

# BETREUUNG JUNGER KUNDEN IM RETAIL BANKING

Herausforderungen und Stellhebel  
für regionale Filialbanken

Düsseldorf, im Januar 2026

Fokus «Marktauftritt & Positionierung»

together  
we grow

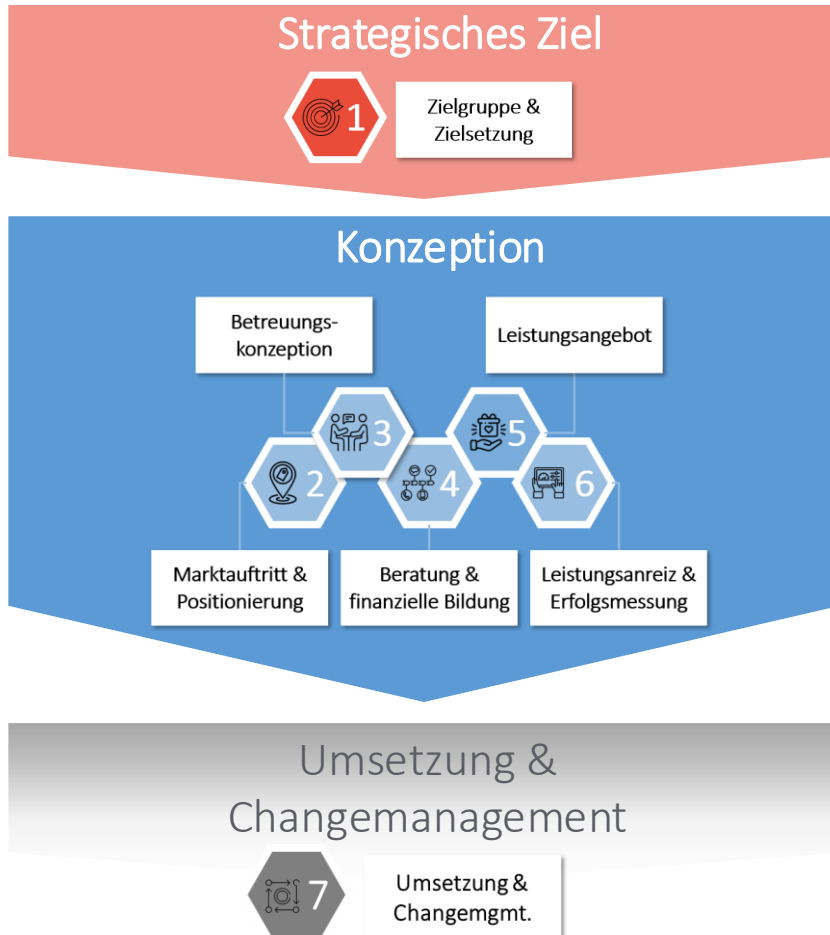
horn & company



# Entwicklung des Konzepts für junge Kunden entlang aller Module empfohlen

## Übersicht der relevanten Handlungsfelder

### Modulare Konzeptionselemente



# Auftritt und Kommunikation richtet sich an angestrebter Kundenwahrnehmung aus

## 2 - Marktauftritt und Positionierung bei jungen Kunden



### Herleitung Positionierung

Klar definiertes **Zielbild**, wie die **jungen Kunden die Sparkasse wahrnehmen** sollen, bildet Orientierung für Marktauftritt und sämtliche Kommunikation mit dem Kunden.

*Beispielhafte angestrebte Wahrnehmung durch junge Kunden:*



Teilt meine Werte



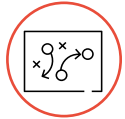
Vertrauen



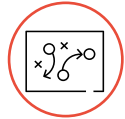
Emotionale Bindung



Auf Augenhöhe



Kein Verkaufsdruck



Finanzcoach



### Außendarstellung

Angestrebte Kundenwahrnehmung mit **direktem Einfluss** auf **digitalen Auftritt, Filialkonzept, Beraterauftreten**.  
Zusätzlich **indirekter Einfluss** auf alle weiteren Konzeptelemente



### Marketing und Werbung

Auswahl der zu sendenden **Botschaften**, der verwendeten **Personen**, der bespielten **Kommunikationskanäle** und der ausgewählten **Formate** sind abgestimmt auf angestrebte Wahrnehmung durch junge Kunden.



### Individuelle Kommunikation

Wahrnehmung der **persönlichen und digitalen Kommunikation** in Bezug auf **Tonalität, Inhalte, Anlässe** und gewähltes **Medium** müssen auf angestrebte Wahrnehmung durch junge Kunden einzahlen.

# Angestrebte Kundenwahrnehmung auf allen Kanälen on- und offline synchronisieren

## 2 - Marktauftritt und Positionierung bei jungen Kunden



### Filialbesuch



« Finanzwissen vermitteln, Vertrauen aufbauen und Jungen Kunden auf Augenhöhe begegnen »

### Veranstaltung



« Junge Kunden wieder an den Tisch bekommen – auch, wenn es im ersten Schritt der Kickertisch ist »

## ONLINE

### Social Media



« Wir sind da, wo unsere Jungen Kunden sind und kümmern uns um Ihre finanziellen Bedarfe »

### Gaming



« Gemeinsame eSports-Leidenschaften teilen – Junge Kunden und Junge Berater digital vereint »

Einheitliche Kundenwahrnehmung



durch multikanale Synchronisierung des Markenauftritts

## OFFLINE

# Betreuungskonzeption für junge Kunden anhand von sechs Dimensionen herleiten

## 3 – Betreuungskonzeption



# „Hub“ für junge Kunden als Ort der Vernetzung und finanziellen Bildung

## 3 – Betreuungskonzeption



### Schwerpunkte aus Kundensicht

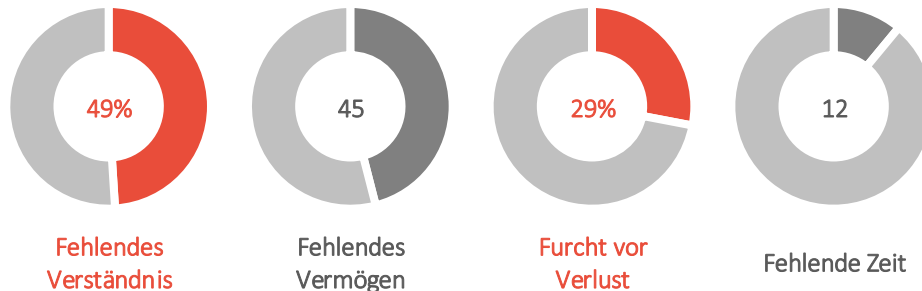
Nutzung Services

Produktabschluss

Network und FiBi

- **Vernetzung gewünscht** (Karrieremessen, Campusmessen)
- **Finanzielle Bildung:** Junge Kunden wünschen sich **mehr Angebote** zum Aufbau von Finanzwissen
- **Inhalte** müssen leicht verständlich und „snackable“ sein
- **Unwissen** meist große Handlungshürde, bspw. bei Investitionen:

#### Gründe für Verzicht auf Wertpapier-Anlage bei jungen Kunden



### Abgeleitete Erkenntnisse

- **Eventreihe** mit sowohl **edukativem Charakter** (Webinare) als auch **Erlebnisse** als USP
- Dort präsent sein, wo die Zielgruppe sich aufhält – d. h. auch bei (bestehenden) **lokalen Events vor Ort** sein, aber auch in **sozialen Medien / Podcasts**



Longlist und Einwertung potent. Formate erstellt – Konkretisierung und Planung in Umsetzungsphase

# Standort soll Anforderungen der Kunden und der Mitarbeiter gerecht werden

## 3 – Betreuungskonzeption



### Kategorie

### Konzeptionelle Anforderungen



Lage



- Lage der Standorte **nah an Lebenswelt junger Kunden** bzw. Hotspots
- **Gute Anbindung** an ÖPNV, möglichst strukturstarke Viertel
- **Regional** auf vorhandene Flächen / Standorte im Geschäftsgebiet **verteilt**



Außenwirkung



- **Gute Sichtbarkeit** des Standorts, Eignung als Ort der Begegnung / Networking
- Ein repräsentativer **Vorzeigestandort**, der **auch für Veranstaltungen** (finanzielle Bildung, Networking) genutzt werden kann



Größe



- **Unterbringung** von mindestens einem **gesamten Team an Beratern**
- Sowohl Arbeitsplatz **Open Space** als auch **Rückzug für mediale Beratung**



Machbarkeit



- **Gestaltungsmöglichkeiten** bei der Innenausstattung sowie „Neue Arbeitswelt“
- **Pilotierung** neuer Ideen (bspw. Coffice, Chill-Area, Co-Study-Spaces)

# Bewährte Vorgehenslogik zur Weiterentwicklung der Betreuung junger Kunden

*Vorgehensmodell von Horn & Company*



Hoher Return-on-Consulting durch langjährige Erfahrung und Hypothesen-basierte Herangehensweise



„Junge Kunden werden heute nicht richtig bespielt – es braucht maßgeschneiderte Betreuung & Produkte.“

Dr. Claus Christian Breuer  
*Partner Horn & Company*

„Junge Erwachsene sind die **Zukunft** einer jeden Sparkasse. Mit **Horn & Company** haben wir uns auf einen guten Weg gemacht, diese an uns zu **binden**.“



Christian Hoping  
*Gruppenleiter Zielgruppen-  
management/CRM und Marketing  
Landessparkasse zu Oldenburg*

# Die jungen Kunden von heute sichern den Erfolg der Zukunft

*Gehen Sie diese Herausforderung gemeinsam mit uns an!*

Wie erhalten Sie erforderliche  
Transparenz über ihre aktuelle Situation,  
um eine Zielsetzung abzuleiten?

Wie können Sie Ihre Organisation so  
ausrichten, dass sie dynamisch auf  
Veränderungen reagieren können?

Wie kann Ihr Haus seine  
Marktbearbeitungsansatz für junge  
Kunden zukunftssicher aufstellen?

## Quick-Check

Fordern Sie unser Quick-Assessment an,  
um Stärken und Handlungsfelder Ihrer  
Organisation zu identifizieren.

## Strategie-Workshop

In einem halbtägigen Workshop  
entwickeln wir konkrete Ideen, die zu  
Ihrer Situation und Ihren Zielen passen.

## Projektvorschlag

Lassen Sie uns gemeinsam ein Pilot-  
projekt konzipieren, um dieses wichtige  
Thema stufenweise anzugehen.

Beginnen Sie Ihren Weg zur optimierten Marktbearbeitung junger Kunden mit einem ersten Gespräch!

# Ihre Ansprechpartner

*Erfahrene Experten sichern den Erfolg*



**Dr. Claus Christian Breuer**

*Partner*

claus-christian.breuer@horn-company.de

+49 162 2726014

[www.linkedin.com/in/hc-breuer](http://www.linkedin.com/in/hc-breuer)



**Thomas Wittwer**

*Principal*

thomas.wittwer@horn-company.de

+49 162 2726082

[www.linkedin.com/in/hc-wittwer](http://www.linkedin.com/in/hc-wittwer)



**Andreas Schön**

*Manager*

andreas-schoen@horn-company.de

+49 162 2726088

[www.linkedin.com/in/andreas-eder](http://www.linkedin.com/in/andreas-eder)



**Anna Hilgarth**

*Senior Associate*

anna.hilgarth@horn-company.de

+49 1522 2726044

[www.linkedin.com/in/anna-hilgarth](http://www.linkedin.com/in/anna-hilgarth)

# horn & company

Internationale Top-Management-Beratung

DÜSSELDORF | BERLIN | FRANKFURT | HAMBURG | KÖLN | MÜNCHEN | STUTTGART | CHARLOTTE | SINGAPUR | WIEN | ZÜRICH