

Aus der Arktis eingewandert

Mit dem Kinderprogramm rund um Eisbär Carlo begeistert die Thurgauer Kantonalbank seit 20 Jahren Kinder und ihre Eltern. Auf spielerische Art und Weise werden junge Kunden an das Thema Geld herangeführt. Gleichzeitig bietet ihnen Carlo auf verschiedenen Ebenen einen unterhaltsamen Mehrwert.

Carlo ist ein junger, aufgeweckter Eisbär, dem es in seiner Heimat, der Arktis, langweilig wurde. Er machte sich mit einem Floss auf die Reise und wurde auf dem Bodensee von einer Windböe an Land gespült. Hier gefiel es ihm und so wurde er im Thurgau heimisch. So weit die Geschichte von Eisbär Carlo, wie sie auf der Carlo-App nachzuhören ist.

Selber erfunden

Die Wahrheit ist etwas weniger spektakulär. Fakt ist, dass die Figur von Carlo seit gut 20 Jahren für die TKB im Einsatz steht. Schöpfer von Carlo ist Renato Vettori, Werbe- und Marketingspezialist bei der Bank. Er hat die Figur 1999 gezeichnet und getauft. «Wir wollten den Kindern mehr bieten als das damalige würfelförmige Sparkässeli», erinnert sich Renato Vettori. Inspirieren

Bunte Carlo-Welt



Carlo-Konto: Mit dem Carlo-Konto lernt das Kind spielerisch den Umgang mit Geld. Zudem ist es automatisch Mitglied im Carlo-Club und profitiert von vielen Extras.

Sparpunkte: Für jeden Franken, den ein Kind im Eisbär-Kässeli zur TKB bringt, erhält es einen Sparpunkt. Diese kann es gegen Geschenke eintauschen.

Veranstaltungen: Die Kinder haben immer wieder die Gelegenheit, Eisbär Carlo persönlich zu treffen.

Magazin und App: Clubmitglieder erhalten automatisch das Carlo-Clubmagazin. Zudem gibt es auch eine Carlo-App mit verschiedenen Angeboten wie Hörspiele.

☑ tkb.ch/carlo ☑ tkb.ch/carloclub





Grosse Beliebtheit: Eisbär Carlo wohnt einem Sportanlass für Kinder bei.

liess sich die TKB von Mitbewerbern, die damals ebenfalls ein Tier als Maskottchen für die jüngsten Kinder wählten. Weil der für den Thurgau nahe-
liegende Löwe bereits anderweitig besetzt war, fiel die Wahl schliesslich auf den schneeweissen Eis-
bären. Dieser entwickelte sich rasch zu einem echten Sympathieträger bei Klein und Gross. Und der Name Carlo? Dazu Renato Vettori: «Das war Intui-
tion. Er sollte sympathisch, kurz und griffig sein.»

Liebling vieler Kinder

Dass Carlo sehr gut ankommt, vor allem auch dort, wo er als lebensgrosse Figur auftritt, weiss Renato Vettori aus eigener Erfahrung: «Ich bin selber schon ins Carlo-Kostüm geschlüpft und habe erlebt, wie sich sofort eine grosse Kinderschar um mich versammelte für Fotos.» Dass Carlo allseits beliebt ist, bestätigt auch Daniel Obrist, der das Carlo-Programm bei der TKB verantwortet: «Grundsätzlich bin ich sehr zufrieden mit dem Carlo-Programm.» Man dürfe aber nicht stehen bleiben. «Wir müssen Schritt halten mit dem Wandel und immer wieder Trends prüfen und umsetzen.» Das scheint der Bank gut gelungen zu sein. Das Angebot wurde stetig weiterentwickelt. Über 10'000 Kinder sind Mitglied im Carlo-Club und jedes Jahr werden es mehr.

Potenzial nicht ausgeschöpft

Die Figur des Eisbären ist eine unbestrittene Grösse in den Marketing-Aktivitäten der Bank. Carlo nach 20 Jahren in Pension zu schicken, ist denn auch nicht die Absicht. Gemäss Daniel Obrist habe Carlo einen sehr hohen Bekanntheitsgrad und eine grosse Anziehungskraft. Und solange im Thurgau Babys auf die Welt kämen, bestehe das Potenzial, dass auch sie eines Tages Bekanntschaft machen würden mit Carlo, schmunzelt er. Somit können sich viele Kinder und, wie die Erfahrung zeigt, auch Erwachsene auf weitere vergnügliche und unterhaltsame Erlebnisse mit Carlo freuen. Bleibt nur zu hoffen, dass diesen nicht das Heimweh nach der Arktis packt...