

# Berliner Gespräche.

Sparkassenbericht 2016.

 Berliner  
Sparkasse



An aerial photograph of a city street, likely in Berlin, showing a dense canopy of green trees on the left and a multi-lane road with a traffic jam on the right. The sky is hazy and overcast. Several white speech bubbles with red text are overlaid on the image, representing a conversation between people in the scene.

AUA, JETZT BIN  
ICH ÜBER DEN  
AST GESTOLPERT.

KIND, FALLEN IS  
KEENE SCHANDE,  
NUR LIEJENBLEIBEN.

ZWITSCHER,  
ZWITSCHER!

JANZ BERLIN  
IS EENE  
WOLKE.

... STAU?  
NEEE, NE!

# Inhaltsverzeichnis.

5 .....	Brief des Vorstands	30 .....	Für Berlin
6 .....	Die Berliner Sparkasse	40 .....	Berlin und seine Sparkasse
12 .....	Für Privatkunden	42 .....	Geschäftszahlen
20 .....	Für Firmenkunden		Anhang

GRÜSS  
DEINE MUTTI  
VON MIR!

OH,  
SCHÖNES  
WETTER  
HEUTE.

ICH MUSS ECHT  
NOCH TRAINIEREN  
FÜR DEN  
MARATHON ...

... UND DA  
VORNE DANN  
LINKS.



Berliner  
Sparkasse



Hans Jürgen Kulartz , Tanja Müller-Ziegler, Volker Alt, Dr. Johannes Evers (v.l.n.r.)

# Sehr geehrte Damen und Herren,

2016 war für die Berliner Sparkasse ein erfolgreiches Jahr. Im wettbewerbsintensiven Berliner Markt konnten wir im Geschäft mit unseren Kundinnen und Kunden weiter zulegen und den Umbau zur Sparkasse der Hauptstadt ein Jahr früher als geplant abschließen. Kurzum: Berlin ist wieder Sparkasse. Unser Haus wächst mit der Hauptstadt und gewinnt mit der Dynamik, die die Stadt entfaltet, zum Beispiel bei Start-ups, im Immobilienbereich oder bei klassischen Gründern. Und zugleich profitiert Berlin von seiner Berliner Sparkasse, die das Wachstum der Stadt unterstützt.

Angesichts des nicht einfacher gewordenen Gesamtumfelds ist diese positive Entwicklung alles andere als selbstverständlich. Viele unserer Kunden bewegt in Zeiten anhaltend niedriger Zinsen vor allem die Frage nach der Sicherheit ihrer Ersparnisse und ihrer Altersvorsorge. Die Berliner Sparkasse ist darauf gut eingestellt: Gerade bei komplexen Fragestellungen kommt es mehr denn je auf eine persönliche und kompetente Beratung an, in der wir die passenden Anlagealternativen aufzeigen können.

Gleichzeitig befinden wir uns bereits mitten in der nächsten großen Veränderung: der Digitalisierung des Bankgeschäfts. Sie wird unseren Kunden wie auch uns als Berliner Sparkasse große Chancen eröffnen, uns zugleich aber auch fordern. Wesentlich schneller als andere technische Neuerungen in der Vergangenheit verändert die Digitalisierung unser Geschäft und die Art, wie wir es betreiben. Auch in einer zunehmend digitalen Welt wird die Marke Sparkasse für Fairness, Sicherheit, Vertrauen und Nähe stehen. Denn das Digitale muss dem Menschen dienen – nicht umgekehrt. Wir sehen es deshalb als unsere vorrangige Aufgabe an, Kunden und Mitarbeiter mit Augenmaß auf der digitalen Reise zu begleiten, ohne dabei den persönlichen Kontakt aus den Augen zu verlieren. Dafür wollen wir Kundinnen und Kunden die besten Angebote machen und sie als gute Lotsen sicher in die Online-Welt begleiten.

Über ihre Geschäftstätigkeit hinaus engagiert sich die Berliner Sparkasse auf vielfache Weise für den gesellschaftlichen Zusammenhalt in der Stadt. Im vergangenen Jahr haben wir mehr als vier Millionen Euro für Projekte, Initiativen und Vereine in den Bereichen Soziales, Bildung, Kultur und Sport zur Verfügung gestellt. Das Spektrum reicht von Engagements bei den Staatlichen Museen, den Füchsen Berlin, der Komischen Oper und der Schule des Berliner Zoos über unsere drei Stiftungen bis hin zu einem Schwerpunktprogramm für die Berliner Kieze.

Liebe Leserinnen und Leser, seit ihrer Gründung im Jahr 1818 ist die Berliner Sparkasse eng mit der Entwicklung Berlins verbunden. Gemeinsam stehen wir vor großen Herausforderungen: Berlin wächst, Berlin baut, Berlin gründet. Es ist ein Privileg, diesen Wandel hautnah erleben und mitgestalten zu können. In diesem Sinne freuen wir uns darauf, als Sparkasse der Hauptstadt auch künftig wichtige Impulse für die wirtschaftliche und gesellschaftliche Entwicklung unserer Stadt zu geben.

Ihnen, unseren Kundinnen und Kunden, danken wir an dieser Stelle sehr herzlich für Ihr Vertrauen in die Berliner Sparkasse und wünschen Ihnen eine interessante und anregende Lektüre.

Der Vorstand



Dr. Johannes Evers  
Vorstandsvorsitzender



Volker Alt



Hans Jürgen Kulartz

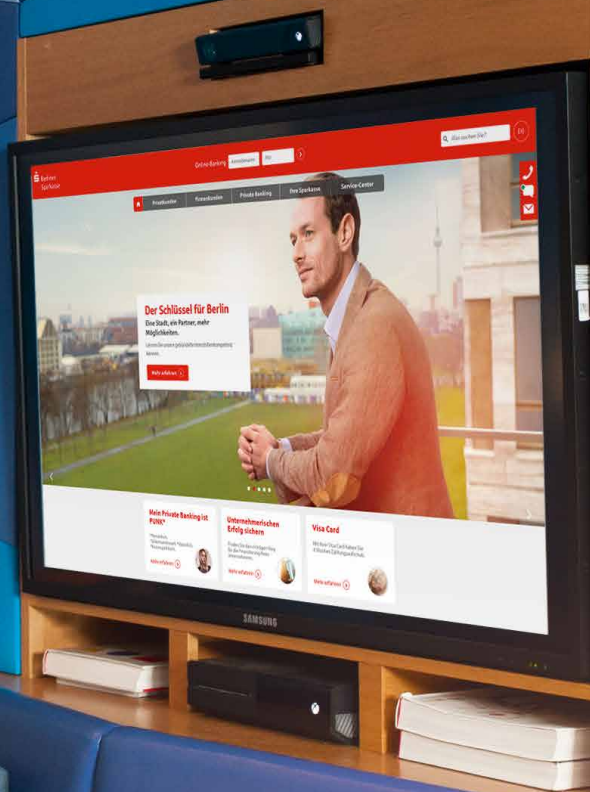


Tanja Müller-Ziegler

# Mission digitale Hauptstadt.



Ort des Gesprächs: The Digital Eatery, Berlin



**Dr. Johannes Evers  
im Gespräch mit Prof. Dr. Martin Gersch.**

# Wagen, ausprobieren, machen.

**Die Digitalisierung unseres Lebens ist längst keine Science-Fiction mehr, sondern selbstverständlicher Alltag. Auch in den meisten Wirtschaftsbranchen setzt sich die sogenannte digitale Transformation immer weiter durch. In Berlin hat sie sich als Standortvorteil etabliert. Welche Rolle die Digitalisierung insgesamt in der deutschen Hauptstadt spielt und was die multikulturelle Metropole Berlin für sie bedeutet, darüber hat der Vorstandsvorsitzende der Berliner Sparkasse, Dr. Johannes Evers, mit Prof. Dr. Martin Gersch gesprochen. Der Wirtschaftsinformatiker Gersch forscht an der Freien Universität Berlin über die Hintergründe und Auswirkungen der digitalen Transformation. Außerdem ist er einer der Initiatoren des neuen Einstein Center Digital Future (ECDF). Möglich machen dieses bundesweit einmalige interdisziplinäre Forschungsprojekt Partner aus der Wirtschaft, der Wissenschaft und der Politik, so auch die Berliner Sparkasse.**

*Die Digitalwirtschaft rangiert in Berlin als stark expandierender Wirtschaftsfaktor ganz weit oben. Was macht Berlin so attraktiv?*

**Prof. Gersch:** Berlin hat sich in den letzten Jahren international zu einem Sehnsuchtsort entwickelt. Kreative aus aller Welt zieht es hierher. Ein Standortfaktor ist sicher die Wissenschaft. Fast 180.000 Studierende machen Berlin auch als potenzielle Kunden und künftige Mitarbeiter attraktiv. Das ist noch kein Selbstläufer, aber gegenüber anderen deutschen Städten hat Berlin einen deutlichen Vorsprung und liegt auf Augenhöhe mit europäischen Metropolen; mit San Francisco oder asiatischen Metropolen wie Singapur aber noch nicht. Jetzt müssen wir die Champions League ins Visier nehmen.

**Dr. Evers:** Für mich stehen die Menschen an erster Stelle. In Berlin können Menschen gestalten. Berlin erfindet sich neu. Berlin unterstützt Experimente und gesellschaftliche

„BERLIN HAT SICH  
IN DEN LETZTEN  
JAHREN INTERNA-  
TIONAL ZU EINEM  
SEHNSUCHTSORT  
ENTWICKELT.“  
**PROF. DR. GERSCH**



Prof. Dr. Martin Gersch

Toleranz in jeglicher Hinsicht. Das fördert Kreativität. Und Kreativität ist für mich eine Grundlage für die Digitalwirtschaft. Hinzu kommt: Berlin ist preiswert – und daher für Menschen, die mit ihren Ideen und Gedanken noch nicht viel produzieren können, ein lebensfähiger Raum.

*Welche Rahmenbedingungen braucht es noch dazu?*

**Prof. Gersch:** Wir müssen es den Menschen einfacher machen, hier Fuß zu fassen. Dazu zählen auch ganz banale, aber elementare Dinge. Wenn die Menschen aus anderen Ländern zum Arbeiten herkommen, brauchen sie ein digitales Bürgeramt, bei dem alle Verwaltungsgänge schnell und auch auf Englisch möglich sind! Ganz ehrlich: Selbst als Deutscher verzweifelt man bislang daran.

**Dr. Evers:** Berlin wird immer internationaler, das merken wir auch in unserem Geschäft: In unserer Filiale am Alexanderplatz beraten wir mittlerweile fünf von sechs Kontoeröffnungen auf Englisch. Darauf muss sich die ganze Stadt einstellen.

*Was braucht Berlin noch, um seine Vorreiterrolle auszubauen?*

**Dr. Evers:** Hier müsste ein Weltmarktführer entstehen. Das hätte Strahlkraft. Was Berlin im Moment hat, ist jede Menge Potenzial, kreative Ideen und Start-ups. Aber wenn diese erfolgreich sind, werden sie abgeworben ins Silicon Valley. Denn hier fehlt der Kapitalmarkt, der das nötige Wachstum durch Venture-Capital-Finanzierungen erst möglich macht. Das findet man bisher nur in den Vereinigten Staaten. Auch Zalando hat kaum deutsche Investoren.

**Prof. Gersch:** Und genau die braucht es zum Berliner Weltmarktführer. Aus der Freien Universität heraus hatten wir schon zwei, drei Gründungen, die sehr schnell erfolgreich waren. Die Gründer haben zu einem sieben-





Dr. Johannes Evers

stelligen Betrag verkauft und sind inzwischen weltweit verteilt, unter anderem in Kalifornien. Deshalb werden sie nicht mehr Berlin zugeschrieben.

*Einige Menschen hinterfragen die digitale Transformation sehr kritisch. Wie kann man sie überzeugen?*

**Prof. Gersch:** Das Neue muss anfassbar sein. Wir brauchen mehr Orte wie das Science Center Berlin von Ottobock am Potsdamer Platz, wo der konkrete Nutzen der Digitalisierung sichtbar wird. Ich denke, jeder Mensch findet über persönliches Interesse Zugang zur Digitalisierung. Bei meinem 75-jährigen Vater war es zum Beispiel die Fotografie, bei anderen sind es die Enkel oder der Sport.

**Dr. Evers:** Ich glaube, Digitalisierung wird dann interessant, wenn sie einen persönlichen Vorteil bringt, zum Beispiel Zeitersparnis. In Zukunft wird keiner mehr wegen einer Überweisung oder Adressänderung in der Filiale Schlange stehen wollen. Das wird ganz einfach digital abgewickelt – von überall und zu jeder Zeit. Dazu braucht es aber eine digitale Kompetenz. Und zwar auf beiden Seiten. Wir müssen die Mitarbeiter und die Kunden mit auf die digitale Reise nehmen. Wir schulen die Mitarbeiter, damit sie für unsere Kunden gute Lotsen in die Welt der Digitalisierung sind. Und wir schaffen einfache Zugänge zu gut gestalteten Informationen und Services.

*Welche Rolle spielen Sicherheit und Vertrauen?*

**Dr. Evers:** Eine ganz maßgebliche. Die kriminelle Energie ruht nicht. Und wenn Neues etabliert wird, stehen leider auch gleich die digitalen Taschendiebe in den Startlöchern. Allein die Tatsache, dass etwas passieren könnte, zerstört Vertrauen. Deshalb stellt die Berliner Sparkasse bei allen Bankanwendungen die Sicherheit in den Mittelpunkt – durch die Technologie, die wir einsetzen, und durch die Sensibilisierung der Nutzer.

**38,5 MILLIONEN EURO** FLIESSEN  
VON KOOPERATIONSPARTNERN,  
DEM LAND BERLIN  
UND DEM BERLINER SENAT  
IN DAS EINSTEIN CENTER



**Prof. Gersch:** Ohne Vertrauen geht's gar nicht. Viele Digitalprodukte sind Vertrauensgüter. Der Einzelne kann nicht – auch ich nicht – beurteilen, was da im Hintergrund passiert, und ob das alles so ist, wie es versprochen wird. Ganz wichtig ist, was Herr Dr. Evers andeutet: Marken und Personen werden bei großen Transformationen zu Vertrauensträgern. Darin steckt ein großes Missbrauchspotenzial. Aber: Es birgt auch eine ganz große Chance! Denn Marken wie die Berliner Sparkasse sind mit einer bestimmten Botschaft aufgeladen. Mit einem Versprechen, das man von dieser Marke kennt. Das wird man auch in der digitalen Welt erleben.

*Das Einstein Center Digital Future (ECDF) hat kürzlich seine Arbeit aufgenommen. Was ist das Besondere daran?*

**Prof. Gersch:** Das Center ist ein Gesamtkunstwerk im Entstehen und gleichzeitig ein Riesenexperiment – dafür gibt es auch international keine Blaupause. Dank öffentlichem und privatem Engagement können wir in Berlin 50 neue Professuren einrichten, das hat alle Erwartungen weit übertroffen. Das Center bietet sowohl privaten Unternehmen und Stiftern als auch Wissenschaft und Politik eine tolle Chance, neue Technologien gemeinsam zu erfahren. Und Innovationen erlebbar zu machen, für Kunden wie für Mitarbeiter.

**Dr. Evers:** Für mich bedeutet die Partnerschaft ein Stück weit einfach wagen, ausprobieren, machen. Denn wir wissen heute noch nicht, was dabei herauskommt, sondern kennen nur die Richtung. Wir versprechen uns ein besseres Verständnis des Kundenverhaltens, das sich durch die Digitalisierung verändert. Durch die Nähe zur Forschung wollen wir unsere eigene Kompetenz erhöhen, etwa um unseren Firmenkunden einen direkten Zugang zu digitaler Beratung zu bieten. Auch die Berliner Sparkasse steht ganz am Anfang einer großen Transformation: zu einer digitalen Sparkasse.

„WIR SCHAFFEN  
EINFACHE  
ZUGÄNGE ZU GUT  
GESTALTETEN  
INFORMATIONEN  
UND SERVICES.“

**DR. EVERS**



Alexander Röber

Ute Messoud

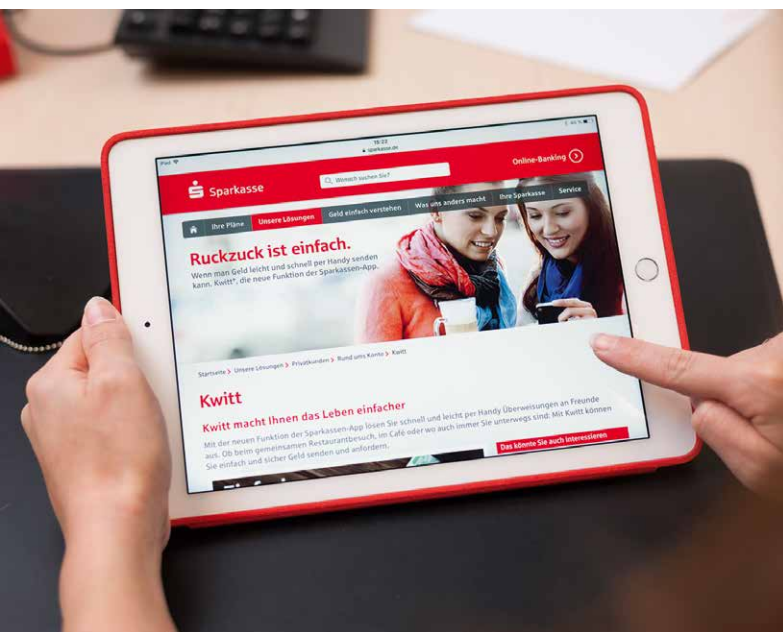
# Verklickern ist einfach.

**Fast jeder zweite Deutsche zwischen 16 und 74 Jahren nutzt regelmäßig das Online-Banking. Doch noch immer gibt es Menschen, die ihre Bankgeschäfte lieber in der Geschäftsstelle als digital erledigen. Je älter sie sind, desto weniger internetaffin sind sie. Die Berliner Sparkasse möchte aber allen Kunden die Annehmlichkeiten digitaler Bankgeschäfte näherbringen und bietet daher Seminare an, um Interessierten den Start zu erleichtern.**

„Wir nehmen unsere Kunden mit auf die Reise in das digitale Zeitalter. Das heißt bei uns dann ‚Digital Onboarding‘“, erklärt Alexander Röber. Der junge Mann ist Vertriebsmitarbeiter in der Geschäftsstelle in der Friedrichstraße, einer von drei Pilotfilialen, in denen die Berliner Sparkasse 2016 ihre Kunden aktiv auf die Online-Angebote angesprochen und „an Bord“ geholt hat. 2017 sollen alle weiteren Standorte technisch ausgerüstet und die Mitarbeiter geschult werden. Alexander Röber ist Referent bei den Seminaren zum Digital Onboarding von Kunden. „Die sind meistens ausgebucht“, freut er sich. Eine ehemalige Teilnehmerin sitzt gerade an seinem Schreibtisch, um ein paar persönliche Fragen zu klären. „Ich habe sogar zwei Kurse besucht“, erzählt Ute Messoud,

„sowohl den Anfänger- als auch den Fortgeschrittenenkurs.“ Dabei sei sie sehr digitalaffin, mache Grafikdesign an ihrem Computer und programmiere spaßeshalber manchmal sogar an einer Spielesoftware für Kinder.

Dennoch sei das Digital Onboarding auch für sie sehr hilfreich gewesen. „Wir sollten uns alle mehr auf das Online-Banking einlassen, nicht nur die jungen Leute“, betont Ute Messoud. Ihr habe besonders gefallen, dass die Seminare sehr praxisorientiert waren. „Mir war wichtig, noch mehr Sicherheit beim Online-Banking zu bekommen. Außerdem habe ich jetzt verstanden, wie Online-Bezahlsysteme funktionieren“, erzählt sie weiter. Ganz besonders gefalle ihr aber die unmittelbare Erreichbarkeit ihrer Sparkasse durch das Online-Banking. „Selbst wenn ich nachts um zwei Uhr noch etwas erledigen muss, kann ich das ganz unproblematisch tun.“ In dieser unkomplizierten Direktheit und der damit verbundenen Flexibilität für die Kunden sehe sie die Zukunft des Online-Bankings. „Das wird bald sicher noch stärker in diese Richtung gehen“, vermutet Ute Messoud. Dennoch lege sie weiterhin großen Wert auf die Betreuung durch Ihren Berater vor Ort: „Wenn ich eine persönliche Frage habe, wende ich mich doch lieber an ihn.“ Alexander Röber stimmt ihr zu: „Dieser persönliche Kontakt wird für uns weiterhin elementar bleiben“, betont er. „Alles andere entwickeln wir weiter.“



ZUGRIFFE 2016  
AUF UNSERE INTERNETFILIALE

60.092.501



# Wenn das 8. Weltwunder Pause macht.

Vermögensberaterin Jana Siebenmorgen  
im Gespräch mit Günther Krabbenhöft.



**S** Sparkasse

Wohlfühlen  
ist einfach.

# Nie alles auf eine Karte setzen.

**Der Physik-Nobelpreisträger Albert Einstein hat den Zinseszins einst als achtes Weltwunder bezeichnet: Wenn Jesus nur einen einzigen Eurocent zu fünf Prozent Zinsen angelegt hätte, so Einstein, wäre daraus bis heute das größte Vermögen der Welt entstanden. 200 Milliarden Weltkugeln aus Gold. Im Zeitalter der Niedrigzinsen muss man hingegen 1.837 Jahre warten, um ein Kapital von 10.000 Euro zu verdoppeln. Was also tun, wenn das Weltwunder im Schatten der Finanzkrise nicht mehr funktioniert? Gerade in Deutschland, dem Land mit der größten Sparquote Europas, vernichtet der Niedrigzins täglich Geld, weil die Inflationsrate das Ersparte auffrisst.**

**Welche Möglichkeiten es gibt, dieser Falle zu entkommen, wie vertrauenswürdig Wertpapiere sind und welche Lehren das Leben für Anleger bereithält – darüber sprechen Jana Siebenmorgen, Wertpapierberaterin der Berliner Sparkasse, und Günther Krabbenhöft, Social-Media-Star und international bekannter Darsteller aus dem TV-Spot der DekaBank.**



Jana Siebenmorgen

*Sie kennen sicher beide die Botschaft aus dem Deka-Spot „Mit der richtigen Vorsorge haben Sie später einfach mehr drauf!“ Wie sehen Sie das?*

**Jana Siebenmorgen:** Ganz genauso. Gerade im Niedrigzinsumfeld ist es extrem wichtig, sich mit dem Thema Geldanlage auseinanderzusetzen. Auch junge Leute sollten rechtzeitig damit anfangen.

**Günther Krabbenhöft:** Mir gefällt es, wenn Jung und Alt gemeinsam Party machen, dabei aber nicht die Zukunft und damit die Altersvorsorge vergessen. Bei diesem Thema sollte jeder aus der Reihe tanzen und schauen, was es für alternative Anlagemöglichkeiten gibt.

*Herr Krabbenhöft, Sie sind ja der Star, den man dank der Deka-Werbung mittlerweile auch im Ausland kennt. Werden Sie oft auf der Straße angesprochen und um Tipps in Sachen Wertpapieranlage gebeten?*

**Günther Krabbenhöft:** Ich werde tatsächlich angesprochen. Das war erstmal gewöhnungsbedürftig, doch mittlerweile freue ich mich auch darüber. Aber die Menschen fragen eher nach meinem Style und vor allem, wie ich so fit bleibe. Da kann ich eher Antworten geben. Anlagetipps überlasse ich doch lieber den Fachleuten von der Sparkasse.

*Das Thema Altersvorsorge ist bei Ihnen schon eher abgeschlossen. Aber investieren Sie selbst in Wertpapiere?*

**Günther Krabbenhöft:** Das habe ich vor der Finanzkrise mal getan, ist aber nicht gut ausgefallen. Aber ich habe mir gesagt: „Futsch ist futsch und hin ist hin!“ Ich wollte mich nicht länger mit Sachen belasten, die passiert sind. Das vergiftet mich nur.

*Sehen Sie dennoch Chancen in der Wertpapieranlage?*

**Günther Krabbenhöft:** Na, bei den niedrigen Zinsen heute ... Da bleiben fast nur noch Wertpapiere. Das A und O ist aber wirklich eine fundierte, gute Beratung, die die Bedürfnisse berücksichtigt. Die Berater müssen auf dem Schirm haben, ob jemand Sicherheit oder Risiko will.



**Jana Siebenmorgen:** Und genau das haben wir. Der klassische Kunde der Berliner Sparkasse ist eher konservativ, legt großen Wert auf Sicherheit. Das berücksichtigen wir natürlich bei der Anlageberatung, auch hier gibt es im Wertpapierbereich gute Alternativen. Die meisten wollen neben einer guten Rendite auch immer Geld verfügbar haben, also ein Stück weit liquide sein. Und dann gibt es eine Gruppe, die investiert nur in Immobilien. Weil das etwas zum Festhalten ist. „Betongold“ halt.

*Kann man beobachten, dass die Prioritäten in verschiedenen Altersgruppen oder anderen Gruppierungen verschieden sind?*

**Jana Siebenmorgen:** Ich würde es weniger an Alters- als an den Kundengruppen festmachen. Es gibt wirklich Hardliner, die auch in diesen Zeiten ihr Geld nur auf dem Sparbuch oder als Tagesgeld parken und gar nichts in anderen Anlageformen investieren. Dann gibt es Kunden – die verteilen sich aber über alle Altersgruppen eigentlich gleich –, die mit Wertpapieren durchaus langjährige Erfahrung haben.

**Günther Krabbenhöft:** Immer streuen, richtig? (Lacht)

**Jana Siebenmorgen:** (Lacht ebenfalls) Genau, streuen! Sie geben mir das Stichwort: Nie alles auf eine Karte setzen! Leider laufen die Leute oft Trends hinterher, ohne nachzudenken.

*Da tut Beratung und manchmal auch Überzeugungsarbeit not. Was sind denn so aus Ihrer Erfahrung die wesentlichen Ressentiments gegen eine Wertpapieranlage?*

**Jana Siebenmorgen:** Ein wesentlicher Vorbehalt ist die Befürchtung, sein Geld festgelegt zu haben und für einen langen Zeitraum nicht mehr darüber verfügen zu können. Die zweite Standardbefürchtung ist natürlich immer das Risiko, sein Geld zu verlieren. Oftmals sprechen die Kunden von schlechten Erfahrungen, die sie selbst oder jemand im Freundes- oder Verwandtenkreis einmal damit gemacht hat. Das sind logischerweise Hemmschwellen.

*Wie überzeugen Sie denn jemanden wie Herrn Krabbenhöft, der mal negative Erfahrungen gemacht hat?*

**Jana Siebenmorgen:** Grundsätzlich holen wir bei der Wertpapierberatung nicht einfach eine Standardempfehlung aus der Schublade. Wir arbeiten mit dem Kunden seine Wünsche und Ziele heraus und erstellen auf dieser Basis ein persönliches Finanzkonzept. Oberstes Gebot ist

auch immer, dass wir die einzelnen Anlageklassen – festverzinsliche Papiere, Aktien und Immobilien – entsprechend verteilen. So wird das Risiko gestreut und trotzdem unterm Strich eine höhere Rendite erwirtschaftet, als es derzeit etwa im Tagesgeldbereich darstellbar ist.

**Günther Krabbenhöft:** So muss das auch sein. Aber wenn einer zum Beispiel eine Summe von 5.000 oder 10.000 Euro zuhause liegen hat... Was würde man so einem sagen?

**Jana Siebenmorgen:** Wir schauen, ob das Geld gegebenenfalls für einen Zeithorizont von mehr als drei Jahren angelegt werden kann. Das ist unsere Prämisse, weil wir auch die üblichen Schwankungen bei den einzelnen Anlageformen ausgleichen müssen. Außerdem haben wir unterschiedliche Anlageansätze sowohl für sogenannte Kleinsparer als auch für Vermögende. Es macht ja keinen Sinn, 10.000 Euro auf 20 Produkte zu verteilen. Wir versuchen jedem Anleger für ihn passende Lösungen anzubieten.

**Günther Krabbenhöft:** Die auch einen Ertrag bringen?

**Jana Siebenmorgen:** Die dann einen Ertrag bringen, genau. Natürlich kann immer auch ein gewisses Risiko dabei sein.

*Gibt es Kunden, die erst skeptisch sind, sich dann aber doch vom Wertpapier überzeugen lassen?*

**Jana Siebenmorgen:** Es ist ja meistens ein schrittweiser Prozess – gerade bei ersten negativen Erfahrungen müssen Anleger Vertrauen fassen und sich an die Wertpapieranlage erst herantasten. Sie fangen meistens mit einem kleinen Betrag – oder auch mit einem ratierlichen Sparvertrag – an und schauen dann, wie sich das entwickelt.

**Günther Krabbenhöft:** Ja, schauen wir mal! Das Leben ist ja immer im Fluss.

4,8 MRD. EURO  
HABEN KUNDEN  
BEI DER BERLINER SPARKASSE  
IN WERTPAPIEREN  
ANGELEGT





**Rainer Burkhardt**





# Mein Private Banking ist SMART.\*

**Arm, aber sexy sei Berlin. So hat es zumindest Klaus Wowereit, ehemaliger Regierender Bürgermeister von Berlin, gesagt. Das ist schon eine Weile her. Seitdem hat der Wohlstand in Berlin erfreulicherweise insgesamt zugenommen. Auch die Anzahl vermögender Menschen ist gestiegen – selbst wenn man das einigen von ihnen nicht unbedingt auf den ersten Blick ansieht. Um ihren Ansprüchen noch besser gerecht zu werden, hat die Berliner Sparkasse ihr Beratungssegment Private Banking neu ausgerichtet und an drei Standorten etabliert. Mit einer frechen Werbekampagne warb sie 2016 um vermögende Berliner.**

Seit einem guten Jahr ist Rainer Burkhardt Private-Banking-Kunde der Berliner Sparkasse. Als Geschäftsführer der Kommunikationsagentur C3 Creative Code and Content ist Burkhardt ein vielbeschäftigter Mann. Zeit für die Optimierung seiner Finanzen hat er nicht. Er verlässt sich lieber auf einen Finanzpartner, der das für ihn tut. „Mit unserem Unternehmen sind wir auch schon seit einigen Jahren Kunde der Berliner Sparkasse – neben anderen Finanzinstituten. Vor kurzem haben wir die Leistungen all unserer Finanzpartner evaluiert. Da schnitt die Sparkasse auf der ganzen Linie gut ab, vor allem in der Beratung.“ Das sei der Moment gewesen, als er sich entschloss, auch privat zur Sparkasse zu wechseln.

Eine Entscheidung, die Burkhardt nicht bereut. Vor allem lobt er die Betreuung durch seinen persönlichen Berater Sven Petersen. „Die Produkte der Finanzinstitute unterscheiden sich ja kaum mehr. Den Unterschied macht die Beratung – und da hatte ich bei Herrn Petersen von Anfang an ein gutes Gefühl.“

Von seinem Finanzberater erwartet Burkhardt neben sinnvollen Empfehlungen für die Geldanlage schnelle und verlässliche Auskünfte ebenso wie Flexibilität, wenn er etwa unvorhergesehen in einem finanziellen Engpass steckt und schnell einen Kredit benötigt. All das bekomme er bei der Berliner Sparkasse.

Für Burkhardt ist es selbstverständlich, für diesen Service zu bezahlen. „Wir alle wollen und müssen unser Geld verdienen“, sagt er. Gerade als Geschäftsführer eines Unternehmens sei ihm das bewusst. „Warum soll ich also von der Sparkasse erwarten, etwas für mich kostenlos zu tun, wenn ich auch für die Leistungen unserer Agentur Geld haben möchte?“ Die oft propagierte Kostenloskultur habe er noch nie nachvollziehen können.

Noch aus einem anderen Grund ist Rainer Burkhardt Sparkassenkunde. Ihn überzeugt das gesellschaftliche Engagement der Berliner Sparkasse. „Mir hat der Anspruch schon immer gefallen, einen Teil des Unternehmensgewinns der Region zugutekommen zu lassen, in der man ihn auch verdient hat“, betont er. In der Summe überzeugt ihn als Neukunden das alles so sehr, dass er die Berliner Sparkasse schon weiterempfohlen hat.

**PRIVATE BANKING  
DER BERLINER SPARKASSE  
AN 3 STANDORTEN  
IN BERLIN**



\*Schnell. \*Mobil. \*Ambitioniert. \*Respektvoll. \*Tough.



William Coleman

# Wie für uns geschaffen.

**Vor drei Jahren kaufte das Berliner Ehepaar Coleman eine Eigentumswohnung in Mitte. Die Preise waren schon stark gestiegen. Dennoch wollten die beiden Musiker nicht darauf verzichten, in ihrem Lieblingskiez zu leben. Und sie wollten, dass ihre beiden Töchter in einer schönen Umgebung aufwachsen. Da Deutsch nicht ihre Muttersprache ist, waren sie zuerst etwas verunsichert, ob sie einen Immobilienkauf bewältigen könnten. Dann suchten sie sich Hilfe. Die bekamen sie bei der Berliner Sparkasse.**

Die Lampen im Wohnzimmer leuchten bereits, als William Coleman seine Bratsche anlegt. Für ein paar Minuten probt er das Streichquartett Nr. 15 in G-Dur von Franz Schubert. Zu seinen Füßen spielen seine beiden kleinen Töchter. Sie genießen es ganz offensichtlich, ihrem Daddy zuhören zu können. Coleman ist Brite, lebt aber schon seit vielen Jahren in Berlin. Er spielt Bratsche im renommierten Berliner Kuss Quartett. Zudem ist er Professor für Viola am Mozarteum in Salzburg. Seine Frau, Meesun Hong Coleman, ist Violinistin und Konzertmeisterin bei der Kammerakademie in Potsdam. Trotz der unterschiedlichen Arbeitsorte bedeutet Berlin für beide Heimat. Ein eigenes Zuhause war da nur logisch – trotz steigender Immobilienpreise.

„Als Engländer bin ich teilweise noch höhere Preise gewohnt“, erzählt Coleman. „Trotzdem gehört es zu unserer Kultur, eine Wohnung zu kaufen. Spätestens wenn man eigene Kinder bekommt, ist das, soweit möglich, eine Selbstverständlichkeit.“ Außerdem hingen seine Frau und er sehr an dem Kiez, in dem sie vorher schon gelebt hatten. Als sie dann von einem Neubauprojekt erfuhren, schauten sie sich die Pläne an. „Die Wohnung, in der wir jetzt leben, war einfach wie für uns gemacht.“ Mieten wollten sie auf keinen Fall: „Ich weiß, was einige Bekannte zahlen, und glaube, es ist gut für uns, dass wir gekauft haben.“

Und: Je nach Entwicklung der Zinsen ist nach 25 bis 30 Jahren alles abbezahlt.“ Außerdem sei die Wohnung eine sehr gute Kapitalanlage.

Für die Finanzierung wendeten sich Coleman und seine Frau an die Berliner Sparkasse. Sie hatten auch andere Angebote eingeholt, entschieden sich dann aber für ihre Hausbank. Aus zwei Gründen, wie William Coleman betont: „Zum einen waren die Konditionen bei der Berliner Sparkasse besser, zum anderen weil unser Kundenberater Sven Wesely so nett und kompetent ist!“ Eigentlich, fällt dem Musiker spontan ein, seien es sogar drei Gründe gewesen: „Meine Frau und ich sprechen zwar schon lange Deutsch. Aber es ist eben nicht unsere Muttersprache. Da hat uns so ein Wohnungskauf und die damit verbundene Bürokratie gehörigen Respekt eingeflößt.“ Aufgrund anderer Erfahrungen sei ihm aber klar gewesen, dass die Berliner Sparkasse seine Frau und ihn „sehr gut durch den Finanzierungsdschungel führen“ würde. Dieses Vertrauen habe sich ebenso bestätigt wie die Entscheidung für die Wohnung.

## IM EIGENEN HEIM LEBEN



70% DER EUROPÄER 53% DER DEUTSCHEN

16% DER BERLINER

REIS &  
HÜLSEN-  
FRÜCHTE

# So schmecken Berliner Erfolge.

Bernhard Moser im Gespräch mit  
Milena Glimbovski und Zubin Farahani.



PASTA &  
WEIZEN



# Neue Wege gehen.

Essen ist Lifestyle und in gewisser Hinsicht auch ein politisches Statement. Bei vielen Menschen ist ihre Ernährung Ausdruck ihrer Lebenseinstellung. Berlin hat hier viel zu bieten: Bioläden der ersten Stunde existieren neben Pop-up-Restaurants, Foodtrucks neben Gourmetfestivals. Es ist ein Bewusstsein für gute Ernährung entstanden und mit ihm viele neue Unternehmen. Eines davon ist „Original Unverpackt“ – kurz OU –, das in Kreuzberg zuhause ist. Dort bekommen die Kunden genau das, was der unkonventionelle Name verspricht: Produkte, die unverpackt oder in Mehrwegverpackungen angeboten werden. Hier haben sich die OU-Gründerin und -Inhaberin Milena Glimbovski, der Veranstalter des international renommierten Feinschmeckerfestivals eat! berlin, Bernhard Moser, und DÖRRWERK-Gründer Zubin Farahani getroffen. Eine gute Stunde lang tauschten sie sich über die Berliner Foodszene aus, stellten sich die Frage, ob Nachhaltigkeit schädlich fürs Geschäft ist, welchen Effekt die Digitalisierung auf ihre Arbeit hat – und sprachen über die Mutterrolle der Berliner Sparkasse.

*Oft heißt es, mit Nachhaltigkeit sei kein Geld zu verdienen. Stimmt das?*

**Zubin Farahani:** Das glaube ich nicht. Mit ehrlich nachhaltigen Geschäftsmodellen muss es möglich sein, Geld zu verdienen und sein eigenes Unternehmen nachhaltig wachsen zu lassen. Daran glauben wir im DÖRRWERK fest. Wir stellen zum Beispiel gesunde Snacks aus geretteten Äpfeln und anderen Früchten her. Konkret heißt das: Wir kaufen Äpfel mit Schrammen und Dellen, die sonst nicht in den Handel kommen. Allein in Deutschland

Milena Glimbovski

Zubin Farahani



Bernhard Moser

landen jedes Jahr über 15 Millionen Tonnen Lebensmittel im Müll. Viel zu schade und eine riesengroße Verschwendung. Daher kaufen wir das Obst zu fairen Preisen auf und verarbeiten es zu gesunden Snacks, z. B. zu unserem hauchdünnen Fruchtpapier aus 100 Prozent Obst.

**Milena Glimbovski:** Für das OU-Geschäftskonzept spielt der Nachhaltigkeitsgedanke eine ebenso zentrale Rolle. Denn zu den weggeworfenen Lebensmitteln gesellen sich jährlich noch 16 Millionen Tonnen Verpackung, die in den Müll wandern. Dabei kann man auf einen großen Teil davon ganz einfach verzichten. Aus diesem Bewusstsein heraus haben wir im September 2014 den ersten OU-Markt gegründet. Unser Laden ist zwar kein Mega-store, aber wir haben schon jetzt um die 600 Artikel in unserem Sortiment.

*Wird dieses Angebot gut angenommen?*

**Milena Glimbovski:** Auf jeden Fall. Wir erweitern unser unverpacktes Sortiment kontinuierlich und bieten bald ein Online-Seminar an, damit Interessierte auch an anderen Orten OUs gründen können.

**Bernhard Moser:** In erster Linie beschäftige ich mich mit der Berliner Spitzengastronomie, beobachte die Berliner Foodszene aber trotzdem, wenn auch eher beiläufig. Der Gründungsgeist hier ist in jeder Hinsicht progressiv und kreativ. In dieser Stadt entstand der erste vegane Supermarkt, es gibt Foodtrucks, Cafés und Bistros, Smoothiebars und allerhand trendige Neugründungen. Darüber hinaus aber sollte man nicht vergessen, dass Berlin im Topsegment sehr gut aufgestellt ist und dass die Berliner Hauben- und Sterneköche extrem darauf achten, dass Lebensmittel nachhaltig produziert werden. Was bringt mir der coolste Foodtruck, wenn das fancy Pulled-Pork-Sandwich dann vom Schweinenacken aus Massentierhaltung kommt? Da leisten unsere Spitzenköche großartige Arbeit und unterstützen enorm die Brandenburger Landwirtschaft, ohne aber auf Topprodukte aus anderen Gegenden der Welt zu verzichten. Auch, dass es einen Trend zu Leitungswasser in der Spitzengastronomie gibt, unterstützt den Zero-Waste-Gedanken sehr. Die Frühsamers und Billy Wagner sind auch hier absolute Trendsetter.

*Für diesen international herausragenden Ruf ist auch Ihr Feinschmeckerfestival verantwortlich, Herr Moser. Es gilt als eines der besten weltweit. Sehen Sie eine Verbindung zwischen der gehobenen Küche und den vegan-vegetarischen Trends?*

**Bernhard Moser:** Die Kreativität dieser Trends ist einfach toll, aber auch von Spitzenköchen kommt viel Neues. War nicht der Sternekoch Michael Hoffmann vom Margaux Berlin der Erste, der phantastisch vegetarisch gekocht hat und schon früh seinen eigenen Gemüsegarten in Brandenburg hatte? Man kann den Kreativmotor in dieser Stadt nicht lokalisieren. Für Desserts wird zum Beispiel auch in der Spitzengastronomie Obst dehydriert, wie das Zubin Farahani auch macht.

*Die vielen Veranstaltungen Ihres Festivals sprühen selbst vor Kreativität. Was braucht es noch, um ein Festival international so bekannt zu machen?*

**Bernhard Moser:** Das Internet erleichtert uns die Arbeit, aber wichtig sind auch Print und Mundpropaganda. Unsere Zielgruppe hängt immer noch sehr am Papier, deshalb erscheint unser Magazin auch gedruckt in Deutsch und in Englisch. Doch unsere Alltagskommunikation erfolgt weitgehend online – ein reiner Offline-Ticketverkauf wäre für uns mittlerweile undenkbar. Soziale Netzwerke spielen bei uns eine weniger ausgeprägte Rolle.

**Zubin Farahani:** Dasselbe gilt für uns. Wir haben zwar mittlerweile starke Vertriebspartner und unsere Stände auf den Wochenmärkten sind auch gut besucht. Aber ohne das Internet wäre der Fruchtpapierverkauf deutlich geringer.

#### **Genussfestival für Gourmets aus aller Welt: eat! berlin**

Das Feinschmeckerfestival von Bernhard Moser findet seit 2011 statt und lockt Jahr für Jahr mehr Besucher an. Bei den 44 Einzelveranstaltungen rund um Haute Cuisine und feine Weine in verschiedenen Restaurants, Markthallen und Hotels der Hauptstadt ist für jeden Geschmack etwas dabei. Höhepunkt ist jährlich die abschließende Preisverleihung, bei der etablierte Köche, Nachwuchstalente und wichtige Akteure der Kulinarik geehrt werden.

#### **Stoffbeutel und Mehrwegflaschen statt Plastikmüll:**

##### **Original Unverpackt**

Der junge Berliner Supermarkt will dem Verpackungswahn ein Ende setzen. Kein Produkt wird in Einwegverpackung verkauft, sondern lose oder in wiederverwertbaren Hüllen. Eine Revolution im Kampf gegen den Plastikmüll.

#### **Mit Fruchtpapier Lebensmittel retten: DÖRRWERK**

Die Manufaktur für knusprige Snacks aus pürierten Früchten setzt auf „gerettetes“ Obst und Gemüse, das wegen kleiner Fehler nicht in den Verkauf kommt. Die DÖRRWERK-Mitarbeiter waschen, schälen, pürieren und dörren es. So entstehen Fruchtpapier oder -konfetti und Chips aus Ananas, Äpfeln, Erdbeeren, Mangos und Tomaten.

**Milena Glimbovski:** Wir verkaufen alle Produkte bis auf die Lebensmittel auch immer mehr über unseren Webshop.

*Was macht den Berliner Feinschmecker aus?*

**Bernhard Moser:** Berliner Gourmets sind neugierig. Und sie essen bewusst.

**Zubin Farahani:** Absolut. Gerade die bewussten Berliner wollen Qualität – auch bei so etwas Einfachem wie unserem Esspapier. Generell zählen die Berliner ihr Geld genau ab. Aber für Qualität sind sie auch bereit, etwas mehr auszugeben.

**Milena Glimbovski:** Das kann ich beides bestätigen. All unsere Kunden sind offen für Neues. Deswegen sind wir auch erfolgreich. Zu unserem Erfolg trägt aber noch etwas ganz anderes bei: die Unterstützung unserer Sparkasse. Neben der üblichen Finanzberatung ist es schon besonders, wie loyal sie zu uns steht.

**„GERADE DIE  
BEWUSSTEN  
BERLINER WOLLEN  
QUALITÄT.“  
ZUBIN FARAHANI**

*Wodurch zeichnet sich diese Loyalität aus?*

**Milena Glimbovski:** Natürlich ist es toll, wenn die Presse begeistert berichtet oder die Menschen hier Schlange stehen. Aber alle jungen Unternehmer kennen neben den Höhenflügen auch die Talsohlen. Dann ist es wichtig, einen geduligen Finanzpartner zu haben, der mit Rat und Tat zur Seite steht. Ich habe es sehr zu schätzen gelernt, dass die Berliner Sparkasse dann nicht als Erstes auf die Zahlen schaut.

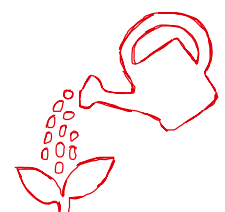
**Bernhard Moser:** Bisher finanzieren wir nur in sehr kleinem Maße über die Bank. Wir haben als kleiner Familienbetrieb die Eat! Berlin GmbH aus eigener Kraft gegründet. Aber allein beim Einrichten und Führen unseres Geschäftskontos zeigt die Berliner Sparkasse eine Flexibilität und einen Service, den wir so von anderen Kreditinstituten nicht kennen.


**Zubin Farahani:** Gerade beim Thema Finanzen und Darlehen brauchten wir in der Gründungsphase viel Unterstützung. Unsere Sparkassenberaterin war sehr herzlich und fürsorglich, fast schon mütterlich zu uns. Die gute Betreuung hat sicher dazu beigetragen, dass es heute so gut läuft.

**IM JAHR 2016 BEGLEITETE**

**DIE BERLINER SPARKASSE**

**337 EXISTENZGRÜNDUNGEN**



A photograph of two men standing in a modern office environment. The man on the left is wearing a light blue button-down shirt, dark trousers, and brown shoes. The man on the right is wearing a grey zip-up sweater, dark trousers, and brown shoes. They are standing in front of a long whiteboard covered in colorful sticky notes. The office has a high ceiling with exposed brick walls and modern lighting.

**Erdal Ahlatci**

**Dr. Rainer Zugehör**



# Hidden Champion an der Spree.

**Am linken Ufer der Spree, auf halber Strecke zwischen Oberbaumbrücke und den Treptowers, befindet sich der Hauptsitz eines deutschen Marktführers: movingimage heißt das Unternehmen, das mehr als 500 Unternehmen, darunter über 20 DAX-Konzerne, zu seinen Kunden zählt. Erfolgreich wurde der Anbieter für sichere Video-Cloud-Lösungen vor einigen Jahren nicht nur dank seiner progressiven Software, sondern auch dadurch, dass er auf agiles Arbeiten setzt. Dafür zeichnete Bundesarbeitsministerin Andrea Nahles das Unternehmen 2015 als erste Referenz ihrer „Arbeiten 4.0“-Initiative aus.**

Hidden Champions nennt man Unternehmen, die in ihrer Branche so etwas wie heimliche Gewinner oder unbekannte Marktführer sind. Einer von ihnen ist movingimage. Der Spezialist für Videostreaming, -hosting und -management, im Jahr 2004 gegründet von Dr. Rainer Zugehör, ist nicht nur in Deutschland, sondern auch europaweit führend in seiner Branche. Das hat viele Gründe: „Einer davon ist, dass wir auf ein Cloud-basiertes Produkt, sprich aus dem Internet, setzen, das aber die ganzen Sicherheits- und Datenschutzanforderungen erfüllt, die Unternehmen in Europa, speziell in Deutschland, einhalten müssen“, erklärt Zugehör. „Andere Anbieter beherrschen das nicht so gut. Deswegen sind wir in Europa besonders stark.“

Außerdem habe sich movingimage sehr früh auf große Kunden spezialisiert, ergänzt Co-Geschäftsführer Erdal Ahlatci. „Daher verstehen wir deren Bedürfnisse sehr gut.“



Dr. Rainer Zugehör



Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von movingimage



Erdal Ahlatci

Ahlatci stieß 2011 zum Unternehmen dazu und ist unter anderem für Expansion und Recruiting zuständig. Er engagiert bewusst Mitarbeiter aus der ganzen Welt. „Diese Internationalität hat einen besonderen Vorteil“, erzählt er. „Wenn zehn gleiche Menschen die gleiche Perspektive haben, kommt auch die gleiche Lösung raus.“ Arbeite man aber mit Menschen aus unterschiedlichen Kulturen, finde sich mit ihren unterschiedlichen Herangehensweisen oftmals eine bessere Lösung.

Zudem setzt movingimage sehr erfolgreich auf agiles Arbeiten: Ahlatci passte das aus den USA stammende „Scrum“-Arbeitsmodell an die deutschen Gegebenheiten an. „Wir arbeiten stark mit drei Rollen“, erklärt Ahlatci. „Es gibt den ‚Scrum Master‘ bzw. ‚Agile Coach‘, der auf die Prozesse achtet. Dann gibt es den ‚Product Owner‘, der das ‚Was‘ bestimmt und der eine Vision hat. Das Team ist auch eine ‚Rolle‘, es entscheidet, wie was ge-



Die Initiative dazu kam von Erdal Ahlatci, der schon seit vielen Jahren privat Sparkassenkunde ist. Er vertraut auf die Professionalität, Flexibilität und gute Beratung seines Finanzpartners. „Sparkassen interessieren sich nicht nur für die Zahlen, sondern auch für uns als Menschen und vor allem für unser Geschäftsmodell“, betont er. „Sie arbeiten mit ihren Kunden auf Augenhöhe.“

Karem El-Bastaweisy, Senior-Firmenkundenbetreuer der Berliner Sparkasse, bestätigt den Vorteil dieser Art der Zusammenarbeit: „Das ist auch für uns wichtig“, betont er. „Wir machen ja kein Pfandgeschäft. Wir schauen immer ganz extrem auf das Management und fragen uns, ob wir dem zutrauen, seine Ziele zu erreichen. Das ist das A und O.“ Zugehör nennt einen weiteren Vorteil der Zusammenarbeit mit der Berliner Sparkasse: „Eine Sparkassenfinanzierung verwässert uns unsere Anteile nicht. Nehmen wir Venture Capital, haben wir am Ende des Tages immer weniger Anteile als vorher. Wenn alle Sparkassen so vorgehen wie die Berliner Sparkasse, müssen sich die VCs sehr warm anziehen.“



Karem El-Bastaweisy

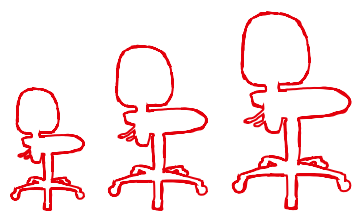
macht wird.“ Dann werde in sogenannten Iterationen gearbeitet. „Bislang war es üblich, in Meilensteinen zu arbeiten. Das heißt, ein Projekt wurde zum Beispiel auf zehn Monate aufgeteilt, jeder Monat ein Meilenstein. „Nach neun Monaten hat man aber noch kein konkretes Produkt, sondern erst nach zehn.“ In Iterationen zu arbeiten, bedeute, schon sehr früh etwas verwenden zu können. Läuft etwa im dritten Monat etwas schief, gibt es dennoch etwas, das man nutzen kann.

#### Begegnung auf Augenhöhe

movingimage ist Kunde der Berliner Sparkasse. Als die beiden Geschäftsführer eine Finanzierung brauchten, holten sie 2011 die Sparkasse an Bord. „In unserer Branche arbeitet man ja eher mit Venture Capital (VC), also Wagniskapitalgebern“, sagt Unternehmensgründer Zugehör. „Aber wir sind ein Beispiel dafür, dass wirklich jeder auch eine Sparkassenfinanzierung erwägen sollte.“

**IN NUR 8 JAHREN  
WUCHS DIE BESCHÄFTIGUNG  
IM IT-SEKTOR**

**IN BERLIN  
UM 70%**





**Mareike Lechner**

**Rolf Lechner**

# Spielräume für neue Ideen.

**Adlershof ist Berlinern schon lange als Wissenschafts- und Medienstandort bekannt. Dass sich der Stadtteil im Südosten der Stadt zu einem wichtigen Hightech- und Wirtschaftszentrum gemausert hat, wissen bislang noch wenige. Neben wichtigen außer-universitären Forschungseinrichtungen und Instituten der Humboldt-Universität haben sich hier inzwischen 1.000 Unternehmen und Einrichtungen mit über 16.500 Mitarbeitern angesiedelt. Zu dieser Entwicklung haben Mareike und Rolf Lechner von der immobilien-experten-ag. – kurz immexa – beigetragen.**

Das Kerngeschäft der immexa besteht in der Projektentwicklung und dem Asset Management von gewerblichen und wohnwirtschaftlich zu nutzenden Immobilien – seit einigen Jahren auch in Berlin-Adlershof. Hierzu gehört das Projekt „Am Oktagon – Campus für Gewerbe und Technologie“ an der Rudower Chaussee. Auf dem rund 55.000 Quadratmeter großen Campus befinden sich eine revitalisierte Sheddachhalle mit angeschlossenen Bürotrakt sowie drei Neubauten – weitere elf Neubauten kommen hinzu. Das OfficeLab H1, ein modernes Bürogebäude mit angeschlossener Produktions- und Servicehalle, wurde im April fertiggestellt. Die neuen Bürosolitäre wurden als besonders umweltfreundliche Green Buildings errichtet und zertifiziert. „Für uns ist Adlershof derzeit einer der spannendsten Wirtschaftsstandorte in Berlin“, sagt Mareike Lechner. „Hier ist noch viel Raum für Neues, insbesondere durch das Zusammenspiel von Forschung, Lehre und Industrie.“ Das aktuelle Interesse werde sich deutlich erhöhen, wenn der neue Flughafen BER endlich eröffnet sei.

Bevor Mareike Lechner vor sechs Jahren in ihre Heimatstadt Berlin zurückkehrte und bei der immexa einstieg, hat sie fast neun Jahre für eine der führenden Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaften gearbeitet. Die Unternehmensnachfolge ist eingeleitet, doch sie freut sich darauf, noch möglichst lange mit ihrem Vater Rolf zusammenzuarbeiten. Unter den Projektentwicklern der

Immobilienbranche ist er ein „alter Hase“: Schon 1971 baute er seine erste Firma auf, verkaufte sie später und gründete 2000 die immexa.

Lechner sagt, dass man als Immobilienentwickler eigentlich prophetische Gaben brauche, um erfolgreich zu sein. „Für grundlegende Themen müssen wir immer wieder einen Schritt weit in die Zukunft schauen: Wie entwickelt sich das Marktumfeld und wird die Immobilie, die jetzt geplant und gebaut wird, auch in 10, 20 oder mehr Jahren gebraucht und damit wirtschaftlich genutzt werden?“ immexa entwickelt auf eigenes Risiko, realisiert größere Projekte mit Projektpartnern, betont er, und versteht sich somit nicht als Dienstleister externer Auftraggeber. Den jahrzehntelangen Erfolg seiner Projektentwicklungen erklärt er so: „Wir beobachten, was die Menschen oder Unternehmen sich leisten können und wollen. Entsprechend kalkulieren wir. Ist zu erkennen, dass sich ein Projekt so rechnet, legen wir los.“

Ein anderer wichtiger Erfolgsfaktor sei die langjährige Finanzpartnerschaft mit der Berliner Sparkasse. „Die Zusammenarbeit ist in jeder Hinsicht optimal: kompetente und jederzeit erreichbare Berater, faire Konditionen – aber vor allem: verankert vor Ort. Die wissen ähnlich wie wir, wie sich der Berliner Markt entwickelt, wo die Stärken und wo die Schwächen sind.“ Das sei so mit überregionalen Kreditinstituten nicht immer gegeben. Mareike Lechner betont: „Unsere Geschäftsstrategie basiert auf dem Netzwerkgedanken, denn so generieren wir Mehrwerte. Mit der Berliner Sparkasse als Partner bestätigt sich dieser Ansatz immer wieder aufs Neue.“

**2016 WURDEN IN BERLIN  
871.000 QM  
BÜROFLÄCHE VERMIETET**



Ort des Gesprächs: Foyer der Komischen Oper Berlin





# Sing Along!

Susanne Moser im Gespräch mit Dilek Kolat.

# Chancen geben.

Die Komische Oper Berlin ist eine der renommiertesten Bühnen Deutschlands – und weit über die Landesgrenzen hinaus bekannt. Die Ensemble- und Orchestermitglieder kommen aus der ganzen Welt. Schon lange hat sich das Opernhaus neben der Kultur die gesellschaftliche Integration zur Aufgabe gemacht. Seit geraumer Zeit kooperiert sie vor diesem Hintergrund mit der Berliner Sparkasse. Nun unterstützt die Sparkasse sie bei dem Projekt „Sing Along“. Dabei geht es darum, junge Menschen aus Berlin mit unterschiedlichsten kulturellen Hintergründen, die bisher wenig Berührungspunkte mit klassischer Musik hatten, für die Schönheit des Musiktheaters zu begeistern – und sie besser in das kulturelle Leben der Hauptstadt zu integrieren. Herzstück dieser Zusammenarbeit ist das „Berliner Sing Along“, ein Mitsingprojekt für 900 Grundschul Kinder. Über mehrere Monate studieren die rund 30 Schulklassen aus drei Schulen Lieder unterschiedlichster Form und Herkunft im Musikunterricht ein. Im großen Finale treffen sie sich Ende Juni mit ihren Lehrkräften, Ensemblemitgliedern der Komischen Oper Berlin sowie Mitarbeitern der Berliner Sparkasse und der Senatsverwaltung zum „Sing Along“-Konzert im großen Saal der Komischen Oper Berlin. Dort werden dann rund 1.100 Menschen gemeinsam singen.

Schirmherrin des Projekts ist Dilek Kolat, Berliner Senatorin für Gesundheit, Pflege und Gleichstellung. Während eines Treffens sprechen die Politikerin und die Geschäftsführende Direktorin der Komischen Oper Berlin, Susanne Moser, über persönliche Integrationserfahrungen, die Rolle der Kunstform Oper als Identifikationsfläche und eigene Gesangskünste.

Susanne Moser



*„Sing Along“ ist ein Projekt, das die Komische Oper Berlin mit Unterstützung der Berliner Sparkasse und der Stadt Berlin ins Leben gerufen hat. Wie ist es dazu gekommen?*

**Susanne Moser:** Wir haben mit der Berliner Sparkasse über mehrere Jahre schon andere Projekte realisiert, auch mit Frau Kolat. Für „Sing Along“ haben die Sparkasse und wir uns eine Schirmherrin gewünscht, die für das Thema steht und dafür brennt. Da kam nur sie infrage. Denn Dilek Kolat steht für das vielfältige Berlin und für Chancengleichheit.

*Frau Kolat, warum „brennen“ Sie für diese Themen?*

**Dilek Kolat:** Ich bin mit drei Jahren aus Anatolien hergebracht worden und in Neukölln aufgewachsen. Ich hatte eine sehr schwierige Grundschulzeit, mit den schlechtesten Prognosen, was aus mir werden könnte. Ich weiß genau, wie es ist, in einer vielfältigen Gesellschaft aufzuwachsen, aber nicht die gleichen Chancen wie andere zu haben. Um aus seinem Leben etwas machen zu können, braucht man Unterstützung. Mir haben meine Lehrerinnen und Lehrer sehr geholfen. So sehe ich auch die Schirmherrschaft für „Sing Along“: Das Projekt richtet sich an Kinder aus Schulen mit einem Migrationshintergrund von 70 bis 80 Prozent. Ganz wichtig ist, dass sie rauskommen aus dem Alltag, aus ihrem familiären Umfeld. Dass sie etwas Neues kennenlernen: das Singen, die Komische Oper Berlin, überhaupt ein Opernhaus besuchen!

*Ist nicht aber gerade die Oper die Musikform, die am weitesten von der Lebenswelt dieser jungen Menschen entfernt ist? Hören die nicht lieber Hip-Hop, Rap oder Pop?*

**Susanne Moser:** Ich habe die Erfahrung gemacht, dass genau dieses Vorurteil sehr schnell erledigt ist, nachdem junge Menschen zum ersten Mal in der Oper waren. Die hier gespielten Themen betreffen sie persönlich. Wir haben neben „Sing Along“ ein weiteres Projekt, das die Berliner Sparkasse fördert, die „Medea“. Junge Menschen spüren, dass die Geschichte etwas sehr Existenzielles hat. Es geht um eine Frau, die mit Mann und Kindern in die Fremde geht – dort aber nicht akzeptiert wird und sich nicht zugehörig fühlt. Dieses Dazugehörenwollen,



trotzdem aber fremd bleiben, die eigene Herkunft nicht verleugnen wollen – diese Themen betreffen jeden. Geburtsland und Alter, kulturelle und religiöse Herkunft spielen da eigentlich keine Rolle. Deswegen glaube ich, dass gerade die Oper etwas Wesentliches leisten kann.

**Dilek Kolat:** Medeas Geschichte zeigt, wie wichtig Chancen sind. Auch mit dem „Sing Along“-Projekt wollen wir Kindern Chancen geben, indem sie eine Oper kennenlernen und gemeinsam singen. Denn Kultur, ebenso wie Sport, bringt die Menschen zusammen, egal wo sie herkommen. Und das gemeinsame Singen verbindet, ein Gemeinschaftsgefühl entsteht. Wenn ein junger Mensch mit diesem Gemeinschaftsgefühl auch noch auf einer großen Bühne steht, ist das die Chance zu erleben: „Ich werde akzeptiert und gehört. Ich leiste etwas. Das kommt an.“ Das sind unglaublich wichtige Erlebnisse. Schon in der Kindheit eben nicht immer zu denken: „Ich gehöre nicht dazu“ – und dann auf dumme Gedanken zu kommen. Sondern zu spüren: „Ich gehöre dazu“ – und daraus Selbstbewusstsein zu entwickeln.

**Susanne Moser:** Es ist enorm wichtig, mit diesem Selbstbewusstsein wieder in die Welt rauszugehen. Egal wie schwierig es ist, die Schule zu packen, einen Ausbildungsplatz zu finden, und all die Dinge, die Jugendliche noch bewältigen müssen – dieses Selbstbewusstsein hilft, den eigenen Weg zu finden.

**Dilek Kolat:** Ich habe in Berlin Chancen bekommen. Deswegen ist es meine Aufgabe in der Politik, Chancen zu geben. Die Komische Oper und die Berliner Sparkasse tun das ebenso.

**Susanne Moser:** Ganz entscheidend ist, dass man etwas gemeinsam erlebt und erarbeitet – das schärft den Blick für die Gemeinsamkeiten: wie hier miteinander zu singen. Das wird auch für uns in der Komischen Oper Berlin eine wirkliche Uraufführung, wenn wir alle gemeinsam im Saal singen – mit Frau Kolat. (Lacht)

**Dilek Kolat:** (Lacht ebenfalls) Auch wenn ich viele Reden halte, kann ich nicht gut singen. Das ist für mich auf jeden Fall eine Schwelle, die ich auch erst mal überwinden muss. Aber ich will nicht nur eine Schirmherrschaft übernehmen, sondern auch mitmachen.



Dilek Kolat

**Werden tatsächlich auch Mitarbeiter der Berliner Sparkasse mitsingen?**

**Susanne Moser:** Auf jeden Fall, einige haben schon zugesagt und bis Ende Juni werden es sicher noch mehr. Die Komische Oper Berlin sucht generell Partner, die sich für unsere künstlerische Arbeit und für die Werte begeistern können, die uns wichtig sind und für die wir stehen. So ein Projekt wie „Sing Along“ ist derart aufwendig, dass wir es aus eigenen Mitteln nicht tragen können. Die Berliner Sparkasse fördert schon immer Einrichtungen mit ähnlichen Werten. Als Berliner Finanzinstitut zeichnet sie sich durch Lokalbezug und soziales Engagement aus. Chancengleichheit und Vielfalt sind Themen, die wir mit ihr sehr gut anpacken können.

**Dilek Kolat:** Die Sparkasse erfüllt jetzt seit rund 200 Jahren ihren öffentlichen Auftrag – sehr aktiv. Dazu gehören auch Menschen mit Migrationshintergrund, die ganz selbstverständlich dort angestellt sind. Vielfalt heißt ja: Da verändert sich ständig was. Wir haben das letztes Jahr mit den Geflüchteten erlebt. Das war eine große Herausforderung für die Stadt. Während andere Banken sich in die Büsche geschlagen haben, hat die Sparkasse genau diesen öffentlichen Auftrag erfüllt und den Menschen Konten gegeben. Diese konsequente Form der Integration müssen wir alle gemeinsam leben. Zusammen zu singen ist dafür perfekt.

2016 FÖRDERTE  
DIE BERLINER SPARKASSE  
DAS GEMEINWOHL  
MIT 4,2 MIO. EURO





# Lernen fürs Leben.

**Fast 120.000 Schüler und Studenten haben Ende 2016 wieder ihr Anlegergeschick bei Europas größtem Börsenlernspiel unter Beweis gestellt. Zum ersten Mal waren im Rahmen des Planspiels Börse der Sparkassen auch Teams der deutschen Schulen in Mexiko und Japan dabei. Und natürlich nahmen wieder Berliner Schülerinnen und Schüler daran teil – mit 534 Teams. Besonders erfolgreich waren einige Teilnehmer der Hans-Litten-Schule in Charlottenburg: Zwei von ihnen erhielten sogar einen Preis in der Nachhaltigkeitskategorie.**

Die Aktienkurse schlugen heftig aus während der zehn Wochen, die das Planspiel Börse dauert. Auf sehr realistische Weise erlebten die Teilnehmer so, wie die Aktienmärkte auf politische Ereignisse wie etwa die Präsidentschaftswahlen in den USA oder die Bekanntgabe von Quartalszahlen großer Unternehmen reagieren – und was das für die Anleger bedeuten kann. „Wir haben jeden Tag die Nachrichten verfolgt und dann verglichen, wie sich das auf die Börsenkurse ausgewirkt hat“, erzählen Jonas und Ali vom Team „Drei Promille“. Sie belegten den achten Platz im Nachhaltigkeitswettbewerb des Planspiels. „Das war fast so spannend wie beim Fußballspiel.“ Viele Schüler fragten sich, ob sie auch in Aktien investieren würden, wenn es dabei um reales und nicht um virtuelles Geld ginge. Einigen ist das Risiko zu groß. Andere halten dagegen, dass bei den niedrigen Zinsen Aktien viel besser geeignet seien, um Geld zu verdienen, und gar nicht so riskant, wenn man nicht nur auf ein Unternehmen setze. Aber sie alle sind sich einig, dass das Planspiel Börse sehr realitätsnah ist.

Der Lehrer Olaf Ritz betreut das Planspiel an der Hans-Litten-Schule schon seit knapp zehn Jahren. Es ist dort fest in den Lehrplan integriert. Ihn freut, dass die Schüler dadurch beginnen, „sich für die wirtschaftliche Realität zu interessieren“. Außerdem konnten einige bei Vorstellungsgesprächen überzeugen, weil sie so engagiert am Planspiel Börse teilgenommen hätten, sagt er. „Das dabei gewonnene Wissen trug dazu bei, ihnen

einen Job zu verschaffen!“ Der Anspruch der Berliner Sparkasse ist es, die Finanzbildung in der Bevölkerung zu fördern. Dadurch sollen möglichst alle Menschen in die Lage versetzt werden, ihr Leben selbstbestimmt gestalten zu können. Die Berliner Sparkasse bietet den Schülern und Lehrern dafür noch andere Fortbildungsmöglichkeiten im Bereich Finanzwissen: Dazu zählen unter anderem der Deutsche Gründerpreis für Schüler, ein Planspiel zur Unternehmensgründung, Berufstage und Bewerbungstrainings. Darüber hinaus ist die Sparkasse Hauptsponsor der Bildungsinitiative CidS! Computer in die Schulen, die für alle Schulen das Berliner Schulnetz kostenlos bereitstellt, inklusive Anbindung an das Internet, Webpräsenz und E-Mails sowie Online-Lernen und Computerarbeitsplätzen.



Lehrer Olaf Ritz sowie Schülerinnen und Schüler der Hans-Litten-Schule

**1.829** TEILNEHMER IN **534** TEAMS  
BEIM PLANSPIEL BÖRSE 2016  
IN BERLIN 

# Kinder der Künste.

**Schon an Grundschulen nimmt der Leistungsdruck zu und es gibt die Trennung von „wichtigen“ und „unwichtigen“ Fächern. Zu den letztgenannten zählen häufig die künstlerischen Fächer. Dabei fördert künstlerische Bildung die Fantasie und damit auch die Ausdrucksfähigkeit. Die Stiftung Brandenburger Tor hat dies zusammen mit der „grund\_schule der künste“ der Universität der Künste Berlin zum Anlass genommen, Kunst in die Schulen zu bringen. Und zwar wortwörtlich: Künstler verlagern ihre Ateliers direkt in die Schulen. Dort können die Schülerinnen und Schüler sich kreativ ausprobieren, ihrer Fantasie freien Lauf lassen und herausfinden, was sie wirklich interessiert und was sie gut können. Und das ganz ohne Leistungsbeurteilung und Ergebnisdruck.**

„Max – Artists in Residence an Grundschulen“ heißt das Programm für die ästhetische Bildung von Kindern. „Künste fördern Intuition und handwerkliches Können. Daher sind wir überzeugt, dass ästhetische Bildung kein überflüssiger Luxus ist, sondern ein wichtiges Element schulischer Bildung sein sollte. Sie öffnet den Kindern einen eigenen Weltzugang, was in einer sich permanent ändernden Gesellschaft immer wichtiger wird“, erklärt Marcus Peter, Leiter des Geschäftsbereichs Bildung und Wissenschaft bei der Stiftung Brandenburger Tor, der Kulturstiftung der Berliner Sparkasse. Peter ist in der Stiftung für „Max - Artists in Residence an Grundschulen“ verantwortlich. Das Programm startete bereits im Oktober 2015 mit drei Schulen und ist inzwischen an fünf Schulen in Berlin und zwei in Brandenburg aktiv.

Die teilnehmenden Künstler arbeiten mit Medienkunst, Performances, Installationen und Malerei. An den Grundschulen richten sie für ein ganzes Jahr ihr Atelier ein. Daher auch der englische Titel „Artists in Residence“. Einer von ihnen ist Christoph Medicus. Der renommierte Künstler ist aktuell mit seinem Werk „Creating pressures on public authorities and private bodies“ unter anderem in der Ausstellung „Was sich abzeichnet“ im Arp Museum

Bahnhof Rolandseck zu sehen. An der Picasso Grundschule Berlin-Weißensee begleitet er die jungen Schülerinnen und Schüler bei ihrer persönlichen Auseinandersetzung mit Kunst und Ästhetik. In seinem Atelier im Dachgeschoss haben sie die Möglichkeit, etwas ganz Eigenes entstehen zu lassen: „Mir ist wichtig, dass sie sich dabei vollkommen frei fühlen. Als Struktur vorgegeben ist lediglich ein vielfältiges Angebot an Materialien und Techniken – zu Beginn ist das eine Begegnung ohne jede Bewertung“, betont Medicus. „Von mir bekommen sie eine Einführung und die Möglichkeit, sich jederzeit an mich zu wenden. Dennoch versuche ich, die von Ihnen mitgebrachten Inhalte mit einzubeziehen.“

Zum Abschluss dieser kreativ-kritischen Schaffenszeit findet am Ende des Schuljahres in jeder Schule eine Ausstellung statt. „Dann präsentieren Kinder und Künstler ihre Arbeiten, die in dieser Zeit entstanden sind“, so Peter von der Stiftung Brandenburger Tor. „Besonders schön ist es, wenn sich alle Beteiligten gegenseitig inspirieren.“ Diese Art der Auseinandersetzung, so sagt er, berge die Chance echter künstlerischer Begegnungen.

#### **Stiftung Brandenburger Tor**

Als Kulturstiftung der Berliner Sparkasse ist die Stiftung Brandenburger Tor in den Bereichen Künste, Bildung und Wissenschaft tätig. In der Zusammenführung von Künsten, Bildung und Wissenschaft spiegelt sich das Ziel der Stiftungsarbeit wider, die Kulturkenntnis und -kompetenz in einem ganz umfänglichen Sinne zu fördern. Mit zahlreichen innovativen Schulprojekten gibt die Stiftung Impulse im Bildungsbereich.

[www.stiftungbrandenburgertor.de](http://www.stiftungbrandenburgertor.de)

#### **„grund\_schule der künste“ der Universität der Künste Berlin (UdK Berlin)**

Die „grund\_schule der künste“ ist ein Bildungsraum unter dem Dach der UdK Berlin. In der „grund\_schule der künste“ erforschen Studierende wie Lehrende gemeinsam mit Grundschulern und ihren Lehrern, wie Bildung durch die Künste gelingen kann. Die „grund\_schule der künste“ der UdK Berlin gab über ihr Labor „Artists in Residence“ den Anstoß für das Projekt und übernimmt die wissenschaftliche Begleitung und die Beratung zur Durchführung und Weiterentwicklung des Programms.

[www.grundschulekunstbildung.de](http://www.grundschulekunstbildung.de)



Creating pressures on public authorities and private bodies (Grundschule)



Yusra Mardini

# Schwimmen!

**Schwimmen – das kann doch jeder. Wirklich? Nein. Rund 20 Prozent der Grundschulabgänger in Berlin können nicht sicher schwimmen. Und das, obwohl Schwimmen in Berliner Grundschulen ein Pflichtfach ist. Aber in vielen Schulen fällt der Schwimmunterricht aus – kein Zugang zu Schwimmbädern, zu hoher Aufwand. Wie gut, dass es Vereine wie die Wasserfreunde Spandau 04 gibt. Dort werden extra Kita- und Schulschwimmkurse angeboten – die extrem gut ankommen.**

Kraftvoll und mit ausholenden Bewegungen ziehen die Schwimmer ihre Bahnen. Fast wellenförmig ist die Technik beim Schmetterlingsstil. Hohe Wellen sind es auch, die die Schwimmer während ihres Trainings im großen Becken in der Schwimmhalle im Olympiapark mit ihren rhythmischen Bewegungen erzeugen. Weniger kraftvoll geht es nebenan zu: Dort machen kleine Jungen und Mädchen im Kinderschwimmkurs der Wasserfreunde Spandau 04 ihre ersten Übungen, um sich sicher über Wasser zu halten.

Am Beckenrand sitzen Sven Spannekrebs, Trainer der Wasserfreunde Spandau 04, und Matthias Rösner, Schulleiter der Sportschule im Olympiapark – Poelchau-Schule. Zwischen den beiden: Yusra Mardini. Die junge Frau und ihre Schwester Sara wurden weltbekannt, weil bei ihrer Flucht über das Mittelmeer ihr Schlauchboot zu sinken drohte. Die beiden Syrerinnen sprangen ins Wasser und zogen das Boot, bis sie die griechische Insel Lesbos erreichten. Später kamen sie nach Berlin und seit Oktober 2015 trainieren sie bei den Spandauer Wasserfreunden. Sven Spannekrebs ist seitdem ihr Trainer. Er half ihnen auch dabei, möglichst schnell im Berliner Alltag Fuß zu fassen. Es geht auch auf seine Initiative zurück, dass Yusra bei den Olympischen Spielen in Rio im Flüchtlingsteam antreten konnte.

Während ihre Füße im Wasser baumeln, reden sie darüber, wie wichtig das Schwimmen für Kinder ist. „Es prägt das ganze Leben“, sagt Yusra. „Weil es Leben retten kann. Aber auch weil man darüber gut in Kontakt mit anderen Menschen kommt.“ Das Interesse werde auch immer größer, erzählt Schwimmtrainer Spannekrebs. „Seit wir vor 13 Jahren angefangen haben, Kurse für Kitas anzubieten, hat sich die Teilnehmerzahl auf 800 Kinder erhöht.“ Mit dem Flüchtlingschwimmen begannen die Wasserfreunde 2015, als ein Trainer aus Syrien die Organisation dafür übernahm. „Nun kommen jeden Samstag zwei Gruppen

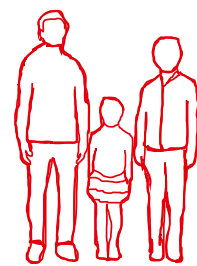
mit jeweils 20 Kindern und Jugendlichen ins Schwimmbad.“ Andere seien bereits in die regulären Trainingsgruppen gewechselt.

Möglich ist dieser Einsatz, weil Partner aus der Wirtschaft wie die Berliner Sparkasse die Bezahlung der Infrastruktur und der Trainer fördern. Dieses Geld fließt sowohl in die Kinder- als auch die Flüchtlingschwimmkurse. „Ohne die Unterstützung würden die Kurse doppelt so viel kosten“, rechnet Spannekrebs vor. Den Geflüchteten helfe das Schwimmen auch bei der Integration. Schulleiter Rösner stimmt zu. „Mit dem regelmäßigen Angebot können wir gerade den Kindern und Jugendlichen aus beengten Unterkünften Bewegung und Sport ermöglichen.“ Er ist noch immer beeindruckt von Yusras und Saras beispielhaftem Einsatz. Zugleich betont er, dass ihr Schulbesuch an der Poelchau-Schule Normalität geworden sei. Ganz so wie Schwimmkurse für Kinder oder Geflüchtete.



Matthias Rösner, Yusra Mardini und Sven Spannekrebs (v. l. n. r.).

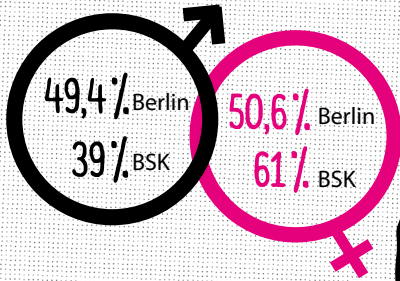
**DIE GESAMTZAHL  
AN KONTEN FÜR  
GEFLÜCHTETE  
BETRÄGT  
23.414**



# BERLIN UND SEINE SPARKASSE IN ZAHLEN

## MENSCHEN

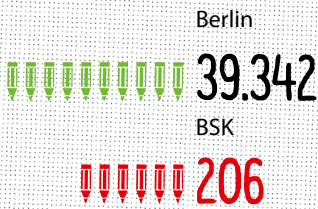
### GESCHLECHTERVERTEILUNG



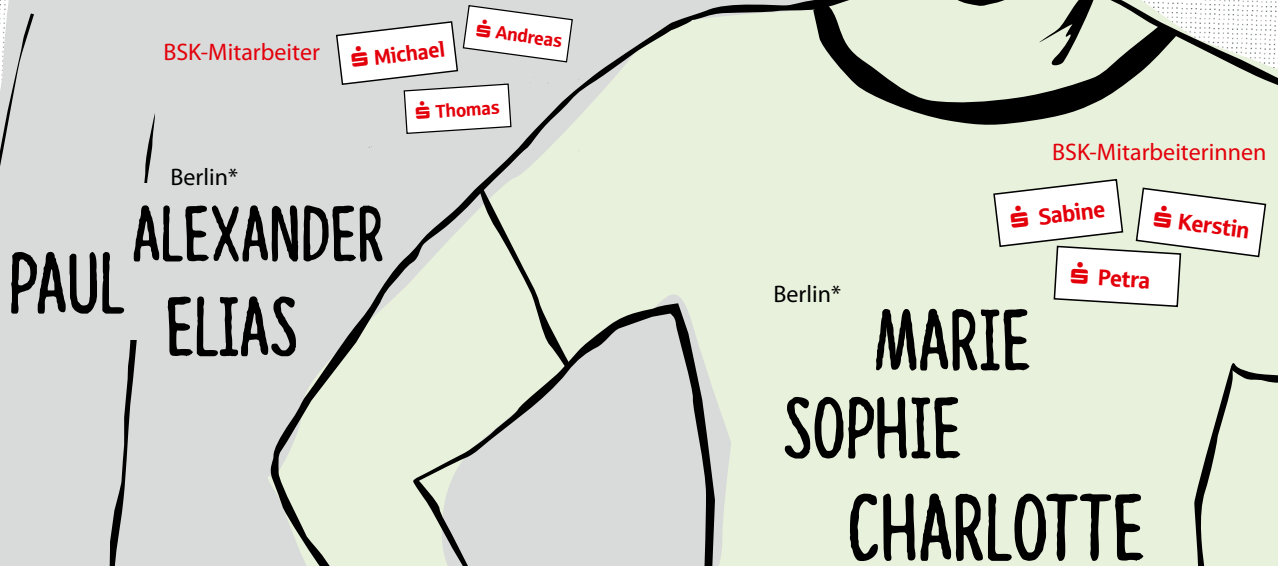
### DURCHSCHNITTSALTER



### ANZAHL AZUBIS



### BELIEBTESTE VORNAMEN





MIT KUNDEN GEFÜHRTE  
TEXT- UND VIDEOCHATS **28.257**

ENTSPRICHT

**25.000**

TIERE IN DEN  
BERLINER ZOOS



INGEGANGENE KUNDENANRUFEN  
ENTSPRICHT

**1,16** MIO. BESUCHER  
DES KARNEVALS DER KULTUREN


**1,24**  
MIO.



~~—VERBRAUCHTE TANS—~~ **30.372.544**

ENTSPRICHT **31.067.775**

HOTELÜBERNACHTUNGEN IN BERLIN



**1,330** MIO. KONTEN VON  
PRIVATKUNDEN

ENTSPRICHT

**1,365** MIO. SOZIALVERSICHERUNGSPFLICHTIG  
BESCHÄFTIGTE IN BERLIN



KONTEN FÜR JUNGE LEUTE **210.821**

ENTSPRICHT

**200.000**

BESUCHER DER  
BERLIN FASHION  
WEEK 2016



SPARKONTEN **610.324**

ENTSPRICHT **609.000**

VERHEIRATETE PAARE IN BERLIN



**184.513**  
GEFÜHRTE  
BERATUNGSGESPRÄCHE

ENTSPRICHT

**180.096**


STUDIERENDE  
AN BERLINS HOCH- UND  
FACHHOCHSCHULEN  
IM WS 2016/17



**1.175**  
SB-GERÄTE

ENTSPRICHT

**1.192**  
EICHEN  
IN BERLIN-MITTE



PRO TRANSAKTION ABGEHOBENE  
BARGELDMENGE AN  
GELDAUTOMATEN IM SCHNITT **161 €**

ENTSPRICHT

**166 €** MONATLICHE DURCHSCHNITTSAUSGABEN EINES BERLINER HAUSHALTS  
FÜR SCHUHE, KLEIDUNG, POST UND TELEKOMMUNIKATION



**8,2** MILLIARDEN €  
AUSGEZAHLTES BARGELD

ENTSPRICHT

**8,19** MILLIARDEN €  
EINNAHMEN DES LANDES BERLIN AUS  
LOHN-/EINKOMMEN-, GRUND- UND  
GEWERBESTEUER



# Geschäftszahlen.

MITARBEITERZAHLEN	2016	2015
MITARBEITER BERLINER SPARKASSE/LBB AG	3.772	3.830
MITARBEITER IN DER KUNDENBETREUUNG	1.936	1.931
MITARBEITER IN AUSBILDUNG	240	220

## Privatkunden \*\*\* Einlagen \*\*\* (in Mio. Euro)

	31.12.2016	31.12.2015
Sichteinlagen	11.860	10.755
Davon: Tagesgeldkonten	5.029	4.656
Termineinlagen/Sparbriefe	13	12
Spareinlagen	5.097	5.320
<b>Summe Kundeneinlagen/KI<sup>1</sup></b>	<b>16.970</b>	<b>16.087</b>

## Privatkunden \*\*\* Kredite \*\*\* (in Mio. Euro)

	31.12.2016	31.12.2015
Kontokorrentkredite	308	319
Kreditkarten	1.372	1.236
Immobilienkredite <sup>2</sup>	2.245	1.886
Andere Kredite (z. B. Konsumentenkredite)	513	568
<b>Summe Forderungen an Kunden/KI<sup>1</sup></b>	<b>4.439</b>	<b>4.009</b>

## Firmenkunden \*\*\* Einlagen \*\*\* (in Mio. Euro)

	31.12.2016	31.12.2015
Sichteinlagen	6.163	6.117
Davon: Tagesgeldkonten	2.009	2.307
Termineinlagen/Sparbriefe <sup>3</sup>	600	557
Spareinlagen	99	111
<b>Summe Kundeneinlagen/KI<sup>1</sup></b>	<b>6.862</b>	<b>6.785</b>

## Firmenkunden \*\*\* Kredite \*\*\* (in Mio. Euro)

	31.12.2016	31.12.2015
Kontokorrentkredite	377	379
Immobilienkredite <sup>2</sup>	7.882	5.893
Andere Kredite	5.524	6.517
<b>Summe Forderungen an Kunden/KI<sup>1</sup></b>	<b>13.784</b>	<b>12.789</b>

## Berliner Sparkasse

### Mitglieder des Vorstands

Dr. Johannes Evers, Vorsitzender  
Volker Alt  
Hans Jürgen Kulartz  
Tanja Müller-Ziegler

### Mitglieder des Beirats

**Dr. Johannes Evers**, Vorsitzender des Vorstands und  
Vorsitzender des Beirats der Berliner Sparkasse  
**Prof. Dr. Peter-André Alt**, Präsident der Freien Universität  
Berlin, stellvertretender Vorsitzender des Beirats der  
Berliner Sparkasse  
**Sophia Eltrop**, Geschäftsführerin der HOWOGE  
Wohnungsbaugesellschaft mbH (Mitglied bis 23.04.2017)  
**Dr. Andrea Grebe**, Vorsitzende der Geschäftsführung  
der Vivantes Netzwerk für Gesundheit GmbH  
**Prof. Wolfgang Hünnekens**, Geschäftsführer der  
VON NEUEM GmbH  
**Barbara Jaeschke**, Managing Director  
der GLS Sprachschule Berlin  
**Hans-Georg Kauert**, Leiter der Abteilung Wirtschaft  
in der Senatsverwaltung für Wirtschaft, Technologie und  
Forschung des Landes Berlin (Mitglied bis 31.03.2017)  
**Tim Keding**, Geschäftsführer SHOEPASSION  
**Dilek Kolat**, Senatorin für Gesundheit, Pflege und  
Gleichstellung des Landes Berlin

### Impressum

Herausgeber:  
Berliner Sparkasse  
Alexanderhaus  
Unternehmenskommunikation  
Alexanderplatz 2, 10178 Berlin  
Telefon: 030/869 651 94  
presse@berliner-sparkasse.de

### Kontakt

Berliner Sparkasse  
Alexanderhaus  
Alexanderplatz 2, 10178 Berlin  
Telefon: 030/869 801  
info@berliner-sparkasse.de  
www.berliner-sparkasse.de

### KontaktCenter

Täglich rund um die Uhr erreichbar  
Telefon: 030/869 869 69, Telefax: 030/869 869 31  
**Livechat:** montags–freitags 8–19 Uhr,  
samstags 9–14 Uhr,  
**WhatsApp:** montags–freitags 8–19 Uhr,  
www.berliner-sparkasse.de/kontakt

### Qualitätsmanagement

Hotline für Anregungen und Reklamationen  
Montags–freitags 9–19 Uhr  
Telefon: 030/869 869 66  
qualitaetsmanagement@berliner-sparkasse.de

### Online-Banking-Hotline

Montags–freitags 8–19 Uhr, samstags 9–14 Uhr  
Telefon: 030/869 869 57

### BusinessLine

Montags–freitags 8–18 Uhr  
Telefon: 030/869 869 869  
Telefax: 030/869 869 888

### Videoberatung:

www.berliner-sparkasse.de/videoberatung

### Private Banking

Alexanderplatz 2, 10178 Berlin  
Telefon: 030/8698 4071  
www.berliner-sparkasse.de/privatebanking

### Stiftung Berliner Sparkasse – von Bürgerinnen und Bürgern für Berlin

Alexanderplatz 2, 10178 Berlin  
Telefon: 030/869 747 650  
stiftung@berliner-sparkasse.de  
www.berliner-sparkasse.de/stiftung

### Berliner Sparkassenstiftung Medizin

Alexanderplatz 2, 10178 Berlin  
Telefon: 030/869 833 19  
kontakt@berliner-sparkassenstiftung-medizin.de  
www.berliner-sparkassenstiftung-medizin.de

### Stiftung Brandenburger Tor

Die Kulturstiftung der Berliner Sparkasse  
Pariser Platz 7, 10117 Berlin  
Telefon: 030/226 330 17  
info@stiftungbrandenburgertor.de  
www.brandenburgertor.de

### Kundenmagazin Berliner Akzente

**Berliner Sparkasse**  
Redaktion Berliner Akzente  
10889 Berlin  
Telefon: 030/869 823 48  
berliner.akzente@berliner-sparkasse.de  
www.berliner-akzente.de

### Konzeption und Gestaltung

AM | COMMUNICATIONS

### Fotografie

Thomas Meyer  
Dawin Meckel (Seite 38/39)  
Sebastian Burgold (Seite 4)  
Getty Images (Seite 2/3)  
Nick Ash (Seite 37)

### Roller (Titelseite)

Mit freundlicher Unterstützung  
von emmy-sharing.de



[berliner-sparkasse.de](http://berliner-sparkasse.de)

- [blog.berliner-sparkasse.de](http://blog.berliner-sparkasse.de)
- [facebook.com/berlinersparkasse](https://facebook.com/berlinersparkasse)
- [twitter.com/BerlinerSPK](https://twitter.com/BerlinerSPK)
- [youtube.com/berlinersparkasse](https://youtube.com/berlinersparkasse)