

Bericht über  
das gesellschaftliche  
Engagement



der  
Genossenschaftlichen  
FinanzGruppe  
Volksbanken  
Raiffeisenbanken

22

# Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Überblick

Wert 2022 in Millionen Euro

	Genossenschaftsbanken*	FinanzGruppe
<b>Verantwortung für Mitarbeiter</b> in Form von Personalaufwendungen	8.948	10.456
<b>Verantwortung für Bund, Länder und Gemeinden</b> in Form von Steuerzahlungen	1.278	2.807
<b>Verantwortung für die Mitbürger</b>		171
Spenden		116
Sponsoring		41
Stiftungserträge		14
<b>Stiftungsvermögen</b>		380
<b>Geldwerte Leistungen</b>		12

\* Vorläufig.

Bericht über  
das gesellschaftliche  
Engagement

der Genossenschaftlichen  
FinanzGruppe  
Volksbanken  
Raiffeisenbanken  
2022

---

Vorwort des Vorstandes 7

---

Engagement 2022 17

---

Lebensräume gestalten,  
Lebensräume erhalten 39

VR Bank Westküste eG

Kinder, Krabben, Klimawandel 44

VR-Bank in Südniedersachsen eG

Türen auf, Kunst rein! 52

Volksbank Sauerland eG, Volksbank in Südwestfalen eG,  
Volksbank Wittgenstein eG, Volksbank Brilon eG, VR Bank Lahn-Dill eG

Der Weg ist das Ziel 60

Volksbank eG – Die Gestalterbank

Mehr fürs Moor 68

**Nachhaltig nachhaltig** **74**

---

**Gemeinschaft leben,  
Gemeinschaft prägen** **81**

**Herzensplätze und  
Herzensschätze** **86**

**Für eine Welt des  
Miteinanders** **92**

**Farben fürs Forum!** **100**

**Wir und der Wald** **108**

---

**Viele für viele** **115**

---

# Vorwort des Vorstandes

---

Genossenschaftsbanken sind Banken des Füreinanders. Ihnen geht es um Förderung, Befähigung, Partnerschaftlichkeit. Dies gilt natürlich in wirtschaftlicher Hinsicht. Besonders gut zu erkennen ist es aber auch an dem Umfang, den Impulsen und Ideen, mit denen sich die Institute vor Ort gemeinsam und freiwillig für die Menschen und ihre Anliegen engagieren.

Der hier vorliegende Engagementbericht der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken 2022 bildet die bemerkenswerten Volumina an Spenden, Sponsoring, Stiftungsengagement ab und informiert über Motive, Zielgruppen sowie Schwerpunkte. Zugleich zeigen er und auch das damit korrespondierende Engagementportal [www.vielefuerviele.de](http://www.vielefuerviele.de), wie kreativ, bedarfsorientiert und überzeugend sich die Institute für die Menschen in ihrer Region – und oft auch darüber hinaus – einsetzen.

Mit 171 Millionen Euro an freiwilligen finanziellen Zuwendungen (Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge) unterstützten die Institute im Jahr 2022 gemeinnützige Organisationen und Initiativen. Das ist so viel wie noch nie. Dies wiederum zeigt: Selbst in weltpolitisch schwierigen Zeiten wie dem Jahr 2022 kann man auf die Genossenschaftsbanken zählen.

Auch das Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe im Stiftungsbereich legte weiter zu – von 352 Millionen Euro (2021) auf rund 380 Millionen Euro (2022). Regionalität, Nachhaltigkeit und Kundennähe bleiben dabei die zentralen Motive ihres Engagements.

Die Genossenschaftsbanken verstehen es, ihre Regionen zu prägen, zu entwickeln und zu stärken. Sie stellen sich den großen Themen im vermeintlich Kleinen. Viele ihrer lokalen Projekte und Initiativen erfüllen so bereits einige der 17 von den Vereinten Nationen definierten Nachhaltigkeitsziele (SDG). So gehen die Banken die Aufgaben der Zukunft in ihrer direkten Umgebung an. Immer geht es ihnen dabei auch darum, Lebensräume zu gestalten und zu erhalten sowie Gemeinschaft zu leben und Gemeinschaften zu prägen. Denn: Nur im direkten gemeinsamen Handeln und mit der nötigen Entschlossenheit lässt sich das Projekt Zukunft meistern.

Einige leuchtende Beispiele, wie dies vor Ort gelingt, lassen sich in diesem Bericht entdecken. Schnell lässt sich dabei erkennen: Es ist viel mehr als die Summe der einzelnen Teile.

Wir wünschen viel Freude bei der Lektüre.

Marija Kolak  
Tanja Müller-Ziegler  
Daniel Quinten

# 380

Millionen Euro beträgt das gesamte Stiftungsengagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2022. Gegenüber dem Vorjahr legte das Volumen des Stiftungsengagements damit um 28 Millionen Euro zu. Durch die veränderte Zinssituation lohnt sich diese Form des Engagements wieder stärker, insofern ist hier mit weiteren Zuwächsen zu rechnen. Überdies ist der Aufbau von und das Engagement in Stiftungen für Genossenschaftsbanken seit je eine gute Möglichkeit, um Dinge vor Ort langfristig zu unterstützen und Strukturen dauerhaft zu verbessern. Das passt zur genossenschaftlichen Idee und zur genossenschaftlichen Überzeugung.

# 171

Millionen Euro ließen die Genossenschaftsbanken in Deutschland den Menschen vor Ort im Jahr 2022 an freiwilligen finanziellen Zuwendungen zukommen. Damit stieg die eingesetzte Summe an Spenden, Sponsoring und Stiftungserträgen im Vergleich zu 2021 (157 Millionen Euro) um nahezu 10 Prozent und erreichte einen neuen Höchstwert. Trotz zahlreicher gesellschaftlicher und weltpolitischer Probleme nahmen die Genossenschaftsbanken ihre etablierte und tradierte Rolle als Motor und Förderer ihrer Regionen weiterhin sehr ernst und waren für die Menschen da.

# 95

Prozent der Banken betrachten das Thema Nachhaltigkeit nicht nur als ein großes Feld für gesellschaftliches Engagement, sondern auch als zentrales Thema ihrer Gesamtstrategie. In vier von fünf Banken ist das Thema bereits fest verankert. Die Ansprüche gehen dabei zumeist weit über die rechtlichen Erfordernisse hinaus. Denn: Nachhaltigkeit liegt den Genossenschaftsbanken am Herzen. Es ist nicht nur ein höchst wichtiges Thema unserer Zeit, sondern passt zudem auch zu Struktur, Wesen und Selbstverständnis der Institute.

Prozent der Genossenschaftsbanken in Deutschland nennen Regionalität als zentralen Wert ihres gesellschaftlichen Engagements. Aus der Region, für die Region: Das passt zur Ausrichtung und Struktur einer jeden Genossenschaftsbank. 77 Prozent der Institute nennen aber auch Nachhaltigkeit als ein wesentliches handlungsleitendes Motiv ihres Engagements. Für 58 Prozent spielt zudem die Nähe zu Kunden, Mitgliedern und zur Region eine zentrale Rolle.

# 77



# 38

Prozent der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – also mehr als jede und jeder Dritte – genossenschaftlicher Institute 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, ihren Anliegen, ihren Initiativen und dem Leben vor Ort.

# 53

Prozent der Genossenschaftsbanken in Deutschland fördern das gesellschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, indem sie Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen. Dies können gemeinsame Hilfsaktionen von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern sein, die Spende gemeinnütziger Stunden oder soziale Tage des Teams für gemeinnützige Zwecke.

Prozent der Volksbanken und Raiffeisenbanken, Sparda-Banken, PSD Banken und weiteren genossenschaftlichen Institute unterstützen mit ihrem gesellschaftlichen Engagement Kinder und Jugendliche in ihrer Region. Der Nachwuchs ist die Zukunft und darauf bauen die Genossenschaftsbanken vor Ort. Aber längst nicht nur: Zugleich profitieren ältere Menschen und Senioren (93 Prozent) sowie Familien und Lebensgemeinschaften (73 Prozent) besonders vom Engagement der Genossenschaftsbanken in Deutschland. Kurzum: Die gesamte Breite unserer vielseitigen und bunten Gesellschaft!

99

99

Prozent der Genossenschaftsbanken in Deutschland unterstützen mit ihrem gesellschaftlichen Engagement örtliche Vereine und Initiativen. Vereine sind die sozialen Motoren der Regionen. Sie prägen das gemeinschaftliche Leben und gestalten es auf vielseitige Weise mit. Das passt zum genossenschaftlichen Gedanken und zur Rolle der Institute vor Ort. Aber auch öffentliche Einrichtungen wie zum Beispiel Schulen und/oder Kindertagesstätten werden von 97 Prozent der Institute gefördert und unterstützt, Kirchengemeinden oder andere religiöse Einrichtungen von 92 Prozent.

Engagement der Genossen-  
schaftlichen FinanzGruppe  
Volksbanken Raiffeisenbanken  
2022

## Das gesellschaftliche Engagement der Genossenschaftsbanken im Jahr 2022

---

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 forderndes Jahr. Der Ukraine-Krieg, die dadurch ausgelöste Energie- und Rohstoffknappheit, Inflation, Zinswende und eine noch nicht überwundene Corona-Pandemie sorgten in der Bevölkerung für Unsicherheit und viele große und kleine Sorgen. Umso bemerkenswerter ist es, dass die Banken ihr gesellschaftliches Engagement gerade in diesem Jahr weiter stärkten. Gewiss sind es auch die genossenschaftlichen Werte der Partnerschaftlichkeit, Solidarität und des Miteinanders, die hier ihre Wirkung entfalteten.

So weist das kollektive Engagement eine beachtliche Konstanz auf. Diese zeigt, wie sehr die Genossenschaftsbanken in Deutschland für ein vertrauensvolles Miteinander stehen. Man kann auf sie zählen. Auch in schwierigen Zeiten. Sie stehen für Sicherheit und

Kontinuität. Das ist wichtig für jede einzelne Region, für die Menschen vor Ort, für die Gesellschaft.

Regionalität und Nachhaltigkeit sind dabei die großen Schlagworte. Im Zentrum der Förderung stehen dabei diejenigen, auf die es vor Ort und mit Blick auf die Zukunft ankommt: Kinder, Jugendliche, Familien, aber auch Senioren. Als soziale Motoren in den Regionen fungieren dabei zumeist Vereine, Schulen, Kitas. Kaum verwunderlich, dass diese besonders vom großen Einsatz der Volksbanken, Raiffeisenbanken, Sparda-Banken, PSD Banken und weiteren genossenschaftlichen Institute profitieren. Eine besondere Rolle spielen für die immense Unterstützung die Gewinnsparvereine, über die viele Mittel für gemeinnützige Zwecke erst zusammenkommen.

## 171 Millionen Euro: Spenden und Sponsoring 2022

Mit 171 Millionen Euro unterstützte die Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2022 gemeinnützige Organisationen, Projekte und Initiativen finanziell (siehe Abbildung auf Seite 28). Eine neue Rekordmarke. Die Genossenschaftsbanken sponserten damit bedeutsame Veranstaltungen in der Region, förderten Vereine, soziale Einrichtungen, 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 fortsetzte, von 108 Millionen Euro (2020) über 111 Millionen Euro (2021) auf nun 116 Millionen Euro (2022), machte das Volumen der Sponsoringaktivitäten einen richtig großen Sprung. Waren in den Vorjahren coronabedingt 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.

95,2 Millionen Euro stammen dabei 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.

Mit weiteren geldwerten Zuwendungen in Höhe von 12 Millionen Euro konnte das Gemeinwesen nochmals gestärkt werden (siehe Abbildung auf Seite 29).

### Finanzielle Zuwendungen im Zeitvergleich (in Millionen Euro)

2022: 171  
2020: 154  
2018: 146  
2016: 144  
2014: 130

### Geldwerte Zuwendungen im Zeitvergleich (in Millionen Euro)

2022: 12  
2020: 10  
2018: 11  
2016: 8  
2014: 13

## 380 Millionen Euro: Stiftungsvermögen 2022

Das Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe im Stiftungsbereich belief sich zum 31. Dezember 2022 auf rund 380 Millionen Euro. Darin enthalten sind 46 Millionen Euro, mit denen die Genossenschaftsbanken bislang den Auf- und Ausbau von Bürgerstiftungen und anderen Gemeinschaftsstiftungen unterstützten (siehe Abbildung auf Seite 30/31). Mit 334 Millionen Euro wurden bislang von Organisationen der genossenschaftlichen FinanzGruppe eigene Stiftungen gegründet. Jede dritte Bank ist dabei im Stiftungsbereich engagiert.

Wie wichtig das Engagement in Stiftungen den Genossenschaftsbanken ist, zeigt die Entwicklung in der letzten Dekade: Es wurde nahezu verdoppelt. 2012 lag es noch bei 201 Millionen Euro, 2021 bereits bei 352 Millionen Euro. Die Institute setzen damit gezielt auf eine besonders nachhaltige und dauerhafte Form der Förderung regionaler Anliegen. Sie schaffen verlässliche Strukturen vor Ort, generieren neue Fördermittel und stiften für die vielen wichtigen Anliegen ihrer Region nicht nur finanzielle Mittel, sondern Zuversicht für die Zukunft. Auch hier: Genossenschaftliche Werte, die wirken. Zukunft. Nachhaltig. Sichern.

Stiftungsengagement  
im Zeitvergleich  
(in Millionen Euro)

2022: 380  
2020: 350  
2018: 318  
2016: 289  
2014: 228

## Mehr als jede und jeder Dritte ehrenamtlich aktiv

Mit 38 Prozent der Bankangehörigen sind über ein Drittel der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Genossenschaftsbanken, Verbänden und Unternehmen der genossenschaftlichen FinanzGruppe in ihrer Freizeit ehrenamtlich aktiv. Auch hier zeigt sich die enge Verbindung der Banken und Bank-Teams zu den Regionen, in denen sie tätig sind, zu ihren Anliegen, ihren Initiativen und dem Leben vor Ort. Das sind Werte, die wirken.

53 Prozent der Banken – also mehr als jede zweite Genossenschaftsbank – organisieren oder unterstützen überdies 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 ganz handfest mitanpackt. Andere stellen ihr Personal für einen Tag frei, um sich kollektiv für gemeinnützige Anliegen zu engagieren. Damit schenken sie Zeit, zeigen Einsatz und stiften Nutzen für die Region, der sich in vielen Fällen materiell gar nicht aufwiegen lässt.

## Unterstützung von Kindern, Jugendlichen, Vereinen, Schulen/Kitas, Gemeinden

Die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen und die Förderung der örtlichen Vereine bilden weiterhin die Schwerpunkte des gesellschaftlichen Engagements der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. 99 Prozent der Genossenschaftsbanken unterstützen mit ausgewählten Initiativen und Projekten den Nachwuchs. Weitere wichtige Zielgruppen sind ältere Menschen (93 Prozent der Banken) sowie Familien und Lebensgemeinschaften (73 Prozent, siehe Grafik auf Seite 32).

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. 97 Prozent engagieren sich überdies auch für öffentliche Einrichtungen wie Schulen oder Kindergärten. Auch Kirchengemeinden oder anderen religiösen Gemeinschaften kommt das Engagement von beachtlichen 92 Prozent der Institute zugute.

## 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! Bei der BVR-Umfrage zum gesellschaftlichen Engagement 2022 – auf deren Ergebnissen diese Zahlen basieren – war für 97 Prozent aller Institute Regionalität der zentrale Treiber ihres Engagements. Weitere zentrale Motive sind Nachhaltigkeit (77 Prozent) und die Nähe zu den Mitgliedern und Kunden (58 Prozent).

## Studiendesign

Die Stiftung Aktive Bürgerschaft – das Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken – befragte im Frühjahr 2023 alle BVR-Mitgliedsbanken, Unternehmen und Verbände der genossenschaftlichen FinanzGruppe im Auftrag des Bundesverbandes Deutscher Volksbanken und Raiffeisenbanken (BVR) zu ihrem gesellschaftlichen Engagement. Die Rücklaufquote betrug 34 Prozent. Die Umfrage wird seit 2005 jährlich durchgeführt.

# Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe

in Millionen Euro

171

12

2022

157

10

2021

154

10

2020

158

9

2019

146

11

2018

Finanzielle Zuwendungen  
(Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge)

Geldwerte Zuwendungen

380

2022

352

2021

350

2020

346

2019

318

2018

Stiftungsengagement



# Spenden und Sponsoring 2022: 171 Millionen Euro

in Millionen Euro

Spenden



Sponsoring



Stiftungserträge

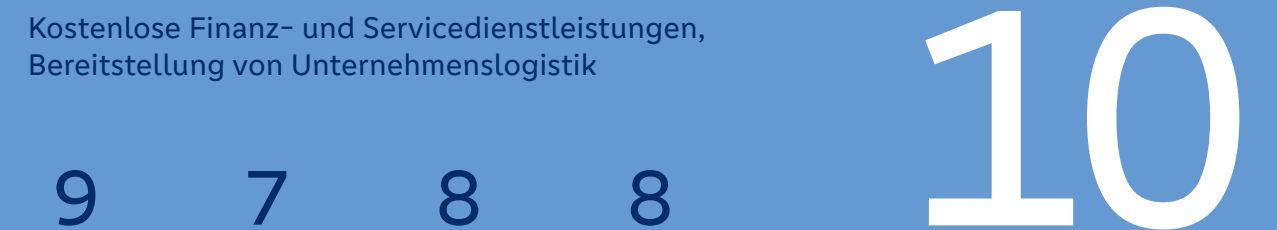


2018 2019 2020 2021 2022

# Geldwerte Leistungen 2022: 12 Millionen Euro

in Millionen Euro

Kostenlose Finanz- und Servicedienstleistungen,  
Bereitstellung von Unternehmenslogistik



Sachspenden



2018 2019 2020 2021 2022

# Stiftungsvermögen 2022: 380 Millionen Euro

in Millionen Euro

# 334

2022

306

2021

307

2020

307

2019

283

2018

Stiftungsvermögen der Bankstiftungen

# 46

2022

46

2021

43

2020

39

2019

35

2018

Zustiftungen zum Vermögen von  
Bürgerstiftungen und anderen Gemeinschaftsstiftungen

# Schwerpunkte des Engagements 2022

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

Zielgruppen

99

Kinder,  
Jugendliche

93

Ältere Menschen,  
Senioren

73

Familien,  
Lebensgemeinschaften

Empfänger

99

Örtliche Vereine,  
Initiativen

97

Öffentliche Einrichtungen  
(zum Beispiel Schulen)

92

Kirchengemeinden  
oder andere religiöse  
Gemeinschaften

# Banken, die Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen

in Prozent

# 53

2022

53

2021

42

2020

49

2019

55

2018

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

in Prozent

# 38

2022

30

2021

32

2020

31

2019

41

2018

# Werte des Engagements 2022

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

97

Regionalität

77

Nachhaltigkeit

58

Kundennähe

43

Selbsthilfe

38

Solidarität

33

Mitgliedschaft

Lebensräume gestalten,  
Lebensräume erhalten

Vor Ort ist, was zählt. So klar, so einfach: Für die Volksbanken und Raiffeisenbanken in Deutschland ist dieses Motto gelebte Praxis. Und dies gilt längst nicht nur in wirtschaftlicher Hinsicht. Denn: Genossenschaftsbanken sind Institute aus der Region und für die Region. Dies lässt sich sehr gut an ihrem gesellschaftlichen Engagement erkennen.

Sei es im Moor, in der Altstadt, im Wandergebiet, im Watt oder auch im eigenen Bank-Team: Mit ihrem beherzten Einsatz für das direkte Umfeld und für das, worauf es vor Ort ankommt, leben die Institute Nachhaltigkeit. Nicht erst seit heute, oft schon seit Jahren. Aber immer gezielter: Sie stützen Strukturen, schärfen das Bewusstsein und erhalten das, was es zu erhalten gibt. Immer steht dabei auch die Zukunftsfähigkeit der jeweiligen Region im Fokus.

So stärkt die VR Bank Westküste das Wissen der nachwachsenden Generationen im Umgang mit dem Wattenmeer, direkt vor ihrer Haustür. An die 30 Schulen und Kitas der Region profitieren davon. Und nicht zuletzt: die Umwelt (Seite 44 bis 51).

Die VR-Bank in Südniedersachsen setzt sich mit Kunst, Kultur und sehr viel Esprit für den Erhalt der unzähligen malerischen Fachwerkhäuser in der Innenstadt von Hann. Münden ein. Sie schützt damit das Wahrzeichen, stärkt den Charakter und bringt nicht zuletzt über mehrere Tage Touristenströme in die pittoreske Stadt (Seite 52 bis 59).

Am Rothaarsteig wiederum machen fünf der dort beheimateten Volksbanken und Raiffeisenbanken gemeinsame Sache. Mit vereinten Kräften setzen sie

sich für die Pflege, den Erhalt und für eine stringente Wegeführung des beliebten Wander- und Waldgebiets ein (Seite 60 bis 67). Seit Jahren.

Ins Moor geht es in Süddeutschland. Als Teil ihrer umfassenden Nachhaltigkeitsstrategie bemüht sich die Volksbank eG – Die Gestalterbank in Offenburg und Umgebung um die Renaturierung dieser so wichtigen Landschaften. Mit Überzeugung, mit Know-how und mit dem Wissen, worauf es ankommt (Seite 68 bis 73).

Die Volksbank Friedrichshafen-Tett nang hat darauf eine ebenso klare Antwort: Was zählt, sind die kommenden Generationen. Im eigenen Haus macht sie diese fit für die Anforderungen der Zukunft, indem sie ihre Azubinen und Azubis zu Energie-Scouts ausbildet und

zu Multiplikatoren für die Dinge, die unsere Welt zusammenhalten macht (Seite 74 bis 79).

So gestalten und erhalten die Genossenschaftsbanken – jeweils auf ihre ganz eigene Art – die Lebensräume von morgen. Und dies: überzeugt, überzeugend, nachhaltig.



## Kinder, Krabben, Klimawandel

Im Rahmen einer sehr großen und vielschichtigen Kooperation realisierte die VR Bank Westküste zusammen mit dem Nationalpark Wattenmeer in bisher 25 Schulen und 4 Kitas der Region die Errichtung didaktisch und gestalterisch hochwertiger Nationalpark-Ecken. Sie begeistert die Jüngsten damit für die nähere Umgebung, verbindet theoretische Erkenntnisse mit praktischen Erfahrungen im Watt und sensibilisiert nachwachsende Generationen für die Schutzbedürftigkeit dieser wertvollen Landschaften sowie für die Auswirkungen des Klimawandels vor Ort.



Plötzlich ist die Aufregung groß. „Ein Krebs!“, ruft Kira und bückt sich runter zur kleinen Pfütze, die sich auf dem Watt gebildet hat. Mats und Lotta sind ebenfalls unten. Sie verfolgen das kleine Tier, das sich schnell seitwärts durch das niedrige Wasser bewegt, mit ihren Fingern. So richtig trauen sich die drei und ihre fünf Mitschülerinnen und -schüler aber nicht, den Gliederfüßer anzufassen. Sie haben Angst, dass er sie zwicken könnte. Evelyn Schollenberger dagegen lächelt, greift mit ihrer Hand vorsichtig zu und nimmt das kleine Tier hoch. „Das ist eine Strandkrabbe, toll, dass ihr sie direkt gesehen habt“, sagt die Mitarbeiterin der Nationalparkverwaltung Wattenmeer. „Stellt euch mal schnell in eine Reihe“, sagt sie zu der kleinen Gruppe der Klaus-Groth-Schule. Eigentlich wollte sie die Grundschüler aus Husum direkt zum Priel führen, der in knapp 100 Metern Entfernung im Watt liegt, direkt vorm Badestrand Fuhlehorn auf Nordstrand, einer Husum vorgelagerten Halbinsel. Aber nun startet spontan eine Aktion: „Wir machen nun eine Krabbenautobahn. Legt eure Hände nebeneinander und lasst die Krabbe ganz langsam von Hand zu Hand krabbeln.“

## Baustein für die Zukunft der Region

Was so spielerisch daherkommt, ist für Evelyn Schollenberger ein Baustein für die Zukunft der Region. „Wir stellen fest, dass sich immer weniger Kinder im Watt auskennen, weil sie sich weniger in der

Natur aufhalten als früher. Dabei ist es so wichtig, dass sich der Nachwuchs, der vielleicht in Zukunft verantwortlich für unsere Region sein wird, auch mit dem Watt beschäftigt.“ Dabei geht es nicht nur um Naturwissen, sondern auch darum, dass der weltweit einzigartige Naturraum, der auch zum Weltnaturerbe ernannt wurde, eine wichtige Funktion hat. „Durch den Klimawandel kommen große Herausforderungen auf uns zu, weil wir die Küste an seine Auswirkungen anpassen müssen. Und dabei gilt es natürlich auch, die Belange der Natur mit im Blick zu behalten“, sagt Evelyn Schollenberger.

## Kinder für den Schutz des Wattenmeers stark machen

Sie vermittelt dieses Wissen im Rahmen des Kooperationsprogramms „Nationalpark-Kita und Nationalpark-Schule“, das Einrichtungen in der Region unterstützt, Kinder und Jugendliche für das Wattenmeer zu begeistern und sie auch zu motivieren, sich für seinen Schutz starkzumachen. Deswegen ist es besonders wichtig, den Kindern die Natur früh nahezubringen. „Wer so etwas schon in der Kindheit positiv wahrnimmt und wertschätzt, wird als Erwachsener ebenfalls achtsam mit der Natur umgehen“, ist sich Evelyn Schollenberger sicher. „Die Kinder beschäftigen sich dabei auch mit Themen wie der Vermüllung der Meere, was sie stark bewegt. So können wir altersge-

recht ein Bewusstsein schaffen.“ Gleichzeitig vermittelt sie, dass das Wattenmeer ein Lebensraum auf den zweiten Blick ist: „Die Kinder müssen ein bisschen detektivisch vorgehen und wenn wir sie dann darauf hinweisen, was sie alles entdecken können, dann wird es richtig spannend und aufregend.“

## Wattwürmer und Sandhäufchen

Im Watt funktioniert das heute hervorragend. Die Kinder laufen weiter, mit dem Blick auf den Boden gerichtet, auf dem Tausende kleiner Sand-Spaghettihäufchen zu sehen sind. „Was ist das denn wohl?“,

fragt Evelyn Schollenberger. „Würmer?“, ruft Anton, der gerade auf eines der kleinen Häufchen mit seinen nackten Füßen getreten ist. „Nein, die leben ja gar nicht, sondern sind aus Sand“, sagt er dann. „Du hast Recht“, antwortet ihm Evelyn Schollenberger, „aber es hat dennoch etwas mit Würmern zu tun, mit Wattwürmern genauer gesagt.“ Mit einer Forke buddelt sie vorsichtig ein Loch und zieht danach schnell einen zehn Zentimeter langen Wurm aus dem aufgelockerten Schlick. „Der hat den Sand gefressen, weil er dadurch seine Nährstoffe bekommt, und danach wieder ausgeschieden. Das sind dann diese Häufchen, die aus gereinigtem Sand bestehen.“

Nach einer weiteren halben Stunde kommt langsam das Wasser zurück. Die Kinder gehen Richtung Strand, bis sie in einer weiteren Wasserpfütze eine große Muschel finden. „Weiß jemand, was

Buddeln, beobachten, Bewusstsein schaffen – die Watt-Erkundungen sind ein Projekt für viele Sinne – und für die Zukunft.



das ist?“, fragt Evelyn Schollenberger wieder. „Eine Muschel?“, sagt ein Mädchen. „Ja, aber was für eine?“ Als sich niemand meldet, hilft Ann-Kathrin Holling weiter, die neben Nadine Falten die Gruppe begleitet. Die Grundschullehrerinnen haben sich bisher zurückgehalten. „Eine Auster“, sagt sie und Evelyn Schollenberger nickt. „Genau, das ist eine pazifische Auster, die hier gar nicht heimisch ist, aber sich seit Jahren in der Nordsee ausbreitet.“

## Nationalpark-Ecken: Theorie trifft Praxis

Die Kinder haben enorm viel gelernt und als sie wieder zurück in der Schule sind, wenden sie ihr Wissen direkt an. Sie sitzen um einen Tisch in der Nationalpark-Ecke, die im Rahmen des Kooperationsprogramms entwickelt wurde. Ann-Kathrin Holling und Nadine Falten sind wieder dabei. Die beiden haben sich für die Arbeit mit den Kindern weitergebildet, indem sie an Workshops und Netzwerktreffen mit Evelyn Schollenberger teilgenommen haben. In den Nationalpark-Ecken sind keine Inhalte vorgegeben, sodass die Kinder ihre Ausstellung selbst mit Texten, Bildern und Basteleien gestalten können. „Wir arbeiten mit den Kindern an verschiedenen Funden, die sie aus dem Wattenmeer mitgebracht haben“, sagt Ann-Kathrin Holling, während sie neben dem Tisch kniet, um den sich die Kinder geschart haben. „Sie bestimmen nun

zum Beispiel die Auster, die sie gefunden haben, zeichnen sie ab, erstellen einen Steckbrief oder schreiben eine Geschichte dazu.“ Das Wissen tragen sie zudem weiter: „Wir wollen das den anderen Kindern in der Schule ebenfalls präsentieren, damit diese von der Begeisterung angesteckt werden.“

## „Ich war total begeistert“

Zur Nationalpark-Ecke gehören zudem Elemente, mit denen sich die Kinder spielerisch mit dem Meer und seinen Bewohnern beschäftigen können – wie zum Beispiel Blanko-Tafeln, die ganz individuell beklebt und beschriftet werden können, oder Karten für Memory-Spiele, die die Kinder selbst gestalten dürfen.

Nach einer Stunde sind die Kinder immer noch mit Feuereifer bei der Sache. Deswegen merken sie auch gar nicht, dass Christian Remnitz neben ihnen steht und zuschaut. Der Filialleiter der Hauptstelle der VR Bank Westküste in Husum ist zu Besuch. Die Bank unterstützt die Nationalpark-Kitas und -Schulen seit vielen Jahren. Christian Remnitz ist beeindruckt. „Ich war total begeistert, als ich heute hier reinkam, weil ich gesehen habe, wie intensiv sich die Kinder mit der Nationalpark-Ecke beschäftigen und die Lehrerinnen dies vorbereiten“, sagt er. „Ebenso toll finde ich, dass sie mit den Gruppen rausfahren ins Watt, bei jedem Wetter. Das ist bei uns in Nordfriesland ja auch manchmal ein bisschen kälter und windiger“, ergänzt er lachend.



In der Schule werden die Watt-Erfahrungen in lockerer Runde besprochen und vertieft.





Ann-Kathrin Holling (rechts) und Nadine Falten.  
Evelyn Schollenberger (unten links), Christian Remnitz (unten rechts).



## Vom Strandkorb zum Sponsoring

Angefangen hatte die Zusammenarbeit zwischen dem NationalparkService in Tönning und der VR Bank Westküste mit jeweils einem Strandkorb für die Schulen und Kitas, in den eine Hörstation mit Klängen aus dem Wattenmeer eingebaut ist. Die Kinder sitzen gern darin, entspannen sich und lernen gleichzeitig, indem sie auf die Knöpfe drücken, die die Geräusche abspielen. Es folgten die Grundausstattungen für die Nationalpark-Ecken. Nun sind für die kommenden drei Jahre jeweils 35.000 Euro vereinbart, die in neue Materialien fließen sollen. Insgesamt konnten seit 2013 über 9.000 Kinder in 25 Schulen und 4 Kitas mithilfe ihrer Lehrkräfte und Erzieherinnen und Erzieher sowie verknüpft mit Exkursionen ins Watt ihre Heimat besser kennenlernen. Die Spende ergibt für Christian Remnitz deswegen auch enorm viel Sinn. „Wir als Bank vor Ort sind natürlich stolz auf unser Wattenmeer mit den unzähligen Lebensräumen, die es bietet – und dass wir die größte Wattfläche auf der ganzen Welt vor der Haustür haben.“ Deswegen sei es wichtig, dass die Kinder sich damit beschäftigen können. „Wir werden das Projekt deshalb auch weiterhin unterstützen, weil wir überzeugt davon sind, dass die Kinder davon profitieren und sich in der Zukunft hoffentlich für unser Wattenmeer einsetzen werden.“

VR Bank Westküste eG	
Bilanzsumme	2,48 Milliarden Euro
Mitglieder	37.181
Kunden	69.344
Geschäftsstellen	16
Mitarbeiter	378

Stand: 31. Dezember 2022

## Türen auf, Kunst rein!

Seit vielen Jahren ist die VR-Bank in Südniedersachsen eG Premiumpartner des Festivals DenkmalKunst – Kunst-Denkmal. Neben der Bereitstellung beachtlicher finanzieller Mittel engagieren sich zudem Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ehrenamtlich für dieses auch überregional strahlende Kulturevent. Dieses wiederum bringt Leben, Lichter, Kunst und Klänge in leer stehende Fachwerkhäuser der Innenstadt von Hann. Münden. Es belebt die Stadt mit über 7.000 Besucherinnen und Besuchern und weckt das Bewusstsein dafür, welchen Wert der Erhalt der vielen leer stehenden Bauwerke im Zentrum hat. Es passt also perfekt zum Wirken und Wesen der VR-Bank.





Die gesamte Innenstadt von Hann. Münden wird während des Festivals zur Ausstellungs- und Präsentationsfläche.

Von außen sieht das Haus in der Ziegelstraße 20 mitten in der historischen Altstadt von Hann. Münden wunderschön aus. Die braun und hellgelbe Fachwerkfassade, die sich über fünf Stockwerke zieht, ist gegliedert durch 39 Fenster, im dritten Stock in der Mitte prangt die Zahl 1520. Ungefähr in diesem Jahr wurde das Gebäude erbaut, das zu den rund 540 prächtigen Fachwerkhäusern aus sechs Jahrhunderten in der Mittelstadt in Südniedersachsen gehört. Im 19. Jahrhundert beherbergte das Haus, in dem in den vergangenen 500 Jahren Hunderte Menschen gelebt haben, eine Gummifabrik, im Erdgeschoss hat sich mittlerweile ein Supermarkt angesiedelt.

Die Etagen darüber aber blieben in den vergangenen Jahren mehr oder weniger ungenutzt. Doch heute ist die Eingangstür geöffnet. Zwei Etagen geht es nach oben, durch ein enges Treppenhaus, über ausgetretene Stufen, bis man durch eine niedrige Tür eine große Fläche betritt. Diese setzt sich aus mehreren kleinen Zimmern zusammen, die stark sanierungsbedürftig sind. Der Kunst, die es hier zu entdecken gibt, macht das aber nichts. Die großformatigen Porträts und kleinen Postkarten, aber auch beeindruckende Installationen von Künstlerinnen und Künstlern wie Christiane Crewett-Bausler, Klaus Kaufmann, Schirin Khorram und Janice Orth zum Beispiel füllen den Raum mit Kreativität und Sinn.

## Leerstehendes zugänglich machen

Die Ausstellung ist Teil des Festivals DenkmalKunst – KunstDenkmal (DKKD), das im Oktober 2022 zum siebten Mal in der Altstadt von Hann. Münden stattfand. Tagsüber wurden dabei rund 15 historische Gebäude mit Ausstellungen bespielt, nachmittags und abends fanden an 22 Orten Musik, Theater, Kabarett, Lesungen, Film und Performances statt. Die Idee zum Festival sei im Jahr 2006 mehr oder weniger durch einen Akt des Widerstands entstanden, erzählt Hermann Staub. „Damals sollte ein Ensemble in der Innenstadt – das Geschäft Eisen Meurer mit Nebengebäuden und Scheunen – abgerissen werden. Stattdessen wollten Investoren dort eine Einkaufspassage bauen“, erinnert sich der erste Vorsitzende des Vereins DenkmalKunst. Die Lichtdesignerin Uta von Schenck und der Hotelier Bernd Demandt entwickelten das Konzept, das bis heute Gültigkeit hat: Leer stehende Geschäfte und Wohnungen, Kirchen und Wehrtürme für die Öffentlichkeit zugänglich zu machen und mit Kunst wiederzubeleben.

Der Verein DenkmalKunst, der das Festival veranstaltet, verfolgt gleich mehrere Ziele. „Die Hann. Mündener Bürgerinnen und Bürger hatten ihre Altstadt bisher oft durch Verfall und Leerstand kennengelernt. Nun sahen sie die Häuser auf einmal in einem ganz neuen Licht und auch die Perspektiven, die diese boten“, sagt Hermann Staub. Gleichzeitig sorgte die

gestiegene Attraktivität auch dafür, dass Häuser neue Besitzer bekamen, die diese dann sanierten und damit auch die Stadt nach vorne brachten. Und nicht zuletzt kommen Besucherinnen und Besucher in die Stadt. „Rund 7.000 Menschen nahmen im Jahr 2022 an unseren Veranstaltungen teil, wobei in dieser Zahl auch die Mehrfachbesuche durch Dauerkarten-Inhaber enthalten sind“, erzählt Staub, der damit sehr zufrieden ist.

## VR-Bank in Südniedersachsen ist Premiumpartner

Die Kosten lassen sich durch den Kartenverkauf allerdings nicht decken, das ist klar. Die meisten bildenden Künstlerinnen und Künstler werden zwar durch Drittmittel unterstützt, die die Aufbauhonorare und Fahrtkosten übernehmen – aber die Bands und Musikerinnen und Musiker bekommen Gagen, die Technik und die Materialien kosten ebenfalls viel Geld. Daneben muss das DKKD-Festival etwa Versicherungen, GEMA- und andere Veranstaltungskosten bezahlen. Das Festival setzt deswegen neben öffentlichen Fördermitteln auf Sponsoren und dabei vor allem auf die VR-Bank in Südniedersachsen eG, die als Premiumpartner einen beachtlichen Teil des Budgets deckt. Im Packhof, einem alten Lagergebäude von 1837 am Rande der Innenstadt, schaut sich Folkert Groeneveld in einem stimmungsvollen weitläufigen Lagerraum im ersten Stock die Kunst an, die hier ausgestellt ist. Der Vorstandsvorsitzende

der Bank ist begeistert, spricht mit einer Künstlerin, bleibt länger vor einigen Werken stehen, um diese in Ruhe zu betrachten. Für ihn ist das DKKD eine Institution in der Stadt, die es zu unterstützen lohnt. „Wir beteiligen uns gemeinsam mit der VR-Stiftung der Volksbanken und Raiffeisenbanken in Norddeutschland finanziell, aber auch personell, indem einige unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die in der Region wohnen, leben und arbeiten, ehrenamtlich helfen.“ Als regionales Kreditinstitut sei die Bank der natürliche Partner eines solchen regionalen Kulturfestivals, erklärt Folkert Groeneveld.

## „Die Lebensqualität erhöht sich“

Die Rolle des DKKD könne dabei gar nicht hoch genug geschätzt werden: „Das Festival hat eine große Bedeutung für die Wirtschaft, aber auch für das Netzwerken in unserer Region. Menschen begegnen sich, es findet ein Austausch statt, die Lebensqualität erhöht sich“, sagt der Bankvorstand. Neben der Kultur findet auch er die Wiederbelebung der Häuser enorm wichtig. „Fachwerk-Innenstädte sind eine große Aufgabe, um die Substanz und den Wohnwert zu erhalten.“ Das Engagement wird auch von außen wahrgenommen. Im Dezember 2021 wurde das DKKD vom Netz der Regionen, einem Zusammenschluss von Kommunen in Deutschland, Österreich und der Schweiz, als eines von zwölf Leuchtturmprojekten ausgewählt.

Die Bemühungen haben sich gelohnt. Eine Reihe von Häusern haben in den letzten 15 Jahren neue Besitzerinnen und Besitzer gefunden, die diese saniert und wieder auf den Wohnungsmarkt gebracht haben. Mehr Menschen als früher, das ist die Beobachtung von Hermann Staub, wollen wieder in der Innenstadt leben. Außerdem hat sich durch das Festival ein Netzwerk auf ganz verschiedenen Ebenen gebildet. Um zum Beispiel mehr für die Gebäude tun zu können, gründeten die Aktiven im Jahr 2013 die Bürgergenossenschaft Mündener Altstadt eG, die mittlerweile gemeinschaftlich fünf Fachwerkhäuser und eine Lagerhalle gekauft hat und sukzessive saniert. Rund 400 Mitglieder hat die Organisation inzwischen, die als Folge des DKKD gegründet wurde. Sie geht dafür recht beispiellos vor: Die Gebäude kauft die Genossenschaft für einen kleinen Preis – manche Häuser sind unter 1.000 Euro zu bekommen – und steckt dann Tausende Stunden von Eigenleistung in die Sanierung. Anschließend werden die Wohnungen und Läden vermietet. Den Start dazu gab übrigens die Fachwerkperformance „9 x 24“: Während des DKKD 2013 sollte ein Haus in 9 mal 24 Stunden saniert werden, durch Privatleute und Handwerker, die von der Gastronomie verköstigt wurden. Das gelang nicht ganz, aber das Projekt konnte, ganz überwiegend durch ehrenamtliche Helferinnen und Helfer, bis 2015 erfolgreich abgeschlossen werden.



Malerische Innenhöfe, charismatische Innenräume: Es gibt viel zu entdecken in der historischen Altstadt.





Folkert Groeneveld und Hermann Staub (links). Folkert Groeneveld (rechts). Während tagsüber die Kunst erkundet wird, füllen sich die historischen Gebäude am Abend mit Klängen und jeder Menge Publikum (unten).



## 20.000 Stunden Ehrenamt

Das Engagement zieht sich durch ganz Hann. Münden und hat auch Bärbel Brockhoff überzeugt, sich zu beteiligen. Für das Festival-Team ist sie im Organisations-Team tätig, seit rund zehn Jahren. „Ich habe mir 2009 das Festival angeschaut und bin wie ein Tourist durch meine eigene Stadt gelaufen“, erinnert sie sich an ihre Initialzündung. Als der Aufruf für das nächste Event kam, hat sie sich direkt gemeldet und ist seither dabei. Seitdem sich die Organisation 2019 professionalisiert hat, engagieren sich rund 50 Ehrenamtliche wie Bärbel Brockhoff in acht Arbeitsgruppen über zwei Jahre schon in der Vorbereitung. Weitere 150 arbeiten während der Veranstaltungen als Aufsicht, stellen Stühle auf, legen Stromleitungen oder räumen anschließend wieder auf. Insgesamt, so schätzt Hermann Staub, kommen so 20.000 Stunden ehrenamtliche Arbeit zusammen. Und, nicht zu vergessen: „Die Gastronomen und die Hoteliers machen auch mit, sie bieten zum Beispiel kostenfrei oder zu stark ermäßigten Preisen Essen und Übernachtungsplätze für die Künstler“, ergänzt Bärbel Brockhoff.

Die Arbeit ist nicht nur gut für das Festival, sagt die Rentnerin. „Es hilft auch manchen Menschen, Kontakte zu schließen. Wer etwas tun will, kann das auch machen.“ So bildet sich ein Wir-Gefühl in der Stadt. Das Engagement motiviert immer auch andere, wie ein Schneeballeffekt. Der einzige Wermutstropfen momentan: „Der größte Teil unseres Teams ist schon im Rentenalter, deswegen bemühen wir

uns, auch jüngere Menschen für die Mitarbeit zu begeistern“, sagt Bärbel Brockhoff.

## Verbindende Elemente

Dabei soll auch das Programm helfen. Am vorletzten Abend zeigt dieses einen ziemlichen Kontrast in Rufweite: Im Rittersaal des Welfenschlosses Münden tritt die Coverband True Collins auf, die Genesis- und Phil-Collins-Klassiker spielt. Das restlos begeisterte Publikum – 30 der rund 300 Besucherinnen und Besucher sind auf Einladung der VR-Bank da – hält es nicht auf ihren Plätzen. Sie gehen begeistert mit, kennen alle Songs, die sie zumindest im Refrain unisono mitsingen. Direkt gegenüber, nur drei Minuten zu Fuß über den Schlossplatz, tritt im Geschwister-Scholl-Haus die Rapperin Pearls auf. In dem gut gefüllten Raum zucken die farbigen Lichter zu den harten Beats. Es sind viele junge Leute da, aber eben auch ältere, und manche kommen auch nach dem True-Collins-Konzert einfach rüber, die Festival-Tickets gelten ja für alle Veranstaltungen. Und so macht das DKKD nicht nur alte Immobilien wieder attraktiv – es verbindet auch die Menschen in Hann. Münden.

VR-Bank in Südniedersachsen eG	
Bilanzsumme	1.322 Millionen Euro
Mitglieder	24.113
Kunden	46.683
Geschäftsstellen	12, zusätzlich 1 SB-Geschäftsstelle
Mitarbeiter	336, davon 28 Auszubildende

Stand: 31. Dezember 2022



## Der Weg ist das Ziel

Fünf Genossenschaftsbanken sind rund um den touristisch beliebten Rothaarsteig herum angesiedelt. Gemeinsam bringen sie das beliebte Wandergebiet nach vorn und unterstützen es mit vereinten Kräften. Das ist gut für die Region, für die vielen Besucher und es stärkt die touristischen Strukturen, die sich rund um den Rothaarsteig entwickelt haben. Kurzum: Sie machen den Weg frei und die Wege attraktiv und schaffen damit ganz neue Wege – aus der Region heraus und in die Region hinein. Und zwischendurch: immer mal innehalten, durchatmen, Natur genießen.



Als Harald Knoche auf dem Wanderparkplatz Kühnhude in Bad Berleburg sein Auto stoppt, den Schlüssel herumdreht und die Tür öffnet, hört er: nichts. Es ist komplett ruhig, erst nach wenigen Sekunden nimmt man die Vögel wahr, die Insekten und das ganz leise Rauschen der Blätter im Wind. Der Leiter der Geschäftsstelle des Rothaarsteigvereins streckt sich kurz und geht dann zum Waldweg, der nur einige Schritte entfernt beginnt. Dort wartet er einige Minuten, bis Ralf Schmidt bei ihm ist, den er schon von Weitem gesehen hat. Der Ranger, der wie seine fünf Kollegen bei der Landesforstverwaltung NRW angestellt ist, übernimmt viele Aufgaben für den Verein, der den namensgebenden Rothaarsteig verwaltet. Die beiden sind verabredet, um sich direkt vor Ort auszutauschen – gleichzeitig reparieren sie noch schnell eines der Schilder, das am Parkplatz an einem Holzmast angeschraubt ist und sich gelöst hat.

## Arbeitsplatz mit Aussicht

Harald Knoche und Ralf Schmidt kennen sich schon lange und haben einen nicht nur auf den ersten Blick wunderschönen Arbeitsplatz. Der Rothaarsteig führt auf fast 156 Kilometern von Brilon im Sauerland bis zum hessischen Dillenburg durch 26 Gemeinden, 6 Landkreise und 3 Bundesländer. Idyllisch geht es durch tiefe Wälder und helle Lichtungen, vorbei an Quellen und Bächen, an Kunstwerken und vielen Aussichtspunkten, von denen der Blick weit ins Land reicht. Für Harald Knoche ist der „Weg der Sinne“, wie der Wanderweg auch genannt wird, aber nicht nur ein Naturerlebnis besonderer Güte.

„Der Rothaarsteig ist natürlich auch ein touristisches Highlight, der dafür sorgt, dass die Region bekannt gemacht wird. Und er ist ein Wirtschaftsfaktor durch die vielen Wanderer, die zu uns kommen und für einen entsprechenden Umsatz sorgen.“

Damit die Wanderer, Camper, Tagestouristen und natürlich auch die Menschen aus der Region perfekte Verhältnisse vorfinden, muss der Rothaarsteigverein eine Menge tun. „Wir müssen eine große Infrastruktur erhalten, denn es ist uns sehr wichtig, dass alles funktioniert und einen guten Eindruck macht“, sagt Knoche, der mit Ranger Ralf Schmidt gerade einige Aufgaben der kommenden Tage bespricht. Das kostet natürlich Geld, erst recht, weil die Infrastruktur aus Ruhebänken, Waldsofas, Vesperinseln, Schutzhütten, Brücken, Stegen und Beschilderung der Witterung ausgesetzt ist, zum Teil in die Jahre kommt und regelmäßig gewartet und gepflegt werden muss. Insgesamt sind es ungefähr 400 einzelne Standorte, die betreut werden müssen, dazu kommen die insgesamt 1.100 Kilometer langen Wege – neben der Hauptroute gehören auch rund 100 Zuwegungen in die Orte und die sogenannten Rothaarsteigspuren, Rundwanderwege vor allem für Tagesausflügler, dazu. Sämtliche Strecken sind mit mehreren Tausend Wegezeichen ausgezeichnet, verlaufen kann sich hier niemand.

## Fünf Volksbanken und Raiffeisenbanken

Für die Finanzierung setzt der Rothaarsteigverein auf die Kommunen, aber auch auf viele Sponsoren, erklärt Harald Knoche, der an einer Weggabelung den Ranger Ralf Schmidt verabschiedet hat. „Sie haben erkannt, dass der Rothaarsteig ein wichtiges Imageprojekt für die Region ist und sich deshalb dazu entschlossen, uns zu unterstützen.“ Einen wichtigen Teil der Finanzierung übernehmen fünf Volksbanken und Raiffeisenbanken aus der Region, die Volksbanken am Rothaarsteig. Stellvertretend für seine Kollegen ist Frank Segref von der Volksbank Sauerland auf dem Rothaarsteig unterwegs, um mit Harald Knoche über gemeinsame Projekte zu sprechen. Direkt neben einer Lichtung, auf der das Kunstwerk „Stein-Zeit-Mensch“ steht – ein riesiger Felsquader, der von einer monumentalen Architektur aus entrindeten Douglasien-Stämmen eingerahmt ist – trifft der Pressesprecher der Volksbank Harald Knoche. Dieser sitzt unweit des Kunstwerks, das zu einem elf Waldskulpturen umfassenden Ensemble entlang des Rothaarsteigs gehört, auf einem gefällten Baumstamm und macht gerade eine kurze Trinkpause. Danach gehen die beiden gemeinsam weiter bis zur Hängebrücke, die eine kleine Schlucht überspannt. Auf der Brücke bleibt Frank Segref stehen, schaut in die Tiefe und nickt: „Der Rothaarsteig ist etwas ganz Besonderes: für Urlauber, Gäste, aber auch für Einheimische.“



Der Rothaarsteig führt auf fast 156 Kilometern durch 26 Gemeinden, 6 Landkreise und 3 Bundesländer.

Ob Etappenwanderung, Tageswanderung oder mal ein kurzer Spaziergang, der Rothaarsteig bietet viele Freizeitmöglichkeiten. Es ist für uns eine Herzensangelegenheit, den Rothaarsteigverein finanziell zu unterstützen.“

---

## Fördersumme: Mehr als 500.000 Euro

Die Banken haben den Rothaarsteigverein seit Bestehen der Kooperation mit über 500.000 Euro gefördert, anteilmäßig im Verhältnis zur jeweiligen Bilanzsumme. Gründe dafür gibt es für Segref viele: „Der Rothaarsteig verbindet Menschen: Für diejenigen, die hier in der Region leben, ist er eine einmalige Gelegenheit, auch Natur pur zu erleben. Darüber hinaus kommen viele Gäste aus ganz Deutschland hierher, um zu wandern“, sagt Segref. „Davon profitieren natürlich auch die Hotels und die Gastronomie in Südwestfalen.“ Rund 100 von ihnen dürfen auch ein Logo des Rothaarsteigs tragen, sie haben sich als Qualitätsbetriebe dazu qualifiziert.

Begonnen hat die Kooperation mit den Banken im Jahr 2009. Dabei ging es, das macht Frank Segref klar, nicht um die Gewinnung von Kunden, sondern vielmehr um die Stärkung der Region. „Die 1,7 Millionen Besucher pro Jahr sorgen für etwa 49 Millionen Euro Umsatz in der Region, in Einzelhandel, Gastronomie und Hotels, aber auch durch Sekundäreffekte wie etwa bei Handwerkern“, sagt

der Pressesprecher. „Rund 860 Arbeitsplätze hängen zudem am Rothaarsteig.“ Davon profitieren indirekt natürlich auch, wie Segref sagt, die Volksbanken am Rothaarsteig. Das ist aber nicht der einzige Gewinn für sie. Mit der Kooperation begann auch eine enge Zusammenarbeit auf anderen Ebenen. Die Banken können zum Beispiel Wanderungen anbieten, zudem unternehmen die Ranger Touren mit Kindern und Jugendlichen der Kinder- und Jugendclubs der Banken. Dazu kommen gemeinsame Aktionstage, die unter anderem auch die Ranger durchführen.

---

## „Urlaub direkt in der Heimat“

Harald Knoche und Frank Segref wandern noch eine halbe Stunde weiter, bis sie wieder am Parkplatz Kühnhude angekommen sind. Die beiden verabschieden sich, der Mitarbeiter des Rothaarsteigvereins fährt zum nächsten Termin. Frank Segref bleibt noch ein paar Minuten stehen, er genießt die Ruhe. „Ich bin sehr gern hier. Die Ruhe, die Aussichten, die vielen Möglichkeiten, aktiv zu sein. Das ist wie ein Urlaub direkt in der Heimat. Ein Gewinn für die gesamte Region“, sagt der Bankmitarbeiter. „So eine Möglichkeit in der Region zu haben, ist wirklich jede Unterstützung wert.“



Der Rothaarsteig verbindet nicht nur Menschen und Regionen, er bietet auch jede Menge Abwechslung und Naturerlebnisse.





Frank Segref, Vorstandsstab – Pressesprecher der Volksbank Sauerland.

<b>Volksbank Sauerland eG</b>	
Bilanzsumme	4,6 Milliarden Euro
Mitglieder	79.689
Kunden	ca. 136.000
Filialen	22
Mitarbeiter	584

Stand: 31. Dezember 2022

<b>Volksbank in Südwestfalen eG</b>	
Bilanzsumme	4,4 Milliarden Euro
Mitglieder	74.424
Kunden	ca. 146.100
Filialen	28
Mitarbeiter	555

Stand: 31. Dezember 2022

<b>Volksbank Wittgenstein eG</b>	
Bilanzsumme	272 Millionen Euro
Mitglieder	5.685
Kunden	14.114
Filialen	5
Mitarbeiter	38

Stand: 31. Dezember 2022

<b>Volksbank Brilon eG</b>	
<small>(jetzt Teil der VerbundVolksbank OWL eG)</small>	
Bilanzsumme	650,3 Millionen Euro
Mitglieder	14.450
Kunden	26.000
Filialen	4
Mitarbeiter	85

Stand: 31. Dezember 2022

<b>VR Bank Lahn-Dill eG</b>	
Bilanzsumme	2,2 Milliarden Euro
Mitglieder	46.212
Kunden	85.645
Filialen	20
Mitarbeiter	334

Stand: 31. Dezember 2022



Im Rahmen ihrer breit angelegten Nachhaltigkeitsstrategie setzt sich die Volksbank eG – Die Gestalterbank sehr gezielt, mit persönlichem Einsatz und vielen Mitteln für die Renaturierung der Moore in der Region ein. Denn: Vitale Moore sind ein sehr guter Kohlenstoffspeicher, binden das CO<sub>2</sub> im Boden und halten es so aus der Atmosphäre. Mit ihrem Projekt das „GestalterMoor“ trägt sie ganz bewusst zu mehr Umweltschutz in der Region bei. Sie vernetzt sich dafür mit den Fachleuten der Region, entwickelt Pläne und Zielvorgaben und setzt diese dann im Team um. Das ist spannend, erkenntnisreich, matschig und nass, zudem bringt es vor allem die Region in Sachen Nachhaltigkeit und Zukunftsfähigkeit ein bedeutsames Stück voran.

Die Sonne scheint durch die Baumkronen auf die kleine Lichtung, Mücken schwirren den beiden Männern um den Kopf – aber die beiden lassen sich nicht beirren. „Auf drei!“, ruft Markus Röhl und nimmt auf seiner Seite den Griff der silbernen, 2 Meter langen Klappsonde in die Hand. Der Professor für Naturschutz und Vegetationskunde, der an der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtingen-Geislingen forscht und lehrt, schaut rüber zu Thomas Bader, der die andere Seite hält. Der Bereichsleiter für Unternehmensentwicklung und Marketing in der Volksbank eG – Die Gestalterbank nickt, dann geht es los. „1, 2, 3“, zählt Röhl an, danach drücken die beiden kraftvoll und gleichmäßig auf das Werkzeug, das langsam, aber sicher im Boden verschwindet. An einem bestimmten Punkt stoppen die beiden wie auf ein geheimes Kommando, sie sind ein eingespieltes Team. Sie drehen die Klappsonde im Boden einmal um die eigene Achse, ziehen sie dann wieder heraus und öffnen den unteren Teil. Das Ergebnis: eine knapp 50 Zentimeter hohe Schicht, die für den Laien wie fein gestreiftes Erdreich aussieht.

## Renaturierung ist das Ziel

Für Markus Röhl verbirgt sich dahinter aber ein Blick in lang zurückliegende Zeiten. „Hier sehen wir Erde aus der Nacheiszeit, mehrere Tausend Jahre alt, hier ist Tonerde, schau mal da, eine sehr gut erhaltene Schnecke – und hier ist verdichteter Torf“, beschreibt er, was die beiden mithilfe von Studentin Jenny Hammer aus

knapp 1,5 Metern Tiefe nach oben befördert haben. Um den Torf geht es ihm vor allem. Die Arbeit hier im Waldstück, das zum baden-württembergischen Bad Dür rheim gehört, ist Teil eines Projekts, das der Biologe mit Unterstützung der Volksbank umsetzen kann: die Renaturierung von Mooren.

Seit 2019 arbeiten die beiden Institutionen dafür zusammen und tragen zu mehr Umweltschutz in der Region bei. Die Bedeutung der Moore für den Klimaschutz ist dabei gar nicht hoch genug einzuschätzen. „Es besteht im Wesentlichen aus Torfen, die über Jahrtausende entstanden sind“, sagt Markus Röhl. „In diesem langen Zeitraum haben sie die Treibhausgase eingelagert, die die Pflanzen beim Wachstum aus der Atmosphäre entnommen haben.“ In großer Menge: Moore nehmen zwar nur 3 Prozent der Landoberfläche ein, speichern aber weltweit bis zu einem Drittel des CO<sub>2</sub>, das im Boden gebunden ist. Damit halten sie rund doppelt so viel Kohlenstoff wie alle Wälder der Erde zusammen aus der Atmosphäre.

Das Problem ist nur: Über 90 Prozent der Moore in Deutschland sind gestört, in Süddeutschland sind es sogar 95 Prozent. Der Grund: „Die Treibhausgase sind immer nur so lange gespeichert, wie das Moor nass bleibt. Die Menschen haben aber in den vergangenen Jahrhunderten stark in die Natur eingegriffen“, erklärt Markus Röhl. „Sie haben Gräben gezogen und die Moore damit trockengelegt oder den Torf als Brennmaterial genutzt.“ Hohe Wasserstände hingegen führen dazu, dass die Moorpflanzen wachsen, die Treibhausgase speichern und Torfe bilden. Gleichzeitig verhindert die Nässe, dass der bestehende Torf austrocknet und damit die gespeicherten Treibhausgase wieder in die Atmosphäre entlässt.



Markus Röhl, Thomas Bader und Jenny Hammer auf dem Weg zur nächsten Tiefenbohrung (oben) – mit erkenntnisreichen Ergebnissen (unten).



## Für nassere Verhältnisse

Die Renaturierung folgt daher einer einfachen Idee. „Wir versuchen, das Moor wieder in den ursprünglichen Zustand zurückzusetzen“, sagt Markus Röhl. Er deutet hinter sich, wo die Wasserflächen zu sehen sind. „Wir bauen hier Sperren ein, damit das Wasser länger im Moor bleibt und wir wieder deutlich nassere Verhältnisse bekommen.“ Um das umzusetzen, hat die Volksbank gemeinsam mit den Expertinnen und Experten der Hochschule für Wirtschaft und Umwelt Nürtigen-Geislingen das Klima- und Naturschutzprojekt „GestalterMoor“ ins Leben gerufen. „Wir nehmen unsere Rolle in der Region ernst und haben vor einigen Jahren damit begonnen, in der Bank zu überprüfen, wie wir unsere CO<sub>2</sub>-Emissionen Stück für Stück reduzieren können“, erläutert Thomas Bader. „Uns war schnell klar, dass wir das nicht komplett schaffen können und deswegen auch auf Kompensation setzen müssen“, sagt der Bereichsleiter, der die Nachhaltigkeitsstrategie der Bank mitentwickelt. Die Renaturierung des Moors bietet dafür den größten Hebel. „Außerdem tragen wir auch zu mehr Biodiversität bei, weil sich auch die Tier- und Pflanzenwelt im Moor erholt.“

Für das Projekt hat Markus Röhl zunächst mit seinem Team die Moore in der Region kartiert und das Vorgehen geplant – in enger Abstimmung mit der Forstverwaltung, weil die Maßnahmen auch Einfluss auf die Umgebung haben. Das Wichtigste sind 36 Sperren, um die im Moor vorhandenen Gräben zu verschließen und

das Wasser anzustauen. Deren Bau hat die Gestalterbank ebenfalls unterstützt, auch mit handfester Hilfe.

## Bank-Teams auf Moor-Mission

An sieben Samstagen sind Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Bank am frühen Morgen ins Moor gefahren, haben 4,5 Meter lange Bohlen mit Muskelkraft in den Moorboden gerammt und damit das abfließende Wasser gestaut. Anschließend haben sie darüber Torf ausgebracht – „aufwallen“ heißt das im Fachjargon –, um die Lebensdauer der neu errichteten Sperren zu erhöhen.

An den freiwilligen Aktionen haben sich insgesamt rund 130 der 970 Beschäftigten beteiligt. „Wir hatten nie Probleme, die Termine voll zu bekommen“, erinnert sich Thomas Bader. „Das hat über Mund-zu-Mund-Propaganda funktioniert. Jeder, der einmal dabei war, hat später den Kolleginnen und Kollegen erzählt, wie viel Spaß es gemacht hat.“ Neben der gemeinsamen Arbeit, die immer mit einer zünftigen Vesper-Pause verbunden war, bekamen die Aktiven eine Urkunde als Nachweis dafür, dass sie jeweils 5 Tonnen CO<sub>2</sub> kompensiert haben – die Hochschule hatte das zuvor ausgerechnet.

Wenn die Arbeiten Ende 2023 beendet sind, stehen die übrigen Moorbereiche an. „Wir haben schon Interesse von Firmenkunden, die sich an solchen Aktionen beteiligen möchten“, erzählt Bader. „Es soll Führungen und Workshops geben“, sagt

der Marketing-Chef, der auch auf Kurse für Schulen verweist. „Unsere Idee ist es, in der Region gemeinsam dafür zu sorgen, dass Nachhaltigkeit gelebt wird – mit einem solchen Projekt gelingt das besonders gut.“

### Volksbank eG – Die Gestalterbank

Bilanzsumme	11 Milliarden Euro
Mitglieder	117.276
Kunden	229.000
Geschäftsstellen	32
Mitarbeiter	967

Stand: 31. Dezember 2022



Thomas Bader (oben).  
Markus Röhl (unten).





## Nachhaltig nachhaltig

Die Azubis stehen bei der Volksbank Friedrichshafen-Tett nang (ab Oktober 2023: Volksbank Bodensee-Oberschwaben) nicht nur für die Zukunft der Bank, vielmehr stehen sie auch überzeugt und überzeugend dafür ein, ihre Region lebenswert zu erhalten. So macht die Bank ihre Nachwuchskräfte fit für eine insgesamt nachhaltigere Ausrichtung des Geschäftsbetriebs. Als qualifizierte Energie-Scouts starten sie verschiedene ökologisch wertvolle Projekte und machen Bank und Personal fit für die Anforderungen von morgen. Die Bank legt damit einen wichtigen Grundstein für mehr Nachhaltigkeit und schafft dafür ein sprichwörtlich wachsendes Bewusstsein.



Als der weiße Schwan und seine fünf Küken neugierig aus dem Wasser steigen, dreht sich Yannick Ducrée nur kurz um. Er kennt das majestätische Tier schon von der letzten Aufräumaktion. Dann geht er weiter, bückt sich alle paar Meter und hebt Plastikflaschen, Papierblätter und anderen Müll auf, die er zwischen den Steinen und Pflanzen am Ufer des Bodensees findet, direkt an der Promenade in Friedrichshafen. Er stopft den Abfall in einen Sack. „Das ist ganz schön viel heute“, sagt Nathalie Kleiner, die direkt neben ihm läuft und ihren Beutel ebenfalls bis oben hin mit Müll gefüllt hat.

Die beiden Azubis der Volksbank Friedrichshafen-Tettang machen bei den Bodensee CleanUP Days mit, an der sich zig Institutionen und Privatpersonen aus der Region beteiligen. Gemeinsam mit den anderen Azubis der Volksbank sammeln sie den Müll auf, den Einheimische und Touristen achtlos auf der

Promenade oder am Ufer fallen lassen. „Es ist echt krass, dass so viele Menschen ihren Abfall nicht in die Tonnen werfen“, sagt Nathalie Kleiner, während sie eine Plastiktüte aus dem hohen Gras zieht, das hier direkt am See wächst. Die Aktion wird zudem von den Azubis auf Social Media begleitet, um möglichst viele Gleichaltrige für das Thema zu sensibilisieren.

## Qualifizierung zu Energie-Scouts

Dass die beiden heute an der Aktion teilnehmen, ist für sie Teil ihrer Ausbildung, die neben den klassischen Bankthemen auch nachhaltige Themen bis hin zur Ausbildung zum Energie-Scout beinhaltet.

tet. Der erste Jahrgang der Azubis wurde während der Ausbildung breit zum Thema Nachhaltigkeit fortgebildet und übernehmen nachhaltige Projekte und Aufgaben. Für Nathalie Kleiner ist das ein toller Aspekt ihrer Banklehre. „Nachhaltigkeit ist mittlerweile eigentlich selbstverständlich. Aber dennoch wollen wir dabei helfen, dass im Unternehmen mehr darauf geachtet wird“, sagt die junge Frau, die ihre Erkenntnisse gemeinsam mit den anderen Azubis auf verschiedenen Wegen in der Bank verbreitet.

Nach der Aktion gehen Yannick Ducrée und Nathalie Kleiner zurück zur Bankfiliale am Adenauerplatz, mitten in Friedrichshafens Innenstadt. Sie holen sich einen Kaffee – natürlich im Mehrwegbecher – und setzen sich damit draußen an den Buchhornbrunnen, der an diesem warmen Tag ein wenig Kühle bietet. Nach ein paar Minuten kommt Thomas Stauber, Vorstand der Volksbank Friedrichshafen-Tettang, auf dem Weg zu einem Termin vorbei und unterhält sich kurz mit den beiden über die Aktion. Für ihn ist das Thema Nachhaltigkeit enorm wichtig. „Wir haben es von Anfang an als das behandelt, was es ist: keine vorübergehende Erscheinung, sondern ein ganz zentrales Zukunftsthema für die Gesellschaft und für uns als Bank ebenso.“

## Region lebenswert erhalten!

Die Bank hat deswegen schon vor Jahren eine Nachhaltigkeitsmanagerin eingestellt, die sich ausschließlich darum kümmert. „Für Banken ist es elementar und für Genossenschaftsbanken gleich doppelt notwendig, sich für mehr Nachhaltigkeit zu engagieren“, sagt Stauber. Als Genossenschaftsbank habe man das Thema fest in der DNA verankert, als Kernprinzip, wie Bankgeschäfte getätigt werden. „Unsere zentrale Aufgabe ist es, nicht nur in der Region Geschäfte zu machen, sondern auch der Region etwas zurückzugeben. Und dazu gehört auch, diese lebenswert zu erhalten.“ Um das Thema Nachhaltigkeit zukunftsfähig zu verankern, war es für Thomas Stauber deswegen auch nur sinnvoll, „es dort zu implementieren, wo die Zukunft der Bank ist: bei den jungen Menschen“. Dafür haben die Azubis nicht nur im Rahmen der Ausbildung einen Vortrag gehört, sondern eine kurze Ausbildung zum Energie-Scout bei der IHK Bodensee-Oberschwaben durchlaufen.

Dazu gehören einzelne Projekte wie das Müllsammeln am Ufer des Bodensees, die jungen Menschen durchstöbern aber auch jeden Winkel der Bank und schauen, „wo wir Energie einsparen und schonender mit unseren Ressourcen umgehen können“, sagt Thomas Stauber. „Das führt zu signifikanten Einsparungen.“ Ebenso wichtig ist es, dass die Azubis ihr Wissen weitergeben. „Sie konfrontieren unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Thema, das sich tief in das Mindset der Menschen eingraben soll.“

Nathalie Kleiner und Yannick Ducrée im Gespräch mit Bankvorstand Thomas Stauber.



Yannick Ducrée und Nathalie Kleiner haben so zudem ein Mülltrenn-Projekt durchgeführt, das als Teil ihrer Weiterbildung gewertet wurde. Oft hatten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter – wie in anderen Firmen auch – verschiedene Abfallsorten im Papierkorb unter dem Schreibtisch entsorgt. Um das zu ändern, haben die Azubis zunächst geschaut, welche Müllsorten in der Bank anfallen, danach dann ein Farbsystem entwickelt und an verschiedenen Orten Abfalleimer damit versehen, um eine sortenreine Mülltrennung zu gewährleisten, etwa in Papier-, Elektro-, Glas-, Rest- oder Biomüll. „Damit die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter das auch nachvollziehen können, haben wir das in unserem Mitarbeiterportal erklärt“, sagt Ducrée.

## Weniger Belastung, weniger Kosten

Das Ergebnis: Der Müll ist deutlich sortenreiner als früher. Das spart auch Geld: Wenn Papier mit sensiblen Kunden- oder Bankdaten geschreddert werden muss, ist die Entsorgung teurer als bei üblichem Papiermüll. Durch die Sensibilisierung für die Abfalltrennung landet nun nur noch das Papier im Schredder, das dort auch hingehört – und die Kosten sinken. Die Azubis sammelten bei der Aktion „Gebt uns den Rest“ zudem Büromaterialien aus den Tiefen der Schränke, um es zu sortieren und bei Bedarf an die Mitarbeiter zurückzugeben. Außerdem nutzten sie die Papphängeregister weiter, die nicht mehr in Gebrauch waren. „Die haben wir Musikvereinen in der Region geschenkt, die

darin ihre Noten aufbewahren können“, sagt Nathalie Kleiner. Bei anderen Aktionen sammeln die Azubis zum Beispiel alte Handys und Smartphones von Kunden und Mitarbeitern, die danach wegen ihrer Rohstoffe recycelt und die Erlöse für Bildungs- und Gesundheitsprojekte in Afrika verwendet werden. Auch die alten Briefmarken von der Post, die die Bank erreicht, werden gesammelt, um sie einem Kloster zu spenden, das diese wiederum verkauft und die Erlöse für Waisenkinder in Indonesien, Brasilien und Mexiko bereitstellt.

Für Nathalie Kleiner und Yannick Ducrée endet ihre Arbeit als Energie-Scouts übrigens nicht in der Bank. „Für mich bedeutet Nachhaltigkeit, nicht nur hier im Unternehmen etwas dafür zu tun, sondern auch in meinem Privatleben“, sagt Yannick Ducrée. „Wir müssen alle gemeinsam daran arbeiten, eine nachhaltige Zukunft zu bauen.“

Volksbank Friedrichshafen-Tettngang eG	
Bilanzsumme	1.791 Millionen Euro
Mitglieder	31.468
Kunden	53.776
Geschäftsstellen	11
Mitarbeiter	259

Stand: 31. Dezember 2022

Volksbank Bodensee-Oberschwaben eG (ab Oktober 2023)	
Bilanzsumme	3,3 Milliarden Euro
Mitglieder	53.176
Kunden	94.785
Geschäftsstellen	20
Mitarbeiter	422

Stand: 31. Dezember 2022



Energie-Scouts in Aktion: Erst tatkräftig helfen ... und danach das Wissen vertiefen und systematisieren. Ein prima Mix aus Theorie und Praxis.



Gemeinschaft leben,  
Gemeinschaft prägen

Wie gemeinsames Gestalten, Zusammenhalt und zielgerichtetes Zusammenwirken funktionieren, muss man Genossenschaftsbanken in der Regel nicht extra erklären. Denn: Das Miteinander ist eines ihrer Wesensmerkmale. Bestes Beispiel: die Mitgliedschaft. Rund 18 Millionen Mitglieder zählen die 737 Institute. Gemeinsam können sie über die Ausrichtung ihrer Bank mitbestimmen und sie mitgestalten.

Im gesellschaftlichen Engagement schreibt sich dieser Wesenszug fort. Denn meist geht es hier den Instituten nicht darum, einige wenige Auserwählte, sondern die Breite der Gesellschaft zu fördern. Sie setzen dabei auf Zusammenhalt, Partnerschaftlichkeit, Vertrauen. Und stärken es. Untereinander und unter den Menschen in der Region. Wie?

Die Volksbank Gronau-Ahaus etwa macht dies, indem sie die Menschen vor Ort für das sensibilisiert und aktiviert, was ihre Region ausmacht. Das können Lieblingsplätze und Landschaften sein, aber auch besondere Personen, die die Bank – jenseits ihres Tagesgeschäfts – ganz gezielt in den Blick nimmt (Seite 86 bis 91).

Die Volksbank eG Osterholz Bremervörde macht, wenn es um problematische Themen geht, auch vor diesen nicht halt. An rund 40 Schulen stärkt sie die Schülerinnen und Schüler in Sachen Selbstbehauptung und macht sie fit für schwierige oder bedrohliche Situationen. Dies hilft nicht nur jeder und jedem Einzelnen. Es schafft auch eine ganz besondere Form von gegenseitiger Unterstützung.

Davon profitiert die gesamte Gemeinschaft. Beeindruckend (Seite 92 bis 99).

Im schönen Münster öffnet die Volksbank Münsterland Nord mitten in der Stadt temporär nicht genutzte Räume und Flächen für junge Künstlerinnen und Künstler. Sie verbindet Menschen, fördert die Kreativität und bringt zugleich jede Menge Farbe in die Stadt. Das sieht gut aus. Fühlt sich gut an. Und es bringt sehenswerte Gemeinschaftswerke hervor (Seite 100 bis 107).

Kurzum: Zusammen ist man weniger allein. Den Genossenschaftsbanken in Deutschland gelingt es vielfach, Zusammenhalt zu schaffen, Gemeinschaft zu ermöglichen und die Identifikation mit der Region, in der sie wirken, zu fördern. Viele für viele.



## Herzensplätze und Herzensschätze

---

Mit diversen Initiativen und Aktionen weckt die Volksbank Gronau-Ahaus das kollektive Bewusstsein für die Region, ihre Besonderheiten und ihre Einwohnerinnen und Einwohner. Gezielt lenkt sie damit den Blick der Bevölkerung im Geschäftsgebiet auf das, was die Region auszeichnet, leuchten lässt, liebenswert macht. Als Regionalbank trägt sie so überzeugt und überzeugend zu einem reflektierten Umgang mit der näheren Umgebung bei, stärkt den Zusammenhalt und zeigt ganz nebenbei, warum sie nicht irgendeine, sondern „**Die Bank.**“ vor Ort ist.

Über kilometerlange, gut gepflegte Wege geht es vorbei an Feldern und Wiesen, kleinen und großen Waldstücken, und immer wieder sind auch ruhige Teiche und Seen zu sehen, die zwischen den Baumreihen hervorleuchten. Die Natur ist vielfältig und erst auf den zweiten Blick sind die Moor- und Heideflächen zu erkennen, die dem Gildehauser Venn seinen Namen geben – das niederdeutsche Wort Venn steht für diese spezielle Vegetation. Das Gebiet hier im Dreiländereck zwischen Niedersachsen, Nordrhein-Westfalen und den Niederlanden ist eines der naturkundlich wertvollsten Feuchtgebiete Nordwestdeutschlands. Fast die gesamte Fläche, die insgesamt 650 Hektar umfasst, ist als Naturschutzgebiet ausgewiesen. Dementsprechend gibt es hier kaum Landwirtschaft und Autos sind an vielen Stellen verboten.

Doris Prenger genießt das, wie sie sagt. „Ich komme mit dem Fahrrad hierher, das sind ungefähr acht, neun Kilometer von zu Hause“, erklärt die leidenschaftliche Hobby-Fotografin, die am Rand eines kleinen Teichs ihr E-Bike abgestellt hat. Sie lebt in Gildehaus in der Grafschaft Bentheim und kennt das Venn seit Jahrzehnten. „Ich komme zu jeder Jahreszeit her und finde immer wieder tolle Motive“, sagt sie, während sie erst einmal in Ruhe am Rande des Wassers die Umgebung anschaut und mit ihrer Kamera die ersten Fotos macht. Besonders begeistert ist sie von der Stille. „Da man hier nur zu Fuß oder mit dem Rad unterwegs sein darf, kann man die Naturstimmung besonders gut genießen.“

## Community für die Schönheiten der Region

Das Gildehauser Venn hat sie als einen ihrer bevorzugten Orte beim Wettbewerb „Lieblingsplätze“ der Volksbank Gronau-Ahaus eingereicht und damit den dritten Platz und einen Stadtgutschein über 100 Euro gewonnen. Sowohl der Name des Wettbewerbs als auch der Preis deuten schon auf das hin, was die Bank mit der Aktion bezweckt hat. „Wir haben in unserem Geschäftsgebiet wunderbare Orte, die aber wahrscheinlich manche noch gar nicht kennen“, sagt Kristin Schepers. „So entstand die Idee, eine Community zu gründen, die einfach selbst über schöne Plätze berichtet und sich so gegenseitig informiert“, erklärt die Bereichsleiterin Marketing und Unternehmenskommunikation der Volksbank Gronau-Ahaus, während sie über eine Brücke über den Fluss Dinkel läuft – ihrem eigenen Lieblingsplatz, knapp zehn Kilometer südlich vom Gildehauser Venn im Gronauer Stadtteil Epe. Kristin Schepers lebt ein paar Minuten Fußweg entfernt und kommt gern her, um spazieren zu gehen oder zu joggen. Im Schatten der großen Linde, die über der Brücke wächst, mit Blick auf die Enten und das Schilf, das sich im leichten Wind wiegt, kann sie „schnell abschalten und zur Ruhe kommen“.



Idyllisch: Jede Menge Lieblingsplätze hat die Volksbank Gronau-Ahaus ausfindig gemacht (oben). Immer auf der Suche nach spannenden Motiven: Doris Prenger (unten).



# Bewusstsein für die Region schaffen

Hinter dem Projekt, an dem sich rund 40 Menschen beteiligten, steckt aber ein größerer Zusammenhang. Die Volksbank hat im Jahr 2020 ein eigenes regionales Magazin entwickelt, von dem es mittlerweile fünf Ausgaben gibt und das mit vielen Fotos und Geschichten modern gestaltet ist und im hochwertigen Format erscheint. Es heißt schlicht „Die Bank.“, allerdings kommt die Volksbank nur selten darin vor. „Uns war es wichtig, uns mit dem Magazin darauf zu fokussieren, was uns auszeichnet: die Nähe zu unserer Region und den Menschen, die hier leben –

und damit sind ausdrücklich nicht nur unsere Kunden und Mitglieder gemeint“, erklärt Kristin Schepers. „Wir sehen uns als Nachbarn, Kollegen, Ansprechpartner und Freunde und wollen ins Gespräch kommen.“ Dafür wird zum Beispiel eine orangefarbene Sitzbank zu verschiedenen Orten gebracht, um mit Menschen auf Augenhöhe zu reden. Vorgestellt werden Personen mit spannenden und starken Geschichten, die sich auf unterschiedliche Weise für die Region einsetzen. Bankhalte werden ebenfalls vermittelt, aber immer mit Bezug zu aktuellen Themen. „Natürlich erreichen wir mit unserem Magazin auch potenzielle Kunden, im Vordergrund steht für uns aber die Region und ihre Vielfalt“, sagt Kristin Schepers.

Der Wettbewerb „Lieblingsplätze“ macht genau das und zeigt, wie schön und vielfältig die Gegend rund um Gronau, Ahaus und Vreden ist. Das ist auch an dem Ort zu sehen, mit dem Theresa Witte, den

Hauptpreis – eine Fahrt mit dem Heißluftballon – gewonnen hat. Wie alle Preisträgerinnen und Preisträger wurde sie von einer internen Jury der Bank ausgewählt. Die 29-Jährige hatte das Schwattet Gatt in Vreden ausgesucht und ist heute mit ihrem Freund Robin Ostendorf und dem fünf Monate alten Sohn Leo wieder hergekommen. Nachdem die Familie aus Alstätte über einen langen Bohlenweg durch das Moor gelaufen ist, sitzt sie nun auf dem Holzsteg und schaut aufs Wasser. Minutenlang und mit Begeisterung, denn die Wasseroberfläche ist fast vollständig mit weißen Seerosen bedeckt. Diese wachsen hier seit Langem und geben dem Gewässer und dem gesamten Ort eine romantische Stimmung. Verstärkt wird diese durch den umgebenden Kiefernwald, der vor rund 100 Jahren gepflanzt wurde und mit Stieleichen und Birken durchsetzt ist, dazwischen wachsen hellgrüne Moose und Farne.



Kristin Schepers.

Wettbewerb auch deswegen mitgemacht, weil sie Orte wie das Schwattet Gatt so wichtig für die Region findet. Gerade wegen des Klimawandels müsse man auf sie aufmerksam machen, um sie zu erhalten. „Ich wünsche mir einfach, dass Leo irgendwann hier auch spazieren kann, vielleicht mit seiner eigenen Familie“, sagt Theresa Witte. „Dann soll er das auch so genießen können wie wir und vielleicht seinen Kindern erzählen, dass er mit seiner Mama und seinem Papa auch schon hier war.“

## Gutes erhalten!

Theresa Witte hat Leo aus dem Kinderwagen geholt, der Kleine lacht und schaut mit großen Augen in die Natur. „Wir gehen hier total gerne als Familie spazieren“, sagt sie. „Es ist einfach schön, dass es hier so ruhig ist und so wenige Menschen da sind. Wir können hier die Seerosen anschauen und auch den Fröschen zuhören, das macht einfach Spaß.“ Wie auf Bestellung fangen die Amphibien direkt an zu quaken, was auch Leo sofort registriert. „Der findet das richtig gut“, sagt Theresa Witte mit einem Lächeln. Sie hat beim

Volksbank Gronau-Ahaus eG	
Bilanzsumme	4,2 Milliarden Euro
Mitglieder	35.431
Kunden	95.381
Geschäftsstellen	23 + 3 SB-Stellen
Mitarbeiter	349

Stand: 31. Dezember 2022

Die Initiative der Bank soll den Blick der Menschen auf die Schönheiten der Region lenken. Bei Theresa Witte, Robin Ostendorf und Sohn Leo klappt das schon sehr gut.







## Für eine Welt des Miteinanders

An über 40 lokalen Schulen stärkt die Volksbank eG Osterholz Bremervörde seit vielen Jahren bereits gemeinsam mit Trainerin Andrea Ney die Schülerinnen und Schüler der Region. Jahr für Jahr werden über 900 Kinder darin trainiert, schwierigen und bedrohlichen Situationen überlegt, selbstbewusst und mit der gebotenen Entschiedenheit entgegenzutreten. Das ist wichtig, fordernd und es lehrt, mit Angstsituationen entschlossen umzugehen. Andrea Ney schafft im Training wiederum die schwierige Balance zwischen spielerischer Vermittlung und Ernsthaftigkeit, das aber mit einer Menge Spaß. Sodass die Kinder nicht nur selbstbewusst, sondern auch vergnügt daraus hervorgehen.

Die Begrüßung in der großen Runde ist eben vorbei, nun sitzen rund 20 Kinder in einer Reihe auf dem Boden der Turnhalle. Sie schauen Andrea Ney so richtig sauer an, wütend schon fast. Nicht, weil sie wirklich böse auf die Selbstbehauptungs- und -verteidigungstrainerin sind – sie sollen so gucken. „Wo sind eure Augenbrauen? Die müssen strenger sein!“, ruft Andrea Ney, die, sobald sie die Halle der Menckeschule in Osterholz-Scharmbeck betreten hatte, unmissverständlich, aber auch auf freundliche Weise das Kommando übernommen hat. „So, nun stellt ihr euch bitte auf und wir üben noch mal die Abwehrhaltung“, sagt die Trainerin. Die Gruppe erhebt sich, keines der Kinder tuschelt oder quatscht mit dem Nachbarn, die Stimmung ist konzentriert. Alle strecken einen Arm mit offener Handfläche nach vorne aus, den anderen halten sie

oberhalb ihrer Stirn, mit geballter Faust. Spielerisch hat Andrea Ney den Kindern so eine Karateübung beigebracht – und die Grundschüler machen alle mit.

---

## Trauriger Anlass

Die Übung, die die 65-Jährige hier im niedersächsischen Osterholz-Scharmbeck vermittelt hat, ist Teil des „Trau dich“-Seminars, das sie für Grundschulen in der gesamten Region anbietet. Entstanden ist es im Jahr 2004 aus einem traurigen Anlass. Ein Junge aus dem Kreis war verschleppt und später getötet aufgefunden worden. Er wurde Opfer eines Serientäters,

der in der Region mehrere Kinder entführt hatte. „Das war direkt vor unserer Haustür und hat in der Bevölkerung etwas ausgelöst, sodass die Eltern an den Schulen gefragt haben, ob es nicht vielleicht Präventionskurse geben könnte. Die Schulen haben sich wiederum an uns gewandt und dann hat uns die Polizei Osterholz-Scharmbeck ‚Trau Dich‘ empfohlen“, erzählt Yvonne Jaroni. Die Marketing-Mitarbeiterin der Volksbank Osterholz eG Bremervörde ist heute in die Halle gekommen und fand sich gleich als Teilnehmerin wieder. „Eigentlich war das gar nicht geplant, dass ich mitmache. Ich wollte mir das Ganze eigentlich nur anschauen, aber Andrea hat mich so nett eingeladen, dass ich gleich und gern mit dabei war“, sagt sie und nimmt einen Schluck Wasser, denn die Übungen sind anstrengend. „Und ich bin absolut begeistert von der ganzen Art, wie Andrea das anleitet und wie die Kinder mitmachen.“

Ihre Mutter meldete sie deswegen zum Karate und Judo an. „Damit öffnete sich für mich eine Welt des Miteinanders, in der ich mich zuhause und auch stärker fühlen konnte.“

Andrea Ney lernte Jiu-Jitsu, Aikido und Wendo, eine feministisch geprägte Selbstverteidigungs- und Selbstbehauptungstechnik für Frauen und Mädchen. Nach einer Ausbildung zur Chemisch-technischen Assistentin und einem Studium zur Diplom-Biologin arbeitete sie zunächst in ihrem Beruf, wurde aber wegen Stellenkürzungen entlassen – und stellte fortan ihr Hobby und ihre Leidenschaft in den Vordergrund. „Ich hatte nebenbei sowieso immer Trainings gegeben und habe mich dann entschieden, daraus einen Beruf zu machen.“

---

## Gegen Ausgrenzung, Mobbing, Belästigungen

---

### Antrieb aus eigener Erfahrung

Die Begeisterung entsteht vor allem durch die Art, in der Andrea Ney den Kurs leitet. Das liegt zum einen an ihrer Erfahrung: Sie trainiert Kinder und Jugendliche, seitdem sie selbst 17 Jahre alt war. Zum anderen kann sie sich sehr gut in die Kinder hineinversetzen. „Ich wurde in der Schule selbst geärgert und habe auch Gewalterfahrungen gemacht“, erzählt sie.

Seit 48 Jahren nun befähigt sie vor allem Kinder und Jugendliche, sich selbst zu behaupten und sich zu schützen. Tausende Kurse hat sie gegeben – momentan sind es immer noch mehrere Hundert pro Jahr – und damit Zehntausenden jungen Menschen etwas mitgegeben. Andrea erklärt und bespricht in den Kursen verschiedene Situationen und stellt sie in Rollenspielen nach – zum Beispiel Beleidigungen, Ausgrenzungen, Mobbing oder Belästigungen. Dabei erarbeitet sie mit

Alle konzentriert, alle im Einsatz: Die Kinder der Menckeschule sind mit voller Energie dabei und trauen sich.



den Kindern verschiedene Handlungsoptionen und informiert über weiterführende Hilfen. Mit einem Arbeitsblatt kann sie die Kursinhalte zudem vertiefen.

## Balanceakt

Dabei schafft Andrea Ney den Balanceakt, den Kindern Gefahren bewusster zu machen, sie aber gleichzeitig nicht zu verängstigen. In der Gruppe ist das die ganze Zeit zu beobachten. Die Kinder machen nach einer kurzen Eingewöhnungsphase, in der die Trainerin sie erst einmal selbst reden lässt, bei allem mit. Die Stimmung ist gelöst, auch auf den ersten Blick schüchterne Kinder kommen sofort nach vorn und machen die Übungen vor, die Andrea Ney ihnen zeigt. Ihr Training nutzt verschiedene Elemente aus Karate und Jiu-Jitsu, sie bietet Fallübungen, Möglichkeiten, einen Streit zu schlichten, auch eine Übung mit Boxprätzen, damit die Kinder ihre eigene Kraft entwickeln und sich im Notfall wehren können.

Sonja Mackenberg beobachtet das Seminar heute ebenfalls von Anfang an. Die Lehrerin der Menckeschule ist genauso begeistert wie Yvonne Jaroni von der Volksbank – und auch sie macht den gesamten Kurs mit. Neben dem Spaß sieht sie ebenfalls den großen Effekt, den das Seminar hat. „Es schließt eine Lücke im Curriculum, die wir im normalen Unterricht nicht füllen können. Und da geht es vor allen Dingen darum, die Selbstbehauptung der Kinder und ihr Selbstbewusstsein zu stärken“, sagt Sonja Mackenberg. Die Art und Weise ist dabei ganz besonders. „Andrea führt die Kinder sehr

spielerisch an Techniken der Selbstverteidigung heran. Sie üben, ihren Körper zu fühlen, lernen, Situationen einzuschätzen und Gefahrensituationen zu bewältigen“, beschreibt die Lehrerin das Vorgehen. „Das macht den Kindern natürlich viel Freude, weil Andrea das sehr einfühlsam und mit viel Leidenschaft und Humor rüberbringt.“

## „Wir freuen uns, unseren Teil beitragen zu können“

Yvonne Jaroni bestätigt das, auch sie hat enorm viel Spaß an dem Morgen, auch wenn das Thema eigentlich ein ernstes ist. Der Bedarf besteht auch weiterhin, das macht die Bankmitarbeiterin auch klar. „Es gibt immer wieder Fälle, in denen Kinder in solche Situationen kommen, und wir freuen uns, dass wir einen Teil dazu beitragen können, dass sie sich wehren können und wissen, wie sie in solchen Situationen reagieren.“ Rund 45 Schulen aus dem Geschäftsgebiet nehmen so im Jahr 2023/2024 teil, damit werden jährlich etwa 900 Kinder erreicht.

Die Seminare sind dabei auch nachhaltig erfolgreich. Nebenbei erzählen die drei Erwachsenen immer wieder kleine Geschichten: von Kindern, die nach dem Kurs aufrechter gehen, mehr lächeln, aufmerksamer sind, zu Hause darüber reden und das Erlernte vorführen. Andrea Ney hat von mehreren Familien gehört, dass sich Kinder in Gefahrensituationen behaupten konnten, weil sie aufmerksam



Yvonne Jaroni (links) und Andrea Ney im Kreis der mutigen Schülerinnen und Schüler (oben). Neben Gruppenaktionen gibt es auch Einzeltrainings (unten).





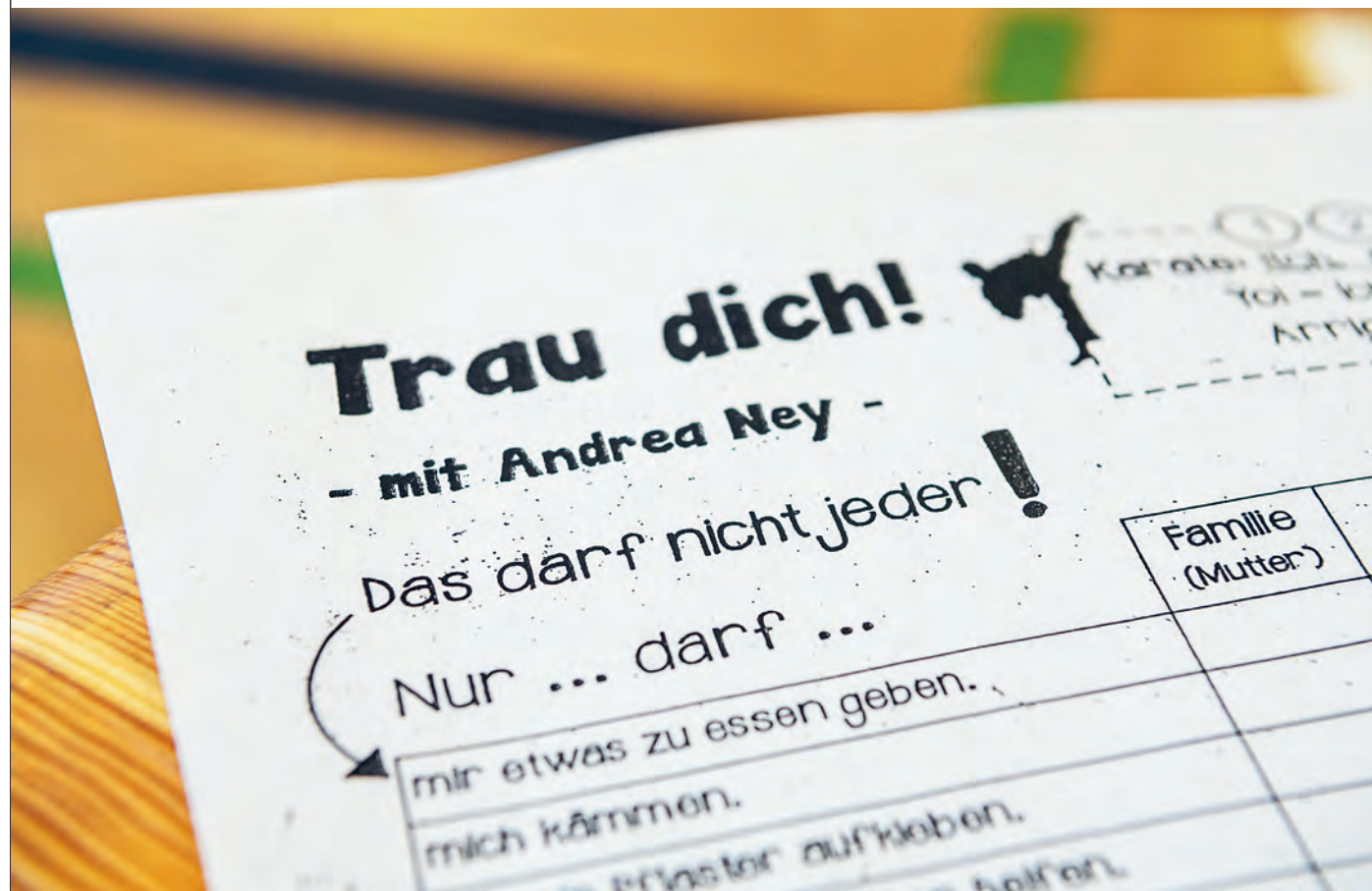
Andrea Ney gelingt der Balanceakt, den Kindern Gefahren bewusster zu machen, sie aber gleichzeitig nicht zu verängstigen. Vielmehr agieren diese selbstbewusst und entschlossen (oben).

waren und nicht in Schockstarre fielen. „Ein Mädchen hat mir neulich noch erzählt, dass sie von Männern in einem Auto angesprochen wurde, ob sie nicht einsteigen will. Sie war sehr verängstigt, hat dann aber, wie wir es geübt hatten, sehr tief eingeatmet, hat sich vom Auto entfernt und ist weggelaufen“, erzählt Andrea Ney. Die Trainerin ist stolz darauf, vor allem auf das Mädchen, aber sie weiß auch, dass es immer wieder zu solchen Situationen kommen kann. „Ich versuche, die Kinder so zu trainieren, dass sie befähigt werden, sich selbst zu vertrauen, Hilfe zu organisieren und zu leisten und sie so stark zu machen“, sagt sie. „Damit habe ich einen ganz, ganz, ganz tollen Job. Und das macht so viel Freude und Sinn.“

Volksbank eG Osterholz Bremervörde	
Bilanzsumme	1.728,2 Millionen Euro
Mitglieder	29.085
Kunden	62.936
Geschäftsstellen	11
Mitarbeiter	259

Stand: 31. Dezember 2022

Andrea Ney (links) und Sonja Mackenberg.





## Farben fürs Forum!

Die Volksbank Münsterland Nord eG (seit August 2023: Volksbank im Münsterland eG) öffnet die Türen ihres repräsentativen Forums – an ihrem Hauptsitz –, um dort bis zur bevorstehenden Restaurierung 2024 ein Kinder-Jugend-Kulturhaus wachsen und wirken zu lassen. Bei über 50 Angeboten können sich hier Kinder und Jugendliche seitdem mitten in der Stadt zusammen mit Künstlerinnen und Künstlern austoben, erproben und ihre kreativen Kenntnisse erweitern. Das strahlt, leuchtet, macht Spaß. Zugleich passt diese Form der kreativen Zwischennutzung perfekt zur genossenschaftlichen Idee einer „Bank zum Mitmachen“.

Auf den ersten Blick wirkt die große Halle recht chaotisch. Auf einer Bühne üben zwei Jungs ihren Deutschrapp, nebenan in einem kleinen, durch Trennwände gebauten Raum – dem „Kinder-Jugend-Kulturamt“ – sitzen zwei Kindergartenkinder und suchen an einem Laptop nach Malschulen. Hinten in einer Ecke starten eine Künstlerin und ein Künstler mit einer Gruppe Jugendlicher ein Filmprojekt und draußen vor der Tür lernen Acht- bis Zehnjährige, wie sie mit einfachen Schablonen und Sprühdosen Graffiti machen können. Es ist laut, aber auf eine besondere, angenehme, hochkreative Art.

manchmal beim Schneiden und führt die Gruppe anschließend zu einer weißen Papierwand, die auf zwei Bauzäunen aufgezogen ist. Dort bringen die Kinder kleine Leinwände an, auf die sie ihre Schablonen kleben. Mit der Lackdose sprühen sie Farbe auf, fertig ist das Bild. „Das sieht richtig cool aus“, sagt Leo, der als Erster fertig ist.

## Vermittlung auf Augenhöhe

### Kultur probieren!

Das vermeintliche Chaos entpuppt sich so schnell auch als planvolle Aktion. Im Kinder-Jugend-Kulturhaus mitten in der Innenstadt von Münster dürfen sich Kinder und Jugendliche neun Tage lang kostenlos und oft spontan in den unterschiedlichsten Kulturaktivitäten ausprobieren. Begleitet werden sie von rund 60 professionellen Künstlerinnen und Künstlern, die in mehr als 50 Angeboten ihre Kunst und die damit verbundenen Arbeitsweisen zeigen. Die Kids tanzen und spielen Theater, programmieren Beats und probieren Gitarren auf vielfältige Weise aus, machen Fotoexpeditionen und eben Graffiti. Diese Kunst bringt Marcus Kobert einer Gruppe bei, die sich hier heute zusammengefunden hat. „Leo, du kannst deinen Namen als Schriftzug malen und dann ausschneiden“, erklärt der Künstler einem Jungen, der neben ihm auf der Bank sitzt. Kobert läuft von Kind zu Kind, gibt Hinweise, hilft

Die Kinder selbst kreativ werden lassen, sie aber dabei gleichzeitig von gestandenen Künstlerinnen und Künstlern auf ihrem Weg zu begleiten, ist eines der Grundprinzipien des Kinder-Jugend-Kulturhauses. „Wir wollen ihnen auf Augenhöhe begegnen“, nennt Cornelia Kupferschmid ein weiteres Anliegen. Gemeinsam mit ihrem Kollegen David Gruschka vom echtzeit-theater leitet die Schauspielerin und Regisseurin das Projekt. Beide gehören zum Kinder-Jugend-Kulturhaus Münster e. V., dessen Künstlerinnen und Künstler das Konzept entwickelt haben. Es soll keine Sozialarbeit oder Jugendhilfe ersetzen, sondern echten Austausch auf künstlerischer Ebene ermöglichen.

Entstanden ist das Kinder-Jugend-Kulturhaus dabei im Grunde aus einem Mangel. Die Kinder- und Jugendtheaterszene in Münster ist sehr engagiert. Verschiedene Gruppen konzipieren und organisieren Proben und Auftritte, die zum Teil weit über die westfälische Stadt hinauswirken. „Uns fehlen aber dennoch



Die Kinder selbst kreativ werden lassen, sie dabei aber gleichzeitig von gestandenen Künstlerinnen und Künstlern auf ihrem Weg zu begleiten, ist eines der Grundprinzipien des Kinder-Jugend-Kulturhauses.





Rappen, sprayen, sich selbst ausprobieren: Vieles ist möglich im Kinder-Jugend-Kulturhaus mitten in Münster. Es wirkt bunt, wild, chaotisch, folgt aber einem klaren Plan: Kreativität möglich machen.



oft – neben Auftrittsmöglichkeiten, Proben- und Lagerräumen für Bühnenbilder und Requisiten – Orte, an denen wir unsere eigene künstlerische Tätigkeit nah an unserer Zielgruppe entwickeln, dieser begegnen und sie in Prozesse einbinden können“, erzählt Cornelia Kupferschmid. „Dies kann beispielsweise ein gemeinsamer Ideenaustausch sein, eine künstlerische Recherche oder auch eine öffentliche Probe.“ Die Nachfrage zum Beispiel von Kindergärten oder Schulen nach Workshops und künstlerischer Teilhabe ist riesig. Das gilt aber nicht nur für das Theaterspielen, macht die Schauspielerin und Regisseurin sofort klar. Kunst und Kultur ist vielfältiger als das. Seit Jahren vernetzt sie sich deswegen auch mit anderen Kulturschaffenden, die gemeinsam und interdisziplinär nach Lösungen suchen.

Wichtig dabei: Kultur soll einerseits nicht nur im Stadtzentrum stattfinden, sondern auch in den äußeren Stadtteilen, wo in Münster auch Menschen mit Migrations-erfahrung leben, die oft keinen Bezug zu den klassischen Kultureinrichtungen haben, macht Cornelia Kupferschmid klar. Auf der anderen Seite lässt sich im Stadtzentrum ganz klar ein Mangel an – nicht nur kulturellen – Angeboten für junge Menschen ausmachen. Ziel ist, einen zentralen Standort mit den äußeren Stadtteilen zu vernetzen.

## Kinder-Jugend-Kulturhaus im VolksbankForum

Das Angebot der Volksbank Münsterland Nord eG kam deswegen gerade recht, die ihren Hauptsitz direkt gegenüber vom Theater Münster in der Innenstadt hat. Das rund 1.000 Quadratmeter große VolksbankForum, in dem das Kinder-Jugend-Kulturhaus seinen Platz gefunden hat, wurde zu Beginn der Corona-Pandemie genutzt, um pandemiesichere Beratungsbüros zu schaffen. Ab 2024 soll es, genauso wie der restliche Gebäudekomplex, saniert werden. Bis dahin lässt die Bank die Räume nicht leer stehen, sondern nutzt sie für Veranstaltungen oder auch Kunstausstellungen in Zusammenarbeit mit der Kunstakademie Münster. Außerdem vergibt sie diese an Kulturinitiativen, als eine Art Zwischenraumnutzung. „Ich bin mehrfach in der Woche hier und schaue mir das Kinder-Jugend-Kulturhaus an. Wenn ich die leuchtenden Kinderaugen sehe und die Kreativität, dann weiß ich, dass wir genau die richtige Entscheidung getroffen haben“, sagt Thomas Jakoby. Der Vorstand der Bank ist an diesem Nachmittag herübergekommen. Interessiert fragt er Cornelia Kupferschmid nach dem neuesten Stand des Projekts. Wichtig ist für ihn, dass es dabei um kulturelle Bildung geht. „Wir leben in einer Bildungs- und Wissensgesellschaft, in der jeder sehr viel lernen muss. Dabei gehen wir aber oft nicht weit genug: Die kulturelle Bildung kommt viel zu kurz“, sagt Jakoby. „Sie ist aber entscheidend dafür, dass sich junge Menschen zu Persönlichkeiten entwickeln.“

## „Bank zum Mitmachen“

Das Kinder-Jugend-Kulturhaus ist für ihn zudem ein gutes Beispiel dafür, wie die Bank ihr Engagement für die Region definiert. „Wir verstehen uns als Bank zum Mitmachen, so wie es schon in den Grundlagen der Genossenschaften angelegt ist“, sagt Thomas Jakoby, dessen Bank jährlich rund 300.000 Euro für Projekte und Initiativen in den Bereichen Sport, Soziales, Kultur und Wissenschaft als Spenden aufbringt. „Deswegen freuen wir uns umso mehr, dass wir diesen Raum für so ein Projekt, bei dem viele unterschiedliche Menschen zusammenkommen, bereitstellen können.“

Für Cornelia Kupferschmid ist ein Raum wie der von der Volksbank ein Glücksgriff. „Wir können ihn frei gestalten und auch immer wieder andere Aktive einladen“, sagt sie. So kommen zum Beispiel Jugendtheatergruppen aus der Stadt, um einzelne Proben dort abzuhalten. Wichtig ist der Organisatorin auch, dass das Projekt barrierefrei und über Sprachgrenzen hinweg funktioniert. Einige Angebote kommen ganz ohne Sprache aus, bei Sprachdarbietungen wie Theaterstücken wird ein Gebärdendolmetscher engagiert.

Das Kinder-Jugend-Kulturhaus hatte im Sommer 2022 zum ersten Mal geöffnet. Damals hatten die Organisatorinnen und Organisatoren eine Spende von 20.000 Euro von einem Ehepaar bekommen, vermittelt über die Stiftung Bürger für Münster. Die Summe bildete das Eigenkapital, um beim

Bundesprogramm Neustart Kultur 80.000 Euro Fördermittel zu erhalten. Weitere 10.000 Euro flossen über den Zentrenfonds der Stadt Münster in das Projekt, das auch von Münster Marketing unterstützt wurde. Mit noch einmal 100.000 Euro wurde auch beim zweiten Mal das Projekt gefördert. Damit konnte die Initiative, die sich mittlerweile zu einem eingetragenen Verein entwickelt hat, die beteiligten Künstlerinnen und Künstler, Materialien und Werbemittel bezahlen.

Die Künstlerinnen und Künstler des Kinder-Jugend-Kulturhaus Münster e. V. wollen weitermachen, vielleicht auch noch einmal in den Räumen der Bank, die das schon in Aussicht gestellt hat. „Junge Menschen brauchen einfach eine Stimme. Das müssen sie lernen und sich trauen, sie auch einzusetzen – und sie müssen ernst genommen werden“, sagt Cornelia Kupferschmid. Im Kinder-Jugend-Kulturhaus klappt das hervorragend. Auf der Bühne stehen am frühen Abend die beiden jugendlichen Rapper, gemeinsam mit drei Mädchen. Sie führen ein selbst entwickeltes Theaterstück auf, in dem es darum geht, die eigenen Träume zu verwirklichen. Nach der Aufführung brandet der Applaus auf, aber die Gruppe ist noch nicht fertig. Sie fragt das Publikum, welche Träume es hat. Ein Mann antwortet, er würde gerne einmal wieder ausschlafen. Und der kleine Leo, der vorher schon seinen Namen als Graffito gesprüht hatte, sagt, er würde gerne Rapper werden. Einen Schritt dahin darf er gleich machen: Auf der Bühne legt er los, mit kleinen Sätzen, und die Rapper, zehn Jahre älter, improvisieren mit ihm. Altersgrenzen überschreiten und die Herkunft vergessen machen, nur durch Kreativität: Hier funktioniert das sofort.

### Volksbank Münsterland Nord eG

(seit August 2023: Volksbank im Münsterland eG)

Bilanzsumme	7,35 Milliarden Euro
Mitglieder	130.873
Kunden	239.312
Geschäftsstellen / SB-Filialen	82
Mitarbeiter	1.063, davon 69 Auszubildende

Stand: 31. Dezember 2022



Cornelia Kupferschmid (oben).  
Thomas Jakoby (unten).





## „Wir und der Wald“

Klima-Initiative: Neues deutschlandweites Bildungsprojekt gestartet. „Morgen kann kommen“ lautet der Titel der Klima-Initiative der Volksbanken und Raiffeisenbanken, die vor einem guten Jahr startete. Mittlerweile hat sie sich etabliert. Die Baumpflanzaktion „Wurzeln“, mit der es losging, ist in aller Munde und überaus beliebt. Über 850.000 Setzlinge wurden bisher von den Genossenschaftsbanken vor Ort geordert. Eine Million sollen es bis zum Frühjahr 2024 werden.



## Bildung, Nachwuchsförderung, Klimaschutz

Parallel dazu startete nun das zweite Projekt der Initiative: Wir und der Wald. Dabei werden Bildung, Nachwuchsförderung, Natur- und Klimaschutz miteinander verknüpft. Der offizielle Start des deutschlandweiten Bildungsprojekts erfolgte Ende Juni in Berlin.

Worum geht's? Mit „Wir und der Wald“ bringen die Volksbanken und Raiffeisenbanken gemeinsam mit der Schutzgemeinschaft Deutscher Wald (SDW) Klimabildung in die Klassenzimmer der Republik. Denn: Handeln – etwa durch das Pflanzen von Baumsetzlingen – ist das eine, Bilden aber sichert die Multiplikation des gemeinsamen Anliegens. Klimaschutz kann man lernen! Am allerbesten gelingt dies von Kindheit an. Das Erlernen und Erleben von Umwelt- und Klimabildung in jungen Jahren beinhaltet die Chance, Themen rund um den Klimawandel nachhaltig und früh im Bewusstsein der Kinder und in ihrem alltäglichen Handeln zu verankern.

## Spielerischer, praxisorientierter Umgang

Der Bedarf an qualifizierten Schulprojekten im Bereich Umwelt- und Klimaschutzbildung in Deutschland ist groß. Deswegen erweitern die Volksbanken und Raiffeisenbanken innerhalb ihrer Klima-Initiative „Morgen kann kommen“ das Angebot an pädagogischen Maßnahmen für Grundschulen. Ziel des Projekts ist es, den Schülerinnen und Schülern durch einen spielerischen, praxisorientierten Umgang mit dem Ökosystem Wald dessen Wert für unser Leben zu verdeutlichen und anhand alltagstauglicher Beispiele aktiven Klimaschutz und die Wichtigkeit des Handelns näherzubringen.

Wie läuft das ab? Für die Initiative hat der SDW-Bundesverband ein halbtägiges Bildungsprogramm entwickelt. Es orientiert sich an den Schul-Curricula der einzelnen Länder sowie an den Standards des UNESCO-Programms „Bildung für nachhaltige Entwicklung 2030“ und der Roadmap BNE 2030. Die Umsetzung an den Schulen erfolgt durch lokal ansässige, unabhängige und durch die SDW geschulte Waldpädagoginnen und -pädagogen. Die teilnehmenden Volksbanken und Raiffeisenbanken finanzieren dabei die Umsetzung der Bildungseinheiten an den Grundschulen ihres Geschäftsgebiets, insbesondere aus Reinertragsmitteln des Gewinnsparens.

Alle Beteiligten bei der Präsentation des neuen Bildungsangebots im Rahmen der Klima-Initiative „Morgen kann kommen“.

## Waldwerte und Waldprodukte

Die halbtägige, den Schulen angebotene Bildungseinheit besteht dabei aus vier Modulen: „Produkte aus dem Wald: Brauchen wir den Wald?“, „Der Wald als unser Kapital: Wie wächst unser Wald?“, „Der Wert des Waldes: Wie wertvoll ist der Wald?“ und „Den Wald erhalten: Was kann der Wald und was können wir für ihn tun?“. Mit jedem Modul wächst ein gemeinsam erarbeitetes Waldposter, das in der Klasse verbleibt.

„Mit Initiativen wie ‚Wir und der Wald‘ tragen die Volksbanken und Raiffeisenbanken dazu bei, bereits im Grundschulalter Grundlagen für Nachhaltigkeitsbewusstsein und Engagement zu legen. Und sie

geben damit den Betrieben auch Impulse, wichtige Zukunftskompetenzen in der beruflichen Aus- und Weiterbildung weiterzuentwickeln“, lobte Dr. Andrea Ruyter-Petznek, Referatsleiterin für Bildung und nachhaltige Entwicklung/Bildung in Regionen im Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) die Initiative beim Starttermin.

„In unserer täglichen Arbeit erleben wir immer wieder, wie wichtig es ist, Kinder und Jugendliche spielerisch die Natur erfahren zu lassen. So lernen sie früh, ein ganz anderes Bewusstsein für die Umwelt und den Umgang mit natürlichen Ressourcen zu entwickeln“, erklärte Christoph Rullmann, Bundesgeschäftsführer der SDW, die Konzeption des Projekts.

Alle weiteren Informationen zur Klima-Initiative „Morgen kann kommen“, Details und lokale Aktivitäten finden sich auf der Website <https://klima-initiative.vr.de/>.



Die bundesweiten Wettbewerbe  
und Initiativen der Volksbanken  
und Raiffeisenbanken

---

Lebensräume zu gestalten und Lebens-  
räume zu erhalten sind ebenso wie  
ein gut gepflegtes Miteinander das We-  
sensmerkmal der Genossenschaftlichen  
FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisen-  
banken. Gemeinsam setzen sich die  
Kreditgenossenschaften lokal, regio-  
nal, bundesweit und sogar international  
für die Förderung des kreativen Nach-  
wuchses 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 Informatio-  
nen und Materialien zur Finanzbildung.  
Überdies prägen sie bereits seit vielen  
Jahren flächendeckend und sehr erfolg-  
reich 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](http://www.jugendcreativ.de)

Mit den „Sternen des Sports“ – Deutschlands wichtigstem  
und erfolgreichstem Vereinswettbewerb

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

Mit dem Internationalen Karlspreis zu Aachen – für Europa!

[www.karlspreis.de](http://www.karlspreis.de)

Mit „Jugend und Finanzen“ – dem Portal für Finanzbildung

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

Mit der Stiftung Aktive Bürgerschaft – dem Kompetenzzentrum für  
Bürgerengagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe

[www.aktive-buergerschaft.de](http://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](http://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](mailto:presse@bvr.de)

Konzeption/Redaktion: Tim Zuchiatti

Verantwortlich: Melanie Schmergal

[www.bvr.de](http://www.bvr.de)

Gestaltung: VERY

[www.veryvery.de](http://www.veryvery.de)

Druck: Görres-Druckerei und Verlag GmbH

[www.goerres-druckerei.de](http://www.goerres-druckerei.de)

## Bildnachweise

Seite 44–107

Thorsten Arendt

Seite 58 (links oben)

Astrid Burkhardt, [photoburkhardt.de](http://photoburkhardt.de)

Seite 108–111: BVR

Gedruckt auf 100 Prozent Altpapier





