



Klaus Wurzinger freut sich über das extend-Dialogbild und das positive Feedback der Mitarbeiter.

Das neue Dialogbild der BW-Bank

Wie ein einziges Bild das Stuttgarter extend-Programm einfach visualisiert.

Bilder sagen oft mehr als tausend Worte, sie prägen sich besser ins Gedächtnis ein als Zahlen oder Begriffe und helfen, Sachverhalte zu begreifen. Man denke an Bilderbücher und insbesondere die beliebten Wimmelbilderbücher von Ali Mitgutsch. Die BW-Bank hat sich die Vorteile der bildlichen Kommunikation zunutze gemacht: Mit der Unterstützung von Affinion und der auf Dialogbilder spezialisierten Agentur Ecke Hamburg wurde das bereits durch Affinion ins Leben gerufene allgemeine Dialogbild zum Mehrwertbanking auf das Stuttgarter Programm extend übertragen. So finden sich neben den Programminhalten auch regionale Elemente wie die Mercedes-Benz-Arena oder der Stuttgarter Fernsehturm wieder. Anlässlich des neunten Geburtstags von extend bekamen sämtliche Vertriebsmitarbeiter der Bank im Juni und Juli 2009 eine auffrischende Schulung anhand des Bildes. „Die Verwendung des Dia-

logbildes hat diese Schulungen ungemein beliebt“, freut sich Klaus Wurzinger, Produktmanager der BW-Bank. „Ein Bild anstelle von trockenen Fakten macht allen Beteiligten Spaß und es ist damit viel leichter, Mitarbeiter zu motivieren.“

Das Dialogbild wird zukünftig dauerhaft im Vertrieb und in der Ausbildung zu Schulungszwecken verwendet. Als Plakat in den Aufenthaltsräumen der Filialen sorgt es für permanente Präsenz der extend-Leistungen und regt zu Gesprächen darüber an.

„Unser Vertrieb ist begeistert von dieser neuen, visuellen Art der Schulung.“