

Volksbank Bühl × Piggy&Lou

Wer die Kinder erreicht, gewinnt die Kunden von morgen

Wie Banken finanzielle Bildung für Kinder und Eltern erlebbar machen können



19. Heidelberger Erfolgsimpulse · 15. Oktober 2026

Caroline Wille, Bude22 · Hans-Jörg Meier, Vorstand Volksbank Bühl eG



Was Banken bei jungen Zielgruppen wirklich umtreibt

1

Spät

Junge Zielgruppen werden häufig erst angesprochen, wenn ein Produktbedarf sichtbar wird. Dann ist die Beziehung noch nicht aufgebaut.

2

Austauschbar

Standardprodukte, Konditionen und digitale Funktionen werden vergleichbarer.

3

Gesucht

Regionale Banken brauchen relevante Kundenschnittstellen, bevor andere sie besetzen.

Vom Kinderkonto zur Bildungsreise

Nicht

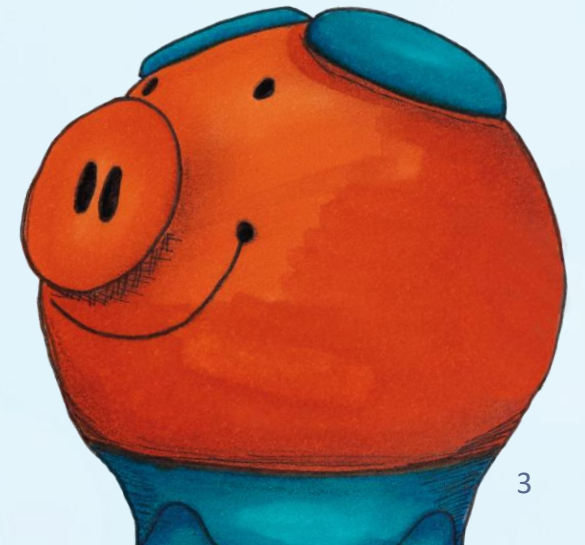
„Ich möchte ein
Kinderkonto.“



Sondern

„Mein Kind soll lernen, mit
Geld umzugehen.“

Das Konto kann Teil der Reise sein. Es steht nur nicht am Anfang der Argumentation.



Die Kundenschnittstelle früh besetzen

1

Kundenschnittstelle

Vertrauen, Orientierung, Lebensnähe und regionale Präsenz statt Preis und Kondition.

2

Lebenssituationen

Geburt, Kita, Einschulung, erstes Taschengeld, erste Sparziele, Jugendkonto, Ausbildung.

3

Embedded Journey

Bildung begleitet reale Familienmomente. Passende Leistungen werden in die Reise eingebettet.

4

Mitgliedschaft

Der Fördergedanke wird konkret erlebbar. Teilhabe erhält einen verständlichen Kontext.

Piggy&Lou ist ein System, keine Kampagne

Bildungswelt

Kinderbücher, Elternratgeber, Rätsel-, Spar- und Ausmalhefte, Spiele

Erlebniswelt

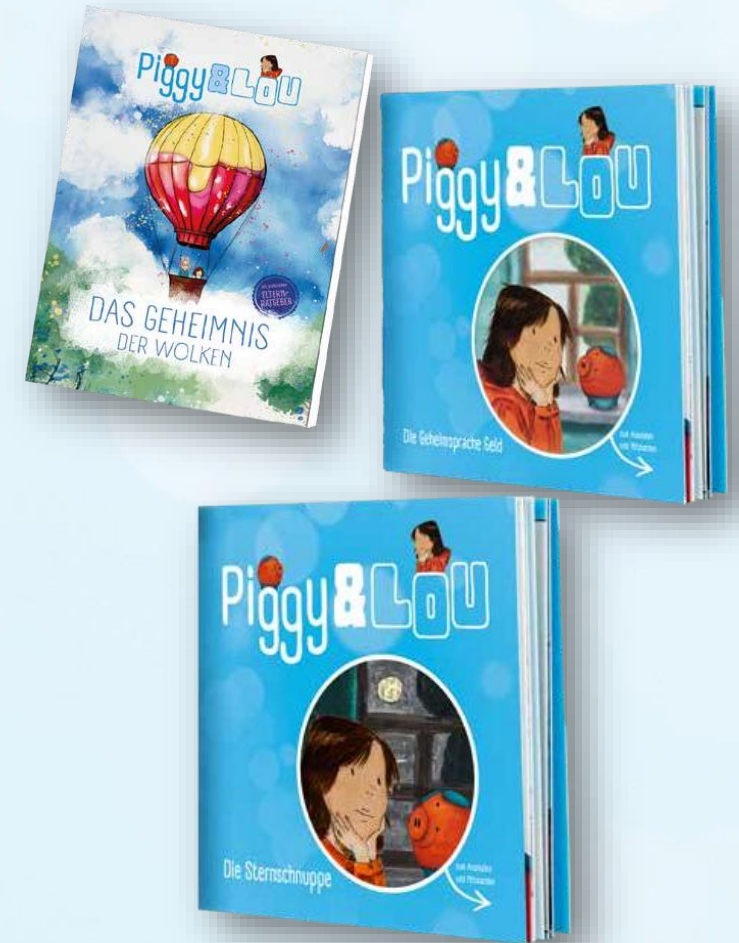
Kleine und große Erlebniswelt, Workshops, Aktionen

Kommunikation

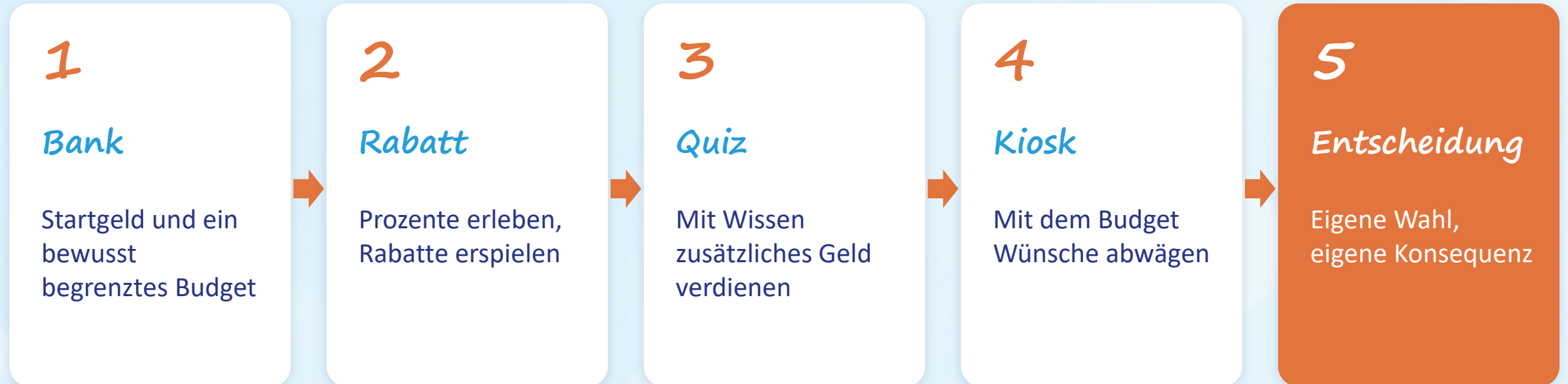
Social Media, Landingpages, QR-Codes und digitale Lernpfade

Baukasten

Niedriger Einstieg, bankindividuell, schrittweiser Ausbau



Das Spielprinzip der kleinen Erlebniswelt



Themen, die Kinder erleben

Sparen · Konsum · Investieren · Budgetplanung · Prozentrechnung · Eigenverantwortung



Der Praxisfall: Kinderspaß in Bühl

1

Öffentlicher Kinderspaß in der Bühler Innenstadt

2

Kompakte Piggy&Lou-Erlebniswelt der Volksbank Bühl

3

Den ganzen Tag hohe Besucherfrequenz am Stand

4

Positive Rückmeldungen von Kindern und Eltern



Finanzbildung zum Erleben



Finanzbildung wird wirksam, wenn sie erlebt werden kann.



Die Bank bringt Finanzbildung dorthin, wo Familien bereits sind.



Der Kontakt zum Kind öffnet einen Dialog mit dem familiären Bezugssystem.

Stimme aus der Bank: Warum Bühl Piggy&Lou einsetzt



Hans-Jörg Meier

Vorstand Volksbank Bühl

1

Warum Piggy&Lou, und welches Problem sollte es lösen?

2

Was hat am Konzept überzeugt?

3

Was war intern erklärungsbedürftig?

4

Was zeigte der erste Praxiseinsatz?

5

Welche Konsequenzen zieht die Bank daraus?

Was funktioniert

Aufmerksamkeit

Die Stadt war stark besucht, am Stand herrschte hohe Frequenz.

Begeisterung

Kinder zeigten großes Interesse an den Erlebnisstationen.

Familienkontakt

Von Eltern kamen positive Rückmeldungen.

Lernmoment

Kinder trafen eigene Kaufentscheidungen und lernten daraus.



Die Bank spricht über Bildung, nicht über Produkte



☀️ So fühlt sich Sommer in Bühl an. Volle Straßen, fröhliche Kinder, entspannte Familien und jede Menge gute Laune. Der Kinderspaß war ein echtes Highlight!

An unserem Stand wurde gespielt, gelacht und gemeinsam mit Piggy & Lou entdeckt, dass finanzielle Bildung schon bei den Kleinsten spielerisch beginnen kann. Mit Neugier, Spaß und strahlenden Kinderaugen inklusive 😊. Danke [Angela](#), [Stefanie](#), [Sylvia](#) und Nico, dass ihr den Kids ein Lächeln ins Gesicht gezaubert habt ❤️💙.

Ein großes Dankeschön an die Innenstadtgemeinschaft "Bühl in Aktion", die [Stadt Bühl](#) und [Matthias Bauernfeind](#) für die tolle Zusammenarbeit. Und vor allem an alle Familien, und Besucherinnen und Besucher, die diesen Tag so besonders gemacht haben. Ihr habt den Kinderspaß mit Leben gefüllt – und genau das macht unsere Region aus.

Wir freuen uns schon aufs nächste Mal!

Fotos: [Marcel Velte](#)

[VolksbankBühl](#) [#Bühl](#) [#Kinderspaß](#) [#FinanzielleBildung](#)

„An unserem Stand wurde gespielt, gelacht und gemeinsam mit Piggy & Lou entdeckt, dass finanzielle Bildung schon bei den Kleinsten spielerisch beginnen kann.“

Volksbank Bühl, LinkedIn

Kinder und Familien

Gemeinsames Erleben

Regionale
Zusammenarbeit

Im Mittelpunkt stehen keine Konten oder Konditionen. So entsteht ein glaubwürdiger Beziehungsanlass, bevor ein Produktbedarf da ist.

Vom Event zum System



Ein Erlebnis schafft Aufmerksamkeit. Ein System schafft Beziehung.

Großeltern

Patinnen und Paten

Kita und Schule

Das Kind öffnet den Zugang zu einem ganzen Netzwerk

Eltern

Piggy und Lou

Vereine

Regionale Veranstalter

Mitarbeitende und Azubis

Volksbank



Der strategische Nutzen für Banken

Markt

Früher Zugang zu Kindern,
Familien und Begleitpersonen

Marke

Partnerin des Alltags statt nur
Produktanbieterin

Beziehung

Gesprächsanlässe mit Eltern,
positive erste Bankerfahrung

Vertrieb

Kein kurzfristiger Leadkanal,
sondern Vorbereitung langfristiger
Beziehungen

Mitgliedschaft

Der Fördergedanke wird konkret
erlebbar

Mitarbeitende

Auszubildende moderieren,
begleiten und erklären ohne
Fachsprache

Voraussetzungen, damit es keine Einzelaktion bleibt

1

Vorstandssponsoring

Markt- und Beziehungsstrategie statt isolierter Marketingaktion

2

Interne Sprachfähigkeit

Mitarbeitende wissen, was Piggy&Lou ist und warum die Bank es einführt

3

Klare Verantwortlichkeit

Aufbau, Material, Spielleitung, Kommunikation, Bildrechte, Nachbereitung

4

Operative Qualität

Materialstabilität, Preise, Kassenlogik, Sichtbarkeit, Ablauf

5

Anschlusskommunikation

QR-Code, Landingpage, Elterninformation, Folgeaktion

6

Erfolgsmessung

Erfassen, was tatsächlich belastbar dokumentiert werden kann

Finanzbildung ist die Einladung an junge Menschen und ihre Familien, die Bank nicht erst als Produktanbieter, sondern früh als verlässlichen Begleiter kennenzulernen.

Welche relevante Rolle will Ihre Bank im Aufwachsen junger Menschen übernehmen?



Caroline Wille
Bude22 GmbH

Hans-Jörg Meier
Vorstand Volksbank Bühl

Volksbank Bühl

