

Sehr geehrte Damen und Herren,

als Akademie Deutscher Genossenschaften (ADG) gestalten wir seit über 40 Jahren auf Schloss Montabaur traditionelle berufliche Qualifizierung mit innovativen Zukunftsideen der jeweiligen Zeit: Hinter den barocken gelben Schlossmauern erwerben Führungskräfte neues Wissen, um die Zukunft ihrer - vornehmlich genossenschaftlichen - Organisationen nachhaltig zu gestalten.

Die Grundlage dieser Organisationen ist die über 150 Jahre alte und bewährte genossenschaftliche Idee, die so modern wie eh und je und hervorragend geeignet ist, die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Herausforderungen des 21. Jahrhunderts zu bewältigen.

Wir möchten Sie einladen, die genossenschaftliche Idee, ihre Werte und Potenziale neu zu entdecken! Darum haben wir die GenoMission als neues Informations- und Dialogangebot ins Leben gerufen. Mit unserem Campus-Booklet können Sie sich auf dem Campus von Schloss Montabaur auf Entdeckungsreise begeben. Das Booklet gibt einen Überblick über alle Installationen und Informationsangebote, die abwechslungsreich aufzeigen, wie vielfältig Genossenschaften sind. Lesen, entdecken, informieren, staunen, lernen, selbst aktiv werden – das alles macht das Campus-Booklet und unsere GenoMission möglich.



Egal, ob Seminarteilnehmer oder Hotelgast, ob Mitglied oder Neu-Kunde, ob genossenschaftlich fest verwurzelt oder am kooperativen Wirtschaften interessiert – lassen Sie sich von den Elementen unsere GenoMission inspirieren. Gerne organisieren wir auch Führungen für Gruppen – sprechen Sie uns gerne an.

Wir wünschen Ihnen viel Freude auf Ihrer persönlichen Campus-Expedition!

Dr. Yvonne Zimmermann Peter Rausch
Vorstandsvorsitzende Vorstand

Inhalt

Forschung. Lehre. Qualifizierung.	7
ADG GenoMission: Genossenschaften in der Transformation	8
Ethisch, nachhaltig und sinnstiftend - die Idee der Genossenschaft	10
Die Zukunft gehört dem „Homo cooperativus“	14
Informative Multimedia-Markenwelt der Volksbanken Raiffeisenbanken	18
Die Region wird zum Ökosystem	20
Vor Ort: Historisches über Schloss Montabaur	24
Campus und mehr: Angebote der ADG und von Hotel Schloss Montabaur	28

Hier geht es zu
unserem E-Magazin
(für TabletApp, nicht
mobile App) mit vie-
len Infos zu unserer
Campus-Expedition,
Hintergrundwissen,
Videos, Interviews...



Apple



*sonstige
Tablets*





Forschung.
Lehre.
Qualifizierung.

Als Führungs- und Managementakademie für genossenschaftliche Unternehmen und kooperierende Organisationen verbindet die ADG auf dem Campus Schloss Montabaur in einzigartiger Kombination: genossenschaftliche Forschung, akademische Lehre und berufsbegleitende Qualifizierung.

ADG Scientific – Center for Research and Cooperation (ARC)

Forschung zu genossenschaftlichen Unternehmen, Organisationen und deren Beziehung zu ihrer sozio-ökonomischen Umwelt, zu genossenschaftlichen Werten und zugehörigen Leadership-Konzepten sowie Bildungs- und Transferforschung.

ADG Business School

Berufsbegleitende, branchenfokussierte Hochschulstudiengänge und praxisrelevante Forschung – in Kooperation mit der Steinbeis-Hochschule, der größten Privathochschule Deutschlands.

Akademie Deutscher Genossenschaften

Breites Angebot an hochwertigen Führungs-, Management- und Qualifizierungsprogrammen, Seminaren und Foren für Vorstände, Führungskräfte und Spezialisten aus genossenschaftlichen Banken und kooperativen Organisationen.

ADG Scientific e. V.
(ARC)



ADG Business School

Akademie Deutscher
Genossenschaften e. V. (ADG)

Zur GenoMission zählt auch das „Kaleidoskop der Genossenschaften“, das erstmals am 29. Juni 2018 stattfand. Bei diesem neuen Veranstaltungsformat konnten die Besucher zum ersten Mal die Lösungsräume und Installationen auf dem Campus Schloss Montabaur besichtigen, die konkrete Ansätze für neue Geschäftsmodelle in der Transformation aufzeigen. Das Kaleidoskop soll jährlich immer wieder neu die vielen Facetten der genossenschaftlichen Idee und ihrer zukunftsfähigen Möglichkeiten aufzeigen.

Aktuelle Termine online unter www.adgonline.de



„Es ist immer wieder schön zu sehen, dass der Wert eines guten Gedankens kein Verfallsdatum hat. Das wurde einmal mehr beim Kaleidoskop der Genossenschaften erlebbar. Unsere Gründungsväter hatten die Idee und den Mut, diese umzusetzen – beim Kaleidoskop konnte man spüren, dass mit dieser Idee auch heute noch ‚wertvolle‘ Verbindungen Großes bewegen können.“

Rainer Schaidnagel, Vorstandssprecher Raiffeisenbank Kempten-Oberallgäu

ADG GenoMission: Genossenschaften in der Transformation

Die genossenschaftliche Idee ist kraftvoll und zukunftsfähig – das zeigen zahlreiche Erfolgsgeschichten von genossenschaftlichen Unternehmen und Organisationen. Das wirtschaftsethische Modell der Genossenschaften, das vor über 150 Jahren entstand und bis heute kooperatives Wirtschaften und gemeinschaftliche Hilfe zur Selbsthilfe möglich macht, überzeugt über 22 Millionen Mitglieder weltweit. Und im Jahr 2016 auch die UNESCO. Seitdem ist die genossenschaftliche Idee Teil der UNESCO-Liste des Immateriellen Kulturgutes der Menschheit. Mit der Auszeichnung verbunden ist der Appell, das Wissen über Genossenschaften auch künftig weiterzuverbreiten. Dieser Aufgabe hat sich die ADG mit ihrer GenoMission angeschlossen.

Unter dem Titel „GenoMission“ schafft die ADG ein neuartiges Informations- und Dialogangebot rund um genossenschaftliche Werte und deren Umsetzung in zukunftsfähige Geschäftsmodelle. Im Jahr 2017 stieß die Akademie die Initiative an, um Menschen in genossenschaftlichen Unternehmen und Organisationen die Bedeutung der von Hermann Schulze-Delitzsch und Friedrich Wilhelm Raiffeisen entwickelten Prinzipien stärker ins Bewusstsein zu rufen. Kooperation als treibende Kraft für Lösungsansätze in der digitalen Transformation zu fördern, das ist ein zentrales Anliegen der GenoMission.

Mit innovativen Informations- und Bildungsformaten sollen Menschen zu kreativen Formen des Zusammenarbeitens und des Netzwerkens befähigt werden. Auf dem Campus von Schloss Montabaur sind deshalb inspirierende Installationen und Lösungsräume entstanden, die konkrete Ansätze für neue Geschäftsmodelle in der Transformation der Genossenschaftswelt aufzeigen.

Alle Stationen auf dem Campus sowie Hinweise auf sich daran anschließende Veranstaltungsformate und Hintergrundinformationen finden Sie auf den folgenden Seiten dieses Campus-Booklets.



Kommen Sie mit uns auf GenoMission!

Alle Angebote der ADG GenoMission können auf dem Campus auf Schloss Montabaur besucht werden – inklusive des MarkenTurms. Wer die ADG in ihrer GenoMission unterstützen und sich selbst als Person oder Organisation beteiligen möchte, der hat dazu vielfältige Möglichkeiten. So kann zum Beispiel der Talking Head Raiffeisen für Veranstaltungen ausgeliehen werden. Auch entwickelt die ADG zusammen mit Kunden eigene Dialogwelten. Interessierte wenden sich per Mail an: genomission@adgonline.de

Weitere Informationen:
www.adgonline.de
 (Suchbegriff: GenoMission)

Ethisch, nachhaltig und sinnstiftend – die Idee der Genossenschaft

Heute gibt es über 900.000 Genossenschaften weltweit: sichere, seriöse und menschennahe Gemeinschaften. Künftig wird ihnen eine immense Bedeutung zukommen, denn Menschen suchen angesichts von Digitalisierung und neuer Technologien sowie zunehmender Automatisierung nach Sicherheit. Diese lässt sich am besten über die Gemeinschaft erreichen – und dafür steht das genossenschaftliche Modell.

Als Talking Head spricht Raiffeisen über seine Idee, wie sie sich ausgebreitet hat und wie aktuell sie heute noch ist. Besucher erleben ihn auf dem ADG Campus. Aus Ton geformt spricht die multimediale Inszenierung des Künstlers und Bildhauers Martin Burkhardt mit ruhiger Ausstrahlung zu den Menschen. Die Reaktionen: Erstaunen, Überraschung, Verblüffung, Interesse.



Die Genossenschaft ist ein bedeutendes wirtschaftsethisches Modell der Geschichte. Und sie ist bis heute das einzig wirklich gelebte, weil es den Menschen an vorderster Stelle sieht und nicht den Gewinn. Die Idee der Genossenschaft begründet „eine Ökonomie für den Menschen, und nicht umgekehrt“: Erstmals formuliert hat diesen Gedanken Friedrich Wilhelm Raiffeisen, neben Hermann

Schulze-Delitzsch Mitte des 19. Jahrhunderts einer der beiden Gründer der genossenschaftlichen Bewegung. Heute stehen 800 Millionen Genossenschaftsmitglieder weltweit in mehr als 100 Ländern sowie die seit über 150 Jahre geltenden ethischen Grundlagen für die Lebendigkeit dieses Gedankens.



„Der Rolle der Genossenschaften wird eine immense Bedeutung zukommen: Gesellschaftliche Impulse, Werte, Ökosophien: Eine Ökonomie für den Menschen, und nicht umgekehrt.“

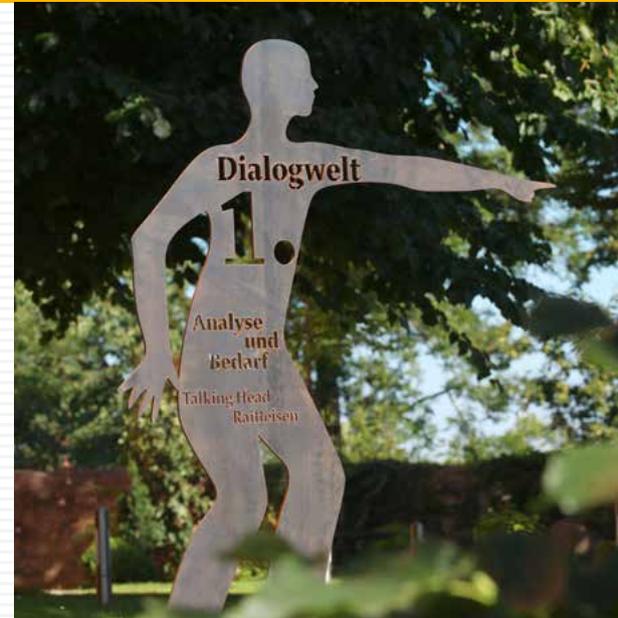
Friedrich Wilhelm Raiffeisen



Hier können Sie selbst den Talking Head Raiffeisen erleben.

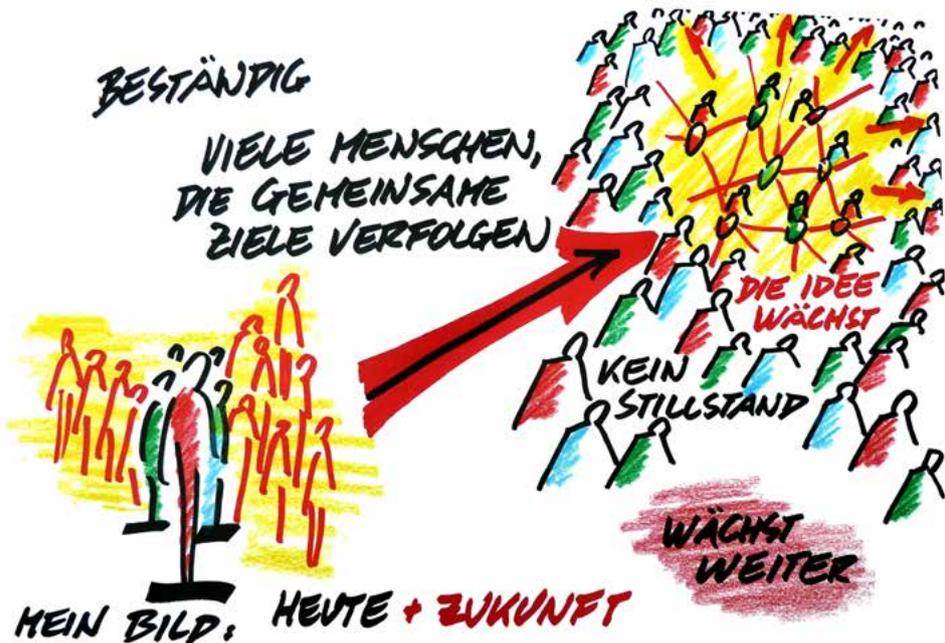
Das Genossenschaftsmodell nimmt eine besondere Stellung ein, weil es traditionell gemeinschaftlich-wertschöpfende Aspekte in den Vordergrund rückt. Es bietet eine historisch wie theoretisch fundierte Perspektive, die quasi als zusätzliche Schicht ins marktwirtschaftliche System integriert ist. Über 22 Millionen aktive Genossenschaftsmitglieder haben wir in Deutschland – etwa sechsmal so viele wie Aktionäre. In Genossenschaften begegnen sich die Menschen mit gemeinsamen Interessen auf Augenhöhe – als Miteigentümer und Kunde zugleich in einem gemeinsamen Projekt. Das fordert und fördert Engagement, Gestaltungswillen und Solidarität.

Genossenschaften sind ihren Mitgliedern verpflichtet. Sie arbeiten in und für die Region und sind damit aktive Gestalter der Zukunft. Wer in einem sinnstiftenden Netzwerk arbeitet, vernetzt denkt und handelt, hat auch Antworten auf globale und digitale Herausforderungen und kann diese als Chancen begreifen. Viele neue Genossenschaften entstehen in den Regionen. Hier schließen sich Menschen für den preiswerten Bezug von Gas, Strom oder Wärme zusammen, oder für Bau und Betrieb gemeinschaftlicher Solar- oder Biogasanlagen. Gesundheits-, Senioren- und Sozialgenossenschaften entstehen und auch im kommunalen und kulturellen Bereich gibt es viele Neugründungen – Tendenz steigend.



Wir sind überzeugt: Die Idee der Genossenschaft trägt uns erfolgreich in die Zukunft. Deshalb unterstützt, fördert und befähigt die ADG Menschen, sich modern und genossenschaftlich zu organisieren.

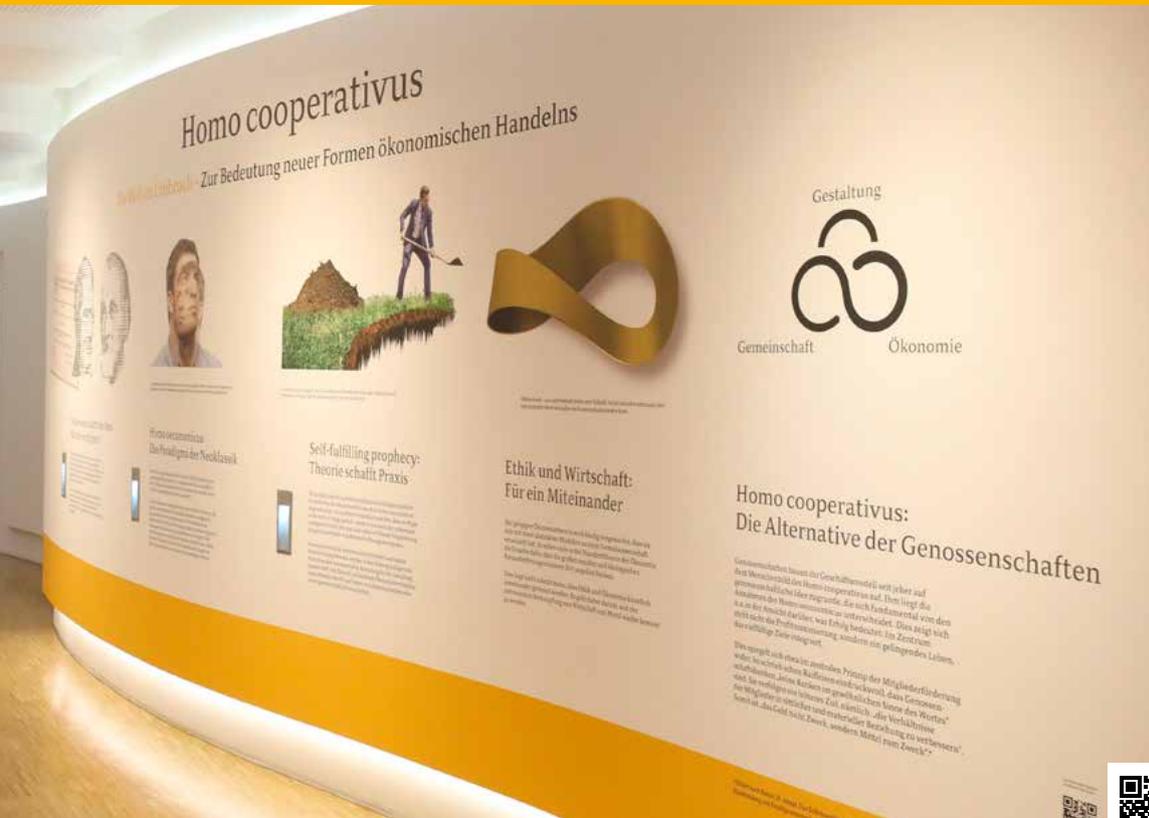
Was macht die Genossenschaft aus, worin liegen ihre Stärken, und nicht zuletzt – wie zukunftsfähig ist sie? In der Dialogwelt hat sich die ADG diesen Fragen auf interaktive Weise entlang vielfältiger Themen Spuren genähert. Hervorgegangen ist dieser genossenschaftliche Inspirationsraum aus einem intensiven Dialog- und Zukunftsprozesses. Begleitet wurde er von Dialogarchitekt® Hans -Jürgen Frank, der Ideen, Gedanken und Einsichten in ebenso opulente wie eingängige Zeichnungen übersetzt hat, jede davon ein Kunstwerk für sich. Mit ihren kraftvollen Metaphern und Visualisierungen lädt die Dialogwelt ein, die Herausforderungen und Chancen zu reflektieren, denen wir alle im Zuge der digitalen Transformation gegenüberstehen. Und mitunter gibt sie den Impuls für eine Dialogwelt in der eigenen Genossenschaft.



Die Zukunft gehört dem „Homo cooperativus“

Das Modell des Homo oeconomicus stößt an seine Grenzen. Die Wirtschaft der Zukunft braucht ein Modell, das den Menschen als soziales Wesen versteht. Die genossenschaftliche Idee und die in ihr gründenden Geschäftsmodelle stellen seit jeher den Menschen in den Mittelpunkt. Der Fokus liegt auf dem Homo cooperativus, der sich klar von der Fiktion des Homo oeconomicus unterscheidet.

Der schottische Moralphilosoph Adam Smith gilt mit seinem 1776 veröffentlichten Buch „Wohlstand der Nationen“ als Begründer der modernen Wirtschaftstheorie. Deren Menschenbild ist geprägt vom allein rational und aus Eigensinn handelnden Menschen – dem Homo oeconomicus. Doch das Werk von Smith wird häufig irreführend oder falsch zitiert und verwendet. Denn bei ihm spielen empathische Einfühlung sowie soziale und menschliche Aspekte eine zentrale Rolle. Das belegt sein erstes großes Werk „Theorie der ethischen Gefühle“ von 1759 eindeutig. „Smith wusste damals schon: Je besser ein wirtschaftlich tätiger Mensch sich in seine Mitmenschen einfühlen kann, desto erfolgreicher ist er nicht nur auf der sozialen Ebene, sondern auch auf der kaufmännischen“, sagt dazu Prof. Dr. Claus Dierksmeier, Professor für Globalisierungsethik an der Universität Tübingen.



Das Menschenbild prägt die Managementpraxis

Und tatsächlich, das Leitbild des Homo oeconomicus steht zunehmend in der Kritik. Viele sehen in der Standardtheorie der Ökonomie die Ursache dafür, dass die großen sozialen und ökologischen Herausforderungen unserer Zeit ungelöst bleiben. Denn Wirtschaftstheorie und Wirtschaftspraxis bedingen einander. So wird etwa das Menschenbild, das dem Homo oeconomicus zugrunde liegt, als so selbstverständlich erachtet, dass es oft gar nicht mehr in Frage gestellt, sondern bewusst oder unbewusst danach gehandelt wird. Wie eine

Das Wandbild „Homo cooperativus“ zeigt den Gegenentwurf zum „Homo oeconomicus“. Im Mittelpunkt steht die Frage, ob die Mainstream-Ökonomie die Wirklichkeit überhaupt abbilden kann. Mehr zum Modell des Homo cooperativus über den QR-Code im Film!

Neben Eigenforschung unterstützt ADG Scientific genossenschaftliche Unternehmen mit Begleit- und Auftragsforschung. „Es ist uns wichtig, diese Projekte von Anfang an im engen Dialog mit der Praxis stattfinden zu lassen. Hierzu eignen sich beispielsweise sogenannte Reallabore, bei denen schon in der Konzeptionsphase Vertreter aus der Praxis eingebunden werden“, sagt Viktoria Schäfer. „Sprechen Sie uns gerne an!“

Ihre Ansprechpartnerin:
Viktoria Schäfer
Vorstandsvorsitzende
und Wissenschaftliche
Leiterin ADG Scientific
Tel.: +49 2602 9975-401
viktorija_schaefer@
adg-scientific.de

sich selbst erfüllende Prophezeiung prägen theoretische Annahmen die Managementpraxis. Ethik und Ökonomie werden künstlich voneinander getrennt, alternative Ansätze, die menschliche Freiheit und soziale Verantwortung betonen, rücken in den Hintergrund.

Wirtschaft und Moral sind intrinsisch miteinander verknüpft

Jetzt geht es darum, sich der intrinsischen Verknüpfung von Wirtschaft und Moral wieder bewusst zu werden. Denn es ist von essenzieller Bedeutung für die Gestaltung unserer Welt und Zukunft, auf welchem Ökonomieverständnis unser Handeln beruht: auf einem rein ökonomistischen oder einem gemeinschaftlich orientierten.

Genossenschaften bauen ihr Geschäftsmodell seit jeher auf dem Menschenbild des Homo cooperativus auf. Ihm liegt die genossenschaftliche Idee zugrunde, die sich fundamental von den Annahmen des Homo oeconomicus unterscheidet. Dies zeigt sich unter anderem in der Ansicht darüber, was Erfolg bedeutet: Im Zentrum steht nicht die Profitmaximierung, sondern ein gelingendes Leben, das vielfältige Ziele integriert. Dies spiegelt sich etwa im zentralen Prinzip der Mitgliederförderung wider. So schrieb schon Friedrich Wilhelm Raiffeisen, dass Genossenschaftsbanken „keine Banken im gewöhnlichen Sinne des Wortes“ sind. Sie verfolgen ein höheres Ziel, nämlich, „die Verhältnisse der Mitglieder in sittlicher und materieller Beziehung zu verbessern“. Somit ist „das Geld nicht Zweck, sondern Mittel zum Zweck“.

ADG Scientific: Genossenschaftsforschung als Investition in die Zukunft

Um diesen Gedanken zu fördern und in die Zukunfts- und Innovationsfähigkeit der Genossenschaften zu investieren, hat die ADG im Juni 2018 mit „ADG Scientific – Center for Research and Cooperation“ ein neues Forschungsinstitut gegründet. Der Auftrag des Instituts liegt in der empirischen Erforschung genossenschaftlicher Unternehmen und Organisationen sowie deren Beziehungen zu ihrer sozio-ökonomischen Umwelt. Die Forschungsergebnisse münden

in eigene Publikationen sowie Veranstaltungen des Instituts und fließen systematisch in die Angebote der Akademie sowie der ADG Business School ein.

Darüber hinaus ermöglicht das Forschungsinstitut zahlreiche nationale und internationale Kooperationen. Mit einer engen und wechselseitigen Verzahnung von Akademie, Business School und Forschungsinstitut kann die ADG optimal auf die sich zunehmend komplexer gestaltende Ausbildung von Führungskräften eingehen.



„ADG Scientific leistet einen wesentlichen Beitrag für eine auf der genossenschaftlichen Idee basierende Denkschule. Unsere Arbeit reicht von der Erforschung genossenschaftlicher Werte und Leadership-Konzepte über Forschung zu genossenschaftlichen Organisationen bis hin zur Bildungs- und Transferforschung.“

Viktoria Schäfer, Vorstandsvorsitzende und wissenschaftliche Leiterin von ADG Scientific



Informative Multimedia-Markenwelt der Volksbanken Raiffeisenbanken

Eingebettet in altes Mauerwerk wird im Markenturm der Volksbanken Raiffeisenbanken auf Schloss Montabaur die Kraft der Marke multimedial inszeniert – der perfekte Rahmen für eine Reise von der Vergangenheit über die Gegenwart in die Zukunft der Volksbanken Raiffeisenbanken. Hier erfahren interessierte Besucher auf mehreren Etagen, wofür Kreditgenossenschaften stehen und was sie auszeichnet.

Was macht eine Marke aus? Warum identifizieren wir uns mit einer Marke und wann wirkt sie vertrauensvoll? Von der Entstehung der Genossenschaftsidee, über die Kraft bekannter Marken bis hin zur eigenen Verhaltensanalyse gegenüber Marken werden im Markenturm alle Facetten beleuchtet. Multimediale Installationen holen die Besucher gedanklich ab, führen durch den Turm und lassen sie das Thema Marke ganz eigenständig erfahren.



Der Markenturm ist montags bis sonntags von 9 bis 18 Uhr geöffnet, der Eintritt ist kostenfrei. Die Schlüsselkarte erhalten Besucher an der Rezeption von Hotel Schloss Montabaur.

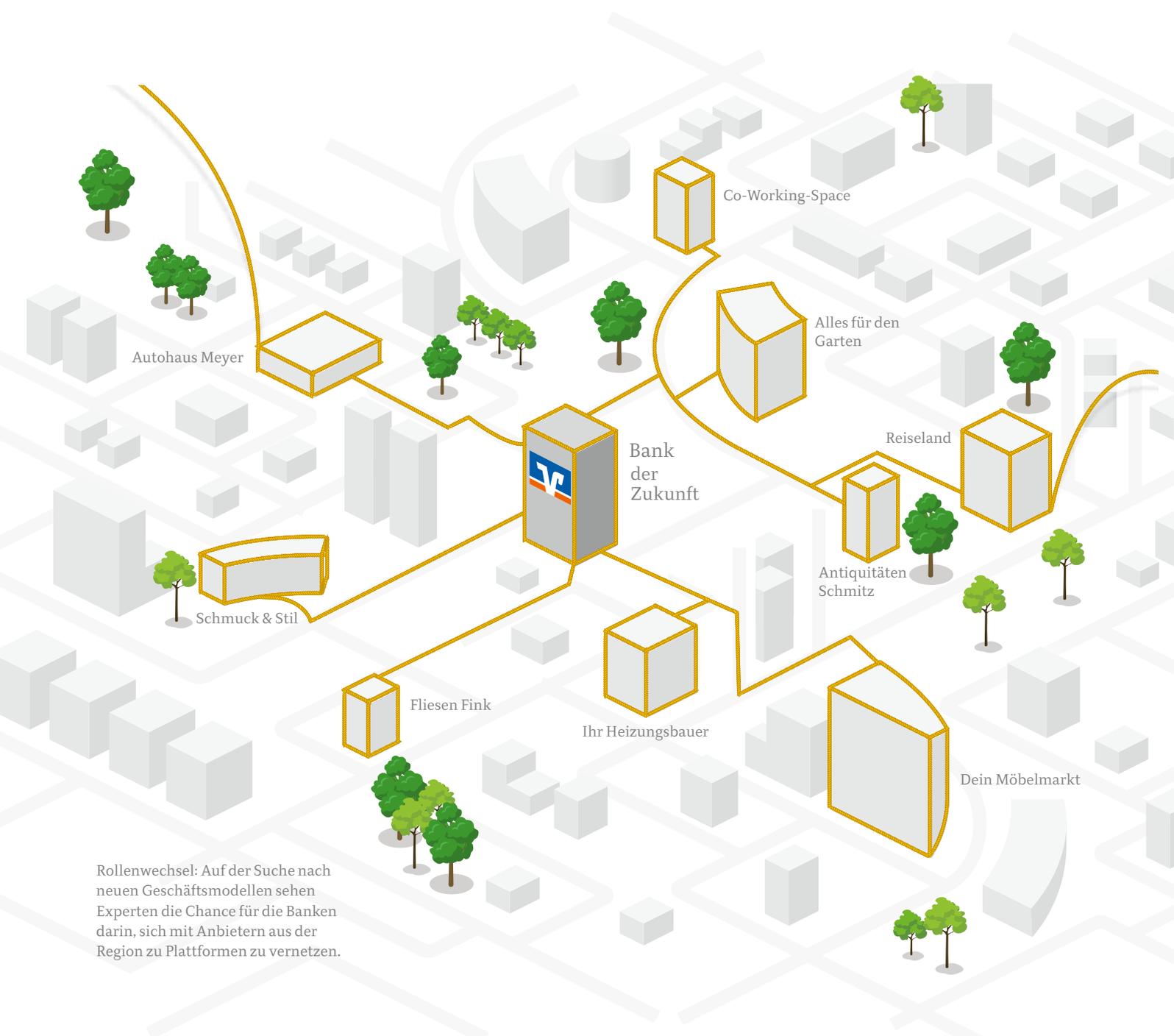
Sie betreten die faszinierende Markenwelt über den Vorbau des ursprünglichen historischen Gartenturms von Schloss Montabaur. Hier werden Sie sich der Relevanz, Kraft und Wirkung von starken Marken bewusst und lernen multimedial, was starke Marken unverwechselbar macht. Im Untergeschoss führt der Rundgang zu den Wurzeln der genossenschaftlichen Bankengruppe. Die Gründerväter Friedrich Wilhelm Raiffeisen und Herrmann Schulze-Delitzsch begrüßen Sie als dreidimensionale lebensgroße

Projektionen. Eine Etage darüber veranschaulichen Installationen die besonderen und differenzierenden Merkmale der Marke Volksbanken Raiffeisenbanken. Schließlich gelangen Sie über eine Wendeltreppe in die oberste Etage, wo Sie angeregt werden, Antworten auf Fragen über die Markenstrategie Ihrer eigenen Bank vor Ort zu finden. Mit neuem Markenwissen im Gepäck verlassen Sie den Turm über den alten Wehgang und genießen abschließend den Blick über den Westerwald.



„Die Marke Volksbanken Raiffeisenbanken blickt auf eine 170-jährige Geschichte zurück und ist bis heute erfolgreich. Wer die genossenschaftliche DNA erleben und verstehen will, ist im MarkenTurm der Volksbanken Raiffeisenbanken auf Schloss Montabaur richtig. Ich war inspiriert von der Atmosphäre dieser modernen Ausstellung. Sie stellt innovativ und interaktiv die Geschichte, Werte und Zukunftsperspektiven unserer Genossenschaftlichen FinanzGruppe dar. Ich kann Mitarbeitern und Mitgliedern von Genossenschaftsbanken einen Besuch des MarkenTurms sehr ans Herz legen.“

Dr. Markus Klintworth, Vorstandsmitglied VR Smart Finanz



Rollenwechsel: Auf der Suche nach neuen Geschäftsmodellen sehen Experten die Chance für die Banken darin, sich mit Anbietern aus der Region zu Plattformen zu vernetzen.

Die Region wird zum Ökosystem

In jeder Region gibt es unzählige Herausforderungen, die sich besser lösen ließen als bisher geschehen: im kreativen Zusammenspiel aus den Mitgliedern der Bank, ihren Kunden, dem Handwerk, Unternehmen, Politik, Bildungsanbietern und weiteren Anspruchsgruppen. Dank ihrer regionalen Vernetzung und ihrer Rechtsform haben Volksbanken Raiffeisenbanken beste Voraussetzungen, sich als Ausgangs- und Mittelpunkt eines Innovationsnetzwerks zu positionieren und entsprechende Initiativen zu orchestrieren.

Volksbanken und Raiffeisenbanken können die Rolle als zentraler Knotenpunkte im regionalen Netzwerk übernehmen - und damit ihre Relevanz für Wirtschaft und Menschen in ihrer Region festigen und stärken. Ihr Selbstverständnis in dieser Rolle ist es, das regionale Ökosystem für Innovationen zu initiieren und zu koordinieren und damit gleichsam die Funktion einer Innovationsplattform zu übernehmen.

Daraus hervorgehen können neue Produkte und Dienstleistungen, innovative Geschäftsmodelle, Existenzgründungen, Arbeitsplätze, Projekte für den digitalen Netzausbau oder eine dezentrale Energieversorgung - den Möglichkeiten sind keine Grenzen gesetzt.

Das Kreativitätspotenzial der Netzwerkmitglieder lässt sich zum Beispiel in die Form einer Innovationsgenossenschaft gießen. Als Design einer solchen Plattform haben sich sogenannte transdisziplinäre Reallabore (Living Labs) mit Vertretern aus Handwerk und Industrie, Bürgern, Entscheidern aus Politik und Verwaltung sowie Wissenschaftlern bewährt. Neben diesen Kooperationspartnern werden eigene Mitglieder, Kunden und Mitarbeiter aktiv eingebunden. Im kreativen Zusammenspiel der Partner entstehen innovative Lösungen für aktuelle Herausforderungen. Die breite



Unternehmerkunstwerk

Im Haus Coblenz auf Schloss Montabaur entdeckt der Besucher über dem Bodenschwebende Objekte in einem raumhohen Mobile, bestückt mit Produkten aus der Region Westerwald. Zu sehen sind in diesem Unternehmerkunstwerk Erzeugnisse wie beispielsweise eine Granitsäge, ein Formel-1-Autoreifen oder Milchkanne - alles Produkte von Firmenkunden der Westerwald Bank. Die Gegenstände im Unternehmerkunstwerk versinnbildlichen das Netzwerk der Kreditgenossenschaft - und ihre kreativen Möglichkeiten.

regionale Kooperationsbasis gewährt eine hohe gesellschaftliche Akzeptanz der Innovationen.

Doch dieser Prozess muss moderiert werden, er braucht Treiber. All das kann die Volksbank Raiffeisenbank in ihrer Rolle als Netzwerkknötchen bieten. Warum zum Beispiel nicht der regionalen Innovationsgenossenschaft Räumlichkeiten in einer Filiale bereitstellen? „Wir treffen uns in der Volksbank“ kann zum Synonym für den Aufbruch in der Region werden. Aber auch für die Volksbanken und Raiffeisenbanken ist dieser Ansatz hilfreich, um sich im Sinne der Zukunftsfähigkeit neu zu erfinden.

„Zukunftsinitiative WiR“

Gemeinsam mit Kooperationspartnern hat die ADG die Zukunftsinitiative „WiR – Wirken in der Region“ ins Leben gerufen. Dabei entwickeln die Teilnehmer kooperativ neue Ideen für die Rolle der Volksbanken Raiffeisenbanken in der Region.

In intensiven Workshops erfahren die Teilnehmer, wie sie ihre Bank zum zentralen Knotenpunkt machen, der die Wirtschaft in ihrer Region aktiviert und zusammenhält. Zugleich können sie so einen Beitrag leisten, um die Zukunftsfähigkeit ihrer eigenen Genossenschaftsbank zu sichern. Denn „WiR“ zeigt auch auf, wie Banken in dieser Rolle künftig neue Einnahmequellen finden können.

Indem sie die Zukunftsinitiative „WiR“ anstößt, nutzt eine Bank ihre Präsenz in der Region, ihre Kundenkontakte und ihr Wissen, um die Zukunftsthemen im wirtschaftlichen, sozialen und gesellschaftlichen Leben voranzutreiben. Die Voraussetzungen der Bank dafür sind gut, denn sie genießt Vertrauen, sie hat das Know-how und sie hat die Möglichkeiten, alle wichtigen Akteure zusammenzubringen und gemeinsam lösungsorientiert an Herausforderungen zu arbeiten. Denn genau das brauchen die Regionen genau jetzt: Ideen, um attraktiv, lebenswert und zukunftssicher zu bleiben.



Mehr zur „Zukunftsinitiative WiR“
in unserem Video:





Wandbild Innovation

Was macht Innovation aus, welche Werkzeuge ermöglichen innovative Prozesse und wo wird Innovation beispielhaft gelebt? Das erfahren Besucher auf dem Campus von Schloss Montaubaur am „Wandbild Innovation“ im Veranstaltungszentrum. So lässt sich am Beispiel der Region Vancouver (Kanada), die sich zu einem der weltweit führenden Innovationsökosysteme entwickelt hat, anschaulich beobachten, wie gemeinschaftlich-kooperativ erfolgreich Innovationen in vielfältigen Bereichen entwickelt werden können. Unter anderem ist die Genossenschaftsbank VanCity als aktiver Partner an den dortigen Innovationsprozessen beteiligt.



Vor Ort: Historisches über Schloss Montabaur

Das gelbe Schloss – ein Blickfang in der Landschaft des Westerwaldes, das Wahrzeichen der Stadt Montabaur und seit mehr als 40 Jahren der Sitz der ADG. Hinter den massiven Schlossmauern steckt viel Historie.

Die Anfänge einer befestigten Anlage auf dem Schlossberg in Montabaur reichen vermutlich ins 8. Jahrhundert zurück. Im Jahre 959 wird Schloss Montabaur erstmals unter dem Namen „castellum Humbacense“ als Wohnsitz von Herzog Hermann von Schwaben urkundlich erwähnt. Ab 1018 erfolgten die Übertragung der Grundherrschaft Humbach durch König Heinrich II. an die Trierer Erzbischöfe, die zugleich Kurfürsten des Heiligen Römischen Reichs Deutscher Nation und damit zur Königswahl berechtigt waren.

Die Erzbischöfe von Trier bauten im 13. Jahrhundert die Burg Humbach stärker aus, um sie vor Angreifern zu schützen. Teile dieser Bauten sind noch heute im Schloss zu finden, insbesondere der 33 Meter hohe Bergfried. Ab 1227 wurde erstmalig der Name „Muntabur“ (Mons Tabor) verwendet, der der Überlieferung nach auf die Kreuzzüge und den Berg Mons Tabor im Heiligen Land zurückgeht. Daraus entstand im Laufe der Jahrhunderte der heutige Name Montabaur. Im Dreißigjährigen Krieg wurde Schloss Montabaur von unterschiedlichen Kriegsparteien besetzt und geplündert. Mit den immer leistungsstärkeren Geschützen verloren die befestigten Burgen nach und nach ihre Bedeutung und wurden immer stärker zu repräsentativen Wohnsitzen umgebaut. So erhielt Schloss Montabaur



unter Erzbischof Johann-Hugo von Orsbeck zwischen 1686 und 1699 durch umfangreiche Um- und Neubauten sein heutiges Aussehen als barocke Schlossanlage.

Im Inneren des Schlosses zeugen heute Stukkaturen und Deckengemälde im Rittersaal von der einstigen kurfürstlichen Pracht. Der Maler Lazarus Maria Sanguinetti schuf die Deckenmalerei in den Jahren 1693 bis 1696. Sie stellen Allegorien des Lichtes und Personifikationen der vier Elemente dar. Mit dem Ende des Kurfürstentums Trier fiel Schloss Montabaur im Jahr 1802 an das Herzogtum Nassau-Weilburg. Anfangs noch als Jagdschloss der Herzöge genutzt, wurde es ab 1851 als Simultanschullehrerseminar und nach der preußischen Besetzung Nassaus 1866 zusätzlich als Sitz des Landratsamts des Unterwesterwaldkreises genutzt.

Von 1946 bis 1969 nutzte die Bezirksregierung Montabaur das Schloss, bis das Land Rheinland-Pfalz Schloss Montabaur an die Deutsche Genossenschaftskasse verkaufte. Sie renovierte das Schloss von Grund auf und stellte es den Lehreinrichtungen der deutschen Genossenschaften, dem Schulze-Delitzsch-Institut und der Bundesgenossenschaftsschule – Raiffeisen – e. V., zur Verfügung. Beide Lehreinrichtungen schlossen sich 1978 zur Akademie Deutscher Genossenschaften zusammen, die seit 1982 auch Eigentümerin des Schlosses ist. Seitdem dient Schloss Montabaur als Ort zur Qualifizierung von Vorständen, Führungskräften und Spezialisten aus den genossenschaftlichen Banken und Unternehmen. Seit den 1970iger Jahren wurde hier stetig mehr Platz für die Teilnehmer geschaffen

und der Campus weiter ausgebaut. Haus Humbach gibt es seit 1971 auf dem inneren Schlossgelände. 1972 entstanden die Gästehäuser Haus Trier und Haus Nassau direkt unterhalb der Schlossmauern. 1979 wurde die Zehntscheune zu Seminarräumen umgebaut. 1983 wurde Haus Tabor mit Seminarräumen unterschiedlicher Größe neu gebaut. Dort ist auch der Business-Spa-Bereich zu finden. 1987 wurden zusätzlich Haus Coblenz als Gästehaus erbaut sowie Haus Ems erworben und als Gästehaus ausgebaut. Als weiteres Gästehaus kam 1994 Haus Weilburg hinzu. Seit 2011 gibt es außerdem das Veranstaltungszentrum (VAZ) unter der Glaskuppel mit einer Fläche von 550 Quadratmetern und Platz für bis zu 300 Gästen.



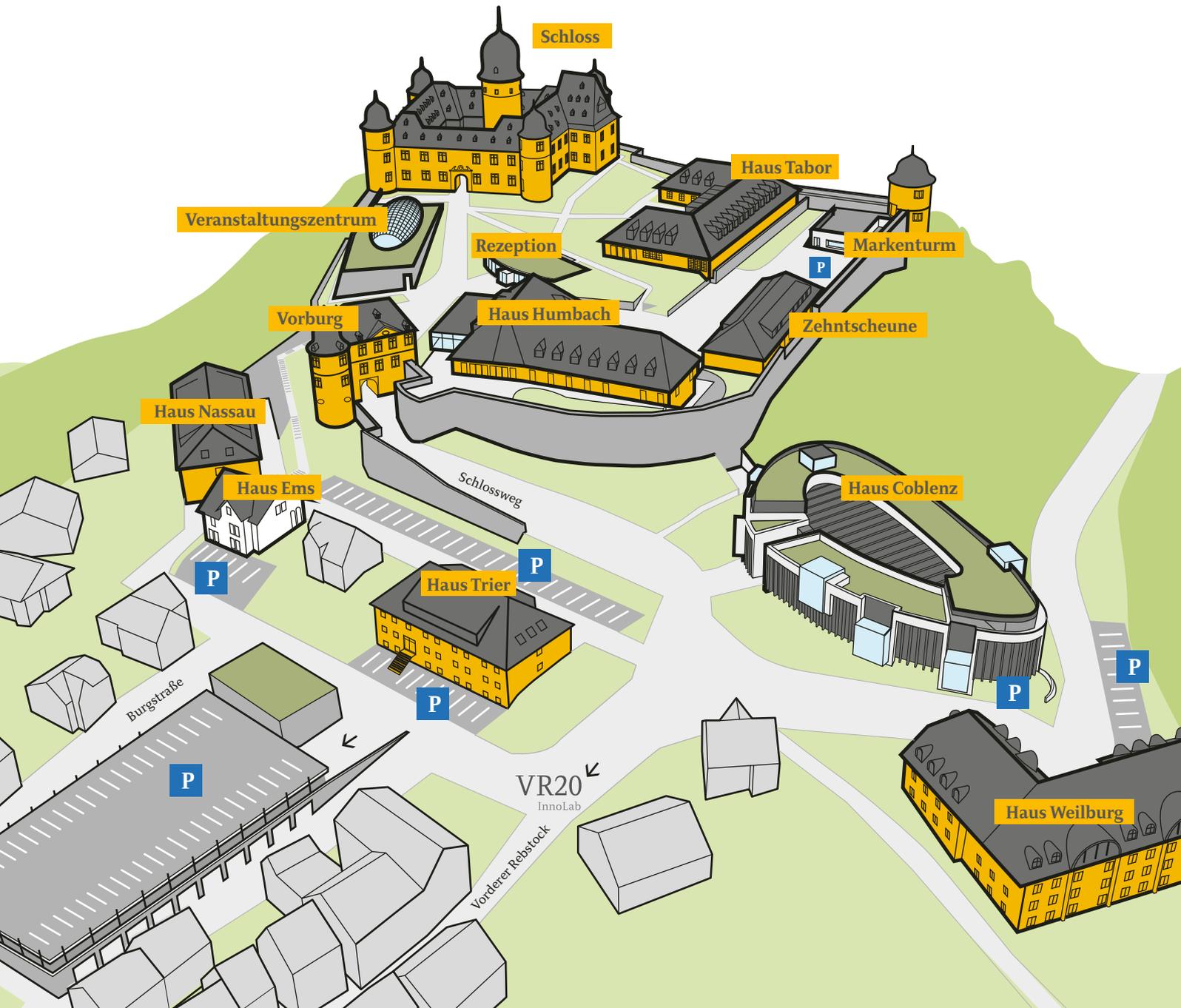
Der kleine Campus-Knigge

Auf dem Schloss-Campus gibt es viel zu entdecken. Aber: Welche Gebäude und Bereiche dürfen eigentlich von wem und wann besucht werden? Sie sind herzlich eingeladen, den Campus zu erkunden!

Grundsätzlich gilt:

Als Hotelgast und Akademie-Teilnehmer können Sie sich den Markenturm, Haus Tabor, Haus Humbach, das Schlossgebäude selbst sowie das Veranstaltungszentrum anschauen. Bitte nehmen Sie bei Ihrer Erkundungstour Rücksicht auf den laufenden Seminar- und Veranstaltungsbetrieb. Im Restaurant „Weitblick“ in Haus Humbach werden Hotel- und Tagungsgäste nach entsprechender Buchung bewirtet. Zu den Büros und Hotelzimmern besteht eingeschränkter Zugang. Interessierte Besucher von Schloss Montabaur können das Außengelände und den BVR Markenturm täglich von 9 bis 18 Uhr erkunden.

Sie haben Fragen? Wenden Sie sich gerne an die Rezeption!



Campus und mehr: Angebote der ADG und von Hotel Schloss Montabaur

**Der ADG Campus auf dem Schlossberg vereint Historisches mit Modernem:
Wer langjährige Erfahrung in der Qualifizierung von Führungskräften, innovative Formate
für kooperatives Arbeiten, aber auch persönliche Beratung sucht, ist bei der ADG richtig.**



Campus-Beratung

Die Mitgliederbetreuer der ADG bieten Ihnen bei Ihrem Besuch auf dem ADG-Campus kurzfristig flexible Beratungs- und Austauschtermine an – ob für Ihre persönliche Weiterentwicklung, für Ihr Team oder Ihrer Organisation.

Wer eine Veranstaltung auf Schloss Montabaur besucht, kann dies nun auch mit einer individuellen Beratung verbinden. Bei dem Angebot der ADG-Mitgliederbetreuer steht der einzelne Mensch im Mittelpunkt. Die ADG bietet Ihnen persönliche Gespräche zu Qualifizierungsfragen für sinnvolle nächste Karriereschritte und zu weiteren Qualifizierungsbausteinen in einer bestehenden Position.

Bei Fragen zur Befähigung Ihrer gesamten Organisation entwickeln wir gemeinsam mit Ihnen hochindividuelle Inhouseformate und

begleiten Sie bei komplexeren Fragen der Organisationsentwicklung mit den Schwerpunkten Leadership für Genossenschaften, Change- und Transformationsprozesse, Kultur und Werte, neue Arbeits- und Lernwelten sowie Innovationsmanagement und Digitalisierung.

Geht es beispielsweise um Fragen der Geschäftsleiterqualifikation, um die Entwicklung in Führungspositionen in der zweiten und dritten Führungsebene oder in einer Spezialistenfunktion, berät Sie die ADG hochkompetent und bedarfsgerecht. Unter der Rufnummer 02602 14-7888 können Sie schon vor, aber auch noch während Ihres Besuchs kurzfristig einen Termin vereinbaren.

Achim Kleinfenn
Tel.: +49 2602 14-105
achim_kleinfenn@adgonline.de



VR20 InnoLab

Digital lernen, innovativ arbeiten, kooperativ handeln: Nur fünf Gehminuten vom Campus entfernt befindet sich in der Altstadt von Montabaur im „Vorderen Rebstock 20“ in Montabaur die innovative Lern- und Arbeitswelt der ADG – das VR20 InnoLab.

Immer mehr Organisationen sehen in ihrer Innovationskraft einen entscheidenden Faktor, um mit der fortschreitenden Digitalisierung Schritt zu halten. In kollaborativ arbeitenden Teams, also in solchen, in denen die spezifischen Fähigkeiten des Einzelnen schnell und wertschöpfend zusammengefügt werden können, kann Kreativität gelebt werden und wirtschaftliche Formen annehmen.

Für solche kollaborativ arbeitenden Teams und die, die diese Arbeitsweise lernen möchten, stellt die ADG mit dem im Dezember 2018 eröffnetem VR20 InnoLab eine innovative Lern- und Arbeitswelt zur Verfügung. In inspirierender Atmosphäre und ausgestattet mit modernster Technologie zur digitalen Visualisierung von Workshops und Vorträgen, begleitet die ADG Teams bei der Entwicklung von Innovationen – von der Idee bis zur möglichen Markteinführung eines Produkts.

Gruppen von bis zu 35 Personen können hier in innovativen und agilen Lern- und Veranstaltungsformaten arbeiten. Ob Workshop, Pitch oder Meet-up: Im rund 150 Quadratmeter großen Raum steht neben modernen und mobilen Loungemöbeln, beschreibbaren Präsentationswänden und Moderationskoffern auch die Nureva-Technologie mit drei Beamern zur Verfügung.

Weitere Informationen unter www.adgonline.de/vr20 oder per E-Mail an vr20@adgonline.de

ADG Business School an der Steinbeis-Hochschule Berlin

Die ADG Business School an der Steinbeis-Hochschule Berlin bietet branchenfokussierte Studiengänge und praxisrelevante Forschung an. Dabei qualifiziert sie vom Bachelor über den Master für die Herausforderungen der Zukunft.

Die Business School wurde im Jahr 2011 von der Steinbeis-Hochschule Berlin und der Akademie Deutscher Genossenschaften gegründet. Innovation und Qualität prägen seither das Denken und Handeln. Viele Genossenschaftsbanken und andere Unternehmen der genossenschaftlichen Gruppe, aber auch Industrie-, Handels-, Hotel- und Dienstleistungsunternehmen sind Partner der ADG Business School.

Neben dem Hauptstandort auf Schloss Montabaur können die Studierenden ihre Präsenzstudien an sechs weiteren Standorten deutschlandweit absolvieren.

Die Studienangebote der ADG Business School richten sich an Personen, die sich neben dem Beruf weiterqualifizieren möchten. Nach der Foundation folgt die Vertiefung in eine von sieben Spezialisierungen. Im aufbauenden Masterstudium erwerben Berufstätige neue Management- und Führungskompetenzen.

Durch die Kombination aus Selbststudium, intensiven Präsenzen und Praxistransfer lassen sich Studium und Beruf problemlos miteinander verbinden.

Weitere Informationen unter www.adg-business-school.de, per E-Mail an info@adg-business-school.de oder telefonisch unter Telefon: +49 26 02 14-4 44.







Kroli am Markt: Azubis kochen und servieren

Die Gemütlichkeit eines historischen Fachwerkhäuses kombiniert mit moderner Eleganz inmitten der Altstadt von Montabaur: Im Restaurant Kroli am Markt, direkt neben dem historischen Rathaus, kochen und servieren mittwochs bis samstags von 18 bis 22 Uhr die Azubis von Hotel Schloss Montabaur. Das Restaurant hat sich zu einem kleinen Geheimtipp in der Region entwickelt, was nicht nur an der hervorragenden Küche, sondern auch an dem nachhaltigen Ausbildungskonzept liegt. Die Auszubildenden der „Jeunes Restaurateurs d’Europe“ (JRE) kochen gemeinsam mit den Auszubildenden der ADG zunächst eine Woche lang gemeinsam ein anspruchsvolles Menü, das der JRE-Azubi aus seinem in der Sterne-Restaurant mitgebracht hat. In den folgenden drei Wochen des Variations-Monats kochen die Azubis des Kroli das Menü eigenständig nach. Die JRE ist eine Vereinigung junger Spitzenköche aus ganz Deutschland, die sich durch Talent und Passion zur innovativen deutschen Küche auszeichnet. Dabei legen die Mitglieder besonderen Wert auf die Verwendung nachhaltiger und regionaler Produkte. Die „Variation“ findet vier Mal im Jahr zur Mitte des jeweiligen Quartals statt. Eine Reservierung im Voraus ist empfehlenswert. Sie können Ihren Tisch direkt online reservieren oder gerne auch telefonisch unter 02602 9 97 80 69.

Weitere Informationen unter
Telefon +49 2602 9 97 80 69 oder per E-Mail
an kroli@hotel-schloss-montabaur.de





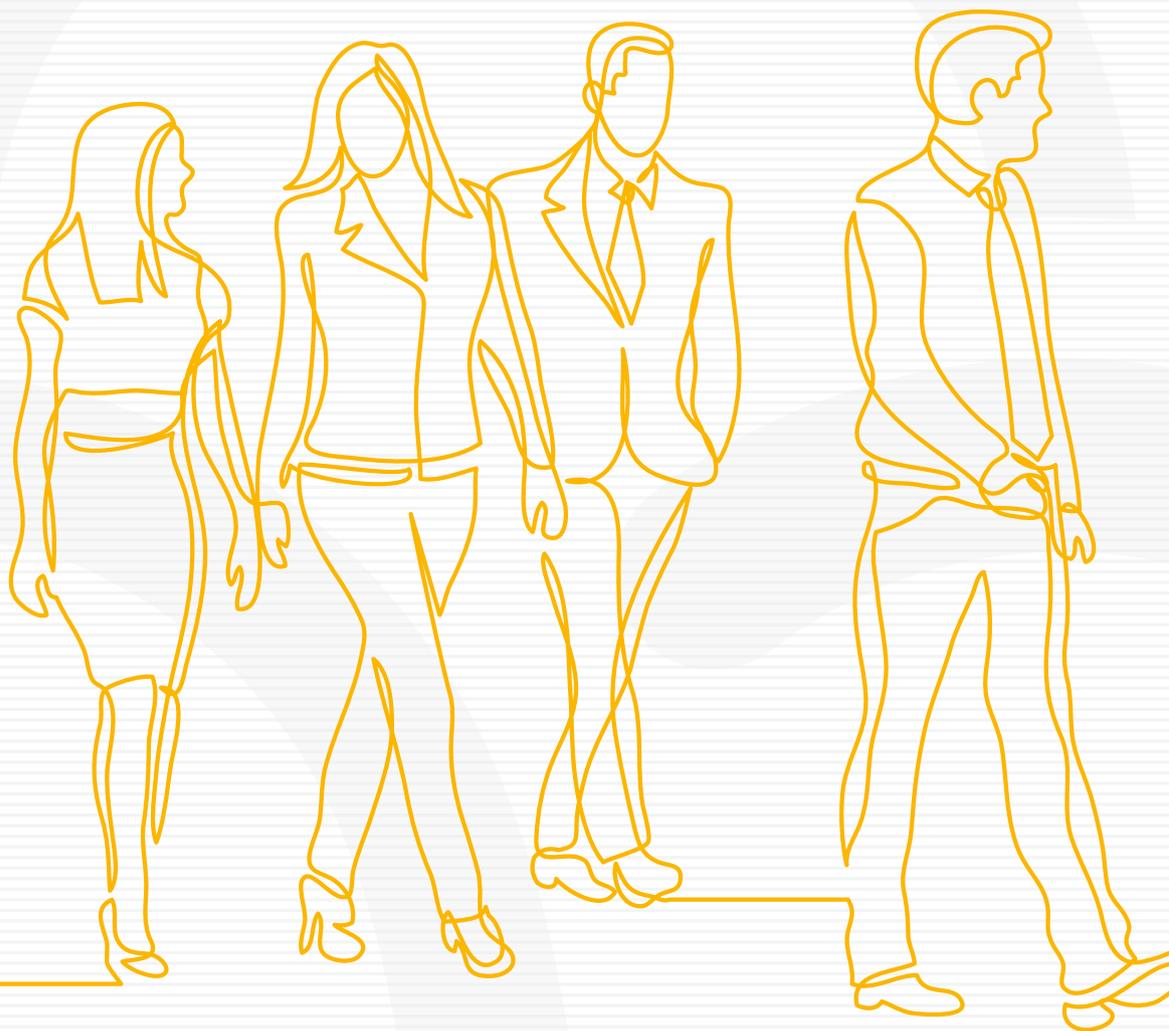
SchlossArt

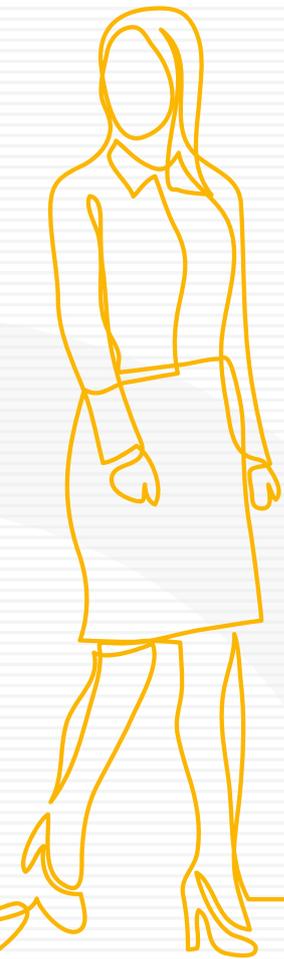
Tür an Tür mit dem Restaurant Kroli am Markt liegt das SchlossArt: ein kleines Paradies für Weinfreunde und -kenner. Es setzt das Konzept „Kroli am Markt – Azubis kochen und servieren“ fort.

Hier finden Sie exzellente deutsche Weine aus Winzer-genossenschaften, Geschenk-ideen und Genussangebote aus der Region.

Auf Anfrage können Sie auch Weinproben und Koch-Events im SchlossArt und im Kroli am Markt buchen. Über Events und Aktionen informiert Sie gerne unsere Rezeption. Die Informationen sind ebenfalls online verfügbar.

Weitere Informationen unter Telefon +49 2602 106 85 65 oder per Mail an schlossart@hotel-schloss-montabaur.de





Viel Freude
bei Ihrer
Campus-
Expedition!

www.adgonline.de

Akademie Deutscher
Genossenschaften e. V.
Schloss Montabaur
56410 Montabaur

Zentrale:
T: +49 2602 14-0

Servicecenter Seminare:
T: +49 2602 14-500
service@adgonline.de