

VR Aktuell

EIN THEMA. VIELE FACETTEN.



Engagiert für heute und morgen

- 1 ZAHLEN, DIE ZÄHLEN**
HÖCHSTWERTE IM ENGAGEMENT
- 2 GELEBTE WERTE**
NACHHALTIG EIGENINITIATIV
- 3 FARBENFROHE TRADITION**
50 JAHRE „JUGEND CREATIV“

Von Menschen für Menschen

Regionalität, Nähe, Nachhaltigkeit, Solidarität – Werte, die verbinden

Gesellschaftliches Engagement und das Einstehen für die Belange der Menschen vor Ort gehören seit jeher zum Werteverständnis der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Als Banken der Region und als Institute von Menschen für Menschen liegt ihnen das Wohl ihres jeweiligen Geschäftsgebiets sehr am Herzen. Sie sind ein Teil der Region, Motoren der regionalen Wirtschaftskreisläufe und kennen sich vor Ort bestens aus. Während der Corona-Zeit haben Gemeinschaft und Zusammenhalt noch einmal an Bedeutung gewonnen. Ihrer Verantwortung als Partner der Menschen in der Region waren sich die Volksbanken und Raiffeisenbanken von Anfang an bewusst und zeigten, dass man auf sie zählen kann.

Gesellschaftliches Engagement als Selbstverständnis der Volksbanken und Raiffeisenbanken

Aktiv Verantwortung zu übernehmen und persönlich da zu sein, für die Kunden und Mitglieder vor Ort, sind feste Bestandteile des Selbstverständnisses der Volksbanken und Raiffeisenbanken. Dass dies so ist, zeigen auch die Engagementzahlen der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken aus dem Jahr 2019 – also dem Jahr vor Corona. Diese hat der Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken in seiner jährlichen Umfrage unter allen Mitgliedsinstituten ermittelt. Diese Ausgabe von VR Aktuell bietet einen Überblick zu den Schwerpunkten, Werten und Motiven sowie zum Umfang des gesellschaftlichen Engagements der Genossenschaftsbanken in Deutschland.

Spenden und Sponsoring: neuer Höchstwert

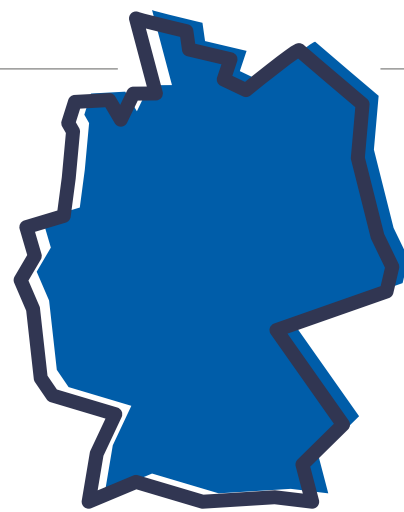
Mit 158 Millionen Euro unterstützte die Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2019 gemeinnützige Organisationen, Projekte und Initiativen finanziell. Das sind rund zehn Prozent mehr an freiwilligen Unterstützungsleistungen als im Vorjahr. 106 Millionen Euro wurden gespendet. Rund 40 Millionen Euro kamen Sponsoring-Aktivitäten zugute. Zwölf Millionen Euro flossen aus Stiftungserträgen an die Menschen der Region. Zusätzlich zu den finanziellen Zuwendungen förderten die Institute das Gemeinwohl mit geldwerten Unterstützungen in Höhe von rund neun Millionen Euro.

Das Stiftungsengagement wächst und wächst

Das Engagement in und für Stiftungen schafft verlässliche Strukturen vor Ort und generiert dauerhaft Erträge, die den Regionen zugutekommen. Rund 346 Millionen Euro betrug im Jahr 2019 das Stiftungsvolumen der genossenschaftlichen Bankengruppe. Damit wuchs auch dies gegenüber dem Vorjahr um knapp zehn Prozent. In den vergangenen zehn Jahren stieg es sogar um das 2,5-fache: Betrug es 2010 noch 140 Millionen Euro, liegt es nun bereits sehr nah an der 350-Millionen-Euro-Marke. Bemerkenswert: Fast jede dritte Bank ist im Stiftungsbe- reich engagiert und setzt damit auf eine besonders nachhaltige und dauerhafte Form der Förderung regionaler Anliegen.

Kinder und Jugendliche profitieren besonders

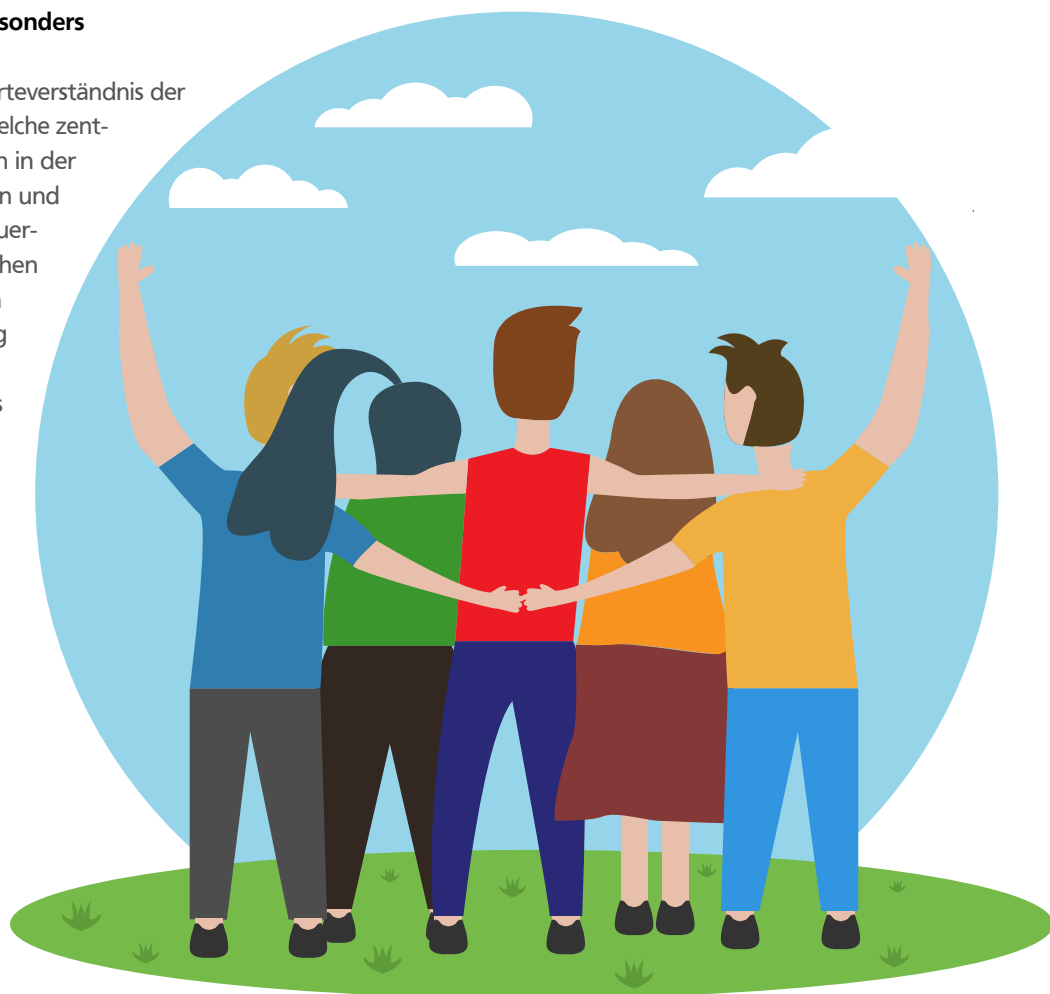
Das Engagement vor Ort drückt das Werteverständnis der Genossenschaftsbanken aus und zeigt, welche zentrale Position die Kreditgenossenschaften in der Region und gegenüber ihren Mitgliedern und Kunden einnehmen. Die großen und dauerhaften Schwerpunkte des gesellschaftlichen Engagements der genossenschaftlichen FinanzGruppe bilden die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen sowie die Förderung der örtlichen Vereine. Mehr als neun von zehn Genossenschaftsbanken sind primär für den Nachwuchs (97 Prozent) und für die Vereine vor Ort (96 Prozent) aktiv. Weitere wichtige Zielgruppen sind ältere Menschen (85 Prozent) und Familien (62 Prozent).



Regional, kundennah und nachhaltig

Regionalität steht bei den Volksbanken und Raiffeisenbanken an vorderster Stelle. 96 Prozent von ihnen nennen sie als zentralen Wert. Verwunderlich ist das nicht, denn sie sind Banken der Region, ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter identifizieren sich mit dieser und sind echte Vor-Ort-Experten. In dieser Funktion wissen sie am besten, worauf es ankommt und „wo der Schuh drückt“. Auch Kundennähe (77 Prozent) und Nachhaltigkeit (68 Prozent) spielen für das gesellschaftliche Engagement der Volksbanken und Raiffeisenbanken eine zentrale Rolle.

Interessant: Stärker als sonst kristallisierte sich im Zuge der Corona-Krise Solidarität als ein zentraler Wert für das gesellschaftliche Engagement der Genossenschaftsbanken heraus. Mehr als die Hälfte, 55 Prozent der Genossenschaftsbanken, gaben an, dass dieser Wert für sie eine zentrale Bedeutung hat – vor allem in einer Zeit, in der es ganz besonders auf Zusammenhalt und gegenseitige Unterstützung ankommt.



Jede/r Dritte ist ehrenamtlich aktiv

Dass die Werte der Genossenschaftsbanken auch aktiv gelebt werden, zeigt das persönliche Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Viele von ihnen kommen aus der Region, in der sie arbeiten, und identifizieren sich mit dieser. Ihr Einsatz vor Ort geht weit über das Tagesgeschäft hinaus. Mit 31 Prozent der Bankangehörigen ist deutschlandweit fast jede oder jeder dritte bei Volksbanken und Raiffeisenbanken Beschäftigte in der Freizeit ehrenamtlich aktiv und engagiert sich in Vereinen, lokalen Initiativen oder Hilfsorganisationen.

Corporate Volunteering: Jede zweite Bank ist im Einsatz

Zudem fördert fast jede zweite der 841 Genossenschaftsbanken (49 Prozent) das gesellschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der Arbeitszeit und führt sogenannte Corporate-Volunteering-Maßnahmen durch. Dabei stellen die Institute ihr Personal zum Beispiel für einen Tag frei, um sich kollektiv für gemeinnützige Anliegen zu engagieren. Oder aber sie organisieren eine gemeinsame Aktion, bei der sich das gesamte Bank-Team zusammen für eine gute Sache einsetzt.

Gegenseitigkeit als Wesensmerkmal

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

Hohe Relevanz nachhaltiger Themen

Bei allen Projekten der genossenschaftlichen FinanzGruppe spielt auch immer das Thema Nachhaltigkeit eine große Rolle. Über die Hälfte der in der BVR-Studie befragten Banken führte an, dass Nachhaltigkeit für sie eine sehr hohe (25 Prozent) oder eine eher hohe Priorität (39 Prozent) besitzt. Auf die Frage nach konkreten Maßnahmen wurden vor allem das Angebot nachhaltiger Finanzprodukte (79 Prozent), ein noch stärkeres gesellschaftliches Engagement – insbesondere in den Bereichen Umwelt, Soziales und Bildung (67 Prozent) – sowie die weitere Sensibilisierung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter für nachhaltige Aspekte (67 Prozent) genannt.



#Nachbarschaftsbanken: Hilfe zu Corona-Zeiten

Als im Zuge der Corona-Pandemie die deutsche Wirtschaft und insbesondere der Mittelstand schnelle Hilfe brauchten, standen die Volksbanken und Raiffeisenbanken ihren Kunden zur Seite. Sie hielten in der Krise nicht nur gemeinsam mit anderen Banken unter schwierigen Bedingungen die Versorgung mit Bankdienstleistungen aufrecht, sie stellten auch erhebliche Ressourcen für die Förderkreditberatung sowie die Kreditantragsprüfung und -bearbeitung des KfW-Sonderprogramms bereit. Die Volksbanken und Raiffeisenbanken sind da, wo sie gebraucht werden, vor Ort, bei den Menschen. Sie sind: Nachbarschaftsbanken.

Viele Firmenkunden von Genossenschaftsbanken haben sich per Video bedankt und ihre Corona-Geschichte erzählt. Sie haben ihre Probleme angesprochen und die Unterstützung durch ihre Bank gewürdigt. Alle Stimmen und Stimmungen wurden vom Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) auf einer Sonderseite des digitalen Jahresberichts veröffentlicht.

berichte.bvr.de/jahresbericht-2019/nachbarschaftsbanken

700 Fußballfelder voller Kunst

Das beste Beispiel für nachhaltiges gesellschaftliches Engagement von Genossenschaftsbanken ist ganz gewiss ihr jährlich stattfindender internationaler Jugendwettbewerb „jugend creativ“, der in diesem Jahr seinen 50. Geburtstag feiert. 90 Millionen Wettbewerbsbeiträge, 700 Fußballfelder voller Kunst, 50 Jahre Kreativitätsförderung von Kindern und Jugendlichen: „jugend creativ“ ist ein Wettbewerb der Superlative, getragen durch Genossenschaftsbanken in Europa.



Kinder und Jugendliche aus insgesamt sieben Ländern nehmen daran teil. Mit dabei sind Jahr für Jahr Teilnehmerinnen und Teilnehmer aus Deutschland, Finnland, Frankreich, Italien (Südtirol), Luxemburg, Österreich und der Schweiz. „Der Jugendwettbewerb ist ein vorbildliches Modell gesellschaftlichen Engagements, welches das europäische Miteinander fördert und für junge Menschen greifbar macht. Ich habe die Schirmherrschaft für die Initiative aus Überzeugung übernommen und ich wünsche mir mindestens 50 weitere Wettbewerbsrunden, die noch folgen werden, in denen sich Kinder und Jugendliche kreativ ausleben können“, teilte Schauspielerin Iris Berben, Schirmherrin der Jubiläumsrunde, per Video zum 50. Geburtstag des Programms mit.

Seit Anfang Oktober läuft nun bereits die 51. Runde. Drehte sich in der Jubiläumsausgabe noch alles um Glück, Glücksgefühle und Glücksmomente, so geht es nun um berühmte Gebäude, die Erschaffung eigener Bauvisionen und Zukunftschancen der Architektur. „Bau dir deine Welt!“, lautet das Motto. Schirmherrin ist die Künstlerin Rosa Loy. Kinder und Jugendliche aller Altersklassen sind nun dazu aufgerufen, sich in Form von Bildern, Kurzfilmen und Quizlösungen mit der Welt der Architektur zu beschäftigen.

Weitere Infos zum aktuellen Wettbewerb und natürlich auch zum goldenen Jubiläum von „jugend creativ“ gibt es unter www.jugendcreativ.de und www.jugendcreativ-blog.de

www.vielefuerviele.de

Mehr Infos, mehr Eindrücke
mehr Projekte: Auf dem
neuen bundesweiten
Engagementportal der
Volksbanken und Raiffeisenbanken
www.vielefuerviele.de

viele für viele

Volksbanken
Raiffeisenbanken

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt dieser Ausgabe:
Bundesverband der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken · BVR, Berlin
Leitung/Chefredaktion: Tim Zuchiatti, BVR – Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit
Autor: Tim Zuchiatti, BVR
Co-Autor: Dr. Stefan Saager, BVR
Objektleitung: Manuela Nägel, DG VERLAG, Leipziger Str. 35, 65191 Wiesbaden,
E-Mail: mnaegel@dgverlag.de
Verlag und Vertrieb: Deutscher Genossenschafts-Verlag eG, vertreten durch
den Vorstand: Peter Erlebach (Vorsitzender), Franz-J. Köllner und Marco Rummer,
Leipziger Str. 35, 65191 Wiesbaden

Gestaltung und Redaktion: hundertzwölf . agentur für kommunikation GmbH,
Wielandstraße 17, 60318 Frankfurt am Main
Herstellung: Görres-Druckerei und Verlag GmbH,
Niederbieberer Str. 124, 56567 Neuwied
Bildnachweis: BVR, shutterstock

Nachdruck – auch auszugsweise – nur mit ausdrücklicher Genehmigung des
Herausgebers. Das Manuskript für diese Ausgabe wurde Mitte Oktober 2020
abgeschlossen.
Für die Richtigkeit und Vollständigkeit keine Gewähr.