

Auszubildende

# Für die Bank gewinnen

Wo sind sie, die interessierten und interessanten jungen Leute, die Wert auf eine solide Ausbildung in einem zukunftssträchtigen Beruf legen? Und wie kommt man an sie heran? Fragen, die sich auch die Raiffeisenbank Kocher-Jagst stellte. Mithilfe einer spielerischen Lösung gelang es, eben diese interessierten jungen Menschen für die Bankausbildung zu gewinnen.

**Jörg Burghardt**

Mithilfe der Geno Entertainment entwickelten die Verantwortlichen der Raiffeisenbank Kocher-Jagst ein mehrstufiges Programm, um die Qualität der Bewerbungen auf Praktikums- und Ausbildungsplätze zu verbessern. Im Mittelpunkt des Projekts stand das Ziel, auf der nächsten regionalen Ausbildungsmesse über 100 Besucher aktiv anzusprechen, nach ihrem Interesse an einer Bankausbildung zu fragen, um letztendlich zwei neue Auszubildende einzustellen. Zudem wurde vereinbart, dass die Gesprächsergebnisse für die Nachbetrachtung schriftlich dokumentiert werden.

## ***Spielerisch die Schwellenangst überwinden***

Vor der Ausbildungsmesse wurde mit sechs Mitarbeitern, die am Messestand arbeiten sollten, ein dreistündiger Workshop durchgeführt und das gemeinsame Ziel vereinbart. Da sowohl die Besucher als auch die Mitarbeiter der

Bank auf einer Messe immer auch eine gewisse Schwellenangst haben, jemanden aktiv anzusprechen, erscheint ein spielerischer Einstieg in ein Gespräch vorteilhaft.

Daher wurde das Spiel Ringbee am Stand der Genossenschaftsbank angeboten: Bei diesem Spiel werfen die Besucher 15 Magnetringe auf einen großen Taschenrechner. Dort sollen sie möglichst viele Zahlen treffen. Das Spiel war gleichzeitig auch mit einer Gewinnchance verbunden. Hier konnten die Messebesucher attraktive Preise – etwa eine Power Bank oder einen Kopfhörer – gewinnen. Die Taktik des spielerischen Auftakts birgt diverse Vorteile: Der Spieltrieb wird geweckt, die Neugierde befriedigt und der Wettbewerbs- und Gewinntrieb sorgen für eine rege Teilnahme. Die Messebesucher begeben sich einfacher in den direkten Kontakt und sind nach dem Spiel bereit zur Kommunikation mit den Mitarbeitern der Bank.

Um möglichst viele Besucher an den Stand der Bank zu locken, wurde ebenso trainiert, wie man Jugendliche anspricht. Für die erfolgreiche Ansprache ist es wichtig, die Besuchertypen zu erkennen. Im Prinzip lassen sich die Besucher in drei Kategorien unterteilen:

- **Der desinteressierte Besucher**  
Er geht schnell am Messestand vorbei, schaut geradeaus, vermeidet Blickkontakt. Dieser Besuchertyp ist für die Ansprache eher nicht geeignet.
- **Der neutrale Besucher**  
Er geht langsam am Messestand vorbei und ist noch etwas schüchtern, signalisiert aber durch seine Haltung grundsätzliche Bereitschaft. Er sollte auf jeden Fall angesprochen werden. Die Wahrscheinlichkeit, dass er am Spiel teilnimmt, ist sehr hoch.
- **Der neugierige Besucher**  
Er kommt direkt zum Messestand und fragt, worum es geht. Hier gibt es keinerlei Berührungsängste: Dieser Besucher wird auf jeden Fall mitspielen.

Jörg Burghardt ist Inhaber der Geno Entertainment, Emmendingen. Er und sein Team bieten unterhaltsame Lösungen für Veranstaltungen jeglicher Art und entwickeln gemeinsam mit Banken individuelle Formate.

E-Mail: [info@geno-entertainment.de](mailto:info@geno-entertainment.de)



Die Besucher müssen immer frontal – also von Angesicht zu Angesicht mit direktem Augenkontakt und voller Konzentration auf das Gegenüber – angesprochen werden. Wer Besucher nebenbei, also von der Seite oder gar von hinten anspricht, hat schlechte Karten. Sollte ein Besucher „Nein“ sagen oder deutlich signalisieren, dass er noch nicht bereit ist, kann man das mit einem „Okay, kein Problem“ beantworten. Wichtig: Einfach weitermachen, sich nicht entmutigen lassen und den nächsten Besucher ansprechen.

Menschen erfassen die Körpersprache des Gegenüber instinktiv: Wer uninteressiert oder gelangweilt wirkt, kann keine Aufmerksamkeit erwarten. Die Mitarbeiter sollten nicht zu eng beieinanderstehen und nicht ständig miteinander reden. Gerade Männer haben oft die Eigenart, dass sie mit beiden Händen in den Hosentaschen auf dem Messestand herumstehen. Das wirkt lustlos und unhöflich. Eine offene Körpersprache, verbunden mit einem natürlichen Lächeln, ist die einfachste Lösung für einen guten ersten Eindruck.

Um die Besucher zu befragen, ob sie an einer Bankausbildung interessiert sind, empfiehlt sich eine Teilnehmerkarte mit Adressfeld und Antwortmöglichkeit. Je-

der Besucher, der das Spiel am Stand mitspielt, sollte befragt werden, ob grundsätzlich ein Ausbildungsinteresse besteht. Bei einem „Ja“ wird ein entsprechender Vermerk auf der Karte gemacht. Als kleines Dankeschön für den Messestandbesuch bekommt jeder Besucher ein Giveaway – verbunden mit dem Hinweis, dass sich die Bank bei ihm melden wird.

### 100 Prozent Zielerfüllung

Das Ergebnis der spielerischen Ansprache: Während der Ausbildungsmesse wurden 180 Besucher aktiv angesprochen, zum Mitspielen eingeladen und befragt. Von diesen 180 Mitspielern bekundeten 100 Besucher Interesse an einer Bankausbildung. Die interessierten Besucher wurden nach der Veranstaltung durch die Raiffeisenbank Kocher-Jagst angeschrieben und dazu aufgefordert, eine Bewerbung abzugeben.

Aus der Aktion wurden zwei neue Auszubildende für die Bank gewonnen. Die Personalleitung der Genossenschaftsbank bestätigt zudem, dass sich die Qualität der Bewerbungen wesentlich gesteigert hat. Daher wird die Raiffeisenbank Kocher-Jagst auch in Zukunft auf diese spielerische Lösung setzen.

### Weitere Aktion

Nach dieser Aktion engagierte die Bank die Geno Entertainment auch für ein weiteres gemeinsames Projekt, bei dem die weiterführenden Schulen der Region besucht wurden. Die Schülerinnen und Schüler der 9. Klassen erhielten im Rahmen eines Vortrags „Das Glücksschwein-Prinzip Finanzen“ 17 wertvolle Tipps für ein erfolgreiches und glückliches Leben. Im Mittelpunkt des Vortrags stehen die Themen „finanzielle Sicherheit“, „positives Denken“ und „erfolgreich bewerben“.

Auch hier wurde die Raiffeisenbank unmittelbar integriert: Zum Thema „erfolgreich bewerben“ sprach ein Auszubildender des dritten Lehrjahrs über seinen Werdegang bei der genossenschaftlichen Bank und beantwortete kompetent sowie geduldig die Fragen der Schülerinnen und Schüler. Alle beteiligten Schüler erhielten darüber hinaus eine Informationsbroschüre, verbunden mit der Aufforderung, sich bei Interesse bei der Raiffeisenbank zu bewerben. BI



Auszubildende der Raiffeisenbank Kocher-Jagst