

Jahresbericht 2010

We

ber

tio

ativ

stitt

rbild

sch

Was bedeutet Weitblick?

ekt

→ INHALT

Vorwort 4
Geschäftsentwicklung 6
Standpunkt 12
Verbundpartner 63
Statistische Daten 71
Impressum 78

Engagement⁴⁰

Weltoffenheit⁴⁸

Kooperation²⁰

Innovation³⁶

Herausforderung²⁶

Initiative⁴⁶

Langfristigkeit⁵⁴

Gesundheit⁶⁰

Investition²⁴

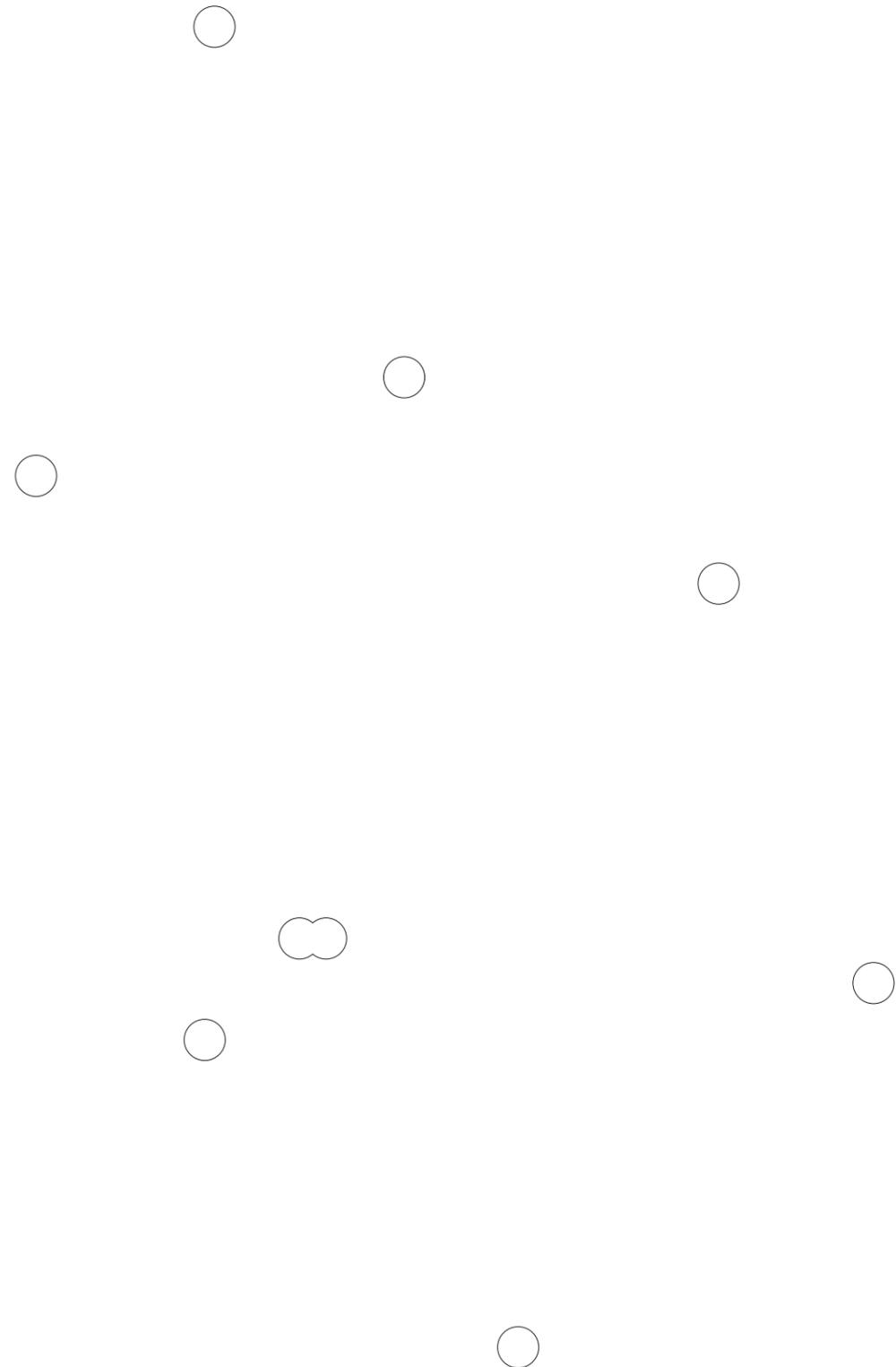
Vorbildlichkeit³⁰

Wertschätzung⁵⁶

Information⁵²

Was bedeutet Weitblick?

Perspektive¹⁴



→ VORWORT

Liebe Leserinnen und Leser,

Wirtschaft erfordert Weitblick: Das ist von Anfang an eines der Grundprinzipien des Geschäftsmodells der Sparkassen in Deutschland gewesen. „Nachhaltigkeit“ ist für unsere Institute, Verbände und Unternehmen kein Modebegriff, sondern eine seit über 200 Jahren gelebte Geschäftsphilosophie. Allen Menschen eine stabile und zuverlässige Basis für ihre individuelle finanzielle Absicherung zu bieten und damit zugleich einen wichtigen Beitrag für die Stabilität und Lebensqualität einer Region zu leisten – das ist der Kern unseres Geschäftsmodells.

Der Erfolg dieses Modells ist gerade in den vergangenen Jahren besonders augenfällig geworden. In einer Zeit, in der die Finanzwirtschaft in der Öffentlichkeit oft mit skeptischem Blick betrachtet, wenn nicht gar kritisch beleuchtet wird, genießen die Sparkassen nach wie vor ausgezeichnete Vertrauenswerte. Sie gelten als Garanten einer Ökonomie mit Augenmaß und als Beweis dafür, dass eine wertorientierte, verantwortungsbewusste Geschäftsphilosophie auch ökonomisch sinnvoll ist und langfristig – nachhaltig – Früchte trägt.

Als Verband der Sparkassen des Rheinlands ist es unsere Aufgabe, die Institute unseres Verbandsgebiets in der Umsetzung ihres wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Auftrags zu unterstützen und zu stärken und aktiv an der Gestaltung der ökonomischen, politischen und wirtschaftlichen Rahmenbedingungen mitzuwirken. Teil dieser Rahmenbedingungen ist es, dass in der öffentlichen Diskussion Fragen nach der Zukunftsorientierung und Verantwortungsbewusstsein einen viel größeren Raum einnehmen, als das noch vor Jahren der Fall gewesen ist. Wir stellen uns dieser Diskussion, weil sie unmittelbar das Selbstverständnis der Sparkassen und ihrer Institutionen berührt – und weil die Sparkassen dank ihres wertorientierten, nachhaltig ausgerichteten Geschäftsmodells einen wichtigen und konstruktiven Beitrag zu diesen Diskussionen leisten können.

Bewusst haben wir unseren Jahresbericht unter das Leitthema „Weitblick“ gestellt. Wir wollen damit zum einen auf die zentrale Bedeutung hinweisen, die dieses Thema für die Zukunft unseres wirtschaftlichen Systems hat und auf die Rolle, die die Sparkassen darin spielen. Vor allem aber möchten wir dazu beitragen, den Begriff der Nachhaltigkeit inhaltlich zu füllen, und aufzeigen, wo und in welcher vielfältiger Form Nachhaltigkeit und Weitblick von den Sparkassen in unserem Verbandsgebiet bereits erfolgreich praktiziert werden. Die Beispiele reichen von Sanierungs- und Neubauprojekten, in denen Kriterien des Klima- und Umweltschutzes zum Tragen kommen, über gesellschaftliches Engagement zur Stärkung der Zukunftsfähigkeit von Kultur-, Sozial- und Sporteinrichtungen bis hin zu internen Maßnahmen, die Langfristigkeit, Zuverlässigkeit und Verantwortungsbewusstsein im Dialog mit Kunden, Geschäftspartnern und Mitarbeitern in den Blick nehmen.

Die Sparkassen können sich der öffentlichen Diskussion rund um Fragen der Nachhaltigkeit und Wertorientierung unserer Wirtschaft selbstbewusst und mit großer Kompetenz stellen. Sie können mit Fug und Recht darauf verweisen, dass ein nachhaltiges, verantwortungsbewusstes Geschäftsmodell auch ökonomischen Erfolg verspricht. Denn auch im Jahr 2010 haben die Sparkassen im Verbandsgebiet des RSGV unter nach wie vor schwierigen, wenn auch verbesserten Rahmenbedingungen ein erfreuliches Resultat vorgelegt.

Sie haben, und das lässt sich bestimmt ohne zu übertreiben sagen, den beispielhaften Aufschwung, der auch im Rheinland in den zurückliegenden Monaten an Dynamik gewonnen hat, zu einem entscheidenden Teil mit vorangetrieben. Denn gerade die Sparkassen im Rheinland sind ein zuverlässiger Finanzierungspartner des Mittelstands, der auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten eine verlässliche Versorgung kleiner und mittelgroßer Unternehmen mit den notwendigen Kredit- und Finanzierungsmöglichkeiten sicherstellt, um zukunftsrelevante Investitionen auf den Weg zu bringen.



Nachhaltigkeit ist für die Sparkassen eine seit über 200 Jahren gelebte Geschäftsphilosophie

→ VORWORT

Sie sind zuverlässiger Partner der vielen Tausend privaten Kunden, denen sie – in einem gesellschaftlichen Umfeld, in dem weiterhin Verunsicherung zu spüren war – eine stabile Basis, persönliche und kompetente Beratung sowie maßgeschneiderte Produkte für die individuelle Zukunftsplanung bieten. Die positiven Trends beispielsweise bei der individuellen Vermögensbildung oder beim privaten Kreditgeschäft bestätigen dies. Dass diese Zuverlässigkeit, wie Umfragen belegen, in der Öffentlichkeit durchaus wahrgenommen wird, ist besonders erfreulich und ein zusätzlicher Ansporn für die Zukunft.

Die Sparkassen sind nicht zuletzt auch zuverlässige Partner der Regionen und Kommunen, die ihre Geschäftsgebiete bilden: Sie sind stabile Arbeitgeber und Ausbilder, bei denen Qualifizierung, Fort- und Weiterbildung auch in wirtschaftlich angespannten Phasen nicht vernachlässigt werden. Und mit ihrem vielfältigen gesellschaftlichen Engagement leisten sie, gerade angesichts der vielfach angespannten kommunalen Haushalte, einen wichtigen Beitrag zur Stärkung des gesellschaftlichen, kulturellen und sportlichen Lebens vor Ort.

Weitblick, Langfristigkeit und Nachhaltigkeit können die Sparkassen natürlich nur dann in vollem Umfang umsetzen, wenn die politischen Rahmenbedingungen es ermöglichen. Hier gibt es, vor allem auf europäischer Ebene, weiterhin einige wichtige Fragestellungen, an deren Diskussion wir uns als Verband der rheinischen Sparkassen aktiv und konstruktiv beteiligen. Die Stärkung des Drei-Säulen-Modells im deutschen Kreditgewerbe, das sich gerade in den vergangenen Jahren als robust und stabil erwiesen hat, ist dabei nach wie vor unser zentrales Anliegen. Auch deshalb bleibt es wichtig, beim Bemühen um eine Konsolidierung des Landesbanken-Sektors nicht nachzulassen. Dass die Sparkassen in Deutschland bei der DekaBank die Anteile der Landesbanken komplett übernommen haben, ist dabei sicherlich ein wichtiger Schritt. Außerdem bietet der vollständige Erwerb der DekaBank durch die Sparkassen die Möglichkeit, deren Produkte zukünftig noch zielgerichteter für die Sparkassenkunden zu entwickeln.

Nach intensivem Dialog mit der EU-Kommission arbeiten alle Beteiligten auch an einer Lösung für die WestLB AG, deren Zielbild ein redimensioniertes Kreditinstitut mit Fokussierung auf das Verbundgeschäft, stark vermindertem Risikoprofil und einer veränderten Eigentümerstruktur aus dem Bereich der Sparkassen-Finanzgruppe ist. Auch in diesem Prozess ist für die Zukunft Weitblick gefordert.

Langfristiges Denken und Augenmaß sind auch für die Gestaltung der wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen von Bedeutung. Wir sehen es durchaus als eine Aufgabe der rheinischen Sparkassen, hier mit gutem Beispiel voranzugehen und konstruktiv an der Entwicklung der Maßstäbe, an denen sich eine zukunftsorientierte, nachhaltige und verantwortungsbewusste Ökonomie messen lassen muss, mitzuwirken. Auf den folgenden Seiten wollen wir anhand einiger Beispiele aufzeigen, auf welche Weise dies bereits geschieht und welche Fragestellungen und Kriterien uns dabei besonders wichtig erscheinen.

Wir wünschen Ihnen eine nachhaltig anregende und informative Lektüre.

Ihr Michael Breuer

MICHAEL BREUER
Präsident des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes

Der Erfolg der Sparkassen belegt, dass ein wertorientiertes Geschäftsmodell auch ökonomisch erfolgreich ist

Geschäftsentwicklung Wachstum durch Zuverlässigkeit: Sparkassen sind starker Partner für Mittelstand und Privatkunden

Die rheinischen Sparkassen können auf ein gutes Jahr 2010 zurückblicken. Nachdem sich die Finanzkrise 2008 zu einer veritablen Wirtschaftskrise ausgeweitet hatte, waren bereits zum Ende des Jahres 2009 wieder leichte Besserungstendenzen zu erkennen. 2010 entwickelte sich nun auch im Rheinland zu einem echten Jahr des Aufschwungs.

Diese erfreuliche Entwicklung in der zentralen europäischen Wirtschafts- und Industrieregion haben die rheinischen Sparkassen maßgeblich mit initiiert. Wie in den Jahren zuvor waren sie im Jahr 2010 der starke Finanzierungspartner für die heimische Wirtschaft – besonders für die kleinen und mittleren Unternehmen. Sie haben entscheidend dazu beigetragen, dass die Unternehmensfinanzierung vor Ort im vollen Umfang aufrechterhalten werden konnte, und im Unterschied zu vielen Mitbewerbern ihre Kreditengagements sogar weiter ausgebaut.

Spitzenposition verteidigt

Die rheinischen Sparkassen sind auch im Jahr 2010 erneut die Nummer eins unter den deutschen Sparkassenregionen bei der Kreditvergabe an kleine und mittlere Unternehmen. Sie haben auf hohem Niveau noch einmal – wenn auch leicht – zugelegt. Dass dabei die Kreditvergabe trotzdem verantwortungsbewusst und mit Augenmaß erfolgte, bewiesen die rheinischen Sparkassen im vergangenen Jahr nachdrücklich. Die Sorge, dass im beginnenden Aufschwung die Kreditvorsorge weiter wachsen würde, hat sich nicht bestätigt – sie konnte im Gegenteil sogar deutlich zurückgefahren werden.

Flächendeckend vertreten

Mit 32.629 Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern – darunter die deutlich gestiegene Zahl von 2.453 Auszubildenden (+2,2 Prozent) – waren die rheinischen Sparkassen auch im Jahr 2010 ein großer und verantwortungsvoller Arbeitgeber. Das engmaschige Vertriebsstellennetz besteht aus 1.151 Geschäftsstellen, 225 SB-Geschäftsstellen mit insgesamt 2.550 Geldautomaten – an denen alle Sparkassenkunden, nicht nur die 6,7 Mio. rheinischen Sparkassenkunden, kostenlos Bargeld abheben können. Damit bleiben die Sparkassen im Rheinland flächendeckend präsent und Ansprechpartner vor Ort für ihre Kunden einschließlich moderner Vertriebs- und Kommunikationskanäle wie dem Internet.

Bekennnis zum gesellschaftlichen Auftrag

Die 34 Sparkassen im Rheinland haben mittels Spenden, Sponsoring, PS-Zweckertrag sowie den Stiftungsausschüttungen ergänzt durch die Gewinnausschüttungen im vergangenen Jahr in den Bereichen Soziales, Kultur, Sport, Umwelt und Forschung gemeinnützige Zwecke mit über 105 Mio. Euro unterstützt. Gerade in Zeiten angespannter kommunaler Haushalte stehen die Sparkassen zu ihrem gesellschaftlichen Auftrag für die Region. Gleichzeitig engagieren sie sich bei identitätsstiftenden und internationalen Spitzenereignissen wie der Kulturhauptstadt RUHR.2010, bei der sie als einer der Hauptsponsoren unter anderem eine viel beachtete Fotoausstellung präsentiert haben. Addiert man die gezahlten Steuern mit gut 230 Mio. Euro hinzu, so kamen rund 340 Mio. Euro den Bürgerinnen und Bürgern im Rheinland quasi als Bürgerdividende zugute.

Die rheinischen Sparkassen haben, wie die über 400 Sparkassen in Deutschland, ein hohes Interesse an gut beratenen und damit zufriedenen Kunden. Entsprechend liegt der Fokus auf hervorragend ausgebildeten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. So bildet die Investition in die Aus- und Weiterbildung einen finanziellen Schwerpunkt der Sparkassen. Hierüber wird sichergestellt, dass die Kunden neben exzellenten Produkten eine individuelle, bedarfsorientierte Beratung erfahren. Darüber hinaus erfüllen die Sparkassen ihren Bildungsauftrag in Sachen Geld und Finanzen beispielsweise mit dem „Geld und Haushalt – Beratungsdienst der Sparkassen-Finanzgruppe“ oder dem „SchulService“. Des Weiteren fördern die nordrhein-westfälischen Sparkassen, als einzige Kreditinstitutsgruppe, die Schuldnerbe-

Rheinische Sparkassen weiterhin führend bei regionalen Kreditvergaben an heimische Unternehmen

→ **GESCHÄFTSENTWICKLUNG**

ratungsstellen. Die rheinischen Sparkassen haben im vergangenen Jahr ihren Anteil deutlich erhöht und zahlen jetzt 1,6 Mio. Euro (2009: 1,35 Mio. Euro) für die Schuldnerberatung im Rheinland.

Bilanzsumme leicht gestiegen

Die Bilanzsumme der rheinischen Sparkassen ist im vergangenen Jahr wieder leicht gestiegen (um 1,7 Mrd. Euro oder 1,1 Prozent) und erreicht jetzt 156,7 Mrd. Euro. Im Jahr 2009 war die Bilanzsumme noch leicht gesunken.

Kreditvolumen weiter gewachsen

Erfreulich bleibt die Entwicklung beim Kreditgeschäft mit Kunden. Die rheinischen Sparkassen haben im Jahr 2010 das ohnehin hohe Volumen ihrer Kundenkredite noch weiter ausgebaut. Das Kreditvolumen insgesamt stieg um 0,9 Mrd. Euro oder 0,9 Prozent auf 109,5 Mrd. Euro. Dies ist eine etwas geringere Steigerung als 2009 (+1,7 Mrd. Euro oder +1,6 Prozent) – allerdings auf einem sehr hohen Niveau. Damit stehen die rheinischen Sparkassen im deutlichen Gegensatz zu anderen Kreditinstitutsgruppen, die eine eher restriktive Kreditvergabepolitik verfolgen.

Starker Partner für den Mittelstand

Mit ihrem Kreditvolumen bleiben die rheinischen Sparkassen aber auch im Vergleich zu den übrigen Sparkassen bundesweit überdurchschnittlich engagiert. Das Kreditvolumen beträgt weiterhin rund 70 Prozent der Bilanzsumme der RSGV-Sparkassen. Damit liegen sie deutlich über dem Schnitt des DSGV (61 Prozent).

Größter Teil des Kreditvolumens sind weiterhin die Forderungen an kleine und mittelständische Unternehmen: Hier stellten die rheinischen Sparkassen im Jahr 2010 Kredite in einer Gesamthöhe von 54,9 Mrd. Euro zur Verfügung, das sind noch einmal 100 Mio. Euro oder 0,2 Prozent mehr als im Vorjahr (2009: +1,1 Mrd. Euro oder +2,1 Prozent), und unterstreichen ihre Vormachtstellung als Finanzierungspartner Nummer eins für den Mittelstand.

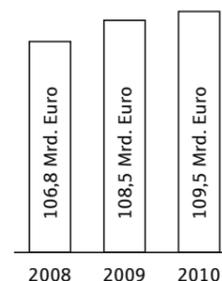
Konsumlaune belebt privates Kreditgeschäft

Erfreulich ist auch, dass das Kreditgeschäft mit Privatpersonen vor allem in der zweiten Jahreshälfte 2010 wieder deutlich angezogen hat, nachdem es im Jahr 2009 zurückgegangen war. 2010 stieg das Gesamtvolumen der Kredite an Privatpersonen um 0,4 Mrd. Euro oder 0,8 Prozent auf 44,4 Mrd. Euro (2009: –0,5 Prozent). Zudem beflügelte das extrem niedrige Zinsniveau erneut auch die Nachfrage nach Krediten zur Finanzierung des Wohnungsbaus. Die Darlehenszusagen zur Finanzierung des Wohnungsbaus stiegen in 2010 nochmals um 2,2 Prozent oder 0,2 Mrd. Euro auf insgesamt 6,8 Mrd. Euro, nachdem sie bereits im Vorjahr um 8,2 Prozent oder 0,5 Mrd. Euro zugelegt hatten.

Kundenvertrauen weiter gesteigert

Einen kräftigen Zuwachs konnten die rheinischen Sparkassen im Jahr 2010 bei den Kundeneinlagen erzielen. Der Gesamtbestand an Kundeneinlagen erhöhte sich um 2,1 Mrd. Euro oder 2,0 Prozent auf 104,8 Mrd. Euro. Durch den neuerlichen Zuwachs liegt das Gesamtvolumen der Kundeneinlagen nun 3,7 Mrd. Euro über dem Ergebnis von Anfang 2008 – ein deutlicher Beleg für das gestiegene Kundenvertrauen in die Sparkassen seit dem Ausbruch der Finanz- und Wirtschaftskrise.

Das Einlagengeschäft war erneut durch starke Umschichtungsprozesse geprägt. Vor dem Hintergrund des anhaltend niedrigen Zinsniveaus war die Liquiditätspräferenz der Kunden auch in 2010 besonders ausgeprägt. Hiervon profitierten vor allem die täglich fälligen Gelder und Spareinlagen. Bei Eigenemissionen und Termineinlagen kam es demgegenüber zu teils deutlichen Bestandsrückgängen.



Rekordvolumen der Kundenkredite – mit Verantwortungsbewusstsein und Vertrauen in die Kunden

→ **GESCHÄFTSENTWICKLUNG****Geldvermögensbildung der Kunden gestiegen**

Die Geldvermögensbildung der privaten Kunden, das heißt der Zuwachs an Spareinlagen, Eigenemissionen, Termingeldern, täglich fälligen Geldern sowie der Wertpapierbestände dieser Kundengruppe, summierte sich in 2010 auf 1,0 Mrd. Euro (2009: –0,4 Mrd. Euro). Neben Zuwächsen bei den bilanzneutralen Anlagen in Höhe von 0,3 Mrd. Euro verzeichneten bilanzwirksame Anlagen Mittelzuflüsse in Höhe von 0,7 Mrd. Euro.

Über alle Kundengruppen hinweg kam es vor allem aufgrund bilanzwirksamer Zuflüsse zu einem noch größeren Geldvermögenszuwachs von 2,1 Mrd. Euro (2009: +0,3 Mrd. Euro).

Wertpapiergeschäft verhalten

Die anhaltende Diskussion um die Stabilität des Euros spielt in den Anlageentscheidungen der Kunden eine ebenso wichtige Rolle wie niedrige Anleiherenditen, die schwindende Bonität vieler privater und öffentlicher Emittenten sowie die Unsicherheit darüber, zu welchem Zeitpunkt die Notenbanken eine grundlegende Zinswende einleiten könnten. Daher präferieren vor diesem Hintergrund viele Anleger derzeit liquide und liquiditätsnahe Anlagen zulasten mittel- und langfristig orientierter Investments.

Vor diesem Hintergrund verringerte sich im Vergleich zum Vorjahr der gesamte Wertpapierumsatz der rheinischen Sparkassen um 1,0 Mrd. Euro oder 5,2 Prozent auf 17,5 Mrd. Euro. Im Mittelpunkt des Anlegerinteresses standen festverzinsliche Wertpapiere mit einem Umsatzanteil von 47,7 Prozent, gefolgt von Investmentfonds (30,1 Prozent) und Aktien (22,2 Prozent). Die Umsätze in Rentenwerten gingen um 22,3 Prozent auf 8,4 Mrd. Euro zurück, bei den übrigen Wertpapiergattungen gab es deutliche Umsatzsteigerungen (Fonds: +14,4 Prozent auf 5,3 Mrd. Euro; Aktien: +25,0 Prozent auf 3,9 Mrd. Euro).

Ertragslage

Die Ertragslage der rheinischen Sparkassen hat sich 2010 deutlich verbessert – erfreulicherweise nicht nur durch eine Steigerung der Zinsüberschüsse, sondern auch durch einen gesteigerten Ertrag im Provisionsgeschäft und durch eine Reduzierung des Verwaltungsaufwandes. Die verbesserte Gesamtsituation der rheinischen Sparkassen ist mithin nicht nur durch die objektiv sicherlich günstige Zinssituation, sondern auch durch weitere eigene Anstrengungen erreicht worden.

Aufgrund des gesunkenen allgemeinen Zinsniveaus haben sich sowohl die Zinserträge als auch die Zinsaufwendungen reduziert. Die Zinsaufwendungen für Kundeneinlagen und aufgenommene Gelder gingen dabei stärker zurück als die Zinserträge aus dem Kreditgeschäft und den Eigenanlagen. So stieg der Zinsüberschuss um 2,8 Prozent auf insgesamt 3,089 Mrd. Euro. Insbesondere die günstige Zinsstruktur verhalf den rheinischen Sparkassen zu einem verbesserten Zinsergebnis aus der Fristentransformation.

Die Erträge aus den provisionsabhängigen Geschäften verbesserten sich um 32 Mio. Euro (+3,8 Prozent) auf insgesamt 880 Mio. Euro. Ausschlaggebend für dieses Wachstum sind Steigerungen im Vermittlungsgeschäft von Bausparverträgen und Versicherungen sowie im Giroverkehr. Die Provisionserlöse aus dem Wertpapiergeschäft lagen dagegen aufgrund des weiterhin verhaltenen Engagements der Kunden auf Vorjahresniveau.

Erfreulich ist, dass der ordentliche Aufwand im Jahr 2010 um 24 Mio. Euro reduziert werden konnte. Während der Personalaufwand leicht angestiegen ist, konnten im Sachkostenbereich deutliche Einsparungspotenziale umgesetzt werden. Insgesamt konnte der Sachaufwand um 31 Mio. Euro auf 979 Mio. Euro reduziert werden, insbesondere durch Synergieeffekte beim IT-Aufwand sowie durch Reduzierung der Aufwendungen für Grundstücke, Gebäude

Vertrauen in die rheinischen Sparkassen sorgt für kräftigen Zuwachs bei Kundeneinlagen: 2,0 Prozent Steigerung

→ **GESCHÄFTSENTWICKLUNG**

und Geschäftsausstattung. Der gesamte Verwaltungsaufwand konnte um 48 Mio. Euro auf 2,557 Mrd. Euro gesenkt werden (2009: 2,605 Mrd. Euro).

Diese Anstrengungen hatten nachhaltige Auswirkungen auf die Cost-Income-Ratio. Das Verhältnis von Aufwand zu Ertrag verbesserte sich erneut, diesmal um 2,5 Prozentpunkte auf 63,4 Prozent. Dies zeigt, dass die Sparkassen im Verbandsgebiet des RSGV in ihren Anstrengungen nicht nachlassen, sowohl die Bedürfnisse der Kunden zu erfüllen, als auch effizient zu wirtschaften.

Das Betriebsergebnis der 34 Sparkassen vor Bewertung verbesserte sich somit um knapp 10 Prozent auf insgesamt 1,477 Mrd. Euro. Damit liegt das Betriebsergebnis auf dem gleichen Niveau wie die Ergebnisse der Landesverbände, die von der Einwohnerzahl mit dem RSGV vergleichbar sind.

Das Bewertungsergebnis hat sich gegenüber dem Vorjahr spürbar verbessert. Bei den Wertpapiereigenanlagen konnte aufgrund der weiteren Erholung an den Finanzmärkten wiederum ein Bewertungsertrag, diesmal in Höhe von 53 Mio. Euro, erzielt werden. Auch die Risikovorsorge im Kreditgeschäft ist signifikant um knapp 27 Prozent auf 428 Mio. Euro zurückgegangen: Deutlich geringere Wertberichtigungen auf Kreditengagements sowie höhere Auflösungen von in der Vergangenheit gebildeten Vorsorgeaufwendungen sind sicherlich auf die positive Wirtschaftsentwicklung in 2010 zurückzuführen.

Sie zeigen aber auch, dass die rheinischen Sparkassen nahe bei ihren Kunden sind und trotz des hohen Kreditengagements im Rheinland verantwortungsbewusst und risikoorientiert agiert haben. Nach 300 Mio. Euro im Jahr 2009 stockten sie ihre Vorsorgereserven im Jahr 2010 auf rund 327 Mio. Euro (+9 Prozent) auf.

Die 34 rheinischen Sparkassen weisen für das Jahr 2010 einen Bilanzgewinn aus. Das saldierte Ergebnis aller rheinischen Sparkassen ergibt einen vorläufigen Bilanzgewinn von 247 Mio. Euro. Das ist eine erfreuliche Steigerung gegenüber 2009 (77,0 Mio. Euro). Damit liegt der Bilanzgewinn ebenfalls auf dem Niveau der Ergebnisse aus vergleichbaren Verbänden.

Onlineangebot weiter optimiert

Die rheinischen Sparkassen setzen auch in Zukunft auf den persönlichen Kontakt mit dem Kunden, aber auch auf die veränderten Kundenwünsche bei der Abwicklung ihrer Bankgeschäfte, und haben ihre jeweiligen Onlineauftritte im Jahr 2010 weiter ausgebaut. Drei Top-10-Platzierungen rheinischer Sparkassen (1., 3. und 7. Platz) im renommierten „ibi Website Rating“ des Instituts für Bankinformatik der Universität Regensburg bestätigen diesen Trend.

Bei der wachsenden Bedeutung des Onlinebankings ist dessen sicherer Gebrauch eine ständige Herausforderung. Die 34 Sparkassen im Rheinland stellen ihr Onlinebanking deshalb auf das chipTAN- und smsTAN-Verfahren um und führen damit flächendeckend die nächste Generation der Sicherheitsverfahren ein. Dabei haben, je nach Sparkasse, schon bis zu über 60 Prozent der Onlinebanking-Kunden von dem Umstellungsangebot Gebrauch gemacht. Die Tendenz der bisherigen Umstellung bei den rheinischen Sparkassen geht mit einer Verteilung von ca. 80 Prozent zu 20 Prozent klar in Richtung des chipTAN-Verfahrens.

Der vorläufige Bilanzgewinn weist eine erfreuliche Steigerung gegenüber dem Vorjahr aus

→ **GESCHÄFTSENTWICKLUNG****Corporate-Governance-Kodex**

Im Jahr 2010 erarbeitete der RSGV gemeinsam mit dem Sparkassenverband Westfalen-Lippe (SVWL) einen Corporate-Governance-Kodex für Sparkassen, der – sich orientierend an vergleichbaren Regelungen und basierend auf dem Sparkassengesetz NRW – einen Standard guter und verantwortungsvoller Unternehmensführung festlegt. Die Grundsätze des Kodexes sind geleitet von den Zielen der Verantwortung der Organe der Sparkassen – Verwaltungsrat und Vorstand – für das Institut und der Sicherstellung von Transparenz und Kontrolle. Der Kodex beschreibt die Verpflichtung von Vorstand und Verwaltungsrat, im Einklang mit den gesetzlichen Bestimmungen für den Bestand und die weitere Entwicklung der Sparkasse und eine nachhaltige Erfüllung ihres öffentlichen Auftrags zu sorgen.

Regulierung mit Augenmaß

Das Finanzsystem hat in den vergangenen Jahren der Finanzmarktkrise eine einschneidende Zäsur erfahren. Die fortgesetzte Deregulierung mit dem Ziel, die Wachstumskräfte der Finanzwirtschaft freizusetzen, hat sich als falsch erwiesen.

Wenn nun einer stärkeren Regulierung wieder Raum gegeben wird, was grundsätzlich zu begrüßen ist, sollte jedoch darauf geachtet werden, dass die regulatorischen Begrenzungen auch dort ansetzen, wo sich die Finanzwirtschaft als zügellos erwiesen hat. Entsprechend sollten nicht undifferenziert regulatorische Begrenzungen dort eingeführt werden, wo Finanzierungsvorgänge der realen Wirtschaft belastet werden, die nicht krisenursächlich, sondern in weiten Teilen sogar stabilisierend gewirkt haben. So benötigen vor Ort präsente Sparkassen mit einem soliden Kredit- und Einlagengeschäft andere Regeln und Regulierungen als global agierende Finanzkonzerne.

Die Sparkassen im Rheinland bekennen sich zu ihrer finanz- und gesellschaftspolitischen Verantwortung vor Ort. Die praktische Umsetzung dieses Bekenntnisses sollte durch eine Regulierung mit Augenmaß gestärkt werden.



ALEXANDER WÜERST
*Landesobmann der
rheinischen Sparkassen*



RALF FLEISCHER
*Geschäftsführer des
Rheinischen Sparkassen-
und Giroverbandes*

Standpunkt Dr. Christoph Landscheidt, neuer Vorsitzender der Verbandsversammlung und des Vorstands des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes, setzt auf Konsens und Kooperation

Seit Juni 2010 ist Dr. Christoph Landscheidt, Bürgermeister von Kamp-Lintfort, neuer Vorsitzender der Verbandsversammlung des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes und damit Nachfolger von Günter Rosenke, Landrat des Kreises Euskirchen, der in der neuen Wahlperiode turnusgemäß als dritter stellvertretender Vorsitzender fungieren wird. Gleichzeitig wurde der komplette Vorstand des RSGV neu bestimmt. Es sei ein Wechsel im Zeichen der Kontinuität, wie Dr. Landscheidt auch mit Blick auf die Arbeit seines Vorgängers deutlich machte: „Der möglichst breite Konsens hat das Gewicht des Verbandes und damit das Gewicht der rheinischen Sparkassen und ihrer Träger in wichtigen – und politisch nicht selten umstrittenen – Sachfragen deutlich erhöht. An diesem Gewicht muss uns auch in der Zukunft gelegen sein. Deshalb wird die Konsensfindung auch für mich eine wichtige Zielsetzung sein, selbst wenn es uns an konfliktträchtigen Handlungsfeldern auch in nächster Zeit sicher nicht mangeln wird.“

Dr. Landscheidt betonte die Bedeutung der Sparkassen und deren Erwartungen an die politischen Entscheidungsträger in Düsseldorf, Berlin und Brüssel: „Die Sparkassen sind als regional verwurzelte Kreditinstitute relativ gut durch die Krise gekommen, sie sind wichtigster Finanzier des Mittelstands und leisten als Wirtschaftsunternehmen unserer Städte, Kreise und Gemeinden wichtige Beiträge für die regionale Wirtschaft und für unsere Gesellschaft. Dies zeigt sich gerade daran, dass die seit Jahren strukturell unterfinanzierten Kommunen zu sogenannten ‚freiwilligen‘ Leistungen an Vereine, Kulturschaffende und Hochschulen kaum oder gar nicht mehr in der Lage sind, sodass wesentliche Beiträge für soziale, kulturelle und wissenschaftliche Projekte immer häufiger bei den Sparkassen mit eingeworben werden. Das Vertrauen der Politik und der Kunden in die Sparkassen mit ihrem seit über zwei Jahrhunderten über alle Krisen und Stationen unserer Geschichte hinweg bewährten Geschäftsmodell ist gestiegen.“

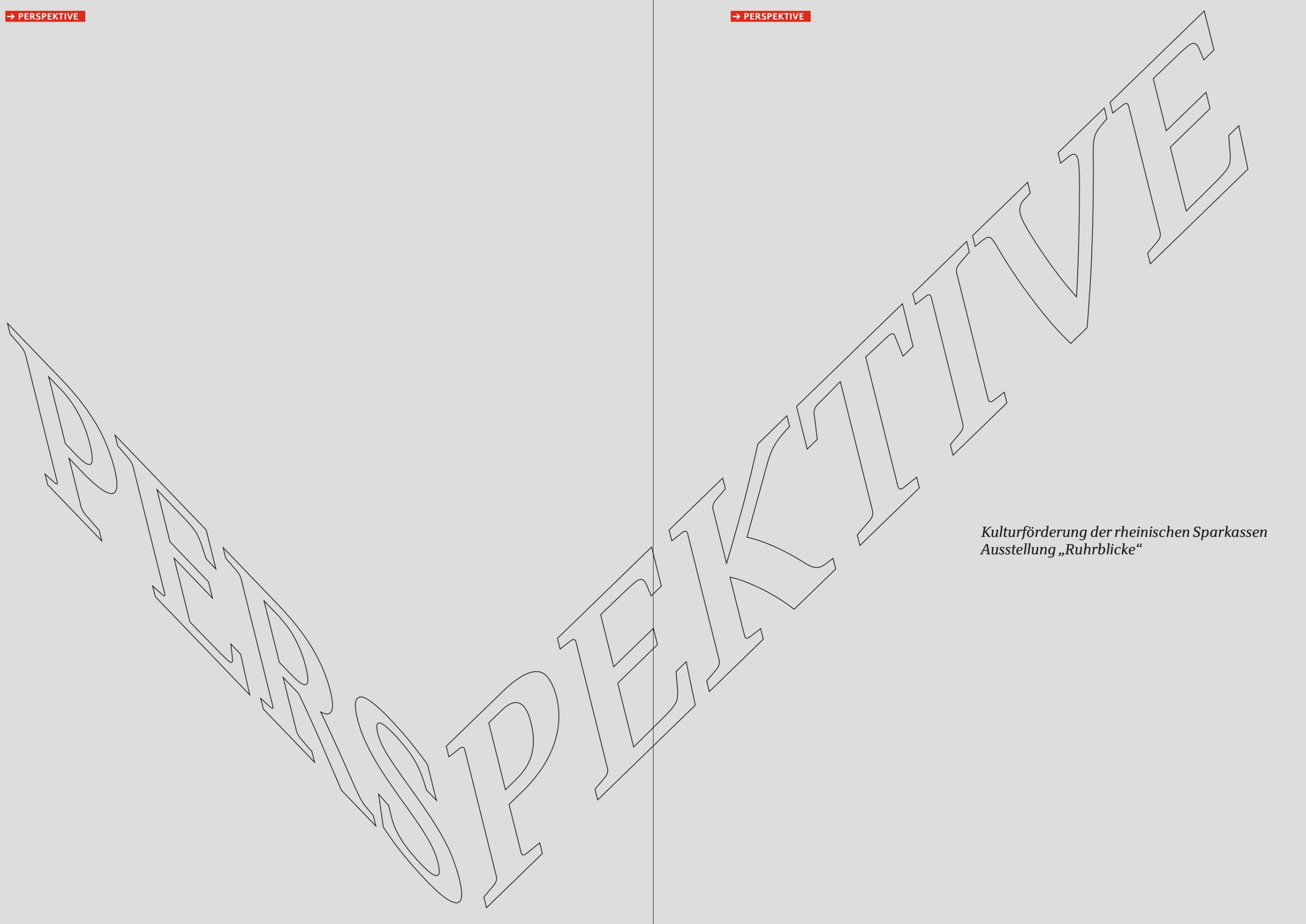
Trotzdem haben die Sparkassen und ihre Träger in den kommenden Monaten und Jahren vielfältige Herausforderungen zu bewältigen. Dabei erwarten die Sparkassen und ihre kommunalen Träger von der Politik allerdings einen stabilen Rechtsrahmen für ihre Tätigkeit. Wir bitten die Verantwortlichen in allen infrage kommenden Parlamenten und Institutionen für das Geschäftsmodell und die Strukturmerkmale der kommunalen Sparkassen einzutreten, damit ein jahrhundertealtes bewährtes Erfolgsmodell nachhaltigen Wirtschaftens auch künftig bestehen bleibt. Zusätzliche Belastungen – wie durch Basel III oder die Bankenabgabe – können nur übernommen werden, wenn dies alle Wettbewerber gleichermaßen betrifft und die Sparkassen nicht etwa aufgrund ihrer Rechtsform, ihrer Eigentümerstrukturen oder ihrer Zugehörigkeit zu einer Verbundgruppe in besonderem Maße oder gar doppelt belastet werden. Die Sparkassen haben die Unterstützung und das Vertrauen der Politik und der Menschen verdient.“



Dr. Christoph Landscheidt ist seit Juni 2010 Vorsitzender der Verbandsversammlung und des Vorstands des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes



Der neu konstituierte Vorstand des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes, gewählt am 25. Juni 2010

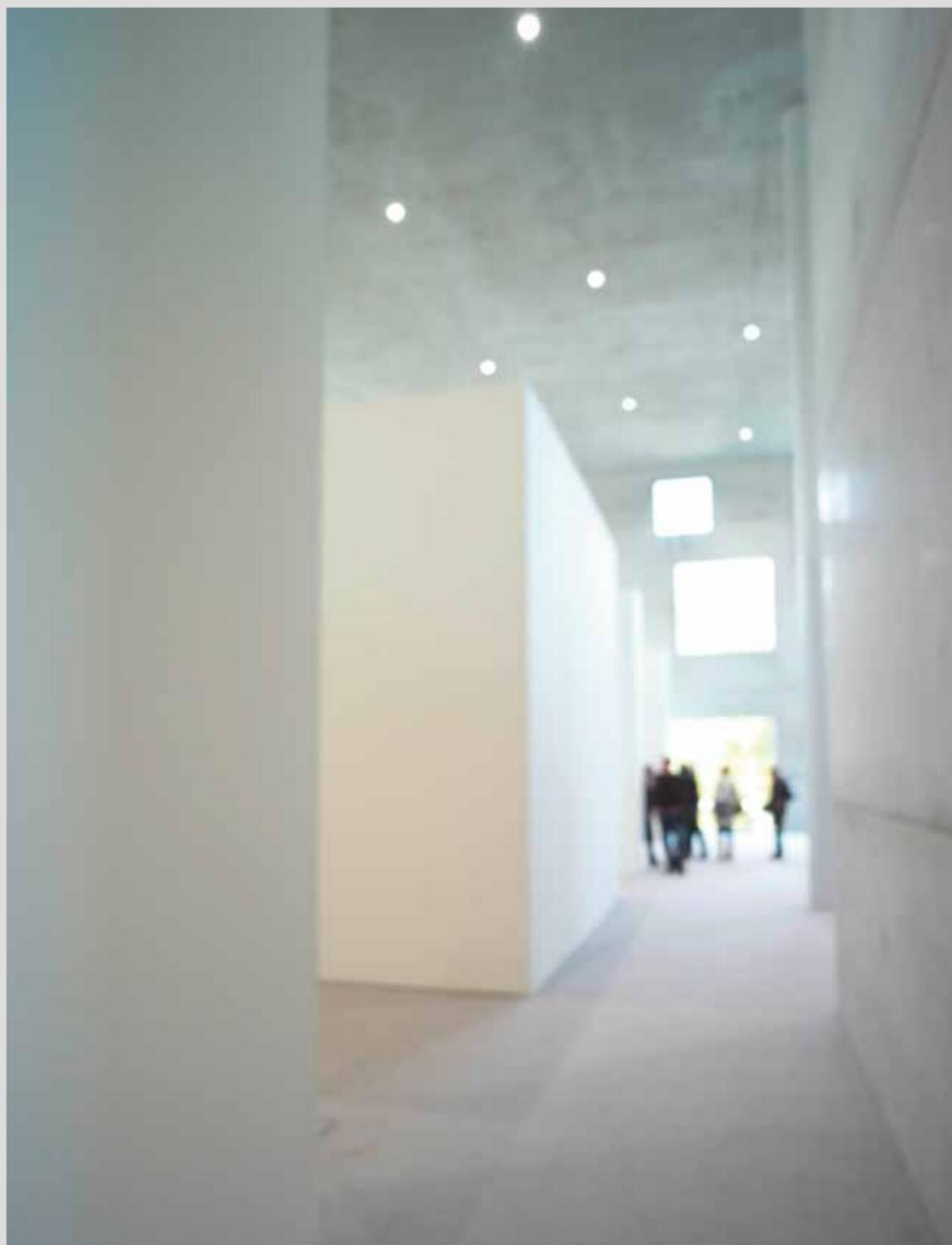


*Kulturförderung der rheinischen Sparkassen
Ausstellung „Ruhrblicke“*



Die vom Rheinischen Sparkassen- und Giroverband im Rahmen der RUHR.2010 unterstützte Ausstellung „Ruhrblicke“ porträtierte das Ruhrgebiet als eine traditionsreiche Region im Umbruch. Elf hochkarätige Fotografen präsentierten in der Ausstellung ihre persönlichen Eindrücke des Reviers. Viele von ihnen betrachteten das Ruhrgebiet eigens für die „Ruhrblicke“ aus einer ganz neuen künstlerischen Perspektive.

Innerhalb des Ausstellungszeitraums von fünf Monaten besuchten rund 40.000 Menschen das SANAA-Gebäude in Essen, um die Werke bekannter Künstler wie Andreas Gursky, Jörg Sasse und Bernd und Hilla Becher zu besichtigen. Anschließend waren die Werke als Wanderausstellung in verschiedenen Sparkassen zu sehen.



Mit seinen über 130 asymmetrisch positionierten Fenstern in vier verschiedenen Größen erlaubte der Zollverein-Kubus SANAA einen einzigartigen Blick auf das ungewöhnliche Zusammenspiel von Werk und Umfeld. Vergangenheit und Gegenwart, Kunst und Realität schienen fließend ineinander überzugehen. So versinnbildlichten die Werke als auch der Ausstellungsort selbst das Motto der RUHR.2010: „Wandel durch Kultur – Kultur durch Wandel“.

Bereits seit 1987 setzen sich die rheinischen Sparkassen mit einer eigenen Stiftung für Kunst und Kultur im Rheinland ein. Mit der Ausstellung „Ruhrblicke. Ein Fotoprojekt der Sparkassen-Finanzgruppe“ organisierte ein interkommunales Sparkassen-Netzwerk erstmals ein eigenes Fotoprojekt, das vom 24. April bis zum 24. Oktober 2010 im Rahmen der RUHR.2010 in Essen zu sehen war.

Als Hauptsponsor des Kulturhauptstadtjahres unterstützte die Sparkassen-Finanzgruppe das erfolgreiche Kulturprogramm der RUHR.2010, das die einmalige kulturelle Identität der Region in Europa feierte. Zusammen mit den sieben rheinischen Ruhrgebiets-Sparkassen begleiteten der Rheinische Sparkassen- und Giroverband und die Sparkassen-Kulturstiftung Rheinland mit ihrem Engagement eine außergewöhnliche Fotoausstellung, die ihren insgesamt 40.000 Besuchern Rückblicke ermöglichte, Einblicke erlaubte und Ausblicke eröffnete.

„Ruhrblicke“ lud zehn renommierte Künstler ein, das Revier aus ihrem ganz persönlichen Blickwinkel zu porträtieren. Alle ausgewählten Fotografen zehren von einem intimen Verhältnis zur Ruhrregion, das sie über eine langjährige künstlerische Auseinandersetzung mit dieser außergewöhnlichen Kulturlandschaft erlangen konnten.

Unter den Schlagworten Urbanität, Identität und Integration sollte die zusammenwachsende Ruhrmetropole in ihren verschiedenen Facetten abgebildet werden. Mit ausdrucksstarken Bildern international bekannter Fotografen wie Andreas Gursky, Thomas Struth und Candida Höfer luden die „Ruhrblicke“ ein auf einen Spaziergang durch die heutige Ruhrregion, und verwiesen gleichzeitig auf alte Narben und unausgeschöpfte Potenziale. Vor allem aber inszenierten die Künstler das neue Ruhrgebiet an der Schwelle zu einer Zukunft im Einklang mit seinem einzigartigen kulturellen Erbe als Industrieregion.

Zusätzlich zu den gegenwärtigen Kunstwerken zeigten die „Ruhrblicke“ Arbeiten von Bernd und Hilla Becher. Das renommierte Künstlerhepaar erlangte bereits in den Siebzigerjahren mit seinen Serienkonzepten von Schwarz-Weiß-Fotografien der nomadischen Industriekultur internationale Bekanntheit. Nach dem Tod ihres Mannes ergänzte Hilla Becher mit drei zusammengestellten Typologien ihrer Industriefotografien die „Ruhrblicke“ durch eine Perspektive aus der Vergangenheit. Gerade diese Zusammensetzung von Bildern einer längst vergangenen Zeit und Fotografien des Hier und Jetzt spiegelt den dynamischen Umbruch und damit die Revierrealität künstlerisch wider.

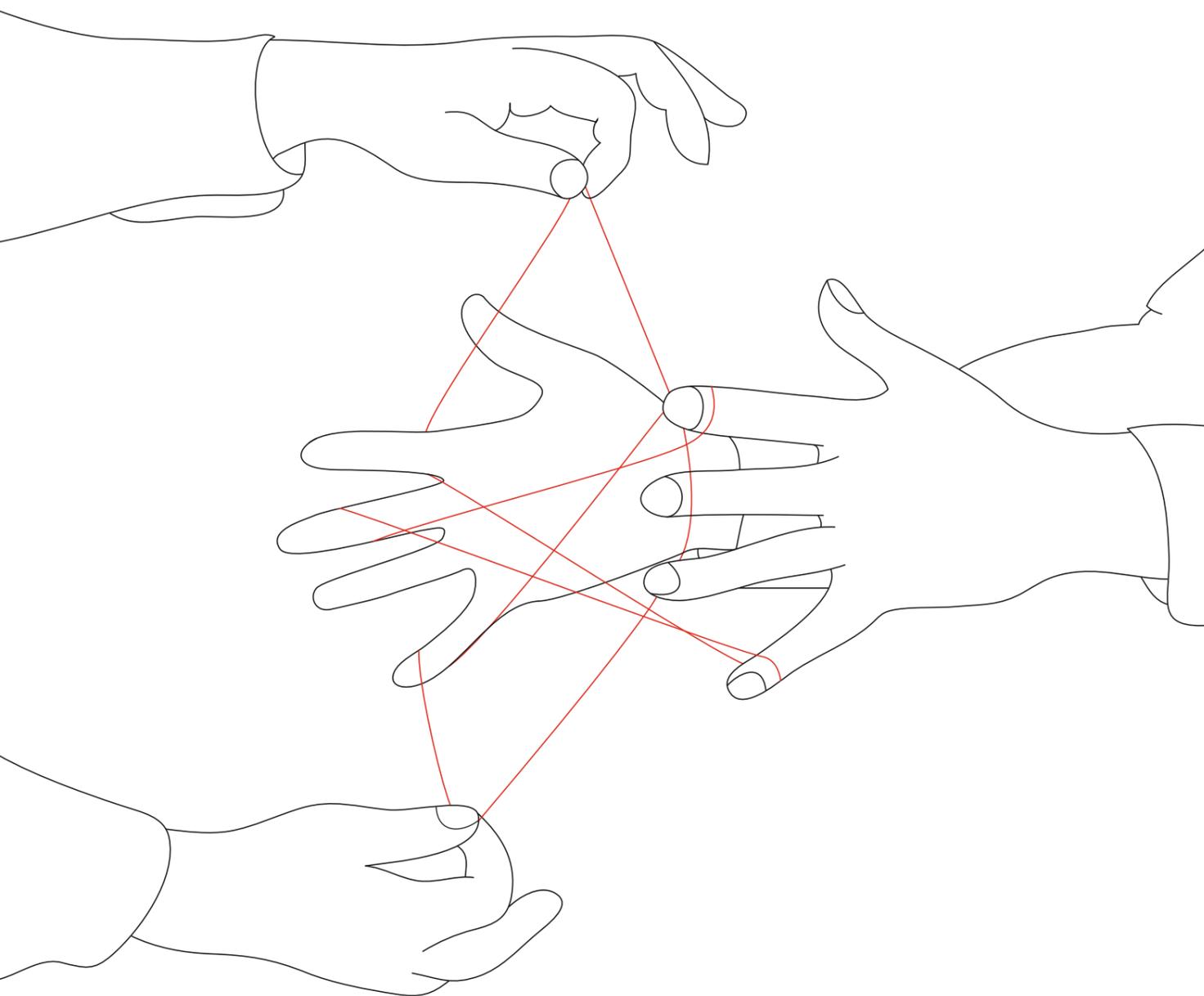
VERGANGENHEIT UND ZUKUNFT DES REVIERS:
EIN DIALOG AUF AUGENHÖHE

Wenn auch mit unterschiedlichen Ansätzen, befragten alle Künstler die Landschaft und ihre Bewohner als Bedeutungsträger an der Schnittstelle zwischen Erinnerung und Zukunft. Auch die Fotografen wissen über den besonderen Reiz des sich wandelnden Ruhrgebiets. Denn erst durch die von Gegensätzen geprägte Entwicklung und die widersprüchlichen Wirklichkeiten im Laufe der Jahre konnte der „Ruhrpott“ sein unnachahmliches Profil entfalten. „Mir ist der momentane Zustand zwischen zwei Nutzungen ja am liebsten“, sagte Fotograf Matthias Koch, und auch Andreas Gursky erklärte im Gut.Magazin der Sparkassen-Finanzgruppe, gerade in der Wandlungsfähigkeit des Reviers dessen Potenzial als Identitätsstifter zu erkennen.

Kuratiert wurde das Fotoprojekt von Thomas Weski, Professor an der Hochschule für Grafik und Buchkunst in Leipzig, der sich überwältigt vom Erfolg des Projekts zeigte. „Besonders schön ist es für die Veranstalter zu sehen, dass nun nach Ende der Ausstellung in Essen Werke aus den Beiträgen in Einzelausstellungen oder Retrospektiven der Projektteilnehmer und damit in anderen Zusammenhängen zu sehen sind. Die „Ruhrblicke“ haben also ein zweites Leben und bestehen nicht nur aus Erinnerungen an ein in jeder Hinsicht ungewöhnliches Projekt“, resümierte der Kurator. Durch Wanderausstellungen in verschiedenen Sparkassen und Museen in NRW unterstützen die „Ruhrblicke“ sowohl das kulturelle Erbe als auch die Zukunft der Metropolregion Ruhr nachhaltig.

Das SANAA-Gebäude fügte sich als Ausstellungsort beinahe nahtlos in das künstlerische Konzept des Fotoprojekts ein. Der kubistische Neubau auf dem Gelände der ehemaligen Zeche Zollverein in Essen wurde im Jahr 2010 mit dem Architekturpreis Nike ausgezeichnet. Seinen Namen verdankt das Gebäude dem Tokioter Architektenbüro SANAA.

Die rheinischen Sparkassen sind mit dem Verlauf ihres Experiments zur Förderung der regionalen Kulturlandschaft zufrieden. „Das Ruhrgebiet als Kulturhauptstadt des Jahres 2010 bot eine nahezu unüberschaubare Fülle an Veranstaltungen und Aktionen. Die Ausstellung ‚Ruhrblicke‘ gehört dabei sicherlich zu den Aktionen mit Langzeitwirkung“, lautete das positive Fazit von Hans-Werner Tomalak, dem Vorstandsvorsitzenden der Sparkasse Duisburg.



Kooperation

Partnerschaften stärken Maßnahmen für Klimaschutz
Ein Überblick

Gemeinsam stärker: Zahlreiche Sparkassen im Verbandsgebiet haben bereits eigene Produkte und Projekte rund um die Themen Nachhaltigkeit, Umwelt- und Klimaschutz lanciert. Oder sie sind vor Ort in Kampagnen und Aktionen involviert, die das öffentliche Bewusstsein für Nachhaltigkeitsaspekte schärfen sollen. In vielen Fällen kooperieren sie dabei erfolgreich mit kommunalen und regionalen Partnern aus der Versorgungswirtschaft oder der Wirtschaftsförderung. Diese Partnerschaften ermöglichen es den Sparkassen, ihr Profil als regionale engagierte Institute mit Netzwerkqualitäten zu schärfen.

„Das ‚e² KlimaSparen‘ ermöglicht unseren Stromkunden einen individuellen Beitrag zum Klimaschutz.“

Dipl.-Ing. Johannes Gösling, Vertriebsvorstand der Stadtwerke Duisburg AG

Sparkasse Duisburg

In vielen Fällen bilden solche Kooperationen die Basis zur Entwicklung neuer, erfolgreicher Produkte, die für alle Beteiligten eine Win-win-Situation eröffnen – wie zum Beispiel in Duisburg, wo die Sparkasse gemeinsam mit den Stadtwerken ein interessantes Anlageprodukt entwickelt hat: das „e² KlimaSparen“. Angeboten wurde unter diesem Namen ein Sparvertrag mit einer Laufzeit von fünf Jahren und einer Verzinsung in Höhe von bis zu 3,5 Prozent. Der besondere Aspekt dieser Anlageform: Das empfangene Kapital wurde von der Sparkasse an die Stadtwerke weitergeleitet um in Klimaschutzprojekte in der Region Duisburg investiert zu werden. Die Stadtwerke haben nämlich ehrgeizige Ziele: „Unser Ziel ist es, in Zukunft über eigene Erzeugungskapazitäten für erneuerbare Energien zu verfügen“, sagt Johannes Gösling, Vertriebsvorstand der Stadtwerke Duisburg. „Das ‚e² KlimaSparen‘ ermöglicht unseren Stromkunden, ihr Geld bei der Sparkasse Duisburg anzulegen und damit einen individuellen Beitrag zum Klimaschutz zu leisten.“ Geplant sind beispielsweise die Projektierung einer Windkraft- und einer Fotovoltaikanlage in Duisburg sowie die Nutzung von Wasserkraft und Biomasse. Die Aktion war ein großer Erfolg. Das mit den Stadtwerken vereinbarte Kontingent von 10 Millionen Euro war schon sechs Wochen nach Start der Aktion im September 2010 erreicht. Insgesamt wurden 1.254 Sparverträge mit einem durchschnittlichen Anlagevolumen von 8.000 Euro abgeschlossen. Zur breiten Streuung trug auch bei, dass die Sparkasse den Höchstanlagebetrag auf 10.000 Euro festsetzte: „Wir wollten mit diesem Produkt möglichst viele Kunden erreichen, um dem Thema auch eine große Wirksamkeit in der Öffentlichkeit zu sichern“, sagt Achim Gabriel, Marketingleiter der Sparkasse Duisburg. Dank des großen Erfolgs denkt man sowohl bei der Sparkasse als auch bei den Stadtwerken über eine Neuauflage des Projekts nach. Zumal das Klimasparen auch auf große Resonanz in den regionalen Medien stieß: Tageszeitungen und Rundfunksender berichteten ausführlich und durchgehend positiv über den Stand des Projekts. „Es war natürlich auch ein Ziel der Aktion, sowohl die Stadtwerke als auch die Sparkasse als regional verantwortungsbewusste Institutionen darzustellen“, so Gabriel. „Das ist uns auch gelungen.“

„Wir wollen mit unserer Stiftung für das Thema Klimaschutz eine Plattform für ein breit angelegtes bürgerschaftliches Engagement schaffen.“

Dr. Ulrich Gröschel, Vorstandsmitglied der Sparkasse KölnBonn und stellvertretender Vorstandsvorsitzender der Stiftung Bonner Klimabotschafter

Sparkasse KölnBonn

Die Zusammenarbeit zwischen Stadtwerken und Sparkassen bei der Lancierung innovativer Sparprodukte, die Kapital für zukunfts- und nachhaltigkeitsorientierte Investitionen einwerben, ist ein Modell, das auch in anderen deutschen Kommunen erfolgreich umgesetzt wurde. Einen etwas anderen Weg geht die Sparkasse KölnBonn mit einem interessanten Stiftungskonzept: Die „Stiftung Bonner Klimabotschafter“ ermöglicht es Bürgerinnen und Bürgern der Bundesstadt, die auch Tagungsort des „Petersberger Klimadialogs“ war und Sitz des Klimasekretariats der Vereinten Nationen ist, sich ganz konkret für Klima- und Umweltschutz zu engagieren. Einmal finanziell: Schon mit vier Euro kann man sich als

Klimapate an der Klimastiftung beteiligen. Drei Euro fließen in das Stiftungskapital, der restliche Euro wird direkt in Klimaschutzprojekte investiert. Zudem können sich Bürgerinnen und Bürger als „Bonner Klimabotschafter“ engagieren, indem sie in der Stadt konkrete Projekte umsetzen und bei anderen für ein klimagerechtes Verhalten werben. „Mit unserer ‚Stiftung Bonner Klimabotschafter‘ verknüpfen wir ein globales Thema mit regionalem Engagement“, erläutert Dr. Ulrich Gröschel, Vorstandsmitglied der Sparkasse KölnBonn und im Stiftungsvorstand stellvertretender Vorsitzender. „Wir wollen hier eine Plattform für ein breites bürgerschaftliches Engagement für den Klimaschutz schaffen.“ Es gehe darum, die Menschen auf die einfachen Dinge aufmerksam zu machen, etwa indem man Informationen darüber bereitstelle, wie sich schon im Alltag Energie sparen lasse, so Stiftungsgeschäftsführer Jürgen Reske, zugleich auch Geschäftsführer der Bonner Bürgerstiftung, unter deren Dach die Klimastiftung angesiedelt ist. „Unser Ziel ist, möglichst viele Bonner Bürger, Unternehmen und Organisationen für den Klimaschutz zu sensibilisieren und zu begeistern.“

Eine der ersten Initiativen, die unterstützt wurden, war beispielsweise ein Energieeffizienzprojekt für das altehrwürdige Bonner Münster. Hier wurden nicht nur die 130 Glühbirnen durch dimmbare Energiesparlampen ersetzt, es wird auch in den Bereichen Strom, Heizung und Lüftung effizienter mit der Energie umgegangen. In Kooperation mit einem der Partner der „Stiftung Bonner Klimabotschafter“, den Stadtwerken Bonn, wird es im Rahmen des jährlich verliehenen Bonner Energieeffizienzpreises auch eine Kategorie mit dem bezeichnenden Namen „KlimaBonnBon“ geben: Damit sollen originelle, innovative, umsetzbare und nachahmenswerte Energiesparideen von Bürgern, Jugendlichen, Unternehmen, Nachbarschafts- oder Freundeskreisen gewürdigt werden.

„Die Nachfrage nach Fördermitteln für erneuerbare Energien hat im Rahmen unserer Aktivitäten deutlich zugenommen.“

Bernd Nürnberger, Direktor Unternehmens- und Technologieförderung der Kreissparkasse Köln

Kreissparkasse Köln

Regionales Verantwortungsbewusstsein kommt auf vielen Feldern zum Tragen: Eines davon sind die wirtschaftsfördernden Aktivitäten der Sparkassen. Wirtschaftsförderung benötigt verlässliche Perspektiven und Eckdaten für die Zukunft. Die Kreissparkasse Köln unterstützte darum schon im Februar 2007 die Erstellung einer Modellstudie für erneuerbare Energien und autarke Regionen im Rhein-Sieg-Kreis. Kooperationspartner war die Wirtschaftsförderung des Rhein-Sieg-Kreises. Angefertigt wurde die Studie durch das Research Studio Austria, eine der führenden Forschungsgesellschaften auf diesem Gebiet. Die Kooperation zwischen Kreissparkasse und Wirtschaftsförderung machte die Studie nicht nur möglich, sondern sicherte ihr auch eine detaillierte und grundlegende Datenbasis. Das Ergebnis war ermutigend: Die „EnergieRegion Rhein-Sieg“ verfüge über ein Potenzial an erneuerbaren Energien, das „den Strom- und Wärmebedarf dieser Region zu 123 Prozent decken könnte“, hieß es in der Studie, und bei „optimaler Nutzung aller erneuerbaren Energiequellen“ böte sich dem Rhein-Sieg-Kreis mithin die Chance, „energetisch autark zu sein.“ Frithjof Kühn, Landrat des Rhein-Sieg-Kreises, lobte die Studie denn auch ausdrücklich als „Investition in die Zukunft“, die „Potenziale für eine künftige Versorgungssicherheit und für eine Nachhaltigkeit im Sinne einer zeitgemäßen Klimapolitik“ ermittelt habe. Die Studie – deren Ergebnisse der Öffentlichkeit umgehend zur Verfügung gestellt wurden – war allerdings nur ein erster Schritt. Darauf aufbauend hat die Kreissparkasse, wiederum in enger Kooperation mit der Wirtschaftsförderung des Kreises, die Entwicklung eines „Planes für Maßnahmen und Projekte für erneuerbare Energien im Rhein-Sieg-Kreis“ beauftragt.

Dieser Maßnahmenplan konnte im Mai 2009 der Öffentlichkeit vorgestellt werden und bot einen systematischen Überblick über die aktuelle Situation der Nutzung erneuerbarer Energien in den kreiszugehörigen Kommunen. Er mündet nun Zug um Zug in konkrete Aktivitäten. Eine erste Maßnahme war die Erstellung eines Solardachflächenkatasters durch den Rhein-Sieg-Kreis im Jahr 2010: Bürger und Unternehmen können nun auf einer eigens eingerichteten Website im Internet nachprüfen, ob ihr Haus oder Gebäude grundsätzlich für die Stromgewinnung per Fotovoltaik geeignet ist. Weitere Signalprojekte, etwa zur Vermarktung und systematischen energetischen Nutzung der im Kreis vorhandenen Holzressourcen, sollen folgen. „Die öffentliche Resonanz auf die Studie und die damit verbundenen Maßnahmen ist sehr positiv“, sagt Bernd Nürnberger, Direktor Unternehmens- und Technologieförderung bei der Kreissparkasse Köln. „Im Rahmen unserer sehr umfangreichen Aktivitäten bei der Bereitstellung von öffentlichen Förderprogrammen hat auch die Nachfrage nach und die Abnahme von Fördermitteln für erneuerbare Energien deutlich zugenommen.“

„Die Resonanz auf die ‚Mission E‘ ist sehr gut. Wir haben bei den Mitarbeitern für viele Aha-Effekte sorgen können.“

Daniel Höveler, Fachbereich Unternehmenskommunikation bei der Sparkasse Neuss

Sparkasse Neuss

Sparkassen sind, als regional verantwortungsbewusste Institute, auch Unternehmen mit Vorbildcharakter. An vielen rheinischen Sparkassen gibt es daher auch Projekte, die nach innen gerichtet sind, die die eigene Energieeffizienz verbessern sowie Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu energiebewusstem Verhalten animieren sollen. Die Sparkasse Neuss beispielsweise kooperiert mit der EnergieAgentur.NRW in einem auf drei Jahre angelegten Projekt namens „Mission E“. Die Kampagne setzt auf einem Konzept auf, das die EnergieAgentur 2006 erstmals gemeinsam mit der Bundeswehr durchgeführt und seither in unterschiedlichen Formen auch mit anderen Unternehmen und Organisationen umgesetzt hat. Ziel dieses Konzepts ist es, die Sensibilität von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern mithilfe motivierender Aktionen zu wecken, zu eigener Kreativität zu ermuntern und auch im privaten Umfeld bewusster zu agieren. Außer der Bundeswehr haben auch schon andere Unternehmen und Organisationen vergleichbare „Missionen“ mit der Energieagentur durchgeführt, darunter beispielsweise die Kommunen Bochum und Dortmund. Lob gab es außerdem von der UNESCO, die das Konzept als offizielles Projekt der „Weltdekade Bildung für nachhaltige Entwicklung“ aufnahm, und sogar vom Pentagon, das die „Mission E“ als „gut durchdachte und effektiv implementierte Kampagne“ würdigte. „E“ steht dabei für Energie, Effizienz, Emission, Einsparung und Engagement. Diese Kernaspekte hat die Sparkasse Neuss mit ihrer eigenen „Mission E“ aufgegriffen, zeitgleich übrigens mit der Stadt Neuss – eine Parallelität, die man ganz im Sinne des Effizienzgedankens für eine Kostenkooperation in der Kommunikation zu diesen Aktivitäten nutzte. Mit Aktionswochen, Informationsmaterialien und Büroundgängen unterstützt die Sparkasse Neuss das energiebewusste Verhalten der Mitarbeiter und leistet so einen aktiven Beitrag zum Umweltschutz. Die Aktion „Mission E“ ist auf drei Jahre angelegt und wird in Kooperation mit der EnergieAgentur.NRW durchgeführt. Die Resonanz, heißt es bei der Sparkasse, sei ausgesprochen positiv: „Wir haben bei den Mitarbeitern für viele Aha-Effekte sorgen können, und inzwischen gibt es auch viele Anregungen, die uns von dort erreichen.“

„Das Engagement der Sparkasse hat zur großen Sichtbarkeit unserer Kampagne beigetragen.“

Dagmar Fröhlich, Projektmanagerin „Unsere Stadt. Unser Klima.“, Essener Versorgungs- und Verkehrsgesellschaft mbH

Sparkasse Essen

Kommunales Engagement kann sich auch in der Teilnahme an Aktionen äußern, die sich inhaltlich und thematisch mit den Zielen der Sparkasse decken. So beteiligte sich die Sparkasse Essen an einer Kampagne, die von der Stadt initiiert wurde. Am 10. Juni 2009 fiel dort der Startschuss für die Klimakampagne „Unsere Stadt. Unser Klima.“. Beteiligt waren außer der Stadtverwaltung alle Tochterunternehmen und Partner der Kommune. Sichtbares Markenzeichen dieser Aktion waren sogenannte „bunte Klimaspruchbänder“: Rund 250 dieser bunten Transparente, auf denen Slogans wie „Mehr Grün, mehr Klima“ zu lesen waren, wurden an Gebäuden aufgehängt, in denen aktiv Klimaschutz angewendet und praktiziert wird. Darunter waren auch einige Sparkassen-Gebäude: „Das hat, aufgrund der dichten Präsenz der Sparkasse in den einzelnen Stadtteilen, zur großen Sichtbarkeit dieser Kampagne beigetragen“, sagt Projektmanagerin Dagmar Fröhlich. „Wir sehen uns als verlässlicher Partner vor Ort, darum unterstützen wir auch effektiv die Klimaschutzstrategie der Stadt“, heißt es aufseiten der Sparkasse. „Unser Selbstverständnis geht über das eines reinen Kreditinstituts hinaus – wir sind in Essen nicht nur vor Ort, sondern hier zu Hause. Unser Anspruch ist es, nicht nur selbst umweltbewusst zu handeln, sondern als Multiplikator den Essener Bürgerinnen und Bürgern ein Spektrum an Möglichkeiten zu bieten, sich aktiv für den Klimaschutz zu engagieren.“ Auch die Sparkasse zog Nutzen aus dieser Aktion, bot sie ihr doch eine gute Plattform, um eigene Aktivitäten sowie nachhaltigkeitsorientierte Produkte und Services vorzustellen – so etwa in einer umfangreichen Broschüre, die Aktivitäten der städtischen Töchter und Partnerunternehmen ausführlich darstellte und auch der Sparkasse Gelegenheit gab, für Produkte zur energieeffizienten Sanierungs- und Baufinanzierung zu werben.

Investition

*Nachhaltigkeitspreis beim Planspiel Börse
Ein Protokoll*



Die nachhaltige Forstwirtschaft fällt in einem Wald nur so viele Bäume, wie natürlich nachwachsen. So garantiert sie einen gesunden Wald, von dem auch nachfolgende Generationen profitieren können. Dieses Prinzip des nachhaltigen Wirtschaftens lässt sich ebenso an der Börse wiederfinden. Um einen verantwortungsbewussten Umgang mit Geldanlagen bereits bei Jugendlichen zu fördern, setzt nun auch das Planspiel Börse auf Nachhaltigkeit.

In diesem Jahr vergab der Rheinische Sparkassen- und Giroverband beim Planspiel Börse erstmals einen eigenen Nachhaltigkeitspreis für die Region. Mit dieser Erweiterung wurde insbesondere auch der Auszeichnung des Planspiels

im Rahmen der UN-Dekade „Bildung für nachhaltige Entwicklung“ Rechnung getragen. Die UNESCO würdigt damit die ökonomische Grundbildung, die bei der Börsensimulation spielerisch vermittelt wird. Investieren ohne Rücksicht auf Verluste kann nicht die Grundlage einer funktionierenden Wirtschaft sein, deshalb muss das Konzept der Nachhaltigkeit auch in der Finanzwelt im Mittelpunkt stehen. Und wer das früh lernt, agiert auch in der Zukunft nachhaltig – davon sind Sparkassen und UNESCO überzeugt.

Für die Einführung der Nachhaltigkeitsparte des Wettbewerbs hat der Rheinische Sparkassen- und Giroverband den perfekten Zeitpunkt gewählt, denn mit dem Jahresthema „Geld“ stand die UN-Dekade im Jahr 2010 ganz im Zeichen des nachhaltigen Wirtschaftens. Vor allem die

Gewinnerteam „The skiller and the rest“: Raphael Küster, Michaela Müller, Felix Leuchten (v.l. n.r.); Jan Oberdörster (o. Abb.)

weltweite Wirtschafts- und Finanzmarktkrise hatte die Notwendigkeit einer verantwortungsbewussten Interaktion in und mit der Finanzwelt sichtbar gemacht – angefangen beim täglichen Einkauf bis hin zur Investition an der Börse. Doch was zeichnet ethisches Investment aus? In erster Linie sollen riskante und kurzfristige Entscheidungen durch langfristige Handlungsalternativen ersetzt werden, ohne dass das ökonomische Potenzial aus dem Fokus gerät. Das bedeutet, dass bei der Zusammenstellung des Finanzportfolios neben Renditekriterien auch moralische und ökologische Faktoren miteinbezogen werden. An der Börse wurde deshalb ein Nachhaltigkeitsindex eingeführt, mit dessen Hilfe sich das Nachhaltigkeitspotenzial von Unternehmen und deren Aktien ermitteln lässt. Bei den 2.796 teilnehmenden Teams aus dem Rheinland stand die

Nachhaltigkeit jedoch nicht nur wegen des Sonderpreises hoch im Kurs. In den zehn Spielwochen der 28. Spielrunde des Planspiels zeigte sich vor allem, dass nachhaltiges Wirtschaften keinesfalls einen Verzicht auf Gewinne bedeutet. Bei der Preisverleihung im Meilenwerk in Düsseldorf schaffte das Schüler-Team „TBB“ aus Wuppertal im konventionellen Wettbewerb mit dem Depotwert von 68.075,83 Euro den Sprung auf Platz eins. Im Nachhaltigkeitsentscheid siegten die Nachwuchsbroker von „The skiller and the rest“, die ihr Portfolio auf Aktien des weltweit größten Rohstoffkonzerns und deutscher Fahrzeughersteller stützten. Sie erwirtschafteten insgesamt 62.482,08 Euro und damit lediglich 5.500 Euro weniger als die Sieger im konventionellen Wettbewerb. So rentierte sich ihr nachhaltiges Anlagekonzept für Depot und Umwelt zugleich.

→ HERAUSFORDERUNG

Ein Jubiläum im Zeichen der Nachhaltigkeit: Vor 20 Jahren nahm das Wuppertal-Institut seine Arbeit auf. Die Feierlichkeiten stehen ganz im Zeichen des „Factors W – Wandel als Herausforderung“. 2010 erhielt das Institut den Wuppertaler Wirtschaftspreis, der jährlich von der Wuppertal Marketing GmbH, der Stadtsparkasse Wuppertal und „Wuppertal Aktiv e.V.“ vergeben wird. Ein Gespräch mit Institutspräsident Professor Dr. Uwe Schneidewind über wirtschaftliche Nachhaltigkeit, ökologische Verantwortung, den Standort Wuppertal und das Geschäftsmodell der Sparkassen.

Professor Schneidewind, in den 20 Jahren seit Gründung Ihres Instituts ist das Wort „Nachhaltigkeit“ zu einem viel diskutierten Begriff geworden. Wie viel hat das Institut dazu beigetragen?

Ich denke, unsere Arbeit hat die Debatten sicher beeinflusst. Das sieht man auch an den vielen Ehrungen, die Ernst Ulrich von Weizsäcker in den vergangenen Monaten erhalten hat. Es war eine Entscheidung des damaligen Ministerpräsidenten Johannes Rau, ein Landesinstitut zu schaffen, das klar auf Nachhaltigkeitsforschung fokussiert. Und den prägenden Personen der Anfangsphase – vor allem den beiden ersten Leitern des Instituts, Professor von Weizsäcker und Professor Peter Henricke – gebührt das Verdienst, das Institut und seine Forschungsthemen in der Öffentlichkeit sichtbar gemacht zu haben. Damit ist ein Rahmen geschaffen worden, der uns in den vergangenen 20 Jahren immer wieder den Raum gegeben hat, die öffentlichen Debatten zum Thema Nachhaltigkeit entscheidend zu beeinflussen.

Warum spielt gerade die Ökologie eine so wichtige Rolle für die Definition von Nachhaltigkeit?

Wir wissen schon seit den späten Siebzigerjahren, dass für die Beantwortung der Frage nach einer gerechten Wirtschaftsordnung der Raubbau an den ökologi-

schen Grundlagen der wichtigste Engpass sein wird. Anders gesagt: Die Ökologie ist ein besonders virulenter Indikator dafür, dass unser Wirtschaften und Handeln in den letzten 40 Jahren nicht nachhaltig genug gewesen ist. Hier spüren wir am deutlichsten, dass wir uns die Grundlagen für jegliches zukünftige Wirtschaften und Zusammenleben rauben, wenn wir so weitermachen wie bisher.

Warum ist Nachhaltigkeit nicht nur politisch wichtig, sondern auch ökonomisch sinnvoll?

Der Begriff stammt ja aus der Forstwirtschaft: Wenn ich die grundlegende Ressource, den Wald, so stark abbaue, dass er nicht mehr existiert, dann raube ich mir jegliche Grundlage weiteren wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Handelns. Ein berühmtes Beispiel ist die Osterinsel im Pazifik: Dort ist eine hochstehende Zivilisation zugrunde gegangen, weil sie die einstmals walddreiche Insel zu extensiv ausgebeutet hat. Was dort im Kleinen passiert ist, gilt es global zu verhindern. Die ökologische Herausforderung ist darum auch eine Aufforderung zur Innovation: Gerade für eine exportorientierte Industrienation wie Deutschland sind technologische Lösungen auf den Gebieten der Ressourcen- und Energieeffizienz ein fundamentaler Wettbewerbsfaktor. Wenn heute international die Verstärkung ökologischer Anstrengungen gefordert wird, dann ist das auch im Sinne einer vernünftigen Wirtschaftspolitik für den Standort Deutschland.

Das Wuppertal-Institut forscht auch zu Fragen des ethischen Konsums. In den vergangenen Jahren achteten viele Konsumenten genauer darauf, woher Produkte kommen und was sie bewirken. Woher kommt dieses Interesse?

In einer hoch entwickelten Gesellschaft ist die bloße Existenzsicherung nicht mehr das primäre Anliegen der Menschen. Wirtschaftlicher Erfolg und politische Stabilität der vergangenen Jahrzehnte haben uns die Möglichkeit gegeben, nach weitergehenden Werten und Orientierungen zu suchen und zu fragen: „Was macht eine



*Prof. Dr. Uwe Schneidewind (*1966 in Köln) ist seit dem 1. März 2010 Präsident des Wuppertal-Instituts. Der promovierte Betriebswirt wirkte zuvor u.a. als Professor für Produktionswirtschaft und Umwelt an der Carl-von-Ossietzky-Universität Oldenburg und war von 2004 bis 2008 auch deren Präsident*

→ HERAUSFORDERUNG

erfüllte Existenz aus?“ Aus der Werteforschung wissen wir, dass die Wahrnehmung von Verantwortung über den eigenen Horizont hinaus ein sehr wichtiges sinnstiftendes Motiv ist. Vielen Menschen ist es darum wichtig geworden, dass das Essen nicht nur gut schmeckt und satt macht, sondern ihnen auch das Gefühl gibt, durch ihre Form des Konsums zu einer gerechteren Welt beitragen zu können. Bei Lebensmitteln ist diese Suche nach gesellschaftlichem Mehrwert besonders augenscheinlich, aber sie betrifft auch andere Produktkategorien. Etwa in der Finanzwirtschaft: Folgte die Suche nach der richtigen Geldanlage früher rein betriebswirtschaftlichem Kalkül, so ist sie jetzt ein Lifestyle-Produkt, das auch bestimmten Wertmaßstäben standhalten muss.

Ist Nachhaltigkeit nur ein Schlüssel zu innovativen Produkten?

Nicht nur Konsumenten, auch Mitarbeiter achten genauer darauf, wie sich ein Unternehmen verhält und ob das mit ihren eigenen Wertvorstellungen vereinbar ist. Angesichts der demografischen Situation in Deutschland ist die Suche nach qualifiziertem Personal eine große Herausforderung. Die Menschen haben heutzutage sehr viel größere Freiräume, die sie bei der Suche nach einem zukünftigen Arbeitgeber auch gezielt nutzen. Für die Attraktivität eines Unternehmens spielt es eine große Rolle, ob es sein Geschäft verantwortungsvoll und sinnorientiert betreibt.

Sie sitzen in Wuppertal an einem ganz besonderen Standort: quasi an einer Schnittstelle zwischen alten und neuen Industrien, und inmitten des Bergischen Lands, wo es auch noch viel ursprüngliche Naturlandschaft gibt. Was bedeutet der Standort Wuppertal für Ihr Institut?

Wuppertal ist ein hervorragender Standort, denn die Stadt hat in den vergangenen Jahrzehnten gewaltige Umbrüche erlebt und ist gerade dabei, sich das Thema Ressourcen- und Energieeffizienz neu zu erschließen. Wir führen viele unserer Projekte vor Ort durch und können diese Entwicklungen aus erster Hand beobachten. Außerdem haben wir in Wuppertal das

Glück, zentral mit vielen Partnern in Nordrhein-Westfalen zusammenarbeiten zu können. Und es gibt hier die Bergische Universität, die in vielen Fachbereichen intensiv an Lösungen für die zukünftige Energieversorgung arbeitet und in wissenschaftlicher Hinsicht für uns ein ganz wichtiger Kooperationspartner ist.

Wie ist der Kontakt zur Stadtsparkasse Wuppertal? Gibt es Kooperationen?

Wir haben ein partnerschaftliches Verhältnis zur Sparkasse: Sie ist einer der Hauptsponsoren des Kongresses, den wir aus Anlass unseres Jubiläums am 30. September 2011 in der Historischen Stadthalle veranstalten. Das gute Verhältnis hat sicher auch dazu beigetragen, dass unser Institut inzwischen ein wichtiger Faktor in der Wuppertaler Wirtschaftslandschaft ist. Der Wuppertaler Wirtschaftspreis war für uns eine sehr schöne Auszeichnung, weil damit deutlich wurde, dass wir in der Stadt angekommen sind.

Wie nachhaltig ist das Geschäftsmodell der Sparkassen?

Wir haben im Rahmen der Finanzkrise gespürt, dass Wirtschaft kein Selbstzweck ist, sondern zur Wohlfahrt aller beitragen muss. Rein virtuelle Geschäfte, in denen Markt und Marktmechanismen zu einer Art Selbstzweck werden, sind fatal nicht nur für die Wirtschaft, sondern auch für den gesellschaftlichen Fortschritt. Die Sparkassen sind vergleichsweise gut durch die Krise gekommen, und das zeigt, wie sinnvoll es ist, wenn das eigene Handeln an klaren Maßstäben orientiert ist. Letztlich profitiert davon auch die langfristige Entwicklung des Wirtschaftsstandortes. In der Diskussion über nachhaltige Wirtschaftsformen wird viel darüber gesprochen, welche Rechtsformen und Organisationsstrukturen Nachhaltigkeit am besten gewährleisten. Die deutschen Sparkassen liefern hier, gerade auch im europäischen Vergleich, ein hochinteressantes Modell.

Herr Professor Schneidewind, vielen Dank für das Gespräch

Das Wuppertal-Institut für Klima, Umwelt, Energie wurde 1991 vom Naturwissenschaftler Ernst Ulrich von Weizsäcker gegründet. Ziel des Instituts ist die Erforschung und Entwicklung von Leitbildern, Strategien und Instrumenten für nachhaltige Entwicklung auf regionaler, nationaler und internationaler Ebene



Vorbildlichkeit

*Sportförderung: die Leichtathletin Astrid Höfte
Ein Porträt*

Die Sparkassen-Finanzgruppe ist der größte nicht staatliche Förderer des Breiten- und Spitzensports in Deutschland. Mit einem Volumen von über 80 Millionen Euro jährlich richtet sich die Sportförderung der Sparkassen-Finanzgruppe an alle Ebenen des Sports: angefangen von der Kleinstspende für lokale Sportvereine bis hin zur Olympiapartnerschaft.

Der Wecker klingelt, es ist sieben Uhr morgens. Zeit zum Aufstehen für Astrid Höfte. Nach dem Frühstück geht es zu ihrem Büro in der Sparkasse Leverkusen. Das klingt zunächst wie ein ganz normaler Arbeitstag. Erst am frühen Abend wird deutlich, dass der Alltag dieser jungen Frau mit den blonden Locken doch ein ganz anderer ist, als der der meisten deutschen Arbeitnehmer. Ab 17 Uhr wechselt die Athletin vom Hosenanzug in ihr Trikot des TSV Bayer Leverkusen und tauscht ihre Pumps gegen Spikes. Auf der Tartanbahn des Stadions steht im Anschluss an die Arbeit in der Sparkasse ein zweistündiges Training mit Sprint-, Sprung- und Kraftübungen auf dem Programm. Erst gegen 20 Uhr endet der Tag für die sportliche Bankkauffrau. Dann kommt sie nach Hause und legt ihre Karbonprothese ab. Astrid Höfte ist Spitzensportlerin, mehrfache Paralympionikin und gilt als Vorbild für all jene, die tagtäglich ihre Behinderung meistern und Großes leisten.

Astrid Höfte kam am 21. Dezember 1978 mit einer Dysmelie des rechten Unterschenkels auf die Welt. Fibröse Bänder hatten sich im Mutterleib um ihr Bein gewickelt und so den Unterschenkel am Wachsen gehindert. Von ihrer Behinderung zeigte sie sich allerdings schon als Kind wenig beeindruckt. Sie wollte keine Außenseiterin sein – keine, die sich von ihrer Behinderung die Art zu leben vorschreiben lässt. Auch in ihrer Familie stand Normalität an erster Stelle, die beiden Schwestern Astrid und Britta wurden gleichberechtigt erzogen. Genau wie alle anderen Kinder tollte Astrid mit ihrer Schwester auf dem Spielplatz herum, im Mittelpunkt stand immer sie, nicht ihre Behinderung.

Über Umwege zur Leichtathletik

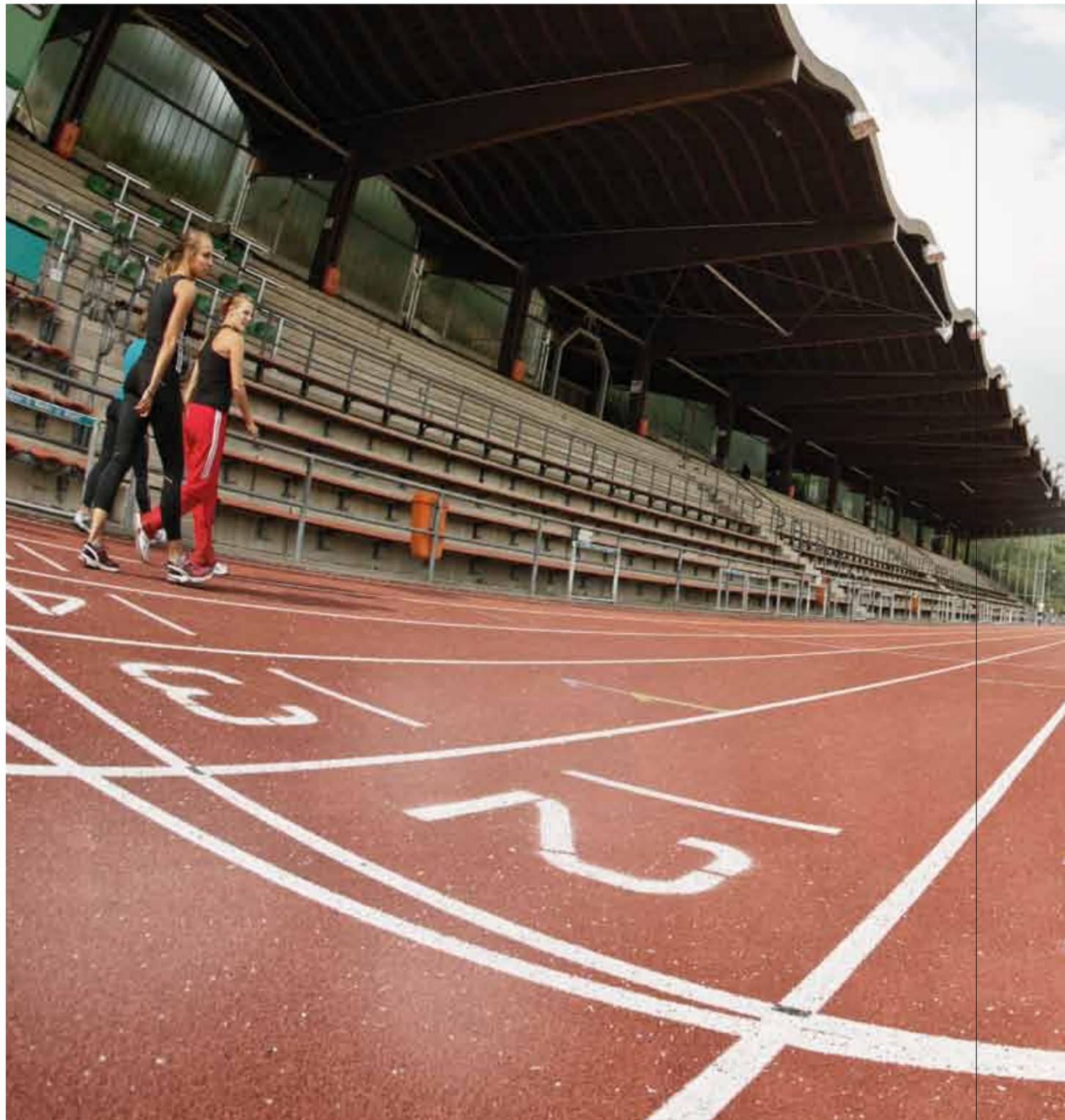
Schon in ihrer Jugend drehte sich für die Münsteranerin alles um den Sport. „Ich habe als Kind leidenschaftlich gerne Volleyball gespielt. Leichtathletik fand ich damals eher langweilig“, erzählt Astrid Höfte schmunzelnd. Über elf Jahre lang spielte sie zusammen mit ihren nicht behinderten Freundinnen in einem Volleyball-Team – und konnte locker mithalten. Zunächst schien für Astrid Höfte eine Karriere als Volleyballerin sicher. Doch dann war es genau dieser Sport, der sie zur Leichtathletik brachte. Auf einem Turnier in Hamburg lernte sie 1996 Jörg Frischmann kennen, den

Geschäftsführer der Abteilung Behindertensport des TSV Bayer Leverkusen. Frischmann, der selbst seit zwei Jahrzehnten erfolgreich als TSV-Athlet die Kugel auf Bestweiten stößt, zeigte sich von Höftes sportlicher Leistung beeindruckt und lud sie zu einem Schnuppertraining nach Leverkusen ein. „Ich war immer eine begeisterte Teamsportlerin und konnte mir einen Wechsel zur Leichtathletik erst gar nicht vorstellen. Glücklicherweise war Jörg aber sehr ausdauernd und konnte mich doch noch zu einem Probe-training überreden. Das Training in Leverkusen hat mir unglaublich viel Spaß gemacht, außerdem stimmte schon am Anfang die Chemie im Team – das hat meinen Abschied vom Volleyball sehr erleichtert“, erinnert sich die Sportlerin.

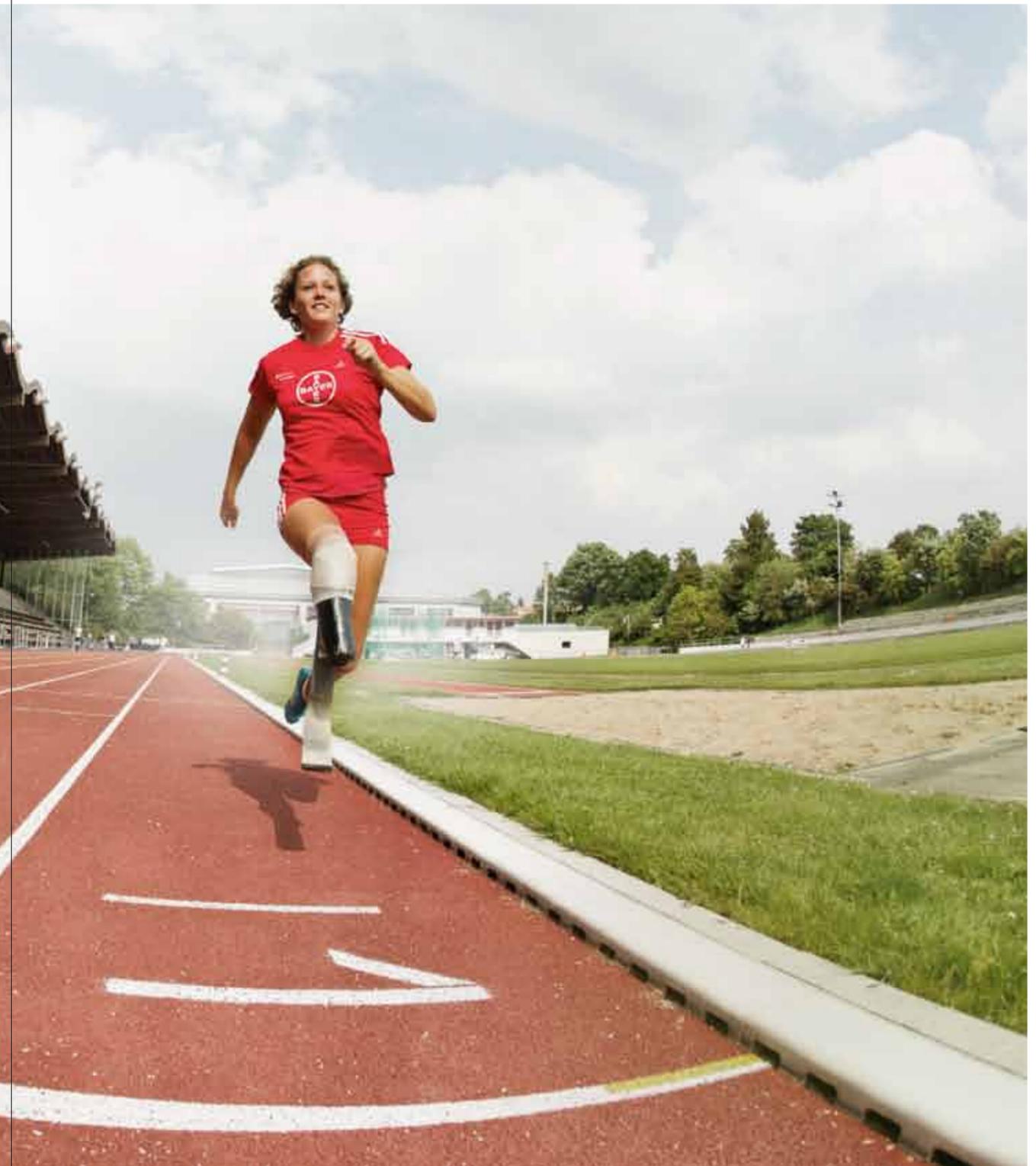
Letztlich überzeugten die hervorragenden Trainings- und Betreuungsmöglichkeiten des Sportvereins Astrid Höfte, den großen Sprung zu wagen und ihren Lebensmittelpunkt vom westfälischen Münster in die Industriestadt am Rhein zu verlegen. Für den Leichtathletikneuling war das Training mit der neuen Karbonprothese anfangs zäh und erforderte viel Kraft und Ausdauer. Die harten Einheiten bei ihrem Trainer Karl-Heinz Düe nahm die Athletin allerdings gerne in Kauf, denn zu dieser Zeit bereitete der TSV gerade ein Nachwuchsteam für die Paralympischen Spiele in Sydney vor. „Schon als Schülerin habe ich in die Freundebücher meiner Klassenkameraden geschrieben, dass ich mir für die Zukunft wünsche, bei den Paralympics eine Medaille zu gewinnen. Mit meinem Start in Sydney konnte ich mir einen Kindheitstraum erfüllen“, erzählt Astrid Höfte stolz. Nur vier Jahre nach ihrem Wechsel in die Leichtathletik „schrammte“ die Sprinterin mit zwei vierten Plätzen über die 100 Meter und die 200 Meter nur haarscharf an einer der erhofften Medaillen vorbei.

Nach einer kurzen Auszeit vom Leistungssport ergab sich für die junge Athletin in Leverkusen eine berufliche Neuorientierung. Die ausgebildete Hotelfachfrau musste erkennen, dass sich ihre sportlichen Ambitionen kaum mit dem Schichtdienst im Hotel vereinbaren ließen. So entschied sie sich, im Jahr 2006 eine Ausbildung zur Bankkauffrau zu beginnen. „Die Sparkasse Leverkusen hat von Beginn an viel Rücksicht auf meine individuellen Bedürfnisse genommen und mich intensiv gefördert“, erklärt Astrid Höfte dankbar.

Der berufliche Neuanfang setzte in der Athletin neue Energie frei, die sich auch in ihren sportlichen Leistungen widerspiegelte. Mit viel Selbstbewusstsein ging es für die Weitspringerin zu den Paralympics nach China. In Peking wollte sie endlich den Sprung aufs Treppchen schaffen. Und tatsächlich: Vor 90.000 Zuschauern ersprang sie sich in einem packenden Finale mit einem Satz auf 4,67 Meter die Bronzemedaille. „Vor dieser wahnsinnigen Kulisse eine paralympische

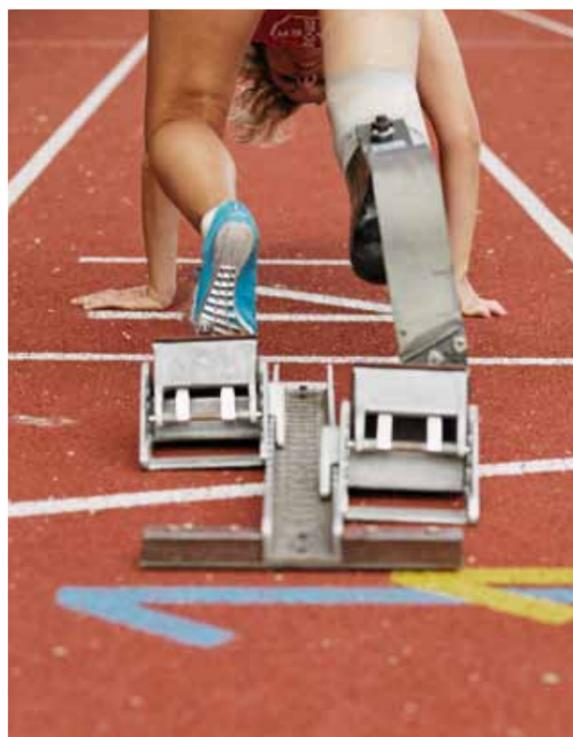


„Ich wurde in meiner Kindheit nie in Watte gepackt und habe so früh gelernt, mit der Prothese zu leben. Für mich ähnelt sie einer Brille, denn sie hilft mir, eine körperliche Schwäche auszugleichen. Behindert habe ich mich deshalb nicht gefühlt“, erklärt Astrid Höfte. Mit 17 Jahren erspielte sich die sportliche Münsteranerin sogar einen Platz in der Sitzvolleyballnationalmannschaft. „Der Sport hat mir gerade in meiner Jugend viel Halt gegeben und natürlich mein Selbstbe-



wusstsein enorm gesteigert“, sagt sie. Um möglichst viele Menschen am vielfältigen Potenzial des Sports teilhaben lassen zu können, engagieren sich die rheinischen Sparkassen und ihre sieben Stiftungen zur Sportförderung für zahlreiche Sportvereine in der Region. Jedes Jahr profitiert der Sport im Rheinland so von einer Förderung durch die Sparkassen in Höhe von über 16 Millionen Euro.

→ VORBILDICHKEIT



Astrid Höfte nahm im Laufe ihrer Karriere bereits an drei Paralympischen Spielen teil – in Sydney, Athen und Peking. Um auch in Zukunft erfolgreiche Spitzensportler auszubilden, engagieren sich die rheinischen Sparkassen in der Förderung junger Sporttalente. Mit der Initiative „Jugend trainiert für Olympia“ setzt sich der Rheinische Sparkassen- und Giroverband für den deutschen Olympianachwuchs ein.

Medaille zu gewinnen war ein unbeschreibliches Gefühl. Bei der Siegerehrung hatte ich eine richtige Gänsehaut“, lässt die Athletin ihren sportlichen Höhepunkt Revue passieren. Dennoch weiß Astrid Höfte, dass sie diesen Erfolg nicht allein ihrer harten Arbeit zu verdanken hat. „Ohne die Unterstützung des TSV und der Sparkasse hätte ich das alles nie erreichen können. In der Vorbereitung für die Paralympischen Spiele kann ich meinen Job auf eine 50-Prozent-Stelle reduzieren. Auch momentan arbeite ich nur zu 90 Prozent, damit ich Arbeit und Training unter einen Hut bekomme“, erklärt die Athletin. Es ist vor allem dieses Gefühl, dass sich die Sparkasse wirklich für ihre Leistungen interessiert und sie nicht nur als Aushängeschild im Sponsoring ansieht, das Astrid Höfte freut. Diese Zufriedenheit macht sich sowohl im Büro als auch im Stadion bemerkbar, und so profitieren Sparkasse und Sportlerin gemeinsam von der Förderung.

Großes Finale in London

Die Paralympischen Spiele in London 2012 sollen der letzte große Wettkampf ihrer Karriere sein, dort will sie nochmals eine Medaille holen. Dass die Spiele in London sowohl sportlich als auch mental besonders hart werden, weiß die Sport-

lerin vom TSV bereits heute. „Lange Zeit konnte ich mir ein Leben ohne den Sport nicht vorstellen, doch jetzt bin ich so weit. Ich möchte gehen, solange ich noch ganz vorne mit-springen kann“, sagt Astrid Höfte mit einer Spur Wehmut in der Stimme. „Alles andere würde mich ohnehin nicht zufriedenstellen“, fügt die Athletin mit einem Augenzwinkern hinzu.

DIE SPORTFÖRDERUNG DER SPARKASSEN

Mit ihrer umfangreichen Sportförderung gehören die rheinischen Sparkassen nicht nur zu den Entdeckern zukünftiger Spitzensportler. Durch ihr Engagement für den Sport tragen sie auch direkt zu einer höheren Lebensqualität für die Menschen in der Region bei. Die Förderung sozialer Kompetenzen von Kindern und Jugendlichen, die Stärkung des multikulturellen Zusammenlebens und die Integration von Senioren und Behinderten stehen im Mittelpunkt des Engagements des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes. Als verlässliche Partner sportlicher Großveranstaltungen, wie etwa dem einzigartigen Weltfest des Pferdesports, dem CHIO in Aachen, setzen die Sparkassen deutliche Akzente für die international anerkannte Spitzensportregion Rheinland.

→ VORBILDICHKEIT



„Vorbildlichkeit bedeutet für mich, mit gutem Beispiel voranzugehen und mit Disziplin und Einsatz die eigenen Grenzen herauszufordern – ganz unabhängig von einer möglichen Behinderung“, sagt Astrid Höfte. Den Abschluss ihrer Karriere möchte die 33-Jährige mit einer Medaille bei den Paralympics in London 2012 feiern.

Auch die Sparkasse Leverkusen setzt sich nicht nur für den städtischen Bundesligaverein ein. Besonders in der Leichtathletik und im Behindertensport profitieren viele Athleten von ihrer Sportförderung. Als Arbeitgeber reagiert die Sparkasse flexibel auf die Bedürfnisse angestellter Athleten. „Wir möchten die Spitzensportler in unserem Hause bestmöglich unterstützen, beruflich wie persönlich. Dabei gehen unsere Interessen Hand in Hand, denn unsere Mitarbeiter tragen ihre enorme Leistungsbereitschaft aus den Stadien dieser Welt ins Büro zurück“, erklärt Manfred Herpolsheimer, Vorstandsvorsitzender der Sparkasse Leverkusen. Im Breitensport fördert die Sparkasse in Zusammenarbeit mit kommunalen Sportpartnern Aktivitäten vor Ort und ermöglicht Ehrenämter. „Die Unterstützung von bis zu 400 Sportmaßnahmen jährlich sieht die Sparkasse als Teil ihres Auftrags an, gut für die Gemeinde zu sein. Denn der Sport fördert genau die Werte, für die wir als Sparkasse eintreten: Teamgeist, Fairness und Leistung“, betont der Vorstandsvorsitzende.

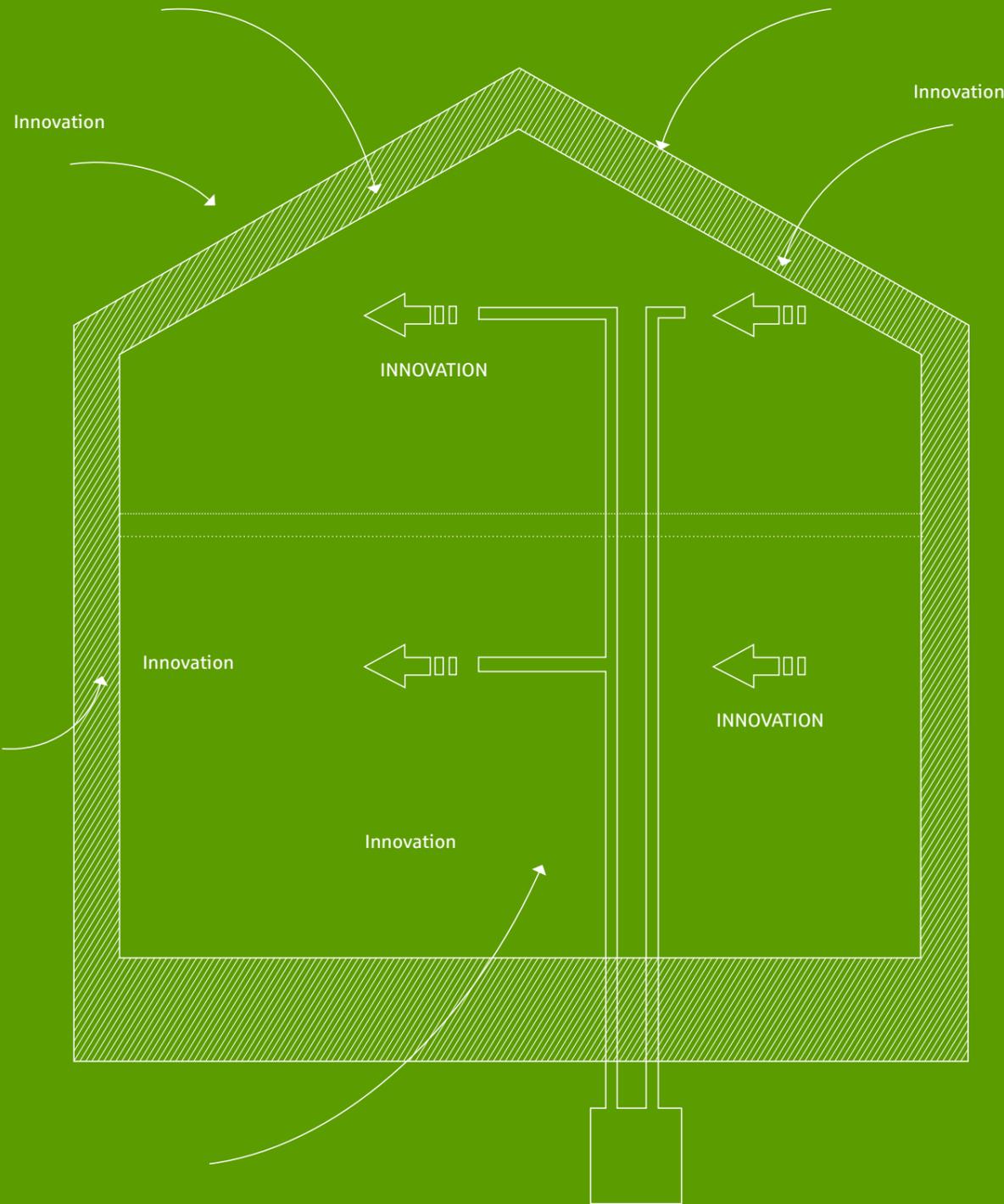
Besonders wichtig ist daher für die rheinischen Sparkassen die Nachwuchsförderung. Deutlich wird dieses Engagement insbesondere beim Wettbewerb „Jugend trainiert

für Olympia“, den die nordrhein-westfälischen Sparkassen als Hauptsponsor unterstützen. Bei den schulischen Wettkämpfen in 16 olympischen Disziplinen werden regelmäßig auch junge Talente für den Leistungssport entdeckt. Allein in Nordrhein-Westfalen verbinden so jährlich rund 150.000 Schüler Disziplin und Ehrgeiz mit Spaß und Teamgeist.

Bereits seit 1997 trägt die Sparkassen-Finanzgruppe als Partner des Deutschen Olympischen Sportbundes gezielt zur Entwicklung vielversprechender Nachwuchssportler in Eliteschulen des Sports bei. Die Sparkasse unterstützt die Eliteschulen konkret bei der Anschaffung neuer Trainingsgeräte oder der Modernisierung von Trainingsanlagen. In den Eliteschulen, die als Verbundsystem von Schule, Internat und Verein fungieren, werden Schüler leistungsgerecht gefordert und gefördert. Neben den beiden rheinischen Standorten Bonn und Essen bildet auch das Leverkusener Landrat-Lucas-Gymnasium mit dem TSV Bayer 04 junge Talente für Sport und Beruf aus – und das sehr erfolgreich: Neben Nationaltorhüter René Adler gehört auch Katrin Green, die 2008 bei den Paralympischen Spielen in Peking zu Gold sprintete, zu den Ehemaligen der Eliteschule am Rhein.

Innovation

Maßstäbe setzen durch energieeffizientes Bauen
Ein Ortstermin



Verantwortungsbewusstes Bauen zahlt sich aus: Energieeffizienz ist längst auch ein ökonomischer Faktor. Kein Wunder, dass dieser Aspekt bei vielen Neubau- und Sanierungsprojekten von rheinischen Sparkassen ganz hoch auf der Agenda steht. Die Sparkassen haben hier in einem besonderen Sinne Vorbildfunktion: Zum einen sind sie für viele Privat- und Unternehmenskunden der wichtigste Ansprechpartner, wenn es um Baufinanzierung geht – ein guter Grund also, die Maßstäbe, die man den Kunden empfiehlt, auch in den eigenen Gebäuden umzusetzen. Zum anderen haben die Geschäftsgebäude der Sparkasse immer auch eine Art Flaggcharakter: Sie stehen an zentralen Punkten eines Ortes oder Stadtteils und prägen das Stadtbild. Neubau- und Sanierungsmaßnahmen sind somit ein Thema von kommunalem Gewicht und stoßen auf große Resonanz in den Medien und in der Öffentlichkeit.

Die Sparkasse Dinslaken-Voerde-Hünxe geht darum mit gutem Beispiel voran: Der Neubau der Hauptgeschäftsstelle in der Dinslakener Innenstadt ist ein ehrgeiziges und innovatives Projekt, das auch über die Grenzen des Geschäftsgebietes hinaus Beachtung findet. Wichtigster Aspekt des Neubaus: Er ist als energiesparendes Passivhaus konzipiert. „Das neue Gebäude ist bewusst als Vorzeigebau in Sachen Energiesparsamkeit und Umweltfreundlichkeit gedacht“, so Projektmanager Thomas Ulland. „Es wird uns ermöglichen, die Betriebskosten um gut 75 Prozent zu senken. Und es vermindert unseren Kohlendioxid-Ausstoß um jährlich 160 Tonnen“, sagt der Projektmanager stolz. „Das entspricht in etwa dem Ausstoß, den 66 Autos mit einer jährlichen Laufleistung von 20.000 Kilometern produzieren.“

Hybrides Haus aus unterschiedlichen Materialien
Erreicht wird dieses beachtliche Ergebnis durch ein komplexes Ineinandergreifen verschiedener technischer Vorkehrungen. So wird das gesamte Gebäude in Hybridbauweise erstellt: Die innen liegende Tragstruktur ist aus Stahlbeton, die Fassade aus vorgefertigten Holzrahmenelementen. Die Berücksichtigung unterschiedlicher Materialien ermöglicht es, verschiedene statische, energetische und ästhetische Vorzüge sinnvoll und kosteneffizient zu kombinieren.

Holzelemente sehen nicht nur ansprechend aus, sie wirken auch wärmedämmend, Beton hingegen ist stabil, schallschonend und wärmespeichernd – ein Aspekt, der durch wasserführende Rohrschleifen in den Betondecken noch zusätzlich verstärkt wird. Fenster mit

Dreifachverglasung und außen liegender Verschattung verhindern außerdem, dass zu viel Wärme aus dem Gebäude an die Außenluft abgegeben wird. Wichtig ist aber vor allem auch die intelligente Gebäudesteuerung: Sämtliche technischen Komponenten, die dem Heizen, Kühlen, Lüften oder Beleuchten dienen, werden durch eine sogenannte Bustechnologie vernetzt gesteuert. Konkret heißt das: Im gesamten Gebäude sind Messstellen für Temperatur, CO-Gehalt, Helligkeit, Luftfeuchtigkeit, Sonnenstand und Wind installiert. Diese Daten werden zentral erfasst, ausgewertet und zur Steuerung an die haustechnischen Anlagen weitergegeben. So kann der tatsächliche Energiebedarf sehr viel genauer bedient und überflüssiger Verbrauch vermieden werden.

Mehr Platz für mehr Effizienz

Ein Neubau war dringend erforderlich: Das 1929 erbaute Vorgängergebäude, das im vergangenen Jahr abgerissen wurde, sei „energetisch nicht mehr tragbar“ gewesen, sagt Sparkassen-Direktor Jürgen Stackebrandt. Aber nicht nur aus Gründen der Energieeffizienz war ein neues Gebäude notwendig: Die Sparkasse hatte dringend Platzbedarf. Die Raumnot im alten Gebäude zwang die Sparkasse dazu, einige Einheiten auszulagern und neben der Hauptstelle an fünf externen Standorten unterzubringen. Erste Sanierungsmaßnahmen vor einigen Jahren brachten zwar etwas Entlastung, aber schließlich entschied man sich doch für einen kompletten Neubau: „Der Altbau genügt den Anforderungen an ein modernes Bürogebäude einfach nicht“, so Stackebrandt. Im neuen Gebäude werden nun sämtliche wichtigen Einheiten Platz finden, was zusätzliche Einsparungs- und Effizienzpotenziale freisetzt.

Die architektonische Gestaltung des Gebäudes unterstreicht das Selbstverständnis der Sparkasse als bedeutender Akteur im Wirtschaftsleben des Geschäftsgebietes: Die abgerundete Fassade demonstriert Helligkeit und Freundlichkeit, aber auch Selbstbewusstsein und Stabilität. Die Rundung der Fassade ist zudem eine bewusste Respektsbezeugung vor dem Altbau, dessen Abriss einige Bürger Dinslakens mit etwas Skepsis betrachteten. „Ich kann die Kritik durchaus verstehen“, sagt Vorstand Stackebrandt. „Mit der Gestaltung des Neubaus wollten wir verdeutlichen, dass wir uns in dieser Kontinuität sehen.“ Der Grundstein für das alte Gebäude sei zudem in einer Zeit wirtschaftlicher Unsicherheit gelegt worden. Schon damals habe man mit der Baumaßnahme ein mutiges Zeichen gesetzt: Und damals wie heute ging es darum, dem Weitblick und der Zukunftsorientierung des Sparkassen-Geschäftsmodells auch baulichen Ausdruck zu verleihen – ein Leitgedanke, der über vielen Neubau- und Sanierungsprojekten der rheinischen Sparkassen steht.

BAUMANAGEMENT AUS EINER HAND

Der Fachbereich Baumanagement der Sparkassen-Consulting unterstützt und berät Sparkassen bei Neubau- und Sanierungsprojekten. Fachbereichsleiter Klaus Brüggemann erläutert die wichtigsten Aspekte.

Was ist die Aufgabe des Fachbereichs Baumanagement? Welche Beratungsleistungen und Services bieten Sie konkret an?

Wir bieten Baumanagement aus einer Hand, das heißt komplettes Know-how von der Bauberatung über die Bauplanung bis zur Baubetreuung. Die Bauberatung bezieht sich auf alle baulichen Gesetzgebungen und Vorschriften, die Vorbereitung von Architektenwettbewerben, die Begutachtung von Baumängeln und -schäden. Auch prüfen wir und nehmen Stellung zu Verträgen und Abrechnungen und beraten vor Ort in allen baulichen und organisatorischen Angelegenheiten wie zum Beispiel Brandschutz, Corporate Design, Einrichtung, nachhaltiges Immobilienmanagement.

Zur Bauplanung gehören sämtliche Architektenleistungen für Gebäude und Einrichtungen, vom Vorentwurf und dem Bauantrag über die Ausschreibung und die Bauleitung bis zur Abrechnung. Die Dienstleistung ist unabhängig davon, ob es sich um Neu- oder Umbau von Haupt- und Geschäftsstellen, Verwaltungsgebäuden oder Kompetenzcentern handelt. Die Ist-Analyse und die Dokumentation des Immobilienbestands sind weitere Bausteine dieses Angebots.

Im Rahmen der Baubetreuung bieten wir den Sparkassen vor Ort folgende Leistungen an: die Projektleitung, den Bauherrenvertreter und den Sicherheits- und Gesundheitsschutzkoordinator. Dazu kommen die Kosten- und Terminplanung und die Qualitätssicherung. Darüber hinaus unterstützen wir die Institute beim Management der sparkasseneigenen Immobilien in allen Fragen der Werthaltigkeit und des Facilitymanagements, um Renditen zu steigern und Kosten zu senken.

Moderne Filialen, Büro- und Verwaltungsgebäude müssen zahlreichen Anforderungen genügen: Kundenbedürfnisse haben sich ebenso gewandelt wie interne Abläufe. Welche Aspekte stehen bei den Projekten, die Sie aktuell begleiten, besonders im Mittelpunkt?

Der Kunde steht immer im Mittelpunkt. Wir planen und bauen Lebensräume, in denen man sich wohlfühlt. Durch Raumgestaltung und Organisation einer Filiale soll der Dialog zwischen Kunde und Mitarbeiter gefördert werden. Ziel ist es, den Besuch der Filiale attraktiver zu gestalten,

die Verweildauer und die Möglichkeit für Spontankontakte zu erhöhen sowie die Kundenbindung durch emotionale Ansprache zu stärken.

Das Thema Nachhaltigkeit gewinnt bei Sanierungs- und Neubauprojekten immer größere Bedeutung – nicht nur im Hinblick auf Klimaschutz und Energieeffizienz. Welche Perspektiven und Möglichkeiten bietet die Berücksichtigung von Nachhaltigkeitskriterien bei Sanierungs- und Neubauprojekten von Sparkassen?

Das Thema nachhaltiges Bauen ist durch steigende Energiekosten und schwindende Ressourcen wieder aktueller denn je. Schon vor mehr als 2.000 Jahren hat man auf Kriterien der Nachhaltigkeit geachtet, wie zum Beispiel das Verwenden von regionalen Baustoffen. Heute steht vor allem energieeffiziente Technik im Vordergrund. Darüber hinaus muss auch schon im Planungsprozess das ganzheitliche Betreiben der Gebäude betrachtet werden. Die Nutzungskosten sind um ein Vielfaches höher als die Herstellungskosten, bezogen auf den Lebenszyklus einer Immobilie. Die Sparkassen haben durch nachhaltiges Betreiben die Möglichkeit dauerhaft Sachkosten zu senken, aber auch Vorbild zu sein beim Thema Nachhaltigkeit.

Welche Faktoren gilt es zu beachten, um nachhaltigkeitsorientierte Bauprojekte erfolgreich umzusetzen?

Jeder Neu- oder Umbau ist ein Prototyp: Standort, Rahmenbedingungen und Anforderungen sind jeweils anders. Die Wirtschaftlichkeit aller Maßnahmen ist im Vorfeld kritisch zu prüfen, manchmal ist weniger auch nachhaltiger. So bringt es nur dann etwas, die innovativste Technik einzubauen, wenn auch die Qualität der Gebäudehülle dazu passt.

Gibt es Projekte, in denen Nachhaltigkeitskriterien besonders vorbildlich umgesetzt wurden?

Beim Umbau der Hauptstelle der Sparkasse der Stadt Straelen haben wir eine ganzheitliche und nachhaltige Planung umgesetzt. Nach einer Bestandsanalyse und der Definition der Anforderungen an das Gebäude wurden die erforderlichen Maßnahmen erarbeitet. Eine neue Raumkonzeption wurde umgesetzt, die Gebäudehülle auf den Stand der Energieeinsparverordnung gebracht und eine effiziente Haustechnik realisiert. Zum Einsatz kam eine Wärmepumpenanlage mit Gas-Brennwert-Kessel zur Spitzenlastabdeckung. Mit Geothermie wird das Bestandsgebäude beheizt und gekühlt. Nur bei Außentemperaturen unter null Grad geht parallel die zusätzliche Gastherme in Betrieb. Nach fast drei Jahren Betriebszeit ist festzustellen, dass die Rentabilität der Gesamtkonzeption sogar besser ist, als die im Vorfeld aufgestellte Wirtschaftlichkeitsbetrachtung. Die Amortisationszeit von fünf Jahren wird voraussichtlich unterschritten.



Einen „Grundstein für die Zukunft“ legt die Sparkasse Dinslaken-Voerde-Hünxe mit ihrem neuen Geschäftsgebäude. Der als Passivhaus konzipierte Bau ruht auf 39 Betonpfählen von jeweils 15 Meter Länge, die die Stabilität des Gebäudes sichern und zusätzlich ca. 20.000 Kubikmeter Erdreich thermisch erschließen. Die Fertigstellung des modernen Neubaus im Herzen von Dinslaken wird voraussichtlich zum Ende des Jahres 2011 erfolgen.

Engagement

*Kultur sichert Substanz
Preisträger im Porträt*



Die Sparkassen-Kulturstiftung Rheinland würdigt künstlerische Kontinuität und Nachhaltigkeit: Mit dem Großen Kulturpreis zeichnet sie jährlich bedeutende Künstler für ihr Gesamtwerk oder kulturelle Einrichtungen aus, die einen dauerhaften und substanziellen Beitrag zur Vielfalt von Kunst und Kultur im Rheinland geleistet haben. 2010 hieß der Preisträger Günter Lamprecht: ein Schauspieler, dessen Biografie zugleich ein Stück gelebter deutscher Theater- und Filmgeschichte ist. Ein Gespräch über Werte, Respekt und Engagement.

Herr Lamprecht, viele Menschen assoziieren Ihren Namen vermutlich vor allem mit Berlin. Nun sind Sie Träger des Rheinischen Kulturpreises. Fühlen Sie sich denn auch als Rheinländer?

Berlin ist meine Heimat, aber das Rheinland ist sicher mein zweites Zuhause geworden. Das gilt natürlich ganz besonders für das Ruhrgebiet: In Bochum und in Oberhausen habe ich meine ersten Theaterengagements gehabt, und ich habe mich dort immer sehr wohl gefühlt. Ich mag die bodenständige, sinnliche Mentalität der Menschen, ihre direkte und unverfälschte Art. Deswegen war es mir auch wichtig, dass die Feier zur Preisverleihung im Stadttheater in Oberhausen stattfand, wo ich von 1959 bis 1961 gearbeitet habe. Und ich bin Herrn Breuer, dem Präsidenten des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes, sehr dankbar, dass das möglich war.

Sie können nicht nur auf eine lange schauspielerische Karriere zurückblicken, sondern auch auf eine Laufbahn, in der Sie an vielen Theater- und Fernsehproduktionen mitgewirkt haben, die Maßstäbe gesetzt haben. Wie schafft man es, so lange dabei zu sein?

Es gehört natürlich Glück dazu, da will ich nicht unbescheiden sein. Die Menschen haben, glaube ich, immer gespürt, dass ich meine Arbeit ernst nehme und versuche, in

meinen Rollen so authentisch und lebensnah wie möglich zu sein. Mir war es immer wichtig, volksnah und glaubwürdig zu sein. Das hat für mich etwas mit Respekt und Hochachtung zu tun. Oft habe ich wie ein Journalist recherchiert, mich wochenlang auf eine Rolle vorbereitet. Heutzutage ist das zeitliche Budget beim Film und beim Fernsehen leider viel zu knapp für eine sorgfältige Vorbereitung.

Manche Produktionen gingen auch sehr an die Substanz, haben mich Wochen und Monate danach nicht losgelassen. Und es freut mich immer wieder, wenn ich erfahre, dass eine Rolle, die ich gespielt habe, bis heute noch nachwirkt. Ich habe erst kürzlich mit einem Arzt gesprochen, der in einer Suchtklinik arbeitet. Der erzählte mir, dass man dort regelmäßig den Film „Rückfälle“ zeigt, den ich 1977 gedreht habe und in dem ich einen alkoholkranken Menschen spiele. Offenbar ist dieser Film so nah an der Wirklichkeit, dass er sich heute noch als Anschauungsmaterial eignet.

Sie stammen selbst, wie Sie immer betont haben, aus einfachen Verhältnissen, wie auch viele der Charaktere, die Sie dargestellt haben. Hat Ihre Biografie Sie besonders empfänglich gemacht für die Tiefe und Intensität, die sich hinter ganz alltäglichen Geschichten verbergen kann?

Ich habe auch Anwälte und Ärzte gespielt, aber die sogenannten „kleinen Leute“ haben mir immer besser gelegen. Mich haben Menschen interessiert und bewegt, denen es das Leben nicht leicht gemacht hat. Es gibt im Film und im Fernsehen viele Charaktere, denen immer alles gelingt, ich zeige lieber die Menschen, die es nicht so einfach haben.

Sie sind auch ein politisch und sozial engagierter Mensch. Warum ist Ihnen dieses Engagement wichtig?

Soziale Gerechtigkeit ist mir wichtig. Ich möchte mich dafür einsetzen, dass in unserer Gesellschaft die Werte nicht verloren gehen. Der Wunsch, anderen Menschen Gutes zu tun, hat mich schon als junger Mensch angetrieben, als ich als Orthopädie-

*Günter Lamprecht (*1930 in Berlin) gehört zu den bedeutendsten deutschsprachigen Charakterdarstellern. Bekannt wurde er vor allem durch seine Darstellungen sogenannter „kleiner Leute“, insbesondere des Franz Biberkopf in Rainer Werner Fassbinders Verfilmung von „Berlin Alexanderplatz“, als beliebter Tatort-Kommissar Franz Markowitz und als Bäckermeister Baum in dem Film „Das Brot des Bäckers“. Lamprecht lebt in Rösberg bei Bornheim und engagiert sich ehrenamtlich für zahlreiche soziale, karitative, kulturelle und ökologische Projekte*



Für die rheinischen Sparkassen hat die Förderung von Künstlern, Spielstätten und Theaterfestivals im Rheinland große Bedeutung. Das wurde im vergangenen Jahr durch die Vergabe der Kulturpreise der Sparkassen-Kulturstiftung Rheinland nachhaltig unterstrichen: Mit Günter Lamprecht (Großer Preis) und Floriane Kleinpaß (Förderpreis) wurden zwei Persönlichkeiten gewürdigt, die in unterschiedlicher Weise die Lebendigkeit und Kreativität der rheinischen

Theaterlandschaft bezeugen. Die Vergabe des Jugend-Kulturpreises an das „Junge Theater Bonn“ (hier im Bild) ist zugleich eine nachdrückliche Bekräftigung der Idee, bereits ein junges Publikum so früh wie möglich an das Medium Theater heranzuführen.

→ ENGAGEMENT

mechaniker Prothesen für Behinderte angefertigt habe. Das war durch meine eigenen Kriegserfahrungen motiviert: Ich wurde mit 15 Jahren als Hilfssanitäter eingesetzt und habe viele furchtbare Dinge miterlebt. Daher weiß ich auch, was die Erfahrung von Gewalt bei Kindern anrichtet und engagiere mich für Projekte wie das Friedensdorf in Oberhausen.

Sie haben aus Anlass der Preisverleihung erzählt, dass Sie Oberhausen nicht nur beruflich verbunden sind, sondern immer noch ein Konto bei der Sparkasse besitzen.

Das stimmt, seit 1959 bin ich dort Kunde und das Konto gibt es tatsächlich noch! Ich habe immer ein gutes Verhältnis zur Sparkasse gehabt, das ist auch an meinem jetzigen Wohnort so. Und natürlich begrüße ich, dass die Sparkassen viel für Kultur und Gesellschaft tun. Das ist ein wichtiges und vorbildhaftes Engagement.

FÖRDERPREIS DER KULTURSTIFTUNG RHEINLAND 2010:
FLORIANE KLEINPASS

Frau Kleinpaß, Sie stehen noch am Anfang Ihrer schauspielerischen Laufbahn. Wie viel Weitblick traut man sich da bereits zu?

Ich habe sicher einige Wünsche oder Träume, aber keine konkrete Vision davon, wo ich in fünf oder zehn Jahren stehen müsste. Mir ist es zunächst einmal wichtig, gute Arbeit zu machen, mit interessanten und inspirierenden Menschen zusammenzuarbeiten.

Was fasziniert Sie am meisten am Theater?

Eine Besonderheit ist, dass man nie wirklich dieselbe Vorstellung sehen wird. Es ist nicht wie bei einem Film, den man immer wieder anschauen kann. Jede Vorstellung ist anders, man muss immer wieder neu auf seine Kollegen achten und aufeinander hören. Diese Unmittelbarkeit

ist etwas sehr Faszinierendes und Bewegendes. Das merke ich auch, wenn ich selbst im Theater sitze und eine Vorstellung betrachte: Dann denke ich mir – die Menschen stehen da wirklich gerade vor mir und machen tatsächlich das, was ich da sehe.

Gutes Theater ist auch immer eine Ensembleleistung. Wie wichtig ist Ihnen Teamwork?

Äußerst wichtig. Wenn man als Ensemble auf der Bühne steht, muss man sich aufeinander verlassen können. Man muss einander vertrauen und sich auch miteinander auseinandersetzen können. Wir Schauspieler sind ja jeden Tag mit Kritik konfrontiert. Da ist es wichtig, dass man sich darauf besinnt, dass es um die Sache geht, nämlich darum ein gutes Stück zu produzieren, und nicht um persönliche Befindlichkeiten.

Sie kommen aus Duisburg und spielen Theater in Essen. Sind Sie ein heimatverbundener Mensch?

Dass ich hier in Essen Theater spielen kann, ist ein Zufall, aber ich freue mich natürlich sehr darüber, denn meine Familie und Freunde leben hier. Als Schauspieler ist man ja oft auch am Wochenende beschäftigt, und da ist es sehr schön, wenn man die Menschen, die man liebt, auch in der Nähe hat. Außerdem liebe ich das Ruhrgebiet: Ich mag die Menschen hier und die Art und Weise, wie sie miteinander umgehen. Da spüre ich vielleicht doch meine Wurzeln.

Haben Sie – außer dass Sie jetzt Preisträgerin sind – eine persönliche Verbindung zur Sparkasse?

Ich bin tatsächlich schon seit meiner Jugend Sparkassenkundin! Aber mir ist natürlich auch sehr sympathisch, dass sich die Sparkassen so großzügig für Kunst und Kultur engagieren. Das habe ich auch in meiner Rede zur Preisverleihung betont. Viele Theater müssen heute wirtschaftlich kämpfen, und da ist ein Engagement, wie es die Sparkassen leisten, äußerst wichtig.

*Floriane Kleinpaß (*1980 in Duisburg) ist seit der Spielzeit 2010 Ensemblemitglied des Grillo-Theaters in Essen, zuvor war sie am Theater Krefeld Mönchengladbach engagiert. 2008 wurde sie in einer Kritikerumfrage als „beste Nachwuchsschauspielerin in Nordrhein-Westfalen“ nominiert*

→ ENGAGEMENT

JUGEND-KULTURPREIS DER KULTURSTIFTUNG RHEINLAND 2010: DAS JUNGE THEATER BONN

Herr Seibert, das „Junge Theater Bonn“, dem Sie als Intendant vorstehen, existiert seit über 40 Jahren. Wie schafft es ein kleines Theater, so lange erfolgreich zu sein?

Vor allem durch ein abwechslungsreiches und interessantes Programm. Uns geht es darum, das Interesse der Jugendlichen für das Medium Theater zu wecken. Unsere Stücke sollen den Jugendlichen Spaß machen und sie zum Nachdenken anregen.

Eine Besonderheit Ihres Theaters ist, dass Kinder und Jugendliche als Schauspieler auf der Bühne mitwirken. Welche Idee steckt hinter diesem Modell?

Es ist für Kinder und Jugendliche einfacher, sich mit dem Geschehen auf der Bühne zu identifizieren, wenn sie dort jugendliche Schauspieler sehen und nicht etwa Erwachsene, die sich als Jugendliche ausgeben. Die Probenarbeit ist zudem eine weitere Möglichkeit, Kinder und Jugendliche mit

dem Theater vertraut zu machen. In diesem Jahr haben wir auch erstmals ein Stück auf die Bühne gebracht, an dessen Konzeption vier Jugendliche mitgearbeitet haben.

Warum ist es wichtig, Kinder und Jugendliche an das Medium Theater heranzuführen?

Für eine nachhaltige Gesellschaft ist die Auseinandersetzung mit Kunst und Kultur unerlässlich. Theater ist der Ort, an dem in Form des Geschichtenerzählens Werte, moralische und gesellschaftliche Fragen verhandelt werden. Außerdem ist es im Zeitalter der elektronischen Medien eine wertvolle Schule der Konzentration und Aufmerksamkeit.

Wie unterstützt die Sparkasse Ihre Arbeit?

Die Sparkasse KölnBonn ist ein engagierter Förderer unserer Arbeit. Das Theater trägt sich zwar weitgehend selbst – über 80 Prozent unseres Budgets stammen aus eigenen Einnahmen –, aber öffentliche Zuschüsse und Sponsorengelder sind gleichwohl eine wichtige Unterstützung. Der Jugendkulturpreis hilft uns nicht nur finanziell, sondern bedeutet auch einen Imagegewinn.

Das „Junge Theater Bonn“ wurde 1969 gegründet. Es gilt als eines der erfolgreichsten Kinder- und Jugendtheater in Deutschland: Jährlich besuchen weit über 100.000 Zuschauer die Aufführungen und Gastspiele

KULTURELLEN REICHTUM NACHHALTIG SICHERN:
DIE SPARKASSEN-KULTURSTIFTUNG RHEINLAND

Die Sparkassen-Kulturstiftung Rheinland wurde 1987 von den rheinischen Sparkassen gegründet und hat seitdem Fördermittel von über neun Millionen Euro zur Förderung von Kunst- und Kulturprojekten, die rheinisches Kulturgut bewahren und weiterentwickeln, bereitgestellt. Die Sparkassen-Kulturstiftung Rheinland vergibt jährlich ihren Rheinischen Kulturpreis, namentlich einen Hauptpreis (Großer Preis) zur Würdigung eines künstlerischen Gesamtwerks sowie einen Förderpreis für junge Künstler, die am Anfang ihrer künstlerischen Laufbahn stehen und durch den Preisträger des Großen Preises vorgeschlagen werden. Weiterhin vergibt die Stiftung einen Jugend-Kulturpreis an Einrichtungen und Initiativen, die Kindern und Jugendlichen auf beispielhafte Weise kulturelle Werte vermitteln.

Einen besonderen Schwerpunkt bildet die Förderung der rheinischen Museumskultur: Allein 40 Prozent der Fördermittel, die der Stiftung zur Verfügung stehen, wurden zuletzt für die Unterstützung rheinischer Museen verwandt.

Als Hauptsponsor unterstützen die nordrhein-westfälischen Sparkassen jedes Jahr auch den Wettbewerb „Jugend musiziert“, an dem allein in Nordrhein-Westfalen 4.000 Kinder und Jugendliche der Musikschulen teilnehmen, sowie die Kammermusik-Kurse auf Schloss Krickenbeck zur Vorbereitung der Landessieger auf den Bundeswettbewerb.



Initiative

*Impulse für mehr Nachhaltigkeit
Eine Plattform*

Die rheinischen Sparkassen und die Verbundunternehmen haben den gesellschaftlichen Wertewandel hin zur Nachhaltigkeit und die damit verbundenen Potenziale erkannt. Im Präsidialbüro des Verbandes ist die Stelle eines „Referenten für Nachhaltigkeit“ angesiedelt. Dort werden die Aktivitäten des Verbandes und der rheinischen Sparkassen vernetzt, Projekte und Zielsetzungen abgestimmt sowie Nachhaltigkeit und Wertorientierung im Geschäftsmodell der Sparkassen nach außen sichtbar gemacht.

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ hat Konjunktur in der öffentlichen Diskussion. Unternehmen, Organisationen und Institutionen müssen sich damit auseinandersetzen, dass ihre Rolle kritischer hinterfragt wird und dass viele Menschen aufmerksamer darauf achten, welche langfristigen Konsequenzen ökonomisches, ökologisches und soziales Verhalten mit sich bringt. Die Sparkassen werden als verlässliche Institutionen gesehen, die sowohl in Boom- wie auch in Krisenzeiten mit ökonomischem Augenmaß agieren und den Menschen ihres Geschäftsgebiets stabile und sichere Voraussetzungen für die individuelle Lebensplanung bieten. Viele Kernprinzipien ihres Geschäftsmodells decken sich mit Anliegen, die Bürgerinnen und Bürgern im aktuellen wirtschaftlichen Umfeld auf dem Herzen liegen: langfristige Perspektive, wirtschaftliche Zuverlässigkeit, Verantwortungsbewusstsein für das soziale und kulturelle Umfeld.

Gleichwohl ist es natürlich auch für die Sparkassen wichtig, ihre wirtschaftliche und gesellschaftliche Rolle in den öffentlichen Diskussionen zum Tragen zu bringen. Gerade in den wirtschaftspolitischen Debatten hat es in der Vergangenheit auch immer wieder Stimmen gegeben, die die Zukunftsfähigkeit des Sparkassen-Modells skeptisch beurteilt, wenn nicht gar in Frage gestellt haben. Diese Stimmen sind infolge der Finanzkrise zwar deutlich leiser geworden, weil sich das Geschäftsmodell der Sparkassen bewährt hat. Aber diese Debatten haben doch gezeigt, wie wichtig es für die Sparkassen ist, initiativ zu werden, selbstbewusst die Sinnhaftigkeit ihres Geschäftsmodells nach außen zu tragen und die öffentliche Diskussion um das Thema Nachhaltigkeit als Chance zu begreifen, um soziale, ökonomische und ökologische Impulse zu setzen und eine tragende Rolle in diesen Debatten einzunehmen.

Der RSGV hat sich vor diesem Hintergrund im Geschäftsjahr 2010 intensiv mit dem Thema Nachhaltigkeit befasst: im Referat „Nachhaltigkeit“, wo Koordination und Weiterentwicklung dieses übergeordneten Themas erfolgen. Von dieser zentralen Plattform aus werden die relevanten

Themen aufgegriffen, Informationen gesammelt und ausgewertet sowie Aktivitäten dargestellt, die in den rheinischen Sparkassen bereits umgesetzt werden oder geplant sind. Die rheinischen Sparkassen finden dort einen fachkompetenten Ansprechpartner, der zugleich ihre Interessen in Nachhaltigkeitsprojekten des DSGV vertritt. Des Weiteren werden Publikationen zum Thema veröffentlicht und entsprechende Maßnahmen und Veranstaltungen des Verbandes organisiert und koordiniert.

Leitlinie der Aktivitäten des Verbandes zur Nachhaltigkeit bilden drei wichtige Handlungsfelder: die innerbetriebliche Nachhaltigkeit innerhalb des Verbandes selbst zu verbessern und somit eine Vorbildfunktion zu erfüllen, die Mitwirkung bei der Entwicklung von nachhaltigen Finanzprodukten der Sparkassen sowie die Kommunikation des nachhaltigen Engagements gegenüber Kunden und Öffentlichkeit. Eine weitere Zielsetzung ist, das Thema Nachhaltigkeit in den diversen Qualifizierungsmaßnahmen für Mitarbeiter der Sparkassen stärker als bisher zu verankern.

Eine Aufgabe war im Jahr 2010 die Erstellung eines Kompendiums, das einen Überblick über die wichtigsten Kennzahlen und Instrumente für die Messbarkeit einer nachhaltigen Geschäftspolitik liefert. Das Interesse bei Sparkassen, Verbänden und Verbundunternehmen an diesem Papier ist groß und reicht weit über das Verbandsgebiet hinaus: Der Kreis der Interessenten ist so vielfältig und unternehmensübergreifend wie das Thema Nachhaltigkeit selbst.

Breit gefächerte Aktivitäten gibt es im Verbandsgebiet bereits an diversen Stellen: Über 80 Prozent aller rheinischen Sparkassen verfügen über einen Ansprechpartner zum Thema Nachhaltigkeit. Einige Häuser haben bereits nachhaltigkeitsorientierte Produkte entwickelt, viele setzen das Thema in der Unternehmenskommunikation oder im Marketing ein, einzelne Häuser optimieren interne Prozesse und Strukturen nach Gesichtspunkten der Nachhaltigkeit.



Das Kompendium des RSGV gewährt einen schnellen Überblick über die wichtigsten Kennzahlen und Instrumente für Nachhaltigkeit

Willkommen ようこそ Hoş geldiniz

Weltoffenheit

Die Sparkassen erschließen neue Zielgruppen
Zwei Beispiele



„Es ist wichtig, dass man sich im Kontakt mit Kunden aus anderen Kulturkreisen auf deren Präferenzen und Gewohnheiten einstellt. Kunden aus Japan legen großen Wert auf korrekte Umgangsformen. Außerdem achten sie sehr genau darauf, ob ihre Erwartungen an ein Unternehmen erfüllt werden. Bei uns können sie mit japanischen Mitarbeitern sprechen – das schafft Vertrauen und Sicherheit.“

Junko Ehrhardt, Mitarbeiterin des Japan Desk der Stadtsparkasse Düsseldorf



„Unsere Familie hat den Bau unseres Hauses mit der Sparkasse KölnBonn finanziert. Wir sind dort sehr zuverlässig und mit viel Einfühlungsvermögen beraten worden. Es ist sehr hilfreich, wenn es hier Berater gibt, die ‚die Sprache der Kunden‘ sprechen und ihre Wünsche und Ziele verstehen. Darum haben wir die Sparkasse auch im Bekanntenkreis weiterempfohlen.“

Sezayi Sarıtas, Kunde der Sparkasse KölnBonn (rechts) im Gespräch mit Ayhan Iskenderoglu

Ayhan Iskenderoglu ist ein viel gefragter Mann: Er leitet für die Bausparagentur der Sparkasse KölnBonn das Büro im Teilmarkt Bonn. Viele Kunden kommen mit einem ganz besonderen Anliegen zu ihm: Er bietet, falls es gewünscht wird, auch Beratung in türkischer Sprache. Iskenderoglu ist nicht der einzige Mitarbeiter der Sparkasse, der auf Türkisch berät, aber Baufinanzierung ist, so seine Erfahrung, ein Feld, wo dieser Service ganz besonders sinnvoll ist: „Immobilienfinanzierung ist ein Ankerprodukt, das einen hervorragenden Zugang zur türkeistämmigen Zielgruppe öffnet“, sagt er. „Nahezu jeder Türke träumt von seinem eigenen Haus. Und während die erste Generation der Gastarbeiter im Ruhestand noch in die Türkei zurückkehren wollte, fühlen sich die jüngeren Generationen längst hier zu Hause und möchten dementsprechend auch den Wunsch vom Eigenheim hierzulande realisieren.“

Iskenderoglu weiß, wovon er spricht – als Kind türkischer Gastarbeiter wuchs er in einem Mietshaus in Bonn auf: „Ob Familie oder Freunde – für jeden in meinem Umfeld war es das große Ziel, irgendwann einmal ein eigenes Haus zu besitzen.“ Und dafür wird, wie bei ihm auch, von Jugend auf gespart und man verzichtet dafür gerne auf die eine oder andere Anschaffung. Dafür hat das Eigenheim dann später auch einen sehr hohen Stellenwert, höher noch als bei deutschen Hauslebern.

Auf der Suche nach der richtigen Beratung orientiert man sich meist an persönlichen Empfehlungen aus dem Verwandten- und Freundeskreis. Persönliche, individuelle Beratung ist für türkische Kunden ohnehin von großer Bedeutung: „Prospekte, Broschüren oder sonstiges Informationsmaterial spielen keine so wichtige Rolle wie vielleicht für deutsche Kunden“, sagt Iskenderoglu. „Ein türkischer Kunde möchte das Gefühl haben, dass er bei einem Berater gut aufgehoben ist, über eigene Wünsche und Vorstellungen sprechen kann und solide und zuverlässig informiert wird.“ Das Angebot einer Beratung in türkischer Sprache sieht Iskenderoglu vor allem als vertrauensbildende Maßnahme: „Wir signalisieren den Kunden dadurch die Bereitschaft, auf Augenhöhe mit ihnen zu sprechen, und das wird sehr positiv aufgenommen. In der Praxis kommt es dann gar nicht immer dazu – viele Kunden, vor allem aus der jüngeren Generation, berate ich auch auf Deutsch.“

Es gibt viele deutsche Unternehmen, die in den vergangenen Jahren Menschen mit Migrationshintergrund als interessante Zielgruppe entdeckt haben. E-Plus etwa hat mit Ay Yildiz eine eigene Marke für türkische Konsumenten

lanciert, Mercedes-Benz schult türkischsprachige Mitarbeiter als Verkaufspersonal. Bei diesen Maßnahmen geht es nicht nur darum, Produkte und Services in andere Sprachen zu übersetzen, sondern Kommunikations- und Marketingmaßnahmen auch auf besondere kulturelle Präferenzen, Interessen und Kaufgewohnheiten abzustimmen.

Auch bei den rheinischen Sparkassen ist dieses Thema längst angekommen, schließlich ist das Rheinland traditionell eine internationale Region. Zwar gibt es nicht überall dezidierte Maßnahmen aus der Vertriebskonzeption, die sich speziell an Migranten richten, aber oft wächst die entsprechende Kompetenz und Sensibilität nah an der Basis, im Tagesgeschäft oder über den persönlichen Hintergrund der vielen Mitarbeiter, die selbst – wie Iskenderoglu – einen Migrationshintergrund besitzen und ihr Wissen im Dialog mit dem Kunden einbringen. Inwieweit die spezifische Ansprache einer bestimmten Zielgruppe sinnvoll ist, hängt natürlich auch von den regionalen Gegebenheiten ab. Dass türkische Kunden am häufigsten in den Blick kommen, liegt an ihrer großen Zahl: Rund 3 Millionen Menschen türkischer Abstammung leben in Deutschland. Ihre jährliche Kaufkraft wird auf 16 Milliarden Euro geschätzt, das Sparvolumen türkischer Haushalte auf etwa 2,8 Milliarden. Aber je nach Geschäftsgebiet können auch andere Zielgruppen interessant sein: Die Sparkasse Emmerich-Rees etwa bietet ein Kompetenzzentrum für niederländische Kunden, die sich in Deutschland niederlassen möchten.

Ein spezielles Beispiel ist auch der Japan Desk der Stadtsparkasse Düsseldorf, der sich an die rund 8.000 Japaner in und um die Landeshauptstadt wendet. Zahlenmäßig ist die japanische Gemeinschaft zwar nicht sehr groß, aber viele Angehörige sind gut verdienende Fach- und Führungskräfte in den ortsansässigen japanischen Unternehmen – eine dedizierte Betreuung ist somit auch ein kleiner, aber wichtiger Beitrag zur regionalen Wirtschaftsförderung.

Auch für Martin Blumensaat, Leiter des Japan Desk, ist es selbstverständlich, dass zielgruppenspezifische Services weit mehr beinhalten als übersetzte Verkaufsprospekte: „Man benötigt eine eingehende Kenntnis kultureller Besonderheiten und Unterschiede“, sagt er. „Japanische Kunden sind sehr genau, sie legen großen Wert auf Korrektheit und Vertrauenswürdigkeit.“ Der Japan Desk betreut, mit vier muttersprachlichen Mitarbeitern, vor allem Privatkunden bei ganz alltäglichen Geldgeschäften. Vereinzelt gibt es aber auch schon Interesse an komplexeren Anlageprodukten, sagt Blumensaat. In jedem Fall ist die Nachfrage groß: „Wir haben einen sehr guten Ruf in der japanischen Gemeinde – die meisten Kunden kommen auf persönliche Empfehlung zu uns.“



1



2



3



4



5



6

Information

Der Schülerzeitungswettbewerb der rheinischen Sparkassen Ein Panorama

Eine lebendige Öffentlichkeit ist wichtig für die Nachhaltigkeit einer Gesellschaft. Der Schülerzeitungswettbewerb im Rheinland fördert öffentliche Meinungsbildung und demokratischen Dialog.

„Gewalt tut Menschen weh“ titelt der „Tintenklecks“, die „Tigerpost“ berichtet über die Afrika-AG und das „Hackbrett“ präsentiert ein spannendes Potpourri aus Humor und Tragik. Das Format Schülerzeitung dient seit Jahrzehnten als Sprachrohr für Kinder und Jugendliche. Schülerzeitungen erlauben der Jugend, ihre eigenen Themen zu setzen und ihren Ansichten redaktionell und grafisch Ausdruck zu verleihen. Gleichsam sind Schülerzeitungen immer auch Abbild der Region: Sie zeichnen lokale Vorbilder aus und weisen auf Missstände hin. Der Rheinische Sparkassen- und Giroverband folgt deshalb

mit der Institution des regionalen Schülerzeitungswettbewerbs dem eigenen Anspruch, auch außerhalb der Finanzwelt gut für die Menschen vor Ort zu sein. Denn Schülerzeitungen sind mehr als eine bloße schulische Aktivität. Sie zeugen von einer lebhaften Teilnahme an unserer Demokratie.

Demokratie ist nicht nur Sache der großen Politik. Vielmehr lebt sie vom Mitmachen aller Teile der Gesellschaft, auch ihrer jüngsten Mitglieder. Genau das wissen die Teilnehmer des Schülerzeitungswettbewerbs der rheinischen Sparkassen, die in ihren Beiträgen aktuelle Themen aus Politik, Kultur und Schulleben porträtieren. Da Schülerzeitungen ein breites thematisches Spektrum bieten und sich an verschiedene Zielgruppen richten, sind sie sowohl inhaltlich als auch gestalterisch eine wahre Herausforderung für die Schülerredaktionen. Linus Luka Bahun, Redakteur

Auswahl der Siegerzeitungen über alle Kategorien

- 1 „Hackbrett“: Mercator-Gymnasium Duisburg 2 „Tintenklecks“: Albert-Schweitzer-Schule Moers
3 „Tigerpost“: Regenbogenschule Happerschoß Hennef 4 „mittel:punkt“: Gesamtschule Hardt
5 „Altenteich“: Stiftisches Gymnasium Düren 6 „Fatal“: Otto-Hahn-Gymnasium Dinslaken

des Schülermagazins „mittel:punkt“ der Gesamtschule Hardt, erzählt: „Wir wollen darüber berichten, was wir lesen, was uns inspiriert und interessiert. Die Schülerzeitung gibt uns vielseitige Möglichkeiten, auf Themen aufmerksam zu machen, zu begeistern oder Denkanstöße zu geben.“

Vielseitige Schülerzeitung: Engagement, Information und Meinungsbildung

Mit journalistischem Feingefühl und bestechender Ehrlichkeit zeigen uns Schülerzeitungen die Welt aus den Augen der Jugendlichen vor Ort. Wie wichtig diese Zeitungen für unsere Zeit sind, erklären uns Jutta Bublies und Horst Röper, Mitglieder der Jury des rheinischen Schülerzeitungswettbewerbs. Jutta Bublies ist bereits seit 1989 im Journalismus tätig und sitzt für die NRZ in der Jury. Heute arbeitet

sie als Redakteurin am Content Desk der WAZ-Medien-gruppe. „Schülerzeitungen dienen der Abbildung des schulischen Lebens. Sie zeigen aber auch, wie Jugendliche ihre nächste Umgebung und die Welt sehen, welche Probleme sie bewegen.“ Auch Horst Röper ist ein Urgestein im Journalismus. Seit 1986 ist er außerdem Geschäftsführer des Medienforschungsinstituts „Format“ in Dortmund. Röper engagiert sich ebenso für die Ausbildung von Journalisten und sieht in den Schülerzeitungen einen gelungenen Platz zum Experimentieren für Nachwuchstalente. „Durch eine Mitarbeit in einer Schulredaktion lernen die Kinder früh die Anforderungen des Journalismus kennen. Gleichzeitig erfahren sie, wie wichtig Durchsetzungsvermögen und Organisationsarbeiten sind, denn von der Anzeigenakquisition bis zur fertigen Zeitung ist es ein langer Weg.“ Letztlich gilt: Die Zeitung hat Zukunft – da sind sich Schüler und Jury einig.

Langfristigkeit

*Generationenmanagement in der privaten Vorsorge
Eine Einführung*



Immer mehr Menschen suchen nach attraktiven Möglichkeiten, um rechtzeitig das Richtige zu tun, nachhaltige Vorsorge für ihren Ruhestand zu treffen sowie ihren Familienmitgliedern stabile und gesicherte Strukturen zu übergeben. Das sogenannte „Generationenmanagement“ gewinnt darum im Geschäftsfeld Private Banking immer größere Bedeutung. Auch im Verbandsgebiet des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes gibt es bereits einige Sparkassen, die sich gezielt mit diesem Thema auseinandersetzen. Die Sparkasse Hilden-Ratingen-Velbert ist eine von ihnen.

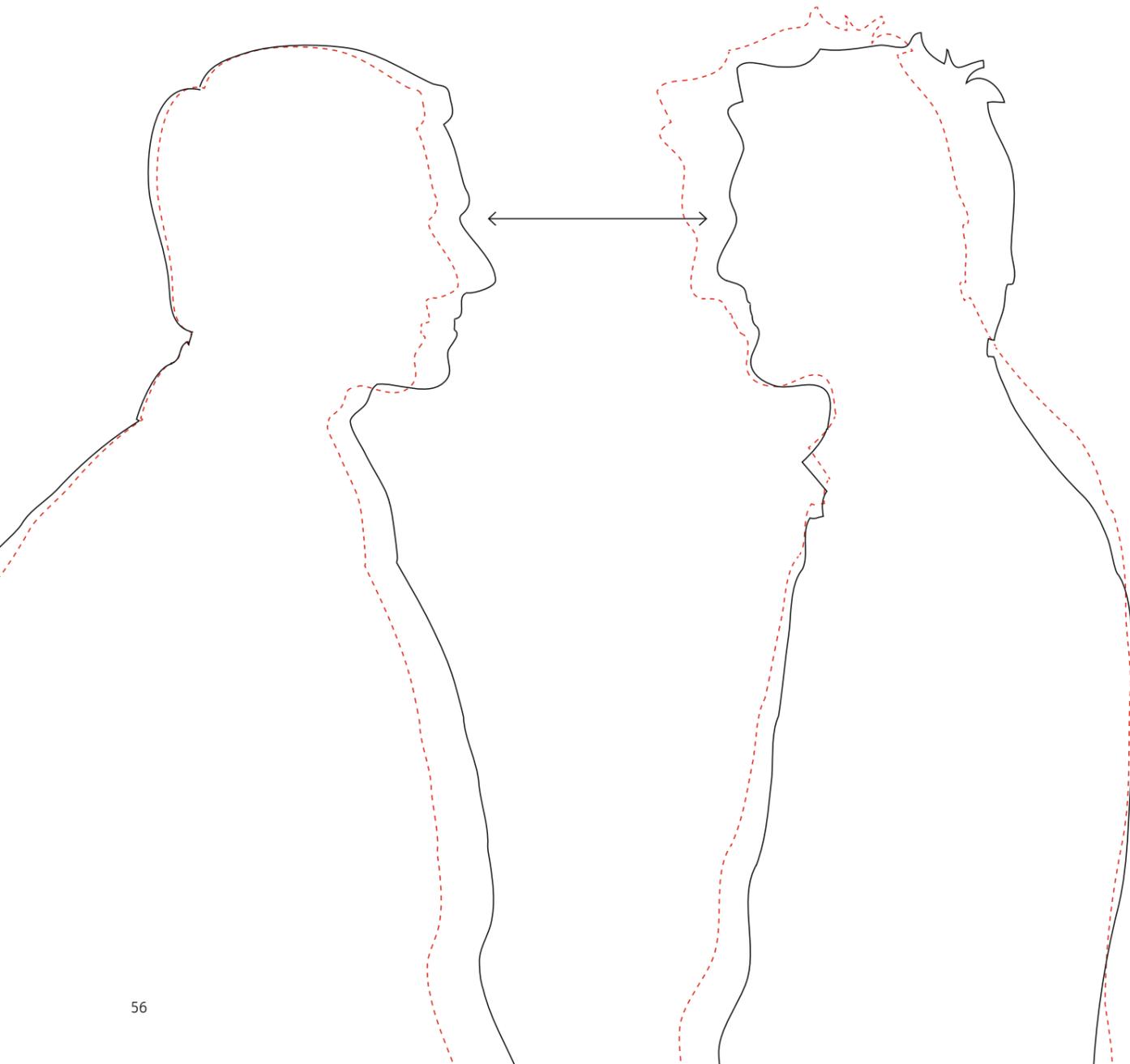
„Unter Generationenmanagement verstehen wir die ganzheitliche Begleitung eines Kunden bei der Gestaltung der eigenen Vermögensnachfolge“, sagt Martin Bednarz, stellvertretender Leiter des Bereichs Private Banking. „Das umfasst alle Leistungen, die mit der Übertragung des gesamten Vermögens auf die nächste Generation zusammenhängen. Wir bieten Beratung und Unterstützung bei allen dafür relevanten Aspekten der Unternehmens- und Vermögensnachfolge.“

Themen, die ganz unmittelbar die persönliche Vermögenssituation und individuelle Lebensplanung des Kunden betreffen: „Gespräche zum Thema Generationenmanagement setzen großes Vertrauen voraus, denn in keinem anderen Kontext erhält der Berater so viele Informationen wie in einem Nachfolgespräch“, sagt Bednarz. Darum legt man bei der Sparkasse Hilden-Ratingen-Velbert auch großen Wert darauf, die Beratungsleistungen mit dem wichtigsten verfügbaren Qualitätssiegel anbieten zu können: Bednarz ist CFEP-zertifizierter Estate Planner. CFEP ist ein Zertifikat, das seit 2005 vergeben wird und neben der individuellen Qualifikation auch Kriterien wie Erfahrung und ethischen Anspruch bestätigt.

Ein besonders interessanter und zunehmend beliebter Aspekt der Vermögensnachfolge ist das Stiftungsmanagement. „Stiftungen sind ein hervorragender Weg, um ein Lebenswerk zu erhalten und Spuren zu hinterlassen“, so Bednarz. „Die Sparkassen können hier, als gemeinnützige Institutionen mit langjähriger Kompetenz im Stiftungswesen, ausgezeichnete Beratung bieten – zumal viele Stifter auch großes Interesse daran haben, regional tätig zu sein.“ Die Resonanz bei den Kunden ist jedenfalls ausgezeichnet: „In kaum einem Ressort ist die Dankbarkeit so groß. Schließlich leistet Generationenmanagement auch einen wesentlichen Beitrag zur individuellen Lebensqualität. Wenn man sich und sein Lebenswerk für kommende Generationen abgesichert hat, dann verfügt man auch über Muße und Zeit, sich ganz auf das Hier und Jetzt zu konzentrieren und das Leben zu genießen.“

Wertschätzung

Wertorientierte Kommunikation sichert langfristigen Erfolg
Ein Gespräch



Weitblick ist nicht nur in Sachen Klima- und Umweltschutz angebracht: Auch der Aufbau dauerhafter Kundenbeziehungen oder langfristiger Mitarbeiterbindung erfordert umsichtiges und vorausschauendes Denken. Welche Rolle spielen Wertschätzung, Höflichkeit und Respekt in diesem Prozess? Fragen an jemanden, der es wissen muss: Moritz Freiherr Knigge, Nachfahre des berühmten Schriftstellers und Berater für „wertschätzende Konstruktion und Kommunikation“.

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ wird in der öffentlichen Diskussion vor allem im ökologischen Kontext verwendet. Aber gibt es Nachhaltigkeit nicht auch im zwischenmenschlichen Bereich?

Nachhaltigkeit ist ein Ergebnis wertschätzender Kommunikation. Das ist ja auch ganz menschlich: Wenn ich mein Gegenüber als angenehm und sympathisch empfinde, dann bleibe ich auch gerne im Kontakt. Ich fühle mich gut beraten und gut behandelt und insofern gibt es für mich keinen Grund, eine Beziehung zu beenden.

Wie wichtig ist das in ökonomischer Hinsicht?

Jeder Dienstleister, jeder Händler, jede Bank sollte ein großes Interesse daran haben, zu den Kunden ein gutes Verhältnis zu pflegen. Menschen geht es nicht nur ums Geld. Natürlich verlangt ein Kunde eine korrekte Abwicklung seiner Finanzen und eine fachlich gute Beratung, aber wichtig ist auch, dass man sich dabei als Mensch gut behandelt fühlt. Gerade bei komplexen Themen, die sehr erklärungsbedürftig sind, ist es wichtig, dass man den Menschen das Gefühl gibt, auf Augenhöhe mit ihnen zu sprechen. Im Finanzbereich gibt es viele Produkte, die der durchschnittliche Kunde gar nicht mehr versteht, auch wenn er sich das vielleicht nicht immer anmerken lassen will. Darum sucht er nach jemandem, der vertrauenswürdig und integer ist. Umgekehrt heißt das: Wenn ich dem Kunden signalisiere, dass ich ihn wertschätze und er mir vertrauen kann, habe ich einen wichtigen Schritt zum Aufbau einer nachhaltigen Geschäftsbeziehung getan.

Vertrauenswürdigkeit und Kommunikationsfähigkeit gelten als wichtige „Soft Skills“ im Verkaufsgespräch. Hilft Wertorientierung dabei, diese Fähigkeiten auszubilden?

Ganz sicher, aber dazu muss man sich vor allem darüber klar werden, was man unter Werten versteht. Werte sind zunächst einmal abstrakt. Nehmen wir nur das Wort „Respekt“: Darunter versteht jeder Mensch etwas anderes. Für einen jugendlichen Hip-Hop-Fan bedeutet Respekt etwas anderes als für einen pensionierten Arbeiter, aber beiden ist es wichtig, respektiert zu werden. Werte können also

auch ein Ausgangspunkt für Missverständnisse sein. Um Wertorientierung in einer Unternehmenskultur zu verankern, ist es hilfreich, Leitlinien zu formulieren, in denen dargelegt wird, was man unter Werten versteht und wie sie umgesetzt werden sollen. Die Aufstellung dieser Leitlinien ist aber ein offener Prozess, in den alle Beteiligten eingebunden sein müssen. Und das, was man als Leitlinie formuliert hat, muss selbstverständlich auch mit Leben gefüllt werden.

Wenn Werte etwas sind, was jeder Mensch anders definiert – lässt sich dann ein einheitliches Kriterium für Wertorientierung finden?

Wichtig ist, dass man sich zunächst einmal über diese Unterschiedlichkeit klar wird. Die Verankerung von Wertorientierung in einer Unternehmenskultur ist ein Prozess und dazu gehört, dass man die unterschiedlichen Wertvorstellungen ernst nimmt und einen offenen Dialog darüber führt, wie man sie in Einklang bringen und in praktisches Handeln übersetzen kann. Wenn man diesen Dialog nicht führt und eigene Wertvorstellungen einfach voraussetzt, dann droht auch die Gefahr von Missverständnissen und Konflikten. Die bringen wiederum Reibungsverluste mit sich, kosten Zeit und Potenzial, und das ist ärgerlich und unnötig.

Kann man Wertschätzung lernen?

Vermutlich werden sich die meisten Menschen, wenn man sie danach fragt, als wertschätzend und respektvoll beschreiben, und das ist sicher auch ehrlich gemeint. Woran es oft mangelt, ist die nötige Sensibilität und Aufmerksamkeit im Alltag. In der Regel geht man so miteinander um, wie man es gewohnt ist, ohne darauf zu achten, ob vielleicht unterschwellig Missverständnisse entstehen.

Was könnten Unternehmen tun, um Wertschätzung in der Unternehmenskultur zu verankern?

Wertschätzung muss vor allem gelebt werden. Man kann das durch Seminare oder Workshops unterstützen, aber viel wichtiger ist ein offenes Klima – auch intern. Ich erlebe häufig, dass viele Führungskräfte – vor allem in sehr hierarchisch strukturierten Unternehmen – gar nicht merken, wie schwierig Kommunikation ist. Das liegt gar nicht unbedingt an ihnen – die weitaus meisten sind sicher um einen wertschätzenden Umgang mit ihren Mitarbeitern bemüht. Die Unsicherheit liegt eher aufseiten der Mitarbeiter, wenn sie nicht wissen, ob Kritik oder Anmerkungen erwünscht sind. Umgekehrt entsteht dann bei den Führungskräften oft der Eindruck, es sei alles in Ordnung, weil ja keine Kritik kommt. Wichtig ist es darum, zu Kritikfähigkeit zu ermutigen und Transparenz im Unternehmen zu ermöglichen – allein schon deshalb, weil Mitarbeiter in manchen Bereichen näher dran und besser informiert sind als Führungskräfte.

→ WERTSCHÄTZUNG

Ist die Wichtigkeit des Themas „Wertschätzung“ bei deutschen Unternehmen schon angekommen, oder gibt es noch Nachholbedarf?

Dass Wertschätzung wichtig ist, haben die meisten Unternehmen durchaus verstanden. Viele sehen wertschätzendes Verhalten aber als eine Art Sahnehäubchen, das man hinzufügen kann, wenn sich der Erfolg schon eingestellt hat. Ich halte Wertschätzung jedoch für eine unabdingbare Voraussetzung, um überhaupt nachhaltig erfolgreich zu sein. Nur so lässt sich ein langfristig erfolgreiches Verhältnis zu den Kunden aufbauen, und nur so kann man dauerhaft Mitarbeiter binden. Qualifiziertes Personal ist rar und heftig umworben. Eine wertorientierte Unternehmenskultur ist im Wettbewerb um die guten Köpfe oft mehr wert als großzügige Boni und Incentives.

Die Sparkassen haben Wertorientierung und Verantwortungsbewusstsein traditionell in ihrem Geschäftsmodell verankert. Haben sie damit eine Vorbildfunktion?

Diese besondere Wertorientierung ist sicher ein Alleinstellungsmerkmal der Sparkassen. Zugute kommt ihnen außerdem ihr lokales Engagement, wie Sponsoring- und Spendenaktivitäten: Das macht sie sehr sichtbar, und insofern haben sie auf jeden Fall eine wichtige Vorbildfunktion, die in der Öffentlichkeit auch positiv wahrgenommen wird.

Es heißt, wir leben in einer Ellbogengesellschaft, Durchsetzungsvermögen und Egoismus sind wichtige Eigenschaften, wenn man was erreichen möchte. Verträgt sich das mit der Forderung nach Höflichkeit, Respekt und Wertschätzung?

An sich denkt jeder Mensch eigennützig, und daran gibt es grundsätzlich auch nichts auszusetzen: Das macht uns als Menschen aus, darauf basiert unser ganzes Wirtschaftssystem. Man muss sich eben nur klarmachen, dass der Geschäftspartner am anderen Ende des Tisches ebenfalls eigennützig denkt. Und dann kommt es darauf an, beides in Einklang zu bringen. Respektloser Ellbogeneinsatz zahlt sich höchstens kurzfristig aus, aber nachhaltiger Erfolg lässt sich dadurch nicht erzielen. Und Nachhaltigkeit ist in meinen Augen ganz wichtig.

Moritz Freiherr Knigge ist Berater für Umgangsformen und einer der Gründer des Deutschen Knigge-Rats. Ziel seiner Arbeit ist es, Unternehmen darin zu unterstützen, „zwischenmenschliche Reibungs- und die daraus resultierenden Leitungsverluste zu minimieren“. In diesem Kontext hat er bereits häufig mit Sparkassen und Sparkassenverbänden zusammengearbeitet. Zu seinen Veröffentlichungen gehört u. a. das Buch „Spielregeln. Wie wir miteinander umgehen sollten“ (2004).

RHEINISCHE SPARKASSEN AKADEMIE: BILDUNG ZAHLT SICH LANGFRISTIG AUS

Die Rheinische Sparkassenakademie bietet ein umfangreiches Programm zur Weiterbildung und Qualifizierung von Führungskräften und Mitarbeitern. „Knigge-Seminare“ sind dabei regelmäßiger Bestandteil im Seminarkalender.

Führung, Führungsverantwortung und damit einhergehend Mitarbeiter- und Kundenbindung sind traditionell Fokusthemen der Rheinischen Sparkassenakademie (RSA). Speziell zu diesen Themenstellungen hat die Akademie im Jahr 2010 viele Bildungslösungen erfolgreich mit ihren Partnersparkassen im Rheinland umgesetzt. Als Beispiel für eine Veranstaltung sei das Seminar unter dem Titel „Verkaufen durch Lebenserfahrung“ genannt, das sich ebenfalls mit Aspekten langfristiger Kundenbindung auseinandersetzt.

Vertriebsintensivierung? Nachhaltig! GUT.

Dieses innovative Schulungskonzept für Führungskräfte und Berater setzt die RSA bereits in drei rheinischen Sparkassen erfolgreich um und steht des Weiteren in den Startlöchern für die nächsten Sparkassenprojekte. Nachhaltig konnten durch individuelle Begleitung von Mitarbeitern die Beratungsqualität und der Vertriebsserfolg gesteigert werden – belegbar durch Zahlenmaterial aus den Partnersparkassen.

Führungskräfte und Mitarbeiter lernen durch Erleben. Direkt in der Praxis erhalten Mitarbeiter in einem wiederkehrenden Prozess qualifiziertes Feedback, wodurch diese bestmöglich unterstützt und mit individuell passenden Maßnahmen begleitet werden. Dabei steht sowohl die Qualitätssteigerung der Arbeitsleistung einzelner Mitarbeiter als auch die gezielte Steigerung der Feedbackqualität und der direkten Führungsleistung im Vordergrund. So werden Potenziale gezielt geweckt, vorhandene Kompetenzen genutzt sowie ausgebaut und Leistungsträger identifiziert.

Bildung nach diesem Konzept bedeutet kontinuierliches Lernen über Hierarchieebenen hinweg, wodurch Werte wie Vorbildfunktion, Verantwortung und partnerschaftliche Kommunikation in den Mittelpunkt rücken. Nachhaltig Kompetenzen fördern, bedeutet nachhaltige Identifikation mit der Sparkasse schaffen, um Mitarbeiter langfristig und wertgeschätzt zu binden.

Start des Bachelor-Studiengangs mit Schwerpunkt Beratung und Vertrieb

Nachhaltige Mitarbeiterbindung in Verbindung mit Bestenförderung steht beim Studienangebot zum Bachelor of

→ WERTSCHÄTZUNG

Science ebenfalls im Fokus der rheinischen Sparkassen. Durch den erfolgreichen Abschluss eines Kooperationsvertrages mit der Hochschule der Sparkassen-Finanzgruppe durch die drei Regionalakademien in Hannover, Münster und Düsseldorf startete der „Vertriebs-Bachelor“ im Herbst 2010 auch am Studienstandort Köln/Düsseldorf der Rheinischen Sparkassenakademie.

Mit großem Elan gingen die ersten Studenten mit Unterstützung ihrer Mentoren den berufsintegrierten Studiengang mit dem Schwerpunkt „Beratung und Vertrieb“ an. Als Pioniere stellen sich die Studenten den hohen Anforderungen dieses integrierten Studiengangs. Ziel des Studiums ist es, in sieben Semestern sowohl den Abschluss als Sparkassenbetriebswirt als auch den Abschluss als „Bachelor of Science“ zu erlangen.

Testkäufe mit qualifiziertem Feedback

Losgelöst von der Idee des reinen „Mystery-Shoppings“ konnten die Testkäufe mit qualifiziertem Feedback als echte Personalentwicklungsmaßnahme in der Beratungspraxis überzeugen. Durch professionell ausgebildete Testkäufer in anspruchsvollen Kundenrollen sorgt dieses in dieser Form einzigartige Bildungskonzept für eine nachhaltige Sicherung der Qualität in allen Beratungs- und Betreuungsbereichen. Direktes Feedback im Anschluss an die Testkaufsituation unter Beteiligung der zuständigen Führungskraft legt hierbei den Grundstein, um in der Praxis gezielt an Potenzialen der Kundenbetreuer zu arbeiten und deren Stärken auszubauen.

Zertifizierung im Firmenkundengeschäft

Nicht nur einmalige Qualifikation, sondern nachhaltige Qualitätssicherung ist die Intention des revolvierenden Zertifizierungsprozesses. In den letzten Jahren ist die Zertifizierung als besonderes Gütesiegel der Sparkassen-Finanzgruppe bereits erfolgreich im Bereich Financial Consultant angelaufen, sodass die Nachfrage aus weiteren Top-Beratungssegmenten der Sparkassen nicht lange auf sich warten ließ. Mit Erfolg sind im Jahr 2010 die Sparkassen im Rheinland der Zertifizierung im Firmenkundengeschäft nachgegangen und konnten sich unter Begleitung der RSA die Beratungsleistungen ausgewählter Firmenkundenbetreuer zertifizieren lassen und somit die besondere Qualität dieser Arbeit geprüft dokumentieren.

Nachhaltiges Produktportfolio

„Zukunftsweisend und immer auf der Höhe des Geschehens“: Unter dieser Leitlinie hat die Rheinische Sparkassenakademie eine Studienarbeit in Kooperation mit Professor Dr. Henry Schäfer von der Universität Stuttgart erstellt, welche sich intensiv mit Finanzdienstleistungsprodukten auseinandersetzt, die zu Nachhaltigkeit im Sinne ökologischer und ökonomischer Werterhaltung beitragen. Entscheidender Faktor für den Lehrbetrieb der RSA ist die Verankerung nachhaltiger Finanzprodukte im aktuellen Lehrgangsgeschäft, um am langen Ende die Beratungsqualität für die Kunden der rheinischen Sparkassen auch in diesem Bereich zeitgemäß auszurichten. Hierzu zählt zum Beispiel auch die Finanzierung von Anlagen zur Nutzung der erneuerbaren Energien durch private Haushalte.

Zahlen – Daten – Fakten Akademiebetrieb 2010

Teilnehmertage	46.462
Erfolgreiche Prüfungsabschlüsse	920
Absolventen Fachseminar	212
Teilnehmer Kundenberaterlehrgang	493
Studenten im Studiengang Sparkassenbetriebswirt Teil I & II	309
Absolventen Ausbildereignung	122
Tagungsgäste	2.617



Gesundheit

*Ausgezeichnetes Gesundheitsmanagement bei der Kreissparkasse Köln
Ein Zukunftskonzept*

Gesunde Mitarbeiter sind leistungsfähiger – dies wirkt sich nicht nur positiv auf das Arbeitsumfeld aus, sondern auch auf den gesamten Unternehmenserfolg. Die Kreissparkasse Köln baut deshalb auf ein umfassendes innerbetriebliches Gesundheitsmanagement. Für ihr Konzept erhielt die Sparkasse 2010 das Exzellenzsiegel des „Corporate Health Awards“.

Wie wichtig „ein gesunder Geist in einem gesunden Körper“ ist, darüber dichtete schon der römische Philosoph Juvenal. In Zeiten des demografischen Wandels ist es für Arbeitgeber bedeutsamer denn je, in die Gesundheit ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu investieren. Denn ein ausgeglichener seelischer und ein gesunder körperlicher Zustand wirken sich nicht nur positiv auf das Wohlbefinden einzelner Arbeitnehmer, sondern auch auf das gesamte Arbeitsklima aus. Die Förderung der Gesundheit von Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern kommt somit einer Verbesserung der betrieblichen Leistungsfähigkeit gleich.

Die Kreissparkasse Köln, Deutschlands drittgrößte Sparkasse, beschäftigt in ihrem Geschäftsgebiet (Rhein-Erft-Kreis, Rhein-Sieg-Kreis, Rheinisch-Bergischer Kreis und Oberbergischer Kreis) insgesamt rund 4.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Um deren Gesundheit zu fördern, bietet die Kreissparkasse Köln deshalb seit mehreren Jahren ein unternehmensweites Gesundheitsprogramm an.

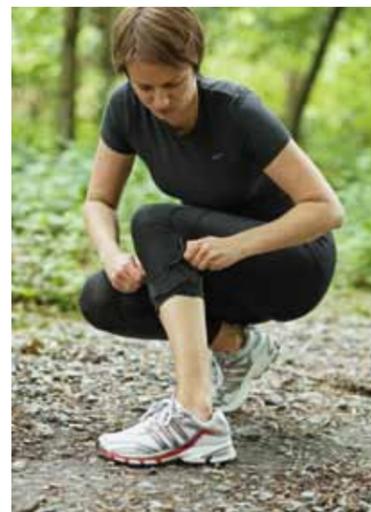
Basierend auf den fünf Säulen „Vitalität und Entspannung“, „Arbeitsumfeld“, „Schwerbehindertenvertretung“, „Betriebliche Suchtberatung“ und „Betriebliches Eingliederungsmanagement“ können die Beschäftigten der Sparkasse auf ein weitreichendes Angebot zur Gesundheitsförderung zugreifen. Mit ihrem Ernährungs-, Sport- und Präventionsprogramm initiiert die Sparkasse eine betriebliche Gesundheitskultur, die ihre Angestellten sowohl im Büro als auch im Privatleben mobilisieren und motivieren soll. Hauseigene Sportge-

meinschaften, eine Rückenschule, regelmäßige Gesundheitstage und kostenlose Routineuntersuchungen sind dabei nur einige der vielfältigen Angebote, die den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Kreissparkasse Köln offenstehen.

„Besonders die Sportangebote sind sehr gefragt. Rund ein Drittel unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter ist in der Sparkassen-Sportgemeinschaft angemeldet. Auch an unserem ersten Gehwettbewerb ‚KSKon-Tour‘ nahmen über 1.000 unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter teil“, berichtet Michael Wiegand, Leiter des Gesundheitsmanagements der Kreissparkasse Köln. Für dieses Engagement wurde die Kreissparkasse Köln 2010 mit dem Exzellenzsiegel des „Corporate Health Awards“ von Handelsblatt, TÜV SÜD Life Service und EuPD Research ausgezeichnet. Das unter der Schirmherrschaft des Bundesministeriums für Arbeit und Soziales und der Initiative „Neue Qualität der Arbeit“ vergebene Siegel folgt dem Leitsatz „Nachhaltig gesund – Nachhaltig erfolgreich“ und zeichnete das rheinische Finanzinstitut als eines der gesündesten Unternehmen Deutschlands aus.

Mit ihrer vorausschauenden Personalstrategie reagiert die Sparkasse auf die Zeichen der Zeit. „Die Menschen arbeiten künftig länger in den Unternehmen – es werden mehr ältere Menschen beschäftigt –, dies ist nicht nur eine Herausforderung für die Arbeitnehmer, sondern auch für die Betriebe. Mit einem innovativen Gesundheitsmanagement lässt sich die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter positiv beeinflussen und wirkt einem prognostizierten Fachkräftemangel entgegen“, erklärt Alexander Wüerst, Vorstandsvorsitzender der Kreissparkasse Köln und Landesobmann der rheinischen Sparkassen.

Die Investition in die Gesundheit ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zahlt sich für die Kreissparkasse Köln gleich mehrfach aus, denn mit ihrem beispielhaften Einsatz für die Gesundheitsförderung übt die Kreissparkasse Köln auch eine Vorbildfunktion aus, die weit über die Grenzen der Sparkasse hinaus wirkt.



Nachdem die Kreissparkasse Köln bereits im Vorjahr für ihr vorbildliches Engagement zur Erhaltung der Gesundheit und Leistungsfähigkeit ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit dem Gütesiegel ausgezeichnet wurde, konnte sie sich 2010 das Exzellenzsiegel des „Corporate Health Awards“ sichern

*Verbundpartner:
DekaBank 64
Deutsche Leasing 65
Finanz Informatik 66
LBS West 67
ÖRAG 68
Provinzial 69
WestLB 70*

DekaBank Publikumsfonds setzen erneut Maßstäbe im deutschen Markt

Die DekaBank blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2010 zurück. Trotz der Belastungen durch das Markt- und Wettbewerbsumfeld hat die DekaBank für ihre Anteilseigner, die Sparkassen und Landesbanken, erneut ein Rekordergebnis erzielt. Die Kapitalmärkte haben auf Jahressicht von der Erholung der Weltkonjunktur insgesamt profitiert. Doch obwohl die Geschäftsberichte der Unternehmen sowohl in den USA als auch in Europa positiv überraschten und somit fundamentale Kaufsignale aussandten, hielten sich die meisten Anleger lange Zeit zurück. Da die Euro-Turbulenzen nicht vollends abgebaut werden konnten, schwankten die Aktienmärkte lange Zeit zwischen Pessimismus und Zuversicht. In der zweiten Jahreshälfte setzten sich dann die Aufwärtskräfte durch, sodass der deutsche Leitindex DAX das Jahr mit starken 6.914 Punkten beenden konnte.

Weiterhin einer der besten Anbieter im Markt

Der DekaBank-Konzern behauptete mit rund 104 Mrd. Euro gemanagtem Fondsvermögen zum Jahresende 2010 erneut Platz zwei bei Wertpapier-Publikumsfonds im deutschen Markt. Bei den offenen Immobilien-Publikumsfonds ist die DekaBank-Gruppe mit rund 20 Mrd. Euro verwaltetem Fondsvermögen unverändert Marktführer. Das Analysehaus Morningstar zählte die DekaBank wie schon im Vorjahr zu den besten Anbietern im Markt. Auch bei zentralen Leistungsvergleichen der Anbieter von

Wertpapier-Publikumsfonds hat die Deka Investment durchweg gute Platzierungen erreicht. Gleich drei Fonds wurden zum Spitzenreiter ihrer Gruppe gekürt. Im Jahr 2010 richtete sich der Trend nach differenzierten Publikumsfonds. Die DekaBank verfolgt deshalb das Ziel, die einzelnen Kundengruppen mit einem Höchstmaß an Individualität und innovativen Produkten anzusprechen und die Berater der Sparkassen noch gezielter zu unterstützen. Bei dem im ersten Quartal 2011 geplanten Deka-Vermögenskonzept können daher Ein- und Ausstiegssteuerung, Kapitalerhalt, Verlustbegrenzung oder Gewinnerhalt individuell mit dem Berater konfiguriert werden.

Ausblick auf das Investmentjahr 2011

Auch im kommenden Jahr werden die Kapitalmärkte von Nervosität geprägt sein. Eine nachhaltige Beruhigung der Finanzmärkte wird im Wesentlichen davon abhängen, ob eine Lösung für die Verschuldungskrise im Euroraum gefunden wird und ob die in Europa in die Wege geleiteten Haushaltskonsolidierungen greifen. Dies sind Grundvoraussetzungen, um das Vertrauen der Marktteilnehmer in die Kapitalmärkte wiederherzustellen.

Zunächst müssen sich Kapitalanleger deshalb auf weitere Volatilitäten an den Kapitalmärkten einstellen. Solange sich die Weltwirtschaft wie erwartet 2011 im Aufschwung befindet, werden auch die Aktienkurse im laufenden Jahr weiter ansteigen.

Ausgezeichnet: Zu den drei gekürten Fonds zählte wiederholt der Deka-ConvergenceAktien als „Bester Aktienfonds Osteuropa“ über fünf Jahre, bei den Feri EuroRating Awards im November 2010 wurde er als „Bester Aktienfonds Mittel-/Osteuropa“ ausgezeichnet

Deutsche Leasing Neue Herausforderungen für das Leasing-Geschäft im Jahr 2011

In der deutschen Wirtschaft zeigt sich ein Aufwärtstrend. Laut Bundesverband Deutscher Leasing-Unternehmen (BDL) schloss die Leasing-Branche das Jahr 2010 mit einem Neugeschäftsvolumen von 43,6 Mrd. Euro ab. Trotz eines Plus von 4 Prozent war 2010 für die Leasing-Branche kein leichtes Jahr, denn die Auswirkungen der Wirtschaftskrise waren noch immer deutlich zu spüren. Für 2011 hellen sich jedoch die Aussichten weiter auf. Auch der Branchenverband rechnet für 2011 mit einem erneuten Wachstum.

Rückblick: Leasing-Markt 2010

Mit Blick auf den Leasing-Markt konnten Straßenfahrzeuge als größter Objektbereich ihr Neugeschäft 2010 um 2,6 Prozent steigern, während das Neugeschäft mit Büromaschinen und EDV einen leichten Rückgang von 2,5 Prozent zu verzeichnen hatte. Die Struktur der Leasing-Objekte blieb dabei stabil: Den größten Anteil am Neugeschäft der Branche verzeichneten 2010 Straßenfahrzeuge (64,1 Prozent), so der BDL. Es folgten Produktionsmaschinen (12,2 Prozent), sowie Büromaschinen und EDV (8,9 Prozent).

Auch bei der Kundenstruktur gab es wenig Bewegung. 33,9 Prozent der Kunden stammen aus dem Dienstleistungssektor, gefolgt vom verarbeitenden Gewerbe (22,5 Prozent). Für die Sparkassen und die Deutsche Leasing AG waren die Ergebnisse im wirtschaftlichen Vergleich vorzeigbar: Bundesweit erzielten die Sparkassen ein Neugeschäft von 2,9 Mrd. Euro im Sparkassen-Leasing.

Der moderate Rückgang zum Vorjahr (3,2 Mrd. Euro) zeigt die verhaltene Investitionsneigung der Sparkassenkunden als Nachwirkung der Wirtschaftskrise.

Branche hofft 2011 auf Neu- und Ersatzinvestitionen

In das Jahr 2011 wird die Gesamtwirtschaft mit viel Rückenwind starten. Das wird auch Auswirkungen auf die Leasing-Branche haben – obwohl der Aufschwung hier aufgrund der aktuellen Produktionsengpässe noch nicht ganz angekommen ist. Deshalb hofft die Branche, dass Neubeziehungsweise Ersatzinvestitionen die Entwicklung der Branche 2011 beflügeln. Um die eingeläutete Trendwende von Anfang an zu nutzen, hat die Deutsche Leasing zusätzliche Schwerpunkte gesetzt, von denen auch die Sparkassen profitieren. So rücken die Branchen Medizintechnik, erneuerbare Energien sowie Nahrung und Genuss stärker in den Mittelpunkt. Auch die vermehrte Begleitung von Sparkassenkunden ins Ausland wird 2011 eine große Rolle spielen.

In 2011 gilt es, neue Potenziale zu nutzen

Sowohl im Vermittlungsgeschäft als auch im internationalen Geschäft eröffnen sich so den rheinischen Sparkassen enorme Chancen für die optimale Ausschöpfung weiteren Marktpotenzials. Und der Verbundpartner Deutsche Leasing bietet dabei ein leistungsfähiges, auf die Anforderungen des Mittelstands ausgerichtetes Produktportfolio, das laufend chancenorientiert weiterentwickelt wird.

Die Deutsche Leasing setzt auf zusätzliche Schwerpunkte wie z. B. erneuerbare Energien

Finanz Informatik Ein Meilenstein für die IT der Sparkassen-Finanzgruppe

Erneuter Erfolg: Fusions-Businessplan wiederholt unterschritten

Die Finanz Informatik hat im Jahr 2010 Einsparungen in Höhe von 116,8 Mio. Euro realisiert. Damit wurden die Synergieziele aus der Fusion zur Finanz Informatik erneut übertroffen, die positive Entwicklung im Bereich der zentralen IT-Kosten setzte sich fort. Bereits in 2008 – im ersten Jahr der Fusion – lagen die zentralen IT-Ausgaben der Sparkassen unter der ursprünglichen Planung.

Mit den neuerlichen Kosteneinsparungen summieren sich die Einsparungen auf insgesamt 246,1 Mio. Euro. Diese positive Kostenentwicklung ist umso bemerkenswerter vor dem Hintergrund, dass die Finanz Informatik ihr Angebot an Produkten und Dienstleistungen kontinuierlich ausbauen konnte.

Meilenstein: 400. Sparkasse auf OSPlus übergeleitet

Im Oktober 2010 wurde bei der Migration auf die IT-Gesamtbanklösung OSPlus ein wichtiger Meilenstein erreicht: Erstmals arbeiten mehr als 400 deutsche Sparkassen mit einer gemeinsamen IT-Lösung. Damit geht Europas größtes Banken-IT-Projekt der letzten Jahre auf die Zielgerade. Mit OSPlus bietet die Finanz Informatik ihren Kunden eine flexible und zukunftsfähige Gesamtbanklösung, die bei einer Studie des Focos Transferzentrums der Hochschule Karlsruhe vom Mai 2010 im Marktvergleich am besten abschnitt.

Neue Tochterunternehmen ergänzen Portfolio

Die Finanz Informatik hat im Jahr 2010 ihr Portfolio auch durch die Übernahme von zwei Tochterunternehmen ergänzt. So wurde die auf multibankfähige Electronic-Banking-Produkte spezialisierte SFirm erworben, die mit ihrer Softwarelösung Marktführer im Bereich des Electronic Banking für Firmen- und Gewerbekunden ist. Zudem wurden Anteile der Hamburger Star Finanz, dem führenden Anbieter multibankfähiger Onlinebanking-Lösungen und Spezialisten für Mobile-Banking-Applikationen, übernommen. So soll langfristig eine strategische Stärkung in diesen dynamischen Märkten erreicht werden.

Weichen für die Zukunft gestellt

Die Finanz Informatik wird die Gesamtbanklösung OSPlus auch in 2011 mit einem Investitionsvolumen von über 100 Mio. Euro weiterentwickeln und zugleich das Produkt- und Leistungsangebot ausbauen. Hierbei ist insbesondere das Projekt „IT-Konsolidierung“ von großer Bedeutung, welches die weitere Verlagerung der dezentralen IT-Infrastrukturen der Sparkassen in die Rechenzentren der Finanz Informatik zum Ziel hat. Ende Juli 2011 wird die Migration der Sparkassen auf die Gesamtbanklösung OSPlus ihren Abschluss finden. Aber auch im Anschluss an dieses historische Projekt wird die Finanz Informatik die Strategie weiterverfolgen, mit ihrem IT-Angebot zum Erfolg der Sparkassen-Finanzgruppe beizutragen.

Bis Ende 2011 werden rund 200.000 bankfachlich beschäftigte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit OSPlus arbeiten

LBS West Die Bausparkasse stärkt führende Marktposition

Im Geschäftsjahr 2010 konnte die LBS West, die Bausparkasse der Sparkassen, mit einer Brutto-Bausparsumme von 9,1 Mrd. Euro und 381.284 Neuverträgen ihre führende Marktposition stärken. Zu diesem guten Geschäftsergebnis trugen die rheinischen Sparkassen maßgeblich bei: Sie vermittelten 85.042 Verträge, etwa 7,9 Prozent mehr als im Vorjahr. Die Qualität des Produktangebots wurde im Dezember 2010 und im April 2011 eindrucksvoll durch den Test-Sieg des LBS-Riester-Kombikredits in der Zeitschrift „Finanztest“ unterstrichen. Dadurch wird das Profil von LBS West und Sparkassen als kompetente Partner rund um die Themen Immobilien und Finanzierungen weiter geschärft.

Neugeschäft gesteigert

Im Bauspar-Neugeschäft schnitt die LBS West im Branchenvergleich hervorragend ab: Praktisch jeder zweite Bausparvertrag in NRW wurde bei der LBS West abgeschlossen. So konnte auch ihre Marktführerschaft ausgebaut werden. Besonders erfreulich für die LBS West und die Sparkassen ist die Anzahl der neu gewonnenen Kunden: Über 130.000 kamen 2010 hinzu, davon allein 60.910 im Geschäftsgebiet der rheinischen Sparkassen.

Zu einem besonders erfolgreichen Produkt zur Neukundengewinnung entwickelte sich dabei der Tarif Classic Young. Knapp 75.000 Kunden entschieden sich im Jahr 2010 für diesen Tarif, davon 31.137 im Rheinland. Insgesamt wurden mehr als

ein Drittel aller Neuverträge von jungen Kunden unter 25 Jahren abgeschlossen. Das entspricht einer Steigerung von 10,6 Prozent in dieser strategisch wichtigen Zielgruppe.

Nr. 1 bei Wohn-Riester

Die frühzeitige Entscheidung, das Riester-Bausparen in den Mittelpunkt der Vertriebsaktivitäten zu stellen, hat sich bewährt. Über 55.000 LBS-Riester-Verträge wurden im vergangenen Jahr neu abgeschlossen. Seit Einführung des Produkts sind bereits über 140.000 Verträge über eine Bausparsumme von 4 Mrd. Euro abgeschlossen worden. Der Marktanteil im Wohn-Riester-Neugeschäft liegt weiterhin deutlich über 50 Prozent.

Verbundfinanzierung ausgebaut

Im Kreditbereich konnten vor allem die Riester-Vorfinanzierungskredite und der neue Modernisierungs- und Renovierungskredit LBS MoRe, der mit seinem schlanken Abwicklungsprozess gut in das Angebot der Sparkassen passt, erfolgreich verkauft werden. Bei der Vermittlung von Finanzierungen an die Sparkassen unterstrich der LBS-Außendienst (HAD) auch im vergangenen Jahr seine Bedeutung für den Verbund.

Mit einem Finanzierungsvolumen von rund 680 Mio. Euro ist der HAD der LBS erneut der wichtigste Vermittlungspartner der Sparkassen in Nordrhein-Westfalen. Dabei gingen rund 365 Mio. Euro an die rheinischen Sparkassen.

Zum Jahresende betreute die LBS knapp 2,6 Mio. Verträge mit einer Summe von über 61 Mrd. Euro. Die Bilanzsumme stieg damit erstmals über die 10-Mrd.-Euro-Marke

ÖRAG Rechtsschutzversicherungs-AG Erfolg mit neuen Rechtsleistungen

Die ÖRAG Rechtsschutzversicherungs-AG, der Partner für Rechtsschutz in der Sparkassen-Finanzgruppe, hat im 40. Jahr ihres Bestehens ihr Produktangebot erweitert. Damit Kunden im Streitfall die Rechtslage frühzeitig einschätzen können, hat das Unternehmen die telefonische Erstberatung in all ihre Vertragsbausteine integriert. Die ganzheitliche juristische Betreuung koordiniert sie über ihr KundenServiceCenter. Hier stehen rund 100 Volljuristen dem Kunden als erste Anlaufstelle zur Seite. Mit einem vorläufigen Beitragsvolumen von 220,5 Mio. Euro und über 1,3 Mio. Verträgen belegt das Unternehmen den fünften Platz unter den deutschen Rechtsschutzanbietern.

Die erfolgreiche Kundenorientierung zeigt sich auch in der Auszeichnung mit den KUBUS-Gütesiegeln. Damit wurde das Unternehmen 2010 zum dritten Mal in Folge ausgezeichnet.

D.R.S. Deutsche Rechtsanwalts Service GmbH

Mit der D.R.S. Deutsche Rechtsanwalts Service GmbH ist seit einem Jahr die Managementgesellschaft für das Angebot gehobener Rechtsdienstleistungen als Tochter der ÖRAG Rechtsschutzversicherungs-AG im Verbund der öffentlichen Versicherer und der Sparkassen-Finanzgruppe angesiedelt. Im Netzwerk dieser Tochtergesellschaft der ÖRAG Rechtsschutzversicherungs-AG finden sich Rechtsanwälte, die fachlich auf das jeweilige Problem des Kunden spezialisiert sind und sich zudem durch eine hohe Kundenorientierung auszeichnen.

Zertifizierte Qualität bei Service- und Assistancelleistungen

Als Spezialist für Assistancelleistungen verfügt die ÖRAG Service GmbH, ein weiteres Tochterunternehmen der ÖRAG Rechtsschutz, über Infrastrukturen, mit denen sich Unterstützungsleistungen ebenso hochwertig wie wirtschaftlich erbringen lassen. Wesentliche Bausteine sind der 24-Stunden-Service, die 200 fachlich versierten Mitarbeiter und ein weltweites Dienstleisternetzwerk. Das breite Spektrum der ÖRAG Service GmbH deckt Schadenfälle in allen Lebensbereichen ab. Die erforderlichen Maßnahmen werden in 20 Sprachen organisiert, vermittelt und koordiniert. Das gesamte Unternehmen ist nach DIN EN ISO 9001:2008 zertifiziert, und ein umfassendes Qualitätsmanagement sichert den hohen Standard der Leistungen. Die jeweiligen Assistancelleistungen sind in die Produkte der Auftraggeber integriert und bieten attraktive Mehrwerte.

Innovative Serviceangebote

Neue Wege in der Kundenorientierung gehen derzeit Themenschutzbriefe, die sowohl Assistancelleistungen als auch den klassischen Versicherungsschutz miteinander verbinden. Daher haben die öffentlichen Versicherer die ÖRAG Rechtsschutzversicherungs-AG beauftragt, einen zentralen Assistancelversicherer zu gründen. Mit dem neuen Tochterunternehmen der ÖRAG Rechtsschutz, der Deutschen Assistance Versicherung AG, kann der zunehmende Bedarf an Beistands- und innovativen Schutzbriefkonzepten über einen gemeinsamen Risikoträger bedient werden.

Die ÖRAG Rechtsschutzversicherungs-AG – erfolgreicher Versicherer seit 40 Jahren

Provinzial Positive Entwicklung im Versicherungsgeschäft

Die Provinzial Rheinland Versicherungsgruppe erzielte trotz des schwierigen Wettbewerbsumfeldes und der weiterhin spürbaren Einflüsse der Finanzkrise erneut ein sehr gutes Geschäftsergebnis. Insgesamt konnte ein Beitragswachstum von 12,7* Prozent auf 2,6 Mrd. Euro verzeichnet werden, das deutlich über dem erwarteten Marktergebnis von 4,6 Prozent liegt. Wesentlicher Treiber des starken Wachstums war der Lebensversicherer.

Provinzial Rheinland Versicherung AG

Im selbst abgeschlossenen Geschäft der Provinzial Rheinland Versicherung AG verblieb vor Entnahme aus der Schwankungsrückstellung ein versicherungstechnischer Bruttogewinn in Höhe von 66,8 Mio. Euro. Die Combined Ratio, also die Summe von Schadenaufwand und Kosten im Verhältnis zu den verdienten Bruttobeiträgen, sank gegenüber dem Vorjahr auf 91,4 Prozent.

Provinzial Rheinland Lebensversicherung AG

Durch die herausragende Entwicklung des Einmalbeitragsgeschäfts stieg das Neugeschäft mit 728,4 Mio. Euro auf ein noch nie erreichtes Niveau. Nach der Verdopplung im Vorjahr konnte 2010 eine erneute Steigerung um 48,3 Prozent verzeichnet werden. Die positive Geschäftsentwicklung wurde auch durch den erfolgreichen Start der Biometrieoffensive unterstützt.

Die Provinzial Rheinland Lebensversicherung AG blickt vor dem Hintergrund einer modernen Produktpalette und der engen

Zusammenarbeit im Sparkassenverbund sehr zuversichtlich in das Jahr 2011.

Sparkassen Direktversicherung

Im letzten Jahr konnten die Bruttobeitrags-einnahmen auf 31,8 Mio. Euro gesteigert werden. Im letzten Jahresendgeschäft wurden gegenüber dem Vorjahr 25 Prozent mehr Verträge abgeschlossen. Bemerkenswert ist, dass die Gesellschaft mit nun 1.065 Tsd. Euro Jahresüberschuss zum siebten Mal in Folge schwarze Zahlen schreibt – dies erreichen die wenigsten deutschen Direktversicherer.

ProTect Versicherung AG

Die ProTect Versicherung AG hat zum 1. März 2010 ihre Geschäftstätigkeit als Teil der Unternehmensgruppe der Provinzial Rheinland Holding aufgenommen. Als Spezialversicherer sichert das Unternehmen Arbeitseinkommensverluste ab und offeriert ihre Produkte bundesweit über die Sparkassen-Finanzgruppe. In 2010 verzeichnete die ProTect Versicherung AG Beitrags-einnahmen in Höhe von 66,7 Mio. Euro.

Lippische Landes-Brandversicherungsanstalt

Im Jahr 2009 hat die Provinzial Rheinland die Gewährträgerschaft über die Lippische Landes-Brandversicherungsanstalt übernommen. Als eine 100%ige Tochter der Provinzial Rheinland Holding betreibt der Versicherer alle Sparten der Schaden- und Unfallversicherung in ihrem Geschäftsgebiet. Im Geschäftsjahr 2010 verzeichnete der Versicherer Beitragseinnahmen in Höhe von 86,0 Mio. Euro.

Die Provinzial profitiert vor allem von ihrer finanziellen Solidität, dem guten Image und der Vertriebskraft der Sparkassen-Finanzgruppe

* Lippische Landes-Brandversicherungsanstalt ab 1.5.2009

WestLB Kernbank baute Kundengeschäft 2010 aus

Die WestLB hat im Jahr 2010 ihre operative Ertragskraft in der Kernbank weiter verbessert und das Kundengeschäft deutlich ausgebaut. Das Vorsteuerergebnis 2010 beträgt 446 Mio. Euro nach 138 Mio. Euro im Vorjahr. Die Erträge stiegen um 22 Prozent auf 1,4 Mrd. Euro; gleichzeitig konnten die Verwaltungsaufwendungen in der Kernbank um 13 Prozent reduziert werden. Das Ergebnis im Konzern war erneut in hohem Maße durch Belastungen geprägt, die aus dem konsequent vorangetriebenen Umbau der Bank resultieren.

Die Übertragung nicht strategienotwendiger Aktiva auf die Erste Abwicklungsanstalt (EAA) wurde abgeschlossen und vollständig in den Zahlen verarbeitet. Neben Übertragungseffekten belasteten auch die erheblichen Restrukturierungskosten das Ergebnis. Der Vorsteuerverlust reduzierte sich auf 133 Mio. Euro (Vorjahr: –503 Mio. Euro). Die Bank verbesserte nachhaltig ihr Risikoprofil und steigerte die Kernkapitalquote von 6,4 Prozent auf 11,4 Prozent. Die Bilanzsumme sank um 21 Prozent, die Risikoaktiva gingen um 41 Prozent zurück.

Kundengeschäft weiter ausgebaut

Im Geschäftsjahr 2010 schärfte die WestLB das Geschäftsprofil der Kernbank nachhaltig und baute die kundenbezogenen Aktivitäten weiter aus. Auf das Kundengeschäft entfielen 85 Prozent der Gesamterträge in der Kernbank in Höhe von 1,4 Mrd. Euro. Dabei leisteten alle Kundensegmente der WestLB Kernbank einen signifikanten

Beitrag. In einem schwierigen Wettbewerbsumfeld hielt die Bank operativ Kurs und stärkte ihre Marktposition in zahlreichen Geschäftsfeldern.

Als führende Landesbank für Eigenkapitalmaßnahmen begleitete sie 15 Transaktionen. Bei Schuldscheindarlehen (Top 3), Anleihen (Top 5) und syndizierten Krediten (Top 8) bestätigte sie ihre starke Rolle als Unternehmensfinanzierer in Deutschland. Zugleich festigte die WestLB ihre Marktposition als führender deutscher Projektfinanzierer. Ein sehr gutes Ergebnis erzielte sie ebenso als viertgrößter Emittent von Zertifikaten.

Fokussierung des Geschäfts weitgehend umgesetzt

Die Entscheidung der Europäischen Kommission aus dem Mai 2009 hat die Bank weitgehend umgesetzt. Neben der Reduktion von Bilanzsumme und Risikoaktiva kam die Bank auch bei der Straffung des Standortnetzes und der damit verbundenen Veräußerung von Beteiligungen voran. Mit der Schließung des Standorts in Köln hat der Finanzierer seine Zielaufstellung in Deutschland erreicht. Gleichzeitig verschlankt die WestLB Kernbank ihr internationales Netzwerk. Die Bank schloss ihre Niederlassung in Paris sowie die Repräsentanz in Dubai. Sie trennte sich ebenso von ihren Tochtergesellschaften WestLB Bank Polska, Banque d'Orsay sowie WestLB International in Luxemburg.

Die WestLB konnte im Jahr 2010 ihr Kundengeschäft ausbauen und ihr Risikoprofil verbessern

*Statistische Daten:
Statuszahlen 72
Verbindlichkeiten 74
Forderungen 75
Bilanzsummen 76
Auf einen Blick 77*

Statuszahlen der rheinischen Sparkassen

Aktiva

	Ende 2010 in Mio. €	Anteile in %	Veränderung 2010:2009	
			in Mio. €	in %
Kassenbestand	871	0,6	-89	-9,3
Guthaben bei Zentralnotenbanken	2.110	1,3	-694	-24,7
Wechsel, refinanzierbar	0	0,0	0	-
Forderungen an Kreditinstitute	9.137	5,8	1.176	14,8
Forderungen an Kunden	109.457	69,8	945	0,9
davon: unter 5 Jahre	18.360	11,7	-817	-4,3
5 Jahre und darüber	91.058	58,1	1.766	2,0
Wechsel (ohne refinanzierbare Wechsel)	39	0,0	-4	-10,3
Wertpapiere (einschl. Schatzwechsel)	27.359	17,5	-1.398	-4,9
davon: Geldmarktpapiere	80	0,1	-288	-78,3
Anleihen und Schuldverschreibungen	20.499	13,1	-861	-4,0
Aktien u. a. nicht festverzinsl. Wertpapiere	6.780	4,3	-249	-3,5
Beteiligungen	2.792	1,8	-108	-3,7
Anteile an verbundenen Unternehmen	670	0,4	41	6,5
Treuhandvermögen	136	0,1	-29	-17,7
Sachanlagen	1.273	0,8	-70	-5,2
Sonstige Aktiva	2.910	1,9	1.931	197,2
Summe der Aktiva	156.715	100,0	1.704	1,1

Passiva

	Ende 2010 in Mio. €	Anteile in %	Veränderung 2010:2009	
			in Mio. €	in %
Verbindlichkeiten gegenüber Kunden	104.756	66,8	2.100	2,0
davon: Spareinlagen	38.685	24,7	1.418	3,8
Eigenemissionen	13.837	8,8	-2.127	-13,3
Sonstige Verbindlichkeiten	52.234	33,3	2.809	5,7
Verbindlichkeiten gegenüber Kreditinstituten	33.240	21,2	-2.371	-6,7
Treuhandverbindlichkeiten	136	0,1	-30	-18,0
Rückstellungen und Wertberichtigungen	1.838	1,2	-191	-9,4
Rücklagen und Eigenkapital (einschl. Genussrechtskapital)	8.530	5,4	-9	-0,1
Sonstige Passiva	8.215	5,2	2.205	36,7
Summe der Passiva	156.715	100,0	1.704	1,1

Datenbasis: Bilanzstatistik der rheinischen Sparkassen

Stand: 31.12.2010

Verbindlichkeiten und Spareinlagen

Verbindlichkeiten gegenüber Kunden (Beträge in Mio. Euro)

Bestand Ende	Spareinlagen	Eigenemissionen	tägl. fällige Einlagen	Termineinlagen	Verbindlichkeiten insgesamt	Veränderung zum Vorjahr in %
2000	39.590,1	21.059,1	18.324,1	12.987,2	91.960,5	1,1
2001	40.659,0	20.057,2	22.552,2	13.356,6	96.625,0	5,1
2002	40.625,3	20.017,6	24.383,0	13.227,2	98.253,1	1,7
2003	39.728,9	18.891,1	26.172,2	12.006,8	96.799,0	-1,5
2004	39.558,9	18.866,2	26.668,1	11.011,2	96.104,4	-0,7
2005	39.235,8	18.166,7	28.937,3	10.260,6	96.600,4	0,5
2006	38.367,0	19.229,3	28.959,9	11.923,7	98.479,9	1,9
2007	35.588,1	21.044,5	29.083,8	15.361,3	101.077,7	2,6
2008	35.075,7	19.613,1	30.369,3	19.177,8	104.235,9	3,1
2009	37.267,4	15.964,0	39.451,2	9.973,9	102.656,4	-1,5
2010	38.685,4	13.836,6	42.614,2	9.620,2	104.756,4	2,0

Zusammensetzung der Spareinlagen nach Kündigungsfristen (Beträge in Mio. Euro)

Bestand Ende	Mit 3-monatiger Kündigungsfrist		Mit vereinbarter Kündigungsfrist über 3 Monate		Spareinlagen insgesamt	Veränderung zum Vorjahr in %
	Betrag	Anteil in %	Betrag	Anteil in %		
2000	31.245,6	78,9	8.344,5	21,1	39.590,1	-2,8
2001	33.180,7	81,6	7.478,3	18,4	40.659,0	2,7
2002	34.103,7	83,9	6.521,6	16,1	40.625,3	-0,1
2003	33.351,1	83,9	6.377,8	16,1	39.728,9	-2,2
2004	33.173,9	83,9	6.385,0	16,1	39.558,9	-0,4
2005	33.283,4	84,8	5.952,4	15,2	39.235,8	-0,8
2006	31.338,5	81,7	7.028,5	18,3	38.367,0	-2,2
2007	28.412,7	79,8	7.175,4	20,2	35.588,1	-7,2
2008	28.431,9	81,1	6.643,8	18,9	35.075,7	-1,4
2009	29.652,9	79,6	7.614,5	20,4	37.267,4	6,2
2010	31.908,2	82,5	6.777,2	17,5	38.685,4	3,8

Stand: 31.12.2010

Forderungen an Kunden

Kurz- und mittelfristige Forderungen (Beträge in Mio. Euro)

Bestand Ende	Forderungen			Insgesamt	Veränderung zum Vorjahr in %	Darunter: Forderungen an	
	Kurzfristig	Mittelfristig	Wechselkredite			Unternehmen und Privatpersonen	öffentliche Haushalte
2000	12.939,4	5.192,6	254,4	18.386,4	11,6	17.140,3	802,4
2001	13.935,6	5.712,5	222,8	19.870,9	8,1	18.015,9	1.133,9
2002	14.431,6	5.777,2	187,6	20.396,4	2,6	18.198,5	1.505,5
2003	14.569,1	5.872,9	130,9	20.572,9	0,9	17.743,0	2.210,8
2004	13.259,0	5.525,3	113,6	18.897,9	-8,1	16.619,6	1.964,2
2005	12.184,1	5.153,5	91,5	17.429,1	-7,8	15.193,6	1.740,7
2006	11.725,5	5.236,6	80,9	17.043,0	-2,2	14.932,4	1.730,3
2007	11.589,2	5.836,0	77,2	17.502,4	2,7	15.494,8	1.572,2
2008	13.185,3	6.215,9	57,2	19.458,4	11,2	16.134,0	2.693,2
2009	11.689,3	7.487,4	45,8	19.222,5	-1,2	15.570,0	3.010,9
2010	10.682,0	7.678,0	41,2	18.401,2	-4,3	14.647,5	3.146,8

Langfristige Forderungen (Beträge in Mio. Euro)

Bestand Ende	Unternehmen und Privatpersonen	Anteil in %	öffentliche Haushalte	Anteil in %	Insgesamt	Veränderungen zum Vorjahr in %
2000	64.049,9	93,8	3.028,4	4,4	68.281,2	4,6
2001	67.603,4	94,4	2.973,8	4,2	71.630,2	4,9
2002	70.497,8	94,6	3.004,9	4,0	74.551,6	4,1
2003	73.398,1	94,3	3.326,8	4,3	77.861,0	4,4
2004	74.630,7	93,7	3.869,6	4,9	79.680,2	2,3
2005	76.732,0	93,5	4.034,5	4,9	82.050,7	3,0
2006	78.147,1	93,4	4.063,2	4,9	83.645,2	1,9
2007	79.425,5	92,9	4.311,5	5,0	85.467,0	2,2
2008	81.646,1	93,5	3.795,9	4,3	87.318,6	2,2
2009	83.133,3	93,1	4.213,2	4,7	89.292,0	2,3
2010	84.524,4	92,8	4.542,2	5,0	91.058,0	2,0

Stand: 31.12.2010

Rheinische Sparkassen nach Bilanzsummen

Rang	Sparkasse	Bilanzsumme in Tsd. Euro
1	KölnBonn	29.696.511
2	Köln, KSK	24.970.100
3	Düsseldorf, SSK	11.866.549
4	Aachen	9.661.500
5	Krefeld	8.241.380
6	Essen	8.205.975
7	Wuppertal	6.562.950
8	Neuss	6.095.242
9	Duisburg	5.935.783
10	Mönchengladbach	4.281.376
11	Düren	3.310.685
12	Hilden-Ratingen-Velbert	3.256.265
13	Leverkusen	3.107.708
14	SK am Niederrhein	2.981.304
15	Heinsberg	2.732.431
16	Düsseldorf, KSK	2.638.402
17	Mülheim an der Ruhr	2.573.377
18	Oberhausen	2.475.049
19	Solingen	2.172.153
20	Euskirchen	1.894.143
21	Dinslaken-Voerde-Hünxe	1.821.210
22	Wesel	1.724.360
23	Remscheid	1.504.874
24	Langenfeld	1.389.943
25	Gummersbach-Bergneustadt	1.374.390
26	Kleve	1.302.040
27	Emmerich-Rees	925.922
28	Wiehl/Homburgische Gemeinden	749.928
29	Haan (Rheinl.)	653.175
30	Wermelskirchen	645.896
31	Radevormwald-Hückeswagen	631.280
32	Goch-Kevelaer-Weeze	520.318
33	Bad Honnef	500.142
34	Straelen	312.312
	RSGV	156.714.673

Stand: 31.12.2010

2010 Auf einen Blick

156,7	Milliarden € Bilanzsumme
104,8	Milliarden € Kundeneinlagen
109,5	Milliarden € Kreditvolumen
34	Sparkassen mit Geschäftsstellen
1.151	Mitarbeiter/-innen
32.629	davon Auszubildende
2.453	Millionen Girokonten
5,2	Millionen SparkassenCards
5,6	MasterCards
832.806	VISA Cards
70.203	Geldausgabeautomaten
2.550	SB-Geschäftsstellen

Stand: 31.12.2010

Sparkassen-Stützungsfonds

Der vom RSGV verwaltete und von den Sparkassen per Umlage finanzierte Sparkassen-Stützungsfonds dient der Sicherung der Mitgliedsparkassen. Nach der Satzung beträgt das Gesamtvolumen des Fonds 3 % der Forderungen der Mitgliedsparkassen an Kunden; hiervon müssen 50 % eingezahlt sein.

Uneingeschränkter Bestätigungsvermerk

Die Prüfungsstelle als fachlich unabhängige Einrichtung des Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes führt bei ihren Mitgliedsparkassen gesetzlich vorgeschriebene und von den Aufsichtsbehörden übertragene Prüfungen durch. Die Prüfungsstelle erteilte allen angeschlossenen Sparkassen für den Jahresabschluss 2010 den uneingeschränkten Bestätigungsvermerk.

Rheinischer Sparkassen- und Giroverband (RSGV)

Postfach 10 42 64
40033 Düsseldorf

Kirchfeldstraße 60
40217 Düsseldorf

Telefon: 0211 3892-01
Telefax: 0211 3892-240

Internet: www.rsgv.de
E-Mail: info@rsgv.de

IMPRESSUM

Herausgeber:
Rheinischer Sparkassen- und Giroverband

Redaktion:
Notker Becker
Claudia Hasheider
Katharina Kulak
Margareta Linderoth
AM | COMMUNICATIONS, Köln

Organe/Gremien: *Katharina Kulak, Daniela Akmacic, Annika Tautz*
Statistische Daten: *Werner Profitlich*

Konzeption und Gestaltung:
AM | COMMUNICATIONS, Köln

Fotografie:
AM | COMMUNICATIONS, Köln
Michael Bergmann (49-50)
Michael Kneffel (16-18)
KNSYphotographie (24-25, 30-35, 39, 46, 54-55, 60-62)
Leifhelm Foto (40)
Fotostudio Schmidt-Dominé (4, 11, 13, 42-43)
Sparkasse Hilden·Ratingen·Velbert (54)
Wuppertal Institut für Klima, Umwelt, Energie GmbH (28)

Druck:
DCM Druck Center Meckenheim GmbH

Druckfarben auf Basis nachwachsender pflanzlicher Rohstoffe



Rheinischer Sparkassen-
und Giroverband (RSGV)
Postfach 10 42 64
40033 Düsseldorf

Kirchfeldstraße 60
40217 Düsseldorf

Telefon: 0211 3892-01
Telefax: 0211 3892-240

Internet: www.rsgv.de
E-Mail: info@rsgv.de