

Engagement der Genossen-  
schaftlichen FinanzGruppe  
Volksbanken Raiffeisenbanken  
2021

## Engagement 2021 der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken

---

Auch das Jahr 2021 war ein Corona-Jahr. Viele Veranstaltungen, Aktionen, Treffen fielen aus. Sozialleben musste neu definiert und interpretiert werden. Gleichzeitig entwickelte sich bei allen Besonderheiten in dieser Zeit ein fast schon routinierter Umgang mit den Umständen. Dennoch: Auch für die klassischen Formen des gesellschaftlichen Engagements war dies natürlich – wie für so viele andere Dinge – nicht einfach. Denn: Wohin mit Sponsorengeldern, wenn die ursprünglich gesponserten Veranstaltungen allesamt ausfallen? Und: Wie kann gelebtes Miteinander funktionieren, wenn alle zur gleichen Zeit vor unterschiedlichen Bildschirmen sitzen? Ganz gewiss: Meist nicht ganz so gut. Aber: Immerhin gelang es so, neue digitale Umgangsformen zu kultivieren und zu etablieren. Und im Umkehrschluss weiß man nun, was man aneinander hat, wenn man sich mal wieder in echt und ohne Bildschirm und Co. begegnet.

Auch die 772 Genossenschaftsbanken stellten sich in dieser Zeit flexibel auf die neuen Verhältnisse ein und hörten dabei auf das, was den Menschen vor Ort

wichtig war. Während das Engagement im Sponsoring gegenüber dem Vorjahr leicht und gegenüber dem coronafreien Jahr 2019 – wie soll es anders sein? – erheblich sank, etablierten sie besondere, situationsgemäße, spontane Formen der Förderung und Unterstützung. 70 Prozent von ihnen boten eine oder mehrere Corona-Hilfen für Vereine, mittelständische Unternehmen und Selbstständige, Kunst- und Kulturschaffende, Senioren, Pflegekräfte oder auch den Einzelhandel an. Zugleich hielten sie an bewährten Formen der Förderung sowie an den oft über viele Jahre geprägten Engagement- und Unterstützungsstrukturen fest, sodass zumindest hier keine gravierenden Verschiebungen zu erkennen sind. So sind die Engagementzahlen 2021 beachtlich, sowohl in Bezug auf ihre Konstanz als auch auf ihren teilweise sogar gestiegenen Umfang. Sie zeigen: Auf die Genossenschaftsbanken kann man auch in schwierigen Zeiten zählen!

## 157 Millionen Euro: Spenden und Sponsoring 2021

Mit 157 Millionen Euro unterstützte die Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2021 gemeinnützige Organisationen, Projekte und Initiativen finanziell (siehe Grafik auf Seite 28). Damit steigerten sie ihr Engagement in diesem Bereich gegenüber dem Corona-Jahr 2020 sogar ein wenig. Während das Spendenvolumen auf 111 Millionen Euro stieg und auch die Stiftungserträge von 13 auf 14 Millionen Euro wuchsen, ging der Umfang des Sponsorings – wie bereits erläutert – auf nun 32 Millionen Euro zurück.

Zu der Gesamtsumme hinzu kommen noch rund 10 Millionen Euro an geldwerten Zuwendungen (siehe Grafik auf Seite 28). 8 Millionen Euro in Form kostenloser Finanz- und Serviceleistungen, 2 Millionen Euro in Form von Sachspenden.

93,4 Millionen Euro der Gesamtsumme stammen aus dem genossenschaftlichen Gewinnsparen. Das zeigt: Die Kombination aus Sparen, Gewinnchancen und gesellschaftlichem Engagement behält bei den Instituten und ihren Kunden seinen hohen Stellenwert und bleibt auch in außergewöhnlichen Zeiten überaus beliebt.

Finanzielle Zuwendungen  
im Zeitvergleich  
(in Millionen Euro)

2021: 157  
2020: 154  
2019: 158  
2018: 146  
2016: 144  
2014: 130  
2012: 131

Geldwerte Zuwendungen  
im Zeitvergleich  
(in Millionen Euro)

2021: 10  
2020: 10  
2019: 9  
2018: 11  
2016: 8  
2014: 13  
2012: 7

## 352 Millionen Euro: Stiftungsvermögen 2021

Das Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe im Stiftungsbereich stieg auch im Jahr 2021 leicht an. Ende Dezember 2021 umfasst es rund 352 Millionen Euro. Das sind rund 2 Millionen Euro mehr als im Jahr 2020. Mit 306 Millionen Euro gründeten Organisationen der genossenschaftlichen FinanzGruppe bisher eigene Stiftungen.

Mit 46 Millionen Euro unterstützten sie den Auf- und Ausbau von Bürgerstiftungen und anderen Gemeinschaftsstiftungen (siehe Grafik auf Seite 33). Jede dritte Bank ist mittlerweile im Stiftungsbereich engagiert und setzt damit auf eine besonders nachhaltige und dauerhafte Form der Förderung von regionalen Anliegen. Interessant: In den vergangenen 15 Jahren verdreifachten die Institute der genossenschaftlichen FinanzGruppe ihr Engagement im Stiftungsbereich nahezu.

Stiftungsengagement im  
Zeitvergleich  
(in Millionen Euro)

2021: 352  
2020: 350  
2019: 346  
2018: 318  
2016: 289  
2014: 228  
2012: 201

## Ehrenamtliches Engagement der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter bleibt gewohnt hoch

Mit 30 Prozent der Bankangehörigen ist knapp ein Drittel der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Genossenschaftsbanken, Verbänden und Unternehmen der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken in ihrer Freizeit ehrenamtlich aktiv.

Das ist besonders und steht für die herausgehobene Rolle der Genossenschaftsbanken in ihrer Region. Denn: Für viele ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist die Region mehr als nur der Ort ihres Arbeitsplatzes. Es ist ein besonderes Stück Heimat, das es zu pflegen und zu unterstützen gilt. Für diese setzen sie sich über das Tagesgeschäft hinaus ein, prägen sie mit und helfen dort, wo es angebracht ist.

## Corporate Volunteering: Mehr als jede zweite Bank packt mit an!

53 Prozent! Mehr als jede zweite Genossenschaftsbank organisiert oder unterstützt das bürgerschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der Arbeitszeit (Corporate Volunteering). Viele Institute führen Freiwilligentage durch, an denen sich das Personal – jenseits des

täglichen Bankgeschäfts – direkt für die Belange der Region einsetzt und aktiv mitanpackt. Andere stellen ihr Personal für einen Tag frei, um sich kollektiv für gemeinnützige Anliegen zu engagieren. Damit schenken sie Zeit und Einsatz und stiften Nutzen für die Region, der sich in vielen Fällen materiell gar nicht aufwiegen lässt. Bemerkenswert: Im Corona-Jahr 2021 fiel dieser Wert nicht zurück, sondern wuchs weiter. Das zeigt: Auch wenn das Sozialleben arg beeinträchtigt war, brachten sich die Banken mit ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern dort persönlich ein, wo es in dieser Zeit vor Ort erforderlich war.

## Schwerpunkte: Kinder und Jugendliche + Vereine

Die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen und die Förderung der örtlichen Vereine bilden die großen Schwerpunkte des gesellschaftlichen Engagements der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. 100 Prozent der Genossenschaftsbanken unterstützen mit ausgewählten Initiativen und Projekten den Nachwuchs. Also alle! Weitere wichtige Zielgruppen sind ältere Menschen (91 Prozent der Banken) sowie Familien und Lebensgemeinschaften (69 Prozent, siehe Grafik auf Seite 34).

Bei den Empfängern stehen Vereine – als soziale Motoren ihrer Region – weiterhin ganz oben. 99 Prozent aller Banken setzen sich für örtliche Vereine und Initiativen ein. 98 Prozent engagieren sich überdies auch für öffentliche Einrichtungen wie Schulen oder Kindergärten. Auch Kirchengemeinden oder anderen religiösen Gemeinschaften kommt das Engagement von beachtlichen 89 Prozent der Institute zugute.

## Regionalität, Nachhaltigkeit und Nähe sind besonders wichtig

Regionalität (97 Prozent), Nachhaltigkeit (77 Prozent) und Kundennähe (68 Prozent) sind die Hauptmotive für das Engagement der Genossenschaftsbanken vor Ort. Insbesondere das Thema Nachhaltigkeit hat dabei sehr an Bedeutung gewonnen. Es ist das Thema der Zeit und das spiegelt sich nicht nur in der Ausrichtung des Engagements der Institute wider. Das zeigt: Die Genossenschaftsbanken stellen sich sehr gezielt und mit Blick für die Anliegen und Bedarfe der Menschen vor Ort auf die Probleme von morgen ein und begegnen diesen entschlossen, vielseitig und beherrscht. Weitere zentrale Motive sind Selbsthilfe (37 Prozent), Solidarität (35 Prozent), Mitgliedschaft (28 Prozent).

## Studiendesign

Die Stiftung Aktive Bürgerschaft befragte im Jahr 2022 alle BVR-Mitgliedsbanken, Unternehmen und Verbände der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Auftrag des Bundesverbandes Deutscher Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) zu ihrem gesellschaftlichen Engagement. Die Rücklaufquote betrug 26 Prozent. Die Umfrage wird seit 2005 jährlich durchgeführt.

# Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe

in Millionen Euro

157

2021

10

2021

352

2021

154

2020

10

2020

350

2020

158

2019

9

2019

346

2019

146

2018

11

2018

318

2018

145

2017

10

2017

301

2017

Finanzielle Zuwendungen  
(Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge)

Geldwerte Zuwendungen

Stiftungsengagement

# Spenden und Sponsoring 2021: 157 Millionen Euro

in Millionen Euro

111 108 106 98 106

Spenden

32 33 40 37 30

Sponsoring

14 13 12 11 9

Stiftungserträge

2021 2020 2019 2018 2017

# Geldwerte Leistungen 2021: 10 Millionen Euro

in Millionen Euro

8 8 7 9 7

Kostenlose Finanz- und Servicedienstleistungen,  
Bereitstellung von Unternehmenslogistik

2 2 2 2 3

Sachspenden

2021 2020 2019 2018 2017

# Stiftungsvermögen 2021: 352 Millionen Euro

in Millionen Euro

306

2021

307

2020

307

2019

283

2018

269

2017

Stiftungsvermögen der Bankstiftungen

46

2021

43

2020

39

2019

35

2018

29

2017

Zustiftungen zum Vermögen von  
Bürgerstiftungen und anderen Gemeinschaftsstiftungen

# Schwerpunkte des Engagements 2021

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

Zielgruppen

100

Kinder,  
Jugendliche

91

Ältere Menschen,  
Senioren

69

Familien,  
Lebensgemeinschaften

Empfänger

99

Örtliche Vereine,  
Initiativen

98

Öffentliche Einrichtungen  
(zum Beispiel Schulen)

89

Kirchengemeinden  
oder andere religiöse  
Gemeinschaften

# Banken, die Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen

in Prozent

53

2021

42

2020

49

2019

55

2018

45

2017

# Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich in der Freizeit bürgerschaftlich engagieren

in Prozent

30

2021

32

2020

31

2019

41

2018

42

2017

# Werte des Engagements 2021

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

97

Regionalität

77

Nachhaltigkeit

68

Kundennähe

37

Selbsthilfe

35

Solidarität

28

Mitgliedschaft