Zukunft möglich machen: junge Menschen im Fokus

Die Sparkassen-Finanzgruppe ist kompetenter Finanzpartner, Arbeitgeber und Bildungsbegleiter.

Sie wachsen in einer Welt auf, die von hoher Dynamik, großer Unsicherheit und neuen Möglichkeiten zugleich geprägt ist: Digitale Selbstverständlichkeit trifft auf den Wunsch nach persönlicher Orientierung, globale Perspektiven auf regionale Verbundenheit, individuelle Freiheit auf ein ausgeprägtes Bedürfnis nach Sicherheit. In diesem Spannungsfeld stehen junge Menschen heute bereits in frühen Lebensphasen vor weitreichenden finanziellen und beruflichen Entscheidungen. Gleichzeitig verändern wirtschaftliche Unsicherheiten und technologische Entwicklungen wie KI die Rahmenbedingungen für den Berufseinstieg spürbar. Umso wichtiger sind verlässliche Partner, die Orientierung geben und Perspektiven eröffnen.

Die Sparkassen-Finanzgruppe übernimmt für junge Menschen genau diese Rolle: als erster Ansprechpartner in Finanzfragen, erster Arbeitgeber und langfristiger Begleiter in zentralen Lebensphasen. Die vielfältigen Berührungspunkte reichen vom Girokonto über digitale Services bis hin zu Ausbildung, Studium und internationalen Entwicklungsperspektiven. Von den Sparkassen als Arbeitgeber hat die junge Generation ein klares Bild: Sie verbindet mit ihnen vor allem Sicherheit, Zusammenhalt und gute Karriereperspektiven.

Nachwuchsgewinnung mit eigenem Profil

Solche Stärken bilden eine stabile Grundlage im Wettbewerb um Nachwuchskräfte. Diese erwartet ein breites Spektrum an Einstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten, das klassische Ausbildungswege wie Bankkauffrau/-mann mit akademischen und praxisintegrierten Formaten wie dualen Studiengängen oder Trainee-Programmen verbindet. Ergänzt wird dieses Angebot durch ein umfangreiches internes Bildungssystem, das die Grundlage für kontinuierliche Qualifizierung und langfristige Entwicklungsperspektiven schafft. Gleichzeitig werden wichtige Themen der jungen Generation wie persönliche Entfaltung, moderne Arbeitsbedingungen und Flexibilität immer stärker integriert.

Ein Ansatz, der Wirkung zeigt: Bereits 2024 konnten die Sparkassen die Anzahl der Neuanstellungen mit insgesamt über 11.000 neuen Mitarbeitenden deutlich steigern, ein Zuwachs von 12,1 Prozent gegenüber dem Vorjahr, der sich auch im Ausbildungsbereich niederschlug.

Im Jahr 2025 setzte sich dieser Trend fort. Trotz eines anspruchsvollen Arbeitsmarktumfelds gelang es den Sparkassen, rund 10.800 neue Mitarbeitende vom externen Arbeitsmarkt zu gewinnen. Ergänzend wurden etwa 3.500 Nachwuchskräfte aus der eigenen Ausbildung übernommen, wodurch ein wesentlicher Beitrag zur Fachkräftesicherung aus eigener Kraft geleistet wird.

Insgesamt waren zum Jahresende 2025 rund 15.030 Auszubildende in den Sparkassen beschäftigt – ein weiterer Anstieg um 9,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr.

Ein besonders deutliches Signal liefert die Entwicklung der Bewerberzahlen: Die Bewerbungen für Ausbildungsplätze stiegen 2025 um 33,9 Prozent, nachdem bereits im Vorjahr ein starkes Wachstum verzeichnet wurde. Damit hat sich die Bewerbungsquote auf 12,0 Bewerbungen je Ausbildungsplatz erhöht und erreicht bereits das angestrebte Zielniveau der kommenden Jahre.

Vor diesem Hintergrund investiert die Sparkassen-Finanzgruppe gezielt weiter in junge Menschen – als Nachwuchskräfte ebenso wie als Kunden. So schafft sie Räume für Entwicklung, Lernen und Verantwortungsübernahme in einer sich wandelnden Welt. Die folgenden Beiträge zeigen, wie die Sparkassen die junge Generation erreichen, fördern und langfristig begleiten – und damit gemeinsam mit ihr Zukunft möglich machen.

Sehen Sie dazu auch das Videostatement von Karolin Schriever, geschäftsführendes Vorstandsmitglied des DSGV an:

„Kundenzufriedenheit bedeutet heute weit mehr als klassisches Banking“

Vor allem junge Kunden haben neue Ansprüche: ein Interview mit Dr. Joachim Schmalzl

Digitalisierung, künstliche Intelligenz und eine Generation, die Finanzdienstleistungen neu denkt: Die Sparkassen-Finanzgruppe steht vor gewaltigen Herausforderungen. Wie sich Deutschlands größte Finanzgruppe zwischen digitaler Geschwindigkeit und persönlicher Nähe positioniert, wie sie junge Menschen als Kunden und als Mitarbeitende gewinnt und warum der Multikanalansatz dabei zur langfristigen Strategie wird, erklärt Dr. Joachim Schmalzl, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des DSGV, im Gespräch.

»
Um weiterhin erfolgreich zu sein, investieren wir in digitale Infrastruktur, Plattformlösungen und integrierte Services.
«

Dr. Joachim Schmalzl, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des DSGV

Herr Dr. Schmalzl, vor welchen übergeordneten Herausforderungen steht die Sparkassen-Finanzgruppe aktuell?
→ **Schmalzl:** Die Sparkassen-Finanzgruppe durchläuft aktuell einen tiefgreifenden Wandel, der durch Digitalisierung, künstliche Intelligenz, veränderte Kundenerwartungen und einen intensiveren Wettbewerb geprägt ist. Insbesondere junge Kundinnen und Kunden erwarten intuitive digitale Services, schnelle Abläufe, hohe Transparenz und Flexibilität. Wir sehen auch, dass Finanzdienstleistungen zunehmend über verschiedene Anbieter parallel genutzt werden. Dadurch steigen die Erwartungen an unsere Dienstleistungen. Gleichzeitig verändern sich Kundenzugänge durch digitale Plattformen, KI-gestützte Services und neue Wettbewerber grundlegend.

Ist die Gruppe für diesen Wandel gut aufgestellt?
→ **Schmalzl:** Die Sparkassen verfügen über eine starke Marktposition mit rund 42 Millionen Kundinnen und Kunden, wir haben eine Reichweite von deutlich über 50 Prozent. Sicherheit, Verlässlichkeit und regionale Verantwortung bleiben unsere zentralen Stärken. Unsere Erfahrung und wettbewerbsfähigen Konditionen sind entscheidend für die Kundenbindung und somit Teil des Fundaments unseres Erfolgs. Um weiterhin erfolgreich zu sein, investieren wir in digitale Infrastruktur, Plattformlösungen und integrierte Services. Damit bieten wir unseren Kundinnen und Kunden Sicherheit und Selbstbestimmung, um sie bestmöglich zu unterstützen. Klar sollte aber auch sein: Die Zukunft unserer Arbeit wird digital, nachhaltig, aber auch persönlich und sozial sein.

Was sind speziell die Herausforderungen im Umgang mit jungen Menschen wie der Generation Z?
→ **Schmalzl:** Junge Menschen erwarten digitale Angebote, die intuitiv, schnell und flexibel nutzbar sind. Sie wollen selbst entscheiden, wie sie ihre Finanzgeschäfte erledigen – ob mobil, persönlich oder im Wechsel zwischen beiden Wegen. Gleichzeitig besteht ein hoher Bedarf an verständlicher Orientierung bei Finanzfragen. Erwartet werden Transparenz, einfache Prozesse und Kontrolle über die eigenen Finanzen. Die Generation Z nutzt Finanzangebote häufig situationsbezogen und kombiniert dabei unterschiedliche Anbieter miteinander, je nachdem, welche Lösung im jeweiligen Moment am besten passt. Die Finanzbildung gewinnt weiter an Bedeutung, weil sie zur finanziellen Selbstbestimmung und wirtschaftlichen Teilhabe beiträgt. Hier setzen wir mit konkreten Angeboten an, etwa dem Schulservice, dem Planspiel Börse oder dem Beratungsdienst Geld & Haushalt. Entscheidend ist, junge Menschen dort zu erreichen, wo sie sich im Alltag bewegen, also auch in digitalen Lebenswelten und auf sozialen Plattformen.

Wie entwickelt sich vor diesem Hintergrund die strategische Ausrichtung der Sparkassen-Finanzgruppe weiter?
→ **Schmalzl:** Wir bauen konsequent auf unseren Multikanalansatz: Die Menschen sollen selbst entscheiden können, wie sie ihre Finanzgeschäfte mit uns erledigen – persönlich, digital oder flexibel im Wechsel. Ziel ist eine exzellente und durchgängige Kundenerfahrung über alle Kontaktwege hinweg. Den Erfolg sieht man zum Beispiel an den Nutzerzahlen unserer App: 20 Millionen Nutzerinnen und Nutzer sind ein starkes Signal für das Vertrauen, das die Menschen in die Sparkassen setzen. Unsere App ist für viele längst der zentrale Zugang zu ihren Finanzen.

In der digitalen Welt investieren die Sparkassen gezielt in mehrere Bereiche, um ihre Angebote zukunftsfähig aufzustellen. Ein Schwerpunkt liegt auf der Weiterentwicklung der genannten App „Sparkasse“ sowie auf digitalen und innovativen Produkten und Services. Ein Beispiel ist S-Neo in der Sparkassen-App, das ein breites Angebot an Wertpapieren für Selbstentscheider bereitstellt und einen einfachen Einstieg in die Geldanlage mit Aktien, Fonds und ETFs ermöglicht. Ein weiterer wichtiger Baustein ist Wero im Rahmen der European Payment Initiative (EPI), einem Zusammenschluss von 16 Banken und Finanzdienstleistern, zu denen auch die Sparkassen-Finanzgruppe gehört.

Das Bezahlsystem Wero ermöglicht schnelle Handy-zu-Handy-Zahlungen und bietet eine europaweit einheitliche, digitale Omnichannel-Zahlungslösung, die bereits von mehr als 42 Millionen Menschen genutzt wird. Was sich jedoch nicht ändert: Persönliche Beratung bleibt bei komplexen Finanzentscheidungen ein wichtiger Faktor – auch für jüngere Zielgruppen.

Es geht also vor allem um Kundenzufriedenheit. Können Sie diesen Ansatz noch einmal näher erläutern?

→ **Schmalzl:** Kundenzufriedenheit bedeutet heute weit mehr als klassisches Banking. Zu ihr gehören auch moderne digitale Lösungen wie sichere Identitäts- und Authentifizierungsverfahren sowie perspektivisch die EUDI-Wallet, die European Digital Identity Wallet. Sie verbindet Identitätsnachweis und Zahlung in einer sicheren europäischen Wallet. Mit Wero bringen wir eine europäische Payment-Lösung in das Ökosystem der EUDI-Wallet ein. Unsere Kundinnen und Kunden brauchen für all das nur ein Smartphone. Auch KI-gestützte Services und digitale Assistenten werden künftig eine größere Rolle spielen, etwa bei der Informationssuche, in Serviceprozessen oder bei individualisierten Angeboten. Dabei erwarten die Kundinnen und Kunden digitale Lösungen für ihren vernetzten Alltag – beim Banking ebenso wie auf Social Media, beim Reisen oder beim Arbeiten in Europa. Im Zeitalter von KI wächst hier das Spannungsfeld zwischen personalisierten Angeboten und Datenschutz. Entscheidend bleibt daher letztlich die Verbindung aus technologischer Innovation, persönlicher Orientierung und Vertrauen in die Marke Sparkasse. In Zahlen bedeutet das: Rund 35,4 Millionen Online-Banking-Verträge und 196 Millionen Besuche der Internet-Filialen zeigen die hohe Nutzung der digitalen Angebote. Und gleichzeitig stehen rund 129.000 Beraterinnen und Berater für die persönliche Nähe vor Ort bereit.

»
Junge Menschen wollen selbst entscheiden, wie sie ihre Finanzgeschäfte erledigen – ob mobil, persönlich oder im Wechsel zwischen beiden Wegen.
«

Dr. Joachim Schmalzl, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des DSGV

Wie wirkt sich dieser Ansatz speziell bei jungen Menschen aus?

→ **Schmalzl:** Junge Menschen sind digitalaffin, suchen bei wichtigen Finanzentscheidungen aber weiterhin persönliche Orientierung. Die Sparkassen positionieren sich deshalb als relevante Begleiter in ihrem Alltag. Dazu gehören verständliche Finanzbildung, transparente digitale Angebote, flexible Kommunikationswege und einfache Abschlussprozesse sowie bei Bedarf persönliche Beratung. Junge Zielgruppen werden dabei verstärkt über digitale Plattformen, Social Media, Gaming-Formate wie etwa „Schwein gehabt“ auf der Fortnite-Plattform und moderne Content-Angebote erreicht. Gleichzeitig entstehen neue Formate wie Gen-Z-Konzeptfilialen, die von jungen Menschen für junge Menschen gemacht werden. Beispiele sind die Azubi-Filiale der Sparkasse Leipzig oder die „barer41“ in München. Hinzu kommen digitale Beratungsangebote per Messenger und Video. Auch S-Neo adressiert gezielt junge Zielgruppen, Neukunden und Minderjährige mit attraktiven Sparplanlösungen. Wer junge Kundinnen und Kunden auf diese Weise früh gewinnt, hat die Chance auf langfristige Beziehungen über alle finanziellen Lebensphasen hinweg. Gerade in wirtschaftlich unsicheren Zeiten wächst bei jungen Menschen das Bedürfnis nach Orientierung, Stabilität und einem verlässlichen Partner an ihrer Seite. Das erfüllen die Sparkassen: Wir sind digital und vor Ort.

Welche Rolle spielt bei all diesen Überlegungen in Zukunft die Filiale vor Ort?

→ **Schmalzl:** Filialen bleiben wichtige Orte für Orientierung, Beratung und Vertrauensbildung. Viele Kundinnen und Kunden wünschen sich gerade bei komplexen Finanzthemen weiterhin persönliche Ansprechpartner. Die Stärke des Sparkassenmodells liegt im Zusammenspiel von persönlicher und digitaler Nähe. Mit rund 10.500 Standorten verfügen die Sparkassen weiterhin über das dichteste Netz in Deutschland. Für 90 Prozent der Bevölkerung ist eine Sparkasse in weniger als acht Minuten erreichbar. Anpassungen im Filialnetz erfolgen dort, wo sich Beratungs- und Serviceangebote sinnvoll bündeln lassen. Gleichzeitig gewährleisten digitale Angebote, SB-Standorte und mobile Lösungen wie etwa der Sparkassenbus eine flächendeckende Versorgung.

Wir haben jetzt viel über die Angebote an junge Menschen als Kunden gesprochen. Wie gewinnen Sie die Gen Z als Arbeitgeber?

→ **Schmalzl:** Die Sparkassen verbinden Sicherheit, gesellschaftliche Verantwortung und eine moderne Arbeitskultur. Die Erwartungen an Arbeitgeber in dieser Generation sind hoch: Entwicklungsmöglichkeiten, moderne digitale Arbeitsumgebungen, flexible Arbeitsmodelle und mobiles Arbeiten werden vorausgesetzt. Die Sparkassen investieren hier gezielt. Künstliche Intelligenz wird zunehmend Teil des Arbeitsalltags und soll Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter unterstützen. Gleichzeitig investieren die Sparkassen

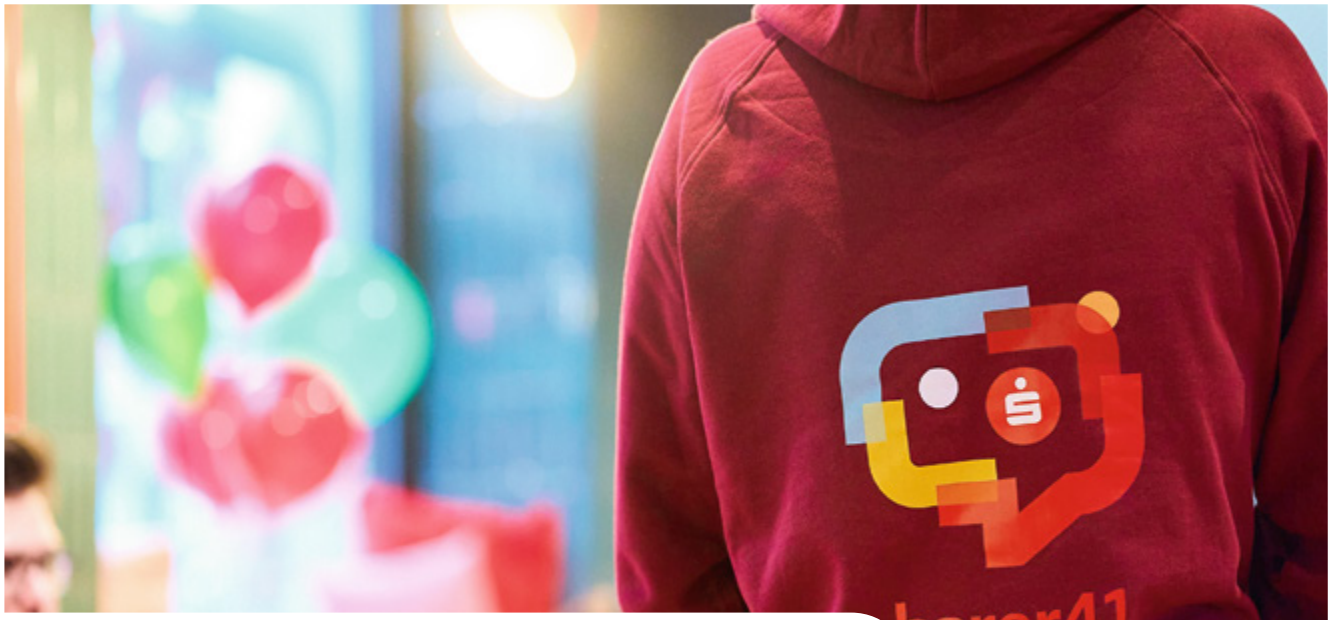
» Unser Ziel ist eine exzellente und durchgängige Kundenerfahrung über alle Kontaktwege hinweg. «

Dr. Joachim Schmalzl, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des DSGV

weiterhin stark in Ausbildung und Nachwuchsförderung. Die Zahl der Auszubildenden wurde zuletzt deutlich gesteigert: Zum Jahresende 2025 waren rund 15.030 Auszubildende in den Sparkassen beschäftigt, was einem Anstieg um 9,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Ein besonders deutliches Signal liefert die Entwicklung der Bewerberzahlen: Die Bewerbungen für Ausbildungsplätze stiegen um 33,9 Prozent, nachdem bereits 2024 ein starkes Wachstum verzeichnet worden war. Der öffentliche Auftrag und das regionale Engagement schaffen gesellschaftliche Relevanz und Identifikation, gerade für junge Menschen. Das zeigen auch die Angebote der Deutschen Sparkassenstiftung für internationale Kooperation (DSIK) im Ausland, etwa der Einsatz junger Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Sparkassen-Finanzgruppe in nachhaltigen Projekten weltweit. Die Verbindung aus Stabilität, Zukunftssicherheit und Innovationsfähigkeit bleibt ein wichtiger Wettbewerbsvorteil im Arbeitsmarkt.

Wie geht es mit dem Multikanalansatz weiter?

→ **Schmalzl:** Der Multikanalansatz ist kein Übergangsmodell, sondern eine langfristige strategische Entscheidung. Banking bleibt vielfältig, weil Menschen vielfältige Bedürfnisse haben. Persönliche Beratung und digitale Leistungsfähigkeit werden künftig noch stärker zusammenwachsen. Unser Ziel ist ein integriertes Kundenerlebnis über alle Kontaktwege hinweg. Menschen erwarten Wahlfreiheit statt fester Kanalvorgaben. Strategisch entscheidend bleibt die Verbindung aus digitaler Geschwindigkeit, persönlicher Orientierung, Vertrauen und Sicherheit sowie transparenter Selbstbestimmung. KI-gestützte Services und digitale Assistenten werden dabei künftig eine größere Rolle spielen, etwa bei der Informationssuche, in Serviceprozessen oder bei individualisierten Angeboten. Gleichzeitig bleibt die persönliche Beratung ein zentraler Bestandteil des Sparkassenmodells. Unser Ziel bleibt eine robuste, relevante und zukunftsfähige Sparkasse, gerade auch für jüngere Generationen.



PERSPEKTIVE FINANZPARTNER

Mehr Hoodies, weniger Anzugträger

Konzeptfilialen wie die „barer41“ der Stadtsparkasse München sind konsequent auf die Bedürfnisse von Gen Z und Alpha ausgerichtet.

Spezielle Filialkonzepte für junge Menschen gewinnen in der Sparkassen-Finanzgruppe zunehmend an Bedeutung. Sie stehen für neue Wege in der Ansprache, die sich konsequent an den Lebenswelten junger Generationen orientieren – mit einem stärkeren Fokus auf Begegnung, Begleitung und finanzielle Bildung. Wie ein solcher Ansatz konkret aussehen kann und welchen Mehrwert er für junge Kunden bietet, zeigt das Beispiel der „barer41“ der Stadtsparkasse München im Univiertel der Maxvorstadt.

Jonas ist überrascht. Eigentlich wollte er nur mal vorbeischauen, ein Freund hatte ihm von einer ehemaligen Filiale im Univiertel erzählt. Doch was der 22-jährige Student in der Barer Straße 41 sieht, hat mit dem Bild, das er bisher von einer Sparkasse hatte, wenig zu tun. Es gibt keine Schalter und keine typische Filialatmosphäre. Stattdessen gibt es eine offene Fläche, eine Café-Theke statt eines Bankschalters, bequeme Sessel, Studierende mit Laptops und junge Sparkassenmitarbeitende in Hoodies mit Logo statt im Anzug. Wände und Säulen sind dunkelgrün gekachelt, Leitungen und Rohre laufen frei unter

der Decke. Bekannt ist nur das Sparkassen-Rot: Deckenbalken, Sofas, Servietten und sogar die Kacheln der Toiletten sind in der prägnanten Farbe gestaltet. „Ich dachte erst, ich bin im falschen Gebäude“, bekannte Jonas, der nach diesem ersten Besuch inzwischen auch Sparkassen-Kunde geworden ist. „Das fühlte sich eher an wie ein Café als wie eine Bank.“

Was Jonas erlebte, ist gewollt. Mit der „barer41“ – der Name ist schlicht die Adresse – geht die Stadtsparkasse München bewusst neue Wege, um junge Menschen anzusprechen. Die im Februar 2024 eröffnete „Filiale“ richtet sich vor allem an Studierende, Auszubildende und Berufseinsteiger. Sie versteht sich weniger als klassische Bankfiliale, sondern als Ort der Begegnung, der Orientierung und der finanziellen Bildung.

Junge Menschen, die Handyfotos oder Selfies machen, kein seltener Anblick in der „barer41“

Ein Raum für Austausch und Orientierung

Die Lage im Münchner Univiertel ist kein Zufall. Hier, zwischen Hörsälen, Bibliotheken und Cafés, ist der Alltag der Zielgruppe. Die „barer41“ fügt sich bewusst in dieses Umfeld ein. Auf rund 240 Quadratmetern ist auf der Grundlage einer alten, traditionellen Filiale durch einen Totalumbau neuer Raum entstanden, der flexibel genutzt werden kann: für Gespräche, für konzentriertes Arbeiten oder für Veranstaltungen mit bis zu 60 Personen. „Wir wollten einen Ort schaffen, an dem junge Menschen sich wohlfühlen und gerne aufhalten – ganz ohne klassische Bankbarrieren“, sagt die Bereichsleiterin der Studentenberatung Sabine Derheld von der Stadtsparkasse München. „Finanzthemen kommen oft dann ins Spiel, wenn sich im Leben etwas verändert. Genau in diesen Momenten wollen wir Ansprechpartner auf Augenhöhe sein.“

Die „barer41“ versteht sich damit als „Raum für frische Ideen“. Ein Motto, das nicht von ungefähr kommt, denn es zeigt sich auch im Alltag: Studierende nutzen als Besonderheit die beiden zugehörigen, kostenfrei buchbaren Projekträume mit Topausstattung für Gruppenarbeiten, andere kommen zum Lernen vorbei, wieder andere gezielt zur Beratung. Kaffee, WLAN und eine offene Atmosphäre gehören selbstverständlich dazu. Gleichzeitig bleibt die „barer41“ für alle offen – auch für ältere Kundinnen und Kunden, deren Anliegen bei Bedarf an andere Einheiten weitergeleitet werden.

Längerfristige Begleitung

Im Zentrum steht jedoch die persönliche Begleitung auf Augenhöhe. Die Themen reichen weit über klassische Bankgeschäfte hinaus. Steuererklärung im Studium, erste Schritte an der Börse oder Fragen zur Unternehmensgründung gehören ebenso dazu wie die grundlegende Orientierung in Finanzfragen. Jonas ist ein Beispiel dafür. Lange hatte er sein Erspartes einfach auf dem Girokonto liegen. „Ich wollte eigentlich irgendwann mal investieren, aber so richtig durchgestiegen bin ich nie“, erzählt er. In einem Beratungsgespräch in der „barer41“ wurde ihm verständlich erklärt, wie Fonds und ETFs funktionieren und wie sich auch mit kleinen Beträgen Vermögen aufbauen lässt. Heute investiert er monatlich

» Wir wollten einen Ort schaffen, an dem junge Menschen sich wohlfühlen und gerne aufhalten – ganz ohne klassische Bankbarrieren. «

Sabine Derheld,
Bereichsleiterin der Studentenberatung
Stadtsparkasse München

»
Ich dachte erst, ich bin im falschen Gebäude.
«

Jonas,
Student und heutiger „barer41“-Kunde

Kurzprofil Stadtsparkasse München

Die Stadtsparkasse München wurde 1824 gegründet und gehört heute zu den führenden Finanzinstituten im Privat- und Firmenkundengeschäft der Stadt. Im Geschäftsjahr 2025 erzielte sie einen Jahresüberschuss von 48 Millionen Euro. Mit einer Bilanzsumme von 24 Milliarden Euro ist sie die viertgrößte Sparkasse Deutschlands. Die Stadtsparkasse München beschäftigt 2.376 Mitarbeitende, darunter 272 Auszubildende, und betreibt 41 Filialen im Stadtgebiet. 2025 unterstützte sie 257 gemeinnützige Projekte mit mehr als drei Millionen Euro.

↘ www.sskm.de

40 Euro in einen Fonds- und ETF-Sparplan. „Ich hätte nie gedacht, dass es so unkompliziert geht. Endlich verstehe ich, wie langfristiges Sparen wirklich funktioniert.“ Für ihn ist das nicht nur eine finanzielle Entscheidung, sondern auch ein Stück Sicherheit für die Zukunft.

„Viele junge Menschen kommen mit ähnlichen Fragen zu uns“, betont Sabine Derheld. „Es geht selten nur um ein Produkt. Es geht darum, Zusammenhänge verständlich zu machen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln, die zur jeweiligen Lebenssituation passen.“ Die Gespräche seien oft der Einstieg in eine längerfristige Begleitung.

Ein Ort für mehr als Beratung

Dass diese Form der Ansprache ankommt, zeigt sich auch an der Nutzung. Die „barer41“ hat sich in den Jahren seit ihrer Eröffnung schnell als Treffpunkt etabliert. Veranstaltungen, Workshops und Vorträge sind ein zentraler Bestandteil des Konzepts. Themen wie Investmentstrategien, Steuerfragen oder persönliche Weiterentwicklung stehen dabei ebenso auf dem Programm wie informellere Formate.

Die hohe Nachfrage bestätigt den Ansatz: Die Projekt- und Lernräume sind nahezu vollständig ausgelastet, insbesondere zur Prüfungszeit am Semesterende. Für viele Besucherinnen und Besucher ist die Filiale damit mehr als ein Ort für Finanzfragen – sie wird Teil ihres Alltags. Auch Lena, 20, Studentin mit Nebenjob, hat diese unkomplizierte Zugangsmöglichkeit erlebt. „Ich wusste einfach nicht, wo ich anfangen soll“, sagt sie rückblickend. Themen wie Absicherung und Vorsorge erschienen ihr zunächst komplex und

Sabine Derheld (Mitte unten) mit ihrem jungen, mehrsprachigen Team vor der Theke der „barer41“

Die Einrichtung und das Design der „barer41“ sind bewusst farbenfroh und modern angelegt.

»
Es geht selten nur um ein Produkt. Es geht darum, Zusammenhänge verständlich zu machen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln, die zur jeweiligen Lebenssituation passen.
«

Sabine Derheld,
Bereichsleiterin der Studentenberatung Stadtsparkasse München

unübersichtlich. In der „barer41“ entwickelte sie gemeinsam mit einem Berater bzw. einer Beraterin eine Lösung, die zu ihrer Situation passt: eine Kombination aus Haftpflichtversicherung und einem frühen Einstieg in ein Lebenskonto über ETFs. „Es ist toll, dass mir alles so einfach erklärt wurde“, sagt sie. „Ich fühle mich jetzt abgesichert und weiß, dass ich früh für die Zukunft vorsorge.“ Für Lena war die Beratung ein wichtiger Schritt, sich selbstbewusst mit ihren Finanzen auseinanderzusetzen.

Digitale Lösungen selbstverständlich integriert

So persönlich die Beratung vor Ort ist, so selbstverständlich sind digitale Angebote Teil des Gesamterlebnisses. Die App „Sparkasse“ bildet für viele junge Kundinnen und Kunden den zentralen Zugang zu ihren Finanzen. Funktionen wie Wero für schnelle Handy-zu-Handy-Zahlungen und das Wertpapierdepot S-Neo für Anlegerinnen und Anleger, die ihre Investments eigenständig steuern möchten, ergänzen das Angebot. Auch digitale Vermögenslösungen wie Smart-Vermögen lassen sich nahtlos integrieren.

Die „barer41“ zeigt, wie diese Kanäle zusammenwirken: als Verbindung aus persönlicher Nähe und digitaler Flexibilität. Beratungsgespräche können vor Ort stattfinden, werden aber bei Bedarf auch über Video, Chat oder Telefon geführt. Die „barer41“ ist damit kein Gegenentwurf zur digitalen Welt, sondern eine Ergänzung.

Neue Wege, klare Haltung

Mit Konzepten wie der „barer41“ reagieren die Sparkassen auf veränderte Erwartungen junger Menschen. Generationen wie Z und Alpha sind mit digitalen Angeboten aufgewachsen, suchen aber gleichzeitig Orientierung und persönliche Ansprache, insbesondere bei komplexen Finanzthemen. „Unser Anspruch ist es, junge Menschen frühzeitig zu begleiten und ihnen Sicherheit zu geben“, erklärt Sabine Derheld. „Dafür müssen wir auch neue Wege gehen – in der Ansprache, in den Formaten und in der Gestaltung unserer Standorte.“

Die Stadtsparkasse München sammelt mit der „barer41“ bewusst Erfahrungen. Doch es hat sich schon gezeigt, dass das Konzept funktioniert: als Ort, an dem Beratung nicht nur stattfindet, sondern Teil des Lebens wird. Für Jonas ist das längst selbstverständlich geworden. Die „barer41“ ist für ihn heute mehr als eine „Bankfiliale“: „Ich komme manchmal auch einfach so vorbei“, erklärt er. „Zum Lernen oder um jemanden zu treffen. Und wenn ich eine Frage habe, ist immer jemand da, der sie mir schnell beantwortet.“

Konzeptfilialen: „barer41“ und Co.

Mit der 2024 eröffneten „Filiale“ barer41 ist die Stadtsparkasse München bewusst neue Wege gegangen. Die Räume einer umgebauten traditionellen Filiale wurden unter dem Motto „Raum für frische Ideen“ als Beratungstreffpunkt für die junge Generation konzipiert. Zum Angebot gehören deshalb auch Events, Workshops und kostenlos mietbare Projekträume. Ähnliche Ansätze bei jungen Filialen der anderen Art verfolgen auch weitere Sparkassen, zum Beispiel unter den Namen „maxxs.“ in Bad Hersfeld, „Smoney“ in Düsseldorf oder „Klub zur hohen Kante“ in Berlin.

↘ https://www.sskm.de/de/home/privatkunden/junge-kunden/barer41.html

PERSPEKTIVE ARBEITGEBER

Die Jungen ranlassen

Erfolgreiche Azubi-Filialen wie die von der Sparkasse Leipzig punkten intern wie extern

Azubi-Filialen sind bei vielen Sparkassen in Deutschland fester Bestandteil moderner Ausbildungskonzepte. Sie stehen für das Lernen im realen Arbeitsumfeld, bei dem Auszubildende früh Verantwortung übernehmen und eigenständig im Kundenkontakt arbeiten. Wie dieses Modell funktionieren kann und warum es sowohl für Nachwuchskräfte als auch für Kunden Mehrwerte bietet, zeigt das Beispiel der Sparkasse Leipzig, die 2026 ihr 200-jähriges Bestehen feiert.

Wenn Kunden das Finanz-Center Hainstraße der Sparkasse Leipzig betreten, zeigt sich ihnen auf den ersten Blick das vertraute Bild einer modern gestalteten Sparkassenfiliale. Auf den zweiten Blick fällt jedoch auf: Hier beraten vor allem junge Menschen. Willkommen in der Azubi-Filiale!

Verantwortung von Anfang an

Nach einer erfolgreichen Pilotphase 2023 wurde die Azubi-Filiale Anfang 2024 als feste Ausbildungsstation etabliert. Die Idee dahinter ist so einfach wie wirkungsvoll: Auszubildende sollen ihr Wissen nicht nur theoretisch erwerben, sondern möglichst früh im direkten Kundenkontakt anwenden. Das Besondere dabei: Das Konzept wurde im Rahmen eines Workshops von den Auszubildenden selbst mitentwickelt. Heute ist die Filiale ein fester Bestandteil der Ausbildung. Rund 30 Nachwuchskräfte aus dem 1. oder 2. Lehrjahr durchlaufen sie jährlich jeweils für bis zu neun Wochen und übernehmen – je nach Ausbildungsstand – unterschiedliche Rollen: von der Organisation von Beratungsterminen über Serviceaufgaben bis hin zur eigenständigen Kundenberatung und sogar zur Filialleitung auf Zeit.

Damit wird die Filiale zu einem echten Lernort im Tagesgeschäft. Die Auszubildenden arbeiten mit einem festen Kundenstamm, planen Abläufe im Team und organisieren interne Prozesse eigenverantwortlich. Gleichzeitig werden sie systematisch auf ihre späteren Aufgaben vorbereitet, etwa als Privatkundenberaterinnen und -berater. „Die Auszubildenden von heute sind unsere Fach- und Führungskräfte von morgen.

MICK JUNGMANN,
2023 IM TEAM DER AZUBI-FILIALE

»Wir konnten von Anfang an mitgestalten und uns in der Praxis ausprobieren.«

Die Azubi-Filiale war für mich eine der spannendsten Stationen in meiner Ausbildung – vor allem, weil ich schon in der Pilotphase dabei war. Damals war vieles noch neu, und wir mussten gemeinsam herausfinden, wie Abläufe funktionieren und wie wir die Filiale organisieren. Diese Aufbauphase und das gemeinsame Entwickeln von Strukturen haben den Reiz für mich ausgemacht. Zudem kommt man früh ins eigenständige Arbeiten und führt Beratungsgespräche ohne direkten „Aufpasser“. Das freie Ausprobieren im echten Kundengespräch hat mir besonders geholfen, schnell sicherer zu werden.

Am meisten hat mir die Eigenständigkeit gefallen. Gemeinsam mit den anderen Azubis konnten wir unsere eigenen Ideen einbringen und überlegen, wie wir die Filiale gestalten. Auch das Feedback der jungen Kunden war sehr positiv. Die Gespräche auf Augenhöhe und die schnelle gemeinsame Wellenlänge haben vieles erleichtert. Ich finde es gut, dass die Azubi-Filiale heute ein fester Bestandteil der Ausbildung ist.

25 Azubis der Sparkasse Leipzig feierten im März den erfolgreichen Abschluss ihrer Ausbildung. Mit dabei: Dr. Harald Langenfeld (re.), Vorsitzender des Vorstandes und Vorstandsmitglied Andreas Nüdling (li.).

Entsprechend investieren wir gezielt in ihre Ausbildung und die Azubi-Filiale ist dabei für uns eine Art Lernlabor“, erklärt Sandra Glimm, Gruppenleiterin Ausbildung und Personalentwicklung bei der Sparkasse Leipzig. „Hier können die Auszubildenden Verantwortung übernehmen, Entscheidungen treffen und direkt erleben, was ihr Handeln für Kundinnen und Kunden bedeutet.“

Dabei bleibt die Qualität jederzeit gesichert. Hinter den Kulissen begleiten erfahrene Kundenberater die Arbeit der Nachwuchskräfte, geben Feedback und greifen unterstützend ein, wenn es erforderlich ist. So entsteht ein Lernumfeld, das Eigenverantwortung fördert und gleichzeitig Sicherheit bietet.

Lernen im Miteinander

Ein wichtiges Element des Konzepts ist auch der strukturierte Wissenstransfer zwischen den Azubi-Generationen in der Filiale. Jede neue Gruppe wird im Rahmen eines Eröffnungsworkshops von der vorherigen eingearbeitet. Gemeinsam mit Ausbildern und erfahrenen Beratern werden Abläufe, Kundenstrukturen und bewährte Vorgehensweisen übergeben. Regelmäßige Feedback-Sessions machen Erfolge sichtbar. Auf diese Weise entsteht ein kontinuierlicher Lernprozess, der Erfahrungen sichert und die Qualität der Ausbildung weiterentwickelt.

Im Mittelpunkt der Azubi-Filiale steht die Beratung auf Augenhöhe. Das Angebot richtet sich bewusst an junge Kunden, die hier auf Gleichaltrige treffen. Die Gespräche verlaufen häufig offener und direkter – ein Vorteil gerade bei ersten finanziellen Entscheidungen. Die positive Resonanz bestätigt das Konzept. Viele Kunden erleben die Beratung als besonders zugänglich und persönlich. Neben klassischen Finanzthemen erhalten sie auch Unterstützung bei Fragen rund um den Alltag: von der ersten eigenen Wohnung über Mobilität bis hin zu praktischen Tipps zum Leben in Leipzig und der Region.

MARIE ERMISCH,
2025 IM TEAM DER AZUBI-FILIALE

»In der Azubi-Filiale lernt man, eigenständig Lösungen zu finden und daran zu wachsen.«

Für mich war die Azubi-Filiale eine wichtige Erfahrung, weil man dort wirklich merkt, wie sich der Berateralltag anfühlt. Besonders prägend war für mich, dass man viele Situationen selbst lösen muss. Dieses eigenständige Finden von Lösungen und die persönliche Weiterentwicklung haben mich am meisten vorangebracht.

Das hat sich auch im Alltag gezeigt. Mehr Mut, Selbstbewusstsein und ein sicheres Auftreten haben mir geholfen, Gespräche aktiv zu führen und meinen eigenen Beratungsstil zu entwickeln. Die Rolle als Projektleiterin gab mir die Möglichkeit, Kompetenzen wie die Planung, Strukturierung und Organisierung von Projekten zu erwerben. Die Zusammenarbeit im Team war ebenfalls wichtig. Der enge Austausch und das gemeinsame Lernen haben den Zusammenhalt gestärkt. Insgesamt hat mich die Zeit in der Azubi-Filiale fachlich und persönlich weitergebracht.

Kurzprofil Sparkasse Leipzig

Mit einer Bilanzsumme von rund 12,1 Milliarden Euro und über 570.000 Privat- und Firmenkunden ist die Stadt- und Kreissparkasse Leipzig der wichtigste Finanzdienstleister in der Stadt und den Landkreisen Nordsachsen und Leipzig. Im Jahr 1826 gegründet, feiert sie 2026 unter dem Motto „Gemeinsam stark für morgen“ ihr 200-jähriges Bestehen und zählt heute zu den größten Sparkassen Deutschlands. Das Finanzinstitut beschäftigt mehr als 1.400 Mitarbeitende und verfügt im Geschäftsgebiet über 65 Finanz- und Beratungs-Center inklusive einer Azubi-Filiale.

↘ sparkasse-leipzig.de

↘ 200 Jahre Sparkasse Leipzig: Gemeinsam stark für morgen.

„Wir erleben, dass junge Kunden sehr offen auf dieses Angebot reagieren“, sagt Silvia Zetzsche, Ausbilderin bei der Sparkasse Leipzig „Die Beratung durch Gleichaltrige schafft Vertrauen und erleichtert den Einstieg in Finanzthemen.“

Praxisnahe Ausbildung stärkt Bindung

Für die Sparkasse Leipzig mit fast 110 jungen Menschen in Ausbildung im Jahr 2025 zahlt sich dieser Ansatz auch langfristig aus. Die frühe Übernahme von Verantwortung und das direkte Erleben von Beratungssituationen stärken die Identifikation mit dem Unternehmen. Das wirkt sich spürbar auf die Bindung aus: Die Übernahmequote liegt aktuell bei 88 Prozent. Die Azubi-Filiale trägt dazu bei, indem sie praxisnahe Ausbildung mit persönlicher Entwicklung verbindet und Perspektiven in der Sparkasse aufzeigt.

Standort in bester Lage: Im Herzen der Stadt beraten die Nachwuchskräfte der Sparkasse Leipzig ihre Kunden.

Gerade im Jubiläumsjahr 2026 wird damit deutlich, wie die Sparkasse Leipzig Tradition und Zukunft zusammenführt: mit einem klaren Fokus auf die Förderung junger Menschen und mit Konzepten wie der Azubi-Filiale, die Verantwortung nicht nur vermittelt, sondern erlebbar macht.

CHRISTOPH SCHULZ, 2023 IM TEAM DER AZUBI-FILIALE

»Wir haben nicht nur mitgearbeitet, sondern das Konzept aktiv mit aufgebaut.«

Ich war in der Pilotphase der Azubi-Filiale dabei und bin stolz, zu ihrer Realisierung beigetragen zu haben. Vieles war noch nicht festgelegt, und wir mussten gemeinsam Lösungen entwickeln. Dieses Mitgestalten und der Blick auf das große Ganze haben mich besonders geprägt.

Spannend war für mich auch, das Konzept im Haus zu vertreten. Ich habe vor Filialleiterinnen und Filialleitern präsentiert und die Idee der Azubi-Filiale vorgestellt – eine aufregende Erfahrung. Auch bei den Kundinnen und Kunden ist das Konzept gut angekommen. Einige kamen bewusst wegen der Azubi-Filiale, und einzelne Kontakte bestehen bis heute. Heute arbeite ich als Ausbildungsbeauftragter und erlebe, wie die nächsten Generationen diese Station durchlaufen. Dabei wird für mich die nachhaltige Wirkung dieses Konzepts besonders deutlich.

Kurzprofil Sparkasse Leipzig Azubi-Filiale

Nach einer erfolgreichen Pilotphase ist die Azubi-Filiale der Sparkasse Leipzig seit 2024 eine feste Ausbildungsstation für angehende Bankkaufleute des Unternehmens. Als Ganzjahres-Standort ausgelegt, zählen standardmäßig je drei Auszubildende des 1. und 2. Ausbildungsjahres zum Filialteam. Damit ist die Sparkasse Leipzig das erste und bisher einzige Institut in Sachsen, das eine solche Filiale permanent führt. Das Azubi-Team vor Ort, das hinter den Kulissen von einem erfahrenen Kundenberater begleitet wird, legt ein besonderes Augenmerk auf die Beratung von Gleichaltrigen. Aber auch ältere Kunden erwartet das gewohnte Serviceangebot.

↘ www.sparkasse-leipzig.de/de/home/privatkunden/junge-kunden/azubi-filiale.html

PERSPEKTIVE ARBEITGEBER

Entwicklungsmöglichkeiten auch international

Den eigenen Horizont erweitern durch die Mitarbeit an weltweiten Projekten der Deutschen Sparkassenstiftung

Ob in Afrika, Asien oder Lateinamerika: Die Deutsche Sparkassenstiftung für internationale Kooperation (DSIK) steht seit mehr als 30 Jahren für den Transfer von Sparkassenwissen in Entwicklungs- und Schwellenländer. Dort stärkt sie die Finanzsysteme, ermöglicht finanzielle Inklusion und trägt so zur wirtschaftlichen Entwicklung bei. Gleichzeitig eröffnet sie in ihren Projekten insbesondere jüngeren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Sparkassen-Finanzgruppe neue Perspektiven durch gezielte Auslandseinsätze.

Aktuell führt die Deutschen Sparkassenstiftung in 51 Ländern rund 50 Projekte durch. Reichlich Gelegenheit für engagierte Nachwuchsführungskräfte, an den globalen Standorten der DSIK-Teams im Rahmen mehrwöchiger Auslandseinsätze internationale Erfahrungen zu sammeln und ihre fachlichen sowie persönlichen Kompetenzen gezielt weiterzuentwickeln. Die DSIK hat dazu zwei Maßnahmen aufgelegt.

Personalförderprogramm seit 2013

Im Mittelpunkt steht das 2013 initiierte Personalförderprogramm, das vom Förderkolleg der Stiftung für die Wissenschaft unterstützt wird. Es richtet sich an besonders leistungsstarke Nachwuchsführungskräfte und Fachpersonal der Sparkassen-Finanzgruppe, die entweder derzeit in Mitgliedsinstituten der DSIK arbeiten oder als Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Förderkollegs eine Hochschulausbildung absolvieren. Die

Bewerbung erfolgt individuell: Interessierte reichen ihre Unterlagen direkt bei der DSIK ein und durchlaufen ein mehrstufiges Auswahlverfahren. Voraussetzung sind neben einer bankfachlichen Ausbildung auch sehr gute Englischkenntnisse, internationale Offenheit und die Unterstützung des entsendenden Instituts. Die ausgewählten Teilnehmerinnen und Teilnehmer arbeiten für vier bis acht Wochen in bestimmten Projekten der DSIK mit, in denen sie ihre Expertise am besten einbringen können. Die Organisation und die Kosten werden von der DSIK übernommen. Seit dem Start des Programms wurden insgesamt 164 Auslandseinsätze realisiert – bei wachsender Nachfrage und steigenden Bewerberzahlen.

Die passende Ergänzung dieses Angebots ist seit 2025 das Personalförderprogramm Plus. Es richtet sich gezielt an die Personalbereiche der Mitgliedsinstitute der DSIK und erweitert die Möglichkeiten der strategischen Personalentwicklung. Anders als beim klassischen Programm erfolgt die Bewerbung nicht durch Einzelpersonen, sondern über die Institute selbst. Diese wählen geeignete Mitarbeitende oft im Rahmen einer internen Ausschreibung aus und reichen die Bewerbungen bei der DSIK ein. Die Dauer der Einsätze liegt bei vier bis sechs Wochen, die Kosten werden über ein transparentes Pauschalmodell vom jeweiligen Institut getragen. Die DSIK übernimmt Organisation, fachliche Begleitung sowie die weltweite Einbindung in passende Projekte.

Beide Programme verfolgen ein gemeinsames Ziel: den Teilnehmerinnen und Teilnehmern neue Perspektiven zu eröffnen und die Sparkassenidee in die globale Entwicklung einzubringen. Während das Personalförderprogramm als Stipendienmodell individuelle Talente fördert, stärkt das Programm Plus gezielt die Personalentwicklung in den Instituten und zahlt zugleich auf deren Attraktivität als Arbeitgeber ein.

Seit mehr als 30 Jahren führt die Deutsche Sparkassenstiftung weltweit erfolgreich Trainings zur finanziellen und unternehmerischen Bildung mit dem Wissen aus der Sparkassen-Finanzgruppe durch. Zum einen mit Mitarbeitenden von Finanzinstitutionen, aber auch mit der lokalen Bevölkerung.

Alle Beteiligten profitieren

Die Nachfrage bestätigt den Ansatz: Für das Jahr 2026 wurden rund 70 Bewerbungen für beide Programme verzeichnet. Insgesamt können jährlich etwa 25 Teilnehmerinnen und Teilnehmer einen Auslandseinsatz absolvieren, davon rund ein Drittel über das Programm Plus. Eingesetzt werden sie in ausgewählten Projekten der DSIK immer dort, wo ihr Know-how besonders gebraucht wird. Für die Sparkassen-Finanzgruppe entsteht so ein doppelter Mehrwert. Die internationalen Projekte profitieren von der praktischen Erfahrung der entsandten Fachkräfte. Gleichzeitig kehren diese mit neuen Perspektiven, interkulturellen Kompetenzen und einem geschärften Verständnis für die Rolle der Sparkassen in einer global vernetzten Welt zurück. Internationale Entwicklungsmöglichkeiten sind damit zu einem festen Bestandteil moderner Personalentwicklung geworden.

Die Deutsche Sparkassenstiftung stärkt Finanzverbände und Mikrofinanzinstitutionen mit professioneller Beratung. Gemeinsam werden z. B. neue digitale und nachhaltige Finanzprodukte entwickelt, von denen die lokale Bevölkerung profitiert.

Stimmen von Absolventen des Personalförderprogramms

Ob Sparkasse, Leasinggesellschaft oder Dienstleiter aus der Sparkassen-Finanzgruppe, ob duales Studium oder bereits feste berufliche Position, ob Laos, Malawi, Mexiko oder Ruanda: Lena Abb, Yasmin Bade, Janine Max, Denise Meyer und Maiko Stelter erzählen von ihren Auslandseinsätzen – Beweggründe, Eindrücke, Erkenntnisse …

Vier Fragen an Yasmin Bade und Maiko Stelter

Yasmin Bade war über die DSIK in **Mexiko**. Sie hat ihre Ausbildung bei der Kreissparkasse Köln absolviert und danach dual Betriebswirtschaftslehre an der Hochschule Bonn-Rhein-Sieg studiert. Sie arbeitet heute als interne Revisorin. Für Maiko Stelter ging es dagegen nach **Ruanda**. Er wurde an der Sparkasse Lüneburg ausgebildet und schloss danach ein duales Studium in Banking & Sales an derHochschule für Finanzwirtschaft & Management in Bonn ab. Stelter ist heute Leiter der Corporate-Finance-Abteilung der Sparkasse.

Warum haben Sie sich beim Personalförderprogramm der DSIK beworben?

→ **Yasmin Bade:** Ich habe mich 2023 beworben, weil ich meine persönlichen und beruflichen Erfahrungen und Kenntnisse gerne in einem Projekt der DSIK einbringen wollte. Außerdem wollte ich meine Komfortzone verlassen, indem ich an einem wahrscheinlich mir noch unbekannten Ort neue Aufgaben übernehme und dabei nicht in meiner Muttersprache kommuniziere.

→ **Maiko Stelter:** Meine Motivation für die Bewerbung im Jahr 2024 basierte sowohl auf persönlichen Erfahrungen als auch auf einer klaren inhaltlichen Überzeugung. Bereits 2022 hatte ich im Rahmen meines Masterstudiums die Möglichkeit, für mehrere Monate in Toronto zu studieren und zu leben. Diese Erfahrung wollte ich nun gezielt vertiefen – insbesondere mit Blick auf das Umfeld in einem Entwicklungs- oder Schwellenland. Darauf aufbauend waren für mich drei zentrale Beweggründe ausschlaggebend: erstens die Möglichkeit, mit meinem Wissen im Rahmen von Entwicklungsarbeit einen konkreten Beitrag zu leisten, zweitens die Chance, unseren Sparkassengedanken und damit unseren gesellschaftlichen Auftrag auch international weiterzugeben, und drittens die Aussicht, dass ein solcher Einsatz die ideale Umgebung für eine intensive persönliche und fachliche Weiterentwicklung ist.

Kurzprofil Deutsche Sparkassenstiftung

Die Deutsche Sparkassenstiftung für internationale Kooperation (DSIK) ist die entwicklungspolitische gemeinnützige Organisation der Sparkassen-Finanzgruppe. Sie trägt die deutsche Sparkassenidee mit der Erfahrung aus 200 Jahren in die Welt. Ihr Ziel ist es, die regionale Wirtschaftsentwicklung und finanzielle Infrastruktur in Entwicklungs- und Schwellenländern zu stärken sowie den Menschen Zugang zu Finanzdienstleistungen zu ermöglichen. Dazu hat die DSIK seit ihrer Gründung 1992 rund 250 Projekte in über 100 Ländern umgesetzt.

↘ www.sparkassenstiftung.de

Maiko Stelter

Was war das Highlight Ihres Aufenthalts?

→ **Bade:** Die Menschen und die Kultur vor Ort waren mein Highlight. Ich habe viele nette und hilfsbereite Menschen kennengelernt und wurde sehr gut vom DSIK-Team in Mexiko aufgenommen.

»
*Der Aufenthalt in **Mexiko** war für mich eine prägende Erfahrung. Ich durfte meine Expertise im internationalen Kontext einbringen und zugleich neue fachliche wie kulturelle Perspektiven gewinnen. Besonders der offene Austausch und das Vertrauen im Team haben mir gezeigt, dass nachhaltige Transformation durch Zusammenarbeit über Grenzen hinweg möglich wird. Ich nehme aus dem Programm wertvolle Impulse und große Motivation mit und kann es allen empfehlen, die Nachhaltigkeit aktiv mitgestalten und über den eigenen Horizont hinausdenken möchten.*
«

Denise Meyer
Managerin für Nachhaltigkeitsmanagement, Deutscher Sparkassenverlag, Einsatz in Mexiko für sechs Wochen

Yasmin Bade

Ein weiteres Highlight war auch mein Vortrag vor den Mitarbeitenden einer Caja, also lokalen Sparkasse, zur dualen Ausbildung. Er hat mir vor Augen geführt, wie wichtig die Arbeit der DSIK ist und wie sehr ich meine Spanischkenntnisse bereits in kurzer Zeit verbessern konnte.

→ **Stelter:** Ein einzelnes Highlight herauszustellen, fällt mir schwer. Vielmehr war es die Kombination aus fachlichen und persönlichen Erfahrungen, die den Aufenthalt in Ruanda so besonders gemacht hat. Im Rahmen des Projektalltages hat mich vor allem das außergewöhnlich hohe Interesse an den Inhalten beeindruckt. Der Wissensdurst sowie die hohe Eigenmotivation der Projektteilnehmer waren bemerkenswert. Es hat einfach Spaß gemacht, Dinge gemeinsam voranzutreiben. Persönlich haben mich insbesondere die bewegende Geschichte des Landes, Natur und Kultur sowie die Offenheit der dort lebenden Menschen nachhaltig geprägt.

Hat der Auslandseinsatz Ihre Erwartungen erfüllt?

→ **Bade:** Ja, eindeutig. Ich durfte sechs Wochen in einem internationalen Team arbeiten und neue Aufgaben übernehmen, die ich eigenständig bearbeitet habe. Außerdem habe ich viele neue Menschen und Orte kennengelernt – Eindrücke, die mir ohne meinen Auslandsaufenthalt entgangen wären.

→ **Stelter:** Der Auslandseinsatz hat meine Erwartungen nicht nur erfüllt, sondern deutlich übertroffen. Sowohl in fachlicher Hinsicht als auch persönlich konnte ich während der sieben Wochen weit mehr Erfahrungen und Eindrücke sammeln, als ich es im Vorfeld erwartet hatte. Umso dankbarer bin ich meiner Sparkasse Lüneburg, dass sie mir diese Möglichkeit eröffnet hat.

Was haben Sie für Ihr weiteres Berufsleben in Deutschland aus dem Auslandseinsatz mitgenommen?

→ **Bade:** Ich habe mitgenommen, dass man auch mit etwas mehr Flexibilität und Gelassenheit ans Ziel kommt.

→ **Stelter:** Der Auslandseinsatz hat mir vor allem gezeigt, wie wertvoll es ist, Perspektiven bewusst zu wechseln und gewohnte Denkweisen zu hinterfragen. Diese Offenheit nehme ich ganz konkret für meinen weiteren Berufsweg mit. Gleichzeitig hat sich meine Fähigkeit gestärkt, pragmatische und flexible Lösungen zu entwickeln sowie auch unter ungewohnten Rahmenbedingungen handlungsfähig und resilient zu bleiben. Darüber hinaus habe ich ein noch stärkeres Bewusstsein für den gesellschaftlichen Auftrag der Sparkassen gewonnen. Zu sehen, welchen Beitrag funktionierende Finanzstrukturen zur wirtschaftlichen Entwicklung leisten können, hat meinen Blick auf meine eigene Rolle nachhaltig geschärft.

»
*Der Einsatz in **Malawi** war fachlich und persönlich unglaublich bereichernd. Er hat mir gezeigt, wie viel Veränderung durch Zusammenarbeit möglich ist und welche positive Wirkung die Arbeit der DSIK und ihrer lokalen Partner auf das Leben der Menschen vor Ort hat. Die Herangehensweise „Anpacken und zusammen einen positiven Unterschied machen" hat meinen Arbeitsalltag nachhaltig geprägt. Genau deshalb kann ich das Programm sehr empfehlen.*
«

Lena Abb
Senior-Referentin Konzern-Strategie, Deutsche Leasing, Einsatz in Malawi 2025 für sechs Wochen

»
*Mein Einsatz in **Laos** war für mich fachlich wie persönlich eine sehr bereichernde Erfahrung. Ich konnte meine Kenntnisse sinnvoll einbringen und gleichzeitig neue Perspektiven auf internationale Zusammenarbeit und nachhaltige Entwicklung gewinnen. Besonders die Zusammenarbeit mit den Menschen vor Ort hat mich beeindruckt: das offene Miteinander, das gegenseitige Vertrauen und der gemeinsame Wille, Dinge nachhaltig zu bewegen. Der intensive Austausch und das gemeinsame Lernen haben mir neue Perspektiven eröffnet und gezeigt, wie viel entsteht, wenn unterschiedliche Erfahrungen und Kompetenzen zusammenkommen. Das Personalförderprogramm hat mir nicht nur neue fachliche Perspektiven eröffnet, sondern mich auch persönlich bereichert und meinen Blick für globale Zusammenhänge und verantwortungsvolles Handeln nachhaltig geschärft.*
«

Janine Max
Koordination In-/Exkasso, SV SparkassenVersicherung, Einsatz in Laos für sechs Wochen

PERSPEKTIVE BILDUNGSBEGLEITER

Finanzielle Kompetenz lebensnah vermitteln

Lernen, anlegen, gründen: Das Bildungsangebot der Sparkassen-Finanzgruppe ist besonders vielseitig.

Junge Menschen auf ihrem Weg zum Erwachsenwerden unterstützen: Dazu gehört die Vermittlung von ökonomischem Grundwissen für einen verantwortungsvollen Umgang mit Geld. Eine digitale Welt voller Verlockungen und neuer Zahlungsmöglichkeiten kann schnell zu unüberlegten Ausgaben oder auch Schulden führen. Im Rahmen ihres öffentlichen Auftrags fördern die Sparkassen daher die Finanzbildung breiter Bevölkerungskreise – insbesondere junger Menschen – durch ein qualitativ hochwertiges und langfristig angelegtes Bildungsangebot.

Sparkassen-Schulservice: Lernen fürs Leben

„Nicht für die Schule, sondern für das Leben lernen wir." Kaum ein Satz beschreibt den Anspruch des Sparkassen-Schulservice treffender. Die 1975 gegründete Einrichtung, die 2025 ihr 50-jähriges Jubiläum feierte, steht für das langfristige Engagement der Sparkassen-Finanzgruppe in der schulischen Finanzbildung und knüpft an den historischen Gründungsgedanken der Sparkassen an, den Spargedanken sowie die ökonomische Bildung – insbesondere bei der Jugend – zu stärken.

Ziel ist es, Schülerinnen und Schüler frühzeitig zu einem verantwortungsvollen Umgang mit Geld zu befähigen. Im Mittelpunkt stehen alltagsnahe

80.000
jährliche Abrufe digitaler Bildungsmedien

200
Unterrichtsmaterialien zu 26 Themen

400
kostenfreie Schulvorträge pro Jahr

> 50
Jahre schulische Finanzbildung

Kompetenzen: finanzielle Entscheidungen treffen, Einnahmen und Ausgaben im Blick behalten und Überschuldung vermeiden.

„Finanzbildung ist daher eine Schlüsselkompetenz für gesellschaftliche Teilhabe und persönliche Selbstständigkeit", betont Karolin Schriever, Geschäftsführendes Vorstandsmitglied des DSGV. „Mit unseren Bildungsangeboten unterstützen wir Jugendliche dabei, sich praxisnahes Wissen für einen sicheren Umgang mit Geld anzueignen."

Der Sparkassen-Schulservice entwickelt sein kostenloses und werbefreies Angebot kontinuierlich weiter. Neben Unterrichtsmaterialien stehen heute digitale und interaktive Formate sowie Schulvorträge im Mittelpunkt. 2025 wurden allein mit den Vorträgen rund 10.000 Schülerinnen und Schüler direkt erreicht. Die praktische und lebensweltorientierte Wissensvermittlung übernimmt ein kompetentes Team aus Pädagogen, Schuldnerberatern, Juristen und Sparkassenmitarbeitenden.

↘ www.sparkassen-schulservice.de

Planspiel Börse: Learning by doing

Unternehmen und Marktentwicklungen analysieren und dann nachhaltige finanzielle Entscheidungen treffen: Die echte Börse ist kein Spiel. Aber zum Glück gibt es bereits seit 1983 für junge Menschen das Planspiel Börse. Das größte europäische Online-Lernspiel zum Börsengeschehen vermittelt risikolos und praxisnah wirtschaftliche Zusammenhänge rund um Wirtschaft und Kapitalmarkt und bietet so wertvolle Impulse für die persönliche Finanzkompetenz.

Ausrichter sind die Sparkassen in Deutschland und Europa. Unterstützt wird das Bildungsprojekt vom DSGV, von den Regionalverbänden der DekaBank sowie von der Europäischen Sparkassenvereinigung (ESBG).

Das Online-Lernspiel startet jedes Jahr im Herbst in den Kategorien Schüler, Studenten und Sparkassen-Azubis. Während der rund viermonatigen Spielzeit handeln die jungen Menschen in Teams mit fiktivem Startkapital in Echtzeit mit Wertpapieren. Auf diese Weise können sie in einem sicheren Rahmen Finanzwissen erproben und wirtschaftliche Zusammenhänge nicht nur theoretisch verstehen, sondern durch eigenes Handeln unmittelbar erfahren. Durch die Teamarbeit fördert das Planspiel Börse darüber hinaus auch das kooperative Lernen. Dadurch lernen die Teilnehmer nicht nur gemeinsam Strategien zu entwickeln und Verantwortung zu teilen, sondern erwerben auch Grundkenntnisse über die Börse nach dem Prinzip „Learning by doing".

Am Ende der Spielzeit werden je Kategorie zwei Siegerteams ausgezeichnet: nach Depotgesamtwert und Nachhaltigkeitsertrag. 2025 endete das Planspiel Börse mit einem Rekord von rund 130.000 Teilnehmern. Die nächste Spielrunde startet am 1. Oktober 2026.

↘ www.planspiel-boerse.de

Mit dem Planspiel Börse lernen junge Menschen die Wirtschafts- und Börsenwelt spielerisch kennen.

„Deutscher Gründerpreis für Schüler:innen": Mach dein Ding

Aus einer Vision das eigene Ding machen: Mit dem „Deutschen Gründerpreis für Schüler:innen" (DGPS) gelingt das schon in jungen Jahren – virtuell und praxisnah. Seit mehr als 20 Jahren vermittelt der Wettbewerb als eines der größten Online-Planspiele, wie unternehmerisches Denken funktioniert.

Schülerinnen und Schüler ab der 9. Klasse gründen im Team ein virtuelles Unternehmen und lernen, Entscheidungen zu treffen und gemeinsam Lösungen zu entwickeln. Unterstützt werden sie durch digitale und analoge Tools sowie den Austausch mit Experten aus Wirtschaft und Sparkassen.

Träger des DGPS sind die Sparkassen, das ZDF, Porsche und seit 2026 auch die Frankfurter Allgemeinen Zeitung. Ziel ist es, Jugendliche früh für wirtschaftliche Zusammenhänge zu begeistern. Das Gewinner-Team 2025 namens „Intima" aus Eschwege entwickelte etwa eine App, die junge Menschen anonym zu Sexualität und Verhütung aufklärt.

↘ www.dgp-schueler.de