

„Late-Night-Banking“ in Lohr

Die Auszubildenden der Raiffeisenbank Main-Spessart locken Nachtschwärmer auf eine Party in der Filiale

Um neue Kunden zu gewinnen, haben die Azubis der Raiffeisenbank Main-Spessart eine ungewöhnliche Idee umgesetzt: Eine Party in der Bankfiliale. Im September des vergangenen Jahres führten sie unter dem Titel „Late-Night-Banking“ das außergewöhnliche Azubiprojekt durch. Bei Fingerfood, Getränken und Musik eines DJs sollten etwaige Berührungängste verschwinden und die Gäste auf die Leistungen des Instituts hingewiesen werden.

Lange Vorbereitungszeit

Seit 2013 realisieren die jeweiligen Ausbildungsjahrgänge der Raiffeisenbank Main-Spessart ein Azubiprojekt. Ziel des Kreditinstituts ist dabei vor allem, den Zusammenhalt der Auszubildenden untereinander zu stärken. Außerdem sollen die Kunden mit einbezogen werden. Die Idee für das Late-Night-Banking entstand in einem Workshop, in dem sich alles um die Frage drehte, wie junge Kunden für die Bank gewonnen werden können. Hier entwickelte sich die Vorstellung einer Beratung auf Augenhöhe – von jungen Erwachsenen für junge Erwachsene. Weitere Vorschriften gaben die Ausbilder den Azubis nicht mit auf den Weg.

Mehr als ein halbes Jahr hatten die Auszubildenden Zeit, um die Veranstaltung vorzubereiten. Dabei konnten sie lernen, dass die Organisation solcher Veranstaltungen eine genaue Planung erfordert. Eine besondere Rolle kam Lena Frankenberger zu, die sich mittlerweile im dritten Lehrjahr befindet und

als Projektleiterin die vielfältigen Aufgaben koordinieren musste: „Wir haben uns von den ersten Schritten, wie der Planung der Räumlichkeiten und des Termins, bis zum Aufräumen nach dem Event um alles gekümmert“, berichtet die 20-Jährige. Von großer Bedeutung waren neben der Organisation auch Werbemaßnahmen, um auf das Projekt aufmerksam zu machen. So verteilten die Azubis nicht nur fleißig Flyer und brachten Plakate an, sie schalteten sogar Kinowerbung. Einen wichtigen Platz nahmen zusätzlich die Posts in den verschiedenen Social-Media-Kanälen, wie der Facebookseite der Bank, ein.

Eine ungezwungene Atmosphäre

Trotz der sorgfältigen Vorbereitung war die Anspannung groß, als sich die Türen der Raiffeisenbank drei Stunden nach Geschäftsschluss wieder öffneten. Doch die intensive Werbung hatte sich gelohnt: Knapp 90 Gäste im Alter von 16 bis 25 Jahren hatten sich auf den Weg gemacht. Bei Musik und Tanz konnten sie die Hauptgeschäftsstelle in Lohr am Main zu später Stunde erleben. „Dies hat erheblich zu einer ungezwungenen Atmosphäre beigetragen“, stellt Frankenberger fest. Somit war es kein Wunder, dass einige Teilnehmer den Weg in die Beratungszimmer fanden. Hier hatten die Azubis Informationsplakate und Flyer zu vier Themen bereitgestellt, die sich konkret an Jugendliche richteten: Mitgliedschaft, Wunschfinanzierung, vermögenswirksame Leistungen und Vorsorge. Je ein erfahrener Berater stand bereit

und beantwortete die Fragen der jungen Erwachsenen bis kurz vor Mitternacht.

Nachahmung empfohlen

Schon während der Veranstaltung sammelten die Azubis erste Stimmen – und diese waren durchweg positiv. Die Gäste lobten die lockere Stimmung und die Tatsache, dass sie das Geldinstitut in einem anderen Licht betrachten konnten. Außerdem begrüßten sie die Möglichkeit, sich selbstständig und ohne Verpflichtungen über die verschiedenen Leistungen der Raiffeisenbank zu informieren. Das Geldinstitut kann ebenfalls zufrieden sein: Das Image bei den jungen Bewohnern des Landkreises Main-Spessart hat sich durch die Veranstaltung noch gebessert.

Auch das Fazit der Lehrlinge fiel positiv aus. Durch das anspruchsvolle Projekt haben sie gelernt, komplexe Aufgaben zu strukturieren und gemeinsam umzusetzen. Der gelungene Abend war eine Bestätigung für die harte Arbeit und hat das Team stärker zusammenwachsen lassen. Somit ist klar, dass Frankenberger eine Nachahmung des Projekts empfiehlt: „Wenn wir noch einmal vor der Wahl stünden, würden wir das Late-Night-Banking auf jeden Fall wieder durchführen.“ Und noch eine andere Einrichtung profitierte vom Einsatz der Auszubildenden. Die Station Regenbogen des Universitätsklinikums Würzburg erhielt den Gewinn aus dem Getränkeverkauf als Spende. Die Abteilung kümmert sich um krebsleidende Kinder und Jugendliche. *cd*



In Partylaune: Die Auszubildenden hinter dem Late-Night-Banking-Projekt, darunter Lena Frankenberger (2. v. re.).