

Im Verbandsgebiet des Ostdeutschen Sparkassenverbandes machte sich ein Prominenter für das Schüler-Börsenspiel stark

Patrice zeigt den Siegern die Inselhauptstadt

Premiere für das Planspiel Börse im Jahr 2009 im Verbandsgebiet des Ostdeutschen Sparkassenverbandes (OSV): Erstmals machte sich ein Prominenter für das Schüler-Börsenspiel stark. Exklusiv für die Sparkassen in Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen und Sachsen-Anhalt hat der bekannte MTV-Moderator Patrice als Testimonial das Planspiel Börse unterstützt. Der hohe Bekanntheitsgrad von Patrice in der Zielgruppe hat mit dazu beigetragen, Jugendliche für das Thema Finanzen und Börse zu sensibilisieren und zur Teilnahme am Planspiel Börse zu motivieren.

UWE KATHMANN

Ostdeutscher Sparkassenverband

Wie hoch die Identifikation der Jugendlichen mit einem Promi ist, wurde bereits auf dem Event für die Halbzeit-Sieger deutlich. Der OSV hatte das beste Team zu einem Eishockey-Bundesliga-Top-Spiel in die O2-World in Berlin eingeladen. Dort hatten die Jugendlichen auch die Gelegenheit zu einem Meet&Greet mit Patrice.

Die Aufregung und Anspannung standen dem Team „Die Partybörse“ aus Lübbenau/Brandenburg schon bei der Abholung im Hotel am Alexanderplatz ins Gesicht geschrieben. So nutzten sie auch während des Abends die Gelegenheit, um aktuelle musikalische Trends zu erfahren und gemeinsame Fotos zu machen.

Zu einer viertägigen Reise eingeladen

Noch spannender wird es für die Siegerteams aus den Bundesländern Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen und Sachsen-Anhalt: Sie sind zu einer viertägigen Reise nach London eingeladen, gemeinsam mit Patrice. Der MTV-Moderator wird die Gruppe begleiten und ihnen „Mein London“ zeigen. Neben den touristischen Highlights wird dies sicher ein unvergessliches Erlebnis für die Gewinner. Die OSV-Werbematerialien wurden mit dem Testimonial Patrice aufmerksamkeitsstark gestaltet. Zur Kommunikation des Planspiels Börse standen den OSV-Sparkassen ein Plakat zum Einsatz in den Filialen, aber auch in Schulen und Universi-

täten, sowie ein Flyer mit Response-Element kostenfrei zur Verfügung.

Ergänzend zu den Print-Medien haben eine neue Mikroseite und ein Internetmodul für die Internetfiliale auf die 27. Spielrunde des Planspiels Börse aufmerksam gemacht. Damit waren die Schüler immer topaktuell informiert.

Erstmals gab es 2009 auch ein „Promi-Depot“, mit dem Patrice ebenfalls am Planspiel Börse teilnahm. Dabei stellte er sich dem Geschick von zirka 3800 Teams. Das Promi-Depot war auf den individuellen Internetseiten der Sparkassen eingebettet, sodass die Teams immer einen Überblick über den Depotwert von Patrice hatten und sich daran messen konnten. Patrice gehörte am Ende auch zu dem Drittel der OSV-Teams, die ihr Depot zum Wettbewerbssende mit einem Plus ins Ziel bringen konnten.

Seit 1991 wird das Planspiel Börse auch in Ostdeutschland mit großer Begeisterung gespielt. Allein aus den Bundesländern Brandenburg, Mecklenburg-Vorpommern, Sachsen und Sachsen-Anhalt spielen jedes Jahr rund 3800 Teams um den Sieg. Damit hat sich Planspiel Börse zu einer starken Marke der Sparkassen-Finanzgruppe im Jugendmarkt für die ostdeutschen Sparkassen etabliert. 94 Prozent aller OSV-Sparkassen nehmen am Planspiel Börse teil. Damit liegt die Beteiligungsquote deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 82 Prozent.

Kontaktreichweite im Jugendmarkt weiter ausbauen

Aufgrund der stark rückläufigen Bevölkerungsentwicklung in der Zielgruppe der 15- bis 21-Jährigen besteht insbesondere für die OSV-Sparkassen die Herausforderung, die Kontaktreichweite im Jugendmarkt in den nächsten Jahren weiter auszubauen.

Zwischen 2005 und 2015 wird sich die Zahl der 15- bis 21-Jährigen halbiert haben. Allein in den Jahren zwischen 2005 und 2009 ist der Bevölkerungsanteil in der Zielgruppe der 15- bis 21-Jährigen um rund 300 000 Personen, das heißt rund 31 Prozent, zurückgegangen.

... Fortsetzung

***Auswirkungen
auf die Kundenzahlen***

Diese Entwicklung hat große Auswirkungen auf die Kundenzahlen der Sparkassen in Zukunft.

Daher hat der OSV vor einigen Jahren begonnen, Planspiel Börse zu einem wesentlichen Kommunikationskern mit der Zielgruppe der Jugendlichen auszubauen. Für die langfristige Kundenbindung ist es von großer Bedeutung, möglichst früh eine direkte Bezie-

hung zu Kindern und Jugendlichen aufzubauen. Planspiel Börse bietet den emotionalen Rahmen, um diese Bindung zu festigen.

Der Aufbau einer Kontoverbindung als oberstes Ziel sollte eng mit den Aktivitäten von Planspiel Börse verbunden werden. Das hohe Engagement der Sparkassen hat bisher dazu geführt, dass die Zahl der Spielgruppen im OSV trotz des deutlichen Bevölkerungsrückgangs in der Zielgruppe relativ stabil geblieben ist.