

TOPTHEMA

Medienarbeit: Wie der GVB unterstützt

Mustertexte, Überblickskarten, Politische Standpunkte, Werbekampagnen und Erfahrungsberichte: „Profil“ fasst zusammen, wie der GVB seine Mitglieder bei der Medienarbeit unterstützt.

Autor: Christof Dahlmann, Redaktion „Profil“

Foto: PantherMedia / VadimVasenin



Die Leistungen im Überblick

Medien, Kommunikation und Politik

- [Mustertexte Medienarbeit](#)
- [Mustertexte Geschäftsbericht](#)
- [GVB-Mitgliederportal](#)
- [GVB-Newsletter](#)
- [Pressespiegel](#)
- [„Profil – das bayerische Genossenschaftsblatt“](#)
- [Aboservice](#)
- [Erfa-Kreis Medienarbeit und Kommunikation](#)
- [Überblickskarten](#)
- [Politische Positionen](#)
- [Studio](#)
- [Die Kommunikationskanäle des GVB](#)

Marketing und Vertriebsentwicklung

- [Werbekampagnen](#)
- [Social Media](#)
- [Automatisierte Kundenkommunikation](#)
- [Erfa-Kreis Marketing](#)

Medien, Kommunikation und Politik

- **Mustertexte Medienarbeit:** Zu aktuellen Themen wie den Geldautomatensprengungen sowie wiederkehrenden Ereignissen wie dem Start des Ausbildungsjahrgangs stellt der GVB anlassbezogen Musterpressemitteilungen zur Verfügung. Die Dokumente umfassen Textbausteine und Zitatvorschläge, die die Genossenschaften individualisieren und für ihre

Medienarbeit nutzen können. Außerdem bietet der Verband Mustertexte an, die das aktuelle Geschehen einordnen. Damit können sich Genossenschaften an die lokale Presse wenden. Die Texte sind im GVB-Mitgliederportal abrufbar. Zuletzt sind eine Muster-PM zur Sprengung von Geldautomaten sowie ein Mustertext zur Finanzstabilität erschienen.

Kontakt: Dr. Gerald Schneider, [gshneider\(at\)gv-bayern.de](mailto:gshneider(at)gv-bayern.de).

- **Mustertexte Geschäftsbericht:** In ihren Jahresberichten informieren die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken über die wichtigsten Kennzahlen und Ereignisse des Vorjahres. Der Verband unterstützt sie dabei mit Mustertexten zur Geschäftsentwicklung der Kreditgenossenschaften im Freistaat, zur konjunkturellen Lage und zur Situation an den Finanzmärkten. Die Texte können im GVB-Mitgliederportal abgerufen werden: Hier geht es zum Text über die Geschäftsentwicklung 2022, hier zum Text über die Konjunkturlage 2022 und hier zum Text über die Finanzmärkte 2022.

Kontakt: Simon Linder, [slinder\(at\)gv-bayern.de](mailto:slinder(at)gv-bayern.de).

- **GVB-Mitgliederportal:** Das GVB-Mitgliederportal ist die zentrale Informationsdrehscheibe für die Mitglieder des Genossenschaftsverbands Bayern. Dort finden diese unter anderem aktuelle Informationen, Rundschreiben, Meldungen sowie Dokumente zum Download. E-Mail-Benachrichtigungen zu ausgewählten Kategorien oder Schlagworten halten die Nutzerinnen und Nutzer tagesaktuell auf dem Laufenden. Diese können im persönlichen Profil aktiviert werden. Damit die Inhalte des Mitgliederportals optimal genutzt werden können, gibt es Hinweise und Tipps zur Bedienung.

Kontakt: Burkhard Rüdiger, [bruediger\(at\)gv-bayern.de](mailto:bruediger(at)gv-bayern.de).

- **GVB-Newsletter:** Einmal pro Woche, in der Regel am Freitag, informiert der GVB-Newsletter über die wichtigsten Artikel und Informationen im Mitgliederportal. Nutzerinnen und Nutzer können den Dienst in ihrem persönlichen Profil aktivieren sowie abbestellen.

Kontakt: Burkhard Rüdiger, [bruediger\(at\)gv-bayern.de](mailto:bruediger(at)gv-bayern.de).

- **Pressespiegel:** Mit dem digitalen GVB-Pressespiegel starten die bayerischen Genossenschaften mit einem Wissensvorsprung in den Tag. Er erscheint montags bis freitags, das Abonnement ist kostenpflichtig. Der Pressespiegel bildet eine ausgewählte Medienresonanz

auf den Verband selbst ab, auf die bayerischen Genossenschaften, Verbundunternehmen, Kreditwirtschaft sowie die wirtschaftliche und politische Lage. Beobachtet werden nicht nur überregionale Medien wie das Handelsblatt oder die Frankfurter Allgemeine Zeitung, sondern auch regionale bayerische Publikationen. Weitere Informationen gibt es auf der [GVB-Webseite](#).
Kontakt: Ursula Weiß, [uweiss\(at\)gv-bayern.de](mailto:uweiss(at)gv-bayern.de).

- „Profil - das bayerische Genossenschaftsblatt“: „Profil“ ist das digitale Mitgliedermagazin des Genossenschaftsverbands Bayern und richtet sich an alle, die sich für Genossenschaften begeistern. Im Vordergrund stehen die Mitgliedsunternehmen des GVB. Das Magazin bezieht Position, zeigt erfolgreiche Praxisbeispiele und informiert über das vielfältige genossenschaftliche Leben in Bayern. [Ein kostenfreier Newsletter](#) informiert über jede neue Ausgabe.

Kontakt: Florian Christner, [fchristner\(at\)gv-bayern.de](mailto:fchristner(at)gv-bayern.de) und Christof Dahlmann, [cdahlmann\(at\)gv-bayern.de](mailto:cdahlmann(at)gv-bayern.de).

- Aboservice: Für die Medienverantwortlichen bayerischer Genossenschaften bietet der GVB einen E-Mail-Aboservice an. So sind diese stets über die Öffentlichkeitsarbeit des Verbands informiert, beispielsweise über Musterpresstexte oder Stellungnahmen des Verbands. Ebenso erhalten sie die Pressemitteilungen des GVB zu aktuellen Themen.

Kontakt: Ursula Weiß, [uweiss\(at\)gv-bayern.de](mailto:uweiss(at)gv-bayern.de).

- Erfa-Kreis Medienarbeit und Kommunikation: Der Stab Medien und Kommunikation des GVB bietet heuer erstmals einen Erfahrungsaustausch Medienarbeit und Kommunikation an. Termin ist am Donnerstag, 21. September 2023. Es werden zum Beispiel aktuelle Fragen zu Presse- und Medienarbeit diskutiert, außerdem werden Praxistipps und Erfahrungsberichte geteilt. Zielgruppe sind Verantwortliche für PR, Presse-/Medienarbeit und Unternehmenskommunikation bayerischer Genossenschaften. Anmeldung und weitere Informationen auf der [Webseite der Akademie Bayerischer Genossenschaften \(ABG\)](#).

Kontakt: Dr. Gerald Schneider, [gschneider\(at\)gv-bayern.de](mailto:gschneider(at)gv-bayern.de).

- Überblickskarten: Was leisten die bayerischen Genossenschaften? Wie viele Mitglieder haben sie? Und wie lauten ihre wesentlichen Kennzahlen? Einen schnellen Überblick über diese

zentralen Daten und Fakten geben Überblickskarten, die der GVB einmal jährlich im Frühjahr zur Vorlage der Bilanzzahlen aktualisiert. Sie sind mit dem Fokus auf ganz Bayern sowohl für die Volksbanken und Raiffeisenbanken als auch für die Waren- und Dienstleistungsgenossenschaften öffentlich abrufbar. Die Karten für die Kreditgenossenschaften sind darüber hinaus für Einzelbanken sowie für die Bezirksverbände individualisierbar. Sie können im GVB-Mitgliederportal als PDF heruntergeladen werden und dann beispielsweise für PowerPoint-Präsentationen genutzt, an Medienvertreter verteilt oder als Plakat für die Bank und ihre Geschäftsstellen ausgedruckt werden.

Kontakt: Dr. Gerald Schneider, [gshneider\(at\)gv-bayern.de](mailto:gshneider(at)gv-bayern.de).

- Politische Positionen: Die Interessen seiner Mitglieder zu vertreten ist eine zentrale Aufgabe des GVB. Um zu vermitteln, wie er sich zu politischen Fragestellungen positioniert, bietet der Verband auf seiner öffentlichen Webseite Positionen zu Themen wie Einlagensicherung, Digitaler Euro oder der Energiewende an – kurz und bündig, übersichtlich strukturiert auf einer Seite. Die Standpunkte können von den GVB-Mitgliedern für die eigene Kommunikation (zum Beispiel für Pressemitteilungen oder Hintergrundgespräche mit Journalisten) genutzt werden. Laufende Meldungen zu aktuellen politischen Themen und wie der Verband die Interessen seiner Mitglieder vertritt, gibt es im GVB-Mitgliederportal.

Kontakt: Simon Linder, [slinder\(at\)gv-bayern.de](mailto:slinder(at)gv-bayern.de).

- Studio: Ob Livestream mit Mitgliedern der Vertreterversammlung, Online-Event für die Kunden oder Webinar: Digitale Veranstaltungen sind häufig eine gute Möglichkeit, um die Zielgruppe effektiv zu erreichen. Genossenschaften, die eine solche Veranstaltung planen, aber sich nicht selbst um die Technik kümmern möchten, können das hauseigene Studio des GVB in München mieten. Das Studio hat eine Fläche von 30 Quadratmetern. Ausgestattet ist es unter anderem mit einem sogenannten Greenscreen sowie hochwertiger Beleuchtung und Tontechnik. Auch personell kann der GVB unterstützen. Weitere Informationen gibt es auf der GVB-Webseite.

Kontakt: Gerald Schneider, [gshneider\(at\)gv-bayern.de](mailto:gshneider(at)gv-bayern.de).



Die Kommunikationskanäle des GVB

Der Genossenschaftsverband Bayern (GVB) betreibt auf den wichtigsten sozialen Plattformen eigene Kanäle. Dort informiert der Verband über Neuigkeiten, weist auf Beiträge hin oder veröffentlicht Stellenanzeigen. Die Kanäle im Überblick:

- [Twitter](#)
- [LinkedIn](#)
- [Instagram](#)
- [Facebook](#)
- [Xing](#)
- [YouTube](#)

Marketing und Vertriebsentwicklung

- **Werbekampagnen:** Der Zentrale Werbefonds Bayerischer Genossenschaftsbanken (ZWF) unterstützt die bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken bei ihren Werbeaktivitäten. Ziel ist es, Vertriebskontakte zu erzeugen. 2023 stehen folgende Kampagnen im Mittelpunkt: Geldanlage für Privatkunden (seit Januar), Geldanlage für Junge Kunden (ab Juli) sowie Liquiditätsmanagement und Finanzierung (seit April). Eine Übersicht über die zentralen Werbekampagnen 2023 der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken gibt es in „[Profil](#)“ 1/2023. Im [MuV-Manager](#) finden die Banken alle weiteren Informationen, Werbemittelvorlagen, Begleitmaterialien und vieles mehr.

Kontakt: Tamara Aumayer, [taumayer\(at\)gv-bayern.de](mailto:taumayer(at)gv-bayern.de).

- **Social Media:** Der Genossenschaftsverband Bayern unterstützt die Volksbanken und Raiffeisenbanken dabei, sich auf Social Media zu präsentieren. Beispielsweise gibt es im [MuV-Manager](#) Themenvorschläge mit Mustertexten. Gemeinsam mit dem Baden-Württembergischen Genossenschaftsverband (BWGV) liefert der GVB zudem Ideen und Inspirationen in der Facebook-Gruppe [VRsocial](#). Außerdem stellt der Verband die Social Media Box der VR-

NetWorld vergünstigt zur Verfügung, mit der beispielsweise die Aktivitäten auf Facebook und Co. verwaltet werden können. Weitere Infos dazu im [MuV-Manager](#).

Kontakt: Tamara Aumayer, [taumayer\(at\)gv-bayern.de](mailto:taumayer(at)gv-bayern.de).

- **Automatisierte Kundenkommunikation:** Kreditinstitute müssen die Zustimmung ihrer Kundinnen und Kunden einholen, wenn sie beispielsweise ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) ändern oder die Preise ihrer Girokonten anpassen. Um die Banken dabei zu unterstützen, hat der Genossenschaftsverband Bayern eine Kooperation mit der indiwe GmbH aus Karlsruhe abgeschlossen. Deren Anwendung „Marketingfabrik“ hilft bei der automatisierten Kundenkommunikation sowie bei gezielten Marketingaktionen über mehrere Kanäle. Weiterführende Informationen gibt es im [MuV-Manger](#). In „Profil“ 1/2023 berichtet die VR-Bank Passau über ihre Erfahrungen mit der Anwendung „Marketingfabrik“.

Kontakt: Sebastian Scholz, [sscholz\(at\)gv-bayern.de](mailto:sscholz(at)gv-bayern.de).

- **Erfa-Kreis Marketing:** Das Team Marketing des GVB veranstaltet unter anderem einen Erfahrungsaustausch Online-Marketing über die Akademie Bayerischer Genossenschaften (ABG). Dieser findet jährlich im Januar statt. Der Erfa-Kreis richtet sich an Digital- oder Marketingverantwortliche der bayerischen Volksbanken und Raiffeisenbanken.

Kontakt: Martina Stutz, [mstutz\(at\)gv-bayern.de](mailto:mstutz(at)gv-bayern.de).

WEITERFÜHRENDE LINKS

- [Die GVB-Webseite](#)
- [Das GVB-Mitgliederportal](#)