

Engagement der Genossen-
schaftlichen FinanzGruppe
Volksbanken Raiffeisenbanken
2019

Engagement 2019 der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken

Füreinander eintreten, gemeinsam Probleme lösen, Zusammenhalt stiften: Das gesellschaftliche Engagement hat insbesondere während der Corona-Zeit an Bedeutung gewonnen. In Zeiten von Lockdown, Abstandsregeln und vielen individuellen Sorgen und Ängsten zeigte sich schnell, dass die Gemeinschaft und der Zusammenhalt sehr wichtige Stützen sind – auch wenn ein direktes Miteinander bei den vielen Beschränkungen rein physisch für lange Zeit nicht möglich war.

Die Volksbanken und Raiffeisenbanken waren sich ihrer Verantwortung als gute Unternehmensbürger von Anfang an bewusst. Gerade jetzt zeigten sie, dass man auf sie zählen konnte. In jeglicher Hinsicht. Zum einen ging es darum, möglichst alltägliche Geschäftsbedingungen für die Kunden zu gewährleisten, obwohl die Zeit alles andere als alltäglich ist. Zum anderen kam es für sie darauf an, direkt und möglichst unbürokratisch dort zu helfen, wo schnelle Hilfe benötigt wurde. Dies betrifft die direkte Vergabe von Krediten und Liquiditätshilfen.

Es betrifft aber insbesondere auch das unmittelbare gesellschaftliche Engagement, wie die die Praxisbeispiele ab Seite 53 exemplarisch zeigen.

Gesellschaftliches Engagement und das Einstehen für die Belange der Menschen vor Ort gehört seit je zum Selbstverständnis der 841 Institute. Als Banken der Region und als Institute von den Menschen für die Menschen liegt ihnen das Wohl ihres jeweiligen Geschäftsgebiets ganz gewiss mehr am Herzen als etwa Direktbanken ohne jegliche regionale Anbindung. Sie sind ein Teil der Region, Motoren der Wirtschaftskreisläufe und kennen sich vor Ort bestens aus.

Das zeigen auch die Engagementzahlen des Jahres 2019, die der BVR in seiner jährlichen Umfrage unter allen Mitgliedsinstituten ermittelt hat. So steigerten die Institute ihr Engagement bei Spenden und Sponsoring wie auch im Stiftungsbereich um jeweils knapp 10 Prozent. Und dies zu einer Zeit als Corona höchstens in der Theorie ein Thema war. Während der Pandemie wuchs das Bewusstsein für gesellschaftliche Belange weiter. Das Miteinander wurde wichtiger und wichtiger. Zwar startete die Umfrage bereits Mitte Februar. Sie lief aber coronabedingt bis Ende April, also während der Hochphase der Coronaeinschränkungen. Insbesondere dann kristallisierte sich Solidarität viel stärker als in den Umfragen der Vorjahre als ein zentraler Wert für das gesellschaftliche Engagement der Genossenschaftsbanken heraus.

158 Millionen Euro: Rund 10 Prozent mehr an Spenden und Sponsoring 2019

Mit 158 Millionen Euro unterstützte die Genossenschaftliche FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken im Jahr 2019 gemeinnützige Organisationen, Projekte und Initiativen finanziell (siehe Grafik auf Seite 34). Das sind rund 10 Prozent mehr als im Vorjahr an freiwilligen Unterstützungsleistungen. 106 Millionen Euro wurden gespendet. Rund 40 Millionen Euro kamen Sponsoring-Aktivitäten zugute. 12 Millionen Euro flossen aus Stiftungserträgen an die Menschen der Region.

72,36 Millionen Euro der gesamten Summe stammen dabei aus dem genossenschaftlichen Gewinnsparen. Das zeigt, welchen Stellenwert und große Beliebtheit diese Kombination aus Sparen, Gewinnchance und gesellschaftlichem Engagement weiterhin hat. Zusätzlich zu den finanziellen Zuwendungen förderten die Institute das Gemeinwohl vor Ort mit geldwerten Unterstützungen in Höhe von rund 9 Millionen Euro (siehe Grafik auf Seite 35). 7 Millionen Euro davon umfassen kostenlose Finanz- und Servicedienstleistungen, 2 Millionen Euro Sachspenden.

Finanzielle Zuwendungen
im Zeitvergleich
(in Millionen Euro)

2019: 158
2018: 146
2017: 145
2015: 136
2013: 135
2011: 120
2009: 121

Geldwerte Zuwendungen
im Zeitvergleich
(in Millionen Euro)

2019: 9
2018: 11
2017: 10
2015: 8
2013: 10
2011: 5
2009: 12

346 Millionen Euro: Stiftungsvermögen wächst weiter kräftig

Das Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe im Stiftungsbereich belief sich zum Ende des Jahres 2019 auf einen Gesamtumfang von rund 346 Millionen Euro. Damit wuchs auch das Stiftungsvolumen gegenüber dem Vorjahr um knapp 10 Prozent. Darin enthalten sind auch 39 Millionen Euro, mit denen die Genossenschaftsbanken den Auf- und Ausbau von Bürgerstiftungen und anderen Gemeinschaftsstiftungen unterstützt haben (siehe Abbildung auf Seite 37). Fast jede dritte Bank engagiert sich im Stiftungsbereich und setzt damit auf eine besonders nachhaltige und dauerhafte Form der Förderung von regionalen Anliegen.

Das Engagement in und für Stiftungen schafft verlässliche Strukturen vor Ort und generiert dauerhaft Erträge, die verlässlich den Regionen zugutekommen. In den vergangenen zehn Jahren ist das Stiftungsengagement der genossenschaftlichen FinanzGruppe um das 2,5-Fache gewachsen. Betrug es 2010 noch 140 Millionen Euro, liegt es nun bereits sehr nah an der 350-Millionen-Euro-Marke.

Stiftungsengagement im
Zeitvergleich
(in Millionen Euro)

2019: 346

2018: 318

2017: 301

2015: 280

2013: 209

2011: 183

2009: 125

Engagement der Mitarbeiter: Fast jede(r) Dritte ist ehrenamtlich im Einsatz

Mit 31 Prozent der Bankangehörigen sind knapp ein Drittel der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Genossenschaftsbanken, Verbänden und Unternehmen der genossenschaftlichen FinanzGruppe in ihrer Freizeit ehrenamtlich aktiv. Das heißt: Nahezu jede(r) Dritte engagiert sich nach der Arbeit in Vereinen, Initiativen oder Hilfsorganisationen. Dieser Wert drückt in besonderem Maße die enge Bindung der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter einer jeden Genossenschaftsbank zu ihrer jeweiligen Region aus. Viele identifizieren sich mit den Menschen vor Ort und setzen sich für ihre Anliegen auch über das Bankgeschäft hinaus ein.

Corporate Volunteering: Jede zweite Bank ist aktiv

Nahezu jede zweite Genossenschaftsbank (49 Prozent) fördert das gesellschaftliche Engagement ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter während der Arbeitszeit, indem sie Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführt. Dabei stellen die Institute ihr Personal zum Beispiel für einen Tag frei, um sich kollektiv für gemeinnützige Anliegen zu engagieren. Oder aber sie organisieren eine gemeinsame Aktion, bei der sich das gesamte Bank-Team zusammen für eine gute Sache einsetzt. Dies stiftet Nutzen für die Region und gibt zugleich gute Impulse für die Unternehmenskultur.

Im Fokus: Kinder und Jugendliche, Vereine, Familien

Die Unterstützung von Kindern und Jugendlichen sowie die Förderung der örtlichen Vereine sind die großen und dauerhaften Schwerpunkte des gesellschaftlichen Engagements der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken und Raiffeisenbanken. Mehr als 9 von 10 Genossenschaftsbanken sind primär für den Nachwuchs (97 Prozent) und für die Vereine vor Ort (96 Prozent) aktiv. Weitere wichtige Zielgruppen sind ältere Menschen (85 Prozent) und Familien (62 Prozent, siehe Grafik auf Seite 38).

Warum? Regionalität, Kundennähe, Nachhaltigkeit, Solidarität

Die Werte und Gründe für das gesellschaftliche Engagement der Genossenschaftsbanken bleiben dabei nahezu unverändert. Regionalität steht ganz weit oben, gefolgt von Kundennähe und Nachhaltigkeit. Die Werte passen optimal zum Selbstverständnis der Genossenschaftsbanken. Zudem drücken sie aus, welche zentrale Rolle die Kreditgenossenschaften in der Region und für ihre Mitglieder und Kunden spielen.

Warum sich Volksbanken
und Raiffeisenbanken
engagieren
(in Prozent)

Regionalität: 96

Kundennähe: 77

Nachhaltigkeit: 68

Solidarität: 55

Mitgliedschaft: 40

Selbsthilfe: 39

Studiendesign

Die Stiftung Aktive Bürgerschaft befragte im Jahr 2020 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 29 Prozent. Die Umfrage wird seit 2005 jährlich durchgeführt.

Die Stiftung Aktive Bürgerschaft ist das Kompetenzzentrum für Bürgerengagement der Genossenschaftlichen FinanzGruppe Volksbanken Raiffeisenbanken. www.aktive-buergerschaft.de.

Gesellschaftliches Engagement der genossenschaftlichen Bankengruppe

in Millionen Euro

158

2019

146

2018

145

2017

144

2016

136

2015

Finanzielle Zuwendungen
(Spenden, Sponsoring, Stiftungserträge)

9

2019

11

2018

10

2017

8

2016

8

2015

Geldwerte Zuwendungen

346

2019

318

2018

301

2017

289

2016

280

2015

Stiftungsengagement

Spenden und Sponsoring 2019: 158 Millionen Euro

in Millionen Euro

106

2019

40

2019

12

2019

98

2018

37

2018

11

2018

106

2017

30

2017

9

2017

102

2016

34

2016

8

2016

95

2015

32

2015

9

2015

Spenden

Sponsoring

Stiftungserträge

Geldwerte Leistungen 2019: 9 Millionen Euro

in Millionen Euro

7

2019

2

2019

9

2018

2

2018

7

2017

3

2017

6

2016

2

2016

5

2015

3

2015

Kostenlose Finanz- und
Servicedienstleistungen, Bereitstellung
von Unternehmenslogistik

Sachspenden

Stiftungsengagement 2019: 346 Millionen Euro

in Millionen Euro

307

2019

283

2018

269

2017

260

2016

251

2015

Stiftungsvermögen
der Bankstiftungen

39

2019

35

2018

32

2017

29

2016

29

2015

Zustiftungen zum Vermögen
von Bürgerstiftungen und
anderen Gemeinschaftsstiftungen

Schwerpunkte des Engagements 2019

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

Zielgruppen

Empfänger

97

85

62

96

95

88

Kinder,
Jugendliche

Ältere Menschen,
Senioren

Familien,
Lebensgemeinschaften

Örtliche Vereine,
Initiativen

Öffentliche Einrichtungen
(zum Beispiel Schulen)

Kirchengemeinden
oder andere religiöse
Gemeinschaften

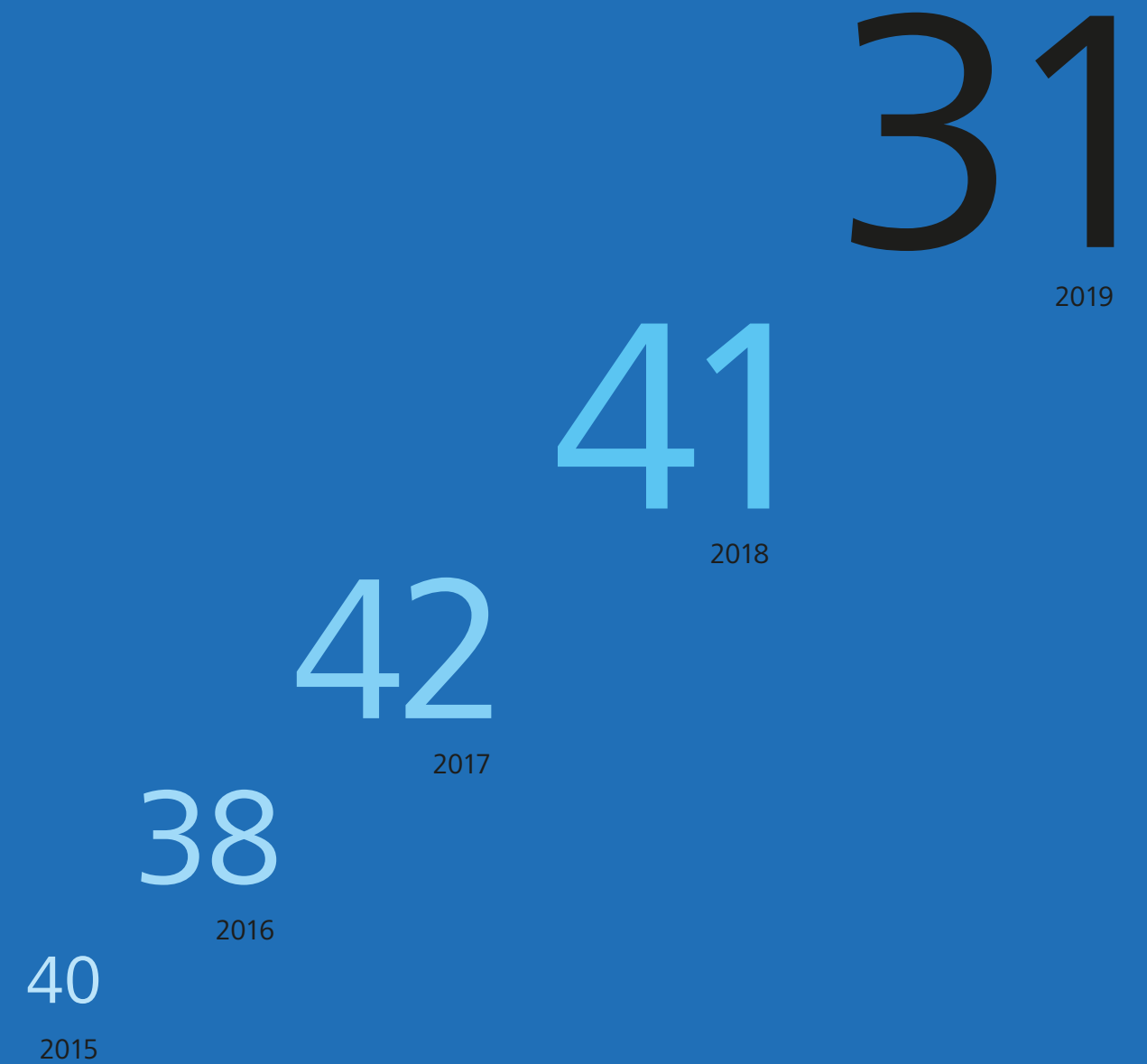
Banken, die Corporate-Volunteering-Maßnahmen durchführen

in Prozent



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die sich in der Freizeit bürgerschaftlich engagieren

in Prozent



Werte des Engagements 2019

in Prozent (Mehrfachnennungen möglich)

96

Regionalität

77

Kundennähe

68

Nachhaltigkeit

55

Solidarität