

Die Geschichte einer Marke

Marken sind nicht, Marken werden.

Marken sind ein Zeichen – aber Marken haben auch einen Inhalt.

Und noch eines haben alle großen Marken gemeinsam: Entstehung und Wachstum gehen auf eine innovative Idee zurück.

Auch die Idee der Marke Raiffeisen hat einen Gründungsvater: Friedrich Wilhelm Raiffeisen, der 1862 als Antwort auf gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Strukturwandel den Darlehenskassenverein in Anhausen (Deutschland) ins Leben rief. Diese Idee einer lokalen, autonomen Darlehenskasse, wo Kunden als Mitglieder gleichzeitig Eigentümer sind, wo in dezentraler Selbstbestimmung die Mitglieder und damit die Region gefördert werden, stieß auf hohe Resonanz bei den Menschen, und bald wurde aus einer Initialzündung ein wirtschaftlicher Faktor im Bank- und Warengeschäft – die Genossenschaften.

Genossenschaften: Dezentral organisiert, autonom, unter dem Prinzip der Subsidiarität und Solidarität in Wertschöpfungsketten und durch ein gemeinsames Wertesystem verbunden.

Geschäftsberichte legen im Regelfall Rechenschaft über die wirtschaftlichen Erfolge einer Organisation. Vor dem Hintergrund unserer Marke und auf Basis unseres Selbstverständnisses wäre das allerdings zu kurz gegriffen. Deshalb haben wir zusätzlich und auszugsweise unter den Punkten „Genossenschaftliche Leistungen“ und „Für Mensch und Land“ Aktivitäten und Maßnahmen angeführt, die das soziale, regionale und gesellschaftliche Engagement unserer Organisation dokumentieren.

Die Marke Raiffeisen – eine gelebte Idee, die den Schutz und die Förderung des Individuums und seines regionalen Lebensraumes zum Ziel hat.

Raiffeisen – eine Wertegemeinschaft von Menschen für Menschen.