Gemeinsam für die Region

Bericht über das gesellschaftliche
Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken
2014

Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Überblick

Wert 2014 in Millionen Euro

	Kreditgenossen-schaften*	FinanzGruppe
Verantwortung für Mitarbeiter in Form von Personalaufwendungen	8.639	10.059
Verantwortung für Bund, Länder und Gemeinden in Form von Steuerzahlungen	2.083	2.848
Verantwortung für die Mitbürger		**143**
Spenden		89
Sponsoring		33
Stiftungserträge		8
Geldwerte Leistungen		13

*Vorläufig, Stand: März 2015.

Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe

Stiftungsvermögen	228
Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge	130
Geldwerte Leistungen	13

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83

1

Gemeinsam für die Region

Bericht über das gesellschaftliche
Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken
2014

MANGO

will | can | may
could | mu

California

COOL

8

Inhalt

Editorial **11**

Vorwort des Vorstandes 11

Wertschöpfungsbilanz **13**

Unser Engagement in Zahlen 14

Wertschöpfungsbilanz 26

Gemeinsam für die Region **41**

... Energie 44

Guter Strom, gute Stömungen 44

... Umwelt 50

Eine Bank wie ein Baum 50

... Gesundheit 56

Der Gesundheit verpflichtet 56

... Bildung 62

Ökonomisch wertvoll 62

... Nahversorgung 68

Näher geht´s nimmer 68

... Zusammenhalt 74

Pack´ die Arbeitshose ein 74

9

Die bundesweiten Wettbewerbe und Initiativen der Volksbanken und Raiffeisenbanken **83**

Internationaler Karlspreis zu Aachen 84

Internationaler Jugendwettbewerb „jugend creativ" 88

Schulservice „Jugend und Finanzen" 98

„Sterne des Sports" 100

Deutscher Chorwettbewerb/Deutscher Orchesterwettbewerb 104

Aktive Bürgerschaft 106

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83

11

Vorwort des Vorstandes

Nah dran zu sein ist Teil der Identität einer jeden Volksbank oder Raiffeisenbank. Basis des Wirtschaftens von Genossenschaftsbanken sind die Menschen und Unternehmen der Region. Die konsolidierten Ergebnisse der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2014 weisen ein erfreuliches Volumenwachstum im Einlagen- und Kreditgeschäft auf. Sie belegen so die vertrauensvolle, oft langjährige Zusammenarbeit von Kunde und Bank.

Jahr für Jahr bringen die Kreditgenossenschaften überdies durch ihr großes gesellschaftliches Engagement zum Ausdruck, wie sehr sie sich ihrer Region verbunden fühlen. Unternehmensbürgertum ist fester Bestandteil des Genossenschaftsgedankens und wird vor Ort gelebt.

Die freiwillig geleisteten finanziellen Zuwendungen (Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge) der Genossenschaftsbanken in Deutschland befinden sich mit 130 Millionen Euro auf einem beständig hohen Niveau. Das Stiftungsengagement (227,8 Millionen Euro) wächst stetig und kräftig – in diesem Jahr sogar um rund 10 Prozent. Auch das persönliche Engagement vieler Bankmitarbeiterinnen und Bankmitarbeiter geht weit über das Tagesgeschäft hinaus.

Gemeinsam ist den vielen gemeinnützigen Initiativen der 1.047 BVR-Mitgliedsinstitute – von denen dieser Bericht sechs Projekte exemplarisch porträtiert – ihre langfristige und zielgenaue Ausrichtung. Die Genossenschaftsbanken engagieren sich direkt und unmittelbar in der Region. Sie zielen dabei auf eine nachhaltige wie dauerhafte Förderung.

„Gemeinsam für die Region" lautet der Titel des hier vorliegenden Berichts über das gesellschaftliche Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken 2014. Neben den für sich selbst sprechenden bundesweiten Engagementzahlen für das Jahr 2014 wirft diese Publikation ein Schlaglicht auf regional bedeutende Themen wie Umwelt, Energieversorgung, Gesundheit, Bildung, Nahversorgung und sozialer Zusammenhalt.

Genau hier setzt das Engagement vieler Kreditgenossenschaften an. Ganz gewiss kann dieser Bericht nur einen kleinen Ausschnitt der unzähligen Aktivitäten bieten. Ihre Vielfalt und der besondere Fördergedanke dahinter erschließen sich am besten vor Ort. Wir wünschen viel Vergnügen bei der Lektüre.

Uwe Fröhlich
Gerhard Hofmann
Dr. Andreas Martin

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

13

Gemeinsam für die Region

Wertschöpfungsbilanz der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2014

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

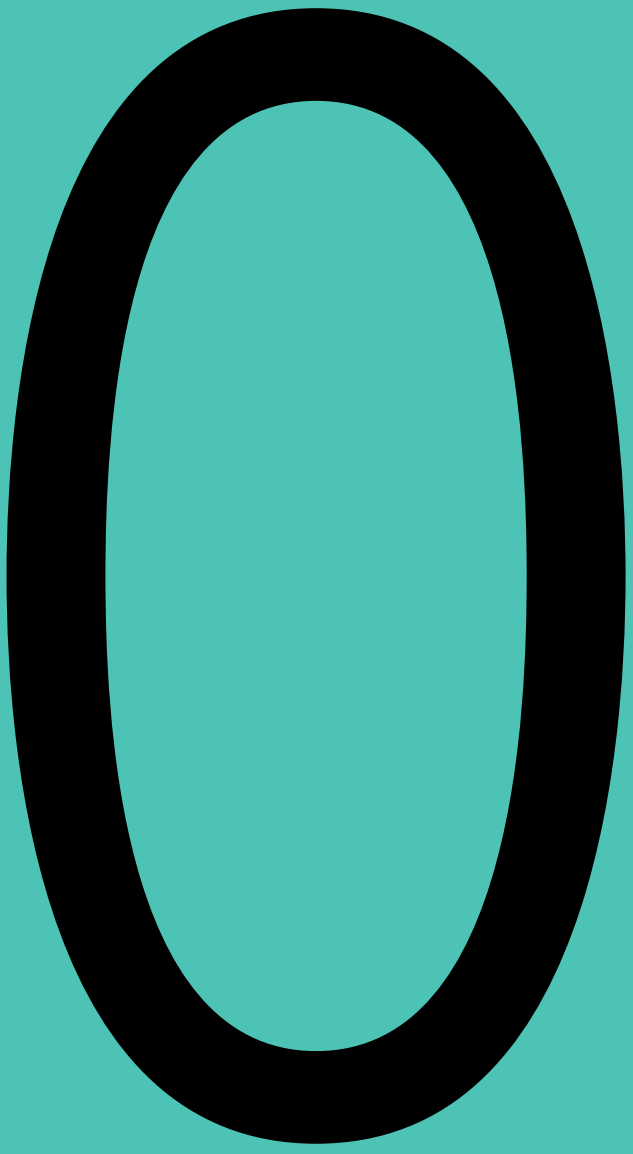
14

Unser Engagement in Zahlen

13

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

15



Millionen Euro beträgt die Summe der finanziellen Zuwendungen im Jahr 2014. Die Genossenschaftsbanken in Deutschland stellen mit diesem enormen freiwilligen Engagement ihre enge Verbindung zu den Menschen vor Ort nachdrücklich – mit besonderen gemeinnützigen Aktionen, Initiativen und Projekten – unter Beweis. Seit vielen Jahren bereits engagieren sie sich in so großem Umfang und entsprechend ihrer besonderen Rolle in den regionalen Wirtschaftskreisläufen. Die Summe setzt sich aus Spenden, Sponsoring und dem Einsatz von Stiftungserträgen zusammen. 89 Millionen Euro wurden 2014 insgesamt gespendet, mit 33 Millionen Euro wurde Sponsoring betrieben und weitere 8 Millionen Euro wurden aus Stiftungserträgen eingesetzt. Zu diesen 130 Millionen Euro kommen noch 13 Millionen Euro an geldwerten Zuwendungen (kostenlose Finanz- und Servicedienstleistungen, Sachspenden) hinzu.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83

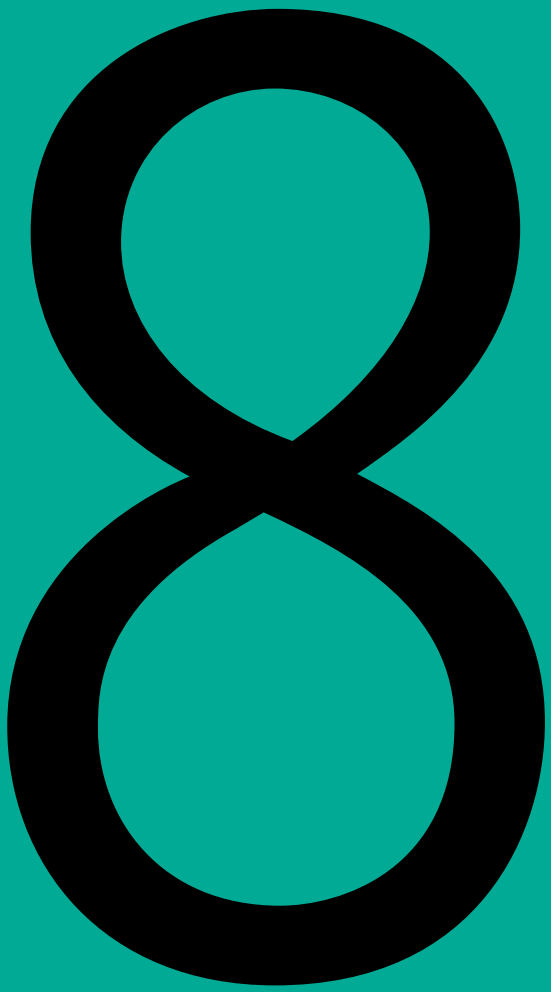
UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

16

22

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

17



Millionen Euro betrug das Stiftungsengagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Jahr 2014. Seit Jahren wächst dieser Betrag stetig an. In diesem Jahr legte er sogar um rund 10 Prozent zu (2013: 208 Millionen Euro). Das Engagement in Stiftungen erweist sich dabei als besonders passende Form der Unterstützung. Analog zur nachhaltigen und auf Langfristigkeit setzenden Geschäftsphilosophie der 1.047 Genossenschaftsbanken unterstreicht der Einsatz für das Stiftungswesen die dauerhafte Förderung regionaler Anliegen. Sie hebt sich dadurch positiv von effekthascherischen, nur kurzfristig wirksamen Formen der Unterstützung ab. Innerhalb von zehn Jahren steigerten die Genossenschaftsbanken in Deutschland ihr Engagement in diesem Bereich um mehr als das Doppelte. So betrug das Stiftungsengagement 2005 noch 95 Millionen Euro – bei damals noch 1.290 Kreditinstituten.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83

UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

18

40

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

19

Prozent der rund 160.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Kreditgenossenschaften sind in ihrer Freizeit ehrenamtlich aktiv. Ob in Vereinen, in Initiativen oder Hilfsorganisationen: Weit mehr als jeder Dritte engagiert sich nach der Arbeit lokal. Dieser Wert zeigt: für eine Volksbank oder Raiffeisenbank tätig zu sein, heißt für sehr viele Menschen auch für die Region tätig zu sein. Viele identifizieren sich mit den Anliegen vor Ort und setzen sich dafür auch über das Bankgeschäft hinaus ein.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83

UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

20

45

21

,3

Prozent der 1.047 Kreditgenossenschaften fördern aktiv das gesellschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, indem sie Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen. Dabei stellen die Institute ihr Personal für einen Tag frei, um sich für gemeinnützige Anliegen zu engagieren. Oder aber sie organisieren eine gemeinsame Aktion, bei der sich das gesamte Bank-Team zusammen für eine gute Sache einsetzt. Diese Form des Engagements erfreut sich in der genossenschaftlichen FinanzGruppe wachsender Beliebtheit. Immer mehr Genossenschaftsbanken motivieren ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, vor Ort aktiv zu werden und direkt mitanzupacken. So belief sich der Wert der beteiligten Banken im Vorjahr noch auf gut 33 Prozent.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83

UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

22

95,

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

23

2

Prozent der Kreditgenossenschaften fördern mit ihrem gesellschaftlichen Engagement Projekte, die Kindern und Jugendlichen in besonderer Weise zugutekommen. Diese Zielgruppe bleibt damit der Hauptempfänger gemeinnütziger Aktivitäten. Die Genossenschaftsbanken in Deutschland haben damit das „Projekt Zukunft" nicht nur als verlässliche Ausbilder vor Ort fest im Blick. Viele Aktionen dienen aber auch der Unterstützung von Familien (61 Prozent) oder Senioren (81,5 Prozent).

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83

UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

24

94

25

Prozent der Kreditgenossenschaften unterstützen mit ihrem gesellschaftlichen Engagement örtliche Vereine und Initiativen. Es ist ein wichtiger Teil der regionalen Ausrichtung der Genossenschaftsbanken, die sich damit direkt zu ihrer Region und den dort lebenden Menschen bekennen. Aber auch öffentliche Einrichtungen wie Schulen oder Kindergärten (90 Prozent) und Kirchengemeinden (86 Prozent) profitieren in einem ähnlichen Umfang vom genossenschaftlichen Engagement. So spiegelt sich in dieser Ausrichtung die gesamte Bandbreite gesellschaftlicher Anliegen und Aktionsfelder wider. Die Unterstützung reicht dabei von den Bereichen Sport/Erholung über Kunst/Kultur bis hin zu Bildung/Forschung.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83

UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

Werte, die wirken

Wertschöpfungsbilanz 2014
der Genossenschaftlichen
FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken

Die regionale Förderung steht im Mittelpunkt des Wirkens der 1.047 Genossenschaftsbanken in Deutschland. Sie sind ein wichtiger Teil der regionalen Wirtschaftskreisläufe, sind attraktive Arbeitgeber, kompetente Ausbilder vor Ort und in ihrem jeweiligen Geschäftsgebiet so verlässliche wie wichtige Steuerzahler.

Zahlen sagen hier mehr als Worte. So flossen den öffentlichen Kassen im abgelaufenen Geschäftsjahr seitens der 1.047 Kreditgenossenschaften Steuerzahlungen in Höhe von insgesamt rund 2,1 Milliarden Euro zu. Damit leisteten die Institute auch einen wichtigen Beitrag zur Stärkung der vielen Kommunen, in denen sie ihre Steuern zahlen.

Für ihre rund 160.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern wendeten sie im Jahr 2014 8,6 Milliarden Euro (vorläufig, Stand: März 2015) auf. In der gesamten genossenschaftlichen FinanzGruppe waren es 10,1 Milliarden Euro. Die Zahl der Auszubildenden blieb wie in den Vorjahren auch 2014 mit 12.050 auf einem hohen Niveau. Die Ausbildungsquote – die Kennzahl für Ausbildungsleistung – lag bei 8,3 Prozent. Das bedeutet: Auf 100 Mitarbeiter kommen 8,3 Auszubildende. Ausschlaggebend für diese erfolgreiche Entwicklung ist das Vertrauen, das die Menschen vor Ort ihren Genossenschaftsbanken dauerhaft entgegenbringen. Auch bieten sie insbesondere in der Region hervorragende und vielseitige Ausbildungsmöglichkeiten.

Dass das genossenschaftliche Engagement beziehungsweise der finanzielle Einsatz hier nicht endet, sondern weit darüber hinaus geht, belegen die jährlich vom Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) ermittelten Zahlen des gesellschaftlichen Engagements.

Jahr für Jahr lassen die Volksbanken und Raiffeisenbanken, Sparda-Banken, PSD Banken und sonstigen Mitgliedsinstitute des BVR den Vereinen, Initiativen und Menschen in ihrer Region beeindruckend hohe Summen an finanziellen Zuwendungen (Spenden, Sponsoring, geldwerte Leistungen) zukommen. Sie fördern und unterstützen in nicht unerheblichem Maße Stiftungen. Darüber hinaus stärken die vielen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit ihrem großen und weiter wachsenden freiwilligen Engagement den Zusammenhalt und die Strukturen vor Ort.

Spenden und Sponsoring 2014: 130 Millionen Euro

Mit 130 Millionen Euro unterstützte die genossenschaftliche FinanzGruppe im Jahr 2014 gemeinnützige Organisationen, Projekte und Initiativen (siehe Abbildung auf Seite 34). Davon stammten 62 Millionen Euro aus dem genossenschaftlichen Gewinnsparen. Mit weiteren geldwerten Zuwendungen – wie kostenlose Service- oder Unterstützungsleistungen – in Höhe von 13 Millionen Euro konnte das Gemeinwesen nochmals gestärkt werden (siehe Abbildung auf Seite 35). Betrachtet man die finanziellen Zuwendungen im Zeitvergleich zeigt sich deutlich: Trotz der oftmals fusionsbedingt leicht sinkenden Zahl der Genossenschaftsbanken ist der Umfang der finanziellen Zuwendungen in den vergangenen Jahren immens gestiegen. Mittlerweile ist er auf einem konstant hohen Niveau und damit eine verlässliche Größe für viele Aktive vor Ort.

Stiftungsvermögen 2014: 228 Millionen Euro

Das Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe im Stiftungsbereich belief sich zum 31. Dezember 2014 auf 228 Millionen Euro. Darin enthalten sind 27 Millionen Euro, mit denen die Genossenschaftsbanken den Auf- und Ausbau von Bürgerstiftungen und anderen Gemeinschaftsstiftungen unterstützen (siehe Abbildung auf Seite 36). Mit 201 Millionen Euro wurden bislang von Organisationen der genossenschaftlichen FinanzGruppe eigene Stiftungen gegründet. Jede dritte Bank der 1.047 deutschlandweit tätigen Kreditgenossenschaften ist dabei im Stiftungsbereich engagiert.

Das Engagement für und in Stiftungen stellt dabei – passend zum genossenschaftlichen Geschäftsmodell – eine besonders nachhaltige Form der Förderung dar. Schließlich werden über Stiftungen langfristige Strukturen geschaffen, die die dauerhafte Unterstüt-

zung wichtiger gemeinnütziger Belange – über die regelmäßigen Stiftungserträge – sicherstellen. Im Zeitvergleich zeigt sich, dass diese Form der Unterstützung bei den Instituten vor Ort in der vergangenen Dekade beachtlich gewachsen ist: Das Stiftungsengagement wurde in dieser Zeit mehr als verdoppelt und die prozentualen Zuwächse steigen von Jahr zu Jahr.

Ehrenamtliches Engagement

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. Dieser Wert steht auch für die vielfach enge Verbindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Genossenschaftsbanken zu ihrer Region. Sie nehmen die Belange vor Ort nicht nur aus gesunder Distanz wahr, sondern treten direkt – mit Herz und Hand – für wichtige Anliegen ein. Weit mehr als jede dritte Genossenschaftsbank organisiert oder unterstützt mittlerweile überdies das bürgerschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der Arbeitszeit (Corporate Volunteering). Viele Institute führen Freiwilligentage durch, an denen sich das Personal – jenseits des täglichen Bankgeschäfts – direkt für die Belange der Region einsetzt und aktiv mitanpackt. Im Zeitvergleich zeigt sich, dass – über die finanzielle Unterstützung hinaus – direkte Formen der regionalen Förderung immer beliebter werden. Dies gilt sowohl auf freiwilliger Basis als auch im Rahmen des Corporate Volunteering, des durch die Bank gesteuerten gesellschaftlichen Engagements der gesamten Belegschaft.

Nachwuchs und Vereine im Fokus

Wofür sich Volksbanken und Raiffeisenbanken engagieren: Die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen und die Förderung der örtlichen Vereine sind die Schwerpunkte des gesellschaftlichen Engagements der genossenschaftlichen FinanzGruppe. Mehr als 9 von 10 Genossenschaftsbanken sind primär in diesem Bereich aktiv. Doch damit endet der Einsatz für die Menschen vor Ort natürlich nicht. Jedes Institut unterstützt natürlich weitere, für die Region wesentliche Projekte. Weitere wichtige Empfänger sind unter anderem ältere Menschen und Familien (siehe Abbildung auf Seite 37). Über 80 Prozent der Institute fördern Projekte zur Stärkung und Unterstützung von Senioren. Rund 60 Prozent der Kreditgenossenschaften setzen sich auch für Initiativen ein, die besonders Familien zugutekommen.

Die Motive des Engagements entsprechen dabei dem Selbstverständnis einer jeden Genossenschaftsbank. 97 Prozent der Institute nennen Regionalität als zentrales Motiv. 83 Prozent führen überdies die Nähe zu den Mitgliedern und Kunden als einen wesentlichen Beweggrund an. Auch das Thema Nachhaltigkeit ist für die Genossenschaftsbanken kein Modewort, sondern ein thematischer Dauerbrenner. 75 Prozent der Institute nennen diesen Begriff als zentralen Wert für ihr gesellschaftliches Engagement. Weitere zentrale Motive diverser Fördermaßnahmen sind Solidarität, Selbsthilfe und die genossenschaftliche Mitgliedschaft.

Studiendesign
Die Stiftung Aktive Bürgerschaft (siehe auch Seite 106) befragte im Jahr 2015 alle BVR-Mitgliedsbanken, Unternehmen und Verbände der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Auftrag des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) zu ihrem gesellschaftlichen Engagement. Die Rücklaufquote betrug 25 Prozent. Die Daten wurden von der Aktiven Bürgerschaft mit der Statistiksoftware SPSS ausgewertet.

28

Gründe des Engagements von Kreditgenossenschaften

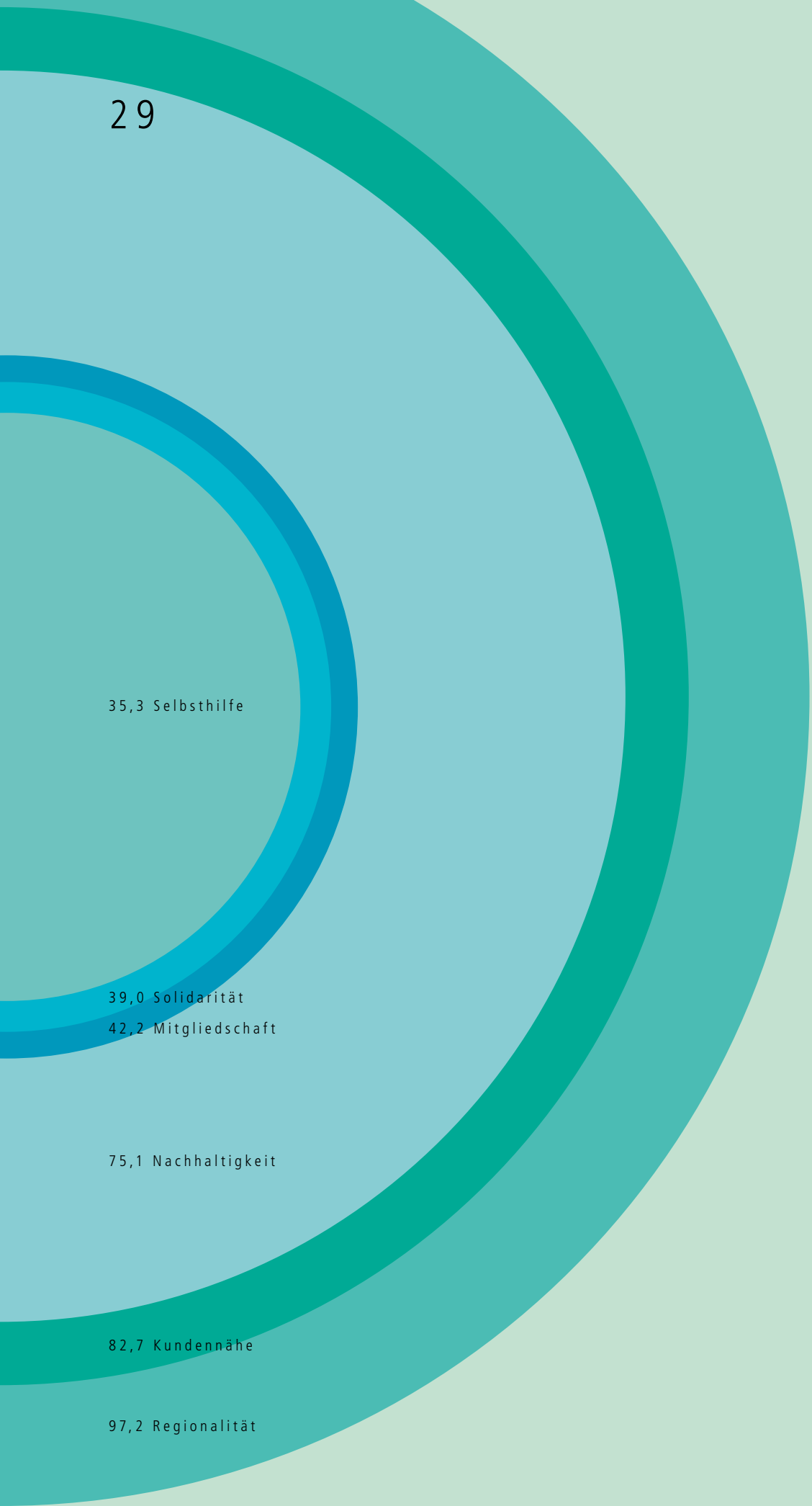
in Prozent

Welche Werte stehen in Verbindung mit dem Engagement vor Ort?

Die 1.047 Genossenschaftsbanken in Deutschland finden klare Antworten darauf und setzen eindeutige Schwerpunkte. Diese passen sehr gut zum Selbstverständnis eines jeden Instituts: als Bank vor Ort sowie als verlässlicher Unterstützer regionaler Wirtschaftskreisläufe und darüber hinausgehender lokaler Interessen.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83

UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26



30

Ehrenamtliches Engagement

in Prozent

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83

UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

31

45

2014

33

2013

31

2012

Genossenschaftsbanken,
die Corporate-Volunteering-
Maßnahmen durchführen

32

Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe

in Millionen Euro

2014 **130**

2013 **135**

2012 **131**

Die Summe der finanziellen Zuwendungen (Spenden + Sponsoring)[1]

13 228

2014

9 208

2013

Geldwerte Zuwendungen[2]

7

Stiftungsengagement[3]

201

2012

1 Die Summe der finanziellen Zuwendungen (Spenden + Sponsoring) im Zeitverlauf
2005: 80 Millionen Euro, 2007: 96 Millionen Euro, 2009: 121 Millionen Euro, 2011: 120 Millionen Euro.
2 Geldwerte Zuwendungen im Zeitverlauf
2005: 21 Millionen Euro, 2007: 16 Millionen Euro, 2009: 12 Millionen Euro, 2011: 5 Millionen Euro.
3 Stiftungsengagement im Zeitverlauf
bis 2005: 95 Millionen Euro, bis 2007: 121 Millionen Euro, bis 2009: 125 Millionen Euro, 2011: 183 Millionen Euro.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
UNSER ENGAGEMENT IN ZAHLEN 14
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 26

Spenden und Sponsoring 2014

in Millionen Euro

Stand: 31.12.2014.

35

Geldwerte Leistungen 2014

in Millionen Euro

94

Sachspenden

9

Kostenlose Finanz- und Service-dienstleistungen, Bereitstellung von Unternehmenslogistik

Insgesamt: 13 Millionen Euro

Stand: 31.12.2014.

36

Stiftungsvermögen 2014

in Millionen Euro

201

Stiftungsvermögen der Bankstiftungen

27

Zustiftungen zum Vermögen von Bürgerstiftungen/Gemeinschaftsstiftungen

insgesamt: 228 Millionen Euro

Stand: 31.12.2014.

37

Schwerpunkte des Engagements

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

1. Zielgruppen

95,2
Kinder,
Jugendliche

81,5
Ältere Menschen,
Senioren

61,0
Familien,
Lebensgemeinschaften

2. Empfänger

94,0
Örtliche Vereine,
Initiativen

90,0
Öffentliche Einrichtungen
(zum Beispiel Schulen)

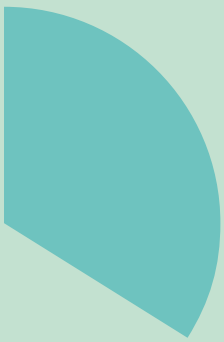
86,3
Kirchengemeinden

Stand: 31.12.2014.

38

Bankangehörige, die sich in der Freizeit bürgerschaftlich engagieren, im Zeitverlauf

in Prozent



34
2007

37
2009

36
2011

37
2012

40
2013

40
2014

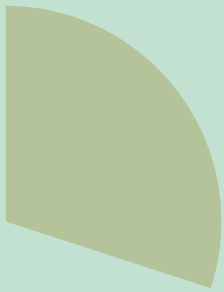
39

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

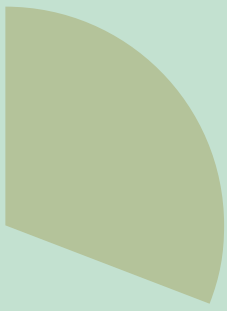
in Prozent

14
2007

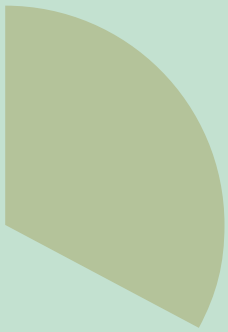
16
2009



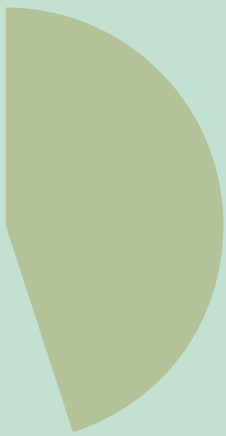
30
2011



31
2012



33
2013



45
2014

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 82
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Gemeinsam für die Region

Gemeinsam für Energie, Umwelt, Gesundheit, Bildung, Nahversorgung, Zusammenhalt

Die 1.047 Genossenschaftsbanken in Deutschland zeichnen sich durch die besondere Förderung ihrer deutschlandweit über 18 Millionen Mitglieder aus. Als Regionalinstitute bekennen sie sich zu ihrer Region und identifizieren sich mit ihr. Sie sind ein bedeutsamer Teil der regionalen Wirtschaftskreisläufe und stehen für das Wohl der Menschen mit ein. Mit ihrem freiwilligen gesellschaftlichen Engagement übernehmen die Kreditgenossenschaften überzeugt, aktiv und vielfältig Verantwortung für die Belange vor Ort. Der Fokus liegt dabei auf dem langfristigen wie nachhaltigen Nutzen.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Die sechs in diesem Bericht porträtierten Leuchtturmprojekte ausgewählter BVR-Mitgliedsinstitute zeigen: Die Volksbanken, Raiffeisenbanken, Sparda-Banken, PSD Banken und genossenschaftlichen Sonderinstitute spielen für die Zukunftsfähigkeit und Beständigkeit ihrer Region eine bedeutsame Rolle. Sie fördern das, worauf es vor Ort ankommt. Jedes der beleuchteten Projekte legt dabei den Fokus auf ein anderes, bedeutsames Feld des Zusammenlebens vor Ort. Alle Bereiche zusammen bilden das Fundament für die Zukunftsfähigkeit einer jeden Region.

Energie

Wenn es um die drängenden Fragen der Zukunft geht, ist die Frage nach der Energieversorgung meist nicht weit. Die politischen Zeichen deuten dabei mittlerweile schon längst in Richtung Energiewende. Sicher, umweltverträglich, wirtschaftlich soll die Energieversorgung der Zukunft sein. Erneuerbare Energien sollen langfristig die wichtigste Quelle für Strom bilden. Aktiver Klimaschutz steht dabei im Mittelpunkt vieler Initiativen. Die Genossenschaftsbanken begleiten diesen gesamtgesellschaftlichen Prozess in den Regionen als Förderer und Finanzpartner. Sie stoßen Energieprojekte mit an, ermöglichen ihre Umsetzung und treten aktiv für die Entwicklung neuer Energiekonzepte ein.

Die vielen Initiativen der VR-Bank Aalen (ab Seite 44) zeigen exemplarisch, wie energiegeladen das Engagement vieler Kreditgenossenschaften mittlerweile ist. Keine Frage: Die Zukunft einer Region ist eng verbunden mit einer ressourcenschonenden und nachhaltig wirksamen Energieversorgung.

Umwelt

Von der Energiewende hin zum Umweltschutz ist es nur ein kleiner Schritt. Beide Themenfelder bedingen sich. Allerdings enden Umweltschutz-Initiativen natürlich nicht beim Thema erneuerbare Energie, sondern weisen weit darüber hinaus. Praktizierter Umweltschutz fängt dabei oft im Kleinen an.

Die Genossenschaftsbanken verstehen sich als aktive Unternehmensbürger vor Ort. Sie treten aktiv und mit vielen Ideen und Aktionen für eine Verbesserung des Lebensumfelds ein. Sie initiieren Umweltprojekte, unterstützen Aufforstungen und Pflanzaktionen und werden auch selbst häufig in den Naturschutz- und Naherholungsgebieten aktiv.

Die Volksbank Niedergrafschaft zeigt mit ihrem „Volksbank-Wald", wie man Umweltengagement und Eigenmarketing auf sinnvolle und vor allem auch auf nachhaltige Weise miteinander verbindet (ab Seite 50).

Gesundheit

„… vor allem Gesundheit", wünscht man sich gerne und häufig. Na klar, das ganze Leben steht und fällt mit diesem Thema. Ohne eine gute Gesundheit ist vieles nicht möglich. Sich für Gesundheitsthemen einzusetzen heißt immer auch, sich direkt für den Menschen einzusetzen.

Für die Genossenschaftsbanken als Banken, die sich durch eine besondere Nähe zu ihren Mitgliedern und Kunden auszeichnen, ist das Thema Gesundheit essenziell. Sie unterstützen Vorsorge, Früherkennung, Rehabilitation und viele weitere Maßnahmen für Jung und Alt. Mit diesem Engagement stellen sie sich bewusst schwierigen Themen, auch wenn es oft leichter fällt, die Augen vor Krankheiten und gesundheitlichen Gefahren zu verschließen.

Im westfälischen Balve hat man sich dem Thema Gesundheit sehr ganzheitlich gewidmet. Aus einem medizinischen Engpass heraus wurde dort der Gesundheitscampus Sauerland geschaffen. Hier bieten Ärzte und Dienstleister aus dem Gesundheitswesen ihr Wissen und Können zum Wohle der Menschen der Region an. Die Volksbank im Märkischen Kreis hat die Verbesserung der medizinischen Versorgung ihrer Region von Anfang an aktiv und intensiv unterstützt (ab Seite 56).

Bildung

Bildung ist das A und O: Das gilt auf persönlicher Ebene, es gilt aber auch für weitaus größere Kontexte. Die persönliche Entwicklung, das berufliche Weiterkommen, aber auch die Zukunft einer ganzen Region stehen in enger Verbindung mit dem jeweiligen Bildungsniveau. Bessere Bildung zu ermöglichen

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

bedeutet immer auch, die künftige Entwicklung einer Person oder auch einer Region, auf ein sichereres Fundament zu stellen.

So ist die Förderung und Entwicklung von Bildungsprojekten seit je einer der Schwerpunkte des gesellschaftlichen Engagements von Genossenschaftsbanken. Ein besonderer Fokus wird dabei auf den Bereich der finanziellen Bildung gelegt. So unterstützen viele Volksbanken und Raiffeisenbanken schon sehr früh und mit viel Know-how die Aufklärung über die Funktionsweise der Wirtschaft. In ganz Deutschland führen sie vielfältige Schulinitiativen und -kooperationen zur Finanzbildung durch und dokumentieren sie auf dem gemeinsamen Portal „Jugend und Finanzen" (siehe Seite 98).

Die Frankenberger Bank bietet mit ihrer Initiative „Lisa will´s wissen" eine ganze Fülle an Projekten, die einzig und allein der Bildung und somit der Zukunft ihrer Region dienen (ab Seite 62).

Nahversorgung

Gemeinschaft entsteht dort, wo man zusammenkommt. Je kleiner und abgelegener die Orte, umso brüchiger und unvollständiger werden manchmal die lokalen Strukturen. Alles, was man zu erledigen hat, erledigt man mit dem Auto. Nachbarn trifft man nur, wenn sie zu Besuch kommen – oder umgekehrt. Kommunikation findet nur partiell statt – oder fernmündlich. An diesem Punkt angelangt, erkennen viele die Relevanz einer vorhandenen Nahversorgung. Früher noch belächelt, wird der Tante-Emma-Laden nicht nur zur verlässlichen Oase, sondern zu einem identitätsstiftenden Ort.

Der Dorfladen im baden-württembergischen Jagsthausen ist längst zu einem Magneten geworden. Er ist das Gesicht der kleinen Gemeinde. Mitinitiiert wurde der genossenschaftlich geführte Betrieb von der Volksbank Möckmühl-Neuenstadt. Sie hat erkannt, worauf es in der Region ankommt, und sie hat darauf schnell Taten folgen lassen (Seite 68).

Zusammenhalt

Will man gemeinsam etwas erreichen, muss das soziale Gefüge stimmen. Viele Menschen schaffen einzeln selten mehr als zusammen. Das gelingt erst, wenn man zum Team wird und dort einspringt, wo die Kraft des Einzelnen an seine Grenzen gelangt. Gleichzeitig gibt der Zusammenhalt auch Sicherheit. Gegenseitiges Vertrauen verleiht Flügel.

Als Banken ihrer Region mit einem klaren Förderauftrag seitens ihrer Mitglieder, setzen sich die Genossenschaftsbanken schon seit ihrem Bestehen für einen guten Zusammenhalt vor Ort ein. Dies gilt in wirtschaftlicher Hinsicht, es gilt aber auch für viele soziale und gemeinnützige Belange.

Die VR-Bank Landsberg-Ammersee zeigt mit ihrem Programm VR-mitMenschen eindrucksvoll, wie der Schritt von vielen einzelnen Menschen vor Ort hin zu großen regionalen Gemeinschaften gelingen kann – und bringt sich selbst dabei tatkräftig mit ein (Seite 74).

Solardach auf dem Parkhaus der Stadtwerke Aalen.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Energie

Guter Strom, gute Strömungen

Die VR-Bank Aalen setzt sich auf vielfältige Weise für die Gewinnung und auch die Erforschung erneuerbarer Energien ein. Sie stärkt damit die Region und auch das Bewusstsein für die Notwendigkeit einer neuen Energiepolitik.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Der Ort ist hervorragend gewählt, um das zu zeigen, was Hans-Peter Weber antreibt: das Dach eines Parkhauses direkt neben dem Bahnhof. Der Vorstandssprecher der VR-Bank Aalen steht vor 768 blauglänzenden Solarmodulen auf zwei Ebenen, die sich über fast 100 Meter erstrecken. Rund 126 Kilowatt Leistung liefert die Fotovoltaik-Anlage, an der sich die OstalbBürgerEnergie eG beteiligt hat. Weber ist der Ideengeber für die Vereinigung, die seine Bank gemeinsam mit den Stadtwerken Aalen vorangetrieben hat – und er hat noch viel mehr vor, wenn es um die Versorgung von morgen geht.

Ein Blick zurück zeigt, warum der heute 61-Jährige sich so sehr für das Thema interessiert. Anfang der 1970er Jahre hat er die erste Ölkrise miterlebt und die Studie „Die Grenzen des Wachstums", die der Club of Rome beauftragte, gelesen. Weber war schon damals klar, dass das Thema Energie immer wichtiger werden würde. „Ich war weniger ideologisch geprägt, als vielmehr an den klaren Argumenten interessiert", sagt er, während er an seinem Schreibtisch ein paar Aufzeichnungen sortiert. Er deutet hier auf eine Grafik, die die Endlichkeit der fossilen Brennstoffe wie Öl, Gas oder Kohle beschreibt, liest dort kurz Textstücke vor, die sich mit den Risiken der Kernkraft beschäftigen.

Packendes Zukunftsthema

„Dieses ungeheuer wichtige Zukunftsthema hat mich nie losgelassen", sagt er. Immer wieder beschäftigte er sich damit, las Bücher, informierte sich in den Medien. Die Initialzündung, die Energiegenossenschaft zu gründen, kam schließlich im Dezember 2010. Klaus Töpfer war in der VR-Bank zu Gast. Der ehemalige Bundesumweltminister, der damals im Rat für Nachhaltige Entwicklung die Bundesregierung beriet, hielt einen Vortrag, in dem er den Kampf um Energie und Wasser als den wichtigsten für die Zukunft einschätzte. „Ich habe damals gedacht, dass wir das Thema aufgreifen müssen. Für die Umwelt und die Menschen, aber auch, um sich als Bank mit diesem spannenden Bereich zu beschäftigen", erzählt Weber. Als sich wenige Monate später der katastrophale Unfall im Atomkraftwerk im japanischen Fukushima ereignete, waren die Pläne schon umgesetzt. Der Vorstandssprecher gründete mit mehreren Partnern die Genossenschaft, die vor allem lokale und regionale Projekte initiieren sollte: zur Nutzung erneuerbarer Energien oder zum Klimaschutz.

Mittlerweile sind 350 Menschen und Unternehmen Mitglieder der Vereinigung, die 370 Kilowatt-Peak Höchstleistung bietet. Neben der großen Anlage auf dem Dach des Parkhauses gehören auch kleinere Einheiten dazu. „In Zukunft werden wir uns zudem an Windparks in Niedersachsen und auf der Ostalb beteiligen", blickt Weber nach vorn, der einen weiteren Vorteil sieht: „Wir schaffen ein breites Bewusstsein für eine neue Energiepolitik."

„Wir schaffen ein breites Bewusstsein für eine neue Energiepolitik."

Hans-Peter Weber

Stiftungslehrstuhl initiiert

Dazu dienen soll auch ein weiteres Engagement der VR-Bank, das über das übliche Maß weit hinausgeht. Das Haus initiierte einen Stiftungslehrstuhl für erneuerbare Energien an der Hochschule Aalen. Das Engagement begann schon weit vor der Gründung der Energiegenossenschaft, im Jahr 2008. Gemeinsam mit dem Bundestagsabgeordneten Roderich Kiesewetter begann Hans-Peter Weber damals den Rektor der Hochschule Aalen, Professor Dr. Gerhard Schneider, von der Idee zu begeistern. In der Folge stiegen zehn Firmen und weitere genossenschaftliche Banken ein. Im Oktober 2012 wurde der Stiftungslehrstuhl schließlich eingerichtet. Die VR-Bank Aalen unterstützt ihn mit jährlich 50.000 Euro, fast der Hälfte der gesamten Fördersumme.

Das Ziel ist klar definiert, sagt Hans-Peter Weber: „Es geht um Grundlagenforschung, die sich mit folgenden Fragen beschäftigen soll: Wo und wie kann erneuerbare Energie gewonnen, eingespart und gespeichert werden?" Beantworten soll sie Professorin Dr.-Ing. Martina Hofmann mit ihrem mittlerweile vierköpfigen Forschungsteam. Dazu gehört auch die Basisarbeit: Die gebürtige Hessin hält gerade eine Vorlesung zu Stromnetzen, in der ein Dutzend

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Wo und wie kann erneuerbare Energie gewonnen, eingespart und gespeichert werden? Die jungen Studenten gehen gemeinsam mit Professorin Dr.-Ing. Martina Hofmann dieser Frage auf den Grund. Der von der VR-Bank Aalen mitinitiierte Stiftungslehrstuhl macht es möglich.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Prof. Dr.-Ing. Martina Hofmann (oben), Hans-Peter Weber (unten).

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Studenten gebannt an die Tafel blickt. Die Aufgabe: Die jungen Frauen und Männer sollen ausrechnen, wie hoch der Widerstand ist, den ein Transformator im Kurzschlussfall annimmt. Für Laien wirken die Zahlen und Grafiken, die Martina Hofmann mit leichter Hand anzeichnet, wie böhmische Dörfer. Dem Nachwuchs aber bringt die Elektrotechnikerin die Formeln mit Humor und hoch konzentriert bei.

„Die Grundlagen sind wichtig", sagt die Wissenschaftlerin hinterher. „Nur so können die jungen Leute das Thema in der Tiefe begreifen." Für die Region konkreter sind die Projekte, die Martina Hofmann mit ihren vier Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sowie einigen Studenten durchführt. „Wir versuchen, uns ganz lokal an der Energiewende zu beteiligen. Die Politik kann noch so viel über das Thema reden – es muss aber auch bei den Menschen ankommen", sagt die engagierte Wissenschaftlerin, die an der TU Darmstadt Energietechnik studierte und anschließend weltweit viele Erfahrungen in Energietechnik-Projekten sammelte.

„Die Grundlagen sind wichtig. Nur so können die jungen Leute das Thema in der Tiefe begreifen."

Dr.-Ing. Martina Hofmann

Dazu knüpft sie Kontakte, besucht Unternehmen, spricht auf Bürgerveranstaltungen und berät an vielen Stellen im Ostalbkreis: Sie entwickelt mit ihrem Team das Klimaschutzkonzept der Stadt Heidenheim und begleitet die Kleinstadt Rainau auf ihrem Weg zur energieautarken Gemeinde. Hier setzt sie auch Pilotprojekte um, die in ihrer Forschung eine große Rolle spielen: die Solarthermie – die Umwandlung von Sonnen- in nutzbare thermische Energie – sowie die Power-to-Gas-Technologie, bei der erneuerbarer Strom dazu verwendet wird, mittels Elektrolyse zum Beispiel Methangas herzustellen. Das Gas kann dann direkt oder bei Bedarf wieder zur Stromerzeugung genutzt werden.

Regionale Wirtschaft stärken

Die Zusammenarbeit mit den lokalen und regionalen Firmen ist wiederum auch ein wichtiger Aspekt für Hans-Peter Weber. Das nachhaltige Engagement seiner Bank soll zugleich die Wirtschaft vor Ort fördern. „Wir haben eine ganze Reihe von Unternehmen, die schon im Bereich erneuerbare Energien arbeiten oder arbeiten wollen", sagt der Vorstandssprecher, der auf die Innovationskraft der regionalen Wirtschaft setzt. Mit ihr möchte er etwa ein energieautarkes Haus konzipieren, finanzieren und errichten. „Damit können wir ganz handfest an einem Best-Practice-Beispiel zeigen, wie wir uns die Zukunft vorstellen würden. Mit unserem Engagement liefern wir so einen Beitrag dazu, dass sich nachhaltiges und umweltfreundliches Wirtschaften weiter durchsetzen kann."

VR-Bank Aalen eG

Bilanzsumme	1,1 Milliarden Euro
Kunden	70.000
Mitglieder	37.000
Geschäftsstellen	23
Mitarbeiter der Bank	280

Stand: 31.12.2014.

Gärtnerin Antje Lübbers im Einsatz.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Umwelt

Eine Bank wie ein Baum

Die Volksbank Niedergrafschaft pflanzt für jedes Mitglied einen neuen Baum. Über 1.200 hat sie bereits in die Region gesetzt. Sie kombiniert so Umweltengagement mit der Beziehungspflege vor Ort.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Gärtnerin Antje Lübbers (oben, Mitte) erklärt, was zu tun ist. Danach geht´s ans Werk oder auch ans Spielen.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Von der weich geschwungenen Allee, die sich zwischen den wogenden Weizenfeldern erstreckt, führt ein schmaler Durchlass zwischen zwei majestätischen Eichen auf ein besonderes Feld. Zwei Meter hohe Rotbuchen stehen hier dicht an dicht, dazwischen einige Stieleichen. In südlicher Richtung werden die Bäume kleiner, bis drei Reihen Setzlinge auftauchen, nicht höher als ein Meter. Sie bilden den aktuellsten Bereich der Baumpflanzaktion, die die Volksbank Niedergrafschaft seit 2012 jährlich finanziert und organisiert. Jedes neue Mitglied darf einen Baum in den fruchtbaren Boden setzen – seit Beginn des Projekts waren es schon mehr als 1.200.

Normalerweise finden die Aktionen im November statt, manchmal aber werden auch Lücken nachgebessert oder abgestorbene Pflanzen ersetzt. Heute ist ein gutes Dutzend Menschen da, die nach Anleitung von Antje Lübbers in der Frühsommersonne arbeiten. „Als Erstes stecht ihr ein Loch aus, das ungefähr 50 Zentimeter tief ist. Dann lockert ihr die Erde auf und stellt den Baum hinein", sagt die selbstständige Gärtnerin, die die Pflanzung anleitet. Zwei blonde Mädchen helfen ihrem Vater beim Graben, während ein junges Pärchen gerade einen der Setzlinge aus dem Anzuchttopf nimmt.

Die Handgriffe sitzen. Antje Lübbers macht Komplimente, weist noch einmal darauf hin, dass die Wurzeln knapp unter der Oberfläche anfangen und nicht zusammengedrückt werden sollten. Die Hobbygärtner schaufeln Erde hinein und klopfen sie vorsichtig fest. „Erst jetzt, wenn ihr die Erde angetreten habt, solltet ihr wässern", sagt sie noch und geht zum nächsten Duo – Mutter und Tochter, die einen Feldahorn pflanzen. Auch der Baum des Jahres 2015 findet hier einen Platz, in vielen Jahrzehnten wird ein Mischwald entstehen.

Bank und Baum: fest verwurzelt

Wald und Bank, wie passt das zusammen? „Wir sehen da viele Parallelen", sagt Bankvorstand Berend Gortmann. Er beobachtet die Aktion vom Feldrand aus, spricht mit den Mitgliedern, freut sich über die Beteiligung. „Ein Baum steht fest verankert, bei Sturm und Wind. Wie unsere Bank, die im übertragenen Sinne wirtschaftlichen Turbulenzen widersteht und sich auch dann nicht verändert, wenn das gesamte Umfeld einem tief greifenden Wandel unterzogen ist." Gortmann nimmt selbst eine Schaufel in die Hand, sticht sie einmal in den Boden, hebt einen kleinen Haufen dunklen Bodens aus. Heute trägt er zwar den dunkelblauen, gut geschnittenen Anzug des Bankchefs, weil er später noch einen wichtigen Termin hat. Aber er weiß, wovon er redet, war bei den vorhergehenden Aktionen dabei.

„Ein Baum steht fest verankert, bei Sturm und Wind. Wie unsere Bank."

Berend Gortmann

Ihn interessiert das Thema Natur, das für ihn so viel mit seinem Arbeitgeber zu tun hat. „Mit unserem Geschäft möchten wir auch die nächsten Generationen fair und sicher bedienen, so wie ein Baum eben auch für unsere Kinder wachsen, weiterhin Sauerstoff liefern und tiefe Erholung in Form der kleinen Alleen und Wälder bieten soll – so ähnlich wie unsere erwirtschafteten Gewinne zu großen Teilen in die Gewerbesteuer und damit in unsere Gemeinden hier fließen." Ebenso wichtig ist dem Vorstand der Bank der Umweltschutz, den er ernsthaft betreiben möchte. Deswegen hat die Volksbank Niedergrafschaft, die ihre Zentrale im staatlich anerkannten Erholungsort Uelsen hat, nicht einfach mit dem Baumpflanzen angefangen, sondern sich einen wissenden Partner gesucht.

Naturschutzstiftung mit dabei

Hartmut Schrap und Paul Uphaus sind heute für die Naturschutzstiftung Grafschaft Bentheim da, um die Aktion zu begleiten. Für die beiden Geschäftsführer ist das Bankprojekt ein kleines im Vergleich zu den rund 1.000 Hektar Fläche, die die Stiftung mittlerweile besitzt und als ökologische Ausgleichsflächen zur Verfügung stellt. „Wir sehen aber die große Wirkung nach außen, die in der Zusammenarbeit mit der Bank entsteht", sagt Schrap. „Wir können mit solchen Maßnahmen sehr gut unsere Arbeit beispielhaft zeigen und damit als Vorreiter wirken lassen", ergänzt Uphaus, während er unter professioneller Anleitung 50 Zentimeter lange Kunststoffröhren um die noch dünnen Stämme legt – als Schutz gegen Wildtiere, die bevorzugt die zarten Knospen und Triebe der Setzlinge verzehren.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Die gemeinnützige Naturschutzstiftung Grafschaft Bentheim, für die die beiden sofort mitanpackenden Männer tätig sind, arbeitet nach einem besonderen Modell. Seit 1999 fördert sie den Natur- und Landschaftsschutz im Landkreis Grafschaft Bentheim, indem sie Flächen erwirbt, tauscht oder pachtet, die bisher intensiv landwirtschaftlich genutzt wurden. „Wir optimieren die Böden, indem wir zum Beispiel Monokulturen auflösen oder besondere Bäume und Sträucher anpflanzen, die in unserer Region nicht mehr so oft vorhanden sind", sagt Paul Uphaus. „Den ökologischen Gewinn können wir Unternehmen oder Institutionen zur Verfügung stellen, die etwa wegen Baumaßnahmen eine Kompensation benötigen", ergänzt Hartmut Schrap, der besonders stolz darauf ist, dass auf der „Volksbank-Fläche" der Besitzer – ein Landwirt – den Boden sogar noch extra und freiwillig für die Pflanzaktion vorbereitet hat. Zum Portfolio der Stiftung gehören Hochmoorflächen, die renaturiert wurden, neue Heideflächen, die zudem mit alten Haustierrassen besetzt werden, oder Ackerflächen, die zu Dauergrünland umgewandelt werden.

„Unsere Mitarbeiter sind bei der Pflanzung sehr nah dran an unseren Mitgliedern. Das ist ganz anders als am Schalter oder bei Kundenveranstaltungen."

Friedrich Berends

„Uns gefällt an dieser Zusammenarbeit vor allem, dass wir sehr regional aktiv sein können", sagt Friedrich Berends, der die Organisation der Aktion übernommen hat. „Außerdem haben wir so eine gute Möglichkeit, unser Genossenschaftsmodell weiter vorzustellen und unsere Kunden auch als Mitglieder zu gewinnen." Für den Marketingleiter der Bank spielt zudem ein weiterer Aspekt eine Rolle: „Unsere Mitarbeiter sind bei der Pflanzung sehr nah dran an unseren Mitgliedern. Das ist ganz anders als am Schalter oder bei Kundenveranstaltungen, weil man zusammen in der Natur etwas unternimmt", sagt Berends, während er zurück zur schmalen Straße geht. Er dreht sich noch einmal um, blickt auf die arbeitenden Mitglieder. „Und was mich auch persönlich sehr begeistert: Nehmen wir mal die Kinder, die da gerade mithelfen. Wenn sie später mal mit ihrem eigenen Nachwuchs hier spazieren gehen, können sie immer sagen: Schaut mal, den Baum habe ich damals gepflanzt."

Volksbank Niedergrafschaft eG	
Bilanzsumme	375 Millionen Euro
Kunden	17.000
Mitglieder	6.000
Geschäftsstellen	6
Mitarbeiter der Bank	100

Stand: 31.12.2014.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Geschafft! Junggärtnerin Helena mit ihrem Baum von ihrer Bank (oben). Unten: Hartmut Schrap, Paul Uphaus und Berend Gortmann (von links).

Wohlergehen und Spaß gehen im Gesundheitscampus Hand in Hand.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Gesundheit

Der Gesundheit verpflichtet

Die Volksbank im Märkischen Kreis wirkte mit viel finanzieller und personeller Kraft am Aufbau eines Gesundheitscampus mit und verbessert damit erheblich die medizinische Versorgung in der Region.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Auf den ersten Blick sieht der Gebäudekomplex an der Sauerlandstraße im westfälischen Balve wie das aus, was es mal war: ein Krankenhaus mit Liegendanfahrt, Schwesternwohnheim und einer Menge Zimmern für die Patienten. Erst bei genauem Hinschauen ist zu merken, dass etwas anders ist. Zwar spielt die Gesundheit immer noch die Hauptrolle auf den rund 5.000 Quadratmetern. Aber sie zeigt sich in ungewöhnlichen Nuancen, die deutlich mehr Vielfalt und Farbe vermitteln.

In den Häusern des ehemaligen St.-Marien-Krankenhauses ist der Gesundheitscampus Balve gewachsen – und auch die veränderte Wortwahl sagt viel über das Konzept des 2013 eröffneten Zentrums aus. „Wir wollen den Menschen ein Rundumpaket bieten, in dem sich die einzelnen Bestandteile ergänzen und zusammenarbeiten“, sagt Ingo Jakschies. Der hoch engagierte Diplom-Kaufmann, der zuvor verschiedene Krankenhäuser leitete, führt die Geschäfte des Campus. Mit neuen Ideen und viel Verve – und dem Erfolg im Rücken, schon mehr als 70 Prozent der Flächen vermietet zu haben.

Zu sehen ist das zum Beispiel ganz oben unter dem Dach. Aus der ehemaligen Cafeteria des Hospitals dringt lautes Lachen auf den Flur. Ein gutes Dutzend Frauen und Männer unterschiedlichen Alters hält mit einem runden, bunten Tuch gemeinsam einen Ball in der Luft. Für die Selbsthilfegruppe der COPD-Erkrankten – ein chronisches Lungenleiden – ist die leichte sportliche Betätigung in der Gruppe einer von vielen Schritten, wieder zu Kräften zu kommen. Ebenso nutzt ein weiterer Mieter, der Reha-Sportverein Balve, die hellen Räume. Er organisiert zum Beispiel Kurse für ältere Menschen, die an einer der vielen Formen von Demenz leiden. Viele von ihnen kommen zum ersten Mal seit Langem wieder unter Leute, öffnen sich der Gemeinschaft, haben Spaß. Der Reha-Sportverein profitiert enorm vom Gesundheitscampus. Die Anzahl seiner Kurse konnte sich auch wegen der neuen Raummöglichkeiten vervierfachen. „Wir bieten hier ein großes Potenzial, das wir stetig ausbauen wollen“, sagt Jakschies.

Fördervolumen aufgestockt

Möglich gemacht hat das eine Kombination aus engagierten Bürgern und großer Unterstützung aus der Wirtschaft. Die Volksbank im Märkischen Kreis hat dabei eine wesentliche Rolle gespielt, indem sie unabhängig von ihrem jährlichen Fördervolumen 100.000 Euro extra gespendet hat – 10 Euro für jedes der rund 10.000 Mitglieder der Volksbank in Balve und der näheren Umgebung. „Wir haben das als unsere Verpflichtung für unsere Mitglieder und Kunden, aber auch für alle Menschen in der Region gesehen“, sagt Karl-Michael Dommes, Vorstandssprecher der Volksbank im Märkischen Kreis.

„Wir haben das als unsere Verpflichtung für unsere Mitglieder und Kunden, aber auch für alle Menschen in der Region gesehen.“

Karl-Michael Dommes

Das Entstehen des Gesundheitscampus hat eine bewegte Vorgeschichte, erzählt der Vorstandssprecher der Bank. Der Träger des seit mehr als 120 Jahren arbeitenden Krankenhauses – die Katholischen Kliniken im Märkischen Kreis – habe es nicht weiterführen wollen, obwohl bis in die 2010er Jahre noch Millionen an öffentlichen Mitteln zum Beispiel aus dem Konjunkturpaket II in Renovierung und Umbau geflossen waren. Ein Vorteil heute übrigens, weil zum Beispiel das Dach, viele Fenster und sogar die Einrichtung mancher der ehemaligen Stationen noch in bestem Zustand sind. Dennoch stand im Jahr 2012 das Aus für das Hospital an. „Für die Bürger hätte das bedeutet, dass sie für bestimmte medizinische Behandlungen in das jeweils eine halbe Stunde entfernte Menden oder Arnsberg hätten fahren müssen, was gerade älteren Menschen kaum zuzumuten ist“, sagt Dommes.

Erst Bürgerinitiative, dann Bürgerstiftung

In Balve gründete sich eine Bürgerinitiative, die bis zur Demonstration mit mehr als 3.000 Menschen vor dem Krankenhaus keine Möglichkeit ausließ, sich Gehör zu verschaffen. Aber das Engagement

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Der Reha-Sportverein konnte die Anzahl seiner Kurse (oben) durch die neuen Raummöglichkeiten auf dem Gesundheitscampus vervierfachen. Unten: Ilona Burgmann, Pflegedienstleiterin der Wohngruppe St. Marien für Wachkomapatienten.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Bewegung ist das A und O für Geist, Körper und Seele (oben). Unten links: Ingo Jakschies, Wolfram Schmitz, Karl-Michael Dommes (von links). Rechts: Blick auf den Gesundheitscampus.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

„Wir haben uns für dieses Modell sehr gerne entschieden, weil wir nachhaltig fördern können."

Karl-Michael Dommes

war vergebens, das Hospital wurde geschlossen. Die Initiative gab indes nicht auf. „Wir haben uns überlegt, ob wir nicht einen anderen Weg einschlagen könnten", sagt Wolfram Schmitz. Der Software-Unternehmer engagiert sich seit Jahrzehnten für seine Heimat und setzte die Idee mit einem kleinen Trupp in die Tat um. Das Vorgehen klingt kompliziert, war aber aus rechtlichen Gründen nötig: Eine eigens gegründete gemeinnützige Balver Bürgergesellschaft kaufte das Krankenhaus samt Inventar und ließ es wiederum im Jahr 2013 kostenfrei in den Besitz der Bürgerstiftung Balve übergehen, die heute als Besitzer und Vermieter des Gebäudes fungiert. „Wir haben uns für dieses Modell sehr gerne entschieden, weil wir nachhaltig fördern können", sagt Karl-Michael Dommes, der neben der Spende von 100.000 Euro an die Bürgerstiftung auch im Vorstand mitarbeitet. Mit den Mieteinnahmen sollen in Zukunft neben dem Betrieb des Campus auch andere Projekte gefördert werden. Der Stiftungszweck ist sehr breit angelegt. Ein erstes Projekt ist die Spende eines Notarztwagens an die Löschgruppe Volkringhausen der Freiwilligen Feuerwehr, die in der Region zum Beispiel bei Unfällen als Erste am Unglücksort ist.

Direkter medizinischer Austausch

Aber auch im Gesundheitscampus gehen die Ideen nicht aus. Sieben Ärzte arbeiten hier mittlerweile in geschickten Konstruktionen, die die finanziellen Risiken in Grenzen halten und gleichzeitig gut für die Patienten sind. Die Gastroenterologin und die drei Internisten – zwei von ihnen arbeiteten zuvor im alten Krankenhaus – sind beim Katholischen Krankenhaus in Unna angestellt und haben quasi eine Außenstelle gegründet, die eng mit dem Mutterhaus zusammenarbeitet. „Nur so konnten wir hier diese speziellen Fachgebiete ansiedeln, was für ein Versorgungsgebiet wie unseres sehr ungewöhnlich ist", sagt Ingo Jakschies. Hinzu kommen drei Orthopäden mit eigener Praxis im benachbarten Menden, die an drei Tagen in der Woche vor Ort sind und im direkten Austausch mit dem Sanitätshaus oder der Krankengymnastikpraxis im Gebäude stehen, sowie eine Naturheilpraxis.

Ebenfalls ungewöhnlich ist der Kneipp-Verein Balve, der in einem Raum seine Becken mit Wasser gefüllt hat und sowohl Angebote für ältere Herrschaften als auch für Kinder macht. Dann geht es auch mal laut zu – ganz anders als auf dem Flur einige Etagen tiefer, auf dem eine Wohngruppe für sieben Wachkomapatienten ihr Heim gefunden hat. „Wir gewährleisten hier eine dauerhafte Intensivpflege, für die wir mit einem hoch spezialisierten Pflegedienst zusammenarbeiten", sagt Jakschies, der optimistisch ist, auch das Angebot ausweiten zu können. Ebenso sieht er Innovationen im Gesundheitswesen am Horizont: Sektoren übergreifende Gesundheitsangebote etwa oder ein Gesundhotel, in dem pflegende Angehörige von schwerstpflegebedürftigen Menschen einmal durchatmen können. Die Räume für letzteres, sie zeigt Jakschies mit Stolz, sind schon fast eingerichtet. „Auch hier können wir auf das zurückgreifen, was im alten Krankenhaus in einer gerade modernisierten Station vorhanden war. Wir schaffen hier sehr effizient und mit geringstmöglichen Kosten etwas Neues: Das ist eine tolle Aufgabe."

Volksbank im Märkischen Kreis eG	
Bilanzsumme	1,8 Milliarden Euro
Kunden	88.000
Mitglieder	39.000
Geschäftsstellen	20
Mitarbeiter der Bank	375

Stand: 31.12.2014.

Dirk Paulus.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Bildung

Ökonomisch wertvoll

Die Frankenberger Bank unterstützt mit ihrem Bildungsprojekt „Lisa will´s wissen" gezielt die Schulen der Region und bietet dort Verbraucherschutz zum Anfassen und Mitmachen an.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

„Was ist Geld?“, fragt Dirk Paulus und schaut in die Runde. Die Neuntklässler überlegen kurz, dann schnellen die Arme in die Höhe. „Banknoten“, sagt einer, „Münzen“, der Zweite. „Damit kann man bezahlen“, der Dritte. Der Anfang ist gemacht. Wenige Sekunden später werden die Antworten spezieller: „Dollar, Euro“, ruft einer in die Klasse und wird kurz ermahnt, sich doch bitte zu melden. Nach einigen Minuten ist das Reservoir an Wissen erschöpft, schließlich fällt keinem der 15-, 16-Jährigen in der Burgwaldschule Frankenberg/Eder mehr etwas ein.

Dirk Paulus, Teamleiter Unternehmensservice der Frankenberger Bank, ist dennoch zufrieden. Er steht vor der Klasse, lobt die Schülerinnen und Schüler. Und leitet die nächste Runde ein. Er verteilt Zettel, auf die er Zahlen geschrieben hat. Eine „20“ gibt er einem Jungen in der ersten Reihe, eine „50“ seinem Sitznachbarn, zwei Zehner einem Mädchen dahinter. Er leiht sich hier einen Fünfer, gibt dort einen Schein zurück – und erklärt auf diese Weise spielerisch, wie der Geldverkehr samt Zinsen funktioniert.

Wer bezahlt hier wen?

Anschließend werden seine Fragen komplizierter. Den Geldkreislauf malt der Bankmitarbeiter, der für jeden vorlauten Spruch die richtige Antwort parat hat, an die Tafel. Genau auf die Zielgruppe zugeschnitten: Die Eltern gehören dazu, die Arbeitgeber etwa von Ferienjobs, die Schüler selbst, die Bank, der Staat. Wer wen bezahlt, wo welche Leistungen fließen, arbeiten die jungen Leute heraus – und lernen dabei einiges, was sie vorher nicht wussten.

Die kurzweiligen 45 Minuten sind Teil eines Programms der Raiffeisenbank mit der Hauptstelle in Frankenberg, die unter einem einprägsamen Label stehen: „Lisa will’s wissen“ – wirtschaftliche Bildung wird hier locker, aber auch seriös und tief genug vermittelt, samt einer Einführung in komplexe Begriffe wie Bau-, Dispo- oder Anschaffungskredite. Die Namensgeberin des Angebots ist Lisa Geiger. Sie ist auch heute mit dabei. Die 18-Jährige besuchte selbst die Realschule und war Praktikantin in der Bank, als das Projekt entstand. Heute macht sie eine Ausbildung zur Bankkauffrau und darf mit in die wohlbekannten Räume. Sie fragt die Schüler nach ihrem Wissen über Girokonten. Dabei hilft sie manchen auf die Sprünge. Diese können zwar Geld am Automaten ziehen, wissen aber wenig darüber, wie der Zahlungsverkehr funktioniert. „Ich finde das super, weil es eine wirklich schöne Abwechslung ist“, sagt Lisa Geiger. Nachdem die ungewöhnliche Schulstunde wie im Flug vergangen ist, hilft sie Dirk Paulus die Materialien zusammenzupacken.

„Wir haben in den vergangenen Jahren gemerkt, dass viele Kinder und Jugendliche wenig Hintergrundwissen haben, wenn es um ökonomische Zusammenhänge geht.“

Mario Seitz

Ehrliches Feedback

Die beiden gehen gerne in die Klassen. „Das Feedback ist immer so ehrlich, das macht Spaß“, sagt die Auszubildende. Und nur so klappt es auch mit dem Thema Wirtschaft und Bildung für junge Menschen. Die Bank hat sich ihm in den vergangenen Jahren besonders gewidmet: „Lisa will’s wissen“ ist nur ein Teil einer größer angelegten Kampagne, die sich an Kindergärten und Schulen wendet. „Wir haben in den vergangenen Jahren gemerkt, dass viele Kinder und Jugendliche wenig Hintergrundwissen haben, wenn es um ökonomische Zusammenhänge geht“, sagt Mario Seitz. Der Prokurist ist für das Programm verantwortlich. Bei „Lisa will’s wissen“ gehören dazu eng mit den Lehrern abgestimmte Unterrichtsstunden, die sich mit Themen wie dem Umgang mit Geld, Präventionsmaßnahmen zur Überschuldung, Bewerbungstrainings oder betriebs- und gesamtwirtschaftlichen Inhalten beschäftigen.

Zudem fördert die Bank immer für drei Jahre gezielt fünf ausgewählte Schulen der Region. „Wir treten dort mit unseren personellen und finanziellen

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Oben: Lisa Geiger – Namensgeberin und nun auch Auszubildende bei der Frankenberger Bank. Unten: Dirk Paulus erklärt, wie der Geldverkehr samt Zinsen funktioniert.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Über Geld spricht man nicht? Ganz im Gegenteil: Das Programm „Lisa will's wissen" macht genau das zum Kern und es macht dazu ganz offensichtlich viel Spaß.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Mitteln ein, wo es die eigenen verfügbaren Budgets nicht ermöglichen würden", erklärt Seitz. Die Bank unterstützt kleinere Forschungsprojekte am Gymnasium ebenso wie spielerische Projekte in der Grundschule und sie stößt auch in den eigenen Räumen in der Hauptstelle in Frankenberg Initiativen wie die „Mathe-Treff AG" oder die „AG Poetry-Slam" an. Darüber hinaus unterstützt sie dauerhaft Kinder mit Lese-Rechtschreib-Schwäche anhand von Kursen und Unterrichtsmaterialien. Weitere Themen sind die musikalische Bildung, bei der regionale Orchester gefördert werden, oder die bessere Ausstattung von Kindergärten mit Spielräumen und -geräten.

„Wir engagieren uns sehr zielgerichtet und nachhaltig, damit unsere Mittel nicht versanden."

Mario Seitz

„Wir engagieren uns sehr zielgerichtet und nachhaltig, damit unsere Mittel nicht versanden", erläutert Seitz. So spendet die Bank zum Beispiel regelmäßig Defibrillatoren. Mittlerweile stehen rund 20 dieser Lebensretter beim Herzstillstand in den Bankfilialen bereit, aber auch bei Freiwilligen Feuerwehren im Geschäftsgebiet – bei letzteren engagiert sich auch eine ganze Reihe von Mitarbeitern, die in Notfällen auch zu Geschäftszeiten mit ausrücken. Ebenso hat die Bank einen „MitgliederWald" finanziert, bei dem 10.000 junge Eichen gepflanzt wurden. Insgesamt spendet die Bank rund 70.000 Euro, um Vereine und Organisation in der Region zu unterstützen.

Erst der Austausch, dann die Ausbildung

Zurück in den Klassenraum, wo gerade eine Jugendliche intensiv mit Dirk Paulus diskutiert. Als sie schließlich ihren Rucksack nimmt und mit einem fröhlichen „Tschüs" nach draußen zu ihren Freundinnen geht, notiert sich Paulus schnell ihren Namen und ein paar Anmerkungen dazu. „Sie hat Interesse an einer Ausbildung bei uns", sagt er. „Das ist prima, denn mit unserem Projekt wollen wir sozusagen als Nebeneffekt auch genau das erreichen: Die Jugendlichen sollen Spaß daran bekommen, sich mit dem Thema Bank auseinanderzusetzen." Die Frankenberger setzen auf den Nachwuchs, wie es an Namensgeberin Lisa Geiger zu sehen ist. „Ich bin immer noch sehr begeistert davon, dass ich nach meiner Schulzeit hier starten konnte", sagt sie. „Und auch das möchte ich bei ‚Lisa will's wissen' gerne weitervermitteln."

Frankenberger Bank	
Bilanzsumme	344 Millionen Euro
Kunden	32.000
Mitglieder	12.500
Geschäftsstellen	13
Mitarbeiter der Bank	95

Stand: 31.12.2014.

Aus der Region für die Region: Jagsthausener Äpfel.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Nahversorgung

Näher geht´s nimmer

Die Volksbank Möckmühl-Neuenstadt unterstützte den Aufbau und Betrieb eines Dorfladens in Jagsthausen. Mittlerweile ist er nicht nur für Anwohner zum Magneten geworden.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Zwei Jugendliche bezahlen eine Limonade, direkt dahinter steht eine ältere Frau, die Bananen, Äpfel und Kartoffeln in ihrem Einkaufskorb liegen hat. Sie hält ein Schwätzchen mit einem etwa 50-Jährigen Mann, der früher direkt neben ihr wohnte. „Lange nicht gesehen, wie geht's denn so?", fragt sie und packt kurz vor der Kasse noch ein Glas Marmelade auf die Theke. Dahinter stehen zwei Mitarbeiterinnen in grünen Polohemden. Die eine kassiert gerade ab, die andere legt vorsichtig zwei Brötchen und ein Croissant in eine Papiertüte. Alltag im Dorfladen in Jagsthausen, der mitten im 1.700-Einwohner-Dorf liegt – knapp 100 Meter oberhalb des Flusses Jagst, der sich idyllisch durchs schwäbisch-fränkische Bergland schlängelt.

Zentrum des Miteinanders

Hier im Landkreis Heilbronn ist etwas entstanden, das die Initiatoren in ihren kühnsten Träumen nicht vorhergesagt hätten: eine Nahversorgung, die für das Dorf gleichzeitig ein neues Zentrum des Miteinanders geworden ist. Entscheidend mit angestoßen und umgesetzt hat das 180 Quadratmeter große Geschäft die Volksbank Möckmühl-Neuenstadt. Sie hat ihr Know-how mit eingebracht – der Laden gehört rund 330 Bürgern und Unternehmen in Form einer Genossenschaft – und die Finanzierung mit Wissen und 10.000 Euro Kapital begleitet. Und sie stellt mit Manuela Barth eine von drei Vorständen, die die Geschäfte des kleinen Supermarkts ehrenamtlich führen. „Als mich unser Vorstandschef fragte, ob ich mich engagieren möchte, habe ich direkt Ja gesagt", erzählt die 26-Jährige, die nur einen Steinwurf entfernt wohnt. In der Bank ist sie für den nationalen und internationalen Zahlungsverkehr zuständig, im Laden leitet sie die Inventur, führt die Mitgliederverwaltung und kümmert sich um viele weitere anfallende Aufgaben.

Rund 1 Million Euro Umsatz

Entstanden ist der Dorfladen, der heute rund 1 Million Euro pro Jahr umsetzt und damit den Plan aus dem Eröffnungsjahr 2012 um das Zweieinhalbfache übertrifft, aus einer Notlage heraus. „In Jagsthausen haben im Jahr 2010 die letzten verbliebenen Läden, eine Bäckerei und eine Metzgerei, geschlossen, die neben ihren angestammten Waren auch ein kleines Sortiment an Lebensmitteln führten", erinnert sich Roland Halter. Der Bürgermeister der Stadt sah die Versorgung gefährdet, die nächsten Geschäfte sind in alle Richtungen rund zehn bis zwölf Kilometer entfernt. „Wir haben uns bemüht, einen kleinen Discounter anzusiedeln, der aber wieder abgesprungen ist", ergänzt sein Kollege Ralph Matousek, Kämmerer der Stadt, der ebenfalls im Vorstand der Genossenschaft sitzt. Eine Bürgerinitiative gründet sich, aus der die Idee des Dorfladens erwächst.

„Als mich unser Vorstandschef fragte, ob ich mich engagieren möchte, habe ich direkt Ja gesagt."

Manuela Barth

„Wir haben eine Umfrage unter den Bewohnern gemacht und ein riesiges Echo bekommen", sagt Rainer Schwab, Vorstand der Volksbank Möckmühl-Neuenstadt. „Danach war uns klar, dass sich ein Engagement lohnen würde." Das gab es auf allen Ebenen. Nach der Gründungsphase arbeiteten zum Beispiel ein pensionierter Architekt, der Heizungsbauer und der Elektriker aus dem Dorf kostenfrei, ließen sich nur die Materialien finanzieren. Insgesamt wurden 3.000 ehrenamtliche Arbeitsstunden geleistet. Dazu hatten die Mitglieder der Genossenschaft innerhalb kürzester Zeit rund 150.000 Euro eingezahlt. Gepachtet wurde das leer stehende ehemalige Gebäude der Raiffeisen BAG.

Regionale Waren

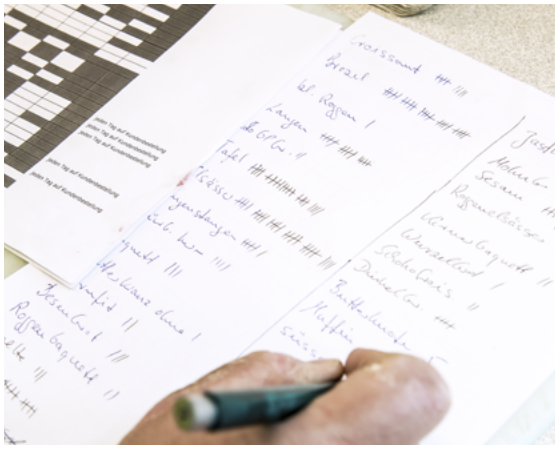
Die Genossenschaft stellte sukzessive neun Mitarbeiterinnen ein, richtete den Laden her und sorgte für den Warenbestand. Ein Drittel der Lebensmittel stammt aus der Region. In einem Regal zum Beispiel stehen das Mehl eines heimischen Müllers, die Nudeln und Eier eines Bauern aus der Nähe oder Marmeladen und Liköre, die Renate Kilb herstellt. Die Landwirtin kommt aus dem zehn Kilometer entfernten Weiler Weltersberg, wo sie mit ihrem Mann, den Schwiegereltern und den drei Kindern rund 300 Hektar Ackerfläche samt Hühner- und

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Näher und nachhaltiger geht´s nicht: Die Eier und Erdbeeren stammen aus der direkten Nachbarschaft.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Hier geht´s lang: Schilder im Ort weisen den Weg zur regionalen Produktvielfalt.



In bester Stimmung: Die Marktleiterinnen Annette Hofmann und Sieglinde Parys (von links).

Links: Bürgermeister Roland Halter und Kämmerer Ralph Matousek (von links). Rechts: Rainer Schwab und Manuela Barth (von links).

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Schweinezucht bewirtschaftet. Sie liefert gerade eine neue Ladung Konfitüren an, die sie auch in ihrem kleinen Bauernladen verkauft. „Für mich lohnt sich das und ich freue mich, dass wir unsere Produkte hier verkaufen können", sagt die patente Frau, die auch Wurst- und Fleischwaren sowie Nudeln selbst herstellt. „Für uns ist die Regionalität enorm wichtig", sagt Manuela Barth, während sie das gut gefüllte Weinregal mustert, in dem ausschließlich gute Tropfen aus Baden-Württemberg stehen. „Wir schaffen damit viel Identifikation mit unserem Laden, was die Bürger sehr gut finden." Die Preise im Dorfladen bewegen sich im Rahmen vergleichbarer Supermärkte, sodass viele Menschen ihren kompletten Einkauf hier erledigen. Die Lage mitten im Dorf ist hervorragend, gleichzeitig kommen viele Touristen wegen der viel befahrenen Fahrradwanderstrecke, die nur einige Hundert Meter entfernt vorbeiführt.

„Schon bei Einstellungsgesprächen achten wir darauf, dass die neuen Kollegen sich engagieren."

Rainer Schwab

Engagement als Einstellungkriterium

Ein weiterer Pluspunkt ist das große Engagement aller Beteiligten. Rund 50 Bürger helfen, etwa bei der Inventur oder beim Einräumen der Waren. „Das fördern wir auch bei uns in der Bank sehr. Schon bei Einstellungsgesprächen achten wir darauf, dass die neuen Kollegen sich engagieren", erzählt Vorstand Rainer Schwab. „Wenn jemand in einem Verein tätig ist, darf er gerne auch während der Arbeitszeit dafür telefonieren. Ebenso selbstverständlich ist es zum Beispiel, dass unsere Mitarbeiter, die bei der Freiwilligen Feuerwehr tätig sind, jederzeit zu Einsätzen ausrücken können."

Das Konzept des Dorfladens funktioniert so gut, dass die Genossenschaft ihre Kredite schon abbezahlt hat und den Mitgliedern eine Dividende in Höhe von 3 Prozent und in Form von Warengutscheinen bezahlt. „Wir können sogar schon weiterdenken und investieren", sagt Manuela Barth. „In diesem Jahr werden wir den kleinen Cafébereich und die Metzgerei erweitern." Mit dem guten Gefühl und der kühlen Rechnung, dass sich auch diese Investition in wenigen Jahren rechnen wird.

Volksbank Möckmühl-Neuenstadt eG	
Bilanzsumme	560 Millionen Euro
Kunden	28.000
Mitglieder	14.500
Geschäftsstellen	14
Mitarbeiter der Bank	130

Stand: 31.12.2014.

Elena Häckl bei der Arbeit.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Zusammenhalt

Pack´die Arbeitshose ein

VR-mitMenschen: Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der VR-Bank Landsberg-Ammersee werden immer dort aktiv, wo es der Region direkt weiterhilft.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Mit großen Augen verfolgen die drei Promenadenmischungen – einer klein und braun, die anderen beiden groß und fast schwarz – wie Elena Häckl auf das gegenüberliegende Flachdach klettert. Die junge Frau hat ein Brecheisen in der Hand und macht sich, oben angelangt, direkt ans Werk. Mit viel Schwung löst sie ein Stück alter Dachpappe vom Holz, knickt es in der Mitte zusammen. Vorsichtig übergibt sie das Päckchen an Peter Gah, der unten am Boden steht und es wiederum in einen Anhänger wirft. Auftakt für einen langen Tag auf der Baustelle.

„Wir haben immer öfter gesehen, dass viele Einrichtungen bestimmte Aufgaben nicht mehr allein erfüllen können."

Stefan Jörg

Elena Häckl und Peter Gah sind zwei von rund 20 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der VR-Bank Landsberg-Ammersee, die an diesem kühlen, regnerischen Donnerstag ihre schicke Bankkleidung gegen Arbeitshose und festes Schuhwerk getauscht haben. Sie nageln neue Dachpappe an, versehen Hundehütten mit wasserdichten Abdeckungen, stundenlang, nur unterbrochen von einer kurzen Pause bei Pizza, Kaffee und Limonade.

Mitanpacken für Mitmenschen

Gemeinsam engagieren sie sich ehrenamtlich für das Tierheim Landsberg, das etwas außerhalb der knapp 30.000-Einwohner-Stadt an einer Landstraße liegt, umgeben von Feldern und Waldgebieten. Rund 100 Tiere, vom Eichhörnchen und Kaninchen bis zu Katzen und Hunden jeglicher Art, leben hier durchschnittlich drei Monate, bevor sie vermittelt werden. Eine Arbeit, die ebenfalls nur mit viel ehrenamtlichem Engagement gestemmt werden kann – und gerade deswegen genau zum Programm „VR-mitMenschen" passt, das die Bank vor zwei Jahren gestartet hat. „Wir haben immer öfter gesehen, dass viele Einrichtungen bestimmte Aufgaben nicht mehr allein erfüllen können", sagt Stefan Jörg. Der Vorsitzende des Vorstands (gemeinsam mit Hans-Jürgen Rehberger) erinnert sich noch genau an die Initialzündung.

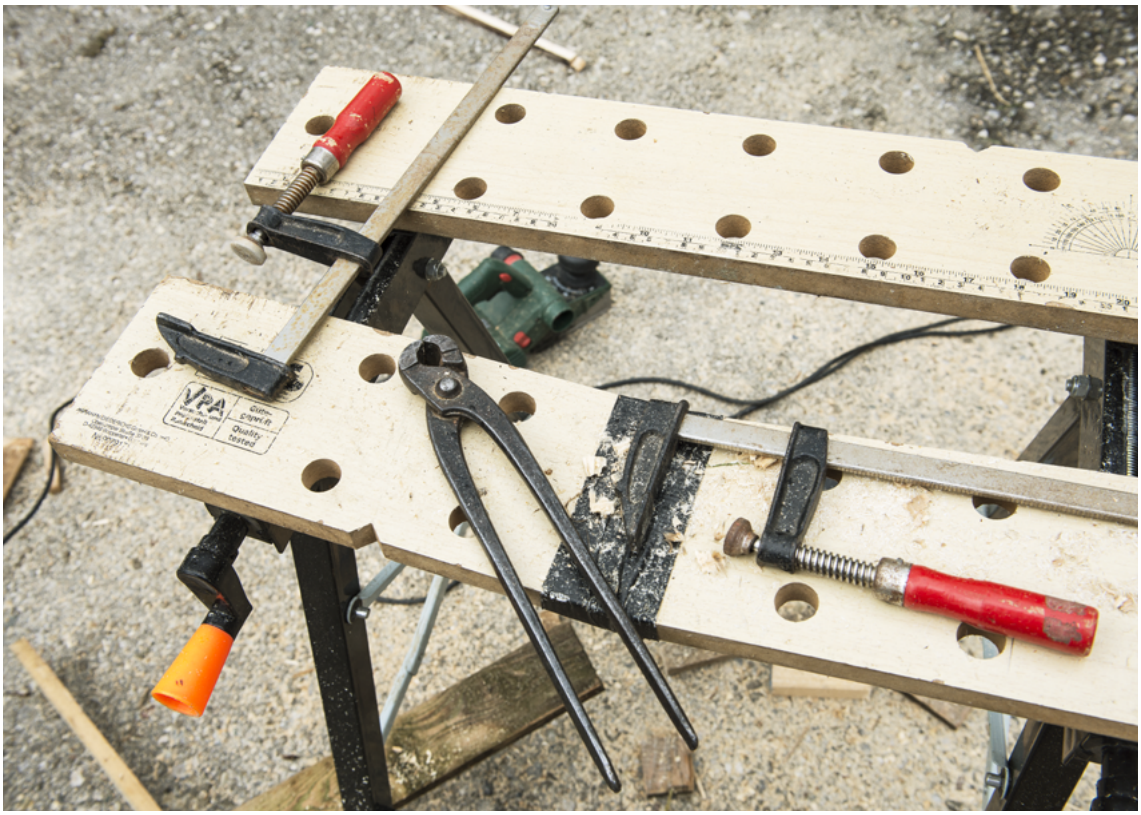
Gemeinsam mit Marketingchef Manfred Doll hatte er das altehrwürdige Rhabanus-Maurus-Gymnasium St. Ottilien in der Region besucht, dessen Innenhof vollkommen marode war. „Der Träger wollte kein Geld mehr da hineinstecken, die Schule konnte es nicht", erzählt Doll. „Auf der Rückfahrt haben wir überlegt, wie schade das ist – und dass es mit einigen Arbeitsstunden doch vielleicht schon getan wäre." Aus dem Projekt wurde am Ende nichts, weil das Atrium der Schule abgerissen wurde. „Aber wir haben die Idee weiterverfolgt", berichtet Manfred Doll. Als sich die Gelegenheit bietet, für das Ammersee-Gymnasium im benachbarten Dießen Klettermöglichkeiten an einer kahlen Betonwand einzurichten, startete die Bank intern einen Aufruf. „Wir konnten die Mitarbeiter gar nicht alle einsetzen, die sich gemeldet haben", sagt Stefan Jörg, der darauf verweist, dass die Boulderwand auch vom benachbarten SOS-Kinderdorf, dem Alpenverein und der Öffentlichkeit genutzt werden kann.

Engagement über die Arbeitszeit hinaus

Er stellt die Kollegen für das Engagement frei – neben dem Tierheim und der Kletterwand gehörte auch eine breit angelegte Typisierungsaktion in Zusammenarbeit mit der Aktion Knochenmarkspende Bayern in den Räumlichkeiten der Bank dazu. „Die Kollegen sind aber auch über ihre Arbeitszeit hinaus dabei. Das passt dazu, dass ehrenamtliches Mitmachen bei uns weit verbreitet ist." Viele der Bank-Beschäftigten engagieren sich in Vereinen, und auch bei sämtlichen anderen Aktionen, die ihr Arbeitgeber für die Menschen der Region organisiert, bringen sie sich ein.

Das macht Spaß und hat gleichzeitig den Effekt, dass die Kollegen im Team besser zueinander finden. „Bei unserer Größe mit rund 200 Mitarbeitern kennt man sowieso fast jeden zumindest vom Sehen", sagt Peter Gah, der seit vier Jahren das Qualitätsmanagement für die Bank leitet. „Aber es ist etwas ganz anderes, wenn man über alle Hierachieebenen hinweg auf dem Dach steht und gemeinsam handwerklich arbeitet."

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74



Trainingsjacke statt Anzug, jede Menge Werkzeug statt Füller und Rechner: Auch die Vorstände der Bank, Hans-Jürgen Rehberger und Stefan Jörg (unten, von links), packen für ihre Region mit an.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

„Wir fördern nur da, wo wir der heimischen Wirtschaft keine Konkurrenz machen."

Manfred Doll

Viele Kollegen zeigen dabei ungeahnte Talente. „Unser Vorstandsvorsitzender Stefan Jörg hat mir vorher nicht zugetraut, dass ich einen Nagel gerade in die Wand schlagen kann", sagt Gah und lacht. Elena Häckl bestätigt die Meinung ihres 30 Jahre älteren Kollegen. „Es ist toll, die Kollegen mal in einem ganz anderen Zusammenhang zu treffen", sagt die 18-Jährige, die nach ihrem Realschulabschluss seit einem Jahr ihre Ausbildung als Bankkauffrau absolviert.

200.000 Euro … und jede Menge Zeit

Für die Bank ist „VR-mitMenschen" nur ein Teil ihres Engagements in der Region. Rund 200.000 Euro investiert das Institut pro Jahr – nicht eingerechnet sind dabei die Löhne, die in der Zeit der Freistellungen anfallen. Ein großer Teil des Geldes fließt in Soziales, aber auch Sport und Kultur sind sehr wichtig. „Wir schauen uns jedes Projekt genau an, bevor wir unterstützen", macht der Vorstandsvorsitzende der Bank, Stefan Jörg, klar. „Und wir machen, wenn es geht, auch immer selbst mit, damit wir nicht nur finanziell, sondern auch ideell fördern." Dazu gehören zum Beispiel das Ausrichten einer großen Landkreis-Fußballmeisterschaft mit Startgeldern für alle beteiligten Teams oder die Organisation von Mountainbike-Touren.

Etwas anderes ist beim Projekt „VR-mitMenschen" ebenso wichtig. „Wir fördern nur da, wo wir der heimischen Wirtschaft keine Konkurrenz machen", sagt Manfred Doll. Das Material für die Dachsanierung beim Tierheim kommt zum Beispiel von einem Privatspender, die rund 100 Arbeitsstunden von den Bankmitarbeitern. „Wir hätten uns das niemals leisten können", ergänzt auch Daniela Krauß, die sich für die Öffentlichkeitsarbeit des Tierheims einsetzt. „Die finanzielle Lage ist immer sehr angespannt", sagt die Unternehmerin. „Deswegen ist so etwas natürlich ein riesiger Glücksfall." Der, um das auch klarzustellen, direkt wieder zurück an die Menschen der Region gegeben wird. „Wir veranstalten sehr viele Kurse und Seminare zum Beispiel für Schüler oder Menschen mit Behinderungen", sagt Daniela Krauß. „Wenn es unseren Tieren gut geht, profitieren also wieder alle davon."

VR-Bank Landsberg-Ammersee eG	
Bilanzsumme	752 Millionen Euro
Kunden	35.000
Mitglieder	14.148
Geschäftsstellen	20
Mitarbeiter der Bank	202

Stand: 31.12.2014.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
ENERGIE 44
UMWELT 50
GESUNDHEIT 56
BILDUNG 62
NAHVERSORGUNG 68
ZUSAMMENHALT 74

Oben: Der Vorstandsvorsitzende Stefan Jörg zusammen mit Jennifer Hoy, Mitarbeiterin Marketing und Kommunikation.
Unten: Daniela Krauß und Manfred Doll.

Gemeinsam geht mehr: Die engagierten Helfer der VR-Bank Landsberg-Ammersee eG.

VR-Bank

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

83

Flexibel, vital, föderal

Die bundesweiten Wettbewerbe und Initiativen der Volksbanken und Raiffeisenbanken

Gemeinsam für die Region: Was für die vielen Genossenschaftsbanken vor Ort gilt, das gilt auch für die große Gemeinschaft der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Gemeinsam führen die Kreditgenossenschaften – initiiert vom Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) – zahlreiche bundesweite Aktionen und Wettbewerbe durch. Diese nehmen ihren Anfang zumeist bei den Instituten vor Ort und pflanzen sich dann über die genossenschaftlichen Regionalverbände bis zur Bundesebene oder sogar auf internationale Ebene hin fort.

Das Spektrum der Initiativen ist dabei so breit angelegt wie das gesellschaftliche Leben. Passend zum genossenschaftlichen Selbstverständnis steht dabei stets der Fördergedanke im Mittelpunkt. Es soll nicht einfach nur etwas ausgezeichnet oder unterstützt werden. Vielmehr soll der Weg frei gemacht werden: für die individuelle Entfaltung, für weiteres kreatives Schaffen oder auch für verbesserte gemeinnützige Strukturen. Die Förderung hat immer auch das große Ganze im Blick und steht im Einklang mit der genossenschaftlichen Absicht, jeden Einzelnen zu befähigen mehr zu erreichen.

Die teilweise schon viele Jahre oder gar Jahrzehnte durchgeführten Wettbewerbe sind zudem Paradebeispiele dafür, wie die Zusammenarbeit in der genossenschaftlichen FinanzGruppe funktioniert. Sie stehen auch für die Flexibilität, Vitalität und für das föderale Miteinander genossenschaftlicher Netzwerke. Überdies stehen sie für die gemeinsame Absicht vor Ort – und auch darüber hinaus –, Nutzen wie auch freudige Momente zu schaffen.

Egal, ob der Kreativwettbewerb „jugend creativ" (Seite 88), die Vereinsauszeichnung „Sterne des Sports" (Seite 100) oder auch die Chor- und Orchesterwettbewerbe (Seite 104): Die Engagements zeigen anschaulich, wie effektiv das gemeinsame Wirken der Kreditgenossenschaften ist. Es geschieht stets zum Wohl der vielen Aktiven, Ehrenamtlichen, Kreativen in der Region. Ihnen kommt das gemeinsame Engagement vielfach direkt zugute. Sie profitieren direkt – und mit einem Lachen im Gesicht.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

84

Der Preisträger des Karlspreises 2015: Dr. h. c. Martin Schulz bei seiner Dankesrede.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Internationaler
Karlspreis zu Aachen

Gemeinsam für Europa

Der Präsident des Europäischen Parlaments, Dr. h. c. Martin Schulz, ist der diesjährige Preisträger des Internationalen Karlspreises. Bei einer feierlichen Zeremonie nahm der „Vordenker eines vereinten Europas" (Karlspreis-Jury) im Mai die Auszeichnung entgegen. Hauptsponsor der Stiftung Internationaler Karlspreis sind die Volksbanken und Raiffeisenbanken. Sie unterstützen damit aktiv das Zusammenwachsen Europas und würdigen die Wegbereiter.

Martin Schulz erhält die Auszeichnung aufgrund seiner bedeutenden Verdienste um die Stärkung der Parlamentarisierung und der demokratischen Legitimation in der Europäischen Union. Der SPD-Politiker sei in seiner Rolle als wichtiger Vordenker der EU international höchst anerkannt. „Martin Schulz stärkt die repräsentative Demokratie, nimmt die Anliegen der europäischen Bürger ernst und stärkt so die Identifikation der Bevölkerung mit Europa", heißt es in der Begründung des Direktoriums der Gesellschaft für die Verleihung des Internationalen Karlspreises. Und: „Schulz ist heute ein herausragender Repräsentant für die Belebung der europäischen Demokratie."

Der Karlspreis wird traditionell an Christi Himmelfahrt im Rahmen eines Festakts im Aachener Rathaus verliehen. Beim Europa-Forum diskutieren am Tag zuvor Führungspersönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Gesellschaft aktuelle und zukünftige Entwicklungen in Europa. In diesem Jahr wirkte BVR-Präsident Uwe Fröhlich aktiv daran mit. In seinem Beitrag bezog er klar Stellung zu dringlichen wirtschaftspolitischen Fragen und steuerte wichtige Impulse bei.

Stabilität und Subsidiarität

„Europa muss die verbesserte Wirtschaftslage nutzen, um den Euro dauerhaft auf eine stabile Grundlage zu stellen", sagte Fröhlich. Manche Schwachstellen seien offenkundig. „So sind die Regeln zur Defizitkontrolle zu komplex geworden und ihre Einhaltung ist immer noch nicht ausreichend gesichert", so der BVR-Präsident. Der bisherige Ansatz, letztlich auf den guten Willen der nationalen Regierungen zu setzen, habe sich nicht bewährt. Fröhlich: „Um mehr Verbindlichkeit in der Abstimmung der Wirtschaftspolitik zu erreichen, müssen weitere Kompetenzen auf die europäische Ebene verlagert werden. Dabei sollte das Prinzip der Subsidiarität gelten: so viel Europa wie für die Stabilität des Euro nötig und so viel nationale Eigenständigkeit wie möglich."

Für die subsidiär ausgerichtete Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken ist diejährliche Unterstützung des Karlspreises ein Bekenntnis zu einem vitalen, homogenen wie auch vielseitigen Europa. Kluge Kooperationen, klar abgestimmte Spielregeln, aber auch individuelle Gestaltungsspielräume sind die zentralen Erfolgsfaktoren vielseitiger Gemeinschaften – so auch für Europa. Für die Genossenschaftsbanken ist Europa die Gemeinschaft vieler Gemeinschaften. So schließen sich Regionalität und Internationalität hier nicht aus, sondern verhalten sich komplementär zueinander.

Namhafte Vorgänger

Bereits in den Vorjahren wurden viele namhafte Persönlichkeiten mit dem Karlspreis ausgezeichnet. Sie alle haben eines gemeinsam: Sie sind Möglichmacher, Vordenker und Wegbereiter eines vereinten Europas. Im Jahr 2014 erhielt Herman Van Rompuy als EU-Ratspräsident diesen besonderen Preis. 2013 war es Dr. Dalia Grybauskaitė als Präsidentin der Republik Litauen. Im Jahr 2012 konnte Bundesfinanzminister Dr. Wolfgang Schäuble die Auszeichnung in Empfang nehmen. Weitere namhafte Preisträger des bereits seit 1950 verliehenen Preises waren unter anderem Bill Clinton, Bundeskanzlerin Dr. Angela Merkel, Roman Herzog und Václav Havel.

www.karlspreis.de

Förderer des Karlspreises
Volksbanken Raiffeisenbanken

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Links: BVR-Vorstand Gerhard Hofmann (links) mit Manfred Weber, MdEP (CSU) und Fraktionsvorsitzender der Europäischen Volkspartei (EVP). Rechts: BVR-Präsident Uwe Fröhlich mit Karlspreisträger Martin Schulz. Unten: BVR-Präsident Uwe Fröhlich (Mitte), Euro-Gruppen-Chef Jeroen Dijsselbloem (links) und König Felipe VI. von Spanien.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

BVR-Präsident Uwe Fröhlich (Mitte) und BVR-Vorstand Gerhard Hofmann mit dem Präsidenten des Deutschen Bundestags Norbert Lammert (Bild oben, links), und dem Präsidenten der EU-Kommission Jean-Claude Juncker (Bild unten, rechts).

Das Siegerbild von Julian S. „Move", in der Altersgruppe 5 (Klassen 10–13).

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Internationaler Jugendwettbewerb „jugend creativ"

„Immer mobil, immer online"

„Immer mobil, immer online: Was bewegt dich?" lautete das Motto des 45. Internationalen Jugendwettbewerbs der Volksbanken und Raiffeisenbanken „jugend creativ". Ganz ohne Tablet oder Smartphone brachten deutschlandweit zahlreiche Schülerinnen und Schüler der Klassen 1 bis 13 ihre Ideen dazu auf Papier oder sie lieferten die Antwort per Kurzfilm.

Dass die Themen Mobilität und digitale Vernetzung die Kinder und Jugendlichen bewegen, bestätigen die Teilnehmerzahlen: So wurden bundesweit über 410.000 Bilder und 510 Kurzfilme sowie rund 176.500 Quizlösungen eingereicht – insgesamt also mehr als 587.000 Beiträge. In ihren Arbeiten setzen sich die Teilnehmerinnen und Teilnehmer vielfältig, fantasievoll und alles andere als virtuell mit den Themen auseinander. Bemerkenswert waren dabei vor allem die vielen kritischen Positionen zur fortschreitenden Digitalisierung der Gesellschaft. Einige Arbeiten wiesen einen erzählenden und berichtenden Charakter auf, andere benutzten eher Stilmittel der Collage sowie verschiedenen Grafik- und Montageformen.

Für alle Bundessieger (29 Bildkünstler und sechs Film-Teams) ging es Mitte August zu einem einwöchigen Kreativworkshop an die Ostsee. In der Internationalen Bildungsstätte Jugendhof Scheersberg konnten sie unter professioneller Anleitung malen, gestalten, filmen sowie an einem abwechslungsreichen Programm teilnehmen.

Der Bundessieger in der ältesten Wertungsgruppe landete auch international auf dem Siegertreppchen. So gewann Julian S. mit seinem Bild „Move" den zweiten Platz im grenzüberschreitenden Vergleich.

Schirmherr Willi Weitzel

Schirmherr des 45. Wettbewerbs war der Reporter, Moderator und Welterforscher Willi Weitzel. Weitzel – vielen bekannt aus der prominenten Fernsehr-Reihe „Willi will´s wissen" – übernahm für den in diesem Jahr ausrichtenden Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) auch gleich die Rolle des Moderators bei der internationalen Preisverleihung Mitte Juni in Berlin.

Weitere Unterstützer und Partner waren „Dein SPIEGEL", das Nachrichten-Magazin für Kinder, die Junge Filmszene im Bundesverband Jugend und Film e. V., die Nachwuchsschauspieler Mercedes Jadea Diaz und Justus Schlingensiepen sowie der Fernseh- und Radiomoderator Marco Schreyl.

International – seit 1970

Bereits seit 1970 richten Genossenschaftsbanken in Deutschland, Finnland, Frankreich, Italien (Südtirol), Luxemburg, Österreich und der Schweiz den Internationalen Jugendwettbewerb „jugend creativ" aus. Der Wettbewerb startet jedes Jahr Anfang Oktober mit einem anderen gesellschaftlich relevanten Thema. Mit international bis zu einer Million Wettbewerbsbeiträgen pro Jahr zählt „jugend creativ" zu den größten Jugendwettbewerben der Welt.

Jahr für Jahr beteiligen sich viele Volksbanken und Raiffeisenbanken mit enormen Einsatz, guten Ideen und jeder Menge Energie an der Durchführung des Wettbewerbs. Sie kooperieren hierbei stets mit den Schulen vor Ort. Regional führen die genossenschaftlichen Regionalverbände den Wettbewerb fort.

Durch diese Struktur ist „jugend creativ" ein Wettbewerb, der die Kreativität der jungen Teilnehmer fördert und neben der Schule einen zusätzlichen Raum für Kunsterziehung bietet. Für alle besteht die Möglichkeit, lokal, regional, deutschlandweit oder auch international die Blicke auf sich zu ziehen.

„Fantastische Helden und echte Vorbilder: Wer inspiriert dich?"

Im Oktober 2015 startet bereits der 46. Internationale Jugendwettbewerb. Das Thema: „Fantastische Helden und echte Vorbilder: Wer inspiriert dich?". Schirmherrin ist diesmal die Bundesministerin für Familie, Senioren, Frauen und Jugend Manuela Schwesig.

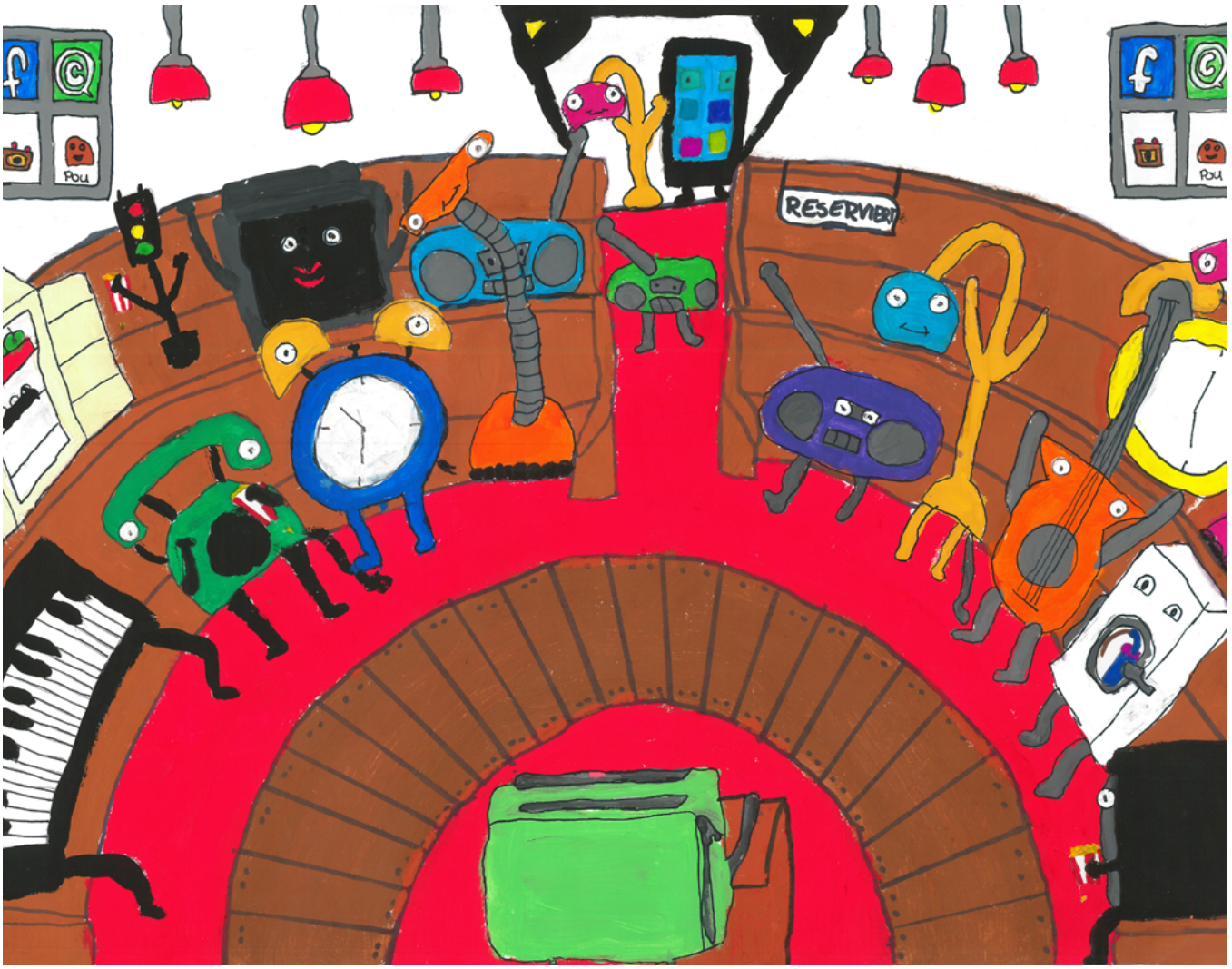
Internationaler Jugendwettbewerb jugend creativ | Volksbanken Raiffeisenbanken

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

Das Siegerbild von Claire M., „Die verrückte Weltstraße", Altersgruppe 1 (Klassen 1–2).

„Transkontinental mit einem Klick“: Siegerbild von Ella Maria G. in der Altersgruppe 4 (Klassen 7–9).

Oben: „Die große Radtour" von Tristan K., Siegerbild in der Altersgruppe 2 (Klassen 3–4).
Unten: Das Siegerbild von Angelina W., „Versammlung mal anders", Altersgruppe 3 (Klassen 5–6).



EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

„Es erfüllt uns mit großem Stolz, dass europaweit jedes Jahr bis zu eine Million Kinder und Jugendliche dem Aufruf der Genossenschaftsbanken folgen. Offensichtlich spricht der Wettbewerb immer wieder aktuelle Themen an, die den Heranwachsenden wichtig sind, und motiviert sie, sich auch kreativ damit zu beschäftigen. Ich bin beeindruckt vom außerordentlichen Talent der internationalen Preisträger."

Uwe Fröhlich,
Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR)

Oben: Die Internationale Preisverleihung des großen Kreativwettbewerbs „jugend creativ" wurde lautstark von den Preisträgern des 8. Orchesterwettbewerbs 2012 – dem Calypsonic Steel Orchestra – begleitet. Unten: Die internationalen Preisträger gemeinsam mit Gastgeber BVR-Präsident Uwe Fröhlich (links) und Schirmherr Willi Weitzel (rechts oben).

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Kreativ in der Kreativmetropole!

Rund 851.000 Bilder, Filme und Quizlösungen reichten Kinder und Jugendliche im Rahmen des 45. Jugendwettbewerbs „jugend creativ“ bei Genossenschaftsbanken in Deutschland, Finnland, Frankreich, Luxemburg, Österreich, Italien (Südtirol) und der Schweiz ein. Auf der internationalen Abschlussveranstaltung Mitte Juni 2015 in Berlin wurden die zwölf internationalen Sieger geehrt. Die Moderation übernahm dabei TV-Liebling und „jugend creativ“-Schirmherr Willi Weitzel. An die Preisverleihung schloss sich ein kreatives Wochenende in der Kreativmetropole an. Streetart, Siebdruck, schillernde Orte und kreative Milieus standen auf dem Programm. Ausrichter der jährlichen Veranstaltung war in diesem Jahr der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR).

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Internationale Stimmen zum Wettbewerb „jugend creativ"

„Gemeinsam für Europa!"

Das internationale Team von jugend creativ: Astrid Schweiggl (Italien), Melanie Schmergal (Deutschland), Romain Funk (Luxemburg), Joëlle Martin (Frankreich), Christopher Neiber (Österreich), Mirjam Keller (Schweiz), Petteri Mesikämmen (Finnland), Tran Hinder (Schweiz) (von links).

Finnland unterstützt den Internationalen Jugendwettbewerb, weil …

„… wir mit unseren knapp 200 Mitgliedsbanken regional sehr stark sind. Deshalb möchten wir auch in den Regionen mit den Schulen zusammenarbeiten. Wir sind stolz und erfreut, dass 700 Schulen mit 22.000 Schülern am Jugendwettbewerb teilnehmen. Bei 5,3 Millionen Einwohnern in ganz Finnland ist das beachtlich."

Petteri Mesikämmen,
Bankengruppe OP

Deutschland unterstützt den Internationalen Jugendwettbewerb, weil …

„… man Werte nicht nur erklären, sondern auch leben muss. Als Unternehmensbürger stehen die Genossenschaftsbanken in der Region ihren Mann – auch dort, wo sich der Staat immer mehr zurückzieht. Zum Beispiel bei der Förderung von Kreativität und künstlerischer Bildung."

Melanie Schmergal,
BVR-Pressesprecherin und Vorsitzende der internationalen Arbeitsgruppe „jugend creativ"

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Frankreich unterstützt den Internationalen Jugendwettbewerb, weil …

„… die Förderung der Kinder und Jugendlichen inzwischen eine Tradition und Selbstverständlichkeit für uns geworden ist. Nach 45 Jahren gibt es kein Warum mehr. In Frankreich setzen sich jährlich mehr als 30.000 Kinder kreativ mit den Themen des Jugendwettbewerbs auseinander – ohne zu wissen, ob sie gewinnen. Aus dieser aktiven Teilnahme am Wettbewerb ziehen sie wertvolle Erfahrungen und Lerneffekte."

Joëlle Martin,
Caisse Fédéral du Crédit Mutuel

Italien (Südtirol) unterstützt den Internationalen Jugendwettbewerb, weil …

„… uns in Südtirol die genossenschaftlichen Prinzipen und der Name Raiffeisen verbinden. Wir sind vom Konzept des Jugendwettbewerbs überzeugt und von Beginn an mit dabei. Mittlerweile ist der Jugendwettbewerb bei uns so etabliert, dass sich die Schulen selbst bei den Raiffeisenkassen informieren. Besonders stolz macht es uns, dass wir in den letzten fünf Jahren immer steigende Teilnehmerzahlen verzeichnen konnten."

Astrid Schweiggl,
Raiffeisenverband Südtirol

Luxemburg unterstützt den Internationalen Jugendwettbewerb, weil …

„… wir damit viel Erfolg haben. Es ist uns eine Ehre, beim weltweit größten Jugendwettbewerb seiner Art dabei zu sein. Wir wollen die Jugendlichen anregen, sich künstlerisch mit relevanten Themen zu befassen, und sind stolz, dass in Luxemburg rund 30.000 Teilnehmer unserem Aufruf folgen."

Romain Funk,
Banque Raiffeisen Luxembourg

Österreich unterstützt den Internationalen Jugendwettbewerb, weil …

„… es unser genossenschaftlicher Auftrag ist, Kinder und Jugendliche in ihrer kreativen Entwicklung und Entfaltung zu fördern. Der Jugendwettbewerb ist in diesem Bereich sicher unser ältester, traditionsreichster Betrag und wir sind stolz darauf, dass in Österreich jährlich rund 140.000 Kinder und Jugendliche an ‚jugend creativ' teilnehmen."

Christopher Neiber,
Raiffeisen Zentralwerbung

Die Schweiz unterstützt den Internationalen Jugendwettbewerb, weil …

„… wir den Jugendlichen den Raum bieten und eine Plattform geben möchten, um ihre Kreativität zu gesellschaftlich relevanten Themen auszudrücken. Der Wettbewerb soll ihnen Denkanstöße geben und sie in ihrer künstlerischen Entwicklung fördern. Wir möchten den Jugendlichen eine sinnvolle Freizeitbeschäftigung bieten und gleichzeitig die Schulen in ihrer Arbeit unterstützen."

Mirjam Keller,
Raiffeisen Schweiz

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Schulservice
„Jugend und Finanzen"

Mehr Wissen über Wirtschaft

Früh übt sich: Das gilt insbesondere auch für den verantwortungsvollen Umgang mit Geld. Die Volksbanken und Raiffeisenbanken setzen sich vielfältig für die Förderung der finanziellen Allgemeinbildung von Kindern und Jugendlichen ein. Erkennbar wird dieses breit angelegte gesellschaftliche Engagement auf dem zentralen Schulserviceportal „Jugend und Finanzen" (www.jugend-und-finanzen.de).

Hier werden die diversen lokalen, regionalen und bundesweiten Bildungsprojekte der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Überblick dargestellt. Überdies erfahren Besucher der Homepage Details zu Projekten und Publikationen zur finanziellen und wirtschaftlichen Allgemeinbildung. Kontakte zu Banken und zu den Projektverantwortlichen werden dort vermittelt und Unterrichtsmaterialien online bereitgestellt. Insbesondere für Lehrer und Eltern ist das Portal ein geeigneter Begleiter. Aber auch generell an Finanzbildung interessierte Bürger werden hier fündig.

Der monatlich erscheinende Newsletter „Jugend und Finanzen aktuell" berichtet über neue Projekte, neue Materialien und liefert hilfreiche Informationen zur Finanzbildung.

Unterrichtsmaterialien

Pädagogen können vom 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 darüber hinaus umfangreiche Fakten und Hintergrundinformationen zu verschiedenen Finanzthemen wie Geldanlage, Kreditvergabe oder Zahlungsverkehr auf der Internetseite.

„Genossenschaftsbanken haben ein großes Interesse an aufgeklärten Kunden, weil sie auf Augenhöhe beraten. Als dem Fördergedanken verpflichtete und in den Regionen verankerte Institute fühlen die Volksbanken und Raiffeisenbanken sich dazu berufen, in Kooperation mit Partnern wie Schulen, Gemeinden oder auch den Eltern zur finanziellen Bildung der jungen Menschen im Rahmen des freiwilligen Engagements beizutragen", so Uwe Fröhlich, Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), der Herausgeber des Portals ist.

Übersicht „Finanzbildung vor Ort"

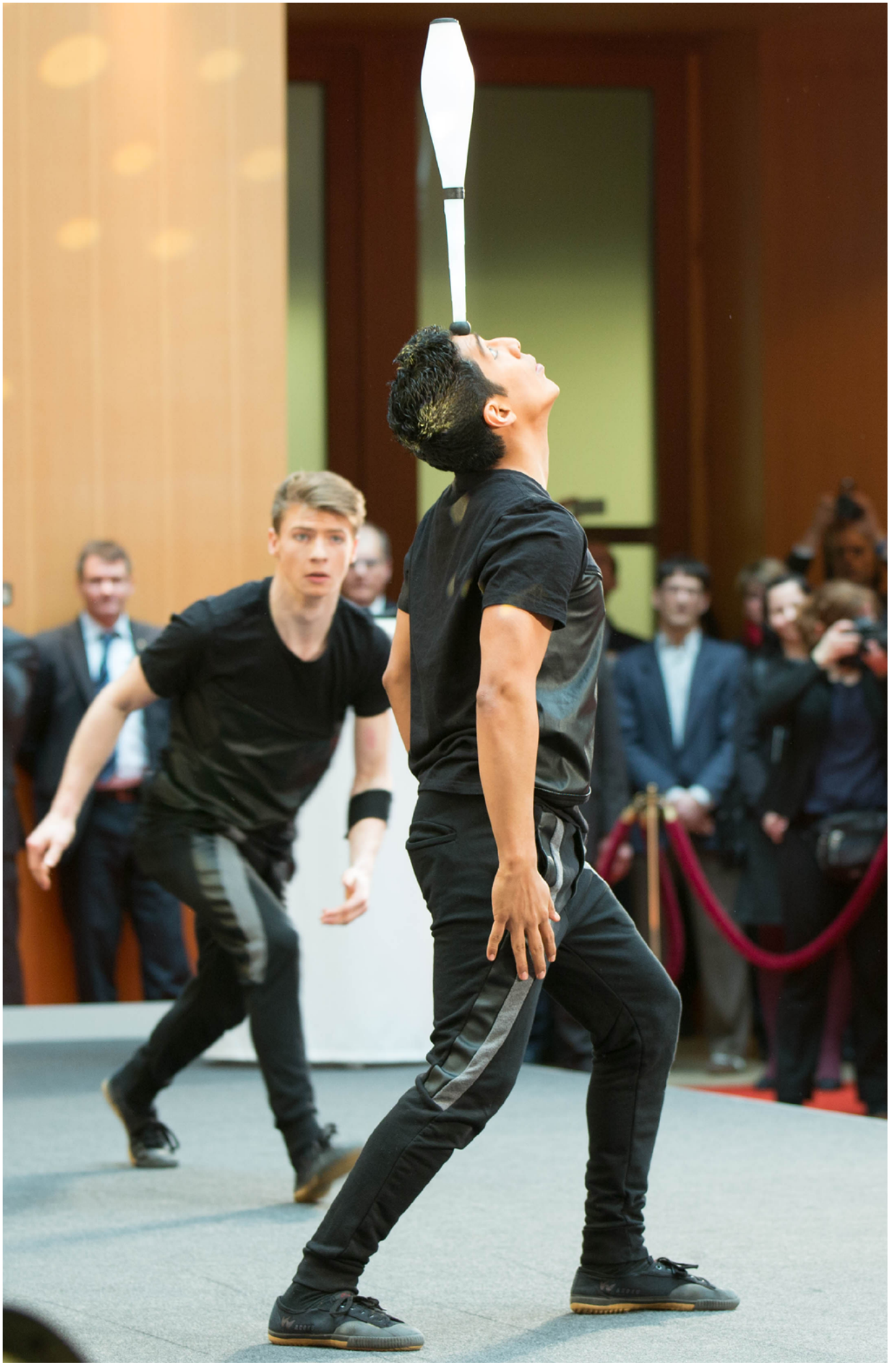
Auf einer interaktiven Deutschlandkarte ist im Bereich „Finanzbildung vor Ort" eine immer weiter wachsende Zahl an Finanzbildungsprojekten von Genossenschaftsbanken registriert. Interessierte können so recherchieren, ob es in ihrer Region Finanzbildungsprojekte von Banken gibt und wer die Ansprechpartner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

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.

Auch in den Jahren 2014 und 2015 erhielt das Schulserviceportal „Jugend und Finanzen" wie bereits in den Vorjahren 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

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106



Artistik, die begeisterte, bei der großen Gala Anfang dieses Jahres in Berlin.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

„Sterne des Sports"

Gemeinsam für den Breitensport

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 über 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 2014 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 das Regensburger „Team Bananenflanke" – begleitet von der Volksbank Regensburg – für die Etablierung einer eigenen Fußballliga für lern- und geistig behinderte Kinder und Jugendliche („Bananenflanken-Liga", kurz: BFL). 2014 wurde die erste Saison der BFL bestritten, und zwar in Kooperation mit dem Fußballdrittligisten SSV Jahn Regensburg, der die Trainer und Teampaten stellte. In Zukunft soll die BFL auf andere Städte ausgedehnt werden. Prominenter Gratulant war Bundespräsident Joachim Gauck Anfang 2015 in Berlin. Er 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 Kinder- und Jugendcircus Montelino Potsdam schaffte es – begleitet von der Berliner Volksbank – mit „Zirkus – fit für's Leben!" auf den zweiten Platz und nahm dafür ein Preisgeld von 7.500 Euro entgegen. Montelino bietet Zirkustraining für Kinder ab drei Jahren mit und ohne Handicap an. Neben der artistischen Körperbeherrschung stehen die Stärkung sozialer Kompetenzen und des Selbstbewusstseins im Mittelpunkt.

Den mit 5.000 Euro dotierten dritten Platz belegte der TuS 1953 Sörgenloch aus Rheinland-Pfalz (Mainzer Volksbank). Der Verein hat seinen jahrelang brachliegenden Fußballplatz in einen Mehrgenerationenplatz umgebaut und damit unter anderem auf den gesellschaftlichen Wandel reagiert.

Sport schafft Selbstvertrauen

„Was Menschen ehrenamtlich in den Vereinen leisten, tun sie für die Gesellschaft", betonte Bundespräsident Joachim Gauck bei der Auszeichnung. Sport erfülle hier eine sehr besondere soziale Funktion. Bevor man zum aktiven Bürger werde, müssten Kinder und Jugendliche über Eltern, Schule und Sport Selbstvertrauen aufbauen. Sport vermittelt das Gefühl: Ich bin stark. Ich kann etwas, sagte Gauck.

In diesem Jahr geht Deutschlands wichtigster Breitensportwettbewerb in die nächste Runde. So rufen der DOSB und die Volksbanken und Raiffeisenbanken in ganz Deutschland wieder alle Sportvereine dazu auf, bei den „Sternen des Sports 2015" mitzumachen. Man darf also gespannt sein, wer diesmal die Sterne funkeln lassen wird. Weitere Infos auf der Homepage zum Wettbewerb:

www.sterne-des-sports.de

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Oben: Bundespräsident Joachim Gauck und BVR-Präsident Uwe Fröhlich. Unten: High-five: BVR-Vorstand Dr. Andreas Martin begrüßt das DOSB-Maskottchen Trimmy.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Oben: Den „Großen Stern des Sports" in Gold erhielt das Regensburger „Team Bananenflanke" – begleitet von der Volksbank Regensburg – für die Etablierung einer eigenen Fußballliga für lern- und geistig behinderte Kinder und Jugendliche. Unten: Ein turbulenter Ritt während der Preisverleihung der „Großen Sterne" in Berlin.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Im Jahr zwischen den Wettbewerben organisiert der Deutsche Musikrat – unterstützt von den Volksbanken und Raiffeisenbanken – Weiterbildungen für die Leiter von Chören und Orchestern. So in diesem Jahr das 6. Internationale Vocal-Jazz-Seminar (oben) und den 6. Bigbandleiter-Workshop (unten).

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Deutscher
Chorwettbewerb
Deutscher
Orchesterwettbewerb

Klangvolle Gemeinschaften

Als Unterstützer des Deutschen Chorwettbewerbs und des Deutschen Orchesterwettbewerbs fördern die Volksbanken und Raiffeisenbanken die Kreativität und den Zusammenhalt vor Ort, sind Partner zahlreicher Chöre und Ensembles und sorgen nicht zuletzt für allerorts klangvolle Erlebnisse.

Alle zwei Jahre finden die Bundeswettbewerbe im gegenseitigen Wechsel und an immer neuen Austragungsorten statt. Rund 4.500 Sängerinnen und Sänger aus 110 Chorformationen folgten der Einladung des Deutschen Musikrats zum 9. Deutschen Chorwettbewerb im Mai 2014 in die thüringische Kulturhauptstadt Weimar.

Calypso für die Kreativen

Viele Volksbanken und Raiffeisenbanken begleiteten die Preisträger und Finalisten aus ihrer Region bis zum Bundesfinale. Nach dem Wettbewerb nutzten einige Institute die Gelegenheit, gemeinsam mit den Orchestern aus ihrer Region vor Ort aufzutreten. Und: Auch die in diesem Jahr in Berlin stattfindende internationale Preisverleihung des großen Kreativwettbewerbs „jugend creativ" (siehe Seite 88) wurde lautstark von den Preisträgern des 8. Orchesterwettbewerbs 2012 – dem Calypsonic Steel Orchestra (www.calypsonic.de) – begleitet.

Im kommenden Jahr lobt der Deutsche Musikrat den 9. Deutschen Orchesterwettbewerb aus. Dieser wendet sich an Laienorchester aus den Bereichen der sinfonischen Musik, der Zupf-, Blas-, Akkordeonmusik und des Jazz. Viele Hundert Instrumentalensembles aller Besetzungen und Stilrichtungen nutzen alle vier Jahre diese Möglichkeit zum Leistungsvergleich und Erfahrungsaustausch.

International anerkannte Fachleute machen den bundesweiten Wettbewerb zu einer wichtigen kulturellen Kommunikationsplattform. Die Förderung endet nicht mit dem Wettbewerb, sondern wird durch eine Vielzahl zusätzlicher Angebote, wie Stipendien und Fortbildungsveranstaltungen für Orchesterdirigenten, Tondokumentationen und Kompositionsaufträge, ergänzt.

Stattfinden wird das bundesweite musikalische Aufeinandertreffen vom 30. April bis 8. Mai 2016 in Ulm. Die Volksbanken und Raiffeisenbanken unterstützen diese prominente und wohlklingende Woche erneut.

In den Jahren zwischen den Bundeswettbewerben stehen für die Musikerinnen und Musiker landesweite Vergleiche an, aus denen dann die Teilnehmer an den Bundesentscheiden hervorgehen. Zudem organisiert der Deutsche Musikrat Weiterbildungen für die Leiter von Chören und Orchestern. Wie zum Beispiel in 2015 das 6. Internationale Vocal-Jazz-Seminar unter künstlerischer Leitung von Dr. Matthias Becker oder den 6. Bigbandleiter-Workshop im April 2014 mit dem renommierten Jazzposaunisten und Bigbandleiter Prof. Ansgar Striepens in Weimar.

Nachhaltige Förderung

Ausschlaggebend für das bundesweite Engagement der Volksbanken und Raiffeisenbanken für die Laienchöre und Laienorchester ist ihre regionale Verwurzelung. Sie befinden sich zumeist in direkter Nachbarschaft zu einer der deutschlandweit 1.047 Genossenschaftsbanken.

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

9. Deutscher Orchesterwettbewerb 2016 Ulm
30. April – 8. Mai

9. Deutscher Chorwettbewerb 2014 Weimar

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Aktive
Bürgerschaft

Gutes besser tun!

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

Bei der alle zwei Jahre stattfindenden Verleihung des Förderpreises „Aktive Bürgerschaft" standen im März dieses Jahres Bürgerstiftungen aus vier Städten im Mittelpunkt. Preisträger waren die Bürgerstiftung Bielefeld, die Bürgerstiftung Stuttgart, die Bürgerstiftung Salzland – Region Schönebeck und die Bürgerstiftung Halle (Saale). Neben beeindruckender Netzwerkarbeit (Bielefeld) wurden die Bürgerstiftungen für ihre intensive Unterstützung von Flüchtlingen (Stuttgart) sowie für ihre vielseitige Hilfe für Demenzkranke und ihre Angehörigen in der Region (Salzland) ausgezeichnet. Besondere Beachtung fand überdies das Engagement der Bürgerstiftung Halle (Saale), unter anderem aufgrund ihrer Fundraising-Kampagne für das Kulturpatenprojekt „Max geht in die Oper".

Genossenschaftliche FinanzGruppe: Wegbereiter und Partner der Bürgerstiftungen

Seit Mitte der 1990er Jahren haben sich die Bürgerstiftungen von einzelnen Initiativen zu einem viel beachteten Phänomen mit bundesweiter Verbreitung entwickelt. Ihr Stiftungsvermögen ist auf insgesamt 300 Millionen Euro angestiegen. An fast 400 Orten und Regionen in Deutschland helfen Bürgerstiftungen mit Rat und Tat: Mit Spenden und Erträgen aus dem Stiftungsvermögen, ehrenamtlicher Arbeit und vielen guten Ideen sowie hilfreichen Partnern kümmern sie sich in ihrer Stadt oder Region um die Förderung von Jugend und Bildung, Kultur oder Umwelt, Soziales und Gesundheit. Ohne das nachhaltige Engagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe für Bürgerstiftungen wäre die Entwicklung dieser neuen Stiftungsform in Deutschland nicht so dynamisch verlaufen.

Im Jahr 2002 hat der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) seine Mitgliedsbanken zu einem verstärkten Engagement für Bürgerstiftungen aufgerufen. Die Aktive Bürgerschaft unterstützt und begleitet seither bundesweit die Bürgerstiftungen bei Managementaufgaben, Projekten und der Gewinnung von Stiftern und Aktiven. „Gutes besser tun", lautet das Motto der Aktiven Bürgerschaft. Das bedeutet, Bürgerinnen und Bürgern zu helfen, selbst aktiv zu werden und ihre Angelegenheiten selbst zu verwalten. Hierfür steht auch die Förderung der genossenschaftlichen FinanzGruppe: Von Genossenschaftsbanken geht häufig die Gründung einer Bürgerstiftung aus oder aber sie fungieren als einer von mehreren Gründungsstiftern. Oft beteiligen sie sich auch mit Zustiftungen oder Spenden. Sie unterstützen Projekte, etwa für die Integration von Zuwanderern, die Verbesserung der Arbeitsmarktchancen von Jugendlichen, die Förderung von Lernen und Bildung und vieles andere mehr.

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

Eigenverantwortlich engagiert

Bürgerstiftungen bieten Möglichkeiten für neue Formen des Engagements. Sie übernehmen schrittweise wichtige Aufgaben, die viele Kommunen heute nicht mehr alleine leisten können. „Sie sind das beste Beispiel, wie sich Bürgerinnen und Bürger eigenverantwortlich für andere und das Gemeinwohl einsetzen", ist Dr. Peter Hanker, Sprecher des Vorstands der Volksbank Mittelhessen und Vorstandsvorsitzender der Stiftung Aktive Bürgerschaft, überzeugt. Viele Kommunen müssen aufgrund der Verschuldung der öffentlichen Haushalte sparen. Hierunter leiden zuerst die freiwilligen Aufgaben. Museen, Bibliotheken, Jugendeinrichtungen, Sportplätze, Freibäder und Freizeitangebote geraten in Bedrängnis und damit kann ein Stück Lebensqualität verloren gehen.

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Bürgerstiftungen allein können kein Ersatz sein, jedoch ihren Teil dazu beitragen und darüber hinaus andere bei ihrem Engagement unterstützen, diesem Trend entgegenzuwirken. Mehr Menschen als früher wollen sich mit Zeit oder Geld engagieren, wissen aber nicht so recht, wo sie mit ihren Interessen, Fähigkeiten oder Mitteln am besten aufgehoben sind. Gleichzeitig steigt der Bedarf an finanzieller oder ehrenamtlicher Unterstützung. Mit ihrer breiten lokalen Verankerung und den vielfältigen Stiftungszwecken sind Bürgerstiftungen meist schon der erste Ansprechpartner für Bürgerengagement in einer Kommune.

Wer sich über das Stiftungsmodell informieren möchte oder sich für eine Bürgerstiftung engagieren will – sei es per Spende, Zustiftung oder mit ehrenamtlichem Engagement, erhält alle relevanten Informationen unter:

STIFTUNG **AKTIVE BÜRGERSCHAFT**

www.aktive-buergerschaft.de/buergerstiftungen/mitstiften

Links: BVR-Präsident Uwe Fröhlich während seiner Laudatio bei der diesjährigen Preisverleihung. Rechts: Star-Tenor Paul Potts hielt bei der Preisverleihung ebenfalls eine Laudatio und gab auch seine Gesangskünste zum Besten.

Ein wahrlich großes Dankeschön erwartete die Vertreter von Bürgerstiftungen und Genossenschaftsbanken schon gleich am Eingang in das DZ BANK Gebäude am Pariser Platz in Berlin.

PARISER PLATZ 3
BMZ

9D

Ilona Burgma
Pflegedienstleitung

EDITORIAL 11
WERTSCHÖPFUNGSBILANZ 13
GEMEINSAM FÜR DIE REGION 41
BUNDESWEITE PROJEKTE 83
KARLSPREIS 84
JUGEND CREATIV 88
JUGEND UND FINANZEN 98
STERNE DES SPORTS 100
CHOR- UND ORCHESTERWETTBEWERB 104
AKTIVE BÜRGERSCHAFT 106

Bildnachweise

Seite 2–7, 44–81, 110–115: Thorsten Arendt
Seite 72 (unten links): Sebastian Sach
Seite 84–87, 100–103: Bernd Lammel
Seite 94: Adam Berry
Seite 96, 107–109: Kai Bienert
Seite 104, oben: Photoproduction Hanselmann,
unten: Jan Karow

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

BVR