

## »» Mittelstand fährt Besuche in Bankfilialen zurück – die Corona-Pandemie dürfte digitalen Kommunikationskanälen Auftrieb geben

Nr. 313, 29. Januar 2021

Autoren: Dr. Michael Schwartz, Telefon 069 7431-8695, Michael.Schwartz@kfw.de  
Dr. Juliane Gerstenberger, Telefon 069 7431-4420, Juliane.Gerstenberger@kfw.de

Die Filialnetze der deutschen Banken dünnen schon länger aus. Zuletzt hatte der Filialrückbau sogar an Tempo gewonnen und die persönliche Interaktion zwischen KMU und Kreditinstituten lässt sukzessive nach. Dieser schrittweise Wandel in den Kommunikationsmustern zwischen mittelständischen Unternehmen und Banken zeigt sich auch in den jüngsten Daten zur Filialnutzung aus dem KfW-Mittelstandspanel.

Im Jahr 2019 haben rund 300.000 Mittelständler weniger als 2017 mindestens einmal eine Filiale aufgesucht: Insgesamt haben 2,2 Mio. Unternehmen Geschäftstermine in einer Filiale wahrgenommen – im Durchschnitt je Unternehmen rund 3,9-mal. Zudem bleibt festzuhalten: 43 % der mittelständischen Unternehmen war 2019 nie in einer Filiale, ein deutlicher Zuwachs in den vergangenen zwei Jahren. Die Corona-Pandemie dürfte diese Entwicklung noch verschärft haben. Nicht zuletzt, da vielfach pandemiebedingt geschlossene Filialen nicht wieder geöffnet werden.

Beim Vergleich mit anderen europäischen Ländern wird jedoch klar: Deutschland steht mit seinem Filialrückbau nicht allein da. Vielmehr befindet es sich – was das Ausmaß des Rückbaus seit 2015 betrifft – eher im Mittelfeld. Gleiches gilt für die aktuelle Filialdichte gemessen an der Einwohnerzahl. Auch dort nimmt der Bankenmarkt hier zu Lande eine Mittelfeldposition ein. Gemessen an der Fläche belegt Deutschlands Filialdichte dagegen sogar einen Spitzenplatz in Europa.

Die aktuelle Sonderauswertung zeigt weiter: Die Treue der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zu ihrer „Hausbank“ hat durch den Filialrückbau bisher nicht gelitten. Fast neun von zehn persönlichen Geschäftsterminen fanden bei einem solchen primären Kreditinstitut statt. Die schnellstmögliche Verbindung zur nächsten Hausbankfiliale beträgt für die mittelständischen Unternehmen deutschlandweit dabei rund 15 Minuten – für jedes vierte Unternehmen maximal 5 Minuten. Auch die stärkere Ausdünnung der Filialnetze in ländlichen Regionen hat bislang keine gravierenden Auswirkungen auf die Erreichbarkeit. Auch mittelständische Unternehmen in ländlichen Regionen sind weiterhin sehr gut an ihre regionalen Bankenmärkte angebunden.

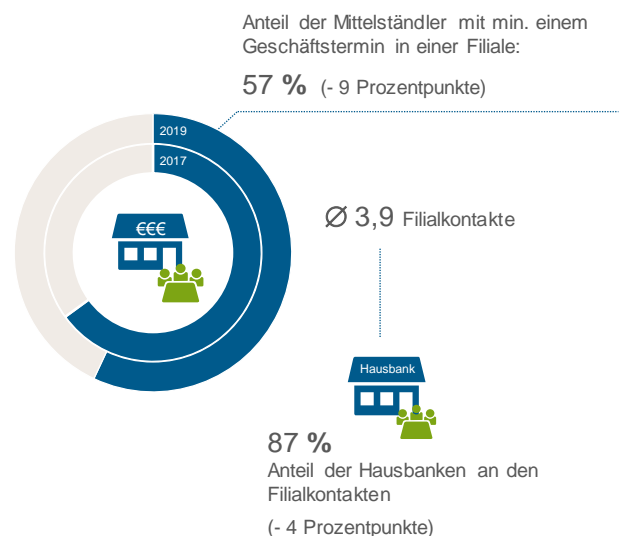
### Die Filiale als „Krisenopfer“<sup>1</sup>

Im vergangenen Jahr hat die Häufigkeit, Bankdienstleistungen in einer Filiale wahrzunehmen, stark nachgelassen, darauf deuten aktuelle Berichte hin. Im Privatkundengeschäft deutet sich eine Beschleunigung der Hinwendung zur digitalen Abwicklung von Bankgeschäften an: Jeder dritte Privatkunde war danach seit über einem Jahr nicht mehr in einer Bankfiliale.<sup>2</sup> Zudem häufen sich Meldungen, dass Filialstandorte nach einer pandemiebedingten Schließung nicht wieder öffnen.<sup>3</sup>

Dies wirft die Frage auf, in welchem Ausmaß die Corona-Krise ein Katalysator für den Filialrückbau bei Deutschlands Banken sein wird. Dass die Bankenlandschaft einen bereits länger anhaltenden, strukturellen Wandel vollzieht, ist keine Neuigkeit und vielerorts sichtbar. Gerade jüngst wurde die Schließung von 200 Filialen der Deutschen Bank bis Ende 2022 verkündet. Neben der bestehenden Herkulesaufgabe Digitalisierung sowie den Folgen erhöhter Effizienzbestrebungen und demografischer Aspekte kommt nun die Corona-Krise als unerwarteter Zusatztreiber dieser Veränderungsprozesse hinzu. Die ohnehin voranschreitende Konsolidierung im deutschen Bankensektor<sup>4</sup> dürfte durch die Folgen der Pandemie an Tempo gewinnen.

### Grafik 1: Eckdaten zu Filialkontakten mittelständischer Unternehmen mit Kreditinstituten im Jahr 2019

In Klammern Veränderung gegenüber 2017



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2018 und 2020

Bei allem Wandel, entscheidend für den oftmals lokal verankerten Mittelstand ist es, einen funktionsfähigen Zugang zur Bankfinanzierung offen zu halten. Gerade mittelständische Unternehmen sind auf Fachwissen und Erfahrungen ihrer Finanzierungspartner vor Ort angewiesen, vor allem bei beratungsintensiven Finanzierungsanlässen. Aufgrund dieser immensen Bedeutung begleitet KfW Research die Veränderungsprozesse in Deutschlands Bankenlandschaft kontinuierlich.<sup>5</sup> Erstmals wurden dabei 2019 belastbare und repräsentative Daten zu den Bankverbindungen der Mittelständler in Deutschland vorgelegt.<sup>6</sup> In dieser Sonderauswertung des KfW-Mittelstandspanels greifen wir dies nun wieder auf und zeigen: Das Ausmaß der Filialnutzung hat im Mittelstand in den vergangenen zwei Jahren abgenommen (Grafik 1).

**Stellenwert des Bankensektors für die Mittelstandsfinanzierung ist ausgesprochen hoch, aber Filialnetze dünnen kontinuierlich aus**

Die mittelständischen Unternehmen schätzen und pflegen ihre Bankbeziehungen. Vielfach langjährig gewachsene und stabile Geschäftsbeziehungen zu Kreditinstituten sind ein entscheidendes Kriterium für die Qualität und Quantität der Kreditversorgung des Mittelstands in Deutschland. Diese traditionell starke Verbindung des Mittelstands zum Bankensektor lässt sich an aktuellen Daten des jüngsten KfW-Mittelstandspanels ablesen.<sup>7</sup>

Im Jahr 2019 war das bei Banken und Sparkassen aufgenommene Kreditvolumen zur Investitionsfinanzierung mit 81 Mrd. EUR so hoch wie niemals zuvor. Damit wird über ein Drittel des jährlichen Investitionsvolumens der kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) über Bankkredite gestemmt (36 %). Davon wurden etwa 35 Mrd. EUR als kurzfristige Bankkredite aufgenommen bzw. Kontokorrent- oder Dispokredite genutzt, und 45 Mrd. EUR entfielen auf Kredite mit langfristiger Laufzeit. Durchschnittlich beantragen jedes Jahr 570.000 KMU Investitionskredite bei Banken oder Sparkassen

(2006–2019) – allerdings mit rückläufiger Tendenz.

Dennoch nehmen die Anlaufstellen für die Unternehmen seit Jahrzehnten ab: Im Jahr 2019 verringerte sich die Gesamtzahl der Kreditinstitute in Deutschland um 66 auf insgesamt 1.717 Institute. Parallel erfährt das Filialnetz eine fortschreitende Ausdünnung: Seit der Jahrtausendwende sind im Durchschnitt jedes Jahr rund 1.600 Zweigstellen in Deutschland geschlossen worden – dies umfasst gemäß Definition der Deutschen Bundesbank „klassische“ Filialen sowie Außenstellen mit Selbstbedienungsterminals und zusätzlicher persönlicher Beratungsmöglichkeit.<sup>8</sup> Deutschlands Bankenlandschaft hat damit in den vergangenen 20 Jahren fast 32.000 Zweigstellen „verloren“. Das entspricht einem Rückgang von 54 %. Mit anderen Worten: Jede zweite der Anfang des Jahrtausends noch bestehende Außenstelle mit persönlichem Ansprechpartner existiert nicht mehr.

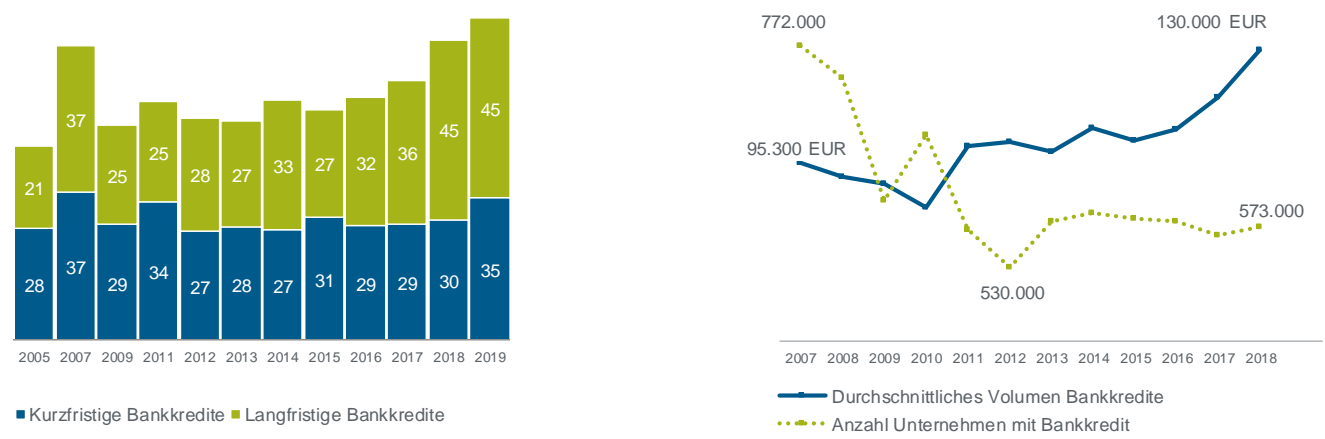
**300.000 KMU weniger suchten 2019 eine Filiale auf**

Rund 2,2 Mio. Unternehmen haben im Jahr 2019 zu mindestens einem Anlass einen Geschäftstermin in einer Bank- oder Sparkassenfiliale wahrgenommen. Solche Geschäftstermine umfassen dabei bspw. Beratungen im Zusammenhang mit einem Geschäftskonto, Verhandlungen über Investitionskredite oder Betriebsmittelfinanzierungen oder Beratungen in den Bereichen Cash Management, Leasing, Exportfinanzierungen oder Unternehmensnachfolge.

Damit hatten 57 % aller Mittelständler in Deutschland binnen Jahresfrist einen Filialtermin. Die Kontakthäufigkeit ist also hoch. Dennoch: Die Neigung, Bankdienstleistungen in der Filiale wahrzunehmen, hat in den vergangenen beiden Jahren mit einem Minus von 9 Prozentpunkten deutlich nachgelassen: Im Jahr 2017 lag der entsprechende Anteil noch bei 65 %. Aktuell haben etwa 300.000 Mittelständler weniger als vor zwei Jahren mindestens einmal eine Filiale aufgesucht.

**Grafik 2: Relevanz von Bankkrediten bei der Investitionsfinanzierung im Mittelstand**

Links: Volumen der Bankkredite in Mrd. EUR nach Fristigkeit / Rechts: Anzahl Kreditnehmer und Durchschnittsvolumen p. a.



Quellen: KfW-Mittelstandspanel 2006–2020.

**Frequenz nahezu unverändert, aber fast 1 Mio. Filialbesuche weniger**

Die Zahl der Unternehmen, die innerhalb eines Jahres eine Filiale aufsucht, hat zwar abgenommen. Nicht so allerdings die Häufigkeit der Besuche: Die Anzahl durchschnittlicher Filialbesuche beläuft sich im Jahr 2019 im Mittelstand auf 3,9 – sofern ein Unternehmen generell Geschäftstermine wahrgenommen hat. Mit anderen Worten: Über das Jahr verteilt wird jedes dieser Unternehmen durchschnittlich einmal pro Quartal in einer Filiale vorstellig. Die Frequenz ist damit im Vergleich zum Referenzjahr 2017 fast unverändert (2017: 3,85 vs. 2019: 3,92).<sup>9</sup>

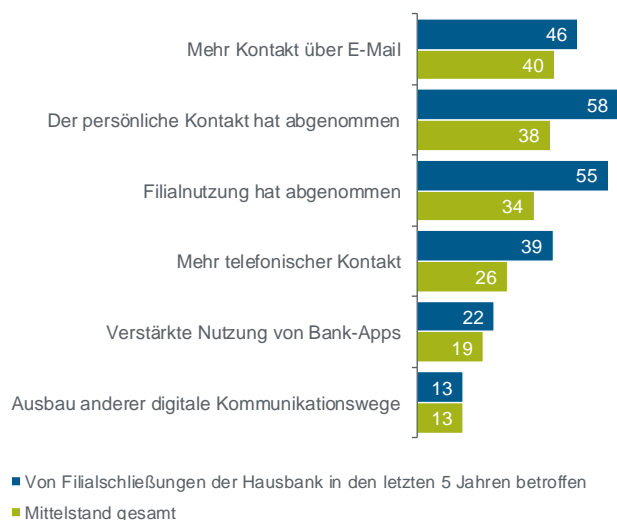
Aufgrund der insgesamt aber merklich gesunkenen Anzahl an Unternehmen mit Filialbesuchen stehen aggregiert merklich weniger Filialkontakte zu Buche: Gemessen am oben genannten Durchschnittswert ergibt sich eine grobe Gesamtzahl von circa 8,5 Mio. Geschäftsterminen von Kreditinstituten mit Mittelständlern im Jahr 2019 – und damit etwas über 900.000 weniger als noch vor zwei Jahren.

**Kommunikationsmuster sind generell im Wandel, persönliche Interaktion geht zurück**

Der jüngste Rückgang von Filialkontakten mittelständischer Unternehmen dürfte auch Ausdruck des ohnehin absehbaren Wandels in den Kommunikationsmustern sein: So zeigen Analysen von KfW Research, dass bereits zwischen 2013 und 2018 die persönliche Interaktion zwischen KMU und Kreditinstituten an Bedeutung verloren hat.<sup>10</sup> Dies lässt sich in der Breite des Mittelstands beobachten, aber speziell KMU, bei denen in diesem Zeitraum eine Hausbankfiliale geschlossen wurde, zeigen noch ausgeprägtere Veränderungen. Die persönliche Interaktion nahm in dieser Gruppe noch stärker ab. Mehr als jedes dritte mittelständische Unternehmen berichtete generell von einem abnehmenden persönlichen Kontakt (38 %) bzw. von abnehmender Nutzung der Filialen von Banken und Sparkassen (34 %).

**Grafik 3: Veränderungen der Kommunikation mit der Hausbank (Zeitraum: 2013–2018)**

Unternehmensanteile in Prozent, Mehrfachnennung möglich.



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2018.

Diese Entwicklungen spiegeln den mit der Digitalisierung von Geschäftsprozessen einhergehenden generellen, schrittweisen Wandel im Kommunikations- und Medienverhalten sowie in den Präferenzen auf Kundenebene der Kreditinstitute wider: Ständige Erreichbarkeit, Echtzeitberatung, individuelle Angebote oder Mobilität sind nur einige Aspekte, die Kunden zunehmend einfordern. Insofern ist es wenig überraschend, dass Filialbesuche zurückgehen. So waren im Jahr 2019 insgesamt 43 % der KMU überhaupt nicht in einer Bankfiliale. Unter der Annahme, es handelt sich um einen kontinuierlichen Prozess, hieße das, im Jahr 2021 wird nicht einmal mehr jedes zweite Unternehmen den Weg zur Filiale vor Ort suchen.

**Der Corona-Effekt dürfte Wandel beschleunigen**

Anfang März 2020 erreichte die Covid-19-Pandemie Deutschland. Der historische Einbruch der Wirtschaftsleistung im Frühjahr war einzigartig in der Schnelligkeit seiner Ausbreitung, seiner Tiefe und in seinem globalen Ausmaß. Die Corona-Betroffenheit in weiten Teilen der Unternehmenslandschaft bleibt auch aktuell noch hoch und der weitere Verlauf der Pandemie ist ungewiss. Hinter vielen mittelständischen Unternehmen liegt ein Jahr voller Einschnitte. Zu stark war die Wucht, mit der die Corona-Krise zugeschlagen hat:<sup>11</sup> Geschäftsschließungen, Kontaktverbote oder Reisebeschränkungen haben spürbare Auswirkungen auf Umsätze, Beschäftigung, auf das Finanzpolster und nicht zuletzt auf die Investitionstätigkeit entfalteten.<sup>12</sup>

Mit abnehmender Investitionsfreude ist naheliegend, dass sich Geschäftstermine der Unternehmen in den Filialen im zurückliegenden Jahr weiter reduziert haben, da sich schlicht die Anlässe vermindern. In welchem Ausmaß sich dies niederschlägt, ist gegenwärtig noch nicht zu beantworten. Auch im eher beratungsintensiven Themenfeld Unternehmensnachfolge scheint sich ein Corona-Effekt zu manifestieren: Hier zeigt das aktuelle KfW-Nachfolgemonitoring Mittelstand, dass die Unsicherheit durch die Corona-Krise die Zukunftsplanungen vieler Unternehmen aktuell gebremst hat und so wenig Nachfolgeplanungen wie nie in Angriff genommen werden.<sup>13</sup>

Neben diesen indirekten Effekten der Corona-Krise gibt es einen sehr viel direkteren: Vielfach wurden Niederlassungen von Banken und Sparkassen aufgrund von Kontaktbeschränkungen sowie zum Schutz von Kunden und Mitarbeitern temporär geschlossen. Zuletzt häuften sich zudem Meldungen, dass ein Teil dieser Filialstandorte nach der pandemiebedingten Schließung nicht wieder öffnet und dauerhaft geschlossen wird – zu hoch seien teilweise die Kosten der Aufrechterhaltung des Filialbetriebs. Zudem ist eine Abwanderung eines gewissen Kundenanteils zu digitalen Angeboten zu beobachten. So werden bspw. 200 Filialen der Commerzbank dauerhaft geschlossen, nach einer coronabedingten Schließung im Frühjahr 2020. Konkrete Daten liegen gegenwärtig nicht vor, aber: Die Anzahl der gemäß Bundesbank 2019 dauerhaft geschlossenen Niederlassungen von 1.220 dürfte im zurückliegenden Jahr und in den kommenden Jahren wohl übertroffen werden.

Eine flächendeckende Rückkehr zur „Normalität“ vor Corona ist also kaum denkbar. Vielmehr ist davon auszugehen, dass sich der Wandel hin zu digitalen Kanälen in der Kommunikation zwischen Unternehmen und Kreditinstituten beschleunigt. Aktuell nutzen Unternehmen diese Kanäle noch sehr zu-

rückhaltend. Bei sehr häufig genutzten Dienstleistungen (Kreditanträge, Beratungen, Kontokorrentkredit) wird digitalen Kanälen noch kaum Beachtung geschenkt. Die jüngsten Entwicklungen dürften allerdings digitalen Lösungen einen deutlichen Auftrieb geben.

**Abbau von Überkapazitäten überall in Europa – Deutschland in guter Gesellschaft**

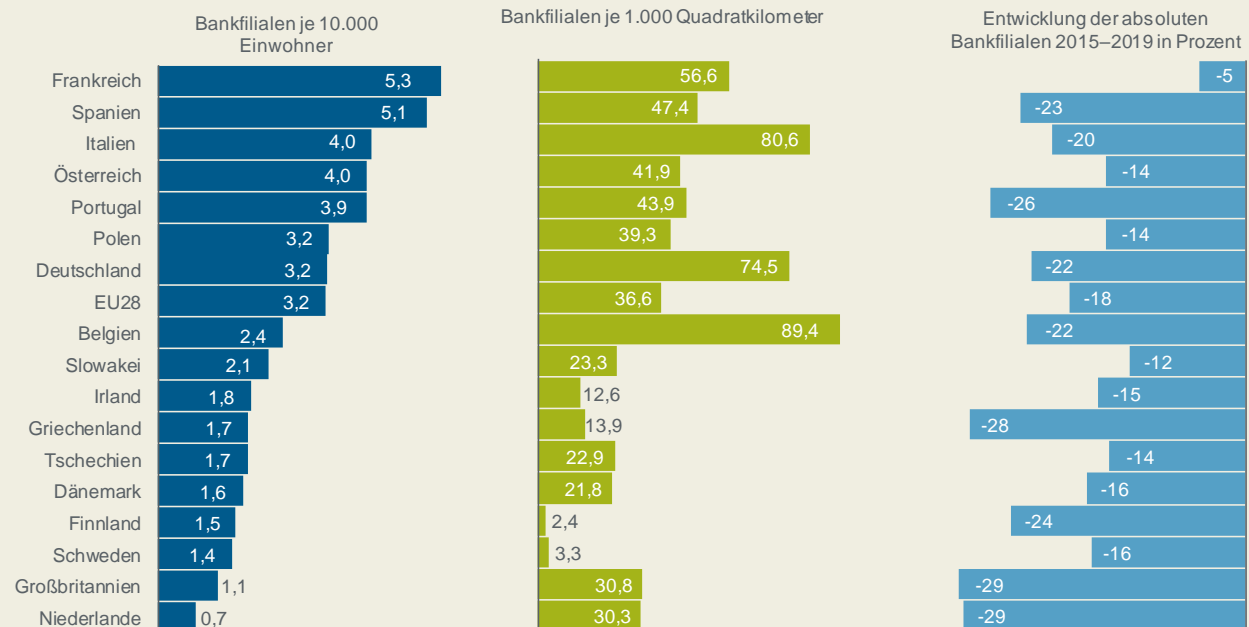
Deutschlands Banken stehen mit ihrem Filialrückbau nicht allein da (Grafik 4, rechts). Viele nationale Bankenmärkte haben sich in der jüngeren Vergangenheit einem strukturellen Wandel unterzogen: Spitzenreiter ist Großbritannien mit einem Rückbau von 29 % der Bankfilialen zwischen Ende 2015 und Ende 2019, dicht gefolgt von den Niederlanden (-28,6 %) und Griechenland (-28 %). Mit einem Rückgang von rund 21,7 % seit Ende 2015 liegt Deutschland lediglich im Mittelfeld – ähnlich wie Belgien (-22,2 %) und Italien (-19,5 %). Von einem zu drastischen Abbau hier zu Lande kann demnach keine Rede sein. Auch Länder wie Frankreich und Polen, die zwischen 2000 und 2015 ihre Filialnetze noch deutlich ausgeweitet haben (jeweils um fast 50 %), haben seitdem ebenfalls eine Ausdünnung erfahren – wenn auch in deutlich geringerem Umfang als Deutschland (-14 % in Polen, -5 % in Frankreich).

Gemessen an der Einwohnerzahl befindet sich die Filialdichte in Deutschland ebenfalls im Mittelfeld (Grafik 4, links), leicht über dem EU-28-Durchschnitt von rund 3,17 Bankfilialen je 10.000 Einwohner – jedoch weit hinter Frankreich, was mit 5,3 Bankfilialen je 10.000 Einwohner die Spitzenposition innehat. So gibt es in Frankreich derzeit etwa 9.000 Filialen mehr als in Deutschland – bei rund 16 Mio. Einwohnern weniger.

Dennoch können sich Bankkunden in Deutschland über mehr Filialen in ihrer Nähe freuen. Denn gemessen an der Fläche belegt Deutschlands Filialdichte einen Spitzenplatz (Grafik 4, Mitte). Im Durchschnitt rund 74 Bankfilialen gibt es hier zu Lande auf 1.000 km<sup>2</sup>. Nur Italien und Belgien können noch mehr aufweisen (81 und 89 Filialen auf 1.000 km<sup>2</sup>). Frankreich folgt mit rund 57 Bankfilialen auf 1.000 km<sup>2</sup> auf Platz vier.

**Grafik 4: Bankfilialdichte im europäischen Vergleich**

Länderauswahl aus EU-28



Quelle: Europäische Zentralbank, Statistical Data Warehouse

**Hausbank bei Filialkontakten weiterhin die Nr. 1**

Ein genauerer Blick darauf, welche Kreditinstitute die Unternehmen 2019 aufsuchten, zeigt, dass es weiterhin die jeweilige Hausbank war, zu welcher am häufigsten der persönliche Kontakt gesucht wurde. Durchschnittlich hatte jeder Mit-

telständler rund 3,4 Filialkontakte mit seiner Hausbank – sofern ein Unternehmen generell Filialtermine wahrgenommen hat. Damit hat im Vergleich zum Jahr 2017 die Frequenz von Geschäftsterminen in Räumlichkeiten der jeweiligen Hausbank zwar leicht abgenommen – damals wurden noch rund

3,6 Filialbesuche gemeldet. Von einem grundsätzlichen Abwärtstrend kann hier aber noch nicht gesprochen werden. Auch der Anteil von Hausbankbesuchen an allen Filialkontakten der Mittelständler bleibt hoch: Etwa neun von zehn Filialbesuchen fanden 2019 bei der jeweiligen Hausbank statt (87 %, Vergleich 2017: 92 %).

Diese Zahlen verdeutlichen: Der deutsche Mittelstand ist bei Finanzierungsfragen weiterhin vorzugsweise monogam unterwegs. Frühere Untersuchungen von KfW Research haben gezeigt, dass rund 93 % aller KMU ein primäres Kreditinstitut – eine so genannte Hausbank – haben. Etwas mehr als die Hälfte der Mittelständler hier zu Lande (52 %) hatten im Jahr 2017 sogar nur zu einem einzigen Kreditinstitut Geschäftsbeziehungen (bspw. zur Führung eines Geschäftskontos, Investitionskreditverträge, Betriebsmitteldarlehen, Beratung).<sup>14</sup> Mit einer durchschnittlichen Dauer von rund 20 Jahren sind die Geschäftsverbindungen der Unternehmen zu ihrer Hausbank sogar äußerst beständig. Auch im Zuge der Fremdkapitalaufnahme prägt die Hausbank. Durchschnittlich 80 % des Kreditvolumens eines mittelständischen Unternehmens entfällt auf diese, und über die Hälfte aller Unternehmen haben Kredite ausschließlich dort aufgenommen (58 %).

### Monogamie zahlt sich aus

Mit einer solchen „Hausbankbeziehung“ wird in der Regel eine Reihe von Vorteilen assoziiert: Über die Zeit und durch wiederholte Transaktionen gewachsene Beziehungen zwischen Unternehmen und Kapitalgeber können Informationsasymmetrien reduzieren.<sup>15</sup> Auch so genannte „weiche Informationen“ fließen besser. Sie finden sich nicht im Zahlenwerk eines Unternehmens, fließen aber in Risikobewertungen ein und können für die Kreditentscheidung eine wesentliche Rolle spielen. Beispiele hierfür sind die Managementqualitäten, Verlässlichkeit oder Lebenssituation des Inhabers, langfristige strategische Ziele des Unternehmens, eventuelle Nachfolgeüberlegungen oder inwiefern der Unternehmer eher risikoscheu oder risikofreudig agiert.

### Nähe für Kreditversorgung nicht zu unterschätzen

Aber nicht nur eine stabile Geschäftsbeziehung erweist sich für Unternehmen und Banken als vorteilhaft. Auch eine größere räumliche Nähe zwischen Kreditgeber und -nehmer ist in aller Regel mit einem verbesserten Informationsfluss verbunden. Denn die Beschaffung von Informationen ist für Banken umso aufwendiger, je größer die Entfernung zum potenziellen Kreditnehmer. Daher ist es nicht überraschend, dass Qualität und Quantität in der Versorgung mit Finanzdienstleistungen in Teilen auch an die räumliche Distanz zwischen Filiale und Unternehmen gekoppelt sind, vor allem im Kreditgeschäft.

Das in Deutschland sehr ausgeprägte Netz von vor allem regional orientierten Kreditinstituten scheint sich hierbei für den Mittelstand auszuzahlen. Im Durchschnitt benötigten die hiesigen KMU im Jahr 2019 lediglich 15 Minuten bis zur nächsten Filiale ihrer Hausbank (gemessen ab Unternehmensadresse) – ähnlich lange benötigt man in Deutschland, bis zur nächsten Einkaufsmöglichkeit.<sup>16</sup> Jeder zweite Mittel-

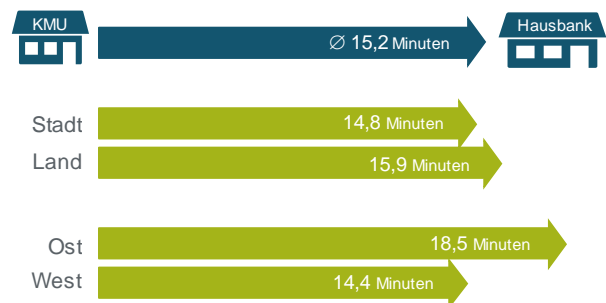
ständler erreicht die nächstgelegenen Räumlichkeiten seiner Hausbank sogar in zehn Minuten, jeder vierte in fünf Minuten.

### Trotz Ausdünnung des Filialnetzes – KMU auf dem Land nicht abgehängt

Dabei scheint es wenig auszumachen, ob ein Unternehmen in einer eher ländlich geprägten Region ansässig ist oder in einer städtischen Region. Mittelständler ländlicher Kreise benötigen im Durchschnitt etwa 15,9 Minuten bis zur nächsten Filiale ihrer Hausbank (Median: 10 Minuten) – lediglich eine Minute länger als KMU in urbanen Regionen (Mittelwert: 14,8 Minuten, Median: 10 Minuten).

### Grafik 5: Zeitliche Distanz KMU und Hausbankfiliale

Gemessen ab Unternehmensadresse



Anmerkung: Kreiszuordnung zu städtischem bzw. ländlichem Raum basiert auf Daten des Bundesinstitutes für Bau-, Stadt-, Raumforschung.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2020.

Dies ist umso überraschender, als dass ländlichen Regionen in den vergangenen Jahren stärker von einer Ausdünnung der Filialnetze betroffen waren als ihre urbanen Pendanten und die räumliche Distanz zur nächsten Bankfiliale eher zugenommen haben dürfte. Frühere Analysen von KfW Research haben gezeigt, dass bei einer Verminderung der Filialdichte um eine Einheit die durchschnittliche Distanz zur nächsten Bankfiliale um fünf Kilometer zunimmt.<sup>17</sup> Diese Entwicklung scheint sich bisher noch nicht gravierend auf die zeitliche Distanz der Unternehmen zu ihrer nächsten Hausbankfiliale ausgewirkt zu haben. Unternehmen in ländlichen Regionen sind somit auch weiterhin sehr gut an ihre regionalen Bankenmärkte angebunden.

### Unterschiede zwischen Ost- und Westdeutschland aber deutlicher

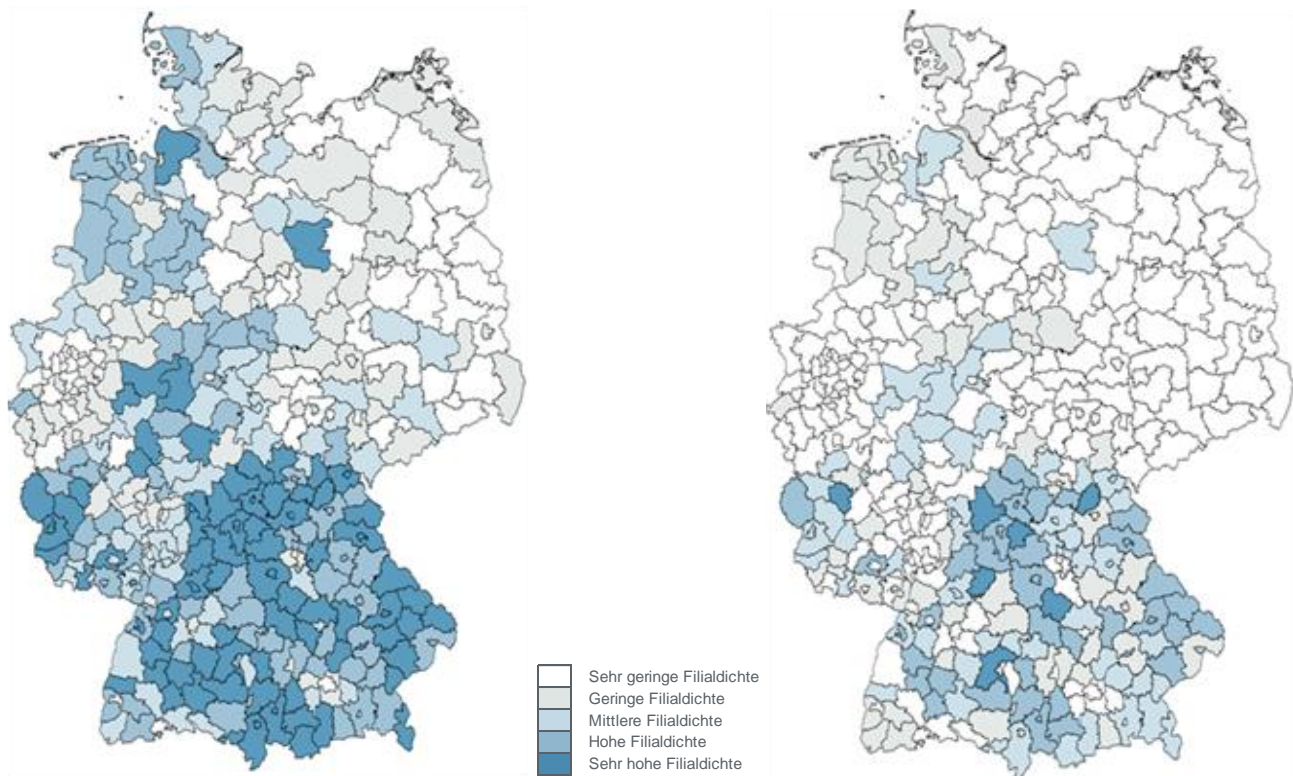
Etwas deutlichere Unterschiede zeigen sich jedoch mit Blick darauf, ob ein Unternehmen in Ost- oder Westdeutschland zuhause ist. Benötigte ein in Westdeutschland ansässiges Unternehmen 2019 im Durchschnitt nur rund 14,4 Minuten zur nächsten Hausbankfiliale, war die zeitliche Distanz in Ostdeutschland mit 18,5 Minuten um mehr als ein Viertel größer.

Ursächlich dafür dürfte die deutlich niedrigere Bankfilialdichte in vielen ostdeutschen Regionen sein (Grafik 6). Frühere Studien von KfW Research haben gezeigt, dass diese – gemessen an der Bevölkerungszahl – in Westdeutschland etwa anderthalbmal so hoch ist wie in Ostdeutschland (2013: rund



**Grafik 6 Filialdichte 2015 (links) und 2035 (rechts)**

Bankfilialen pro 10.000 Einwohner (Filialdichte) nach 402 Kreisen und kreisfreien Städte



Anmerkung: Die Abbildung für das Jahr 2035 unterstellt, dass der Abbau des Filialnetzes mit der gleichen Geschwindigkeit erfolgt, wie er durchschnittlich in den Jahren 2000 bis 2015 beobachtet werden konnte. Dabei wurden ebenso Bevölkerungsprognosen (Stand: 2015) mitberücksichtigt. Eine sehr geringe Filialdichte ist definiert mit Werten unter 2,6, einer geringe Filialdichte liegt bei 2,6 bis 3,2, eine mittlere Filialdichte zwischen 3,2 und 4,0, eine hohe Filialdichte zwischen 4,0 und 5,1 und eine sehr hohe Filialdichte liegt ab einem Wert von 5,1 vor.

Quelle: Hoppenstedt Bankenortslexikon, Berechnungen KfW Research.

4,52 Bankfilialen je 10.000 Einwohner in Westdeutschland versus 2,96 in Ostdeutschland).<sup>18</sup> Entsprechend längere Distanzen müssen ostdeutsche Bankkunden zurücklegen, um eine Filiale zu erreichen – 2013 waren es 13,03 km versus 9,46 km in Westdeutschland. Jüngere Daten liegen nicht vor, aber von einer Trendumkehr ist kaum auszugehen. Eher liegt eine größere Differenzierung nahe.

Die Gründe für diese Unterschiede sind zum einen historisch bedingt – so war die Bankfilialdichte in Ostdeutschland bereits zur Wiedervereinigung deutlich niedriger. Zum anderen zeichnen sich viele westdeutsche Regionen auch durch ei-

nen höheren Verstädterungsgrad aus. In Ostdeutschland gibt es dagegen mehr ländlich geprägte Regionen. Eine nicht zu unterschätzende Rolle spielt hierbei auch die demografische Entwicklung – denn die Bevölkerungsentwicklung und Prognosen sind zentrale Entscheidungsgrundlagen für Banken bei der Planung ihres Filialnetzes.<sup>19</sup>

Trotz der Unterschiede in der Filialdichte – zumindest auf Unternehmensebene liegen bislang keine statistischen Belege vor, dass sich der Kreditzugang von KMU in Ost- und Westdeutschland systematisch voneinander unterscheidet.

**Die Datenbasis: Das KfW-Mittelstandspanel**

Das KfW-Mittelstandspanel wird seit dem Jahr 2003 als Wiederholungsbefragung der kleinen und mittleren Unternehmen in Deutschland durchgeführt. Zur Grundgesamtheit des KfW-Mittelstandspanels gehören alle privaten Unternehmen sämtlicher Wirtschaftszweige, deren Umsatz die Grenze von 500 Mio. EUR pro Jahr nicht übersteigt.

Mit einer Datenbasis von bis zu 15.000 Unternehmen pro Jahr stellt das KfW-Mittelstandspanel die einzige repräsentative Erhebung im deutschen Mittelstand und damit die wichtigste Datenquelle für mittelstandsrelevante Fragestellungen dar. Der Befragungszeitraum der Hauptbefragung der 18. Welle des KfW-Mittelstandspanels lief vom 12.02.2020 bis zum 22.06.2020.

Weiterführende Informationen sowie den aktuellen Jahresbericht finden Sie im Internet unter: [www.kfw-mittelstandspanel.de](http://www.kfw-mittelstandspanel.de)

- <sup>1</sup> Frankfurter Allgemeine Zeitung (2020), Krisenopfer Bankfiliale, Erschienen am 04.07.2020, <https://www.faz.net/aktuell/finanzen/corona-veraendert-kundenverhalten-krisenopfer-bankfiliale-16844813.html>
- <sup>2</sup> Süddeutsche Zeitung (2020), Grabesruhe in der Filiale, Erschienen am 14.11.2020, <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/banken-corona-filialschliessungen-krise-1.5114548> – die dort zitierten Daten basieren auf einer Studie der INNOFACT AG für das Portal Verivox.
- <sup>3</sup> Eine Gesamtübersicht über während der Corona-Pandemie geschlossene Filialen existiert nicht. Medienberichte finden sich beispielsweise bei Handelsblatt (2020), Coronakrise verschärft Tempo bei Filialschließungen, Erschienen am 23.06.2020, <https://www.handelsblatt.com/finanzen/banken-versicherungen/banken-coronakrise-verschaerft-tempo-bei-filialschliessungen/25931392.html?ticket=ST-6021103-6WeYQSs5oefdm1i3TcJ-ap5> – plusminus (2020), Alles anders – Wie Corona den Wandel der Bankenbranche beschleunigt, Erschienen am 29.07.2020, [https://www.daserste.de/information/wirtschaft-boerse/plusminus/sendung/hr/200729\\_bankenbranche-100.html](https://www.daserste.de/information/wirtschaft-boerse/plusminus/sendung/hr/200729_bankenbranche-100.html) -- Süddeutsche Zeitung (2020), Grabesruhe in der Filiale, Erschienen am 14.11.2020, <https://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/banken-corona-filialschliessungen-krise-1.5114548>
- <sup>4</sup> Deutsche Bundesbank (2019), <https://www.bundesbank.de/de/presse/presenotizen/bankstellenentwicklung-im-jahr-2018-800730>, Frankfurt am Main.
- <sup>5</sup> Siehe hierzu Schwartz, M.; Dapp, T.; Beck, G. und A. Khussainova (2017), Deutschlands Banken schalten bei Filialschließungen einen Gang höher – Herkulesaufgabe Digitalisierung, Fokus Volkswirtschaft Nr. 181, KfW Research. – Bernhardt, K. und M. Schwartz (2014), Filialnetz von Deutschlands Banken lichtet sich, KfW Research, Fokus Volkswirtschaft, Nr. 49, sowie Bernhardt, K. und M. Schwartz (2015), 25 Jahre freier Bankenmarkt in Ostdeutschland – Deutlicher Rückbau seit Wiedervereinigung, Fokus Volkswirtschaft, Nr. 99, KfW Research. Die diesen Publikationen zu Grunde liegenden Daten wurden gemeinsam mit der Universität Siegen erhoben. Die Grunddaten stammen aus der Bisnode Veröffentlichung „Hoppenstedt Banken-Ortslexikon“ (Stichtag 30.06. eines jeweiligen Jahres). Diese Datenquelle enthält geografische Angaben (Adressen) sowohl über die Haupt- wie sämtliche Nebenstellen der betrachteten Banken. Es wurden nur reguläre Bankfilialen (mit Mitarbeitern ausgestattet und Vollzeit geöffnet) aufgenommen. Servicecenter, Zahlstellen, Bankbusse oder ähnliche Einrichtungen wurden nicht berücksichtigt. Angaben über die Filialen der Postbank sind nicht eingeschlossen. Diese waren auch auf Anfrage bei der Postbank AG nicht erhältlich.
- <sup>6</sup> Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2019), Mittelstand mit großer Treue zur Hausbank, Fokus Volkswirtschaft Nr. 243, KfW Research.
- <sup>7</sup> Zur aktuellen Ausgabe des KfW-Mittelstandspanels, speziell zu den nachfolgenden Zahlen, siehe: Gerstenberger, J. und M. Schwartz (2020), KfW-Mittelstandspanel 2020: Corona-Pandemie trübt Erwartungen für 2020 – Mittelstand vor der Krise auf solidem Fundament, KfW Research.
- <sup>8</sup> Deutsche Bundesbank (2020), <https://www.bundesbank.de/de/presse/presenotizen/bankstellenentwicklung-im-jahr-2019-829764#nb1>, Frankfurt am Main.
- <sup>9</sup> Zu den Vergleichszahlen für das Jahr 2017 siehe Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2019), Mittelstand mit großer Treue zur Hausbank, Fokus Volkswirtschaft Nr. 243, KfW Research.
- <sup>10</sup> Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2019), Persönlich oder digital? Kommunikation zwischen Banken und Mittelstand im Lichte von Filialrückbau und Digitalisierung, Fokus Volkswirtschaft Nr. 259, KfW Research.
- <sup>11</sup> KfW Research hat die Folgen der Corona-Krise auf die mittelständischen Unternehmen in bislang drei Sondererhebungen im Rahmen des KfW-Mittelstandspanels beobachtet und ausgewertet. Die Erhebungen fanden in der 1. Aprilwoche 2020, in der 1. Juniwoche 2020 sowie in der 1. Septemberwoche 2020 statt. Dabei wurden jeweils durch die GfK SE, Bereich Financial Services, im Auftrag der KfW Bankengruppe, mittelständische Unternehmen repräsentativ zu den aktuellen Auswirkungen der Corona-Krise online befragt. Die Ergebnisse der ersten beiden Sondererhebungen finden sich hier: Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2020), Corona-Krise hat den Mittelstand fest im Griff, aber Widerstandsfähigkeit (noch) hoch, Fokus Volkswirtschaft Nr. 286, KfW Research. Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2020), Corona-Krise im Mittelstand: Rückkehr zu voller Wirtschaftsaktivität in weiter Ferne, aber Lockerungen entspannen Liquidität, Fokus Volkswirtschaft Nr. 294, KfW Research.
- <sup>12</sup> Speziell zu den Folgen der Corona-Krise auf die Investitionstätigkeit der Unternehmen in Deutschland, siehe Schwartz, M.; Borger, K.; Brüggemann, A.; Gerstenberger, J., Köhler-Geib, F. und V. Zimmermann (2020), Resilienz oder digitale und grüne Investitionsrally im Mittelstand? - Ein Zielkonflikt, der keiner sein darf, Fokus Volkswirtschaft Nr. 306, KfW Research.
- <sup>13</sup> Leifels, A. (2020) Nachfolge-Monitoring Mittelstand 2020: Gut vorbereitet in die Krise – Corona verschärft Gründungsgenpass, Fokus Volkswirtschaft Nr. 308, KfW Research.
- <sup>14</sup> Etwa ein Prozent aller Mittelständler in Deutschland hat im Jahr 2017 überhaupt keine Geschäftsbeziehungen mit Kreditinstituten gehabt. Diese Gruppe an Unternehmen wird bei den folgenden Auswertungen nicht weiter berücksichtigt. So beziehen sich bspw. die Angaben zum Anteil der Unternehmen mit einer entsprechenden Anzahl an Geschäftsbeziehungen ausschließlich auf Unternehmen, die überhaupt Geschäftsbeziehungen haben.
- <sup>15</sup> Aufgrund asymmetrischer Informationsverteilung können Kapitalgeber die Kreditwürdigkeit allgemein bzw. die Erfolgchancen zu finanzierender Investitionsprojekte oftmals nur sehr schwer oder nur zu besonders hohen Kosten einschätzen. Vielfach mangelt es an Kredithistorie, und an den Möglichkeiten für Unternehmen, glaubhaft zu signalisieren, dass sie ein geringes Risiko darstellen. Die Kosten aufseiten der Kreditinstitute, diese Informationsdifferenzen abzubauen, sind dann hoch. Das Resultat können Risikoaufschläge beim Zins sein, erhöhte Anforderungen an Sicherheiten oder Dokumentation bzw. ganz allgemein ein geringeres oder teureres Kapitalangebot.
- <sup>16</sup> BMVBS - Bundesministerium für Verkehr, Bau und Stadtentwicklung (2011), Nahversorgung und Nahmobilität : Verkehrsverhalten und Zufriedenheit, [[https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/ministerien/bmvbs/bmvbs-online/2011/DL\\_ON082011.pdf?\\_\\_blob=publicationFile&v=1](https://www.bbsr.bund.de/BBSR/DE/veroeffentlichungen/ministerien/bmvbs/bmvbs-online/2011/DL_ON082011.pdf?__blob=publicationFile&v=1)].
- <sup>17</sup> Bernhardt, K. und M. Schwartz (2014), Filialnetz von Deutschlands Banken lichtet sich, Fokus Volkswirtschaft Nr. 49, KfW Research.
- <sup>18</sup> Bernhardt, K. und M. Schwartz (2015), 25 Jahre freier Bankenmarkt in Ostdeutschland – Deutlicher Rückbau seit Wiedervereinigung, Fokus Volkswirtschaft Nr. 99, KfW Research.
- <sup>19</sup> Zahlreiche ostdeutschen Regionen haben seit der Wiedervereinigung stark mit den demografischen Effekten der Schrumpfung und der Alterung zu kämpfen. Seit 1990 ist die Bevölkerung im Osten Deutschlands (ohne Berlin) um 15 % zurückgegangen (Quelle: Statistisches Bundesamt).