



# Recruiting-Kampagne „Blitzbewerbung“

Wie die Volksbank in Ostwestfalen  
Auszubildende gewinnt



Tatjana Gilberg  
Volksbank in Ostwestfalen eG



Anna-Lena Wagner  
Be#Social | AWADO Kommunikationsberatung GmbH

# Warum ist das Thema Social Recruiting“ so wichtig?



- Gen Z wird voraussichtlich dieses Jahr die Anzahl der Babyboomer am Arbeitsmarkt überholen
- 80% der arbeitsfähigen Gesellschaft befindet sich in den sozialen Netzwerken
- Möglichkeit zur Erreichung der latent Suchenden

# Möglichkeiten für das Social Recruiting

Organische  
Posts

Direktansprache  
Active Sourcing

Paid Ads /  
bezahlte Werbung

# Blick in die Praxis: Status Quo denkbar ungünstig

Herausforderung: Bewerbermangel

- Sehr langwieriger und umständlicher Recruitingprozess,
- Besetzungen der Ausbildungsstellen sehr schwierig,
- kaum Traffic auf der Webseite.



# Zielgruppen & Ziele

Junge Kunden im Alter von 16 bis 25 Jahren,

Schulabgänger,

Studienaussteiger.

Sichtbarkeit für die Ausbildungsmöglichkeiten in der Volksbank schaffen,

Klicks für die Landingpage generieren,

Leads bzw. Bewerbungen erhöhen.

# Maßnahmen & Kanäle

- Aufbau einer eigenen Landingpage mit Kurz-Bewerbung mittels Formular (Serviceauftrag im ContentManager),
- Social Media Ads und organische Postings,
- WLAN-Werbung + Google Ads,
- Karten mit QR-Codes für Messen.



# Landingpage inkl. Kurz-Bewerbung

[Login OnlineBanking](#)



## Blitzbewerbung – bewirb dich bei uns in unter 60 Sekunden!

**Deine Ausbildung bei der Volksbank in Ostwestfalen**

Kaufmännische Ausbildung? Garantiert kein trockener Bürojob! Eine Bankausbildung ist vielseitiger und spannender, als du vielleicht denkst. Denn bei deiner Volksbank in Ostwestfalen steht nicht das Geld, sondern der Mensch im Mittelpunkt. Starte

# Claim: Unter 60 Sekunden

Abfrage der prinzipiellen Prioritäten der Bewerbenden,

Bestimmung, um welche Ausbildung es gehen soll,

Abfrage des Schulabschlusses,

Abfrage Name,

Nachfrage ob Kontaktaufnahme via Telefon oder via E-Mail.

## Blitzbewerbung – schnell und unkompliziert!

### Bewirb dich bei uns in unter 60 Sekunden!

Hey, schön, dass du da bist! Du hast Interesse an einer Ausbildung oder dualen Studium bei uns? Das ist super, denn wir hätten dich gerne im Volksbank-Team.

### Wie geht es nach der Blitzbewerbung weiter?

Wenn du deine Blitzbewerbung abgeschickt hast, kontaktieren wir dich zeitnah telefonisch oder per E-Mail – so wie du magst und was du in deiner Blitzbewerbung angegeben hast. Dabei geht es erstmal darum, dass wir uns persönlichen in einem lockeren Austausch kennenlernen. **Keine Sorge, das ist kein Bewerbungsgespräch.** Bei Fragen zum Ablauf der Blitzbewerbung kannst du gerne Florian Richter eine Nachricht schreiben ([florian.richter@volksbankinostwestfalen.de](mailto:florian.richter@volksbankinostwestfalen.de)) oder einfach anrufen (0521 544-7630).

### Mach den ersten Schritt!

### Was ist dir bei deiner Ausbildung besonders wichtig? \*

- ☐ Endlich mein eigenes Geld verdienen
- ☐ Gute Übernahmechancen
- ☐ Vielseitige Karriereperspektiven
- ☐ Nähe zum Wohnort
- ☐ Früh Verantwortung übernehmen
- ☐ Mitgestalten können
- ☐ Mit Menschen zu arbeiten
- ☐ Persönliche Weiterentwicklung

# Social Media Ads

## Facebook & Instagram

Zielgruppe: Alterseinschränkung ist rechtlich bei Stellenangeboten unzulässig,

Zeitraum 2 Monate

Budget: 3.000,- €,

Kampagnentyp: Traffic,

Videos mit eigenem Mitarbeiter als Creative,

Erzielte Reichweite: 204.627

Impressions: 399.597

Klicks: 7.856

CPC: 0,38 €



# Organische Postings

Kreativer Videocontent



# Google Ads

Zeitraum: fortlaufend

Budget: 500,- € p. M.

Beispiel-Keywords:

Ausbildung Bank

Ausbildung Bankkaufmann

Ausbildungsplatz Bankkauffrau

Ergebnisse pro Monat

Impressions: 1.468

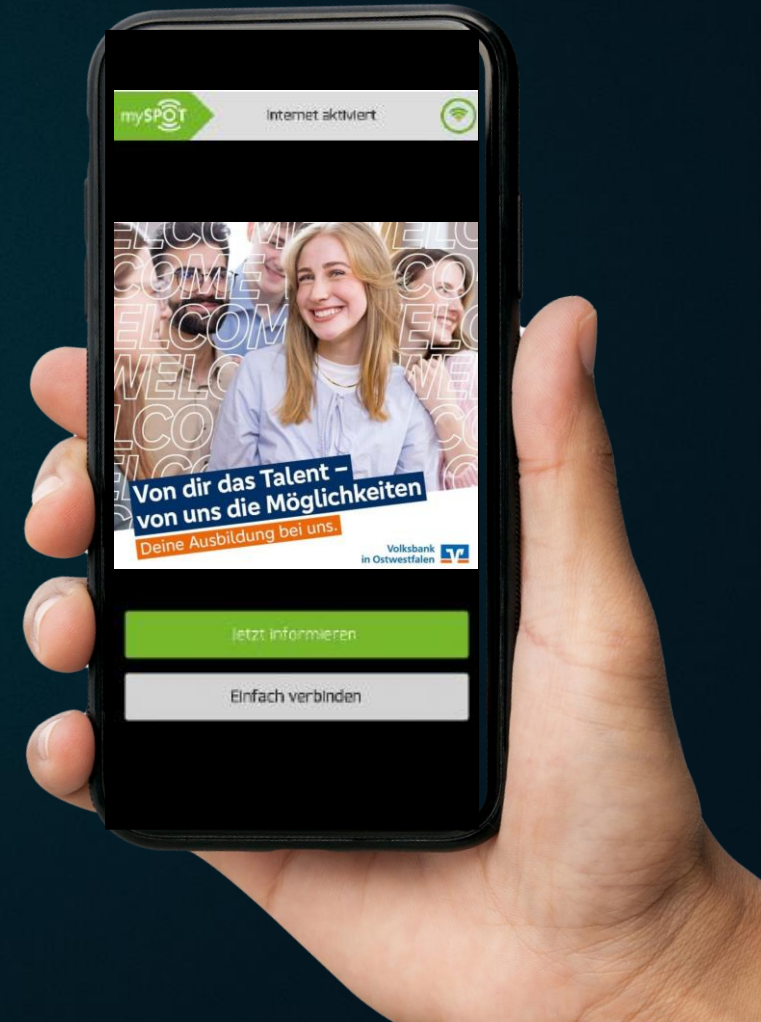
Anzeigenklicks: 195

Kosten pro Klick: 2,57 €



# WLAN-Werbung

- Mit #free#wifi plus bietet die Volksbank in Ostwestfalen eine Hotspot-Lösung mit freiem WLAN an eigenen Standorten und bei externen Partnern an.
- Bevor der Nutzer sich mit dem freien WLAN verbinden kann, wird ihm eine Werbung der Bank angezeigt. Es besteht die Möglichkeit, eine Zielverlinkung zu einer Landingpage zu integrieren, in diesem Fall die Landingpage „Bock auf Bank“.
- Top-Locations: Co-Working Space + Disco (GoParc)



# WLAN-Werbung

Zeitraum: 3 Monate

Zielgruppe: 32 Standorte (siehe separate Herford)

Budget: ./.

Kampagnentyp: Traffic

Impressions: 7.219

Klicks auf Werbemittel: 2.051

Aufrufe Zielseite: 1.452

# Ergebnisse



Social Ads: 7.856 Klicks



WLAN-Werbung: 1.452 Klicks



Google Ads: 195 Klicks



Landingpage: 9.503 Klicks



**76 Bewerbungen**  
davon 33 qualifizierte  
Bewerbungen  
(Einladung in das  
Assessment Center)

# Tipps aus der Praxis für eure Umsetzung

Creative: Ein gutes Video schlägt Karussell- und Bildanzeige

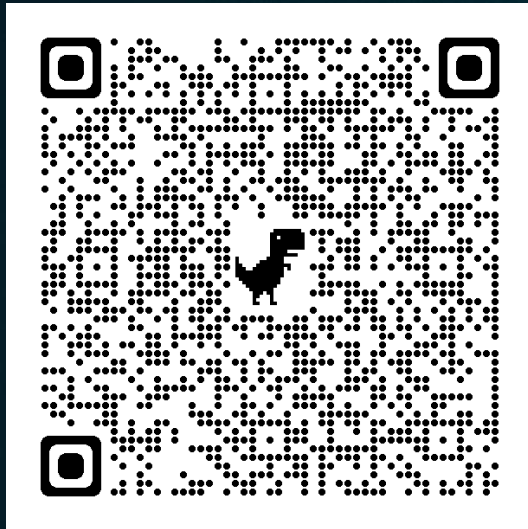
Werbeanzeige auf Meta unbedingt im BusinessManager statt über die „Boost“-Option einstellen

CTA auf der Webseite überall, wo es in den Bewerbungsprozess für die Ausbildung geht, auf das Formular ändern

Kontaktaufnahmen zu den Bewerben innerhalb 48 h

Recruiting Kollegen briefen, wo die Bewerbungen reinlaufen (Stichwort Serviceaufträge und Aufgabenliste im BankingWorkspace!)

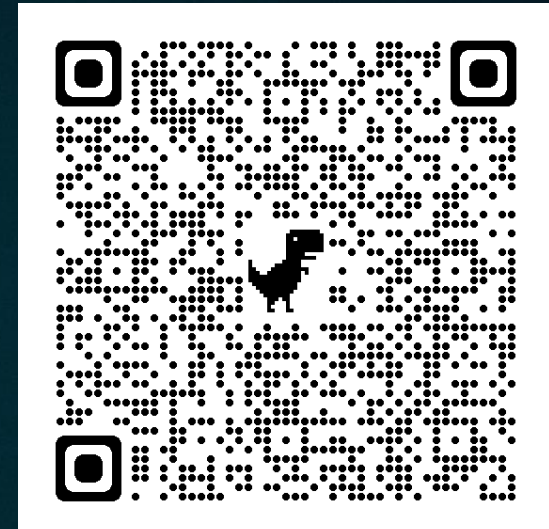
# Inspiration finden in den Ad-Bibliotheken



Meta  
Facebook &  
Instagram



LinkedIn



TikTok

# Ihr wollt mehr wissen?

## Das gibt's im Be#Social Hub



Masterclass: „Social Media & Recruiting“ von Thorsten Volz,  
„Corporate Influencer“ von Klaus Eck,  
„Personal Branding“ von Pierre Heidicker



Podcast: „Mit LinkedIn zum Erfolg“ gemeinsam mit  
Prof. Leonhard Zintl ( Volksbank Mittweida eG)



Digitale oder physische Netzwerktreffen: „How to:  
Werbeanzeigenmanager“ (Aufzeichnung) &  
Contentdays 2026 im GenoHotel in Forsbach

...und darüber hinaus u.a. Whitepaper, worauf es z.B. rechtlich zu achten gilt,  
wenn „Corporate Influencer“ etabliert werden



# Jetzt anmelden und Platz sichern!

BE#SOCIAL

## CONTENT DAYS

Save the  
date!



26. & 27.  
Januar 2026