

## PRESSEMITTEILUNG

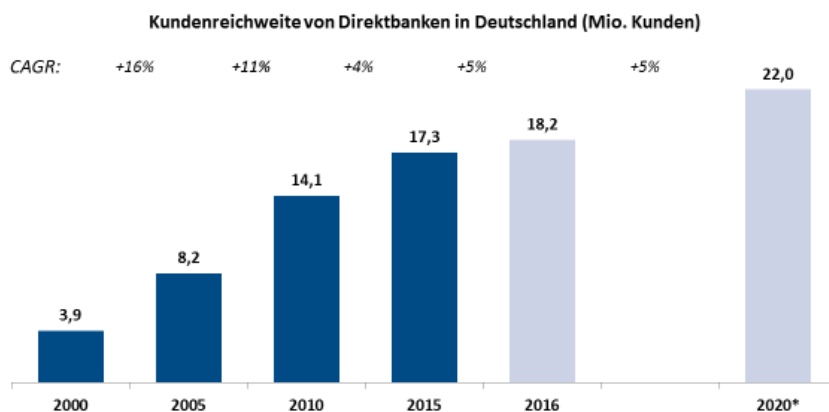
### Wachstum der Direktbanken hält an

- Potenzial für weitere vier Millionen Kunden bis zum Jahr 2020
- 14 Prozent aller Einlagen von Privatkunden liegen bei Direktbanken
- Starker Zuwachs im Wertpapiergeschäft
- 70 Prozent der Kunden bei ING-DiBa, DKB und comdirect

Frankfurt am Main, 10. Juli 2017. Die Direktbanken in Deutschland werden weiter wachsen und Sparkassen sowie Genossenschafts- und Privatbanken Marktanteile nehmen. Das ist eines der Ergebnisse der Direktbankenstudie 2017 von Investors Marketing, der auf Finanzdienstleister spezialisierten Managementberatung. Der Studie zufolge wird sich die Zahl der Kunden bei Direktbanken bis zum Jahr 2020 auf 22 Millionen erhöhen, was einem Zuwachs von insgesamt knapp vier Millionen oder rund 5 Prozent pro Jahr entspricht. Das Wachstum zieht seit dem Jahr 2016 sogar wieder an. „Direktbanken behaupten sich auch in Zeiten von Niedrigzinsen und zunehmender Digitalisierung“, sagt Oliver Mihm, Vorstandschef von Investors Marketing. „Die Direktbanken haben in den vergangenen Jahren stark in IT und Service investiert, Kosten gesenkt und die Abhängigkeit vom Einlagengeschäft verringert. Ihre besondere Stärke ist dabei die konsequente Kundenzentrierung.“

In den kommenden drei Jahren wird die Kundenzahl der Direktbanken um fünf Prozent jährlich auf rund 22 Millionen steigen, so die Prognose von Investors Marketing (siehe Grafik).

### Die Zahl der Direktbankkunden wächst weiter – Potenzial für weitere 4 Millionen Kunden bis 2020



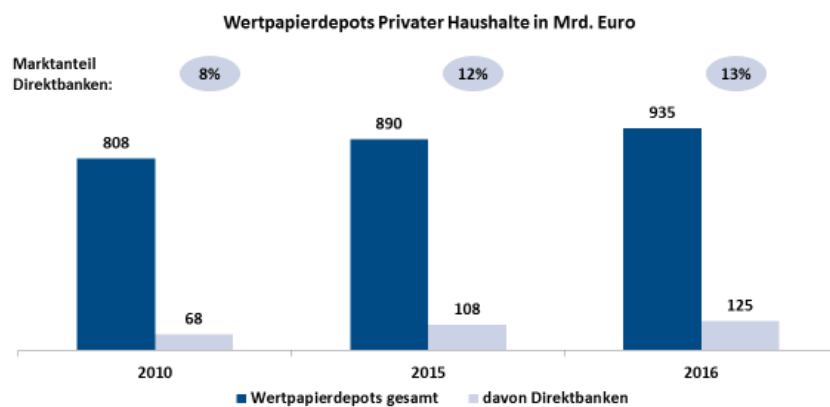
Quelle: IM-Trendstudie Direktbanken 2017  
Berechnungen Investors Marketing auf Basis Geschäftsberichte, Privatkunden B2C Deutschland / \*Prognose

Der Marktanteil bei Girokonten lag Ende vergangenen Jahres bei rund sieben Prozent – Tendenz steigend. „Die Gebührenerhöhungen bei Filialbanken haben den Direktbanken im vergangenen Jahr viele Neukunden beschert“, sagt Oliver Mihm. Direktbanken gewinnen überdurchschnittlich bei Berufseinsteigern sowie Kunden in der Altersgruppe der 30- bis 45jährigen, die sich auf Grund gestiegener Finanzbedürfnisse (Bauen, Vorsorgen, Anlegen) intensiver mit unterschiedlichen Angeboten auseinandersetzen. „Der Verlust dieser potenzialstarken Klientel ist besonders für Sparkassen und Genossenschaftsbanken schmerzhaft“.

Die Einlagen der Direktbanken addierten sich Ende 2016 auf 286 Milliarden Euro, was einem Marktanteil von 14 Prozent entspricht. Im Wertpapiergeschäft realisierten die Direktbanken im Jahr 2016 ein Wachstum von 16 Prozent (Gesamtmarkt plus 5 Prozent). Allein im Zeitraum von 2010 bis 2016 stieg das Depotvolumen bei Direktbanken nach Berechnungen von Investors Marketing von 68 Mrd. Euro auf 125 Mrd. Euro, der Marktanteil stieg von acht auf 13 Prozent (siehe Grafik).



### Im Wertpapiergeschäft haben Direktbanken ihren Marktanteil in den letzten Jahren deutlich ausgebaut



Quelle: Quelle: IM-Trendstudie Direktbanken 2017  
Berechnungen Investors Marketing (2017) auf Basis Deutsche Bundesbank (Wertpapierdepots Private Haushalte), Geschäftsberichte

Bestimmt wird der Markt der Direktbanken unverändert von einigen dominierenden Anbietern. Unangefochtener Marktführer ist die ING-DiBa mit knapp 8,3 Millionen Kunden, gefolgt von der DKB mit 3,5 Millionen Kunden und Comdirect mit knapp 2,1 Millionen Kunden (Stand Ende 2016). Zusammen vereinen sie rund 70 Prozent des Marktes auf sich, bei der Zahl der Girokonten sind es sogar 85 Prozent. Im Wertpapiergeschäft ist die Consorsbank Marktführer und liegt mit einem Depotvolumen von geschätzt 35 Milliarden Euro vor der ING-DiBa (30 Milliarden Euro) und comdirect mit gut 25 Milliarden Euro, wobei hier die Volumina von 2,5 Milliarden Euro der OnVista-Bank noch nicht enthalten sind (Stand Ende 2016).

## **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 mehr als 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)