



ad agents

CASE STUDY

Kreissparkasse Böblingen: Von Branding bis Recruiting, abgestimmte Kampagnen aus einer Hand

DIE HERAUSFORDERUNG

Als eigenständig agierendes Institut innerhalb der Sparkassen-Finanzgruppe richtet die Kreissparkasse Böblingen ihr Angebot an potenzielle Kund:innen aus der Region und wirbt eigenständig um neue Mitarbeiter:innen. Ob also regionales Branding, Produktbewerbung oder Recruiting: Jede Maßnahme der Kreissparkasse Böblingen verfolgt ein eigenes Ziel, mit unterschiedlichen Zielgruppen und jeweils spezifischen Anforderungen an Inhalte, Kanäle und Timing. Die Herausforderung bestand darin, diese vielfältigen Kampagnen unter einem strategischen Dach zu orchestrieren – ohne Medienbruch, aber mit maximaler Relevanz je Zielgruppe.

STRATEGIE & UMSETZUNG

Kampagnenintelligenz aus einer Hand: Die Lösung lag in einem integrierten Kampagnenkonzept – mit individuellen Flights, maßgeschneiderten Creatives und kanalübergreifender Mediaplanung.

Branding im B2B-Umfeld: Die Kreissparkasse Böblingen übertrug der Agentur ad agents die Aufgabe, gezielt Aufmerksamkeit im mittelständischen Unternehmensumfeld zu erzeugen. Dafür wurde auf Referenzmarketing gesetzt, das über YouTube- und LinkedIn-Ads sowie über Amazon Prime Video ausgespielt wurde.



Die Kreissparkasse Böblingen verbindet die Schlagkraft eines großen Finanzdienstleisters mit regionaler Nähe und Vertrauen. Mit ihren 41 Standorten, darunter 13 Beratungs-Center, sowie einem breiten Leistungsportfolio von Vermögensanlage über Versicherungen und Immobilien bis zur Firmenkundenbetreuung, steht sie vor der Herausforderung, unterschiedlichste Zielgruppen gezielt und wirksam anzusprechen.

ad agents GmbH
Tel. +49 7032 9969800
info@ad-agents.com
www.ad-agents.com





adagents

Mit gezieltem Targeting auf geeignete Unternehmen konnten Streuverluste minimiert und eine starke Werbewirkung in der relevanten Mittelstands-Zielgruppe erreicht werden. Die Kampagne zeigte sehr gute Ergebnisse und sorgte mit einem hohen Werbedruck in der sehr spezifischen Zielgruppe für einen nachhaltigen Brandingeffekt.

Nach diesem gelungenen Auftakt folgten weitere, unterschiedlich ausgerichtete Kampagnen. So fokussierte sich das Recruiting erfahrener Berater:innen ausschließlich auf eine Ansprache via LinkedIn, passgenau auf die Anforderungen im Finanzumfeld zugeschnitten.

Parallel dazu lief eine Employer Branding Kampagne, für die ad agents sowohl LinkedIn als auch Meta Ads auf Facebook und Instagram einbezog. Die zielgerichtete Ausspielung kombiniert mit starken Creatives sorgte für einen spürbaren Anstieg der Anfragen.

Für die spezifische Bewerbung des Kreissparkasse Böblingen Angebots wurden zwei Produktkampagnen eingeführt. Eine Kampagne fokussierte auf das Girokonto, wobei sich die Kombination aus Display- und Meta Ads als besonders erfolgreich erwies. Eine zweite Kampagne sollte die Bekanntheit und Nachfrage im Bereich Private Banking steigern. Das Angebot richtet sich ausschließlich an eine sehr finanzstarke Klientel. Um diese User präzise zu erreichen, wurden LinkedIn Anzeigen durch eine zusätzliche Display-Kampagne ergänzt. Das Targeting bestand dabei aus einer Whitelist mit relevanten Webseiten sowie Keyword-Basierten Interessenszielgruppen.

„Die Zusammenarbeit mit ad agents hat sich für uns in mehrfacher Hinsicht bewährt. Durch die zentrale Steuerung der Kampagnen über verschiedene Kanäle hinweg konnten wir Zielgruppenüberschneidungen vermeiden und Erkenntnisse aus einer Maßnahme direkt für andere Plattformen nutzbar machen.“

Marcus Muhr, Teamleiter Unternehmenskommunikation & Marketingservice, Kreissparkasse Böblingen

ad agents GmbH
Tel. +49 7032 9969800
info@ad-agents.com
www.ad-agents.com





ad agents

DIE ERGEBNISSE

Der Schlüssel zum Erfolg lag in der Kanalauswahl und der exakten Zielgruppendefinition. Durch die gebündelte Umsetzung aller Maßnahmen bei ad agents konnten Überschneidungen vermieden und Synergien genutzt werden. Erkenntnisse aus einzelnen Flights flossen direkt in die Optimierung nachfolgender Kampagnen ein. Auf LinkedIn schnitten Image Ads besonders gut ab, während bei Meta vor allem die Videoanzeigen mit einer besonders hohen Reichweite und einem starken Nutzerengagement überzeugten. Insgesamt wurden mehr Impressions erzielt als von der Kreissparkasse erwartet, und die Kosten pro Klick sanken, je nach Kampagne, um bis zu 13 Prozent, bei gleichzeitig hervorragender Performance. Das zeigt: Die richtige Zielgruppe wurde treffsicher erreicht.

„Unsere Bilderwelten und Texte verbanden sich gut mit der zielgerichteten Aussteuerung der Kampagnen. Die Effizienzgewinne und der Anstieg qualifizierter Anfragen während der Laufzeit haben unsere Erwartungen übertroffen.“

Marcus Muhr, Teamleiter Unternehmenskommunikation & Marketingservice, Kreissparkasse Böblingen

> 2 Mio.	bis 13 %	bis 32 %
Impressions (Relevant Set)	geringerer CPC (Cost per Click)	geringerer CPM (Cost per Mille)

ad agents GmbH
Tel. +49 7032 9969800
info@ad-agents.com
www.ad-agents.com

