

Herausforderung

- **Die Altersvorsorge der Sparkassen erodiert: Sinkende Giromarkt- & Kontaktkennziffern bei Nachwuchskunden im Kundenbestand**
- unterdurchschnittliche Bindung junger Kunden gefährdet künftige Marktposition der Sparkassen (demograf. Wandel, steigender Marktdruck, neue Wettbewerber, Digitalisierung)
- keine Manifestation des Status quo aus vertrieblicher und Ertragssicht in der Zielgruppe („Wir wollen besser werden!“)

Ziele

- **langfristige Bestands- und damit Ertrags-sicherung durch die zielgerichtete und inten-sivierte Marktbearbeitung im NWK-Segment**
- Kundenbindung und Betreuungsqualität bei NWK steigern
- Sparkasse als kompetenten Partner in mehr qualifizierten Kontakten für junge Kunden erlebbar machen
- Vertrieb stärken und frühzeitig Cross-Selling-Potenzial generieren

Nachwuchskundenkonzept 2021:

Erfolgsfaktor: Ganzheitliche Betrachtung und Umsetzung der Konzeptelemente im **Regelkreis Nachwuchskunden**

Umsetzung eines vernetzten, bundesweit nutzbaren integrierten **Vertriebs- und Kommunikationskonzepts** (orientiert an Vorgaben der VdZ PK)

Systematische Marktbearbeitung gemäß praxisorientierten **Qualitätsstandards im Nachwuchskundengeschäft**, abgeleitet aus den Kundenbedürfnissen

Rollout: Konsequente, umfassende Umsetzung aller Elemente des Regelkreises zur Realisierung der Synergien & Potenziale sowie Review

**Konzeptionell-
praxisorientierte
Ansätze**