



Entfernung zur lokalen Bankfiliale spielt für die Deutschen eine wichtige Rolle

30. September 2019

Autor
Orçun Kaya
+49(69)910-31732
orcun.kaya@db.com

www.dbresearch.de

Deutsche Bank Research Management
Stefan Schneider

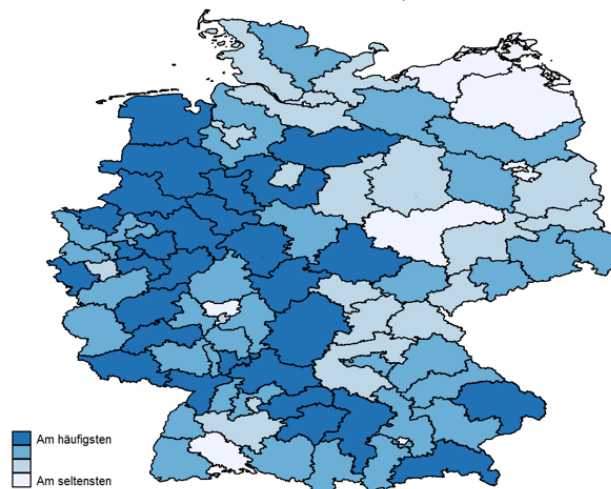


Angesichts der zunehmenden Nutzung von Online- und Mobile-Banking steht die Zukunft der Bankfilialen seit einiger Zeit auf dem Prüfstand. Neben dem allgemeinen Trend können regionale Unterschiede bei der Nachfrage nach Filialdienstleistungen einen wichtigen Einfluss auf das künftige Filialnetz haben. Strukturell weniger Kundenbesuche in bestimmten Regionen könnten den Druck erhöhen, Filialen zu schließen. In Deutschland ist die Zahl der Bankfilialen deutlich gesunken – von ungefähr 40.000 im Jahr 2007 auf etwa 28.000 im Jahr 2018.

Vor diesem Hintergrund lohnt es sich, Kundenbesuche in Filialen und regionale Unterschiede näher zu betrachten. Wir greifen dazu auf einen eigenen Datensatz zurück, der auch den Anteil der Kunden beinhaltet, die ihre lokale Bankfiliale mindestens einmal jährlich besuchen. Wichtig ist, dass wir einen Besuch nur zählen, wenn der Kunde einen Termin vereinbart hat und mit einem Bankmitarbeiter sprechen will. Reine SB-Aktivitäten wie Abhebungen am Geldautomaten werden nicht berücksichtigt. Zur Lokalisierung der Kunden verwenden wir die ersten zwei Ziffern der Postleitzahl. Damit werden die Daten erheblich aggregiert und die Aussagekraft auf der Mikroebene ist begrenzt.

Besuche in Bankfilialen in Deutschland

Filialbesuche mit einem Termin mindestens einmal im Jahr, Kundenanteil in %



Basierend auf einem eigenen Datensatz von 48.281 Kunden. Am häufigsten (seltensten) bezieht sich auf einen Anteil von bis zu 43% (20%).

Quelle: Deutsche Bank Research



Entfernung zur lokalen Bankfiliale spielt für die Deutschen eine wichtige Rolle

Auf den ersten Blick sind deutliche regionale Unterschiede zu erkennen. In Regionen mit geringerer Bevölkerungsdichte ist die Anzahl der Filialbesuche tendenziell niedriger. In Teilen Mecklenburg-Vorpommerns und Brandenburgs beispielsweise, wo die Einwohnerzahl pro km² im deutschlandweiten Vergleich am niedrigsten ist, gibt es im Durchschnitt weniger Filialbesuche (ungefähr 25% der Kunden besuchen eine Filiale). Im Gegensatz dazu liegt die Zahl der Besucher in den dicht besiedelten Bundesländern Nordrhein-Westfalen, Baden-Württemberg oder Hessen deutlich höher (bis zu 40% der Kunden). In den größten Städten wie Berlin, Hamburg, München oder Frankfurt besuchen Kunden interessanterweise seltener eine Filiale. Das könnte darauf hinweisen, dass der positive Zusammenhang zwischen Besuchen und Bevölkerungsdichte nicht linear verläuft. Es scheint ein Muster in Form eines umgekehrten U zu geben: Die Anzahl der Besuche steigt mit höherer Bevölkerungsdichte bis zu einem bestimmten Punkt und sinkt danach in Ballungszentren wieder – vermutlich aufgrund der jüngeren und damit eher technologieaffinen Stadtbevölkerung.

Die Entfernung zur nächsten Filiale könnte ein Grund dafür sein, warum weniger Deutsche in abgelegenen, d.h. dünner besiedelten Gegenden eine Bankfiliale aufsuchen.[1] Dabei kommen zwei Faktoren zusammen: erstens die allgemein niedrigere Bevölkerungsdichte in Ostdeutschland und zweitens eine niedrigere Filialdichte im Verhältnis zur Bevölkerung. Es gibt im Osten nur 30 Filialen pro 100.000 Einwohner; in Westdeutschland sind es 45 (die aktuellsten Zahlen stammen allerdings aus dem Jahr 2013). Das bedeutet, dass die Anzahl der Filialen pro km² im Osten (0,07) deutlich niedriger ist als im Westen (0,2). Folglich müssen Kunden in Ostdeutschland im Durchschnitt 13 km zur nächsten Bankfiliale fahren, während es in Westdeutschland nur 9 km sind. Weniger Filialbesuche wiederum können einen Nebeneffekt verursachen: die stärkere Nutzung von Online-Banking. Und tatsächlich erledigt in Sachsen, Thüringen oder Schleswig-Holstein ein größerer Anteil der Kunden Bankgeschäfte online als in Baden-Württemberg oder Nordrhein-Westfalen.[2] Während eine größere Entfernung also eher dazu beiträgt, dass die Anzahl der Filialbesuche sinkt, dürfte sie gleichzeitig die verstärkte Nutzung von Online-Alternativen in Deutschland befördern. Daraus könnte ein Teufelskreis entstehen: Filialschließungen führen zu weniger Filialbesuchen und diese wiederum zu mehr Filialschließungen.

Vgl. auch: „[Wer geht noch in die Bankfiliale?](#)“

[1] KfW Research (2015), 25 Jahre freier Bankenmarkt in Ostdeutschland – Deutlicher Rückbau seit Wiedervereinigung, Fokus Volkswirtschaft, Nr. 99.

[2] Postbank Studie (2016), Deutsche wollen Online-Banking und Filiale.

Englische Übersetzung vom 30. September 2019: "Distance to local bank branch does matter for Germans"



Entfernung zur lokalen Bankfiliale spielt für die Deutschen eine wichtige Rolle

© Copyright 2019. Deutsche Bank AG, Deutsche Bank Research, 60262 Frankfurt am Main, Deutschland. Alle Rechte vorbehalten. Bei Zitaten wird um Quellenangabe „Deutsche Bank Research“ gebeten.

Die vorstehenden Angaben stellen keine Anlage-, Rechts- oder Steuerberatung dar. Alle Meinungsäußerungen geben die aktuelle Einschätzung des Verfassers wieder, die nicht notwendigerweise der Meinung der Deutsche Bank AG oder ihrer assoziierten Unternehmen entspricht. Alle Meinungen können ohne vorherige Ankündigung geändert werden. Die Meinungen können von Einschätzungen abweichen, die in anderen von der Deutsche Bank veröffentlichten Dokumenten, einschließlich Research-Veröffentlichungen, vertreten werden. Die vorstehenden Angaben werden nur zu Informationszwecken und ohne vertragliche oder sonstige Verpflichtung zur Verfügung gestellt. Für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Angemessenheit der vorstehenden Angaben oder Einschätzungen wird keine Gewähr übernommen.

In Deutschland wird dieser Bericht von Deutsche Bank AG Frankfurt genehmigt und/oder verbreitet, die über eine Erlaubnis zur Erbringung von Bankgeschäften und Finanzdienstleistungen verfügt und unter der Aufsicht der Europäischen Zentralbank (EZB) und der Bundesanstalt für Finanzdienstleistungsaufsicht (BaFin) steht. Im Vereinigten Königreich wird dieser Bericht durch Deutsche Bank AG, Filiale London, Mitglied der London Stock Exchange, genehmigt und/oder verbreitet, die von der UK Prudential Regulation Authority (PRA) zugelassen wurde und der eingeschränkten Aufsicht der Financial Conduct Authority (FCA) (unter der Nummer 150018) sowie der PRA unterliegt. In Hongkong wird dieser Bericht durch Deutsche Bank AG, Hong Kong Branch, in Korea durch Deutsche Securities Korea Co. und in Singapur durch Deutsche Bank AG, Singapore Branch, verbreitet. In Japan wird dieser Bericht durch Deutsche Securities Inc. genehmigt und/oder verbreitet. In Australien sollten Privatkunden eine Kopie der betreffenden Produktinformation (Product Disclosure Statement oder PDS) zu jeglichem in diesem Bericht erwähnten Finanzinstrument beziehen und dieses PDS berücksichtigen, bevor sie eine Anlageentscheidung treffen.