

DENIZBANK VOM KLICK ZUM BANKKONTO



IDENT.BRIEF

1

WARUM HABEN SIE SICH FÜR DIE PRODUKTE ENTSCIEDEN?

„Wir waren auf der Suche nach einer rechtssicheren und österreichweit verfügbaren Lösung, um die hohe Abbruchrate im digitalen Onboarding zu reduzieren. Die Kombination aus digitalem Kontoantrag und persönlicher Identifizierung in Postfilialen hat unser Ziel, Vertrauen und Benutzer*innenfreundlichkeit zu vereinen, optimal unterstützt.“

2

WELCHE ERFOLGE HABEN SIE MIT DEN PRODUKTEN ERZIELT?

„Mit dem Post.Ident Verfahren konnten wir die Dropout-Rate von über 35 % auf unter 10 % senken.“

Gleichzeitig entwickelte sich Post.Ident mit über 58 % aller Neukonten zu unserem erfolgreichsten Onboarding-Kanal. Alle definierten KPIs wurden erreicht, fünf von sechs sogar übertroffen.“

3

WÜRDEN SIE DIE PRODUKTE WEITEREMPFEHLEN?

„Ja natürlich. Vor allem aufgrund der Zusammenarbeit mit der Österreichischen Post. Diese ist professionell, verlässlich und, was im Banking besonders zählt, rechtssicher. Wir würden diese Entscheidung jederzeit wieder treffen.“

„Das Post.Ident Verfahren hat unsere Art, Neukund*innen zu gewinnen, grundlegend verändert. Was uns anfangs als Workaround erschien, ist heute unser zuverlässigster Onboarding-Kanal. Die Kombination aus digitalem Antrag und persönlicher Identifizierung in der Postfiliale hat die Scheu vor dem Direktbanking bei der Zielgruppe abgebaut, die wir vorher kaum erreichen konnten.“

Levent Korkmaz
Sales Management
DenizBank AG



Werbung
Post
Business

IDENT.BRIEF

DENIZBANK VOM KLICK ZUM BANKKONTO

Versandzeitraum:

laufend seit Q1 2022,
intensivierte Rollout-Phase
von Q3 2023 bis Q4 2025



Werbung
Post
Business



Copyright: DenizBank AG

ZIEL

Neukund*innengewinnung
Abbruchrate minimieren

~80%

Conversion Rate
Antrag → Konto

9,8%

Dropout-Rate

DIE KAMPAGNE

Ausgangslage:

Die DenizBank AG kämpfte im digitalen Onboarding mit hohen Abbruchraten von über 35 % beim Video-Verfahren. Vor allem ältere und weniger digital affine Zielgruppen wurden dadurch nur schwer erreicht. Gesucht wurde eine einfache, rechtssichere und österreichweit verfügbare Lösung, um das Kund*innenerlebnis zu verbessern und die Neukund*innengewinnung zu steigern.

Vorgehensweise:

- Integration des Post.Ident Verfahrens in den digitalen Kontoeröffnungsprozess der DenizBank mittels API-Anbindung.
- Multichannel-Kampagne mit der Botschaft „Einfach. Sicher. Persönlich.“ zur Bewerbung der einfachen Identifizierung über die Post.
- Bereitstellung von Schulungsmaterialien für Postmitarbeiter*innen zur Unterstützung von Kund*innen.
- Zielgruppenspezifische Postwurfsendung und Mailingaussendungen über das Netzwerk der Österreichischen Post
- Retargeting- und CRM-Maßnahmen zur Erinnerung an nicht abgeschlossene Anträge und die Post.Ident-Möglichkeit.

Ergebnisse:

Durch die 360-Grad-Kampagne konnten alle definierten KPI's erfüllt werden. Die Dropout-Rate sank von ursprünglich über 35 % (Video-Ident) auf unter 10 % – eine Verbesserung um mehr als 25 Prozentpunkte. Die Neukund*innengewinnung über das Post.Ident Verfahren hat sich seit dem Full-Rollout in Q3 2023 zu volumenstärksten Onboarding-Kanal der DenizBank AG entwickelt und macht heute über 58 % aller Neukonten aus.



2025 investierten Unternehmen **864 Mio. Euro in Dialog Print** und machten Werbepost zu einem **der wichtigsten Werbekanäle Österreichs**.

Mit der neuen Österreichischen Werbemarkt Studie 2026 wissen Sie **JETZT** weitere Insights.
#Jetztjetztjetzt kostenlos [downloaden](#).