

Unser Engagement  
für morgen

## Engagement für morgen

---

„Morgen kann kommen. Wir machen den Weg frei“ – mit diesem Motto blicken die Volksbanken und Raiffeisenbanken ganz überzeugt nach vorn. Auf das, was vor uns liegt. Auf Herausforderungen. Auf Chancen. Auf Gestaltungsspielräume. Sie stiften Zuversicht. Sie setzen sich für morgen ein. Für das, was den Menschen wichtig ist. Und für Entwicklungen, die immer wichtiger werden.

Das gilt nicht nur in finanzieller Hinsicht. Es zeigt sich auch im großen gesellschaftlichen Engagement der Institute vor Ort. Das ist keine Laune, die heute kommt und morgen geht. Es ist vielmehr substanzieller Bestandteil einer jeden Genossenschaftsbank. Das kann man sehen. An den jährlichen Engagementzahlen (siehe Seite 25 ff.), die seit Jahren steigen, aber auch an den vielen Initiativen vor Ort. Von Menschen für Menschen: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter setzen sich

persönlich für ihre Region ein. Sie initiieren Projekte, helfen, wo Hilfe benötigt wird, und prägen scheinbar ganz nebenbei die Strukturen ihrer Region von morgen. Das gesellschaftliche Engagement der Volksbanken und Raiffeisenbanken ist Engagement für morgen. Damit morgen kommen kann. Und: Damit morgen vieles besser wird. Es gibt wohl kaum eine Zeit, in der diese Haltung wichtiger ist als jetzt – im Zeichen von Corona.

Neben den unzähligen spontanen Aktionen und Hilfen, die viele Institute inmitten der Corona-Pandemie starteten (siehe auch Seite 12 ff.), gibt es wohl kaum ein gesellschaftlich relevantes Thema, das sich nicht auch in einzelnen Engagements einiger Banken vor Ort widerspiegelt. Die folgenden sechs Reportagen zeigen, wie das Große im Kleinen gelebt wird und welche positive Auswirkungen das hat. Für die Struktur der Region von morgen und natürlich für das Miteinander der Menschen vor Ort.

# Für die Region von morgen

---

Verlässliche Strukturen in der Region entstehen nicht von selbst. Sie werden entwickelt. Sie werden geprägt. Als Banken der Region wirken die Volksbanken und Raiffeisenbanken aktiv und überzeugt daran mit. Sie stellen sich der Region von morgen und nehmen die Zukunft fest in den Blick. Sie stellen sich den Themen, auf die es ankommt. Statt in Diskussionen zu verharren, setzen sie sich ein und packen mit an. Sie lösen die großen Themen im Kleinen und bringen so ihre Region nachhaltig und dauerhaft voran. Erfahren Sie auf den folgenden Seiten mehr. Über Klimaschutz in Bad Säckingen (Seite 62 ff.), Digitalisierung made in Lippstadt (Seite 66 ff.) und neuen Dächern für alle Generationen in Pfaffenhäusern (Seite 72 ff.).

Morgen  
schreibt sich  
mit E

---



Bei der Umsetzung eines neuen Verkehrskonzepts für die Kurstadt Bad Säckingen ist die Volksbank Rhein-Wehra ein starker Partner und Unterstützer. Längst ist sie dabei selbst auch auf den Geschmack gekommen. Sie setzt auf E-Räder und E-Fahrzeuge, fördert Energie-Genossenschaften, errichtet E-Tankstellen und treibt die Planung eines neuen nachhaltigen Stadtquartiers mit voran – neuer Bank-Standort inklusive.

Nicht stehen bleiben, immer weitermachen, sich neu erfinden: In Bad Säckingen gehört Innovation zum Alltag. Dabei wirkt die Stadt am Hochrhein, die nur der Fluss von der Schweiz trennt, auf den ersten Blick wie viele andere Orte mit langer Geschichte und großer Tradition: Die Altstadt ist gemütlich, das

Wahrzeichen – das St. Fridolinsmünster – erhebt sich gegen den hellblauen badenwürttembergischen Himmel – und nur wenige hundert Meter entfernt führt die längste gedeckte Holzbrücke Europas über den Rhein. Auf dem Weg dorthin liegt das Rathaus, in dem Alexander Guhl das Sagen hat.

## Status als Kurstadt

Der Bürgermeister ist ein Macher, der sich für sein Bad Säckingen seit ein paar Jahren besonders innovative Gedanken macht. „Wir sind 1978 vom Land Baden-Württemberg als Heilbad ausgezeichnet worden. Deswegen müssen wir besonders strenge Grenzwerte im Bereich der Luft- und Lärmemissionen erfüllen“, erzählt der Stadtchef, der seit 2011 im Amt ist. Die Grenzwerte wurden aller-

dings immer öfter überschritten, Bad Säckingen sah seinen Status als Kurstadt gefährdet.

Die Ursachen dafür sind vielfältig und wurden in vielen Bereichen auf der Grundlage eines Klimaschutzprozesses angegangen. So sanken die Emissionen signifikant. Einzig der Auto- und Lkw-Verkehr, der in den vergangenen Jahrzehnten stark gestiegen war, bereitete noch Probleme. Deswegen beschloss der Rat der 17.000-Einwohner-Gemeinde, ein neues Verkehrskonzept zu erarbeiten, das auf Elektromobilität setzen sollte. „Wir haben das Mobilitätsverhalten der Bürger analysiert und auch als Stadt vieles infrage gestellt“, berichtet Guhl.





E-Bikes sind im Trend – auch bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Volksbank Rhein-Wehra. Getankt wird direkt vor der Bank.



## „Bad Säckingen fährt emissionsfrei“

Daraus entwickelte sich ein neues Denken und Handeln. Unter dem Motto „Bad Säckingen fährt emissionsfrei“ wurde etwa der städtische Fuhrpark in weiten Teilen auf Elektroautos umgestellt. „Unseren Stadtbus haben wir als erste Gemeinde in Baden-Württemberg rein elektrisch betrieben. Außerdem haben wir die Ladesäulen-Infrastruktur erheblich ausgeweitet.“ So wurden zum Beispiel die beiden großen Parkhäuser der Stadt mit einer großen Anzahl von Ladesäulen ausgestattet. Darüber hinaus führte die Stadt ein eigenes E-Auto ein, das die Bürger leihen können. „Sie erfahren so auf relativ einfache und kostengünstige Weise, was Elektromobilität ganz konkret bedeutet“, sagt Guhl.

Das Engagement der Stadt ist groß, aber ohne Partner konnte sie den Mobilitätswandel in Bad Säckingen nicht entscheidend voranbringen. Von Anfang an ist deswegen die Volksbank Rhein-Wehra eG mit im Boot. „Wir leben in einer überaus zukunftsweisenden Zeit. Es ist klar, dass das, was vielleicht gestern funktioniert hat, morgen nicht mehr unbedingt funktionieren muss“, begründet Bankdirektor Werner Thomann das Engagement der Bank. Der Vorstandsvorsitzende, der selbst ein Hybridauto fährt, sieht die große Verantwortung seiner Bank für die Gemeinde – aber auch für das eigene Unternehmen. „Wir sind ständig aufgerufen, neue Wege zu finden und innovativ zu sein, um in der

Zukunft bestehen und unseren Mitgliedern einen Mehrwert liefern zu können.

## Elektroautos für die Mitarbeiter

Werner Thomann hat deswegen im Laufe der vergangenen Jahre den Fuhrpark der Bank teilweise elektrifiziert: Um innerhalb der Stadt zwischen Filialen hin und her zu fahren oder Kunden zu besuchen, nutzen die Mitarbeiter Elektroautos und einen passend in Orange lackierten Elektroroller. „Außerdem haben wir die fortschrittlichste E-Ladeinfrastruktur in Südbaden mitgefördert“, sagt Thomann, der auch darauf verweist, wie wichtig es ist, dass Institutionen wie die Volksbank ihre Kommunikationskraft einsetzen. „Wir haben unter anderem die Informationsplattform E-Fahrertreff Hochrhein mit ins Leben gerufen und geben Daten und Fakten in all unseren Medien weiter. Denn nur, wenn möglichst viele Menschen nachhaltige Mobilität kennenlernen, kann sie sich auch verbreiten.“

## E-Bike-Tankstelle vor der Bank

Doch das Engagement der Bank geht noch weiter: Immer mehr Touristen fahren weite Strecken mit dem E-Bike und machen auch in der beschaulichen Innenstadt von Bad Säckingen Halt. „Wir haben direkt vor unserer Bankzentrale

eine E-Bike-Tankstelle eingerichtet“, erzählt Thomann. „So können die Fahrradfahrer, die auf dem internationalen Rheinradweg zum Beispiel vom Bodensee nach Basel fahren, gleichzeitig hier bei uns ihre Fahrräder auftanken, während sie im Café nebenan einen Cappuccino trinken. Das macht die Innenstadt noch attraktiver.“

## Bürger-Energie-Genossenschaft

Das Thema Energie spielt auch darüber hinaus bei der Volksbank Rhein-Wehra eine große Rolle: „Wir können uns immer dort gut engagieren, wo wir uns auskennen. Deswegen unterstützen wir als Gründungsmitglied auch die Bürger-Energie-Genossenschaft, die emissionsfreien Strom mit Solaranlagen auf öffentlichen Gebäuden wie Schulen, Turnhallen oder Feuerwehrhäusern produziert“, sagt Thomann, der auch im Aufsichtsrat der Organisation sitzt.

Für die Zukunft haben die Partner viele weitere Pläne: „Wir wollen die Logistik in der Innenstadt positiv beeinflussen, indem wir auf Lastenräder setzen“, sagt Alexander Guhl. „Dafür leisten wir gerade Überzeugungsarbeit beim örtlichen Handel.“ Ein Schritt dahin ist das elektrounterstützte Bürger-Lastenrad, das die Stadt im Juni präsentiert hat. Alle Bürger Bad Säckingens dürfen es kostenlos für jeweils einen Tag ausleihen, die Buchung erfolgt über einen Online-Kalender. „Wir hoffen, dass viele Gewerbetreibende diesem Beispiel folgen und Waren auf der letzten Meile in Zukunft immer öfter per Rad und nicht mehr per Auto liefern“, so Guhl.

## „Wir gehen jetzt auch in die Wohnquartiere“

Ein weiterer Ansatz sind die Ladestationen außerhalb der Innenstadt. „Wir gehen jetzt auch in die Wohnquartiere und errichten dort eine öffentliche Ladeinfrastruktur“, erklärt Werner Thomann die Pläne. „Jeder, der eine eigene Garage hat, kann bequem über Nacht Strom tanken. Wenn sich die Elektromobilität aber stärker durchsetzen soll, müssen wir auch die Menschen erreichen, die in Mehrfamilienhäusern leben.“ Bad Säckingen hat viele Wohnungsbaugenossenschaften, auch dort sieht Thomann großes Potenzial. „Wir gehen nun gemeinsam mit den Stadtwerken in die Wohnquartiere und setzen dort die Elektrifizierung fort.“ Ein prägnantes Vorzeigobjekt hierfür soll das Gelände eines derzeit noch bestehenden älteren Autohauses an der B34 werden, auf dem die Volksbank Rhein-Wehra in Bälde ihren neuen Standort errichten will. „Dort wollen wir ein neues Stadtquartier schaffen, mit Arbeiten und Wohnen in Kombination, mit Photovoltaik-Anlagen auf den Dächern – und auch dort soll natürlich die Elektromobilität mit öffentlichen Ladesäulen eine große Rolle spielen.“

Volksbank Rhein-Wehra eG	
Bilanzsumme	1,3 Milliarden Euro
Mitglieder	15.000
Kunden	36.000
Geschäftsstellen	7
Mitarbeiter	132

Stand 31.12.2019

„Wir haben das Mobilitätsverhalten der Bürger analysiert und auch als Stadt vieles infrage gestellt.“

Alexander Guhl



„Wir leben in einer überaus zukunftsweisenden Zeit. Es ist klar, dass das, was vielleicht gestern funktioniert hat, morgen nicht mehr unbedingt funktionieren muss.“

Werner Thomann





## Surfen auf dem Wochenmarkt

---

Die Volksbank Beckum-Lippstadt stellt Einwohnern, Besuchern und Gewerbetreibenden ein freies WLAN bereit. In der gesamten Stadt. An 110 Hotspots. Sie belebt damit die digitale Infrastruktur ihres Geschäftsgebiets, hat damit bereits deutschlandweit Interesse geweckt sowie eine Fülle an Nachahmern gefunden.

---

Anna und Tom, beide Anfang 20, haben heute frei und wollen ein bisschen bummeln, danach essen gehen und ins Kino. Sie kommen aus Erwitte, einem kleinen Städtchen in der Nähe von Lippstadt, wo sie den Tag verbringen wollen.

Nachdem sie geparkt haben, laufen sie bei schönstem Sonnenschein durch die Fußgängerzone bis zum Bernhard-Brunnen. Dort setzen sie sich erst einmal hin und suchen auf dem Tablet ein paar Geschäfte heraus, in denen sie einkau-

fen wollen. Anschließend schlendern sie durch die Stadt, essen in einer Bäckerei eine Kleinigkeit, schauen auf dem Smartphone nach dem Kinoprogramm, schicken zwischendurch einige Bilder per Whatsapp an Freunde – die an dem herrlichen Tag arbeiten müssen – und sortieren am späteren Nachmittag die Restaurants nach ihrem Geschmack und natürlich den besten Bewertungen aus. Am frühen Abend sitzen sie draußen im Biergarten und spazieren gegen 20 Uhr langsam hinüber zum Cineplex, wo sie sich einen Blockbuster anschauen wollen.

Ein besonderer Tag für Anna und Tom, der von außen betrachtet durch eine kleine Tatsache noch ungewöhnlicher wird: In der gesamten Fußgängerzone, im Restaurant und in der Bäckerei, im Kino und in fast allen Läden haben die beiden freies WLAN und können so, ohne ihr Datenvolumen zu verbrauchen, surfen und sogar per Whatsapp, Skype, Facebook & Co. telefonieren.

## „Digitalisierung vorantreiben“

Verantwortlich dafür ist die Volksbank Beckum-Lippstadt, die 2017 eine bahnbrechende Idee hatte: „Wir wollten die Digitalisierung vorantreiben, die einen wirklichen Wettbewerbsvorteil für die Stadt darstellt. Deswegen hielten wir es für eine gute Idee, eine freie WLAN-Infrastruktur in der Innenstadt aufzubauen und für die beteiligten Firmen, Handel-treibenden und anderen Einrichtungen auch die Kosten zu übernehmen“, erinnert sich Mario Deimel. Der Marke-

ting-Chef und Prokurist der Bank ist die treibende Kraft hinter dem offenen Netz, das in dieser Organisationsform in Deutschland kaum zu finden ist. Zwar können Nutzer großer Internet-Provider sich an vielen Orten in ihre eigenen Netzwerke einloggen oder Restaurants und Geschäfte bieten eigene Hotspots an, aber das Angebot in Lippstadt und Umgebung funktioniert auf andere Weise.

## Digitale Infrastruktur für die Stadt

Die Nutzer müssen sich nur einmal anmelden und sind danach, wenn sie wollen, immer wieder direkt online, solange sie sich in der Reichweite der rund 110 Hotspots befinden, die in der Region verteilt sind. „Davon profitieren nicht nur unsere Einwohner, die die Innenstadt nutzen, sondern auch unsere Gäste“, sagt Deimel, der bewusst von einer Infrastrukturmaßnahme für die Stadt spricht, die auch in teilnehmenden Freizeiteinrichtungen und Sportvereinen umgesetzt wurde. „Außerdem haben wir als Bank einen großen Imagegewinn, weil uns viele gar nicht mit so einem innovativen Projekt assoziieren würden.“

Ingo Arndt sieht das genauso. Der agile Unternehmer, dessen großes Sporthaus direkt am Bernhard-Brunnen liegt, an dem sich Tom und Anna am Morgen hingesetzt hatten, betreibt gleich vier Geschäfte in der Innenstadt – und spricht als Vorsitzender der Werbe-gemeinschaft für 130 Händler der Stadt.

„Wir haben als Bank einen großen Imagegewinn, weil uns viele gar nicht mit so einem innovativen Projekt assoziieren würden.“

Mario Deimel



„Wir haben gemeinsam etwas für die Stadt geschaffen – und das ist wirklich super.“

Ingo Arndt



„Für Lippstadt ist das sehr attraktiv, da so jeder Besucher den kostenfreien Zugang zum Internet nutzen kann.“

## Mehrwert für die Stadt

Für ihn gehört ein freies WLAN heutzutage zum Leben einfach dazu. „Das erwarten viele Menschen, egal wo sie sind“, sagt Arndt. „Und das gibt es nun in Lippstadt, wir sind Vorreiter bei vielen Dingen und haben es auch hier einfach vorge-macht.“ Der Effekt ist groß, der Unter-nehmer, der rund 75 Arbeitskräfte in vier Geschäften beschäftigt, erhält viel posi-tives Feedback. Ein Grund dafür ist, dass das freie WLAN nicht mit einem speziel-len Laden verbunden ist. Surfen ist über die Antennen zum Beispiel auch auf dem Wochenmarkt möglich, sodass der reine Werbeeffect für die Beteiligten oft gar keine Rolle spielt. „Wir haben gemeinsam etwas für die Stadt geschaffen – und das ist wirklich super“, sagt Ingo Arndt.

## „Wir sind mit dem Projekt mitge-wachsen“

Die Umsetzung hat die Firma mySPOT marketing übernommen, ein Start-up aus Lippstadt. Die Motivation für das Projekt ist für Geschäftsführer Maximilian Besting groß: „Als ich nach dem

Studium in den USA und Spanien zu-rückkam, habe ich festgestellt, dass es in Deutschland – und auch hier bei uns in der Heimat, in Lippstadt – kein vernünf-tiges WLAN gibt. Das ist einfach nicht mehr zeitgemäß.“ Der IT-Spezialist mach-te sich mit einem Stamm von dreieinhalb Mitarbeitern auf den Weg. „Der halbe war damals Werkstudent und ist heute unser IT-Leiter“, sagt Besting und lacht. „Wir sind mit dem Projekt mitgewachsen und mittlerweile 18 Leute. Gemeinsam verknüpfen wir die Menschen, die sich zu Zehntausenden einloggen.“

Ganz einfach war der Weg zum freien WLAN nicht, erinnern sich die Beteilig-ten. Manche Gewerbetreibende hatten schon Verträge mit anderen Providern, andere waren sich anfangs nicht sicher, wo das Projekt hinführen sollte. „Wir ha-ben wirklich Klinken geputzt“, erinnert sich Mario Deimel. „Als wir dann die ersten überzeugt hatten, ging es bei den anderen fast automatisch“, ergänzt Ma-ximilian Besting. Die Idee ist so überzeu-gend, dass mittlerweile 50 Volksbanken und Raiffeisenbanken in ganz Deutsch-land die Dienste nutzen. „Wir sind das gemeinsam mit mySPOT angegangen und haben die verschiedenen Banken im Verbund angesprochen“, sagt Deimel.

## Datenschutz ist sehr wichtig

Der Vorteil für die Banken: Sie bezah-len die Ausstattung der Geschäfte und Restaurants mit den Hotspots und er-halten dafür bei jedem Einloggen die Möglichkeit, ihre Angebote den Nutzern

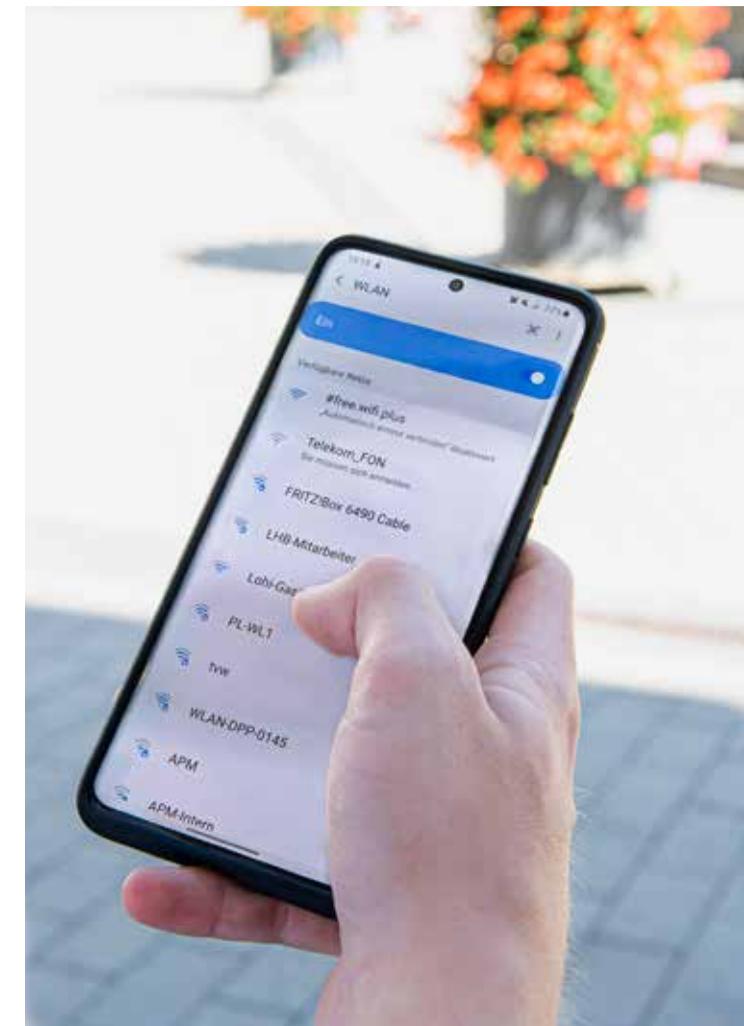
zu zeigen. „Wir schalten zum Beispiel gar keine Anzeigen mehr, um Auszubil-dende zu suchen – das läuft alles über den WLAN-Service“, sagt Mario Deimel, der jährlich rund 60.000 Euro in das Projekt investiert. Dem Marketing-Profi ist dabei eines wichtig, gerade wenn es um die jungen Leute geht: der Daten-schutz – und zwar auf zwei Ebenen. „Wir erheben keine Bewegungs- oder andere Nutzerdaten. Außerdem haben wir ausgeschlossen, dass auf gewisse Seiten zugegriffen wird wie zum Beispiel Pornografie. Nur weil das Unternehmen das sicherstellen konnte, haben wir das Projekt überhaupt weiter vorangetrie-ben.“ mySPOT hat dafür eine gemischte White- und Blacklist angelegt, das be-deutet, dass die Nutzer unbesorgt auf bestimmte Seiten zugreifen, gleichzeitig aber andere Seiten nicht sehen können.

## Großer Schritt nach vorn

In Lippstadt und Umgebung hat die Digi-talisierung so einen großen Schritt nach vorn gemacht: mit einem freien, sicheren und einfach zu bedienenden WLAN, das Menschen zusammenbringt – angesto-ßen durch das Engagement der Volks-bank, aber auch durch das gemeinsame Vorgehen von vielen Beteiligten aus der Bürgerschaft.

Volksbank Beckum-Lippstadt eG	
Bilanzsumme	rund 2,2 Milliarden Euro
Mitglieder	ca. 43.000
Kunden	ca. 85.000
Geschäftsstellen	21 (davon 3 SB)

Stand 31.12.2019



## Mittendrin statt nur dabei

---

Zur Belebung und Verschönerung des Ortszentrums ist die Raiffeisenbank Pfaffenhausen als Bauträger aktiv geworden.

Sie hat die „Grüne Mitte“ erschaffen. Nachhaltigkeit sowie generationsübergreifendes und barrierefreies Wohnen spielten bei Planung und Umsetzung eine entscheidende Rolle. Ein lohnenswertes Unternehmen.  
Für alle.





Viel Grün und viel Raum für die Kleinen und Großen und alle zusammen bietet die neue Ortsmitte.

Der Glockenturm der St.-Stephan-Kirche ist in Pfaffenhausen wohl von überallher zu sehen. Die schwarze Zwiebel, das gelbliche und weiße Mauerwerk, das rote Dach, die hohen Fenster: So sehen Kirchen in Bayrisch-Schwaben aus, rund 100 Kilometer westlich von München. Das beeindruckende Gotteshaus liegt gerade mal 300 Meter entfernt von der Raiffeisenbank Pfaffenhausen, die hier, mitten im Ort und direkt neben dem eigenen Bankgebäude, ein neues offenes Zentrum geschaffen hat: die sogenannte Grüne Mitte, um die sich drei neue helle Wohngebäude gruppieren – entwickelt von der genossenschaftlichen Bank in einem ganz besonderen Bauprojekt.

## Idyllische Atmosphäre

„Wir hatten hier ein Grundstück mit rund 5.300 Quadratmetern, das nicht oder nicht adäquat genutzt wurde“, erinnert sich Walter Eberhard, Vorstandsvorsitzender der Raiffeisenbank Pfaffenhausen. Auf dem Gelände gab es zwei alte renovierungsbedürftige Häuser, eine Wiese und ein aufgelassenes Lagerhaus mit einer unansehnlichen Kiesfläche davor. Heute sieht der Platz ganz anders aus: Er ist mit hellen Steinen belegt, die Sonne strahlt über die mit Holz bedeckten Sitzgelegenheiten. Die modernen Wohngebäude haben große Fenster, in den Vorgärten wird Rasen gemäht. Und wie um die Idylle zu vervollständigen, kommen zwei Mütter mit ihren kleinen Kindern kurz vor dem Mittagessen vorbei, damit diese auf dem ebenfalls neu geschaffenen F.-W.-Raiffeisen-Platz mit Wasserspiel im Zentrum

der Anlage mit dem Bobbycar herum-sausen können.

## „Pfaffenhausen fit für die Zukunft machen“

Ebenso schwungvoll wie die Kleinen biegt auch Franz Renftle um die Ecke. Der Bürgermeister der Marktgemeinde fährt, wenn es das Wetter zulässt, gern mit dem Fahrrad, heute will er sich mit Walter Eberhard noch einmal über das Projekt austauschen. Die beiden kennen und schätzen sich, das merkt man sofort. „Für unsere Gemeinde ist die Grüne Mitte aus verschiedenen Gründen ein Glücksgriff“, sagt Renftle, der seit 2017 das Amt innehat. „Schon vor 15 Jahren hat unser damaliger Bürgermeister die Dorferneuerung auf dem Schirm gehabt und mit dem Marktgemeinderat ein städtebauliches Entwicklungskonzept erarbeitet: Wo soll Pfaffenhausen hin, was wollen und was brauchen wir?, hieß es immer.“ Was die Gemeinde benötigt, ist für ihn ganz klar. „Wir wollen das hervorheben, was wir Gutes haben, und gleichzeitig Pfaffenhausen fit für die Zukunft machen – auch wenn es zum Beispiel um den demografischen Wandel in unserem kleinen Zentrum geht.“

Bei dem Dorferneuerungsplan, der seit 2012 umgesetzt wird, stand auch die Ortsmitte im Mittelpunkt. Unterstützt wurden die Projekte unter anderem vom Amt für ländliche Entwicklung, einer bayerischen Landesbehörde, die zum Bayerischen Staatsministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Forsten



Alle an einem Platz, alle unter einem Dach: Die „Grüne Mitte“ ist ein Musterbeispiel für nachhaltiges, barrierefreies und generationsübergreifendes Wohnen – auch auf dem Land.



gehört. Rund 350.000 Euro standen dafür bereit, das Zentrum aus dem Dornröschenschlaf zu wecken. Mit solchen Summen lassen sich Dörfer verschönern, aber natürlich keine Baumaßnahmen umsetzen. Das Engagement der Raiffeisenbank kam deswegen gerade recht.

## Die Bank als Bauträger

„Eine Bank als Bauträger gibt es nicht oft, aber uns war bewusst, dass wir selber Verantwortung übernehmen müssen, um eine für alle Seiten gute Lösung zu bekommen“, sagt Walter Eberhard. 36 Wohnungen sind so entstanden, in denen rund 80 Menschen leben – ein signifikantes Projekt für die kleine Marktgemeinde Pfaffenhausen, deren drei Ortsteile zusammengekommen gerade einmal 2.500 Einwohner haben. „Das Wohnprojekt wurde hervorragend angenommen, die Nachfrage überstieg das Angebot um mehr als das Doppelte. Ursprünglich haben sich über 100 Interessenten gemeldet.“

Die Gründe dafür sind vielfältig. „Das Besondere an der Grünen Mitte ist, dass wir ganz zentral in Pfaffenhausen sind und die Bewohner fußläufig alle wichtigen Versorgungseinrichtungen erreichen können. Von der Apotheke und den Ärzten über die Kirche, das Einkaufen und die Begegnungsstätte bis hin zur Raiffeisenbank“, sagt Franz Renftle. Die Gebäude erfüllen zudem viele Bedürfnisse: Die Beteiligten legten besonderen Wert darauf, barrierefreie und nachhaltige Mehrgenerationenhäuser zu bauen.

An dem Konzept sind gleich mehrere Punkte eher unüblich für ländliche Gemeinden. Zum Beispiel das generationenübergreifende Leben: „Die Menschen wollen hier oft ihr eigenes Haus mit einem großen Garten“, sagt Renftle. So wurden für gewöhnlich auch neue Baugebiete ausgewiesen. Der demografische Wandel macht aber auch vor dem Land nicht halt. „Durch das Projekt wurde vielmehr kleinteiliger Wohnraum geschaffen. Gerade jüngere Leute, die zum ersten Mal eine Wohnung suchen, oder auch ältere Menschen, die sich verkleinern möchten, haben hier die Möglichkeit, barrierefrei zu leben.“ Mitten im Zentrum, das macht der Bürgermeister immer wieder deutlich.

## Durch und durch nachhaltig

Ein anderer Punkt ist die Nachhaltigkeit. Die Häuser sind nach den Standards der Energieeinsparverordnung 2016 gebaut, für das Warmwasser zum Kochen, Waschen und Spülen wird zum Beispiel Solarenergie genutzt. Für eine möglichst natürliche Umgebung hat die Bank sehr viel Grün gepflanzt: 15 Bäume etwa, 800 Hainbuchen, 3.500 Rosen und andere Blumen – insgesamt sind 1.500 Quadratmeter und damit rund ein Drittel des Geländes begrünt, inklusive der Carports.

Außerdem – auch das ist bei Bauträgern nicht unbedingt üblich – hat sich die Raiffeisenbank viele Gedanken über die Ausdehnung der Gebäude gemacht. „Wir haben die möglichen Grundrisse

„Für unsere Gemeinde ist die Grüne Mitte ein Glücksgriff.“

Franz Renftle

„Uns war bewusst, dass wir selber Verantwortung übernehmen müssen, um eine für alle Seiten gute Lösung zu bekommen.“

Walter Eberhard



nicht so weit ausgereizt, wie wir es hätten tun können, und auch auf ein Gebäude verzichtet, das wir aufgrund der Größe des Grundstücks zusätzlich hätten errichten können. Uns war es wichtig, dass wir möglichst locker und an die Umgebung angepasst bauen und gleichzeitig nicht so viele Flächen versiegeln“, begründet Eberhard die selbst verordnete Bescheidenheit. Darüber hinaus sind die Wohnungen für möglichst viele Menschen nutzbar: Sie sind barrierefrei, die Türen und Duschen breiter als normal, die Bewegungsflächen in allen Einheiten darauf ausgerichtet, dass auch Menschen im Rollstuhl zurechtkommen würden – und Aufzüge sind ebenfalls eingebaut. „Man kommt überall ohne Stufen hin.“

davon Kunden der Bank. Diese profitiert, auch das verschweigt Eberhard nicht, ebenfalls. „Wir konnten durch den Verkauf von 27 Wohnungen einen Teil der Investition refinanzieren und können mit den neun Mietwohnungen auch dauerhaft Erträge für die Zukunft erzielen. So bleiben wir eine wirtschaftlich gesunde Bank, die nachhaltig stabil ist und können damit für unsere Kunden in hohem Maße leistungsfähig sein. Insgesamt ergab sich also eine Gewinnersituation für alle: für die Bevölkerung, die Gemeinde, den Landkreis, die beteiligten Firmen und die ausführende Bank.“

## Lokale Dienstleister

Das liebe Geld spielte natürlich auch eine wichtige Rolle. „Wir fanden es sehr positiv, dass fast die gesamte Planung und der Bau von lokalen Architekten, Unternehmern und Handwerkern durchgeführt wurden. Damit ist die Wertschöpfung hier vor Ort geblieben, was uns als Gemeinde natürlich freut und uns auch zugutekommt“, sagt Franz Renftle. Walter Eberhard bestätigt das. „Wir sind als Bank auch deswegen als Bauträger aufgetreten, weil wir die Planungshoheit haben wollten und um die Wertschöpfung in der Region halten zu können.“

Mit 90 Prozent der Investitionssumme von 8 Millionen Euro wurden Unternehmen aus dem Landkreis beauftragt, viele

## Bereicherung für den Ort

Franz Renftle hört das gern, er setzt auf die enge und lang andauernde Zusammenarbeit mit allen lokalen Anbietern in Pfaffenhausen. Für seine Marktgemeinde sieht der Bürgermeister nur positive Effekte. „Die Grüne Mitte bedeutet eine deutliche Steigerung an Lebensqualität und eine Bereicherung für den Ort. Es ist hier etwas geschaffen worden, auf das wir lange gewartet haben und das sich wunderbar einfügt.“

Raiffeisenbank Pfaffenhausen eG	
Bilanzsumme	328 Millionen Euro
Mitglieder	6.000
Kunden	11.000
Filialen	4
Mitarbeiter	58

Stand 31.12.2019

## Für das Miteinander von morgen

---

Miteinander lassen sich Dinge besser bewegen. Zusammen ist man weniger allein. Die Volksbanken und Raiffeisenbanken sind Banken des Miteinanders: mit ihren rund 18,6 Millionen Mitgliedern, mit ihren über 30 Millionen Kunden. Und stets: mit den Menschen ihrer Region. Ob im Sportverein, bei lokalen Initiativen oder auch bei Schulprojekten: Auf die Volksbanken und Raiffeisenbanken kann man zählen. Wenn es darauf ankommt, sind sie da. So bringen sie ihre Region voran und verbessern mit zahlreichen Initiativen den sozialen Zusammenhalt vor Ort. Gemeinschaftlich machen sie sich für die Gemeinschaft stark und stehen für solidarisches Handeln ein.

„miteinander-füreinander“ heißt das auf Kölsch (Seite 82 ff.), in Hannover motiviert

man rund 17.000 Schülerinnen und Schüler zu viel (mehr) Bewegung an der frischen Luft (Seite 89 ff.) und Braunschweig setzt auf die Förderung des Nachwuchses und tragende Engagementstrukturen (Seite 98 ff.).

Volksbank Köln Bonn  
Hannoversche Volksbank  
Volksbank BraWo



Gute Dinge langsam und bedächtig wachsen zu lassen, das ist das erklärte Ziel der Stiftung.

## Große Spende durch Dividende

Mit ihrer Stiftung miteinander füreinander aktiviert die Volksbank Köln Bonn ihre Mitglieder zur Unterstützung sozialer Anliegen. Mit dem Verzicht auf einen kleinen Anteil ihrer jeweiligen Dividende ermöglichen diese Hilfen für Jung und Alt. Aus der Mitte der Gesellschaft für die Mitte der Gesellschaft. Mehr als 20 Einzelpersonen sowie über 100 Vereine und Institutionen wurden mit Zuwendungen unterstützt. Knapp 600.000 Euro wurden seit der Gründung vergeben.

Kindern zuzuhören ist immer sinnvoll. Sie haben die besten Ideen, machen sich die richtigen Gedanken und sind vor allem unglaublich neugierig. In der Katholischen Kita St. Fronleichnam in Köln-Porz führte so eine einfache Frage zu einem großen Projekt. „Was passiert eigentlich, wenn man einen Orangenkern einpflanzt? Kommt dann da ein Baum raus?“, hatte im vergangenen Jahr eines der Kinder gefragt. Die Antwort der Erzieherinnen: „Probieren wir es einfach mal aus.“ Der Kern kam in die Erde und nach einigen zähen Monaten – bei Orangen dauert das Keimen sehr lang – war endlich etwas Grünes zu sehen. Der kleine Baum ist heute rund 30 Zentimeter groß.

## Eigenes Engagement steht im Mittelpunkt

Nach dem erfolgreichen Versuch hatte die 40 Kinder zwischen zwei und sechs Jahren der Ehrgeiz gepackt. Sie durchsuchten alle Obst- und Gemüsesorten, die auf den Tisch kamen, nach Kernen, probierten zu Hause mit den Eltern aus, Bohnen oder Kresse zu pflanzen, und legten Pfirsich- oder Apfelkerne in die Erde. Seit dem Sommer 2020 dürfen die Kinder nun ganz professionell an die Sache herangehen. Im Laufe der Monate bauen sie mit ihren Erzieherinnen Hochbeete, siedeln Setzlinge aus und ernten dann hoffentlich im Herbst viele schmackhafte Dinge. „Für uns ist das ein sehr schönes Projekt, weil die Kinder sich selbst engagieren können“, sagt Judith Jussenhofen. Die Vorsitzende des Fördervereins schaut

heute in der Kita zu, wie zwei Erzieherinnen besondere Dinge anleiten und umsetzen. Eine Gruppe Kinder um Kristina Klöpfer füllt Blumentöpfe mit Erde und pflanzt selbst gezogene Paprika-Setzlinge ein, während Cornelia Kreft die hellbraunen Bretter für das Hochbeet mit wasserfester Farbe anthrazit lasiert – die Kinder dürfen das noch nicht alleine. Die Kinder sind mit großem Spaß dabei, schippen geduldig Blumenerde in die braunen Behälter, greifen vorsichtig nach den dünnen grünblättrigen Pflanzen und buddeln sie ein. Die anderen reichen ihrer Erzieherin ein Brett nach dem anderen, halten es dort fest, wo noch keine Farbe hingekommen ist und fragen nach, wie genau die Hochbeete später aussehen werden.

## „Hilfe zur Selbsthilfe“

Die 205 mal 80 Zentimeter großen Holzkästen, in denen neben den Nutzpflanzen später auch Blumen wachsen sollen, finanziert miteinander-füreinander, die Stiftung der Volksbank Köln Bonn – außerdem gehört der Kauf von kleinen Gartenkitteln, Besen, Schaufeln und den verschiedenen Pflanzerden zur 1.700-Euro-Spende. „Wir haben die Stiftung 2013 gegründet, um mit ihr den gesellschaftlichen Gedanken in die heutige Zeit zu übersetzen. Es geht darum, Mitglieder, die unverschuldet in Not geraten sind, und Initiativen unter dem Motto ‚Hilfe zur Selbsthilfe‘ zu fördern – so wie die Kita hier. Das entspricht unseren gesellschaftlichen Prinzipien“, sagt Jürgen Pütz. Der Vorstandsvorsitzende der Bank, der sich mit Judith Jussenhofen über die



Pflanzaktion austauscht, kennt viele der Projekte, die eines eint: Voraussetzung für eine Spende ist immer die Mitgliedschaft des Spendenempfängers bei der Volksbank Köln Bonn. Unterstützt werden etwa Fördervereine von Kindergärten und -gruppen – wie im Beispiel Köln-Porz –, Initiativen für kranke oder benachteiligte Kinder, Jugendzentren und -heime, Schulen und Hochschulen oder auch Initiativen und Heime für Altenhilfe oder -pflege. Manchmal geht es aber auch um ganz kleine Hilfen, die viel bewirken. Jürgen Pütz erinnert sich an ein Kind, das eine Delfintherapie machen konnte, an eine ältere Dame, der der Umzug in eine kleinere, günstigere Wohnung finanziert wurde, oder an eine Familie, der der Einbau eines Treppenlifts bezahlt wurde, um ihr Kind, das im Wachkoma liegt, leichter durchs Haus bewegen zu können.

## Rund 600.000 Euro vergeben

Seit ihrer Gründung konnte die Stiftung so mehr als zwei Dutzend Einzelmitgliedern helfen und über 100 Vereine und Institutionen mit Zuwendungen unterstützen – insgesamt wurden so knapp 600.000 Euro vergeben. Die Finanzierung funktioniert dabei nach einem einfachen, aber auch ungewöhnlichen Modell. Üblicherweise haben Stiftungen ein hohes Eigenkapital, aus dessen Erträgen die operative Arbeit finanziert wird. Bei miteinander-füreinander sieht das anders aus. „In der derzeitigen Niedrigzinssituation ist es ja auch sehr schwierig, Geld zu

erwirtschaften“, sagt Pütz. Das ist aber nicht allein der Grund für den anderen Ansatz. „Wir wollten zeigen, wie wir alle gemeinsam Menschen in unserer Region unterstützen können.“ Und das geht so: Die vielen Mitglieder der Bank, die ja auch Miteigentümer sind, geben jährlich aus dem Jahresüberschuss – also aus ihrer eigenen Dividende – eine Spende in Höhe von 0,1 Prozent an die Stiftung. „So kamen letztes Jahr rund 133.000 Euro zusammen, mit denen wir viel erreichen können“, sagt Pütz. Die Bank gibt weitere 50.000 Euro, außerdem kommen Spenden hinzu, sodass insgesamt rund 200.000 Euro zur Verfügung stehen. Die richtigen Abnehmer findet die Bank ebenfalls deswegen, weil sie so regional agiert. „Wir sind hier verwurzelt, unsere Mitarbeiter leben hier und wir gelangen an unsere Spendenempfänger ganz wesentlich über unsere Mitarbeiter in den Filialen. Die kennen die Gegebenheiten vor Ort, die wissen, wo Notlagen entstehen, und versetzen uns in die Lage, zu helfen“, sagt Jürgen Pütz. Auffällig ist dabei, dass die wenigsten Menschen sich selbst bewerben. „Da steht wohl oft im Weg, dass sie sich für die Bedürftigkeit schämen“, vermutet der Vorstandsvorsitzende. „Weil wir aber immer offen sind und gut zuhören, können wir in vielen Fällen vorsichtig nachfragen und dann auch etwas tun.“

## Auch in Zukunft neugierig bleiben

Die Gemeinschaft, die Pütz beschreibt, stellt auch Judith Jussenhofen in der Kita in den Vordergrund. „Die gesamte Hochbeet-Aktion ist deswegen so gut, weil die

Kinder mit eingebunden sind und alles direkt miterleben und -gestalten können“, sagt die Fördervereinsvorsitzende der Kita. „Das bringt ihnen die Themen Ernährung und Natur so viel näher und sorgt wirklich nachhaltig dafür, dass sie auch in Zukunft weiter neugierig bleiben.“

Volksbank Köln Bonn eG

Bilanzsumme	5,14 Milliarden Euro
Mitglieder	111.392
Kunden	204.333
Geschäftsstellen	67
Mitarbeiter	792

Stand 31.12.2019

# „Die Kinder können alles direkt miterleben und -gestalten.“

Judith Jussenhofen

# „Weil wir aber immer offen sind und gut zuhören, können wir in vielen Fällen vorsichtig nachfragen und dann auch etwas tun.“

Jürgen Pütz







Schritt für Schritt  
zum großen Glück

Mit ihrem Bewegungs-Pass bringt die Hannoversche Volksbank ihr gesamtes Einzugsgebiet in Schwung und tritt mit Pfiff,

Energie und starken Partnern für mehr Bewegung an den Schulen sowie auf dem Weg zur Schule ein. Das weckt sportlichen Ehrgeiz, minimiert die oft lästigen Elterntaxis und zieht in der Region immer weitere Kreise.

Jeder, der in der Nähe einer Grundschule wohnt, kennt die Szene: Frühmorgens halten gestresste Mütter und Väter mit ihren Autos mitten auf der Straße, auf Bürgersteigen und in Einfahrten, wenden manchmal sogar in Vorgärten, nur um ihre Kinder pünktlich zur Schule zu bringen. Dazwischen herrscht Chaos: Manchmal noch gähmend und ein wenig schlaftrunken steigen die Kleinen aus und geraten mit anderen ins Gedränge, die gerade mit dem Roller oder dem Fahrrad angezischt kommen und wiederum stark gefährdet sind durch Autotüren, die sich urplötzlich öffnen und den sowieso schon engen Weg versperren.

Das sogenannte Elterntaxi ist aus vielen Gründen ein Problem an Deutschlands Schulen. Das erlebt auch Matthias Battefeld so: „Als Vater einer fünfjährigen Tochter und eines neunjährigen Sohnes sehe ich immer wieder, dass erstens die Kinder nicht ausreichend mit den Verkehrsregeln vertraut sind“, sagt der Vorstand der Hannoverschen Volksbank. „Zweitens lässt ihre Beweglichkeit durchaus zu wünschen übrig. Und drittens entstehen durch das Elterntaxi viele gefährliche Situationen.“

---

## Motivation zum Auto-Verzicht

Der Bewegungs-Pass, den seine Bank 2017 startete, trägt Jahr für Jahr dazu bei, dass sich das ändert: Er motiviert Eltern und Kinder dazu, zu Fuß, mit dem Roller oder dem Fahrrad zu Grundschule, Kindergarten oder Kindertagesstätte zu kommen. Gemeinsam mit der Stiftung

Hannoversche Volksbank fördert die Bank das Projekt. Für Battefeld, der dem Vorstand der Stiftung vorsitzt, ist das gut angelegtes Geld, weil es nachhaltig wirkt. „Als regionale Volksbank, die mit rund 1 Million Euro im Jahr zum Beispiel Kultur-, Jugend- oder Sozialprojekte fördert, wollen wir so unseren Beitrag für die Gesellschaft leisten und etwas zurückgeben.“

Das Prinzip, dass man gute Ideen aufgreifen und daraus etwas Größeres machen kann, ist am Bewegungs-Pass gut zu erkennen. Entstanden ist das Konzept bei der SG Letter 05, dem mitgliederstärksten Verein Seelzes, einer Mittelstadt westlich von Hannover. Der Verein hatte 2016 mit seinem „Laufpass für Kids“ bei den Sternen des Sports mitgemacht, Deutschlands wichtigstem Vereinswettbewerb im Breitensport, bei dem die Volksbanken und Raiffeisenbanken mit dem Deutschen Olympischen Sportbund kooperieren. „Das Projekt hat regional hier in Hannover gewonnen, auf Landesebene den dritten Platz belegt und ist dann auf Bundesebene auf Platz 2 beim Publikumspreis gelandet“, erzählt Matthias Battefeld. „Wir fanden das Konzept so gut, dass wir es allen Sportvereinen in der Region anbieten wollten.“

---

## Prämien für die Kleinen

Die Idee ist einfach, aber effizient. Jeden Tag, den die Kinder nicht mit dem Auto zum Kindergarten oder zur Grundschule kommen, sammeln sie in einem Flyer



„Als regionaler Partner für die Menschen in der Region können wir mit dem Bewegungs-Pass etwas sehr Sinnvolles weiter vorantreiben.“

Matthias Battefeld



„Die Kinder bekommen die Gelegenheit, nicht nur die Sportarten kennenzulernen, sondern auch die Gemeinschaft.“

Mareike Wietler

eine Unterschrift. Haben sie 20 zusammen, gibt es ein kleines Geschenk. Und wer zusätzlich ein Sportabzeichen macht und ein weiteres Angebot eines Sportvereins nutzt, kann an einer zusätzlichen Verlosung teilnehmen, bei der es etwa Jahreskarten für den Erlebnis-Zoo Hannover zu gewinnen gibt.

Die Herausforderung war nur: Wie kann ein solches Projekt in einem so großen Einzugsgebiet wie dem der Hannoverschen Volksbank funktionieren? In 21 Kommunen leben hier 1,1 Millionen Einwohner, ungefähr die Hälfte davon in der Stadt direkt. Die Antwort: mit starken Partnern. Für die sportliche Seite holte sich die Bank die SportRegion Hannover dazu, die aus dem Regionssportbund und dem Stadtsportbund besteht: Sie vertritt mehr als 1.000 Sportvereine und knapp 300.000 Mitglieder. Außerdem wurde die Verkehrswacht mit einbezogen.

Organisiert wurde das Ganze dann unter anderem von Felix Decker. Der Sportreferent Bildung und Sportjugend des Regionssportsbunds sprach die Sportvereine an, die wiederum Kontakt zu Schulen und Kindergärten in den jeweiligen Stadtteilen oder Gemeinden aufnehmen sollten. „Wir haben alle Vereine angemailt und sofort großes Interesse gespürt“, erinnert sich Decker. „Neben bestehenden Kooperationen, die den Aufwand natürlich verringern, haben wir oft auch von Eltern gehört, die die Idee in ihrem Umfeld vorstellen wollten.“ Für Decker ist das ein Glücksfall: „Wir bringen so viele Kinder in Bewegung wie sonst mit kaum einer anderen Aktion.“ Das sei wichtig, weil Kinder gerade im frühen Alter Bewegung bräuchten und sie dadurch auch befähigt würden, lebenslang Sport zu treiben. „Und das hat Auswirkungen auf die Gesundheit und ein langes Leben.“

## Mehr Bewegung, neue Kontakte

Mareike Wietler ist gleich in einer Mehrfachrolle dabei. Sie lebt im Ort Isernhagen im Nordosten Hannovers, wo auch ihre zwei Söhne zur Grundschule gehen – und gleichzeitig ist sie Geschäftsführerin des VfL Eintracht Hannover von 1848, dem drittgrößten Verein der Kernstadt. „Für uns als Verein war das nicht viel Arbeit, der Sportbund hatte das gut vorbereitet. Wir mussten nur unser Logo verschicken, das dann in eine Broschüre eingedruckt wurde.“ Diese wurde wiederum an den Schulen verteilt, mit denen der Verein kooperierte. „Für den Verein ist das sehr spannend, weil wir natürlich nicht nur etwas für die Bewegung der Kindergarten- und Schulkinder tun, sondern auch neue Kontakte zu jungen Menschen bekommen, die bei uns in Sportarten hineinschnuppern“, sagt Mareike Wietler. „Außerdem lernen uns Familien kennen, in denen die Eltern nicht in Vereinen Sport machen – und die Kinder bekommen so die Gelegenheit, nicht nur die Sportarten kennenzulernen, sondern auch die Gemeinschaft.“

Ihr Sohn Teetje hat ebenfalls beim Bewegungs-Pass mitgemacht, an der Grundschule Altwarmbüchen. Teetje ist dann gerne mit seinem Freund Pepe und dem Geschwisterpaar Felix und Mia ebenfalls mit dem Roller oder zu Fuß zur Schule gekommen. „Wenn die Kinder zusammen unterwegs sind, ist die Motivation natürlich viel größer“, sagt Mareike Wietler. „Mir macht das viel mehr Spaß“, bestätigt auch Teetje, der gar nicht groß für den Bewegungs-Pass motiviert

werden musste. „Ich habe die Stempel gesammelt und hinterher ein Springseil bekommen, das war schon cool.“ Im Zuge des Projekts, an dem von seiner Grundschule 90 Prozent der Kinder mitgemacht haben, hat er beim TuS Altwarmbüchen zum Beispiel Leichtathletik ausprobiert – der Verein ist der Kooperationspartner seiner Grundschule.

Was für ihn recht selbstverständlich ist, muss nicht für alle Familien gelten. „Hier bringen viele Eltern ihre Kinder mit dem Auto“, sagt seine Mutter, „und weil die Straße eine Sackgasse ist, ist es oft absolut voll.“ Der Bewegungs-Pass hat aber geholfen, erklärt sie. „Zwar ist das Elterntaxi noch lange nicht Geschichte, aber ich beobachte dennoch, dass das Projekt sehr gut angenommen wurde. Wenn die Kinder es erst mal ausprobiert haben und die Eltern auch merken, dass das Kind in der Lage ist, alleine zur Schule zu gehen, wird das auch nachhaltig weiter fortgesetzt.“

## 50 Vereine, 17.000 Pässe

Felix Decker vom Regionssportbund sieht das genauso. „Der Bewegungs-Pass entspannt die Situation vor den Schulen ungemein.“ Auf die positive Wirkung lassen auch die Zahlen schließen. Beteiligten sich zu Beginn gerade mal 17 Sportvereine, die rund 7.100 Pässe ausgegeben haben, waren es 2019 schon 50 Vereine und fast 17.000 Pässe. 2020 musste das Projekt – wegen der Corona-Krise etwas kürzer treten. Der Bewegungs-Pass findet in diesem Jahr vom 14. September bis 20. November statt. „Wir sehen

einfach, dass wir die Kinder in Bewegung bringen“, sagt Felix Decker, „und das ist für sie und für die Umwelt ein großer, wichtiger Schritt.“ Matthias Battefeld sieht das genauso und blickt in die Zukunft: „Entgegen unserer üblichen Förderpraxis haben wir uns dafür entschieden, den Bewegungs-Pass über mehrere Jahre zu begleiten“, sagt der Vorstand der Hannoverschen Volksbank. „So können wir als regionaler Partner für die Menschen in der Region etwas sehr Sinnvolles weiter vorantreiben.“

Hannoversche Volksbank eG

Bilanzsumme	6,6 Milliarden Euro
Mitglieder	126.000
Kunden	250.000
Geschäftsstellen	86, davon 39 SB-Center
Mitarbeiter	rund 1.000

Stand 31.12.2019



„Glück und Pech liegen manchmal ganz nah beieinander“

---

Die Volksbank eG Braunschweig Wolfsburg (Volksbank BraWo) engagiert sich für Kinder und Jugendliche, mit Projekten, Netzwerkarbeit und einer eigenen Stiftung. Wie nötig das auch in einer wirtschaftlich erfolgreichen Region wie rund um Braunschweig und Wolfsburg ist, warum dabei ein Weltrekord entstehen konnte und wie viele



Thomas Fast

Kooperationen das Engagement stärker machen, erzählen der Vorstandsvorsitzende der Bank, Jürgen Brinkmann, der Vorstandsvorsitzende der Volksbank BraWo Stiftung, Thomas Fast, und Bank-Marketingleiter Markus Beese im Interview.



Markus Beese



Jürgen Brinkmann

Herr Brinkmann, gab es für Sie ein Schlüsselerlebnis, das Ihr Engagement für Kinder befördert hat?

Jürgen Brinkmann: Das Thema hatten wir natürlich immer im Blick, aber ich erinnere mich noch genau an den Zeitpunkt, als es für mich noch einmal ganz offensichtlich wurde. Ich hatte über einen Kunden Peter Maffay kennengelernt, mit dem ich mich dann auch privat gut verstanden habe. Wir waren zusammen auf einem Segeltörn – und dabei kommen die meisten irgendwann ins Philosophieren. Was ist wichtig, was soll die Zukunft bringen, wo steht man selbst? Er hat mir von seiner Stiftung erzählt, die jährlich 1.800 traumatisierten Kindern und Jugendlichen eine Auszeit ermöglicht. Das habe ich dann ganz begeistert meinen Kollegen im Vorstand erzählt.

Und die waren sofort bereit, mitzumachen?

Brinkmann: Ja, wir haben direkt losgelegt. Denn eines ist klar: Kinder haben keine Wahl, in welche Familie oder Lebenssituation sie hineingeboren werden. Glück und Pech liegen da manchmal ganz nah beieinander. Wir wollten dazu beitragen, dass sich die Startvoraussetzungen zumindest in kleinen Schritten angleichen lassen und mehr Chancengleichheit existiert. Das ist auch hier in der Region ein großes Thema: Mehr als 20.200 Kinder leben in Armut und haben weniger als 2,80 Euro für Essen und Trinken pro Tag.

Wie haben Sie Ihr Engagement aufgebaut?

Thomas Fast: Wir haben im Jahr 2005 unsere eigene Stiftung gegründet, um benachteiligten Kindern und Jugendli-

chen zu helfen. In der Folge haben wir dann festgestellt, dass es ganz viele andere Stiftungen gibt, die die gleichen Themen bearbeiten, aber unterschiedliche Schwerpunkte setzen. Wir mussten also nicht alles neu erfinden. Mit sechs weiteren Stiftungen haben wir dann das Netzwerk United Kids Foundations gegründet. Getreu unserem Grundsatz: „Viele schaffen mehr“.

Warum macht Sie die Zusammenarbeit stärker?

Brinkmann: Wir haben uns zusammengetan, weil wir glauben, dass wir gemeinsam mehr Aufmerksamkeit erzeugen, mehr Spenden generieren und mehr Kraft auf die Straße bekommen können. Das Kinderhilfswerk United Kids Foundations ist so zu einem Netz geworden, das viele starke Knoten hat. Neben den Stiftungen arbeiten wir außerdem mit Unternehmen zusammen, mit Institutionen, Kommunen, Bürgermeistern, aber auch mit vermögenden Kunden. Und das Netzwerk ist im Laufe der Jahre immer größer geworden.

Wie ist Ihre Stiftung finanziert?

Brinkmann: Wir haben im Jahr 2005 stille Reserven aus unserer Beteiligung an der DZ BANK aufgelöst und davon 10 Millionen Euro als Kapital in die Stiftung gegeben. Wir haben dann durch weitere Zustiftungen das Kapital erhöht, mittlerweile sind es 30 Millionen Euro. Zusätzlich haben wir mit kreativen Ideen Spenden gesammelt. Wir haben zum Beispiel dazu aufgefordert, dass 1.000 Menschen jeweils 1.000 Euro geben sollten, um auf 1 Million Euro Spenden zu kommen – am Ende haben wir nur mit dieser Aktion 2,7 Millionen Euro erreicht.

„Kinder haben keine Wahl, in welche Familie oder Lebenssituation sie hineingeboren werden.“

Jürgen Brinkmann

Im vergangenen Jahr haben Sie dann einen Weltrekord aufgestellt. Worum ging es dabei?

Markus Beese: Wir haben den Walk4Help organisiert, bei dem wir die längste Fußgängerstaffel der Welt auf die Beine gestellt haben. Um einen Weltrekord zu erzielen, hätten wir 5.000 Menschen jeweils 8 Kilometer laufen lassen müssen. Wir haben es aber geschafft, dass fast 12.000 Runden mit insgesamt 52.000 Kilometern gelaufen wurden. Das war ein Riesenerfolg.

Was hat das Ganze eingebracht für Ihre Hilfsprojekte?

Beese: Mit dem Walk4Help ist es uns gelungen, eine Allianz gegen Kinderarmut hier in der Region zu schmieden und das Thema zu platzieren: in unserem gesamten Geschäftsgebiet, in Braunschweig, Wolfsburg, Peine, Salzgitter und im Landkreis Gifhorn. Auf der finanziellen Seite waren wir ebenfalls sehr erfolgreich. Zunächst einmal musste jeder Teilnehmer ein Startgeld von 25 Euro bezahlen. Dazu haben wir 170 Unternehmen aus der Region zusammengebracht, die uns unterstützt haben. Außerdem gab es Großspender, die bis zu fünfstelligen Beträge gegeben haben. Insgesamt sind so 1,148 Millionen Euro zusammengekommen. Abgesehen davon war die mediale Aufmerksamkeit für das Thema sehr groß.

Für die Bank bedeutet das sicherlich viel Arbeit.

Beese: Das Projekt hatte eine Vorbereitungszeit von über zwei Jahren. In der heißen Phase zwischen Januar und Mai waren aus dem Marketing-Bereich drei Kollegen komplett damit beschäftigt. Wir haben ja nicht mehr oder weniger

„Mit dem Walk4Help ist es uns gelungen, eine Allianz gegen Kinderarmut hier in der Region zu schmieden.“

Markus Beese

„Es zählt nicht der Leistungs-, sondern der Teamgedanke.“

Thomas Fast

als ein riesiges Familienfest organisiert, mit Foodtrucks, Bühnen und Spielen für die Kinder. Aber das ist eigentlich nicht das Wesentliche. Viel wichtiger war, dass die gesamte Bank hinter dem Projekt gestanden hat. Alle Mitarbeiter in den Geschäftsstellen, die Direktoren vor Ort, die Firmenkunden- und Individualkundenberater, sie alle haben sich für den Walk4Help eingesetzt und jeden Tag ihre Ansprechpartner davon überzeugt, sich zu engagieren – indem sie spenden, unsere 2.500-Euro-Supporterpakete kaufen, mitlaufen oder das Projekt einfach immer weitertragen. Von unseren 1.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern waren bestimmt drei Viertel mit dabei. Ich allein habe eine Gruppe von 20 Leuten aus dem Dorf, in dem ich wohne, mobilisiert, die mitgelaufen sind.

Was passiert nun mit dem Geld?

Fast: Zunächst einmal fließt es in die Volksbank BraWo Stiftung, die diese operativen Mittel für unsere Projekte in der Region verwendet. Diese haben sich auch beim Walk4Help vorgestellt, auf einem Markt der Möglichkeiten, was das Engagement für die Spender und die Teilnehmer noch einmal anschaulicher gemacht hat. Mit dem Geld wollen wir auch Projekte, deren Förderung ausläuft, verlängern und verstetigen.

Wir haben zudem eine gute Verbindung zu RTL und zur RTL-Stiftung, die uns im vergangenen Jahr und auch 2018 in ihren Spendenmarathon aufgenommen haben. Dabei konnten wir noch einmal mehr als 850.000 Euro für zwei Projekte sammeln, die auch in unserer Region helfen. Eines davon ist zum Beispiel brotZeit von Uschi Glas, das nun bis mindestens 2023 gesundes

Frühstück an Grundschüler verteilen kann, die so etwas zu Hause nicht bekommen. Das Projekt wird an neun Schulen in der Region angeboten und soll auf 20 Grundschulen ausgeweitet werden.

Organisieren Sie neben der Zusammenarbeit mit anderen Stiftungen auch eigene Projekte?

Fast: Ja, zum Beispiel den Sport-Oskar. Viele Kinder bewegen sich einfach viel zu wenig, weil ihnen der Zugang zum Sport fehlt. Wir schaffen es, rund 1.200 Kinder einen Vormittag in Bewegung zu bringen, an dem sie einen Parcours aus verschiedenen Stationen durchlaufen und dabei natürlich auch von uns versorgt werden. Was mir wichtig ist: Es zählt dabei nicht der Leistungs-, sondern der Teamgedanke. Und wenn man die freudigen Kinder Augen gesehen hat, dann weiß man, dass man alles richtig gemacht hat. Das gilt genauso oder noch mehr für unsere Weihnachtsinitiative.

Worum geht es dabei?

Fast: Wir schenken Kindern etwas zu Weihnachten, die sonst nichts bekommen würden. Dafür organisieren wir den Kauf der Geschenke, packen sie selber ein und bringen sie zu den Kindern nach Hause. Das hat mit 69 Kindern angefangen, mittlerweile sind wir bei fast 900. Die Adressen bekommen wir, und da wird unser Netzwerk wieder so wichtig, zum Beispiel von den Fördervereinen der Schulen.

Wie hat sich die Stiftung im Laufe der Jahre entwickelt?

Fast: Rasant, anders kann ich das nicht ausdrücken. Wir haben ganz klein

angefangen, mit Förderanträgen für Kinder in der Region und sind dann über unser Netzwerk gewachsen. Wir haben 1.051 Anträge seit 2005 bearbeitet und über 400 davon genehmigt, mit einem Gesamtvolumen von 23 Millionen Euro. Enthalten sind hier 70 groß angelegte Projekte mit prominenten Kooperationspartnern wie Franziska van Almsick, Uschi Glas, Peter Maffay, Henry Maske, Felix Neureuther oder der Cleven-Stiftung und immer mit Kindern unserer Region. Damit haben wir schon eine ganze Menge getan, um unter anderem die Kinderarmut in der Region zu lindern.

Wie nachhaltig ist Ihre Arbeit?

Beese: Bei den vielen Kindern, die von uns profitiert haben, können wir natürlich nicht immer nachvollziehen, was aus ihnen geworden ist. Wir haben aber rund 66.000 junge Menschen erreicht, denen wir etwas mitgeben konnten. Uns ist wichtig, dass wir dabei Projekte anbieten, die von kleinen Kindern bis zu jungen Erwachsenen reichen – und so begleiten wir viele über einen langen Zeitraum, in dem sich vieles zum Guten wenden kann.

Welche Pläne gibt es für die Zukunft?

Brinkmann: Für den 15. Geburtstag von United Kids Foundations haben wir den LupoLeo-Award ausgeschrieben, mit dem wir herausragendes soziales Engagement im Kinder- und Jugendbereich in ganz Deutschland belohnen. Dafür haben wir insgesamt 100.000 Euro ausgelobt. Beworben haben sich dafür rund 350 Projekte. Wir wollen den Preis dauerhaft vergeben – und damit unser Netzwerk und das Engagement für Kinder und Jugendliche stärken.

## Drei Fragen an:

# Monika Schmidt, Leiterin der Engagement- Zentrum gGmbH der Volksbank BraWo

Monika Schmidt ist Leiterin der EngagementZentrum gGmbH, einer gemeinnützigen Tochtergesellschaft der Volksbank BraWo. Seit der Gründung 2015 unterstützt das Zentrum Privatpersonen und Unternehmen bei ihrem gesellschaftlichen Engagement, wie beispielsweise der Gründung von Stiftungen.

Frau Schmidt, die Volksbank BraWo hat neben ihrer eigenen Stiftung und dem Kindernetzwerk United Kids Foundations ein EngagementZentrum gegründet. Was hat es damit auf sich?

Monika Schmidt: Neben dem Thema Kinder, das wir so intensiv bearbeiten, wissen wir natürlich, dass es auch ganz andere Problemfelder gibt. Auch da wollen wir auf der Basis unserer Erfahrungen Unterstützung anbieten. Mit unserem EngagementZentrum ermöglichen wir es vielen Menschen, sich für die Allgemeinheit zu engagieren.

Was sind Ihre genauen Aufgaben?

Schmidt: Wir sind im Jahr 2015 mit drei Säulen gestartet: Wir geben erstens Schulungen für gemeinnützige Themen in Präsenzveranstaltungen und Webinaren, informieren zu Stiftungsgründungen, zu Fundraising und Fördermöglichkeiten – beraten also in allen Bereichen, die mit Stiftungen zu tun haben. Zweitens helfen wir, sowohl selbstständige Stiftungen zu gründen, die durch einen Vorstand vertreten werden und eigene Projekte aktiv umsetzen, als auch unselbstständige Stiftungen, bei denen wir auch als Treuhänder aktiv sind. Und drittens verwalten wir Stiftungen.

Wie wird Ihre Arbeit nachgefragt?

Schmidt: Wir wachsen stetig – und wollen auch größer werden, wobei die Akquisition von Stiftungen immer ein sensibles Thema ist. Die Motivation der Stifter ist in den allermeisten Fällen persönlich, es sind oft ältere Menschen, die etwas weitergeben, Spuren hinterlassen und Gutes tun wollen. Die Erkenntnis ist immer wieder, dass der Staat nicht alles leisten kann. Die Gesellschaft braucht Engagement, gerade auch im Ehrenamtsbereich. Wir können dabei helfen, und das ist eine wirklich spannende und ausfüllende Aufgabe.

<u>Volksbank eG Braunschweig Wolfsburg</u>	
Bilanzsumme	4.095 Millionen Euro
Mitglieder	50.000
Kunden	151.000
Geschäftsstellen	41
Mitarbeiter	über 1.000 konzernweit

Stand 31.12.2019

„Wir ermöglichen es vielen, sich für die Allgemeinheit zu engagieren.“

Monika Schmidt

