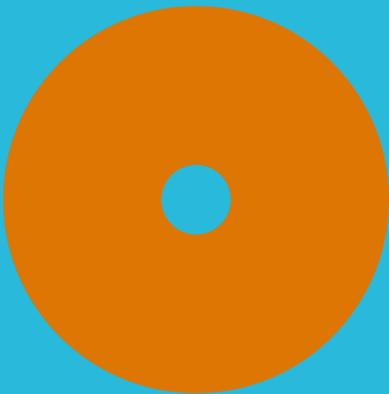
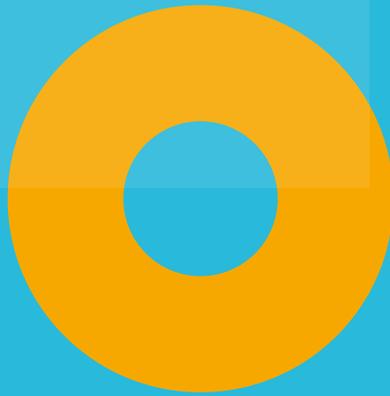


Wieso? Weshalb? Darum!

Bericht über das gesellschaftliche
Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken
2015



Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Überblick

Wert 2015 in Millionen Euro

	Kreditgenossen- schaften*	FinanzGruppe
Verantwortung für Mitarbeiter in Form von Personalaufwendungen	8.859	10.160
Verantwortung für Bund, Länder und Gemeinden in Form von Steuerzahlungen	2.026	2.820
Verantwortung für die Mitbürger		144
Spenden		95
Sponsoring		32
Stiftungserträge		9
Geldwerte Leistungen		8

*Vorläufig, Stand: März 2015.

Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe

in Millionen Euro

Stiftungsvermögen	280
Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge	136
Geldwerte Leistungen	8

1

Wieso? Weshalb? Darum!

Bericht über das gesellschaftliche
Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken
2015





Leon



EM Tup
reich =
lugal =
Sem
Sem

40€ x 7
2400
14,62







8

Inhalt

Editorial	11
Vorwort des Vorstandes	11
Wertschöpfungsbilanz	13
Unser Engagement in Zahlen	14
Wertschöpfungsbilanz	30
Wieso? Weshalb? Darum!	43
Schulservice „Jugend und Finanzen“	46
Preis für Finanzielle Bildung	48
Schlaue Konzepte!	51
Goldgeschäfte und Geldgeschichten	52
Mut zur Lücke	58
Quadratisch, praktisch, klug	66
Wissen, Wurzeln, Wertewelt	72
„Bockwurst“ an der Börse	78
Jeder Zug macht klug	84
„Wir wollten etwas gegen Überschuldung und mangelndes Finanzwissen setzen!“	90

9

Eins plus eins macht ...	95
Internationaler Karlspreis zu Aachen	96
Internationaler Jugendwettbewerb jugend creativ	102
Sterne des Sports	110
Deutscher Orchesterwettbewerb	114
Aktive Bürgerschaft	116

11

V o r w o r t d e s V o r s t a n d e s

Die Entscheidung für oder gegen ein Finanzinstitut ist in den letzten Jahren immer mehr zu einer Vertrauensfrage geworden. Wo fühle ich mich am besten betreut? Wessen Ratschläge haben für mich Gewicht? Auf wen kann ich zählen?

Die steten Volumenzuwächse der Kreditgenossenschaften sowohl im Kreditgeschäft (2015: 4,8 Prozent) als auf der Einlagenseite (2015: 4,5 Prozent) zeigen, dass viele Kunden diese Fragen überzeugt mit der Nennung einer Genossenschaftsbank beantworten. Auch die Jahr für Jahr wachsende Anzahl der Mitglieder von Kreditgenossenschaften auf derzeit über 18,3 Millionen bringt dies zum Ausdruck.

Dass dieses große Vertrauen nicht von ungefähr kommt, belegt das tägliche Wirken der Genossenschaftsbanken. Regionalität, Mitgliederförderung, persönliche Beratung sind für die 1.021 Kreditgenossenschaften gelebte Praxis. Hinzu kommt der besondere Einsatz für die Anliegen und Wünsche der Menschen vor Ort.

Der Bericht über das gesellschaftliche Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken 2015 zeigt, wie weit dieser Einsatz reicht. Mit finanziellen Zuwendungen (Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge) in Höhe von 136 Millionen Euro erzielten die Genossenschaftsbanken im Jahr 2015 einen neuen Höchstwert. Und dies trotz der weiterhin leicht sinkenden Anzahl an Kreditinstituten. Geschäftszuwächse korrespondieren hier eng mit der Ausweitung des gesellschaftlichen Engagements.

Das gilt insbesondere auch für das Stiftungsengagement, das seit Jahren wächst und wächst. Auf 280 Millionen Euro belief sich die Summe, mit der Kreditgenossenschaften Ende 2015 in Stiftungen engagiert sind. Nachhaltiges, dauerhaftes Engagement steht hierbei klar im Mittelpunkt.

Das besondere Augenmerk vieler Aktivitäten liegt dabei auf Projekten zur Förderung der finanziellen Bildung. Dies gilt insbesondere für jüngere, durchaus aber auch für ältere Zielgruppen. Mit Projekten, Workshops, Seminaren, Schulbesuchen oder sogar mit einem eigens konzipierten Museum (siehe Seite 72) nehmen die Genossenschaftsbanken ihre Verantwortung als Finanzdienstleister ernst. Mit Know-how und Ideenreichtum machen sie wirtschaftliche Zusammenhänge für die Menschen vor Ort erfahrbar, erlebbar und tragen damit vielfältig zum Schutz der Verbraucher bei.

„Wir brauchen eigentlich mehr von Volksbanken und Raiffeisenbanken und von der Art und Weise wie sie Kreditgeschäft betreiben“, betonte der Bundesminister der Justiz und für Verbraucherschutz Heiko Maas Mitte dieses Jahres auf der 72. Bankwirtschaftlichen Tagung des BVR in Berlin.

Der hier vorliegende Bericht wie auch der BVR-Jahresbericht 2015 unterstreichen sehr deutlich, was er damit gemeint hat.

Wir wünschen viel Vergnügen bei der Lektüre.

Uwe Fröhlich
Gerhard Hofmann
Dr. Andreas Martin

13

Engagement ohne Wenn und Aber

Wertschöpfungsbilanz der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2015

14

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

**hunde
sechsu
dreißi**

15

rt und g

136 Millionen Euro beträgt die Summe der freiwilligen finanziellen Zuwendungen im Jahr 2015. Dies ist ein neuer Höchstwert. Noch nie ließen die Kreditgenossenschaften den Menschen vor Ort eine so hohe Summe zukommen. Der Betrag setzt sich aus Spenden, Sponsoring und dem Einsatz von Stiftungserträgen zusammen. 95 Millionen Euro wurden insgesamt gespendet, mit 32 Millionen Euro wurde Sponsoring betrieben und weitere 9 Millionen Euro wurden aus Stiftungserträgen eingesetzt. Zu den 136 Millionen Euro kommen noch 8 Millionen Euro an geldwerten Zuwendungen hinzu. 5 Millionen Euro davon erfolgten durch kostenlose Finanz- und Servicedienstleistungen, 3 Millionen flossen den Menschen anhand von Sachspenden zu.

16

**zwei
hundert
achtzig**

17

wert ■ zig

280 Millionen Euro betrug das Stiftungsengagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Jahr 2015. Damit erreichte sie auch in diesem Bereich einen neuen Spitzenwert. Die Genossenschaftsbanken setzen weiterhin und verstärkt auf eine besonders nachhaltige und dauerhafte Form der Förderung von regionalen Anliegen. Sie schaffen verlässliche Strukturen vor Ort und generieren neue Fördermittel, indem sie etwa – über die Zinsen hinausgehend – zusätzliche Spendeneinnahmen akquirieren und das Vermögen der Stiftungen professionell managen. Vom Jahr 2005 bis zum Jahr 2015 steigerten sie das Stiftungsengagement stetig. Während es bei der ersten Erfassung 2005 noch bei 95 Millionen Euro lag, hat es sich in elf Jahren nahezu verdreifacht. 251 Millionen Euro davon sind das Vermögen von Bankstiftungen. Mit 29 Millionen Euro fungieren die Institute der genossenschaftlichen FinanzGruppe als Zustifter von Bürger- und Gemeinschaftsstiftungen.

18

siebenun

97 Prozent der Kreditgenossenschaften in Deutschland nennen Regionalität als das zentrale 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 (73 Prozent) sind für einen Großteil der Institute wichtige Triebfedern, um mit guten Ideen aus ihrer Region heraus in ihre Region hineinzuwirken.

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
WIESO? WESHALB? DARUM!	
SCHLAUE KONZEPTE!	
EINS PLUS EINS MACHT ...	

11	UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN	14
13	WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	30
43		
51		
95		

19

dn eunzig

20

wi^{er}er

40 Prozent der rund 160.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kreditgenossenschaften sind in ihrer Freizeit ehrenamtlich aktiv. Dieser Wert drückt in besonderem Maße die enge Bindung zwischen den Mitarbeitern einer jeden Genossenschaftsbank zu ihrer jeweiligen Region aus. Viele identifizieren sich mit den Menschen und ihren Anliegen vor Ort und setzen sich dafür auch über das Bankgeschäft hinaus ein. Zugleich identifizieren sie sich mit der regionalen, mitgliederorientierten Ausrichtung ihres Instituts.

EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
WIESO? WESHALB? DARUM!
SCHLAUE KONZEPTE!
EINS PLUS EINS MACHT ...

11 UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN
13 WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
43
51
95

14
30

21

zig

22

**achtu
vierzi**

23

nd

g

48 Prozent der Genossenschaftsbanken in Deutschland fördern das gesellschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiter, indem sie Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen. Dabei stellen die Institute ihr Personal beispielsweise für einen Tag frei, um sich für gemeinnützige Anliegen zu engagieren. Oder aber sie organisieren eine gemeinsame Aktion, bei der das gesamte Bank-Team für eine gute Sache aktiv wird. Fast jede zweite Genossenschaftsbank packt also für die gesellschaftlichen Belange vor Ort tatkräftig mit an und macht für wichtige lokale Anliegen – nicht nur in finanzieller Hinsicht – den Weg frei.

24

drei neun

93 Prozent der Kreditgenossenschaften fördern mit ihrem gesellschaftlichen Engagement Kinder und Jugendliche. Diese Zielgruppe ist damit der Hauptempfänger gemeinnütziger Aktivitäten. Nahezu jede Bank macht sich bei ihren Aktivitäten also für den Nachwuchs stark. Aber auch ältere Menschen und Senioren (82 Prozent) sowie Familien und Lebensgemeinschaften (60 Prozent) sind Personengruppen, für die sich die Genossenschaftsbanken in Deutschland mehrheitlich einsetzen.

25

und nzig

26

ein
neun

27

und

anzig

91 Prozent der Kreditgenossenschaften unterstützen mit ihrem gesellschaftlichen Engagement örtliche Vereine und Initiativen. Damit sind diese die wichtigsten Empfänger des freiwilligen Engagements. Das passt. Schließlich sind Vereine in vielen Regionen die Institutionen des sozialen Miteinanders. Hier findet das Leben vor Ort in allen Facetten statt. Mit ihrer Unterstützung bekennen sich die Genossenschaftsbanken ganz bewusst und direkt zu ihrer Region und ihren Mitbürgern. Aber auch öffentliche Einrichtungen wie zum Beispiel Schulen oder Kindergärten (87 Prozent) und auch Kirchengemeinden (85 Prozent) profitieren dabei ähnlich oft.

28

ein und neun zig

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
WIESO? WESHALB? DARUM!	
SCHLAUE KONZEPTE!	
EINS PLUS EINS MACHT ...	

11	UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN	14
13	WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	30
43		
51		
95		

29

91 Prozent der Genossenschaftsbanken engagieren sich mit ihren Aktivitäten für Sport und Erholung. Dieser Bereich ist damit der meistgenannte. Aber auch die Förderung von Kunst und Kultur (88 Prozent der Institute), die Stärkung von Bildung und Forschung (83 Prozent) und die Unterstützung sozialer und integrativer Initiativen (76 Prozent) werden im Rahmen des Gesamtengagements keineswegs vernachlässigt.

30

Engagement ohne Wenn und Aber

**Vor Ort zu sein, da zu sein,
nah zu sein: Diese
Eigenschaften kennzeichnen
die deutschlandweit 1.021
Volksbanken und
Raiffeisenbanken.**

Das außerordentlich große Engagement der Institute vor Ort zeigt, dass dies keine reinen Lippenbekenntnisse sind. Vielmehr ist gesellschaftliches Engagement ein fester Bestandteil der genossenschaftlichen Unternehmenskultur und wird deutschlandweit aktiv und innovativ gelebt.

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 aufgrund ihres Selbstverständnisses anhand von Spenden, Sponsoring, Stiftungsengagement zu den Herausforderungen ihrer Region und übernehmen aktiv Verantwortung.

So erzielte die Summe der finanziellen Zuwendungen im Jahr 2015 trotz eines weiteren leichten Absinkens der Anzahl der Kreditgenossenschaften auf nun 1.021 (Ende 2015) einen neuen Höchstwert. Auch das Volumen des Stiftungsengagements bewegt sich durch das stetige Wachstum mittlerweile in neuen Dimensionen. Diese Steigerung ist auch ein Ausdruck der nachhaltigen Förderung lokaler und regionaler Anliegen.

So schaffen die Kreditgenossenschaften mit der Gründung von Bank- und Bürgerstiftungen langfristige Strukturen, die eine ständige Förderung wichtiger gemeinnütziger Anliegen sicherstellen. Wo in Zeiten knapper Kassen kommunale Mittel schwinden, können Stiftungen mithelfen, dass genügend Geld für gemeinnützige Zwecke zur Verfügung steht. Das genossenschaftliche Stiftungsengagement setzt dort an, wo es vor Ort nötig ist.

Nicht zuletzt übernehmen auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Volksbanken und Raiffeisenbanken während und nach ihrer Arbeitszeit aktiv Verantwortung. Durch ehrenamtliches Engagement, durch Corporate-Volunteering-Projekte, durch Zuhören und Mitpacken.

**Die Ergebnisse
im Detail:**

**Spenden
und Sponsoring 2015:
136 Millionen Euro**

Mit 136 Millionen Euro unterstützte die Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2015 gemeinnützige Organisationen, Projekte und Initiativen finanziell (siehe Abbildung auf Seite 34). Davon stammten 63,7 Millionen Euro aus dem genossenschaftlichen Gewinnsparen. Mit weiteren geldwerten Zuwendungen in Höhe von 8 Millionen Euro konnte das Gemeinwesen nochmals gestärkt werden (siehe Abbildung auf Seite 35). Über die Jahre betrachtet ist das finanzielle Engagement dauerhaft gestiegen und dies trotz einer weiter leicht sinkenden Zahl an Kreditgenossenschaften.

**Stiftungsvermögen 2015:
280 Millionen Euro**

Das Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe im Stiftungsbereich belief sich zum 31. Dezember 2015 auf 280 Millionen Euro. Darin enthalten sind 29 Millionen Euro, mit denen die Genossenschaftsbanken bislang den Auf- und Ausbau von Bürgerstiftungen und anderen Gemeinschaftsstiftungen unterstützt haben (siehe Abbildung auf Seite 36). Mit 251 Millionen Euro wurden bislang von Organisationen der genossenschaftlichen FinanzGruppe eigene Stiftungen gegründet. Jede dritte Bank ist im Stiftungsbereich engagiert. Der Trend hin zu einem größeren Engagement im Stiftungsbereich setzt sich damit weiter fort. Und dies in rasantem Tempo. Trotz der anhaltenden Niedrigzins-Problematik setzen die Kreditgenossenschaften vermehrt auf das Engagement in Stiftungen und damit auf eine besonders nachhaltige strukturbildende Form der Unterstützung.

31

Ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter 2015

Mit 40 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. Fast jede zweite Volksbank oder Raiffeisenbank organisiert oder unterstützt zudem das bürgerschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der Arbeitszeit (Corporate Volunteering).

Verantwortung für die Region

Die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen und die Förderung der örtlichen Vereine bilden bei allen Aktivitäten die Schwerpunkte des gesellschaftlichen Engagements der genossenschaftlichen FinanzGruppe. 9 von 10 Genossenschaftsbanken gaben an, sich für diese Zielgruppen aktiv zu engagieren. Weitere wichtige Zielgruppen sind ältere Menschen und Familien (siehe Abbildung auf Seite 37).

Die Werte und Gründe für das Engagement bleiben dabei nahezu unverändert. Sie spiegeln das Selbstverständnis der Genossenschaftsbanken wider. Zudem unterstreichen sie, welche zentrale Rolle die Kreditgenossenschaften in der Region und für ihre Mitglieder und Kunden spielen.

Studiendesign

Die Stiftung Aktive Bürgerschaft (siehe auch Seite 116), das Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe, befragte im Auftrag ihres Schirmherrn, des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), im Frühjahr 2016 alle BVR-Mitgliedsinstitute, Unternehmen und Verbände der genossenschaftlichen FinanzGruppe (Vollerhebung). Die Rücklaufquote betrug 27 Prozent. Die Umfrage wird seit 2005 jährlich durchgeführt (nur einmal wurde ausgesetzt: 2008).

32

Gesellschaftliches Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken

in Millionen Euro

2015

136

2014

130

2013

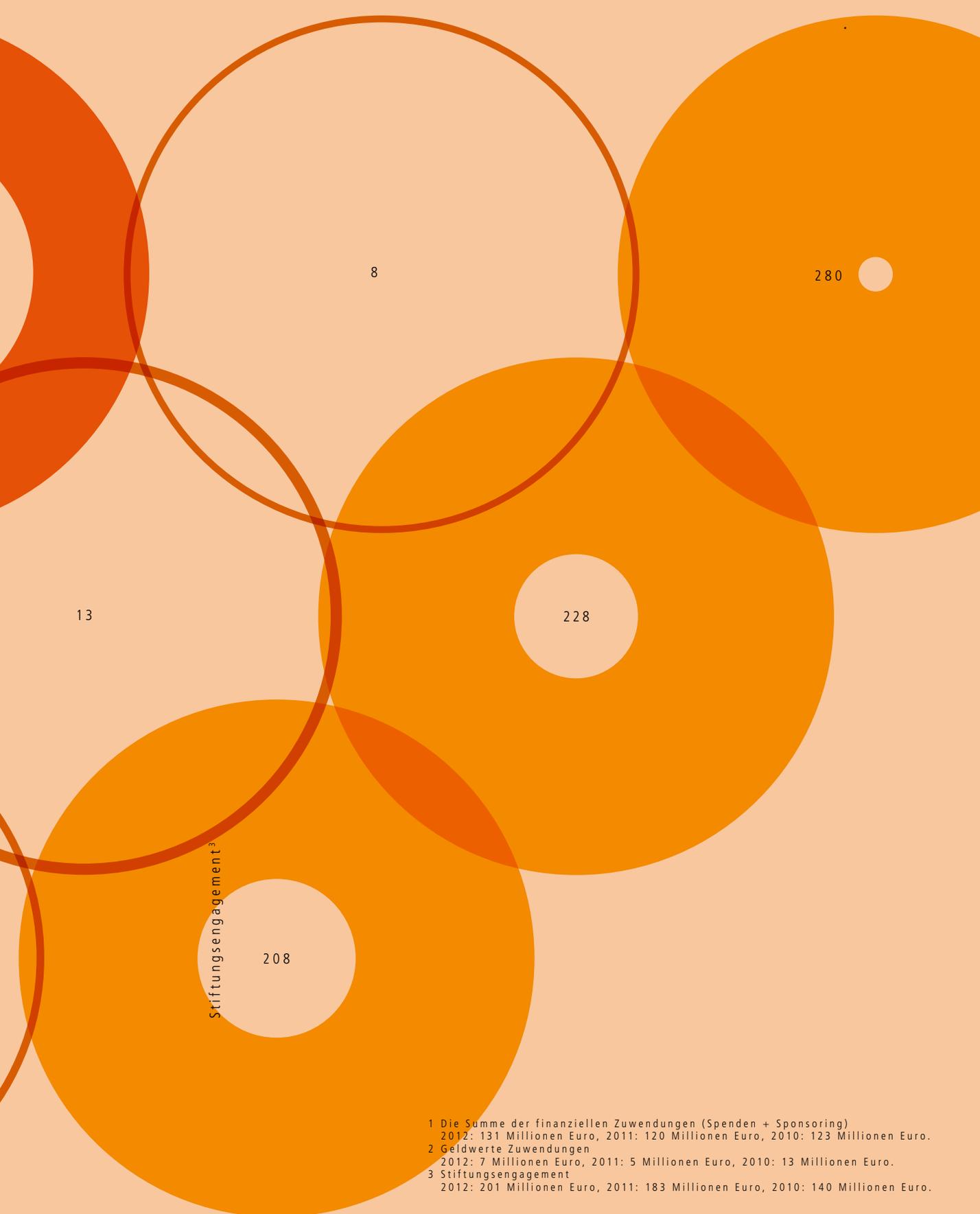
135

Die Summe der finanziellen Zuwendungen
(Spenden + Sponsoring)¹

Geldwerte Zuwendungen²

9

33



8

280

13

228

Stiftungsengagement³

208

1 Die Summe der finanziellen Zuwendungen (Spenden + Sponsoring)
2012: 131 Millionen Euro, 2011: 120 Millionen Euro, 2010: 123 Millionen Euro.
2 Geldwerte Zuwendungen
2012: 7 Millionen Euro, 2011: 5 Millionen Euro, 2010: 13 Millionen Euro.
3 Stiftungsengagement
2012: 201 Millionen Euro, 2011: 183 Millionen Euro, 2010: 140 Millionen Euro.

34

95

Spenden und Sponsoring 2015: 136 Millionen Euro

in Millionen Euro

32

Stiftungserträge

9

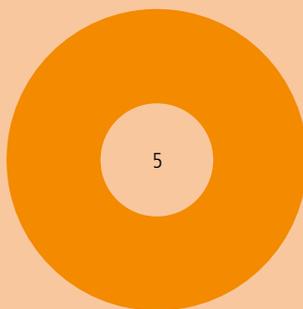
Sponsoring

Spenden

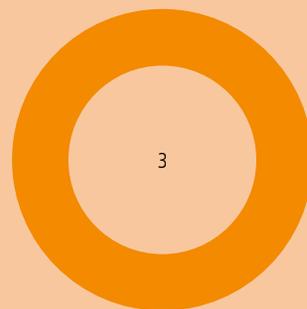
35

Geldwerte Leistungen 2015: 8 Millionen Euro

in Millionen Euro



Kostenlose Finanz- und Service-
dienstleistungen, Bereitstellung
von Unternehmenslogistik



Sachspenden

36

Stiftungsvermögen 2015: 280 Millionen Euro

in Millionen Euro

251

Stiftungsvermögen der Bankstiftungen

Zustiftungen zum Vermögen von
Bürgerstiftungen/Gemeinschaftsstiftungen

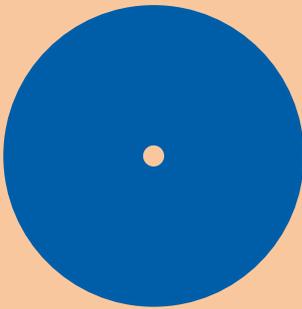
29

37

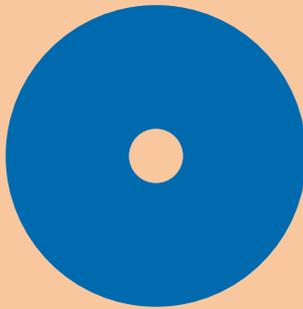
Schwerpunkte des Engagements

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

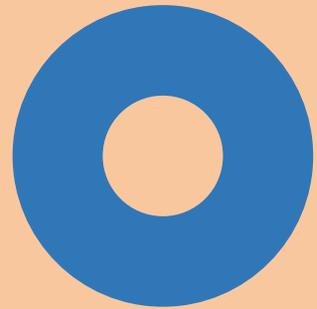
1. Zielgruppen



93
Kinder,
Jugendliche

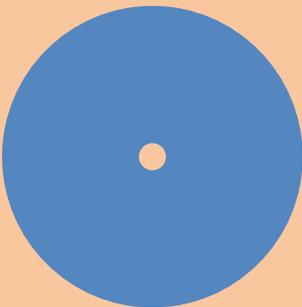


82
Ältere Menschen,
Senioren

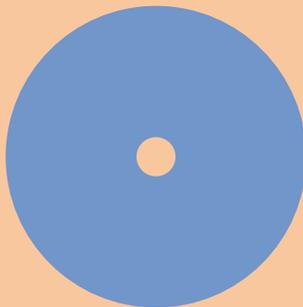


60
Familien,
Lebensgemeinschaften

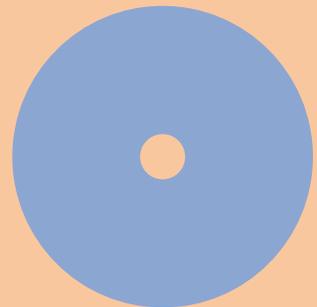
2. Empfänger



91
Örtliche Vereine,
Initiativen



87
Öffentliche Einrichtungen
(zum Beispiel Schulen)

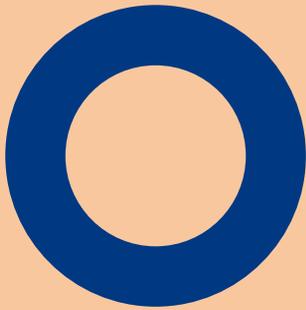


85
Kirchengemeinden

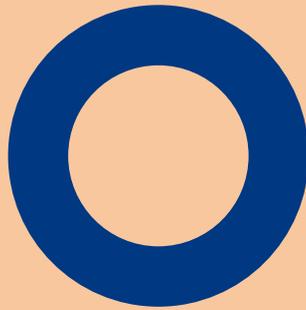
38

Bankangehörige, die sich in der Freizeit gesellschaftlich engagieren

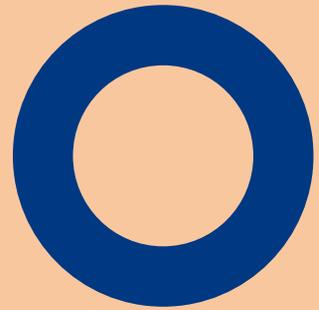
in Prozent



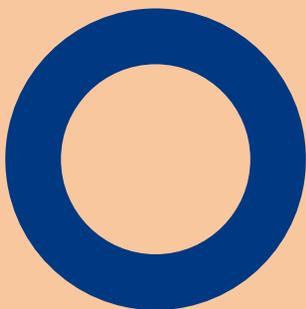
40
2015



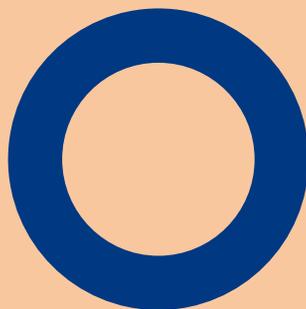
40
2014



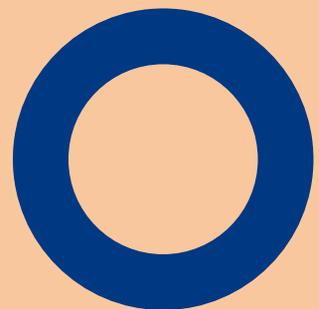
40
2013



37
2012



36
2011

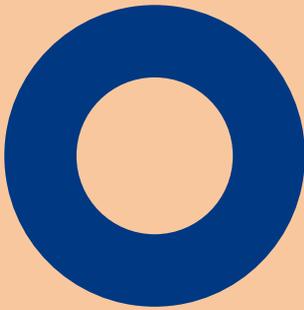


37
2009

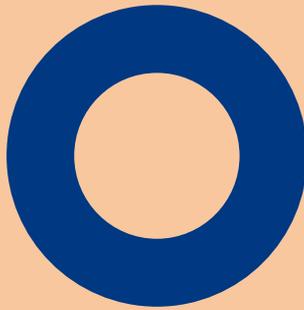
39

Genossenschaftsbanken, die Corporate-Volunteering- Maßnahmen durchführen

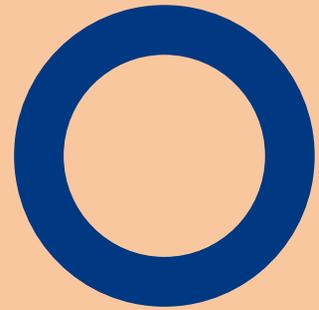
in Prozent



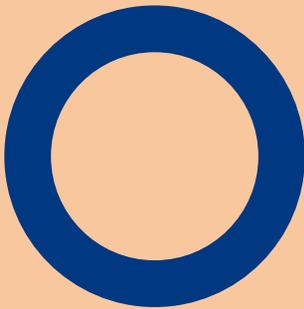
48
2015



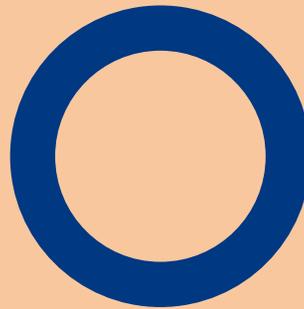
45
2014



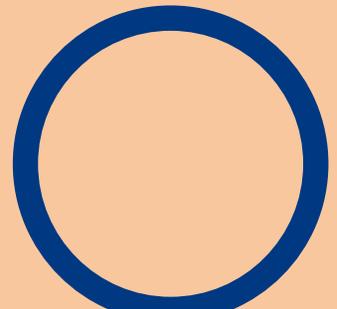
33
2013



31
2012



30
2011

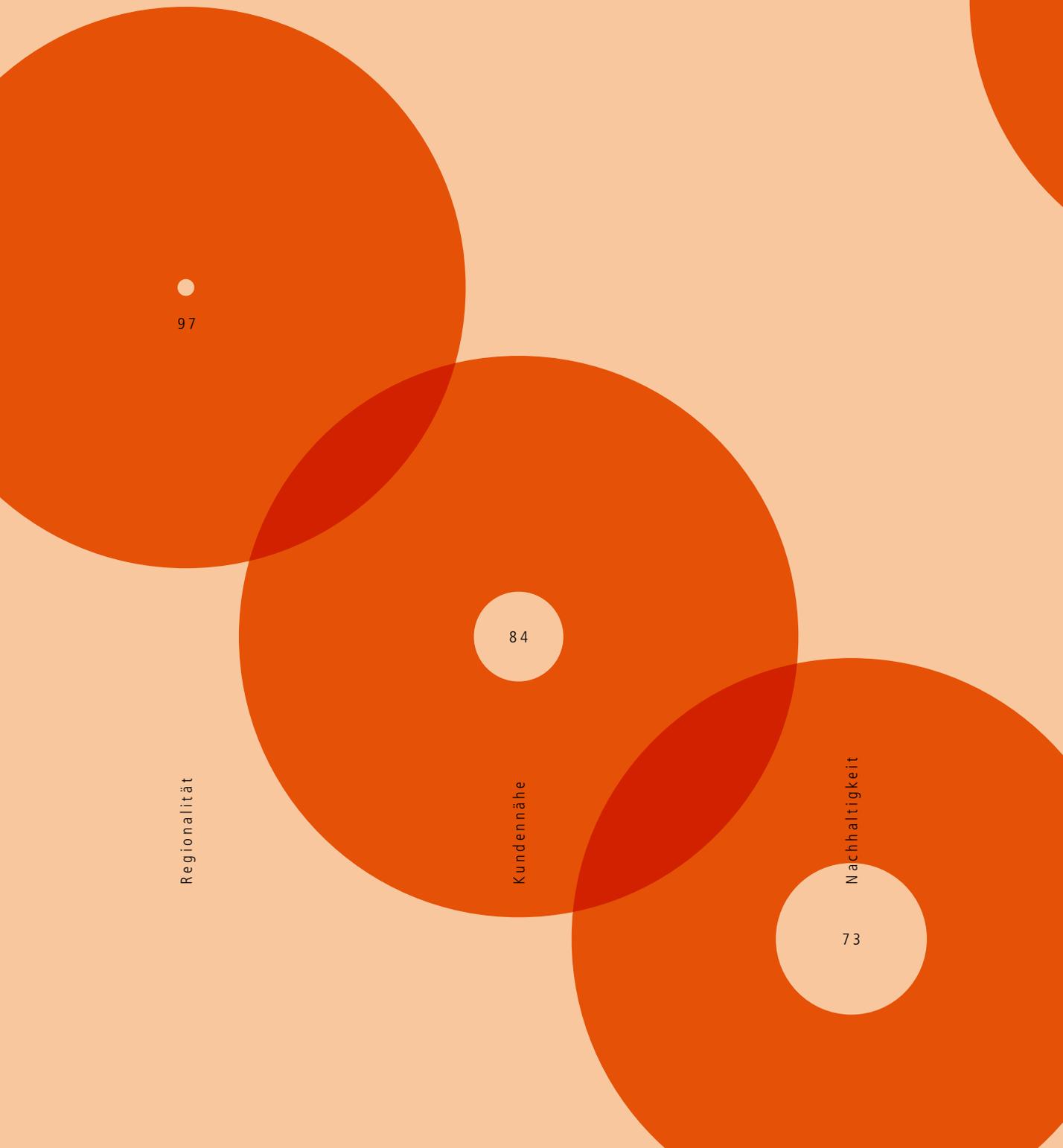


16
2009

40

Zentrale Werte des Engagements von Kreditgenossenschaften

in Prozent



41

41

Solidarität

37

Mitgliedschaft

37

Selbsthilfe

43

Wieso? Weshalb? Darum!

**Finanzielle Bildung kann gar nicht
früh genug beginnen. Die Genossen-
schaftsbanken machen Finanzen
greifbar und erfahrbar.**

44

Wissen wie es läuft – in Sachen Geld, Finanzen und Wirtschaft kann der Wissensdurst gar nicht früh genug gestillt werden. Für die Jüngsten ist Geld eine schwer fassbare, abstrakte, aber zugleich auch faszinierende Größe. Das fängt schon mit dem Feilschen im Kinderzimmer-Kaufmannsladen an. Aber auch etwas ältere Kinder und Jugendliche stehen dem Finanzsystem und seinen Mechanismen sowie auch wirtschaftlichen Zusammenhängen oft noch mit großen Fragezeichen in den Augen gegenüber.

Hier ist frühzeitige Bildung nötig. Wie so viele Dinge müssen auch Finanzzusammenhänge erfahrbar, erlebbar, greifbar werden. Geld ist in unserer Welt viel zu wichtig, um dieser Größe ahnungslos gegenüberzustehen.

So verwunderte es nicht, dass auch die Rufe nach einer umfassenden Finanzbildung zur Bevölkerung – besonders im Nachgang zur weltweiten Finanzmarktkrise – wieder lauter wurden. Zugleich erfordert die wachsende Notwendigkeit der eigenen privaten Altersvorsorge von vielen Sparern ein immer größeres Wissen über Finanzprodukte und Wirtschaft im Allgemeinen. Denn hinter einem mangelnden Verständnis ökonomischer Zusammenhänge lauern Gefahren.

OECD - Richtlinien

Die OECD hatte bereits 2005 Richtlinien für die grenzüberschreitende Förderung finanzieller Bildung herausgegeben („Principles and Good Practices for Financial Education and Awareness“) und damit schon die an die Finanzkrise gekoppelten öffentlichen Forderungen vorweggenommen.

Eigentlich ist es ja ganz einfach: Je besser Menschen über wirtschaftliche Zusammenhänge und die eigene finanzielle Situation Bescheid wissen, desto besser können sie mit Geld umgehen. Aber: Der weitsichtige Umgang mit Geld will gelernt sein. Am besten schon in jungen Jahren. Denn die finanzielle Sozialisierung, so fand das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW) in einer Untersuchung im Juli 2015 heraus, findet bereits in der Kindheit statt. Dafür gibt es verschiedene Kanäle. So können Familie, Schule, Arbeit einen Einfluss auf den Bildungsgrad haben. Die Fachliteratur macht gemäß DIW insgesamt fünf Wirkungskanäle aus, die in der Kindheit den Grad der finanziellen Bildung beeinflussen: der Bildungshintergrund der Eltern, die Erziehung durch die Eltern, die Qualität der Bildung,

Wirtschaft in der Schule und das Lernen durch Erfahrungen mit Geld in der Kindheit.

Insgesamt kommen die Autoren zu dem Schluss, dass es zwei wesentliche große Kanäle gibt, durch die das künftige Finanzverhalten beeinflusst wird. Zum einen ist es die elterliche Erziehung. Durch sie wird das finanzielle Verhalten verbessert und die Finanzbildung erhöht. Zum anderen ist es die Schule.

Wirtschaft in der Schule sowie die Qualität der dort vermittelten Bildung üben einen direkten Einfluss auf das Finanzverhalten aus. Zudem führen sie zu einer besseren Rechenfertigkeit, durch die wiederum die finanzielle Bildung gestärkt wird.

Erlebbare Triebkräfte

Die 1.021 Volksbanken und Raiffeisenbanken in Deutschland sind durch ihre regionale Ausrichtung erlebbare Elemente der Wirtschaft vor Ort. Sie sind Triebkräfte und Förderer regionaler Wirtschaftskreisläufe.

Durch zahlreiche Projekte, Initiativen, Aktionen für die Schulen vor Ort, aber auch durch die dauerhafte Präsenz in der Region leisten die Genossenschaftsbanken einen wichtigen Beitrag zur finanziellen Bildung. Sie nehmen ihren Förderauftrag gegenüber den Menschen in ihrer Region sehr ernst, indem sie etwa in Vorträgen von Bankpraktikern in Kooperation mit den örtlichen Schulen den Nachwuchs über den Umgang mit Geld im Speziellen, aber auch über Wirtschaftskreisläufe im Allgemeinen aufklären.

Kreditgenossenschaften machen das Thema Wirtschaft erlebbar, erfahrbar – nicht als dröge Materie, wie manchmal unterstellt wird. Dem Ideenreichtum rund um die Vermittlung von finanzieller Bildung sind – wie die Reportagen in diesem Bericht (ab Seite 51) zeigen – dabei keine Grenzen gesetzt.

Gute Unternehmensbürger

So leisten die deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken schon seit Jahrzehnten einen wichtigen Beitrag zur Förderung der finanziellen Bildung vor Ort. Sie agieren als gute Unternehmensbürger, die sich in ihrer Sache auskennen und gerne ihr Wissen an die Finanzentscheider von morgen weitergeben. Beim Thema Geld hört dabei der Spaß keineswegs auf. Er fängt hier erst an. Längst wurden viele spiele-

45

rische, spaßbringende Wege entwickelt, jenseits von Frontalunterricht an der Tafel, um das Thema Geld und Finanzen zu vermitteln.

Am besten ist ohnehin: Man kann es direkt erfahren. Dafür initiieren und begleiten die Genossenschaftsbanken die Gründung und Führung von Schülerfirmen, organisieren Exkursionen, liefern lebhaftes Einblicke in das eigene Tun und machen so die Finanzwelt vor Ort greifbar.

Engagement - Landkarte

Das gesamte Engagement der vielen Primärinstitute für die finanzielle Bildung lässt sich in vollem Umfang und in seinen vielen Facetten kaum darstellen. Eine Landkarte auf dem seit über fünf Jahren vom BVR initiierten Schulserviceportal der Volksbanken und Raiffeisenbanken (siehe auch Seite 46) liefert aber einen umfassenden Einblick, wie umfangreich es ist und wie flächendeckend.

www.jugend-und-finanzen.de

Der von easyCredit, dem Ratenkreditexperten der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken, seit sechs Jahren ausgelobte „Preis für Finanzielle Bildung“ (siehe auch Seite 48) belegt ebenfalls: Das Thema finanzielle Bildung hat für die Genossenschaftsbanken in Deutschland eine enorm große Bedeutung.

Seit 2010 wurden über 3.000 Projekte zur finanziellen Bildung von Genossenschaftsbanken in Deutschland und Österreich bei easyCredit nominiert. Das Unternehmen unterstützte sie in diesem Zeitraum mit mehr als 7,5 Millionen Euro. Allein in diesem Jahr waren es 563 Finanzbildungsprojekte.

www.finanzielle-bildung-foerdern.de

Auf die vielen Fragen nach dem Wieso, dem Weshalb und dem Warum liefern die Genossenschaftsbanken in Deutschland klare Antworten. Sie tragen dazu bei, dass neben der Beschäftigung mit hoher Literatur, komplexen Rechengleichungen, naturwissenschaftlichen Experimenten auch die Auseinandersetzung mit dem Kontoauszug immer seltener ein Problem ist.

46

Schulservice „Jugend und Finanzen“

Mehr wissen über Wirtschaft

Was verbirgt sich hinter SEPA, IBAN, BIC? Wie behalte ich mein Taschengeld im Griff? Was sind Inflation und Deflation? Wie funktioniert eigentlich eine Bank? Auf viele offene Fragen rund um die Themen Geld und Finanzen liefern die Volksbanken und Raiffeisenbanken unter www.jugend-und-finanzen.de Antworten. Das gilt für Schüler. Es gilt aber insbesondere auch für Eltern und Lehrer. So zählt hier nicht nur die Vermittlung von Basiswissen, sondern es werden auch didaktische Konzepte, Arbeitsblätter, Unterrichtsideen zur Verfügung gestellt.

Pädagogen können auf dem vom BVR herausgegebenen Portal Arbeitsblätter zu verschiedenen 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 – auf Basis der jeweiligen Bildungspläne – vermitteln können. Lehrer, Eltern sowie andere interessierte Bürger finden auf der Internetseite darüber hinaus umfangreiche Fakten und Hintergrundinformationen zu verschiedenen Finanzthemen wie Geldanlage, Kreditvergabe oder Zahlungsverkehr.

Finanzbildung vor Ort

Auf einer interaktiven Deutschlandkarte ist im Bereich „Finanzbildung vor Ort“ eine immer weiter wachsende Zahl an Finanzbildungsprojekten von Genossenschaftsbanken registriert. Interessierte können so recherchieren, ob es in ihrer Region Finanzbildungsprojekte von Banken gibt und wer die Ansprechpartner sind. Die Vielfalt der Initiativen reicht dabei vom Blick hinter die Kulissen der Bank bis hin zur Aufführung eines Theaterstücks zur Finanzmarktkrise.

Das Besondere: Es gibt nicht das eine genossenschaftliche, übergreifende Finanzbildungsprojekt. Der Erfolg liegt in der Vielfalt der Aktivitäten der genossenschaftlichen FinanzGruppe. Die diversen

lokalen, regionalen und bundesweiten Bildungsprojekte der genossenschaftlichen FinanzGruppe werden auf der Karte im Überblick dargestellt. Überdies erhalten Besucher der Homepage auch Details zu Projekten und Publikationen. Kontakte zu Banken und zu den Projektverantwortlichen werden vermittelt und Unterrichtsmaterialien online bereitgestellt.

Für Eltern oder Kinder und Jugendliche bieten viele Volksbanken und Raiffeisenbanken auch eine Reihe an Schulservice-Publikationen an. Ausgewählte Materialien werden auf dem Portal „Jugend und Finanzen“ vorgestellt. Zugleich werden sie den möglichen Anwendungsbereichen und Altersgruppen zugeordnet. Über eine Vorschau ist es möglich, einen ersten Blick in die jeweilige Broschüre zu werfen.

Ausgezeichnet!

Auch in den Jahren 2015 und 2016 erhielt das Schulserviceportal „Jugend und Finanzen“ die renommierte Auszeichnung des Comenius-EduMedia-Siegels, das von der Gesellschaft für Pädagogik und Information (GPI) vergeben wird. Die noch begehrtere Comenius-EduMedia-Medaille 2014 erhielten erstmals alle Bildungspublikationen, die in der Reihe „Jugend und Finanzen“ erschienen sind und die von vielen Genossenschaftsbanken eingesetzt werden. Die Comenius-EduMedia-Auszeichnungen werden für pädagogisch, inhaltlich und gestalterisch besonders wertvolle Bildungsmedien vergeben.

www.jugend-und-finanzen.de

und
Jugend FINANZEN

Schulservice der Volksbanken Raiffeisenbanken

47

Wieso? Weshalb? Darum!

Staatspleite, Zahlungsverkehr, Einlagensicherung: Das Schulserviceportal der Volksbanken und Raiffeisenbanken greift neben der Vermittlung von allgemeinen Hintergründen auch sehr aktuelle Fragen auf. Auf viele Fragezeichen folgen hier Punkte und Ausrufezeichen. Schwierige komplexe Themen werden altersgerecht erklärt. Pädagogisch wertvoll!

Beispiele von Arbeitsblättern auf dem Schulserviceportal

Primarstufe

Der Kreislauf der Wirtschaft

Die Wirtschaft ist durch ein Geben und Nehmen geprägt: Waren und Dienstleistungen, Arbeit und Kapital werden auf einem Markt getauscht. Man spricht auch von einem Wirtschaftskreislauf. Aber wie funktioniert er und welche Akteure hat er? Das Arbeitsblatt „Der Kreislauf der Wirtschaft: von Geld, Buntstiften und einem Geburtstag“ zeigt es.

So arbeitet eine Bank

Eine Buntstiftfabrik produziert Buntstifte. Ein Konditor stellt Kuchen, Torten und anderes Backwerk her. Ein Schuster repariert Schuhe. Aber welche Aufgaben haben Banken? Welche Personen sind dort anzutreffen? Das Arbeitsblatt „So arbeitet eine Bank“ des Schulserviceportals Jugend und Finanzen thematisiert diese und weitere Fragen zur Rolle der Banken für die Grundschule/Primarstufe.

Sekundarstufe I

Plus statt Minus

Markenkleidung, Handy, Urlaub: Der Alltag ist voll kostspieliger Verlockungen. Schnell können junge

Menschen da den Überblick über ihre Finanzen verlieren, die Gefahr der Überschuldung wächst. Doch mit ein wenig Planung und einigen Tricks und Kniffen können Jugendliche ihre Finanzen im Griff behalten. Das Arbeitsblatt „Plus statt Minus – so habt ihr euer Geld im Griff“ gibt Schülerinnen und Schülern einen allgemeinen Überblick über Ursachen und Gründe für eine Überschuldung und zeigt Möglichkeiten auf, seine Finanzen im Blick zu behalten.

Warum und wie wir sparen

Ein neues Handy, eine Reise mit Freunden oder der Führerschein – auch Jugendliche haben Wünsche, die höhere Ausgaben erfordern. Das Arbeitsblatt „Für Wünsche, Notfälle oder das Alter – warum und wie wir sparen“ bietet Schülerinnen und Schülern der Sekundarstufe I einen verständlichen Überblick über verschiedene Motive und Formen des Sparens.

Sekundarstufe II

EZB: Die Bank der Banken

Die Europäische Union mit ihren Mitgliedstaaten ist ein bedeutender Wirtschaftsraum und der Euro ist zurzeit in 19 EU-Mitgliedstaaten das gesetzliche Zahlungsmittel. Für die Währungspolitik dieser Staaten ist die Europäische Zentralbank (EZB) verantwortlich. Aber wie ist sie aufgebaut? Welche Beschlussorgane hat sie? Was sind ihre Hauptaufgaben und welche Instrumente stehen ihr zur Verfügung?

Kann ein Staat pleitegehen?

Ist ein Betrieb oder ein Unternehmen zahlungsunfähig, dann ist er pleite. Nichts geht mehr: Rechnungen können nicht beglichen werden, Maschinen stehen still, Mitarbeiter müssen entlassen werden. Ist eine Privatperson zahlungsunfähig, so ist das Bild ähnlich. Aber kann auch ein Staat pleitegehen? Welche Auslöser und Rettungsmaßnahmen gibt es? Worin liegt der Unterschied zwischen einem Staatsbankrott und einer privaten Insolvenz?

48

Preis für Finanzielle Bildung

**easyCredit prämiert
Jahr für Jahr Projekte von
Primärinstituten**

Das vielseitige Engagement der Genossenschaftsbanken für die finanzielle Bildung wird auch von zentraler Stelle gefördert: Seit bereits sechs Jahren verleiht der Ratenkreditexperte der genossenschaftlichen FinanzGruppe easyCredit seinen „Preis für Finanzielle Bildung“.

Er würdigt damit die zahlreichen Aktivitäten der Genossenschaftsbanken in Deutschland und Österreich auf diesem Gebiet. Zudem spornt er viele Institute an, sich mit guten Ideen für die finanzielle Bildung vor Ort einzusetzen und ihre Projekte einzureichen.

563 Projekte

Unter dem Motto „FAIRness macht Schule“ wurde im Mai dieses Jahres der Preis verliehen. Eine hochkarätig besetzte Fachjury, zu der auch BVR-Präsident Uwe Fröhlich zählte, musste sich zwischen 563 (!) Finanzbildungsprojekten von Genossenschaftsbanken in Deutschland und Österreich entscheiden. Die Juroren bewerteten die einzelnen Projekte anhand von Kriterien wie Nachhaltigkeit, Multiplizierbarkeit sowie Aufmerksamkeit und ausgehend von diesen Fragen:

In welcher Form findet finanzielle Bildung bei Erwachsenen, Jugendlichen oder Kindern statt? Werden neue Perspektiven für finanzielle Bildung eröffnet und wie kreativ ist der Lösungsvorschlag? Wie einfach ist das Projekt umzusetzen? Kann die Projektidee genutzt werden, um eine noch höhere Breitenwirkung zu erzielen? Werden die genossenschaftlichen Werte vermittelt?

Um unter den zahlreichen Projekten Chancengleichheit zu gewährleisten, werden sie nach Größenklasse der jeweiligen Genossenschaftsbank eingeordnet: Größenklasse A: Bilanzsumme von über 500 Millionen Euro, Größenklasse B: Bilanzsumme zwischen 250 und 500 Millionen Euro, Größenklasse C: Bilanzsumme bis 250 Millionen Euro.

Vielfältige Bandbreite

Die Bandbreite der prämierten Projekte ist vielfältig. Sie reicht von Theaterstücken über Schülergenossenschaften, Unterrichtseinheiten bis hin zu interaktiven Spielen und Apps. Ziel ist es, mit der Auszeichnung den Impuls zu geben, eine breite Öffentlichkeit mit dem Thema finanzielle Allgemeinbildung zu erreichen – auch über die Schulen hinaus. Neben dem Jury-Votum bestand für die Öffentlichkeit dabei parallel erneut die Möglichkeit darüber abzustimmen, welches Projekt einen der zehn „Fanpreise“ erhalten soll. Mehr als 173.000 Stimmen konnten die Projekte dabei in wenigen Wochen über soziale Netzwerke, insbesondere YouTube, auf sich vereinen.

Insgesamt hat easyCredit im Rahmen des „Preises für Finanzielle Bildung“ seit Bestehen der Initiative über 7,5 Millionen Euro an Fördergeldern in regionale Bildungsprojekte investiert.

www.finanzielle-bildung-foerdern.de

49

Die Preisträger 2016

Kategorie A

1. Preis

Volksbank Koblenz Mittelrhein mit dem Projekt „EGON – ökologisch, nachhaltig, gut!“

2. Preis

Volksbank Bochum Witten mit dem Projekt „schoolbucks“

3. Preis

Raiffeisen-Landesbank Tirol AG mit dem Projekt „CURE Runners“

Kategorie B

1. Preis

Volksbank Rathenow mit dem Projekt „Erlebbares Wirtschaftssystem für Schüler“

2. Preis

Mendener Bank mit dem Projekt „Schülergenossenschaft DER ETUI“

3. Preis

Allgäuer Volksbank eG Kempten-Sonthofen mit dem Projekt „Wünsche, Werte, Wirklichkeit“

Kategorie C

1. Preis

Raiffeisenbank Unteres Vilstal mit dem Schülergenossenschaftsprojekt „Der grüne Daumen“

2. Preis

Volksbank Welzheim mit dem Projekt „Frauensprachcafé Welzheim“

3. Preis

Volksbank Wittgenstein mit dem Projekt „xXani-Real Schulservice eSG“

Sieger Fanpreis 2016

Projekt „30 Tage – 300 €. In 30 Tagen eine Idee verwirklichen“, unterstützt durch die Volksbank eG Delmenhorst Schierbrok.

EDITORIAL
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ
WIESO? WESHALB? DARUM!
SCHLAUE KONZEPTE!
EINS PLUS EINS MACHT ...

11	GOLDGESCHÄFTE UND GELDGESCHICHTEN	52
13	MUT ZUR LÜCKE	58
43	QUADRATISCH, PRAKTISCH, KLUG	66
51	WISSEN, WURZELN, WERTEWELT	72
95	„BOCKWURSCHT“ AN DER BÖRSE	78
	JEDER ZUG MACHT KLUG	84
	ZASTERMASTER	90

51

Schlaue Konzepte!

Wie wir Wirtschaft erlebbar machen ...

EDITORIAL	
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ	
WIESO? WESHALB? DARUM!	
SCHLAUE KONZEPTE!	
EINS PLUS EINS MACHT ...	

11	GOLDGESCHÄFTE UND GELDGESCHICHTEN	52
13	MUT ZUR LÜCKE	58
43	QUADRATISCH, PRAKTISCH, KLUG	66
51	WISSEN, WURZELN, WERTEWELT	72
95	„BOCKWURSCHT“ AN DER BÖRSE	78
	JEDER ZUG MACHT KLUG	84
	ZASTERMASTER	90



Gold- geschäfte und Geldge- schichten

Die Volksbank Raiffeisenbank Dachau setzt sich in Inklusionsprojekten mit großem persönlichen Einsatz für die finanzielle Bildung gehandicapter Kinder und Jugendlicher ein.

54

Sebastian Schruff legt sein Jackett über einen Stuhl, es ist ein heißer Sommertag. „Guten Morgen“, sagt er in die Runde der zwölf Schülerinnen und Schüler, die ihn gespannt anschauen. „Ich bin der Sebastian.“ Der 32-Jährige holt ein kleines Päckchen aus der Tasche und legt es Oli in die Hand, der ihn die ganze Zeit schon interessiert gemustert hat. Es wird schlagartig still in dem Klassenraum. „Das ist Gold, oder?“, fragt Oli und ein Raunen geht durch den Raum. „Ja, du hast recht. Was meinst du, wie viel wiegt das wohl?“, antwortet Schruff, während er an den Jugendlichen vorbeigeht, die die Johannes-Neuhäusler-Schule besuchen – eine Förderschule mit dem Förderschwerpunkt Geistige Entwicklung, die am Rande von weiten Feldern im bayerischen Schönbrunn liegt.

Oli überlegt. „Vielleicht 60 Gramm?“ Gut geschätzt, es sind genau 62, bei einem Wert von 40 Euro das Gramm. Direkt wird aus der Rate- eine Rechenaufgabe. Lehrer Hans-Jürgen Hornung, der die ganze Zeit dabei ist, rundet ab und schreibt „60 x 40 =“ an die Tafel. Oli rechnet und kommt auf 2.400. Ebenfalls richtig. Und eine ganze Menge Geld: „Jetzt bin ich reich“, ruft seine Tischnachbarin Enise unter dem Lachen ihrer Mitschüler, während sie eine andere Münze in der Hand wiegt. „Da hast du recht, dafür könnte man auch ein gebrauchtes Auto kaufen“, sagt Sebastian Schruff. „Warum ist denn Gold so viel wert?“, fragt er. „Weil es so schön glänzt“, antwortet einer der Jungen, „Ne, weil es so selten ist“, sagt ein Mädchen. „Auch das stimmt. Deswegen haben die Menschen früher mit Gold bezahlt, bis sie gemerkt haben, dass es davon zu wenig gibt, als dass alle damit einkaufen können“, erklärt Schruff mit einfachen Worten. „Und deswegen sind später andere Materialien wie Kupfer oder Nickel genommen worden, aus denen zum Beispiel heute noch unsere Euros gemacht werden.“

Inklusion steht im Mittelpunkt

Der etwas andere Unterricht für die Jugendlichen, die Handicaps von Entwicklungsstörungen bis hin zu schwersten Mehrfachbehinderungen haben, ist Teil des Engagements der Volksbank Raiffeisenbank Dachau. Neben einer ganzen Reihe von Sport- oder Kultursponsorings und anderen Aktionen und Projekten steht die Inklusion von Menschen mit Behinderung ganz oben auf der Liste der Bank. Ein Beispiel dafür war ein inklusives Gospelkonzert, für das mehr als 40 Bankmitarbeiterinnen und -mitarbeiter gemeinsam über Monate in Workshops mit Menschen

mit Behinderung geprobt hatten. In der Förderschule in Schönbrunn ist die Bank besonders aktiv. Sie bietet die Kurse zur finanziellen Bildung für alle Mittelstufen- und Berufsschulklassen an, lädt die Schüler zu Besuchen in die Bank ein oder auch zu Ausflügen. „Wir waren zuerst in einem Wildpark, auf einer eintägigen Skifreizeit und vor einigen Wochen im Legoland, mit fast 100 Schülern, Lehrern und Mitarbeitern unserer Bank, die die Jugendlichen in kleineren Gruppen begleitet haben“, sagt Sebastian Schruff, der in der Bank als Ausbildungsleiter für alle Azubis zuständig ist.

Lernen, was Geld bedeutet

Der gelernte Bankkaufmann, der auch Betriebswirtschaft studiert hat, arbeitet seit dem Jahr 2003 in der Bank. Die Aktion in Schönbrunn ist auch für ihn etwas Außergewöhnliches. „Wir haben hier ganz unterschiedliche Vorkenntnisse: Manche Kinder können kaum lesen, andere wissen wiederum sehr viel.“ Es geht weniger darum, die Funktionsweisen von Girokonten oder vom Online-Banking zu erklären, als vielmehr eine Vorstellung davon zu entwickeln, was Geld bedeutet. „Dabei kann ich nicht einfach meinen Plan durchziehen, sondern muss sehr oft darauf reagieren, was hier passiert. Das macht riesig Spaß, vor allem, weil von den Kindern so viel zurückkommt.“

„Das macht riesig Spaß, vor allem, weil von den Kindern so viel zurückkommt.“

Sebastian Schruff

Im Klassenraum ist das deutlich zu sehen und zu hören. Sebastian Schruff schüttet kleine Haufen Geldstücke auf die Tische und lässt die Kinder zunächst einmal die Münzen sortieren. Anschließend sollen sich einige die Augen verbinden und die Münzen ertasten. „Das ist ein Cent“, ruft Jolanda, „damit kann

55



Prüfen, ordnen, zählen: Die Schüler und Lehrer der Johannes-Neuhäusler-Schule gehen gemeinsam mit der Volksbank Raiffeisenbank Dachau dem Wesen des Geldes auf den Grund. Oben: Die Suche nach dem Wasserzeichen. Unten: Lehrer Hans-Jürgen Hornung.



56



Es geht viel weniger darum, die Funktionsweisen von Girokonten oder vom Online-Banking zu erklären, als vielmehr eine Vorstellung davon zu entwickeln, was Geld bedeutet, sagt Sebastian Schruff (unten rechts). Oben: Lehrerin Christina Rudolph (Mitte) mit Schülern der Johannes-Neuhäusler-Schule.



57

man nichts kaufen.“ Mit 100 dieser kleinen Geldstücke aber schon, entgegnet Sebastian Schruff. „Wie viel ist das denn dann?“ Ein Junge lässt sich auf einem Stuhl nach hinten fallen: „Das ist doch einfach, ein Euro!“ Alle lachen wieder. Spannender wird es, als die Kinder die Abbildungen auf den Rückseiten anschauen sollen. Wo kommen die Münzen her, was ist zu sehen? „Das ist ein König. Und da steht Spanien drauf. Viva España“, fängt der Junge an zu singen. Es klumpert auf den Tischen, das Gerufe wird lauter. „Hier, das ist aus Portugal. Und das aus Frankreich, wo die Europameisterschaft ist.“

Die Lehrer werden die ganze Zeit über mit einbezogen. Christina Rudolph zum Beispiel beugt sich zu einem der Mädchen. „Auf der Münze ist ein Adler zu sehen, wo kommt die her?“, fragt die Klassenlehrerin der Mittelstufe. Die Jugendliche überlegt, dann erinnert sie sich. „Aus Deutschland, der Adler ist auch auf dem Trikot der Nationalmannschaft!“ Anschließend kehrt wieder etwas Ruhe ein. Die Schülerinnen und Schüler sortieren die Münzen auf einem Zählbrett und rechnen die Summen zusammen. Ebenso addieren sie die Werte, die auf den 100-, 200- und sogar 500-Euro-Scheinen stehen, die Schruff schließlich aus einem Geldtäschchen holt. Sie kontrollieren Wasserzeichen und Hologramme und begutachten die Unterschrift des Präsidenten der Europäischen Zentralbank, der sich auf allen Geldscheinen verewigt hat.

Passend zum Lehrplan

Für die Schule sind die Angebote der Volksbank eine willkommene Ergänzung, sagt Christina Rudolph. „Wir nehmen das sehr gerne an, weil es Abwechslung bringt und den Unterricht interessanter macht. Die Schüler sind sehr engagiert und konzentriert bei der Sache“, beschreibt die Lehrerin ihre Erfahrungen. Die Unterrichtseinheit passe zudem sehr gut in den Lehrplan. In der Berufsschulstufe, in der sich ein Teil der Schüler befindet, gehöre die finanzielle Bildung dazu. „Einige der Jugendlichen werden in Werkstätten für behinderte Menschen arbeiten, wenn sie von der Schule gehen, andere aber auch auf dem ersten Arbeitsmarkt.“ Deswegen seien Themen wie Löhne oder auch der „Wert des Geldes“ sehr wichtig.

Im Unterricht machen die Lehrer auch Rollenspiele mit den Schülern, um Lebenspraxis einzuüben, wie es heißt. Sie lassen sie zum Beispiel Einkaufsszenen nachspielen, einen Einkaufszettel anfertigen und

das Wechselgeld nachzählen, sie besuchen gemeinsam den Weihnachtsmarkt oder ein Café, um die Jugendlichen auf ein möglichst selbstständiges Leben vorzubereiten. Rudolphs Kollege Hans-Jürgen Hornung bestätigt den großen Nutzen externer Hilfen bei der Arbeit. „Wir halten einmal in der Woche einen Förderkurs ab, in dem wir mit dem Euro rechnen. Da passt das Angebot der Volksbank gut hinein.“ Für seine Schüler sieht er gute Möglichkeiten, in einem Job außerhalb der Werkstätten für behinderte Menschen unterzukommen. In der Bücherei etwa, in der Jugendherberge oder im Biomarkt gebe es Stellen, bei denen sich die Schüler in Praktika beweisen könnten. „Auch dort gehört das Wissen um finanzielle Zusammenhänge zum Alltag.“

„Sebastian, Sebastian!“

Zwei Mädchen der Johannes-
Neuhäusler-Schule

Als die Stunde beendet ist, verabschieden sich die Schüler mit vielen Umarmungen in die Pause. Sebastian Schruff packt seine Anschauungsobjekte in eine Tüte, verlässt den Raum. Im Flur spricht er noch kurz mit Christina Rudolph, bis er jäh unterbrochen wird. Über den gesamten Gang schreien zwei Mädchen: „Sebastian, Sebastian!“ Der Bankmitarbeiter dreht sich zu ihnen um und geht auf sie zu. Beide drücken ihn fest an sich, sie freuen sich, ihn zu sehen. Als er zurückkommt, lächelt er immer noch. „Daran musste ich mich auch gewöhnen. Die beiden waren in meiner Gruppe im Legoland und haben mich sofort wiedererkannt“, sagt er. „Die Kinder bauen direkt eine so große Nähe auf, das ist abseits der Arbeit hier wirklich schön.“

Volksbank Raiffeisenbank Dachau	
Bilanzsumme	1,691 Milliarden Euro
Kunden	80.000
Mitglieder	33.619
Geschäftsstellen	24
Mitarbeiter der Bank	328

Stand: 31.12.2015.



Mut zur Lücke

Die Volksbank Stade-Cuxhaven
verbindet die Förderung finanzieller Bildung mit
dem Thema Zahnpflege und sorgt damit für Begeisterung,
stauende Gesichter und jede Menge offene Münder.

60

Die beiden Jungs rennen durch die enge Hummergasse, biegen nach links und 20 Meter weiter wieder nach rechts in die Siemesterrasse. Dort, auf einer der Haupteinkaufsstraßen von Helgoland, liegen Läden, Restaurants und Cafés wie an einer Perlen schnur aufgefädelt. Und direkt an der Ecke, in einem schlichten Gebäude, liegt die Filiale der Volksbank Stade-Cuxhaven. Mit ebenso hohem Tempo, wie sie gerade durch die Straßen gelaufen sind, geht's für die beiden Neunjährigen in die kleine Schaltherhalle, wo zwei, drei Mitarbeiter an ihren Tischen arbeiten. Kurz zu Atem kommen, anstellen, warten, drankommen – und dann passiert etwas Seltsames. Die Jungen reißen ihre Münder auf – und zeigen ihre prächtigen Zahnlücken.

„Wir verbinden die Themen Zahnpflege, Sparen und finanzielle Bildung, indem wir eine spannende Geschichte erzählen.“

Jens Drexler

Was fast wie ein Streich der beiden Kinder klingt, ist Teil eines groß angelegten Projekts der Volksbank Stade-Cuxhaven. Unter dem Titel „Zahnpirat“ verknüpfen Jens Drexler, Marcel Wiebusch und ihr Team seit dem Jahr 2015 eine ganze Reihe von Ideen, die auf den ersten Blick kaum zusammenpassen. „Wir verbinden die Themen Zahnpflege, Sparen und finanzielle Bildung, indem wir eine spannende Geschichte erzählen“, erklärt Jens Drexler, Prokurist und Marketing-Chef der Bank. Und die geht so: Der Zahnpirat Flint hat auf der Hochseeinsel Helgoland, die zum Marktgebiet der Volksbank gehört, einen Schatz in der dortigen Filiale versteckt. Dort lebt er

auch, mit seinem Freund, dem Basstöpel Basti. Und da Flint ein netter, verantwortungsbewusster Pirat ist, gibt er den Kindern etwas von seinem Schatz ab: 2 Euro pro – auf natürlichem Wege – ausgefallenem Milchzahn.

1.800 Milchzähne prämiert

Die Story ist einfach erzählt, hat aber einen komplexen Hintergrund. „Wir haben darüber nachgedacht, wie wir das Thema Sparen attraktiver machen können, erst recht in Zeiten des absoluten Niedrigzinses“, erklärt Marcel Wiebusch die ersten Überlegungen. „Der Weltspartag allein, an dem die Kinder in die Banken kommen, reicht dafür nicht mehr aus.“

Die Lösung für diesen wichtigen Teil der finanziellen Bildung lautete, die Kinder schon ganz früh anzusprechen, mit etwas, wozu jede Familie einen engen Bezug hat. Als Idee tauchte schließlich nach vielen Überlegungen der Verlust der Milchzähne auf, der jeden Jungen und jedes Mädchen spätestens im Grundschulalter ereilt. Daraus entstand ein Konzept, das nachhaltig und in vielen Etappen die Kinder bis ins Erwachsenenalter begleiten kann.

Als erster Schritt erfolgte im Geschäftsgebiet die Ansprache aller Kinder, die ihr fünftes Lebensjahr erreicht hatten. Ein Anschreiben auf Schatzkartpapier ging an die Eltern, die anschließend zu einer genossenschaftlichen Beratung eingeladen wurden. Rund 3.400 dieser Erstgespräche kamen in den ersten anderthalb Jahren auf diesem Weg zustande, in denen die Bankmitarbeiter den Familien das „Zahnpiratsparen“ vorstellten. Für die Kinder gab es dazu eine Stempelkarte und eine kleine Schatzkiste, zur Dokumentation und zum Sammeln der ausgefallenen Zähne. Parallel konnten die Eltern für ihre Söhne und Töchter ein Konto eröffnen, das als VR-MeinKonto vom Sparbuch im Laufe der Jahre zum vollwertigen Girokonto inklusive VR-BankCard und Online-Banking wachsen kann. „Darauf werden dann jeweils die 2 Euro eingezahlt. Die Zähne können die Kinder natürlich behalten“, sagt Jens Drexler mit einem Schmunzeln und verweist auf mittlerweile rund 1.800 ausgefallene Zähne, für die die Prämie angewiesen wurde.

Kostüm und Kinderbuch

Damit Spaß, Bildung und monetäre Anreize für die Kinder perfekt zusammenpassen, haben die Bankmitarbeiter ihre Idee gut durchdacht. Zum einen passt sie gut in das gesamte Engagement der finan-

61



Oben: Flitzen mit Flint: Der Helgoländer Zahnpirat versetzt die jungen Insulaner in Begeisterung und bringt sie in Bewegung. Unten: Gut ausgerüstet mit Ballon und Sticker (links) sowie unterstützt vom Basstölpel Basti (rechts) geht es gemeinsam mit dem Zahnpiraten auf zu neuen Exkursionen.



62



Marcel Wiebusch, Carolin Danz und Jens Drexler (Bild rechts unten, von links nach rechts) treiben das Programm voran, entwickeln stets neue Aktionen (Bilder oben und links unten) und setzen sich auch persönlich vor Ort für die Förderung der finanziellen Bildung ein.



63

ziellen Bildung, bei dem die Bank zu Girokonten, Sicherheit beim Online-Banking und -shoppen oder zu Überschuldung aufklärt. Zum anderen haben Drexler und seine Mannschaft auf externen Sachverständigen gesetzt. Zur Aktion gehört ein Kinderbuch, das gemeinsam mit einer Grafikerin und einer Autorin entwickelt wurde, und das die Geschichte des Piraten erzählt. Ebenso professionell ist die Bank auch das Thema Zahnpflege angegangen. Sie hat sich mit Zahnärzten in der Region zusammengetan, die wiederum bei sämtlichen Texten und Kernaussagen beraten haben – „und unsere Aktion sogar noch empfehlen“, wie Jens Drexler mit Stolz erzählt.

„Wir finden es auch wichtig, dass wir als Bankmitarbeiter uns immer wieder mit unserer Geschichte identifizieren können.“

Marcel Wiebusch

Über die gemeinsame Leistung freut sich auch Marcel Wiebusch. Der Marketing-Experte der Bank hat gemeinsam mit seiner Kollegin Carolin Danz im Team von Jens Drexler das Konzept mitentwickelt – und heute auf Helgoland eine ganz besondere Rolle eingenommen, die ihn ganz schön anstrengt. Er schlüpft in ein aufwendig gestaltetes, überlebensgroßes Kostüm von Flint. So verkleidet führt er die mittlerweile zehnköpfige Kindergruppe aus der Bank durch die Einkaufsstraße Richtung Meer. Passanten bleiben stehen, machen Fotos, kleine Kinder umarmen den freundlichen Piraten, der überall, wo er vorbeigeht, für Aufsehen sorgt. „Genau das wollten wir erreichen, indem wir Flint von einer renommierten Puppenbildnerin aus der gezeichneten in die reale Welt haben überführen lassen“, erzählt

Marcel Wiebusch während einer Verschnaufpause am Strand. Er schwitzt unter seinem Kostüm, aber Spaß macht es ihm trotzdem. „Die Reaktionen der Kinder sind toll und wir finden es auch wichtig, dass wir als Bankmitarbeiter uns immer wieder mit unserer Geschichte identifizieren können.“

Schatzsucher und Geldzähler

Die Story ist rund, das merkt man auch den Helgoländer Jungen und Mädchen an. Sie reagieren sehr positiv auf Flint, suchen mit ihm seinen Schatz im kleinen Freilichtmuseum, unterhalb der roten Klippen und schließlich im Keller der Bank. „Hier hat Flint sein Lager aufgeschlagen“, sagt Carolin Danz. Die Marketing-Kollegin führt die Gruppe mit verschwörerischem Blick die Treppe hinunter und achtet auch darauf, dass Flint – im Kostüm ist Marcel Wiebusch fast 2,50 Meter groß – unbeschadet in seinem Versteck landet. Das liegt direkt gegenüber vom Tresorraum, den der Nachwuchs schließlich auch noch besichtigen darf. „An dieser Stelle können wir wieder die finanzielle Bildung mit unserer Geschichte verbinden“, sagt Carolin Danz. Die Kinder bekommen einen kurzen Überblick über Geldzählmaschinen und alle möglichen Arten von Währungen, sie fragen nach, sind interessiert.

Das Konzept wird sehr gut angenommen, sagt Carolin Danz – und schaut schon nach vorne. Einige Wochen nach der Tour mit den Helgoländer Kindern werde sie mit Flint auf die Insel zurückkehren. Rund 100 Kinder und Eltern aus dem Geschäftsgebiet vom Festland hätten sich angekündigt, um Flints Schatz zu suchen, organisiert von der Volksbank Cuxhaven-Stade, erzählt die Bankmitarbeiterin. „Und da werden wir wohl noch deutlich mehr Zahnlücken zu sehen bekommen.“

Volksbank Stade - Cuxhaven

Bilanzsumme	1,038 Milliarden Euro
Kunden	42.390
Mitglieder	18.639
Geschäftsstellen	16
Mitarbeiter der Bank	240

Stand: 31.12.2015.







67

Quadra- tisch, praktisch, klug

Die Volksbank Oldenburg hilft bei Gründung und Aufbau von Schülergenossenschaften in ihrer Region. Die Firma Eco-Cubes wirtschaftet mit Würfel-Möbeln und setzt dabei auf genossenschaftliches Teamwork.

68



Ökologisch und pädagogisch wertvoll: Mit großer Sorgfalt und höchst konzentriert werden im Werkraum die nachhaltigen Möbel gesägt, geschliffen und lackiert. Oben: Robin Harlammert (links) und Hannes Harms. Unten: Kerimcan Yayan.



69

„Warum interessierst du dich für Marketing?“, fragt Daniel Friske und schaut Celine Cordes mit offenem Blick in die Augen. Die 15-Jährige überlegt kurz, beugt sich nach vorn und antwortet ihren beiden Gegenübern. „Ich finde es superspannend, mit vielen Leuten zu tun zu haben, und glaube, dass ich im Marketing gut aufgehoben bin.“ Daniel guckt seinen Nachbarn Robert Beil an, beide nicken. Jetzt stellt Robert eine Frage, nachdem er kurz auf seinen eng beschriebenen Zettel gespickt hat. „Und was hast du für Erfahrungen in dem Bereich?“ Wieder überlegt Celine, schüttelt kurz den Kopf. „Noch keine, aber ich kann gut mit Menschen umgehen“, sagt die Jugendliche in der schicken Bluse. „Und, wie steht’s mit deinen Englischkenntnissen?“ Da lächelt Celine. „Die sind gut, ich kann mich fließend unterhalten.“

Die drei Jugendlichen besuchen die Oberschule Osternburg in Oldenburg – und führen ein ganz besonderes Vorstellungsgespräch. Seit Anfang des Jahres 2016 arbeiten jeweils ein gutes Dutzend junge Leute zwischen 15 und 17 Jahren bei Eco-Cubes mit. Die Schülerfirma verkauft selbst angefertigte Möbel aus Holz und ist gerade auf der Suche nach Nachwuchskräften. Der erste Jahrgang, der sich neben dem Unterricht engagierte, verlässt die Schule, um ins Berufsleben zu starten. Eine komplett neue Belegschaft ist gefragt.

Unterstützt wird die kleine Firma von der Volksbank Oldenburg eG, die eine ganze Reihe Projekte zur finanziellen Bildung anbietet. Einen gewichtigen Teil dieses Engagements stellen fünf dieser genossenschaftlich organisierten Schülerfirmen dar, die über die ganze Stadt verteilt sind. „Wir fördern damit einen unserer Grundgedanken: Was man alleine nicht schafft, funktioniert zusammen besser – die Schüler sind wie bei jeder Genossenschaft Mitglieder und Unternehmer zugleich und können damit selbst Verantwortung übernehmen“, sagt Christina Zschech, die das Projekt betreut.

Von der Gründung zur Bilanzierung

Die Marketing-Expertin der Volksbank stellte die Weichen für das Engagement, indem sie alle organisatorischen Schritte begleitet hat. „Wir beraten bei der Gründung der nachhaltigen Schülergenossenschaften, bei der Erstellung der Bilanzen und geben ein Startkapital von 150 Euro dazu.“ Anschließend helfen eine Kollegin oder ein Kollege aus der jeweiligen Geschäftsstelle bei allen weiteren Fragen

– bei der Oberschule Osternburg ist das Christina Feil. „Ich bin immer da, wenn es um die finanziellen Belange geht“, sagt die Privatkundenberaterin.

„Wir fördern damit einen unserer Grundgedanken: Was man alleine nicht schafft, funk- tioniert zusammen besser.“

Christina Zschech

Einen Anstoß zur Gründung der Schülerfirma an der Oberschule Osternburg, zu der auch eine Abteilung gehört, die Handy- und Tablet-Halterungen aus Holz, Metall und Farbe herstellt, hat das Erasmus-Projekt WIN² gegeben – ausgeschrieben heißt das: Wirtschaftsunterricht international und handlungsorientiert gestalten. Hinter dem komplizierten Namen verbirgt sich unter Federführung des Instituts für ökonomische Bildung der Universität Oldenburg eine sehr bunte und vielfältige Aktion. „Wir haben uns mit Schülern und Lehrern aus Bulgarien und Polen getroffen und mit ihnen über die Gründung und Weiterentwicklung von Schülerfirmen diskutiert“, erzählt Jan Müller, Konrektor an der Oberschule Osternburg. Die ausländischen Gäste waren für mehrere Tage in Oldenburg zu Besuch, eine Fahrt nach Polen war ebenfalls Teil des Programms, das in ein internetgestütztes Lehr- und Lernkonzept zum Thema Wirtschaftsunterricht und Schülerfirmen und in die Lehrerbildung an der Universität fließen soll. „Die Schüler haben sich nach anfänglicher Zurückhaltung sehr gut miteinander verständigt, auf Englisch wohlgermerkt, und wenn das nicht ausreichend war, mit Händen und Füßen“, erinnert sich Müller.

70

Internationale Ausrichtung

Ein Ziel des Projekts ist auch eine Zusammenarbeit der Firmen. „Wir lassen zum Beispiel in Polen von einer Schülerfirma unsere Flyer drucken und wollen unsere Möbel dorthin liefern, wo eine andere Firma Schreibwaren in der Schule verkauft und unsere Cubes als Regale nutzen will“, berichtet Robin Harlammert. Im Keller der Schule stellt er mit zwei Mitschülern gerade die Eco-Cubes her – einfache, aber qualitativ hochwertige und nachhaltige Holz-möbel, die es in unterschiedlichen Größen gibt. Er fräst in die vorgesägten Bretter Löcher, in die er wiederum Holzdübel versenkt. Mit Leim fixiert er das Holz, das – ganz nachhaltig – aus der Region stammt, zu Würfeln. „Die Treffen mit den Polen und Bulgaren haben total viel Spaß gemacht, weil man mal ganz andere Leute kennenlernt.“

**„Ich finde das
wahnsinnig span-
nend, auch weil
sich hier Talente
zeigen, die man im
Unterricht so nie
vermuten würde.“**

Alexandra Mann

Sein Mitschüler Hannes Harms schleift unterdessen die Möbelstücke, damit Kerimcan Yayan sie schließlich lackieren kann. Die drei 16- bis 17-Jährigen verlassen die Schule, um anschließend eine Lehre zu machen. „Die Schülerfirma hat mir gute Einblicke ins Arbeitsleben gegeben“, sagt Hannes, während er die letzten Lackschichten geduldig mit einer Rolle aufträgt. „Wir arbeiten eine Stunde pro Woche an den Stücken – aber wenn etwas fertig werden muss, machen wir gerne auch freiwillig weiter“, ergänzt Kerimcan.

Die Schüler seien mit Feuereifer und hoch motiviert dabei, beschreibt Jan Müller die Arbeitsweise. „Das ist eben etwas ganz anderes, als nur in der Theorie zu lernen“, sagt der Lehrer für Wirtschaft und Technik, der die Firma neben der Koordination auch auf der technischen Seite begleitet. Sämtliche Jugendlichen nehmen am sogenannten fächerübergreifenden Profilunterricht teil, der in vier Schulstunden in der Woche technische und wirtschaftliche Aspekte vereint und auch der Berufsorientierung dient. „Die Schüler bekommen beim Ausscheiden aus der Firma auch Arbeitszeugnisse, die sie später als Referenz nutzen können“, nennt Jan Müller einen weiteren Vorteil des Engagements, zu dem auch eine mehrtägige Fortbildung etwa zum Thema Buchführung für die Schüler an der Berufsschule Haarentor gehört.

Mit den Zahlen, die zum wirtschaftlichen Handeln unbedingt dazugehören, ist auch Müllers Kollegin Alexandra Mann gerade beschäftigt. Gemeinsam mit dem dritten Lehrer im Bunde, Lutz Hofmann, hat sie den betriebswirtschaftlichen Teil der Schülerfirma übernommen, zu dem die Bilanzierung, aber auch die Werbung oder der Vertrieb gehören. In einem hellen Raum sitzen die beiden Lehrer mit einigen Schülern an Computern, um Rechnungen zu schreiben. „Alles läuft wie bei einer normalen Firma ab. Die Jugendlichen müssen manchmal auch unangenehmere Dinge wie die Buchhaltung übernehmen und sich mit vielen Entscheidungen auseinandersetzen“, sagt die Fachleiterin für den Bereich Wirtschaft. „Die Schüler müssen sich selbst motivieren, das ist manchmal im Schulalltag gar nicht so einfach“, beschreibt Alexandra Mann die kleinen Klippen, die die junge Firma umschiffen muss. Auf der anderen Seite sind sie ihr eigener Chef, können ihre Ideen verwirklichen – so entsteht gerade ein dritter Teil der Schülerfirma, eine Fahrradwerkstatt. „Sie bekommen Einblicke, die sie sonst später erst im Beruf gewinnen könnten“, sagt die Lehrerin. „Ich finde das wahnsinnig spannend, auch weil sich hier Talente zeigen, die man im Unterricht so nie vermuten würde.“

Volksbank Oldenburg eG

Bilanzsumme	615 Millionen Euro
Kunden	39.400
Mitglieder	20.265
Geschäftsstellen	13
Mitarbeiter der Bank	170

Stand: 31.12.2015.

71



Bilanzierung, Werbung, Bewerbungsgespräche führen ... alles läuft wie in einer normalen Firma ab. Unten links, das gesamte Eco-Cubes-Team, unten rechts: Christina Feil (links) und Christina Zschech (rechts) von der Volksbank Oldenburg mit den Lehrern der Oberschule Osternburg Jan Müller (2. von links), Alexandra Mann (Mitte) und Lutz Hofmann. Oben und Mitte links: Celine Cordes im Gespräch mit Daniel Friske (links) und Robert Bell.



72

Wissen, Wurzeln, Wertewelt



Larissa Klaus, Dr. Antje Kuttner, Mirjam Schmidt (von links nach rechts)

Die Münchner Bank erklärt Geld- und Wirtschaftskreisläufe in einem eigenen Museum. Und rückt dabei auch ihre genossenschaftliche Überzeugung ins Blickfeld.

73

Die Münchner Bank engagiert sich für finanzielle Bildung in vielen Projekten. Eines davon ist ein eigenes Museum, das den Bürgern der Region – und vor allem Schulklassen – die Funktion von Geld- und Wirtschaftskreisläufen nahebringt. Seit dem Jahr 2013 dienen dazu zum Beispiel Ausstellungsstücke wie Muscheln, die früher als Zahlungsmittel verwendet wurden, interaktive Tische, die ein Glossar zu Finanzthemen bieten, oder Filme – auf Deutsch und Bayerisch –, die das Geld-, Bank- und Genossenschaftswesen erklären. Wir sprachen mit Dr. Antje Kuttner, Mirjam Schmidt und Larissa Klaus von der Münchner Bank über die Inhalte, Ausrichtung und Funktionen des Museums und inwieweit diese in die sich ständig weiterentwickelnde Werte- und Engagementswelt der Bank passen.

Warum hat die Münchner Bank ein eigenes Museum?

Mirjam Schmidt: Wir leisten einen Beitrag dazu, dass Menschen jeden Alters so informiert wie möglich sind und unabhängige Entscheidungen treffen können. Wir erklären die Themen zwar sachlich korrekt, aber zugleich möglichst anschaulich. Nur so können die für viele Verbraucher auf den ersten Blick eher langweiligen oder komplizierten Fakten spannend und anschaulich werden.

Haben Sie ein Beispiel dafür?

Mirjam Schmidt: Wir konzipieren aktuell eine Ausstellung, für die wir die Bürger Münchens aufgerufen haben, uns ihre Sparschweine zu bringen. Dabei tauchen ganz viele alte Exemplare auf, aus verschiedensten Materialien und in höchst unterschiedlichen Formen. Es kommen Kinder zu uns und bringen ihre Spardosen, aber auch Senioren, die 50, 60 Jahre alte Stücke dabei haben. Ein Experte schaut sich die Stücke an und ordnet sie zeitlich wie stilistisch ein. Eine Auswahl davon werden wir schließlich ausstellen.

Was wollen Sie mit einer solchen Ausstellung erreichen?

Larissa Klaus: Wir verbinden mit der Aktion ganz unterschiedliche Themen. In der Öffentlichkeit zeigen wir unsere Heimatverbundenheit, die für die Münchner Bank ganz wichtig ist: Wir kommen von hier und arbeiten für die fast zwei Millionen Menschen in der Stadt und im nahen Umland. Mit der Ausstellung stellen wir auch heraus, dass jeder zu uns kommen kann und wir einen Ort bieten, der

für alle Menschen geöffnet ist. Die Bank wird dadurch transparenter. Gleichzeitig tragen wir unsere Themen in die Stadt und nehmen so auch unseren Bildungsauftrag wahr, den wir sehr wichtig finden.

Wie setzen Sie diesen im Museum um?

Mirjam Schmidt: Wir haben gerade eine Ausstellung eröffnet, in der wir Geldscheine aus verschiedenen Ländern zeigen. Das Interessante daran: Wir gehen täglich damit um, doch schauen nicht genau hin. Dabei dient das Bargeld neben seiner Funktion als Zahlungsmittel oft als Werbefläche, wenn man so möchte. Es vermittelt mehr oder weniger subtile Botschaften über die jeweiligen Staaten: Südafrika zeigt zum Beispiel die Schönheit der Natur, in Lettland sind Trachten zu sehen, auf den Euroscheinen hingegen stilisierte Fenster und Brücken, die kein bestimmtes Bauwerk hervorheben, sondern europäische Baustile und Epochen symbolisieren.

Wie wird das Museum angenommen?

Larissa Klaus: Sehr gut. Es melden sich viele Schulklassen an, die hier Führungen bekommen – gleichzeitig haben wir auch Laufpublikum, weil der große Raum zu den Öffnungszeiten der Bank immer zugänglich ist.

Wie ordnet sich das Museum in Ihr gesellschaftliches Engagement ein?

Antje Kuttner: Da muss ich ein wenig ausholen. Wir haben unsere unternehmerische Verantwortung schon immer sehr ernst genommen, vom Vorstand bis zum Kundenberater. Als älteste Genossenschaftsbank Bayerns, mit 150 Jahren Geschichte, haben wir eine starke Verbundenheit zu den Menschen und der Region. Das haben unsere Mitglieder und Kunden immer wieder gemerkt, auch über die vielen Aktionen, die wir in den vergangenen Jahrzehnten gestartet haben, gerade im Bereich der finanziellen Bildung. Seit Ende 2015 haben wir den gesamten Bereich aber organisatorisch stark umgebaut und eine eigene Abteilung „Genossenschaftliche Wertewelt“ eingerichtet.

Welche Werte hat die Bank für sich identifiziert?

Antje Kuttner: Wir haben auf unsere Wurzeln geschaut, auf unsere genossenschaftliche Herkunft und uns zum Beispiel mit den Werten beschäftigt, die schon von Hermann Schulze-Delitzsch, einem der führenden Gründerväter des deutschen Genos-

74

senschaftswesens, propagiert wurden. Für uns passen dabei Prinzipien wie ehrlich, partnerschaftlich, heimatverbunden und unabhängig zu unserer Haltung und unseren Zielvorstellungen. Nur wenn wir uns auf diese Weise gesellschaftlich engagieren und Verantwortung übernehmen, können wir auch unsere Geschäfte erfolgreich führen.

In welchen Bereichen setzen Sie diese Werte um?

Antje Kuttner: Wir haben drei Säulen definiert, die wir bearbeiten wollen: Mitarbeiter, Mitglieder und München. Im Bereich der Beschäftigten haben wir angefangen, indem wir zum Beispiel unsere Personalinstrumente auf das Konzept abstimmen. Bei den Mitgliedern starten wir in diesem Jahr. Dort ist ein Ziel, dass alle Neukunden auch Mitglieder werden sollen, um unseren Genossenschaftsgedanken weiterzutragen, mit einer wechselseitigen Verantwortung. Zum Thema München, zu dem auch unser Museum gehört, passen zum Beispiel unser Medienkunstpreis, bei dem sich Studierende aus der Stadt mit unseren Werten auseinandersetzen, unser Social Day, an dem Azubis und Vorstände einen Parcours für gesunde Ernährung für Kinder organisieren, oder die Stiftung Lichtblick, die sozial benachteiligte Kinder und Jugendliche im Stadtteil Hasenberg fördern und die wir finanziell unterstützen. Gerade an solchen Stellen justieren wir gerade nach, um unser Engagement noch stärker mit unseren Wertewelten zu verknüpfen – dadurch können wir noch zielgerichteter und stärker helfen.

Im Team Genossenschaftliche Wertewelt der Münchner Bank ist Dr. Antje Kuttner für die strategische Ausrichtung verantwortlich. Zum Team gehören außerdem Mirjam Schmidt, die das Museum der Bank leitet, und Larissa Klaus, die auch für Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zuständig ist.

M ü n c h n e r B a n k e G

Bilanzsumme	3,1 Milliarden Euro
Kunden	113.873
Mitglieder	51.012
Geschäftsstellen	37
Mitarbeiter der Bank	580

Stand: 31.12.2015.

75



Die Türen des Museums der Münchner Bank stehen für Besuchergruppen weit offen. Es kann ein Blick in den Tresorbereich geworfen werden (oben). Auf informativen Tafeln (unten) werden Hintergründe und Zusammenhänge anschaulich erläutert.



76



Oben: Währung im Wandel – nicht immer wurde nur mit Scheinen und Münzen gezahlt. Unten: Die Geschichte der Zahlungsmittel auf einen Blick.



77



Oben: Die Resonanz auf das 2013 eröffnete Museum ist sehr gut. Schulklassen stehen dabei ganz oben auf der Gästeliste.
Unten: Andere Zeiten, andere Scheine – in der Münchner Bank kann man sie bestaunen.



	Exch	BidCnt	BidQty	Bid	Ask	Spread	Vol
		7	882	71,00	71,03	88	17
WVO	FFM	1	740	34,890	36,045	2.885	1
9	FFM	9	1.292	153,15	153,25	206	2
5	FFM	1	5.000	15,200	15,435	253	1
7	FFM	6	950	82,83	82,85	100	2
1	FFM	1	274	82,75	82,94	516	9
7	FFM	1	1	132,50	133,05	1.946	4
3	FFM	1	191	132,70	132,75	320	1
7	FFM	2	822	78,71	78,75	275	6
	FFM	7			17,280	1.185	2
	FFM	3	437	93,19	93,21	335	7
	FFM	3	639	93,18	93,22	1.599	9
		7	1.574	93,17	93,23	2.058	12
		10	1.824	93,16	93,24	2.557	8
		10	2.266	93,15	93,25	1.588	10
		5	1.329	93,14	93,26	1.973	10
		3	1.753	93,13	93,27	3.377	5
		7	1.595	93,12	93,28	1.173	7
		8	2.410	93,11	93,29	1.547	2
		5	2.636	93,10	93,30	129	1
	FFM	1	100	72,48	72,60	870	4
	FFM	1	40	31,100	32,190	6.215	3
	FFM	8	13.493	12,005	12,015	109	5
	FFM	5	369	214,20	214,30	682	1
	FFM	4	622	83,36	83,39	59	2
	FFM	1	50	81,89	84,85	121	1
	FFM	7	355	84,61	84,64	100	2
	FFM	2	1.187	30,655	30,660	1.064	1
	FFM	2	816	28,425	28,435	160	2
	FFM	1	143	27,995	28,870	5.039	1
	FFM	9	14.079	16,855	16,865	5.414	5
	FFM	1	5.000	16,740	16,885		2

„Bock- wurst“ an der Börse

Die Volksbank Allgäu-West bringt den Schülern ihrer Region sehr eindringlich und innovativ nahe, wie die Finanzwelt und das Börsenleben funktionieren. Wissenshunger trifft dabei auf Spannung und Spaß.

80

Der Ausblick ist atemberaubend. Hinter den hohen Glasfenstern ist die Skyline von Frankfurt zu sehen, die 20-, 30-, 40-stöckigen Gebäude der Banken und Versicherungen gleißen in der Sonne, die manchmal durch die helle Wolkendecke bricht. Die Schüler aus Wangen im Allgäu genießen die Perspektive, die ihnen der helle Raum im 50. Stock der DZ BANK bietet, fotografieren mit ihren Smartphones das Häusermeer – und nicht selten machen sie in kleinen Gruppen oder allein Selfies, um den Moment für sich festzuhalten. Der Besuch in der Zentralbank der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken ist einer der Höhepunkte, den die Gruppe in Frankfurt genießt.

Siegerteams des Börsenspiels

Als Siegerteams des deutschlandweiten VR-Börsenspiels, bei dem sie von der Volksbank Allgäu-West begleitet wurden, haben sie sich die eintägige Tour verdient – inklusive eines Besuchs der Börse und einer feierlichen Siegerehrung.

Den Anfang hat das besondere Erlebnis allerdings im Allgäu genommen, genauer gesagt in den Klassenräumen des Beruflichen Schulzentrums Wangen. Verantwortlich dafür ist Frank Fischer. Der Leiter für den Bereich Privatkunden der Bank besuchte alle teilnehmenden Schulen, um in den verschiedenen Klassen im Unterricht das VR-Börsenspiel zu erklären. „Viele Jugendliche kennen die Grundlagen, um unsere Ökonomie und verschiedene Wirtschaftssysteme zu verstehen. Von den Mechanismen und Vorgängen an der Börse haben sie aber oft wenig gehört. Sie wissen nicht, was die Aktienkurse bewegt, warum sich Kurse wie entwickeln oder ob eine Aktie teuer oder günstig ist.“

In zwei Schulstunden fängt Fischer, der für die Volksbank die Kunden dabei berät, wie sie ihr Vermögen optimal aufteilen können, mit dem rudimentären Börsenwissen an – und geht schnell in die Tiefe. „Am Ende sollen die Schüler verstanden haben, was zum Beispiel das Kurs-Gewinn-Verhältnis bedeutet und wie man mit dessen Hilfe eine Aktie bewerten kann.“ Anschließend erklärt er das VR-Börsenspiel, bei dem die Schüler in kleinen Gruppen mit einem virtuellen Grundkapital von 50.000 Euro starten. Gewonnen hat am Ende, das sei vorweggenommen, das Team mit der besten Performance. „Damit die Schüler das meiste aus ihrem Einsatz machen können, erläutere ich die verschiedenen Gattungen von Wertpapieren, die sie auf unserer Internetplattform handeln können.“

Broker für zwölf Wochen

Die Jugendlichen legen dort ein eigenes Depot an und legen los. Zwölf Wochen lang geben sie Orders auf, richten Stopp-Limits ein, wechseln Börsenplätze, allerdings ohne echtes Risiko. Die Papiere, die gehandelt werden können, sind zudem eher konservativ, das ist Frank Fischer wichtig. „Wir wollen nicht, dass die Schüler zocken, sondern durchdacht handeln.“ Erlaubt sind zum Beispiel Aktien, Index-Fonds oder Basket-Zertifikate – erklärt werden Aktien zum Beispiel anhand von Werten wie Apple Inc., die etwa deswegen besonders spannend für die Jugendlichen sind, weil sie Produkte aus ihrer Lebenswelt wie Kommunikationstechnik oder Spielekonsolen abbilden können.

Die Bank begleitet das Projekt im Laufe der Monate bei größeren Fragen und verschickt wöchentliche Börseninformationen an die Gruppen – die Verantwortung aber übernehmen die Schüler selbst. „Sie nehmen das in die Hand und probieren etwas aus, auch wenn mal etwas schiefgeht“, sagt Fischer. Am Stichtag zum Ende des Spiels, nach drei Monaten Spielzeit, wird die Entwicklung des Depots ausgewertet – und die Sieger stehen fest.

**„Wir wollen
nicht, dass die
Schüler zocken,
sondern durch-
dacht handeln.“**

Frank Fischer

Die Volksbank Allgäu-West macht anscheinend etwas richtig, schaut man auf die puren Zahlen. Von 317 Spielgruppen 2016, die deutschlandweit am Spiel teilnehmen, werden 47 von Frank Fischer und Kollegen betreut. „Wir vermuten, dass aus unserer Region so viele Schulen mit ihren Schülern teilnehmen, weil wir ihnen das Spiel und die Grundlagen der Börse sehr eindringlich vermitteln und dennoch

81



Erst tüfteln, dann triumphieren: Die Volksbank Allgäu-West bringt ihre Schulgruppen auf Kurs und erntete damit die Plätze 2, 5 und 6 im Bundesvergleich. Oben: Das Team „Young Engineers“. Unten: Das Team „Bockwurscht“.



82



Kursschwankungen statt Pokemon-Go-Figuren in Sicht (oben): Die Siegerteams (unten links) führen mit ihren Bank-Experten in das Zentrum des Geschehens an die Frankfurter Börse. Bild unten rechts: Lehrer Lutz Raute (links) und Frank Fischer von der Volksbank Allgäu-West.



83

den Spaß und die Spannung in den Vordergrund stellen“, sagt Sonya Dreyer. „Gleichzeitig haben wir die Lehrer gut eingebunden, die schon seit Jahren aktiv mitmachen.“

Besonders stolz ist die Bankmitarbeiterin auch auf die Erfolge der Teams, die in diesem Jahr den 2., 5. und 6. Platz deutschlandweit belegt haben. Als Belohnung für den tollen Erfolg erhalten die Spielgruppen und die Klassenkassen Preisgelder zwischen 200 und 950 Euro von der Volksbank Allgäu-West ausbezahlt. „Wir sind seit dem Jahr 2013 immer unter den ersten fünf Gruppen in Deutschland dabei und durften seitdem jedes Jahr mit unseren Gewinnergruppen nach Frankfurt an die Börse zur Siegerehrung fahren“, ergänzt Sonya Dreyer. „Das liegt sicherlich auch daran, dass das Spiel von den Lehrern aktiv in den Unterricht miteingebunden wird und Frank Fischer die Schüler mit interessanten Informationen zur aktiven Teilnahme anregt.“

Bildungspartnerschaften

Das Börsenspiel gehört zu einem „bunten Blumenstrauß“ der finanziellen Bildung, den die Bank für die Schulen gebunden hat. „Mit unserem VBAW-Schulförderprogramm haben wir für alle Altersgruppen verschiedene Angebote, bei denen der Bildungsaspekt erstrangig im Vordergrund steht.“ Seit 2009 betreut Sonya Dreyer, die selbst im Jahr 2006 ihre Ausbildung in der Volksbank begann, den Jugendmarkt. Sie entwickelte das Konzept mit, dessen wichtigster Baustein das Schulförderprogramm ist. „Wir betreuen dabei alle Klassenstufen – von Unterrichtseinheiten, der finanziellen Unterstützung von Schulprojekten bis hin zur Hilfe bei der Berufsfindung – hier ist wirklich für jeden etwas dabei. Damit wir mit den Schulen nachhaltig zusammenarbeiten können, sind wir auch feste Bildungspartnerschaften mit inzwischen zwölf Schulen eingegangen und erreichen so mehrere Tausend Kinder und Jugendliche.“ Die Landesregierung in Baden-Württemberg legt viel Wert auf diese Verbindung zwischen Theorie und Praxis, ergänzt Sonya Dreyer. „Die Schüler sollen möglichst viel aus der beruflichen Praxis mitbekommen – damit sind wir, was den kaufmännischen Bereich und die ökonomische Bildung angeht, ein sehr guter Partner.“

Die Zusammenarbeit ist eng und vertrauensvoll, das ist auch in Frankfurt zu sehen, wohin Frank Fischer die Gewinnerteams begleitet hat. Es wird viel geschertzt – Humor ist immer dabei, was man auch an den Gruppennamen ablesen kann. So ist zum Bei-

spiel das „Team Bockwurscht“ mit von der Partie. Die Schüler und die Bankmitarbeiter kennen sich, erleben die Eindrücke gerne gemeinsam. Der Bereichsleiter lässt sich mit durch die Börse führen, beantwortet viele Fragen, die in dem Besucherraum über dem wuseligen Handlungsparkett auftauchen.

„Die Schüler sollen möglichst viel aus der beruflichen Praxis mitbekommen.“

Sonya Dreyer

Was Frank Fischer besonders an den Jugendlichen begeistert, fällt ihm noch einmal bei der Siegerehrung auf. Die Gruppen werden dort der Reihe nach aufgerufen und von einer Moderatorin zu ihren Depots befragt. Sie erzählen auf der Bühne davon, wie sie ihre Käufe und Verkäufe unterstützt durch eingehende Recherchen selbstständig entschieden haben oder wie sie etwa mit einem dreifach gehebelten Öl-Zertifikat erfolgreich waren – und die anderen Schüler hören im Zuschauerraum gebannt zu. Der Mann von der Volksbank nickt zufrieden. „Die Jugendlichen haben sich im Laufe der Zeit so in das Thema hineingearbeitet, dass sie es zu ihrem eigenen Interesse gemacht haben – das finde ich toll, auch weil es unser Engagement noch einmal bestätigt.“

Volksbank Allgäu-West

Bilanzsumme	876,745 Millionen Euro
Kunden	45.368
Mitglieder	22.451
Geschäftsstellen	16
Mitarbeiter der Bank	242

Stand: 31.12.2015.



Leon

eG
ptow

ON

...
...
...

ak

85

Jeder Zug macht klug

Die Volksbank Raiffeisenbank Greifswald eG hat für die Finanzerziehung der Jüngsten ein eigenes Brettspiel entwickelt. Dort zählt neben ein wenig Würfelglück vor allem der richtige Mix aus Sparen und Ausgeben.

86

In der Schalterhalle der Volksbank Raiffeisenbank Greifswald wird es laut. 25 Kinder der Karl-Krull-Grundschule kommen mit ihrer Schulsozialarbeiterin in den hohen lichten Raum, unterhalten sich, lachen, kichern. Bis Klaus-Peter David das Wort ergreift. Plötzlich wird es mucksmäuschenstill. Der stellvertretende Leiter Filialkundenberatung und Ausbildungsbeauftragte der Bank begrüßt die Schüler und teilt sie in drei Gruppen ein. „Unser Programm heute hat drei Stationen und jeder darf jede erleben“, sagt David. Der Startschuss für das heutige „Spar dich schlau“-Projekt ist gefallen – mit dem spielerischen Konzept bringt die Bank Schülern der vierten Klassen das Sparen näher, erklärt wirtschaftliche und finanzielle Abläufe.

Entwickelt haben die Aktion angehende Bankkaufleute vor fünf Jahren. Den Anstoß dazu gab eine Lücke: „Wir haben uns gefragt, was wir als Bank an die Schulen zurückgeben können. Im Bereich Berufsfrühorientierung gehen wir zum Beispiel an Gymnasien, Realschulen und auch Förderschulen. Unsere Azubis organisieren zudem einen eigenen Stand auf einer großen Berufsmesse, die wir mitveranstalten“, erklärt Heike Witt. „Nur für die Kleineren hatten wir noch nichts im Angebot.“ Das Sparen sollte zum Thema werden, sagt die Personal- und Ausbildungsbeauftragte der Volksbank Raiffeisenbank Greifswald eG. „Jeder redet davon, wie man sich Wünsche erfüllen kann, oft mit Krediten – wir wollten da etwas entgegensetzen.“ Einen weiteren Impuls bekamen die engagierten Auszubildenden und Ausbilder aus den eigenen Familien, denn Recherchen ergaben, dass für die Grundschüler das Thema im Lehrplan kaum auftaucht.

Blick hinter die Kulissen

Heike Witt stellte ein Team aus Auszubildenden zusammen, das sich mit einem Konzept für „Spar dich schlau“ befassen sollte – der Titel war schnell gefunden. „Wir haben das Ganze dann gemeinsam mit Franziska Storch entwickelt, um möglichst nah an den Kindern dran zu sein.“ Die Schulsozialarbeiterin der Karl-Krull-Grundschule, die für den Träger Öffnung der Schulen e.V. arbeitet, bestätigt, dass das Sparen in der Schule bis dahin keine Rolle spielte. „Es war mir wichtig, dass die Schüler aber nicht nur lernen, was sie mit ihrem Taschengeld anfangen können“, erläutert sie ihren Impuls, bei dem Projekt mitzumachen. „Ich fand es spannend, dass die Kinder auch einen Blick hinter die Kulissen werfen können.“ Ihr fachlicher Blick half dabei, die gesamte

Aktion zielgruppengerecht in einer für die Kleinen verständlichen Sprache zu entwickeln.

„Wir haben uns gefragt, was wir als Bank an die Schulen zurückgeben können.“

Heike Witt

Zurück in die Bank: Hier hat sich die Klasse inzwischen in drei Gruppen aufgeteilt. Die Auszubildenden Katja Sünwoldt und Lukas Leicht übernehmen sieben Kinder und setzen sich auf einer blauen Matte um ein kreisrundes Spielbrett, das in 17 Felder unterteilt ist – eine der drei Stationen von „Spar dich schlau“. Das Holzbrettspiel, das von einer Tischlerei nach den Vorgaben der Auszubildenden gefertigt wurde, funktioniert ähnlich wie Monopoly: Ziel ist es, am Ende mehr Geld zu haben als die anderen Teilnehmer. Der wichtige Unterschied: „Es geht nicht darum, einfach nur zu verdienen. Entscheidend ist, die richtige Mischung aus Ausgeben und Sparen zu erreichen“, erklärt Lukas Leicht die Idee. Jeder Mitspieler sucht sich eine der Spielfiguren aus und beginnt mit 20 Euro Startkapital. Nach 20 Minuten – die Zeit wird gestoppt – ist das Spiel beendet. Mithilfe eines Würfels bewegen sich die Kinder um das Spielbrett.

Rechenispiele

Die verschiedenen Felder haben unterschiedliche Zwecke. Wenn die Spieler auf „Quiz“ landen, steht eine Frage an: „Du bekommst 15 Euro Taschengeld und kaufst dir für 2,50 Euro Süßigkeiten. Wie viel bleibt übrig?“, fragt Katja Sünwoldt Sven, der ihr gegenüber sitzt. Der Junge rechnet, schnell kommt die Antwort. „12,50 Euro“, sagt er und bekommt 50 Cent als Belohnung. „Richtig!“ Sein Nachbar Max würfelt, er gelangt zu einem der Aktionsfelder. „Es ist warm, kauf ein Eis, zahle 1,50 Euro“, sagt Lukas Leicht.

87



Oben: Zug um Zug sparen sich die Grundschüler in der Bank schlau. Unten links: Lukas Leicht und Katja Sünwoldt.



88

Der Junge gibt die richtige Summe von seinem Spielgeld ab. Vincent ist nun dran, er landet auf dem Volksbank-Feld und kann entscheiden, wie viel er von seinem bisher erspielten Geld auf sein Sparcbuch legt. „15 Euro“, sagt er, „da kann ich mir dann später mal was von kaufen.“

Die Kinder lernen, ihr eigenes Budget zu verwalten, sich trotzdem etwas zu gönnen und gleichzeitig so zu sparen, dass sie sich später einen kleinen Traum erfüllen können. „Wir haben damit sehr gute Erfahrungen gemacht – die Rückmeldungen, die wir von der Schule bekommen, sind immer super“, sagt Lukas Leicht. „Und für uns ist das eine tolle Aufgabe. Das Projekt bringt Abwechslung in den Alltag und wir lernen viel, bei der Organisation, aber auch beim Umgang mit den Kindern.“

Neben dem Spiel gehört auch ein Stuhlkreis zum Programm. Die Azubis tauschen sich mit den Kindern aus, entlocken ihnen ihr Vorwissen zum Thema Geld, stellen viele Fragen wie: Welcher Euroschein ist der wertvollste? Wozu hast du eine Spardose? Was kannst du tun, um dein Taschengeld aufzubessern? Oder: Was glaubst du, warum Eltern ihr Geld zur Bank bringen? Die Antworten sind vielfältig – und den Kindern macht es sichtlich Spaß, sich konzentriert mit den jungen Auszubildenden zu unterhalten.

B e s u c h i m V o r s t a n d s b ü r o

Bei der letzten Station, der Bank-Erkundung, drehen die Schüler den Spieß noch einmal um. Die Kinder dürfen zum Beispiel in das Büro des Vorstands – und stellen jede Menge Fragen. „Es ist wirklich toll, wie viel Zeit sich die Mitarbeiter nehmen – und ein Chef einer Bank, der mit den Kindern redet, ist etwas ganz Besonderes“, beschreibt Sozialarbeiterin Franziska Storch ihre Eindrücke. Die Kinder bekommen zudem den Geldautomaten, den sie höchstens vom

Geldabheben mit ihren Eltern kennen, von hinten zu sehen. „Da kommt ganz viel Geld rein, wie viel ist das wohl?“, ruft Lisa. „Wie der das wohl schafft, dass genau die richtige Menge vorne rauskommt?“, fragt sich Max. Geduldig beantworten die Azubis die Fragen, bis sie ganz am Ende den vielleicht spannendsten Teil des Projekts vorstellen: Die Kinder dürfen in den Tresorraum, in dem sie die massive Tür und die glänzenden Schließfächer mit großen Augen bestaunen. Über die größte Überraschung freut sich die Gruppe schließlich wieder lautstark. Auf sie wartet ein Schatz aus Schokoladenmünzen und -scheinen, stiehlt versteckt in einer Holztruhe.

„Ein Chef einer Bank, der mit den Kindern redet, ist etwas ganz Besonderes.“

Franziska Storch

Volksbank Raiffeisenbank
Greifswalder eG

Bilanzsumme	503,82 Millionen Euro
Kunden	34.665
Mitglieder	14.682
Geschäftsstellen	10
Mitarbeiter der Bank	96
Auszubildende	13

Stand: 31.12.2015.

89



Auch eine Bank-Erkundung steht für die Schüler mit auf dem Plan – inklusive Tresorraum (oben) und einem Besuch im Vorstandsbüro (unten links). Bild unten rechts: Die Ausbilder Klaus-Peter David und Heike Witt.



90

„Wir wollten etwas gegen Überschuldung und mangelndes Finanzwissen setzen!“



Fordern und fördern: Die Berliner Volksbank schickte beim ZasterMaster Schülerteams der Region auf eine gemeinsame Finanz-Rallye. Wir sprachen mit Michael Schröder über das Projekt sowie über die generelle Förderung der finanziellen Bildung durch sein Institut.

91

Herr Schröder, was steckt hinter ZasterMaster?

Es geht darum, dass Jugendliche spielerisch lernen, was finanzielle Entscheidungen bedeuten. Sie erfahren sehr praxisnah, wie Wirtschaft funktioniert – und damit wird auch das eigenständige Denken und Handeln der jungen Leute gefördert. Sie spielen zudem in Gruppen, die aus insgesamt zehn Jungen und Mädchen aus der 8. bis 10. Klasse bestehen. Die Teams – allesamt aus Berlin und Brandenburg – merken dabei auch, was es bedeutet, zusammenzuarbeiten und zu gewinnen oder auch mal Niederlagen einzustecken. Am Ende, und das ist uns besonders wichtig, profitieren aber alle und jeder geht als Gewinner nach Hause.

Jedes Team gewinnt schon für die Teilnahme einen Geldpreis. Im Parcours müssen sie an verschiedenen Stationen Aufgaben lösen. Was müssen sie dafür leisten?

Die Jugendlichen konnten beim „Risikowürfel“ zum Beispiel zwischen einer sicheren Anlage mit niedrigem Festzins und einem risikoreicheren Aktieninvestment wählen. Entscheiden sie sich für Letzteres, müssen sie um die Zinsen würfeln – und dabei können sie auch Geld verlieren. Die Funktionsweise des Dispokredits bringen wir ihnen näher, ebenso lernen sie etwas zu Privatkrediten, indem sie sich bei einem Kaufwunsch für die Finanzierung aus Eigenmitteln entscheiden oder eben für einen Kredit mit den dazugehörigen finanziellen Folgen. Ein weiteres Thema sind die Währungen anderer Länder, bei denen die Schüler den verschiedenen Ländern die entsprechenden Währungen zuordnen müssen.

Wie kamen Sie auf die Idee zum ZasterMaster?

Da muss ich ein wenig ausholen. Es ging Mitte der 2000er Jahre los, als bei den Diskussionen um die Rütli-Schule die schlechten Bildungschancen von vielen Jugendlichen vor allem mit Migrationshintergrund in den Vordergrund traten. Offensichtlich war damals auch, dass es gerade im städtischen Raum Berlins eine große Anzahl junger Menschen gibt, die sich hoch verschulden, etwa für Handyverträge oder Ratenkäufe. Hinzu kamen mangelndes Wissen über das eigene Budget und die Folgen, wenn es zu sehr ausgereizt wird. Wir wollten etwas dagegensetzen und aufklären, weil auch das Thema Finanzen aus unserer Sicht sozia-

len Sprengstoff birgt. Allein die Schulden sorgen für schlechtere Startchancen in den Beruf, wenn die Jugendlichen zum Beispiel eine unzureichende Schuldnerauskunft haben.

Erreichen Sie diese Zielgruppen?

Wir versuchen es immer wieder und gerade an den Schulen in sozial problematischeren Stadtteilen mit viel Nachdruck in unserer Werbung. Es ist aber manchmal schwierig, diese Zielgruppe zu erreichen – da mussten wir unsere Erwartungen schon nach unten schrauben. Wir sind dabei auch auf die Lehrer angewiesen, und die haben gerade an diesen Schulen neben dem Fachunterricht auch viele andere Aufgaben. Wir glauben aber schon, dass wir Einfluss an dieser Stelle haben. Zudem steigen unsere Bewerberzahlen, wir erreichen also immer mehr potenzielle Teilnehmer. Im Jahr 2015 zum Beispiel hatten sich 52 Schülerteams angemeldet, von denen acht antreten durften – das Los hat darüber entschieden.

Was sind für Sie die Highlights bei der ZasterMaster-Rallye?

Ich finde es sehr spannend zu sehen, was die Jugendlichen wissen und wie sie sich gemeinsam durch die Aufgaben begleiten. Dabei fällt mir auf, dass sie die Kreativität und das Engagement der anderen anerkennen, ohne Neid. Das finde ich gut.

Wie finanzieren Sie den ZasterMaster?

Eine Grundlage liefert unser genossenschaftlicher Verbundpartner easyCredit, der sich mit seiner Stiftung „Deutschland im Plus“ für die private Überschuldungsprävention einsetzt. Für ausgewählte Projekte verdoppelt die Stiftung die Förderung sogar noch – wir haben das vom ersten Jahr an erreicht. Dazu kommt unser eigenes Engagement: Wir setzen für den ZasterMaster rund 15 Mitarbeiter mit unterschiedlichen Stundenkontingenten ein, von der Organisation und dem Marketing bis hin zur Arbeitszeit der Auszubildenden, die den Tag mit den Schülern gestalten – und in einigen Jahren hatten wir sogar zwei Termine mit jeweils rund 100 jungen Leuten. Wir stellen einen Fotografen, sorgen für angemessene Preise, ein gutes Catering und eine professionelle Moderation. Nicht zuletzt haben wir einen großen Raum in der DZ BANK am Pariser Platz gemietet, die ebenfalls zu unserem genossenschaftlichen Verbund gehört.

92

Wie funktioniert die Zusammenarbeit mit den Schulen, Lehrern und eventuell sogar Eltern?

Das ist sehr unterschiedlich. Wir hatten anfangs versucht, gemeinsam offiziell mit den Schulen und Ämtern ein Projekt auf die Beine zu stellen. Das hat aber nicht funktioniert, vielleicht auch deswegen, weil das Engagement einer Bank in diesem Bereich zu sehr wie Marketing wirkt. Auch die Lehrer waren im ersten Moment nicht in der Breite leicht zu überzeugen. Deswegen haben wir eine eigene Marke entwickelt, die wir weiter ausbauen und damit die Schulen ansprechen.

An welchen Stellen engagiert sich die Berliner Volksbank neben dem ZasterMaster im Bereich finanzielle Bildung?

Wir decken eine große Bandbreite ab, von jungen Schülern bis hin zu Erwachsenen, zu ganz unterschiedlichen Themen. Unsere Auszubildenden gaben zum Beispiel schon diverse Bewerbungstrainings in Schulen. Wir haben einen Eltern-Kind-Raum in der Grimm-Bibliothek an der Humboldt-Universität in Berlin gesponsert und fördern Ausbildungsinitiativen für junge Gärtner mit Behinderungen. Dazu kommen etwa Förderungen von Hochschulen in Berlin und Potsdam oder auch unsere Unternehmerakademie, an der wir über unsere Personalabteilung Angebote für Existenzgründer machen. Viele dieser Projekte sind als einzelne kleine Initiativen entstanden. Mittlerweile haben wir sie aber in unserer Stabsstelle organisatorisch zusammengeführt, um möglichst effizient handeln zu können.

Zurück zum ZasterMaster: Welchen Anreiz haben die Jugendlichen, außer dem Geld, bei der Rallye mitzumachen?

Der Gewinn kommt sowieso in die Klassenkasse und die Klasse entscheidet gemeinsam, was sie mit dem Geld anstellen möchte. Die Jugendlichen sind aber – das hören wir immer wieder – die absoluten Helden, weil sie doch beträchtliche Summen für ihre Klasse erspielen. Deswegen laufen die Diskussionen in den Gruppen auch sehr heiß ab, weil es schließlich um viel geht.

Binden Sie die Lehrer auch mit ein?

Ja, auf ganz besondere Art und Weise (*Schröder lacht*). Während der Rallye feuern sie die Jugendlichen an und am Ende des Tages geht es für die

Lehrer dann sportlich zur Sache. Beim Sackhüpfen können sie zusätzliches Geld für die Klassenkasse gewinnen. Das sorgt für viel gute Laune – und die Gruppen wachsen noch stärker zusammen.

Michael Schröder ist bei der Berliner Volksbank für die Strategische Unternehmenssteuerung verantwortlich. Dazu gehören die Gremienarbeit mit dem Vorstand sowie dem Aufsichts-, Vertrauens- und Beirat, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, das Asset-Management sowie die Kommunikation mit sämtlichen regulatorischen Institutionen.

Berliner Volksbank

Bilanzsumme	11,7 Milliarden Euro
Mitglieder	156.000
Geschäftsstellen	96
Mitarbeiter der Bank	1912

Stand: 31.12.2015.

93



Schrilles Outfits an der Fotobox (oben) und Würfeln an der Station „Anlagemöglichkeiten“ gehörten zum ZasterMaster. Ganz nebenbei frischten die Jugendlichen dabei auch noch ihr Finanzwissen auf.



95

Eins plus eins macht ... mehr als zwei

Die bundesweiten Wettbewerbe und Initiativen der Volksbanken und Raiffeisenbanken

Eins plus eins macht zwei – nicht immer: Bei den bundesweiten Wettbewerben und Aktionen der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken ergibt das Zusammenwirken oft viel mehr als die Summe der einzelnen Teile. Primärinstitute, genossenschaftliche Regionalverbände, Spezialinstitute setzen sich hier gemeinsam – initiiert vom Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) – sehr zielgerichtet und höchst effektiv für die gute Sache ein.

Kreative Förderung mit einer Strahlkraft weit über die Grenzen der eigenen Region hinaus, bieten die Kreditgenossenschaften etwa mit ihren großen Wettbewerben Jugend creativ (Seite 102) und Sterne des Sports

(Seite 110). Musikspektakel, die das ganze Land zum Schwingen bringen, unterstützen die Genossenschaftsbanken mit dem Deutschen Chorwettbewerb und dem Deutschen Orchesterwettbewerb (Seite 114). Mit dem Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der Stiftung Aktive Bürgerschaft (Seite 116) wirkt die genossenschaftliche FinanzGruppe zudem prägend für die bundesweiten Strukturen der Förder- und Engagementlandschaft. Mit der exklusiven Unterstützung des jährlich verliehen Karlspreises (Seite 96) bekennt sich die genossenschaftliche FinanzGruppe ganz bewusst und explizit zum Modell Europa und zeigt, dass das direkte Eintreten für gemeinsame Werte für sie keine Grenzen kennt.

www.bvr.de/engagement

96

„Die Stunde ist gekommen, gemeinsam das Europa aufzubauen, das sich nicht um die Wirtschaft dreht, sondern um die Heiligkeit der menschlichen Person, der unveräußerlichen Werte; das Europa, das mutig seine Vergangenheit umfasst und vertrauensvoll in die Zukunft blickt, um in Fülle und voll Hoffnung seine Gegenwart zu leben. Es ist der Moment gekommen, den Gedanken eines verängstigten und in sich selbst verkrümmten

97

**Europas fallen zu lassen,
um ein Europa zu erwecken
und zu fördern, das ein Pro-
tagonist ist und Träger von
Wissenschaft, Kunst, Musik,
menschlichen Werten und
auch Träger des Glaubens ist.
Das Europa [...], das auf den
Menschen schaut, ihn ver-
teidigt und schützt; das Euro-
pa, das auf sicherem, festem
Boden voranschreitet, ein
kostbarer Bezugspunkt für
die gesamte Menschheit!“**

98



Internationaler
Karlspreis zu Aachen

Habemus Karlspreisträger!

Papst Franziskus ist der diesjährige Preisträger des Internationalen Karlspreises zu Aachen. Anfang Mai dieses Jahres nahm das Oberhaupt der katholischen Kirche die Auszeichnung in Rom entgegen. Hauptsponsor der Stiftung Internationaler Karlspreis sind die Volksbanken und Raiffeisenbanken. Sie stehen damit auch ganz bewusst für die Stärkung der europäischen Werte, die europäische Integration sowie für die europäische Idee ein.

Mit der Preisverleihung an Papst Franziskus wird insbesondere sein aktives Eintreten für die Bewahrung und Bewusstmachung der europäischen Werte gewürdigt. In seiner historischen Rede vor dem Europäischen Parlament im November 2014 hatte er sehr eindringlich an die Abgeordneten appelliert, die Würde des Menschen und die Ideale der Gründerväter Europas in den Mittelpunkt ihres Handelns zu rücken. Zugleich sollten sie – so Papst Franziskus – als Gesetzgeber ihren Beitrag leisten, damit das große Potenzial der europäischen Idee, um das weite der Teile der Welt die EU beneiden, nicht verspielt wird.

„Eine Stimme des Gewissens“

„Papst Franziskus ist eine Stimme des Gewissens, die uns mahnt, bei allem Tun den Menschen in den Mittelpunkt zu stellen. Er ist eine herausragende moralische Autorität, die uns als Mahner und Mittler zugleich daran erinnert, dass Europa den Auftrag und die Verpflichtung hat, aufbauend auf den Idealen seiner Gründerväter, Frieden und Freiheit, Recht und Demokratie, Solidarität und die Bewahrung der Schöpfung zu verwirklichen“, hob das Direktorium der Gesellschaft für die Verleihung des Internationalen Karlspreises zu Aachen in seiner Begründung hervor.

Für die subsidiär ausgerichtete 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 Gestaltungs- und

räume sind die zentralen Erfolgsfaktoren vielseitiger Gemeinschaften – so auch für Europa. Für die Genossenschaftsbanken ist Europa die Gemeinschaft vieler Gemeinschaften, bei der sich Regionalität und Internationalität nicht ausschließen, sondern komplementär verhalten.

So überbrachte auch Uwe Fröhlich, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), dem Preisträger die Glückwünsche der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. Im Kontext der Karlspreisverleihung setzte sich Fröhlich bei den politischen Gesprächen vor und nach der Verleihung dafür ein, gemeinsam die weit verbreitete Politikverdrossenheit und Europamüdigkeit zu überwinden.

Auf einer die Verleihung begleitenden Diskussion anlässlich des Karlspreis-Europa-Forums nutzte er die Gelegenheit, zusammen mit zahlreichen Europapolitikern ein paar „Knackpunkte“ des gemeinsamen europäischen Wirkens zu benennen.

Mehr Verlässlichkeit ist nötig

Insbesondere beim Thema Bankenunion forderte er grenzüberschreitend mehr Verlässlichkeit ein. In den vergangenen Jahren habe man die Europäische Zentralbank mit der Bankenaufsicht betraut, eine Bankenabwicklungsrichtlinie verabredet und per Richtlinie die Einlagensicherungssysteme in Europa harmonisiert. Letztere sollten damit einem gemeinsamen Standard entsprechen und über ausreichende Mittel verfügen. „Immer noch aber haben zahlreiche Länder Europas es versäumt, die seit Sommer 2015 geltende Einlagensicherungsrichtlinie ganz oder in Teilen umzusetzen. Stattdessen werben viele Länder Europas für eine Weiterentwicklung der gerade erst eingeführten europäischen Einlagensicherungsrichtlinie zu einer europäischen Zwanghaftungsgemeinschaft“, machte der BVR-Präsident deutlich. Er setzte sich für mehr Investitionen in Innovationen ein, um die Wettbewerbsfähigkeit im Euroraum zu stärken und so ein besseres Miteinander zu ermöglichen.



Der Internationale
Karlspreis zu Aachen
Für die Einheit Europas



Förderer des Karlspreises
Volksbanken Raiffeisenbanken

100



Oben: Papst Franziskus bei der feierlichen Karlspreis-Zeremonie in Rom. Unten: Aachens Oberbürgermeister Marcel Philipp (links) und Dr. Jürgen Linden, Vorsitzender des Karlspreisdirektoriums, bei der Übergabe der Auszeichnung an Papst Franziskus.



101



Oben: BVR-Präsident Uwe Fröhlich überbringt Papst Franziskus die Glückwünsche der genossenschaftlichen FinanzGruppe.
Unten links: BVR-Präsident Uwe Fröhlich und BVR-Vorstand Gerhard Hofmann (links) im Gespräch mit Prof. Dr. Michael Hüther (2. von links), Direktor des Instituts der deutschen Wirtschaft in Köln, und Valdis Dombrovskis, Vizepräsident der EU-Kommission (rechts). Rechts: BVR-Präsident Uwe Fröhlich mit dem Präsidenten des Europäischen Parlaments, Martin Schulz (links).





„Mein Schwager als Mechaniker“ Siegerbild von Luis G., Altersgruppe 1 (Klassen 1 + 2)

103

Internationaler Jugendwettbewerb
jugend creativ

Ihr seid Helden!

Superhund Theo, der „Feuerwehrkatzenretter“, Supermom oder – ganz historisch – Julius Cäsar: Helden und Vorbilder können so unterschiedlich sein. „Fantastische Helden und echte Vorbilder: Wer inspiriert dich?“, lautete das Motto des 46. Internationalen Jugendwettbewerbs jugend creativ. Interessant: Statt Comichelden und Superstars waren es dabei vor allem die Helden des Alltags, die von den jungen Kreativen imposant in Szene gesetzt wurden.

Ehrenamtliche Helfer, Familienmitglieder und Freunde bestimmten die Szenerie, aber auch aktuelle Themen wie die Hilfe für Flüchtlinge wurden künstlerisch dargestellt. Rund 563.200 Beiträge aus ganz Deutschland hatten die zahlreichen teilnehmenden Volksbanken und Raiffeisenbanken erhalten, darunter rund 357.600 Bilder, 300 Kurzfilme und 205.300 Quizeinsendungen.

Während die jüngeren Teilnehmerinnen und Teilnehmer (Klassen 1 bis 6) Einblicke in ihren Alltag und Details zu ihren großen Vorbildern preisgaben, setzten sich die Größeren (Klassen 7 bis 13) auch durchaus kritisch mit der Thematik auseinander. Falsche Vorbilder, versteckte Helden sowie Selbst- und Fremdbilder wurden hier vielfältig verarbeitet.

Alle Bundessieger reisten Anfang August für eine kreative Woche an die Ostsee. In der Internationalen Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg durften sie sich dort in verschiedenen Werkstätten unter Anleitung von erfahrenen Künstlern und Kunstpädagogen kreativ austoben und austauschen. Ob malen, gestalten, filmen: Den Möglichkeiten wurden dabei keine Grenzen gesetzt.

Zudem nahmen die Bundessieger mit ihren Werken Mitte Juni in Luxemburg am internationalen Vergleich der Siegerbilder aus Deutschland, Finnland, Frankreich, Luxemburg, Österreich, Italien (Südtirol) und der Schweiz teil. Es landeten auch zwei Werke aus Deutschland mit auf dem Siegertreppchen.

Schirmherrin
Manuela Schwesig

Schirmherrin des 46. Wettbewerbs ist Bundesfamilienministerin Manuela Schwesig. „Wir brauchen den eigenen Blick von Kindern und Jugendlichen auf die Welt. Deshalb müssen wir ihnen auch faire und wirkungsvolle Beteiligungs- und Gestaltungsmöglichkeiten eröffnen. Der Wettbewerb ist dafür ein schönes Beispiel“, sagte die Ministerin.

Weitere Unterstützerinnen und Unterstützer sind die Nachwuchsschauspieler Lisa-Marie Koroll, Jonas Holdenrieder sowie Fernsehmoderator Daniel Hartwich. Als Partner fungierten „Dein Spiegel“, das Nachrichten-Magazin für Kinder sowie die Junge Filmszene im Bundesverband Jugend und Film e.V.

Bereits seit 1970 richten Genossenschaftsbanken grenzüberschreitend jugend creativ aus. Der Wettbewerb beginnt alljährlich Anfang Oktober mit einem wechselnden gesellschaftlich relevanten Thema. Mit international bis zu einer Million Wettbewerbsbeiträgen pro Jahr zählt jugend creativ zu den größten Jugendwettbewerben der Welt.

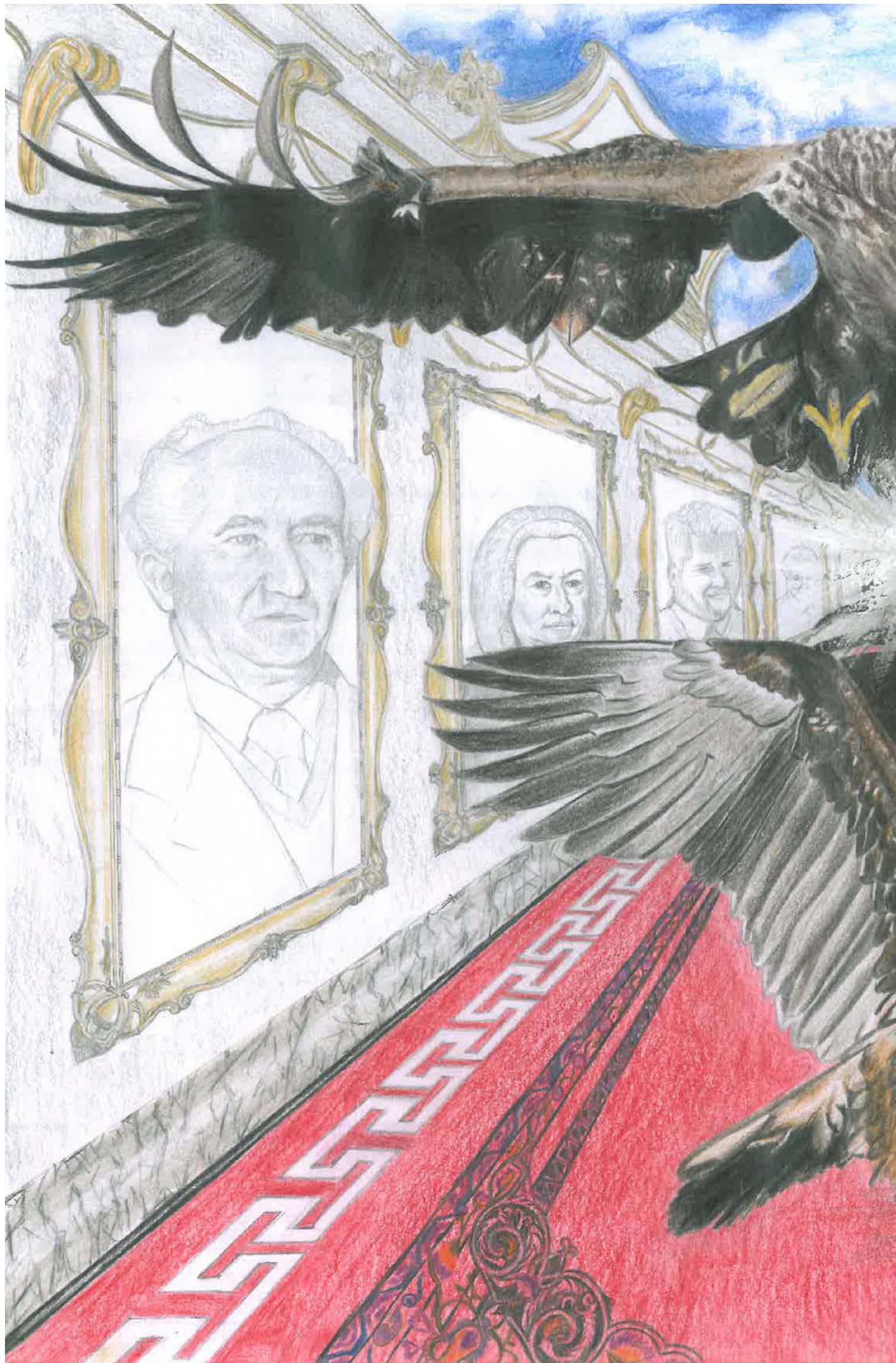
Mit viel Engagement und jeder Menge Elan beteiligen sich Jahr für Jahr viele Volksbanken und Raiffeisenbanken in Deutschland an diesem etablierten Wettbewerb. Sie kooperieren dabei mit den Schulen vor Ort. Regional führen die genossenschaftlichen Regionalverbände den Wettbewerb fort.

„Freundschaft ist ... bunt!“

Im Oktober 2016 beginnt der 47. Internationale Jugendwettbewerb. Das Thema: „Freundschaft ist ... bunt!“ Man darf sich bereits jetzt sehr sicher sein, dass die erneut vielen Arbeiten entsprechend eindrucksvoll sein werden. Großer Beliebtheit erfreut sich seit einiger Zeit auch das jugend creativ-Videoportal. Hier können junge Kreative ihre eigenen Filme zum Wettbewerbsthema hochladen und ins Rennen schicken.



www.jugendcreativ.de (Homepage)
www.jugendcreativ-video.de (Videoportal)
www.facebook.com/jugendcreativ
www.youtube.com/jugendcreativ



„Galerie der Vorbilder aus Natur, Geschichte und Gegenwart“, Siegerbild von Hanna N., Altersgruppe 4 (Klassen 7–9).





„Der kleine Zukunftsheld“, Siegerbild von Amy-Marie G., Altersgruppe 5 (Klassen 10–13).



„Mein Held: Feuerwehrkatzenretter“, Siegerbild von Lara K., Altersgruppe 2 (Klassen 3 + 4).



„Meine Tante hilft Flüchtlingskindern“, Siegerbild von Greta D., Altersgruppe 3 (Klassen 5 + 6).





111

Sterne des Sports

Gemeinsam für den Breiten-sport

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 mehr als einer Dekade schreiben die Volksbanken und Raiffeisenbanken den Wettbewerb gemeinsam mit dem DOSB jährlich 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 mehr als 5 Millionen Euro zugunsten ihres gesellschaftlichen Engagements zu. Der besondere gesellschaftliche Nutzen lässt sich nicht in Ziffern ausdrücken, denn der Wettbewerb will ausdrücklich das Engagement in den Vereinen nicht nur auszeichnen, sondern auch fördern.

Über 2.500 Vereine beteiligt

Insgesamt beteiligten sich im Jahr 2015 bundesweit mehr als 2.500 Sportvereine mit einer Bewerbung bei den Volksbanken und Raiffeisenbanken. Das Spektrum der Themen reicht von Gesundheits-, Umwelt- und Klimaschutzmaßnahmen über Angebote für Kinder, Jugendliche, Familien und Senioren bis zur Förderung der Leistungsmotivation.

Den mit 10.000 Euro dotierten „Großen Stern des Sports“ in Gold erhielt der VfL Bad Wildungen – begleitet von der Waldecker Bank – weil der hessische Verein auf innovative Weise Flüchtlingen aus der ganzen Welt ein sportliches Zuhause bietet. Er bezeugt mit diesem Engagement den Anforderungen der Zeit auf sehr wirkungsvolle und zugleich spaßbringende Weise. Überbracht wurden die Glückwünsche von Bundeskanzlerin Angela Merkel höchstpersönlich. Sie überreichte die Auszeichnung gemeinsam mit DOSB-Präsident Alfons Hörmann und dem Präsidenten des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), Uwe Fröhlich.

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

Der TSV Georgsdorf 1958 landete mit seiner Aktion gegen Landflucht auf dem zweiten Platz. „Viele schaffen mehr: Der TSV Georgsdorf gestaltet ein ganzes Dorf. AGENDA 2015“, lautete der Name der Initiative, die – unterstützt von der Volksbank Niedergrafschaft – eingereicht wurde. Dafür erhielt der Verein aus der Region Weser-Ems (Niedersachsen) ein Preisgeld von 7.500 Euro.

Der mit 5.000 Euro dotierte dritte Platz ging an den F.C. Süderelbe von 1949 aus Hamburg – von der Hamburger Volksbank begleitet. Der Verein organisiert in Eigenregie eine Berufs- und Ausbildungsmesse mit Schwerpunkt Integration. Gerade Schulabbrecher und Flüchtlinge sollen so den Berufseinstieg schaffen.

Erstmals seit dem zwölfjährigen Bestehen des Wettbewerbs wurden in diesem Jahr in Kooperation mit der ARD drei Publikumspreise für Vereine mit besonders innovativen Ideen vergeben. Aus der Onlineabstimmung gingen die Initiative Sport ohne Grenzen (Hamburger Volksbank), der Schwimmverein Plettenberg 1951 (Volksbank im Märkischen Kreis) und der Todtglüsinger Sportverein von 1930 (Volksbank Lüneburger Heide) als Gewinner hervor.

In diesem Jahr ging Deutschlands wichtigster Breiten-sportwettbewerb in die nächste Runde. Erneut nahmen deutschlandweit zahlreiche Vereine mit beeindruckenden Projekten und Initiativen teil. Weitere Infos auf der Homepage zum Wettbewerb:

www.sterne-des-sports.de



112



Oben: Bundeskanzlerin Angela Merkel gemeinsam mit BVR-Präsident Uwe Fröhlich (2. von links) bei der Verleihung der Sterne des Sports. Rechts im Bild: Alfons Hörmann, Präsident des Deutschen Olympischen Sportbundes (DOSB), links: Walter Schneeloch, DOSB-Vizepräsident für Breitensport und Sportentwicklung. Unten: Die begehrten Sterne.



113



Oben: ZDF-Moderatorin Kathrin Müller-Hohenstein im Gespräch mit BVR-Vorstand Dr. Andreas Martin bei der Vorabendveranstaltung für die Sieger-Teams. Unten: Übergabe des „Großen Sterns des Sports“ an den VfL Bad Wildungen durch die Bundeskanzlerin und die Ausrichter.



114



Oben: Übergabe des Sonderpreises der Volksbanken und Raiffeisenbanken an die Leiterin des Gitarrenorchesters Saitenwechsel Sylvia Beck durch BVR-Vorstand Dr. Andreas Martin. Unten: Das Jugendsinfonieorchester der Musikschule Leipzig beim Erhalt ihres Sonderpreises der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Mit von der Partie: BVR-Pressesprecherin Melanie Schmergal (links), der Präsident des Deutschen Musikrats Prof. Martin Maria Krüger (2. von links) und Ralph P. Blankenberg, Sprecher des Vorstandes der Volksbank Ulm-Biberach (Mitte links).



115

9. Deutscher Orchesterwettbewerb

„Sounds like Team-Spirit“

Die besten Orchester des Landes kamen in diesem Jahr Anfang Mai in Ulm zusammen. Big Bands, Blechbläser, Zupf-Orchester, Brass Bands und viele weitere Formationen verwandelten eine Woche lang die baden-württembergische Universitätsstadt in eine Musikmetropole. Alle Sinne wurden bei diesem Musikevent rund um den Ulmer Münster gefordert und gefördert. Die Volksbanken und Raiffeisenbanken waren Hauptförderer des Wettbewerbs.

Insgesamt 4.500 Musizierende aus 115 Ensembles kamen zum musikalischen Gipfeltreffen der besten Orchester des Landes zusammen. Alle Formationen mussten sich zuvor auf Landesebene – in insgesamt 15 ausgeschriebenen Kategorien – für den Start in Ulm qualifizieren.

Der Deutsche Orchesterwettbewerb ist die zentrale Fördermaßnahme des Deutschen Musikrates für Orchestermusik in Deutschland. Sein zentrales Anliegen ist die Förderung zeitgenössischer Musik. Dirigierseminare und Stipendien für Dirigenten garantieren eine Förderung weit über den Wettbewerb hinaus. Der Wettbewerb findet seit 30 Jahren im olympischen Turnus von vier Jahren an wechselnden Austragungsorten statt. Er wechselt sich dabei im zweijährigen Rhythmus mit dem Deutschen Chorwettbewerb ab, der ebenfalls von den Volksbanken und Raiffeisenbanken gefördert wird.

Sonderpreise – ganz genossenschaftlich

Zwei Sonderpreise für Jugendorchester wurden in Ulm von den Volksbanken und Raiffeisenbanken ausgelobt. Ganz genossenschaftlich standen hier nicht nur die musikalische Leistung, sondern vor allem auch das musikalische Miteinander und die große Gemeinschaft im Mittelpunkt.

Das Jugendorchester Gitarrenorchester Saitenwechsel der Musikschule KLANKISTE Zeitz (Sachsen-Anhalt) überzeugte – unter der Leitung von Sylvia Beck – Jury und Publikum mit ihrem breiten Repertoire, ihrer originellen Programmauswahl und mit ihrem großen ge-

meinschaftlichen wie wohlklingenden Engagement. Den zweiten Sonderpreis erhielt das Jugendsinfonieorchester der Musikschule Leipzig Johann Sebastian Bach. Mit viel Energie und dem nötigen Team-Spirit zogen die Musikerinnen und Musiker mit ihrer Darbietung das Publikum bereits ab den ersten Klängen in ihren Bann. Eine beeindruckende Mannschaftsleistung mit sehr hohem Qualitätsanspruch – genau passend zu den Genossenschaftsbanken.

Die deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken sind seit 2011 Hauptsponsor der Wettbewerbe. Ob Chöre oder Orchester – sie fördern damit eine echte Volksbewegung. Denn: Gemeinschaftliches Musizieren ist eine der beliebtesten Formen kultureller Freizeitbeschäftigungen und des bürgerschaftlichen Engagements. Mehr als vier Millionen Menschen musizieren und singen in ihrer Freizeit in Deutschlands Orchestern und Chören.

„Die regional verwurzelten Genossenschaftsbanken unterstützen dieses ehrenamtliche Engagement sehr gern. Die Förderung des musikalischen Nachwuchses liegt uns besonders am Herzen“, erklärte Dr. Andreas Martin, Vorstandsmitglied des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken, in Ulm.

Einige Volksbanken und Raiffeisenbanken begleiten die Preisträger und Finalisten aus ihrer Region bis zum Bundesfinale. Nach dem Wettbewerb nutzten einige Institute auch die Gelegenheit, gemeinsam mit den Orchestern aus ihrer Region Aktionen vor Ort umzusetzen.

Das Miteinander im Mittelpunkt

Ausschlaggebend für das bundesweite Engagement der Volksbanken und Raiffeisenbanken für die Amateurchöre und Amateurorchester ist auch ihre regionale Verwurzelung. Viele Ensembles sind eng mit einer der deutschlandweit 1.021 Genossenschaftsbanken verbunden.

Genau wie die vielen Ensembles setzen auch die Volksbanken und Raiffeisenbanken auf ein zielgerichtetes, partnerschaftliches und harmonisches Zusammenspiel aller Beteiligten. So sind Chöre und Orchester ähnlich wie Genossenschaftsbanken Beispiele für überaus gut funktionierende Kooperationen, bei denen das Miteinander und das Zutun jedes Einzelnen zu etwas Besonderem führt.

116

Aktive
Bürgerschaft

Gutes besser tun!

Die gemeinnützige Stiftung Aktive Bürgerschaft ist das Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der Genossenschaftlichen Finanz-Gruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. Die Aktive Bürgerschaft macht innovative Engagementkonzepte wie Bürgerstiftungen und Service Learning praxistauglich und setzt sie mit Partnern bundes- oder landesweit um. Schirmherr der Aktiven Bürgerschaft ist der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken.

Seit 1996 haben sich Bürgerstiftungen – als Stiftungen von Bürgern für Bürger – in Deutschland etabliert. In fast 400 Orten und Regionen engagieren sich rund 50.000 Stifter und Aktive ehrenamtlich mit Zeit, Geld und Ideen für vielfältige gemeinnützige Zwecke. Das gemeinsame Stiftungskapital beläuft sich auf mehr als 300 Millionen Euro. Knapp 100 Millionen Euro flossen aus Spenden und Kapitalerträgen in die Förderung gemeinnütziger Projekte vor Ort.

Aus Bürgerstiftungs-Pionieren sind vielerorts längst Bürgerstiftungs-Millionäre geworden. Aber auch die jüngeren Bürgerstiftungen sind nicht weniger ambitioniert. Viele von ihnen engagieren sich zurzeit für Geflüchtete. Sie helfen unter anderem bei der Vermittlung von Hospitationen, Praktikaplätzen sowie bei der Entwicklung einer beruflichen Perspektive für die Neuankömmlinge.

**Genossenschaftliche
FinanzGruppe:
Wegbereiter und Partner
der Bürgerstiftungen**

Die aktuelle Zuwanderung vieler Flüchtlinge nach Deutschland und das Engagement Tausender ehrenamtlicher Helfer und zahlreicher Bürgerstiftungen zeigen sowohl die Notwendigkeit als auch die Leistungsfähigkeit bürgerschaftlichen Engagements. Auch in Zukunft braucht Deutschland das Engagement und die Mitgestaltung durch seine Bürgerinnen und Bürger – vielleicht mehr denn je.

Die Genossenschaftsbanken haben dies frühzeitig erkannt und 1997 mit der Aktiven Bürgerschaft ein eigenes Kompetenzzentrum für bürgerschaftliches

Engagement geschaffen. Schließlich ist das Konzept dieser Stiftungen von Bürgern für Bürger dem genossenschaftlichen Selbstverständnis von Selbsthilfe, Selbstverantwortung und Selbstverwaltung sehr ähnlich.

Seit ihrem 20-jährigen Bestehen in Deutschland haben sich Bürgerstiftungen von einzelnen Initiativen zu einem viel beachteten Phänomen mit bundesweiter Verbreitung entwickelt. Im Jahr 2002 hat der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken seine Mitgliedsbanken zu einem verstärkten Engagement für Bürgerstiftungen aufgerufen. Die Aktive Bürgerschaft unterstützt und begleitet seither unter anderem die von den BVR-Mitgliedsinstituten initiierten Bürgerstiftungen bei Managementaufgaben, Projekten und bei der Gewinnung von Stiftern und Aktiven.

Forum Aktive Bürgerschaft

Zum 20-jährigen Bestehen der Bürgerstiftungen in Deutschland kamen auf Einladung der Stiftung Aktive Bürgerschaft Mitte Mai dieses Jahres gut 200 Vorstände und Stiftungsräte aus Bürgerstiftungen sowie Stifter, Förderer und Wegbegleiter der Deutschen Bürgerstiftungen zur Jubiläumsveranstaltung nach Berlin. Das Motto: „20 Jahre Bürgerstiftungen: Erfolgreich und zukunftsorientiert“. Dabei blickten sie gemeinsam auf die Erfolgsgeschichte der Bürgerstiftungen zurück und entwickelten Perspektiven, wie Bürgerstiftungen angesichts der großen gesellschaftlichen Herausforderungen ihre Kraft auch künftig wirkungsvoll entfalten können.

STIFTUNG **AKTIVE
BÜRGERSCHAFT**

www.aktive-buergerschaft.de

117



„20 Jahre Bürgerstiftungen: Erfolgreich und zukunftsorientiert“, lautete das Motto der Veranstaltung bei der unter anderem der Vorstandsvorsitzende der Aktiven Bürgerschaft Dr. Peter Hanker (oben) und BVR-Präsident Uwe Fröhlich (unten) mit Aktiven, Wegbegleitern und Fachexperten über Entstehung und Zukunft des bürgerschaftlichen Engagements in Deutschland diskutierten.





NEW YORK
YANKEES

W.I.N.N.E
CAMP



CAMP



Wild & Rough
Surf Experience

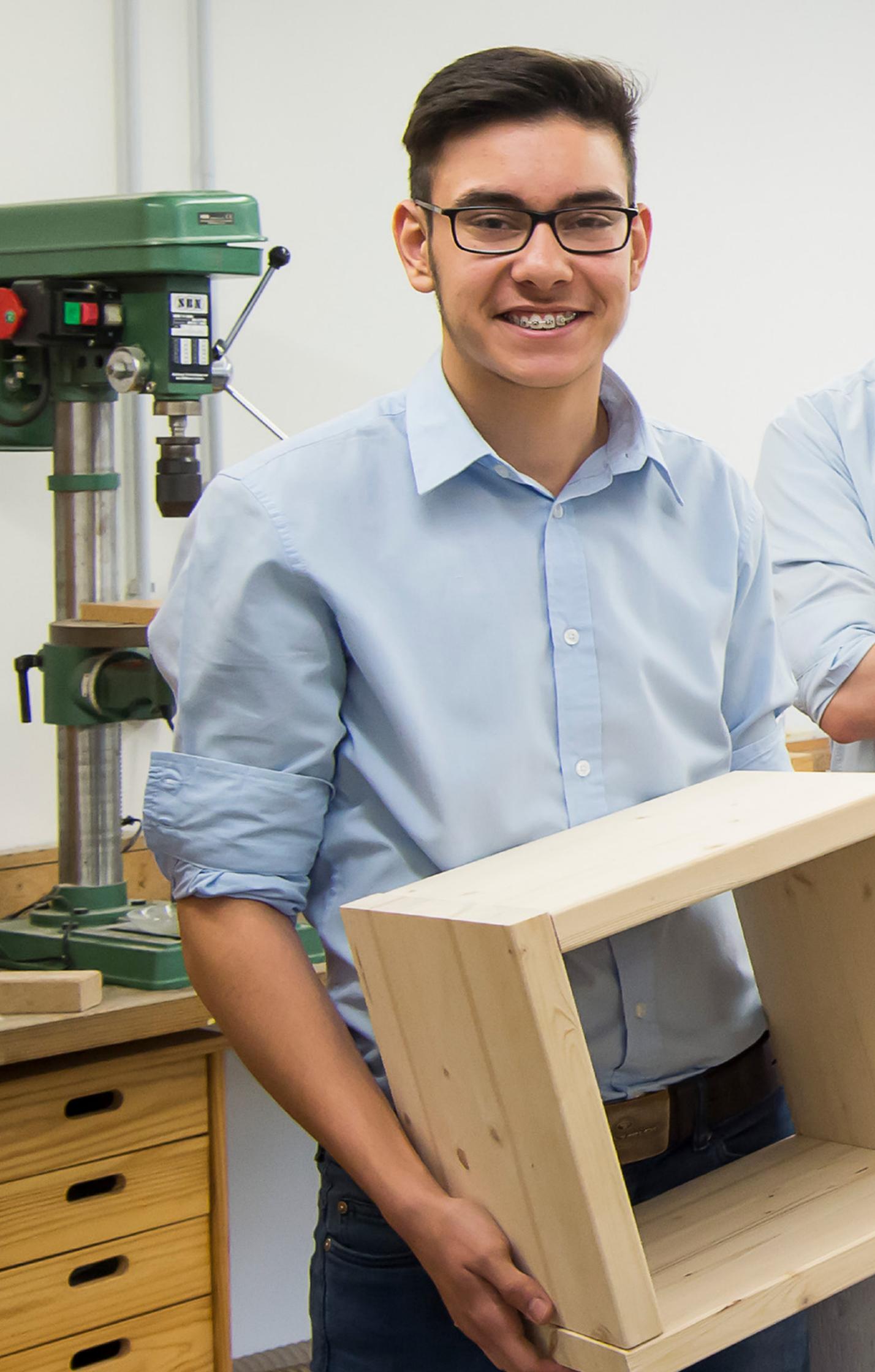
SUNSET
GRIT

BOSCH
micro filter system

Professional
AE



Vincent





AIGLE
1850



124

B i l d n a c h w e i s e

Seite 2–7, 52–89, 118–123: Thorsten Arendt
Seite 93: Stephanie Pilick
Seite 98, Seite 100 (oben): Michael Jaspers
Seite 100 (unten), Seite 101 (oben):
Osservatore Romano
Seite 101 (unten): Bernd Schröder
Seite 110, 112/113: Adam Berry
Seite 114: Photoproduction Hanselmann
Seite 117: Kai Bienert

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



