

# S-NEO: DAS NÄCHSTE YOMO?

Prof. Dr. Jürgen Weimann · 11. Mai 2026

VOR EINIGEN JAHREN STARTETE DIE SPARKASSEN-FINANZGRUPPE MIT YOMO — EIN DIGITALES GIROKONTO, MODERN, BUNT, AUF DIE JUNGE ZIELGRUPPE ZUGESCHNITTEN. DIE IDEE WAR GUT. DIE UMSETZUNG WAR SOLIDE. UND DANN? NICHTS. YOMO SCHAFFTE ES NIE AUS DER NISCHE UND WURDE EINGESTELLT. NICHT, WEIL DAS PRODUKT SCHLECHT WAR, SONDERN WEIL DIE ORGANISATION DAHINTER NICHT BEREIT WAR. YOMO BLIEB EIN NISCHENPRODUKT, ES FEHLTE EINE KLARE STRATEGIE UND EINBETTUNG IN DAS VERTRIEBSSYSTEM SPARKASSE. JETZT KOMMT S-NEO UND ICH FRAGE MICH: WELCHE GESCHICHTE WIRD DIESES MAL GESCHRIEBEN?

## DER FALSCHER GEGNER

Die Sparkassen bereiten mit S-Neo eine eigene Wertpapier-App vor, mit vielen Vorteilen. Die starke Marke Sparkasse, preislich attraktiv positioniert, moderner Auftritt, technisch sicher gut umgesetzt. Zunächst erfolgt der Start mit dem Handel von ETF, später kommen Einzelaktien und Krypto dazu. Ein großartiges Vorhaben. Auf der anderen Seite bauen Neobroker wie Trade Republic ihr Dienstleistungsportfolio durch z. B. Tagesgeld, Karten, Krypto aus. Das Rennen um die Kundengunst hat weiter angeheizt und hier liegt die erste Gefahr: Wer ein Produkt nur gegen Trade Republic veröffentlicht, springt zu kurz. Trade Republic hat weder ein Filialnetz noch >190.000 Mitarbeitende oder >40 Millionen Girokonten. Keine Beratungskompetenz für Baufinanzierungen, Unternehmensnachfolge, Erbschaft, Ruhestandsplanung. Was Trade Republic und die anderen Neobroker haben: eine intuitive App und einen klaren Zielgruppenfokus. Ein reiner Wettbewerb um Funktionalitäten wird für die Sparkassen nicht zu gewinnen sein, denn Sparkassen werden

nie zu einem Neobroker. Müssen sie auch nicht!

## DIE ANTWORT WAR SCHON DA

Blicken wir kurz in den Rückspiegel. Die Sparkassen-Finanzgruppe betreibt bereits seit 2001 einen eigenen Online-Broker: den S Broker, heute Teil der DekaBank. Nach 24 Jahren vertrauen mehrere hunderttausend Kunden ihr Vermögen dem S Broker an. Trade Republic startete in 2019. Sechs Jahre später: über 5 Millionen Kunden allein in Deutschland, ca. 150 Milliarden Euro verwaltetes Vermögen. Das Unternehmen expandiert gerade in Richtung Wealth Management und wird zum größten Broker Europas.

Die Frage, die sich jeder Vorstand stellen sollte, lautet nicht: „Warum ist Trade Republic so groß geworden?“ sondern: „Wie konnte das passieren, obwohl wir bereits vor 18 Jahren am Start waren und 42,5 Millionen Girokonto-Kunden nie systematisch zu S Broker geführt wurden?“. Das ist kein Versagen des S Brokers. Es ist ein strategisches Versagen der Gruppe in der Einbettung in die Kundenreise. Hätten die Sparkassen nur 5% der Girokunden systematisch zum S Broker überführt, wären das 2 Millionen Kunden Wertpapierkunden gewesen – bevor Trade Republic überhaupt existierte. Leider war der S Broker bei der Einführung eine Insellösung und kein Einstieg in ein größeres Gespräch. YOMO folgte demselben Muster: ein gutes Produkt, das nie wirklich Teil der Sparkasse wurde. S-Neo darf nicht das dritte Kapitel dieser Geschichte sein.

## WAS S-NEO WIRKLICH LEISTEN MUSS

845 Milliarden Euro liegen auf Sichteinlagen bei Sparkassen. Unverzinst. Passiv. Ungenutzt. Diese Zahl wirft die strategische Frage auf: Wer führt diese Kunden in die nächste Phase ihres Vermögensaufbaus? Die Sparkasse oder ein Neobroker? S-Neo kann hier einen echten Beitrag leisten, aber nicht als Antwort auf einen Preiskampf, den Sparkassen nicht gewinnen müssen. Der eigentliche Auftrag von S-Neo ist ein anderer: Ein positives Markenerlebnis. S-Neo ist die Chance, sich bei einer Zielgruppe neu zu positionieren, die Sparkassen bislang als „meine Eltern-Bank“ oder altmodisch wahrnimmt. Aus kompliziert und teuer wird, einfach, modern und schnell. S-Neo ist der Beginn einer Kundenbeziehung und kein Endpunkt. Denn was Neobroker nicht können, z. B. einen 34-jährigen Kunden beim Kauf seines ersten Hauses begleiten, oder ihm beim Aufbau seiner Altersvorsorge zu helfen. Ihn bei der Unternehmensgründung oder dem Erbe seiner Eltern an die Hand nehmen. Genau dort liegt die strategische Chance für die Sparkasse und nicht beim Orderpreis.

## DIE BEDINGUNG: DIE GESAMTE SPARKASSE KUNDENZENTRIERT AUSRICHTEN

S-Neo wird zum nächsten YOMO, wenn die Sparkasse drumherum weiterhin langsam, kompliziert und schwer erreichbar bleibt. Wenn ein Kunde die App öffnet, schnell und intuitiv handelt und dann beim ersten Beratungsbedarf weder online einen Termin vereinbaren kann, oder persönlich in eine Filiale muss, dann ist das positive Markenerlebnis mit S-Neo umsonst.

Mit S-Neo muss das Wertpapier-Onboarding mit wenigen Klicks möglich sein und ebenso die Überleitung in die Beratung. Der Berater muss wissen, was der Kunde bereits gemacht hat. Und das Gespräch über den strukturierten Vermögensaufbau muss angeboten werden, bevor der Kunde danach fragt. An diesen Ausführungen ist erkennbar, S-Neo ist mehr als nur ein neues Produkt. Es ist Türöffner zum – hoffentlich – kompromisslos kundenorientierten Sparkassen-Universum. Stellen Sie sich daher vor der Einführung folgende Fragen:

1. Wie aktiv sprechen wir heute Kunden mit ungenutzten Einlagen auf Wertpapiermöglichkeiten an – bevor S-Neo livegeht?
2. Ist unser Vertriebssystem bereit, S-Neo-Kunden nahtlos in die Beratung zu überführen – oder bleibt der neue Kanal eine isolierte Insel?
3. Was machen wir konkret anders als bei der Einführung des S Brokers und YOMO?

S-Neo kommt. Ob es ein Nischenprodukt oder ein strategischer Wachstumstreiber wird, entscheidet sich in Ihrer Konsequenz, Ihre Sparkasse wirklich kundenzentriert auszurichten.



### Über den Autor: Prof. Dr. Jürgen Weimann

Prof. Dr. Jürgen Weimann ist Berater, Sparringspartner und Keynote-Speaker für Transformation und Führung in Banken und Sparkassen. Seit 1997 in der Bankenbranche, seit 2015 selbstständig, Professor für Digital Strategy an der DBU Berlin und Host des Podcasts Everyone Counts. Seine These: Strategien scheitern an der Umsetzung. Umsetzung scheitert an mangelnder Führung. Führung beginnt beim Vorstand.

[juergenweimann.com](https://juergenweimann.com) · [buero@juergenweimann.com](mailto:buero@juergenweimann.com) · +49 176 61 01 68 62