

Bericht über
das gesellschaftliche
Engagement

der
Genossenschaftlichen
FinanzGruppe
Volksbanken
Raiffeisenbanken

2019

Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Überblick

Wert 2019 in Millionen Euro

	Genossenschaftsbanken*	FinanzGruppe
Verantwortung für Mitarbeiter in Form von Personalaufwendungen	8.519	10.100
Verantwortung für Bund, Länder und Gemeinden in Form von Steuerzahlungen	2.297	3.133
Verantwortung für die Mitbürger		158
Spenden		106
Sponsoring		40
Stiftungserträge		12
Stiftungsvermögen		346
Geldwerte Leistungen		9

* Vorläufig.

Bericht über das gesellschaftliche Engagement

der Genossenschaftlichen
FinanzGruppe
Volksbanken
Raiffeisenbanken

Vorwort des Vorstandes	7
#Corona-Hilfen	8
Von Mensch zu Mensch	25
Engagement 2019	32
#Nachhaltigkeit	45
Unser Engagement für morgen	53
Für die Region von morgen	57
Für das Miteinander von morgen	80

Die bundesweiten Wettbewerbe
und Initiativen der Volksbanken
und Raiffeisenbanken 111

Miteinander für das
Miteinander 112

Vorwort des Vorstandes

Auf das Miteinander kommt es an. Diese Erkenntnis, so einfach und klar, hat sich insbesondere im Zuge der Corona-Krise immer wieder aufs Neue bestätigt. Erreichbar sein, wenn Hilfe gefragt ist, zuhören und gegenseitige Rücksichtnahme waren gefragt denn je. Und sie sind es weiterhin.

Die Genossenschaftsbanken in Deutschland sind Banken für die Menschen vor Ort, für ihre Region. Die Basis bilden über 18,6 Millionen Mitglieder. Ihre Förderung und Unterstützung ist – seit der Gründung vor über 170 Jahren – das fest in der Satzung verankerte Ziel eines jeden Instituts. Dies gilt besonders in dieser außergewöhnlichen Zeit. Als es darauf ankam, standen die Genossenschaftsbanken und ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter den Firmen- und Privatkunden in den Regionen schnell und unbürokratisch zur Seite.

Und ihre Rolle ging oft noch viel weiter: Initiativ und spontan übernahmen sie vor Ort Verantwortung und setzten sich als gute Unternehmensbürger mit außergewöhnlichen Aktionen und einem gesteigerten gesellschaftlichen Engagement für Menschen und Institutionen ein, die in dieser Zeit besondere Hilfe brauchten. Einige Beispiele spontaner Corona-Hilfen finden Sie in dem hier vorliegenden Bericht. Auch diese Beispiele zeigen: Gesellschaftliches Engagement ist ein Kernelement einer jeden Genossenschaftsbank. Es wird voller Überzeugung vor Ort gelebt. Der Umfang, in dem dies im Jahr 2019 – also im Jahr vor der Corona-Pandemie – praktiziert wurde, ist beeindruckend.

158 Millionen Euro ließen die Genossenschaftsbanken im Jahr 2019 demnach den Menschen in Deutschland an finanziellen Zuwendungen (Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge) zukommen. Ihr gesellschaftliches Engagement erreichte damit einen neuen Höchstwert. Zugleich weiteten die Kreditgenossenschaften 2019 ihr Engagement in Stiftungen weiter aus. Ende des letzten Jahres belief es sich auf 346 Millionen Euro. Die drei zentralen Motive der Banken für ihr vielfältiges Engagement sind dabei Regionalität, Kundennähe und Nachhaltigkeit. Über die Hälfte der Institute nannte zudem auch Solidarität als ein zentrales Motiv.

Alle wichtigen Zahlen rund um das Engagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Jahr 2019 finden Sie in diesem Bericht. Überdies erfahren Sie exemplarisch in Reportagen und Interviews, wie das Miteinander gelebt wird und wie es den insgesamt 841 Ortsbanken gelingt, große gesellschaftliche Themen im Kleinen zu lösen. Eindrücke, Einblicke und Details finden Sie künftig auch online unter www.vielefuerviele.de. Dort werden unterjährig Ideen, Initiativen und Neuigkeiten zum gesellschaftlichen Engagement der Genossenschaftsbanken in Filmen, Bildern und Berichten präsentiert.

Wir wünschen viel Freude bei der Lektüre.

Marija Kolak
Gerhard Hofmann
Dr. Andreas Martin

Zuversicht und Zusammenhalt: Wie die Volksbanken und Raiffeisenbanken Unternehmen, Vereinen und den Menschen in der Krise spontan und verlässlich zur Seite standen. Einblicke.

Die Corona-Krise hat seit Mitte März unser Land in einen Stillstand und einen gesellschaftlichen Ausnahmezustand versetzt. Lockdown. Shutdown. Ganz plötzlich und unerwartet befanden wir uns alle in einer in weiten Teilen pausierenden Gesellschaft. Mit allen erdenklichen Konsequenzen, finanziellen Nöten, Sorgen. Aber auch mit einem neuen Gefühl von Zusammenhalt. Diese Situation betraf nicht wenige, sondern alle. Ohne Ausnahme. Nun ging es darum, die Krise gemeinsam zu meistern, zu überstehen und aus dem Zusammenwirken Zuversicht zu schöpfen.

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken mit ihren rund 140.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern standen den Unternehmen und Menschen vor Ort von Anfang an mit vereinten Kräften zur Seite und unterstützten sie mit Hochdruck bei der Vergabe und Gewährung von Krediten beziehungsweise bei der gemeinsamen Überbrückung von Liquiditätsengpässen. Sie waren hier eine verlässliche Instanz, auf die man trotz Abstand, trotz eigener unternehmerischer Betroffenheit und trotz zahlreicher personeller Einschränkungen ständig und dauerhaft zählen konnte.

Dabei ging und geht ihr Einsatz weit über die finanzielle Unterstützung hinaus. Als Experten ihrer Region und aufgrund ihres genossenschaftlichen Selbstverständnisses starteten zahlreiche Volksbanken und Raiffeisenbanken Hilfs-

aktionen, Projekte oder Crowdfunding-Initiativen, um Menschen, Unternehmen und Vereine über die Kreditvergabe hinaus direkt und mit voller Kraft zu unterstützen.

Hier zeigte sich sehr deutlich, welche besondere Rolle die Genossenschaftsbanken als gute Unternehmensbürger für ihre Region, für die Menschen vor Ort spielen. Sie machten weniger die eigene Betroffenheit zum Thema, sondern setzten sich direkt, unbürokratisch und voller Überzeugung für Betroffene ein.

An dieser Stelle möchten wir einige der spontanen Corona-Hilfen ausgewählter Genossenschaftsbanken vorstellen. Natürlich können dies immer nur Ausschnitte sein. Sie stehen repräsentativ für das Engagement der insgesamt 841 Genossenschaftsbanken in Deutschland

und zeigen, wie vielfältig die Genossenschaftsbanken sind und wie vielfältig sie sich positiv für die Gesellschaft einsetzen.

Morgen kann kommen.
Wir machen den Weg frei.

Ackernde Azubis

Volksbank Bühl eG: Spontaner Einsatz als Erntehelfer

Wer schon einmal Erdbeeren gepflückt hat, weiß, dass das nicht so einfach ist. Entweder kniet man oder hockt sich und nach einiger Zeit wird es ganz schön anstrengend. Umso mehr sind die zwölf Auszubildenden der Volksbank Bühl zu bewundern, die im Mai für jeweils eine Woche ihre Anzüge und Kostüme gegen wetterfeste Kleidung und Gummistiefel tauschten.

Der Grund für diesen unüblichen Arbeitseinsatz? Wie in ganz Deutschland fehlten auch auf dem Hof der Familie Dodzuweit in Kehl die Erntehelfer, die in den vergangenen Jahren den beschwerlichen Job übernommen hatten. Sie durften wegen der Pandemie nicht einreisen. Die Auszubildenden sprangen ein, waren bei jedem Wetter im Einsatz, übten, wie Erdbeeren möglichst schnell, effizient, aber auch vorsichtig geerntet werden, und brachten schließlich viele Steigen der süßen Früchte ein.

Der Lohn dafür war ein ganz besonderer. Neben dem guten Ge-

fühl, die heimische Wirtschaft unterstützt zu haben, wussten die Azubis auch, dass die Kehler Tafel profitierte, die bedürftigen Menschen mit Lebensmitteln hilft. Die Landwirtsfamilie hatte 1.000 Euro an die ehrenamtlich geführte Organisation gespendet, die die Volksbank Bühl noch einmal um 2.500 Euro aufstockte.

Umdenken und umlenken

Münchner Bank eG: Schnelle Hilfe für die Nachbarschaft und für die Kunst

Die Nachbarschaftshilfe Unterföhring engagiert sich vor allem für ältere und hilfsbedürftige Menschen, die in der Gemeinde im Nordosten von München leben. Dafür ist der Verein auf Spenden angewiesen. In der Corona-Krise stieg der Hilfsbedarf hier sehr an, etwa bei Arzt- und Krankenfahrten oder auch beim „Unterföhringer Tisch“, der Bedürftige mit Essen versorgt. Vor allem die Menschen, die sogenannten Risikogruppen angehören, sollten weiterhin die Angebote der Nachbarschaftshilfe wahrnehmen können, ohne sich in die Öffentlichkeit begeben zu müssen. Deswegen machten sich die engagierten

Unterföhringer auf die Suche nach einem weiteren gebrauchten Fahrzeug, das ihnen bei der Arbeit helfen konnte. Unterstützt hat sie dabei die Crowdfunding-Plattform der Münchner Bank eG. Das Projekt „Vier Räder für hilfebedürftige Unterföhringer“ wurde dort vorgestellt und beworben. Die Nachbarschaftshilfe Unterföhring konnte so fast 10.000 Euro an Spenden sammeln und damit das Auto finanzieren.

Auch das kulturelle Engagement lief trotz Corona weiter. Spontan machte die Münchner Bank die Ausstellung „Münchner Meisterklasse“ auf ihrer Homepage als virtuellen Rundgang verfügbar. Eigentlich war sie nur im Kunstforum der Bank im Stammhaus am Frauenplatz zu sehen. Die jungen Künstler der Akademie der Bildenden Künste München konnten sich so präsentieren und mit Kunstliebhabern vernetzen. Auch konnten so Bilder und Skulpturen verkauft werden, deren Erlös zu 100 Prozent an die Absolventen der Kunstakademie ging.

Nicht zuletzt machte die Bank auch geschäftlich vieles möglich und hat gezeigt, was eine Genossenschaftsbank in der Krise alles schafft: Die Filialen der Münchner Bank eG waren die ganze Zeit über geöffnet, um den Mitgliedern neben dem verstärkten telefonischen Kundenservice auch weiterhin persönlich mit Rat und Tat zur Seite zu stehen.

Die durchschnittliche Bearbeitung eines Corona-Kredits etwa für Unternehmen aus der Gastronomie, Reisebranche, Veranstaltungsbranche, dem Einzelhandel oder dem Handwerk lag bei zwei bis drei Tagen.

„Alle zesamme“ für die Firmen

Volksbank Köln Bonn: Spendenportal spontan erweitert

„All zesamme“ heißt die Crowdfunding-Plattform der Volksbank Köln Bonn, die seit sechs Jahren erfolgreich Projekte finanziert. 70 waren es bisher. Die Grundvoraussetzung war bisher immer, dass gemeinnützige Vereine um Unterstützung baten. In der Corona-Krise hat die Bank das Modell spontan erweitert.

Seit Anfang April ist es auch für Unternehmen, die wegen der Ausgangsbeschränkungen während der Pandemie ins Straucheln geraten waren, möglich, um Spenden zu bitten. So wurde zum Beispiel für das Familienunternehmen „Zirkusfabrik“ gesammelt, das sich normalerweise durch ein Eltern-Kind-Café, tägliche Kurse oder Kindergeburtstage und Workshops an den Wochenenden finanziert. Es bietet Zirkusprojekte in Schulen

und Kitas, aber auch integrative Projekte für Menschen mit Behinderungen oder Kinder aus geflüchteten Familien an. Unterstützt wurde ebenso der Verein „Abenteuer-Pur“, der abenteuer- und erlebnispädagogische Maßnahmen anbietet – und nicht zuletzt wurde auch erfolgreich um Spenden für die verpachtete Kantine am Standort Hohenzollernring der Bank geworben, die ebenfalls ihre Türen schließen musste und so diese Zeit überbrücken konnte.

Soforthilfe für Vereine

Volksbank Trier eG:

82.700 Euro zur Linderung coronabedingter Verluste

Vereine haben eine wichtige Aufgabe: Neben ihren Angeboten leisten sie auch gesellschaftliche und gemeinnützige Arbeit, sorgen für den Zusammenhalt, bieten Spaß, aber auch soziale Erfahrungen. In der Corona-Krise hatten viele von ihnen große Einbußen. Veranstaltungen, mit denen sie ihr Programm finanzieren, fielen aus, manchmal konnten auch Mitglieder ihre Beiträge nicht mehr zahlen.

Die Volksbank Trier hat deswegen im April die Corona-Soforthilfe für Vereine gegründet, bei der die Or-

ganisationen ihre coronabedingten Verluste melden konnten. Mehr als 50 Vereine wendeten sich innerhalb weniger Tage an die Bank, insgesamt profitierten 110 Vereine aus der Region von dem Programm. Die Bank zahlte an sie eine Gesamtsumme von 82.700 Euro aus.

Ein weiteres Projekt der Volksbank Trier richtete sich an die Kinder, die wegen der Schließung der Kindergärten und Schulen lange zu Hause bleiben mussten. Um ein wenig Abwechslung in den für sie und natürlich auch die Eltern anstrengenden Alltag zu bringen, startete die Bank eine Serie, in der Bastelideen für diese Zeit veröffentlicht wurden. So entstanden unendliche Kalender, selbst gemachter Sand sowie Muttertags- und Ostergeschenke.

Hilfe leisten? Hier bestellen!

Volksbank Ludwigsburg,
VR-Bank Neckar-Enz, VR-Bank
Asperg-Markgröningen, Volksbank
Remseck: Portal für Liefer- und
Abholservices

Hof- und Unverpackt-Läden, Bäckereien und Fleischereien, Kosmetikstudios und Brauereien, Modegeschäfte und Optiker: Im Landkreis Ludwigsburg hat ein regionales Branchenportal in der

Corona-Krise alle interessierten Unternehmen aufgenommen, die Online-Shops oder Liefer- beziehungsweise Abholservices anbieten. Unter der Adresse wir-bestellen-hier.de können die rund 500.000 Einwohner ihre Produkte bestellen und so dabei helfen, den Handel und die Gastronomie zu unterstützen, die durch die Ausgangsbeschränkungen besonders gefährdet waren.

Das Portal ist ein Gemeinschaftsprojekt der Volksbank Ludwigsburg, der VR-Bank Neckar-Enz, der VR-Bank Asperg-Markgröningen, der Volksbank Remseck und der Kreissparkasse Ludwigsburg. Die Nutzung des Services ist für die Anbieter und Kunden kostenfrei. Insgesamt haben sich bisher rund 430 Unternehmen registriert. Während im April die Läden geschlossen waren, nutzten täglich mehr als 1.000 Menschen die Seite – heute besuchen immer noch 200 bis 300 Interessierte regelmäßig das Portal.

DANKE! ... sagen

VR-Bank Rhein-Sieg: Gutscheine für 850 Ärzte und Pflegekräfte
Ärzte, Pflegekräfte und Therapeuten in den Krankenhäusern sind in der Corona-Krise besonders gefragt.

Anfangs mussten sie den Virus und seine Folgen kennenlernen, dann die Stationen umbauen und erste Patienten behandeln – immer mit der Gewissheit, es mit einer besonders ansteckenden Krankheit zu tun zu haben. Das Gesundheitssystem und die Menschen, die darin arbeiten, waren – und sind es auch immer noch – außerordentlich gefordert.

Die VR-Bank Rhein-Sieg kam deshalb auf die Idee, die Crowdfunding-Plattform „Viele schaffen mehr“ zu nutzen, um sich bei den engagierten Kräften zu bedanken. Dort, wo schon mehr als 100 Projekte von regionalen Vereinen und gemeinnützigen Institutionen erfolgreich finanziert und umgesetzt werden konnten, rief die Bank dazu auf, das Projekt „Ihr leistet Großartiges – Danke“ zu unterstützen. Die Idee: Die 850 Beschäftigten in der Kinderklinik Sankt Augustin und den GFO Kliniken Troisdorf sollten jeweils Gastronomiegutscheine im Wert von 40 Euro bekommen, insgesamt mussten also 34.000 Euro gesammelt werden.

Von Mitte April bis Ende Juni wurde fleißig gespendet, von Mitarbeitern wie Kunden. Die Bank gab zu jeder Spende ab 10 Euro weitere 10 Euro dazu. Schließlich stockte sie die erzielte Summe auf die benötigten 34.000 Euro auf.

Gute Gutscheine

VR Bank HessenLand eG:
#füreinander

Zur Unterstützung der durch Covid-19 oft immens beeinträchtigten Geschäftsleute in den Regionen Vogelsberg, Marburg-Biedenkopf und Schwalm-Eder startete die VR Bank HessenLand eG das Programm #füreinander.

Auf einer eigens entwickelten Homepage konnten Bürgerinnen und Bürger Gutscheine für den Handel kaufen und bekamen dafür einen zehnprozentigen Bonus von der Bank und 5 Prozent vom jeweiligen Geschäft. Aus 100 Euro Guthaben wurden so 115 Euro. Das spülte Geld in die Kassen und die Geschäfte konnten weiter ihre laufenden Ausgaben bestreiten.

Innerhalb von vier Tagen entwickelte die Bank das Projekt. Rund 80 Firmen beteiligten sich daran. Eingebunden waren auch die VR-Innovationswerkstatt der Bank und der Betriebsrat. Insgesamt stellte die Bank ein Budget in Höhe von 100.000 Euro zur Verfügung. Die Hälfte davon kam von den 210 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Sie unterstützten ihren Arbeitgeber,

indem sie freiwillig auf zwei Tage ihres Jahresurlaubs verzichteten.

Mittlerweile (Stand 30. Juli 2020) wurden rund 15.000 Euro aus dem Fördertopf der Bank abgerufen. Die beteiligten Händler gaben dementsprechend 7.500 Euro. Insgesamt wurden so rund 700 Gutscheine mit einem Gegenwert von etwa 160.000 Euro verkauft. Im Herbst sind nun weitere Aktionen geplant, die die Verkäufe der Geschäfte weiter ankurbeln sollen.

Gemeinsam für Vereine

Volksbank Bigge-Lenne: Fördertöpfe auf die Schnelle erhöht

Die Ausgangsbeschränkungen in Folge von Corona haben in ganz Deutschland neben vielen anderen Effekten auch das Vereinsleben empfindlich gestört. Ohne Veranstaltungen fallen bei vielen der meist ehrenamtlich geführten Organisationen große Teile der Einnahmen weg, die Mitgliedsbeiträge reichen nicht mehr aus, um den Betrieb am Laufen zu halten.

Die Volksbank Bigge-Lenne hat darauf reagiert, indem sie den Fördertopf für ihre Crowdfunding-Plattform um 50.000 Euro erhöhte. Auf der Internetseite „Viele

schaffen mehr“ können nun noch mehr Vereine ihre Lage oder ganz konkrete Projekte beschreiben und direkt über die Plattform Spenden sammeln. Die Volksbank gibt jeweils einmalig 10 Euro dazu, wenn ein Unterstützer mindestens 10 Euro für ein Projekt spendet. Jedes Vereinsprojekt, das auf der Seite erscheint, erhält ohnehin eine Startfinanzierung von 250 Euro.

Die Organisationen können das Geld vielfältig einsetzen: für laufende Betriebs- und Verwaltungskosten wie Mieten, Kredite, Leasingraten oder Gehälter – aber auch für Anschaffungen. So konnte der Musikverein Medelon zum Beispiel Gas für die Heizung tanken, der Schützenverein Saalhausen 1.609 Corona-Masken anfertigen lassen oder der Sportverein Brachthausen-Wirme seine laufenden Kosten decken. Aber auch andere Projekte wurden gefördert, wie das des Lächelwerks, das Familien schwerkranker Kinder unterstützt und in den Corona-Zeiten ebenfalls auf weitere Spenden angewiesen ist. Für den neunjährigen Emil konnte zum Beispiel mithilfe der Plattform ein Badewannen-Lifter angeschafft werden, der das Leben der Familie ein wenig leichter machen wird.



158

Millionen Euro ließen die Genossenschaftsbanken in Deutschland im Jahr 2019 den Menschen vor Ort an freiwilligen finanziellen Zuwendungen zufließen. Damit steigerten sie ihr Engagement im Vergleich zu den Vorjahren um knapp 10 Prozent. Erneut korrespondiert der Umfang des gesellschaftlichen Engagements eng mit dem Erfolg im abgelaufenen Geschäftsjahr. Dieser ist für die Genossenschaftsbanken kein Selbstzweck, sondern auch ein Anlass, mehr für die Gesellschaft zu tun.





346

Millionen Euro betrug deutschlandweit das Stiftungsengagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2019. Mit einem Wachstum von rund 10 Prozent wurde hier ein neuer Höchstwert erreicht. Innerhalb von zehn Jahren hat sich das Volumen mehr als verdoppelt: 2010 betrug es noch 140 Millionen Euro. Die Genossenschaftsbanken setzen damit weiterhin auf eine besonders nachhaltige und dauerhafte Form der Förderung von regionalen Anliegen. Sie schaffen damit Strukturen, die langfristig wirken und die Region auf Dauer bereichern.



Engagement der Genossen- schaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken 2019



Von Mensch zu Mensch

Engagement 2019 der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken

Füreinander eintreten, gemeinsam Probleme lösen, Zusammenhalt stiften: Das gesellschaftliche Engagement hat insbesondere während der Corona-Zeit an Bedeutung gewonnen. In Zeiten von Lockdown, Abstandsregeln und vielen individuellen Sorgen und Ängsten zeigte sich schnell, dass die Gemeinschaft und der Zusammenhalt sehr wichtige Stützen sind – auch wenn ein direktes Miteinander bei den vielen Beschränkungen rein physisch für lange Zeit nicht möglich war.

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken waren sich ihrer Verantwortung als gute Unternehmensbürger von Anfang an bewusst. Gerade jetzt zeigten sie, dass man auf sie zählen konnte. In jeglicher Hinsicht. Zum einen ging es darum, möglichst alltägliche Geschäftsbedingungen für die Kunden zu gewährleisten, obwohl die Zeit alles andere als alltäglich ist. Zum anderen kam es für sie darauf an, direkt und möglichst unbürokratisch dort zu helfen, wo schnelle Hilfe benötigt wurde. Dies betrifft die direkte Vergabe von Krediten und Liquiditätshilfen.

Es betrifft aber insbesondere auch das unmittelbare gesellschaftliche Engagement, wie die Praxisbeispiele ab Seite 53 exemplarisch zeigen.

Gesellschaftliches Engagement und das Einstehen für die Belange der Menschen vor Ort gehört seit je zum Selbstverständnis der 841 Institute. Als Banken der Region und als Institute von den Menschen für die Menschen liegt ihnen das Wohl ihres jeweiligen Geschäftsgebiets ganz gewiss mehr am Herzen als etwa Direktbanken ohne jegliche regionale Anbindung. Sie sind ein Teil der Region, Motoren der Wirtschaftskreisläufe und kennen sich vor Ort bestens aus.

Das zeigen auch die Engagementzahlen des Jahres 2019, die der BVR in seiner jährlichen Umfrage unter allen Mitgliedsinstituten ermittelt hat. So steigerten die Institute ihr Engagement bei Spenden und Sponsoring wie auch im Stiftungsbereich um jeweils knapp 10 Prozent. Und dies zu einer Zeit als Corona höchstens in der Theorie ein Thema war. Während der Pandemie wuchs das Bewusstsein für gesellschaftliche Belange weiter. Das Miteinander wurde wichtiger und wichtiger. Zwar startete die Umfrage bereits Mitte Februar. Sie lief aber coronabedingt bis Ende April, also während der Hochphase der Coronaeinschränkungen. Insbesondere dann kristallisierte sich Solidarität viel stärker als in den Umfragen der Vorjahre als ein zentraler Wert für das gesellschaftliche Engagement der Genossenschaftsbanken heraus.

158 Millionen Euro: Rund 10 Prozent mehr an Spenden und Sponsoring 2019

Mit 158 Millionen Euro unterstützte die Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2019 gemeinnützige Organisationen, Projekte und Initiativen finanziell (siehe Grafik auf Seite 34). Das sind rund 10 Prozent mehr als im Vorjahr an freiwilligen Unterstützungsleistungen. 106 Millionen Euro wurden gespendet. Rund 40 Millionen Euro kamen Sponsoring-Aktivitäten zugute. 12 Millionen Euro flossen aus Stiftungserträgen an die Menschen der Region.

72,36 Millionen Euro der gesamten Summe stammen dabei aus dem genossenschaftlichen Gewinnsparen. Das zeigt, welchen Stellenwert und große Beliebtheit diese Kombination aus Sparen, Gewinnchance und gesellschaftlichem Engagement weiterhin hat. Zusätzlich zu den finanziellen Zuwendungen förderten die Institute das Gemeinwohl vor Ort mit geldwerten Unterstützungen in Höhe von rund 9 Millionen Euro (siehe Grafik auf Seite 35). 7 Millionen Euro davon umfassen kostenlose Finanz- und Servicedienstleistungen, 2 Millionen Euro Sachspenden.

Finanzielle Zuwendungen im Zeitvergleich (in Millionen Euro)

2019: 158
2018: 146
2017: 145
2015: 136
2013: 135
2011: 120
2009: 121

Geldwerte Zuwendungen im Zeitvergleich (in Millionen Euro)

2019: 9
2018: 11
2017: 10
2015: 8
2013: 10
2011: 5
2009: 12

346 Millionen Euro: Stiftungsvermögen wächst weiter kräftig

Das Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe im Stiftungsbereich belief sich zum Ende des Jahres 2019 auf einen Gesamtumfang von rund 346 Millionen Euro. Damit wuchs auch das Stiftungsvolumen gegenüber dem Vorjahr um knapp 10 Prozent. Darin enthalten sind auch 39 Millionen Euro, mit denen die Genossenschaftsbanken den Auf- und Ausbau von Bürgerstiftungen und anderen Gemeinschaftsstiftungen unterstützt haben (siehe Abbildung auf Seite 37). Fast jede dritte Bank engagiert sich im Stiftungsbereich und setzt damit auf eine besonders nachhaltige und dauerhafte Form der Förderung von regionalen Anliegen.

Das Engagement in und für Stiftungen schafft verlässliche Strukturen vor Ort und generiert dauerhaft Erträge, die verlässlich den Regionen zugutekommen. In den vergangenen zehn Jahren ist das Stiftungsengagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe um das 2,5-Fache gewachsen. Betrug es 2010 noch 140 Millionen Euro, liegt es nun bereits sehr nah an der 350-Millionen-Euro-Marke.

Stiftungsengagement im
Zeitvergleich
(in Millionen Euro)

2019: 346
2018: 318
2017: 301
2015: 280
2013: 209
2011: 183
2009: 125

Engagement der Mitarbeiter: Fast jede(r) Dritte ist ehrenamtlich im Einsatz

Mit 31 Prozent der Bankangehörigen sind knapp ein Drittel der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Genossenschaftsbanken, Verbänden und Unternehmen der genossenschaftlichen FinanzGruppe in ihrer Freizeit ehrenamtlich aktiv. Das heißt: Nahezu jede(r) Dritte engagiert sich nach der Arbeit in Vereinen, Initiativen oder Hilfsorganisationen. Dieser Wert drückt in besonderem Maße die enge Bindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einer jeden Genossenschaftsbank zu ihrer jeweiligen Region aus. Viele identifizieren sich mit den Menschen vor Ort und setzen sich für ihre Anliegen auch über das Bankgeschäft hinaus ein.

Corporate Volunteering: Jede zweite Bank ist aktiv

Nahezu jede zweite Genossenschaftsbank (49 Prozent) fördert das gesellschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der Arbeitszeit, indem sie Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführt. Dabei stellen die Institute ihr Personal zum Beispiel für einen Tag frei, um sich kollektiv 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. Dies stiftet Nutzen für die Region und gibt zugleich gute Impulse für die Unternehmenskultur.

Im Fokus: Kinder und Jugendliche, Vereine, Familien

Die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen sowie die Förderung der örtlichen Vereine sind die großen und dauerhaften Schwerpunkte des gesellschaftlichen Engagements der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken und Raiffeisenbanken. Mehr als 9 von 10 Genossenschaftsbanken sind primär für den Nachwuchs (97 Prozent) und für die Vereine vor Ort (96 Prozent) aktiv. Weitere wichtige Zielgruppen sind ältere Menschen (85 Prozent) und Familien (62 Prozent, siehe Grafik auf Seite 38).

Warum? Regionalität, Kundennähe, Nachhaltigkeit, Solidarität

Die Werte und Gründe für das gesellschaftliche Engagement der Genossenschaftsbanken bleiben dabei nahezu unverändert. Regionalität steht ganz weit oben, gefolgt von Kundennähe und Nachhaltigkeit. Die Werte passen optimal zum Selbstverständnis der Genossenschaftsbanken. Zudem drücken sie aus, welche zentrale Rolle die Kreditgenossenschaften in der Region und für ihre Mitglieder und Kunden spielen.

Warum sich Volksbanken
und Raiffeisenbanken
engagieren
(in Prozent)

Regionalität: 96
Kundennähe: 77
Nachhaltigkeit: 68
Solidarität: 55
Mitgliedschaft: 40
Selbsthilfe: 39

Studiendesign

Die Stiftung Aktive Bürgerschaft befragte im Jahr 2020 alle BVR-Mitgliedsbanken, Unternehmen und Verbände der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Auftrag des Bundesverbandes Deutscher Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) zu ihrem gesellschaftlichen Engagement. Die Rücklaufquote betrug 29 Prozent. Die Umfrage wird seit 2005 jährlich durchgeführt.

Die Stiftung Aktive Bürgerschaft ist das Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. www.aktive-buergerschaft.de.

158

2019

146

2018

145

2017

144

2016

136

2015

Finanzielle Zuwendungen
(Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge)

9

2019

11

2018

10

2017

8

2016

8

2015

Geldwerte Zuwendungen

Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe

in Millionen Euro

346

2019

318

2018

301

2017

289

2016

280

2015

Stiftungsengagement

Spenden und Sponsoring 2019: 158 Millionen Euro

in Millionen Euro

106

2019

40

2019

12

2019

98

2018

37

2018

11

2018

106

2017

30

2017

9

2017

102

2016

34

2016

8

2016

95

2015

32

2015

9

2015

Spenden

Sponsoring

Stiftungserträge

Geldwerte Leistungen 2019: 9 Millionen Euro

in Millionen Euro

7

2019

9

2018

7

2017

6

2016

5

2015

Kostenlose Finanz- und
Servicedienstleistungen, Bereitstellung
von Unternehmenslogistik

2

2019

2

2018

3

2017

2

2016

3

2015

Sachspenden

307

2019

283

2018

269

2017

260

2016

251

2015

Stiftungsvermögen
der Bankstiftungen

Stiftungsengagement 2019: 346 Millionen Euro

in Millionen Euro

39

2019

35

2018

32

2017

29

2016

29

2015

Zustiftungen zum Vermögen
von Bürgerstiftungen und
anderen Gemeinschaftsstiftungen

Zielgruppen

97

Kinder,
Jugendliche

85

Ältere Menschen,
Senioren

62

Familien,
Lebensgemeinschaften

Schwerpunkte des Engagements 2019

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

Empfänger

96

Örtliche Vereine,
Initiativen

95

Öffentliche Einrichtungen
(zum Beispiel Schulen)

88

Kirchengemeinden
oder andere religiöse
Gemeinschaften

Banken, die Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen

in Prozent

49

2019

55

2018

45

2017

49

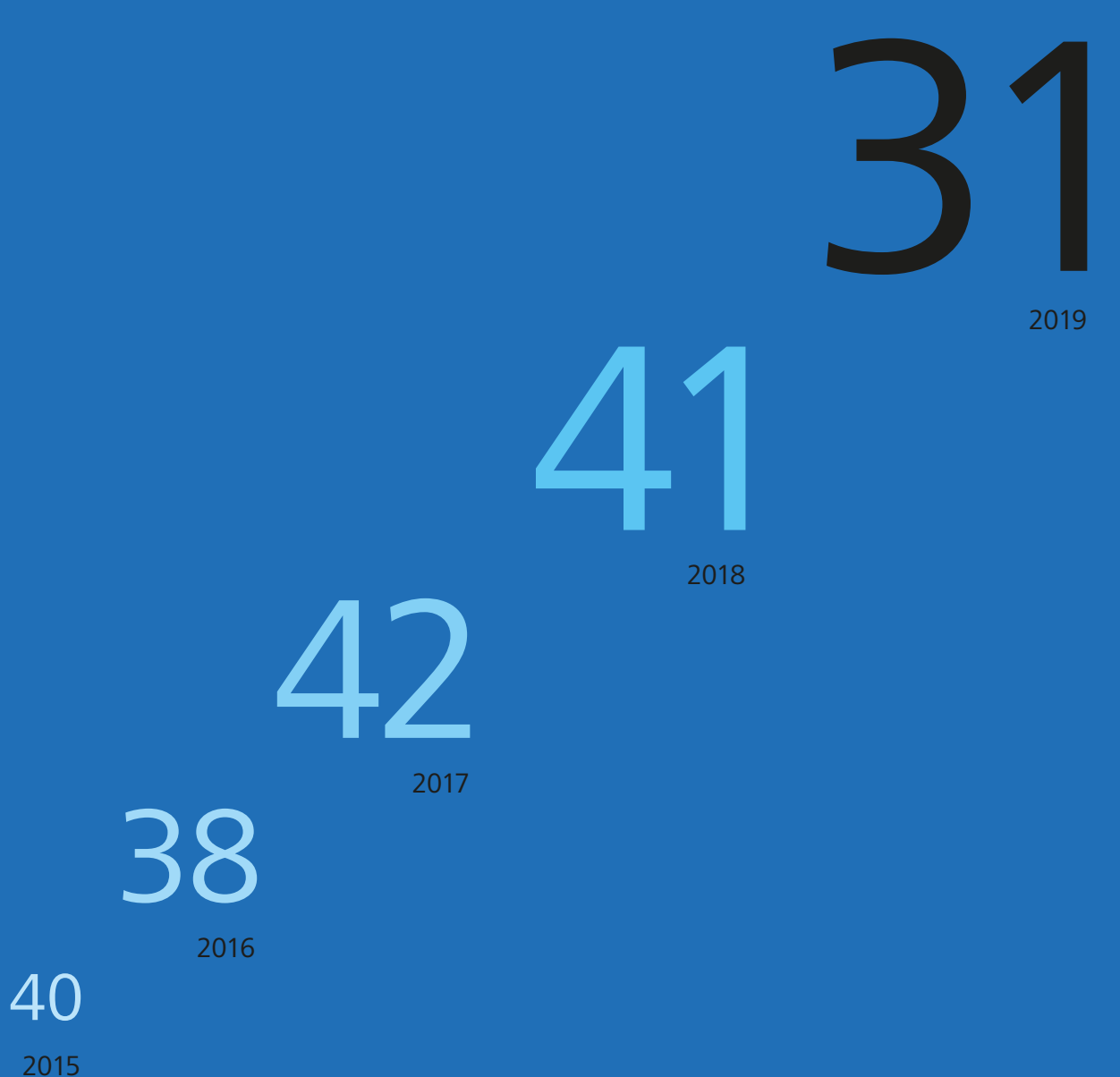
2016

48

2015

Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich in der Freizeit bürgerschaftlich engagieren

in Prozent



96

77

Regionalität

Kundennähe

Werte des Engagements 2019

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

68

Nachhaltigkeit

55

Solidarität

Mit vereinten Kräften und aus voller
Überzeugung für morgen

Das Thema Nachhaltigkeit spielt in Unternehmen eine immer wichtigere Rolle. Insbesondere die Finanzdienstleistungsbranche nimmt bei der Berücksichtigung nachhaltiger Faktoren als Intermediär eine wichtige Mittler- und Gestaltungsrolle ein. Die Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken fördert eine nachhaltige Entwicklung. Dies gilt sowohl in ökonomischer, sozialer als auch ökologischer Hinsicht.

Regionale Verantwortung

Mit ihrem Förderauftrag richten Genossenschaftsbanken ihren Unternehmenszweck autark und basisdemokratisch auf den langfristigen Erfolg ihrer Mitglieder und Kunden aus. Eine verantwortungsvolle Geschäftspolitik mit einer stark ausgeprägten Gemeinwohlorientierung ist somit integraler Bestandteil ihrer Unternehmensstrategie.

Sie handeln und wirtschaften nach der Prämisse der Gegenseitigkeit: Jede Genossenschaftsbank gehört ihren Mitgliedern, die von der Stärke und Solidarität einer leistungsfähigen Gemeinschaft profitieren. Seit je wirtschaften sie nach dem Prinzip der Nachhaltigkeit. Sie geben ihre wirtschaftlichen Erfolge an die Region weiter, in der sie tätig sind. Sie gestalten die wirtschaftliche, gesellschaftliche und kulturelle Entwicklung vor Ort aktiv mit. Sie bauen ihre genossenschaftliche Netzwerkstruktur durch Spenden, Sponsorings und das persönliche ehrenamtliche Engagement ihrer Mitarbeiter wirksam aus.

Die genossenschaftlichen Stärken der Kundennähe und Regionalität

sind in den heute herausfordernden Zeiten gefragt denn je.

Nachhaltigkeitsfaktoren und -produkte

Derzeit integrieren die Genossenschaftsbanken immer stärker Nachhaltigkeitsfaktoren in ihre Managementprozesse. Nicht nur mögliche Nachhaltigkeitsrisiken mit möglicher Auswirkung auf die Ertragslage stehen hier im Fokus, sondern auch Nachhaltigkeitsauswirkungen, die vom eigenen Geschäftsbetrieb und dem Investitionsverhalten der Bank ausgehen.

Im Verbund etabliert sich ein wachsendes Angebot an Nachhaltigkeitsprodukten, die von den Ortsbanken vertrieben werden. Neben nachhaltigen Wertpapierprodukten (etwa die Nachhaltigkeitsfonds von Union Investment) sind auch Kreditprodukte (etwa die Nachhaltigkeitsdarlehen der Münchener Hypothekenbank) verfügbar.

Die besondere Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit unterstreichen auch die Ergebnisse der Sonderumfrage, die der BVR in diesem Jahr in Verbindung mit der Enga-

gementumfrage unter allen Mitgliedsinstituten durchgeführt hat.

Hohe Relevanz

Über die Hälfte der Institute führte dabei an, dass Nachhaltigkeit für sie eine sehr hohe (25 Prozent) oder eine eher hohe Priorität (39 Prozent) hat. Nur 4 Prozent stuften die Priorität als eher gering ein.

97 Prozent: Bedeutung wird steigen

Auf die Frage, inwieweit die Bedeutung des Themas Nachhaltigkeit noch weiter steigen wird, gehen 35 Prozent von einer starken Steigerung aus. 62 Prozent denken, sie werde eher steigen. Das sind 97 Prozent aller befragten Institute.

Befragt nach der Relevanz konkreter Maßnahmen nannte ein Großteil (79 Prozent) das Angebot nachhaltiger Finanzprodukte, 67 Prozent führten ein stärkeres gesellschaftliches Engagement – insbesondere in den Bereichen

Umwelt, Soziales, Bildung – an. Für ebenfalls 67 Prozent ist die stärkere Aktivierung und Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für nachhaltige Aspekte wesentlich.

Passend dazu halten 59 Prozent der befragten Institute eine noch stärkere innerbetriebliche Berücksichtigung nachhaltiger Faktoren (Gleichberechtigung, Vereinbarkeit von Beruf und Familie, Gesundheitsförderung) für sehr wichtig.

Die Ergebnisse der Sonderumfrage zeigen: Das Thema Nachhaltigkeit ist zum einen fest im Geschäftsmodell und Selbstverständnis der Genossenschaftsbanken verankert. Zum anderen wird von den Instituten die Relevanz und Bedeutung des Themas in vollem Umfang erkannt. Das ist gut und wichtig.



Für nahezu alle
Genossenschaftsbanken
in Deutschland ist
Regionalität das
zentrale Motiv ihres
gesellschaftlichen
Handelns.

96

Prozent der Institute
führten dies als
zentralen Wert an. Sie
sind sich ihrer Rolle als
guter Unternehmens-
bürger und als Motor
für die regionale
Wirtschaft bewusst.
Aber auch Kundennähe
(77 Prozent), Nach-
haltigkeit (68 Prozent)
und Solidarität (55 Pro-
zent) sind für die
Institute wichtige Trieb-
federn, um mit guten
Ideen aus den Regio-
nen in die Regionen
hineinzuwirken.

97

Prozent der
Kreditgenossen-
schaften
setzen sich im
Rahmen ihres
gesellschaft-

lichen Engagements für Kinder und Jugendliche ein. Die Förderung und Unterstützung des Nachwuchses liegt einem Großteil der Institute besonders am Herzen. Kinder und Jugendliche sind die Hauptempfänger gemeinnütziger Aktivitäten. Nahezu jede Bank macht sich dabei für den Nachwuchs stark. Darüber hinaus stehen zudem ältere Menschen und Senioren (85 Prozent) sowie Familien und Lebensgemeinschaften (62 Prozent) besonders im Mittelpunkt des Engagements.



Unser Engagement für morgen



Engagement für morgen

„Morgen kann kommen. Wir machen den Weg frei“ – mit diesem Motto blicken die Volksbanken und Raiffeisenbanken ganz überzeugt nach vorn. Auf das, was vor uns liegt. Auf Herausforderungen. Auf Chancen. Auf Gestaltungsspielräume. Sie stiften Zuversicht. Sie setzen sich für morgen ein. Für das, was den Menschen wichtig ist. Und für Entwicklungen, die immer wichtiger werden.

Das gilt nicht nur in finanzieller Hinsicht. Es zeigt sich auch im großen gesellschaftlichen Engagement der Institute vor Ort. Das ist keine Laune, die heute kommt und morgen geht. Es ist vielmehr substanzieller Bestandteil einer jeden Genossenschaftsbank. Das kann man sehen. An den jährlichen Engagementzahlen (siehe Seite 25 ff.), die seit Jahren steigen, aber auch an den vielen Initiativen vor Ort. Von Menschen für Menschen: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen sich

persönlich für ihre Region ein. Sie initiieren Projekte, helfen, wo Hilfe benötigt wird, und prägen scheinbar ganz nebenbei die Strukturen ihrer Region von morgen. Das gesellschaftliche Engagement der Volksbanken und Raiffeisenbanken ist Engagement für morgen. Damit morgen kommen kann. Und: Damit morgen vieles besser wird. Es gibt wohl kaum eine Zeit, in der diese Haltung wichtiger ist als jetzt – im Zeichen von Corona.

Neben den unzähligen spontanen Aktionen und Hilfen, die viele Institute inmitten der Corona-Pandemie starteten (siehe auch Seite 12 ff.), gibt es wohl kaum ein gesellschaftlich relevantes Thema, das sich nicht auch in einzelnen Engagements einiger Banken vor Ort widerspiegelt. Die folgenden sechs Reportagen zeigen, wie das Große im Kleinen gelebt wird und welche positiven Auswirkungen das hat. Für die Struktur der Region von morgen und natürlich für das Miteinander der Menschen vor Ort.

Für die Region von morgen

Verlässliche Strukturen in der Region entstehen nicht von selbst. Sie werden entwickelt. Sie werden geprägt. Als Banken der Region wirken die Volksbanken und Raiffeisenbanken aktiv und überzeugt daran mit. Sie stellen sich der Region von morgen und nehmen die Zukunft fest in den Blick. Sie stellen sich den Themen, auf die es ankommt. Statt in Diskussionen zu verharren, setzen sie sich ein und packen mit an. Sie lösen die großen Themen im Kleinen und bringen so ihre Region nachhaltig und dauerhaft voran. Erfahren Sie auf den folgenden Seiten mehr. Über Klimaschutz in Bad Säckingen (Seite 62 ff.), Digitalisierung made in Lippstadt (Seite 66 ff.) und neuen Dächern für alle Generationen in Pfaffenhäusen (Seite 72 ff.).



R297CAZ1.05-00
1911938147



Morgen
schreibt sich
mit E



Bei der Umsetzung eines neuen Verkehrskonzepts für die Kurstadt Bad Säckingen ist die Volksbank Rhein-Wehra ein starker Partner und Unterstützer. Längst ist sie dabei selbst auch auf den Geschmack gekommen. Sie setzt auf E-Räder und E-Fahrzeuge, fördert Energie-Genossenschaften, errichtet E-Tankstellen und treibt die Planung eines neuen nachhaltigen Stadtquartiers mit voran – neuer Bank-Standort inklusive.

Nicht stehen bleiben, immer weitermachen, sich neu erfinden: In Bad Säckingen gehört Innovation zum Alltag. Dabei wirkt die Stadt am Hochrhein, die nur der Fluss von der Schweiz trennt, auf den ersten Blick wie viele andere Orte mit langer Geschichte und großer Tradition: Die Altstadt ist gemütlich, das

Wahrzeichen – das St. Fridolinismünster – erhebt sich gegen den hellblauen baden-württembergischen Himmel – und nur wenige hundert Meter entfernt führt die längste gedeckte Holzbrücke Europas über den Rhein. Auf dem Weg dorthin liegt das Rathaus, in dem Alexander Guhl das Sagen hat.

Status als Kurstadt

Der Bürgermeister ist ein Macher, der sich für sein Bad Säckingen seit ein paar Jahren besonders innovative Gedanken macht. „Wir sind 1978 vom Land Baden-Württemberg als Heilbad ausgezeichnet worden. Deswegen müssen wir besonders strenge Grenzwerte im Bereich der Luft- und Lärmemissionen erfüllen“, erzählt der Stadtchef, der seit 2011 im Amt ist. Die Grenzwerte wurden aller-

dings immer öfter überschritten, Bad Säckingen sah seinen Status als Kurstadt gefährdet.

Die Ursachen dafür sind vielfältig und wurden in vielen Bereichen auf der Grundlage eines Klimaschutzprozesses angegangen. So sanken die Emissionen signifikant. Einzig der Auto- und Lkw-Verkehr, der in den vergangenen Jahrzehnten stark gestiegen war, bereitete noch Probleme. Deswegen beschloss der Rat der 17.000-Einwohner-Gemeinde, ein neues Verkehrskonzept zu erarbeiten, das auf Elektromobilität setzen sollte. „Wir haben das Mobilitätsverhalten der Bürger analysiert und auch als Stadt vieles infrage gestellt“, berichtet Guhl.



E-Bikes sind im Trend – auch bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Volksbank Rhein-Wehra. Getankt wird direkt vor der Bank.



„Bad Säckingen fährt emissionsfrei“

Daraus entwickelte sich ein neues Denken und Handeln. Unter dem Motto „Bad Säckingen fährt emissionsfrei“ wurde etwa der städtische Fuhrpark in weiten Teilen auf Elektroautos umgestellt. „Unseren Stadtbus haben wir als erste Gemeinde in Baden-Württemberg rein elektrisch betrieben. Außerdem haben wir die Ladesäulen-Infrastruktur erheblich ausgeweitet.“ So wurden zum Beispiel die beiden großen Parkhäuser der Stadt mit einer großen Anzahl von Ladesäulen ausgestattet. Darüber hinaus führte die Stadt ein eigenes E-Auto ein, das die Bürger leihen können. „Sie erfahren so auf relativ einfache und kostengünstige Weise, was Elektromobilität ganz konkret bedeutet“, sagt Guhl.

Das Engagement der Stadt ist groß, aber ohne Partner konnte sie den Mobilitätswandel in Bad Säckingen nicht entscheidend voranbringen. Von Anfang an ist deswegen die Volksbank Rhein-Wehra eG mit im Boot. „Wir leben in einer überaus zukunftsweisenden Zeit. Es ist klar, dass das, was vielleicht gestern funktioniert hat, morgen nicht mehr unbedingt funktionieren muss“, begründet Bankdirektor Werner Thomann das Engagement der Bank. Der Vorstandsvorsitzende, der selbst ein Hybridauto fährt, sieht die große Verantwortung seiner Bank für die Gemeinde – aber auch für das eigene Unternehmen. „Wir sind ständig aufgerufen, neue Wege zu finden und innovativ zu sein, um in der

Zukunft bestehen und unseren Mitgliedern einen Mehrwert liefern zu können.

Elektroautos für die Mitarbeiter

Werner Thomann hat deswegen im Laufe der vergangenen Jahre den Fuhrpark der Bank teilweise elektrifiziert: Um innerhalb der Stadt zwischen Filialen hin und her zu fahren oder Kunden zu besuchen, nutzen die Mitarbeiter Elektroautos und einen passend in Orange lackierten Elektroroller. „Außerdem haben wir die fortschrittlichste E-Ladeinfrastruktur in Südbaden mitgefördert“, sagt Thomann, der auch darauf verweist, wie wichtig es ist, dass Institutionen wie die Volksbank ihre Kommunikationskraft einsetzen. „Wir haben unter anderem die Informationsplattform E-Fahrertreff Hochrhein mit ins Leben gerufen und geben Daten und Fakten in all unseren Medien weiter. Denn nur, wenn möglichst viele Menschen nachhaltige Mobilität kennenlernen, kann sie sich auch verbreiten.“

E-Bike-Tankstelle vor der Bank

Doch das Engagement der Bank geht noch weiter: Immer mehr Touristen fahren weite Strecken mit dem E-Bike und machen auch in der beschaulichen Innenstadt von Bad Säckingen Halt. „Wir haben direkt vor unserer Bankzentrale

eine E-Bike-Tankstelle eingerichtet“, erzählt Thomann. „So können die Fahrradfahrer, die auf dem internationalen Rhein-Radweg zum Beispiel vom Bodensee nach Basel fahren, gleichzeitig hier bei uns ihre Fahrräder auftanken, während sie im Café nebenan einen Cappuccino trinken. Das macht die Innenstadt noch attraktiver.“

Bürger-Energie-Genossenschaft

Das Thema Energie spielt auch darüber hinaus bei der Volksbank Rhein-Wehra eine große Rolle: „Wir können uns immer dort gut engagieren, wo wir uns auskennen. Deswegen unterstützen wir als Gründungsmitglied auch die Bürger-Energie-Genossenschaft, die emissionsfreien Strom mit Solaranlagen auf öffentlichen Gebäuden wie Schulen, Turnhallen oder Feuerwehrhäusern produziert“, sagt Thomann, der auch im Aufsichtsrat der Organisation sitzt.

Für die Zukunft haben die Partner viele weitere Pläne: „Wir wollen die Logistik in der Innenstadt positiv beeinflussen, indem wir auf Lastenräder setzen“, sagt Alexander Guhl. „Dafür leisten wir gerade Überzeugungsarbeit beim örtlichen Handel.“ Ein Schritt dahin ist das elektrounterstützte Bürger-Lastenfahrrad, das die Stadt im Juni präsentiert hat. Alle Bürger Bad Säckingens dürfen es kostenlos für jeweils einen Tag ausleihen, die Buchung erfolgt über einen Online-Kalender. „Wir hoffen, dass viele Gewerbetreibende diesem Beispiel folgen und Waren auf der letzten Meile in Zukunft immer öfter per Rad und nicht mehr per Auto liefern“, so Guhl.

„Wir gehen jetzt auch in die Wohnquartiere“

Ein weiterer Ansatz sind die Ladestationen außerhalb der Innenstadt. „Wir gehen jetzt auch in die Wohnquartiere und errichten dort eine öffentliche Ladeinfrastruktur“, erklärt Werner Thomann die Pläne. „Jeder, der eine eigene Garage hat, kann bequem über Nacht Strom tanken. Wenn sich die Elektromobilität aber stärker durchsetzen soll, müssen wir auch die Menschen erreichen, die in Mehrfamilienhäusern leben.“ Bad Säckingen hat viele Wohnungsbaugenossenschaften, auch dort sieht Thomann großes Potenzial. „Wir gehen nun gemeinsam mit den Stadtwerken in die Wohnquartiere und setzen dort die Elektrifizierung fort.“ Ein prägnantes Vorzeigobjekt hierfür soll das Gelände eines derzeit noch bestehenden älteren Autohauses an der B34 werden, auf dem die Volksbank Rhein-Wehra in Bälde ihren neuen Standort errichten will. „Dort wollen wir ein neues Stadtquartier schaffen, mit Arbeiten und Wohnen in Kombination, mit Photovoltaik-Anlagen auf den Dächern – und auch dort soll natürlich die Elektromobilität mit öffentlichen Ladesäulen eine große Rolle spielen.“

Volksbank Rhein-Wehra eG

Bilanzsumme	1,3 Milliarden Euro
Mitglieder	15.000
Kunden	36.000
Geschäftsstellen	7
Mitarbeiter	132

Stand 31.12.2019

„Wir haben das
Mobilitätsver-
halten der
Bürger analysiert
und auch als Stadt
vieles infrage
gestellt.“

Alexander Guhl



„Wir leben in einer
überaus zukunfts-
weisenden Zeit.
Es ist klar, dass
das, was vielleicht
gestern funktio-
niert hat, morgen
nicht mehr unbe-
dingt funktionie-
ren muss.“

Werner Thomann







Surfen auf dem Wochenmarkt

Die Volksbank Beckum-Lippstadt stellt Einwohnern, Besuchern und Gewerbetreibenden ein freies WLAN bereit. In der gesamten Stadt. An 110 Hotspots. Sie belebt damit die digitale Infrastruktur ihres Geschäftsgebiets, hat damit bereits deutschlandweit Interesse geweckt sowie eine Fülle an Nachahmern gefunden.

Anna und Tom, beide Anfang 20, haben heute frei und wollen ein bisschen bummeln, danach essen gehen und ins Kino. Sie kommen aus Erwitte, einem kleinen Städtchen in der Nähe von Lippstadt, wo sie den Tag verbringen wollen.

Nachdem sie geparkt haben, laufen sie bei schönstem Sonnenschein durch die Fußgängerzone bis zum Bernhard-Brunnen. Dort setzen sie sich erst einmal hin und suchen auf dem Tablet ein paar Geschäfte heraus, in denen sie einkau-

fen wollen. Anschließend schlendern sie durch die Stadt, essen in einer Bäckerei eine Kleinigkeit, schauen auf dem Smartphone nach dem Kinoprogramm, schicken zwischendurch einige Bilder per Whatsapp an Freunde – die an dem herrlichen Tag arbeiten müssen – und sortieren am späteren Nachmittag die Restaurants nach ihrem Geschmack und natürlich den besten Bewertungen aus. Am frühen Abend sitzen sie draußen im Biergarten und spazieren gegen 20 Uhr langsam hinüber zum Cineplex, wo sie sich einen Blockbuster anschauen wollen.

Ein besonderer Tag für Anna und Tom, der von außen betrachtet durch eine kleine Tatsache noch ungewöhnlicher wird: In der gesamten Fußgängerzone, im Restaurant und in der Bäckerei, im Kino und in fast allen Läden haben die beiden freies WLAN und können so, ohne ihr Datenvolumen zu verbrauchen, surfen und sogar per Whatsapp, Skype, Facebook & Co. telefonieren.

„Digitalisierung vorantreiben“

Verantwortlich dafür ist die Volksbank Beckum-Lippstadt, die 2017 eine bahnbrechende Idee hatte: „Wir wollten die Digitalisierung vorantreiben, die einen wirklichen Wettbewerbsvorteil für die Stadt darstellt. Deswegen hielten wir es für eine gute Idee, eine freie WLAN-Infrastruktur in der Innenstadt aufzubauen und für die beteiligten Firmen, Handel-treibenden und anderen Einrichtungen auch die Kosten zu übernehmen“, erinnert sich Mario Deimel. Der Marke-

ting-Chef und Prokurist der Bank ist die treibende Kraft hinter dem offenen Netz, das in dieser Organisationsform in Deutschland kaum zu finden ist. Zwar können Nutzer großer Internet-Provider sich an vielen Orten in ihre eigenen Netzwerke einloggen oder Restaurants und Geschäfte bieten eigene Hotspots an, aber das Angebot in Lippstadt und Umgebung funktioniert auf andere Weise.

Digitale Infrastruktur für die Stadt

Die Nutzer müssen sich nur einmal anmelden und sind danach, wenn sie wollen, immer wieder direkt online, solange sie sich in der Reichweite der rund 110 Hotspots befinden, die in der Region verteilt sind. „Davon profitieren nicht nur unsere Einwohner, die die Innenstadt nutzen, sondern auch unsere Gäste“, sagt Deimel, der bewusst von einer Infrastrukturmaßnahme für die Stadt spricht, die auch in teilnehmenden Freizeiteinrichtungen und Sportvereinen umgesetzt wurde. „Außerdem haben wir als Bank einen großen Imagegewinn, weil uns viele gar nicht mit so einem innovativen Projekt assoziieren würden.“

Ingo Arndt sieht das genauso. Der agile Unternehmer, dessen großes Sporthaus direkt am Bernhard-Brunnen liegt, an dem sich Tom und Anna am Morgen hingesetzt hatten, betreibt gleich vier Geschäfte in der Innenstadt – und spricht als Vorsitzender der Werbebe-gemeinschaft für 130 Händler der Stadt.

„Wir haben als Bank einen großen Imagegewinn, weil uns viele gar nicht mit so einem innovativen Projekt assoziieren würden.“

Mario Deimel



„Wir haben gemeinsam etwas für die Stadt geschaffen – und das ist wirklich super.“

Ingo Arndt



„Für Lippstadt ist das sehr attraktiv, da so jeder Besucher den kostenfreien Zugang zum Internet nutzen kann.“

Mehrwert für die Stadt

Für ihn gehört ein freies WLAN heutzutage zum Leben einfach dazu. „Das erwarten viele Menschen, egal wo sie sind“, sagt Arndt. „Und das gibt es nun in Lippstadt, wir sind Vorreiter bei vielen Dingen und haben es auch hier einfach vorge-macht.“ Der Effekt ist groß, der Unternehmer, der rund 75 Arbeitskräfte in vier Geschäften beschäftigt, erhält viel positives Feedback. Ein Grund dafür ist, dass das freie WLAN nicht mit einem speziellen Laden verbunden ist. Surfen ist über die Antennen zum Beispiel auch auf dem Wochenmarkt möglich, sodass der reine Werbeeffect für die Beteiligten oft gar keine Rolle spielt. „Wir haben gemeinsam etwas für die Stadt geschaffen – und das ist wirklich super“, sagt Ingo Arndt.

„Wir sind mit dem Projekt mitgewachsen“

Die Umsetzung hat die Firma mySPOT marketing übernommen, ein Start-up aus Lippstadt. Die Motivation für das Projekt ist für Geschäftsführer Maximilian Besting groß: „Als ich nach dem

Studium in den USA und Spanien zurückkam, habe ich festgestellt, dass es in Deutschland – und auch hier bei uns in der Heimat, in Lippstadt – kein vernünftiges WLAN gibt. Das ist einfach nicht mehr zeitgemäß.“ Der IT-Spezialist machte sich mit einem Stamm von dreieinhalb Mitarbeitern auf den Weg. „Der halbe war damals Werkstudent und ist heute unser IT-Leiter“, sagt Besting und lacht. „Wir sind mit dem Projekt mitgewachsen und mittlerweile 18 Leute. Gemeinsam verknüpfen wir die Menschen, die sich zu Zehntausenden einloggen.“

Ganz einfach war der Weg zum freien WLAN nicht, erinnern sich die Beteiligten. Manche Gewerbetreibende hatten schon Verträge mit anderen Providern, andere waren sich anfangs nicht sicher, wo das Projekt hinführen sollte. „Wir haben wirklich Klinken geputzt“, erinnert sich Mario Deimel. „Als wir dann die ersten überzeugt hatten, ging es bei den anderen fast automatisch“, ergänzt Maximilian Besting. Die Idee ist so überzeugend, dass mittlerweile 50 Volksbanken und Raiffeisenbanken in ganz Deutschland die Dienste nutzen. „Wir sind das gemeinsam mit mySPOT angegangen und haben die verschiedenen Banken im Verbund angesprochen“, sagt Deimel.

Datenschutz ist sehr wichtig

Der Vorteil für die Banken: Sie bezahlen die Ausstattung der Geschäfte und Restaurants mit den Hotspots und erhalten dafür bei jedem Einloggen die Möglichkeit, ihre Angebote den Nutzern

zu zeigen. „Wir schalten zum Beispiel gar keine Anzeigen mehr, um Auszubildende zu suchen – das läuft alles über den WLAN-Service“, sagt Mario Deimel, der jährlich rund 60.000 Euro in das Projekt investiert. Dem Marketing-Profi ist dabei eines wichtig, gerade wenn es um die jungen Leute geht: der Datenschutz – und zwar auf zwei Ebenen. „Wir erheben keine Bewegungs- oder andere Nutzerdaten. Außerdem haben wir ausgeschlossen, dass auf gewisse Seiten zugegriffen wird wie zum Beispiel Pornografie. Nur weil das Unternehmen das sicherstellen konnte, haben wir das Projekt überhaupt weiter vorangetrieben.“ mySPOT hat dafür eine gemischte White- und Blacklist angelegt, das bedeutet, dass die Nutzer unbesorgt auf bestimmte Seiten zugreifen, gleichzeitig aber andere Seiten nicht sehen können.

Großer Schritt nach vorn

In Lippstadt und Umgebung hat die Digitalisierung so einen großen Schritt nach vorn gemacht: mit einem freien, sicheren und einfach zu bedienenden WLAN, das Menschen zusammenbringt – angestoßen durch das Engagement der Volksbank, aber auch durch das gemeinsame Vorgehen von vielen Beteiligten aus der Bürgerschaft.

Volksbank Beckum-Lippstadt eG

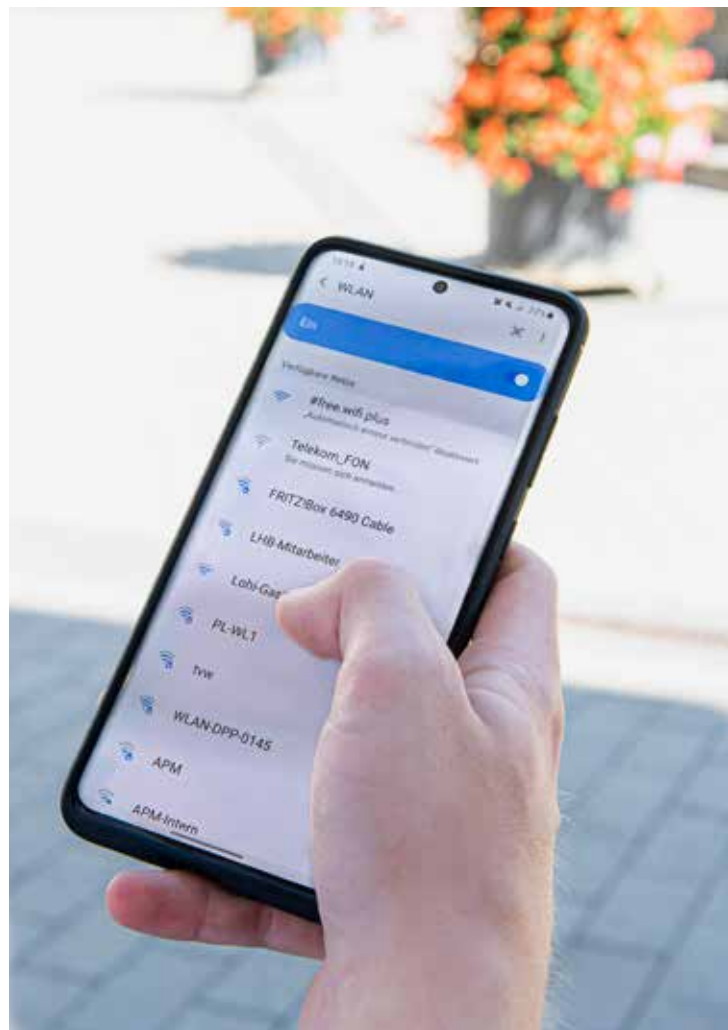
Bilanzsumme rund 2,2 Milliarden Euro

Mitglieder ca. 43.000

Kunden ca. 85.000

Geschäftsstellen 21 (davon 3 SB)

Stand 31.12.2019



Mittendrin statt nur dabei

Zur Belebung und Verschönerung des Ortszentrums ist die Raiffeisenbank Pfaffenhausen als Bauträger aktiv geworden.

Sie hat die „Grüne Mitte“ erschaffen. Nachhaltigkeit sowie generationsübergreifendes und barrierefreies Wohnen spielten bei Planung und Umsetzung eine entscheidende Rolle. Ein lohnenswertes Unternehmen.
Für alle.





Viel Grün und viel Raum für die Kleinen und Großen und alle zusammen bietet die neue Ortsmitte.

Der Glockenturm der St.-Stephan-Kirche ist in Pfaffenhausen wohl von überallher zu sehen. Die schwarze Zwiebel, das gelbliche und weiße Mauerwerk, das rote Dach, die hohen Fenster: So sehen Kirchen in Bayrisch-Schwaben aus, rund 100 Kilometer westlich von München. Das beeindruckende Gotteshaus liegt gerade mal 300 Meter entfernt von der Raiffeisenbank Pfaffenhausen, die hier, mitten im Ort und direkt neben dem eigenen Bankgebäude, ein neues offenes Zentrum geschaffen hat: die sogenannte Grüne Mitte, um die sich drei neue helle Wohngebäude gruppieren – entwickelt von der genossenschaftlichen Bank in einem ganz besonderen Bauprojekt.

Idyllische Atmosphäre

„Wir hatten hier ein Grundstück mit rund 5.300 Quadratmetern, das nicht oder nicht adäquat genutzt wurde“, erinnert sich Walter Eberhard, Vorstandsvorsitzender der Raiffeisenbank Pfaffenhausen. Auf dem Gelände gab es zwei alte renovierungsbedürftige Häuser, eine Wiese und ein aufgelassenes Lagerhaus mit einer unansehnlichen Kiesfläche davor. Heute sieht der Platz ganz anders aus: Er ist mit hellen Steinen belegt, die Sonne strahlt über die mit Holz bedeckten Sitzgelegenheiten. Die modernen Wohngebäude haben große Fenster, in den Vorgärten wird Rasen gemäht. Und wie um die Idylle zu vervollständigen, kommen zwei Mütter mit ihren kleinen Kindern kurz vor dem Mittagessen vorbei, damit diese auf dem ebenfalls neu geschaffenen F.-W.-Raiffeisen-Platz mit Wasserspiel im Zentrum

der Anlage mit dem Bobbycar herum-sausen können.

„Pfaffenhausen fit für die Zukunft machen“

Ebenso schwungvoll wie die Kleinen biegt auch Franz Renftle um die Ecke. Der Bürgermeister der Marktgemeinde fährt, wenn es das Wetter zulässt, gern mit dem Fahrrad, heute will er sich mit Walter Eberhard noch einmal über das Projekt austauschen. Die beiden kennen und schätzen sich, das merkt man sofort. „Für unsere Gemeinde ist die Grüne Mitte aus verschiedenen Gründen ein Glücksgriff“, sagt Renftle, der seit 2017 das Amt innehat. „Schon vor 15 Jahren hat unser damaliger Bürgermeister die Dorferneuerung auf dem Schirm gehabt und mit dem Marktgemeinderat ein städtebauliches Entwicklungskonzept erarbeitet: Wo soll Pfaffenhausen hin, was wollen und was brauchen wir?, hieß es immer.“ Was die Gemeinde benötigt, ist für ihn ganz klar. „Wir wollen das hervorheben, was wir Gutes haben, und gleichzeitig Pfaffenhausen fit für die Zukunft machen – auch wenn es zum Beispiel um den demografischen Wandel in unserem kleinen Zentrum geht.“

Bei dem Dorferneuerungsplan, der seit 2012 umgesetzt wird, stand auch die Ortsmitte im Mittelpunkt. Unterstützt wurden die Projekte unter anderem vom Amt für ländliche Entwicklung, einer bayerischen Landesbehörde, die zum Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten

Alle an einem Platz, alle unter einem Dach: Die „Grüne Mitte“ ist ein Musterbeispiel für nachhaltiges, barrierefreies und generationsübergreifendes Wohnen – auch auf dem Land.



gehört. Rund 350.000 Euro standen dafür bereit, das Zentrum aus dem Dornröschenschlaf zu wecken. Mit solchen Summen lassen sich Dörfer verschönern, aber natürlich keine Baumaßnahmen umsetzen. Das Engagement der Raiffeisenbank kam deswegen gerade recht.

Die Bank als Bauträger

„Eine Bank als Bauträger gibt es nicht oft, aber uns war bewusst, dass wir selber Verantwortung übernehmen müssen, um eine für alle Seiten gute Lösung zu bekommen“, sagt Walter Eberhard. 36 Wohnungen sind so entstanden, in denen rund 80 Menschen leben – ein signifikantes Projekt für die kleine Marktgemeinde Pfaffenhausen, deren drei Ortsteile zusammengekommen gerade einmal 2.500 Einwohner haben. „Das Wohnprojekt wurde hervorragend angenommen, die Nachfrage überstieg das Angebot um mehr als das Doppelte. Ursprünglich haben sich über 100 Interessenten gemeldet.“

Die Gründe dafür sind vielfältig. „Das Besondere an der Grünen Mitte ist, dass wir ganz zentral in Pfaffenhausen sind und die Bewohner fußläufig alle wichtigen Versorgungseinrichtungen erreichen können. Von der Apotheke und den Ärzten über die Kirche, das Einkaufen und die Begegnungsstätte bis hin zur Raiffeisenbank“, sagt Franz Renftle. Die Gebäude erfüllen zudem viele Bedürfnisse: Die Beteiligten legten besonderen Wert darauf, barrierefreie und nachhaltige Mehrgenerationenhäuser zu bauen.

An dem Konzept sind gleich mehrere Punkte eher unüblich für ländliche Gemeinden. Zum Beispiel das generationenübergreifende Leben: „Die Menschen wollen hier oft ihr eigenes Haus mit einem großen Garten“, sagt Renftle. So wurden für gewöhnlich auch neue Baugebiete ausgewiesen. Der demografische Wandel macht aber auch vor dem Land nicht halt. „Durch das Projekt wurde vielmehr kleinteiliger Wohnraum geschaffen. Gerade jüngere Leute, die zum ersten Mal eine Wohnung suchen, oder auch ältere Menschen, die sich verkleinern möchten, haben hier die Möglichkeit, barrierefrei zu leben.“ Mitten im Zentrum, das macht der Bürgermeister immer wieder deutlich.

Durch und durch nachhaltig

Ein anderer Punkt ist die Nachhaltigkeit. Die Häuser sind nach den Standards der Energieeinsparverordnung 2016 gebaut, für das Warmwasser zum Kochen, Waschen und Spülen wird zum Beispiel Solarenergie genutzt. Für eine möglichst natürliche Umgebung hat die Bank sehr viel Grün gepflanzt: 15 Bäume etwa, 800 Hainbuchen, 3.500 Rosen und andere Blumen – insgesamt sind 1.500 Quadratmeter und damit rund ein Drittel des Geländes begrünt, inklusive der Carports.

Außerdem – auch das ist bei Bauträgern nicht unbedingt üblich – hat sich die Raiffeisenbank viele Gedanken über die Ausdehnung der Gebäude gemacht. „Wir haben die möglichen Grundrisse

„Für unsere
Gemeinde ist die
Grüne Mitte ein
Glücksgriff.“

Franz Renftle

„Uns war bewusst,
dass wir selber
Verantwortung
übernehmen
müssen, um eine
für alle Seiten gute
Lösung zu
bekommen.“

Walter Eberhard



nicht so weit ausgereizt, wie wir es hätten tun können, und auch auf ein Gebäude verzichtet, das wir aufgrund der Größe des Grundstücks zusätzlich hätten errichten können. Uns war es wichtig, dass wir möglichst locker und an die Umgebung angepasst bauen und gleichzeitig nicht so viele Flächen versiegeln“, begründet Eberhard die selbst verordnete Bescheidenheit. Darüber hinaus sind die Wohnungen für möglichst viele Menschen nutzbar: Sie sind barrierefrei, die Türen und Duschen breiter als normal, die Bewegungsflächen in allen Einheiten darauf ausgerichtet, dass auch Menschen im Rollstuhl zurechtkommen würden – und Aufzüge sind ebenfalls eingebaut. „Man kommt überall ohne Stufen hin.“

Lokale Dienstleister

Das liebe Geld spielte natürlich auch eine wichtige Rolle. „Wir fanden es sehr positiv, dass fast die gesamte Planung und der Bau von lokalen Architekten, Unternehmern und Handwerkern durchgeführt wurden. Damit ist die Wertschöpfung hier vor Ort geblieben, was uns als Gemeinde natürlich freut und uns auch zugutekommt“, sagt Franz Renftle. Walter Eberhard bestätigt das. „Wir sind als Bank auch deswegen als Bauträger aufgetreten, weil wir die Planungshoheit haben wollten und um die Wertschöpfung in der Region halten zu können.“

Mit 90 Prozent der Investitionssumme von 8 Millionen Euro wurden Unternehmen aus dem Landkreis beauftragt, viele

davon Kunden der Bank. Diese profitiert, auch das verschweigt Eberhard nicht, ebenfalls. „Wir konnten durch den Verkauf von 27 Wohnungen einen Teil der Investition refinanzieren und können mit den neun Mietwohnungen auch dauerhaft Erträge für die Zukunft erzielen. So bleiben wir eine wirtschaftlich gesunde Bank, die nachhaltig stabil ist und können damit für unsere Kunden in hohem Maße leistungsfähig sein. Insgesamt ergab sich also eine Gewinnersituation für alle: für die Bevölkerung, die Gemeinde, den Landkreis, die beteiligten Firmen und die ausführende Bank.“

Bereicherung für den Ort

Franz Renftle hört das gern, er setzt auf die enge und lang andauernde Zusammenarbeit mit allen lokalen Anbietern in Pfaffenhausen. Für seine Marktgemeinde sieht der Bürgermeister nur positive Effekte. „Die Grüne Mitte bedeutet eine deutliche Steigerung an Lebensqualität und eine Bereicherung für den Ort. Es ist hier etwas geschaffen worden, auf das wir lange gewartet haben und das sich wunderbar einfügt.“

Raiffeisenbank Pfaffenhausen eG

Bilanzsumme	328 Millionen Euro
Mitglieder	6.000
Kunden	11.000
Filialen	4
Mitarbeiter	58

Stand 31.12.2019

Für das Miteinander von morgen

Miteinander lassen sich Dinge besser bewegen. Zusammen ist man weniger allein. Die Volksbanken und Raiffeisenbanken sind Banken des Miteinanders: mit ihren rund 18,6 Millionen Mitgliedern, mit ihren über 30 Millionen Kunden. Und stets: mit den Menschen ihrer Region. Ob im Sportverein, bei lokalen Initiativen oder auch bei Schulprojekten: Auf die Volksbanken und Raiffeisenbanken kann man zählen. Wenn es darauf ankommt, sind sie da. So bringen sie ihre Region voran und verbessern mit zahlreichen Initiativen den sozialen Zusammenhalt vor Ort. Gemeinschaftlich machen sie sich für die Gemeinschaft stark und stehen für solidarisches Handeln ein.

„miteinander-füreinander“ heißt das auf Kölsch (Seite 82 ff.), in Hannover motiviert

man rund 17.000 Schülerinnen und Schüler zu viel (mehr) Bewegung an der frischen Luft (Seite 89 ff.) und Braunschweig setzt auf die Förderung des Nachwuchses und tragende Engagementstrukturen (Seite 98 ff.).

Volksbank Köln Bonn
Hannoversche Volksbank
Volksbank BraWo



Gute Dinge langsam und bedächtig wachsen zu lassen, das ist das erklärte Ziel der Stiftung.

Große Spende durch Dividende

Mit ihrer Stiftung miteinander-füreinander aktiviert die Volksbank Köln Bonn ihre Mitglieder zur Unterstützung sozialer Anliegen. Mit dem Verzicht auf einen kleinen Anteil ihrer jeweiligen Dividende ermöglichen diese Hilfen für Jung und Alt. Aus der Mitte der Gesellschaft für die Mitte der Gesellschaft. Mehr als 20 Einzelpersonen sowie über 100 Vereine und Institutionen wurden mit Zuwendungen unterstützt. Knapp 600.000 Euro wurden seit der Gründung vergeben.

Kindern zuzuhören ist immer sinnvoll. Sie haben die besten Ideen, machen sich die richtigen Gedanken und sind vor allem unglaublich neugierig. In der Katholischen Kita St. Fronleichnam in Köln-Porz führte so eine einfache Frage zu einem großen Projekt. „Was passiert eigentlich, wenn man einen Orangenkern einpflanzt? Kommt dann da ein Baum raus?“, hatte im vergangenen Jahr eines der Kinder gefragt. Die Antwort der Erzieherinnen: „Probieren wir es einfach mal aus.“ Der Kern kam in die Erde und nach einigen zähen Monaten – bei Orangen dauert das Keimen sehr lang – war endlich etwas Grünes zu sehen. Der kleine Baum ist heute rund 30 Zentimeter groß.

Eigenes Engagement steht im Mittelpunkt

Nach dem erfolgreichen Versuch hatte die 40 Kinder zwischen zwei und sechs Jahren der Ehrgeiz gepackt. Sie durchsuchten alle Obst- und Gemüsesorten, die auf den Tisch kamen, nach Kernen, probierten zu Hause mit den Eltern aus, Bohnen oder Kresse zu pflanzen, und legten Pfirsich- oder Apfelkerne in die Erde. Seit dem Sommer 2020 dürfen die Kinder nun ganz professionell an die Sache herangehen. Im Laufe der Monate bauen sie mit ihren Erzieherinnen Hochbeete, siedeln Setzlinge aus und ernten dann hoffentlich im Herbst viele schmackhafte Dinge. „Für uns ist das ein sehr schönes Projekt, weil die Kinder sich selbst engagieren können“, sagt Judith Jussenhofen. Die Vorsitzende des Fördervereins schaut

heute in der Kita zu, wie zwei Erzieherinnen besondere Dinge anleiten und umsetzen. Eine Gruppe Kinder um Kristina Klöpper füllt Blumentöpfe mit Erde und pflanzt selbst gezogene Paprika-Setzlinge ein, während Cornelia Kreft die hellbraunen Bretter für das Hochbeet mit wasserfester Farbe anthrazit lasiert – die Kinder dürfen das noch nicht alleine. Die Kinder sind mit großem Spaß dabei, schippen geduldig Blumenerde in die braunen Behälter, greifen vorsichtig nach den dünnen grünblättrigen Pflanzen und buddeln sie ein. Die anderen reichen ihrer Erzieherin ein Brett nach dem anderen, halten es dort fest, wo noch keine Farbe hingekommen ist und fragen nach, wie genau die Hochbeete später aussehen werden.

„Hilfe zur Selbsthilfe“

Die 205 mal 80 Zentimeter großen Holzkästen, in denen neben den Nutzpflanzen später auch Blumen wachsen sollen, finanziert miteinander-füreinander, die Stiftung der Volksbank Köln Bonn – außerdem gehört der Kauf von kleinen Gartenkitteln, Besen, Schaufeln und den verschiedenen Pflanzerden zur 1.700-Euro-Spende. „Wir haben die Stiftung 2013 gegründet, um mit ihr den genossenschaftlichen Gedanken in die heutige Zeit zu übersetzen. Es geht darum, Mitglieder, die unverschuldet in Not geraten sind, und Initiativen unter dem Motto ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘ zu fördern – so wie die Kita hier. Das entspricht unseren genossenschaftlichen Prinzipien“, sagt Jürgen Pütz. Der Vorstandsvorsitzende der Bank, der sich mit Judith Jussenhofen über die



Pflanzaktion austauscht, kennt viele der Projekte, die eines eint: Voraussetzung für eine Spende ist immer die Mitgliedschaft des Spendenempfängers bei der Volksbank Köln Bonn. Unterstützt werden etwa Fördervereine von Kindergärten und -gruppen – wie im Beispiel Köln-Porz –, Initiativen für kranke oder benachteiligte Kinder, Jugendzentren und -heime, Schulen und Hochschulen oder auch Initiativen und Heime für Altenhilfe oder -pflege. Manchmal geht es aber auch um ganz kleine Hilfen, die viel bewirken. Jürgen Pütz erinnert sich an ein Kind, das eine Delfintherapie machen konnte, an eine ältere Dame, der der Umzug in eine kleinere, günstigere Wohnung finanziert wurde, oder an eine Familie, der der Einbau eines Treppenlifts bezahlt wurde, um ihr Kind, das im Wachkoma liegt, leichter durchs Haus bewegen zu können.

Rund 600.000 Euro vergeben

Seit ihrer Gründung konnte die Stiftung so mehr als zwei Dutzend Einzelmitgliedern helfen und über 100 Vereine und Institutionen mit Zuwendungen unterstützen – insgesamt wurden so knapp 600.000 Euro vergeben. Die Finanzierung funktioniert dabei nach einem einfachen, aber auch ungewöhnlichen Modell. Üblicherweise haben Stiftungen ein hohes Eigenkapital, aus dessen Erträgen die operative Arbeit finanziert wird. Bei miteinander-füreinander sieht das anders aus. „In der derzeitigen Niedrigzinssituation ist es ja auch sehr schwierig, Geld zu

erwirtschaften“, sagt Pütz. Das ist aber nicht allein der Grund für den anderen Ansatz. „Wir wollten zeigen, wie wir alle gemeinsam Menschen in unserer Region unterstützen können.“ Und das geht so: Die vielen Mitglieder der Bank, die ja auch Miteigentümer sind, geben jährlich aus dem Jahresüberschuss – also aus ihrer eigenen Dividende – eine Spende in Höhe von 0,1 Prozent an die Stiftung. „So kamen letztes Jahr rund 133.000 Euro zusammen, mit denen wir viel erreichen können“, sagt Pütz. Die Bank gibt weitere 50.000 Euro, außerdem kommen Spenden hinzu, sodass insgesamt rund 200.000 Euro zur Verfügung stehen. Die richtigen Abnehmer findet die Bank ebenfalls deswegen, weil sie so regional agiert. „Wir sind hier verwurzelt, unsere Mitarbeiter leben hier und wir gelangen an unsere Spendenempfänger ganz wesentlich über unsere Mitarbeiter in den Filialen. Die kennen die Gegebenheiten vor Ort, die wissen, wo Notlagen entstehen, und versetzen uns in die Lage, zu helfen“, sagt Jürgen Pütz. Auffällig ist dabei, dass die wenigsten Menschen sich selbst bewerben. „Da steht wohl oft im Weg, dass sie sich für die Bedürftigkeit schämen“, vermutet der Vorstandsvorsitzende. „Weil wir aber immer offen sind und gut zuhören, können wir in vielen Fällen vorsichtig nachfragen und dann auch etwas tun.“

Auch in Zukunft neugierig bleiben

Die Gemeinschaft, die Pütz beschreibt, stellt auch Judith Jussenhofen in der Kita in den Vordergrund. „Die gesamte Hochbeet-Aktion ist deswegen so gut, weil die

Kinder mit eingebunden sind und alles direkt miterleben und -gestalten können“, sagt die Fördervereinsvorsitzende der Kita. „Das bringt ihnen die Themen Ernährung und Natur so viel näher und sorgt wirklich nachhaltig dafür, dass sie auch in Zukunft weiter neugierig bleiben.“

Volksbank Köln Bonn eG

Bilanzsumme	5,14 Milliarden Euro
Mitglieder	111.392
Kunden	204.333
Geschäftsstellen	67
Mitarbeiter	792

Stand 31.12.2019

„Die Kinder können alles direkt miterleben und -gestalten.“

Judith Jussenhofen

„Weil wir aber immer offen sind und gut zuhören, können wir in vielen Fällen vorsichtig nachfragen und dann auch etwas tun.“

Jürgen Pütz









Schritt für Schritt
zum großen Glück

Mit ihrem Bewegungs-Pass
bringt die Hannoversche Volks-
bank ihr gesamtes Einzugsgebiet
in Schwung und tritt mit Pfiff,



Energie und starken Partnern für mehr Bewegung an den Schulen sowie auf dem Weg zur Schule ein. Das weckt sportlichen Ehrgeiz, minimiert die oft lästigen Elterntaxis und zieht in der Region immer weitere Kreise.

Jeder, der in der Nähe einer Grundschule wohnt, kennt die Szene: Frühmorgens halten gestresste Mütter und Väter mit ihren Autos mitten auf der Straße, auf Bürgersteigen und in Einfahrten, wenden manchmal sogar in Vorgärten, nur um ihre Kinder pünktlich zur Schule zu bringen. Dazwischen herrscht Chaos: Manchmal noch gähnend und ein wenig schlaftrunken steigen die Kleinen aus und geraten mit anderen ins Gedränge, die gerade mit dem Roller oder dem Fahrrad angezischt kommen und wiederum stark gefährdet sind durch Autotüren, die sich urplötzlich öffnen und den sowieso schon engen Weg versperren.

Das sogenannte Elterntaxi ist aus vielen Gründen ein Problem an Deutschlands Schulen. Das erlebt auch Matthias Battefeld so: „Als Vater einer fünfjährigen Tochter und eines neunjährigen Sohnes sehe ich immer wieder, dass erstens die Kinder nicht ausreichend mit den Verkehrsregeln vertraut sind“, sagt der Vorstand der Hannoverschen Volksbank. „Zweitens lässt ihre Beweglichkeit durchaus zu wünschen übrig. Und drittens entstehen durch das Elterntaxi viele gefährliche Situationen.“

Motivation zum Auto-Verzicht

Der Bewegungs-Pass, den seine Bank 2017 startete, trägt Jahr für Jahr dazu bei, dass sich das ändert: Er motiviert Eltern und Kinder dazu, zu Fuß, mit dem Roller oder dem Fahrrad zu Grundschule, Kindergarten oder Kindertagesstätte zu kommen. Gemeinsam mit der Stiftung

Hannoversche Volksbank fördert die Bank das Projekt. Für Battefeld, der dem Vorstand der Stiftung vorsitzt, ist das gut angelegtes Geld, weil es nachhaltig wirkt. „Als regionale Volksbank, die mit rund 1 Million Euro im Jahr zum Beispiel Kultur-, Jugend- oder Sozialprojekte fördert, wollen wir so unseren Beitrag für die Gesellschaft leisten und etwas zurückgeben.“

Das Prinzip, dass man gute Ideen aufgreifen und daraus etwas Größeres machen kann, ist am Bewegungs-Pass gut zu erkennen. Entstanden ist das Konzept bei der SG Letter 05, dem mitgliederstärksten Verein Seelzes, einer Mittelstadt westlich von Hannover. Der Verein hatte 2016 mit seinem „Laufpass für Kids“ bei den Sternen des Sports mitgemacht, Deutschlands wichtigstem Vereinswettbewerb im Breitensport, bei dem die Volksbanken und Raiffeisenbanken mit dem Deutschen Olympischen Sportbund kooperieren. „Das Projekt hat regional hier in Hannover gewonnen, auf Landesebene den dritten Platz belegt und ist dann auf Bundesebene auf Platz 2 beim Publikumspreis gelandet“, erzählt Matthias Battefeld. „Wir fanden das Konzept so gut, dass wir es allen Sportvereinen in der Region anbieten wollten.“

Prämien für die Kleinen

Die Idee ist einfach, aber effizient. Jeden Tag, den die Kinder nicht mit dem Auto zum Kindergarten oder zur Grundschule kommen, sammeln sie in einem Flyer



„Als regionaler Partner für die Menschen in der Region können wir mit dem Bewegungs-Pass etwas sehr Sinnvolles weiter vorantreiben.“

Matthias Battefeld



„Die Kinder bekommen die Gelegenheit, nicht nur die Sportarten kennenzulernen, sondern auch die Gemeinschaft.“

Mareike Wietler

eine Unterschrift. Haben sie 20 zusammen, gibt es ein kleines Geschenk. Und wer zusätzlich ein Sportabzeichen macht und ein weiteres Angebot eines Sportvereins nutzt, kann an einer zusätzlichen Verlosung teilnehmen, bei der es etwa Jahreskarten für den Erlebnis-Zoo Hannover zu gewinnen gibt.

Die Herausforderung war nur: Wie kann ein solches Projekt in einem so großen Einzugsgebiet wie dem der Hannoverschen Volksbank funktionieren? In 21 Kommunen leben hier 1,1 Millionen Einwohner, ungefähr die Hälfte davon in der Stadt direkt. Die Antwort: mit starken Partnern. Für die sportliche Seite holte sich die Bank die SportRegion Hannover dazu, die aus dem Regionssportbund und dem Stadtsportbund besteht: Sie vertritt mehr als 1.000 Sportvereine und knapp 300.000 Mitglieder. Außerdem wurde die Verkehrswacht mit einbezogen.

Organisiert wurde das Ganze dann unter anderem von Felix Decker. Der Sportreferent Bildung und Sportjugend des Regionssportsbunds sprach die Sportvereine an, die wiederum Kontakt zu Schulen und Kindergärten in den jeweiligen Stadtteilen oder Gemeinden aufnehmen sollten. „Wir haben alle Vereine angemailt und sofort großes Interesse gespürt“, erinnert sich Decker. „Neben bestehenden Kooperationen, die den Aufwand natürlich verringern, haben wir oft auch von Eltern gehört, die die Idee in ihrem Umfeld vorstellen wollten.“ Für Decker ist das ein Glücksfall: „Wir bringen so viele Kinder in Bewegung wie sonst mit kaum einer anderen Aktion.“ Das sei wichtig, weil Kinder gerade im frühen Alter Bewegung bräuchten und sie dadurch auch befähigt würden, lebenslang Sport zu treiben. „Und das hat Auswirkungen auf die Gesundheit und ein langes Leben.“

Mehr Bewegung, neue Kontakte

Mareike Wietler ist gleich in einer Mehrfachrolle dabei. Sie lebt im Ort Isernhagen im Nordosten Hannovers, wo auch ihre zwei Söhne zur Grundschule gehen – und gleichzeitig ist sie Geschäftsführerin des VfL Eintracht Hannover von 1848, dem drittgrößten Verein der Kernstadt. „Für uns als Verein war das nicht viel Arbeit, der Sportbund hatte das gut vorbereitet. Wir mussten nur unser Logo verschicken, das dann in eine Broschüre eingedruckt wurde.“ Diese wurde wiederum an den Schulen verteilt, mit denen der Verein kooperierte. „Für den Verein ist das sehr spannend, weil wir natürlich nicht nur etwas für die Bewegung der Kindergarten- und Schulkinder tun, sondern auch neue Kontakte zu jungen Menschen bekommen, die bei uns in Sportarten hineinschnuppern“, sagt Mareike Wietler. „Außerdem lernen uns Familien kennen, in denen die Eltern nicht in Vereinen Sport machen – und die Kinder bekommen so die Gelegenheit, nicht nur die Sportarten kennenzulernen, sondern auch die Gemeinschaft.“

Ihr Sohn Teetje hat ebenfalls beim Bewegungs-Pass mitgemacht, an der Grundschule Altwarmbüchen. Teetje ist dann gerne mit seinem Freund Pepe und dem Geschwisterpaar Felix und Mia ebenfalls mit dem Roller oder zu Fuß zur Schule gekommen. „Wenn die Kinder zusammen unterwegs sind, ist die Motivation natürlich viel größer“, sagt Mareike Wietler. „Mir macht das viel mehr Spaß“, bestätigt auch Teetje, der gar nicht groß für den Bewegungs-Pass motiviert

werden musste. „Ich habe die Stempel gesammelt und hinterher ein Springseil bekommen, das war schon cool.“ Im Zuge des Projekts, an dem von seiner Grundschule 90 Prozent der Kinder mitgemacht haben, hat er beim TuS Altwarmbüchen zum Beispiel Leichtathletik ausprobiert – der Verein ist der Kooperationspartner seiner Grundschule.

Was für ihn recht selbstverständlich ist, muss nicht für alle Familien gelten. „Hier bringen viele Eltern ihre Kinder mit dem Auto“, sagt seine Mutter, „und weil die Straße eine Sackgasse ist, ist es oft absolut voll.“ Der Bewegungs-Pass hat aber geholfen, erklärt sie. „Zwar ist das Elterntaxi noch lange nicht Geschichte, aber ich beobachte dennoch, dass das Projekt sehr gut angenommen wurde. Wenn die Kinder es erst mal ausprobiert haben und die Eltern auch merken, dass das Kind in der Lage ist, alleine zur Schule zu gehen, wird das auch nachhaltig weiter fortgesetzt.“

einfach, dass wir die Kinder in Bewegung bringen“, sagt Felix Decker, „und das ist für sie und für die Umwelt ein großer, wichtiger Schritt.“ Matthias Battefeld sieht das genauso und blickt in die Zukunft: „Entgegen unserer üblichen Förderpraxis haben wir uns dafür entschieden, den Bewegungs-Pass über mehrere Jahre zu begleiten“, sagt der Vorstand der Hannoverschen Volksbank. „So können wir als regionaler Partner für die Menschen in der Region etwas sehr Sinnvolles weiter vorantreiben.“

Hannoversche Volksbank eG

Bilanzsumme	6,6 Milliarden Euro
Mitglieder	126.000
Kunden	250.000
Geschäftsstellen	86, davon 39 SB-Center
Mitarbeiter	rund 1.000

Stand 31.12.2019

50 Vereine, 17.000 Pässe

Felix Decker vom Regionssportbund sieht das genauso. „Der Bewegungs-Pass entspannt die Situation vor den Schulen ungemein.“ Auf die positive Wirkung lassen auch die Zahlen schließen. Beteiligten sich zu Beginn gerade mal 17 Sportvereine, die rund 7.100 Pässe ausgegeben haben, waren es 2019 schon 50 Vereine und fast 17.000 Pässe. 2020 musste das Projekt – wegen der Corona-Krise etwas kürzer treten. Der Bewegungs-Pass findet in diesem Jahr vom 14. September bis 20. November statt. „Wir sehen





„Glück und Pech liegen manchmal ganz nah beieinander“

Die Volksbank eG Braunschweig Wolfsburg (Volksbank BraWo) engagiert sich für Kinder und Jugendliche, mit Projekten, Netzwerkarbeit und einer eigenen Stiftung. Wie nötig das auch in einer wirtschaftlich erfolgreichen Region wie rund um Braunschweig und Wolfsburg ist, warum dabei ein Weltrekord entstehen konnte und wie viele



Thomas Fast

Kooperationen
das Engage-
ment stärker
machen, er-
zählen der
Vorstandsvor-
sitzende der



Markus Beese

Bank, Jürgen Brinkmann, der Vor-
standsvorsitzende der Volksbank
BraWo Stiftung, Thomas Fast,
und Bank-Marketingleiter
Markus Beese im Interview.



Jürgen Brinkmann

Herr Brinkmann, gab es für Sie ein Schlüsselerlebnis, das Ihr Engagement für Kinder befördert hat?

Jürgen Brinkmann: Das Thema hatten wir natürlich immer im Blick, aber ich erinnere mich noch genau an den Zeitpunkt, als es für mich noch einmal ganz offensichtlich wurde. Ich hatte über einen Kunden Peter Maffay kennengelernt, mit dem ich mich dann auch privat gut verstanden habe. Wir waren zusammen auf einem Segeltörn – und dabei kommen die meisten irgendwann ins Philosophieren. Was ist wichtig, was soll die Zukunft bringen, wo steht man selbst? Er hat mir von seiner Stiftung erzählt, die jährlich 1.800 traumatisierten Kindern und Jugendlichen eine Auszeit ermöglicht. Das habe ich dann ganz begeistert meinen Kollegen im Vorstand erzählt.

Und die waren sofort bereit, mitzumachen?

Brinkmann: Ja, wir haben direkt losgelegt. Denn eines ist klar: Kinder haben keine Wahl, in welche Familie oder Lebenssituation sie hineingebohren werden. Glück und Pech liegen da manchmal ganz nah beieinander. Wir wollten dazu beitragen, dass sich die Startvoraussetzungen zumindest in kleinen Schritten angleichen lassen und mehr Chancengleichheit existiert. Das ist auch hier in der Region ein großes Thema: Mehr als 20.200 Kinder leben in Armut und haben weniger als 2,80 Euro für Essen und Trinken pro Tag.

Wie haben Sie Ihr Engagement aufgebaut?

Thomas Fast: Wir haben im Jahr 2005 unsere eigene Stiftung gegründet, um benachteiligten Kindern und Jugendli-

chen zu helfen. In der Folge haben wir dann festgestellt, dass es ganz viele andere Stiftungen gibt, die die gleichen Themen bearbeiten, aber unterschiedliche Schwerpunkte setzen. Wir mussten also nicht alles neu erfinden. Mit sechs weiteren Stiftungen haben wir dann das Netzwerk United Kids Foundations gegründet. Getreu unserem Grundsatz: „Viele schaffen mehr“.

Warum macht Sie die Zusammenarbeit stärker?

Brinkmann: Wir haben uns zusammengetan, weil wir glauben, dass wir gemeinsam mehr Aufmerksamkeit erzeugen, mehr Spenden generieren und mehr Kraft auf die Straße bekommen können. Das Kinderhilfswerk United Kids Foundations ist so zu einem Netz geworden, das viele starke Knoten hat. Neben den Stiftungen arbeiten wir außerdem mit Unternehmen zusammen, mit Institutionen, Kommunen, Bürgermeistern, aber auch mit vermögenden Kunden. Und das Netzwerk ist im Laufe der Jahre immer größer geworden.

Wie ist Ihre Stiftung finanziert?

Brinkmann: Wir haben im Jahr 2005 stille Reserven aus unserer Beteiligung an der DZ BANK aufgelöst und davon 10 Millionen Euro als Kapital in die Stiftung gegeben. Wir haben dann durch weitere Zustiftungen das Kapital erhöht, mittlerweile sind es 30 Millionen Euro. Zusätzlich haben wir mit kreativen Ideen Spenden gesammelt. Wir haben zum Beispiel dazu aufgefordert, dass 1.000 Menschen jeweils 1.000 Euro geben sollten, um auf 1 Million Euro Spenden zu kommen – am Ende haben wir nur mit dieser Aktion 2,7 Millionen Euro erreicht.

„Kinder haben
keine Wahl,
in welche Familie
oder Lebens-
situation sie
hineingeboren
werden.“

Jürgen Brinkmann

Im vergangenen Jahr haben Sie dann einen Weltrekord aufgestellt. Worum ging es dabei?

Markus Beese: Wir haben den Walk4Help organisiert, bei dem wir die längste Fußgängerstaffel der Welt auf die Beine gestellt haben. Um einen Weltrekord zu erzielen, hätten wir 5.000 Menschen jeweils 8 Kilometer laufen lassen müssen. Wir haben es aber geschafft, dass fast 12.000 Runden mit insgesamt 52.000 Kilometern gelaufen wurden. Das war ein Riesenerfolg.

Was hat das Ganze eingebracht für Ihre Hilfsprojekte?

Beese: Mit dem Walk4Help ist es uns gelungen, eine Allianz gegen Kinderarmut hier in der Region zu schmieden und das Thema zu platzieren: in unserem gesamten Geschäftsgebiet, in Braunschweig, Wolfsburg, Peine, Salzgitter und im Landkreis Gifhorn. Auf der finanziellen Seite waren wir ebenfalls sehr erfolgreich. Zunächst einmal musste jeder Teilnehmer ein Startgeld von 25 Euro bezahlen. Dazu haben wir 170 Unternehmen aus der Region zusammengebracht, die uns unterstützt haben. Außerdem gab es Großspender, die bis zu fünfstelligen Beträge gegeben haben. Insgesamt sind so 1,148 Millionen Euro zusammengekommen. Abgesehen davon war die mediale Aufmerksamkeit für das Thema sehr groß.

Für die Bank bedeutet das sicherlich viel Arbeit.

Beese: Das Projekt hatte eine Vorbereitungszeit von über zwei Jahren. In der heißen Phase zwischen Januar und Mai waren aus dem Marketing-Bereich drei Kollegen komplett damit beschäftigt. Wir haben ja nicht mehr oder weniger

„Mit dem Walk4Help ist es uns gelungen, eine Allianz gegen Kinderarmut hier in der Region zu schmieden.“

Markus Beese

„Es zählt nicht der Leistungs-, sondern der Teamgedanke.“

Thomas Fast

als ein riesiges Familienfest organisiert, mit Foodtrucks, Bühnen und Spielen für die Kinder. Aber das ist eigentlich nicht das Wesentliche. Viel wichtiger war, dass die gesamte Bank hinter dem Projekt gestanden hat. Alle Mitarbeiter in den Geschäftsstellen, die Direktoren vor Ort, die Firmenkunden- und Individualkundenberater, sie alle haben sich für den Walk4Help eingesetzt und jeden Tag ihre Ansprechpartner davon überzeugt, sich zu engagieren – indem sie spenden, unsere 2.500-Euro-Supporterpakete kaufen, mitlaufen oder das Projekt einfach immer weitertragen. Von unseren 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern waren bestimmt drei Viertel mit dabei. Ich allein habe eine Gruppe von 20 Leuten aus dem Dorf, in dem ich wohne, mobilisiert, die mitgelaufen sind.

Was passiert nun mit dem Geld?

Fast: Zunächst einmal fließt es in die Volksbank BraWo Stiftung, die diese operativen Mittel für unsere Projekte in der Region verwendet. Diese haben sich auch beim Walk4Help vorgestellt, auf einem Markt der Möglichkeiten, was das Engagement für die Spender und die Teilnehmer noch einmal anschaulicher gemacht hat. Mit dem Geld wollen wir auch Projekte, deren Förderung ausläuft, verlängern und verstetigen.

Wir haben zudem eine gute Verbindung zu RTL und zur RTL-Stiftung, die uns im vergangenen Jahr und auch 2018 in ihren Spendenmarathon aufgenommen haben. Dabei konnten wir noch einmal mehr als 850.000 Euro für zwei Projekte sammeln, die auch in unserer Region helfen. Eines davon ist zum Beispiel brotZeit von Uschi Glas, das nun bis mindestens 2023 gesundes

Frühstück an Grundschüler verteilen kann, die so etwas zu Hause nicht bekommen. Das Projekt wird an neun Schulen in der Region angeboten und soll auf 20 Grundschulen ausgeweitet werden.

Organisieren Sie neben der Zusammenarbeit mit anderen Stiftungen auch eigene Projekte?

Fast: Ja, zum Beispiel den Sport-Oskar. Viele Kinder bewegen sich einfach viel zu wenig, weil ihnen der Zugang zum Sport fehlt. Wir schaffen es, rund 1.200 Kinder einen Vormittag in Bewegung zu bringen, an dem sie einen Parcours aus verschiedenen Stationen durchlaufen und dabei natürlich auch von uns versorgt werden. Was mir wichtig ist: Es zählt dabei nicht der Leistungs-, sondern der Teamgedanke. Und wenn man die freudigen Kinderaugen gesehen hat, dann weiß man, dass man alles richtig gemacht hat. Das gilt genauso oder noch mehr für unsere Weihnachtsinitiative.

Worum geht es dabei?

Fast: Wir schenken Kindern etwas zu Weihnachten, die sonst nichts bekommen würden. Dafür organisieren wir den Kauf der Geschenke, packen sie selber ein und bringen sie zu den Kindern nach Hause. Das hat mit 69 Kindern angefangen, mittlerweile sind wir bei fast 900. Die Adressen bekommen wir, und da wird unser Netzwerk wieder so wichtig, zum Beispiel von den Fördervereinen der Schulen.

Wie hat sich die Stiftung im Laufe der Jahre entwickelt?

Fast: Rasant, anders kann ich das nicht ausdrücken. Wir haben ganz klein

angefangen, mit Förderanträgen für Kinder in der Region und sind dann über unser Netzwerk gewachsen. Wir haben 1.051 Anträge seit 2005 bearbeitet und über 400 davon genehmigt, mit einem Gesamtvolumen von 23 Millionen Euro. Enthalten sind hier 70 groß angelegte Projekte mit prominenten Kooperationspartnern wie Franziska van Almsick, Uschi Glas, Peter Maffay, Henry Maske, Felix Neureuther oder der Cleven-Stiftung und immer mit Kindern unserer Region. Damit haben wir schon eine ganze Menge getan, um unter anderem die Kinderarmut in der Region zu lindern.

Wie nachhaltig ist Ihre Arbeit?

Beese: Bei den vielen Kindern, die von uns profitiert haben, können wir natürlich nicht immer nachvollziehen, was aus ihnen geworden ist. Wir haben aber rund 66.000 junge Menschen erreicht, denen wir etwas mitgeben konnten. Uns ist wichtig, dass wir dabei Projekte anbieten, die von kleinen Kindern bis zu jungen Erwachsenen reichen – und so begleiten wir viele über einen langen Zeitraum, in dem sich vieles zum Guten wenden kann.

Welche Pläne gibt es für die Zukunft?

Brinkmann: Für den 15. Geburtstag von United Kids Foundations haben wir den LupoLeo-Award ausgeschrieben, mit dem wir herausragendes soziales Engagement im Kinder- und Jugendbereich in ganz Deutschland belohnen. Dafür haben wir insgesamt 100.000 Euro ausgelobt. Beworben haben sich dafür rund 350 Projekte. Wir wollen den Preis dauerhaft vergeben – und damit unser Netzwerk und das Engagement für Kinder und Jugendliche stärken.

Drei Fragen an:

Monika Schmidt, Leiterin der Engagement- Zentrum gGmbH der Volksbank BraWo

Monika Schmidt ist Leiterin der EngagementZentrum gGmbH, einer gemeinnützigen Tochtergesellschaft der Volksbank BraWo. Seit der Gründung 2015 unterstützt das Zentrum Privatpersonen und Unternehmen bei ihrem gesellschaftlichen Engagement, wie beispielsweise der Gründung von Stiftungen.

Frau Schmidt, die Volksbank BraWo hat neben ihrer eigenen Stiftung und dem Kindernetzwerk United Kids Foundations ein EngagementZentrum gegründet. Was hat es damit auf sich?

Monika Schmidt: Neben dem Thema Kinder, das wir so intensiv bearbeiten, wissen wir natürlich, dass es auch ganz andere Problemfelder gibt. Auch da wollen wir auf der Basis unserer Erfahrungen Unterstützung anbieten. Mit unserem EngagementZentrum ermöglichen wir es vielen Menschen, sich für die Allgemeinheit zu engagieren.

Was sind Ihre genauen Aufgaben?

Schmidt: Wir sind im Jahr 2015 mit drei Säulen gestartet: Wir geben erstens Schulungen für gemeinnützige Themen in Präsenzveranstaltungen und Webinaren, informieren zu Stiftungsgründungen, zu Fundraising und Fördermöglichkeiten – beraten also in allen Bereichen, die mit Stiftungen zu tun haben. Zweitens helfen wir, sowohl selbstständige Stiftungen zu gründen, die durch einen Vorstand vertreten werden und eigene Projekte aktiv umsetzen, als auch unselbstständige Stiftungen, bei denen wir auch als Treuhänder aktiv sind. Und drittens verwalten wir Stiftungen.

Wie wird Ihre Arbeit nachgefragt?

Schmidt: Wir wachsen stetig – und wollen auch größer werden, wobei die Akquisition von Stiftungen immer ein sensibles Thema ist. Die Motivation der Stifter ist in den allermeisten Fällen persönlich, es sind oft ältere Menschen, die etwas weitergeben, Spuren hinterlassen und Gutes tun wollen. Die Erkenntnis ist immer wieder, dass der Staat nicht alles leisten kann. Die Gesellschaft braucht Engagement, gerade auch im Ehrenamtsbereich. Wir können dabei helfen, und das ist eine wirklich spannende und ausfüllende Aufgabe.

Volksbank eG Braunschweig Wolfsburg

Bilanzsumme	4.095 Millionen Euro
Mitglieder	50.000
Kunden	151.000
Geschäftsstellen	41
Mitarbeiter	über 1.000 konzernweit

Stand 31.12.2019

„Wir ermöglichen
es vielen, sich für
die Allgemeinheit
zu engagieren.“

Monika Schmidt



96

Prozent der Genossenschaftsbanken unterstützen mit ihrem gesellschaftlichen Engagement örtliche Vereine und Initiativen. Das passt zur regionalen und an den Mitgliedern orientierten Ausrichtung der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Vereine sind in vielen Regionen Motoren des sozialen Miteinanders. Hier findet das Leben vor Ort statt. Aber auch öffentliche Einrichtungen wie Schulen oder Kindergärten (95 Prozent) und Kirchengemeinden oder andere religiöse Gemeinschaften (88 Prozent) werden von fast allen Kreditgenossenschaften Jahr für Jahr verlässlich und umfangreich unterstützt.

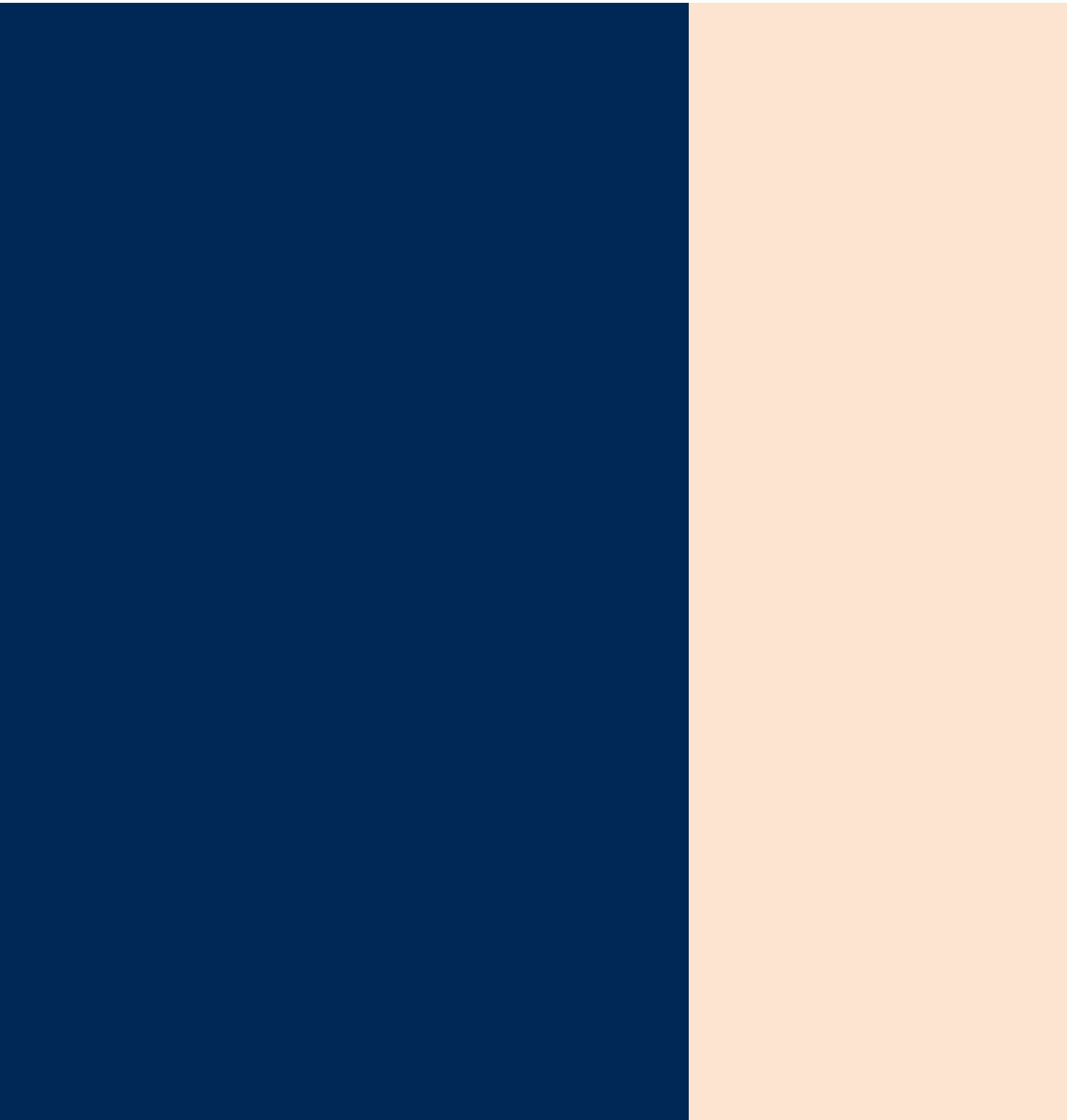


93

Prozent der Genossenschaftsbanken engagieren sich mit ihren Aktivitäten für Sport und Erholung. Dieser Bereich ist damit der meistgenannte. Er korrespondiert eng mit dem immensen

Einsatz für die Vereine vor Ort, bei denen es sich sehr oft auch um Sportvereine handelt. Sport und Vereinsleben gehören zusammen. Beide schaffen Zusammengehörigkeit und prägen Regionen. Aber auch die Förderung von Kunst und Kultur (90 Prozent), die Unterstützung sozialer und integrativer Initiativen (88 Prozent) sowie die Stärkung von Bildung und Forschung (84 Prozent) spielen eine große Rolle.





49

Prozent der Genossenschaftsbanken in Deutschland führten gemeinsam mit ihren Mitarbeitern Corporate-Volunteering-Maßnahmen durch.

Sie unterstützen damit wichtige lokale Projekte und fördern zugleich auch den Zusammenhalt und die Unternehmenskultur ihres Bank-Teams.

Fast jede zweite Genossenschaftsbank packt für die gesellschaftlichen Belange vor Ort tatkräftig mit an und macht

für wichtige lokale Anliegen den Weg frei. In der jüngsten Zeit hat sich – trotz Lockdown, Abstandsregeln

und zahlreicher Einschränkungen – gezeigt: Nie waren Zusammenhalt und Zusammenwirken so wichtig wie heute.

Auch wenn es coronabedingt zurzeit manchmal andere Formen annimmt.



Die bundesweiten Wettbewerbe und Initiativen der Volksbanken und Raiffeisenbanken



Miteinander für das Miteinander

Die bundesweiten Wettbewerbe und Initiativen der Volksbanken und Raiffeisenbanken

Viele kleine Kräfte können Großes bewirken. Gemeinsame Sache zu machen ist für die Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken ein Wesensmerkmal. Eine Selbstverständlichkeit. Miteinander setzen sich die Kreditgenossenschaften lokal, regional, bundesweit und sogar international für die Förderung des kreativen Nachwuchses sowie für den Breitensport ein.

Sie machen sich für die Idee Europa stark und verschaffen dieser Gehör. Sie unterstützen Kinder, Jugendliche, Schulen und Eltern mit Infos und Materialien zur Finanzbildung. Überdies prägen sie bereits über viele Jahre Engagementstrukturen vor Ort. Alles zusammen: sehr nah dran an dem, was Genossenschaftsbanken bewegt, ausmacht, einzigartig macht. Ein Überblick.

„jugend creativ“: Ganz groß – seit über 50 Jahren

Mit bis zu einer Million Einsendungen pro Jahr ist „jugend creativ“ der weltweit größte Jugendwettbewerb seiner Art. Seit über 50 Jahren unterstützen die Volksbanken und Raiffeisenbanken die kreative Förderung von Kindern und Jugendlichen aller Altersstufen. Frisch, modern, zeitgemäß präsentiert sich der Wettbewerb. Und: ganz nah dran an den Themen der Zeit. Jahr für Jahr beteiligen sich auch über die Genossenschaftsbanken in Frankreich, Finnland, Italien (Südtirol), Luxemburg, Österreich und der Schweiz Hunderttausende Kinder und Jugendliche. Über 90 Millionen Arbeiten wurden seit dem Start im Jahr 1970 bei „jugend creativ“ eingereicht. Über mehrere Generationen hinweg. Viele erinnern sich noch gerne an den „Malwettbewerb der Volksbanken und Raiffeisenbanken“ aus ihrer Grundschulzeit. „jugend creativ“ ist Teil der Schulbiografie vieler Menschen geworden – und wird es weiterhin sein.

www.jugendcreativ.de

„Sterne des Sports“: „Oscar des Breitensports“

Jahr für Jahr belohnen die Volksbanken und Raiffeisenbanken und der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) mit den „Sternen des Sports“ Sportvereine, die sich im Breitensport für gemeinnützige und soziale Ziele engagieren. Die „Sterne des Sports“ werden deshalb auch oft als der „Oscar des Breitensports“ bezeichnet. Schon seit 2004 werden die Preise auf kommunaler, Landes- und Bundesebene in Bronze, Silber und Gold vergeben. Über 6 Millionen Euro flossen den Sportvereinen in Deutschland dadurch bereits zugunsten ihres gesellschaftlichen Engagements zu. Der Nutzen lässt sich dabei nicht nur in Zahlen ausdrücken. Denn: Die „Sterne des Sports“ zeichnen das Engagement in den Vereinen nicht nur aus, sondern fördern es ganz gezielt. Der Wettbewerb genießt dabei ein so hohes Ansehen, dass die Verleihung der Bundespreise im jährlichen Wechsel von der Bundeskanzlerin und dem Bundespräsidenten wahrgenommen wird.

www.sterne-des-sports.de



Förderer des Karlspreises:



Internationaler Karlspreis zu Aachen: Für Europa!

Seit 2010 sind die Volksbanken und Raiffeisenbanken exklusiver Hauptsponsor der Stiftung Internationaler Karlspreis zu Aachen. Für sie ist die jährliche Unterstützung des Karlspreises ein Bekenntnis zu einem vitalen und vielseitigen Europa. Der Karlspreis existiert seit über 60 Jahren. Er wird an Institutionen und Persönlichkeiten verliehen, die sich um Europa und die europäische Einigung verdient gemacht haben. Zu den Preisträgern gehören unter anderem Konrad Adenauer, Bill Clinton, Angela Merkel und Papst Franziskus. Traditionell wird die Auszeichnung jährlich an Christi Himmelfahrt im Krönungssaal des Aachener Rathauses überreicht. Für 2020 erhält der Präsident Rumäniens, Klaus Johannis, den Karlspreis, der coronabedingt erst im Jahr 2021 an ihn verliehen wird. Vor ihm wurden 2019 der Generalsekretär der Vereinten Nationen, António Guterres, und 2018 der französische Staatspräsident Emmanuel Macron ausgezeichnet.

www.karlspreis.de

Jugend und Finanzen: Für mehr Finanzbildung

Wie funktioniert die Wirtschaft? Wie teile ich mein Geld verantwortungsvoll ein? Auf solche und weitere Fragen aus dem Bereich der finanziellen Allgemeinbildung liefern die Volksbanken und Raiffeisenbanken auf ihrem Schulserviceportal www.jugend-und-finanzen.de Antworten. Für Schüler, für Eltern, für Lehrer – und alle anderen an Finanzbildung interessierten Verbraucher. Hier gibt es jede Menge Basiswissen, Tipps für die Finanzerziehung in der Familie sowie Arbeitsblätter und Videos für den Schulunterricht. Pädagogen können Arbeitsblätter zu Finanzthemen für die Grundschule sowie für die Sekundarstufen I und II kostenfrei herunterladen. Ergänzend stehen Erklärvideos oder Clips zum Unterrichtseinstieg in ein Thema bereit. Lehrkräfte erhalten Empfehlungen, wie sie das Thema Wirtschaft und Finanzen vermitteln können. Unter „Finanzbildung vor Ort“ werden genossenschaftliche Bildungsprojekte auf einer interaktiven Karte dargestellt. Viele Volksbanken und Raiffeisenbanken halten für Schüler, Lehrer und Eltern auch eine Reihe an Schulservice-Publikationen bereit.

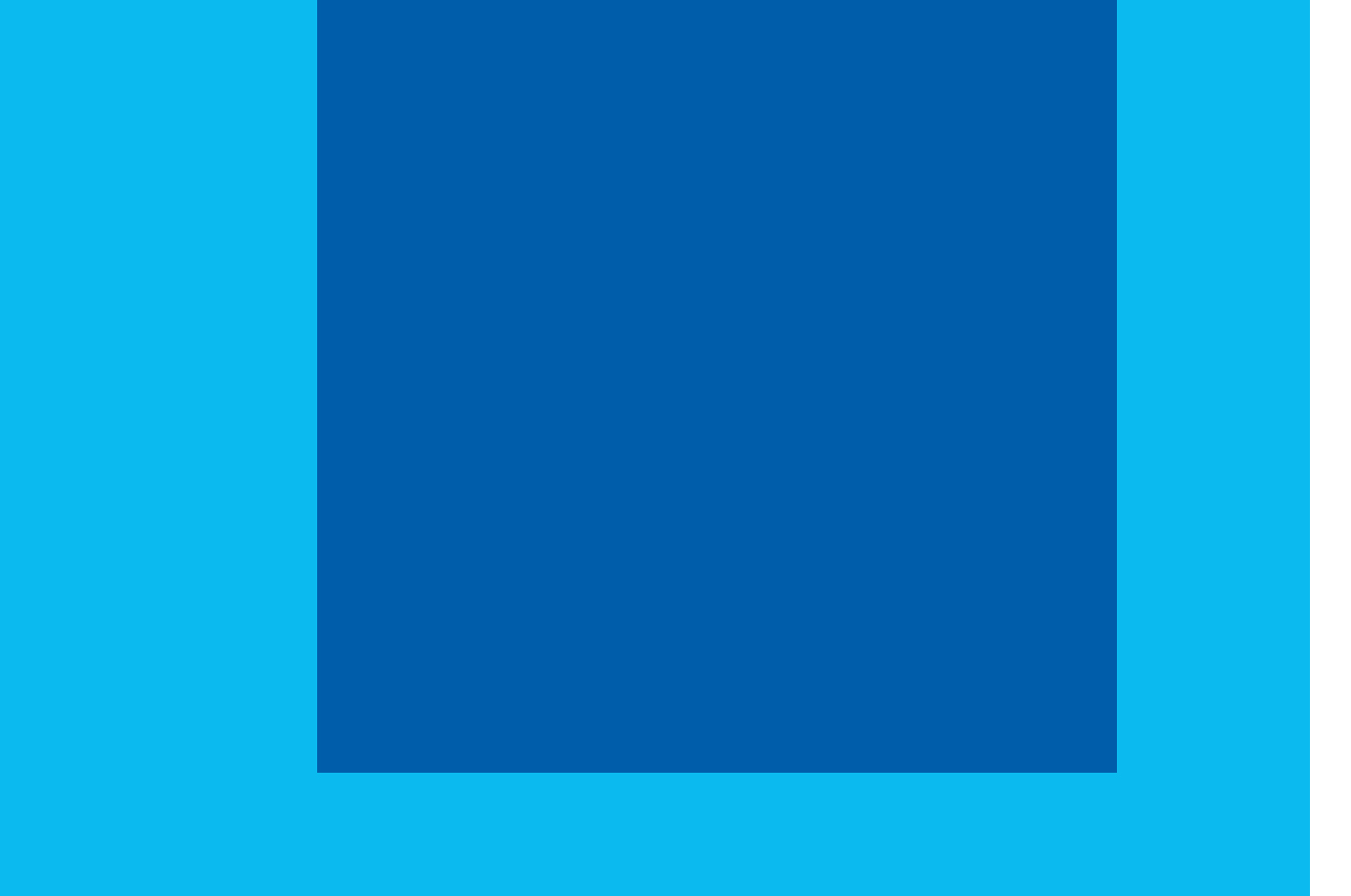
www.jugend-und-finanzen.de

Stiftung Aktive Bürgerschaft: Strukturbildend

Die gemeinnützige Stiftung Aktive Bürgerschaft ist das Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken (GFG). Die Arbeitsschwerpunkte liegen auf der bundesweiten Förderung von Bürgerstiftungen und Service Learning in nordrhein-westfälischen und hessischen Schulen. Schirmherr der Stiftung ist – stellvertretend für alle Genossenschaftsbanken in Deutschland – der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR). Durch die lange Zusammenarbeit der Stiftung Aktive Bürgerschaft mit dem BVR profitieren heute die meisten Bürgerstiftungen vom finanziellen und persönlichen Engagement ihrer Genossenschaftsbank vor Ort. 2019 wurden 352 der 410 Bürgerstiftungen von Unternehmen der GFG unterstützt. Bei mehr als der Hälfte aller Bürgerstiftungen sind die Volksbanken und Raiffeisenbanken sogar Gründungstifter.

www.aktive-buergerschaft.de





31

Prozent – also fast jede(r) Dritte – der über 140.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Genossenschaftsbanken betätigt sich in der Freizeit ehren-

amtlich. Viele Kolleginnen und Kollegen stehen in enger Verbindung zu ihrer Region und setzen sich für diese auch über ihren beruflichen Alltag hinaus ein. So machen sie sich sowohl wirtschaftlich – über ihre Bank – als auch sozial – über ihr eigenes ehrenamtliches Engagement – für die Belange vor Ort stark. Sie sind in Vereinen, Initiativen oder Hilfsorganisationen aktiv und packen dort mit an, wo es erforderlich ist.



viele
für
viele

Mehr erfahren?
Dranbleiben?
Mitmachen?

Auf dem neuen Engagementportal
der Volksbanken und Raiffeisenbanken:

www.vielefuerviele.de

Herausgeber

Bundesverband der Deutschen
Volksbanken und Raiffeisenbanken BVR



Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
Schellingstraße 4
10785 Berlin
Telefon 030 2021-1300
Telefax 030 2021-1905
E-Mail presse@bvr.de

Konzeption/Redaktion: Tim Zuchiatti
Verantwortlich: Melanie Schmergal
www.bvr.de

Gestaltung: VERY
www.veryvery.de

Druck: Görres-Druckerei und Verlag
GmbH, www.goerres-druckerei.de

Bildnachweise
Seite 60–107: Thorsten Arendt



