Zeitschrift: Hochparterre : Zeitschrift für Architektur und Design
Herausgeber: Hochparterre
Band: 32 (2019)
Heft: 10: Sonderausgabe : Verzichten

Artikel: Ein Zoo für den Sparbatzen
Autor: Iseli, Marc
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-868272

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 04.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Jetzt verzichten macht später glücklich: Das lernen die Kinder mit dem Sparsäuli. Foto: Manufactum

Ein Zoo für den Sparbatzen

Schwein, Fuchs, Eisbär oder Elefant? Banken wollen Kinder als künftige Kunden zum Sparen bringen. Sie setzen dabei auf das klassische Sparsäuli. Es hilft, den Verzicht als aufgeschobene Bedürfniserfüllung einzuüben. Das freut die Banken.

Text: Marc Iseli

Die rot gefleckte Holzkuh aus der Manufaktur Trauffer ist ein Klassiker im Kinderzimmer. Aus Schweizer Lindenholz wird sie in Brienz in 25 Arbeitsschritten gefertigt. Die Augen und die Nasenlöcher sind aufgepinselt, der Kuhschwanz besteht aus einem Stück Hanfschnur, die Lederohren sind eingesteckt, und um den Hals hängt ein Messingglöckchen. Mehr als 20 000 Stück werden jährlich gefertigt. Weil dahinter viel Handarbeit steckt, kann man mit guten Gründen sagen: Jede einzelne Holzkuh ist ein Unikat.

Die Berner Kantonalbank (BEKB) weiss um die Popularität der Trauffer-Spielzeuge. Sie weiss auch, dass die Holzkuh Kinderaugen zum Glänzen bringt und nutzt das beim Werben um die junge Kundschaft. Wer für den Nachwuchs ein BEKB-Konto eröffnet, erhält ein Sparkässeli, das vom Brienzer Traditionsbetrieb gefertigt wird. Bei jeder zweiten Einzahlung bekommen die Jungsparer ein Holztier geschenkt. Das Sortiment umfasst alles, was auf dem Bauernhof lebt. Hund, Hase, Ziege, Pferd und Huhn. Und natürlich die Kuh. Dazu gibt es noch einen Elefanten. Ein Dickhäuter ist schliesslich auch das Maskottchen der Bank. Bimbo ist sein Name, und er ist Pate des Kinderprogramms.

«Die BEKB setzt sich für die finanzielle Bildung von Kindern und Jugendlichen ein», sagt Sprecherin Nadine Kradolfer. Bei den Kindern bis sechs Jahre liege der Schwerpunkt darauf, dass sie das Sparen erlernen. Es soll Spass machen, den Batzen aufzuheben. Deshalb werden die Jungkunden mit Spielzeug aus der Trauffer-Traumfabrik belohnt.

Die BEKB ist in bester Gesellschaft. Diverse Schweizer Banken haben ein eigenes Universum für Kinder geschaffen. Bei den Bernern ist es ein Elefant, der um die Gunst der Jüngsten wirbt. Die Luzerner Kantonalbank nutzt einen Löwen. Im Kanton Thurgau lockt Carlo, der Eisbär. Die UBS setzt auf den Sparfuchs, und die Glarner Kantonalbank hat Mister Money erschaffen.

Es gibt gute Gründe für die Banken, sich bereits um die Jüngsten zu kümmern. Denn die Eltern entscheiden praktisch mit der Geburt des Kindes, zu welcher Bank der Nachwuchs wandert. Kaum jemand löst die Sparverbindung der Kinder auf. Das passiert meist nur dann, wenn die Eltern ihre Bankverbindung auflösen. Oftmals läuft gleich auch ein erstes Lehrlingslohnkonto über die Bank, wo der Kindessparbatzen liegt. Die Banken hoffen darauf, dass sich daraus sogar eine lebenslange Verbindung zum Finanzhaus inklusive Altersguthaben, Vorsorge und Hypothek ergibt.

Digital sparen

Auf das klassische Sparsäuli setzt die Credit Suisse (CS) – allerdings auf eines, das den Schritt in das digitale Banking vermitteln soll. Digipigi heisst das Aushängeschild der Nummer zwei auf dem Schweizer Finanzplatz. «Die nächste Generation des Sparkässeli», soll es laut Eigenwerbung sein. Das Sparsäuli helfe Kindern dabei, mit Bargeld umzugehen und mache sie gleichzeitig mit Buchgeld im Online- und im Mobile-Banking vertraut.

Vor zwei Jahren hat die Credit Suisse das Produkt lanciert. Digipigi selbst ist das physische Sparschweinchen, erhältlich ist es in den Farben Türkis, Pink, Schwarz, Rot und Weiss. Es ist Teil des Banking-Pakets ‹Viva Kids›, kommuniziert mit WLAN und kommt im Verbund mit einer App. Damit können Sparziele gesetzt, Guthaben verfolgt oder Sackgeldzahlungen verwaltet werden. Weiter gehören zum Paketumfang ein mit fünf Prozent verzinstes Sparkonto bis tausend Franken und ein Prozent bis 25 000 Franken. Enthalten ist auch eine Maestro-Karte für Kinder ab sieben Jahren.

Das Konzept entstand in Zusammenarbeit mit dem Hightech-Unternehmen Zühlke aus Schlieren. Die Säuli werden in der Schweiz hergestellt – und finden offenbar Anklang. «Seit dem Launch wurden bereits fast 30 000 Digipigis an Kunden übergeben, wovon mit rund 38 Prozent das Digipigi in Türkis das Beliebteste ist», sagt Sprecherin Melis Knecht. Die CS erhalte immer wieder Post mit Zeichnungen und netten Grüssen. Das Produkt sei in den letzten zwei Jahren im Wesentlichen unverändert geblieben. Nachgebessert wurde einzig bei der Software. «Wir sind sehr zufrieden», sagt Knecht. «Die hohe Nachfrage hat unsere Erwartungen übertroffen.»

Details zum durchschnittlichen Kundensaldo oder zum Durchschnittsalter gibt die Credit Suisse nicht bekannt. Professor Andreas Dietrich von der Fachhochschule Luzern hat sich das Produkt einige Monate nach dem Start aber genauer angeschaut. Er kam zum Schluss, dass zwei Drittel der Digipigi-Kunden neu zur Bank kommen. Nur rund ein Drittel der CS-Sparsäuli gingen an bestehende Kundinnen und Kunden. Das Durchschnittsalter betrug sechseinhalb Jahre, und das Guthaben lag im Schnitt bei 350 bis 400 Franken. «Der Durchschnittssaldo ist seit dem Launch deutlich angestiegen», hält die Credit Suisse dazu fest. Das zeige, dass das Sparkonzept des Digipigis in Kombination mit den Apps «sehr gut» funktioniere.

Sparen wird belohnt

Auskunftsfreudiger gibt sich die Thurgauer Kantonalbank (TKB). Seit rund zwanzig Jahren setzt das Institut aus der Ostschweiz auf den Eisbären Carlo. Für die Kinder zwischen Frauenfeld und Weinfelden gibt es eine ganze Eisbärenwelt zu entdecken. Clubmagazin, Veranstaltungen, Museumsbesuche, Sportanlässe – überall ist das Maskottchen der TKB dabei. Inzwischen führt die Bank aktuell rund 7000 Carlo-Konti. Damit ist fast jedes fünfte Thurgauer Kind unter zwölf Jahren Teil der Ostschweizer Eisbärenwelt, denn laut Bevölkerungsstatistik zählt der Kanton rund 37 000 Kinder in dieser Alterskategorie.

«Das durchschnittliche Guthaben beträgt 2000 Franken», sagt Sprecherin Aline Fürer. Ein digitales Sparkässeli, wie es etwa die CS anbiete, sei derzeit nicht geplant. Bei der Thurgauer Kantonalbank bleibe die analoge Welt im Mittelpunkt. Die Bank betreibe zwar die App ‹Carlo-Club› mit Spielen, Informationen und Angeboten für Kinder. Beim Sparen aber setzt man auf Bewährtes. «Eltern und Kinder schätzen das analoge Sparen. Das Ersparte wird so sicht- und fassbar, das Kind hält etwas in der Hand», fasst Fürer die Einschätzung der Bank zusammen.

Bringt das Kind das Ersparte auf die Bank, darf es sich ein Sofortgeschenk aussuchen. Auch sammelt der Thurgauer Nachwuchs mit jeder Kontoeinzahlung Punkte, die gegen Spargeschenke eingelöst werden können. Und an «Kässeli-Nachmittagen» haben die Kinder die Gelegenheit, Eisbär Carlo zu treffen und ihr Sparkässeli zu leeren. Damit sie gemeinsam erfahren, was ihnen das Sparen bringt. Was es für die Banken bedeutet, lernen sie erst später. ○