

## **Aktion „Rottalgold“ der Rottaler Raiffeisenbank eG** **Guerillamarketing Aktion für die „VisaCard Gold“ am 02.01.2010**

### Beschreibung der Bank und des Umfelds:

Die Rottaler Raiffeisenbank eG ist eine mittelständische Genossenschaftsbank mit einer Bilanzsumme von 465 Mio. EUR und hat ihr Geschäftsgebiet mit 12 Filialen im südostbayerischen Bäderdreieck Bad Füssing – Bad Griesbach – Bad Birnbach.

Die Aktion „Rottalgold“ wurde in Pocking durchgeführt. Pocking ist eine Kleinstadt mit knapp 16.000 Einwohner.

### Ziel dieser Maßnahme:

Mit dieser Aktion sollte die VisaCard Gold der DZ Bank ergänzend zu klassischen Marketinginstrumenten wie z. B. Mailings beworben werden. Zielgruppe waren die Einwohner aus Pocking und Umgebung, welche am Samstag, 02. Januar 2010 in Pocking ihre Wochenendeinkäufe erledigten.

Das erklärte Ziel dieser Maßnahme war es nicht, die Bank und das Produkt in den Vordergrund zu stellen, sondern möglichst viele Klicks auf der Website [www.rottagold.de](http://www.rottagold.de) erzielen zu können. Aus diesem Grund gaben sich die Bankmitarbeiter auch nicht als Bankmitarbeiter zu erkennen.

### Ablauf der Maßnahme:

Ein fünfköpfiges Team der Rottaler Raiffeisenbank unter der Leitung von Florian Schwarzbauer und Jörg Burghardt von GenoEntertainment trafen sich dazu in ihrer Freizeit am Samstag, 02. Januar 2010 und verkleideten sich mit goldenen Perücken, goldgelben Pullis mit dem Aufdruck [www.rottagold.de](http://www.rottagold.de) und goldener Schminke.



Nach einem gemeinsamen bayerischen Weißwurstfrühstück und diversen weiteren Vorbereitungen zog das Team „Rottalgold“ anschließend 4 Stunden durch die Pockinger Innenstadt. Dabei wurden goldenen Kärtchen in Größe einer Visitenkarte mit dem Aufdruck [www.rottagold.de](http://www.rottagold.de) und dem Hinweis „Wir wünschen Ihnen ein gutes Neues Jahr 2010 und goldige Zeiten“ an die Passanten verteilt. Zur besseren Wahrnehmung war „Frontmann“ Jörg Burghardt mit einem Megafon ausgestattet und konnte die Passanten somit auch zielgerichtet auf diese Aktion ansprechen.

Gezielt wurden frequentierte Einkaufsmärkte, öffentliche Parkplätze und auch Siedlungsgebiete angesteuert:



Auch örtliche Stellen mit üblicherweise hohem Verkehrsaufkommen wurden bei dieser Aktion nicht außer acht gelassen:





Speziell an einer Ausfallstraße von Pocking – üblicherweise staut sich hier der Verkehr – wurden an die wartenden Autofahrer „Neujahrsgriße“ und goldene Kärtchen verteilt.

Die Autofahrer reagierten durchwegs positiv:

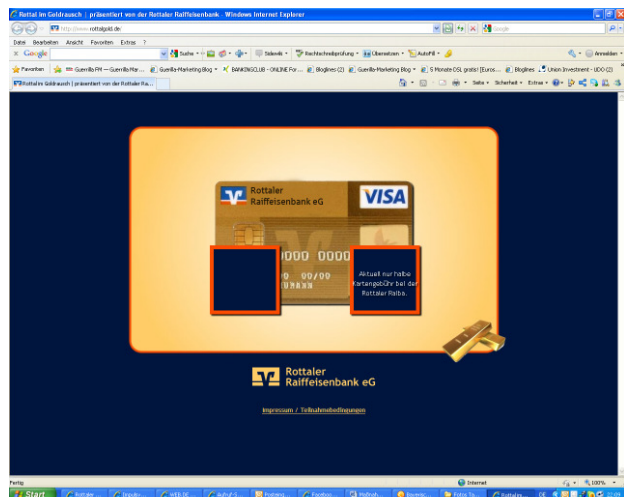
Viele zeigten - ihr bereits an einer anderen Stelle von uns übergebenes Kärtchen - aus dem Fenster.

Auch eine Flasche Sekt und einen Fünf Euro Schein haben die Bankmitarbeiter von begeisterten Autofahrern geschenkt bekommen.

Das „Sambatanzen“ einer jungen Kollegin erwiderten Autofahrer mit viel Beifall und rhythmischen Mitmachbewegungen.

Die Website „www.rottagold.de“:

Die Website wurde in Form eines „Rottalgoldspiels“ gestaltet. Dabei mussten die Besucher eine Art Memoryspiel lösen. Sechs Kärtchen mit jeweils drei Vorteilspaaren zur VisaCard Gold mussten richtig aufgedeckt werden. Anschließend ging es zu einem Gewinnspiel, wo die Besucher einen von zwei 5g Goldbarren gewinnen konnten und dieses Spiel auch an Freunde weiterempfehlen konnten.





Diese Guerillamarketingaktion wurde unterstützt durch ein klassisches Mailing (Rücklaufquote nahezu Null) und einem Link auf der Bankenhomepage.

Ferner wurden die Christbäume in den örtlichen Filialen abgeschmückt und vor der Filiale mit goldenem Lametta, einem Schild „Hier gibt es Gold zum halben Preis“ (bezogen auf die Kreditkartengebühr der VisaCard Gold im ersten Jahr) und den goldenen Kärtchen neu aufgestellt.

#### Das Ergebnis nach 14 Tagen:

- Bereits 119 Besucher 2 Stunden nach Beenden der Guerillamarketing Aktion am 2. Januar 2010.
- Nach 2 Tagen bereits 200 Besucher auf der Website.
- Aktuell 587 Besucher auf der Website (Stand: 17. Januar 2010).
- 305 Teilnahmen am Gewinnspiel (incl. vollständiger Adressdaten).
- Ein regionaler Baumarkt hat die Aktion eine Woche später auf ähnliche Art und Weise durchgeführt.
- ca. 25 VisaCard Gold auf 2 Wochen verkauft.
- Anfragen von Mitarbeitern aus anderen Banken zu dieser Aktion.
- Positiver Pressebericht (kostenlos) in der Regionalausgabe der „Passauer Neuen Presse“ am 08. Januar 2010 (vgl. nächste Seite)

## PERSONEN UND NOTIZEN

### „Goldene Wünsche“ von der Raiffeisenbank



**Pocking.** Neujahrsglückwünsche der besonderen Art konnten die Bewohner Pockings am 2. Januar in Empfang nehmen. Mitarbeiter der Rottaler Raiffeisenbank, (v.l.) **Florian Schwarzbauer, Nicole Greiler, Olga und Svetlana Temcenko** sowie **Ernst Janak** mit **Magie-Entertainer Jörg Burghardt** (2.v.r.) wünschten in ihrer Freizeit ganz in Gold verkleidet „A guads Nei’s und goldige Zeiten“. Verstärkt wurden diese Wünsche auch in Form von goldfarbenen Kärtchen mit dem Aufdruck [www.rottagold.de](http://www.rottagold.de) und mit einem eigens dafür „komponierten“ Lied. Allerdings gab man sich vorab nicht als Bankmitarbeiter zu erkennen. Die Auflösung folgte erst beim Besuch eines speziell für diese Aktion erstellten „Rottalgoldspiels“ im Internet. Begleitet wurde diese Aktion vom deutschen Vizemeister im **Magie-Entertainment, Jörg Burghardt**, den Bankmitarbeiter **Florian Schwarzbauer** für die Idee gewinnen konnte. Vorstandssprecher **Peter Voggenreiter** und Prokurist **Stephan Dorn** zeigten sich beeindruckt vom Engagement der Mitarbeiter. – red/Foto: red