Hinweise und Bedingungen 2027

Q1 2027: #JungeMomente (Januar bis März)

Sie setzen den Impuls – digital und analog. Wir ergänzen, indem wir Ihr Mailing mit einem Anreiz verstärken.

- Beispiel: Sie schreiben 1.000 Nicht-Gewinnsparer an, wir übernehmen die Kosten für je 2 Wireless Kopfhörern je 1.000 Mailing-Empfänger zum Verlosen unter allen Loskäufern
- Die Auflage sollte realistisch bemessen sein und den von uns empfohlenen Zielgruppen-Kriterien entsprechen: Alter unter 45 Jahre
- Das Mailing wird durch Sie im Mailingpark der DG Nexolution beauftragt
- Die Kostenübernahme erfolgt im Nachgang. Bitte lassen Sie uns entsprechende Nachweise, die Rechnung und Reportings zu der Aktion an erechnung@gsv.de zukommen

- GSV-Ergänzung: 2 Wireless Kopfhörer je 1.000 Mailing-Empfänger zum Verlosen unter allen Kunden, die Lose kaufen. Die Verlosung wird entsprechend in unseren Vorlagen aufgegriffen.
- GSV-Unterstützung: Mailing- und Banner-Vorlagen, IDA-Reporte inkl. Kurzbeschreibung und innovativer Content mit unseren KI-Influencern Lilly und Ben zum Download unter gsv.de/coopwin
- GSV-Bonus: Wenn Sie zusätzlich mindestens 250 Euro für eine “Jetzt mitmachen”-Meta-Anzeige einsetzen, erhalten Sie von uns weitere 250 Euro für eine Verlängerung dieser Anzeige

Q2 2027: #PlusMomente (April bis Juni)

Wir setzen den Impuls mit einem Mailing - Sie aktivieren Ihre Kunden

- Wir finanzieren Ihr Mailing in angemessener Auflage (mindestens 1.000 Stück) zum Thema Gewinnsparen Plus, Sie schalten im selben Zeitaum Banner im Online-Banking für Mailing-Empfänger
- persönliche Beratung und der Produktabschluss liegt bei Ihren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern

- GSV-Unterstützung: Mailing- und Banner-Vorlagen, IDA-Reporte inkl. Kurzbeschreibung
- GSV-Bonus: Wenn Sie das Mailing zu Gewinnsparen Plus auf Bankkosten verdoppeln (mindestens 2.000 Stück in der Gesamtauflage), erhalten Sie für Ihre Marktbearbeitung unseren Bonus „Heiß investiert“: einen 1.500€-Grill-Gutschein – wahlweise für Ihre Bank oder als Gewinn für die Mailing-Empfänger.
- **Wichtig: Entscheiden Sie bereits bei der Buchung des CoOpWins, wie Sie den Bonus einsetzen möchten, denn das beeinflusst, welches Mailing wir für Sie versenden.**

Hinweise und Bedingungen 2027

Q3 2027: #MitgliederMomente (Juli bis September)

Sie setzen den Impuls – digital und analog. Wir ergänzen, indem wir Ihr Mailing verdoppeln.

- Beispiel: Sie schreiben 1.000 Mitglieder an die noch kein Gewinnsparer sind, wir übernehmen die Kosten für weitere 1.000 Empfänger (Druck & Porto), wenn Sie im gleichen Zeitraum für 7 Tage Banner schalten. Die Mindestauflage beträgt 500 Stück inkl. unserer Verdoppelung.
- Die Auflage sollte realistisch bemessen sein und den von uns empfohlenen Zielgruppen-Kriterien entsprechen: Alter unter 60 Jahre; Mitglied Ihrer Bank; Haushaltsnettoeinkommen 2.000–2.500 €; Falls Zahlungsstromanalyse möglich: Affinität zu Aktion Mensch, Lotto, Gewinnspielen oder Spenden
- Das Mailing wird durch Sie im Mailingpark der DG Nexolution beauftragt
- Die Kostenübernahme erfolgt im Nachgang. Bitte lassen Sie uns entsprechende Nachweise, die Rechnung und Reportings zu der Aktion an erechnung@gsv.de zukommen

- GSV-Ergänzung: Wir verdoppeln Ihre Mailingauflage gemäß der festgelegten Kriterien
- GSV-Unterstützung: Mailing- und Banner-Vorlagen, IDA-Reporte inkl. Kurzbeschreibung, Rezept “Gewinnsparen und Mitglieder”
- GSV-Bonus: Unser Bonus für genossenschaftliche Sichtbarkeit: Thematisieren Sie das Gewinnsparen im Kampagnenzeitraum in Ihrer Mitglieder-Zeitschrift, Ihrem Newsletter oder im Rahmen Ihrer Mitgliederversammlung und verknüpfen Sie die Kommunikation mit einem QR-Code zum Losabschluss. Als Bonus erhalten Sie ein Promotionauto kostenfrei für eine Woche.

Q4 2027: #FiestaMomente (Oktober bis Dezember)

Wir setzen den Impuls, indem wir alle Bestands-Gewinnsparer anschreiben und sie zum Aufstocken ihrer Lose animieren. Im Durchschnitt erreichen wir im Kampagnenzeitraum mit dieser Maßnahme einen Loszuwachs von über 3 %. Die Banken, die die Vertriebsaktion durch das Platzieren von Bannern im Online-Banking oder Aktionen in ihren Filialen verlängern, erzielen teilweise Loszuwächse von über 8 %. Wählen Sie deswegen aus:

- Plakate und Flyer in Ihren Filialen im Kampagnenzeitraum
- LogIn-LogOut-Banner für Nicht-Gewinnsparer

- GSV-Unterstützung: Mailing- und Banner-Vorlagen, IDA-Reporte inkl. Kurzbeschreibung
- GSV-Bonus: Wenn Sie mindestens 1.000 Nicht-Gewinnsparer unter 60 Jahren im Kampagnen-zeitraum zusätzlich anschreiben, finanzieren wir Ihnen als Bonus ein Vertriebstraining für Ihr Kundenservice-Center. In diesem werden Ihre Mitarbeiter aktiv gefördert und lernen vertriebliche Fähigkeiten, die ihnen im Bankalltag und im Umgang mit Kunden echten Mehrwert bieten.