

# Immer weniger Mittelständler suchen eine Bankfiliale auf, der Rückgang verlangsamt sich jedoch

Nr. 548, 20. Mai 2026

Autor: Dr. Michael Schwartz, Telefon 069 7431-8695, [michael.schwartz@kfw.de](mailto:michael.schwartz@kfw.de)

Die anhaltenden Veränderungsprozesse in der Bankenlandschaft Deutschlands spiegeln sich in einem erneuten Rückgang von Filialbesuchen mittelständischer Unternehmen wider. Im Jahr 2024 haben erstmals weniger als die Hälfte aller kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) mindestens einen Geschäftstermin in einer Bank- oder Sparkassenfiliale wahrgenommen. Parallel nahm die Besuchsfrequenz ab. Dabei waren die Interaktionen der Unternehmen noch etwas stärker auf ihre Hausbanken konzentriert als zuvor.

Unter dem Strich steht ein nochmaliger Schwund an Filialbesuchen mittelständischer Unternehmen. Insgesamt ergibt sich eine ungefähre Gesamtzahl von circa 5,7 Mio. Geschäftsterminen von Mittelständlern mit Kreditinstituten im Jahr 2024 – und damit rund 700.000 weniger als noch vor drei Jahren bzw. fast vier Millionen weniger als noch 2017. Allerdings hat sich die negative Dynamik zuletzt merklich verlangsamt.

Seit der Jahrtausendwende wurden über 69 % aller vormals existierenden Bankfilialen in Deutschland geschlossen. Hoher Kostendruck sowie das weitere Voranschreiten digitaler Vertriebsprozesse sind nach wie vor die Haupttreiber. Auch in Bankenmärkten anderer europäischer Staaten vollziehen sich die in Deutschland sichtbaren Veränderungen in ähnlichem Ausmaß. Gemessen an der Einwohnerzahl befand sich die Filialdichte in Deutschland Ende 2024 im Mittelfeld, allerdings bereits mit einigem Abstand nach oben zum EU-Durchschnitt. Gemessen an der Fläche belegt Deutschlands Filialdichte nach wie vor einen Spitzenplatz in Europa.

Aller Rückbauprozesse zum Trotz ist die Erreichbarkeit noch immer sehr gut. Der Filialrückbau schlägt sich nur geringfügig nieder. Im Jahr 2024 benötigten die KMU im Durchschnitt knapp unter 17 Minuten bis zur nächsten Filiale ihrer jeweiligen Hausbank – und damit rund eine Minute länger als vor drei Jahren. Die Spannweite ist allerdings deutlich – je nach Bundesland liegt die Reisedauer zwischen 13 und fast 23 Minuten.

Geht es um die Finanzierung ihrer Investitionen setzen die 3,87 Millionen mittelständischen Unternehmen in Deutschland traditionell stark auf Kredite von Banken und Sparkassen. Rund jeder dritte Euro, der jährlich im Mittelstand für Investitionsprojekte aufgewendet wird, wird über Kredite finanziert. Im Jahr 2024 nahmen kleine und mittlere Unternehmen (KMU) insgesamt 81 Mrd. EUR bei Sparkassen und Banken zur Finanzierung ihrer Investitionen auf. Rund 615.000 Unternehmen haben

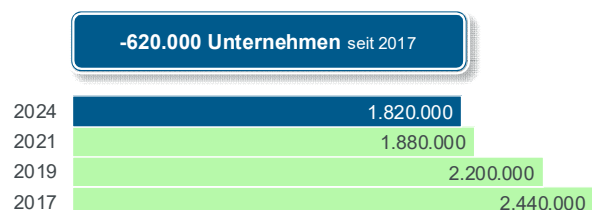
Bankkredite zur Investitionsfinanzierung aufgenommen, mit einem mittleren Volumen von 131.000 EUR.<sup>1</sup>

Ein funktionsfähiger Zugang zur Bankfinanzierungen bzw. Abwicklung von Bankdienstleistungen spielt daher nach wie vor eine wichtige Rolle für die Unternehmen. Dem gegenüber steht der sich weiterhin rasch vollziehende Wandel der Bankenlandschaft Deutschlands und die damit einhergehenden Veränderungen der Interaktionen. Nicht nur werden die Filialstandorte kontinuierlich weniger, auch die Filialnutzung des Mittelstands hat sukzessive nachgelassen. KfW Research begleitet diese Veränderungsprozesse kontinuierlich<sup>2</sup> und legt in regelmäßigen Abständen repräsentative Daten zu den Bankverbindungen der Mittelständler in Deutschland vor. Diese aktuelle Sonderauswertung des KfW-Mittelstandspanels führt das Monitoring fort.

## Erstmals weniger als die Hälfte der Unternehmen mit einem Filialbesuch, aber Dynamik verlangsamt sich

Rund 1,82 Millionen mittelständische Unternehmen haben im Jahr 2024 zu mindestens einem Anlass einen Geschäftstermin in einer Bank- oder Sparkassenfiliale wahrgenommen (Grafik 1). 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.

## Grafik 1: Anzahl der mittelständischen Unternehmen mit mindestens einem Geschäftstermin in einer Bank- oder Sparkassenfiliale



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

In absoluten Unternehmenszahlen bedeutet dies, dass im Jahr 2024 rund 60.000 Unternehmen weniger eine Filiale besucht haben, als dies noch im Jahr 2021 der Fall war. Zum Bezugspunkt des Jahres 2017 summiert sich der Rückgang im Aggregat auf 620.000 Unternehmen. Damals suchten 2,44 Mio. Mittelständler eine Filiale auf.

Damit hatten mit 47 % erstmals weniger als die Hälfte aller mittelständischen Unternehmen in Deutschland binnen Jahresfrist einen Filialtermin (Grafik 2). Die Neigung, Bankdienstleistungen in einer Filiale wahrzunehmen, hat damit im Jahr 2024 gegenüber dem Jahr 2021 um drei Prozentpunkte nachgelassen. Seit dem Jahr 2017 ist damit die Häufigkeit, mit der mittelständische Unternehmen eine Bankfiliale aufsuchen, kumuliert um 18 Prozentpunkte zurückgegangen.

**Grafik 2: Mittelständische Unternehmen mit mindestens einem Geschäftstermin in einer Bank- oder Sparkassenfiliale**

Anteil an allen mittelständischen Unternehmen



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

Im Vergleich zur letzten Erhebung fällt trotz eines erneuten Rückgangs auf, dass das Ausmaß ebendessen nachgelassen hat. Während in den Zeiträumen 2017–2019 sowie 2019–2021 jeweils mindestens sieben Prozentpunkte Verminderung zu verzeichnen waren, ging der Anteil der Unternehmen mit Filialbesuchen zuletzt „nur“ noch um drei Prozentpunkte zurück. Und das innerhalb eines Drei- statt wie zuvor innerhalb eines Zweijahreszeitraumes. Die Dynamik scheint sich demnach zu verlangsamen.

**Frequenz vermindert sich gleichfalls: Unternehmen treten den Gang in eine Filiale auch weniger häufig im Jahr an**

Nicht nur die Zahl der Unternehmen, die innerhalb eines Jahres eine Filiale aufgesucht haben, hat zwischen 2021 und 2024 abgenommen (Grafik 3). Gleichsam sank wiederholt die Häufigkeit der Besuche dieser Unternehmen: Die Anzahl durchschnittlicher Filialbesuche belief sich im Jahr 2024 im Mittelstand auf 3,15 – sofern ein Unternehmen generell Geschäftstermine im Jahr 2024 wahrgenommen hat. Mit anderen Worten: Über das Jahr verteilt wird jedes dieser Unternehmen durchschnittlich rund alle vier Monate in einer Filiale vorgestellt. Die Frequenz hat damit wiederholt abgenommen.

**Unter dem Strich nochmaliger Schwund an Filialbesuchen mittelständischer Unternehmen**

Eine gesunkene Anzahl an Unternehmen mit Filialbesuchen kombiniert mit einer ebenfalls gesunkenen unterjährigen Frequenz führt im Aggregat zu einem erneuten Schwund der Gesamtzahl an Filialbesuchen mittelständischer Unternehmen. Gemessen an den oben genannten Werten des Jahres 2024 resultiert eine ungefähre Gesamtzahl von circa 5,7 Mio. Geschäftsterminen von Mittelständlern mit Kreditinstituten im Jahr 2024 – und damit rund 700.000 weniger als noch vor drei Jahren bzw. fast vier Millionen weniger als noch 2017 (Grafik 4).

**Grafik 3: Durchschnittliche Anzahl der Filialbesuche pro Jahr und Unternehmen**

Durchschnittswerte je Jahr für den gesamten Mittelstand; Nur Unternehmen mit mindestens einem wahrgenommenen Geschäftstermin im jeweiligen Jahr

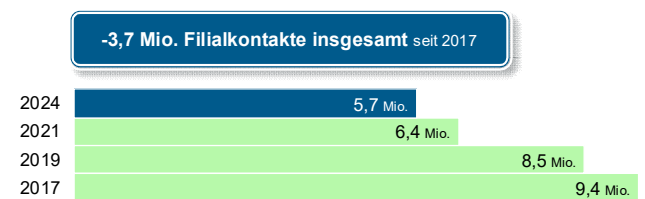


Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

Somit lässt sich erneut ein Schwund an Filialbesuchen mittelständischer Unternehmen konstatieren. Gemessen an dem Vergleichszeitraum von drei Jahren (2024 vs. 2021) hat sich die Stärke der Entwicklung jedoch merklich abgeschwächt. Zu Buche steht ein Minus, das aber weitaus geringer ausfällt als zur letztmaligen Erhebung.

Wie zuletzt auch gilt dabei: Der Rückgang der Filialbesuche wie auch die Frequenzminderung im Jahr 2024 gegenüber den vorherigen Betrachtungszeitpunkten findet sich in der gesamten Breite der mittelständischen Unternehmenslandschaft. Generell lassen sich nur marginale Unterschiede zwischen verschiedenen Branchen und Größenklassen finden. Lediglich zwischen sehr kleinen Unternehmen und großen Mittelständlern sind die Unterschiede nennenswert. Während Kleinstunternehmen (mit weniger als fünf Beschäftigten) durchschnittlich 2,9-Mal eine Filiale aufsuchen, haben große Mittelständler (100 und mehr Beschäftigte) durchschnittlich zwei Geschäftstermine mehr vor Ort in einer Filiale (Mittelwert: 4,8). Dies dürfte auf ein mit der Unternehmensgröße steigendes Finanzierungsvolumen und höheren Beratungsbedarf zurückgehen.

**Grafik 4: Gesamtzahl der Filialkontakte mittelständischer Unternehmen**



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

**Interaktion noch stärker auf Hausbanken konzentriert**

Auch Hausbanken der mittelständischen Unternehmen blieben in den vergangenen drei Jahren nicht von der grundsätzlichen Entwicklung verminderter Kontakthäufigkeit verschont. Durchschnittlich hatte jeder Mittelständler rund 2,6 Filialkontakte in Räumlichkeiten der jeweiligen Hausbank – sofern ein Unternehmen generell Filialtermine wahrgenommen hat. Auch diese Frequenz hat im Zeitverlauf abgenommen. Im Jahr 2017 standen noch durchschnittlich 3,6 Filialbesuche bei der Hausbank zu Buche.

Dennoch ist die relative Bedeutung der Hausbank leicht gewachsen. Die Interaktion der Unternehmen ist noch etwas stärker auf ihre primären Kreditinstitute konzentriert als zuvor. Im Jahr 2024 fanden durchschnittlich über 94 % aller Filialkontakte bei den jeweiligen Hausbanken statt. Das ist ein nochmaliger Zuwachs gegenüber bereits hohen 93 % bzw. 92 % der Jahre 2021 und 2017. Das „Hausbankprinzip“ im Mittelstand ist demnach stark verankert. Über 83 % aller KMU hatten im Jahr 2024 ausschließlich Filialkontakte mit der Hausbank. Über etwaige, darüberhinausgehende digitale Kontakte der Unternehmen mit anderen Kreditinstituten lassen sich allerdings keine Aussagen treffen.

### **Langjährige, enge persönliche Beziehungen mit Vorteilen**

Die Ergebnisse machen deutlich, dass die mittelständischen Unternehmen in Finanzierungsfragen sehr auf die Hausbankbeziehung vertrauen. Was sich unter anderem in einem durchschnittlichen Anteil der Hausbank von 80 % an der Kreditaufnahme eines Unternehmens ausdrückt – und über die Hälfte der KMU setzt ausschließlich auf die Hausbank in der Fremdkapitalaufnahme.<sup>3</sup> Die Ursache der Hausbank-Relevanz liegt im hohen Stellenwert persönlicher Interaktion in der Abwicklung komplexerer Bankdienstleistungen bzw. den damit verbundenen Informationsvorteilen für beide Parteien. Speziell bei komplexeren Bankdienstleistungen kommen diese zum Tragen (beispielsweise Finanzierung von Innovationsvorhaben, Internationalisierungsprojekten, Unternehmensnachfolgen).

Gewachsene Beziehungen zwischen Unternehmen und Kreditinstitut helfen, grundsätzliche Informationsasymmetrien zu reduzieren. So ist es insbesondere bei Kreditverhandlungen für Kapitalgeber mitunter schwierig, die Erfolgchancen der zu finanzierenden Projekte einzuschätzen. Das Resultat können Risikoaufschläge beim Zins sein, erhöhte Anforderungen an Sicherheiten oder ganz allgemein ein geringeres oder teureres Kapitalangebot.

Persönliche Kontakte, bestenfalls mit erhöhtem Vertrauen zwischen Unternehmen und Kapitalgeber durch wiederholte Transaktionen, haben das Potenzial, die genannten Defizite zu reduzieren. Dazu tragen auch weiche Informationen bei, die ebenso leichter „fließen“. Diese werden in Risikobewertungen von Finanzierungsanlässen einbezogen, finden sich aber gerade nicht im Zahlenwerk eines Unternehmens. Beispiele hierfür sind die Managementqualitäten, Verlässlichkeit oder Lebenssituation der Inhaber, langfristige strategische Ziele oder Risikoprofil der Unternehmerinnen und Unternehmer.

Die genannten Mechanismen vermögen die große Stabilität der Hausbank-Verbindungen vieler Mittelständler zu erklären. Nicht ohne Grund beträgt die durchschnittliche Dauer einer Geschäftsbeziehung mit der Hausbank über 20 Jahre.<sup>4</sup> Aber auch

generell wird dadurch die grundsätzliche – wenn auch zurückgehende – nach wie vor hohe Bedeutung persönlicher Kontakte in der Kommunikation mit Banken unterstrichen. Gerade kleinere Unternehmen, die zugleich oft lokal verankert sind, sind auf Fachwissen, Erfahrungen sowie persönliche Erreichbarkeit ihrer Finanzierungspartner vor Ort angewiesen, vor allem bei beratungsintensiven Finanzierungsanlässen.

### **Gründe nachlassender Interaktion in Filialen vor Ort sind vielschichtig und betreffen sowohl Nachfrage als auch Angebot**

Einen einzigen, entscheidenden Treiber für die sinkende Zahl an Filialbesuchen mittelständischer Unternehmen gibt es nicht. Vielmehr ist die Entwicklung Ausdruck mehrerer, sich teilweise wechselseitig beeinflussender Faktoren. Grundsätzlich schreitet der Wandel der Kommunikationsmuster zwischen Unternehmen (oder Kunden generell) und Kreditinstituten ungebremst voran. Die persönliche Interaktion geht zurück und die Nutzung digitaler Kommunikationswege nimmt sukzessive zu.<sup>5</sup> Kreditinstitute digitalisieren ihre Geschäftsprozesse an der Schnittstelle zu den Kunden, die wiederum zunehmend digitale Angebote einfordern. Vieles deutet auch darauf hin, dass die Corona-Krise der Nutzung digitaler Angebote bzw. der digitalen Abwicklung von Bankgeschäften Auftrieb gegeben hat. Die Digitalisierung von Finanzdienstleistungen ist allerdings nur ein Punkt, wenn auch ein strukturell bedeutender. Daneben hat schlicht die Nachfrage nach Bankdienstleistungen im Mittelstand nachgelassen. Zugleich nimmt die Zahl der Anlaufstellen weiter ab. Beide Punkte werden nachfolgend besprochen.

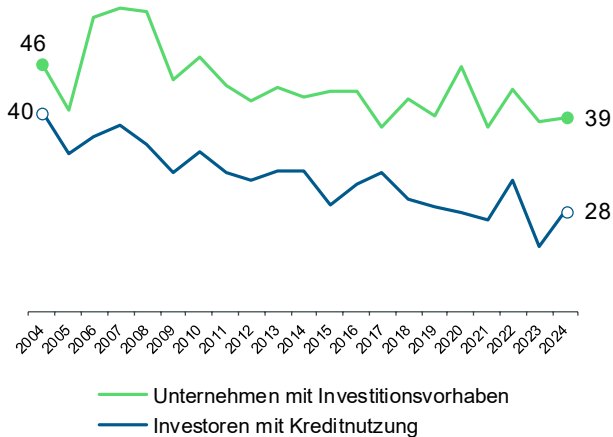
### **Gedämpfte Investitionstätigkeit und sinkendes Interesse an Kreditfinanzierungen vermindern die Notwendigkeit von Filialbesuchen**

Obgleich Kredite von Banken und Sparkassen für den Mittelstand die wichtigste externe Finanzierungsquelle ihrer Investitionstätigkeit sind – die grundsätzliche Neigung, Bankkredite zur Finanzierung von Investitionen in Betracht zu ziehen, hat sich in den vergangenen zwanzig Jahren sukzessive abgeschwächt (Grafik 5).

Allein die bereits seit langem verhaltene Investitionsbereitschaft der Unternehmen reduziert den externen Fremdfinanzierungsbedarf. Die Bereitschaft der KMU, überhaupt Investitionen anzugehen, stagniert schon länger auf eher niedrigem Niveau. Zuletzt lag der Anteil der Unternehmen mit Investitionsprojekten bei gerade einmal 39 % (Grafik 5). In der jüngeren Vergangenheit hält vor allem ein Dreiklang von Hemmnissen die Unternehmen von Investitionen ab: die gesamtwirtschaftliche Entwicklung Deutschlands, das Preisniveau für Material, Energie und Löhne sowie gesetzliche Vorgaben.<sup>6</sup> Gekoppelt an diese, vorsichtig formuliert, Seitwärtsbewegung der Investitionsneigung ist eine gedämpfte Kreditnachfrage.

**Grafik 5: Investitionstätigkeit und Nutzung von Kreditfinanzierung im Mittelstand**

Anteile jeweils in Prozent; Kreditnutzung = tatsächliche Einbindung von Bankkrediten in die Investitionsfinanzierung



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

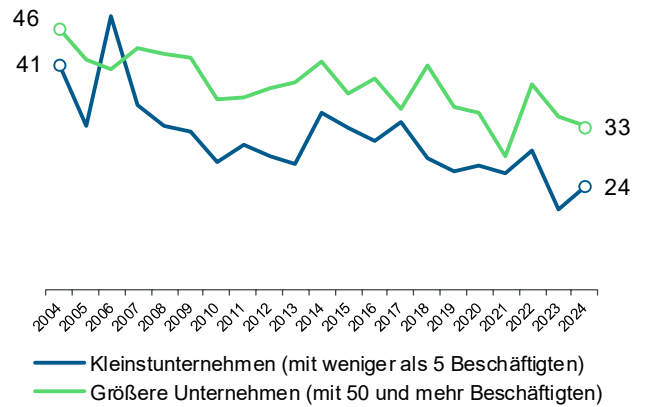
Verstärkend kommt eine zweite Entwicklung zum Tragen: Immer mehr Unternehmen verzichten auf eine Bankfinanzierung.<sup>7</sup> Der Anteil investierender Mittelständler, die zur Finanzierung ihrer Investitionen Bankkredite eingesetzt haben, hat sich in den letzten zwei Dekaden sichtbar reduziert. Von 40 % im Jahr 2004 auf 28 % im Jahr 2024. Dieser rückläufige Trend zeigt sich in allen Größensegmenten des Mittelstands. Dabei sind die Ursachen dieses Rückgangs eher auf einen (Kredit-) Nachfrageschwund zurückzuführen als auf Restriktionen beim Kreditangebot. Immer weniger KMU waren in den vergangenen zwanzig Jahren überhaupt geneigt Kreditverhandlungen zu führen (Grafik 6, exemplarisch für die beiden Enden der Größenverteilung dargestellt) – und das trotz eines über weite Teile günstigen Finanzierungsklimas.

Die Gründe der gestiegenen Zurückhaltung bei der Kreditfinanzierung sind vielfältig und umfassen u.a.: (1) den Wunsch nach Stärkung der Bonität und (finanzieller) Unabhängigkeit des Unternehmens und somit Vermeidung von Schulden, (2) eine verbesserte Innenfinanzierungskraft der Unternehmen und dadurch verstärkte Nutzung von Eigenmitteln, (3) gestiegene Hürden bei der Kreditaufnahme durch regulatorische Veränderungen Anfang der 2000er Jahre (d.h. gestiegene Anforderungen an Offenlegung und Sicherheiten), (4) eine zunehmende Alterung der Unternehmensinhaber sowie am aktuellen Rand (5) deutlich gestiegene Finanzierungskosten und konjunkturelle Unsicherheit.<sup>8</sup>

Auch zu Jahresbeginn 2026 zeigt sich eine weiterhin hohe Ablehnung der Unternehmen im Mittelstand gegenüber einer Bankfinanzierung. Noch nie zogen so wenige Unternehmen grundsätzlich eine Kreditfinanzierung ihrer Investitionen in Betracht.<sup>9</sup> Aus Sicht der Unternehmen dominierte dabei zuletzt vor allem der Wunsch, sich nicht zu verschulden, bzw. es zeigt sich eine grundsätzliche Skepsis der Unternehmen gegenüber einer Fremdfinanzierung (Grafik 7). Die Unternehmenssicht ist aber nur eine Seite der Medaille, um zu verstehen, weshalb sich die persönliche Interaktion mit Kreditinstituten vermindert. Hinzu kommen signifikante, bereits länger andauernde Strukturveränderungen nationaler Bankenmärkte.

**Grafik 6: Mittelständische Unternehmen in Verhandlungen mit Banken und Sparkassen über Investitionskredite**

Anteil jeweils an Unternehmen mit durchgeführten oder geplanten Investitionen in Prozent



Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

**Immer weniger Anlaufstellen für Unternehmen, Rückgang von 69 % seit 1999**

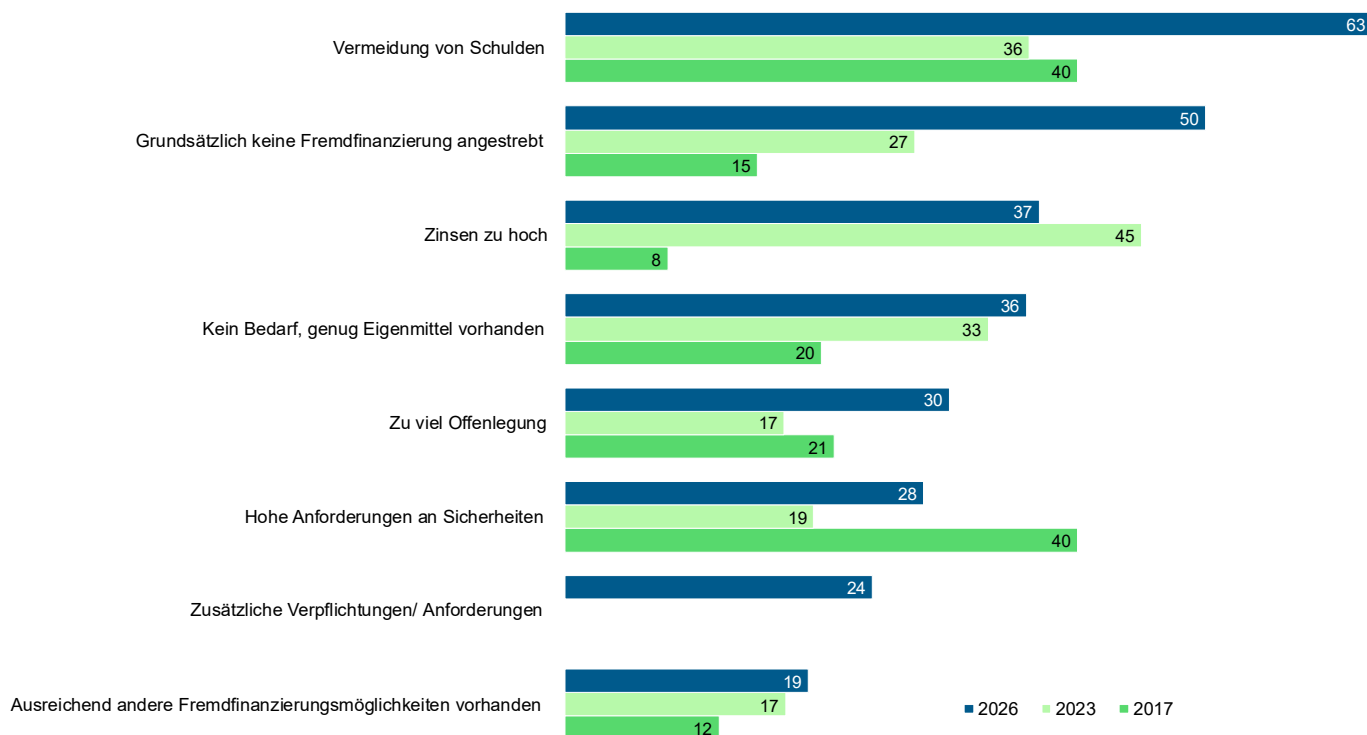
Bereits seit geraumer Zeit dünnen die Filialnetze der Kreditinstitute in Deutschland aus. Die Zahl der Anlaufstellen für Unternehmen sinkt damit kontinuierlich. Im Jahr 2024 lag die Gesamtzahl der Kreditinstitute in Deutschland bei 1.368 – und damit fast 150 Institute weniger als noch vor drei Jahren.<sup>10</sup> Die Folgen dieser Ausdünnung sind in den Filialnetzen sichtbar: Seit der Jahrtausendwende wurden über 69 % aller vormals existierenden Zweigstellen in Deutschland geschlossen – dies umfasst gemäß Definition der Deutschen Bundesbank „klassische“ Filialen sowie Außenstellen mit Selbstbedienungsterminals und zusätzlicher persönlicher Beratungsmöglichkeit. Allein im Jahr 2024 verlor Deutschlands Bankenlandschaft 1.600 Zweigstellen – ein Minus von 8 % allein in einem Jahr. Hoher Kostendruck sowie das weitere Voranschreiten digitaler Vertriebsprozesse sind nach wie vor die Haupttreiber. Ein Prozess mit dem Deutschland beileibe nicht allein dasteht.

**Bankenmärkte verändern sich nicht nur in Deutschland**

Auch in den Bankenmärkten anderer europäischer Staaten vollziehen sich die in Deutschland sichtbaren Veränderungen in ähnlichem Ausmaß (Grafik 8). Deutschland steht mit seinem Filialrückbau also nicht allein da. Viele nationale Bankenmärkte haben sich in der Vergangenheit einem strukturellen Wandel unterzogen: „Spitzenreiter“ beim Abbau im Zeitraum zwischen 2013 und 2024 ist Ungarn mit einem Rückbau von 57 % der Bankfilialen seit dem Jahr 2013, dicht gefolgt von Belgien und Griechenland (jeweils -56 %) sowie den Niederlanden (-55 %). Knapp dahinter mit einem Abbau von -51 % folgt Deutschland. Deutlich weniger Ausdünnung haben dagegen Frankreich (-13 %) und Irland (-12 %) erfahren.

### Grafik 7: Was spricht gegenwärtig gegen eine Bankfinanzierung?

Unternehmensanteile in Prozent; bezogen auf Investitionsfinanzierung; Mehrfachnennung möglich



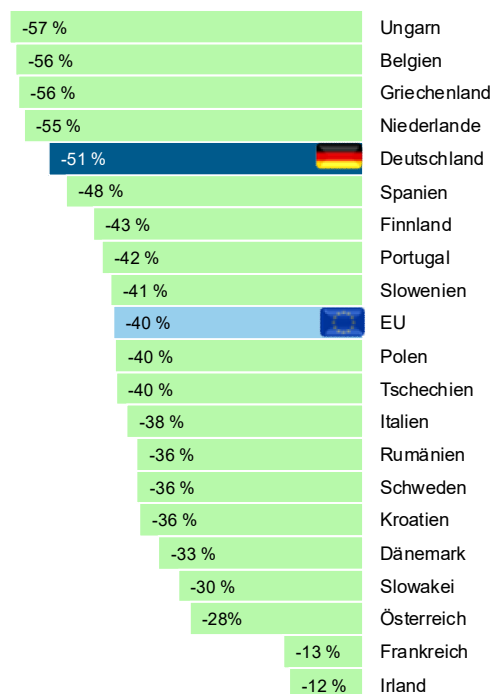
Anmerkungen: Unternehmen mit einbezogen, die zum Befragungszeitpunkt auf eine Kreditfinanzierung verzichten würden. Weitere Items aufgrund sehr geringer Nennungshäufigkeiten in der Abbildung nicht aufgeführt: „Frühere Kreditanträge wurden abgelehnt“, „Generelle Ablehnung von Bankfinanzierung“, „Geringe Erfolgsaussichten“, „Kein Vertrauen in Banken“, „Zu lange Bearbeitungs- und Entscheidungszeit“ und „Schwache Unternehmenskennzahlen“.

Quelle: Sonderbefragungen zum KfW-Mittelstandspanel vom September 2017, September 2023 und Januar 2026.

Gemessen an der Einwohnerzahl – ein Maß für die Erreichbarkeit bzw. Versorgungsqualität – befand sich die Filialdichte in Deutschland Ende 2024 im Mittelfeld (Grafik 9, links), allerdings bereits mit einigem Abstand zum EU-Durchschnitt und zu den Spitzenpositionen. Diese führt nach wie vor Frankreich deutlich an. Hier existierten Ende 2024 rund 15.000 Bankfilialen mehr als in Deutschland – bei rund 15 Mio. weniger Einwohnern. An den vorderen Plätzen hat sich bei Betrachtung der Filialzahl nach Einwohnerzahl in den letzten zehn Jahren grundsätzlich nicht viel getan. Der Abstand Deutschlands jedoch ist gestiegen.

Gemessen an der Fläche belegt Deutschlands Filialdichte nach wie vor einen Spitzenplatz in Europa (Grafik 9, rechts). Im Durchschnitt rund 50 Bankfilialen gibt es hier zu Lande auf 1.000 km<sup>2</sup> (2019: 74/ 2021: 61). Nur Italien, Belgien sowie Frankreich können noch mehr aufweisen.

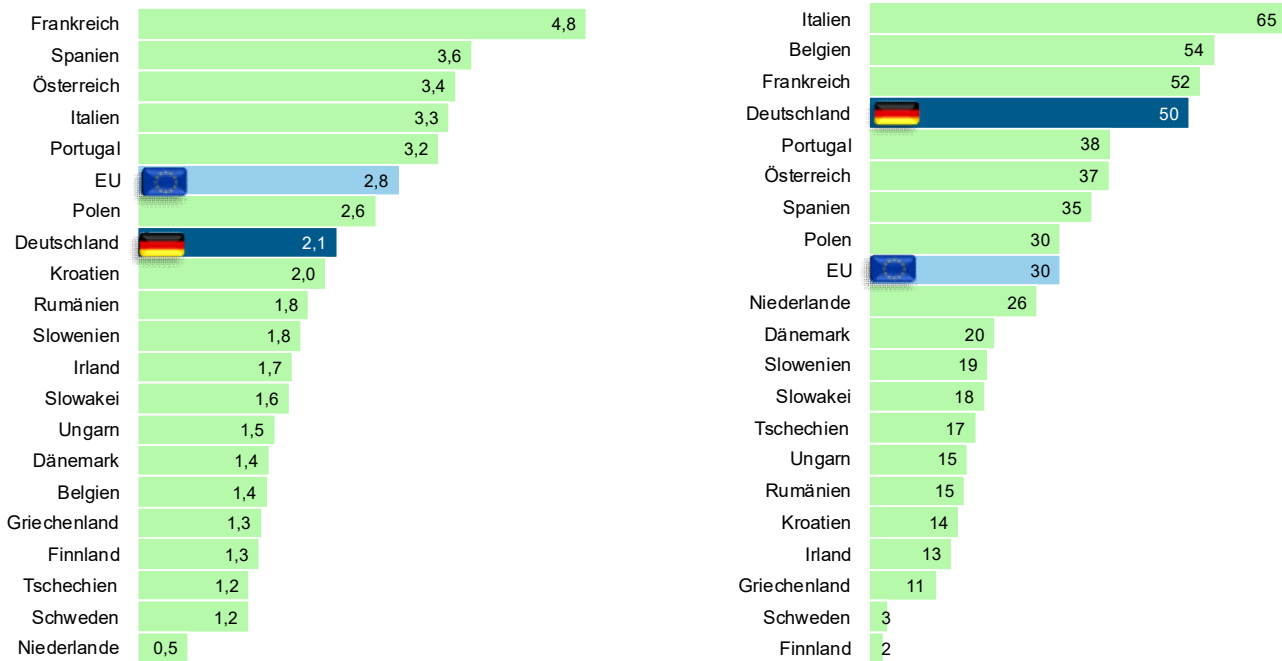
### Grafik 8: Entwicklung der Anzahl der Bankfilialen ausgewählter EU-Länder zwischen 2013 und 2024



Quelle: Eurostat.

**Grafik 9: Dichte von Bankfilialen ausgewählter EU-Länder nach Einwohnerzahl und Fläche im Jahr 2024**

Links: Bankfilialen je 10.000 Einwohnern; rechts: Bankfilialen je 1.000 km²



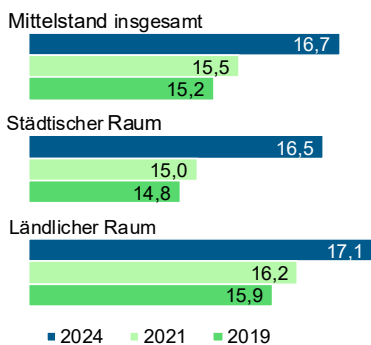
Quelle: Eurostat.

**Filialrückbau schlägt sich langsam nieder, aber Erreichbarkeit in der Gesamtsicht noch immer sehr gut**

Das – aller Rückbauprozesse zum Trotz – damit noch immer ausgeprägte Netz vor allem regional orientierter Kreditinstitute scheint sich für den Mittelstand auszuhalten. Im Jahr 2024 benötigten die mittelständischen Unternehmen im Durchschnitt knapp unter 17 Minuten bis zur nächsten Filiale ihrer jeweiligen Hausbank (gemessen ab der Unternehmensadresse) (Grafik 10).

**Grafik 10: Erreichbarkeit der nächstgelegenen Filiale der jeweiligen Hausbank**

Schnellstmögliche Verbindung in Minuten ausgehend von der Geschäftsadresse des Unternehmens



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

Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

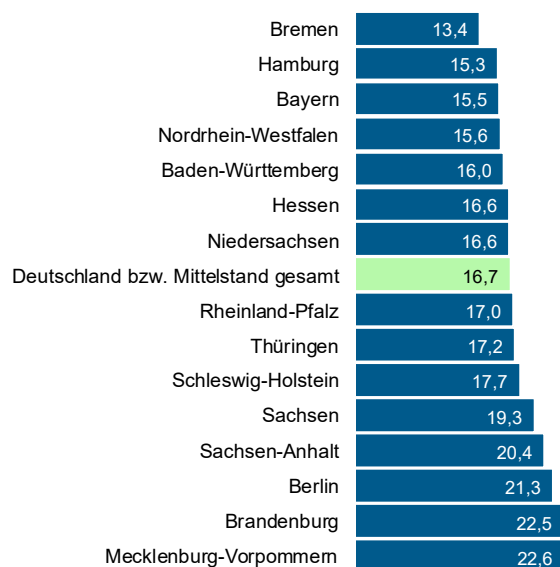
Damit hat der Aufwand, gemessen in Reisedauer, eine Filiale aufzusuchen, in jüngster Vergangenheit etwas zugenommen. Das deutet durchaus darauf hin, dass sich der anhaltende Filialrückbau langsam auf die Erreichbarkeit auswirkt. Allerdings sind die Veränderungen sehr moderat. Wie bereits in den Jahren 2021 sowie 2019 erreicht jedes zweite mittelständische Unternehmen die nächstgelegenen Räumlichkeiten der Hausbank in maximal zehn Minuten (Median), jedes vierte Unternehmen sogar in maximal fünf Minuten. Lediglich am oberen Ende der Verteilung hat es kleinere Verschiebungen gegeben. Weniger technisch ausgedrückt: Es gibt einen steigenden, aber noch immer überschaubaren Anteil an Unternehmen, die sehr lange Wege in Kauf nehmen müssen.

**„Vorsprung“ urbaner Räume wird kleiner**

Etwas stärker „gelitten“ haben Unternehmen, die im städtischen Raum ansässig sind. Mittelständler in urbanen Regionen benötigten durchschnittlich 16,5 Minuten bis zur nächsten Filiale ihrer Hausbank, und damit rund 1,5 Minuten länger als noch 2021. KMU in ländlichen Regionen benötigten mit 17,1 Minuten im Mittel nur unwesentlich länger. Der Zuwachs gegenüber dem Jahr 2021 ist hier geringer ausgefallen. Anders ausgedrückt: KMU in eher ländlichen Regionen sind nicht abgehängt und auch weiterhin gut an ihre regionalen Bankenmärkte angebunden. Das ist äußerst positiv zu werten, waren doch ländliche Regionen in den vergangenen Jahren stärker von einer Ausdünnung der Filialnetze betroffen als urbane Räume.<sup>11</sup> Diese Entwicklung scheint sich bisher noch nicht gravierend auf die zeitliche Distanz der Unternehmen zu ihrer nächsten Hausbankfiliale ausgewirkt zu haben

### Grafik 11: Dauer bis zur nächstgelegenen Filiale der Hausbank nach Bundesland-Sitz der mittelständischen Unternehmen

Schnellstmögliche Verbindung in Minuten ausgehend von der Geschäftsadresse des Unternehmens



Anmerkung: Saarland aufgrund zu geringer Datenbelastbarkeit nicht aufgeführt.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel.

Um einen Geschäftstermin persönlich vor Ort in einer Hausbankfiliale wahrzunehmen, müssen Unternehmen je nach Bundesland sehr unterschiedliche Dauern in Kauf nehmen (Grafik 11). Die Spannweite der Erreichbarkeit ist zwischen den Bundesländern weiterhin erheblich. Am schnellsten erreichen KMU aus den beiden norddeutschen Stadtstaaten eine Hausbankfiliale. Durchschnittlich am längsten Zeit bis zur nächstgelegenen Hausbankfiliale müssen Unternehmen aus ostdeutschen Ländern in Kauf nehmen. Die Ursache hierfür liegt in der niedrigen Bankfilialdichte im Großteil der ostdeutschen Regionen. Bereits zur Wiedervereinigung lag diese deutlich niedriger.

Zudem zeichnen sich viele westdeutsche Regionen auch durch einen höheren Verstädterungsgrad aus. In Ostdeutschland gibt es dagegen mehr ländlich geprägte Regionen. Neben historischen Gegebenheiten und Verstädterungsgrad spielt auch die demografische Entwicklung (und damit die Entscheidungsgrundlage für die Filialnetzplanung) eine wesentliche Rolle.

#### Datenbasis: Das KfW-Mittelstandspanel

Den Auswertungen liegt das KfW-Mittelstandspanel als zentrale Datenquelle zugrunde. 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. Durch die **Repräsentativität** für sämtliche mittelständische Unternehmen aller Größenklassen und Branchen in Deutschland bietet das KfW-Mittelstandspanel die Möglichkeit, Hochrechnungen auch für Kleinunternehmen mit weniger als fünf Beschäftigten durchzuführen. Das KfW-Mittelstandspanel steht auch Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern im Rahmen von Forschungsoperationen zur Verfügung.<sup>12</sup>

Durchgeführt wird die Befragung von der GfK GmbH, im Auftrag der KfW Bankengruppe. Wissenschaftlich beraten wurde das Projekt vom Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW) in Mannheim. Der Befragungszeitraum der Hauptbefragung der 23. Welle des KfW-Mittelstandspanels lief vom 10.02.2025 bis zum 20.06.2025. In der 23. Welle haben sich **13.079 mittelständische Unternehmen** beteiligt.

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

<sup>1</sup> Zur aktuellen Ausgabe siehe Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2025), KfW-Mittelstandspanel 2025: Stetiger Kurs, aber Gegenwind voraus: Mittelstand stabil im Rezessionsjahr, Handelskonflikte am Horizont, KfW Research, Frankfurt am Main. Generell zum KfW-Mittelstandspanel: <https://www.kfw.de/%C3%9Cber-die-KfW/KfW-Research/KfW-Mittelstandspanel.html>.

<sup>2</sup> Siehe hierzu Schwartz, M. (2023), Nutzung digitaler Angebote steigt – trotz guter Erreichbarkeit sucht nur noch jedes zweite Unternehmen Bankfilialen auf, Fokus Volkswirtschaft Nr. 425, KfW Research. – Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2021), Mittelstand fährt Besuche in Bankfilialen zurück – die Corona-Pandemie dürfte digitalen Kommunikationskanälen Auftrieb geben, Fokus Volkswirtschaft Nr. 313, KfW Research. – Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2019), Mittelstand mit großer Treue zur Hausbank, Fokus Volkswirtschaft Nr. 243, KfW Research. – 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. – 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.

<sup>3</sup> Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2019), Mittelstand mit großer Treue zur Hausbank, Fokus Volkswirtschaft Nr. 243, KfW Research.

<sup>4</sup> Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2019), Mittelstand mit großer Treue zur Hausbank, Fokus Volkswirtschaft Nr. 243, KfW Research.

<sup>5</sup> Schwartz, M. und J. Gerstenberger (2021), Mittelstand fährt Besuche in Bankfilialen zurück – die Corona-Pandemie dürfte digitalen Kommunikationskanälen Auftrieb geben, Fokus Volkswirtschaft Nr. 313, KfW Research.

<sup>6</sup> Schwartz, M. (2026), Impulse für Investitionen im Mittelstand gesucht, Volkswirtschaft Kompakt Nr. 258, KfW Research.

<sup>7</sup> Gerstenberger, J. und M. Schwartz (2025), Schleichender Rückzug? Immer mehr Unternehmen im Mittelstand verzichten auf Bankkredite zur Investitionsfinanzierung, Fokus Volkswirtschaft Nr. 488, KfW Research.

<sup>8</sup> Gerstenberger, J. und M. Schwartz (2025), Schleichender Rückzug? Immer mehr Unternehmen im Mittelstand verzichten auf Bankkredite zur Investitionsfinanzierung, Fokus Volkswirtschaft Nr. 488, KfW Research. – Gerstenberger, J. (2026), Bereitschaft Bankkredite zu nutzen, sinkt weiter – kleine KMU besonders zurückhaltend, Fokus Volkswirtschaft Nr. 543, KfW Research.

<sup>9</sup> Gerstenberger, J. (2026), Bereitschaft Bankkredite zu nutzen, sinkt weiter – kleine KMU besonders zurückhaltend, Fokus Volkswirtschaft Nr. 543, KfW Research.

<sup>10</sup> Deutsche Bundesbank (2025), Bankstellenentwicklung im Jahr 2024, Pressemitteilung vom 17.07.2025, [https://www.bundesbank.de/de/presse/pressemitteilungen/bankstellenentwicklung-im-jahr-2024-945292#:~:text=Die%20seit%20vielen%20Jahren%20anhaltende,Vorjahr%2055\)%20auf%201.368%20Institute](https://www.bundesbank.de/de/presse/pressemitteilungen/bankstellenentwicklung-im-jahr-2024-945292#:~:text=Die%20seit%20vielen%20Jahren%20anhaltende,Vorjahr%2055)%20auf%201.368%20Institute)

<sup>11</sup> 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. Vgl. Bernhardt, K. und M. Schwartz (2014), Filialnetz von Deutschlands Banken lichtet sich, Fokus Volkswirtschaft Nr. 49, KfW Research.

<sup>12</sup> <https://www.kfw.de/%C3%9Cber-die-KfW/KfW-Research/%C3%9Cber-KfW-Research/Forschungskooperationen/>