

WVB joins the buzz – wie die „Spießer im Herzen“ Social Media machen

Anna Gawel-Becht, Isabel Rudolph 09.2025



Agenda

1. Warum sind wir hier?
2. Wer sind wir?
3. Anfänge und Learnings
4. Strategische Neuausrichtung
5. Ausblick
6. Fazit

1. Warum sind wir hier?

„Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit.“

- Verfasser unbekannt -

2. Wer sind wir?

Unser SoMe-Team:



Valerie Schönfelder
Werkstudentin



Leonie Janus
Werkstudentin



Nikola Rickenberg
berufsb. Studentin



Isabel
Rudolph



Anna
Gawel-Becht

(2,5 MAK):

3. Anfänge und Learnings

Ausgangslage

- Übernahme der Kanäle nach Fusion

Followerzahl	Facebook	Instagram
01.01.2022	1.264	1.341
aktuell	1.560	3.206

3. Anfänge und Learnings

Überwiegend statischer Content, da „one-man-show“

- z. B. Jobausschreibungen als „plumpe“ Anzeige
- Learning: Storytelling – Menschen sprechen Menschen an



Komm ins Team!

Martin Boese

Leiter Digitalisierung & Innovationen

wiesbadenervolksbank

wiesbadenervolksbank #meineWVB | Heute schon die Banken von morgen gestalten - klingt gut? Dann komm in unser junges und agiles Team, um gemeinsam mit uns an den innovativen Lösungen der Zukunft zu arbeiten 🚀.

- ✓ Digitale Transformation
- ✓ Innovation
- ✓ New Work

Das sind die drei Fokus Themen, die du zusammen mit uns in unserer Zukunftswerkstatt voranbringen wirst.

Bewirb dich jetzt auf ein 18-monatiges Trainee Programm auf wvb.de/traineer

#wiesbadenervolksbank #wvb #trainee #traineeprogramm #zukunftswerkstatt #ideenreichtum #ideenschmiede #deinezukunftsfragen #morgenkannkommen #wir machen den weg frei #studieren #studium #studenten #uni #fh #fachhochschule #wiesbaden #idstein #taunusstein #rheingau

Bearbeitet - 175 Wo.

Insights ansehen Beitrag bewerten

Gefällt just.thetwoofus und 56 weitere Personen 19. April 2022

Kommentieren ... Posten



wiesbadenervolksbank

wiesbadenervolksbank #jobderwoche | Diese Woche stellen wir dir den zukünftigen Leiter unseres Beratungszentrums Bad Schwalbach vor.

Jens Laux wird zum 01.01.2023 die Leitung des Beratungszentrums in Bad Schwalbach übernehmen. Als leidenschaftlicher Fußballtrainer 🏆 weiß er seine Teammitglieder richtig zu motivieren.

Aber auch der erfolgreichste Trainer, braucht einen Co-Trainer, der mit ihm sein Team zum Erfolg führt.

Wenn du dich beruflich verändern und Jens Laux bei der Erfüllung dieser Aufgabe als sein Stellvertreter (m/w/d) unterstützen willst 💪, bist du bei uns genau richtig.

Was wir dir bieten?

- ✓ Interne und externe Weiterbildungsmöglichkeiten
- ✓ Attraktives Gehaltspaket
- ✓ Elektronik-Leasing, z. B. Smartphones und Zubehör
- ✓ Modernes Sozialpaket u. v. m.

Interessiert? Dann nutze die Chance zusammen mit Jens Laux ein engagiertes Team zu leiten und deine Fähigkeiten bei uns einzubringen.

Den Link zu deiner Onlinebewerbung und weitere spannende Jobangebote findest du auf wvb.de/stellenangebote

#wiesbadenervolksbank #meineWVB #wvb #meineWiesbadenerVolksbank #toparbeitsgeber #morgenkannkommen #tuereinander #miteinander #karriere #familieleitung #stellvertreter #cochef #jobangebot #jobs

Insights ansehen Beitrag bewerten

Gefällt just.thetwoofus und 76 weitere Personen 24. November 2022

Kommentieren ... Posten



Job der Woche

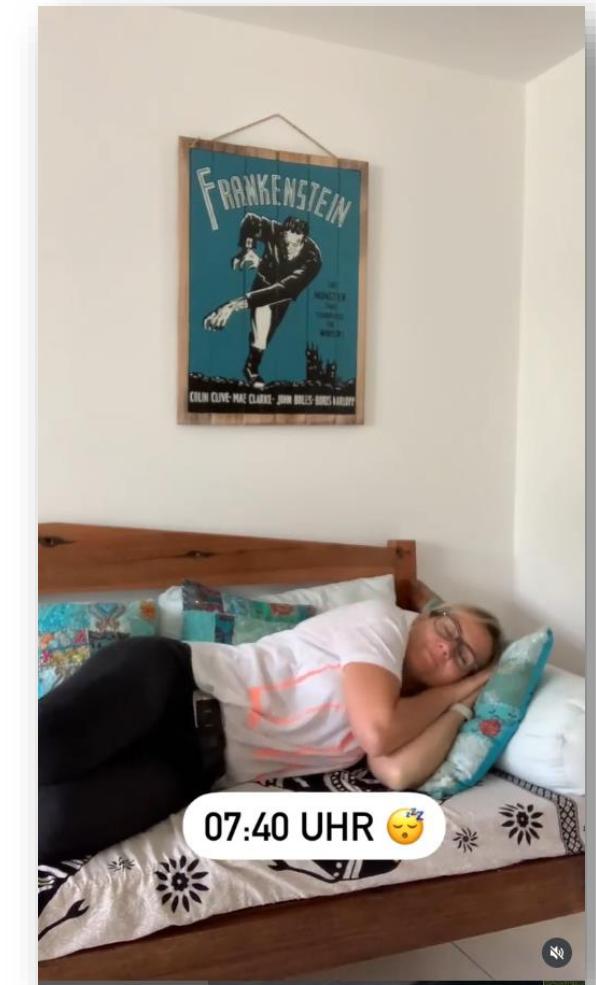
Wiesbadener Volksbank 

3. Anfänge und Learnings

Erste Bewegtbilder: #FunnyMondays

- **Learnings:**
 - Trendhopping ersetzt keine Strategie
 - Beachtung der Lizenzrechte
 - intern viel Gegenwind
 - Content an den Kanal anpassen

-> Outsourcing zu TikTok



3. Anfänge und Learnings

Vom statischen Content hin zu „Talking Head“-Formaten

- Herausforderungen:
 - fehlende freiwillige Protagonisten
 - fehlendes Equipment
- **Learnings:**
 - Mehr Manpower -> Aufstockung des Teams,
Einstellung von Werkstudenten
 - Anschaffung Beleuchtung und Bluetooth-Mikros



3. Anfänge und Learnings

Entstehung regelmäßiger Rubriken (z. B. #Finanzwelt, #meineRegion, #JobDerWoche)

- Herausforderung:
 - kein eigenes Studio, Dreharbeiten immer im „Durchlaufverkehr“
- **Learnings:**
 - Entstehung des autarken Studios mit Leinwand, Regal, Accessoires, Beleuchtung
 - Einstellung der #Finanzweltseite, da kaum Traffic wg. Medienbruch

Trendhopping „greenscreen“-Videos:

- Herausforderung:
 - Schwierigkeiten beim Freistellen von blonden Haaren, zu aufwändig in der Bearbeitung
- **Learning:**
 - Vorhandenes Studio mit unterschiedlichen Kulissen nutzen



4. Strategische Neuausrichtung

4. Strategische Neuausrichtung

Status Quo bis Ende 2024 – unsere größten Herausforderungen:

- Viele bereichsfremde Social-Media-“Experten“ -> jeder wollte „mitreden“

Bsp.: Story zum Valentinstag



Bsp.: Reel: #JobDerWoche



- **Learnings:**
 - Definition Weisungsbefugnisse und Eskalationsmanagement
 - Festlegung von Leitlinien

4. Strategische Neuausrichtung

Status Quo bis Ende 2024 – unsere größten Herausforderungen:

- Zwar feste Rubriken, aber „Gießkannencontent“
- Eine sehr wichtige Zielgruppe erreichten wir bis dato kaum – die 14 – 25-jährigen
- Die Akzeptanz des Vorstandes war nur teilweise vorhanden, der „Need“ von Social Media war nicht allen klar
- Langer Abstimmungsweg mit dem Datenschutz bzgl. Tik Tok (über 1 Jahr)
- Entscheidung seitens Vorstand für TikTok verzögert durch die Neuausrichtung der Gesamtbank-Strategie

4. Strategische Neuausrichtung

1-Tages Workshop im Dezember 2024 mit Inken Häfele

- Zielsetzung: Erstellung einer fundierten Strategie pro Kanal zur Vorlage beim Vorstand
- Ergebnisse:
 - Definition primäre und sekundäre Ziele für jeden einzelnen Kanal
 - Wir verfolgen künftig bei Instagram, Facebook (und TikTok) eine 2-Strang-Strategie
 - Organischer Content vs paid Content
 - Definition von Persona für jeden Kanal
 - Definition von maximal 3 Themenbereichen pro Kanal
 - Erstellung einer neuen Vorstandsvorlage für TikTok
 - ToDos aus dem Kanalcheck

4. Strategische Neuausrichtung - Personas

PERSONA: TIKTOK

	FAMILIENSTAND Ledig
	KINDER Nein
	WOHNORT Wiesbaden
	EINKOMMEN 500 €
	BERUF Abiturient
	MOTIVATION Wohnt noch zuhause, aber möchte in eine WG ziehen
	KEY FACT Hat einen Führerschein, aber kein Auto

INTERESSEN/ HOBBIES	Fußball spielen im Verein, zu Hause Videospiele, mit Kumpels ausgehen
EINSTELLUNG/ WERTE	Befindet sich in der Selbstdurchsetzungsphase. Er will seine Zukunft bis zur Rente noch nicht festlegen. Genießt die Freiheit, will aber durch den FSJ-Job etwas Geld für Hobbies, Kleidung und Reisen verdienen. Spart noch nicht, weil die Eltern für ihn sparen.
KAUFHÄUFIG- KEIT/- LOYALITÄT/- KANÄLE	Nicht oft, wenn aber dann kostspielige Markenprodukte. Ist Markenbewusst, präferiert Marken wie Nike
MEDIEN- PRÄFERENZEN	

NAME: Tim
ALTER: 18
GESCHLECHT: Männlich
BERUF: Abiturient
EINKOMMEN: 500 €

"Ich will Spaß haben, solange es geht, später einen gut bezahlten Job haben mit der Möglichkeit mobil zu arbeiten."

3 / 14

PERSONA: FACEBOOK

	FAMILIENSTAND Verheiratet
	KINDER 2 Kinder
	WOHNORT Idstein
	EINKOMMEN HHE 8.000 € inkl. Mieteinn.
	BERUF Steuerberater
	MOTIVATION Möchte das Haus durch eigene Handwerksarbeit verschönern
	KEY FACT Hat mehrere Mietobjekte

NAME: Heinz
ALTER: 56
GESCHLECHT: Männlich
BERUF: Steuerberater
EINKOMMEN: HHE 8.000 € inkl. Mieteinn.

"Regionalität und persönliche Kontakte sind mir sehr wichtig."

INTERESSEN/ HOBBIES	FV-Mitglied Tennis, Ski-fahren, am Haus werkeln, Zeit mit Familie und Hund verbringen
EINSTELLUNG/ WERTE	Arbeitet immer noch gerne
KAUFHÄUFIG- KEIT/- LOYALITÄT/- KANÄLE	Lässt einkaufen, nur nach Bedarf
MEDIEN- PRÄFERENZEN	

8 / 14

PERSONA: INSTAGRAM

	FAMILIENSTAND Verheiratet
	KINDER 1 Kind
	WOHNORT Erbach
	EINKOMMEN HHE 4.000 €
	BERUF Arzthelferin in Teilzeit
	MOTIVATION Möchte zukünftig aus der Miete raus
	KEY FACT Wohnt zur Miete

INTERESSEN/ HOBBIES	Zeit mit der Familie verbringen, Yoga, campen
EINSTELLUNG/ WERTE	Sicherheitsbedürfig, achtet auf Gesundheit und Ernährung, familienorientiert, tierlieb (hat einen Hund). Sorgt für die Zukunft vor, geht aber kein Risiko bezgl. Investitionen ein
KAUFHÄUFIG- KEIT/- LOYALITÄT/- KANÄLE	Kauft online ein (z.B. Rewe), bestellt bei Hello Fresh, shoppt online - für sich eher selten (1x / Monat), mehr für ihr Kind, präferiert Marken wie Zara oder Mango
MEDIEN- PRÄFERENZEN	

NAME: Julia
ALTER: 31
GESCHLECHT: Weiblich
BERUF: Arzthelferin
EINKOMMEN: HHE 4.000 €

"In der Zukunft möchte ich gerne ein Eigenheim besitzen."

5 / 14

PERSONA: LINKEDIN / XING

	FAMILIENSTAND Verheiratet
	KINDER 2 Kinder
	WOHNORT Idstein
	EINKOMMEN HHE 6.000 €
	BERUF Gelernte Bankkaufrau, arbeitet FFM in Teilzeit
	MOTIVATION Möchte sich nochmal beruflich verändern und durchstarten
	KEY FACT Möchte kürzere Arbeitswege

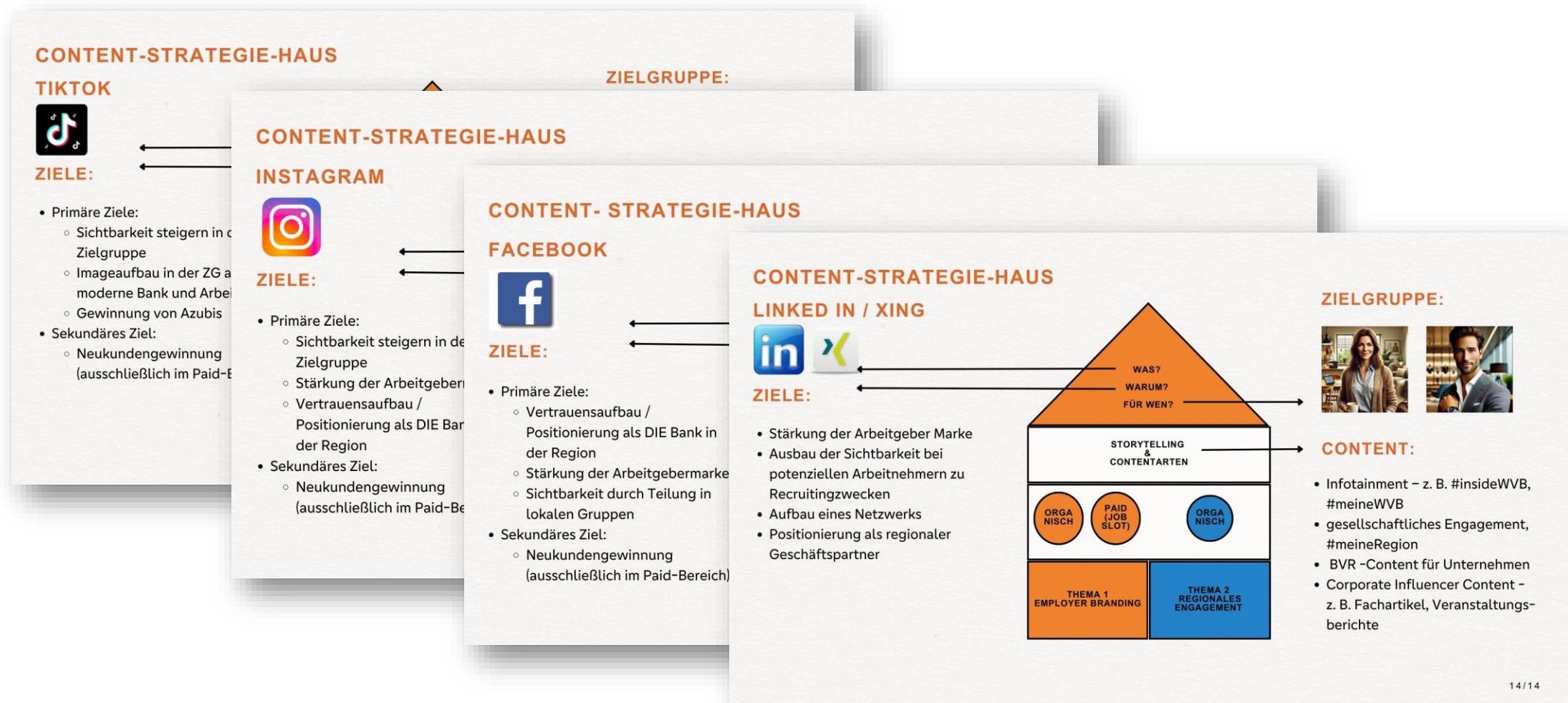
NAME: Katharina
ALTER: 43
GESCHLECHT: Weiblich
BERUF: Kundenberaterin
EINKOMMEN: HHE 6.000 €

"Ich liebe es Zeit mit meiner Familie zu verbinden. Dennoch möchte ich mehr erreichen als nur Mama sein".

INTERESSEN/ HOBBIES	Pilates, Mitgliedschaft Förderverein Schule, trifft sich ab und zu mit Freundinnen zum Frühstück.
EINSTELLUNG/ WERTE	Sucht in Arbeit Anerkennung und Selbstverfüllung, möchte kürzere Arbeitswege, um Beruf und Familie unter einen Hut zu bekommen
KAUFHÄUFIG- KEIT/- LOYALITÄT/- KANÄLE	"Schnäppchen-Jägerin", preisbewusst, aber auch markenbewusst, shoppt online nach Bedarf, i.d.R. 2-3x / Monat
MEDIEN- PRÄFERENZEN	

10 / 14

4. Strategische Ausrichtung Content-Strategie-Haus



5. Ausblick

Coming soon:

- Durchführung eines Castings
- Aufbau eines Quartalsberichts über die Performance der Social-Media-Aktivitäten für den Vorstand
- Perspektivisch Erstellung sales funnels für den paid-Content
- Größerer Fokus auf LinkedIn
 - Noch mehr Mitarbeiter aktivieren für ein Profil
 - Aufbau der Vorstands-Präsenz
 - Aufbau eines Corporate Influencer Programms
 - Definition von Leitlinien für Postings (Do's & Dont's, Zeitrahmen für Postings, freier Zugang zu LinkedIn für alle MA)

6. Fazit

- Lasst Euch nicht vom Gegenwind entmutigen – man kann es nicht immer allen Recht machen
- Nutzt das Netzwerk und den Austausch mit anderen Banken
- Eine fundierte Strategie je Kanal macht Sinn
- Was lange währt.... – Die „Spießer im Herzen“ sind jetzt sogar auf TikTok

Vielen Dank für Eure
Aufmerksamkeit...

