



Die Kunden von morgen müssen frühzeitig gebunden werden. DSV Sparkassen-Bilderwelt

GIROXTRA MIT S-POINTS

Neues Konzept im Jugendmarkt

Sinkende Marktanteile im Jugendmarkt! Ein Problem, das viele Sparkassen beschäftigt, geht es doch um die Kunden von morgen. Die Verantwortlichen der Kreis- und Stadtsparkasse Speyer wollten dieser Entwicklung nicht länger tatenlos zusehen. Deshalb wurde ein Konzept gesucht, mit dem die Sparkasse inzwischen die jungen Kunden betreut.

Was ist GiroXtra?

Das Basisprodukt ist ein Girokonto für die Zielgruppe der 0- bis 22-Jährigen. Das Konto wird kostenlos geführt und ist in vier Phasen aufgeteilt.

- > Lebensphase 0 bis 5 Jahre: reines Ansparkonto
- > Lebensphase 6 bis 10 Jahre: reines Ansparkonto mit eigener Kundenkarte für das Kind
- > Lebensphase 11 bis 17 Jahre: Taschengeldkonto
- > Lebensphase 18 bis 27 Jahre: vollwertiges Konto

In der Ansparphase wird das Konto attraktiv verzinst und löst hier das Sparbuch mit dreimonatiger Kündigungsfrist ab. So erlernen die jungen Kunden frühzeitig den Umgang mit Geld. Die Umwandlung vom Anspar- in ein Taschengeldkonto erfolgt nach Rücksprache mit den Eltern. Ein wichtiger Anlass für den Berater zum Gespräch!

s-points inklusive!

Das GiroXtra-Girokonto wird durch das Bonusprogramm s-points der S-IMK GmbH ergänzt. Zusätzliche und zielgruppenspezifische Leistungen machen das Angebot attraktiv und unvergleichbar. So beinhaltet das GiroXtra-Konto



Mit ausreichend Bonuspunkten erhält man Sach- und Finanzprämien.



neben den produktspezifischen Leistungen auch weitere Vorteile:

- > Mehrwert in Form von Vergünstigungen, Rabatten o.Ä. bei Partnerunternehmen
- > Bonuspunkte für fleißiges Sparen, aktives Nutzen des Kontos und den Abschluss bestimmter Sparkassenprodukte. Diese können in wertvolle Sach- oder Finanzprämien eingelöst werden
- > Durchgängiges Kommunikationskonzept
- > Fest definierte Ansprache, neue jugendgerechte Anschreiben und Newsletter, E-Mail-Newsletterversand sichern die Rundumbetreuung des Kunden

Zuerst wurden die eigenen Mitarbeiter begeistert!

Damit das ganzheitliche Konzept zum Erfolg wird, galt es, zunächst die eigenen Mitarbeiter zu überzeugen. Der Stellenwert der neuen Strategie wurde durch eine Auftaktveranstaltung für alle Mitarbeiter, zu der der Vorstand persönlich einlud, verdeutlicht.

„Die Auftaktveranstaltung hat für einen Ruck in unserem Haus gesorgt. Die Bedeutung des Jugendmarkts für die Zukunft unserer Sparkasse wurde jedem Mitarbeiter klar“, freut sich Andrea Brönnner, zuständige Projektleiterin der Sparkasse.

Die Markteinführung

Bei der Kreis- und Stadtsparkasse Speyer wurden zum Auftakt knapp 4000 junge Girokontoinhaber angeschrieben. Um die Wertigkeit des Angebots „sichtbar“ zu machen, wurde ein hochwer-



GiroXtra Box für den richtigen Einstieg.



Bei der Auftaktveranstaltung wurden die Mitarbeiter für das neue Produkt begeistert.



Das Historische Museum Speyer bot ermäßigten Eintritt in die Wikingerausstellung.

sonderes zum Auftakt einfallen lassen. Hier konnten die neuen GiroXtra-Kunden mit den „Wikingern auf große Fahrt“ gehen. Kunden erhielten gegen Vorlage des Coupons einen ermäßigten Eintritt in die Ausstellung. Außerdem ließen es sich der Museumsdirektor und sein Team nicht nehmen, die Interessenten persönlich zu begrüßen und in die Ausstellung einzuführen. „Unsere Firmenkunden haben so direkten Zugang zu neuen Kunden, und unsere jungen Sparkassenkunden erhalten tolle Vorteilsangebote. Diese Form der Zusammenarbeit kennt nur Gewinner und über unsere Newsletter werden wir künftig regelmäßig Angebote unserer Partner kommunizieren“, berichtet Andrea Brönnner.

Und wie sind die Erfahrungen nach der Markteinführung?

Im ersten Monat nach der Markteinführung wurden dreimal so viele Konten wie zuvor in einem Jahr eröffnet. Allein im Monat September waren dies über 700 Konten. Die Vorteilspartner der Sparkasse äußern sich positiv zu der neuen Form der Zusammenarbeit mit der Sparkasse. Das neue Girokonto ist in aller Munde und die Ideen der Jugendbetreuer erfüllen das Konzept mit Leben. „Wir sind zuversichtlich, dass dieser Trend noch lange anhält und dass die negative Entwicklung im Jugendmarkt mit GiroXtra umgekehrt werden kann“, zeigt sich Andrea Brönnner zuversichtlich.

Robert Dröge

Produktmanagement
S-IMK GmbH (Institut für Marketing & Kundenbindung GmbH)

Xtra für dich
cooler Memohalter Portrait-Foto inklusive
ein Print kostenfrei bei

Tausche diesen Coupon gegen den praktischen und coolen GiroXtra-Memohalter direkt bei deiner Geschäftsstelle ein. Dieses Angebot gilt nur solange der Vorrat reicht. Also, lass dir den Memohalter nicht entgehen!

Nimm diesen Coupon und geh' damit zu Juergen Baum „Foto ProMotion“, Gigenstraße 15, 67346 Speyer. Am Besten rufst du vorher an, Telefon 06232/24795. Also, smile and go.

*Vergrößerung im Format 13x18 cm. Auf weitere Printabzüge 50 % Rabatt auf den Stichtagspreis. Dieses Angebot gilt bis zum 31.12.2008.

FOTO PROMOTION
JUERGEN BAUM

Kundengutschein für einen Memohalter sowie ein Porträtfoto.

tiges Begrüßungspaket, u.a. mit folgendem Inhalt, versendet:

- > GiroXtra-Flyer
- > s-points-Flyer mit Jugendprämien
- > Partnerguide
- > Coupon für Auftaktgeschenk
- > Partnercoupon

Auf diesem Weg wurden alle jugendlichen Girokontoinhaber von 0 bis 20 Jahre in das neue Konto- und Betreuungsmodell übergeleitet.

Besondere Partnervorteile zum Auftakt!

Die neuen Kooperationspartner (Firmenkunden der Sparkasse) wurden in die Auftaktkommunikation einbezogen. So wurden die Vorteile des neuen Konzepts sofort für die Partner und die jugendliche Zielgruppe erlebbar. Als Auftaktgeschenk bekamen die Teilnehmer einen Memohalter für Fotos oder

Notizen, den sie in der Sparkasse abholen konnten.

Der Partner „Foto PROMOTION“ bot zusätzlich die Möglichkeit ein kostenloses Porträtfoto (z.B. von der Freundin oder den Eltern) zu erhalten.

Auch das Historische Museum der Pfalz Speyer hatte sich etwas ganz Be-



Zahlreiche Kooperationspartner bieten den Sparkassenkunden Mehrwert.