

 ATRUVIA

 CORPORATE
INFLUENCING

Corporate Influencer in der GFG #GenoFluencer

Oliver Schultz | Client Projects & Consulting
Stuttgart | 12.09.2025

Ihr Ansprechpartner

Bachelor of Arts (B.A.) | Bankfachwirt (IHK) |
Certified Six Sigma Black Belt (ASQ)

Oliver Schultz

Principal Expert
Prozessmanagement Organisations-Outsourcing

Mobil +49 160 906 97 538

oliver.schultz@atrivia.de



Oliver Schultz

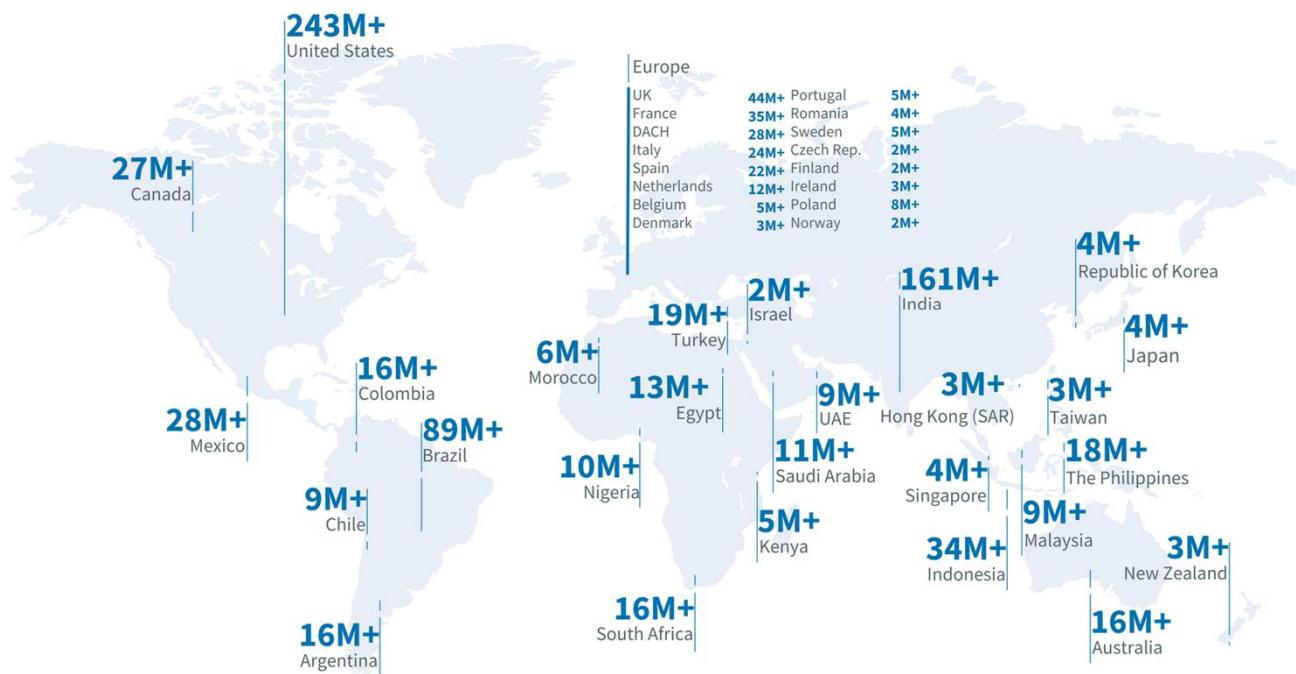


<https://www.linkedin.com/in/oliver-schultz-atruvia/>



LinkedIn | Anzahl der Nutzer und Verteilung nach Ländern

More than 1.2 billion members in 200 countries and regions worldwide*



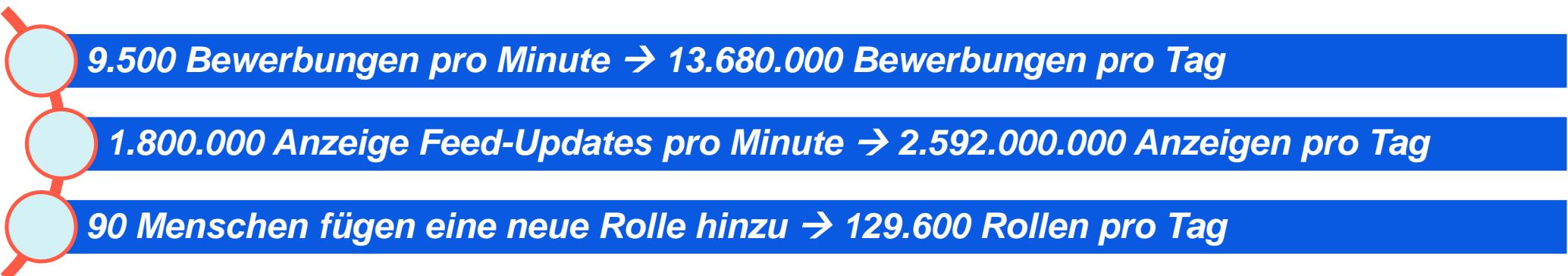
*FY25/Q4 Membership: numbers are updated quarterly after Microsoft Earnings

Quelle: O.V. (2025): „About Us – Statistics“ von „LinkedIn“; Verfügbar unter: <https://news.linkedin.com/about-us#Statistics/>; Zugriff am 10.09.2025. Dublin 2, Ireland bzw. Sunnyvale, California, USA: „linkedin.com“ von LinkedIn Corporation.

LinkedIn | Aktuelle Statistiken – Fokus „Was passiert auf LinkedIn“?

Every minute on LinkedIn

90	9.5K+	1.8M+	17K+	~148
People add a new role to their profile	Members apply for jobs	Feed updates are viewed	Connections are made	Hours of learning content is consumed

- 
- 9.500 Bewerbungen pro Minute → 13.680.000 Bewerbungen pro Tag**
 - 1.800.000 Anzeige Feed-Updates pro Minute → 2.592.000.000 Anzeigen pro Tag**
 - 90 Menschen fügen eine neue Rolle hinzu → 129.600 Rollen pro Tag**

Quelle: O.V. (2025): „About Us – Statistics“ von „LinkedIn“; Verfügbar unter: <https://news.linkedin.com/about-us#Statistics/>; Zugriff am 10.09.2025. Dublin 2, Ireland bzw. Sunnyvale, California, USA: „linkedin.com“ von LinkedIn Corporation.

Das neue Betriebsmodell hilft Banken vielfältigen Herausforderungen im Kontext Zukunfts- und Wettbewerbsfähigkeit zu begegnen



Demografischer Wandel

~30% voraussichtlicher Personalrückgang bis 2030 bei den Genossenschaftsbanken erfordert signifikante Effizienzsteigerung



Digitalisierung und technologischer Fortschritt

Digitalisierung wird durch stetig neue Technologien beschleunigt, welche notwendige Veränderungen bewirken



Steigender Wettbewerbsdruck und verändertes Kundenverhalten

>80% der Verbraucher nutzen OnlineBanking, was die Erwartung an hybride Kanäle weiter erhöht



Zunehmende regulatorische Komplexität

Kontinuierlich steigende aufsichtsrechtliche Anforderungen erfordern innovative Prozesse zur Effizienzsteigerung



Corporate Influencer Programm



Unsere Ziele

Arbeitgebermarke stärken

Wir sind mehr als ein IT-Dienstleister: Wir sind ein tolles Unternehmen, in dem man als Mensch gerne arbeitet.

#perfectworkmoment



Kolleg*innen begeistern

Wir wollen andere Kolleg*innen durch das, was wir tun, begeistern und sie überzeugen, auch zu Botschafter*innen der Atruvia zu werden.

#werock



Bekanntheitsgrad steigern

Wir wollen Atruvia ein Gesicht geben und der Welt zeigen, dass wir nicht nur ein moderner IT-Dienstleister, sondern auch Vorreiter bei vielen Themengebieten sind.

#futureproof



Corporate Influencer*innen können erheblich zur Sichtbarkeit der Arbeitgebermarke beitragen, sind gut vernetzt und erreichen Personen über den Unternehmensaccount hinaus.

„Menschen folgen Menschen“

Corporate Influencer Programm



Ereignisse seit der Gründung des Programms:



Warum wird man Corporate Influencer?



#Fame

#Vertrieb

#InfosÜberTrends

#EmployerBranding

#Fachbeiträge

#InfosÜberKunden

#Selbstdarstellung

#InfosÜberWettbewerb

#Netzwerken

#InformationenFürBewerbende

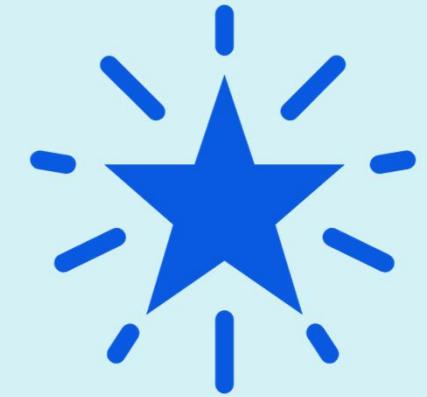


Mein Antrieb als Corporate Influencer. Ich will...

- über Atruvia und die GFG berichten, wer wir sind und was wir tun
- Transparenz zu diversen Themen schaffen
- einen Einblick in meinen (Arbeits-)Alltag geben
- zeigen, wie vielfältig die Tätigkeiten bei uns im Beratungsbereich sind
- die Menschen mitnehmen auf die Reise durch und von Atruvia
- Netzwerken und neue Kontakte finden



***Corporate Influencer
zeigen nicht das
Prospekt eines
Unternehmens, sondern
das echte Unternehmen.
Sie machen das
Unsichtbare sichtbar!***



#GenoFluencer



#GenoFluencer | Die Gruppe bei LinkedIn



#GenoFluencer



#GenoPower



#GenoFluencer | Influencer der Genossenschaften | #GenoPower

Link zur Gruppe bei LinkedIn: <https://www.linkedin.com/groups/13198329/>

#SMC25 | Corporate Influencer in der GFG # GenoFluencer | Oliver Schultz - Client Projects & Consulting | Kunde (C2)

#GenoFluencer | Das Moderatoren-Team



Inken Häfele · 1. Manager:in

Verliebt ❤️ in Genossenschaften | #gerneperdu | Expertin für Social Media & Corporate Influencing, Gen Z & Gen Alpha | Meine Story: von der Kündigung zur Selbstständigkeit | Auf geht's, lass uns was starten 🚀

Als Admin ernannt von Oliver Schultz

...

[Nachricht](#)



Jens Becherer · 1. Manager:in

Vorstandsstab #bwgv

Als Admin ernannt von Oliver Schultz

...

[Nachricht](#)



Graziella Strothmüller · 1. Manager:in

Unternehmenskommunikatorin @Dortmunder Volksbank eG | Pressesprecherin | Storyteller | Wirtschaftspsychologie

Als Admin ernannt von Oliver Schultz

...

[Nachricht](#)



Lars F. Kroll · 1. Manager:in

Experte für Social Media & Online-Marketing | Mehr Sichtbarkeit für deine Marke, Produkte, Jobs | Geschäftsführer & Gründer @ SO.real GmbH

Als Admin ernannt von Oliver Schultz

...

[Nachricht](#)



Oliver Schultz · Sie Verantwortlicher

★ TOP 5 ★ Corporate Influencer of the Year ★ Prozesse & Prozessmanagement ◆ strukturieren ◆ transformieren ◆ optimieren | Gemeinsam in das neue Betriebsmodell #nBM | @ATRUVIA

...

Link zur Gruppe bei LinkedIn: <https://www.linkedin.com/groups/13198329/>

#SMC25 | Corporate Influencer in der GFG #

© Atruvia AG

#GenoFluencer bei LinkedIn | Der Start der Gruppe

Oliver Schultz  Sie
TOP 5 Corporate Influencer of the Year Prozesse & Prozessmanagement
4 Monate • Bearbeitet • 

Das ist: Die Gruppe #GenoFluencer hier bei LinkedIn! 

Die Gruppe dient der Vernetzung, sowie dem Erfahrungs- und Wissensaustausch zu den Themen "Influencer" bzw. "Corporate Influencer", "Markenbotschafter" und "Social Media" im genossenschaftlichen Sektor.

Vielen Dank an Inken Häfele, Graziella Strohmüller, Jens Becherer und Lars F. Kroll, dass Ihr als Moderatoren in dieser selbstständig organisierten Gruppe am Start seit und unterstützt.

Lasst uns gemeinsam die Kraft der Genossenschaften nutzen! Dazu hatte ich ja mal eine kleine Umfrage gestaltet [Link: <https://lnkd.in/eg2MMhcM>]. #GenoPower

Denn: "Was einer nicht schafft, das schaffen viele!"

Link zur Gruppe  <https://lnkd.in/eih-P9uZ>

Wie sich die Gruppe entwickeln wird? Lasst es uns gemeinsam herausfinden!

#CorporateInfluencer #Markenbotschafter #Genossenschaft #Volksbank #Raiffeise



Link zum Beitrag: https://www.linkedin.com/posts/oliver-schultz-atruvia_genofluencer-genopower-corporateinfluencer-activity-7322532391330213890-0ztb?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAACcoy-sBirqpbq1kmbZvXDZNlowuTtgUeQ

#SMC25 | Corporate Influencer in der GFG # GenoFluencer | Oliver Schultz - Client Projects & Consulting | Kunde (C2)

- Los ging es mit dem ersten Beitrag am 28.04.2025.

- Danach wurden sukzessive Menschen aus dem vorhandenen Netzwerk in die Gruppe eingeladen.

- Per 10.09.2025 gibt es bereits 210 Mitglieder in der Gruppe.



#GenoFluencer | Beschreibung der Gruppe

Willkommen in der Gruppe zum Austausch rund um die Themen "Influencer" bzw. "Corporate Influencer", "Markenbotschafter" und "Social Media" im genossenschaftlichen Sektor.

Hinweis:

Bei dieser Gruppe handelt es sich nicht um eine Initiative der Unternehmen, welchen die Moderatoren und Verantwortlichen angehören. Es ist eine selbstständig organisierte Gruppe der Moderatoren und Verantwortlichen der Gruppe.

Bitte mache Dich mit den Gruppenregeln vertraut, vielen Dank.



#GenoFluencer | Regeln der Gruppe

1. Diese Gruppe ist politisch neutral und frei von Hass, Beleidigungen, Anfeindungen und/oder Diskriminierungen.
2. Diese Gruppe dient der Vernetzung, sowie dem Erfahrungs- und Wissensaustausch zu den Themen "Influencer" bzw. "Corporate Influencer", "Markenbotschafter" und "Social Media" im genossenschaftlichen Sektor.
3. Diese Gruppe ist "nicht öffentlich", also "privat".
4. Die Teilnahme an der Gruppe wird durch die Administratoren genehmigt.



#GenoFluencer | Regeln der Gruppe

5. Die Teilnahme ist für Menschen möglich, welche bei
 - Unternehmen der Genossenschaftlichen FinanzGruppe
 - genossenschaftlichen Spezialinstituten
 - Dienstleistungsgenossenschaften
 - Warengenossenschaften
 - Verbundpartnern wie bspw. "Union Investment", "R+V Versicherung", "Bausparkasse Schwäbisch Hall,"
 - dem Bundesverband der Volks- und Raiffeisenbanken
 - den regionalen Prüfungsverbänden
 - ausgewiesenen Partnern und Akteuren wie bspw. "Atruvia" bzw. Unternehmen der "Atruvia-Unternehmensgruppe,"
 - möglich.



#GenoFluencer | Regeln der Gruppe

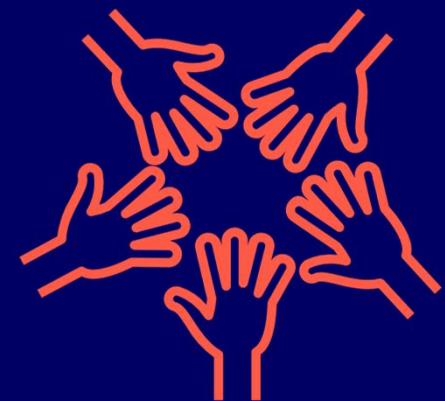
6. Nicht alle Unternehmen welcher, innerhalb des genossenschaftlichen Sektors aktiv sind und nicht bei einem der genannten Unternehmen arbeiten, zählen zu den unter 3. genannten Unternehmen.
7. Es besteht kein Anspruch auf Teilnahme an dieser Gruppe.
8. Sofern sich bei Mitgliedern die Unternehmenszugehörigkeit ändern sollte, kann ein Ausschluss aus der Gruppe erfolgen.
9. In der Gruppe sprechen wir uns mit dem wertschätzenden "Du" an.
10. Wir nutzen die Hashtags **#GenoFluencer** und **#GenoPower**, um die Zugehörigkeit zur Genossenschaft bzw. zur Genossenschaftlichen FinanzGruppe und die Kraft der Genossenschaft herauszustellen.



#GenoFluencer | Zweck der Gruppe = Austausch & Vernetzung

- **Mögliche Dinge, in der Gruppe passieren können:**

- Auf aktuelle Themen wie bspw. „PayPal und Wero“, „Weltspartag“, „Weltparwoche“, „Rechtliche Änderungen“, „Jubiläen in der GFG“, „GFG-weitere Projekte“, ... tbd... hinweisen
- Fragen stellen und Antworten bekommen
- Ideen vorstellen und Feedback erhalten, bspw. für das Recruiting
- „Hilfe zur Selbsthilfe“, bspw. bei Bildbearbeitung, Content-Erstellung, rechtliche Bewertung von Content
- gegenseitiger Support im Sinne von „reagieren – kommentieren – teilen“
- ... tbd...



#GenoFluencer | Ideen teilen und voneinander profitieren – ein mögliches Beispiel

Volksbank Breisgau-Markgräflerland eG 867 Follower:innen 1 Woche • ⓘ

Mehr als nur bezahlen.

Mit WERO nutzen Sie die europäische Alternative zu PayPal – einfach, direkt in Ihrer BankingApp und ganz ohne Umwege.

Wechseln Sie jetzt zu WERO und erleben Sie, wie unkompliziert Bezahlen in Europa sein kann.

Registrierung in Ihrer BankingApp.

what? Pay

Wenn Sicherheit abstürzt, stürzt Vertrauen mit.

Jetzt zu **WERO** wechseln.

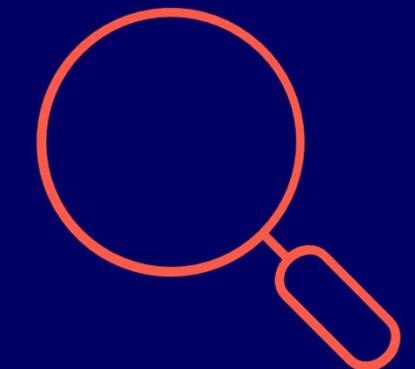
Sie und 460 weitere Personen 13 Kommentare - 57 Reposts

Applaus Kommentieren Reposten Senden

- Durch die jüngsten „Vorfälle“ bei PayPal Anfang 09-2025 wurde verstärkt auf Wero hingewiesen.
- Anbei ein Beispiel eines aus meiner Sicht sehr guten und passenden Posts.
- **Was hätte noch passieren können?**
 - Sachverhalt bei PayPal in der Gruppe teilen?
 - Ideen und mögliche Aktivitäten vorstellen?
 - Gemeinsame Aktivitäten abstimmen?
 - ... tbd...

Link zum Beitrag: https://www.linkedin.com/posts/vbbm_mehr-als-nur-bezahlen-mit-weronutzen-sie-activity-7366454702760280067-HoSI?utm_source=share&utm_medium=member_desktop&rcm=ACoAACcoy-sBiirqpbq1kmbZvXDZNlowuTtgUeQ

#SMC25 | Corporate Influencer in der GFG # GenoFluencer | Oliver Schultz - Client Projects & Consulting | Kunde (C2)

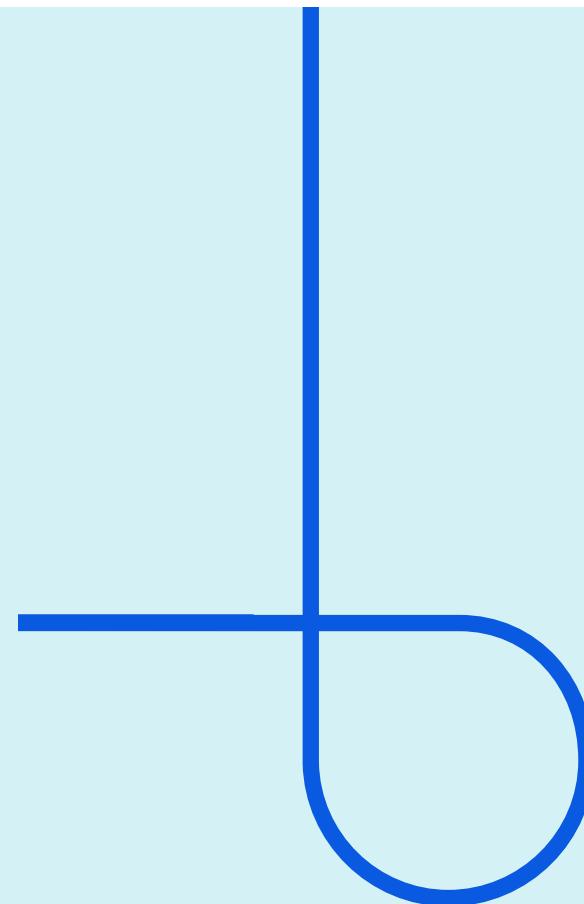


#GenoFluencer | Wie geht es weiter?

- Was könnten weitere Dinge sein, die in der Gruppe passieren?
- Was wünscht ihr euch von der Gruppe?
- Wann macht die Gruppe Sinn und hat einen Mehrwert?
- Wie kann die Gruppe die volle #GenoPower entwickeln?



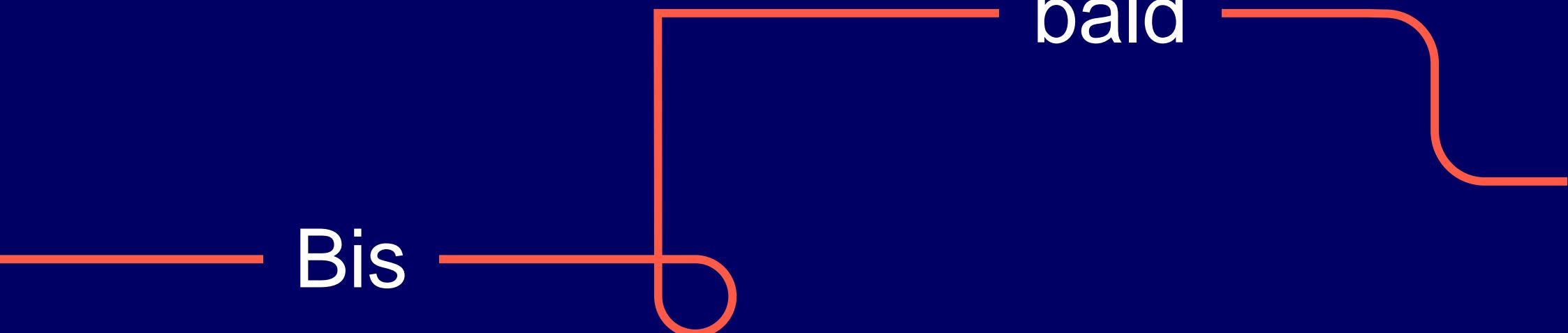
Welche Fragen habt Ihr?



Vielen Dank!

Bis

bald



Hinweise bezüglich des Copyrights

- Das geistige Eigentum an diesem Werk bzw. an dieser Präsentation liegt ausschließlich bei Atruvia AG – Oliver Schultz | Client Projects & Consulting.
- Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil des Werks bzw. der Präsentation Berichts darf in irgendeiner Form (Druck, Kopie bzw. Fotokopie oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der Atruvia AG, Geschäftsfeld Client Projects & Consulting, reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder übertragen werden.
- Diese Präsentation wurde mit großer Sorgfalt erstellt und geprüft. Trotzdem können Fehler oder Unvollständigkeiten nicht vollkommen ausgeschlossen werden.



 ATRUVIA

**Wir sind Atruvia.
Wir verbinden.
Für einander.**

Atruvia AG
Fiduciastr. 20
76227 Karlsruhe