

Vertriebschance mit Folklorecharme

Sparkassenstiftung. Ausländische Finanzinstitute zeigen Interesse am Spartag.

Niclaus Bergmann

In Zeiten globalisierter Finanzmärkte und digitalisierter Finanzprodukte wirkt der Weltspartag manchmal wie eine folkloristische Veranstaltung. Das 90 Jahre alte, weitgehend unverändert gebliebene Marketingkonzept wurde oft infrage gestellt, zwischenzeitlich auch mancherorts eingestellt, aber immer wieder reaktiviert, weil Kunden die Veranstaltung schätzen und auch Marketingexperten und Vertriebsprofis hohen Wert darin sehen.

Der Weltspartag erweist sich in Deutschland nach wie vor als erfolgreiches Instrument, um Familien, Kindern und Jugendlichen die Bedeutung des Sparens auf einfache und unterhaltsame Weise näherzubringen. Seit 2011 überträgt die Sparkassenstiftung für internationale Kooperation diese Tradition auch in Entwicklungs- und Schwellenländer.

Immer mehr ausländische Finanzinstitute zeigen Interesse an eigenen Weltspartagen. In rund zehn Projektländern, von Armenien, Aserbaidschan,

Georgien und der Ukraine über Ruanda und Burundi bis nach Mexiko hat die Sparkassenstiftung inzwischen Weltspartage nach deutschem Vorbild eingeführt – und das mit großem Erfolg. Gemeinsam mit lokalen Partnern werden Aktivitäten im Rahmen dieses Ereignisses, abgestimmt auf die landesspezifischen Bedürfnisse und Gegebenheiten, durchgeführt.

Das Engagement geht oft noch weit über einen einzelnen Weltspartag hinaus: So hat die mosambikanische Zentralbank 2014 zum Jahr des Sparens ausgerufen. Ein entsprechendes Konzept rund um Marketingmaßnahmen, Schulungen von Banken- und Lehrpersonal sowie Unterrichtseinheiten zu finanzieller Bildung und Events wie Gesangs- und Malwettbewerbe setzt derzeit ein Team aus Experten der Sparkassenstiftung und lokalen Beratern vor Ort um.

Während der Weltspartag in Deutschland seit vielen Jahren immer wieder infrage gestellt wird, entwickelt er sich im Ausland umso dynamischer. Damit ihm verbundenen Aktivitäten

wie Sportwettkämpfe, Gewinnspiele oder „Tage der offenen Türen“ der Banken eröffnen den Menschen vor Ort einen bisher ungekannten und willkommenen Zugang zu den lokalen Finanzinstituten und stärken das Vertrauen in den Finanzmarkt. Die spielerisch vermittelte Bedeutung des Sparens erweist sich dort als besonders effizientes Mittel, um die Sparbereitschaft der Menschen zu erhöhen. Zahlreiche Kontoneueröffnungen sind in allen Projektländern als Folge von Weltspartagen feststellbar. Ebenso profitiert das Bankenpersonal von den Schulungen zu Themen wie Kundenzufriedenheit oder -kommunikation.

Folklore oder Chance? Weltspartage sind Chancen mit folkloristischem Charakter, denn sie tragen dazu bei, die finanzielle Bildung der Bevölkerung zu erhöhen. Und das nicht nur in Deutschland, sondern weltweit.

Der Autor ist Geschäftsführer der Sparkassenstiftung für internationale Kooperation.

Mehr zu ausländischen Sparmaskottchen unter sparkassenzeitung.de/maskottchen