

Marketing tern

Herausgeber: Genoverband e.V. und Baden-Württembergischer Genossenschaftsverband e.V.



Das Marketing- und Vertriebsmagazin für
Volksbanken und Raiffeisenbanken
2 | 2026

ISSN 1613-5199

- Corporate-Influencer-Programme
- Marketing-Schwerpunkt „Junge Leute“
- Pole Position für Wero

© ADOBE STOCK, Mediteraneo

Die Vision der VR Bank Schwäbischer Wald eG

„Meine Lieblingsbank 2030“

Wie stellen sich die Menschen aus unserer Region ihre Lieblingsbank vor? Mit unserer Vision „Meine Lieblingsbank 2030“ haben wir uns bei der VR Bank Schwäbischer Wald genau dieser Frage gestellt. Die Antwort entspricht unserem genossenschaftlichen Selbstverständnis: Es sind nicht Produkte oder Prozesse, sondern die Menschen, die für die Bindung an die Bank stehen. Entscheidend sind die Mitarbeitenden, die täglich für Mitglieder, Kundinnen und Kunden da sind. Sie verkörpern unsere Bank und es sind daher ihre Ideen und Erfahrungen, die der Vision „Meine Lieblingsbank 2030“ ihre inhaltliche Stärke geben.

Ein Ort, an dem man sich wohl und sicher fühlt, Menschen, denen man Vertrauen schenken kann, Unterstützung und Rat bei den wichtigen finanziellen Themen – mit diesen Charakteristika wird unsere Bank von einem austauschbaren Finanzdienstleister zur „Lieblingsbank“.

Eine Vision, die aus der Bank selbst heraus entstanden ist

Den Auftakt zur Ausarbeitung der Vision „Meine Lieblingsbank 2030“ bildete Ende 2024 ein internes Projekt. Mit einem bereichs-, generationen- und hierarchieübergreifenden Team – vom Auszubildenden bis zum Vorstand – konnten wir die ganze Bandbreite der Erfahrungen in der Bank einbinden und so alle Blickwinkel berücksichtigen.

Begleitet wurde der Prozess durch Ulrich Thaidigsmann, der Genossenschaftsbanken bei strategischen Entwicklungen unterstützt. Die gemeinsamen Workshops verfolgten einen offenen Ansatz, dabei wurde auf Vorgaben verzichtet und so die freie Entfaltung ermöglicht. Auf der Grundlage der ge-

nossenschaftlichen Werte sowie der Erfahrungen und Überzeugungen der Mitarbeitenden entstanden die Vision und die Leitsätze der Bank.

Anfang 2025 wurde die Vision zunächst intern vorgestellt, bevor sie im September 2025 auch den Mitgliedern sowie den Kundinnen und Kunden präsentiert wurde.

„Meine Lieblingsbank 2030“ – mehr als nur ein Titel

Der Titel der Vision entstand aus einer einfachen, aber wirkungsvollen Überlegung: Jeder Mensch kennt seinen per-



sönlichen Lieblingsort. Seien es Orte, die an schöne Erlebnisse erinnern, der Lieblingsitaliener oder Treffpunkte mit Familie oder Freunden. Was diese Orte gemeinsam haben: An solche Orte kehrt man gerne zurück. Man wird gekannt und fühlt sich willkommen und vertraut. Genau dieses Gefühl möchte die VR Bank Schwäbischer Wald als Genossenschaftsbank vermitteln – für ihre Mitglieder, ihre Kundinnen und Kunden und ebenso für ihre Mitarbeitenden. Mit diesem Anspruch setzen wir auf unsere genossenschaftlichen Werte:



TEXT: JANA BÖRROTH

BILDER: VR BANK SCHWÄBISCHER WALD EG

Wir sind eine Bank, zu der man gerne kommt, weil Vertrauen, persönliche Nähe und Verlässlichkeit spürbar sind.

Drei Werte als Fundament der Vision

Getragen wird die Vision von drei zentralen Begriffen:

Verwurzelt. Innovativ. Einzigartig.

Verwurzelt steht für die tiefe regionale Verbundenheit und den genossenschaftlichen Gedanken. Für unsere Bank bedeutet dies, Verantwortung für die Menschen, Unternehmen und die wirtschaftliche Entwicklung der Region zu übernehmen.

Innovativ beschreibt den Anspruch, unsere Bank kontinuierlich weiterzuentwickeln. Dabei spielt auch der schwäbische Tüftlergeist eine Rolle – die Bereitschaft, Dinge zu hinterfragen, Lösungen zu finden und Veränderungen aktiv anzugehen.

Einzigartig steht für den Anspruch, Menschen individuell zu begleiten. Denn sowohl Mitglieder als auch Kundinnen, Kunden und Mitarbeitende bringen unterschiedliche Bedürfnisse, Ideen und Erwartungen mit.

Leitsätze, die Haltung zeigen

Aus der Vision heraus entstanden sechs Leitsätze, die das Selbstverständnis der VR Bank Schwäbischer Wald greifbar machen. Sie sollen Orientierung geben und gleichzeitig die Kultur der Bank prägen.

- **„Mit Herzblut für den Schwäbischen Wald“** steht für die emotionale Verbundenheit mit der Region und den Anspruch, die Entwicklung der Heimat aktiv mitzugestalten.
- **„ZusammenWachsen“** beschreibt das Verständnis, dass Entwicklung nur gemeinsam gelingt – durch Zusammenarbeit innerhalb der Bank ebenso wie durch die Partnerschaft mit Mitgliedern und Kunden.
- **„Bei uns gibt's gscheide Lösungen“** steht für Bodenständigkeit, Pragmatismus und den Anspruch, verständliche und passende Lösungen zu finden.



Aktuelle Taskforce (v.l.): Vorstandsvorsitzender **Thomas Bareiß**, QSA Kreditsachbearbeitung **Nora Bihlmayer**, Vertriebsleiter **Steffen Wahl**, **Ulrich Thaidigmann**, Privatkundenberaterin **Luzia Heil**, Marketing/Vertriebsmanagement **Jana Börroth**

■ **„Miteinander erfolgreich“** bringt den genossenschaftlichen Gedanken auf den Punkt: Erfolg entsteht durch Vertrauen, Zusammenarbeit und gegenseitige Unterstützung.

■ **„Mit uns geht mehr“** unterstreicht den Anspruch, Möglichkeiten zu eröffnen und Menschen sowie Unternehmen auf ihrem Weg zu begleiten.

■ **„Wir machen's einfach“** steht für den Anspruch, Komplexität zu reduzieren und Banking für Mitglieder, Kunden und Mitarbeitende möglichst unkompliziert zu gestalten.

Kulturentwicklung als gemeinsamer Weg

Mit dem Projekt „Meine Lieblingsbank 2030“ verfolgt die VR Bank Schwäbischer Wald vor allem ein Ziel: ihre genossenschaftlichen Werte bewusst in die Zukunft zu tragen und gleichzeitig die eigene Organisation weiterzuentwickeln.

Im Mittelpunkt stehen dabei immer die Menschen – Mitarbeitende, Mitglieder und Kunden gleichermaßen. Denn für die Bank ist klar: Eine Lieblingsbank entsteht nicht durch Strategie allein, sondern durch das tägliche Miteinander.

Den Weg konsequent weitergehen

Aus dem ursprünglichen Projektteam heraus hat sich deshalb eine Taskforce gebildet, die den Weg zur „Lieblingsbank 2030“ konsequent weitergeht. Durch regelmäßigen Austausch und neue Impulse sorgt sie dafür, dass die Vision nicht Theorie bleibt, sondern im Alltag für Mitglieder, Kunden und Mitarbeitende spürbar wird – jeden Tag ein Stück mehr.

Jana Börroth
Marketing
VR Bank Schwäbischer Wald eG
jana.boerroth@vrbsw.de

Meine Lieblingsbank 2030 – der Film



Unser Film auf YouTube
<https://www.youtube.com/watch?v=tXORG0QhOlw&t=4s>

