

# Azubis überzeugen mit Facebook-Kampagne

Mit der Kampagne „Azubi 2.0“ überzeugten die Auszubildenden der Sparkasse Günzburg-Krumbach die Jury und gewannen den 3. Social Media Award beim S-IMK (Institut für Marketing- und Kundenbindung). Auf den Plätzen zwei und drei folgten die Sparkasse Niederbayern-Mitte und die Sparkasse Schwalm-Eder.



*Strahlende Sieger: (von links): Uwe Leikert (Mitglied des Vorstandes), Nicole Stockinger, Sandra Binzer, Juliane Hofmiller, Linda Gruhler, Kimberly Fischer, Beatrice Mühleisen, Julia Luderschmid, Nadine Senges, Markus Hiller, Markus Hoser und der Vorsitzende des Vorstandes der Sparkasse Günzburg-Krumbach, Walter Pache.*

*(Sparkasse)*

In drei der vier Bewertungskriterien erreichte die Sparkasse Günzburg-Krumbach die Höchstpunktzahl und konnte bei ihrer erstmaligen Teilnahme beim Wettbewerb der S-IMK überzeugen. Gleich zwei Zielsetzungen hatte sich die Sparkasse für das Azubi-Projekt gesetzt: Sensibilisierung der Mitarbeiter für das Thema Soziale Netzwerke und deren Nutzungsmöglichkeiten für die Sparkasse und gleichzeitig erhöhte „Fanzahlen“ für das Institut. Neben Schulungen und Info-Veranstaltungen für die Mitarbeiter stand daher auch eine Facebook-Kampagne auf der Agenda. In der Kampagne wählten die Facebook-Nutzer den „besten Verein“ aus dem Geschäftsbereich der Sparkasse.

Bei der Preisübergabe am 6. März in Günzburg fand der Vorstandsvorsitzende der Sparkasse, Walter Pache, lobende Worte für die ehemaligen Azubis, die mittlerweile alle ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen haben und nun als Mitarbeiter der Sparkasse stolz auf das Projekt zurückblicken konnten. Im Beisein weiterer Vorstandsmitglieder, dem gesamtem Azubi-Team, der Ausbildungsleiterin Andrea Gruber und der Social-Media-Verantwortlichen Heidemarie Weng, erläuterten der Geschäftsführer der S-IMK GmbH Hans Josef Schmitz und als Vertreter der Jury Axel Grote und Susanne Zwanzger die Bewertung der Jury und würdigten das Konzept und die Präsentation der Azubis. Ein selbst gedrehtes Video wurde als Highlight der Kampagne vorgeführt.

Die Jury mit Axel Grote (DSGV), Prof. Dirk Neuhaus (Hochschule der Sparkassen-Finanzgruppe), Hans Josef Schmitz (S-IMK GmbH), Walter Wiegandt (RSGV) und Susanne Zwanzger (SVB) sowie Werner Funk für die SparkassenZeitung, bewertete die von elf Sparkassen eingereichten Konzepte nach einheitlichen Kriterien in den Bereichen „Konzept“, „Umsetzung“, „Erfolg“ und „Präsentation“. Das Preisgeld in Höhe von 1000 Euro, eine Urkunde und der Award in Form eines Pokals nahmen Vertreter der ehemaligen Azubis entgegen. Mit dem Preisgeld soll ein gemeinsamer Ausflug der Gruppe finanziert werden.

Die eingereichten Konzepte werden nach dem Award allen teilnehmenden Sparkassen zur Verfügung gestellt. So erhalten alle Teilnehmer innovative Ideen für den eigenen Social Media-Auftritt. (DSZ)