

Vorwort Vorstandsvorsitzende	2 – 3
Der Vorstand	4 – 5
Organe und Ausschüsse	6 – 7
Geschäftsjahr 2019 in Zahlen	8 – 17
Journal	18 – 53
Standorte	56 – 57
Tochterunternehmen / Stiftungen	59
Impressum	60

Lagebericht für das Geschäftsjahr 2019
der Stadtsparkasse Düsseldorf
195. Geschäftsjahr

Die Stadtsparkasse Düsseldorf ist eine Anstalt
des öffentlichen Rechts. Sie ist Mitglied des
Rheinischen Sparkassen- und Giroverbandes und
über diesen dem Deutschen Sparkassen- und
Giroverband angeschlossen.

Vorwort

Sehr geehrte Damen und Herren,
liebe Kunden,
liebe Geschäftspartner,

ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2019 liegt hinter uns. Trotz großer Herausforderungen durch die Geldpolitik der EZB, weiterer regulatorischer Vorgaben und einer mäßigen Wirtschaftsentwicklung haben wir unsere Ziele erreicht und in wesentlichen Teilen deutlich übertroffen.

Hierzu gebe ich Ihnen im Überblick einige aussagekräftige Zahlen, Daten und Fakten:

- Die Bilanzsumme der Sparkasse Düsseldorf stieg um fast eine Milliarde Euro auf 12,6 Milliarden Euro.
- Das Kreditneugeschäft mit unseren Unternehmen und den privaten Haushalten hat mit einem Volumen von fast 2 Milliarden Euro wieder einen hervorragenden Wert erreicht.
- Der Kreditbestand stieg um 525 Millionen Euro auf 9.210 Millionen Euro.
- Unsere Kunden haben uns zum Jahresultimo Einlagen in Höhe von 9.907 Millionen Euro anvertraut, ein Zuwachs von 731 Millionen Euro.
- Wir weisen solide Eigenkapitalquoten aus: Die Kernkapitalquote lag am Jahresultimo bei 17,6 Prozent, die Gesamtkapitalquote bei 19,4 Prozent. Damit haben wir die Basis geschaffen, die regionale Wirtschaft und die privaten Haushalte weiterhin mit ihren Kreditwünschen zu begleiten.

Düsseldorf zählt zu den wettbewerbsintensivsten Standorten in Deutschland. Nicht nur alle wichtigen In- und Auslandsbanken sind prominent vertreten, sondern auch die FinTech-Szene ist hier aktiv. Aus diesem Grund bleibt die Zahl der Kundenverbindungen ein hervorragender Indikator, um die eigene Marktposition zu bestimmen.

- Rund 260.000 private Haushalte unterhalten bei uns ihr Girokonto. Im Verhältnis zur Zahl der Haushalte in Düsseldorf und der Stadt Monheim am Rhein haben damit rechnerisch fast 70 Prozent der Haushalte ein Girokonto bei der Sparkasse Düsseldorf.
- Hinzu kommen ca. 42.500 Geschäftsgirokonten. Auch dies ist eine Marktdurchdringung von deutlich über 60 Prozent.
- Von den über 300.000 Girokonten sind über 188.000 Online-Konten. Allein in 2019 stieg ihr Anteil um 10.617.
- Mehr als 320.000 Sparkonten haben uns unsere Kunden anvertraut.
- Die Zahl der von uns betreuten Wertpapierdepots ist in 2019 bei rund 48.000 nahezu auf dem Vorjahreswert konstant geblieben.

In der Vergangenheit war die Geschäftsstelle der ausschließliche Dreh- und Angelpunkt der Kundenbeziehung. Dies hat sich heute geändert. Die Digitalisierung verändert nicht nur Prozessabläufe, auch immer mehr Kunden erledigen ihre Anliegen über die unterschiedlichsten Vertriebskanäle. Vor diesem Hintergrund haben wir in 2019 unsere Vertriebsstruktur weiter der veränderten Kundennachfrage angepasst. Wir sind weiter an 40 Standorten für unsere Kunden persönlich vor Ort, 32 Standorte mit unseren klassischen Privatkundencentern und acht Standorte, die über die Mobile Filiale betreut werden. Die Umsetzung dieser neuen Struktur bei laufendem Geschäftsbetrieb ist hervorragend gelungen, sie wurde von den Mitarbeitenden vor Ort mit hohem Engagement erfolgreich gestaltet.

Seit dem 1. Oktober 2019 fährt die Mobile Filiale regelmäßig – zu festgelegten Zeitpunkten – frühere Geschäftsstellen-Standorte an. Die Reaktionen unserer Kunden sind fast ausschließlich positiv. Die Standorte werden gut angenommen. In den drei Monaten des Einsatzes der Mobilen Filiale haben 2.500 Kunden hier ihre Bankgeschäfte erledigt. Die Kundenakzeptanz zeigt, dass die Mobile Filiale als ein weiterer Vertriebskanal im Privatkundengeschäft unseres Hauses nicht mehr wegzudenken ist.

Im Geschäftsjahr 2019 haben wir das mediale Produkt- und Serviceangebot weiter ausgebaut. Mit unserem Roboadvisor »fyndus« hat unser Haus eine eigene digitale Vermögensverwaltung etabliert. Je nach Anlagementalität bietet »fyndus« ein passendes Anlageportfolio mit attraktiven Investmentthemen.

Wir bauen konsequent unsere Finanzplattform weiter aus. Unter den rheinischen Sparkassen nehmen wir bei der Digitalisierung eine führende Position ein.

Mit Engagement, Kompetenz und hoher Innovationsfähigkeit werden wir unseren Kunden weiterhin einen hohen Mehrwert bieten.

Mit freundlichen Grüßen



Vorstand

Karin-Brigitte Göbel

Vorsitzende des Vorstandes

Zuständig für die Bereiche:

Vorstandsstab

Unternehmenskommunikation

Personal und Recht

Revision

Uwe Baust

Mitglied des Vorstandes

Zuständig für die Bereiche:

Unternehmenskunden

Mittelstand

Immobilienkunden

Treasury

Dr. Stefan Dahm

Mitglied des Vorstandes

Zuständig für die Bereiche:

Compliance

Prozesse und IT

Marktfolge Aktiv

Backoffice

Gesamtbanksteuerung

Dr. Michael Meyer

Mitglied des Vorstandes

Zuständig für die Bereiche:

Private Banking

Vertriebsmanagement Privatkunden

Medialer Vertrieb

Baufinanzierung

Regionalmärkte



Organe und Ausschüsse

VORSTAND

Vorsitzendes Mitglied

Karin-Brigitte Göbel

Mitglieder

Uwe Baust

Dr. Stefan Dahm

Dr. Michael Meyer

VERWALTUNGSRAT

Vorsitzendes Mitglied

Markus Raub

1. stellvertretender Vorsitzender

Rüdiger Gutt

2. stellvertretende Vorsitzende

Helga Leibauer

Mitglieder

Rüdiger Gutt *

Andreas Hartnigk *

Friedrich G. Conzen *

Bürgermeister

Prof. Dr. Justus Haucap *

Marion Warden

Helga Leibauer *

Wolfgang Scheffler *

Bürgermeister

Monika Lehmhaus *

Ben Klar

Arbeitnehmersvertreter

Michaela Polgar-Jahn

Axel Roscher

Stephan Hoffmann

Ludger Hogenkamp

Dr. Daniel Tiwisina

Stellvertreter

Johannes Eßer *

Olaf Lehne **

Angelika Penack-Bielor *

Klaudia Zepuntke *

Bürgermeisterin

Peter Rasp

Markus Herbert Weske **

Susanne Ott

Mirko Rohloff *

Wolfram Müller-Gehl

Stellvertreter

Detlef Schnierer

Jörg Fischer

Bettina Braun-Thul

Peter Matzpreisch

Rafaelo Morgenbrodt

HAUPTAUSSCHUSS Stand 05.12.2019

Vorsitzendes Mitglied

Markus Raub

1. Stellvertreter

Rüdiger Gutt

2. Stellvertreter

Helga Leibauer

Mitglieder

Rüdiger Gutt

Helga Leibauer

Wolfgang Scheffler *Bürgermeister*

Dr. Daniel Tiwisina

Axel Roscher

Stellvertreter

Andreas Hartnigk

Marion Warden

Monika Lehmhaus

Michaela Polgar-Jahn

Stephan Hoffmann

BILANZPRÜFUNGS-AUSSCHUSS

Vorsitzendes Mitglied

Wolfgang Scheffler

Bürgermeister

Stellvertreter

Ben Klar (für Herrn Scheffler)

1. stellv. Vorsitzende

Helga Leibauer

Mitglieder

Friedrich G. Conzen *Bürgermeister*

Andreas Hartnigk

Helga Leibauer

Monika Lehmhaus

Dr. Daniel Tiwisina

Stellvertreter

Rüdiger Gutt

Klaudia Dewenter-Näckel

Marion Warden

Markus Raub

Rudi Petruschke (bis 31.03.19)

Stephan Hoffmann (ab 03.04.19)

RISIKOAUSSCHUSS

Vorsitzendes Mitglied

Markus Raub

Stellvertreterin

Helga Leibauer

Mitglieder

Rüdiger Gutt *stellv. Vorsitzender*

Thomas Geisel *Oberbürgermeister*

Friedrich G. Conzen *Bürgermeister*

Rudi Petruschke (bis 31.03.19)

Klaudia Dewenter-Näckel (ab 03.04.19)

Stellvertreter

Axel Roscher

Marion Warden

Andreas Hartnigk

Dr. Daniel Tiwisina

* Mitglied des Rates der Landeshauptstadt Düsseldorf

** Mitglied des Landtages

Stand 01.02.2020

Stand 05.12.2019

2019 in Zahlen

Geschäftsentwicklung 10

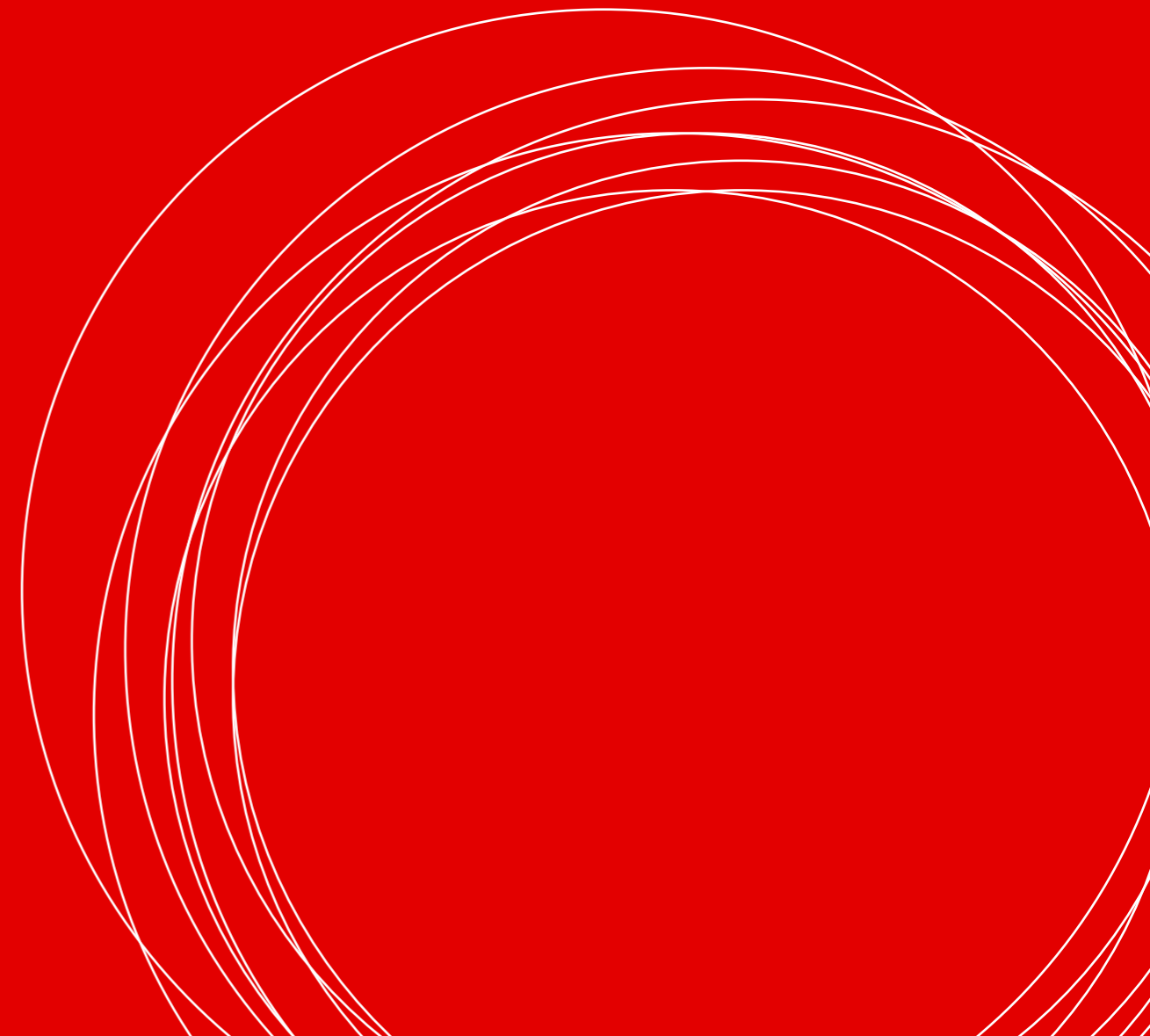
Kreditvolumen 11

Einlagengeschäft 12 – 13

Portfoliostruktur Eigenanlagen 14

Umsatzentwicklung Wertpapierkommissionsgeschäft 15

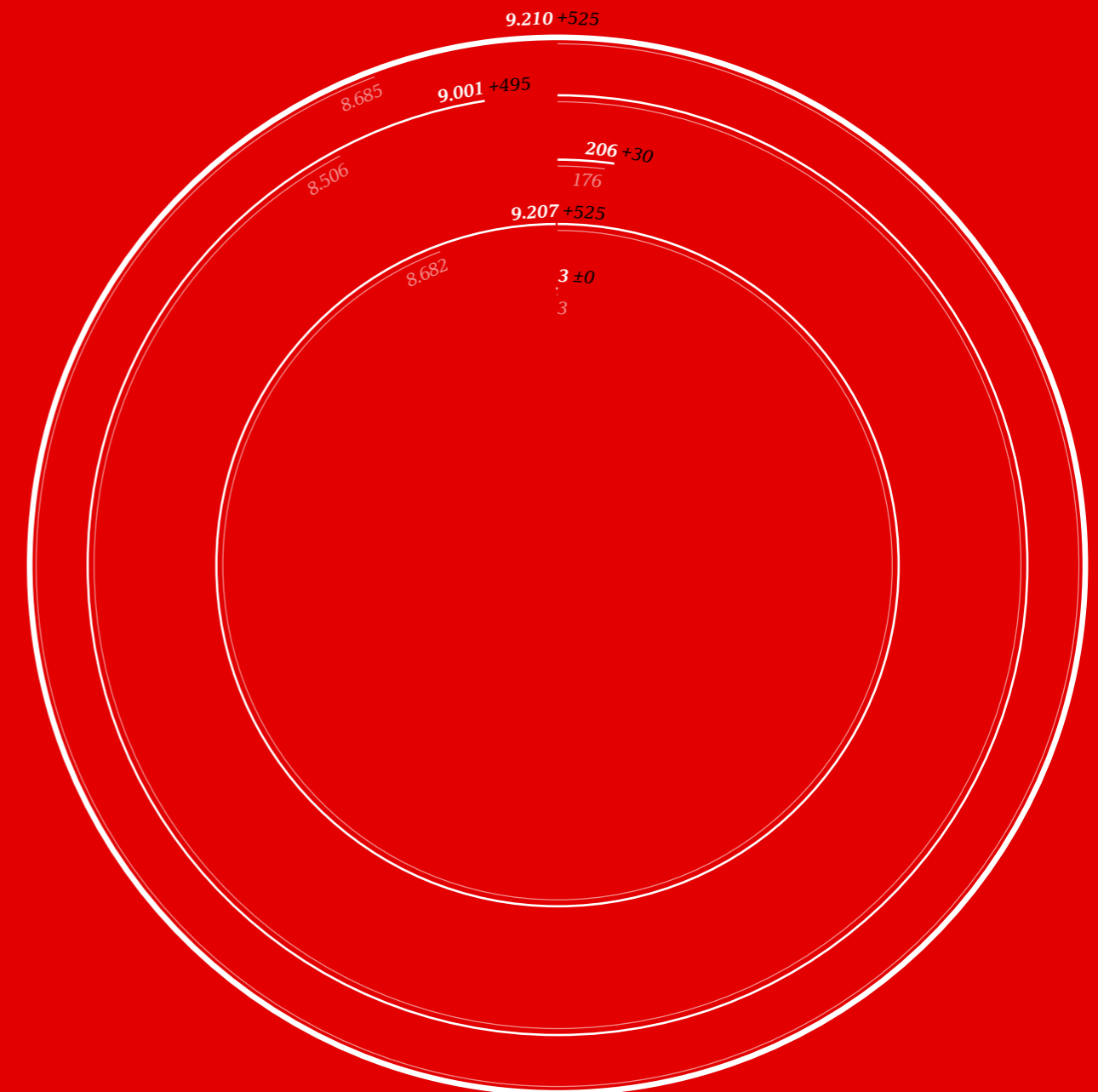
Ertragslage 16 – 17



Geschäftsentwicklung der Sparkasse Düsseldorf

	2018	2019	
Bilanzsumme in Mio. €	11.655	12.641	+ 986
Kundenkreditgeschäft in Mio. €	8.685	9.210	+ 525
Kundeneinlagen in Mio. €	9.176	9.907	+ 731
Rücklagen in Mio. €	732	733	+ 1
Jahresüberschuss in Mio. €	11	4	- 7
Mitarbeitende Anzahl	1.824	1.662	- 162

Kreditvolumen



Kreditvolumen gesamt in Mio. €	8.685	9.210	+ 525
Forderungen an Kunden in Mio. €	8.506	9.001	+ 495
Eventualverbindlichkeiten in Mio. € (nur Kundengeschäft)	176	206	+ 30
Kundenkreditgeschäft gesamt in Mio. €	8.682	9.207	+ 525
Treuhandkredite in Mio. €	3	3	

2018 2019

Einlagengeschäft Kundeneinlagen nach Produkten

	2018	2019				2018	2019		
Spareinlagen in Mio. €	2.172	2.177	+5	+0,2 %	Namenspfandbriefe in Mio. €	253	329	+76	+30,0 %
Sichteinlagen in Mio. €	6.442	7.151	+709	+11,0 %	Schuldverschreibungen in Mio. €	10	10		
Termineinlagen in Mio. €	119	94	-25	-21,0 %	Nachrangige Einlagen in Mio. €	146	136	-10	-6,8 %
Sparkassenbriefe in Mio. €	34	10	-24	-70,6 %	Summe in Mio. €	9.176	9.907	+731	+8,0 %

Portfoliostruktur Eigenanlagen nach Marktwerten in Mio. €



Umsatzentwicklung Wertpapierkommissionsgeschäft



Ertragslage in Mio. €

	2018	2019	
Zinsüberschuss und lfd. Erträge aus Beteiligungen (Gewinn- und Verlustrechnung, Posten 1 – 3)	200	194	- 6
Provisionsüberschuss	87	86	- 1
Sonstige betriebliche Erträge	38	17	- 21
Zwischensumme	325	297	- 28
Personalaufwand	136	130	- 6
Andere Verwaltungsaufwendungen	74	75	+ 1
Abschreibungen auf Sachanlagen	5	6	+ 1
Sonstige betriebliche Aufwendungen	17	19	+ 2
Zwischensumme vor Bewertung	93	67	- 26

	2018	2019	
Bewertungsergebnis (Gewinn- und Verlustrechnung, Posten 13 – 16)	-47	-27	+ 20
Zuführungen zum Fonds für allgemeine Bankrisiken	25	32	+ 7
Steuern	10	4	- 6
Jahresüberschuss	11	4	- 7
Gewinnvortrag aus dem Vorjahr	3	0	- 3
Bilanzgewinn	15	4	- 11

Das Journal

Medialer Vertrieb –
Antwort auf die Digitale Revolution 20

Zukunft entsteht heute 28

Wenig Lärm um Vieles –
Bei der Kulturarbeit in Flingern
geht es um die ganze Welt 34


Musik trifft Literatur –
Schumann-Museum 38

Deutsche Oper am Rhein –
Jeder Tag hat eine eigene Dynamik 44

sports partner ship e.V. –
Durch den Sport macht es bei vielen Klick 48

Medialer Vertrieb – Antwort auf die Digitale Revolution

Die Digitalisierung verändert Privatleben, Politik und Wirtschaft. Für die Sparkassen geht es darum, den Kunden alle modernen Anwendungen anzubieten, die ihnen das Leben einfacher machen, für ihren Umgang mit Finanzen sinnvoll sind und ihre Daten vor dem ungewollten Zugriff Dritter schützen. Mit dem Bereich »Medialer Vertrieb« und den dort angesiedelten Abteilungen »Online«, »Mediale Filiale« und »Business Service-center« hat die Stadtsparkasse Düsseldorf Strukturen geschaffen, mit denen die Herausforderungen der Digitalen Revolution erfolgreich zu meistern sind. »Der Bereich ist die Antwort auf einen völlig veränderten Wettbewerb und auf grundlegend andere Kundenbedürfnisse. Wir kümmern uns um eine kundenzentrierte und wettbewerbskonforme Positionierung in den medialen Kanälen, sind das Bindeglied zwischen digital und stationär in der Filiale«, sagt Gunnar Felten, seit Januar 2016 Bereichsleiter »Medialer Vertrieb« des Marktführers am Finanzplatz Düsseldorf.

Ab Mitte der 1990er Jahre tauchten die ersten Websites von Sparkassen in Deutschland auf. Sie waren vor allem virtuelle Visitenkarten, die wie ein klassisches Werbemedium Produkte oder Personen zum potenziellen Kunden transportierten. Das sollte sich mit dem Angebot »-Online« ändern. Die Anforderung: Finanzdienstleistungen sollten mit gleicher Qualität wie in der Filiale auch im Internet durchgeführt werden können.

Von Anfang an dabei ist der Diplom-Kaufmann Gunnar Felten (Jahrgang 1966). Für den Rheinischen Sparkassen- und Giroverband (RSGV) war er maßgeblich am strategischen Aufbau und der Realisierung der Plattform -Online beteiligt, Grundstein für die heutige Internet-Filiale 6.0. Dank dieser Pionierarbeit gelang es Felten und seinem Team die Sparkassen mit einem zentral konzeptionierten Rahmenauftritt, der zugleich die dezentrale Struktur berücksichtigt, wettbewerbsfähig im weltweiten Netz zu positionieren. Diese Mission setzte er im Anschluss als Abteilungsleiter für »Elektronische Vertriebswege und E-Commerce«



Gunnar Felten,
Bereichsleiter
Medialer Vertrieb



beim Deutschen Sparkassen- und Giroverband (DSGV) fort. Nach seinem Wechsel zur Postbank sorgte er dafür, dass der Onlinekanal ein zentraler Vertriebskanal dieses Institutes wurde sowie erfolgreich eine übergreifende Multikanalplattform entwickelt werden konnte. Im weiteren Verlauf seiner Karriere hat er in Wien bei der BAWAG P.S.K., der Hausbank der Republik Österreich, entscheidend daran mitgewirkt, das krisengeschüttelte Traditionsunternehmen zur effektivsten und digitalsten Bank des Nachbarlandes zu entwickeln.

Mit den umfangreichen Erfahrungen innerhalb und außerhalb der Sparkassenorganisation im Bereich der medialen Kanäle und der konsequenten Ausrichtung auf einen funktionierenden Multikanalvertrieb kam er im Januar 2016 zur Stadtsparkasse Düsseldorf. »Es war eine Art Rückkehr in die Familie. Ich bin damals nicht leichten Herzens aus der Sparkassenorganisation ausgeschieden. Aber es war für mich einfach eine große Chance, in kleineren Organisationen Dinge schnell positiv beeinflussen zu können. Diese Erfahrungen kann ich nun wiederum sehr nutzstiftend in der Sparkassenorganisation einbringen«, zieht Felten ein Fazit seiner bisherigen Laufbahn und skizziert seine aktuelle Aufgabe in der NRW-Metropole: »Es sind vor allem die Sparkassen, die als Marktführer vor Ort vom Wettbewerb angegriffen werden. Deshalb müssen wir die entsprechenden Antworten liefern.«

Ein Stufenplan zum Erfolg

Organisatorisch ist der Bereich »Medialer Vertrieb« im Privatkundengeschäft angesiedelt. Zugleich ist er eine Art Kompetenzzentrum für die digitale Weiterentwicklung im gesamten Haus. »Wir sorgen beispielsweise neben dem Ausbau der medialen Angebote im Privatkundengeschäft auch dafür, dass die speziellen Firmenkundenthemen sinnvoll digital eingebunden werden können. Wir versuchen mögliche Synergien zu heben, indem wir zum Beispiel die Online-Eröffnung eines Privatgirokontos auch für das Geschäftsgirokonto möglich machen«, erläutert Felten.

Inzwischen zählt der Mediale Vertrieb über 80 Mitarbeitende. Hier werden der Online-Vertrieb und die Weiterentwicklung des Online-Banking vorangetrieben. Daneben stellen die Mitarbeitenden in der Medialen Filiale eine hohe und kompetente telefonische Erreichbarkeit sicher.

»Nahezu alle Serviceprozesse, die früher nur stationär angeboten werden konnten, können inzwischen auch telefonisch fallabschließend erledigt werden«, freut sich der Bereichsleiter. »Dabei werden sämtliche modernen Kommunikationskanäle, wie Chat, WhatsApp, Videoberatung usw. professionell bedient beziehungsweise angeboten.« Darüber hinaus betreut seit 2019 die Direktfiliale über 75.000 Privatkundinnen und -kunden. Das Business Servicecenter betreut verantwortlich rund 20.000 Geschäftskundinnen und -kunden.

Zu Beginn der Arbeit 2016 hat das neue Team Medialer Vertrieb eine ganz konkrete Roadmap erstellt. Sie diente dazu, langfristige Projekte in einzelne, leichter zu bewältigende Schritte zu strukturieren und festzulegen, wo die Stadtsparkasse Düsseldorf 2020 in puncto Digitalisierung stehen soll. »Wir wollen zeigen, dass unsere Sparkasse, insbesondere für die online-affinen Kunden, sämtliche digitalen Kanäle und Möglichkeiten wie eine reine Onlinebank wettbewerbsstauglich anbietet. Wir müssen im digitalen Alltag der Düsseldorferrinnen und Düsseldorfere ankommen«, sagt Felten. Um das voranzutreiben, hat die Stadtsparkasse in den letzten Jahren eine Vielzahl von Maßnahmen umgesetzt und dabei neben den innovativen Entwicklungen im Online- und Telefoniekanal auch einige »analoge« Marketingmaßnahmen wie Broschüren oder Plakatkampagnen ergriffen. Sie richten sich sowohl an Kunden als auch an die Mitarbeitenden. Letztere sollen zu Botschaftern für die Möglichkeiten und Chancen der Digitalisierung werden. »Nur wenn die Mitarbeitenden die strategische Bedeutung der Digitalisierung verstehen und die entsprechenden Angebote der Sparkassen, die sich vor dem starken Wettbewerb keinesfalls verstecken müssen, kennen, sind sie in der Lage, auch unsere Kunden davon zu begeistern«, betont der Bereichsleiter. Umsetzungsbeispiele sind die zahlreichen Maßnahmen im Projekt »Shift to digital« oder die großangelegte Kampagne »Power ON«, die mit Humor das »trockene« Thema Digitalisierung ganz ungewohnt anpackt. Hinzu kommen diverse Schulungsmaßnahmen.



Erlebnis Digitaler Wandel

Die Kundinnen oder Kunden, die bislang bei der Stadtsparkasse Düsseldorf nur das Online-Banking gewohnt waren, sollen laut Felten in Zukunft eine digitale Welt vorfinden, die für echten Mehrwert sorgt. In diesem Zusammenhang hat sich in den letzten Jahren der Begriff »digitales Ökosystem« gebildet, an dem konsequent und intensiv gearbeitet wird. Ein Beispiel ist die Multibankfähigkeit: »Wer sich als Kunde bei uns einloggt, kann nicht nur das eigene Konto bei einer anderen Bank einsehen, sondern kann auch Transaktionen tätigen.« Ein weiterer Punkt ist der elektronische Safe im elektronischen Postfach. Hier können wichtige Kundendokumente sicher im Online-Banking der Sparkasse abgelegt werden. Der Zugriff ist weltweit mit jedem internetfähigen Gerät möglich. 2020 wird diese »Finanzplattform« für die Kunden sukzessive ausgebaut. Über die Analyse der Konto-Verbindung werden den Kunden so zum Beispiel Vorschläge zum Kosteneinsparen durch einen Wechsel des Stromanbieters gemacht. »Ziel dieser Bemühungen ist, dass es keinen Grund gibt, zu einem anderen Kreditinstitut oder zu einem FinTech zu wechseln, nur weil es auf den ersten Blick moderner wirken mag«, erläutert Felten. »Und wir arbeiten in der gesamten Sparkassen-Finanzgruppe hart an der Zukunft: So wurde vor einiger Zeit beispielsweise der Sparkassen Innovation Hub gegründet, der Prototypen für komplett neue Wege im Bankgeschäft entwickelt, aber auch Kooperationen mit bestehenden FinTechs schließt. Für die Zukunftsfähigkeit der Sparkasse ist es enorm wichtig, dass wir uns mit neuen Entwicklungen und Trends auseinandersetzen und diese im Sinne unserer Kunden bedarfsgerecht in unsere Angebote aufnehmen.« Der Erfolg gibt den innovativen Entwicklern recht: So ist zum Beispiel die App der Sparkassen die meistgenutzte und am besten bewertete Finanz-App in Deutschland.

Doch was zeichnet den Medialen Vertrieb der Stadtsparkasse Düsseldorf gegenüber den Wettbewerbern aus? »Die Möglichkeit, neben kundenzentrierten Online-Angeboten immer noch bei Bedarf sich persönlich am Telefon oder in der Filiale beraten lassen zu können«, betont der Bereichsleiter. Und nennt das Beispiel Online-Kredit: »Damit man als Anbieter auch in der digitalen Welt neben der Vielzahl von stark aufgestellten Wettbewerbern und Vergleichsportalen konkurrenzfähig bleibt, benötigt man als erstes eine sehr gute Hinleitung

über die Suchmaschinen und weitere Aktivitäten über entsprechendes Performancemarketing. Ist mein Angebot gefunden, muss ich dem Kunden eine exzellente benutzertaugliche Führung anbieten. Auch das Preismodell muss stimmen. Wir müssen nicht immer der günstigste Anbieter sein, aber wir müssen dennoch als wettbewerbsfähig wahrgenommen werden.« Und natürlich die Schnelligkeit: Viele erwarten, dass ihre Anliegen praktisch realtime erledigt werden. »In der medialen Filiale versuchen wir innerhalb von zehn Minuten nach Absenden eines Online-Antrags den Kunden anzurufen, das erhöht selbstverständlich die Verbindlichkeit und die Umwandlung vom Interessenten zum Kunden. So können wir in der Regel noch am gleichen Tag nach Vertragsabschluss die gewünschte Summe auszahlen«, sagt Felten. »Das begeistert unsere Kunden«. Inzwischen werden bei der Stadtsparkasse fast ein Viertel aller Konsumentenkredite über diesen Kanal vertrieben. Tendenz steigend.

Nicht nur Zahlen

Eine Art Quantensprung für den Medialen Vertrieb war, dass er 2019 von einem Servicecenter zu einer kundenbetreuenden Einheit mit Gründung der Direktfiliale und des Business Servicecenters wurde. Neugeschaffen wurde auch ein spezielles Outbound-Team, das aktiv Kunden anruft. Es hat im Gründungsjahr bereits über 9.500 Termine für den stationären Vertrieb vereinbart und bekommt daher von den Beratern überaus gutes Feedback. Darüber hinaus wurde ein intelligentes Sprachdialogsystem (IVR) eingeführt, das laut Felten ebenfalls auch dazu beigetragen habe, das stetig steigende Callvolumen in der Medialen Filiale (insgesamt 515.000 Telefonanrufe in 2019) bewältigen zu können. 18.000 Termine wurden nach Anruf bei der Stadtsparkasse vereinbart, 35.000 E-Mails empfangen und versendet. Das Business Servicecenter hat knapp 50.000 Anrufe entgegengenommen, über 26.000 E-Mails und 10.000 Briefe bearbeitet sowie über 1.500 Präsenzberatungen bei komplexeren Themen mit Geschäftskunden geführt. Neu ist auch der Chatbot »Linda«. Dieses textbasierte Dialogsystem kann wie eine virtuelle Assistentin eine wachsende Anzahl von Fragen zu Leistungen, Produkten und Services der Stadtsparkasse ohne menschliches Eingreifen beantworten. Dieser innovative Kommunikationskanal wird mehrere tausendmal pro Monat genutzt. »Linda« kann hunderte von Chats parallel führen.



Eine Erfolgsstory ist die Nutzung des Online-Banking durch die Düsseldorferinnen und Düsseldorfer. Lag 2016 die Online-Banking-Quote noch deutlich unter 50 Prozent, so sei sie laut Felten Ende 2019 auf über 65 Prozent im Bestand und im Neugeschäft auf mehr als 90 Prozent angewachsen. »Damit schaffen wir Freiräume für die Filialmitarbeitenden. Ihnen bleibt mehr Zeit für eine intensive Kundenberatung«, urteilt der Bereichsleiter. »Dennoch müssen hier die Aktivitäten weiter verstärkt werden, da es immer noch genügend Potenzial gibt, die Quoten zu verbessern.«

Spitzenreiter Stadtsparkasse Düsseldorf

Aufgabe des DSGVO als zentraler Verband ist es, dafür zu sorgen, dass alle derzeit 378 Sparkassen Deutschlands auch in der digitalen Welt wettbewerbsfähig bleiben. »Es reicht nicht aus, dass allein die Stadtsparkasse Düsseldorf und ein paar Großsparkassen da mitziehen«, sagt Felten. »Aber ich weiß aufgrund meiner guten Kontakte zur Finanz Informatik (FI), dem IT-Dienstleister der deutschen Sparkassen, zum DSGVO oder zum RSGV, dass dort viele Menschen mit Herzblut an der aktiven Gestaltung der digitalen Umwälzung arbeiten.« Resultat dieser Anstrengungen ist die Digitale Agenda des DSGVO. Sie soll als Rahmen aller künftigen Projekte dieses Themenfelds dienen.

Ein Element der Agenda bilden die digitalen Mindeststandards. Um deren Erfüllung zu überprüfen, hat der DSGVO ein komplexes Messsystem entwickelt. Die Kriterien sind die Nutzung digitaler Möglichkeiten durch Kunden, das digitale Angebot der jeweiligen Sparkasse sowie der Aspekt der Online-Fitness der Mitarbeitenden. Über das Ergebnis 2019 sind die Verantwortlichen der Stadtsparkasse Düsseldorf stolz: War das Kreditinstitut vor zwei Jahren noch auf den hinteren Positionen im Digitalisierungsranking zu finden, so ist es heute die Nummer eins unter den Sparkassen im RSGV vor der Sparkasse Köln-Bonn und der Sparkasse Essen.

Im bundesweiten Vergleich der Großsparkassen belegt das Kreditinstitut ebenfalls den ersten Platz – diesmal vor Köln-Bonn und der Stadtsparkasse München. »Wir haben erfolgreich unseren Anspruch, im Vergleich zu den Treibern in der Finanzdienstleistungsbranche wie den FinTechs und Direktbanken mindestens ein »fast follower« zu sein, realisieren können. Gegenüber dem klassischen Wettbewerb sehe ich uns sogar in vielen Bereichen als Vorreiter«, kommentiert Felten die Ergebnisse.

Schlussakkord

Die digitale Revolution stellt auch die Stadtsparkasse Düsseldorf vor eine Vielzahl von Herausforderungen. »Niemand weiß, wie die Welt in zehn oder 20 Jahren aussehen wird, aber es wird darauf ankommen, das, was »Sparkasse« ausmacht, in der zukünftigen digitalen Welt zu erhalten«, sagt Felten. »Ich sehe die Digitalisierung bewusst als Chance für unser Haus, sich zu verändern und das Geschäftsmodell weiterzuentwickeln und dabei den Kern – die Nähe zum Kunden – zu bewahren. Wir sind durch unsere breite professionelle Aufstellung auch in der medialen Welt gut gerüstet. Und es zählt immer noch der Markenname »Stadtsparkasse Düsseldorf«. Er steht mehr denn je für Vertrauen, auch bei der jüngeren Generation. Die Stadtsparkasse muss nur darauf achten, Marke und Angebote regelmäßig ein Stück weit zu modernisieren.«

Zukunft entsteht heute

Wir sind Tag für Tag Zeuge des disruptiven Wandels, der die Gesellschaft und Wirtschaft im Allgemeinen, die Finanzindustrie und den Zahlungsverkehr im Speziellen radikal erfasst hat: »Es ist ein Dreiklang aus Digitalisierung, Regulierung und Wettbewerb, der den Veränderungsdruck erzeugt,« analysiert Holger Hellmig, Direktor des Geschäftsbereichs Unternehmenskunden der Stadtsparkasse Düsseldorf. Sein Haus habe bereits viel geleistet, damit Unternehmen mit neuen Electronic-Banking-Systemen ihre Prozesse optimieren und erfolgreich Mehrwerte realisieren können. »Wir bringen unsere Ideen in den Projekten auf Verbandsebene ein und sehen uns als wichtiger Treiber für die Entwicklung eines digitalen Ökosystems für Firmenkunden«, ist Hellmig stolz.

Zahlungsverkehr – das ist doch eine selbstverständliche Dienstleistung eines jeden Kreditinstituts? So zumindest die weitverbreitete Annahme. »Stimmt«, antwortet Thorsten Quast, Abteilungsleiter Zahlungsverkehrsmanagement/Payment. »Doch auf das »Wie« kommt es an. Heutzutage stellen Handel und produzierendes Gewerbe ganz individuelle Anforderungen. Sie machen den Zahlungsverkehr mit seinen vielen Facetten zu einem komplexen Geschäftsfeld. Er ist das Einfallstor für die Digitalisierung.« Der Bankkaufmann Quast (Jahrgang 1973) ist ein – wie er es ausdrückt – »Eigengewächs« der Stadtsparkasse Düsseldorf und seit den Urzeiten des elektronischen Bankings in Düsseldorf in die Entwicklung von Online-Bezahlsystemen involviert. »Ich habe kurz in der Kreditabteilung für gewerbliche Kunden gearbeitet, habe dann zufällig den Geschäftsführer unserer damaligen, 1996 gegründeten Tochterfirma **Online-Service Düsseldorf** getroffen. Sie hatte das Geschäftsziel, dem Kunden statt des zeitraubenden beleghaften Zahlungsverkehrs dank neuer Technologie beleglose, elektronische Zahlungssysteme zu ermöglichen. Damals ein absolutes Novum. Dank dieser Zielsetzung konnte ich meine Leidenschaft »Computertechnik« mit den beruflichen Herausforderungen kreativ verbinden.« Quast ist Leiter eines eingespielten und zugleich innovativen Teams – viele seiner zwölf Mitarbeitenden sind bereits seit den Anfängen des elektronischen Banking dabei. Gemeinsam sind sie es gewohnt,

Thorsten Quast,
Abteilungsleiter
Zahlungsverkehrsmanagement/
Payment

Holger Hellmig,
Generalbevollmächtigter
Unternehmenskunden



da einzuspringen, wo es im Zahlungsverkehr der Kunden brennt. Da wundert es auch nicht, dass die private Leidenschaft des Teamleiters Quast ebenfalls der Brandbekämpfung gilt – bei der Freiwilligen Feuerwehr.

Spezialisten für den Zahlungsverkehr des gesamten Mittelstands

2019 liefen fast 99 Prozent aller Bezahlvorgänge im Firmenkundengeschäft der Stadtsparkasse online – Resultat einer nicht einmal 25-jährigen Entwicklung: 1996 hat die Stadtsparkasse Düsseldorf damit begonnen, über ein eigenes Tochterunternehmen Modems anzubieten. Diese frühen Kommunikationsgeräte ebneten den Technikpionieren unter Düsseldorfs Mittelständlern einen relativ einfachen Weg in das digitale Neuland mit innovativen Kommunikationswegen und neuen Medien. »In der Quintessenz haben wir damit den Grundstein für die Digitalisierung gelegt«, sagt Quast. »Das gelang, indem wir bei der Technologieentwicklung stets den Bedarf unserer Kundinnen und Kunden in den Mittelpunkt gestellt haben. Schließlich ist der Satz »Der Kunde ist König« keine Erfindung der Digitalisierung, sondern immer schon Anspruch aller erfolgreichen Unternehmen. Vergleicht man das mit aktuellen Marktentwicklungen in der Finanzbranche, stellt man fest, dass das exakt der Leistungsphilosophie der FinTechs entspricht: Sie richten sich mit hoher Technologiekompetenz agil am Bedarf des Kunden aus. Vielleicht waren wir 1996 eines der ersten FinTechs hier in Düsseldorf, obwohl sicherlich viele andere Charakteristika eines FinTech nicht auf die Stadtsparkasse Düsseldorf zutreffen.«

Die Abteilung Zahlungsverkehrsmanagement der Stadtsparkasse Düsseldorf versteht sich als kompetenter Partner für Lösungen rund um das Girokonto mittelständischer Unternehmen. Quast nennt als wichtigste Voraussetzung einer erfolgreichen Partnerschaft, das Geschäftsmodell des jeweiligen Unternehmens zu durchdringen und zu verstehen. Ausdruck dieses ganzheitlichen Beratungsansatzes sei das hauseigene Client-Service-Team: »Auf Augenhöhe mit den Kunden sind die Beraterinnen und Berater unseres Kreditinstituts die Unternehmensberater für den Mittelstand in Finanz- und Digitalisierungsfragen. Unterstützt werden sie durch den gezielten und systematischen Einsatz von Spezialistinnen und Spezialisten, die unterschiedliche Fachgebiete abdecken – ob Auslandsgeschäft, strukturierte Finanzierungen oder wie in unserem Fall die



Entwicklung innovativer Lösungen rund um die Akzeptanz von Karten und Zahlungsverkehr.«

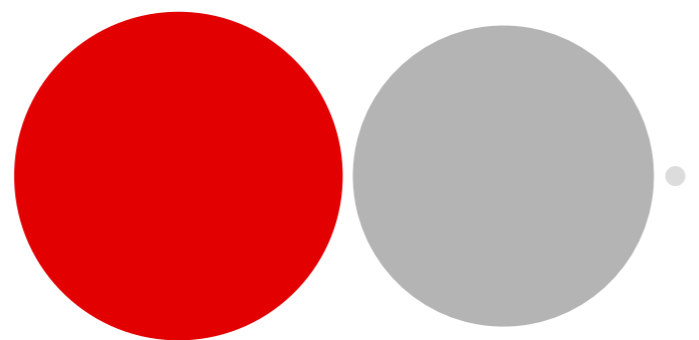
Dabei verstehen sich die Mitarbeitenden im Zahlungsverkehrsmanagement als eine Art »Co-Berater« des eigentlichen Kundenberaters. »Wir werden aktiv, gehen auf den Kunden zu und schlagen ihm beispielsweise einen Webshop vor, sollte es zu seinem Geschäftsmodell passen. Oder wir empfehlen, die Möglichkeiten zu kontaktlosem Bezahlen zu eröffnen«, sagt Quast. »Dabei ist das Geschäftsgirokonto das Ankerprodukt. Wir liefern dazu mit **S**Firm die passende Electronic Banking-Software. Sie erlaubt eine sichere, übersichtliche Steuerung der Finanzen. Das geht bis hin zu automatisierten Ausgleichsmöglichkeiten zwischen Konten unterschiedlicher Banken, vielfach sogar international.« Alternativ bietet die Stadtsparkasse in Verbindung mit innovativen Apps ohne Softwareinstallation im Rahmen des **S**Business Banking Online-Lösungen an, die gleichfalls den vollen Zugriff ermöglichen. Zudem können Kundinnen und Kunden auf viele Zusatzservices des Kreditinstitutes bauen – von der Installation und individuellen Schulung vor Ort über den Hotline-service durch die Spezialisten der Abteilung Zahlungsverkehrsmanagement bis hin zu Workshops in Kleingruppen.

Karten und Terminals

In Skandinavien ist das Bargeld zwar noch nicht vollständig abgeschafft, aber fast 90 Prozent des Zahlungsverkehrs läuft in Nordeuropa wie selbstverständlich über Kartensysteme – vom Brötchenkauf beim Bäcker über die Zeitung am Kiosk oder beim Restaurantbesuch. Auch in Deutschland erwarten immer mehr Kundinnen und Kunden, überall mit Kredit- oder Girokarte zahlen zu können. Inzwischen werden mehr als die Hälfte der Einkäufe per Karte getätigt – Tendenz stark steigend. Dabei wird kontaktloses Zahlen durch einfaches Auflegen der jeweiligen Karte auf das Bezahlterminal immer beliebter. Bei vielen Nutzern ist die Karte inzwischen ins Smartphone oder in eine Smartwatch gewandert. Der reine Bezahlvorgang an der Kasse wird erheblich verkürzt. Die Bargeldbestände werden reduziert, Sicherheits- oder auch Hygienrisiko sinken.

»Viele potenzielle Kundinnen oder Kunden wissen nicht, welche komfortable Lösungen die Stadtsparkasse für Bezahlterminals anbietet«,

sagt Quast. Das reiche von der Integration von Loyalty- und Kundenbindungsprogrammen oder Cashback-Systemen bis hin zu einem kompletten Kassensystem inklusive Warenwirtschaft und Online-Warenreservierung. Da alle Funktionen tablet-basiert seien, könnten die Händler bequem von zuhause den Warenbestand pflegen. »So können sie nicht nur das Ladengeschäft bedienen, sondern können das Ganze mit einem einfachen Klick umdrehen und dann ins Internet stellen«, erläutert Quast. Dank der wachsenden Vernetzung von Daten und Prozessen werden Händler entlastet und können sich ganz auf das Geschäft konzentrieren. »Den Ideen sind keine – oder zumindest kaum Grenzen gesetzt«, verspricht Quast.



Anteile der Zahlungsarten am Umsatz des stationären Einzelhandels im Jahr 2019 in Prozent

● Kartenzahlung	50,5
● Bar	46,5
● Rechnung	2,4
● Sonstige	0,6

Schützen Sie Ihre Daten

Bei aller Euphorie über die neuen Möglichkeiten, die die Digitalisierung mit sich bringt, darf allerdings nicht die Sicherheit ignoriert werden. Im Zahlungsverkehr hat der Gesetzgeber mehrere Kontrollinstanzen eingebaut wie die europäische PSD2 Richtlinie. Sie soll die Entwicklung innovativer Online- und mobiler Zahlungsmöglichkeiten fördern und zugleich für mehr Sicherheit bei Zahlungen sowie einen besseren Verbraucherschutz sorgen. Der Umgang mit personenbezogenen Daten ist unter anderem in der europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) geregelt.



»Doch bei aller Regulatorik liegt nach wie vor die Verantwortung für die Einhaltung der Vorgaben bei den beteiligten Geschäftspartnern. Hier sind auf allen Seiten Vorkehrungen zu treffen, die einen verantwortungsvollen und sicheren Umgang mit dem Gold der Neuzeit erlauben – den Daten«, fordert Hellmig.

Der Kundennutzen

Für viele Unternehmen ist der Umstieg in den elektronischen Zahlungsverkehr der erste Schritt in das digitale Zeitalter. Die Stadtsparkasse Düsseldorf bietet darüber hinaus zahlreiche Lösungen an, die den Unternehmen helfen, erfolgreich auf dem Markt zu bestehen. So gibt es Speziallösungen für Immobilienverwalter, zur Optimierung der Kautionsverwaltung und zur Abwicklung der gesamten Mieteingangsbearbeitung. Und für die Business-Kreditkarten im jeweiligen Corporate Design des Unternehmens kann ein innovatives Travelmanagement hinzu gebucht werden.

Für den Kunden liegen die Vorteile des Einsatzes moderner Lösungen für den Zahlungsverkehr auf der Hand: Als erstes wäre da die Zeitersparnis zu nennen. Elektronische Zahlungen können quasi in Echtzeit abgewickelt werden. Hinzu kommt der Komfortgewinn für die Unternehmen: Durch Schnittstellen zwischen den Systemen müssen Zahlungen nicht doppelt erfasst werden und können automatisiert verbucht werden. Ebenso können dank erweiterter Freigabemöglichkeiten – zum Beispiel per App vom Smartphone aus – Zahlungen bequem von unterwegs freigegeben werden. Und der **S**Rechnungsservice sorgt für eine papierfreie und medienbruchfreie Bearbeitung der Ein- und Ausgangsrechnungen. Ein wichtiger Aspekt ist auch eine erhebliche Umsatzsteigerung: Der richtige Mix an Bezahlverfahren reduziert die Abbruchquote im stationären Handel und im Internethandel. Dank Kartenzahlung werden Spontankäufe möglich.

Nicht nur Zukunftsmusik

Bereits heute bietet das neue Firmenportal (FKP) der Stadtsparkasse maßgeschneiderte Informationen, Services und Angebote für kleine und mittelständische Unternehmen. Inhalte, Navigation und Funktionen sind auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmt. »Unsere Vision ist es, mit dem Firmenkundenportal und dem damit verbundenen Ökosystem etwas geschaffen zu haben, was für alle Kunden relevant ist – sowohl für den kleinen Geschäfts- oder Gewerbetunden als auch für den großen Unternehmenskunden oder für institutionelle Kunden«, sagt Bereichsleiter Hellmig. Sein Kreditinstitut ist eine der beiden Sparkassen bundesweit, die bisher die Pilotfunktion für ein neues Nutzer- und Berechtigungsmodul für die gesamte Sparkassenlandschaft verantworten. »Die Nutzerverwaltung im Firmenkundenportal stieß auf positive Resonanz«, berichtet Quast über die Pilotphase mit ausgewählten, motivierten Unternehmerinnen und Unternehmern. »Die Firmenkunden erkannten schnell die Möglichkeiten, die diese neue Funktion eröffnet.« Wie er erläutert, habe ein Pilot-Kunde direkt im Erstgespräch mit der Stadtsparkasse gemeinsam umfassende Pläne entwickelt, wie er weitere Nutzer anlegen könnte, um persönlich von täglichen Routineaufgaben entlastet zu werden. Er habe das neue System direkt durchschaut und für seine Firma umgesetzt. »Ein Beweis dafür, wie gut unser Konzept ist und wie einfach sich die Anwendung gestaltet,« freut sich Quast.

Fazit

Kaum ein Geschäftsfeld ist im Moment einem so rasanten Wandel unterworfen wie der Zahlungsverkehr. Dabei geht es gar nicht mehr um den reinen Zahlungsverkehr, sondern um die Kombination mit innovativen Mehrwerten, die Unternehmerinnen und Unternehmern Freiräume einräumen, damit sie sich voll und ganz auf das Kerngeschäft konzentrieren können. Etablierte Player wie die Stadtsparkasse Düsseldorf sind in diesem Geschäftsfeld genau so unterwegs, wie eine Vielzahl von FinTechs. Hier ist es wichtig, sich einen guten Überblick zu verschaffen und die geeignete Lösung auszuwählen. Gewinner sind die Unternehmen, die sich bewegen. Oder um es mit Einstein zu sagen, der bereits 1930 an seinen Sohn Eduard schrieb: »Das Leben ist wie ein Fahrrad, man muss sich vorwärtsbewegen, um nicht das Gleichgewicht zu verlieren!«



Wenig Lärm um Vieles
Bei der Kulturarbeit in Flingern
geht es um die ganze Welt

Seit 2003 organisiert der gemeinnützige
Düsseldorfer Verein KABAWIL Workshops und
Kulturprojekte für Kinder und Jugendliche.
Er bietet im Quartier Stadtrundgänge und ein
Frauentanztheater an, lädt die Nachbarn zum
Flingern-Walk, zum Essen und zum
[wa:wa:]-Festival ein und setzt in seinem
Projekt »Framework« auf den kulturellen
Austausch mit vielen Ländern.

Bild oben: Vertreter Düsseldorfer Banken – unter ihnen Karin-Brigitte Göbel, Präsidentin der Düsseldorfer
Bankenvereinigung und Vorstandsvorsitzende der Stadtparkasse (3. von rechts) – bedanken sich bei der
Initiative für ihr Engagement und geben den Kindern bei einer Ferienaktion das Essen aus.



»Reich sind KABAWIL und seine Gründungsmitglieder nicht, aber wir sind sehr reich an Erfahrung«, lacht Petra Kron. Die Kulturanthropologin, die zunächst Kunst, Anglistik und Deutsch als Fremdsprache in Düsseldorf studiert hat, sitzt im Hinterhof an der Flurstraße 11a in Flingern. Sie ist eines der acht Gründungsmitglieder und hat die künstlerische Leitung des Vereins inne. Sie erzählt von den Projekten, die der Verein zusammen mit einem internationalen Team von Künstlern, Pädagogen und Cultural Managern jedes Jahr auf die Beine stellt. Und die sind so vielfältig wie KABAWIL, der Vogel mit den zwei Köpfen aus der guatemaltekischen Mythologie, der bei der Namensfindung Pate stand.

Das Konzept des Vereins ruht auf drei Säulen: der kulturellen Bildung, die sich z. B. in Schulpartnerschaften in Düsseldorf zeigt, den freien künstlerischen Projekten, zu denen u. a. die Family Band und das Frauentanztheater zählen, und den internationalen Projekten.

Neue Herausforderungen

Nicht nur das Corona-Jahr hat den Verein vor neue Herausforderungen gestellt, die das Team zu neuen Formaten wie der HinterhofPause mit insgesamt dreizehn Konzerten beflügelte. Der Verein steht jedes Jahr vor der Herausforderung, Projektgelder zu beantragen, die die einzige Einnahmequelle sind. Von diesen Geldern muss alles finanziert werden, auch der große Pool von festen freien Künstlern. Alle, die hier unterrichten, sind vom Fach und pädagogisch qualifiziert. Sie sind Regiestudenten, sind oder waren an der Kunstakademie, der Robert Schumann Hochschule oder der Folkwang Hochschule. Für die Teilnehmer sind alle Veranstaltungen und Workshops kostenlos, denn es geht dem Verein darum, Menschen zu erreichen, die mit Kunst und Kultur nicht so ohne Weiteres in Berührung kommen.

»Das bekommen wir nur gestemmt, weil der Hauptförderer das Jugendamt ist und wir auch sonst viele Unterstützer haben, wie das Kulturamt Düsseldorf, die Bürgerstiftung Düsseldorf, den Landschaftsverband Rheinland und die Sparkassen Kulturstiftung Rheinland«, zählt Kron auf. Letztes Jahr hat der Verein von der Bankenvereinigung Düsseldorf Geld für das Ferienprogramm KunstRaumStationen bekommen. Kron hat in diesem Jahr der Vorstandsvorsitzenden der Stadtsparkasse Düsseldorf Karin-Brigitte Göbel einen Bittbrief außer der Reihe geschrieben. Der Hintergrund: Coronabedingt mussten die KunstRaumStationen in den Sommerferien auf zwei Wochen verteilt werden, weil statt 60 Kindern nur 30 in fünf Gruppen teilnehmen können.

»Ohne die Unterstützung der Stadtsparkasse hätten wir große Schwierigkeiten gehabt, die zweite Gruppe finanziell zu stemmen«, so Kron. Dabei möchte sie gerade in diesen Ferienwochen im Juli und August den Kindern wegen der Schulausfälle zusätzlich zu den Bau-, Theater-, Fotografie-, Tanz- und Musikprojekten Wissen vermitteln. Das Programm steht: Der Ornithologe Dr. Jürgen Schumann wird auf dem Gelände Futterstationen für die Vögel aufbauen und den Kindern die Stadtvögel näherbringen, Dr. Gunnar Gad, Leiter des Naturkundemuseums in Benrath, zeigt heimische Pflanzen und Fritjof Wild gibt Einblicke in das Leben der Stadtbienen.

Echter Kulturaustausch

Partnerstädte hat fast jede Gemeinde und jede Stadt. Aber einen richtigen Jugend- und Kulturaustausch mit Ländern wie Äthiopien, Burkina Faso, Israel, Frankreich, Japan, den Niederlanden, Südafrika und der Türkei, das bekommen die wenigsten Städte hin. In Düsseldorf findet auf Betreiben von KABAWIL seit elf Jahren ein solcher Jugend- und Kulturaustausch statt, genannt Framewalk. Dabei arbeitet KABAWIL mit einer Gruppe von mindestens 30 jungen darstellenden Künstlerinnen und Künstlern sowie artist instructors verschiedener Sparten aus NRW und dem jeweiligen Partnerland. Framewalk ermöglicht das Entstehen neuer Netzwerke und Verbindungen. Es basiert auf Begegnung, Austausch, Kommunikation und Orientierung sowie dem Schaffen gemeinsamer kultureller Beiträge. Im März war Petra Kron noch im Senegal, nun hofft sie auf ein Projekt im November und auf einen Rückbesuch in Düsseldorf.

Küchentalk und Nachbarschaft

Über den eigenen Tellerrand zu blicken, gehört zur KABAWIL-Philosophie. Daraus wurde dann der Küchentalk mit Heribert Münch, dem Maler, Bildhauer und leidenschaftlichem Koch. Seit über 17 Jahren kocht das Gründungsmitglied bei Vereinsprojekten für bis zu 60 Kinder, Jugendliche und Erwachsene. Während der Corona-Zeit dachte sich KABAWIL ein neues Format aus. Was sagen ein Künstler, eine Seniorin, eine Schülerin, ein Vater und ein Young Professional zu den Auswirkungen der Corona-Pandemie auf ihren Alltag? Dazu gab es eine Fragerunde, leckeres Essen, das abgepackt abgeholt werden konnte, sowie Rezepte zum Downloaden.

Dass Flingern viel zu bieten hat, das bringt KABAWIL den Bürgern des Quartiers bei jährlichen Stadtrundgängen näher. In diesem Jahr wird es um Flingeraner Keller gehen, auch ein Kinderwalk und ein Nachbarschaftstag sind geplant.

Integration durch Begegnung

KABAWIL wird immer dort aktiv, wo andere gerne wegschauen. Petra Kron hat mit Schulschwänzern gearbeitet, ist in den Unterricht gegangen, hat mit ihnen Tanz, Theater und Musik gemacht und viel bewirkt: »Ein ADHS-Junge tanzte auf einmal in der Reihe, ein depressiver Schüler lachte, eine Mager-süchtige fing wieder an zu essen.« Zehn Jahre hat sie in Gefängnissen gearbeitet, einmal im Monat kommen Jugendliche aus der Jugendarrestanstalt ins KABAWIL. Menschen zusammenzubringen mit dem, was sie verbindet, und nicht mit dem, was sie trennt, das ist der Ansatz, der dem Verein so viel Erfolg bringt. »Wir haben hier auch kleine Kinder, die zum ersten Mal etwas mit Dunkelhäutigen zu tun haben und dann sitzen sie alle zusammen in einer Schreibwerkstatt, oder führen ein Theaterstück auf.« In diesem Jahr wird das Thema Geschwindigkeit die KABAWIL-Projekte verbinden, denn das ist Thema des Jahres 2020. Geplant sind Projekte zu Stillstand, Ent- und Beschleunigung und zur Zeitmessung. Wie bei so vielem hat da jeder eine andere Wahrnehmung.

»Das wird deutlich, wenn man fragt: Was sagt eine Schnecke, die auf einer Schildkröte sitzt? Uiii«, so Petra Kron über die Relativität von Zeit.

Musik trifft Literatur Schumann-Museum auf der »Straße der Romantik und Revolution«



Seit 2018 ist es amtlich.

Das Schumann-Haus an der Bilker Straße 15 soll denkmalgerecht saniert und in weiten Teilen zu einem Museum ausgebaut werden.

Der eigens gegründete Förderverein »Schumann-Haus Düsseldorf e.V.« übernimmt die gesamten Kosten für die museale Ausstattung. Bespielt wird die neue Kultureinrichtung vom Heinrich-Heine-Institut, das unter seinem Dach über 1.000 Objekte und Konvolute des Musikerpaars Clara und Robert Schumann beherbergt.



Dr. Sabine Brenner-Wilczek,
Direktorin des Heinrich-Heine-Instituts

Heinrich Heine, Clara und Robert Schumann, diese drei Größen prägen die Kultur- und Musikgeschichte Düsseldorfs bis auf den heutigen Tag: Die Universität als Stätte des freien Geistes trägt seit 1988 den Namen ihres größten Sohnes, junge Musikerinnen und Musiker studieren an der Robert Schumann Hochschule und Kinder und Jugendliche erlernen Instrumente an der Clara Schumann Musikschule. Außerdem gibt es das internationale Schumann-Fest und last but not least den Robert Schumann-Saal im Kunstpalast.

Die Erinnerung an das, was das 19. Jahrhundert in emotionale und politische Aufruhr versetzte, wird auf der »Straße der Romantik und Revolution« lebendig gehalten – durch das Heinrich-Heine-Institut und das Schumann-Haus, das das einzige in seiner historischen Bausubstanz erhaltene Wohnhaus der berühmten Musikerfamilie ist.

Robert Schumann und Heinrich Heine

Nur ein einziges Mal trafen Robert Schumann und Heinrich Heine aufeinander, man schrieb das Jahr 1828. Robert Schumann war 18 Jahre jung, als er in München auf den 31-jährigen Journalisten Heine traf, der dort für den Cotta-Verlag als Zeitungsredakteur arbeitete. 12 Jahre sollte es dauern, bis der Komponist mehr als 40 Gedichte des frühen Heine vertonte. Er schickte die Lieder an Heine, ob sie den Adressaten erreichten, ist ungewiss. Es sollte noch weitere 10 Jahre dauern, bis Schumann 1850 das Angebot annahm, Musikdirektor und Dirigent des Allgemeinen Musikvereins in Heines Geburtsstadt zu werden. Zu diesem Zeitpunkt war Heine schon in Paris an seine »Matratzengruft« gefesselt.

Robert Schumann war kein Wahldüsseldorfer und die Düsseldorfer hatten dem Komponisten das Angebot nicht ganz ohne Hintergedanken gemacht. Schließlich bekamen sie für ein Gehalt zwei bekannte Künstler in die Stadt. Ihre Ankunft am 2. September im Breidenbacher Hof findet dann auch mit einem Empfangskomitee und Lorbeerbäumen statt.

»In einem Geographiebuch suchte Robert Schumann nach Informationen über die ihm weitgehend unbekannte Stadt Düsseldorf und findet dort unter den Merkwürdigkeiten drei Nonnenklöster und eine Irrenanstalt. Das soll er mit den Worten kommentiert haben: Die ersteren lasse ich mir

gefallen, allenfalls, aber das letztere war mir ganz unangenehm zu lesen, berichtet Dr. Sabine Brenner-Wilczek, Direktorin des Heinrich-Heine-Instituts. Im Archiv des Instituts befindet sich eine der weltweit größten und bedeutendsten Schumann-Sammlungen mit fast allen Erst- und Frühdrucken von Robert Schumanns Werken und eigenhändigen Musikmanuskripten. Außerdem noch rund 180 Briefe von Robert und über 700 Briefe von Clara Schumann, zahlreiche Bücher aus dem Besitz der Familie sowie persönliche Erinnerungsstücke wie der Siegelring Robert Schumanns und eine Brosche der berühmten Pianistin.

Kosten und Konzept

Die Museumsdirektorin ist voll und ganz in ihrem Element, wenn sie die Computersimulationen des Schumann-Museums präsentiert, das im zweiten Quartal 2021 seine Pforten öffnen wird. Die Kosten für den Ausbau des Museums übernehmen die Düsseldorfer Bürgerinnen und Bürger, die den Förderverein »Schumann-Haus Düsseldorf e.V.« gegründet haben. Eine Erfolgsgeschichte des bürgerschaftlichen Engagements, denn den acht Vereinsmitgliedern gelang es, die unglaubliche Summe von 728.000 Euro für die Einrichtung des Museums zu sammeln. Zudem erhielt der Verein eine Großspende von der Nordrhein-Westfalen-Stiftung Naturschutz, Heimat- und Kulturpflege.

An dem Museumskonzept wird bereits seit 2016 gearbeitet und zwar mit der geballten Expertise der Museumslandschaft: Zusammen mit Fachvertretern u. a. der Schumann-Gesellschaft, des Schumann-Hauses Zwickau, des Schumann-Hauses Leipzig und des Schumann-Netzwerks veranstaltete das Heinrich-Heine-Institut eine Workshopreihe. Denn das erklärte Ziel ist es, das Schumann-Museum zu einem Publikumsmagneten für ein internationales Publikum zu machen – vergleichbar mit den Wohnhäusern Goethes und Schillers in Weimar. Außerdem wurde ein wissenschaftlicher Fachbeirat ins Leben gerufen, zu dem auch die Robert Schumann Hochschule gehört. Zum internationalen Konzept gehört auch ein Audioguide-Rundgang, der hörgerätegeeignet ist und die Museumsbesucher in vier Sprachen mit einleitenden Texten und Musik durch die acht Räume im ersten Obergeschoss begleiten wird.

Bild rechts: Klavierkonzert a-Moll op. 54 von Robert Schumann

Allegro affettuoso (No. 16. d = 84.)

Konzert 41

Pianoforte

Viol. 1.

Viol. 2.

Viola.

Horn.

Klarin.

Oboe.

Klarinetten u. F.

Fagotti.

Cori u. C.

Trombe u. C.

Organi u. A. u. C.

A. u. C.

Allegro affettuoso.



»Ermöglicht hat uns diese technische Ausstattung die Stadtparkasse Düsseldorf, die an den Förderverein ›Schumann-Haus Düsseldorf e.V.‹ gespendet hat«, freut sich Brenner-Wilczek, die ihrerseits als Jury-Mitglied des Düsseldorfer Literaturpreises die Kunst- und Kulturstiftung der Stadtparkasse unterstützt.

Flair des 19. Jahrhunderts

Über ein neues Treppenhaus und einen barrierefreien Aufzug wird man nach Fertigstellung der Baumaßnahmen in den Foyerbereich im Obergeschoss gelangen. Mit einem Scherenschnitt der Ankunft von Robert und Clara und einer Möblierung, die an ein zeitgenössisches Zugabteil erinnert, kommt der Besucher zusammen mit den beiden Musikern in der Stadt an, kann eintauchen in die Zeit-, Stadt- und Sozialgeschichte. »Anhand einer synoptischen Tabelle kann man das Zeitgeschehen in der Welt, die Stationen im Leben Clara und Robert Schumanns, aber auch Kurioses nachlesen, z. B. wann die Sachertorte erfunden wurde«, erklärt die Museumsdirektorin.

Das Entrée ist wie die Ouvertüre zu einer Symphonie mit sieben Sätzen. Je weiter sich der Museumsbesucher Richtung Bilker Straße bewegt, umso vertrauter wird er mit den Schumanns, die mit fünf Kindern hier einzogen und noch zwei weitere Kinder in Düsseldorf bekamen. Der jüngste Sohn Felix kommt 1854 hier zur Welt. Zu dieser Zeit weilt Robert Schumann bereits seit drei Monaten in der Nervenheilanstalt in Endenich bei Bonn, weil er an Hörschizophrenie und nach heutiger medizinischer Einschätzung vermutlich an erblicher Schizophrenie oder Syphilis litt.

Keine Note ohne Ton

Das Konzept ist multimedial angelegt für alle Altersklassen: In Zeitungen kann geblättert werden, Bilder und Exponate werden durch Touchscreens, interaktive Angebote sowie Video- und Hörstationen ergänzt. »Es wird keine Noten ohne Ton geben, wir werden auch unbekannte Vertonungen spielen und eine Atmosphäre schaffen, die wir gerne mit Pinsel, Pult und Piano beschreiben«, so Brenner-Wilczek.

Einer der acht Räume wird den Zeitgenossen gewidmet sein, zu denen die Schumanns freundschaftliche Beziehungen pflegten, dazu gehörten u. a. Johannes Brahms, Bettina von Arnim und der Geiger Joseph Joachim. Je weiter man durch die Räume Richtung Straßenseite geht, umso näher kommt man Clara und Robert Schumann. Die Besucher lernen die Haushalts- und Lebensführung kennen, auch Kochrezepte sind dabei.

Neben einer »Schatzkammer« mit besonders wertvollen Exponaten wird es eine Lästerkammer geben, verrät Brenner-Wilczek. Denn die Beziehungen der Schumanns zu den Düsseldorfern war nicht ungetrübt. Dass Schumann, der ein Drittel seines Œuvres in Düsseldorf komponierte, hauptsächlich seine Stücke aufführte, nahmen ihm die Düsseldorfern genauso übel, wie er es nicht schätzte, dass die Damen im Chor immer mehr zum Schwatzen als zum Singen aufgelegt waren. Noch eine weitere Besonderheit des Schumann-Museums: Alle zwei Monate werden Exponate ausgetauscht, um von den ca. 1.000 Objekten immer wieder andere zeigen zu können. Musikalische Interpretationsvergleiche sollen Musikliebhaber, aber auch Spezialisten aus aller Welt anlocken.

Doch bis es soweit ist, werden im Heinrich-Heine-Institut alle Exponate und Handschriften gereinigt und präpariert. Gleichzeitig soll die Sammlung kontinuierlich erweitert werden. Um die Düsseldorfern noch näher an Clara und Robert Schumann heranzuführen, haben sich Sabine Brenner-Wilczek und ihr Team etwas Besonderes einfallen lassen: »Am 12. September werden wir vier Schauspielpaare auftreten lassen zum 180. Hochzeitstag der beiden. Und welches Paar zum Publikumsliebbling gewählt wird, wird zukünftig bei Lesungen und Kammermusikabenden Clara und Robert Schumann verkörpern.«

In der »Straße der Romantik und Revolution« hat das Schumann-Haus die Farbe Blau, das Palais Wittgenstein die Farbe Weiß und Rot ist die Erkennungsfarbe des Heinrich-Heine-Instituts – vive la France, vive l'Europe, vive Düsseldorf am Rhein!

Deutsche Oper am Rhein Jeder Tag hat eine eigene Dynamik

Für die Deutsche Oper am Rhein ist die Corona-Pandemie wie für die gesamte Kreativbranche eine enorme Herausforderung. Für September ist geplant, den Spielbetrieb mit einem kurzfristig vorbereiteten, alternativen Spielplan mit 13 Neuproduktionen wiederaufzunehmen. Wir sprachen mit Alexandra Stampler-Brown, die als Geschäftsführende Direktorin für alle kaufmännischen Belange der Theatergemeinschaft der Städte Düsseldorf und Duisburg verantwortlich zeichnet.

Ihr Lebenslauf ist schillernd wie ein Libretto. Sie sind Österreicherin, wurden in der Steiermark geboren, haben Jura an der Universität Wien studiert, parallel dazu Musik (Violine) am Franz Schubert Konservatorium in Wien. Dann haben Sie in Indonesien gelebt. Als Drittstudium kam der Master of Business Administration im Kulturmanagement dazu.

Was hält diese Interessen zusammen?

Alexandra Stampler-Brown: Die Juristerei ging mir zu wenig ins Herz und der Musik war ich schon immer sehr verbunden. Ich bin ein Musik- und Zahlenmensch. Zunächst habe ich bei Gericht und in Rechtsanwaltskanzleien gearbeitet. In Indonesien habe ich dann schon beides kombiniert, als ich von 1999 bis 2001 als Lehrerin für Streichorchester an der Jakarta International School unterrichtet habe und in einer der größten Anwaltskanzleien als Beraterin für Wirtschaftsrecht tätig war. Dann habe ich in Edinburgh diesen speziellen Studiengang entdeckt, der den Schwerpunkt auf das Kulturmanagement von gemeinnützigen Organisationen legte. Das hat mich gereizt. Ich ging also nach Schottland.

Und blieben länger als zum Studium ...

Alexandra Stampler-Brown: Ich lernte dort meinen Mann kennen, so dass aus dem einen Jahr zehn Jahre wurden. 2002 stieg ich in die Theaterszene ein und wurde Geschäftsführerin der Stellar Quines Theatre Company in Edinburgh. In dieser Zeit setzte ich Koproduktionen um, unter anderem mit dem renommierten Edinburgh International



Festival. 2011 ging ich dann zurück nach Österreich und wurde Kaufmännische Direktorin beim Stadttheater Klagenfurt, dem Landestheater für Kärnten. Dort war ich für den Theaterbetrieb mit Eigenproduktionen und Gastspielen in den Sparten Oper, Operette, Musical, Schauspiel, Ballett und Konzert verantwortlich. Ich habe in diesen Jahren gelernt, wie komplex der Kulturbetrieb ist. Ich habe ein großes Verständnis dafür, wie Künstler ticken, unter welchem Druck sie stehen und warum die Anspannung groß ist. Im Kulturbetrieb ist es das A und O, aus den Ressourcen das Optimum rauszuholen und der Kunst einen guten Nährboden zu bereiten. Jeder Tag hat eine eigene Dynamik. Das Management darf da keine Bremse sein.

In der Spielzeit 2014/15 kamen Sie nach Düsseldorf, was hat Sie an dieser Stelle gereizt?

Alexandra Stampler-Brown: Ganz klar die Reputation der Deutschen Oper am Rhein und die Zusammenarbeit mit Christoph Meyer. Es ist eine große Chance, ein A-Haus zu leiten. Wir haben hier in Düsseldorf eines der führenden Häuser in ganz Deutschland mit rund 570 Mitarbeitern, zwei Orchestern und zahlreichen Gastkünstlern. Im normalen Spielbetrieb besuchen 250.000 Besucher die beiden Spielstätten in Düsseldorf und Duisburg.

Wie sieht ein Arbeitstag an der Oper für Sie aus, wenn nicht gerade Corona ist?

Alexandra Stampler-Brown: Sehr abwechslungsreich. Auch ohne Corona haben wir immer mit besonderen Herausforderungen zu tun. Wir müssen uns ständig auf neue Situationen einstellen, auch abends und an den Wochenenden. Für mich hat ein Arbeitstag zehn bis zwölf Stunden und das an sieben Tagen. Das liegt natürlich daran, dass ich auch bei den Veranstaltungen so oft wie möglich dabei sein möchte. Das ist wichtig, weil ich einerseits den Kontakt suche zu den Unterstützern, dem Freundeskreis, den Sponsoren und dem Publikum. Andererseits will ich auch das »Produkt« kennen und wissen, wie es ankommt. Ein Großteil meiner Arbeit liegt beim Human Resource Management und so ist der direkte Kontakt zu unseren Mitarbeiter*innen sehr wichtig. Ich kümmere mich darum, dass wir Nachwuchs bekommen. An einem Haus wie dem unseren gibt es alleine 50 verschiedene Berufe und wir bilden selber aus.

Die Opernsänger*innen und Künstler*innen suchen natürlich der Intendant und der Operndirektor aus und die Balletttänzer*innen und Choreograph*innen bestimmt der Ballettdirektor. In der Corona-Krise haben wir uns auch sehr um unsere Freelancer gekümmert. Was uns sehr geholfen hat, war, dass viele Opernbesucher auf die Rückerstattung ihrer Tickets verzichtet haben. Auf diese Weise kamen über 120.000 Euro zusammen, was uns geholfen hat, Honorare an die freien Künstler*innen zu zahlen, damit diese ihre Miete begleichen konnten.

Wir haben in der Zeit keine Däumchen gedreht, sondern einen komplett neuen Spielplan entwickelt. Wir haben einen Wirtschaftsplan aufgestellt, der uns mittelfristig stabil durch diese schwierige Zeit leiten soll. Wir durften zwar nicht proben, haben aber Kulissen vorproduziert, Kostüme geschneidert und Perücken geknüpft. Wir haben neue Erzählformen entwickelt und die Krise nicht als Reduktion gesehen, sondern als Chance, etwas unterhaltsam Neues zu kreieren. Für den Herbst stehen 13 neue Opern- und Ballettproduktionen auf dem Spielplan, kurze Stücke ohne Pause, welche auch für Operneinsteiger sehr attraktiv sein werden. Wir waren das erste Opernhaus in Deutschland, das einen solchen Spielplan während der Krise auf die Beine gestellt hat.

Finanziell arbeitet der öffentliche Kulturbetrieb nie kostendeckend und Sie sind auf finanzielle Unterstützung angewiesen, um ein Programm dieser Güte überhaupt auf die Bühnen bringen zu können. Woran fehlt es?

Alexandra Stampler-Brown: Eine Opernkarate kostet im Schnitt zwischen 60 bis 70 Euro, de facto kostet sie das Dreifache. Wir beschäftigen an einem Abend rund 250 Leute, alleine im Orchester sitzen über 60 Musiker, auf der Bühne sieht man die Solisten, Chor, Tänzer, Statisten und dazu kommen die Bühnentechnik, Beleuchtung, Kostüm, Maske, Requisite usw., also ein sehr personalintensiver Betrieb. Deshalb müssen wir so sparsam wie möglich arbeiten. Umso wichtiger sind für uns Gelder, mit denen wir zeitgemäße Investitionen tätigen können. Mit der finanziellen Unterstützung der Stadtsparkasse Düsseldorf konnten wir einen Hochleistungsbeamer anschaffen, der sehr kostspielig ist. Die Stadtsparkasse Düsseldorf hat uns immer wieder in der Vergangenheit finanzielle Mittel zur Verfügung gestellt, die für unsere Arbeit

sehr hilfreich waren. Der Beamer ist für uns so wichtig, weil es immer mehr Projektionen und bewegte Bilder gibt. Die Oper und das Ballett werden immer multimedialer und solche Projektoren sind bei uns jede Woche im Einsatz. Und ganz davon abgesehen ist diese Art der Produktion auch coronafriendly und wird ab dem 11. September mit dem neuen Spielplan zum regen Einsatz kommen.

Sie sind seit 2019 Mitglied des Board of Directors von Opera Europa. Was ist Ihre Aufgabe dort?

Alexandra Stampler-Brown: Ich bin dort die einzige Vertreterin von Deutschland. Das Netzwerk hat über 250 internationale Mitglieder und es finden Konferenzen und Diskussionen statt. Man wird dort hineingewählt und kann viele Ideen einbringen. Eine weltweit anerkannte Initiative ist das Opera Vision-Projekt, mit dem Opernvorstellungen online gestreamt werden. Während der Corona-Zeit ist diese Idee geradezu zum Rettungsanker geworden. Die Zugriffszahlen haben sich in dieser Zeit ver Hundertfacht. Mit unserer Produktion »Xerxes« haben wir über 120.000 Views weltweit erzielt. Unser Publikum sitzt dann in Amerika, in Großbritannien, Frankreich und Italien vor dem Bildschirm.

Sie standen auch schon als Gastdozentin an der Heinrich-Heine-Universität vor dem Pult. Was versprechen Sie sich von solchen Aktionen? Die Studierenden sind vermutlich nicht die Stammgäste der Oper ...

Alexandra Stampler-Brown: Könnte man meinen, aber im Anschluss an meinen Vortrag hatten interessanterweise einige Student*innen Interesse, einen »Jungen Ballettfreundeskreis« zu gründen. Und ich habe gemerkt, dass die Studierenden Lust haben, sich zu engagieren und sie finden es gut, Einblicke in die Arbeit zu bekommen und die Tänzer*innen kennenzulernen.

Und was war Ihre Rolle beim Rat der Künste für Düsseldorf?

Alexandra Stampler-Brown: Der Rat der Künste ist das Ergebnis des Kulturentwicklungsplans der Stadt. Im weitesten Sinne soll er ein Sprachorgan für die Düsseldorfer Künstler sein und den Kontakt zu Politik und Stadtverwaltung stärken. Die Kandidaten werden für zwei Jahre gewählt.

Im Rat sind viele Institutionen, aber auch freie Künstler vertreten. Auf diese Weise werden die Kulturschaffenden untereinander besser vernetzt. Ich bin nur Mitbegründerin, kein Mitglied und habe dem Rat bei seiner Sitzung als Juristin geholfen.

Sie haben einmal gesagt, dass die Musentempel des 19. Jahrhunderts einen vollkommen anderen Zweck und gesellschaftlichen Auftrag hatten als die Opernhäuser heute. Was macht für Sie eine moderne Oper aus?

Alexandra Stampler-Brown: Merkwürdigerweise hat die Corona-Zeit gezeigt, wie wichtig so ein Musentempel für uns ist. Wenn es ihn auf einmal nicht gibt, fehlt er als Ort der Begegnung, des Austausches und der geistigen Anregung. Unsere ersten Veranstaltungen haben gezeigt, wie motiviert das Publikum war und wie begeistert, wieder gemeinschaftlich etwas zu erleben. Die hohe Qualität der künstlerischen Leistung trifft einen ganz tief, besonders wenn man diese ganz lange nicht gehört und gesehen hat. Aber wenn wir modern sein wollen, dann brauchen wir auch andere Formate und andere Räumlichkeiten. Es gibt so viele Stücke, die andere Räume benötigen. Wir möchten die Künstler gerne näher ans Publikum holen. Gerade Kinder sollten nicht zu weit von der Bühne entfernt sein. Deshalb haben wir für sie die Foyer-Vorstellungen, bei denen sie dem Papageno auch einmal ein paar Federn herauszupfen können. Kinder möchten selber mitsingen und mitsingen. Dafür bieten wir Workshops an und erreichen mit unserem umfangreichen Angebot pro Spielzeit 35.000 Kinder und Jugendliche. Diese ersten, meist sehr intensiven Begegnungen mit Oper und Ballett sind oft prägend für das ganze Leben.

Bitte vervollständigen Sie den Satz:



sports partner ship e.V. Durch den Sport macht es bei vielen Klick

Erfolg in einem Team zu haben, das ist für viele Schulkinder aus sozialen Brennpunkten eine völlig neue Erfahrung. Monika Lehmhaus gründete 2011 den Verein sports partner ship e.V. (sps) mit dem Ziel, Kinder mitspielen zu lassen – im Sport und im Leben.

Monika Lehmhaus ist bekannt dafür, Nägel mit Köpfen zu machen. 2011 gründete sie den gemeinnützigen Verein sports partner ship. Seitdem organisiert und finanziert der Verein Sportprojekte für rund 300 Kinder und Jugendliche an aktuell acht Schulen in der Stadt. Wie sie auf die Idee kam, den Verein ins Leben zu rufen? »Beim jährlichen sportmotorischen Test Check!, der in allen zweiten Grundschulklassen in Düsseldorf durchgeführt wird, fiel mir als Vorsitzende des Sportausschusses beim Re-Check! auf, dass sich viele Kinder verbessern im Laufe ihrer Schullaufbahn, aber nicht die aus sozial schwachen Familien. Das wollte ich ändern«, erklärt Lehmhaus.





Neue Angebote

Sports partner ship bietet seitdem an mehreren Haupt-, Real- und Gesamtschulen in der Stadt AGs für Basketball, Tanzen, Reiten und neuerdings auch für Flowball (Unihockey) an. Außerdem konnten mithilfe von Sponsoren drei multifunktionale Sportflächen an der Freiherr-vom-Stein-Realschule in Bilk, an der Katholischen Hauptschule St. Benedikt Stadtmitte und an der Realschule Florastraße in Unterbilk realisiert werden. Für eine vierte Sportfläche an der Katholischen Hauptschule Itterstraße liegen die Pläne schon auf dem Tisch. »Am Anfang waren die Schulen eher skeptisch, als wir ihnen unser Projekt mit den verschiedenen AGs vorgestellt haben. Heute tun sie alles, damit wir bleiben«, freut sich die Initiatorin. Monika Lehmhaus hat in den Jahren beobachtet, dass sich durch die Projekte die Wertigkeit des Sports an den Schulen völlig verändert hat. Einige Schulen sind vom Erfolg der Maßnahmen so begeistert, dass sie von sich aus aktiv »bewegte Pausen« anbieten. Die Katholische Hauptschule St. Benedikt und die Gesamtschule Stettiner Straße verteilen dann für diese Zeit Sportgeräte an ihre Schülerinnen und Schüler.

Teamgeist und Fairness

Für Monika Lehmhaus, die in Heidelberg ein Lehramtsstudium für die Sekundarstufe I absolviert hat, ist Sport mehr als nur Training für den Körper. »Sport ist eine Bildungsplattform für gesellschaftliche Werte wie Respekt, Verantwortungsbewusstsein, Teamgeist, Fairness und Achtung der Mitmenschen«, ist die Pädagogin überzeugt. 1981 zog sie nach Düsseldorf und kümmerte sich als Mutter dreier Kinder zunächst um die Belange von Klassen- und Schulpflegschaften. Dann ging sie in die Politik, wollte mitmischen und etwas in der Stadt bewegen. Heute ist Monika Lehmhaus die zweite stellvertretende Vorsitzende der FDP-Ratsfraktion im Rat der Stadt Düsseldorf und Vorsitzende des Ausschusses für Wirtschaft, Tourismus und Liegenschaft und ehrenamtlich im Dauereinsatz für ihr Herzensprojekt sports partner ship.

Als ab dem 15. März an den Schulen nichts mehr ging, musste Lehmhaus auch die Sportprojekte an den Schulen einstellen. Die sechs Trainer wurden jedoch auch während des Lockdowns für die gebuchten Stunden weiterbezahlt. »Unsere Trainer, die alle sehr qualifiziert sind und aus Sportvereinen kommen, sind wichtige Ansprechpartner für die Kinder. Die haben wir nicht im Regen stehen lassen«, erklärt Lehmhaus und hofft, den finanziellen Einbruch bis zum Ende des Jahres





kompensieren zu können. Aus Kostengründen musste sie gerade die AGs im neuen Schuljahr für die 9. Klassen streichen. Da Corona die Schulen noch länger begleiten wird, sollen die Sport AGs nach den Sommerferien vor allem draußen stattfinden – ein weiteres Argument für multifunktionale Outdoor-Sportflächen an möglichst vielen Schulen.

Seit der Gründung steht die Stadtparkasse Düsseldorf dem Verein als Sponsor zur Seite. »Die Stadtparkasse Düsseldorf hat ein soziales Herz und ist tatsächlich für die Menschen in der Stadt da. Das Geld, das diese öffentlich-rechtliche Institution erwirtschaftet, steckt sie in soziale und künstlerische Projekte in der Stadt. Ohne die Verlässlichkeit und Spendenbereitschaft der Stadtparkasse Düsseldorf könnten wir unser Programm nicht aufrechterhalten«, betont Lehmhaus. Dass die Geldzuwendungen regelmäßig beim Verein ankommen, ist jedoch keine Selbstverständlichkeit. Jedes Jahr legt Monika Lehmhaus über die Projekte und Aktionen Rechenschaft ab und lädt die Stadtparkasse auch zu allen Turnieren ein, um die Verbindung zwischen Sponsor und Kindern zu stärken.

Potenziäle nutzen

Die Turniere sind für die Kinder das, wofür sie über Monate hin trainieren. Beim Basketball werden die Jahrgänge 5 und 6 sowie 7 und 8 zusammen trainiert. So können die jüngeren von den älteren Kindern lernen, während die älteren lernen, Verantwortung für die jüngeren zu übernehmen. »Auch wenn die AGs freiwillig sind, herrscht Disziplin. Wer nicht regelmäßig teilnimmt, darf nicht bleiben. Das ist ein riesengroßer Unterschied, den die Kinder spüren. Füge ich mich nicht ins Team ein, dann hat das Konsequenzen«, erklärt Lehmhaus. In einigen Schulen sind die AGs mittlerweile als Wahlpflichtfach anerkannt. Bei jeder AG ist ein Sportlehrer aus der Schule mit dabei und kann sich durch die Doppelspitze auch einmal um förderbedürftige Kinder kümmern.

Die Basketball-Turniere finden (in Nicht-Corona-Zeiten) zwei Mal im Jahr statt und sind ein großes Event für alle Kinder. »Es sind dann rund 100 Jungen in der Halle. Den Trainern ist es nicht nur wichtig, wie die Jungen spielen, sondern wie das Team auftritt. Es gibt keine Rangeleien und alle singen am Anfang die Nationalhymne«, so Lehmhaus. Es gibt Pokale und Medaillen.

Ebenfalls ganz besonders ist, dass an den Turnieren auch Schüler der LVR-Gerricus-Schule für Gehörlose teilnehmen. »Das gibt es sonst nirgendwo und für die Kinder hat dann ein dritter Platz eine ganz andere Bedeutung. Sie sind dabei, mittendrin, integriert«, weiß Lehmhaus.

Entwicklung fördern

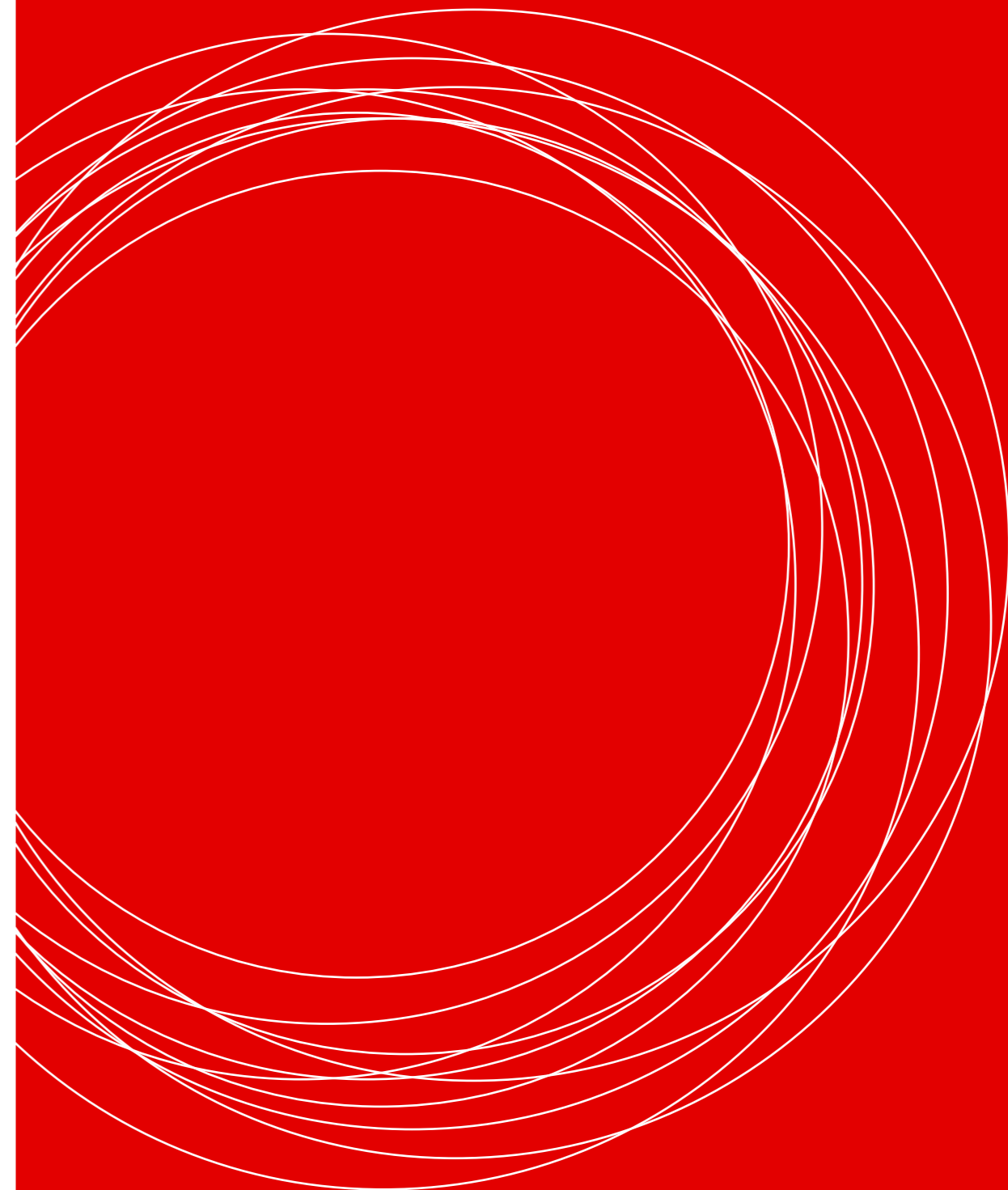
Über die Jahre hat sich die Kooperation mit den Schulen verändert. Die Freiherr-vom-Stein-Realschule hat, nachdem die multifunktionale Sportfläche eingerichtet wurde, ihr Sportprogramm selbst ausgeweitet. Dadurch kann sports partner ship andere Schulen mit ins Boot nehmen. Das ist ohnehin das Ziel von Monika Lehmhaus. Sie möchte gerne mit mehr Schulen kooperieren sowie mit dem Jugendamt und Charity-Einrichtungen zusammenarbeiten, um möglichst viele Kinder in Stadtteilen mit sozialem Handlungsbedarf zu erreichen. Doch dafür braucht der Verein die regelmäßige Unterstützung von Sponsoren, vor allem von Unternehmen. Dass wir alle für unsere Stadt verantwortlich sind, das kommt ihrer Meinung nach noch nicht bei allen Unternehmen an. »Die Förderung dieser Kinder ist eine Investition in die Zukunft. Wenn die Unternehmer in die Augen der Kinder gucken könnten, wenn sie stolz ihren Eltern zeigen, was sie in der Pferdepflege gelernt haben oder wenn sie mit ihren eigenen Trikots im Tanzhaus NRW auf der Bühne stehen und tanzen, dann wäre es vermutlich ganz leicht«, so Lehmhaus.

Manche Kinder begleitet sports partner ship auch über die Projektphase hinaus. Wer sich in den Sport AGs bewährt, den empfiehlt der Verein aktiv weiter. So kam ein Kind mit Förderbedarf beim Gartenamt unter. Ein Hauptschüler tat sich schwer in der Schule, hatte keine Freunde, war aber sportbegeistert und nahm an der Basketball-AG teil. Obwohl er nicht zu den großen Talenten zählte, wollte er unbedingt Schiedsrichter werden. Den Lehrgang bezahlte der Verein, obwohl die Prognosen der Lehrer eher dagegen sprachen. Heute pfeift dieser Junge bei den Giants und natürlich ehrenamtlich bei den Turnieren von sports partner ship.

Mehr zum Verein und seinen Aktivitäten unter www.sportpartnership.de. Der Verein freut sich über Anfragen von Schulen sowie über Sponsoren und Unternehmen, die ihn bei seinen Aktivitäten unterstützen.

2019

Standorte.
Tochterunternehmen.
Stiftungen.



Standorte

Hauptgebäude
 Berliner Allee 33
 (Sparkassenhochhaus)
 40212 Düsseldorf
 Postfach 10 10 30, 40001 Düsseldorf
 Bankleitzahl: 300 501 10
 Telefon: (0211) 8 78-0
 Telefax: (0211) 8 78-17 48
 E-Mail: service@sskduesseldorf.de
 www.sskduesseldorf.de
 S.W.I.F.T.-Adresse: DUSSDEDD
 TELEX: 8582509 dss d
 Handelsregister: Düsseldorf HRA 14082

REGIONALMARKT NORD UND WEST

Derendorf • Collenbachstr. 10
 Oberkassel* • Luegallee 67
 Rath* • Westfalenstr. 20
 Kaiserswerth • Klemensplatz 10
 Angermund • Bahnhofstr. 1
 Großmarkt* • Ulmenstr. 275 a
 Stockum und Unterrath • Kalkumerstr. 142
 Stockum • Amsterdamer Str. 2
 Lörick • Hansaallee 380
 AH - Haus Lörick • Grevenbroicher Weg
 Mobile Filiale Annette Packeisen

REGIONALMARKT MITTE UND OST

Stadtmitte* • Berliner Allee 33
 Düsseldorf • Rethelstr. 171
 Gerresheim* • Benderstr. 1
 Oberbilk* und Hauptbahnhof • Bogenstr.
 Hauptbahnhof • Immermannstr. 65
 Grafenberg und Flingern • Grafenberger Allee 402
 Grafenberger Allee* • Grafenberger Allee 60
 Flingern • Hoffeldstr. 69
 Japan Desk • Berliner Allee 33
 Mitarbeiterfiliale • Berliner Allee 33

Geschäftsbereich
Unternehmenskunden
 Stadtmitte, Berliner Allee 33

Geschäftsbereich
Mittelstand
 Stadtmitte, Berliner Allee 33

REGIONALMARKT MITTE-SÜD

Eller und Vennhausen* • Gertrudisplatz 16-18
 Vennhausen • Vennhauser Allee 203
 Unterbach • Breidenplatz 3-5
 Unterbilk • Bilker Allee 77
 Bilk* • Brunnenstr. 75

REGIONALMARKT SÜD UND MONHEIM AM RHEIN

Benrath • Hauptstr. 36
 Holthausen und Reisholz • Itterstr. 10
 Reisholz* • Henkelstr. 285
 AH - Itter • Am Steinebrück 48
 Wersten • Kölner Landstr. 172
 Garath und Urdenbach • Peter-Behrens-Str. 113
 AH - Haus Schlosspark • Robert-Hansen-Straße 53
 Monheim am Rhein und Baumberg • Krischerstr. 7
 Baumberg* • Hauptstr. 75

BAUFINANZIERUNGEN

Finanzierungscenter Hassels • Hasselsstraße 89

Standorte / Zusätzliche Geldautomaten

SB-FILIALEN

Altstadt • Bolkerstraße 17
 Heerdt • Nikolaus-Knopp-Platz 32
 Lohausen • Niederrheinstraße 59
 Wehrhahn • Am Wehrhahn 18
 Golzheim • Kaiserswerther Str. 252
 Münsterstraße • Münsterstr. 126
 Hassels • Hasselsstraße 89
 Friedrichstadt • Friedrichstraße 42
 Pempelfort • Duisburger Straße 32
 Flehe • Fleherstraße 190
 Himmelgeist • Ickerswarder Str. 170 - 176
 Hamm • Hammer Dorfstraße 127
 Lierenfeld • Reisholzer Straße 36-38
 Urdenbach • Kammerathsfeldstraße 64
 Heyestraße • Heyestraße 109
 Lichtenbroich • Matthiaskirchweg 4
 Flingern • Erkrather Str. 167 / B8-Center
 Medienhafen • Hammerstr. 40
 Wittlaer • Kalkstraße 30
 Monheim-Süd • Friedrichstraße 23-25
 Heerdt • Am Albertussee 1
 Stadtmitte • Königsallee 62
 Knittkuhl • Am Püttkamp 3
 Bilk • Friedrichstr. 133
 Universitäts- & Landesbibliothek • Universitätsstr. 1
 Oberbilk • Provinzialplatz 1
 Bilk • Aachenerstraße 62
 Flughafen • Flughafen Ankunft Terminal A/B
 Flingern • Birkenstr. 101

GELDAUTOMATEN

Universität • Moorenstraße 5
 Handweiser • Burgunderstr. 9
 Benrodestr. • Benrodestr. 4
 P&C • Berliner Allee 1
 Kaiserstr. • Kaiserstr. 5
 Carlsplatz • Benrather Str. 7 b
 Heinrich-Heine-Allee • U-Bahn Heinrich-Heine-Allee
 Kruppstraße • Kruppstraße 98
 Ellerstraße • Ellerstraße 221
 Zentrum für Operative Medizin II • Moorenstr. 5
 Messe Verw. • Stockumer Kirchstr. 61
 Messe Eingang Nord • Beckbuschstr.
 Hochschule Düsseldorf • Münsterstr. 156
 RWI • Neusser Str. 111
 NRW.Bank • Kavalleriestr. 22
 Landtag • Platz des Landtags 1
 Metro • Schlüterstr. 3a
 Corneliusstr. • Corneliusstr. 85
 LVA City-Cash-Point • Friedrichstr. 6
 Seestern • Fritz-Vormfelde-Str. 34-38
 Flughafen Ankunft B • Flughafen Ankunft Terminal B
 Flughafen Abflug A • Flughafen Abflug Terminal B
 Maritim • Hotel Maritim - Platz 1
 E-Plusstr. • E-Plusstr. 1

Tochterunternehmen / Stiftungen

TOCHTERUNTERNEHMEN

Equity Partners GmbH
 Berliner Allee 33, 40212 Düsseldorf
 Geschäftsführer:
 Kathrin Wiese
 Gregor Höll

Finanz Services Düsseldorf GmbH
 Berliner Allee 26, 40212 Düsseldorf
 Geschäftsführer:
 Jörg Moormann
 Frank Bohlmann

Büropark Brüsseler Straße GmbH
 Berliner Allee 33, 40212 Düsseldorf
 Geschäftsführer:
 Kathrin Wiese
 Gregor Höll

Sparkassenbeteiligungsgesellschaft
 Düsseldorf mbH i.L.
 Berliner Allee 33, 40212 Düsseldorf
 Liquidatoren:
 Volker Kluitmann
 Kathrin Wiese

STIFTUNGEN

Kunst- und Kulturstiftung
 der Stadtsparkasse Düsseldorf
 Berliner Allee 33, 40212 Düsseldorf
 Vorsitzender des Kuratoriums:
 Thomas Geisel
 Oberbürgermeister
 Geschäftsführer:
 Stefan Drzisga

Stiftung Monheim
 der Stadtsparkasse Düsseldorf
 Rathausplatz 2
 40789 Monheim am Rhein

Vorsitzender des Kuratoriums:
 Daniel Zimmermann
 Bürgermeister der Stadt Monheim am Rhein

Herausgeber

Stadtsparkasse Düsseldorf
Berliner Allee 33
40212 Düsseldorf
Bereich PR / Interne Kommunikation
Dr. Gerd Meyer
Telefon 0211- 878 22 00
gerd.meyer@sskduesseldorf.de

Redaktion

Dr. Gerd Meyer, verantwortlich
Klaus Hackert
Susan Tüchel

Konzept und Gestaltung

www.schaltenundwalten.com

Fotografie

www.wasfuersauge.de
Heinrich-Heine-Institut

Online-Ausgabe

Lagebericht, Bilanz, G&V und Anhang
finden Sie online unter
www.sskduesseldorf.de
unter dem Stichwort »Ihre Sparkasse«
in der Rubrik »Finanzberichte«.



Stadtparkasse
Düsseldorf

