

Hallo Nachbar

AUSGABE OKTOBER 2019

Ohrwurmzüchter.
Wie Qunstwerk den
Nachbarschafts-
bank-Song erfand.

Teufelskerle.
Warum die VR-Bank
mit den Devils aufs
Eis geht.

Schützenkönige.
Was unser Crowdfunding
möglich macht, erzählen
die Wullenstetter Schützen.

**Liebe Kundin, lieber Kunde,
verehrte Geschäftspartner und Freunde,**

hier ist sie – die Ausgabe 2 unseres Magazins „Hallo Nachbar“. Wir haben wieder Geschichten von Nachbarn gesammelt. Menschen, aus der Region, die mit uns – der Nachbarschaftsbank – in Verbindung stehen. Nachbarn sind der örtliche Schützenverein. Die Hip-Hop-Band. Oder das Eishockey-Team der Devils Ulm/Neu-Ulm. Oder eben die junge Familie von nebenan, bei der das jüngste VR-Bank-Mitglied wohnt: die kleine Emma, die wir Ihnen in dieser Ausgabe vorstellen wollen. Wer erinnert sich nicht an die eigene Kindheit, als jeder am Weltspartag noch mit dem Sparschwein auf die Bank ging, um selbiges dort zu „schlachten“? Wir alle vermutlich – und deshalb steht auch die Wichtigkeit des Weltspartags als Anreiz zur Finanzbildung von morgen im Fokus dieser Ausgabe. Sparsbuch oder Festgeld sind auf Grund der Zinssituation im Gegensatz zu früher nur noch in geringer Weise für den Vermögensaufbau geeignet. Da stellt sich die Frage, wie Eltern direkt nach der Geburt des Kindes etwas für dessen späteren Lebensweg aktiv beisteuern können. Sei es für die Ausbildung oder die weitere Zukunft. Es gibt viele Wege – unterhalten Sie sich einfach mal mit Ihren Nachbarn darüber. Also mit uns! Und nun viel Freude beim Neugierigsein. Lernen Sie neue Nachbarn kennen. Wir wünschen Ihnen viel Spaß dabei. Herzlichst,
Ihr Vorstandsteam der VR-Bank Neu-Ulm.

Ein schattiges Plätzchen zu haben, ist heute wie morgen das Wichtigste. Entdecken Sie, was Menschen bewegt. Und starten Sie mit guten Nachbarn auf der Nachbarschaftsbank in die Zukunft...



Dr. Wolfgang Seel (Vorsitzender)



Steffen Fromm



Alois Spiegler



w.nachbarschafts

Real und digital - VR-Bank Ne

DIE
Nachbarschafts
BANK

Neue Nachbarn.

02

Vorwort und Begrüßung des Vorstands.

Volltreffer für die Schützen aus Wullenstetten.

Die Nachbarschaftsbank unterstützt mit dem innovativen Crowdfunding-Konzept den Kauf eines elektronischen Schießstands – und sponsert über 1.800 Euro dazu!

Noch keine 6 Monate und schon VR-Bank- Mitglied.

Nachwuchs im Hause Ströbele. Die kleine Emma ist da – und hat eine Zukunft mit der Nachbarschaftsbank an ihrer Seite vor sich. Warum? Lesen Sie nach...

12



Sie wollen auch mal ins „Hallo Nachbar“ Magazin?

Erzählen Sie uns Ihre Geschichte aus der Nachbarschaft – von sich selbst oder Freunden und Bekannten. Was hat die Nachbarschaftsbank für Sie ermöglicht? Schreiben Sie an nachbarschaftsbank@vrnu.de

Ein Kunstwerk von Qunstwerk.

Hospo und Ilber sind die beiden Köpfe der Band Qunstwerk aus Ulm. Mit dem Song „Hallo Nachbar“ haben die beiden einen Ohrwurm komponiert. Wie so ein Song entsteht und wie die beiden die örtliche Musikszene sehen, erzählen sie hier.

16



Ein neugieriger Blick hinter die Kulissen unserer neuen Werbe- kampagne...

Im Sommer entstanden in der Region die neuen Motive unserer Werbekampagne... An Orten, die Sie sicher kennen. Seien Sie neugierig auf unser Making-Of.

22



Innovationen fördern, Start-Ups unter- stützen. Die Idee von InnoWeekend.

Mona und Tim bringen eine gehörige Portion Gründergeist direkt aus dem Silicon-Valley nach Neu-Ulm – und wir sind mit dabei!

26



Höllisch gut: Die Devils sind die Eishockeymannschaft der Doppelstadt und mit uns erfolgreich.

Patrick Meißner erzählt, ob die Sportart wirklich so hart ist, was den Teamgedanken ausmacht und warum viele ehemalige Spieler wieder in die Heimat zurückkommen.

30



DIE
Nachbarschafts
BANK

Impressum

Herausgeber:

VR-Bank Neu-Ulm eG
Ludwigstraße 1
89231 Neu-Ulm
www.vrnu.de

Konzept und Gestaltung:

ATTACKE Werbeagentur GmbH
www.attacke.love

Fotografie/Editorial:

Matthias Schmiedel
www.matthiasschmiedel.de
ARTS-UNLIMITED GmbH
www.arts-unlimited.de

Druck:

Druckerei Gerthofer GmbH
Auflage 2.500



Ein zielgenaues Crowdfunding-Projekt.

In die VR-Bank verschossen.

Das Schießen auf Papierscheiben hat eine lange Tradition. Doch begeistert das langfristig auch noch den Schützen-Nachwuchs? Die Sportschützen des Schützenvereins Hubertus Wullenstetten 1907 e.V. haben sich mit Hilfe Crowdfunding einen neuen elektronischen Schießstand anschaffen können.



Nachbarn: Uli Wiedemann und Stefan Kiener Bilder: Matthias Schmiedel.



In Deutschland ist die Zahl der Schützenvereine rückläufig – die Vereine, die jedoch in Innovationen investieren, freuen sich über Nachwuchs und Erfolge. So auch der Schützenverein Hubertus Wullenstetten 1907 e.V..

Wer heute noch auf Papierscheiben zielt, ist nicht mehr am Puls der Zeit. Heute schießt man mit elektronischen Schießanlagen. Dass solch eine Innovation allerdings 22.000 Euro verschlingen würde, war für die Sportschützen eine wirtschaftliche Herausforderung. Daher hatte sich die Vorstandschaft des Wullenstetter Vereins entschlossen, ein Crowdfunding-Projekt auf dem Portal der Nachbarschaftsbank zu starten. „Die Renovierung des Schießstandes selbst hatte uns 2015 schon viel gekostet – und nun fehlten die Mittel, um auch technisch alles auf neuesten Stand zu bringen“, erklärt Stefan Kiener.

Unser Gespräch führten wir mit Uli Wiedemann, seines Zeichens Sportleiter des Schützenvereins Hubertus Wullenstetten 1907 e.V. und Stefan Kiener, dem 1. Schützenmeister des Vereins.

Im Rahmen eines Crowdfunding-Projekts investieren viele gemeinsam in ein Vorhaben.

„Wir sind mit 6.000 Euro Kapitalanforderung ins Rennen gestartet – ohne zu wissen, ob überhaupt genug zusammenkommt, um →

Ausgezeichnet – der Schützenverein in Wullenstetten zeigt nicht nur mit dem innovativen Schießstandkonzept wo es lang geht, sondern auch mit viel Kompetenz im Pistolenschießen.



	I	II	III	
Regina	18	27	36	81
Julia	38	39	46	123
Kiwi	28	32	41	101
Michel	13	38	27	78
Mone	13	25	43	81
Christine	24	23	18	65

unseren Traum eines elektronischen Schießstandes Wirklichkeit werden zu lassen.“ Mit den weiteren Zuschüssen haben wir das geschafft. Und so kann nun seit Sommer diesen Jahres mit Gewehr und Pistole auf dem elektronischen Schießstand geschossen werden. 1.830 Euro kamen dabei von der VR-Bank Neu-Ulm als Zuschuss. Die Nichtschützen unter unseren Lesern werden sich natürlich nun fragen: Was ist der Vorteil einer elektronischen Schießanlage? Uli Wiedemann: „Der Wegfall des Scheibenwechsels unterbricht nun nicht mehr – das macht den Sport spannender, denn man schießt schneller und konzentrierter.“

„Wir sind selbst sehr früh zum Schießen gekommen – beide mit 12 Jahren.“

Und auch der Imagegewinn für den Schützenverein aus Wullenstetten innerhalb der Region ist enorm. Denn die moderne Technik und technisch agilere Nutzung des Schießstandes begeistern junge Schützen nachhaltig. Selbst sind die beiden übrigens auch schon im jungen Alter von 12 Jahren zum Schießen gekommen – über Freunde. Und sie sind bis heute dabei geblieben. Wie viele andere des Vereins...

Im Pistolenschießen auf der neuen Anlage macht ihnen niemand was vor.

Denn der kleine, aber sehr leistungsstarke Verein hat eine besondere Kompetenz: das Pistolenschießen. Die Wullenstetter überzeugen in dieser Disziplin sogar bei →

Es gibt viele Projekte in Vereinen oder gemeinnützigen Organisationen, die diese nicht umsetzen können, weil ihnen die nötigen finanziellen Ressourcen fehlen. Die Crowdfunding-Plattform Ihrer VR-Bank Neu-Ulm kann hier Abhilfe schaffen. Unter dem Motto „Viele schaffen mehr“ helfen Sie hier aktiv mit, Projekte zu realisieren. Wenn sich Unterstützer zusammenschließen, um eine gute Idee gemeinsam umzusetzen, dann wird möglich, was vorher utopisch schien. Ganz so, wie es die genossenschaftlichen Gründungsväter schon vor mehr als 160 Jahren erlebt haben.





→ überregionalen Meisterschaften, worauf Wiedemann und Kiener stolz sind. Eine Mitgliedschaft im Schützenverein Hubertus Wullenstetten 1907 e.V. ist auch eine Sache für's Leben. So ist das älteste aktive Mitglied, Theo, 83 Jahre jung, das älteste Passiv-Mitglied sogar stolze 95 Jahre. Und auch am Nachwuchs mangelt es nicht: „Manche sind von Geburt an schon angemeldet.“ lachen die beiden Schützen. Mit 12 Jahren darf dann aktiv mit geschossen werden, noch früher, wenn eine Ausnahmegegenehmigung vorliegt. Also ein generationsübergreifender Sport.

„Schießen fördert Koordination und Ruhe“, weiß Uli Wiedemann. Disziplin sei auch eine Eigenschaft, die Erfolg am Schießstand bringt. So führt diese Sportart auch Generationen zusammen – zum einen schult das Schießen Koordination und Ruhe, zum anderen hält es fit. Jung und Alt treffen sich im Schützenheim, um miteinander der Leidenschaft rund ums Schießen nachzugehen. Eine gesellige Runde ist

garantiert, das merken wir schon im Gespräch.

Auf unsere abschließende Frage, was den beiden an der Nachbarschaftsbank besonders gefällt, antworten beide zuerst scherzhaft: „Dass das Geld zusammenkam – nein, im Ernst. Die Nachbarschaftsbank ist unsere Hausbank, die uns in vielem partnerschaftlich unterstützt. Eine Bank, die wirklich in der Nähe ist.“ Dass die Bank wirklich unbürokratisch denkt, finden die Schützen ebenfalls sehr sympathisch – denn in Wullenstetten ist die VR-Bank Neu-Ulm die einzige verbleibende Bankfiliale. Wäre ja auch schade, wenn Nachbarn wegziehen, mit denen man sich so gut versteht.

Wer mehr über den Schützenverein Hubertus Wullenstetten 1907 e.V. erfahren möchte, kann dies unter www.hubertus-wullenstetten.de

Infos zu unserem Crowdfunding-Projekt gibt's unter www.vrnu.viele-schaffen-mehr.de







Man ist nie zu jung, um Nachbar zu sein.

Emma und Leni. Wer klein ist, hat Großes vor sich.

Für die Zukunft aller, die jetzt noch sehr klein sind,
reicht ein Sparschwein nicht mehr zwingend aus. Das haben
Thomas und Stefanie Ströbele früh erkannt. Und für ihre
beiden Töchter gute Freunde in der Nachbarschaft gefunden.
Und die haben eine Bank.

Nachwuchs im Hause Ströbele. Emma ist da. Und wer wie Emma noch das ganze Leben vor sich hat, kann sich auf gute Nachbarn natürlich verlassen.

Thomas Ströbele hat seine drei Mädels zuhause. Mit Stefanie ist er verheiratet und Leni, sowie seit kurzem auch Emma, sind die Kids. Und auch, wenn die Familie – jedenfalls vorerst – nicht weiter wachsen soll, so haben die Ströbeles doch schon in die Zukunft gedacht. So ist Emma mit ihren sechs Monaten eines der jüngsten Mitglieder bei der VR-Bank Neu-Ulm.

Erstmal ist kein weiterer Nachwuchs geplant. Aber dafür die Zukunft...

„Wir haben schon immer gerne in die Zukunft geschaut – gerade auch für unsere Kinder“, so Stefanie Ströbele. „Man wünscht sich ja für die Kleinen nur das Beste: Gesundheit, Glück und ein erfülltes Leben“, ergänzt Thomas. →





→ „Daher haben wir uns rechtzeitig um die finanzielle Zukunft der Kinder gekümmert!“ Gut beraten hat das junge Paar dabei die VR-Bank Neu-Ulm. Das „VR-Mein-Konto“ wächst mit den Anforderungen der Kleinen. „Das war für uns das optimale Modell“, da sind sich Ströbeles sicher.

„Wir sind froh, dass wir bei der Nachbarschaftsbank einen Partner gefunden haben, der uns gut berät – nicht allein zum guten Start ins Leben unserer Kinder“, so Thomas. Egal, ob Konto, Altersvorsorge, Geldanlagen oder Versicherungen – die Ströbeles vertrauen der Nachbarschaftsbank.

„Wir haben einen persönlichen Ansprechpartner für alle Fragen, die uns bewegen.“

Die Zukunft kann also kommen – und vielleicht gibt's ja nochmals Nachwuchs...

Das VR-MeinKonto begleitet Menschen von der Geburt bis zum Studium und wächst mit den Bedürfnissen. Bis zum Alter von 27 Jahren ist das Konto völlig kostenlos und bis zum 18. Lebensjahr attraktiv mit 1,5% bis 2.000 Euro verzinst. Vergünstigungen bei Youngstar-Ausflügen des Youngstar-Clubs sind ebenso enthalten wie Gratis-Kreditkarten-Feeling durch die BasicCard ab 12 bzw. die DirectCard ab 18 Jahren.

Sparwoche in der Nachbarschaftsbank! Vom 28.10. bis 31.10.2019 findet wieder in allen Geschäftsstellen der VR-Bank Neu-Ulm die Sparwoche statt. Alle jungen Kunden bringen einfach das Sparschweinchen vorbei und schon gibt's ein tolles Geschenk. Und wer noch zu jung ist, um selbst zu kommen, den begleiten Mama, Papa, Oma oder Opa einfach. Familienausflug zu den Nachbarn von der Bank...



Der Nachbar aus dem Radio.

Von der Kunst, Ohrwürmer zu züchten...

„Hallo Nachbar, schön von Dir zu hör'n. Ich hoffe,
Dir geht's gut. Lass uns mal wieder was unternehm'.“

Mit diesen zwei Zeilen beginnt ein regionaler
Ohrwurm, den der ein oder andere Leser aus unserer
Warteschleife oder Social-Media-Portalen kennt.

Qunstwerk steckt dahinter. Wir sagen daher:
Nachbar, mach mal lauter, nicht leiser!



Qunstwerk aus Ulm machen Musik. Seit diesem Jahr dreht sich ein Ohrwurm der Band um die Nach- barschaft. Wie kommt's?

Ein Q im Namen. Warum? „Weil es ausschaut, wie eine Schallplatte mit dem Arm der Tonnadel“, lacht Ilber. Großer Aha-Effekt. Stimmt. Der Buchstabe passt zum Bandkonzept, bei Hip-Hop-Soul – sprich Rap und Gesang gemixt – bei dem auch mal mit den Plattentellern „gescratcht“ wird. „Und ein Q, weil's einfach anders ist.“ So ungewöhnlich, wie einen Song für eine Bank zu schreiben.



„Wir haben uns überlegt, wie kann ein Song für eine Bank klingen?“, erzählt Hospo (bürgerlich Christian Hospodarsch) – eine besondere Aufgabe. Geht's doch nicht um eine unpersönliche Großbank, die irgendeinen Werbesong braucht, sondern um eine Bank ganz in der Nähe. In der Heimat und im wahrsten Sinne ganz in der Nachbarschaft.

Der Song passt gut zum Konzept der Bank, da die Idee der Nachbarschaftsbank deutlich wird.

Wie schreibt man so einen Song? Hospo produziert und rappt, Ilber singt. Dann gibt es noch die Band, die den instrumentalen Sound dazuliefert – ein eingespieltes Team. Bei den beiden Frontmännern schreibt jeder seinen Textteil selbst, damit der Charakter des Duos auch sicher gewahrt bleibt. „Das ist für uns wichtig, damit das auch authentisch bleibt.“ Am Song für die →

Den Song der Nachbarschaftsbank können Sie herunterladen: www.vrnu.de/song

„Manchmal haben wir vier oder fünf Songs in einer Woche geschafft, wenn wir in einer Album-Produktion so richtig im Kreativ-Tunnel waren. Beim Song für die Nachbarschaftsbank war das komplizierter – da gibt es so viele wichtige Dinge, die drin vorkommen müssen, dass man wirklich mehr Zeit braucht“, erzählt Hospo. „Wir haben aber sehr schnell den Nagel auf den Kopf getroffen!“

„Sind wir das wirklich – haben wir uns zuerst gedacht – und nach einiger Zeit haben wir festgestellt: Ja! Das passt!“

→ Nachbarschaftsbank haben die beiden lange gearbeitet. Und je länger die Komposition reifte, desto glücklicher waren sie vom „Flow“ des Songs. „Es ist wie bei irgendwelchen Liedern, die man hört und zuerst noch nicht so begeistert ist und nach mehrmaligem Hören gefällt er Dir dann richtig gut“, sagt Ilber. Das macht ein gutes Musikstück aus. Gibt es etwas, das sich die beiden

In Ulm und Neu-Ulm wünschen wir uns ein megageiles Festival!

in Neu-Ulm und Ulm verstärkt wünschen würden? In der Doppelstadt gibt's viel rund um Kultur und Familie. Aber manchen Dingen fehlt es einfach an Profil. „Es sollten mehr neue Projekte an den Start gehen, die von Anfang an noch mehr Rückhalt bekommen. Sowohl kulturell und auch für die Familien.“ Und dann lachen beide: „Und es fehlt natürlich noch ein Musikfestival, das wir organisieren.“ Nachbarschaft ist für die Band

„Wir ergänzen uns perfekt mit der Nachbarschaftsbank – da wir Menschen zusammenbringen.“

ein Stück Heimat. Unsere Heimat ist die Region. Was Menschen in der Region verbindet, ist die Musik und in der Tat, Qunstwerk hat (über-)regional Fans jeden Alters. Da die Musiker intelligente, zeitlose Musik mit schönen Texten machen, bei der man zuhören oder mitsingen kann. Das vereint Menschen und schafft das Gefühl der Verbundenheit.

Die Idee, dass jeder ein Teil der Nachbarschaftsbank sein kann, ist eine großartige Sache. Das ist Persönlichkeit und vereint Menschen.



Die regionale Musikszene ist für Qunstwerk eine ganz besondere Sache: „Von Schwörmontagsfeierlichkeiten bis hin zur Kulturnacht haben wir gespielt und sehr schnell unser Publikum gefunden“, erzählen Ilber und Hospo. „Schneller, als so manch andere Band. Wir fühlen uns hier sehr wohl. Was uns noch immer verwundert ist, dass wir gerade in der Region Hamburg, Hannover, allgemein im Norden Deutschlands, noch viel mehr abgefeiert werden. Wir haben da ein paar Mal gespielt, die sind extremer als die Ulmer Fans drauf. Aber die Heimat bleibt immer unsere Base.“



Für die beiden Musiker ist es in der digitalen Welt von heute sehr wichtig, technische Innovation auch von Banken zu erleben. Und nach Meinung von Qunstwerk macht das die Nachbarschaftsbank schon richtig gut. Insbesondere, weil die persönliche Nähe zu den Kunden nicht verlorengeht. „Die Nachbarschaftsbank ist Teil des echten Lebens und der Welt von morgen“, meinen die beiden. Vielleicht ist die Nachbarschaftsbank auch so etwas wie ein Evergreen-Song, meinen wir. Früher schon ein Hit und morgen im zeitgemäßen Remix noch immer.



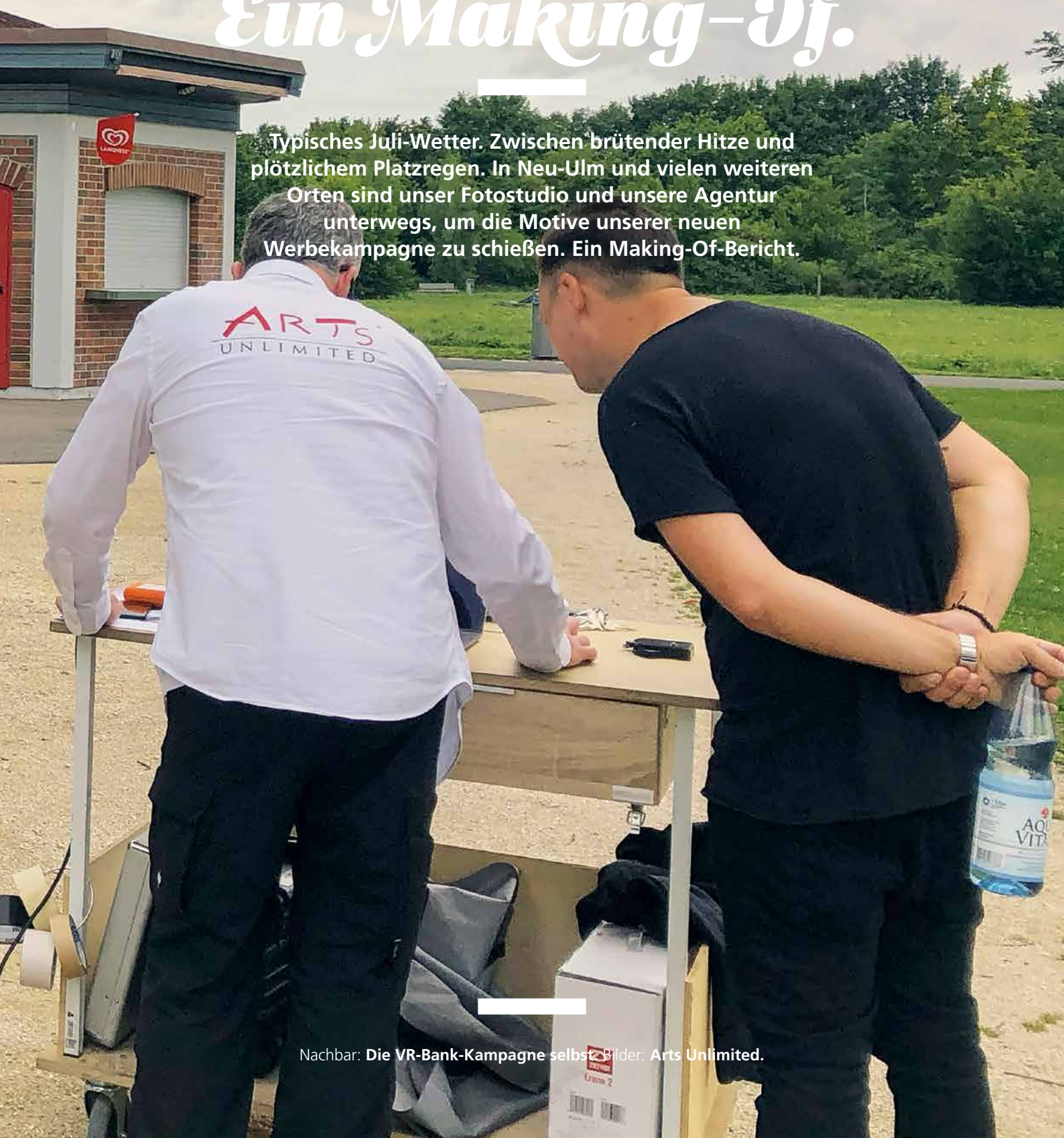
Wir haben Qunstwerk im Roxy in Ulm getroffen. Ein spannendes Gespräch übers Musikmachen und den Begriff Heimat. Wer die Band live erleben möchte, findet alle Infos auf der Website www.qunstwerk.com



Heidi hat heute ein Foto für uns...

Unsere neue Werbekampagne. Ein Making-Of.

Typisches Juli-Wetter. Zwischen brütender Hitze und plötzlichem Platzregen. In Neu-Ulm und vielen weiteren Orten sind unser Fotostudio und unsere Agentur unterwegs, um die Motive unserer neuen Werbekampagne zu schießen. Ein Making-Of-Bericht.



Nachbar: Die VR-Bank-Kampagne selbst. Bilder: Arts Unlimited.



Es ist noch früh am Morgen. Das Fototeam ist mit der Agentur auf dem Weg nach Neu-Ulm in den Glacis-Park. Die typische rote Ziegelmauer des Forts ist das erste Setting – wer aus der Region kommt weiß, wie charakteristisch das Bauwerk für Neu-Ulm ist. Als Nachbarschaftsbank machen wir natürlich Bilder in der Nachbarschaft – immer dabei: unsere orangefarbene Bank. Sie ist der heimliche Held der neuen Kampagne. Neben unseren Models, versteht sich. Das Equipment vom einen Ende des Parks bis in die Mitte desselbigen zu bugsieren, ist eine Herausforderung. Die Agentur packt mit an. Sollte man von kreativen Schöngeistern gar nicht erwarten. Feeling wie bei Heidi Klums Topmodel kommen auf. Es geht gleich los.

Anpacken ist angesagt. Und der Glacis-Park wird gefühlt immer länger. Wie die Arme.

Unsere ersten Models sind schon bereit. Die zwei Jungs unseres „Gurkenmaskenmotivs“. Was es damit auf sich hat, werden Sie schon in naher Zukunft erfahren. Ganz schön kompliziert war es, die Gurken bei den beiden agilen Jungs so zu fixieren, →

Die neuen Kampagnenmotive werden Sie schon bald an verschiedensten Stellen entdecken: Hier gibt es den kompletten Einblick in einem kleinen Making-Of.





Eine neue Werbekampagne der Nachbarschaftsbank geht an den Start. Dabei gilt: keine Kampagne ohne Shooting. Und das fand im Juli an verschiedensten Locations der Region statt.

→ dass das Gemüse auch dort bleibt, wo es soll. Nach zwei weiteren Motiven zieht der Kreativ-Tross weiter nach Senden. Dort entsteht mit einem jungen Model-Paar das nächste Motiv im Park beim evangelischen Pfarramt. Da die Bank zu schwer zu tragen ist, nutzen wir eine „Ersatzbank“ – den Rest erledigt die Bildbearbeitung. Ein letztes Motiv an diesem Tag wird noch ganz in der Nähe geschossen...

Tag zwei. Es heißt, mit den Hühnern aufstehen! Mit einem zumindest.

Am nächsten Morgen ist erstmal Hühnchen angesagt – im Wiley-Gelände in Neu-Ulm. Sebastian von ATTAKE, unserer Agentur, steckt in einem Vollkörper-Hühner-Kostüm – für ein ganz besonderes Motiv. Die

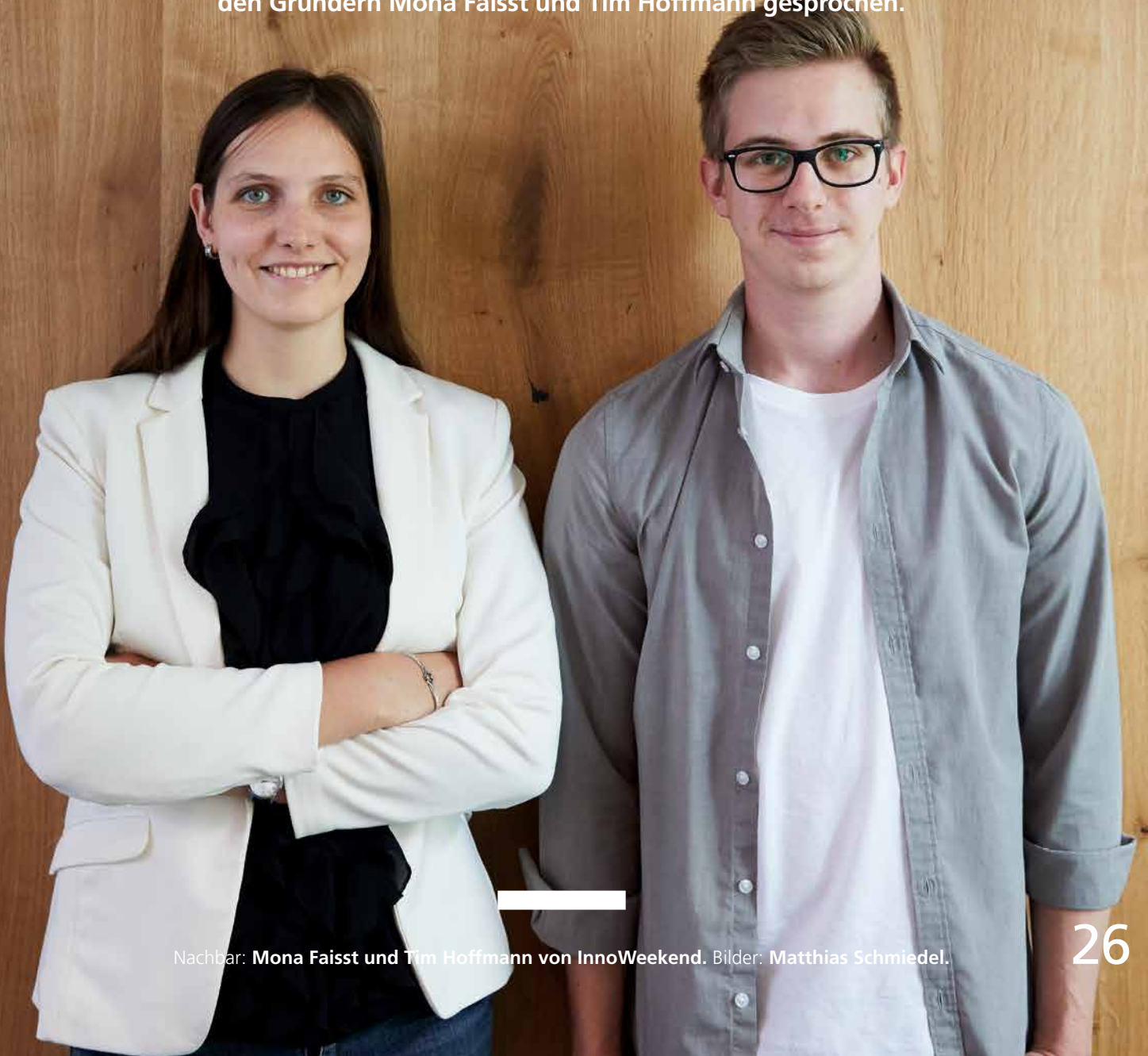
gewittrigen Wolken vertreiben die gute Laune am Set nicht. Weiter geht's dann nach Vöhringen, wo in der Nähe der Kirche mit einem Dosen-telefon hantiert werden wird. Selbstgebastelt, versteht sich. Ein Abstecher zurück an den Heiner-Metzger-Platz in Neu-Ulm, gegenüber der Glacis-Galerie, setzt unser nächstes Model vor dem bekannten Springbrunnen in Szene, bevor am Abend – es dämert schon – das geplante Nachtmotiv mit den Cheerleadern im Turnzentrum des TSV Pfuhl entsteht.

Die Kampagne ist im Kasten. Eine Riesenportion Sushi auf der Laderampe des Fotostudio LKWs bildet für unser Team den Abschluss zweier anstrengender Shooting-Tage. Was aus den Bildern wird, können Sie schon bald in der Region erleben. Eine Kampagne, die nicht von der Zentrale der VR-Banken gesteuert wird – sondern aus der Nachbarschaft kommt. Persönlich und mit Herz. Mit Menschen aus der Region für die Region.

Schon was vor am Wochenende?

Ein Start-up für Start-ups: InnoWeekend.

Unsere Wirtschaft lebt von Innovationen. International ist Deutschland hierbei gut aufgestellt, aber nicht ganz vorne dabei. InnoWeekend kurbelt mit einer großartigen Idee die Start-up-Landschaft an. Wir haben mit den Gründern Mona Faisst und Tim Hoffmann gesprochen.



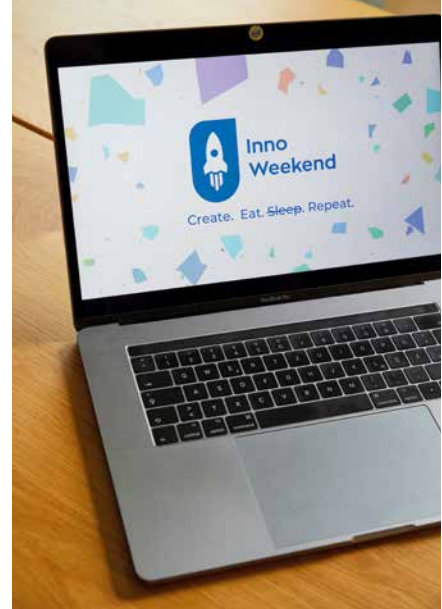
Nachbar: **Mona Faisst und Tim Hoffmann** von InnoWeekend. Bilder: Matthias Schmiedel.

Es gibt sie noch: Die guten Ideen, die das Potenzial haben, die Welt zu verändern. Doch wie startet man so ein Start-up?

Im Oktober 2018 haben Mona Faisst und Tim Hoffmann die Gründer-Veranstaltung InnoWeekend ins Leben gerufen. Die beiden Jungunternehmer hatten nach ihren Auslandsaufenthalten festgestellt, wie wenig Start-ups mit grandiosen Ideen in Deutschland gefördert und mit Know-how rund um Firmengründung und mehr unterstützt werden. Viele Gründer könnten die Welt verändern – haben aber keine Ahnung, wie sie der eigene Boss im eigenen Unternehmen werden. Deshalb beschlossen Mona und Tim, Menschen zusammenzubringen. Teammitglieder und Experten sowie andere Start-ups erhalten die Möglichkeit, sich auszutauschen. Und was für Studenten noch wichtig ist: gutes Essen gibt es auch.

→ Kennengelernt haben sich beide an der Fachhochschule in Neu-Ulm, wo sie Informationsmanagement im selben Semester studiert haben. Dort entstand die Idee, InnoWeekend zu gründen. Inzwischen sind Mona und Tim nicht nur geschäftlich ein Duo, sondern auch privat ein Paar. Auf die Frage, woher die Idee zu InnoWeekend kam, lacht Tim: „Wir sind beide für zwei Semester nach Finnland ausgewandert. Da es dort sehr kalt ist und Essen und Trinken sehr teuer sind, haben uns diverse Start-up-Events mit Gratis-Pizza gelockt.“ Dort kamen die beiden mit Start-ups in Kontakt, haben selbst mit einer eigenen Idee einen Start-up-Event gewonnen und sind mit

dieser Idee zwei Monate ins Silicon Valley nach Palo Alto. Dort sitzen quasi alle Unternehmen, die digital und innovativ die Welt verändern. „Als wir nach Ulm zurück gekommen sind, war das dann schon ein kleiner Kulturschock, da vieles in Deutschland einfach nicht so weit ist, wie in den USA oder Finnland“, fährt Tim fort. „Das war das auslösende Moment, um zu sagen: Wir müssen etwas tun, um Innovationen auch hier zu befeuern – indem wir anderen Menschen das auch zeigen und sie sich ausprobieren können.“ Mona ergänzt: „An der Uni gibt's so gut wie gar nichts zu Entrepreneurship zu finden! Und der Bedarf an innovativen Ideen selbst bei Weltkonzernen ist noch →





→ ausbaufähig. Dann hat es noch fast ein Jahr gedauert, bis wir die richtigen Partner gefunden hatten, die uns unterstützen können, da InnoWeekend eine ehrenamtliche Initiative ist. Momentan ist der Fokus auf Studenten, die Teilnehmer des Innovations-Wochenendes sind – kommen

darf aber jeder.“ Das InnoWeekend findet einmal im Jahr statt – als einzige Veranstaltung dieser Art, die Studenten und Interessierten für rund 28 Euro das Know-how von hochkarätigen Speakern bietet, die sonst auf Einzelvorträgen mehrere hundert Euro für einen Vortrag abrufen. „Das

ist einmalig im Süden Deutschlands!“, sagt Tim. „Einzelvorträge gibt’s immer irgendwo, aber nicht das komprimierte Wissen verschiedenster Profis in einer Location, mit denen man drei Tage lang an der eigenen Idee arbeiten kann. Da ist erstaunlich, wie viel in drei Tagen entstehen kann.“ →

„Unser Erfolg liegt darin, dass wir sehen, wie viele Menschen gute Ideen für die Zukunft bekommen!“

→ Wie kam InnoWeekend zur VR-Bank Neu-Ulm? „Eigentlich war es umgekehrt“, erklären beide. „Die Bank kam auf uns zu, da die Nachbarschaftsbank unsere Idee so super fand.“ Die Unterstützung erfolgte dann in Form einer Förderung von Arbeitsmaterialien und – wie könnte es bei einem Start-up anders sein – mit Pizza. Sponsoring pur.

„Die Idee hat die VR-Bank Neu-Ulm gleich begeistert – und daher kam die Bank auf uns zu!“

Für die beiden Ausrichter ist die Nachbarschaftsbank ein sehr persönlicher Partner, nicht zuletzt, da sich Kai Häckel vom Innovationsteam sehr für die Gründer eingesetzt hat. „Bei überregionalen Banken persönliche Begeisterung so zu entfachen, wie beim Nachbarschafts-Team, wäre unmöglich“, da sind sich Mona und Tim einig. Die Chance, Menschen zu verbinden, indem sie zuerst Ideen und dann Teams finden, Wissenstransfer zu erfahren, einen guten Businessplan zu erstellen oder die Chance bekommen, früh ein Netzwerk aufzubauen – das macht InnoWeekend aus. Wer nun ganz hibbelig vor Tatendrang ist, schaut gleich mal auf die Website www.innoweekend.com. Bis zur eigenen Start-up-Gründung ist es dann kein weiter Weg mehr. Die Nachbarschaftsbank begleitet Sie gerne dabei!

Wer selbst eine spannende Idee für ein Start-up hat, der schaut am besten gleich mal auf unsere Kickbox – das Workshop-Angebot der Nachbarschaftsbank unter www.vrnu.de/kickbox

Das nächste InnoWeekend findet vom 01. bis 03.11.2019 im TFU-GründerZentrum in Neu-Ulm statt. Mehr Informationen unter www.innoweekend.com







Aufs Glatteis geführt.

Manche „Teufel“ leben an einem kalten Ort...

Die Devils Ulm/Neu-Ulm sind die Eishockey-Mannschaft der Region.
Wir haben mit Patrick Meißner, dem Geschäftsführer
der Devils, gesprochen: Darüber, ob Eishockey wirklich so hart ist,
was Nachbarschaft innerhalb des Teams bedeutet und
wie man ein Devil wird ...

Nachbarn: Die Eishockey-Mannschaft der Devils Ulm/Neu-Ulm Bilder: Matthias Schmiedel.

„Wenn Du als Eishockey-Spieler keine Narbe hast, machst Du etwas falsch ...“, sagt Patrick Meißner, Geschäftsführer und Spieler der Devils.

Teufelskerle? Durchaus. Was muss man mitbringen, um ein Devil zu werden? „Sich schon früh auf dem Eis zu Hause fühlen und möglichst bald mit Eishockey anfangen“, sagt Patrick Meißner. „Los geht’s in verschiedenen Altersklassen, sprich U-Stufen, von U9 bis U20 – so verläuft die Nachwuchskarriere. Danach geht’s in den aktiven Bereich. Oft ist es auch so, dass Spieler von auswärts zu uns kommen – im Gegensatz zum Fußball werden sogar schon in der fünften Liga Spieler dazugeholt.“ Das Wichtigste ist laut Patrick Meißner aber nicht allein überzeugende Fähigkeiten auf dem Eis – sondern, dass ein neuer Spieler auch wirklich ins Team

Die Eishockey-Welt ist klein – man kennt sich aus anderen Vereinen oder Wettkämpfen.

passt. „In diesem Sport ist ein guter Charakter wichtiger als vieles andere!“, so Meißner. „Wenn jemand neu in die Mannschaft kommt, wird er aber immer sehr schnell integriert. Man kennt sich ja oft in der kleinen Eishockey-Welt.“

Als Team vereint die Devils die Leidenschaft zum Sport – und, dass die ganze Mannschaft im Schnitt sehr jung ist. „Wir haben ein klares Ziel: den Aufstieg. Und da sind wir gute Dinge. Das verbindet“, so Patrick Meißner. Auf die Frage, wie er selbst zu dieser →



„Leidenschaft für den Sport und ein guter Charakter sind wichtig, damit neue Spieler bei uns ins Team passen“, erzählt Meißner.

Der Verein selbst ist 11 Jahre alt – das Team im Schnitt auffällig jung.





→ Sportart kam, strahlen seine Augen. „Bei mir war es ganz einfach – meine Eltern sind mit mir als Sechsjährigem zum Schlittschuhlaufen. Ich war schon beim Skifahren eine kleine ‚Rampensau‘ – und als ich auf dem Eis nach jedem Sturz direkt wieder aufgestanden bin, um weiterzufahren, wurden meine Eltern durch jemand vom Verein angesprochen...“, und fährt fort „... die ganzen anderen Jungs in meinem Alter, die schnelle Sportart mit der coolen Ausrüstung haben mich gleich gepackt.“ Die Liebe zum Spiel war sofort da. Der Sport ist hart – da gibt es auch mal Zoff, gibt Meißner unumwunden zu. Dass dieser „Männersport“ ein ehrlicher und direkter Sport ist, auch wenn es ums Dampfablassen geht, schätzt er aber sehr. Und doch gibt es klare Regeln, die wenig Entscheidungsspielraum bieten. „Beispielsweise wird Kritik am Schiedsrichter direkt geahndet. In anderen Sportarten wird mit dem Schiri diskutiert. Bei uns nicht. Das macht es auch ehrlicher.“ →





→ Ist der Sport wirklich so hart, wie man erzählt? „Ja, Eishockey ist hart. Es gibt Regeln. Doch wenn der Puck mal ins Gesicht springt, dann endet das eben mal mit einer Narbe.“ Sowas gehört dann aber doch zur Spieler-Ehre. „Wenn Du als Eishockeyspieler keine Narbe hast, machst Du was falsch!“, sagt Patrick Meißner mit einem Augenzwinkern. Es gibt auch mal schwerere Verletzungen, jedoch ist Eishockey statistisch nicht so verletzungsintensiv wie beispielsweise Handball. Wenn was passiert, geht's eben vom Eis auf die Bank. Wie kommt ein Eishockey-Verein auf die Bank – in dem Fall nicht die Ersatzbank, sondern die Nachbarschaftsbank? „Die Nachbarschaftsbank ist seit Jahren Sponsor der Devils“, erzählt Meißner. Und tatsächlich legt die Bank großen Wert auf die Förderung des Breiten- und Leistungssports der Region in all seinen unterschiedlichen Facetten. Teams und Vereine zu unterstützen entspricht ja auch dem genossenschaftlichen Gedanken der gegenseitigen Hilfe. „Wir fühlen

uns als Teil dieser Region und unseren Kunden und Mitgliedern gegenüber verpflichtet!“, so Alois Spiegler, Vorstand der VR-Bank Neu-Ulm. In dieser Gemeinschaft wird für viele Vereine möglich, was allein nicht zu erreichen gewesen wäre. Das schafft natürlich Bindung, Nähe und Vertrauen. Das sind die Werte, die eine gute Nachbarschaft ausmachen. So schüttete die Nachbarschaftsbank im Jahr 2018 über 150.000 Euro an Spenden und Fördergeldern aus. So wird Nähe der

150.000 € stellte die Nachbarschaftsbank 2018 für soziale Projekte bereit.

Nachbarschaftsbank erlebbar. Meißner bestätigt das: „Ich komme aus Burlafingen und wohne jetzt in Pfuhl. Überall stehen nun die orangenen Bänke. Das gibt schon ein heimeliges Gefühl der Nähe, wenn die Bank so präsent im Alltag ist.“ Und natürlich auch im Leben der Spieler. „Ich hatte da von Anfang an als Geschäftsführer der Devils ein sehr gutes Gefühl.“ Die Unterstützung gerade im Nachwuchsbereich sei ausgezeichnet, meint Patrick Meißner, der selbst →

„Die Nachbarschaftsbank ist in der Region überall präsent – und für uns ein wichtiger Partner...“

→ in den vergangenen vier Jahren Nachwuchstrainer war – noch neben seiner Funktion als Geschäftsführer und als Spieler der ersten Mannschaft. „Ich war etwas wie die eierlegende Wollmilchsau.“ Am Ende sei das etwas zu viel geworden – Meißner wollte sich durch die zunehmenden Aufgaben als Geschäftsführer wieder mehr auf das Spiel konzentrieren. Daher hat er in diesem Jahr die Rolle als Nachwuchstrainer schweren Herzens aufgegeben. Bleiben die Spieler lange dabei? „Ja, wir haben Mitglieder, die sind seit Vereinsgründung im Team.“

„Ich war eine Zeit lang die eierlegende Wollmilchsau im Club.“

Manche haben sogar zeitweise bei unseren Konkurrenten gespielt – sind dann am Ende wieder zurückgekommen.“ Das spricht natürlich für den Verein, findet Meißner. Der Verein verändert sich stetig. Was die Saison bringen wird, auch wenn die Verantwortlichen und das Team Richtung Aufstieg schießen, ist jetzt noch nicht abzusehen. Die Spannung gehört zum Spiel.

Wer den Spirit dieser schnellen Sportart einmal live miterleben möchte, hat dieses Jahr noch mehrfach die Gelegenheit. Alle Informationen finden unsere Leser unter www.devilshockey.de.



Wenn Sie selbst auch Mitglied in einem Verein, einer kulturellen, sozialen oder öffentlichen Einrichtung in der Region sind, stellen wir gerne Ihren Verein oder Ihre Einrichtung in einer unserer nächsten Ausgaben vor. Nehmen Sie einfach Kontakt mit uns auf.

„Auf dem Spielfeld lässt man Dampf ab – und nach dem Spiel ist wieder alles in Butter.“ Das macht Eishockey aus.

