

WE NEED TO SEE MORE BRILLIANT
WOMEN BEING BRILLIANT



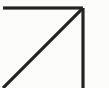
Die nächste Generation gewinnen.

EMPOWER
network

BANKENREPORT

2026

Regional verbunden.
Markt, Wettbewerb und
Communitybuilding
für Sparkassen und Volksbanken.



Der Überblick.

ORIENTIERUNG

03 Marktüberblick & Fazit

04 Markt & Gründung

05 Region & Nachfolge

06 Bankbeziehungen

07 Anbieter im Vergleich

08 Unternehmerische Phasen

09 Communitybuilding

10 Ein gemeinsamer Einstieg

11 Erfahrung & Zusammenarbeit

12–13 Quellen & Methodik

Leselogik: Die Daten beschreiben den Markt. Empfehlungen und Betriebsmodelle sind eigene Ableitungen von EHN.

Der Markt auf einen Blick.

WAS DAS FÜR REGIONALE BANKEN BEDEUTET

01. Ein großer Markt.

690.000 Menschen haben 2025 gegründet. Gleichzeitig stehen 2026–2030 voraussichtlich 186.000 Familienunternehmen zur Übergabe an. [1, 4]

Gründer, wachsende Unternehmen und Nachfolger brauchen unterschiedliche Kontakte, Angebote und Begleitung.

Für Ihre Bank: Zielgruppen nach Vorhaben und Unternehmensphase ansprechen – mit passenden Themen und Ansprechpartnern.

02. Digital und persönlich.

Digitale Anbieter setzen auf einfache Abläufe und spezialisierte Funktionen. Die Hausbank bleibt bei Filialkontakten zentral.

Bei filialaktiven KMU entfielen im Durchschnitt über 94 % dieser Kontakte auf die Hausbank. [5]

Für Ihre Bank: Persönliche Erreichbarkeit mit guten digitalen Angeboten verbinden und zusätzliche Kontakthanlässe schaffen.

03. Regionalität mit Nutzen.

Eine Präsenz vor Ort bietet Möglichkeiten, Unternehmer, Fachleute und regionale Institutionen miteinander zu verbinden.

Gründerangebote und Netzwerkformate einzelner Banken zeigen, dass dieser Ansatz bereits genutzt wird. [9, 10]

Für Ihre Bank: Relevante Menschen zusammenbringen, hilfreichen Austausch ermöglichen und zwischen Veranstaltungen ansprechbar bleiben.

UNSER FAZIT

Eine regionale Community kann Ihre Bank dort präsent machen, wo unternehmerische Fragen entstehen.

Wiederkehrende Begegnungen, hilfreiche Kontakte und ein besseres Verständnis der Zielgruppe sind die Chance. Passende Mitglieder, relevante Themen und ein verlässlicher Betrieb bilden die Grundlage.

[1, 4, 5, 9, 10] Quellenverzeichnis S. 12–13. Einordnung: EHN. Ein Pilot sollte prüfen, ob zusätzliche Gespräche und Geschäftsbeziehungen entstehen.

Gründung ist mehr als die Startup-Szene.

01 / MARKT

690.000

gründende Personen 2025 [1]

Inklusive freier Berufe, Übernahmen und
Beteiligungsgründungen.

3,94 Mio.

private KMU 2025 [2]

Unternehmen bis 500 Mio. Euro Jahresumsatz.

70 %

gründen im Nebenerwerb [1]

35 % der Gründenden sind Frauen. [1]

EINORDNUNG

Vorhaben und Geschäftsmodell bestimmen den Bedarf. Eine regionale Community kann unterschiedliche unternehmerische Wege gezielt zusammenbringen.

Nicht addieren: Gründende sind Personen, der Mittelstandsbestand zählt Unternehmen. Überwiegend Daten 2025.

[1] KfW Gründungsmonitor 2026 · [2] KfW Mittelstandspanel 2026

Das Potenzial liegt auch vor Ihrer Tür.

02 / REGION & NACHFOLGE

57 %

der Gründenden leben in Gemeindegrößenklassen unter 100.000 Einwohnern. [3]

Eigene Addition gerundeter BIK-Werte. Wohnort, nicht Unternehmenssitz; keine reine Stadt-Land-Verteilung.

186.000

Familienunternehmen stehen 2026–2030 voraussichtlich zur Übergabe an. [4]

IfM-Modellschätzung wirtschaftlich übernahmewürdiger Unternehmen. Keine Zahl abgeschlossener Übergaben.

EINORDNUNG

Regionale Kontakte aktivieren: Kammern, Hochschulen, Wirtschaftsförderung und etablierte Unternehmen. Nachfolge als eigenes Thema berücksichtigen.

[3] KfW Gründungsmonitor: Tabellen und Methodik 2026 · [4] IfM Bonn, November 2025

Weniger Filialtermine. Relevante Beziehungen.

03 / BANKBEZIEHUNGEN

KMU mit mindestens einem Filialtermin [5]



>94 %

der Filialkontakte fanden bei filialaktiven KMU im Durchschnitt bei der Hausbank statt. [5]

30,2 % / 21,5 %

Sparkassen / Genossenschaftsbanken:
Anteile am Unternehmenskreditbestand Ende 2024. [6]

EINORDNUNG

Neue Kontaktanlässe ergänzen Beratung und digitale Leistungen. Weniger Filialbesuche belegen keinen Wechsel zu Neobanken.

Kreditvolumen sind keine Kontomarktanteile. Filialkontakte erfassen nicht alle persönlichen Kontaktformen.

[5] KfW Fokus 548, Mai 2026 (Daten 2024) · [6] DSGV Finanzbericht 2024, Ausgabe 2025

Verschiedene Anbieter. Verschiedene Aufgaben.

04 / WETTBEWERB

Regionalbanken	Sparkassen, Volksbanken	Regionaler Zugang, Finanzierung und persönliche Begleitung; Umsetzung unterscheidet sich je Institut. [9, 10]
Geschäftsbanken	z. B. Deutsche Bank, Commerzbank	Breites Leistungsangebot und spezialisierte Betreuung. Zuständigkeiten und Erreichbarkeit prüfen.
Digitales Business Banking	z. B. Qonto, N26 Business	Operative Abläufe im Fokus. Rechtsform, Sicherung und Kreditangebot unterscheiden sich. [11, 12]
Digitale Privatkundenbanken	z. B. Chase	App und persönlicher Support können zusammengehen. Kein gleichartiger Geschäftskontovergleich. [13]
Neobroker	z. B. Scalable	Private Anlagebeziehung ist kein Firmenzahlungsverkehr. Unternehmensangebote separat prüfen. [14]

Angebotsvergleich, keine Qualitäts- oder Preisrangliste. Eine repräsentative Zuordnung „Unternehmensphase → Bankmarke“ wurde nicht gefunden.

[9]–[14] Anbieterinformationen, Abruf 24.10.2026

Andere Phase. Andere Fragen.

05 / ZIELGRUPPEN

01.

Start

Rechtsform, Konto, Liquidität und erste Kunden.

MÖGLICHER ANLASS

Gemeinsamer Einstieg mit konkreten Fällen aus der Region.

02.

Wachstum

Team, Berechtigungen, Prozesse und Finanzierung.

MÖGLICHER ANLASS

Kleine Branchenrunden, etwa für Agenturen oder E-Commerce.

03.

Startup

Markteintritt, Eigenkapital und B2B-Kontakte.

MÖGLICHER ANLASS

Passende Fachleute und mögliche Kooperationspartner verbinden.

04.

Nachfolge

Kaufpreis, Übergang, Finanzierung und Führung.

MÖGLICHER ANLASS

Vertrauliche Runden und gezielte Kontakte zu Fachberatung.

Redaktionelle Bedarfsszenarien von EHN. Keine gemessenen Bankpräferenzen oder universellen Anforderungen.

Regionalität wird durch Begegnungen erlebbar.

06 / COMMUNITYBUILDING

01. Menschen verbinden

Gemeinsame Themen und passende Teilnehmer bestimmen die Runde. Feste Ansprechpartner Ihrer Bank werden persönlich erlebbar.



02. Austausch begleiten

Fragen aufgreifen, Wissen teilen, Kontakte weitergeben. Zwischen Veranstaltungen bleibt die Community aktiv.



03. Beteiligung ermöglichen

Mitglieder bringen eigene Themen ein, treffen sich wieder und werden selbst aktiv. Das braucht kontinuierlichen Betrieb.



Solche Angebote existieren bereits. Differenzierung entsteht durch Zielgruppenpassung und Betrieb. Ein kausaler Mehrertrag durch Communitybuilding ist damit nicht belegt.

[9] Sparkasse KölnBonn: GründerCenter · [15] Qonto PowerUp

Klein starten. Gemeinsam weiterentwickeln.

07 / UMSETZUNG

01.



02.



03.



04.

Verstehen

Region, Zielgruppen, bestehende Angebote und Ziele klären.

Aufbauen

Konzept, Ansprache, Rollen und erste Formate entwickeln.

Betreiben

Veranstaltungen, Moderation und Austausch begleiten.

Auswerten

Beteiligung, Nutzen und freiwillige Folgegespräche prüfen.

EINORDNUNG

Messpunkte im Pilot: Wiederkehr · aktive Beteiligung · hilfreiche Kontakte · selbst gewünschte Beratungsgespräche.

Beispielansatz von EHN. Ziele, Umfang, Budget und Laufzeit werden vereinbart. Abschlüsse separat erfassen und nicht automatisch dem Programm zurechnen.

Ihre Community. Unser Team dahinter.

08 / ERFAHRUNG & ZUSAMMENARBEIT

600

Frauen in der EHN-Community

25+

eigene Formate

2023

Start von EmpowHerNetwork

01. Aufbauen & betreiben

Strategie, Mitgliederansprache, Einladungen, Formate und laufende Begleitung unter dem Auftritt Ihrer Bank.

02. Workshops für Ihr Team

Zielgruppen verstehen und ein eigenes Community-Konzept mit Rollen und nächsten Schritten erarbeiten.

Formate unter anderem mit Partnern wie PwC.

Was könnte in Ihrer Region entstehen?



600 Frauen sind keine Angabe verifizierter zahlender Mitgliedschaften. Recherche begründet Chancen; ein Pilot prüft die Umsetzung vor Ort.

[16] EHN-Eigenangaben

Quellen & Methodik.

REFERENZEN / ANKlickBARE ORIGINALQUELLEN

[1] KfW Gründungsmonitor 2026 ↗

19.05.2026; Daten 2025; 50.000 Telefon-/Onlineinterviews. Personen, keine Unternehmenszählung.

[2] KfW Mittelstandspanel 2026 ↗

22.10.2026; überwiegend Daten 2025; 10.773 Unternehmen; private KMU bis 500 Mio. Euro Jahresumsatz.

[3] KfW Gründungsmonitor: Tabellen und Methodik ↗

2026; Daten 2025; Tabelle 2, S. 7. Wohnort nach BIK-Gemeindegrößenklassen, nicht Firmensitz.

[4] IfM Bonn: Unternehmensnachfolge 2026–2030 ↗

November 2025; Daten und Fakten 37. Modellschätzung wirtschaftlich übernahmewürdiger Familienunternehmen.

[5] KfW Fokus 548: Bankfilialen ↗

20.05.2026; Daten 2024; Hauptbefragung 2025 mit 13.079 KMU. Filialkontakte sind nur ein Kontaktkanal.

[6] DSGVO Finanzbericht 2024, Ausgabe 2025 ↗

Kreditbestände Ende 2024; S. 40. Unternehmen und Selbstständige inkl. gewerblichem Wohnungsbau. Keine Kontomarktanteile.

[7] DZ BANK/BVR: Mittelstand im Mittelpunkt ↗

25.06.2025; Feldzeit März 2025; 1.007 mittelständische Entscheider. Bewertung bestehender Hausbankbeziehungen.

[8] Deutscher Startup Monitor 2026 ↗

September 2026; 1.803 befragte Startups. Ökosystembefragung, nicht alle Gründungen Deutschlands.

Stand 24. Oktober 2026. Veröffentlichungen überwiegend aus April 2025 bis Oktober 2026; Messwerte teils 2024/2025. Anbieterangaben sind keine unabhängigen Qualitätsurteile.

Anbieter & Einordnung.

REFERENZEN / ANKLICKBARE ORIGINALQUELLEN

[9] Sparkasse KölnBonn: GründerCenter ↗

Programm- und Leistungsbeschreibung; Angebotsnachweis, keine isolierte Wirkungsmessung. Abruf 24.10.2026.

[10] Berliner Volksbank: Jahresbilanz 2025 ↗

25.03.2026; eigene Angaben des Instituts zu regionalen Aktivitäten und Leistungsangeboten.

[11] Qonto: Geschäftskonto und Kreditbereich ↗

Angebotsnachweise; Bedingungen unterscheiden sich nach Produkt. Abruf 24.10.2026.

[12] N26 Business: Zielgruppe ↗

Business-Konto für unter eigenem Namen arbeitende Selbstständige/Freiberufler. Abruf 24.10.2026.

[13] Chase Deutschland: Kontakt ↗

Persönlicher Telefon-/Chatsupport im Privatkundenkontext. Abruf 24.10.2026.

[14] Scalable: Geschäftskonten ↗

Eigene FAQ zur Eignung für Geschäftskonten/Firmendepots. Abruf 24.10.2026.

[15] Qonto PowerUp ↗

Anbieterinformation zu Masterclasses und Networking; Veranstaltungsnachweis, keine Kausalstudie. Abruf 24.10.2026.

[16] EHN: Communitybuilding für Banken ↗

Leistungsbeschreibung; Zahlen zu 600 Frauen und 25+ Formaten sind Eigenangaben von EHN, keine Marktstatistik.

Stand 24. Oktober 2026. Veröffentlichungen überwiegend aus April 2025 bis Oktober 2026; Messwerte teils 2024/2025. Anbieterangaben sind keine unabhängigen Qualitätsurteile.