

Wenn eine Bank Kultur macht

DIE KANTONALBANK IST DA!

Die Jubiläumstournee rollt bereits – Capricorn hat sich noch vor den Premieren mit Alois Vinzens unterhalten.



Herr Vinzens, Sie sind Projektleiter der GKB-Jubiläumstournee. Wie fühlen Sie sich in dieser Rolle?

Die Arbeit in diesem Projekt bedeutet für mich eine sehr reizvolle neue Erfahrung und gleichzeitig eine interessante Abwechslung zum beruflichen Alltag. In einem gewissen Sinne bin ich auch ein wenig stolz darauf, im Jubiläums-OK das Geburtstagsfest der GKB mitgestalten zu dürfen. Die Leitung der Jubiläumstournee ist eigentlich eher zufällig in meine Verantwortung gefallen.

Sie haben in diesem Projekt mit Künstlern zu tun. Wie haben Sie es empfunden, mit Künstlern, die doch ganz anders sind als "Bankler", zusammenzuarbeiten?

Der "geschäftliche" Umgang mit Künstlern ist für an Bankstandards gewohnte Leute mit Sicherheit eine spezielle Geschichte. Die ungewohnte Gesprächskultur, der Umgang mit der künstlerischen Freiheit und der teilweise Verzicht auf bankgewohnte vertragliche Absicherungen waren am Anfang eine echte Herausforderung. Mit der Zeit lernt man zu akzeptieren, dass halt bis zur Premiere vieles unverbindlich bleibt. Das macht die ganze Sache für alle Beteiligten sehr spannend.

Wie arbeits- und zeitintensiv waren die ganzen Vorbereitungen für die GKB-Jubiläumstournee?

Die Arbeit an diesem Projekt wurde bereits Mitte 1993 aufgenommen. Ursprünglich war es ein kleines Projekt, welches dann mit den wachsenden Ansprüchen an die Jubiläumskonzeption zum Grossprojekt herangewachsen ist. Derzeit ist die Belastung sehr gross, man spürt die nahende Premiere und sehr viele Details sind noch zu



Gion Andrea Columberg, Assistent (links), und Alois Vinzens, Projektleiter Jubiläumstournee, mit dem ersten Entwurf zum Tournee-Plakat

bereinigen. Dank der ausgezeichneten Unterstützung durch die beigezogenen externen Berater im Bereich Projektmanagement, Marketing und PR sowie die Unterstützung durch unsere interne Marketing- und Werbeabteilung und die verantwortlichen Bankvertreter vor Ort sowie auch sehr viele andere interne Stellen wird die zu leistende Arbeit und die Verantwortung jedoch auf viele Schultern verteilt.

Begleiten Sie die GKB-Jubiläumstournee als Projektleiter? Betreuen Sie die Gäste?

Als verantwortlicher Tourneeleiter werde ich selbstverständlich auch unterwegs dabei sein. Ich freue mich, mit dem ganzen Jubiläumstross unterwegs zu sein und viele neue Leute kennenzulernen. Die Betreuung der Gäste und Kunden vor Ort ist weitgehend Sache der regionalen Bankvertreter. Wir haben bewusst darauf geachtet, dass unse-

re Ortsvertreter zu ihrem ganz persönlichen Auftritt kommen. Sie sind die eigentlichen Gastgeber der Jubiläumstournee. Ich glaube auch, dass sich die meisten darauf freuen, ihren Gästen und Kunden in der Region etwas ganz Besonderes bieten zu können.

Wie vereinbaren Sie die GKB-Jubiläumstournee mit Ihrem Job?

Die Projektleitung dieses Grossprojektes ist sehr zeitintensiv. Deshalb musste ich in verschiedenen anderen internen Projekten etwas

zurückstecken. Auf der anderen Seite investiere ich aber auch einen erheblichen Teil meiner Freizeit in diese schöne Aufgabe. Im Bereich des operativen Tourneemanagements wird mich Gion Andrea Columberg entlasten. Er wird während der Tournee die Funktion eines Assistenten wahrnehmen. So ist sichergestellt, dass ich auch trotz Jubiläumsjahr meinen angestammten Aufgaben nachkommen kann.

Gibt es eine Produktion in der GKB-Jubiläumstournee, die Ihnen speziell ans Herz gewachsen ist?

Alle Produktionen werden ein hohes Mass an Qualität und Professionalität aufweisen. Die genauen Inhalte sind aber auch mir bis zum heutigen Tage nur vage bekannt. Die Vorbereitungsarbeiten laufen derzeit auf Hochtouren. Ich bin überzeugt, dass alle Veranstaltungen ein Publikum finden werden. Eine ganz spezielle Überraschung dürfte die Lauter Fisch-Produktion werden, welche erstmals Künstler von "The Jelly Fish Kiss" mit Christine Lauterburg und Rachel Collins verbindet.

Heisst dies, dass Sie die Inhalte bei der Premiere zum ersten Mal hören?

Nein, wir stehen ja in laufendem Kontakt mit den Künstlern, so dass wir uns schon eine Vorstellung darüber machen können, was uns im Sommer erwartet.

Wie werden die Tickets für die

GKB-Jubiläumstournee extern vermarktet?

Die Vermarktung erfolgt breit über verschiedene Kanäle: Inserate, Radiospots, Plakate, Flugblätter und PR-Instrumente. Für die Abendveranstaltungen – Cabaret 3iD, Bündner Kammerorchester und Lauter Fisch – werden über persönliche Einladungen und Abgabe am Schalter Tickets vergeben. Die übrigen Events – Musikschulen, Hampas Rockin' Kids und Kindertheater – sind öffentliche Anlässe. Mit diesem Konzept ist sichergestellt, dass die Jubiläumstournee für jedermann zugänglich ist.

Sind auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingeladen?

Natürlich – sie erhalten Gelegenheit, sich eine Vorstellung aus dem ganzen Tourneeprogramm auszuschauen, und zwar aufgrund einer persönlichen Einladung. Darüberhinaus kommen wir alle am Personalfest in den Genuss einer exklusiven Vorpremiere: dort steht das Jubiläumszelt zum erstenmal offen und Kostproben der Darbietungen sind zu hören und zu sehen.

Wird für die Tournee auch GKB-Personal eingesetzt?

Eine zentrale Idee dieser Tournee ist die Nähe zum Kanton, zum Kunden. Nähe verkörpert unser Personal auf allen Stufen. Deshalb werden die gesamte Kundenbetreuung, die Hostessen und diverse Überwachungsaufgaben wie Sicherheit, Vermarktung vor Ort, etc. direkt durch GKB-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter wahrgenommen.

Wird den eingesetzten GKB-Mitarbeitern der Aufwand vergütet?

Die vom Personal geleisteten Mehraufwendungen werden grundsätzlich kompensiert. Die Personalabteilung hat hierzu in Abstimmung mit der Geschäftsleitung entspre-

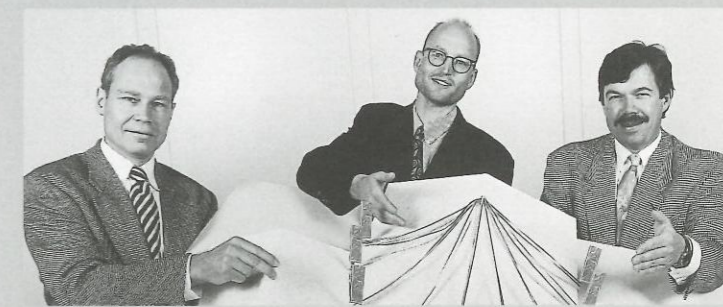
chende Weisungen erlassen.

Herzlichen Dank für das Gespräch und viel Erfolg für die ganze Tournee.

Geraldine D'Atria

DREI MÄNNER MIT ZELT

94 Aufführungen auf 16 Dorfplätzen im ganzen Kanton: nur möglich mit externer Unterstützung für Marketing, PR, Realisation.



Das OK Jubiläum 1995 und somit die einzelnen Jubiläums-Projekte werden auch durch externe Unternehmungen unterstützt. Sie arbeiten hinter den Kulissen z.B. für die Jubiläums-Reisen, das Projekt GKB-Jubiläumstournee oder verschiedene Pressekonferenzen.

Verantwortlich für die Unterstützung in Marketing- und Kommunikationsfragen ist Hansruedi Schiesser, Inhaber der Trimarca, Agentur für Marketing, Werbung und Kommunikation in Chur (links im Bild). In Fragen betreffend Public Relations werden wir durch Marcel Bernet und der Marcel Bernet Public Relations in Zürich unterstützt. Gérard Jenni (rechts im Bild) von der B + R event AG in St. Moritz/Zürich bietet Support bezüglich des Projektmanagements und der operativen Realisation einzelner Projekte.

Die Berater präsentieren das erste Modell des Jubiläums-Zelts, das von Mai bis September auf Achse ist.

Daniel Michel, MARK

REISS! SCHLECK! KLEB!



Die vor einigen Wochen verteilten Jubiläums-Klebmarken sollen vom Bogen abgetrennt, umseitig befeuchtet und dann jeweils dort aufgeklebt werden, wo sie die Botschaft "125 Jahre GKB" in die weite Welt hinaus tragen können.

Sie sind dazu da, allen Briefschaften, Bankdrucksachen und Formularen einen Hauch Jubiläum zu verleihen, die aus Vernunft- oder Finanzgründen nicht jubilike haben gestaltet werden können.

Das heisst: Überall wo Sie das Gefühl haben, es sei angebracht, bringen Sie eines dieser Märggli mit den Jubi-Manoggel an und helfen mit, im "tristen" Bankeralltag etwas Fröhlichkeit, Lebensfreude und Unerwartetes zu verbreiten.

A guats Gefühl - oder?

Hanspeter Wyniger, MAWE

