

# VR *Aktuell*

EIN THEMA. VIELE FACETTEN.



## Werte, die wirken

# 1

### WIRKSAME WERTE

Die Engagement-Zahlen 2022

# 2

### MEHR MITEINANDER

Initiativen und Wettbewerbe

# 3

### NÄHER GEHT'S NICHT

Wir leben Engagement vor Ort

## Das Engagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe

### Gemeinsam geht's besser

30 Millionen Kunden, 17,9 Millionen Mitglieder, 737 Genossenschaftsbanken mit 7.512 Bankstellen. Es braucht nicht viele Zahlen, um zu zeigen, wie stark, vielfältig und flächendeckend das Netzwerk der Volksbanken und Raiffeisenbanken ist. Als regional ausgerichtete und genossenschaftlich organisierte Institute stehen sie für eine besondere Nähe und enge Verbindung zu den Menschen in der Region. Mit der genossenschaftlichen Mitgliedschaft setzen sie auf Mitbestimmung und Mitgestaltung. Es ist sehr leicht, mitzuwirken und Teil der eigenen Bank zu werden. Das macht die Genossenschaftsbanken zu einer großen Gemeinschaft, die das Miteinander fördert. Die Banken übernehmen dabei aktiv Verantwortung und stehen für lokale Anliegen ein.

### Ziele, die zählen

Das beweist vor allem ihr jährliches freiwilliges gesellschaftliches Engagement. Ob für Klimaschutz, Bildung, Gleichheit, Gesundheitsförderung oder das vielfältige soziale Miteinander – die Genossenschaftsbanken in Deutschland setzen sich für sehr viele Anliegen ein und leben so ihre unternehmerische Verantwortung. Das ist Teil ihres Wesens und ihrer Werte. So gestalten sie Zukunft. Denn: Viele ihrer lokalen Projekte und Initiativen erfüllen bereits einige der 17 von den Vereinten Nationen definierten Nachhaltigkeitsziele. Diese Ausgabe von VR Aktuell zeigt, in welchem Umfang und mit welchem Selbstverständnis die Volksbanken und Raiffeisenbanken sich engagieren. Zugleich präsentiert sie die wichtigsten Zahlen des Jahres 2022.

# 1

## WIRKSAME WERTE DIE ENGAGEMENT-ZAHLEN 2022

### Mehr Spenden, mehr Sponsoring, mehr Stiftungsengagement

Das Jahr 2022 war für die Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken ein Jahr, in dem sie auf noch mehr Miteinander und ein gestärktes Engagement vor Ort setzte. Gesellschaftlich betrachtet, war 2022 gewiss ein herausforderndes Jahr. Der Ukraine-Krieg, die dadurch ausgelöste Energie- und Rohstoffknappheit, Inflation, Zinswende und eine noch nicht überwundene Corona-Pandemie sorgten in der Bevölkerung für viele Unwägbarkeiten und Nöte. Umso bemerkenswerter ist es, dass die Banken ihr gesellschaftliches Engagement gerade in diesem Jahr weiter ausbauen konnten. Gewiss sind es auch die genossenschaftlichen Werte der Partnerschaftlichkeit, Solidarität und des Miteinanders, die hier ihre Wirkung entfalteten.

### Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge: 171 Millionen Euro

So steigerten die Genossenschaftsbanken die Summe ihrer freiwilligen finanziellen Zuwendungen (Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge) von 157 Millionen Euro (2021) auf 171 Millionen Euro. Eine neue Rekordmarke. Die Genossenschaftsbanken sponserten damit bedeutsame Veranstaltungen in der Region, förderten Vereine, soziale Einrichtungen und lokale Initiativen. So füllten sie ihre Rolle als regionale Förderer vielseitig und zum Wohle sehr vieler Menschen aus. Während das Spendenvolumen seinen stetigen leichten Anstieg weiter fortsetzte – von 108 Millionen Euro im Jahr 2020 über 111 Millionen Euro im Jahr 2021 auf 116 Millionen Euro im Jahr 2022 –, machte das Volumen der Sponsoringaktivitäten einen richtig großen Sprung. Waren in den Vorjahren Corona-bedingt viele Events ausgefallen und die Volumina mit 33 Millionen Euro (2020) und 32 Millionen Euro (2021) entsprechend rückläufig, erreichten sie nun einen neuen Höchstwert von 41 Millionen Euro.

### Stiftungsengagement: 380 Millionen Euro

Auch im Bereich der Stiftungen machte das Engagement 2022 einen immensen Satz und näherte sich mit einem Gesamtvolumen von 380 Millionen Euro mit großen Schritten der 400-Millionen-Euro-Marke an. Zum Vergleich: Im Jahr 2021 lag es noch bei 352 Millionen Euro, im Jahr 2012 bei 201 Millionen Euro. Somit wurde es während einer Dekade nahezu verdoppelt. Die Institute setzen damit gezielt auf eine besonders nachhaltige und dauerhafte Form der Förderung regionaler Anliegen. Sie schaffen stabile Strukturen vor Ort, generieren neue Fördermittel und stiften für die vielen wichtigen Anliegen in ihrer Region nicht nur langfristig finanzielle Mittel, sondern ebenso Zuversicht für die Zukunft. Auch hier: genossenschaftliche Werte, die wirken.

### Aus der Region, für die Region



Auf die Frage, wo sich die Genossenschaftsbanken am liebsten engagieren, gibt es stets eine eindeutige Antwort: in der Region! Laut der jüngsten Umfrage ihres Spitzenverbands, des Bundesverbands der Deutschen Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR), ist für 97 Prozent aller Institute Regionalität der zentrale Treiber ihres Engagements. Weitere wichtige Motive sind Nachhaltigkeit (77 Prozent) und die Nähe zu den Mitgliedern und Kunden (58 Prozent). Mehr als die Hälfte (53 Prozent) der Genossenschaftsbanken in Deutschland fördern überdies das gesellschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, indem sie Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen. Dies können gemeinsame Hilfsaktionen, die Spende gemeinnütziger Stunden oder soziale Tage im Team für wohltätige Zwecke sein.

### Bemerkenswertes ehrenamtliches Engagement

Beachtlich: 38 Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter genossenschaftlicher Institute – also mehr als jede und jeder Dritte – engagieren sich in ihrer Freizeit ehrenamtlich, zumeist in ihrer Region. Auch hier zeigt sich die enge Verbindung der Banken und Bank-Teams zu ihrer Region, deren Anliegen, deren Initiativen und dem Leben vor Ort: Werte, die wirken.



# 2 MEHR MITEINANDER INITIATIVEN UND WETTBEWERBE

Nicht nur die Teams in den Banken sowie die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter vor Ort engagieren sich gemeinsam mit viel Energie und Enthusiasmus. Auch die Banken zusammen setzen sich konzentriert auf Bundes- und Landesebene für verschiedene Projekte und Anliegen ein: für mehr Klimaschutz, für bessere Finanzbildung, für kreativen Nachwuchs, für ein gutes Miteinander in Sportvereinen.

## **Mehr Klimaschutz: die Klima-Initiative „Morgen kann kommen“**

Vor gut einem Jahr starteten die Volksbanken und Raiffeisenbanken ihre bundesweite Klima-Initiative „Morgen kann kommen“. Mittlerweile hat sich die Initiative etabliert und ist in aller Munde. Im Rahmen eines großen gemeinsamen Baumpflanzprojekts will die genossenschaftliche FinanzGruppe bis zum Frühjahr 2024 eine Million Bäume pflanzen und nähert sich dieser Marke mit rund 850.000 finanzierten Setzlingen schon an. Die Initiative umfasst zudem über 150 lokale Klimaschutzprojekte einzelner Volksbanken und Raiffeisenbanken. Ein nächster Schritt ist nun das Klimabildungsprojekt „Wir und der Wald“, mit dem die Volksbanken und Raiffeisenbanken die Klimabildung in die Klassenzimmer bringen wollen.

► Mehr Infos: <https://klima-initiative.vr.de>.

## **Bessere Finanzbildung: Das Portal „Jugend und Finanzen“**

Viele Volksbanken und Raiffeisenbanken engagieren sich in oftmals jahrelangen Kooperationen vor Ort mit Schulen, Eltern oder Gemeinden für die Erweiterung des Finanzwissens insbesondere von Kindern und Jugendlichen. Abgebildet wird dieses

facettenreiche Engagement auf dem Portal für Finanzbildung „Jugend und Finanzen“. Eltern, Lehrerinnen und Lehrern sowie Schülerinnen und Schülern liefert dies wichtiges Basiswissen sowie didaktische Konzepte und Arbeitsmaterialien. Pädagoginnen und Pädagogen können dort Arbeitsblätter zu Finanzthemen für die Grundschule sowie für die Sekundarstufen I und II kostenfrei herunterladen. Darüber hinaus erhalten sie Empfehlungen, wie sie Wirtschafts- und Finanzwissen im Unterricht je nach Klassenstufe vermitteln können. Überdies gibt's jede Menge Fakten, Hintergrundinfos und Erklärvideos zu aktuellen und klassischen Finanzthemen.

► Mehr Infos: [www.jugend-und-finanzen.de](http://www.jugend-und-finanzen.de)

## **Kreativer Nachwuchs: „jugend creativ“**

„jugend creativ“ ist einer der größten internationalen Jugendwettbewerbe. Er wird in nahezu jeder Region der Republik sowie in fünf weiteren europäischen Ländern (Frankreich, Italien [Südtirol], Luxemburg, Österreich, Schweiz) durchgeführt. Für die Volksbanken und Raiffeisenbanken ist der jährliche Kreativwettbewerb ein Dauerbrenner. Er ist ein Beleg dafür, wie nachhaltig ihr Engagement angelegt ist. Seit 1970 nahmen über 90 Millionen Kinder und Jugendliche international daran teil. „jugend creativ“ ist so zum weltweit größten Jugendwettbewerb seiner Art geworden – Eintrag ins Guinnessbuch inklusive. Er verbindet Lehrer-, Eltern- und Schülergenerationen und motiviert Kinder und Jugendliche, sich kreativ, aber auch kritisch mit aktuellen Themen auseinanderzusetzen. 2022/2023 fand der Wettbewerb in Deutschland bereits zum 53. Mal statt. Zahlreiche Volksbanken und Raiffeisenbanken beteiligen sich Jahr für Jahr mit viel Einsatz und guten Ideen an der Durchführung des Wettbewerbs in den Schulen vor Ort.

► Mehr Infos: [www.jugendcreativ.de](http://www.jugendcreativ.de)

## **Zusammenhalt in Vereinen: „Sterne des Sports“**

Jahr für Jahr belohnen die Volksbanken und Raiffeisenbanken und der Deutsche Olympische Sportbund (DOSB) mit den „Sternen des Sports“ Sportvereine, die sich für gemeinnützige und soziale Ziele engagieren. Bereits seit 2004 werden die Preise jährlich auf lokaler, Landes- und Bundesebene in Bronze, Silber und Gold vergeben. Mehr als acht Millionen Euro flossen den Sportvereinen in Deutschland dadurch bereits zugunsten ihres gesellschaftlichen Engagements zu. Der Nutzen lässt sich dabei aber nicht nur in Zahlen ausdrücken. Denn: Die „Sterne des Sports“ zeichnen das Engagement in den Vereinen nicht nur aus, sondern fördern es ganz gezielt. Der Wettbewerb genießt dabei ein so hohes Ansehen, dass die Verleihung der Bundespreise regelmäßig vom Bundespräsidenten wahrgenommen wird.

► Mehr Infos: [www.sterne-des-sports.de](http://www.sterne-des-sports.de)



# 3 NÄHER GEHT'S NICHT WIR LEBEN ENGAGEMENT VOR ORT

## Lebhafte Eindrücke

Spannende Einblicke dazu, wie sehr die Volksbanken und Raiffeisenbanken gesellschaftliches Engagement leben und mit wie viel Einsatz Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sich vor Ort für ihre Region und für die Anliegen von morgen starkmachen, finden Sie auf dem zentralen Engagement-Portal der Volksbanken und Raiffeisenbanken [www.vielefuerviele.de](http://www.vielefuerviele.de).

Nehmen Sie sich die Zeit und schauen Sie sich eines der vielen Film-Features unterschiedlicher Volksbanken und Raiffeisenbanken in ganz Deutschland an (Rubrik „Vor Ort“). Sie werden sehen: Gesellschaftliches Engagement ist für Genossenschaftsbanken kein Lippenbekenntnis, sondern gelebter Alltag und Teil ihres täglichen Tuns. Und: Hier treten Menschen für Menschen ein. Gemeinsam. Vielfältig. Innovativ.

Ob Integration, Denkmalkunst und Kunstdenkmäler, Natur-Erlebnisräume, Schul-Rechenspiele mit dem Vorstandssprecher, Bienenvölker, Elektro-Fuhrparks, Wald-Kitas, Rechenspiele hinter historischen Gemäuern ... es gibt kaum etwas, das es nicht gibt. Die Hauptsache: Es muss zur Region passen, der Region helfen und die Welt von morgen stückweise besser machen. So schafft man Großes im vermeintlich Kleinen!

# viele für viele



## Mehr erfahren und dabei sein

Wollen Sie mehr über unser Engagement vor Ort erfahren? Möchten Sie wissen, wie Sie als Mitglied dieses Engagement mitgestalten können? Dann sprechen Sie uns und unsere Beraterinnen und Berater gern direkt an oder informieren Sie sich über unsere Aktivitäten auf unserer Homepage.

### 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: André Musalf, BVR  
Objektleitung: Manuela Nägel, DG Nexolution eG, Leipziger Str. 35, 65191 Wiesbaden,  
E-Mail: manuela.naegel@dg-nexolution.de  
Verlag und Vertrieb: DG Nexolution eG, vertreten durch den Vorstand:  
Peter Erlebach (Vorsitzender), Marco Rummer (stellvertretender Vorsitzender),  
Dr. Sandro Reinhardt; Leipziger Str. 35, 65191 Wiesbaden

Gestaltung und Redaktion: hundertzwoölf . agentur für kommunikation GmbH,  
Valentin-Senger-Straße 15, 60389 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 Juni 2023 abgeschlossen.  
Für die Richtigkeit und Vollständigkeit keine Gewähr.