

»» Mittelstand mit großer Treue zur Hausbank

Nr. 243, 26. Februar 2019

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

Das „Hausbankprinzip“ ist im Mittelstand weit verbreitet: 93 % aller Unternehmen haben ein solches primäres Kreditinstitut. Und diese Geschäftsverbindung ist mit einer durchschnittlichen Dauer von 20 Jahren äußerst beständig. Die kleinen und mittleren Unternehmen (KMU) zeigen demnach eine ausgeprägte Treue zu ihrer Hausbank.

Die Sonderauswertung des KfW-Mittelstandspanels zeigt zudem: Trotz anhaltendem Strukturwandel in der Bankenlandschaft suchen die Unternehmen den persönlichen Kontakt. Etwa 2,44 Mio. Mittelständler haben im Jahr 2017 mindestens einmal eine Filiale aufgesucht – im Durchschnitt je Unternehmen rund 3,9-mal. Neun von zehn aller Geschäftstermine fanden bei einer Hausbankfiliale statt. Je länger diese Beziehung besteht, desto häufiger suchen die Unternehmen die Filiale auf.

Auch im Zuge der Fremdkapitalaufnahme nimmt die Hausbank eine prägende Rolle ein: Durchschnittlich 80 % des Kreditvolumens eines Mittelständlers entfällt auf die Hausbank. Über die Hälfte aller Unternehmen haben Kredite einzig und allein bei ihrer Hausbank.

Generell gilt: Mit steigender Unternehmensgröße geht eine höhere Diversifizierung der Geschäftsbeziehungen zu Kreditinstituten einher. Größere KMU sind breiter aufgestellt, haben häufiger Filialkontakte und sind in der Kreditaufnahme weniger auf die Hausbank konzentriert.

Die Verbindung des Mittelstands zum Bankensektor ist traditionell stark. Etwa ein Drittel des jährlichen Investitionsvolumens der KMU wird über Bankkredite gestemmt (2017: 65 Mrd. EUR). Durchschnittlich beantragen jedes Jahr 585.000 KMU Investitionskredite bei Banken oder Sparkassen (2006–2017).¹

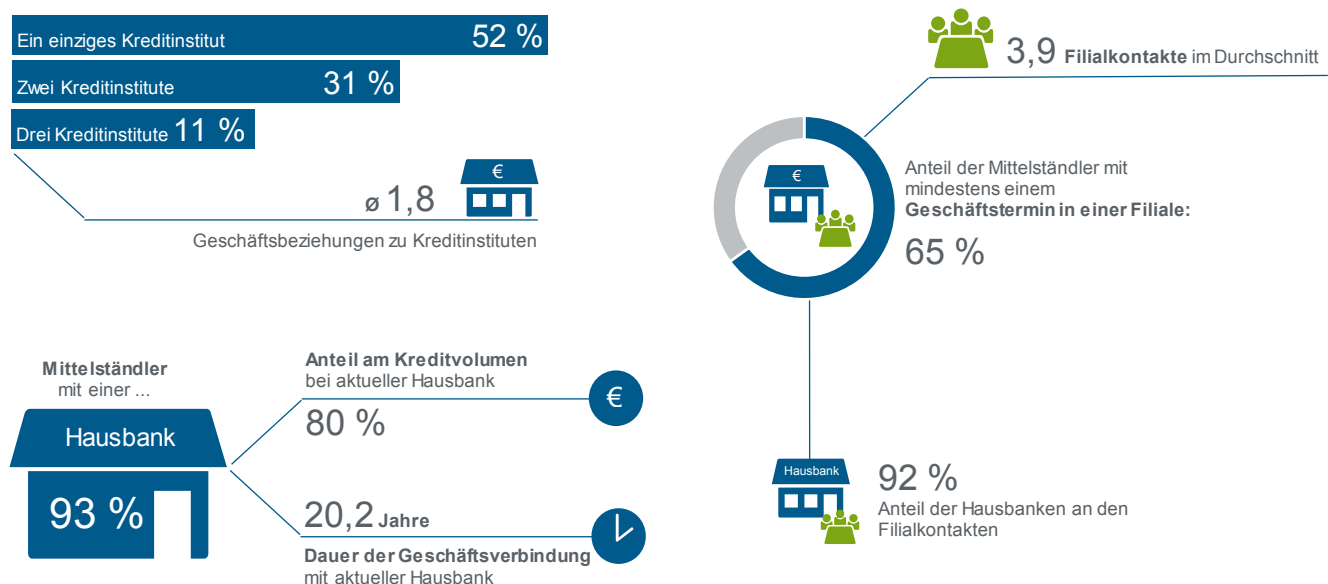
Die Unternehmen schätzen und pflegen ihre Bankbeziehungen. Vor allem langjährige, vertrauensvolle und stabile Geschäftsbeziehungen zu ausgewählten Kreditinstituten sind ein entscheidendes Kriterium für Qualität und Quantität in der Kreditversorgung des Mittelstands in Deutschland.

Belastbare und repräsentative Daten zu den Bankverbindungen der Mittelständler in Deutschland liegen allerdings kaum vor. Eine Sonderauswertung des KfW-Mittelstandspanels hat sich daher diesem Thema gewidmet. Die zentralen Ergebnisse sind in Grafik 1 überblickartig zusammengefasst.

Mit der Unternehmensgröße steigt die Diversifizierung

Der Großteil der Mittelständler hier zu Lande ist auf ein einziges Kreditinstitut in seinen Geschäftsbeziehungen festgelegt² (bspw. Führung eines Geschäftskontos, Investitionskreditverträge, Betriebsmitteldarlehen, Beratung): 52 % der KMU hatte im Jahr 2017 lediglich zu einem Kreditinstitut Geschäftsbeziehungen. Weitere 31 % der Unternehmen unterhielten Geschäftsbeziehungen zu zwei Banken, bei 11 % der KMU waren es drei verschiedene Kreditinstitute (Grafik 2).

Grafik 1: Eckdaten zu den Geschäftsbeziehungen mittelständischer Unternehmen mit Kreditinstituten im Jahr 2017

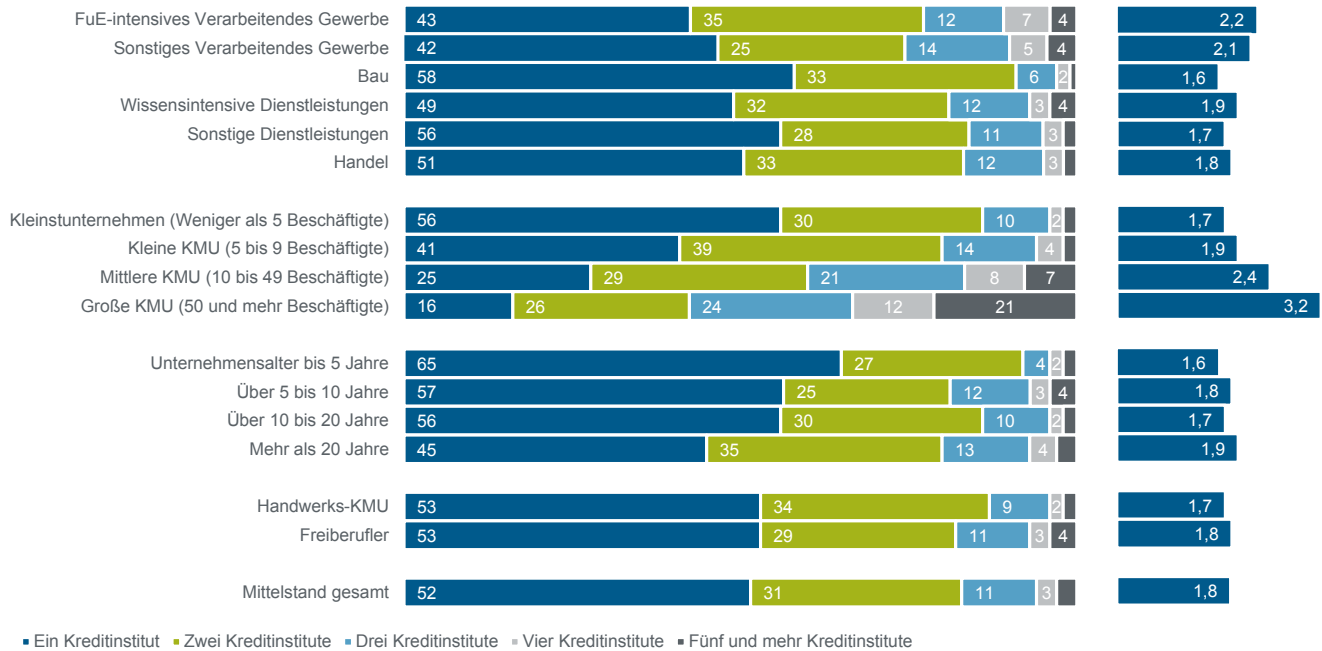


Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2018.

Hinweis: Dieses Papier gibt die Meinung der Autoren wieder und repräsentiert nicht notwendigerweise die Position der KfW.

Grafik 2: Anzahl der Geschäftsbeziehungen mittelständischer Unternehmen mit Kreditinstituten im Jahr 2017

Unternehmensanteile in Prozent; Rechte Grafik: Durchschnittliche Anzahl Geschäftsbeziehungen



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2018.

Dabei unterhalten große Mittelständler mit einem durchschnittlichen Wert von 3,2 etwa doppelt so viele Geschäftsbeziehungen wie Kleinstunternehmen mit durchschnittlich 1,7 (Grafik 2). Größere Unternehmen sind in der Gesamtsicht deutlich diversifizierter aufgestellt: Nur 16 % dieser Unternehmen verlässt sich auf ein einziges Kreditinstitut – bei Kleinstunternehmen sind es 56 %. Zwischen Branchen gibt es dagegen nur geringe Unterschiede.³

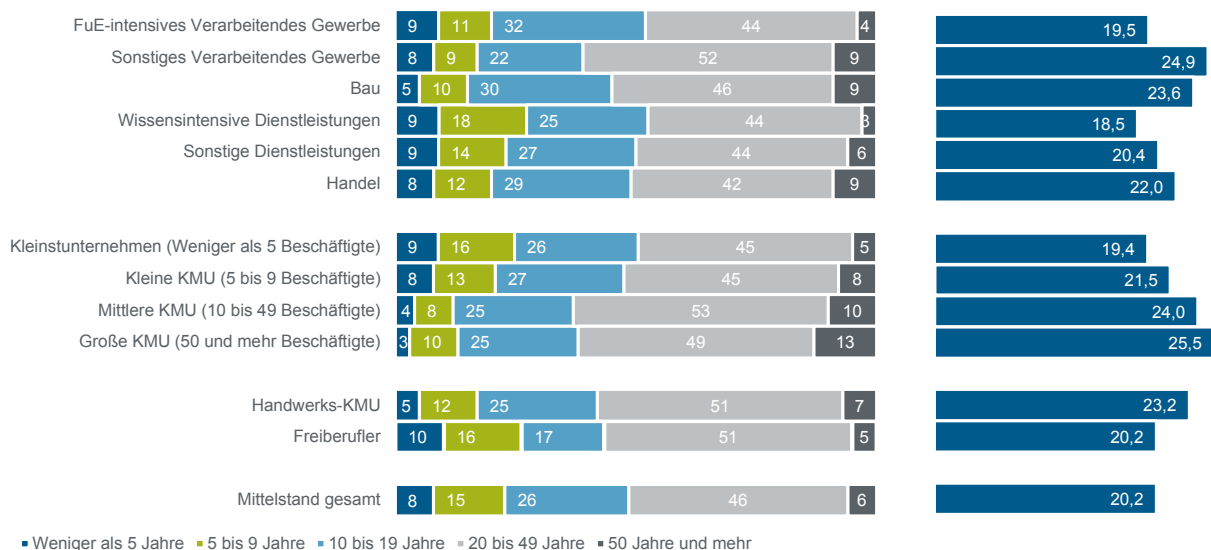
Hausbankprinzip weit verbreitet: 93 % der KMU haben eine, seit durchschnittlich 20 Jahren

Ungeachtet etwaiger Mehrfachbeziehungen: 93 % der Mittelständler haben ein primäres Kreditinstitut, eine Hausbank. Und diese Beziehung ist in der Regel von Dauer (Grafik 3). Über die Hälfte dieser Hausbankbeziehungen besteht seit mindestens 20 Jahren, und bei mehr als drei Vierteln der Mittelständler zumindest seit zehn Jahren.

Die durchschnittliche Dauer der Geschäftsverbindung mit der aktuellen Hausbank beträgt 20,2 Jahre (Median: 20 Jahre).

Grafik 3: Dauer der Geschäftsbeziehung mittelständischer Unternehmen mit der „Hausbank“

Unternehmensanteile in Prozent; Rechte Grafik: Durchschnittliche Dauer in Jahren



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2018.

Auffällig ist, dass bei größeren Unternehmen trotz deutlich diversifizierter Geschäftsbeziehungen zu Kreditinstituten (siehe oben) die Hausbankbeziehung länger besteht. Das hat auch damit zu tun, dass größere KMU im Durchschnitt ein höheres Betriebsalter aufweisen, im Median 35 Jahre (Median Gesamtmittelstand: 19 Jahre). Mit steigendem Unternehmensalter nimmt erwartungsgemäß generell auch die Dauer der Geschäftsbeziehung mit der Hausbank zu.

Hausbankbeziehung bietet starke Informationsvorteile

Mit einer solchen „Hausbankbeziehung“ wird in der Regel eine Reihe von Vorteilen assoziiert: 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.

Über die Zeit und durch wiederholte Transaktionen gewachsene Beziehungen zwischen Unternehmen und Kapitalgeber können diese Defizite reduzieren. 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.

Trotz Filialrückbau in der Breite: Zwei Drittel der Unternehmen mit Filialbesuch im Jahr 2017

Dass die Bankenlandschaft einen bereits länger anhaltenden, strukturellen Wandel vollzieht, ist bekannt (siehe Kasten). Dieser tief greifende Veränderungsprozess wirft nicht zuletzt die Frage auf, in welchem Ausmaß Bankdienstleistungen überhaupt in einer Filiale abgewickelt werden. Aus dem KfW-Mittelstandspanel geht diesbezüglich hervor: Rund 65 % der Mittelständler haben im Jahr 2017 mindestens einen Geschäftstermin in einer Filiale wahrgenommen (Grafik 5). Das entspricht rund 2,44 Mio. Unternehmen, die mindestens einmal eine Filiale aufgesucht haben.

Insgesamt beläuft sich die Anzahl durchschnittlicher Filialbesuche 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. Gemessen an diesem Durchschnittswert ergibt sich ein grobes Gesamtvolumen von über 9 Mio. Geschäftsterminen von Kreditinstituten mit Mittelständlern im Jahr 2017.

Den höchsten Anteil von KMU mit Filialbesuchen besitzen

Handwerksunternehmen (75 %) – am seltensten nehmen KMU der Wissensintensiven Dienstleistungen Filialtermine wahr (60 %). Spezifische Muster lassen sich bis auf zwei Aspekte kaum ableiten. Zum einen steigt mit der Unternehmensgröße die durchschnittliche Anzahl von Filialbesuchen. Das ist nachvollziehbar, unterhalten größere Unternehmen auch generell mehr Geschäftsbeziehungen (Grafik 2). Zum anderen lässt sich erkennen: Es gibt einige Segmente, in denen KMU seltener den Weg zur Filiale suchen – diejenigen, die es tun, dann aber im Durchschnitt weitaus häufiger. Das trifft insbesondere auf KMU der Wissensintensiven Dienstleistungen, große KMU (mit 50 und mehr Beschäftigten) und KMU mit einem Betriebsalter zwischen 10 und 20 Jahren zu.

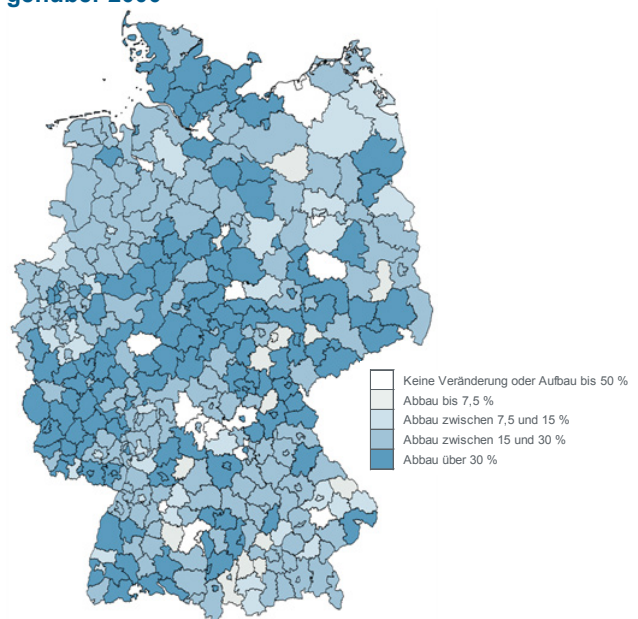
Filialrückbau

KfW Research hat mehrfach gezeigt: Die Filialnetze der Banken in Deutschland dünnen schon länger aus. Zwischen 2000 und 2015 wurden jedes Jahr im Durchschnitt rund 2 % der Filialen geschlossen, ein Minus von etwa 680 Filialen pro Jahr.⁴ Deutschlands Bankenlandschaft hat damit in diesem Zeitraum über 10.000 Filialstandorte verloren (-27 % insgesamt).

Zuletzt hatte der Filialrückbau noch einmal an Tempo gewonnen. Betroffen sind nahezu alle Regionen (Grafik 4). Filialschließungen waren in 94 % der Kreise und kreisfreien Städte zu beobachten. Im Jahr 2015 – neuere Daten liegen nicht vor – existierten hier zu Lande noch rund 27.900 Filialen.

Neben der Herkulesaufgabe Digitalisierung (neue Wettbewerber, neue Technologien, veränderte Kundenanforderungen) sind Überlegungen zur Effizienzsteigerung und demografische Effekte zentrale Treiber des Filialrückbaus.

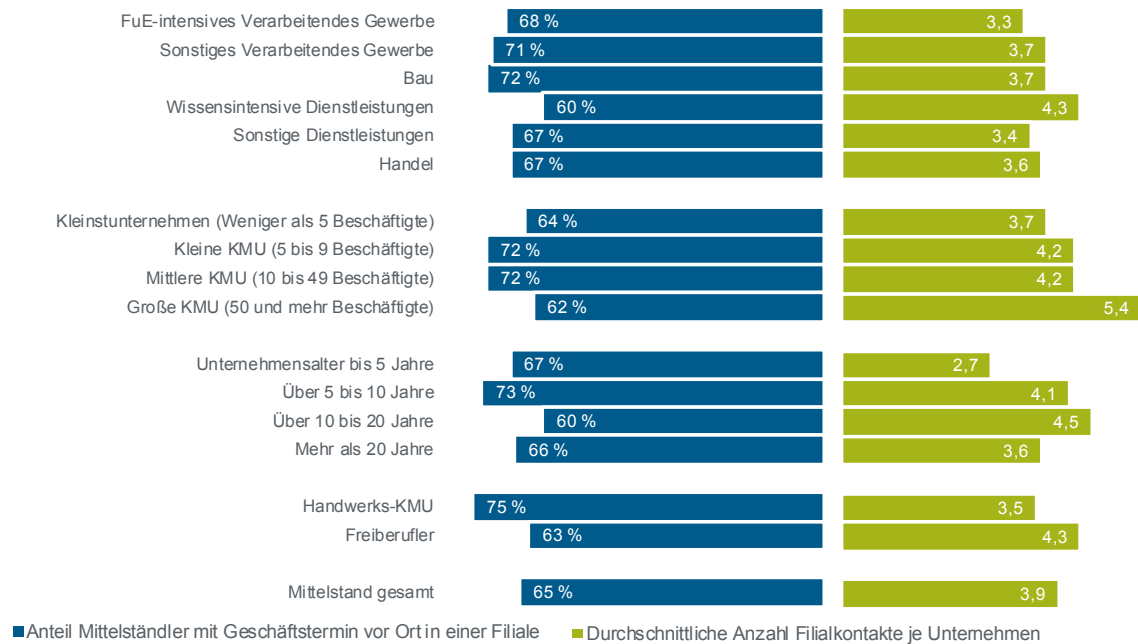
Grafik 4: Veränderung der Anzahl Bankfilialen 2015 gegenüber 2000



Quelle: Hoppenstedt Bankenortslexikon, Berechnungen von KfW Research.

Grafik 5: Geschäftstermine in einer Filiale nach Segmenten im Mittelstand 2017

Rechte Teilgrafik: Nur Unternehmen mit mindestens einem Geschäftstermin in einer Filiale



Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2018.

Im Umkehrschluss legen die Zahlen auch nahe: Längst nicht jedes Unternehmen sucht den persönlichen Kontakt zur Abwicklung von Bankdienstleistungen. Etwa ein Drittel der mittelständischen Unternehmen waren 2017 nie in einer Filiale – trotz bestehender Geschäftsbeziehungen. Zu Entwicklungen und Ursachen einer möglicherweise veränderten Kommunikation mittelständischer Unternehmen mit Kreditinstituten, auch im Zuge des fortschreitenden Filialrückbaus, wird KfW Research eine Analyse im zweiten Quartal 2019 vorlegen.

Neun von zehn Filialbesuchen finden bei der Hausbank statt

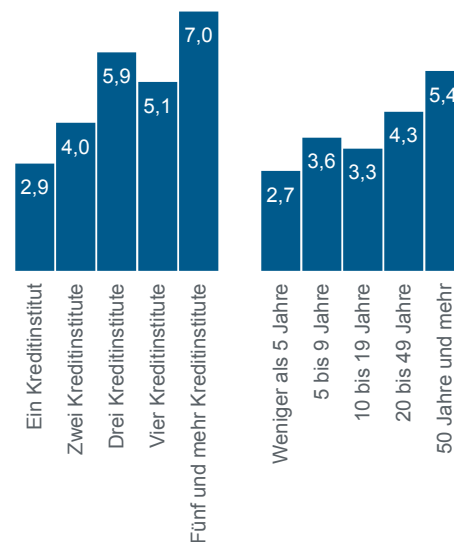
Die große Stabilität der Hausbankverbindungen vieler Mittelständler zeigt sich auch in der Häufigkeit der direkten Filialkontakte. Im Jahr 2017 nahmen KMU durchschnittlich 3,6 Geschäftstermine bei ihrer Hausbank wahr (Median: 2). Mit anderen Worten: Rund neun von zehn Geschäftsterminen fanden bei einer Hausbankfiliale statt.

Weiter zeigt sich: Beständigkeit in der Hausbankbeziehung geht mit höherer Kontakthäufigkeit einher. Besteht die aktuelle Hausbankbeziehung weniger als 5 Jahre, suchen die KMU durchschnittlich 2,7-mal pro Jahr die Filiale auf – wohingegen sich die doppelte Kontakthäufigkeit (5,4) bei sehr langfristigen Beziehungen zeigt (Grafik 6 – rechts).

Ebenso ist es naheliegend, dass durchschnittlich mehr Geschäftstermine wahrgenommen werden, sofern grundsätzlich mehr Geschäftsbeziehungen zu Kreditinstituten unterhalten werden: Rund sieben Filialkontakte im Jahr 2017 hatten KMU mit sehr diversifizierten Geschäftsbeziehungen (Grafik 6 – links). Handelt es sich dabei zusätzlich um sehr langfristige Beziehungen (50 Jahre und länger), ergeben sich durch-

schnittlich fast zehn Filialkontakte pro Jahr.

Grafik 6: Durchschnittliche Anzahl der Filialkontakte im Jahr 2017 nach Anzahl Geschäftsbeziehungen (links) und Dauer der Hausbankbeziehung (rechts)



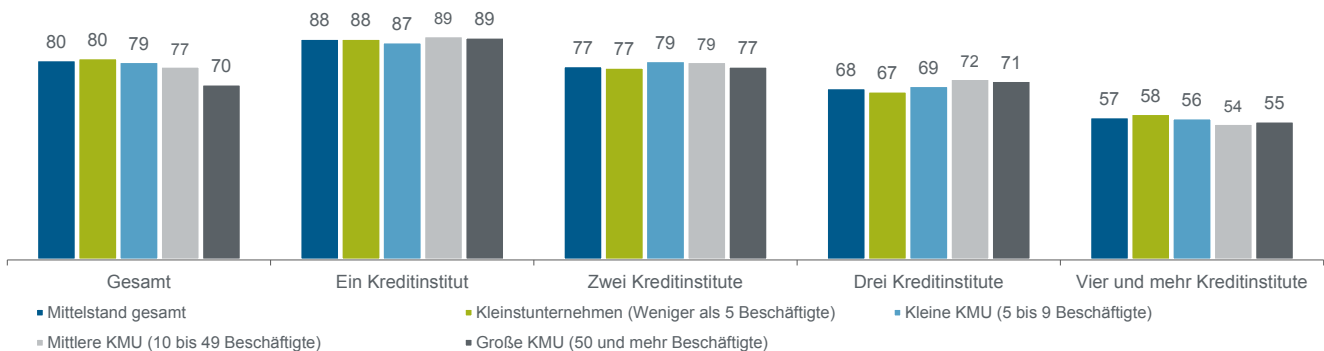
Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2018.

KMU vertrauen bei Kreditaufnahme der Hausbank

Die Hausbanken nehmen im Zuge der Fremdkapitalaufnahme im Mittelstand eine starke Rolle ein: Durchschnittlich rund 80 % des gesamten Kreditvolumens eines mittelständischen Unternehmens entfällt im Jahr 2017 auf die Hausbank. Darunter sind sämtliche kurz- und langfristigen Bankkredite einschließlich Kontokorrentkredite sowie Betriebsmitteldarlehen zu fassen (Grafik 7).

Grafik 7: Kreditvolumen bei der Hausbank im Jahr 2017 nach Größenklassen

Anteile am gesamten Kreditvolumen in Prozent; Größenklassen nach Vollzeitäquivalent-Beschäftigten



Anmerkung: Für diese Auswertung wurden die sonst im vorliegenden Artikel üblichen Klassen „Vier Kreditinstitute“ und „Fünf und mehr Kreditinstitute“ aus Gründen der Robustheit zusammengefasst.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2018.

Ist ein Unternehmen in seinen Geschäftsbeziehungen auf ein einziges Kreditinstitut festgelegt (das trifft auf immerhin 52 % aller Mittelständler zu – siehe Grafik 2), ist der Stellenwert der Hausbank naturgemäß noch ausgeprägter. Der Hausbankkreditanteil bei diesen Ein-Bank-Unternehmen liegt bei durchschnittlich 88 %. Besonders hoch fällt der entsprechende Wert für KMU aus dem Baugewerbe (92 % – Grafik 8) aus. Dort ist generell die Bindung an die Hausbank in der Segmentbetrachtung am größten.

– sie unterhalten häufiger mehrere Geschäftsbeziehungen zu Kreditinstituten parallel (Grafik 2). Das spiegelt sich nicht nur im durchschnittlich relativ niedrigen Hausbankkreditanteil von 70 % wider (Grafik 7).

Mit zunehmender Anzahl von Kreditinstituten, zu denen ein Unternehmen Geschäftsbeziehungen unterhält, steigt die Angebotsvielfalt. Folglich nimmt parallel der Anteil der Hausbank am Kreditvolumen ab. Bei jeder weiteren Geschäftsbeziehung nimmt er tendenziell um jeweils zehn Prozentpunkte ab. Unterhält ein KMU zu vier oder mehr Kreditinstituten Geschäftsbeziehungen, beläuft sich der Anteil der Hausbank am Kreditvolumen dann „nur“ noch auf 57 %.

Mit zunehmender Unternehmensgröße, und damit gleichermaßen zunehmender Diversifizierung in den Bankbeziehungen, lässt generell auch die vollständige Konzentration auf die Hausbank nach: Während 61 % der Kleinstunternehmen (weniger als 5 Beschäftigte) einen Kreditanteil von vollen 100 % bei der Hausbank aufweisen, sind es bei kleinen KMU (5 bis 9 Beschäftigte) mit 52 % nur noch knapp mehr als die Hälfte und bei mittleren KMU (10 bis 49 Beschäftigte) 46 % der Unternehmen. Unter den großen KMU (50 und mehr Beschäftigte) liegt der Anteil mit 34 % nur noch knapp bei einem Drittel.

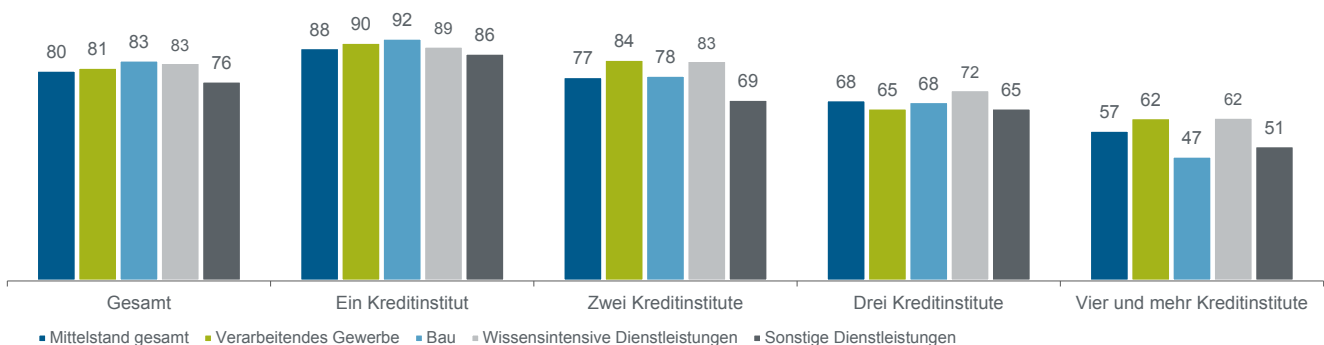
Zum Vergleich: Im Gesamtmittelstand haben 58 % der Unternehmen ihre Kredite einzig und allein bei ihrer Hausbank, und spiegelbildliche 42 % der Unternehmen haben ihre Kreditaufnahme diversifiziert. ■

58 % der KMU nehmen Kredite nur bei der Hausbank auf, große Mittelständler sind weniger festgelegt

Größere Mittelständler sind grundsätzlich breiter aufgestellt

Grafik 8: Kreditvolumen bei der Hausbank im Jahr 2017 nach Branchen

Anteile am gesamten Kreditvolumen in Prozent



Anmerkung: Für diese Auswertung wurden die sonst im vorliegenden Artikel üblichen Klassen „Vier Kreditinstitute“ und „Fünf und mehr Kreditinstitute“ aus Gründen der Robustheit zusammengefasst. Ebenso Zusammenfassung beider Teilbranchen des Verarbeitenden Gewerbes.

Quelle: KfW-Mittelstandspanel 2018.

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 16. Welle des KfW-Mittelstandspanels lief vom 12.02.2018 bis zum 22.06.2018.

Weiterführende Informationen sowie den aktuellen Jahresbericht finden Sie im Internet unter:

www.kfw-mittelstandspanel.de

Folgen Sie KfW Research auf
Twitter.

Oder abonnieren Sie unseren kostenlosen E-Mail-Newsletter, und Sie verpassen keine Publikation.

Zur Anmeldung

¹ Zu den aktuellen Zahlen siehe Schwartz, M. (2018), **KfW-Mittelstandspanel 2018: Keine Anzeichen von Müdigkeit: Mittelstand im Inland und Ausland auf Wachstumskurs**, KfW Research.

² Etwa 1 % 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.

³ Die Einteilung der Branchen wird wie folgt vorgenommen: Als Forschungs- und Entwicklungsintensives (FuE-intensives) Verarbeitendes Gewerbe werden diejenigen Teilbranchen des Verarbeitenden Gewerbes verstanden, deren durchschnittliche Forschungs- und Entwicklungsintensität (FuE-Intensität: Quotient aus FuE-Aufwendungen und Umsatz) bei über 3,5 % liegt. Die Abgrenzung basiert auf der so genannten NIW/ISI-Liste wissensintensiver Industrien und Dienstleistungen, die wiederum auf der WZ2008-Systematik des Statistischen Bundesamtes fußt. Quantitativ bedeutend sind vor allem Maschinenbau, Medizin-, Mess-, Steuer- und Regeltechnik sowie Fahrzeugbau, Pharmazie und Herstellung von Büromaschinen. – Wissensintensive Dienstleistungen umfassen solche Dienstleistungsteilbranchen mit einem überdurchschnittlich hohen Akademikeranteil an der Gesamtbeschäftigung bzw. Dienstleistungen mit einer starken Technologieorientierung. Darunter fallen beispielsweise Architektur- und Ingenieurbüros, Rechts-, Steuer- und Unternehmensberatungen, Datenverarbeitung oder Fernmeldedienste. Die Abgrenzung basiert ebenso auf der so genannten NIW/ISI-Liste wissensintensiver Industrien und Dienstleistungen. – Das Sonstige Verarbeitende Gewerbe wird hauptsächlich durch das Ernährungs-, Holzgewerbe, die Herstellung von Metallerzeugnissen sowie nicht näher spezifiziertes Verarbeitendes Gewerbe repräsentiert. – Zu den Sonstigen Dienstleistungen gehören relativ viele Einzelhandelsunternehmen und Großhandelsunternehmen. Zudem fallen darunter unter anderem Unternehmen aus den Bereichen Pflege, Aus- und Weiterbildung oder Kultur und Sport.

⁴ 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**, Fokus Volkswirtschaft, Nr. 49, KfW Research, sowie Bernhardt, K. und M. Schwartz (2015), **25 Jahre freier Bankenmarkt in Ostdeutschland – Deutlicher Rückbau seit Wiedervereinigung**, Fokus Volkswirtschaft, Nr. 99, KfW Research. Die dabei 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.