

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **Filialabbau wird sich beschleunigen**

- **Top-Entscheider rechnen mit 29 Prozent weniger Filialen und 20 Prozent weniger Banken bis 2025**
- **Investors Marketing erwartet unverändert 20.000 Filialen im Jahr 2025**
- **Der Umbau der Vertriebswege hat in 78 Prozent der Häuser hohe bis höchste Priorität**

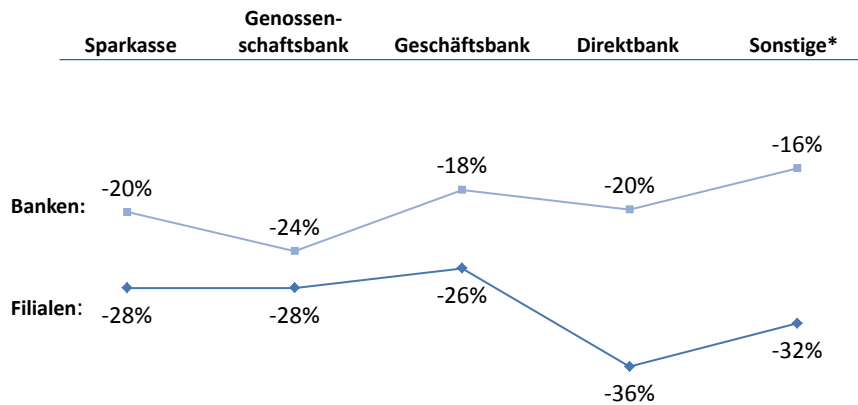
**Frankfurt am Main, 11. Mai 2017. Das Tempo der Filialschließungen bei deutschen Banken und Sparkassen wird sich in den nächsten zehn Jahren noch einmal deutlich beschleunigen. Das ist das Ergebnis einer aktuellen Umfrage der auf den Finanzmarkt spezialisierten Managementberatung Investors Marketing. „Damit bestätigen die Entscheider jetzt, was wir schon länger erwarten, nämlich einen Rückgang der Filialen bis zum Jahr 2025 auf nur noch rund 20.000.“, sagt Oliver Mihm, Vorstandschef von Investors Marketing. „Der Handlungsbedarf war längst klar, aber jetzt wird auch konsequent gehandelt.“**

Grundlage der Prognose von Investors Marketing ist die IM-Trendstudie 2017 von Investors Marketing. Für sie wurden mehr als 100 Führungskräfte von Privatbanken, Sparkassen und Genossenschaftsinstituten befragt. Der Trend ist dabei eindeutig: Alle Befragten gehen unisono von einem Rückgang der Filialen aus. Vor zwei Jahren glaubten im Rahmen der IM-Trendstudie 2015 noch 26 Prozent der Entscheider zumindest an eine stagnierende Zahl von Filialen bis zum Jahr 2020, 7 Prozent sahen sogar ein moderates Wachstum voraus. Dieser vorsichtige Optimismus ist verfliegen. Die befragten Sparkassen und Genossenschaftsbanken erwarten einen Rückgang der Filialen um 28 Prozent, (siehe Grafik), Geschäftsbanken um 26 Prozent und Direktbanken sogar 36 Prozent gegenüber heute.

Einigkeit herrscht auch über die Gründe für den beschleunigten Rückgang. Insbesondere die Regionalbanken müssen massiv Kosten sparen, um die stark rückläufigen Zinsüberschüsse auszugleichen und gleichzeitig die digitalen Kanäle auszubauen. Bei rund 80 Prozent der befragten Häuser, vor allem bei Geschäftsbanken, Sparkassen und Genossenschaftsbanken haben distributionspolitische Maßnahmen, d.h. der Filialumbau und der Ausbau der medialen Kanäle, hohe und höchste Priorität.

## Entscheider erwarten einhellig einen deutlichen Rückgang der Filialen und Banken

Erwartete Entwicklung der Anzahl von Filialen und Banken bis 2025

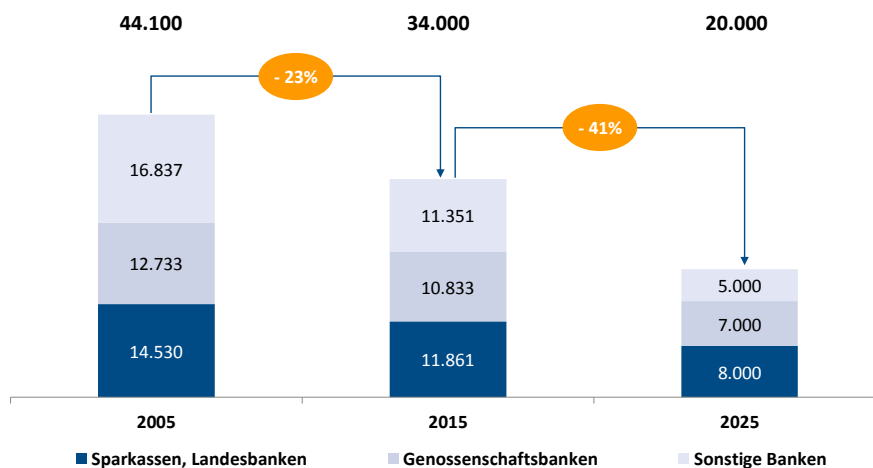


Quelle: IM-Trendstudie 2017 – Banken 2025: Zukunftsszenarien und Strategiealternativen, N=106; \*Sonstige = Versicherungen, Asset Manager, Sonstige

© Investors Marketing AG

„Dabei geht es nicht nur um den Ausbau des Online-Bankings“, sagt Oliver Mihm. „Die Institute müssen ihr Geschäftsmodell grundlegend neu gestalten, um den veränderten Anforderungen der Kunden gerecht zu werden.“

## IM-Filialprognose: Bis 2025 wird die Anzahl der Filialen auf rund 20.000 zurückgehen



Quelle: IM-Trendstudie 2017 – Banken 2025: Zukunftsszenarien und Strategiealternativen  
2005, 2015: Deutsche Bundesbank, Bankstellenstatistik

© Investors Marketing AG

Auch die Zahl der Banken wird in den nächsten Jahren weiter zurückgehen. Die befragten Führungskräfte der Sparkassen gehen davon aus, dass die Zahl der Institute um 20 Prozent bis 2025 fallen wird. Nach vorläufigen Zahlen der Deutschen Bundesbank sank die Zahl der Kreditinstitute im Jahr 2016 von 1.960 auf nur noch 1.888. Dies stellt mit fast vier Prozent den größten Rückgang der

vergangenen Jahre dar. Die beiden großen Verbände rechnen 2017 mit einer steigenden Zahl von Fusionen. Investors Marketing erwartet daher, dass bis 2025 von den derzeit 396 Sparkassen nur noch rund 300 Sparkassen übrigbleiben, von den 972 Genossenschaftsbanken im BVR noch etwa 700 Banken.

### **Über Investors Marketing Management Consultants**

*Investors Marketing ist die erste und einzige Managementberatung für Finanzdienstleister mit einem zu 100% kundenzentrierten Beratungsansatz. Wachstums- und Ertragsstrategien aber auch Kosten- und Effizienzstrategien entwickelt Investors Marketing immer aus Sicht der relevanten Zielgruppe – des Kunden. Der besondere Beratungsansatz und die ausschließliche Fokussierung auf den Finanzdienstleistungsmarkt haben Investors Marketing zur ersten Wahl in über 500 erfolgreich umgesetzten Projekten gemacht. Zu den Klienten zählen national und international führende Banken, Sparkassen, Versicherungen, Fondsgesellschaften, Bausparkassen und FinTechs.*

Für weitere Informationen sowie Rückfragen wenden Sie sich bitte an

Investors Marketing AG  
Management Consultants  
Thomas Lubert

An der Welle 3  
60322 Frankfurt am Main  
Telefon: +49 (0)69-963158-0  
Mobil: 0171/8311216  
E-Mail: [thomas.luber@newmark.de](mailto:thomas.luber@newmark.de)