

Gesellschaftliches Engagement 2025

der Genossenschaftlichen
FinanzGruppe Volksbanken
Raiffeisenbanken

Gesellschaftliches Engagement 2025

der Genossenschaftlichen
FinanzGruppe Volksbanken
Raiffeisenbanken

[illegible]

[illegible]

Sehr geehrte Damen und Herren,

gesellschaftlicher Zusammenhalt entsteht dort, wo Menschen und Institutionen füreinander Verantwortung übernehmen. Dieser Wir-Gedanke ist für die Volksbanken, Raiffeisenbanken, Sparda-Banken, PSD Banken und genossenschaftlichen Spezialinstitute eine Selbstverständlichkeit. Er prägt unser Handeln – klar, verbindlich, nah am Leben vor Ort.

Das zeigt sich auch an unserem gesellschaftlichen Engagement, das wir ab sofort auf einer breiteren Datenbasis erfassen, um so ein noch differenzierteres Bild zu Umfang und Förderzwecken zu erhalten. Über 80 Prozent unserer Institute haben sich beteiligt. Die Ergebnisse sind die Grundlage dieses Engagementberichts.

Die Zahlen sprechen für sich: Mit über 150 Millionen Euro haben die teilnehmenden Volksbanken und Raiffeisenbanken im vergangenen Jahr ihre Regionen gestärkt – davon 147 Millionen Euro durch Spenden, Sponsoring und geldwerte Leistungen. Dazu kommt umgerechnet der persönliche Einsatz: Über 9.400 Personentage für Corporate Volunteering zeigen, wie ernst es unseren Mitarbeitenden und Auszubildenden mit den genossenschaftlichen Prinzipien der Teilhabe und des Miteinanders ist.

Ob in Vereinen, Bildungsprojekten, sozialen Initiativen oder im Ehrenamt: Genossenschaftsbanken packen mit an. Dauerhaft. Mit einem Stiftungsvolumen von über 265 Millionen Euro fördern die Institute überdies langfristige Strukturen und Perspektiven.

Was besonders zuversichtlich stimmt: Immer mehr Menschen wollen sich aktiv für die gute Sache in der eigenen Nachbarschaft einbringen. Mit dem wachsenden Crowdfunding sind die Genossenschaftsbanken nicht mehr nur überzeugte Förderer, sondern längst auch wesentliche Enabler von gesellschaftlichem Engagement.

Unser Dank gilt allen, die dazu beitragen: unseren Mitgliedsinstituten, den engagierten Mitarbeitenden und all jenen, die partnerschaftlich daran mitwirken. Gemeinsam gestalten wir Zukunft! Wir wünschen viel Freude mit diesem Bericht und neue, bewegende und vielleicht auch erstaunliche Einblicke.

Marija Kolak
Tanja Müller-Ziegler
Daniel Quinten

Gelebte Verantwortung

Das gesellschaftliche Engagement
der genossenschaftlichen FinanzGruppe
im Jahr 2025

Gesellschaftlicher Zusammenhalt entsteht dort, wo Menschen und Unternehmen Verantwortung übernehmen. Wo sie nicht abwarten, sondern aktiv handeln. Er entsteht vielfach im Kleinen, im Miteinander und im Wir vor Ort. Als regionale, für Nähe und Authentizität stehende Institute stärken die Genossenschaftsbanken den Zusammenhalt in ihren Regionen. Sie sind nicht nur Motoren der regionalen Wirtschaftskreisläufe, sondern zugleich Motoren des Miteinanders.

Fördern, helfen, unterstützen

Am besten zeigt sich dies am freiwilligen gesellschaftlichen Engagement, das sie Jahr für Jahr für die Menschen in der Region leisten. Damit helfen und fördern sie dort, wo es vor Ort relevant ist. So setzen sie ihre wirtschaftliche Stärke bewusst ein, um das Gemeinwohl zu fördern.

Bildung, Vereine, soziale Initiativen

Auch 2025 haben die Institute der genossenschaftlichen FinanzGruppe genau dies vielfach und flächendeckend getan: Sie haben Vereine unterstützt, Bildung ermöglicht, soziale Initiativen begleitet und Orte geschaffen, an denen Gemeinschaft wächst. Dauerhaft und aus Überzeugung.

Haltung mit Wirkung und Wir-Gefühl

Denn genossenschaftliches Engagement folgt keinem kurzfristigen Trend. Es ist Ausdruck einer Haltung, die seit Generationen trägt: Was einer allein nicht schafft, das schaffen viele gemeinsam.

Tiefere Einblicke

Neues Verfahren und
erweiterte Datengrundlage

Bei der Ermittlung der hier vorgestellten Engagementzahlen für das Jahr 2025 haben wir Neuland betreten. Wir wollten es genauer wissen, das freiwillige ehrenamtliche Engagement in der Region näher betrachten und auch ein Gespür für den Impact der vielen guten Initiativen in Sachen Nachhaltigkeit erhalten.

Neue Verfahrensweise

Deshalb wurde das Verfahren verändert. Die Zahlen basieren – anders als in den Jahren zuvor – nun nicht mehr auf einer Umfrage unter allen Instituten. Zudem wurden die Ergebnisse nicht mehr hochgerechnet.

Datenqualität gesteigert

Für den vorliegenden Bericht hat der BVR im Frühjahr 2026 unter allen Instituten Engagementdaten ermittelt. Insgesamt flossen dabei Daten von 521 Instituten ein.

Für die genossenschaftliche FinanzGruppe wurden diese Daten um die Werte der unter www.finanzgruppe.de gelisteten Institute ergänzt. Namentlich: Bausparkasse Schwäbisch Hall, DZ BANK, DZ HYP, DZ PRIVATBANK, easyCredit, Münchener Hypothekenbank, Reisebank AG, R+V, Union Investment, VR Smart Finanz.

Durch die neue, systematischere Datenerfassung wird eine flächendeckende Betrachtung und Analyse möglich. Im Vergleich zum bisherigen Verfahren konnten wir die Beteiligung deutlich auf nun über 80 Prozent steigern. Durch das geänderte Verfahren ist eine direkte Vergleichbarkeit mit den Werten der bisherigen Umfragen nicht möglich. Deshalb wird hier auf Zeit- und Zahlenreihen verzichtet.

Werte, die wirken

Regionales Engagement und
freiwillige finanzielle Zuwendungen

150

**Millionen Euro Gesamtförderung:
Spenden, Sponsoring, geldwerte Leistungen,
Corporate Volunteering**

141

Millionen Euro beträgt die Summe der **freiwilligen finanziellen Zuwendungen** der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2025.

99,5

Millionen Euro davon entfielen auf
Spenden für Vereine, Initiativen und
gemeinnützige Projekte.

41,4

Millionen Euro davon entfielen auf
Sponsoringmaßnahmen zur Förderung
von Kultur, Sport und regionalem Leben.

6,6

Millionen Euro ließen die Institute zusätzlich den Menschen und Institutionen vor Ort an **geldwerten Leistungen** – Sachspenden oder kostenlose Serviceleistungen – zukommen.

Mit vereinten Kräften setzen sich viele Institute mit ihren Mitarbeitenden auch aktiv während ihrer Arbeitszeit für gemeinnützige Zwecke ein (siehe auch Seite 24–25). Umgerechnet unterstützten sie ihre Regionen also mit

2,9

**Millionen Euro durch
Corporate Volunteering.**

Miteinander für mehr Miteinander!

Stiftungen, Gewinnsparen
und Crowdfunding

265

Millionen Euro beträgt das Volumen, mit dem die genossenschaftliche FinanzGruppe im Jahr 2025 in Stiftungen engagiert war.

Die Institute setzen damit in hohem Maße und beständig auf eine besonders nachhaltige und dauerhafte Form der Förderung regionaler Anliegen. Sie schaffen verlässliche Strukturen vor Ort und generieren neue Fördermittel.

72

Millionen Euro der angegebenen Spendensumme stammen aus den Reinerträgen des genossenschaftlichen **Gewinnsparens** (zweckgebundene Mittel). Das sind rund 75 Prozent.

Die genossenschaftlichen Gewinnsparvereine in Deutschland beziffern die Gesamtsumme an Fördermitteln, die aus den Reinerträgen des Gewinnsparens stammen – gemäß eigenen separaten Erhebungen – sogar auf insgesamt rund 96 Millionen Euro. Legt man den im Betriebsvergleich ermittelten Anteil von 75 Prozent an den Gesamtspenden zugrunde, entspräche dies einer Gesamtspendensumme von 128 Millionen Euro.

Der stets beachtliche Anteil des Gewinnsparens unterstreicht, welch wichtigen Stellenwert diese Kombination aus Sparen, Gewinnchance und gesellschaftlichem Engagement hat und wie beliebt sie ist.

Die Genossenschaftsbanken in Deutschland schaffen die Grundlage für Zusammenwirken. Sie animieren die Menschen in ihrer Region sich gemeinsam für die gute Sache einzusetzen. Dies zeigt auch der enorme Erfolg des **Crowdfunding** über die zentrale Plattform „Viele schaffen mehr“. Dort wurde zu Beginn des Jahres 2026 die Rekordmarke von

100

Millionen Euro überschritten – für wohltätige Projekte in den Regionen. Hinter dieser Summe stehen Tausende engagierte Menschen, Vereine und Initiativen, die gemeinsam zeigen, was möglich ist, wenn viele an einem Strang ziehen.

Gemeinschaft lebt vom Mitmachen

Corporate Volunteering und Mitgliedschaft

17,5

Millionen Mitglieder hatten die Genossenschaftsbanken Ende 2025. Sie sind ihre Basis. Sie zu fördern steht im Mittelpunkt des genossenschaftlichen Wirkens. Dies unterscheidet die Genossenschaftsbanken wesentlich von allen anderen Banken und Finanzdienstleistern.

Das gesellschaftliche Engagement der Genossenschaftsbanken beschränkt sich nicht nur auf finanzielle Leistungen, sondern es setzt sich im Einsatz der Mitarbeitenden fort. Denn echte Gemeinschaften leben von Menschen, die sich einbringen – mit Zeit, Wissen und Haltung. Auch dafür steht die genossenschaftliche FinanzGruppe.

Mit

8.110

Personentagen unterstützten die Mitarbeitenden und mit

1.308

Personentagen die Auszubildenden der genossenschaftlichen FinanzGruppe aktiv während ihrer Arbeitszeit das gesellschaftliche Engagement ihrer Bank in den Regionen. Das sind insgesamt **75.344 Stunden**.

Im Verhältnis zu den Durchschnitts-
gehältern in den Instituten ent-
spricht diese geschenkte Zeit einem
Gesamtwert von umgerechnet:

2,9

Millionen Euro durch **Corporate
Volunteering**

Verlässlich vor Ort

Verantwortung für Bund, Länder und Gemeinden

Da zu sein und nah zu sein, das ist für die Genossenschaftsbanken immer auch ein klares Bekenntnis zum Ort, an dem sie aktiv wirtschaften. Das macht sie zu wichtigen Steuerzahlern, die ihre Verantwortung gegenüber Bund, Ländern und Gemeinden spürbar wahrnehmen. Nicht abstrakt, sondern konkret.

2,8

Milliarden Euro an Steuern haben die Genossenschaftsbanken 2025 **in den Regionen** gezahlt. Der Wert stieg damit um 5,5 Prozent. Zu dieser Summe kommen noch die Steuern der Zentralinstitute der genossenschaftlichen FinanzGruppe hinzu. Der konsolidierte Wert liegt im Spätsommer 2026 vor.

Nachhaltig wirksam

Genossenschaftliches Engagement als
wichtiger Beitrag zu Klimaschutz, Teilhabe,
Bildungsgerechtigkeit

Bei Nachhaltigkeit geht es den Genossenschaftsbanken um sehr viel mehr als nur den Klimaschutz. Bildung und Teilhabe, soziale Gerechtigkeit, wirtschaftliche Stabilität und der verantwortungsvolle Umgang mit Ressourcen zählen für sie ebenso dazu, um die Welt von morgen ausgewogen und stabil zu gestalten. Auch in Form von gesellschaftlichem Engagement tragen die Genossenschaftsbanken zusammen mit der gesamten genossenschaftlichen FinanzGruppe zu Nachhaltigkeit bei.

Beitrag zu den 17 SDGs

Aktiv stehen sie dabei auch für die von den Vereinten Nationen ausgerufenen 17 Nachhaltigkeitsziele (Sustainable Development Goals, SDGs) ein. Diese Ziele übersetzen globale Verantwortung in konkretes lokales Handeln. Sie zeigen, wie soziales Engagement, ökologische Weitsicht und wirtschaftliche Vernunft zusammenwirken können.

Bei der Ermittlung der Engagement- und Nachhaltigkeitsdaten haben wir nun erstmals auch den Impact des Engagements auf die SDGs ermittelt. 138 der Banken (21,4 Prozent) sowie die zehn separat befragten Zentralinstitute haben hierzu detaillierte Auswertungen vorgenommen. Aus diesen ergibt sich ein differenziertes Bild zu Inhalten, Förderschwerpunkten und Wirkung.

65

Millionen Euro betrug die **Gesamtsumme** des Engagements der hier beteiligten Banken und Spezialinstitute.

48,7

Millionen Euro – also rund

75

Prozent der **Gesamtsumme** unterstützen die SDGs der Vereinten Nationen.

Verteilung auf die SDGs

1. Keine Armut
1,36 Millionen Euro



2. Kein Hunger
549.000 Euro



3. Gesundheit und Wohlergehen
16,85 Millionen Euro



4. Hochwertige Bildung
11,9 Millionen Euro



5. Geschlechtergleichheit
298.000 Euro



6. Sauberes Wasser und Sanitäreinrichtungen
820.000 Euro



7. Bezahlbare und saubere Energie
138.000 Euro



8. Menschenwürdige Arbeit und
Wirtschaftswachstum
272.000 Euro



9. Industrie, Innovation und Infrastruktur
646.000 Euro



10. Weniger Ungleichheiten
4 Millionen Euro



11. Nachhaltige Städte und Gemeinden
2,97 Millionen Euro



12. Nachhaltiger Konsum und
nachhaltige Produktion
477.000 Euro



13. Maßnahmen zum Klimaschutz
1,73 Millionen Euro



14. Leben unter Wasser
116.000 Euro



15. Leben an Land
980.700 Euro



16. Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen
751.000 Euro



17. Partnerschaften zur Erreichung der Ziele
4,89 Millionen Euro



Keine SDGs
16,26 Millionen Euro

**WIR.
MACHEN.
MORGEN.**

Morgen entsteht nicht irgendwann – es entsteht jeden Tag. Vor Ort. In den Städten und Gemeinden. In Schulen, Vereinen, Initiativen. Auch in den Firmen und Betrieben. Überall dort, wo Menschen füreinander und miteinander Verantwortung übernehmen, entsteht Zukunft.

Denn: Zusammen zu wirken schafft Halt und zusammenzuhalten gibt Stärke. Aus diesem starken Wir-Gefühl heraus lassen sich Herausforderungen besser angehen und Chancen besser nutzen.

Für die Genossenschaftsbanken ist das nichts Neues, denn die große Gemeinschaft der Mitglieder bildet seit je her die Basis ihres Tuns. 17,5 Millionen sind es in Deutschland. Ein starkes Wir, das wesentlich dazu beiträgt, die Welt von morgen zu **VERSTEHEN**, die Regionen gezielt zu **VERBESSERN** und nicht zuletzt die Menschen noch stärker und vielfältiger miteinander zu **VERBINDEN**.

VERSTEHEN.

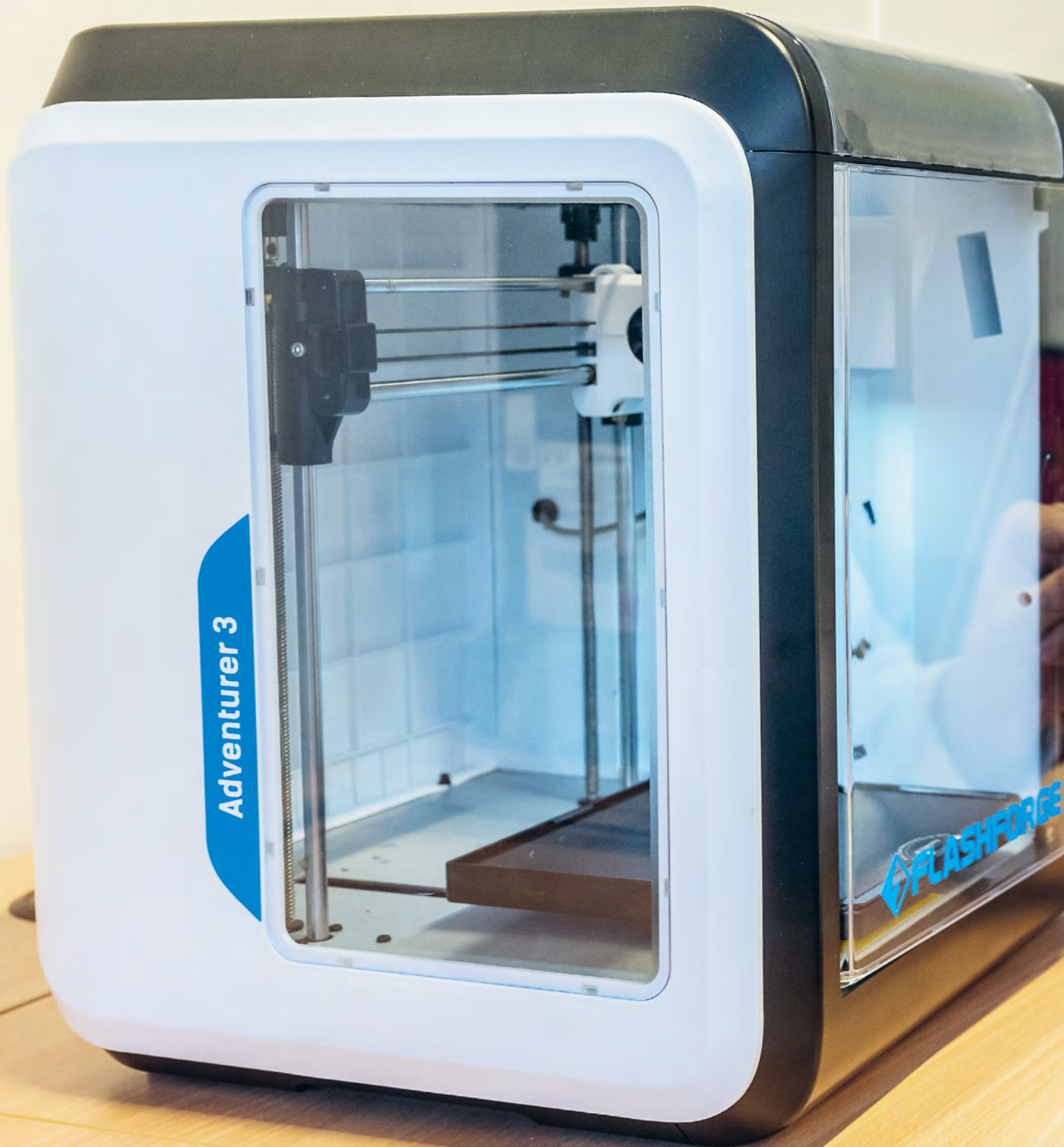
Zukunft beginnt mit Wissen. Aber: Vor dem Wissen steht immer das Verstehen. Digitale Kompetenz, finanzielle Bildung und ein grundlegendes Verständnis der Welt, in der wir leben, sind heute essenzieller denn je. Wer die Herausforderungen und Chancen von morgen meistern und nutzen will, braucht Orientierung und eine gesunde Basis, um gute und reflektierte Entscheidungen zu treffen.

Das Engagement vieler Volksbanken und Raiffeisenbanken setzt genau hier an. Als regionale Partner kennen sie die Lebensrealitäten der Menschen vor Ort. Sie unterstützen Schulen, Lernorte und Initiativen, die Kindern und Jugendlichen neue Perspektiven eröffnen und Wissenshorizonte erweitern.

Ein leuchtendes Beispiel ist die Initiative VR-DIGICATION. Mit viel Herz und Energie fördert sie die so wichtigen MINT-Fächer – Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik – in Schulen und schafft dort neue Lernstrukturen. Über 70 Genossenschaftsbanken beteiligen sich bereits daran. Wie das genau funktioniert und warum dies so nötig ist, erläutern Gründer Ron Spelt und Jana Frommherz, Leiterin der Bildungsinitiativen bei VR-DIGICATION (ab Seite 50). Mit wie viel Überzeugung und Inbrunst hier gefördert wird, zeigt das leuchtende Beispiel der VR Bank in Holstein (ab Seite 42), die mittlerweile bereits 14 Schulen in Sachen MINT fördert.

Das noch ganz frische Online-Nachhilfe-Angebot ubiMaster füllt in der Landschaft der Bildungsangebote eine große Lücke. Sie macht Nachhilfe flächendeckend und vielfach kostenlos verfügbar. Das erklärte Motto: Bildung für alle. Weit über 500.000 Kinder und Jugendliche werden bereits per ubiMaster von Mensch zu Mensch unterstützt. Direkt. Persönlich. Das passt sehr gut zu Genossenschaftsbanken. Warum genau und welche Idee hinter dem gemeinsamen Angebot steckt, erklärt Gründerin Jana Krotsch (ab Seite 64).

Die Volksbank Niedersachsen Mitte wiederum hat mit ihrem Finanzführerschein (ab Seite 56) gezielt und über viele Jahre ein Angebot etabliert, das Spaß macht, spielerisch funktioniert und überdies jungen Menschen Kompetenzen vermittelt, die für die Welt von morgen entscheidend sein können. Pädagogisch wertvoll.



A young man with dark hair, wearing a white lab coat, is shown in profile, focused on his work. He is using a pipette to transfer liquid into a multi-well plate. The background shows a laboratory setting with several other similar workstations and equipment.

Nicht lang grübeln,
einfach machen

Mit über 210.000 Euro unterstützt die VR Bank in Holstein gemeinsam mit der gemeinnützigen Initiative VR-DIGICATION mittlerweile 14 Schulen ihrer Region bei der Stärkung der MINT-Fächer – Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik.

Am Alstergymnasium in Henstedt-Ulzburg wurde dafür mit vereinten Kräften ein eigener Makerspace geschaffen. Dort gelingt es ganz leicht, die manchmal schwergewichtige Physiktheorie praktisch anzuwenden – und das mit überaus klangvollen Ergebnissen.

Emily und Leif mit Lehrer Dmitrij Fomin und Bankvorstand Uwe Augustin (rechts) im neu geschaffenen Makerspace.



Als Emily und Leif vor dem Computer sitzen, wirkt es für einen Moment wie ein ganz normaler Schultag: ein Bildschirm, eine Maus, ein paar Klicks. Doch dann landet das, was sie da gerade vorbereiten, nicht in einer Cloud und auch nicht in einem Klassenchat, sondern auf einem 3D-Drucker. „Wenn wir das so anlegen, sparen wir Stützmaterial“, sagt Leif und schiebt das Modell auf dem Monitor ein Stück zur Seite. Emily beugt sich vor, prüft die Kanten, die Aussparungen, die Halterungen. Es geht um Kopfhörer – genauer: um 24 Stück. Nicht gekauft, nicht bestellt, sondern: gedruckt.

Neben den beiden Schülern, die die Oberstufe des Alstergymnasiums in Henstedt-Ulzburg besuchen, surrt es leise. Die beiden 17-Jährigen hatten das flüssige Resin – ein fotosensibles Kunstharz, das mittels UV-Licht ausgehärtet wird – schon eingefüllt, nun läuft der 3D-Drucker los, der neben mehreren anderen auf Tischen an der Wand steht. Während des Drucks beschäftigen sich die beiden schon mit einigen fertigen Kopfhörerteilen. Sie rollen Spulen auf, löten Kabel an.

Viel Spaß im Space

Für die beiden und den Rest der Gruppe, die das Physikprofil an der Schule besuchen, macht das Arbeiten im Makerspace – so heißt der technisch gut ausgestattete Raum – enorm viel Spaß. „Wir lernen hier zum Beispiel an den Kopfhörern die Funktionsweise von Elektromagneten kennen und erlangen mehr Wissen über das Tech-

nische“, sagt Emily. Leif lässt den Blick kurz über die Drucker wandern. Auch für ihn ist der praktische Umgang mit Technik in der Schule ein Riesenvorteil. Er ist von Naturwissenschaften begeistert, familiär bedingt. „Ich konnte gar nicht anders“, erklärt er mit einem Grinsen und erzählt von seinem Vater, einem Kfz-Meister, und von der Technik, die zu Hause immer präsent ist.

Im Makerspace sind die beiden Jugendlichen gut aufgehoben. „Wir wechseln zwischen Frontalunterricht und Selbermachen“, erklärt Emily. „Dadurch kann ich alles besser verinnerlichen und habe auch viel mehr Spaß.“ Dieser Satz fällt hier oft. Es geht einfach darum, von der reinen Theorie wegzukommen und hin zu Projekten, die den Stoff für die Schüler greifbar machen.

Von der Skizze zum fertigen Produkt

Dabei sind die Kopfhörer, die hier gerade entstehen, nicht nur eine nette Spielerei. Sie sind Teil eines größeren Konzepts. Den Kurs, den 16 Schülerinnen und Schüler besuchen, leitet Dmitrij Fomin. Der Physik- und Mathematiklehrer arbeitet seit vier Jahren an der Schule. „Die Jugendlichen profitieren enorm vom Makerspace, weil wir dank der Ausstattung ganz andere Möglichkeiten haben, Projekte umzusetzen“, sagt er. „Dadurch kommen wir auf Ideen, die wir von der Skizze bis zum fertigen Produkt umsetzen können. Das hilft enorm dabei, Schüler für Naturwissenschaften zu begeistern.“

Das Prinzip „Von der Skizze zum fertigen Produkt“ ist hier kein Slogan, sondern Methode. Das Physikprofil der Schule besteht nicht nur aus Unterricht im klassischen Sinne, sondern aus fünf Stunden in der Klasse und drei Stunden im Makerspace. „Das bedeutet, dass die Schüler das, was sie im normalen Unterricht in der Theorie gelernt haben, hier anwenden“, sagt Fomin. „Und was sie hier praktisch ausprobiert haben, können sie im Unterricht vertiefen.“

Die Kopfhörer sind eines dieser Projekte. Daneben entstehen andere: ein Spektrometer zum Beispiel, das etwa die Beugung von Licht an einem Gitter misst und in der Industriearbeit schnell 2.000 Euro kosten kann. Hier bauen die Schülerinnen und Schüler es mit einem Materialbudget von etwa 10 Euro selbst. Nicht nur, um ein Profi-Gerät zu ersetzen, sondern damit die Jugendlichen es in die Hand nehmen und ausprobieren können. „Sie müssen keine Angst haben, dass was kaputtgehen kann“, sagt Dmitrij Fomin. „Und die Phänomene lassen sich trotzdem erkennen.“ Ein weiteres Beispiel sind kleine Dinosaurier-Figuren, die im 3D-Drucker entstehen. Sie werden ebenfalls im Physikunterricht genutzt, als Volumenmodelle. „Wer das Volumen dann berechnen kann, versteht, wie Wissenschaftler Masse und Gewicht rekonstruieren, obwohl niemand je ein ausgestorbenes Tier auf eine Waage gestellt hat“, sagt der Lehrer.

Unterstützung für 14 Schulen

Den Makerspace hat die Schule nicht selbst finanziert und eingerichtet, für 3D-Drucker, Verbrauchsmaterialien, Werkzeuge und digitale Infrastruktur würden die eigenen Mittel kaum ausreichen. Unterstützt wird das Alstergymnasium von der VR Bank in Holstein. „Wir haben mittlerweile 14 Schulen, mit denen wir zusammenarbeiten, um den Bereich der MINT-Fächer – also Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik – zu stärken“, sagt Uwe Augustin, der heute den Makerspace besucht. „Ich finde es toll, wie die Jugendlichen hier an Produkten und Lösungen arbeiten“, sagt der Vorstand der Bank. „Denn das brauchen wir am Standort Deutschland: Wir müssen das Know-how in den Naturwissenschaften fördern, Bildungschancen verbessern, gerade auch im ländlichen Raum. Daher ist das ein ganz tolles Projekt!“

Die Bank finanziert das Engagement aus den Reinerträgen des Gewinnsparens. VR-Bank-Kundinnen und -Kunden erwerben dabei Lose, ein Teil der Beiträge fließt in Sparanteile, ein Teil in eine Lotterie, ein weiterer Teil in den Reinertrag, aus dem die Banken dann regional Projekte fördern. Seit 2022, sagt Uwe Augustin, kamen so über 210.000 Euro solchen Bildungsprojekten zugute.



Löten, Schrauben, Tüfteln, Rechnen, Probieren gehören hier zum Schulalltag und gleichzeitig warten am Ende sehens- und hörensweite Ergebnisse.





Consu
Price: 2
Print time

Save to

Slice S

Layer Thickness
Normal Exposure
Off Time(s):
Bottom Exposure T
Bottom layers:

Basic

Z Lift Distance(mm):

Z Lift Speed(mm/s):

00:00/03:10

0

5°C

„Wir wollen dort fördern, wo es Sinn ergibt.“

Die Bank greift dabei auf die langjährige Erfahrung der bundesweit tätigen, gemeinnützigen MINT-Initiative VR-DIGICATION zurück. Diese fördert, coacht und begleitet Schulen von der Grundschule bis zum Gymnasium – von der Ausstattung mit hochwertigem, passgenauem MINT-Equipment wie 3D-Druckern, Lernrobotern oder Sets zu erneuerbaren Energien bis hin zum Aufbau eines Makerspaces. Seit 2020 fördert VR-DIGICATION gemeinsam mit über 70 Volksbanken und Raiffeisenbanken in elf Bundesländern bereits mehr als 200 Schulen. „Uns hilft dieses Engagement sehr, weil wir zielgruppengenaу beraten werden“, erklärt Uwe Augustin. „Gleichzeitig schauen wir uns jeden Förderantrag der Schulen sehr genau an, weil wir nur dort fördern wollen, wo es Sinn ergibt.“ Denn ein Makerspace braucht nicht nur Begeisterung, sondern auch WLAN, verlässliche Technik, Räume – und vor allem eine Person, die ihn dauerhaft betreut, damit das Engagement auch wirkt.

Am Alstergymnasium funktioniert das hervorragend. Der Raum wird genutzt – und es entstehen Produkte, die gebraucht werden. Daraus ist mittlerweile auch eine eigene Schülerfirma entstanden, die die Produkte verkauft. So können auch mehr Jugendliche teilnehmen, die sich zum Beispiel mit Kalkulationen, Werbung oder dem Verkauf beschäftigen. Die Richtung ist klar: Was hier entsteht, soll nicht im Schrank verschwinden,

es soll genutzt werden. Die Schülerinnen und Schüler finden das gut – denn so können sie neben naturwissenschaftlichen auch wirtschaftliche Kenntnisse aufbauen.

VR Bank in Holstein eG

Bilanzsumme: 3,98 Milliarden Euro

Mitglieder: 55.595

Kunden: 102.528

Geschäftsstellen: 20

Mitarbeitende: 474

Stand: 31. Dezember 2025





Engagement

Reportagen

VfV



Zukunft beginnt im Klassenraum

Deutschland spricht über Digitalisierung, doch in vielen Schulen fehlen noch immer die Grundlagen dafür. Die bundesweite Initiative VR-DIGICATION setzt auf experimentelles, praxisnahes Lernen statt reiner Theorie. Das Best-Practice-Beispiel der VR Bank in Holstein auf den Seiten 42 bis 49 hat dies sehr deutlich gezeigt. Die Bank ist eine von mittlerweile über 70 Volksbanken und

Herr Spelt, was hat Sie motiviert, VR-DIGICATION zu gründen?

Spelt: Der Ausgangspunkt war eigentlich eine Mischung aus Verwunderung, Frustration und dem Gefühl, dass in Deutschland eine riesige Lücke klafft: Wir reden seit Jahren darüber, dass MINT-Themen unglaublich wichtig sind, also: Mathematik, Informatik, Naturwissenschaften und Technik. Gleichzeitig sprechen wir von Digitalisierung, Transformation, Künstlicher Intelligenz, Innovationsfähigkeit und Fachkräftemangel – aber wir investieren nicht konsequent genug in den Ort, an dem all das beginnen müsste: in die Schule. Mich hat dieser Widerspruch nicht mehr losgelassen.

Raiffeisenbanken, mit denen VR-DIGICATION bereits über 200 Schulen in Deutschland mit wichtigem Lernequipment und Makerspaces ausgestattet hat. Das ist beachtlich. Wir sprachen mit Geschäftsführer Ron Spelt und der Leiterin der Bildungsinitiative Jana Frommherz über Chancen, Notwendigkeiten und möglichen Support für die Bildungslandschaft von morgen.

Gab es einen Moment, in dem Ihnen das besonders klar geworden ist?

Spelt: Ja, den gab es tatsächlich. Ich hatte 2018 über ein anderes Projekt mit einer Schule zu tun und kam mit dem Schulleiter ins Gespräch. Er zeigte mir einen Fachraum für Naturwissenschaften und mein erster Gedanke war: Das sieht hier im Grunde noch so aus wie zu meiner eigenen Schulzeit – und die ist 25 Jahre her. Wie soll in so einem Umfeld Begeisterung für moderne Technologien entstehen? Das ist kein Vorwurf an die Lehrkräfte, im Gegenteil. Sie würden gerne mehr Informatik, Robotik, digitale Fertigung oder forschendes Lernen integrieren. Es war eher der Moment, in dem ich verstanden habe: Hier gibt es

unglaublich viele engagierte Menschen, aber die Mittel, die Strukturen und oft auch die Ausstattung reichen einfach nicht aus. Es fehlen einfach hochwertige Materialien, Beschaffungswege, die schnell und sinnvoll funktionieren, die Möglichkeit, Lehrkräfte bei der Einführung neuer Methoden und Technologien so zu begleiten, dass daraus wirklich nachhaltige Unterrichtsentwicklung wird. Und wenn das so ist: Wie kann man dann sinnvoll helfen?

Und, wie machen Sie das?

Frommherz: Wir verhelfen Schulen in Deutschland zu hochwertigem MINT-Equipment und Makerspaces, um Lehrkräften, aber vor allem Kindern und Jugendlichen ein experimentelles, begeistertes, spielerisches Lehren und Lernen zu ermöglichen. Dabei geht es um Lernräume, um die präzise Unterstützung modernster didaktischer Konzepte wie etwa dem 4K-Lernmodell (Kreativität, Kollaboration, Kommunikation und kritisches Denken), um eine enge Begleitung der Schulen und um die Frage: Wie macht man aus Technik ein Lernerlebnis? Ein Makerspace zum Beispiel ist für uns kein schicker Designraum mit ein paar Geräten, sondern eine Lernumgebung, in der Kinder und Jugendliche selbst tätig werden können. Sie können dort forschen, bauen, ausprobieren, scheitern, verbessern und gemeinsam Lösungen entwickeln. Sie sehen schneller, was ihr Handeln bewirkt, und erleben Zusammenhänge nicht nur theoretisch, sondern praktisch.

Was heißt spielerisches Lernen in diesem Zusammenhang?

Frommherz: Spielerisch heißt nicht oberflächlich, sondern dass Lernen über Neugier, Praxis und Entdecken funktioniert. Ein Kind, das mit einem Lernroboter arbeitet, lernt Problemlösungen kennen, strukturiertes und logisches Denken, Ausdauer und Teamarbeit. Aber es fühlt sich anders an als klassischer Frontalunterricht. Gerade das ist so wichtig. Kinder und Jugendliche von heute sind mit einer ganz anderen Welt groß geworden. Sie sind permanent Reizen ausgesetzt, sie sind digital umgeben, sie sind schnell gelangweilt, wenn etwas nur abstrakt erklärt wird. Wenn man sie dagegen aktiv einbindet, sie selbst bauen oder programmieren lässt, dann erreicht man sie viel besser.

Um die Projekte mit den Schulen zu finanzieren, arbeiten Sie eng mit Volksbanken und Raiffeisenbanken zusammen. Wie funktioniert das?

Frommherz: Die Zusammenarbeit beginnt in der Regel damit, dass eine Volksbank oder Raiffeisenbank auf VR-DIGICATION zukommt, weil sie sich in ihrem Geschäftsgebiet für die zukünftige Innovationskraft, gegen den Fachkräftemangel und für moderne MINT-Bildung an ihren Schulen einsetzen möchte. Gemeinsam schauen wir dann, welche Schulen infrage kommen und welchen konkreten Bedarf es gibt. Wir übernehmen anschließend die inhaltliche und konzeptionelle Arbeit und entwickeln ein passgenaues Konzept: von der Ausstattung mit hochwertigem MINT-Equipment wie

3D-Druckern, Lernrobotern oder Sets zu erneuerbaren Energien bis hin zum Aufbau ganzer Makerspaces. Dabei bleibt es nicht bei der reinen Ausstattung. Wir coachen und begleiten die Schulen auch, unterstützen Lehrkräfte und stellen sicher, dass die Materialien auch nachhaltig im Unterricht verankert werden. Die Bank fungiert dabei als regionaler Förderpartner, der dafür zum Beispiel die Reinerträge aus dem Gewinn-sparen, Stiftungsgelder, Crowdfunding-Kampagnen oder auch Co-Förderung mit Firmenkunden einsetzt. Dadurch entstehen individuelle Partnerschaften zwischen Banken und Schulen, aus denen etwa gemeinsame Umweltprojekte hervorgehen können, Firmenkunden als externe Wissensträger eingebunden oder auch Schülergenossenschaften und -firmen gegründet werden.

Warum arbeiten Sie hier so eng mit den Volksbanken und Raiffeisenbanken zusammen?

Spelt: Die Banken sind deutschlandweit vor Ort, nah an den Schulen, an den Fördervereinen, an den Regionen. Sie sehen, was gebraucht wird, und sie bringen das Thema in ihren Geschäftsgebieten mit voran. Und sie bringen etwas mit, das für unser Modell zentral ist: regionale Verankerung, gesellschaftliche Verantwortung und ein Verständnis von Hilfe zur Selbsthilfe. Als wir uns gefragt haben, wer so eine Initiative in die Fläche tragen könnte, war schnell klar, dass die Volksbanken und Raiffeisenbanken ein guter Partner sein können. Stand heute können wir auf eine etablierte und wachsende Initiative zurückblicken, die noch viel mehr Lust auf morgen macht.

VR-DIGICATION ist gemeinnützig. Warum haben Sie diese Rechtsform gewählt?

Spelt: VR-DIGICATION ist aus einer inhaltlichen Idee und aus viel ehrenamtlicher Vorarbeit entstanden. Wir haben das in den ersten Jahren praktisch aus Überzeugung aufgebaut. Vieles lief ehrenamtlich, vieles lief über eigenes Investment, über Zeit, Energie, Gespräche, Konzeption, juristische und administrative Klärungen. Wir mussten ja erst einmal prüfen: Ist der Bedarf wirklich so groß? Können wir das sauber und rechtssicher aufsetzen? Welche Strukturen braucht es? Und irgendwann war klar: Das hat so viel Substanz, das braucht eine eigene Form. Deshalb haben wir uns für die gemeinnützige Struktur entschieden. Diese ist auch deswegen so passend, weil wir mit Fördergeldern arbeiten, mit Spenden, Reinerträgen und mit gesellschaftlichem Engagement. Als gemeinnütziges Unternehmen arbeiten wir zudem nicht profitorientiert, sondern decken nur unsere Kosten. Die Gemeinnützigkeit schafft außerdem Glaubwürdigkeit. Gerade wenn man mit Schulen, öffentlichen Strukturen und Banken zusammenarbeitet, muss klar sein, dass es nicht um irgendein verdecktes Geschäftsmodell geht, sondern um gesellschaftliche Wirkung.

Wie groß ist der gesellschaftliche Impact von VR-DIGICATION?

Frommherz: Wenn ein Projekt erst greift, wenn Menschen schon im Berufsleben stehen, dann ist vieles längst entschieden. Wir setzen dagegen in einer Phase an, in der

Bildungsbiografien, Interessen und Selbstbilder noch offen sind. Das hat direkte Auswirkungen auf Kinder und Jugendliche, auf Lehrkräfte und Schulen, aber auch auf Regionen und die dortige Wirtschaft. Gerade in ländlicheren Gegenden ist es unglaublich wichtig, dass Kinder sehen: Auch hier gibt es spannende Berufe, interessante Unternehmen und Innovationen, die man selbst mit schaffen kann. Gute MINT-Bildung stärkt aber nicht nur spätere Berufswege, sondern auch die Fähigkeit, eine immer technologischere Welt zu verstehen. Und der Zugang dazu darf nicht davon abhängen, ob eine Schule zufällig besonders gut ausgestattet ist oder ob Eltern privat bestimmte Dinge kompensieren können. Wenn wir wollen, dass Kinder, vor allem aber auch Mädchen faire Chancen bekommen, dann müssen wir solche Lernzugänge in größerem Maße schaffen.

Wie geht es weiter mit
VR-DIGICATION?

Frommherz: Der Bedarf an unseren Angeboten ist weiterhin sehr hoch. Es gibt viele Schulen, die gerne gefördert würden. Unsere Vision ist, dass hochwertiges, experimentelles MINT-Lernen in Deutschland viel selbstverständlicher wird. Nicht als Ausnahme oder als schönes Leuchtturmprojekt, sondern als echter Teil schulischer Realität. Wir wollen, dass Lehrkräfte die Mittel haben, ihre Ideen umzusetzen, und Kinder und Jugendliche nicht nur über Zukunftstechnologien reden, sondern mit ihnen arbeiten, damit daraus langfristig mehr Zutrauen, mehr Kompetenz und mehr Begeisterung entstehen.

Was wäre für Sie in zehn Jahren ein Erfolg?

Spelt: Ein Erfolg wäre für mich, wenn wir in zehn Jahren nicht mehr darüber sprechen müssten, dass moderne MINT-Bildung in Deutschland ein Sonderfall ist. Wenn es selbstverständlicher geworden ist, dass Kinder experimentieren, programmieren, bauen, forschen und Technologien verstehen dürfen. Wenn Schulen mehr Möglichkeiten haben. Wenn sich Lehrkräfte unterstützt statt ausgebremst fühlen. Und wenn aus dieser frühen Förderung sichtbar mehr junge Menschen in Berufe und Studiengänge gehen, die unsere Gesellschaft, aber vor allem auch unsere Wirtschaft in Zukunft dringend braucht. Dann hätten wir genau das erreicht, worum es uns von Anfang an ging: nicht nur kurzfristig zu helfen, sondern langfristig etwas zu verändern.

www.vr-digication.de







Geldfragen
sind Weltfragen

Mit ihrem Finanzführerschein an Schulen schließt die Volksbank Niedersachsen-Mitte eine wichtige Bildungslücke. Sie baut eine Brücke zwischen den alltäglichen Geldangelegenheiten und den zugrunde liegenden Abläufen. Damit sensibilisiert sie die Jugendlichen in ihrer Region für einen verantwortungsvollen, reflektierten

und vorsichtigen Umgang mit Geld. Zugleich liefert sie wichtiges Hintergrundwissen zu Dingen und Abläufen, die für viele Schülerinnen und Schüler längst alltäglich geworden sind. Sie leistet damit Aufklärungsarbeit, die von den Klassen dankend und begeistert angenommen wird – jede Menge Aha-Effekte inklusive.

Stefanie Müller steht vorne am Whiteboard, den Stift locker in der Hand. „Welche Social-Media-Kanäle nutzt ihr eigentlich?“, fragt sie und schaut die Schülerinnen und Schüler an. Ein paar Sekunden lang passiert nichts, dann kommen die Antworten durcheinander: „TikTok.“ „Instagram.“ „Snapchat.“ Sie nickt, hakt nach, wer wie oft dort unterwegs ist. „Und wer von euch hat darüber schon mal etwas gekauft – oder war kurz davor?“ Jetzt gehen die Hände schneller hoch. „Und wie habt ihr bezahlt? Direkt? Oder später?“ „Später“, sagt ein Schüler aus der zweiten Reihe. „Direkt“, ruft ein anderer. Ein paar nicken, ungefähr die Hälfte der Klasse kennt die Kaufwege. Stefanie Müller lässt das erst einmal so stehen. Sie kommentiert nichts, sie sammelt. Und genau darin liegt schon der Kern dieses

Vormittags: Es geht nicht darum, den Jugendlichen etwas auszureden, sondern sichtbar zu machen, wie selbstverständlich bestimmte Dinge geworden sind und was dahintersteckt.

Wissenslücken schließen

Im hellen Klassenraum der LUKAS Schule im niedersächsischen Bassum, an der rund 400 Schülerinnen und Schüler lernen, heftet Michael Hamel nun laminierte Karten an eine Tafel: „Klarna“, „VISA“, „SEPA-Einzugsermächtigung“. Der Lehrer für Deutsch, Geschichte und Politik-Wirtschaft unterstützt Stefanie Müller beim Workshop. Er kennt seine Klasse, beobachtet genau, wann sie aufmerksam

ist und wann nicht. Stefanie Müller zeigt auf die Karten, fragt nach, lässt die Klasse reagieren. Die meisten kennen die Begriffe, viele nutzen sie, aber wie sie funktionieren, weiß niemand so genau. Genau hier setzt der Finanzführerschein an. Der Workshop, den die Volksbank Niedersachsen-Mitte an Schulen in der Region anbietet, schließt genau diese Lücke. Es geht um grundlegende finanzielle Bildung, um Themen, die für viele Jugendliche noch ein bisschen nach Zukunft klingen, die aber längst Teil ihres Alltags sind.

„Gerade beim Onlineshopping ist der Reiz natürlich groß, einfach später zu bezahlen“, sagt Stefanie Müller, „aber genau da kann man schnell den Überblick verlieren.“ Sie spricht ruhig, sachlich, ohne großen Druck, eher erklärend als warnend. Die Bankkauffrau und -betriebswirtin weiß, wovon sie spricht. Jahrelang hat sie in der Kundenberatung gearbeitet, hat gesehen, wie sich kleine Entscheidungen summieren können, wie aus scheinbar harmlosen Verträgen irgendwann etwas wird, das schwerer zu überblicken ist. Heute ist sie Trainerin, bildet Auszubildende aus und steht regelmäßig in Klassenzimmern wie diesem.

Der Finanzführerschein dauert 90 Minuten, eine Doppelstunde, die prall gefüllt ist, aber nicht überfrachtet. Es wird gefragt, diskutiert, gerechnet. Es gibt Beispiele, kleine Übungen, Gruppenarbeit – und immer wieder die Rückbindung an den Alltag. Michael Hamel verfolgt den Ablauf aufmerksam. Der Lehrer greift punktuell ein und hilft beim Workshop. „Wir behandeln

solche Themen natürlich auch im Unterricht“, sagt er später, „aber es hilft enorm, wenn jemand von außen kommt.“ Es sei ein anderer Zugang, eine andere Perspektive – und auch ein anderer Effekt: „Das hat für die Schülerinnen und Schüler oft noch mal einen anderen Stellenwert.“ Inhalte setzen sich manchmal besser, wenn sie in einem anderen Kontext auftauchen.

Verständnis wecken

Michael Hamel sieht darin einen großen Gewinn. Zumal vieles, was Jugendliche tun, technisch inzwischen ganz selbstverständlich geworden ist – und dennoch fehlt oft das Verständnis für die Folgen. Dass jemand Onlinebanking nutzen, kontaktlos zahlen oder per App einen Überblick über sein Konto haben kann, sagt noch wenig darüber aus, ob dieselbe Person auch einschätzen kann, welche Art von Vertrag sinnvoll ist, wie teuer ein Ratenkauf wird oder warum mehrere kleine Verpflichtungen zusammen problematisch werden können.

Der Workshop ist inzwischen bei der ersten Gruppenübung angekommen. Die Schülerinnen und Schüler schauen sich laminierte Zettel mit fiktiven Personenprofilen an. Es geht um Handyverträge, Ratenkäufe, Immobilienbesitz. Pro Kleingruppe geben die Jugendlichen die entsprechenden Werte in einen SCHUFA-Simulator ein, der den SCHUFA-Score berechnet – dieser schätzt die Kreditwürdigkeit von Verbrauchern ein. Sie diskutieren, schauen auf die Ergebnisse, ein Rating erscheint. Zahlen, die plötzlich etwas bedeuten. „Echt jetzt?“, sagt

60-61



„Es hilft enorm, wenn jemand von außen kommt“, sagt Michael Hamel (oben, links), der als Lehrer Stefanie Müller (rechts) bei ihrer Aufklärungsarbeit unterstützt. Bei den Schülerinnen und Schülern kommt dieser Unterricht der anderen Art sehr gut an (unten).



jemand leise, „so schlecht ist das, wenn man zu viele Kredite hat?“ Dass mehrere kleine Verträge zusammen eine schlechte Bonität ergeben können, ist für viele neu.

„Ich habe jetzt viel mehr Ahnung von Finanzthemen“

Stefanie Müller geht durch die Reihen, beantwortet Fragen, erklärt, ordnet ein. Auch Michael Hamel bleibt nah dran, spricht mit einzelnen Schülerinnen und Schülern, hört zu. Es ist dieses Zusammenspiel, das den Workshop trägt. Nele sitzt in einer der Gruppen, sie ist in der 10. Klasse, macht bald ihren Abschluss und hat ihren weiteren Weg schon im Blick: erst Sozialassistentin, dann Erzieherin, vielleicht später Studium zum Grundschullehramt. Sie wirkt ruhig, überlegt, und das bestätigt sich auch, als sie später über den Workshop spricht. „Ich fand’s interessant“, sagt sie. „Ich wusste vorher gar nicht so genau, wie das mit der SCHUFA und mit Krediten funktioniert.“ In ihrem Umfeld sei das Thema noch nicht so präsent, Verschuldung im Freundeskreis kenne sie so nicht. Nele beschreibt auch ihren eigenen Umgang mit Geld als eher vorsichtig. Sie gibt nicht viel aus, hat auch von ihren Eltern einiges an Wissen mitbekommen und trotzdem sagt sie am Ende: „Ich habe jetzt viel mehr Ahnung von Finanzthemen.“

Auch Stefanie Müller ordnet ein: Die Jugendlichen sind technisch oft sehr fit – Onlinebanking, Apps, Bezahlen per Smartphone –, aber die Risiken haben sich verschoben. „Man kann heute so schnell klicken und dann ist das einfach ein Ratenkauf, der einen lange begleitet. Der Druck von außen ist groß“, sagt sie. Die sozialen Medien zeigen oft, welche Statussymbole wichtig sind. Das Gefühl, mithalten zu müssen, kennen viele Jugendliche. Gleichzeitig kann die Welt der Finanzen sehr verwirrend sein. Der Workshop behandelt deswegen viele Themen: Überweisungen, kontaktloses Bezahlen, girocard, Kreditkarte, Auszüge, Lastschrift. Wie viele Girokonten darf man eigentlich haben? Was ist Skimming? Was braucht man für eine Kontoeröffnung? Spätestens hier merkt man: Der Finanzführerschein ist ein Kurs, der Stabilität und die Fähigkeit vermitteln will, im finanziellen Leben nicht unnötig ins Rutschen zu kommen.

Wertvolles Wissen

Mit dem Finanzführerschein startet die Volksbank Niedersachsen-Mitte ihr finanzielles Bildungsangebot. Sie bietet aber auch Workshops für Berufseinsteiger an, in denen Themen wie das erste Gehalt, Sparen, Fördermöglichkeiten und finanzielle Planung behandelt werden. „Der Bedarf ist groß“, erklärt Stefanie Müller, die pro Jahr mehr als ein Dutzend dieser Präventions-Workshops gibt. Im Anschluss legen die Schülerinnen und Schüler die Finanzführerschein-Prüfung ab, die der theoretischen Führerscheinprüfung nachempfunden ist.

Hierbei gilt es, eine ganze Reihe von Fragen zu beantworten, unter anderem folgende: Wie teuer ist ein Mobilfunkvertrag wirklich? Wann kann ich kündigen? Was passiert, wenn ich mein Alter falsch angebe? Welche Risiken gibt es beim Onlinekauf? Wie viele Girokonten darf ich haben? Was muss ich tun, wenn mein Smartphone gestohlen wird? Auch hier sind die Schülerinnen und Schüler motiviert. Einige Wochen später erhalten sie dann von der Volksbank Niedersachsen-Mitte ein schriftliches Zertifikat, das ihnen eine finanzielle Grundbildung bescheinigt. Das Wissen, das sie im Workshop gelernt haben, haben sie schon jetzt immer dabei.

Volksbank Niedersachsen-Mitte eG

Bilanzsumme: 3.466 Millionen Euro

Mitglieder: 57.054

Kunden: 129.000

Geschäftsstellen: 29

Mitarbeitende: 500

Stand: 31. Dezember 2025





Nach den erfolgreichen Lernexkursen mit verblüffendem Alltagsbezug und jeder Menge Aha-Effekten erhält zum Abschluss des Finanzführerscheins jede Absolventin und jeder Absolvent ein offizielles Zertifikat von der Bank (unten).





**„Wenn Bildung
vom Geldbeutel
abhängt, ist sie kein
Grundrecht mehr“**

Hausaufgaben am Küchentisch, Frust bei Mathe und die Frage nach teurer Nachhilfe – aufgrund genau solcher Alltagssituationen entstand das Nachhilfe-Start-up ubiMaster. Gründerin und Geschäftsführerin Jana Krotsch erklärt im

Interview, warum Bildung in Deutschland noch immer vom Geldbeutel abhängt und wie ihre Plattform – unter anderem in Zusammenarbeit mit den vielen Volksbanken und Raiffeisenbanken vor Ort – genau dies verändern will.

Frau Krotsch, Sie haben 2018 Ihren sicheren Job bei einer Versicherungsgesellschaft gekündigt, um das Start-up ubiMaster zu gründen. Was hat Sie dazu motiviert?

Krotsch: Der erste Impuls war sehr persönlich. Ich habe drei Kinder und wie in vielen Familien begann unser Abend nicht selten mit der Frage: „Mama, kannst du mir das erklären?“ Oder: „Papa, ich verstehe das nicht.“ Wir saßen dann am Küchentisch, nach einem langen Arbeitstag, und versuchten uns an binomischen Formeln oder Gedichtinterpretationen. Irgendwann merkten wir: Das reicht nicht immer. Nachhilfe ist dann der nächste Gedanke, der aber Organisation, Termine, Fahrtwege und vor allem auch hohe Kosten bedeutet. Außerdem ist Nachhilfe nicht selten frustrierend, wenn Termine nicht passen oder der Unterricht ausfällt. Was mich zudem besonders beschäftigt hat: Wir konnten uns das leisten, viele Familien können

es nicht. Gute Bildung ist in Deutschland immer noch stark von Einkommen, Wohnort und sozialem Hintergrund abhängig. Wenn Bildung aber ein Grundrecht ist – und ich bin zutiefst überzeugt, dass sie das sein sollte –, dann darf sie nicht vom Geldbeutel abhängen.

Und dann kamen Sie auf ubiMaster. Wie funktioniert Ihr Angebot?

Krotsch: ubiMaster ist eine digitale Lernplattform, die Schülerinnen und Schülern an sieben Tagen die Woche Nachhilfe ermöglicht. Man muss keinen Termin zwei Wochen im Voraus buchen, sondern bekommt flexible Unterstützung genau dann, wenn sie gebraucht wird. Wir haben mit Mathematik und Physik begonnen – den klassischen Hürdenfächern. Denn dort entsteht häufig der größte Druck. Inzwischen haben wir das Angebot um weitere Kernfächer erweitert.

Die Nachhilfe geben Menschen, keine Technik. Wie funktioniert das?

Krotsch: Genau, hinter ubiMaster sitzt kein Chatbot, keine automatisierte Lösung, hier lehren echte Menschen. Die Kinder und Jugendlichen haben Zugang zu geprüften Tutorinnen und Tutoren, 1:1, per Video, in Echtzeit. Diese durchlaufen einen mehrstufigen Auswahlprozess mit fachlichen Tests, didaktischen Gesprächen und persönlichen Interviews, außerdem verlangen wir ein erweitertes Führungszeugnis. Wir haben ein eigenes Tutor-Management-Team, das ausschließlich für die Auswahl, die Qualitätssicherung und die Weiterbildung zuständig ist. Und wir analysieren kontinuierlich Feedback. Lernsessions werden qualitätsgesichert. Qualität ist für uns kein Marketingbegriff – sondern Grundlage unseres Modells.

Warum ist es Ihnen so wichtig, auf Menschen zu setzen, gerade im Zeitalter von KI?

Krotsch: Weil Lernen mehr ist als Informationsvermittlung. Ein Kind kommt nicht nur mit einer Matheaufgabe in die Session. Es kommt mit Emotionen, Frust, Unsicherheit und oft auch mit Angst vor der nächsten Klassenarbeit. Ein Algorithmus kann erklären, was der Satz des Pythagoras ist. Aber er kann nicht sagen: „Ich sehe, dass du gerade verunsichert bist. Lass uns das Schritt für Schritt angehen.“ Unsere Vision ist nicht, KI auszuschließen. Im Gegenteil. Wir entwickeln gerade Systeme, die personalisierte Übungsaufgaben generieren, Lernstände analysieren und gezielt Wiederholungen

vorschlagen. Aber KI soll entlasten, nicht ersetzen. Die Technologie kann Routineaufgaben übernehmen, der Mensch bleibt für Motivation, Beziehung und Ermutigung zuständig. Gerade bei jungen Menschen ist das entscheidend.

Ihr Geschäftsmodell unterscheidet sich von klassischer Nachhilfe. Warum?

Krotsch: Klassische Nachhilfe ist teuer. Wenn Eltern 120 oder 140 Euro im Monat pro Fach zahlen, dann ist das eine erhebliche Belastung. Und genau dort entsteht Bildungsungerechtigkeit. Deshalb haben wir von Anfang an anders gedacht. Der Großteil unserer Zugänge wird nicht von Eltern bezahlt, sondern von Partnern, zum Beispiel von Arbeitgebern, mit denen wir kooperieren oder auch von den Genossenschaftsbanken in Deutschland.

Wie funktioniert das genau?

Krotsch: Als die Wachstumsphase von ubiMaster begann, war für uns klar, dass wir Partner brauchen, die verlässlich sind, regional verankert und von den Menschen als vertrauenswürdig wahrgenommen werden. Genau das trifft auf die genossenschaftliche FinanzGruppe zu. Über die Volksbanken und Raiffeisenbanken können wir möglichst vielen Kindern den Zugang zu unserem Angebot ermöglichen. Mittlerweile integrieren 130 Genossenschaftsbanken ubiMaster in ihre Jugendkonten. Davon profitieren alle Seiten: Die Banken stärken frühzeitig die Bindung zu jungen Kundinnen und Kunden, Eltern

werden finanziell und organisatorisch entlastet und Schülerinnen und Schüler erhalten unkompliziert Zugang zu individueller Unterstützung – genau dann, wenn sie sie brauchen. Zusätzlich profitieren auch die Mitarbeitenden der genossenschaftlichen FinanzGruppe, etwa wenn ubiMaster für sie als Mitarbeiterbenefit angeboten wird.

Warum passt ubiMaster aus Ihrer Sicht besonders gut zur genossenschaftlichen FinanzGruppe?

Krotsch: Weil wir ähnliche Werte teilen. Das genossenschaftliche Prinzip lautet: „Was einer allein nicht schafft, das schaffen viele.“ Genau das ist auch unser Ansatz im Bildungsbereich. Eine Familie allein kann vielleicht keine kontinuierliche Förderung finanzieren. Aber wenn eine Bank sagt: Wir stellen Bildung als Bestandteil unseres Jugendangebots zur Verfügung, dann entsteht ein kollektiver Hebel. Gerade in ländlichen Regionen, wo es kaum Nachhilfeangebote gibt, wird digitale Unterstützung plötzlich zur realen Chancenerweiterung.

Wie groß ist ubiMaster heute?

Krotsch: Wir haben inzwischen knapp 60 Mitarbeitende im Kernteam. Dazu mehrere hundert Tutorinnen und Tutoren verteilt über die Fachbereiche. Wir arbeiten mit über 250 Partnern – Banken und Unternehmen. Und wir erreichen mittlerweile weit über eine halbe Million Schülerinnen und Schüler.

Sie haben ubiMaster inzwischen um ein Finanzbildungsangebot erweitert. Warum?

Krotsch: Weil wir eine neue Lücke gesehen haben. Mit 18 endet für viele die Schulbildung – aber nicht der Bildungsbedarf. Viele junge Erwachsene wissen nicht, wie ein Mietvertrag funktioniert, was Zinseszins bedeutet oder wie die Altersvorsorge aufgebaut wird. Gleichzeitig treffen sie Entscheidungen mit langfristigen Auswirkungen. Deshalb haben wir ubiMaster FINANCE entwickelt – für 16- bis 35-Jährige. Mit alltagsnahen Challenges, verständlichen Erklärungen und auch hier mit der Möglichkeit, Fragen an echte Menschen, unsere Finanz-Buddies, zu stellen. Wir verkaufen dort keine Produkte, sondern schaffen Verständnis. Finanzielle Bildung ist aus meiner Sicht eine Grundvoraussetzung für Selbstbestimmung.

Wie sehen Sie ubiMaster in fünf Jahren?

Krotsch: Ich sehe ubiMaster als festen Bestandteil einer chancengerechten Bildungslandschaft, eine Plattform, die schulische Bildung, Lernstrategien, Alltagskompetenz und Finanzbildung verbindet. Und ich wünsche mir, dass Herkunft deutlich weniger darüber entscheidet, welche Förderung ein Kind erhält. Denn Bildung öffnet Lebenswege, für jeden und jede.

www.ubimaster.com





VERBESSERN.

Gemeinsam vor Ort das Leben zu verbessern, stärkt die Zukunft der Regionen. Vielerorts braucht es Menschen und Institutionen, die bereit sind, dafür einzutreten und Verbesserungen anzustoßen.

Nachhaltigkeit, Klimaschutz, regionale Wertschöpfung sind dabei keine abstrakten Ziele – sie prägen die Lebensqualität von morgen sehr direkt, ganz gleich, ob innovative Energiegewinnung, die Etablierung klimaschonender Prozesse oder auch langfristige Investitionen in lokale Strukturen. Als Institute mit großem regionalen Know-how und einem großen Sinn für das Miteinander fördern die Volksbanken und Raiffeisenbanken zahlreiche Projekte, die diesen Wandel vorantreiben und eine nachhaltige Basis für die Welt von morgen schaffen.

Die durch die Raiffeisenbank Steingaden in Eigenregie initiierte Agri-PV-Anlage (ab Seite 74) zeigt etwa, wie erneuerbare Energie in ländlichen Räumen sichtbar und nutzbar wird. Und vor allem: Wie dabei sämtliche Interessen und Bedarfe aller Beteiligten lösungsorientiert miteinander verknüpft werden können. Das ist klug, zukunftsweisend, gemeinschaftsstiftend. Und es macht nicht nur die Menschen, sondern auch die Tiere glücklich.

Die Ostfriesische Volksbank wiederum hat den Klimaschutz als Teil ihres Produktportfolios etabliert. Mit ihrem eigens entwickelten Konto VR Klima (ab Seite 82) animiert sie die Menschen vor Ort zu nachhaltigem Handeln und bewussterem Wirtschaften. Das kommt gut an, wird vielfach genutzt und erfreut zahlreiche regionale, ökologisch wertvolle Initiativen.

Apropos ökologisch wertvoll: Das gilt natürlich auch für die bundesweit von den Volksbanken und Raiffeisenbanken etablierte Klima-Initiative „Morgen kann kommen“ (<https://klima-initiative.vr.de>). Sie bündelt Kräfte aus der gesamten genossenschaftlichen FinanzGruppe, um Klimaschutz breit in der Gesellschaft zu verankern. Dass dies sehr viel mehr als nur symbolischen Wert hat, liegt auf der Hand. Eine neue volkswirtschaftlich fundierte Studie zum „Wert des Waldes“ macht noch direkter greifbar, wie vielfältig auch hier die Welt von morgen verbessert wird (ab Seite 90).



Sonne, Watt und Weidetiere





Für Milchproduzent Stefan Lutz ist das Konzept bestechend und auch die Rinder fühlen sich rundum wohl (oben). Bioland-Beraterin Ruth Schuhwerk hat die Raiffeisenbank bei der Umstellung der Flächen auf ökologischen Landbau unterstützt (unten).



Mit dem Bau einer eigenen Agri-Photovoltaikanlage auf der bankeigenen Wiesenfläche setzt sich die Raiffeisenbank Steingaden eG sehr konsequent für eine nachhaltige Energielösung ein. Durch die besondere Form der Installation erhält die Bank zugleich das insgesamt rund 70 Hektar große Terrain als Weidefläche für Pensionstiere (Pferde und Rinder) und produziert dabei

rund 10 Millionen Kilowattstunden Strom pro Jahr. Landwirtschaft und erneuerbare Energien harmonisieren hier ganz wunderbar. Tradition und Fortschritt finden zusammen. Die Bank schafft so ein Win-win-win-Modell für Tiere, Region und Umwelt sowie ein wegweisendes, kluges und nicht zuletzt produktives Miteinander von Bank, Kommune, Agrarkunden und allem, was dazu gehört.

Auf einer großen Weide nördlich von Steingaden im westlichen Oberbayern, gerade mal einen Kilometer entfernt vom Lech, der hier durch das Alpenvorland fließt, grasen 25 Rinder. Die zwei Jahre alten Tiere, die später als Milchkühe gehalten werden, haben reichlich Platz. Sie fressen frisches Gras, aber auch andere Kräuter und Pflanzen, die der Milch das besondere Aroma geben. Fast alles ist hier, wie es sich für einen Biobauernhof gehört. Aber etwas ist anders, besonders. Auf einem Stück der weitläufigen Weide, auf 10 Hektar, stehen Photovoltaik-Module. Nicht von der Art, wie man sie oft neben Autobahnen

sieht: Die Anlage ist auf 2,10 Meter hoch aufgeständert – es ist ein sogenanntes Agri-PV-Projekt, das Landwirtschaft und erneuerbare Energie am selben Ort möglich macht.

„Wie können wir Weideflächen besser nutzen?“

Den Anstoß dazu gaben Dominic Lauter und Thomas Hipp. Die beiden Vorstände der Raiffeisenbank Steingaden laufen über die Weide, die Rinder sind ihnen nicht fremd. Dominic Lauter ermahnt eines von ihnen,

das ihn von der Seite anstupst, streichelt einem anderen über den Rücken. „Seit fast 100 Jahren gehören 70 Hektar Wiesen und 40 Hektar Wald unserer Bank – und seit Jahrzehnten weiden hier Pensions-tiere von Landwirten aus der Region“, sagt der Vorstand, der seit knapp vier Jahren in der Bank arbeitet und zuvor bei einer anderen Bank als Vorstand und beim Genossenschaftsverband Bayern als Prüfer beschäftigt war. „Vor ein paar Jahren haben wir dann überlegt: Wie können wir unsere Weideflächen noch besser nutzen, ohne die Landwirtschaft zu verdrängen?“

Die Lösung war die Agri-PV-Anlage, die seit Juni 2025 am Netz ist. Als die Bank die Pläne vorstellte, zeigte sie dem Gemeinderat das Gelände – hinter einer Koppel, kaum im direkten Blickfeld der Straße – und erklärte, wie die Wertschöpfung vor Ort bleibt, wenn die Bank selbst baut und betreibt. „Das hat sehr gut funktioniert, obwohl wir für die Leitungen mit rund 50 Grundstückseigentümerinnen und -eigenthümern die nötigen Formalien abklären mussten“, erklärt Thomas Hipp, der seit seiner Ausbildung in der Bank arbeitet. Dieser kam dabei sicherlich auch zugute, dass sie in der Region viel Vertrauen genießt. Ein Grund dafür ist das Geschäftsmodell: Neben allem, was eine Bank heute leisten muss, hält die Raiffeisenbank Steingaden auch weiterhin an ihren traditionellen Angeboten fest: „Wir haben zum Beispiel in den vergangenen Jahren unsere beiden Lagerhäuser neu gebaut“, sagt Dominic Lauter. In diesen verkauft sie wie seit Jahrzehnten Produkte für Garten, Landwirtschaft, Heimwerker, Bauherren

und Tierhalter. Rund 20 der insgesamt 122 Mitarbeiter sind dort beschäftigt.

10 Millionen Kilowattstunden für 3.200 Haushalte

Zurück auf die Weide, wo die beiden Vorstände die PV-Anlage begutachten. Mit 9,2 Megawatt installierter Leistung und einer jährlichen Produktion von rund 10 Millionen Kilowattstunden versorgt diese nun etwa 3.200 Vierpersonenhaushalte in der Region. Die Anlage ist zudem besonders effizient. „Die Anlage gehört uns, den Strom vermarkten die Elektrizitätswerke Reutte“, ergänzt Thomas Hipp noch, „das ist für uns eine sehr komfortable Situation.“

Möglich wird die Kombination aus Landwirtschaft und Energieerzeugung, weil die Module so hoch aufgeständert sind, dass die Tiere darunter laufen und stehen können; die Fläche bleibt Weide, während sie Energie liefert. Der Raum unter den Modulen ist bis auf die Pfosten, die in den Boden gerammt wurden, unversiegelt. Auch für Stefan Lutz, der gerade auf die Weide kommt, um nach den Rindern zu sehen, ist das Konzept bestechend. „Die Fläche liegt direkt an unserem Hof, wir haben sehr kurze Wege“, sagt der Milchproduzent, der insgesamt 50 Kühe in seinem Betrieb hält. Für seine Rinder benötigt der gelernte Schreiner, der mit seiner Lebensgefährtin den Hof führt, mehr Weiden, als er besitzt: damit die Tiere im Frühling, Sommer und Herbst ausreichend grasen, aber auch, um Futter



Oben: Banker mit Pioniergeist: Dominic Lauter (links) und Thomas Hipp.

Unten: Möglich wird die Kombination aus Landwirtschaft und Energieerzeugung, weil die Module so hoch stehen, dass die Tiere darunter laufen und stehen können.





für den Winter anbauen zu können. Seine Rinder fühlen sich wohl, sagt er, während eines an seinem Jackenärmel schnuppert. „Der Schatten ist bei starker Hitze im Sommer Gold wert – für die Kühe und fürs Gras. Und bei Starkregen stehen die Tiere im Trockenen.“

Landwirtschaftliche Flächen weiter nutzen

Gemeinsam mit ihm kümmert sich Ruth Schuhwerk um das Vieh. Die Bioland-Beraterin hat die Raiffeisenbank bei der Umstellung der Flächen auf ökologischen Landbau beraten, außerdem ist sie von März bis Oktober als Hirtin mit einem kleinen Team für die Rinder zuständig. „Mir ist es wichtig, dass landwirtschaftliche Flächen weiter genutzt werden, damit wir hier regionale Lebensmittel produzieren können“, sagt sie und deutet einmal im Kreis. „Erneuerbare Energie ist ein bedeutender Baustein gegen den Klimawandel, aber wir müssen eben auch an die Landwirtschaft denken.“

Hier auf den Weiden der Raiffeisenbank gelingt der Spagat. Die große Fläche sorgt zudem für eine hohe Biodiversität. „Weil die Tiere so viel Platz haben, fressen sie nicht alles gleichzeitig ab. So können an verschiedenen Stellen immer wieder neue Pflanzen wachsen.“ Ruth Schuhwerk deutet auf einen Brennnesselbusch, der auf 2, 3 Quadratmetern aus dem Boden geschossen ist. „Im Sommer tummeln sich hier Dutzende Schmetterlingsarten.“

„Tradition und Fortschritt schließen einander nicht aus“

Heute ist es eher leicht regnerisch, was aber niemandem etwas ausmacht. Dominic Lauter und Thomas Hipp sind guter Dinge, das Projekt zahlt sich aus, die Anlage wird sich nach etwa zwölf Jahren amortisieren. „Das war für alle Beteiligten Neuland“, sagt Lauter, „für uns, den Landwirt, die Behörden. Aber jetzt sieht man: Tradition und Fortschritt schließen einander nicht aus.“ Hinter ihnen laufen die Rinder langsam unter den Modulen her, zu einer Stelle, an der das Gras anscheinend noch saftiger ist. Eines bleibt noch einen Moment stehen, fast so, als überlege es noch, ob es etwas anmerken möchte. Dann geht es weiter, so selbstverständlich, als hätte die Weide immer schon Strom produziert.

Raiffeisenbank Steingaden eG

Bilanzsumme: 441 Millionen Euro

Mitglieder: 6.171

Kunden: 13.628

Geschäftsstellen: 7

Mitarbeiter: 122

Stand: 31. Dezember 2025







Kontostand trifft Klimabilanz

Mit ihrem neuen, auf Klimaschutz und Nachhaltigkeit zielenden Girokonto VR Klima weckt die Ostfriesische Volksbank ganz gezielt das Bewusstsein in der Bevölkerung für die Welt von morgen. Mit einem Teil der Gebühren fördert sie Jahr für Jahr fünf Initiativen in der Region, die sich für Umwelt,

Artenvielfalt und Tierwohl einsetzen. Wohin die Unterstützung fließt, bestimmen die Kunden und Mitglieder der Bank. Anhand dieses wegweisenden Modells gelingt der Bank ein ökologisch wertvolles Miteinander von Konten, Kunden und Klimaschutz.



Ganz still ist es, nur das Rascheln der Blätter im Wind ist zu hören. Auf dem Gelände des Ökowerks Emden ist gerade wenig los, das Wetter ist herbstlich, es regnet leicht. Für Mitarbeiter Torsten Duchow ist es dennoch ein Arbeitstag wie jeder andere. Routiniert pflückt er Äpfel, gerade ist er mit einer rot-gelb gemusterten Sorte mit dem besonderen Namen Karneval beschäftigt. Wer genauer hinschaut, sieht, dass an allen Bäumen, die in gut strukturierten Reihen angepflanzt sind, ganz unterschiedliche Früchte wachsen, kleine und große, rote, gelbe, grüne und alles dazwischen. Auf getöpften Schildern stehen die Namen dieser alten Apfelsorten: Finkenwerder Herbstprinz, Ostfriesische Palme, Rote Sternrenette. Namen, die nach Geschichte klingen, nach Bauernhöfen und Backstuben, nach Zeiten, in denen jede Region ihre eigenen Früchte kannte.

Pomarium Frisiae

Hier, im Pomarium Frisiae – dem friesischen Obstgarten – wachsen mehr als 660 Apfelsorten. „Wir haben ihn 2012 angelegt, um die Artenvielfalt des Apfels zu zeigen und zu bewahren“, sagt Katharina Mohr, während sie eine Frucht aufhebt, dreht und genau betrachtet. Die promovierte Juristin ist seit 2020 Geschäftsführerin des Ökowerks und begeistert von den Möglichkeiten, die es bietet. Die gemeinnützige Stiftung hat sich seit 35 Jahren dem Umweltschutz und der Bildung verschrieben, seit 16 Jahren als gemeinnützige Stiftung. Rund 22 Mitarbeitende sind hier beschäftigt. „Wir machen Umweltbildung

für Kinder, Jugendliche und Erwachsene“, erklärt Mohr. „Das reicht von Führungen über Workshops bis zu Projekttagen mit Schulklassen.“ Jährlich besuchen etwa 25.000 Menschen das Gelände.

Von den Apfelbäumen begleitet Katharina Mohr ihren Mitarbeiter über einen schmalen Pfad zu einem Gewächshaus. Darin sind mehrere Reihen junger Apfelbäume zu erkennen, dicht nebeneinander. Drinnen riecht es nach feuchter Erde und Holz. Heidi Schwarze kniet hier gerade zwischen den Pflanzen, befestigt Namensschilder an den kleinen Bäumchen und prüft ihren Zustand. Danach gräbt sie draußen einen der etwas größeren Bäume aus. „Hier ziehen wir unsere eigenen Apfelbäume auf“, erklärt Katharina Mohr. „Wir verkaufen sie an Privatpersonen, zum Selbstkostenpreis. Zwischen 300 und 400 Menschen kaufen jedes Jahr bei uns Bäume.“ Damit trägt das Ökowerk seine Arbeit hinaus in die Region: Alte Apfelsorten finden eine neue Heimat in Gärten, auf Schulhöfen, auf Streuobstwiesen. „So verbreiten wir Vielfalt ganz praktisch“, sagt Mohr. „Wenn in Aurich, Leer oder Norden ein Baum aus unserem Bestand wächst, lebt unsere Sammlung weiter.“

**25.000 Kilo,
5.000 Liter**

Mit den Äpfeln, die Torsten Duchow gepflückt hat, geht es weiter zu einem weiteren luftigen Gewächshaus. Dort hat Joachim Grüner eine kleine Saftpresse aufgebaut, eine größere gehört ebenfalls

zum Ökowerk – sie wird vor allem zur Haupterntezeit genutzt. Ein süßer Duft liegt in der Luft und als der Mitarbeiter die Äpfel in kleine Stücke geschnitten und in mehreren Schritten ausgepresst hat, kommt ein leuchtend roter, aromatischer Apfelsaft heraus. Katharina Mohr füllt ein paar Schluck in ein Glas ab, probiert. „So schmeckt Herbst“, sagt sie lächelnd. „Wir ernten jährlich etwa 25.000 Kilo Äpfel, alles in Handarbeit. Daraus entstehen etwa 5.000 Liter Apfelsaft. Der ist bei unseren Besuchern sehr beliebt – besonders auf unseren Festen.“

Der Saft ebenso wie der Baumverkauf ist Teil der Finanzierung, die das Ökowerk braucht, um seine Bildungsarbeit zu tragen. Der Hauptteil des Budgets stammt aber aus öffentlicher Unterstützung von kommunaler bis europäischer Ebene, etwa durch die Stadt Emden oder auch durch Förderprojekte mit den Schwerpunkten Umweltschutz, Naturschutz, Artenvielfalt und Klimaschutz.

Förderung mit Kontosystem

Daneben ist das Ökowerk auf Spenden angewiesen. Eine davon kommt regelmäßig von der Ostfriesischen Volksbank. Rainer Hoffmann ist heute im Ökowerk, um sich das Projekt wieder einmal anzuschauen. Der Bereichsleiter für den Privatkundenbereich hat seinen Anzug mit wetterfester Kleidung getauscht, er weiß schon, was ihn hier im Herbst erwartet. Er greift zum Apfelsaft. „Der ist wirklich einmalig“, sagt er. „Ich kenne

das Ökowerk als Emden schon lange, aber es ist jedes Mal wieder beeindruckend.“

Die Bank unterstützt das Ökowerk dabei nicht einfach nur durch ein Sponsoring. 2024 hat sie das Girokonto VR Klima eingeführt, inklusive einer Girocard aus FSC®-zertifiziertem Holz: „Ein Teil der Kontoführungsgebühr fließt in einen Fördertopf, aus dem wir ökologische Initiativen unterstützen“, erklärt Rainer Hoffmann. „Damit übernehmen unsere Kundinnen und Kunden eine Art Patenschaft für nachhaltige Projekte in der Region.“ Die Ostfriesische Volksbank gibt dabei einen Teil der Kontoführungsgebühren an die Initiativen weiter, insgesamt waren es im vergangenen Jahr 10.000 Euro. „Ich finde daran besonders schön, dass unsere Mitglieder und Kunden mitbestimmen, welche Projekte gefördert werden“, sagt Rainer Hoffmann. „Sie stimmen online ab – das macht das Ganze sehr transparent.“

Fünf Initiativen pro Jahr

Mit dem Konto VR Klima unterstützt die Bank jährlich fünf Initiativen in Ostfriesland, die sich für Umwelt, Artenvielfalt und Tierwohl einsetzen. Neben dem Ökowerk Emden sind es Projekte, die auf ganz unterschiedliche Weise zeigen, was Nachhaltigkeit vor Ort bedeutet. Ein gefördertes Projekt ist zum Beispiel der Landwirtschaftliche Naturverein (LNV) Rheiderländer Marsch e.V., der Artenschutzstreifen zwischen Ackerflächen anlegt, um Lebensräume für Insekten, Vögel und Kleinsäuger



Die besonderen Arten kommen nicht nur bei den Menschen gut an (oben). Reiche Ernte (unten).



zu schaffen. Der Soziale Ökohof St. Josef e.V. in Papenburg hingegen lädt mit dem Projekt „Junges Gemüse“ Kinder, Erzieher und Erzieherinnen sowie Lehrkräfte ein, den ökologischen Landbau praktisch zu erleben. Beim Säen, Ernten und gemeinsamen Zubereiten des Gemüses entdecken die Kinder spielerisch, wie Lebensmittel entstehen und welche Rolle Insekten und Tiere dabei spielen.

Des Weiteren unterstützt VR Klima die Kitzrettung Nordkehdingen e.V. mit einer Patenschaft für eine „Retterdrohne“ zur Rehkitzrettung vor dem Mähtod sowie den Verein Imme Bourtanger Moor mit dem „Naturprojekt Imme“ – einem ökologischen Bildungsprojekt für junge Menschen.

Neu: Ostfriesische Igelhilfe

Ganz neu wird 2026 als sechstes Projekt die Ostfriesische Igelhilfe aufgenommen, ein Verein in Leer (Ostfriesland), der verletzte Igel aufnimmt, pflegt und wieder auswildert. „Diese Vielfalt zeigt, was wir mit relativ kleinen Mitteln bewegen können“, sagt Rainer Hoffmann. „Jedes Projekt ist anders – und genau das ist der Punkt: Nachhaltigkeit entsteht, wenn viele Ideen zusammenkommen.“

Ostfriesische Volksbank eG

Bilanzsumme: 4,11 Milliarden Euro

Mitglieder: 31.180

Kunden: 66.377

Geschäftsstellen: 16

Mitarbeiter: 343

Stand: 31. Dezember 2025





Rainer Hoffmann, Bereichsleiter für den Privatkundenbereich bei der Ostfriesischen Volksbank legt direkt einmal los: Erst pressen (oben) ... dann prosten (unten)!



Wald-Wurzeln, Wald-Wissen, Wald-Werte



Engagement

Reportagen

Vfv



Die Klima-Initiative „Morgen kann kommen“

Der Klimawandel stellt unsere Gesellschaft vor enorme Herausforderungen – und setzt insbesondere unseren Wäldern massiv zu. Da nur noch jeder fünfte Baum in Deutschland als gesund gilt, gerät ein Ökosystem unter Druck, das für uns alle unverzichtbar ist. Die Antwort der genossenschaftlichen FinanzGruppe auf diese schwierige Lage ist die 2022 ins Leben gerufene Klima-Initiative „Morgen kann kommen“. Ihr Ziel: das Nachhaltigkeitsengagement der Volksbanken und Raiffeisenbanken unter einem gemeinsamen Dach zu bündeln. So soll eine größere öffentliche Wirkung erzielt und ein spürbarer Beitrag zum Klimaschutz geleistet werden.

1,4 Millionen Setzlinge

Im Zentrum steht dabei das Projekt „Wurzeln“, durch das gezielt der deutsche Wald gestärkt wird. Seit dem Start wurden bereits über 1,4 Millionen Baumsetzlinge finanziert. Damit sollen klimaresiliente Mischwälder geschaffen werden, um Kohlenstoff zu binden und wertvolle Lebensräume zu sichern. Die fachgerechte Pflanzung übernimmt dabei als zentraler Partner die Schutzgemeinschaft Deutscher Wald (SDW).

Das Jahr 2025 stand nun ganz im Zeichen des Dialogs mit wichtigen Akteuren zu diesem dringlichen Thema sowie einer Einbindung der breiten Öffentlichkeit.

Der Wert des Waldes

Dass sich das Engagement für den deutschen Wald auch volkswirtschaftlich lohnt, belegt die vom Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) beauftragte Studie „Der Wert der Wiederaufforstung“ eindrucksvoll. Durchgeführt wurde sie vom Institut für ökologische Wirtschaftsforschung (IÖW). Eine zentrale Erkenntnis: Jeder in die Wiederaufforstung investierte Euro generiert für die Gesellschaft konservativ geschätzt einen Wert von 12 Euro. Die Gemeinwohlrendite jedes Euro beträgt damit 11 Euro, dies entspricht einem Zuwachs von 1.100 Prozent. Ein Hektar wiederaufgeforsteter Mischwald – also 100 mal 100 Meter – liefert einen gesellschaftlichen Nutzen im Wert von rund 200.000 Euro, allein durch CO₂-Speicherung, Luftfilterung, Nährstoffrückhalt sowie Landschaftsaufwertung. Die Studie stieß auf große Resonanz. Sie schaffte es auf die Titelseite der Frankfurter Rundschau und wurde in vielen weiteren, reichweitenstarken bundesweiten und regionalen Medien veröffentlicht.

Zukunftswälder im Futurium

Um diese wissenschaftlichen Erkenntnisse vielfältig zu diskutieren, lud der BVR im November 2025 zur Podiumsdiskussion „Zukunftswälder – Was ist uns der Wald wert?“ ins Futurium Berlin ein. Die Studienautoren Dr. Andreas Bley, Chefvolkswirt des BVR, und Dr. Jesko Hirschfeld vom IÖW sprachen über die Ergebnisse und

ihre Folgerungen mit Vertreterinnen und Vertretern aus Wissenschaft, Politik und Praxis, darunter Prof. Dr. Andreas Bolte vom Thünen-Institut, Urban Treutlein, Abteilungsleiter im Bundesministerium für Landwirtschaft, Ernährung und Heimat (BMLEH), Ursula Heinen-Esser, Präsidentin der SDW, Monique Müller, Revierförsterin der Stiftung August Bier, und Alexander Zeihe von der Ecosystem Alliance Foundation.

Zu Gast waren unter anderem Vertreterinnen und Vertreter des Abgeordnetenhauses in Berlin, der Deutschen Umwelthilfe, der Konrad-Adenauer-Stiftung und der Heinrich-Böll-Stiftung.

Gemeinsam stark für klimaresiliente Wälder

Seit dem Sommer 2025 können auch Privatpersonen einen direkten Beitrag zum Projekt „Wurzeln“ leisten: Schon mit nur 7,50 Euro kann ein Baumsetzling über die Spendenwebseite finanziert werden. Die Spenderinnen und Spender dürfen auswählen, in welchem der zwölf zur Verfügung stehenden Waldgebiete ihr Baum gepflanzt werden soll. Alternativ kann auch für den „bedürftigsten Zufallswald“ gespendet werden, der anhand der aktuellen Waldschäden ausgewählt wird.

Was ist uns der Wald wert? Um die wissenschaftlichen Erkenntnisse der Studie ausführlich zu diskutieren, lud der BVR im November 2025 zur Podiumsdiskussion ins Futurium Berlin ein.



Die Spende geht direkt an die SDW, die gemeinsam mit lokalen Forstämtern die Pflanzungen plant, koordiniert, durchführt und in regelmäßigen Audits vor Ort die Entwicklung der gepflanzten Bäume überprüft. Neben dem beeindruckenden Engagement der vielen beteiligten Volksbanken und Raiffeisenbanken wird so nun das direkte Handeln der Mitglieder, Kundinnen und Kunden Teil der Klima-Initiative. Jeder gespendete Baumsetzling hilft dabei, die Wälder an die klimatischen Herausforderungen anzupassen und langfristig widerstandsfähiger zu machen. Weitere 17.200 Bäume wurden so seit Sommer 2025 zusätzlich durch engagierte Menschen finanziert.

Pflanzaktion im Thüringer Wald

Besonders greifbar wurde dieses Engagement im November 2025 im Thüringer Wald: Hier pflanzte ein Team der Volksbanken und Raiffeisenbanken die ersten von Privatpersonen gespendeten Setzlinge. Begleitet wurden sie von der SDW und dem Forstamt ThüringenForst.

In Thüringen ist die Lage der Wälder besonders ernst: Hier zeigt fast die Hälfte der Bäume einen deutlichen Vitalitätsverlust. Gepflanzt wurde auf einer Fläche, die durch Sturm, Dürre und Borkenkäfer nahezu vollständig geschädigt wurde. In die Erde kommen vor allem Laubbäume wie Bergahorn, Winterlinde und Roteiche – Baumarten, die als besonders robust gegenüber den Folgen des Klimawandels gelten.

Um noch mehr Aufmerksamkeit auf dieses wichtige Thema zu lenken, wurde die Baumpflanzaktion vom Outdoor-You-Tube-Duo Naturensöhne begleitet. Ihr Video erreichte mit 872.000 Views eine enorme Resonanz in der Community und generierte weitere Spenden.

Regionale Nähe und digitale Integration

Parallel wurde die Aufklärung rund um den Wald direkt in den Alltag unserer Kundinnen und Kunden integriert. In der VR Banking App wurde der Spendenaufruf mit dem CO₂-Check verbunden: Nutzerinnen und Nutzer können in der App unmittelbar für die Baumpflanzaktion „Wurzeln“ spenden. Die Spende wird im CO₂-Check visualisiert. Dies macht den eigenen Beitrag zum Klimaschutz direkt greifbar und verbindet so Information, Motivation und Wirkung.

Öffentliche Wahrnehmung durch Kampagnen und Kooperationen

Zusätzlich zu unseren eigenen Kanälen wurde die Klima-Initiative in mehreren Informationsformaten aufgegriffen. So wurde sie etwa im Nachhaltigkeits-Podcast „Fairquatsch“ vorgestellt und im Gespräch mit André Musalf, Gruppenleiter Markenkommunikation BVR, kontextualisiert. Dies sorgte für eine fundierte und differenzierte Auseinandersetzung.



Eine Initiative für alle: Im November 2025 pflanzte ein Team der Volksbanken und Raiffeisenbanken im Thüringer Wald die ersten von Privatpersonen gespendeten Setzlinge.

Eine waldinteressierte Öffentlichkeit und Forstleute erreichte eine Folge des Podcasts von „Forst erklärt“, der von zwei Forstexperten gehostet wird. Hier sprachen Dr. Bley, Chefvolkswirt beim BVR, und Dr. Hirschfeld vom IÖW zur Studie „Wert von Wiederaufforstung“. Ein Blogartikel und Reels mit Ausschnitten aus der Folge sorgten für weitere Aufmerksamkeit für das Thema und die Klima-Initiative.

Grundsteine legen: Klimabildung für die nächste Generation

Nachhaltiges Engagement beginnt bei der Bildung. Deshalb wurde auch das Projekt „Wir und der Wald“ fortgesetzt. Seit 2022 wurden damit mehr als 1.000 Bildungseinheiten an Grundschulen angeboten. Waldpädagogen der SDW vermitteln Kindern der

ersten bis vierten Klasse das Wissen über die lebenswichtigen Funktionen des Waldes und säen so das Bewusstsein für den Schutz unserer natürlichen Lebensgrundlagen.

Was einer allein nicht schafft, das schaffen viele

Die Herausforderungen für unsere Wälder sind groß. Mit ihrer Klima-Initiative „Morgen kann kommen“ zeigen die Volksbanken und Raiffeisenbanken eindrucksvoll, was mit vereinten Kräften möglich ist. Wenn viele Menschen einen kleinen Beitrag leisten, lässt sich viel bewegen. Jeder gespendete Setzling ist ein wichtiger Schritt hin zu klimaresilienten und artenreichen Wäldern. So sichern wir nicht nur saubere Luft und biologische Vielfalt, sondern schaffen auch eine lebenswerte Zukunft für kommende Generationen.

<https://mitmachen.klima-initiative.vr.de>

VERBINDEN.

Verbinden beginnt oft im Kleinen: beim Handschlag nach dem Training, beim Chorabend, beim spontanen Helfen. Das Gefühl, nicht allein zu sein – gesehen, gebraucht und getragen zu werden –, schafft Verbundenheit. Es lässt aus losen Nachbarschaften echte Gemeinschaften entstehen. Ein Miteinander, das zählt. Und trägt.

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken sind ein beständiger und wesentlicher Teil dieses regionalen Miteinanders. Sie sind vor Ort. Sie kennen die Vereine, Initiativen, Betriebe und Schulen. Sie fördern es und setzen sich dafür ein. Sie öffnen Türen.

Was für eine Strahlkraft dies erzeugen kann, zeigt EIVER, der Ehrenamtspreis der Volksbank Südwestfalen (Seite 100). Der Preis verschafft Projekten eine Öffentlichkeit, die sonst eher im Verborgenen bleiben. Die hier porträtierte Selbsthilfegruppe ist ein sehr gutes Beispiel dafür. Gemeinsam über Probleme zu reden und sich gegenseitig zu öffnen, baut Hemmnisse ab. Es schafft Nähe und Miteinander. Kurzum: Es verbindet.

Ebenso verbindend ist die von der Volksbank Hildesheim-Lehrte-Pattensen etablierte „Nacht der Bewerber“ (Seite 108). Sie bringt junge Menschen mit den Betrieben der Region zusammen und schafft so nichts Geringeres als die Grundlage für die Arbeitswelt von morgen. Denn: Manchmal wird hier aus einem Handschlag eine Perspektive – und aus einer Perspektive ein Start ins Berufsleben. Und das seit über 15 Jahren.

Die Reportagen zeigen: Mit ihrem auf Gemeinschaft setzenden Engagement vor Ort verbinden die Volksbanken und Raiffeisenbanken Menschen untereinander und die Region miteinander. Unterschiede werden dabei als Stärke begriffen. Als Bereicherung. So kann ein tragfähiges, vielfältiges, resilientes und gemeinschaftliches Morgen gelingen.



**„Was einer alleine
nicht schafft ...“**



Die Abkürzung EIVER steht für Ehrenamt, Ideen, Verantwortung und Engagement in der Region und ist der Name des Ehrenamtspreises, den die Volksbank in Südwestfalen eG alle zwei Jahre auslobt. Das Ziel: Menschen und Initiativen zu fördern, die Menschen zusammenbringen und die für Miteinander und Wir-Gefühl stehen. Allein 64 Bewerbungen gab es bei der jüngsten Runde. Das zeigt,

wie vielfältig das ehrenamtliche Engagement in der Region ist. Die Trauerkombüse in Siegen war dabei eines der Projekte, die besonders hervorstachen. Hier finden sich Männer zusammen, um gemeinsam zu kochen und dabei Wege zu finden, ihre ganz individuelle Trauererfahrung zu verarbeiten. Das hilft, stärkt, verbindet und – nicht zuletzt: Es schmeckt auch.

Volkmar Ruschinski steht an der Kücheninsel in dem lichtdurchfluteten Raum und schneidet Kartoffeln. Er arbeitet konzentriert, bis einer der anderen drei Männer, die neben ihm Möhren und Lauch zerkleinern, einen Spruch macht. Die vier lachen, es ist eine warme, lebendige Atmosphäre hier in der Küche der Caritas-Tagespflege St. Martin in Siegen-Eiserfeld. Und genau das ist der Kern dieses gemeinsamen Erlebnisses: Die Männer, die hier heute gemeinsam eine Kartoffelsuppe kochen, sollen sich wohlfühlen, ins Gespräch kommen, sich austauschen. Die Gruppe nimmt an der Trauerkombüse teil, einem Angebot der Ambulanten ökumenischen Hospizhilfe

Siegen e.V. in Kooperation mit dem Caritasverband Südwestfalen. Es richtet sich an Männer, deren Partnerinnen verstorben sind. Dazu passt die Schürze, die die Männer tragen. Auf ihr steht der Name des Angebots: „...ein Süppchen für die Seele“.

**„Es hat mir mehr geholfen,
als ich gedacht hätte.“**

Volkmar Ruschinski verlor seine Frau im April 2022. „Wir hatten einen gemeinsamen Lebensplan, der mit dem Tod meiner Frau mitgestorben ist“, sagt er. „Am Anfang wusste ich gar nicht, ob ich hier überhaupt

hingehen soll. Aber es hat mir mehr geholfen, als ich gedacht hätte.“ Dann erklärt er, was „helfen“ für ihn bedeutet. „Man kommt hier zusammen, kocht, redet – und merkt plötzlich, dass man mit seiner Trauer nicht allein ist.“ Volkmar Ruschinski beschreibt die Zeit nach dem Tod seiner Frau als eine Phase des Funktionierens. Arbeiten, weitermachen, nicht stehen bleiben. Aber irgendwann kommt der Punkt, an dem Funktionieren nicht mehr reicht.

Dass gerade die Trauerkombüse Volkmar Ruschinski angesprochen hat, hatte auch mit etwas sehr Praktischem zu tun. Gekocht hatte er schon vorher gern. Doch selbst für jemanden, dem die Küche nicht fremd ist, bedeutet gemeinsames Kochen mehr als bloße Beschäftigung. „Hier sind Leute, die das gleiche Problem haben, dass der Partner gestorben ist, die Tochter oder sonst irgendein Angehöriger“, sagt Ruschinski. „Man hat ein gemeinsames Leid, man hat aber auch gemeinsame Freuden.“ Und noch etwas ist hier besonders: „Das Reden mit Männern ist halt anders. Man ist ja so erzogen worden: Als Mann weint man nicht, als Mann muss man einfach der Harte sein. Aber in gewissen Situationen funktioniert das einfach nicht mehr“, erklärt Ruschinski.

Genau an diesem Punkt setzt die Trauerkombüse an: bei einer Form der Trauer, die häufig da ist, aber nicht immer sichtbar wird. Männer trauern nicht weniger als Frauen. Aber oft anders. Genau diese Erfahrung hat auch Maria Ermes-Soleymani gemacht, die das Angebot organisiert. Die Diplom-Sozialarbeiterin koordiniert die

ambulante Hospizarbeit der Caritas und ist außerdem Trauerbegleiterin. Sie kennt die Lebenssituationen solcher Gruppen, nicht aus zweiter Hand, sondern aus vielen Jahren der direkten Arbeit mit Betroffenen.

Wie kriege ich den Alltag hin? Wie schaffe ich Struktur?

„Wir haben schon seit vielen Jahren Trauerangebote in Form von Trauercafés“, erzählt Maria Ermes-Soleymani. 2017 kamen regelmäßige Trauerwanderungen hinzu, auch sie wurden gut angenommen. Aber in den Einzelgesprächen mit Männern tauchten immer wieder ähnliche Themen auf. „Zum einen fehlten nach dem Tod der Ehefrau oft die Sozialkontakte“, sagt sie. „Und zum anderen ganz praktisch auch die Frage: Wie kriege ich meinen Alltag hin? Wie schaffe ich Struktur?“ Gerade in älteren Generationen sei die Aufgabenteilung in vielen Beziehungen noch sehr klassisch gewesen. Manche Männer hätten nie gekocht, manche kaum eingekauft, manche keinen Haushalt geführt. Zugleich fiel ihr in bestehenden Angeboten auf, dass Männer in gemischten Gruppen oft zurückhaltender blieben. „In den offenen Gruppen waren die Frauen sehr kommunikativ, sie haben sich angefreundet“, sagt sie. „Die Männer waren meist in der Minderzahl – zwei, drei maximal – und hatten eher Schwierigkeiten, über ihre Gefühle zu sprechen.“

Maria Ermes-Soleymani suchte nach einer Form, in der Männer nicht vor allem



„Man kommt hier zusammen, kocht, redet – und merkt plötzlich, dass man mit seiner Trauer nicht allein ist.“
Hilfe zur Selbsthilfe – das passt. Da packt Jens Brinkmann, Vorstandsmitglied der Volksbank in Südwestfalen, auch selbst mit an.



sitzen und reden, sondern etwas tun können. Nicht verarbeiten, wie sie betont, sondern bearbeiten. Ein feiner, aber wichtiger Unterschied. Dass das Thema Kochen dabei so wichtig wurde, lag nicht an einer theoretischen Idee, sondern an den Rückmeldungen selbst. „Immer wieder klang an: Ich habe Probleme beim Kochen.“ Ganz fertig war das Konzept damit noch nicht. Denn klar war auch: Wenn es ein Angebot für Männer sein sollte, dann möglichst eines von Männern für Männer. Es fehlten also zunächst männliche Ehrenamtliche, die das Projekt mittragen konnten. In einer Ausbildungsgruppe für Trauerbegleiter waren dann mehrere Männer dabei. Einer von ihnen war Jürgen Schade. Er steht an diesem Vormittag ebenfalls in der Küche, hilft mit, erklärt, lacht, hört zu. Man merkt schnell, dass er hier nicht bloß organisatorisch beteiligt ist. Er hat eine persönliche Beziehung zu diesem Projekt.

Hineingewachsen

Jürgen Schade ist ehrenamtlicher Hospizbegleiter. Er kam über Umwege dazu. Sein Hausarzt, der selbst als Palliativarzt im stationären Hospiz tätig ist, habe ihm immer wieder geraten, sich das einmal anzusehen. Lange war Schade skeptisch. Dann kamen eigene Krisen, ein Burn-out, schwere Erfahrungen in der Familie. Irgendwann ging er zu einem Informationsabend. „Da kam alles hoch“, erzählt er. „Da sind dann auch Tränen geflossen.“ Was zunächst zögerlich begann, entwickelte sich zu einem festen Engagement. Er ließ sich ausbilden, wuchs in die Arbeit hinein. Nicht nur die Sterbebe-

gleitung sei sein Schwerpunkt geworden, sagt er, sondern auch die Begleitung derjenigen, die zurückbleiben.

Die Trauerkombüse fand inzwischen vier Mal statt, jeweils mit acht Terminen in kleinen, geschlossenen Gruppen, meist mit sechs bis acht Teilnehmern. Diese Form hat sich bewusst entwickelt. Anfangs habe man überlegt, ein offenes Angebot zu machen, erzählt Maria Hermes-Soleymani. Aber schnell sei klar geworden, dass es besser ist, wenn Vertrauen wachsen kann. Gleichzeitig hat das Projekt eine Dynamik entwickelt, die über die einzelnen Gruppen hinausweist. Viele Teilnehmer möchten danach nicht einfach aufhören. Sie wünschen sich Folgetermine, eine Möglichkeit, in Kontakt zu bleiben. Aus diesem Wunsch ist die Idee des „Ankerplatzes“ entstanden – eines Formats für ehemalige Teilnehmer.

In der Küche nimmt die Kartoffelsuppe Form an. Und die Atmosphäre wird immer gelöster. „Es ist eben nicht nur Trauer da, sondern auch Freude“, sagt Volkmar Ruschinski. „Danach geht man mit einem guten Gefühl nach Hause.“ Diesen Gedanken erläutert er besonders eindrücklich, als es um das gemeinsame Essen geht. Für Außenstehende wirkt das vielleicht wie der selbstverständliche Abschluss eines Kochens. Für viele hier ist es aber mehr. Wer jahrzehntelang nicht allein gegessen hat, erlebt die Stille am Tisch nach einem Verlust als besonders schmerzhaft.

Ehrenamt, Ideen, Verantwortung und Engagement

Die gute Stimmung bemerkt auch Jens Brinkmann als Erstes, als er in die Runde kommt. Die Suppe ist fast fertig, als das Vorstandsmitglied der Volksbank in Südwestfalen die Männer und Maria Ermes-Soleymani begrüßt. Sein Besuch hat einen konkreten Hintergrund: Die Trauerkombüse wurde 2025 beim EIVER-Ehrenamtspreis, den die Bank auslobt, mit dem dritten Platz ausgezeichnet und erhielt 5.000 Euro Preisgeld. EIVER steht für Ehrenamt, Ideen, Verantwortung und Engagement in der Region, die Volksbank vergibt diesen Preis alle zwei Jahre. 64 Bewerbungen gab es im vergangenen Jahr – aus ganz unterschiedlichen Bereichen, von Sport über Kultur bis hin zu sozialen Initiativen. „An unserem Ehrenamtspreis EIVER begeistert mich immer wieder, dass wir so vielfältige Bewerbungen bekommen“, sagt Jens Brinkmann. „Die Bandbreite dessen, was wir an ehrenamtlichem Engagement sehen, ist immens groß.“

Die Trauerkombüse sei dafür ein besonders starkes Beispiel. Brinkmann beschreibt, warum das auch für ihn so ist. „Erstens ist es unter der Überschrift ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘ ein Projekt mit einem ganz praktischen Aspekt.“ Männer, die nach dem Verlust ihrer Partnerin plötzlich allein sind, lernten hier, sich selbst zu versorgen, zu kochen, ihren Alltag zu organisieren. „Und zweitens sind diese Männer hier unter Gleichgesinnten.“ Menschen, die in einer ähnlich notvollen, leidvollen Situation seien, könnten sich

austauschen, gegenseitig verstehen und stützen.

Diese Perspektive von außen passt erstaunlich gut zu dem, was in der Küche längst sichtbar geworden ist. Denn die Trauerkombüse will nichts Spektakuläres sein, ihr Konzept ist nicht kompliziert. Als die Männer schließlich den Topf in den Speiseraum tragen, verändert sich die geschäftige Arbeitsatmosphäre und geht über in etwas Ruhigeres. Jens Brinkmann hilft, die Teller und das Besteck zu verteilen, dann setzt er sich mit der Gruppe zum Essen. Auch Volkmar Ruschinski schaut zufrieden aus. Vor einigen Wochen kannte er diese Männer noch nicht. Jetzt sitzt er mit ihnen an einem Tisch und genießt die Suppe. Für ihn und die anderen ist das mehr als eine Mahlzeit. Es ist ein Halt, der hilft – im Alltag und im Leben nach dem Verlust.

Volksbank in Südwestfalen eG

Bilanzsumme: rund 4,6 Milliarden Euro

Mitglieder: 74.390

Kunden: ca. 141.000

Geschäftsstellen: 27

Mitarbeitende: 558

Stand: 31. Dezember 2025





Für alle Beteiligten ist das gemeinsame Kochen, Eindecken und Essen viel mehr als eine gemeinsame Mahlzeit: Es ist ein wohltuender Halt, der hilft – im Alltag und im Leben.





HIMMELSTHÜR
Diakonie
miteinander leben

Engagement

Reportagen

Vfv

Job-Hopping mit Aussicht



Vor 15 Jahren hat die Volksbank Hildesheim-Lehrte-Pattensen die „Nacht der Bewerber“ initiiert. Seitdem bringt sie dort gemeinsam mit über 50 weiteren Betrieben einmal im Jahr die Unternehmen der Region mit den jungen Menschen der Region zusammen. Sie leistet damit einen wichtigen Beitrag zur beruflichen Orientierung der Jugend-

lichen und unterstützt parallel ganz gezielt den lokalen Mittelstand auf der Suche nach neuen Fachkräften. In Hildesheim steht die vielseitige Nacht Jahr für Jahr längst ganz fest im jährlichen Veranstaltungskalender. Ganz klar: So geht Bank vor Ort, so geht gelebte Verantwortung für die Vitalität des eigenen Geschäftsgebiets.

Direkt nach der Schule steigen Nike und Lea in den Bus zur Halle 39, einem ehemaligen Industriegebäude in Hildesheim. Dort angekommen gehen sie durch den Haupteingang in das Veranstaltungsbäude, in dem heute um 16 Uhr die „Nacht der Bewerber“ startet – eine Messe, bei der sich über 50 Unternehmen aus der Region präsentieren. Die beiden 17-Jährigen sind gespannt, was die Firmen dort zeigen. Nike und Lea bleiben aber erst einmal stehen, orientieren sich, während um sie herum Hunderte Jugendliche durch die Gänge strömen. „Ich mache 2027 mein Abitur“, sagt Nike. „Und ich habe noch gar keinen Plan, was dann kommt. Deswegen bin ich hier: um verschiedene Firmen kennenzulernen und direkt mit ihnen zu sprechen.“

Unternehmerische Vielfalt

Die Vielfalt der Anbieter bei der „Nacht der Bewerber“ ist groß. Neben Unternehmen aus Industrie, Handwerk, Logistik und IT sind auch Gesundheitsdienstleister und Organisationen aus dem Sozialwesen dabei. Die beiden Jugendlichen sind anfangs noch etwas zurückhaltend, sie drehen erst einmal eine Runde, um sich zu orientieren, bevor sie am ersten Stand Halt machen. Es ist der größte: Die Volksbank eG Hildesheim-Lehrte-Pattensen ist mit einem guten Dutzend junger Menschen dabei, vor allem Auszubildenden, die den interessierten Schülerinnen und Schülern ihren Arbeitgeber nahebringen wollen. Angeführt wird das Team von Jessica Ebel, die schon seit

dem Mittag den Stand mitaufgebaut hat. Sie arbeitet bei der Bank im Bereich Veranstaltungsmanagement und Kommunikation und ist ganz nah dran an den Auszubildenden.

Vom Erfinder zum Premiumunterstützer

Die Volksbank Hildesheim-Lehrte-Pattensen ist aber nicht nur Aussteller, sie hat die „Nacht der Bewerber“ vor 15 Jahren gegründet. „Wir wollten damals die Unternehmen in der Region unterstützen und gleichzeitig den Jugendlichen die Möglichkeit geben, sich beruflich zu orientieren“, sagt Jessica Ebel. „Heute sind wir immer noch als Premiumsponsor dabei, der die Namensrechte zur Verfügung stellt und den Veranstalter mit 10.000 Euro unterstützt.“ Außerdem hilft die Bank bei der Ausstellerakquise.

Seit dem Start hat sich an der Messe einiges verändert, ist die „Nacht der Bewerber“ über die Jahre immens gewachsen. „Nach dem Start in der Hauptstelle und auf dem Parkplatz unserer Bank sind wir hier in die Halle 39 umgezogen“, erzählt Jessica Ebel. Einen tiefen Einschnitt gab es in den Corona-Jahren, in denen es die Volksbank und die anderen Mitorganisatoren zunächst mit digitalen Formaten ausprobierten. „Das hat nicht funktioniert, weil der persönliche Austausch fehlte.“ Seit 2024 findet die Messe wieder in der Halle statt, nicht mehr ganz so groß, aber dafür konzentrierter und fokussierter.

Zum Anfassen, zum Abtauchen

Auch Nike und Lea sind inzwischen am Stand ins Gespräch gekommen. Sie fragen nach Praktika in der Bank, die Azubis erzählen aus ihrem Alltag. Dann verabschieden sich die beiden, es gibt noch viel zu sehen. „Das war sehr spannend“, sagt Lea, die sich bisher beruflich vor allem im sozialen Bereich gesehen hat. Auf ihrem Rundgang entdecken die beiden viele weitere Stände, ein IT-Unternehmen etwa, das virtuelle Realität zeigt, mit Headsets und interaktiven Simulationen. Gleich daneben präsentiert ein Krankenhausträger Ausbildungswege in Pflegeberufe und medizinisch-technische Assistenzfelder. Sie bleiben auch vor einem Hochschulstand stehen, an dem duale Studiengänge erklärt und Forschungsprojekte gezeigt werden. Auf Bildschirmen laufen Präsentationen, Studierende erzählen aus ihrem Alltag.

Am Stand der KSM Castings Group verlangsamt sich ihr Schritt. Nike und Lea werden von Viktoria von Albedyll angesprochen. Die Personalreferentin begrüßt die beiden und fragt direkt nach, ob sie schon einmal etwas von dem Unternehmen gehört haben, das Gussprodukte aus Leichtmetall herstellt. Die beiden schütteln den Kopf, leicht verunsichert. „Ist ja nicht schlimm, nicht jeder kann alle Firmen kennen“, sagt Viktoria von Albedyll mit einem Lachen. Sie führt die beiden Jugendlichen an die Seite des Stands, zeigt Modelle von Gussteilen, erklärt die Prozesse, die technische Ausbildung und die dualen



Nike (rechts) und Lea am Stand der Volksbank eG Hildesheim-Lehrte-Pattensen.



Studienplätze. Sie erzählt von dem Azubi-Netzwerk, von immer mehr jungen Frauen, die sich für technische Berufe entschieden haben, und von Projekten, in die Azubis aktiv eingebunden werden.

Etwas später, Lea und Nike sind schon weitergezogen, nimmt sie sich kurz fünf Minuten Zeit. „Wir sind seit der ersten Nacht der Bewerber dabei, das ist eine super Veranstaltung“, erklärt die Personalreferentin, die seit 18 Jahren im Unternehmen arbeitet. „Im Moment beschäftigen wir 52 Azubis und dual Studierende und hier kommen wir direkt in Kontakt mit dem Nachwuchs. Das ist für uns sehr wichtig, weil wir uns so gegenseitig kennenlernen können.“

„Wir wollen Begeisterung wecken“

Für KSM Castings, das zu den größten Arbeitgebern in der Region gehört, ist die „Nacht der Bewerber“ in Zeiten des Fachkräftemangels viel wert. „Viele junge Menschen wissen nicht, welchen Weg sie einschlagen wollen. Deswegen müssen wir uns mit Schulbesuchen, persönlichem Marketing und Auftritten in sozialen Medien um sie bemühen“, erklärt Viktoria von Albedyll. Dafür hat sie genau wie die Volksbank die eigenen Azubis dabei, auch um die Hemmschwelle für die Schülerinnen und Schüler zu senken. „Wir wollen eben nicht nur informieren, wir wollen Begeisterung wecken.“

Am frühen Abend haben Nike und Lea genug gesehen. Mit prall gefüllten Jutetaschen voller Broschüren verlassen sie die

Halle und gehen zur Bushaltestelle. „Es hat sich total gelohnt“, sagt Nike. „Ich habe jetzt schon so viele Anregungen und Ideen – und mir war gar nicht so klar, wie viele Berufsmöglichkeiten es gibt.“ Auch Lea ist begeistert. „Ich hätte nicht gedacht, dass man so viele Leute kennenlernt und so viele Möglichkeiten sieht. Jetzt fühle ich mich direkt ein Stück weiter in meiner Entscheidung.“

Volksbank eG

Hildesheim-Lehrte-Pattensen

Bilanzsumme: 3,05 Milliarden Euro

Mitglieder: rund 61.242

Kunden: rund 109.794

Geschäftsstellen: 20

(davon sechs SB-Filialen)

Stand: 31. Dezember 2025



Die bundesweiten Wettbewerbe und Initiativen der Volksbanken und Raiffeisenbanken

Lebensräume zu gestalten und Lebensräume zu erhalten sind ebenso wie ein gut gepflegtes Miteinander das Wesensmerkmal der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken.

Gemeinsam setzen sich die Kreditgenossenschaften lokal, regional, bundesweit und sogar international für die Förderung des kreativen Nachwuchses sowie für den Breitensport ein. Zusammen machen sie sich für die Idee Europa stark und verschaffen ihr Gehör. Sie unterstützen Kinder, Jugendliche, Schulen und Eltern mit Informationen und Materialien zur Finanzbildung. Überdies prägen sie bereits seit vielen Jahren flächendeckend und sehr erfolgreich gesellschaftliches Engagement in ganz Deutschland. Sie bringen Klimaschutz und Nachhaltigkeit aktiv voran und geben das Bewusstsein dafür an jüngere Generationen weiter.

Mit „jugend creativ“ – dem weltweit größten
Jugendwettbewerb seiner Art
www.jugendcreativ.de

Mit den „Sternen des Sports“ – Deutschlands wichtigstem
und erfolgreichstem Vereinswettbewerb
www.sterne-des-sports.de

Mit „Jugend und Finanzen“ – dem Portal für Finanzbildung
www.jugend-und-finanzen.de

Mit der Stiftung Aktive Bürgerschaft – dem Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe
www.aktive-buergerschaft.de

viele für viele

Mehr Informationen, Fakten und Details
zum bundesweiten Engagement und mehr
Einblicke in das vielfältige Geschehen
vor Ort gibt es auf dem 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: O.D.D. GmbH & Co. KG
www.odd.de

Bildnachweise
Seite 40 bis 89; Seite 100 bis 113: Thorsten Arendt
Seite 90 bis 95: BVR

Gedruckt auf 100 Prozent Altpapier



