

Junges Konto Case

Ziel: Steigerung der Abschlüsse für das Junge Konto in der Altersklasse 18-30 Jahre

Zielgruppe: Neukunden

Abschluss: Online-Abschlussstrecke

Produktsetup:

- Junges Konto (18-30) kostenlos inkl. Kreditkarte

Produktbundle:

- VR Banking App
- meinKrypto
- TopZins Familie (Tagesgeld, Festgelder 12/18/36)
- Ab Februar 2027: meinDepot neo

Inhalt

Case 1: Social Media Ads mit mobilem Funnel über Kikeriki	2
Case 2: Social Media Ads direkt auf Abschlussstrecke	3
Case 3: Startguthaben als Zugabe über einen Aktionszeitraum	4
Case 4: Ansprache über Produktbundles	8
Anhang: Wettbewerbsanalyse Girokonto	9

Case 1: Social Media Ads mit mobilem Funnel über Kikeriki

Der erste Case lief über die Social Media Ads mit dem mobilen Funneln von Kikeriki. Angeschlossen war der übliche Prozess zur Nachtelefonie über die beiden Berater Jannik Sauter und Lukas Pfitzmayer.

Zahlen aus dem Testmonat August:

Junges Konto: Leadgenerierung

Impressionen	Klicks	Leads	Abschlüsse / TVO	Kosten	Kosten / Lead
30.159	293	4	0	586,40 €	146,60 €

Insights zu den Leads: Von den 4 Leads passte nur einer tatsächlich zur Zielgruppe. Die restlichen Leads passten insb. nicht in die Altersklasse und wollten sich im Best Case allgemein über das Thema Girokonto informieren.

Auf der Basis haben wir den mobilen Funnel erst einmal gestoppt und sind auf Case 2 umgestiegen. These: Ein potenzieller Kunde in dieser Altersklasse will lieber selbst abschließen. Ein Formular ausfüllen, um sich anrufen zu lassen, passt nicht in diese Zielgruppe.

Diese These stützten auch die Zahlen aus den Google Ads aus dem August, die Abschlusszahlen zum Jungen Konto vorweisen konnten:

Junges Konto: Online Abschlussstrecke

Impressionen	Klicks	Landingpage	Einstiege	Abschlüsse	Kosten	Kosten / Abschluss	Conversionsrate Landingpage	Abschlussquote Strecke
152.621	1.415	498	199	5	1.049,07 €	209,81 €	39,9 %	2,5 %

Erkenntniswert hier: Kosten pro Neukundenabschluss in dieser Altersklasse lagen im August bei knapp 210 €. Beim normalen Online-Konto lagen wir in den Vormonaten nicht unter 300 € Abschlusskosten. Dies entspricht also einem sehr guten Wert, insb. für diese umkämpfte Zielgruppe.

Case 2: Social Media Ads direkt auf Abschlussstrecke

Im September haben wir uns also auf den 2. Case fokussiert und die Social Media Ads direkt in auf die Landingpage mit der Abschlussstrecke routen lassen. Insgesamt ergab sich hier folgendes Ergebnis (Stand 29.09.2026):

	Besucher (People)	Besuche (Sessions)	Seitenansichten (Pageviews)	Absprungrate (Bounce Rate)	Formular-/Prozess-Starts
Kampagnenname (utm_campaign)	=1				
Seite: 1/ 1 Zellen: 10 1-1 von 1					
1. junges-konto	26	47	174	27.7%	38

Hinweis: Diese Zahlen basieren auf unserer Consent-Quote von ca. 40 % - sprich: nur 40 % der Klicks durften getrackt werden, da wir hierfür die Zustimmung hatten. Wir gehen also von etwa dem Doppelten der Werte als realistische Basis aus.

Auf dieser Basis sind über die Social Media Ads 76 Einstiege in die Abschlussstrecke zu verbuchen – demgegenüber stehen aber 0 Abschlüsse.

Ergänzend dazu gab es im September über alle Kanäle hinweg keine Online-Abschlüsse für das Junge Konto. Um aussagefähige Erkenntnisse erzielen zu können sollte also der Oktober als Vergleichszeitraum genutzt werden.

Die Abbrüche erfolgen in der Strecke zum Großteil nach den Produktinformationen und anschließend im Verlauf des Formulars nach und nach. Auffällig ist aber, dass die Produktinformationen über die Hälfte der Interessenten verlieren – das Produkt scheint also doch noch Optimierungsbedarf zu haben.

(Hinweis: Analyse für August und September)

Formular-/Prozess-Schritt & -Schrittname	Formular-/Prozess-Ereignisse
Seite: 1/ 1 Zellen: 25 1-19 von 19	
1. Step 01/19 Start Neukundenstrecke	151
2. Step 02/19 Produktinformationen	200
3. Step 03/19 Prozessübersicht (Produkte)	91
4. Step 04/19 Zusatzoptionen	62
5. Step 05/19 Personendaten	43
6. Step 06/19 Adress- und Kontaktdaten	28
7. Step 07/19 Mehr Informationen	25
8. Step 08/19 Informationsservice	19
9. Step 09/19 Hinweise und Erklärungen	18
10. Step 10/19 Zusammenfassung	4
11. Step 11/19 Bestellung abgeschlossen	4
12. Step 12/19 Prozessübersicht (Sicherheitsverfahren)	4
13. Step 13/19 Sicherheitsverfahren einrichten (Informationen)	4
14. Step 14/19 Sicherheitsverfahren einrichten	3
15. Step 15/19 Prozessübersicht (Identität)	3
16. Step 16/19 Überprüfung der Identität	0

Im Anschluss kann dann auf Case 3 umgestellt werden.

Case 3: Startguthaben als Zugabe über einen Aktionszeitraum

Eckdaten: 01.11.2026 – 31.01.2027

Prämie: 150 € für Neukunden / solange der Vorrat reicht (Maximalbudget 10.000 €) = 66 Neukunden

Gültigkeit: für alle Neukunden in der Altersklasse, die das Junge Konto abschließen, unabhängig ob Filial- oder Bestandskunde – bitte aber durch Berater nicht forcieren, da wir das nötige Budget für die Erkenntnisse aus dem Online-Marketing verwenden wollen. Wenn ein neuer Kunde kommt, müssen wir den natürlich damit ausstatten.

Umsetzung: monatliche Auswertung und Verbuchung der Neukundenprämie im 4. Monat nach Kontoeröffnung

After Sales: Nachtelefonie der Neukunden zur Veredelung über Berater (Abstimmung mit David Knezovic) → Leitfaden

Marketingmaßnahmen: Fokus auf Performance Marketing – Social Media und Google Ads

Erkenntnisse aus Wettbewerbsanalyse (siehe Anhang):

A

Startguthaben als Headline

PRIORITÄT 1

BEFUND

58 % aller Anzeigen sagen „kostenlos“. Im Geschäftsgebiet wirbt niemand mit Startguthaben für junge Erwachsene. 150 € liegt bundesweit im oberen Mittelfeld.

SCHLUSS

Das Angebot ist regional konkurrenzlos und muss deshalb als Erstes sichtbar sein. Die Kontoführung wandert in die zweite Zeile.

HOOK

„150 € Startguthaben. Für dein erstes eigenes Konto.“ Darunter:
„0 € Kontoführung. Für alle von 18 bis 30.“



Die Null-Serie weiterdrehen

PRIORITÄT 1

BEFUND

Die bestehende Bildwelt lebt von der orangen Null (Donut, Rucksack, Kopfhörer). Im Feld ist die Null aber Standard, sie steht in jeder zweiten Anzeige.

SCHLUSS

Wir müssen nicht neu erfinden, sondern die Null umdrehen: aus dem Standard wird der Aufhänger. Wiedererkennung bleibt, das Angebot wird sichtbar.

HOOK

„**Dein Konto startet nicht bei null.** Sondern bei 150 €.“ Im Motiv wird aus der orangen Null die 150.



Lebensmomente — „Dein Moment.“

PRIORITÄT 2

BEFUND

Die erfolgreichen Regionalbanken sprechen Lebensmomente an (erste Wohnung, Ausbildung, erster Job). Das Wort „Moment“ nutzen nur 5 von 1.142 Anzeigen.

SCHLUSS

Die bestehenden Menschen-Motive („Dein Moment.“) passen genau. Das Startguthaben wird der Anlass im Moment, statt einer Prämie ohne Geschichte.

HOOK

„Erste eigene Wohnung. Erstes Gehalt. **Und 150 € zum Start.**“



Regional und genossenschaftlich

PRIORITÄT 3

BEFUND

„Regional / vor Ort“ steht in 5 % der Anzeigen, Genossenschaft in 0,3 %. Die Direktbanken mit 200 € können das nicht sagen.

SCHLUSS

Gegen ING und Commerzbank gewinnt die Gestalterbank nicht über den Betrag, sondern über Nähe: digital im Alltag, echte Menschen in der Region.

HOOK

„Digital im Alltag. Echte Menschen, wenn's drauf ankommt. **Und 150 € zum Start.**“

Bedingungen:

1. **Aktionszeitraum:** 1. November 2026 bis 31. Januar 2027 – nur solange der Vorrat reicht.
2. **Bonus:** Für die Online-Eröffnung des Kontomodells "Junges Konto" wird ein Neukundenbonus in Höhe von 150 € gewährt.
3. **Neukundenstatus:** Nur für Neukunden. Es darf in den letzten 24 Monaten keine Kundenverbindung bei der Volksbank eG – Die Gestalterbank bestanden haben.
4. **Personenkreis:** Minderjährige und Mitarbeitende der Volksbank eG – Die Gestalterbank sind ausdrücklich von der Aktion ausgeschlossen.
5. **Kontakteinwilligung:** Innerhalb der ersten vier Wochen muss die Zustimmung zur Kommunikation per Telefon und E-Mail erteilt werden. Diese wird idealerweise direkt im Rahmen der digitalen Kontoeröffnung im dritten Schritt des Eröffnungsprozesses („Informationsservice“ unter „Einwilligung zu Anrufen und elektronischer Post der Bank für eigene Produkte und Produkte von Kooperationspartnern“) erteilt. Es besteht weiterhin die Möglichkeit, die Einwilligung nachträglich in der VR Banking App unter Menü -> Services -> Serviceaufträge > Kontakteinwilligung, im Online-Banking unter Service & Mehrwerte > Weitere Services > [Kontakteinwilligung](#) oder in einer unserer Filialen zu erteilen. Diese Einwilligung darf bis zum Erhalt des Bonus nicht widerrufen werden.
6. **Ausschlüsse:** Das neue Girokonto darf innerhalb von drei Monaten nach Kontoeröffnung nicht in ein Pfändungsschutzkonto umgewandelt werden. Basiskonten sind von der Aktion ausgenommen.
7. **Einmaliger Bonus:** Es wird nur ein Neukundenbonus pro Kunde ausgezahlt. Dieser ist nicht mit anderen Prämien, Boni oder sonstigen Aktionen kombinierbar.

- 8. Bonusauszahlung:** Der Neukundenbonus wird bei Erfüllung der Aktionsbedingungen spätestens im vierten Monat nach der Kontoeröffnung ausgezahlt. Der Neukundenbonus wird nur auf das neu eröffnete Girokonto überwiesen.
- 9. Steuern:** Der Bonus kann steuerpflichtig sein. Bitte wenden Sie sich bei Rückfragen an Ihren Steuerberater.
- 10. Ordnungsgemäße Kontoführung:** Ein Anspruch auf den Neukundenbonus besteht nur, wenn das Aktionskonto bis zur Bonusauszahlung ordnungsgemäß geführt wird und zum Zeitpunkt der Auszahlung keine fälligen und unbezahlten Forderungen der Volksbank eG – Die Gestalterbank gegen den Kunden bestehen.
- 11. Änderungsvorbehalt:** Änderungen, Anpassungen oder Beendigung des Angebotes bleiben vorbehalten und können jederzeit ohne Vorankündigung erfolgen. Die Bank behält sich das Recht vor, Anträge auf Teilnahme oder Kontoeröffnung im Rahmen dieser Aktion ohne Angabe von Gründen abzulehnen. Ein Anspruch des Kunden auf Teilnahme an der Aktion besteht nicht.

Case 4: Ansprache über Produktbundles

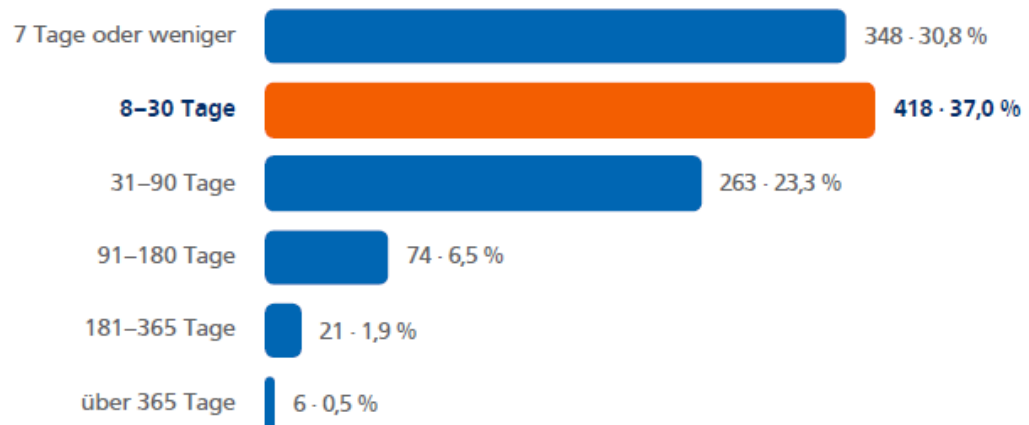
Ads ausweiten um Ansprache mit Produktbundles zum Verproben, welches Zusatzprodukt für Junge Kunden wesentlich ist.

- meinKrypto / meinDepot neo für Trading-Affine
- TopZins-Familie für Anlage-affine
- VR Banking App für alle anderen

Anhang: Wettbewerbsanalyse Girokonto

- Was? 1.142 aktive Anzeigen aus der Meta-Werbebibliothek, ausgewertet mit Blick auf die Startguthaben-Aktion ab 1. November, und was wir daraus ableiten.
- Erhebung: 30.09.2026
- Quelle: Meta-Werbebibliothek, Land Deutschland, Stichwort „girokonto“, nur aktive Anzeigen. Dazu gezielte Suche nach Wettbewerbern im Geschäftsgebiet
- Umfang: 1.142 Anzeigen von 209 Werbetreibenden, aus ~1.200 Treffern

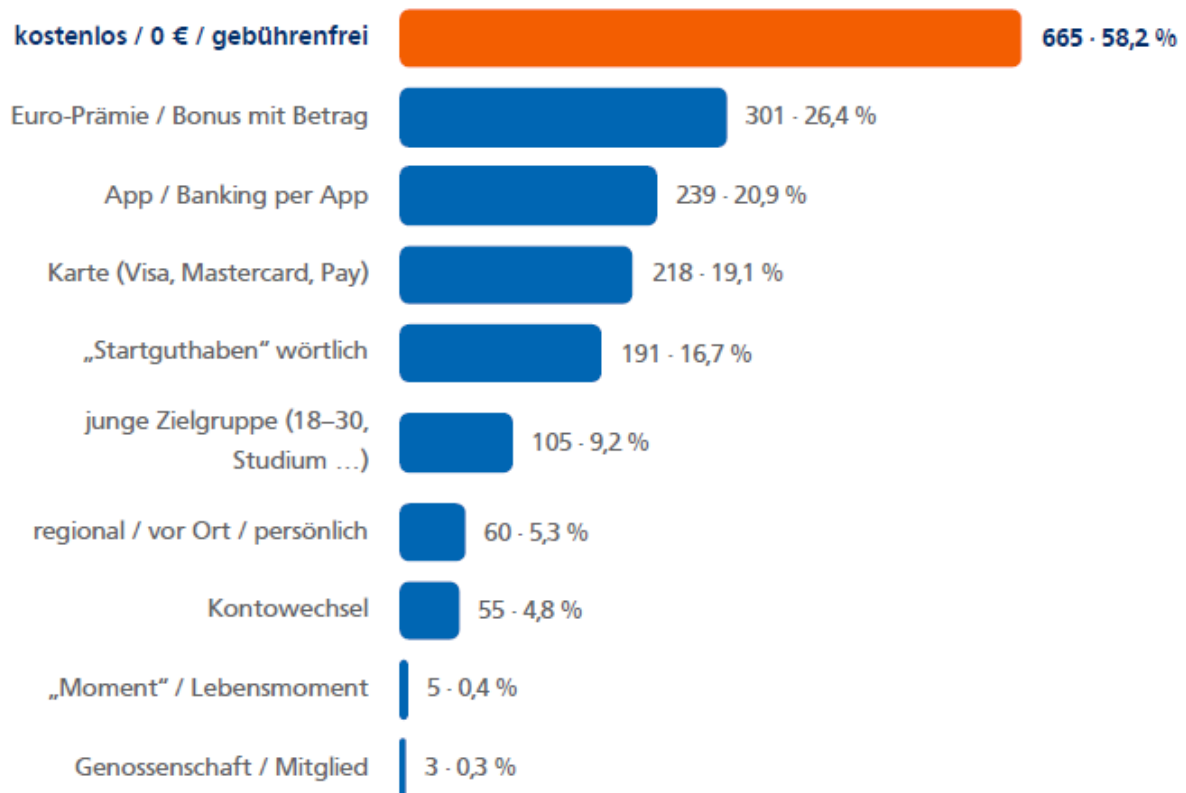
Befund 1: Viele starten jetzt mit Maßnahmen zum Girokonto für Junge Leute



Laufzeit der 1.130 Anzeigen mit Startdatum, Stand 30.09.2026. Hervorgehoben: der größte Block.

Zwei Drittel aller Girokonto-Anzeigen sind jünger als einen Monat, unter 10 % laufen länger als drei Monate. Viele Herbstaktionen sind gerade erst gestartet.

Befund 2: „kostenlos“ sagt jeder



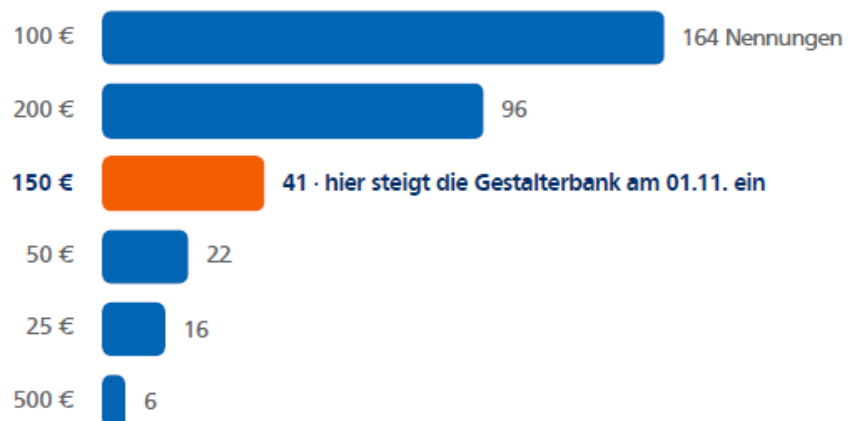
Anteil der 1.142 Anzeigen je Thema. Hervorgehoben: die Aussage, auf der die bisherigen Junges-Konto-Motive stehen.

Mehr als jede zweite Girokonto-Anzeige sagt „kostenlos“. Genau darauf bauen die bisherigen Junges-Konto-Motive („0 €Kontoführung“). Die Aussage stimmt, ist im Feed aber von der Hälfte des Feldes nicht zu unterscheiden.

Am anderen Ende: **Genossenschaft (0,3 %) und Lebensmomente (0,4 %)** nutzt praktisch niemand, „regional“ nur jede zwanzigste Anzeige.

Erkenntnis für uns: 0 € Kontoführung“ bleibt als **Begleitsatz**, trägt aber nicht mehr die Headline. Die Headline übernimmt ab November das Startguthaben. Zweite Ebene: Lebensmoment und Region, dort ist das Feld leer.

Befund 3: Prämien-Höhe



Genannte Prämienbeträge (Startguthaben, Bonus, Prämie) über alle 1.142 Anzeigen. 301 Anzeigen (26 %) werben mit einem Euro-Betrag.

BETRAG WER (AUSWAHL)

200 € Berliner Volksbank, Commerzbank, ING („kostenlos für alle U28“), Volksbank Köln Bonn („Unter 28 und große Pläne?“)

150 € comdirect, VW Financial Services

100 € Sparda-Bank Hessen, Sparda-Bank München, Volksbank Vorpommern, Haspa (18–29, nur mit Depot)

50 € Sparkasse Mittelthüringen (18–29), Naspa (18–30), Commerzbank (Studis/Azubis)

Bundesweit liegt 150 € im oberen Mittelfeld: über dem Standard von 100 €, unter den Spitzenangeboten von 200 €.

Die großen Beträge haben fast immer eine **Bedingung**: Kontowechsel, monatlicher Geldeingang oder ein zusätzliches Depot.

Anders als bei Prämien-Wettrennen in anderen Branchen ist die Zahl hier **kein Nachteil**. Und regional ist sie konkurrenzlos (nächster Befund).

Erkenntnis für uns: Die **150 € dürfen die Headline tragen**. Entscheidend ist, was dahinter steht: Sind die Bedingungen der Gestalterbank einfacher als ein Kontowechsel oder ein Depot, ist das ein zweites Argument, das die 200-€-Anbieter nicht haben.

Befund 4: Regional wirbt niemand mit Startguthaben

WETTBEWERBER	WAS LÄUFT AUF META
Sparkasse Offenburg/Ortenau sehr aktiv, ~40 Anzeigen	Kein Girokonto mit Prämie für junge Erwachsene. Die Jugend wird über Unterhaltung angesprochen: Joker-Couponheft (bis 01.11.), Gewinnspiel Nintendo Switch, Skateboard-Aktion, Spar-Serie „Die Neusparer“, Kinderdepot mit 50 € Startbonus
Sparkasse Karlsruhe 12 Anzeigen seit März	Girokonto für junge Erwachsene 18–30, ohne Prämie
BW-Bank	50 € Startguthaben nur über Empfehlung eines Bestandskunden
Sparkasse Schwarzwald-Baar	1 Anzeige, kein Girokonto-Thema

Im Geschäftsgebiet wirbt derzeit niemand mit Startguthaben für ein junges Girokonto. Die 150 € wären dort mit Abstand das stärkste Angebot.

Dazu passt das Timing: Die Joker-Aktion der Sparkasse Offenburg/Ortenau **endet am 01.11.**, genau dann startet die Gestalterbank.

Erkenntnis für uns: Eng statt breit. Das Budget gehört ins Geschäftsgebiet, nicht in einen bundesweiten Prämienvergleich gegen ING und Commerzbank. Ein größerer Umkreis ja, aber nur so weit, wie ein Konto bei einer Regionalbank noch Sinn ergibt.