



Weil's um mehr als Geld geht

Sparkassen starten neue Markenkampagne

Unter dem Motto „Weil's um mehr als Geld geht.“ starten die deutschen Sparkassen eine neue, nationale Markenkampagne. Vor dem Hintergrund diverser ökologischer, ökonomischer und sozialer Herausforderungen wurde mit der Leit-Agentur Scholz & Friends eine Kampagne aufgesetzt, die klar die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden in den Fokus stellt. Dabei wird der Leistungsbeitrag der Sparkassen zu einem besseren Leben herausgearbeitet und verstärkt auf die zentrale Gründungsidee Bezug genommen.

Die Sparkassen als Starkmacher

Seit nahezu 200 Jahren geht es bei den Sparkassen in Deutschland um mehr als Geld– so auch bei der Sparkasse Fürth seit 1827. Gesellschaftlicher Auftrag ist es, nicht nur die wirtschaftliche, sondern auch die soziale Teilhabe zu ermöglichen. Der neue Markenauftritt stellt den Anspruch ins Zentrum der Kommunikation, möglichst viele Menschen mit vorausschauender Beratung und fairen Finanzdienstleistungen zu befähigen, ihre persönlichen Ziele zu erreichen und sie in der Nutzung ihres eigenen Potenzials zu bestärken. „Darüber hinaus verbinden die Sparkassen diesen Einsatz für jeden einzelnen Menschen und jedes Unternehmen mit einem klaren gesellschaftspolitischen Kompass: Als Sparkasse Fürth stehen wir für eine soziale Teilhabegesellschaft, die allen – unabhängig von Vermögen, sozialem Hintergrund, kulturellen oder anderen Erfahrungen und Neigungen – die Chance auf ein selbstbestimmtes gutes Leben in einem starken sozialen Miteinander erschließt“, erklärt Thomas Mück, der Marketingleiter der Sparkasse Fürth. „Dies schließt auch die Engagements in der Stadt Fürth und im Landkreis mit ein. Denn unsere Erfahrung zeigt, neben einer starken Gesellschaft trägt auch eine attraktive und aufstrebende Region maßgeblich zu einem besseren Leben bei.“

Engagement als Teil des Sparkassen-Selbstverständnisses

Sich neben der ökonomischen auch für eine soziale und ökologische Nachhaltigkeit zu engagieren gehört zum öffentlichen Auftrag der Sparkasse. „Wir setzen uns für gesellschaftlichen Zusammenhalt ein und geben auch Schwächeren eine Chance, zum Beispiel im Sport, in der Kultur oder in der Bildung“, so Thomas Mück. So hat im Jahr 2020 die Sparkasse Fürth mit einem Gesamtbetrag von 4,3 Millionen Euro an Gewerbesteuern, Spenden und Sponsorings den Handlungsspielraum von Städten und Gemeinden, aber auch sozialen und gemeinnützigen Einrichtungen gestärkt.

Ebenso ist der Einsatz für eine Welt, die für alle lebenswert ist, ein zentrales Anliegen der deutschen Sparkassen. Bereits 180 Institute, darunter auch die Sparkasse Fürth, haben aus diesem Grund im Jahr 2020 eine Klimaschutz-Selbstverpflichtung unterzeichnet - mit dem großen Ziel, bis 2035 einen klimaneutralen Geschäftsbetrieb

1 von 2

Folgen Sie uns auf:



Thomas Mück
Leiter Marketing
0911 / 7878 - 2401
presse@sparkasse-fuerth.de



Angelika Uebelacker
Marketing
0911 / 7878 - 2435
presse@sparkasse-fuerth.de



zu erreichen, Das bedeutet konkret: Weniger CO2 ausstoßen und nachhaltiger wirtschaften – in den eigenen Filialen, für die Kundinnen und Kunden, in den Kommunen und gemeinsam mit dem Sparkassen-Nachwuchs.

Über die Sparkasse Fürth

Die Sparkasse Fürth bietet seit 1827 den Menschen in der Region alle Möglichkeiten für den Zahlungsverkehr, zum Sparen und zur Kreditaufnahme. Darüber hinaus sind das Wertpapiersparen, die Vermittlung von Versicherungen, Immobilien und Bausparverträgen aus der S-Finanzgruppe wesentliche Geschäftsaktivitäten. Gelder werden primär im Geschäftsgebiet gesammelt und zur Entwicklung dieser Region wieder in Form von Finanzierungen zur Verfügung gestellt. Das Gemeinwohl und die langfristige Entwicklung stehen über einer kurzfristigen Gewinnerzielung.

2 von 2

Folgen Sie uns auf:



Thomas Mück
Leiter Marketing
0911 / 7878 - 2401
presse@sparkasse-fuerth.de



Angelika Uebelacker
Marketing
0911 / 7878 - 2435
presse@sparkasse-fuerth.de