

Neues Corporate Video: Volksbank als treibende Kraft im Nordosten

Mit einem neuen Corporate Video schärft die Volksbank ihre Identität als Regionalbank, die fest in ihrem Einzugsgebiet verwurzelt ist und Menschen dabei unterstützt, gemeinsam persönliche und unternehmerische Projekte zu verwirklichen.

Zentrales Leitmotiv des Videos ist der Satz: *„Es heißt, eine Bank könne kein Wachstumsmotor für die Region sein. Dann lasst uns das gemeinsam sein“*. Anhand realer Begegnungen und Alltagssituationen wird gezeigt, wie die Volksbank Menschen, Vereine und Unternehmen begleitet, unterstützt und Projekte ermöglicht – nah an der Gemeinschaft und im direkten Austausch mit dem Einzugsgebiet. Das Video wurde von den Teams Corporate Communication/Marketing, Digital Marketing und Sponsoring & Visual Merchandising konzipiert, geschrieben und synchronisiert. Das Voiceover wurde ebenfalls intern verfasst und auf Italienisch sowie Deutsch produziert. Ein Ausdruck der zwei Kulturen der Bank. Vor der Kamera stehen keine Schauspieler, sondern echte Mitarbeitende der Bank aus Treviso und Bozen sowie Vereinsmitglieder. Die technische Umsetzung erfolgte durch die Agentur NPMEDIA von Nicola Piccoli.

Ziel ist es, die Rolle der Volksbank als treibende Kraft für das **wirtschaftliche** und **soziale Wachstum** zu präsentieren. Mithilfe von Bildern und Geschichten werden zentrale Themen wie die Fähigkeit zur Veränderung, die Nähe zu den Menschen und zur Gemeinschaft sowie der Wert von Präsenz durch Zuhören aufgegriffen.

„Fünf Jahre nach dem Rebranding markiert das neue Corporate Video einen neuen Meilenstein in der strategischen Ausrichtung der Marke Volksbank. Die Bank bekräftigt damit ihr Engagement, ein zuverlässiger und weitblickender Partner im Nordosten Italiens zu sein, der seine Kompetenz in den Dienst der Menschen stellt, ihre Sprache spricht und sie bei wichtigen Lebensentscheidungen begleitet. Die dynamische Bildsprache des Videos vermittelt die Werte der Bank auf direkte und emotionale Weise“, erklärt **Mariano Paris, Leiter Unternehmenskommunikation/Marketing der Volksbank**.

Das Video wechselt zwischen zwei Erzählebenen. Während drei Mitarbeitende Einblicke in die Perspektive der Bank geben, nehmen die Regionen, Unternehmen und sozialen Vereine eine Außenperspektive ein. Auch das Einzugsgebiet ist Teil der Erzählung: Gedreht wurde zwischen Trentino-Südtirol und Venetien. Dazu zählen die historische Filiale in Vittorio Veneto, der Hauptsitz in Bozen, mehrere Straßen in Treviso sowie Filialen in Montebelluna, Treviso, Spormaggiore und Riva del Garda.

„Der Mehrwert dieses Projekts liegt in seiner Authentizität: Die Volksbank wird darin durch echte Menschen auf authentische Weise dargestellt. Diese Art der Filmsprache weckt Emotionen und bleibt im Gedächtnis, gerade weil sie von konkreten Geschichten und dem Alltäglichen ausgeht“, sagt der **Videomaker Nicola Piccoli**, der das Video zusammen mit seinem Team inszeniert, produziert und postproduziert hat.

Ab April wird das Corporate Video auf verschiedenen Kanälen gezeigt: TV, Web, Social Media und Out of Home.

Kontakt:

Südtiroler Volksbank AG

Media Relations

Maria Santini

maria.santini@volksbank.it