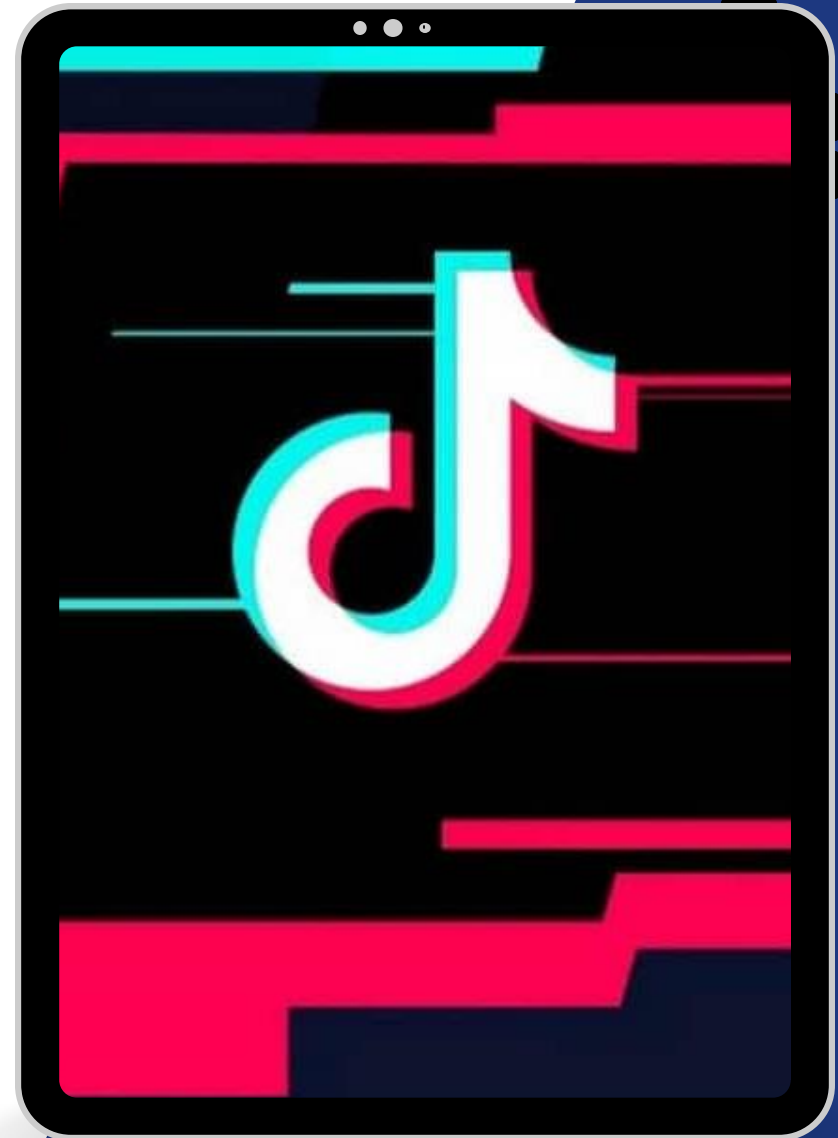


Banking auf TikTok

Was braucht es, um 2025 auf TikTok
erfolgreich zu sein?

Benjamin Schliebener

Content Creator @InvestierenmitBen
Geschäftsführer 7reach GmbH



Disclaimer

Die Präsentationsunterlage ist ausschließlich für die Teilnehmer des Social Media Camps vom 11. September 2025 bestimmt. Die Verteilung, Zitierung oder Vervielfältigung – auch auszugsweise – zum Zweck der Weitergabe an Dritte ist nur nach vorheriger Absprache mit Benjamin Schliebener gestattet.

Finanzielle Bildung auf Social Media: @InvestierenmitBen



- Kanalstart: April 2020
- > 1.700 Kurzvideos mit Finanzinhalten
- > 100.000 Follower
- > 500.000 monatliche Videoaufrufe
- Theoretische Grundlagen zum Investieren, der Wirtschaft und Finanzen praktisch erklärt
- Unterstützung von Finanzdienstleistern bei ihrer Social Media Strategie und Umsetzung



7reach

Agenda

01

TikTok verstehen – Plattform, Trends & Zielgruppen

02






Erfolgsfaktoren für Bankinhalte auf TikTok

03

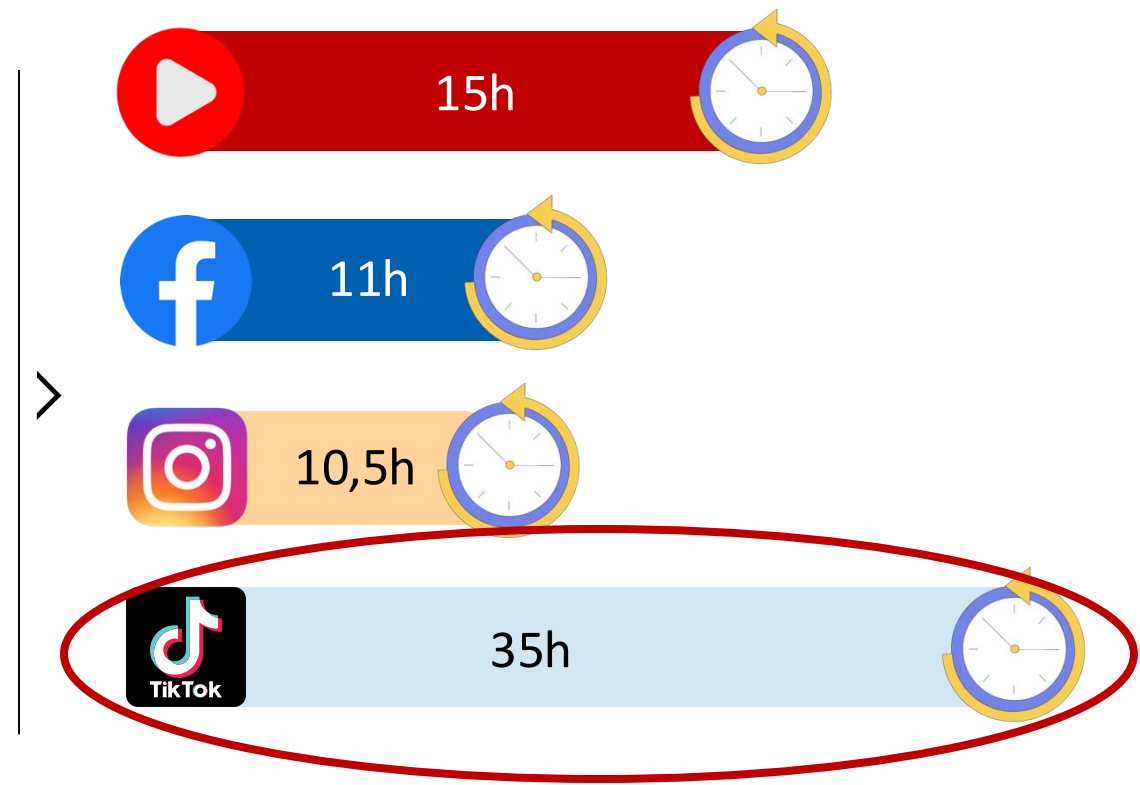
Umsetzung in der Praxis – was braucht es, um auf TikTok erfolgreich zu werden

Welches ist die beste Plattform für Content Creator und Banken?

Monatliche aktive Nutzer (DE)

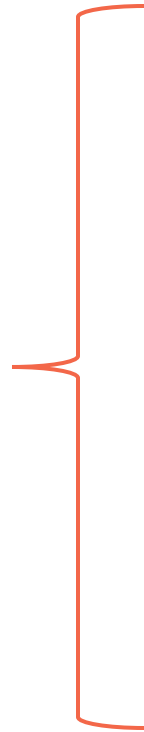
 YouTube	70 Mio.
	45 Mio.
	30 Mio.
	21 Mio.
	20 Mio. (DACH)

Ø Nutzungszeit pro Monat (DE)



Kurzvideo Effekt

Was macht TikTok als Plattform für Nutzer so besonders?

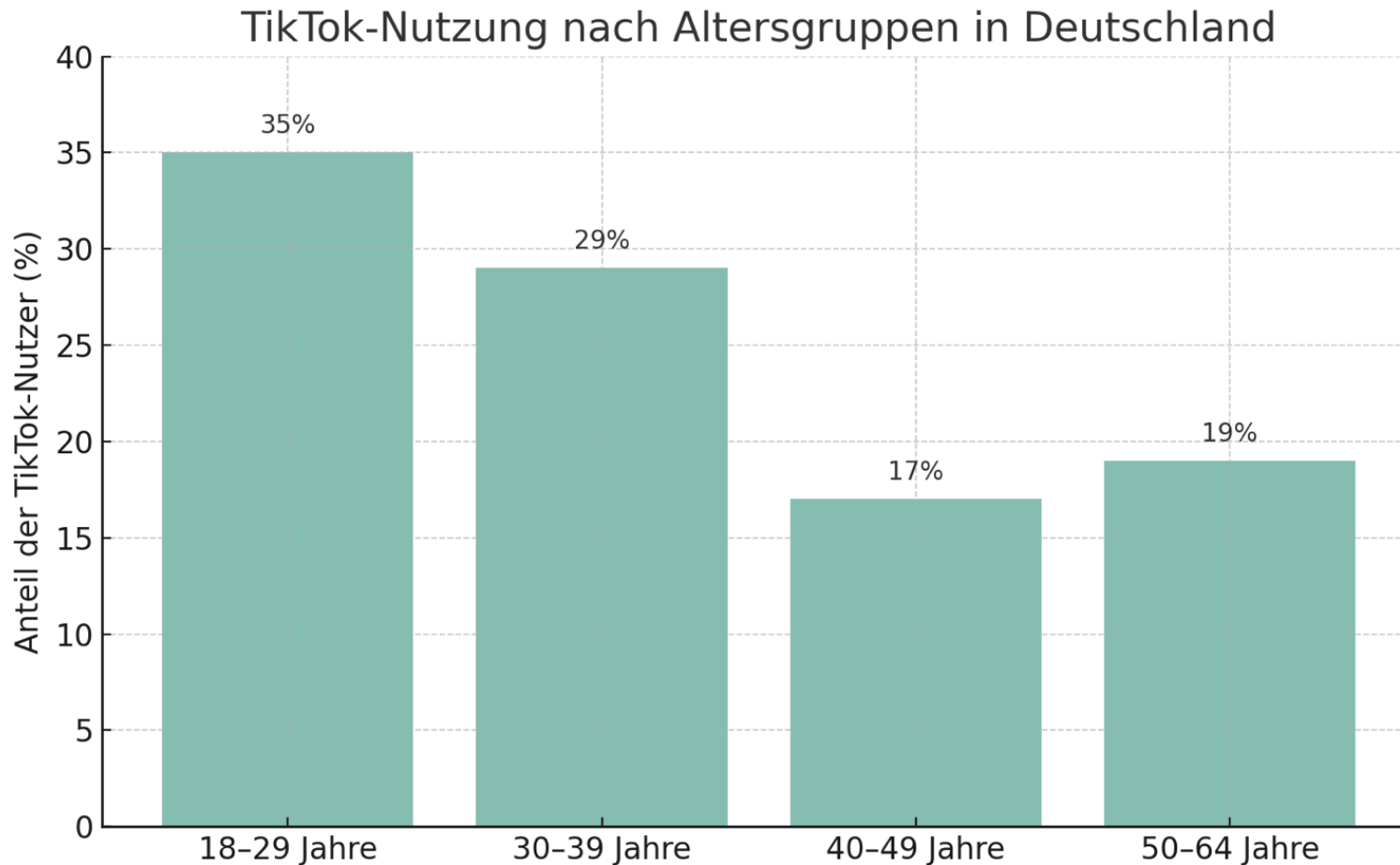


Einzigartige, authentisches Inhalte

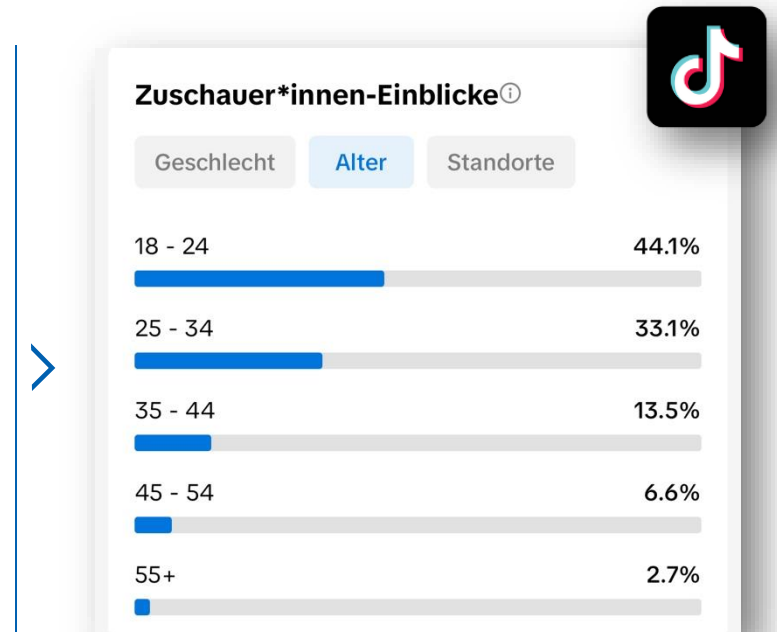
Entertainment und Sounds als DNA der Plattform

Storytelling im Kurzvideoformat

Die größte Altersgruppe auf TikTok sind die 18 – 29 Jährigen

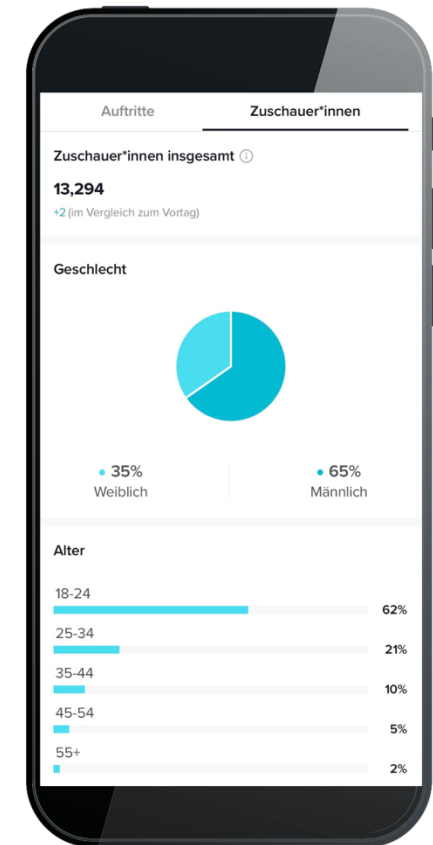
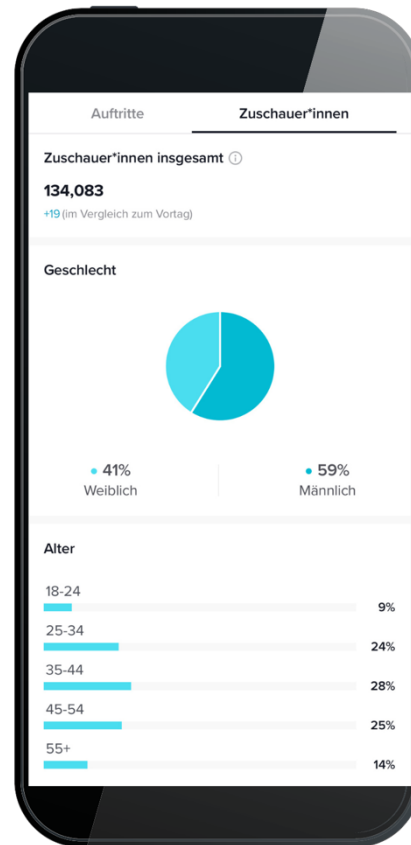


Quelle: Statista

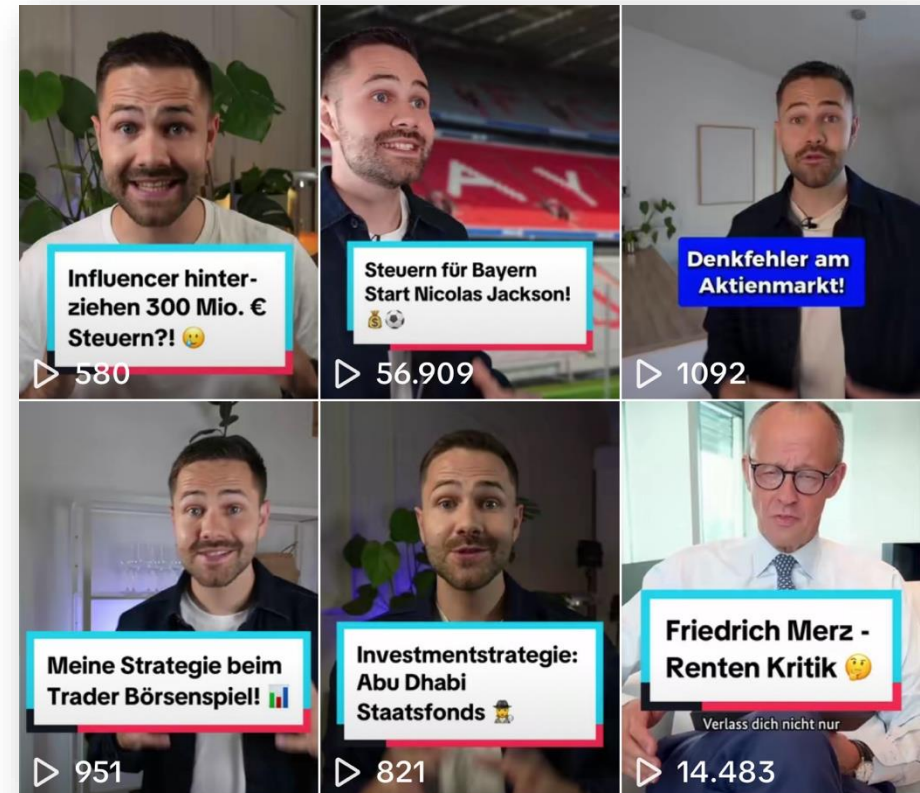
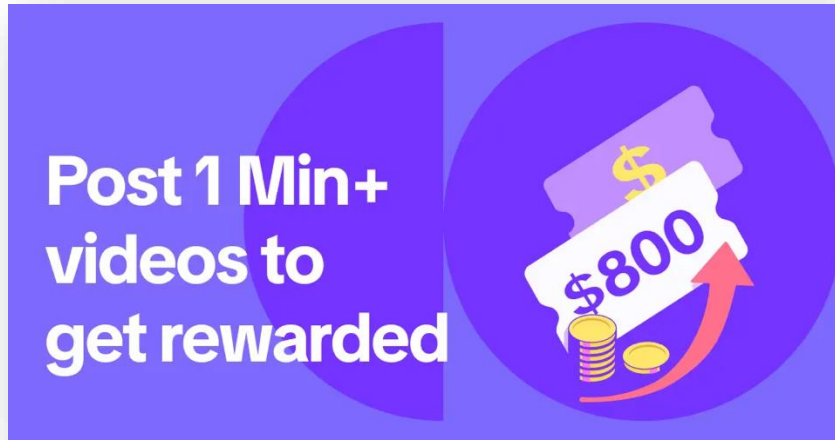


Quelle: InvestierenmitBen

Ältere Zielgruppen können auf der Plattformen auch erreicht werden



Was hat sich auf TikTok die letzten 5 Jahre verändert?



Agenda

01

TikTok verstehen – Plattform, Trends & Zielgruppen

02

Erfolgsfaktoren für Bankinhalte auf TikTok

03

Umsetzung in der Praxis – was braucht es, um auf TikTok erfolgreich zu werden

Auf TikTok sind zwei Arten von Content für Banken erfolgreich



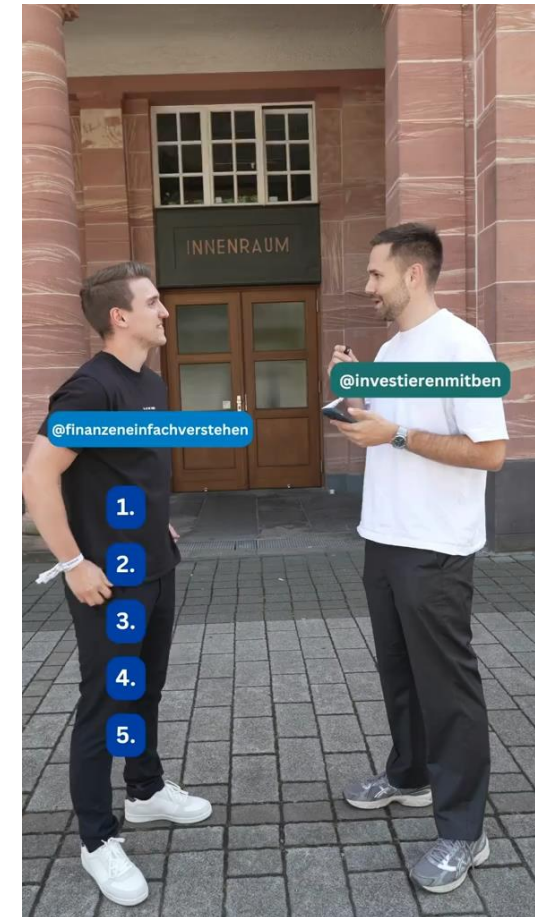
Verschiedene Arten von Content können auf TikTok viral gehen



Finanzen

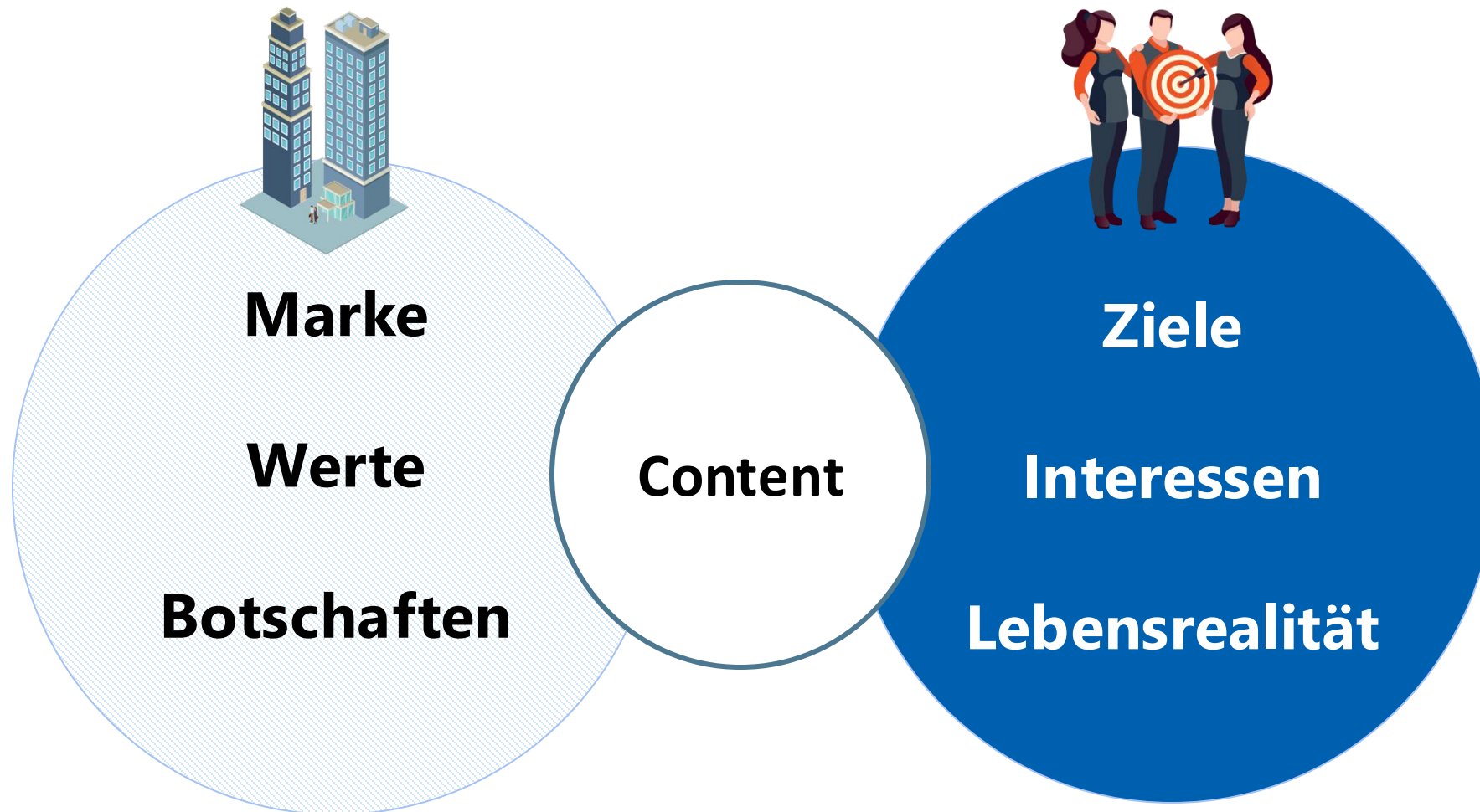


Entertainment
(Waldeck-Frankenberg Bank eG)

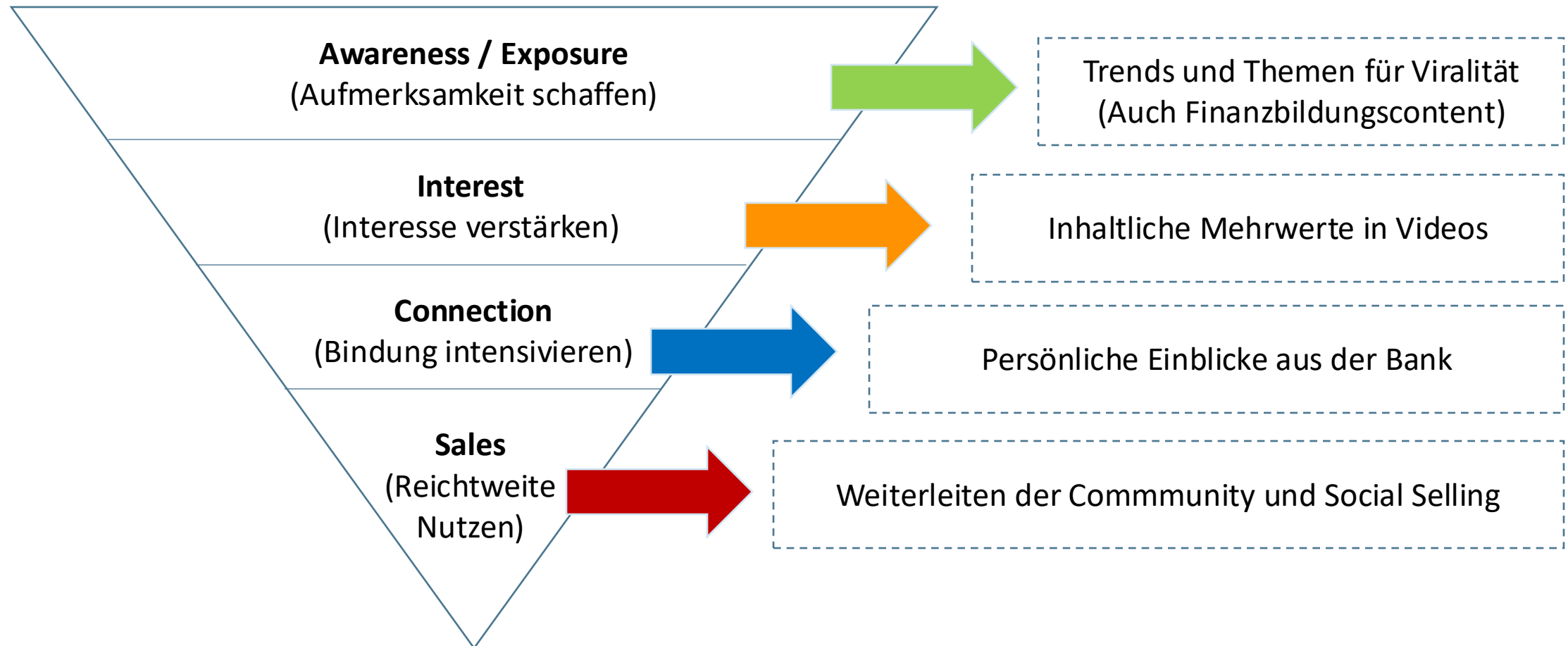


Trends & Finanzen

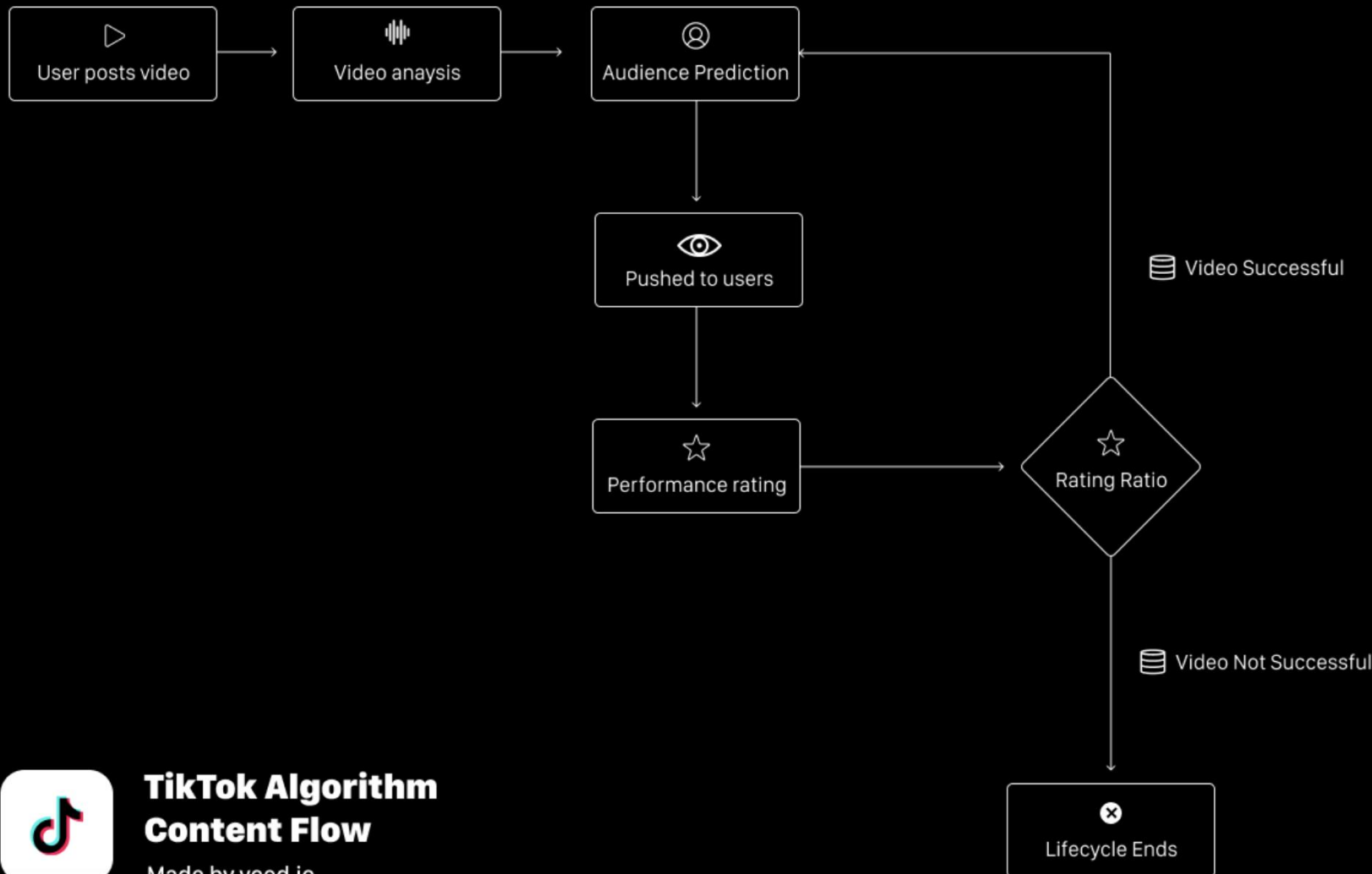
Inhalte sollten zu Bank und zur Zielgruppe passen



Durch Content-Mix werden Reichweite und Branding erreicht



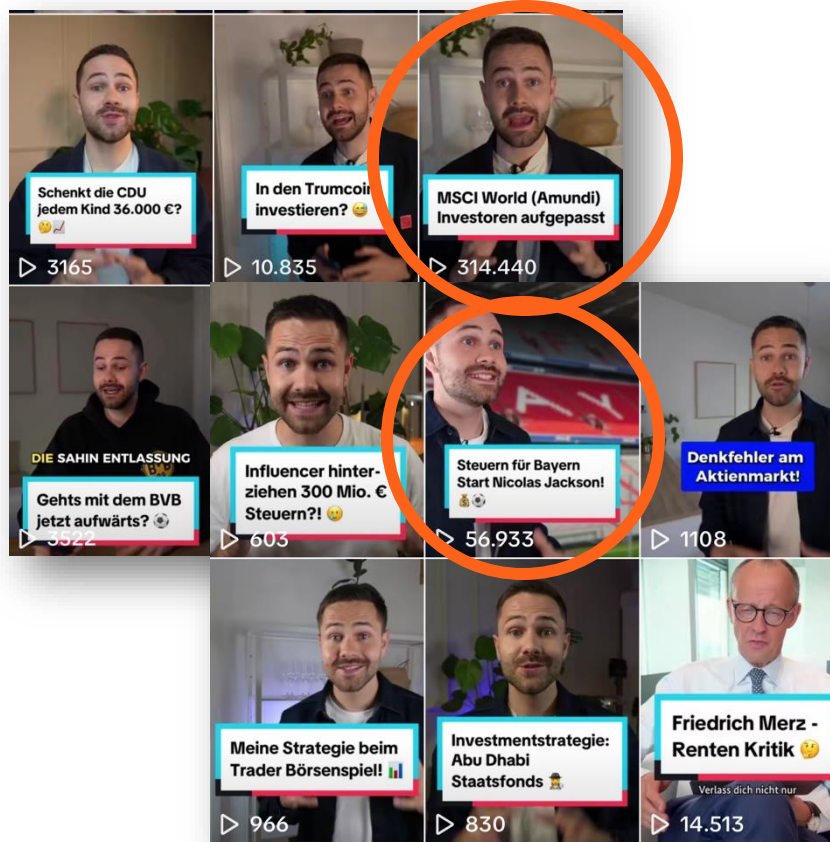
Der TikTok Algorithmus – Viralität vorprogrammiert?



Die Sensitivität des Algorithmus ist im Laufe der Jahre gestiegen

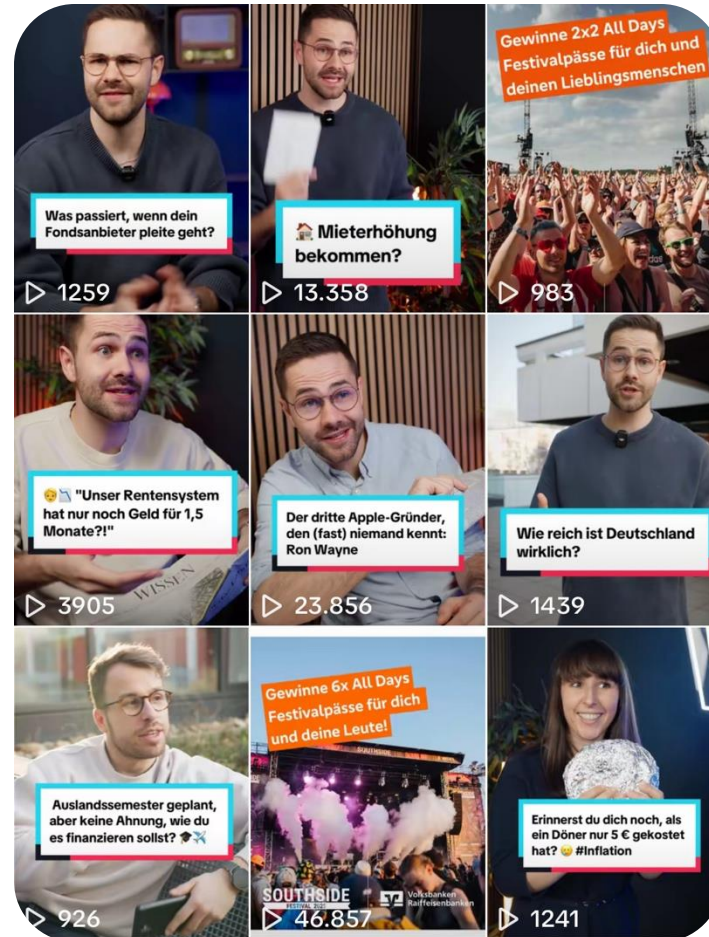
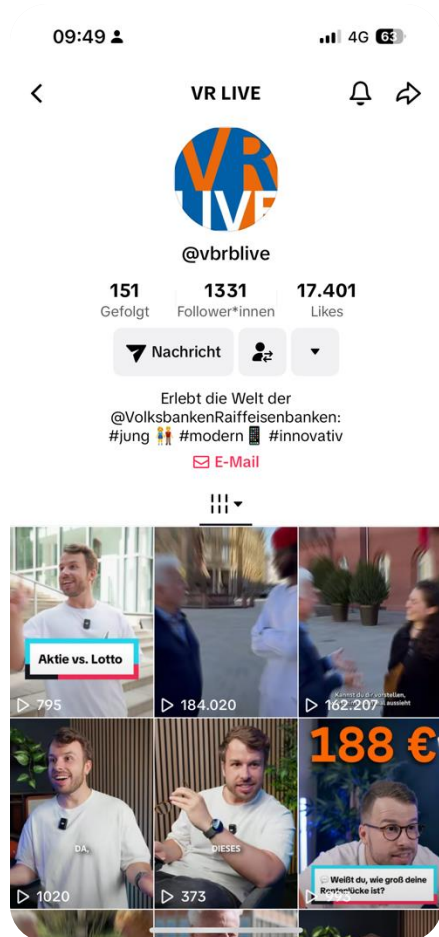
How to go viral auf TikTok?!

Wie gehe ich auf TikTok viral?

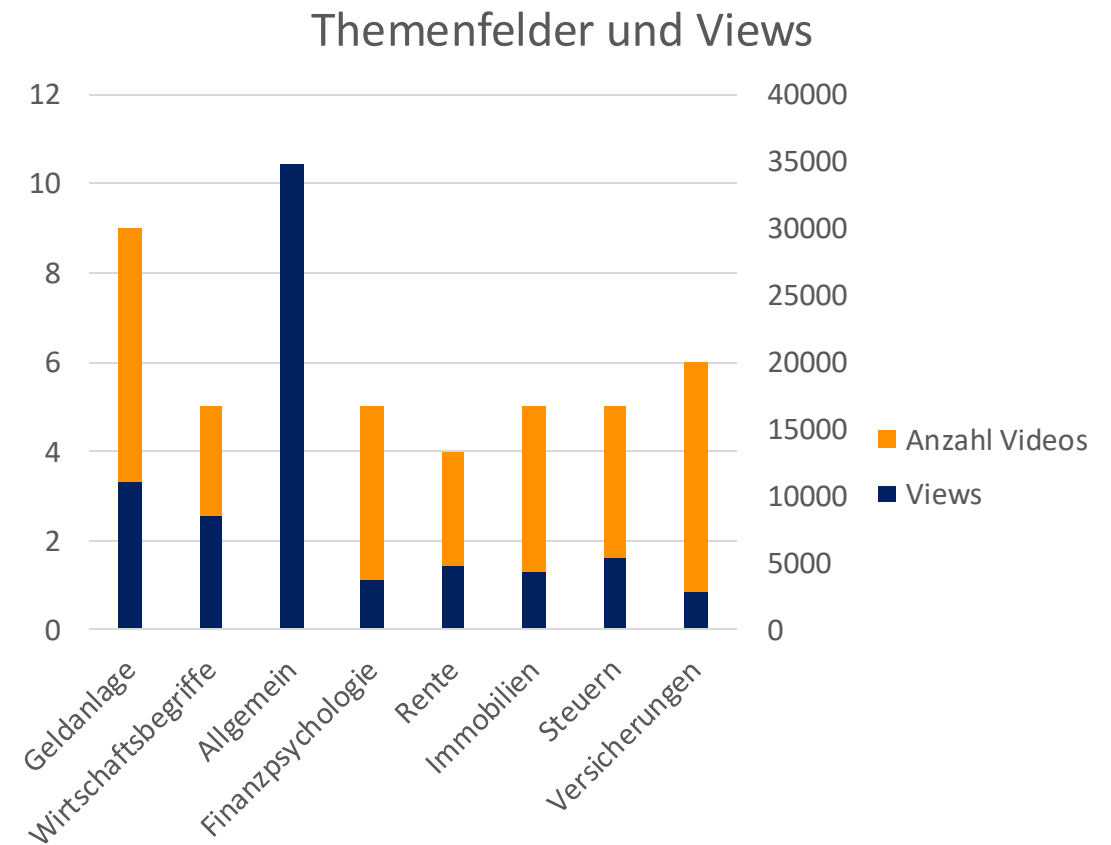


Regelmäßiger
Output in
hoher Qualität
bis zum
Volltreffer!

Deep Dive: Finanzcontent auf @vbrblive – unsere Learnings



Themen, die im Finanzbereich funktionieren



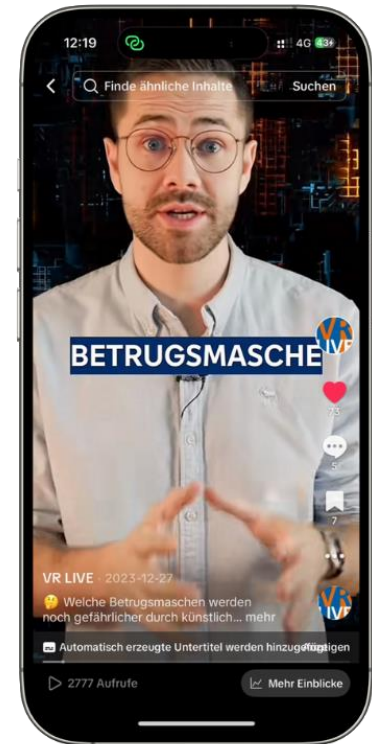
Das erfolgreichste Format sind allgemeine Finanzinformationen



Finderlohn in Deutschland
3.773 Aufrufe
135 Interaktionen



Trinkgeld im weltweiten Vergleich
21.639 Aufrufe
219 Interaktionen



Betrugsmaschinen entlarvt
2.777 Aufrufe
89 Interaktionen

Deep Dive: Entertainment und Banking

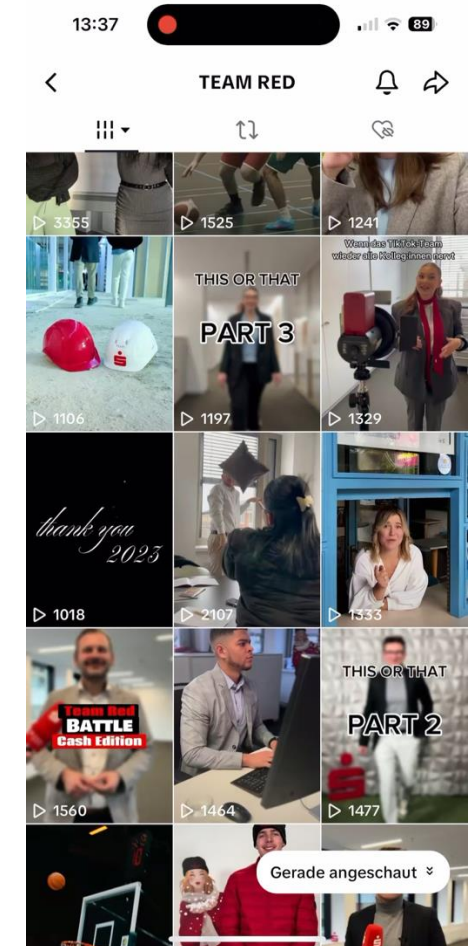
Unterhaltungs- und Spaßcontent



Hohe Reichweiten durch Unterhaltungsinhalt und aktuelle Trends möglich

Risiken durch Musik und Soundnutzung oder durch Sketche, die z.B. Arbeitsmoral in Frage stellen

**Fit zur Bank muss weiterhin gegeben sein.
Botschaften können auf Arbeitgeberimage abzielen**



”Wer beim ersten Date nur
über sich selbst spricht,
wird vermutlich kein Zweites haben”

Agenda

01

TikTok verstehen – Plattform, Trends & Zielgruppen

02

Erfolgsfaktoren für Bankinhalte auf TikTok

03

Umsetzung in der Praxis – was braucht es, um auf TikTok erfolgreich zu werden

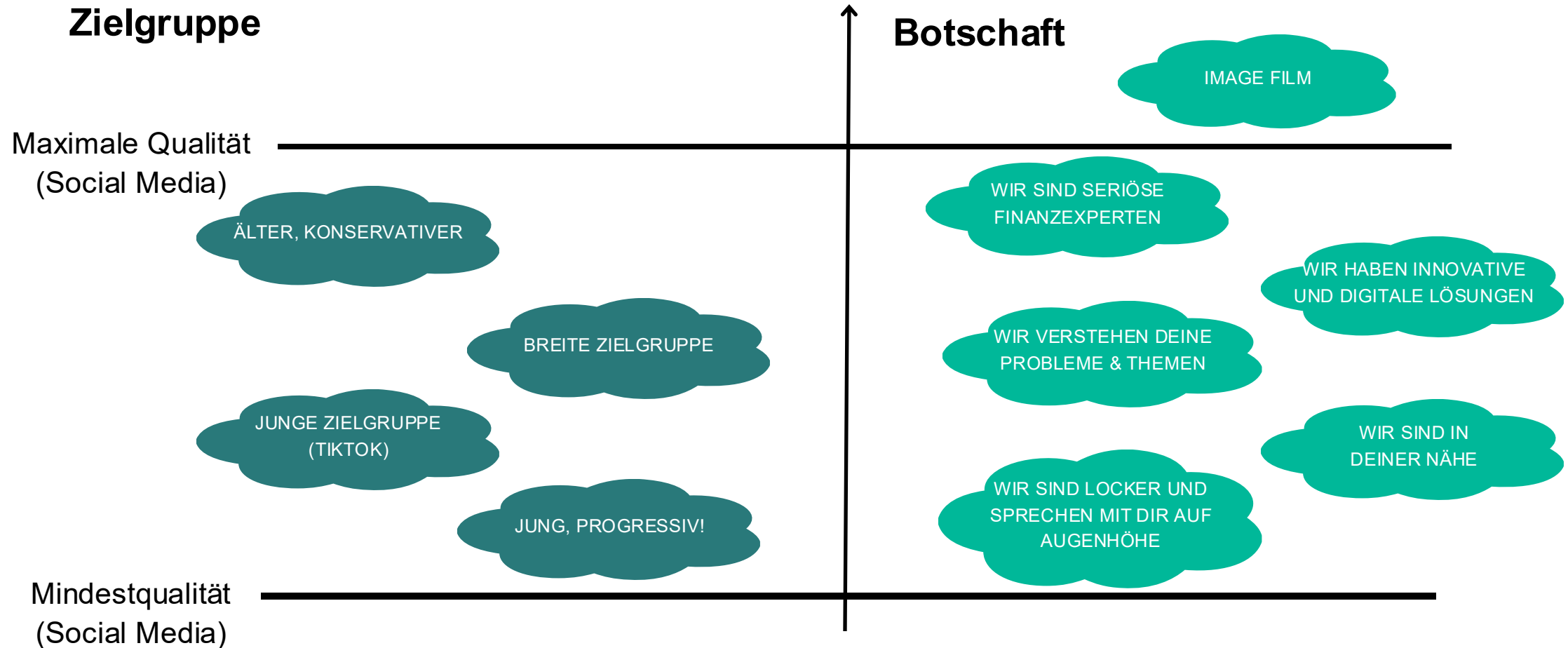
Spielregeln für TikTok aufsetzen

Grenzen klar definieren z.B. Employer Branding oder Finanzbezug ist Pflicht

Rechtliche Themen im Haus vorab klären (Risiko bei Soundnutzung; Datenschutz)

Gemeinsames Verständnis im Social Media Team für Ziele schaffen (Reichweite, Branding etc.)

Der Fokus auf TikTok liegt auf Nahbarkeit statt Hochglanz



Der USP von Banken liegt vor allem in Qualität und Vertrauen

Beispielhafte USPs von Regionalbanken

Sicherheit **Vertrauen**
Werte **Beständigkeit**
Nähe **Persönliche Beratung**
Expertise **Seriösität**



Qualitätsanspruch

- Inhaltlich
- Visuell
- Thematisch

Testet Ideen und findet Formate, die regelmäßig Erfolg bringen



Wie hat sich mein Content im letzten Jahr verändert?

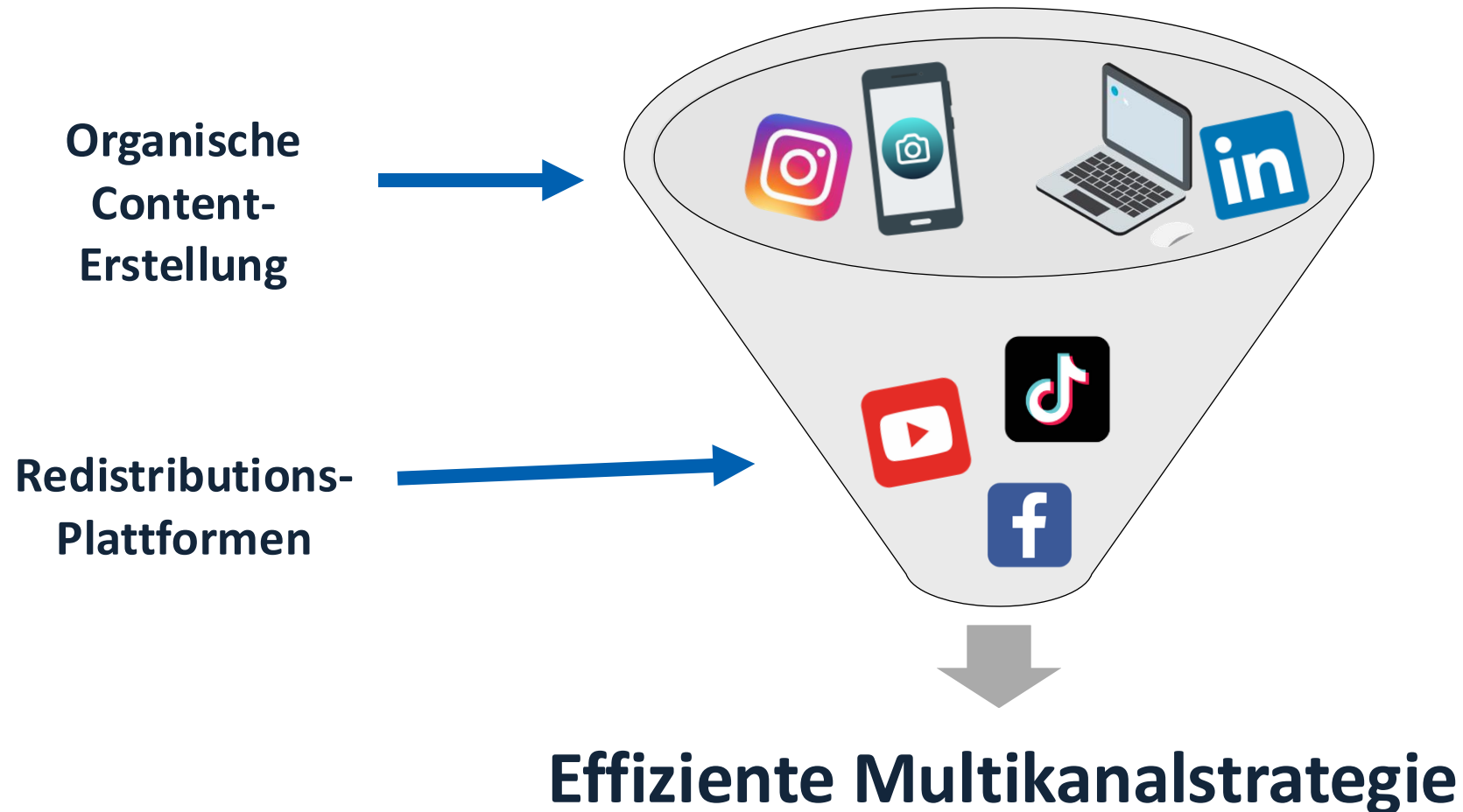


2024

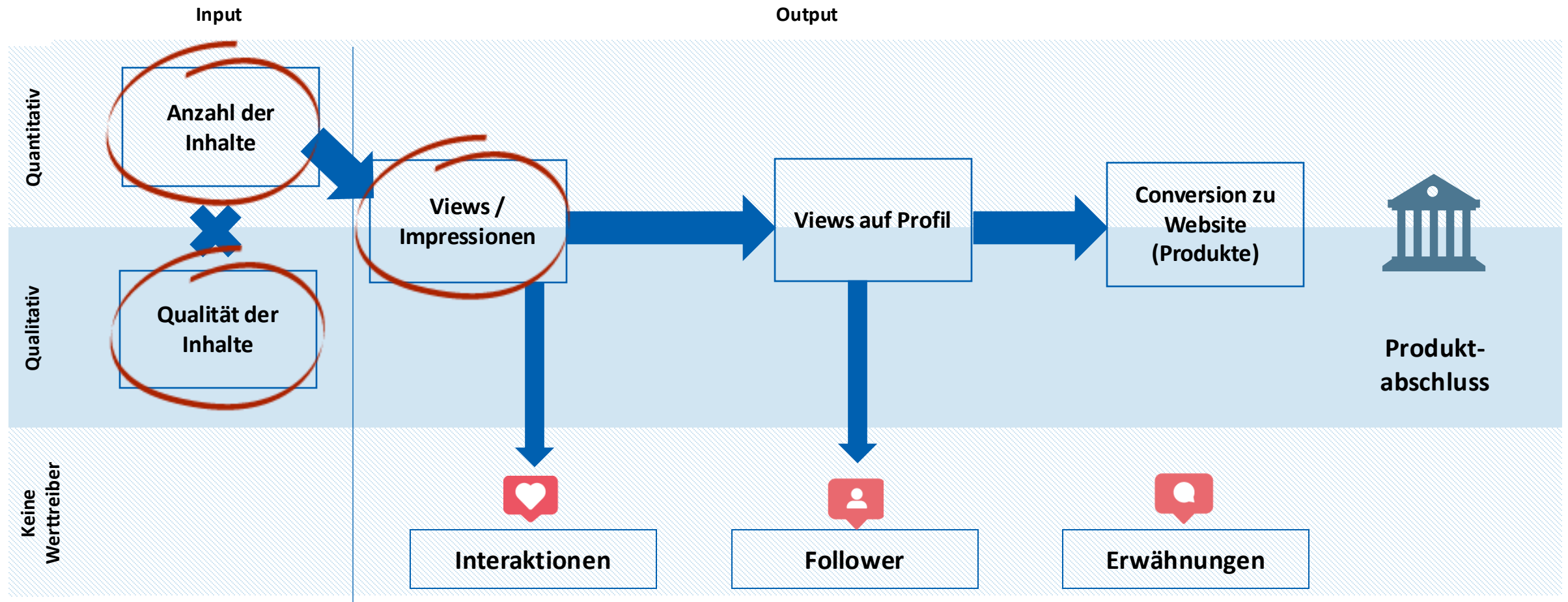


2025

Nutzt bestehenden Content, um die Postingfrequenz zu erhöhen



Follower spielen als KPI eine untergeordnete Rolle



**Findet Formate, die euch
einzigartig machen und
werdet kreativ!**



Be creative

Vernetzt Euch gerne mit mir auf LinkedIn
Ich freue mich auf den Austausch!



kontakt@investierenmitben.com
ben@7reach.de



www.investierenmitben.com
www.7reach.de

