



„personal branding is corporate branding“

Wir sind jederzeit für Sie da- seit über 160 Jahren

- **Geschäftsgebiet: Ulm, Illertal, Biberach und Ravensburg zwischen der schwäbischen Alb und dem Bodensee**
- **Beratung vor Ort, telefonisch sowie online und jederzeit persönlich** in insgesamt 40 Geschäfts- und Selbstbedienungsstellen
- **Social Media-Kanäle** geben interessante Informationen rund um die Bank

Gründung der Genossenschaft	05.09.1863
Mitarbeiter (durchschnittlich in 2023)	639
Auszubildende (durchschnittlich in 2023)	58
Mitglieder (Stand 31.12.2023)	91.970



Was ist LinkedIn?

Das größte berufliche Netzwerk im Internet weltweit !

- Knüpfen von **beruflichen Kontakten**
- LinkedIn gewinnt **zwei neue Nutzer pro Sekunde**
- über **900 Millionen registrierte Nutzerinnen und Nutzer** in über **200 Ländern** und mehr als **62 Millionen Unternehmen** auf der Plattform
- **DACH-Region: 24 Millionen Nutzer** (Stand Juli 2024)
- **Gruppen** beitreten, **Artikel** schreiben, **Foto- und Videobeiträge** veröffentlichen und vieles mehr



Wie sind wir als Unternehmen unterwegs?

- Drei Beiträge pro Woche
- Über **6.070** Follower
- Platz 2 aller genossenschaftlichen Primärbanken oder auch **Platz 3** aller Regionalinstitute
- Kumulierte gesamte Kanal-Reichweite pro Jahr: 4.5 Millionen davon **LinkedIn ca. 330.000**
- Steigerung Followerzuwachs im vergangenen Jahr um **62%**
- **LinkedIn Crew** bestehend aus 10 Mitglieder
- Insgesamt **über 200 unserer Beschäftigten** sind auf der Plattform zu finden und folgen unserem Unternehmensaccount





Was bisher geschah ...



April bis Oktober 2023
Strategieüberarbeitung



April 2023
Positionierungsworkshop
Vorstände



Juli 2023
Start der LinkedIn-
Kommunikation

UNSER LEITBILD



Meine Bank fürs Leben.

WER Meine Bank fürs Leben.
WAS MÖGLICHMACHER für Ihre Ziele und Wünsche.
WIE Zuhören. Verstehen. Handeln.
WOW +1 durch mich

Nr. 1 **sein** Nachhaltig erfolgreich **handeln**
 Konsequenz **digitalisieren** Erfrischend **anders arbeiten**

Strategie-
Fahrplan



Erfolgs-
Kennzahlen

FOKUS | WEITBLICK
EINFACH | MUT

Veränderungswille, Konsequenz,
Fokus, Resilienz.
Klare, einheitliche & positive
Kommunikation.

+ Kontrollfragen

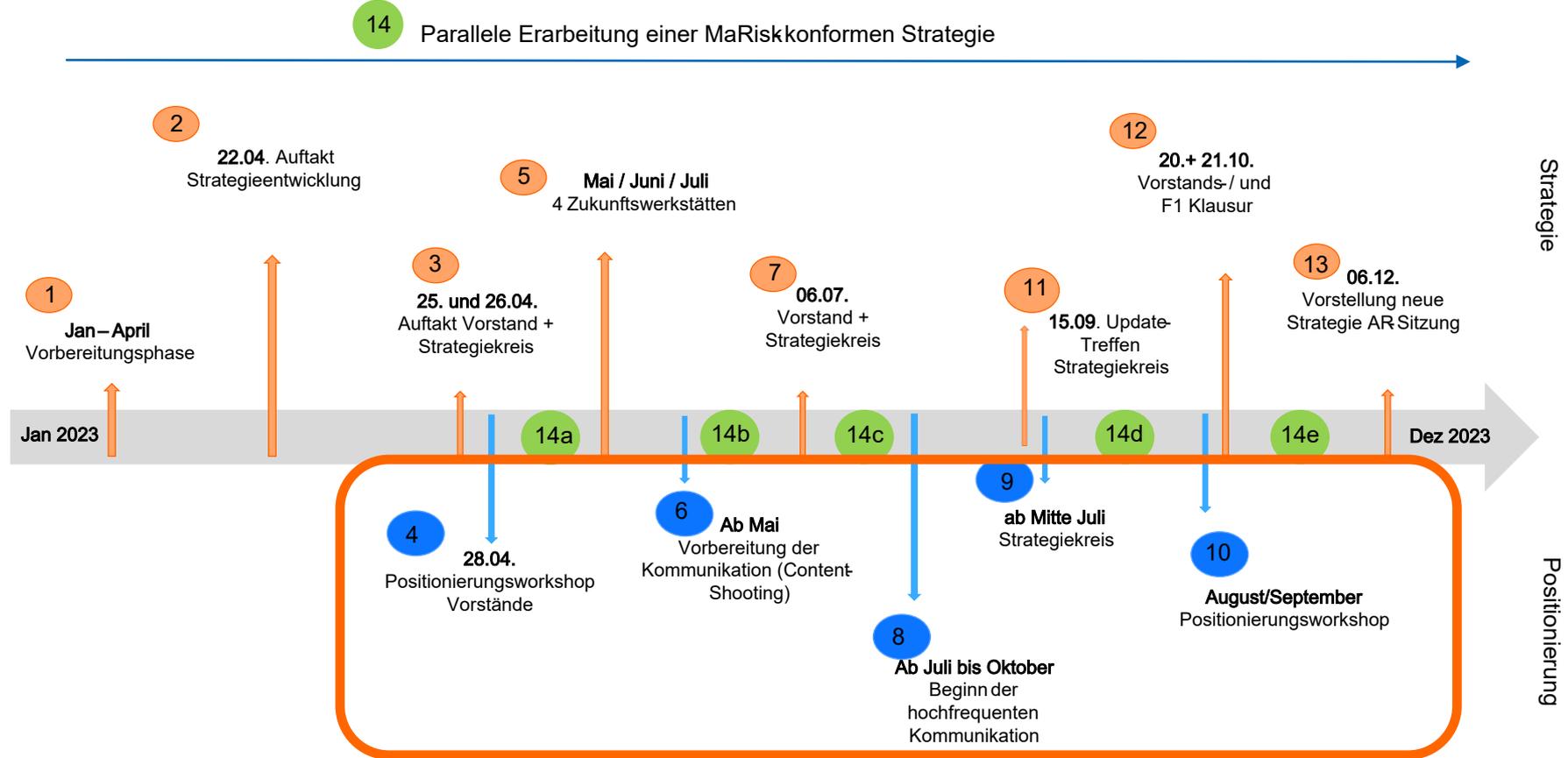
Gemeinsam Zukunft gestalten.
Wir machen Genossenschaft erlebbar.

Strategieentwicklungsprozess – zeitlicher Ablauf in detaillierter Darstellung

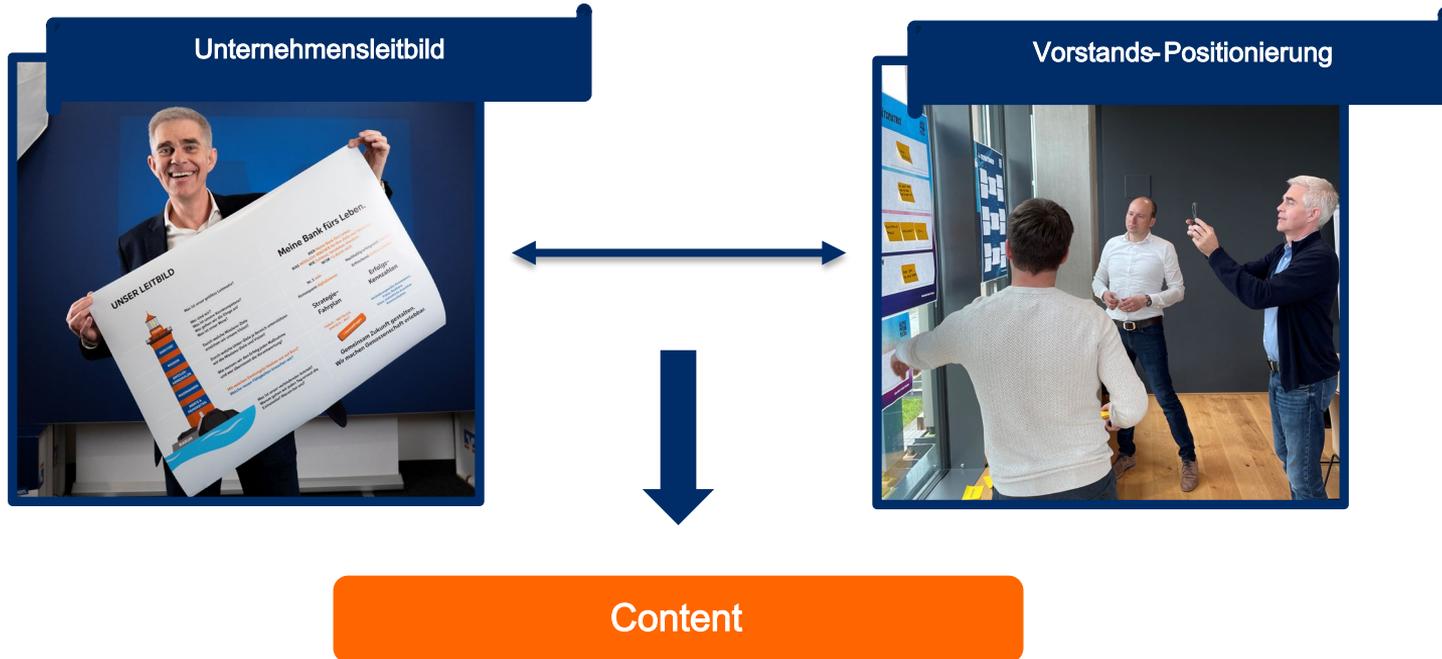
Strategieentwicklung

Positionierung/Kommunikation

MaRisk-konforme Strategieentwicklung



Positionierungsworkshop



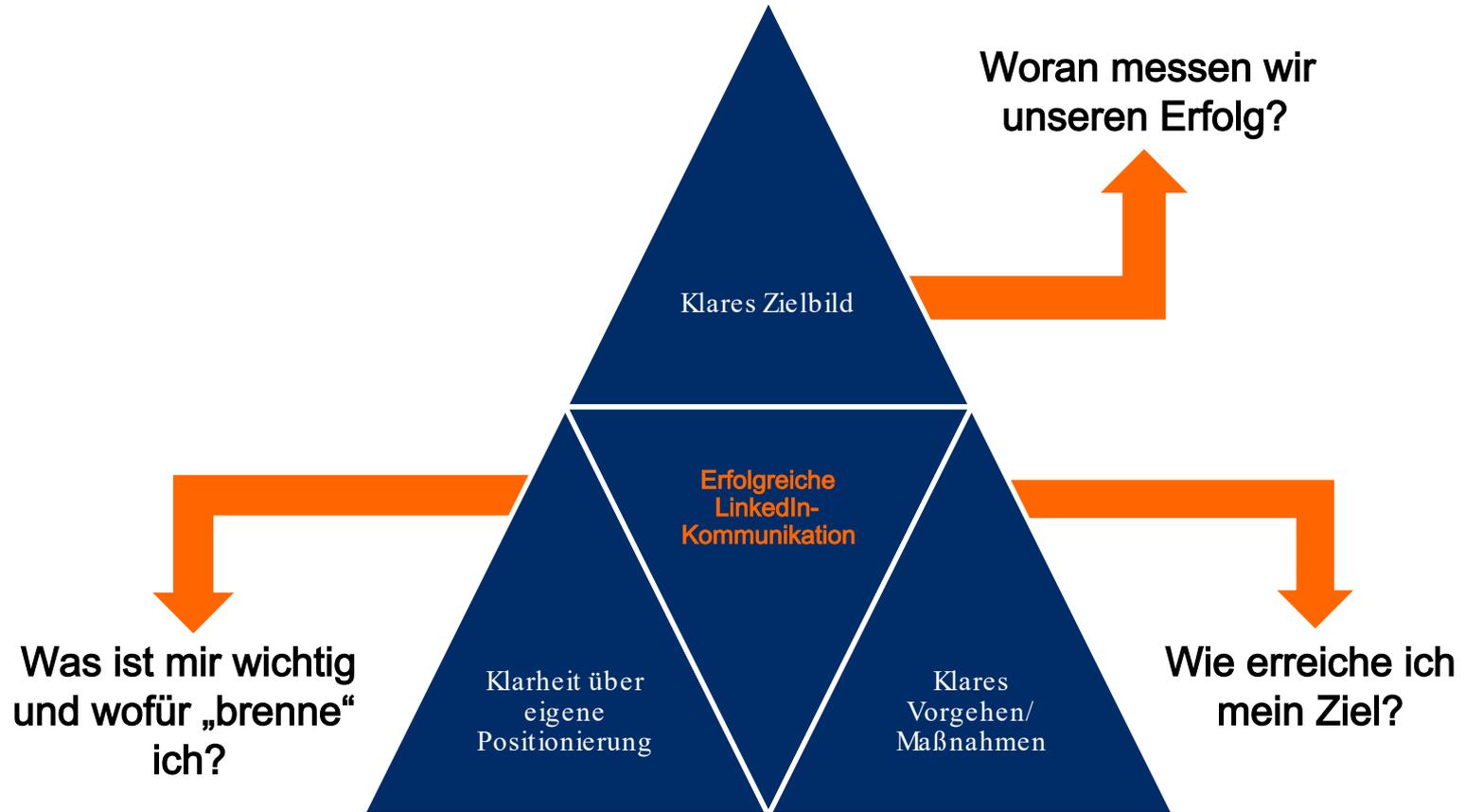


Die Rolle des Vorstands

Rolle des Vorstands

- Der **erste Botschafter** der Bank in die Außenwelt
- **Führungsqualitäten** hervorheben
- **Unternehmenskultur und -werte** weitergeben
- Die **Personal Brand** auf die **Corporate Brand** einzahlen lassen

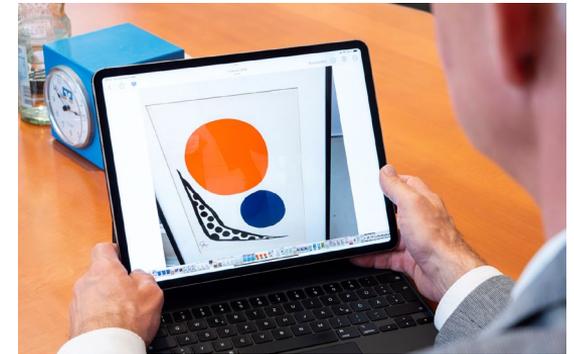




Unser besonderer Ansatz



Ein Gesamtkonzept voller Überraschungen



Shootings

- 4 Shooting Tage p.a.
- **Strukturierte Organisation**, Contentwahl, detailliertes Briefing Protagonisten
- **1.600 Fotos/Videos** pro Shootingtag, mehrere Outfits

Content und Redaktion

- **Ca. 20 Content-Themen** in der Vor- und Nachbereitung
- **Paralleler Livecontent** von Events und Präsenzterminen

Pflege

- **Profilpflege ist nicht zu unterschätzen:** Kommentar-Arbeit und Beantwortung von Privatnachrichten pro Woche 1 h



Gemeinsam wird es möglich!
Mit einem starken Kommunikationsteam an der Seite!

Starker Support- Ippolit



- 🍊 Strategie
- 🍊 kontinuierliche Umsetzung
- 🍊 Reichweite & Wachstum
- 🍊 Reaktionen
- 🍊 Vertrauen





Warum Social Media als Vorstand?

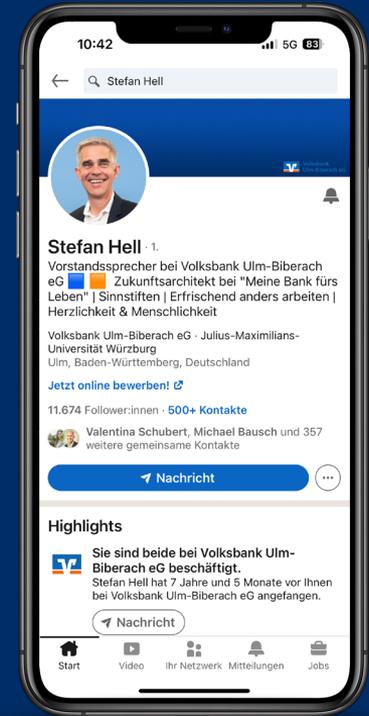
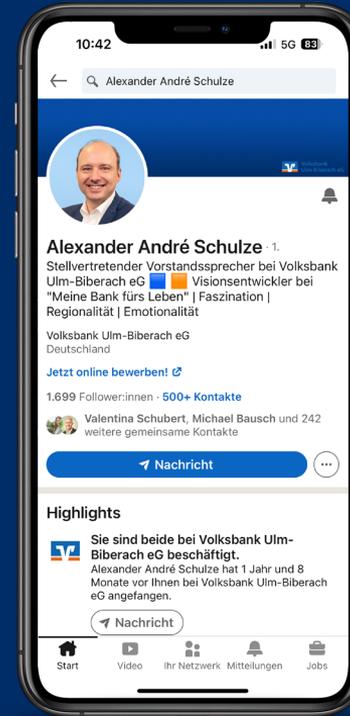


Weil es sich vielfältig lohnt

#Symbiose



Gegenseitiger Reichweiten- und Image-Profit durch die Verbindung und deren Sichtbarkeit zwischen der Geschäftsleitung und unserem Unternehmen!





**Menschliche,
persönliche
Geschäftsbeziehung**



Expertise zeigen



**Nahbarkeit,
Glaubwürdigkeit und
Transparenz**



**Direkter Austausch
statt One-Way-
Kommunikation**

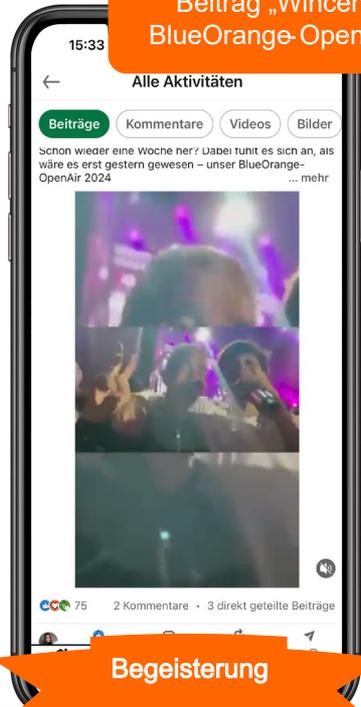


**Neue
Kommunikationswege
gehen**



Vielfalt im Alltag in die Außenwirkung bringen

Beitrag „Wincent Weiss
BlueOrange-OpenAir 2024“



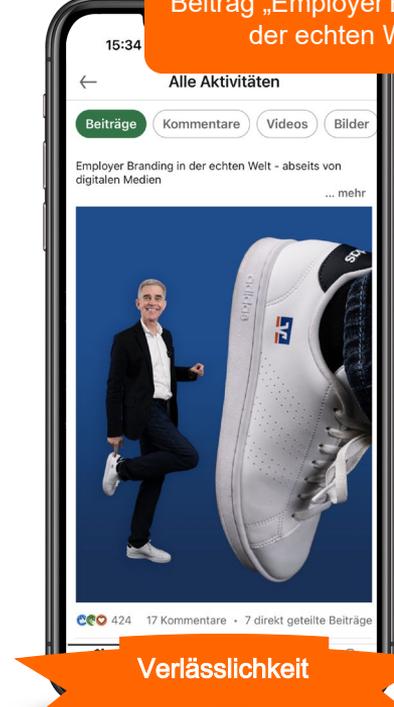
Begeisterung

Beitrag „Austausch mit Azubi
zum Traineeprogramm“



Menschen

Beitrag „Employer Branding in
der echten Welt“



Verlässlichkeit

Vielfalt im Alltag in die Außenwirkung bringen

Beitrag „Erste
Genossenschaftsbank in Ulm“



Verlässlichkeit

Beitrag „Wertschätzung
Mitarbeitende“



Menschen

Beitrag „FÜLLSTATION e.V.
Biberach“



Menschen

„personal branding“

Erfolge nach Innen und Außen

In Zahlen



423

Februar 2022

638

2.442

Januar 2023

1.921

2.756

Start
hochfrequente
LinkedIn
Kommunikation

3078

Engagement-Rate

15 %

6.070

heute

11.621



**...und in Momenten, Ereignissen und
Erlebnissen**

Wiedererkennung



#ulmdeinestadt

#ulmyourcity

Ideenpark

Steigerung
Imagebildung

Neueinstellung
Mitarbeitende





**Interne
Begeisterung**

Networking



▼ Folgen Sie uns gerne ▼

Unternehmensprofil



Persönliches Profil

