIVE BÜRGERSCHAFT	120
86		
102		

120



Förderpreis Aktive Bürgerschaft 2019: Hauptpreisträger in der Kategorie Genossenschaftsbanken: Reinhard Nannemann, (Mitte), Vorstand der Volksbank Oldenburg eG, mit Dr. Holger Backhaus-Maul, Vorstand der Stiftung Aktive Bürgerschaft, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg, und BVR-Präsidentin Marija Kolak

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
VIELE FÜR VIELE	
CROWDFUNDING	
CORPORATE VOLUNTEERING	
BÜRGERSTIFTUNGEN	86
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	102

11	KARLSPREIS	104
13	50 JAHRE „JUGEND CREATIV“	108
43	„STERNE DES SPORTS“	116
46	„JUGEND UND FINANZEN“	118
66	AKTIVE BÜRGERSCHAFT	120

121

Stiftung Aktive Bürgerschaft

Innovativ, stark, nachhaltig

Die gemeinnützige Stiftung Aktive Bürgerschaft ist das Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. Ihr Schirmherr ist der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR). Aufgabe der Stiftung ist es, bürgerschaftliches Engagement und gemeinnützige Organisationen nachhaltig zu stärken.

Die Arbeitsschwerpunkte liegen auf der bundesweiten Förderung von Bürgerstiftungen und Service Learning in nordrhein-westfälischen und hessischen Schulen. Durch die lange Zusammenarbeit der Stiftung Aktive Bürgerschaft mit dem BVR profitieren heute die meisten Bürgerstiftungen vom finanziellen und persönlichen Engagement ihrer Genossenschaftsbank vor Ort.

Experten für Bürgerengagement

Seit fast 20 Jahren unterstützt die Aktive Bürgerschaft die Entstehung und Entwicklung von Bürgerstiftungen in Deutschland. Die Bürgerstiftung verbindet die Kapitalbildung einer klassischen Stiftung mit dem ehrenamtlichen Engagement des Vereins.

An der eindrucksvollen Entwicklung der Bürgerstiftungen haben die Genossenschaftsbanken gemeinsam mit der Stiftung Aktive Bürgerschaft großen Anteil.

Seit ungefähr zehn Jahren ist die Aktive Bürgerschaft auf einem weiteren innovativen Engagementfeld tätig. Im Jahr 2009 hatte die WGZ BANK (heute DZ BANK) die Aktive Bürgerschaft gebeten, ein Service-Learning-Programm für Schulen in Nordrhein-Westfalen zu entwickeln und umzusetzen. Service Learning ist ein Lehr- und Lernkonzept, das Unterricht und bürgerschaftliches Engagement miteinander verbindet.

Seit dem Programmstart haben mehr als 100.000 Schülerinnen und Schüler daran teilgenommen. Über 700 weiterführende Schulen beteiligen sich

inzwischen an „sozialgenial“, dem mitgliederstärksten Service-Learning-Programm in Deutschland, das es seit 2017 auch in Hessen gibt.

Förderpreis Aktive Bürgerschaft 2019

Der Förderpreis Aktive Bürgerschaft zählt zu den ersten Auszeichnungen für bürgerschaftliches Engagement in Deutschland. Er wird seit 1998 verliehen und hat seitdem innovative Entwicklungen gefördert und einen wichtigen Impuls zur Stärkung der Anerkennungskultur gegeben.

Am 24. Mai 2019 wurden mit dem Förderpreis Aktive Bürgerschaft Bürgerstiftungen, Schulen und Genossenschaftsbanken für ihr herausragendes bürgerschaftliches Engagement ausgezeichnet sowie Journalisten für ihre Berichterstattung darüber. Die Hauptpreisträger des mit insgesamt 40.000 Euro dotierten Preises sind die Bürgerstiftung Lörrach, die Lichtenbergschule Darmstadt, die Volksbank Oldenburg eG sowie die Journalistin Dr. Inga Michler. 16 weitere Preisträger erhielten Anerkennungspreise. Zur Preisverleihung kamen über 400 Gäste im Forum der DZ BANK am Brandenburger Tor in Berlin zusammen.

Mit dem Erwerb und Umbau eines historischen Gebäudes auf dem Schulcampus Rosenfels hat die Bürgerstiftung Lörrach seit 2017 das Schülercafé Kamelion als pädagogisches Zentrum mit Schülerbetreuung und Essensversorgung für die Schüler im Ganztagschulbetrieb gesichert. Damit hat sie nicht nur ihre Stiftungszwecke wirkungsvoll umgesetzt. Ihr ist es gleichzeitig auch gelungen, in Niedrigzinszeiten ihr Stiftungskapital sicher und ertragbringend anzulegen. „Das Projekt ist ein schönes Beispiel dafür, wie unter dem Dach der Bürgerstiftungen bürgerschaftliches Engagement mobilisiert und gebündelt wird, denn viele haben gespendet oder kostenlos Dienstleistungen erbracht, auch die Schülerinnen und Schüler haben ihren Teil beigetragen“, so Ilka Brecht, Journalistin und Moderatorin des ZDF-Magazins Frontal 21, in ihrer Laudatio.

Die Laudationes auf die weiteren Preisträger hielten die Unternehmerin und Publizistin Diana Kinnert, die Theater- und Filmschauspielerin Christine Urspruch sowie die Präsidentin des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken Marija Kolak.

www.aktive-buergerschaft.de









Gemeinsam
Zukunft gestalten.





EDITORIAL	11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	13
VIELE FÜR VIELE	43
CROWDFUNDING	46
CORPORATE VOLUNTEERING	66
BÜRGERSTIFTUNGEN	86
MITEINANDER FÜR DAS MITEINANDER	102

128

Bildnachweise

Seite 2–7, 49–58, 70–79, 89–101, 122–127: Thorsten Arendt
Seite 60: Bundesregierung, Jesco Denzel
Seite 81: Viktor Schanz
Seite 104–107: Bernd Schröder
Seite 116: Marc Darchinger
Seite 119: John Schnobrich
Seite 120: Werner Kissel

Herausgeber



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

Geschäftspolitik/Kommunikation

Schellingstraße 4 · 10785 Berlin

Telefon: 030 2021-1300

Telefax: 030 2021-1905

E-Mail: presse@bvr.de

Konzeption: Tim Zuchiatti

Verantwortlich: Melanie Schmergal

www.bvr.de

