

Höwer, Daniel

**Article**

## Die Hausbankentscheidung junger Unternehmen

ZEW Gründungsreport

**Provided in Cooperation with:**

ZEW - Leibniz Centre for European Economic Research

*Suggested Citation:* Höwer, Daniel (2013) : Die Hausbankentscheidung junger Unternehmen, ZEW Gründungsreport, Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung (ZEW), Mannheim, Vol. 13, Iss. 1, pp. 3-4

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/109785>

**Standard-Nutzungsbedingungen:**

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

**Terms of use:**

*Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.*

*You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.*

*If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.*

50+ innerhalb der vergangenen 20 Jahren. Dabei bestehen kaum Unterschiede zwischen Einzel- und Teamgründungen. Im gleichen Zeitraum hat sich die Altersstruktur der Personen im erwerbsfähigen Alter verändert. Der Anteil der Personen im Alter von 18 bis 40 Jahren sank von 45 Prozent

im Jahr 1991 auf 39 Prozent im Jahr 2011. Der Anteil der Personen im Alter von 50 bis 65 Jahren ist hingegen von 31 Prozent im Jahr 1991 auf 39 Prozent im Jahr 2011 gestiegen. Das Gründerpotenzial hat sich somit stärker hin zu den „Älteren“ verschoben. Auswertungen von Daten aus dem

KfW/ZEW Gründungspanel zeigen, dass bei Personen im Alter von 50 bis 65 das Motiv für die Gründung häufiger als bei jüngeren Gründern war, keine geeignete Beschäftigung zu finden oder einen Ausweg aus der Arbeitslosigkeit zu suchen.

Daniel Höwer

# Die Hausbankentscheidung junger Unternehmen

*In einem aktuellen Diskussionspapier des ZEW wird gezeigt: Junge Unternehmen, die eine Liquiditätsversicherung oder Bankkredite nachfragen, wählen deutlich häufiger eine Sparkasse oder Genossenschaftsbank zu ihrer Hausbank als eine Privatbank. Kostensensitive Unternehmen wählen hingegen häufiger eine Privatbank.*

Enge Hausbankbeziehungen können für junge Unternehmen aus verschiedenen Gründen nützlich sein. Durch häufige Interaktion zwischen Unternehmer und Mitarbeitern der Bank sammeln Banken Informationen über das Unternehmen und den Unternehmer. Aufgrund dieser Informationen kann die Hausbank besser über Kreditanfragen entscheiden und kleine und mittelständische Unternehmen bekommen in der Regel einen besseren Zugang zu Bankdarlehen. Eine Bank, die eine enge Geschäftsbeziehung zu ihrem Kunden aufgebaut hat, kann im Falle einer Unternehmenskrise die Situation besser beurteilen und überlebensfähigen Unternehmen aus der Krise helfen. Des Weiteren haben Unternehmen bei engen Hausbankbeziehungen weitere Spielräume für erfolgsversprechende, aber riskante Investitionen beispielsweise in Forschung und Entwicklung. Allerdings sind solche engen Hausbankbeziehungen, beispielsweise durch häufige

Bankgespräche oder Informationsverarbeitung, zeit- und kostenintensiv. Banken wollen ihrerseits höhere Kosten einer intensiven Kundenbetreuung mit dem alleinigen Vertrieb anderer Bankprodukte an das Unternehmen oder den Gründer kompensieren und diese langfristig an sich binden. Daher sind enge Hausbankbeziehungen nicht für jedes Unternehmen sinnvoll und werden nicht von jedem Unternehmen nachgefragt.

## Marktanteile nach Bankengruppen

Ein markanter Unterschied zwischen den in Deutschland aktiven Banken ist deren Eigentümerstruktur und der daraus abgeleitete öffentliche Auftrag. Sparkassen als öffentlich rechtliche Institute und die Volks- und Raiffeisenbanken als genossenschaftlich organisierte Banken haben einen gesellschaftlichen Auftrag und müssen sich nach dem Regionalprin-

zip stark auf die Region konzentrieren, in der sie tätig sind. Die privaten Kredit- und Großbanken unterliegen hingegen keinen räumlichen Einschränkungen ihres Geschäftsgebiets. Die Marktanteile sind über Unternehmensgröße sehr unterschiedlich zwischen den Banktypen verteilt. Während die Sparkassen und Genossenschaftsbanken bei kleinen und mittleren Unternehmen die meisten Hausbankbeziehungen unterhalten, arbeiten große Unternehmen überwiegend mit Großbanken und anderen privaten Kreditbanken zusammen.

Mit der Gewinnung von Gründern als Kunden können Banken neue Geschäftsbeziehungen aufbauen. Dies ist wichtig, da der Anteil der etablierten Unternehmen, die ihre Hausbank wechseln, sehr gering ist. Die Sparkassen können mit 50 Prozent die meisten Gründer als neue Geschäftskunden gewinnen. 31 Prozent der Gründer wählen eine Genossenschaftsbank und 19 Prozent eine Privatbank. Diese Aufteilung auf die genannten Banktypen ähnelt sehr derjenigen von bereits etablierten, kleinen Unternehmen.

## Entscheidungskriterien bei der Wahl der Hausbank

Auf Basis des KfW/ZEW-Gründungspanels und des Mannheimer Unternehmenspanels wurden die Entscheidungskriterien von Gründern bei der Wahl ihrer Hausbank untersucht. Die Kundenbindung der Banken erfolgt nicht erst mit der Gründung des Unternehmens. Fast zwei Drittel (64 Prozent) der Gründungen wählte eine Hausbank mit der einer der Gründer bereits privat Kontakt hatte. Dieser Anteil ist bei Sparkassen und Genossenschaftsbanken höher als bei Privatbanken. Es ist auch beachtlich, dass fast jeder zweite Unternehmer (45 Prozent) nur mit einer Bank Gespräche über eine Hausbankbeziehung führt. Unternehmen, die im Grün-

Abbildung 1: Marktanteile der Banken (2009-2011)

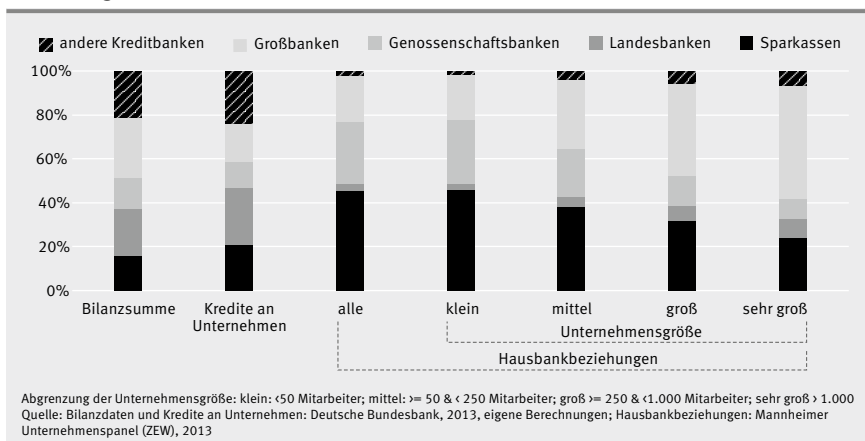
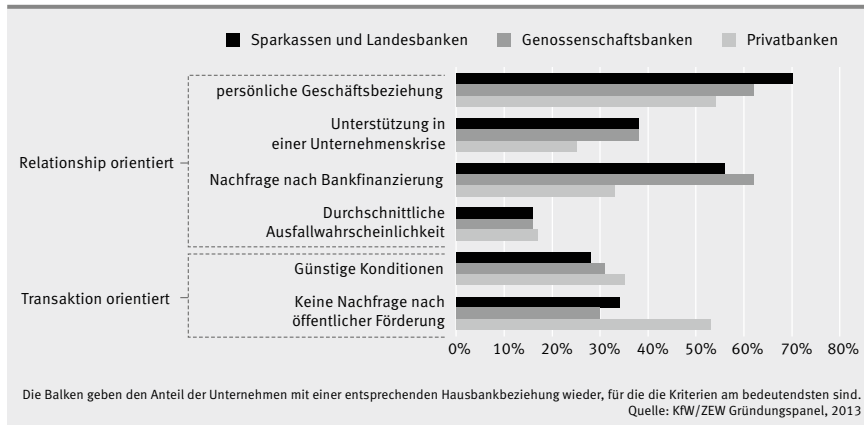


Abbildung 2: Entscheidungskriterien bei der Hausbankwahl



dungsjahr Bankmittel nachfragen, wählen deutlich häufiger eine Sparkasse (56 Prozent) oder eine Genossenschaftsbank (62 Prozent) als eine Privatbank (33 Prozent). Unternehmer, denen es wichtig ist, dass Ihre Hausbank Sie im Falle einer Unternehmenskrise unterstützt, fühlen sich bei den Sparkassen und Genossenschaftsbanken (jeweils 38 Prozent) besser aufgehoben als bei den Privatbanken (25 Prozent). Unternehmer, welche die Vorteile einer engen Hausbankbeziehung nutzen wollen, scheinen somit eher eine Beziehung zu einer Sparkasse oder Genossenschaftsbank aufzubauen. Es wäre für das Bankensystem problematisch, wenn Sparkassen und Genossenschaftsbanken überwiegend schlechte Risiken anziehen würden. Für diese Vermutung gibt es aber keinen Grund. Es können keine Unterschiede hinsichtlich der Auswahlwahrscheinlichkeit junger Unter-

nehmen zwischen den Banktypen festgestellt werden.

Gründern, die eine private Kredit- oder Großbank als Hausbank wählen, sind vornehmlich günstige Konditionen wichtig. Außerdem bemühen diese Unternehmer sich seltener um eine staatliche Förderung. Bei den Großbanken fühlen sich zudem Gründer besser aufgehoben, die spezialisierte Finanzdienstleistungen nachfragen.

**Bankcharakteristika**

Neben der Eigentümerstruktur unterscheiden sich Banken in vielerlei Hinsicht, wie etwa in ihrer Größe. Mit der Größe einer Institution steigen auch die Komplexität und die Anzahl der Hierarchieebenen. Eindrücke und Informationen, die ein Kundenberater nicht kodifizieren kann, sind in hierarchischen

Strukturen schwerer weiterzugeben. Die Verwendung von persönlichen Eindrücken und weichen Informationen in Kreditgesprächen sind für junge Unternehmen jedoch wichtig, weil noch kaum harte Fakten über das Unternehmen verfügbar sind. In der Analyse zeigt sich allerdings, dass die Wahrscheinlichkeit, dass ein Gründer eine Bank zu seiner Hausbank macht, mit ihrer Größe steigt. Er wählt auch mit höherer Wahrscheinlichkeit eine Bank, wenn diese einen hohen Marktanteil in der Region des Unternehmens hat, oder wenn sie einen hohen Anteil von Unternehmen aus der Branche des Gründers unter ihren Kunden hat. Dies spricht dafür, dass Unternehmer häufiger mit Banken zusammenarbeiten, die sich im Markt des Unternehmens auskennen.

Banken, die besonders stark von der Bank- und Finanzkrise betroffen waren, sind für Gründer weniger attraktiv. Banken, die vom Sonderfonds für Finanzmarktstabilität unterstützt wurden, oder Sparkassen, die ihre Landesbanken stützen mussten, haben eine geringere Wahrscheinlichkeit gewählt zu werden. Mögliche Gründe hierfür sind, dass die betroffenen Banken durch höhere Zinsen und Gebühren die entstandenen Verluste wieder erwirtschaften wollen und weniger in der Lage sind, im Falle einer Krise des Unternehmens helfen zu können.

Daniel Höwer

Veröffentlichung: DP 13-018 <http://ftp.zew.de/pub/zew-docs/dp/dp13018.pdf>

**Zeitreihen der Gründungsintensitäten für externe Datennutzer**

Indikatoren zum Gründungsgeschehen in Deutschland können externen Datennutzern in Form von standardisierten Tabellen zur Verfügung gestellt werden. Ausgewiesen werden Gründungsintensitäten (absolute Zahl der Gründungen je 10.000 Einwohner im Alter von 18 bis einschließlich 64 Jahren (Erwerbsfähige)) für verschiedene Branchenabgrenzungen. Die Zeitreihen stehen für acht Hauptbranchen zur Verfügung. Diese Struktur erlaubt den unmittelbaren Vergleich mit anderen Datenquellen z.B. der Gewer-

bezeigenstatistik des Statistischen Bundesamtes. Des Weiteren werden innovative Branchen abgegrenzt. Darunter die Branchen des Hightech-Sektors, Branchen der Informations- und Kommunikationstechnologien, wissensintensive Dienstleistungen und die Kreativwirtschaft. Außerdem wird eine Auszählung der Gründungszahlen auf der Ebene der Wirtschaftszweigweisteller nach der Klassifikation der Wirtschaftszweige Ausgabe 2008 des Statistischen Bundesamtes oder geeigneter Aggregate an-

geboten. Die Auswertungen können auf der Ebene der Bundesländer, Metropolregionen, Raumordnungsregionen, IHK-Bezirke und Kreise zur Verfügung gestellt werden. Entsprechend der regionalen Ebene und der Branchenabgrenzung stehen die Daten auf Jahresbasis oder gepoolt über verschiedene Jahre zur Verfügung. Eine detailliertere Beschreibung der Daten und der Methodik sowie das aktuelle Angebot können unter <ftp://ftp.zew.de/pub/zew-docs/grep/Datennutzer.pdf> abgerufen werden.



IMPRESSUM

**ZEW Gründungsreport** – erscheint halbjährlich

**Herausgeber:** Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW) Mannheim, L 7, 1, 68161 Mannheim . Postanschrift: Postfach 103443, 68034 Mannheim . Internet: [www.zew.de](http://www.zew.de), [www.zew.eu](http://www.zew.eu)  
Präsident: Prof. Dr. Clemens Fuest · Kaufmännischer Direktor: Thomas Kohl

**Redaktion:** Dr. Daniel Höwer, Telefon 0621/1235-187, E-Mail [hoewer@zew.de](mailto:hoewer@zew.de)  
Dr. Bettina Müller, Telefon 0621/1235-352, E-Mail [bettina.mueller@zew.de](mailto:bettina.mueller@zew.de)

**Nachdruck und sonstige Verbreitung** (auch auszugsweise): mit Quellenangabe und Zusendung eines Belegexemplars

© Zentrum für Europäische Wirtschaftsforschung GmbH (ZEW), Mannheim, 2013