

Kritikos, Alexander S.; Kneiding, Christoph

Article

Mikrokredite: Bedarf auch in Deutschland

DIW Wochenbericht

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: Kritikos, Alexander S.; Kneiding, Christoph (2009) : Mikrokredite: Bedarf auch in Deutschland, DIW Wochenbericht, ISSN 1860-8787, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, Vol. 76, Iss. 27/28, pp. 451-456

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/151810>

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.

Mikrokredite: Bedarf auch in Deutschland

Fehlende Finanzierung wird als ein zentraler Grund angesehen, warum kleine Unternehmen scheitern. Seit einigen Jahren wird daher versucht, das Instrument der Mikrokredite auch in Deutschland zu etablieren. Eine erste empirische Studie zeigt, dass rund 15 Prozent aller Selbständigen Interesse an Mikrokrediten äußern. Allerdings macht diese Studie auch deutlich, dass der Bedarf woanders liegt als bisher vermutet. Statt Existenzgründer sollten bereits aktive Kleinunternehmer bestimmter Branchen angesprochen werden. Außerdem müssen Mikrokredite bei kurzer Laufzeit schnell verfügbar sein, damit sie von Unternehmern angenommen werden.

Die Förderung von kleinen Unternehmen wird seit Jahren als zentraler Bestandteil deutscher Wirtschaftspolitik erachtet. Gleichzeitig gilt auch für Deutschland die Vermutung, dass kleine Unternehmen beim Zugang zu Kapitalmärkten Hemmnissen ausgesetzt sind, die große Unternehmen so nicht kennen. Daher kam Ende der 90er Jahre die Idee auf, die Methoden des „Micro-lending“ auch in Deutschland (wieder) einzuführen. Während Mikrokredite in Ländern wie den USA, Frankreich oder England erste Anwendung fanden, konnte sich dieser Ansatz in Deutschland bisher nicht etablieren. In den vergangenen zehn Jahren entstand zwar eine Reihe von staatlich finanzierten lokalen Initiativen, an die hohe Erwartungen geknüpft wurden. Der erwartete Run auf die angebotenen Mikrokredite blieb jedoch aus.

Hauptproblem der Mikrofinanzinitiativen war, wie sich rückblickend herausstellt, dass viele von ihnen Kredite zunächst nur an Gründer vergeben durften, an Personen also, die ihre unternehmerischen Aktivitäten noch nicht aufgenommen hatten und die zu diesem frühen Zeitpunkt vor einer Kreditaufnahme zurückschreckten oder noch gar keinen Finanzierungsbedarf hatten. Daher operierten diese Projekte unter den gegebenen Beschränkungen am Markt vorbei. Erst mit Errichtung des Deutschen Mikrofinanz Instituts (DMI) und eines ersten Mikrofinanzfonds wurde eine Dachstruktur geschaffen, die es Mikrofinanzinstitutionen (MFIs) ermöglicht, das zur Verfügung gestellte Kapital im Hinblick auf die Auswahl einzelner Zielgruppen nun frei zu verwenden (Kasten).

In einer Pilotstudie, deren Ergebnisse hier vorgestellt werden, wurde parallel dazu untersucht, wer Bedarf an Mikrokrediten hat und wie diese Mikrokredite ausgestaltet sein müssen, um von Unternehmern angenommen zu werden. Im Einzelnen befasste sich die Studie mit folgenden Fragen:

Alexander Kritikós
akritikos@diw.de

Christoph Kneiding
ckneiding@worldbank.org

Mikrokredite

Mikrokredite sind vor allem durch die großen Erfolge in zahlreichen Ländern Asiens, Lateinamerikas und Osteuropas bekannt geworden. Mit Hilfe von solchen Krediten wurden in diesen Ländern bisher mehr als 100 Millionen Menschen in die Lage versetzt, kleine Investitionen zu tätigen, um ihre Einkommens- und Lebensverhältnisse zu verbessern.

In dieser Untersuchung werden – entsprechend den EU-Richtlinien – Kredite von mehr als 25 000 Euro der Finanzierung kleiner und mittlerer Unternehmen (KMU) und Kredite bis zu dieser Grenze der Mikrofinanzierung zugerechnet. Mikrokredite unterscheiden sich allerdings nicht nur beim Kreditvolumen von herkömmlichen KMU-Krediten, sondern auch bei den Laufzeiten, der Kreditwürdigkeitsprüfung und den Zielgruppen. Bei der Mikrofinanzierung handelt es sich um Kredite mit kürzeren Laufzeiten an kleinste Unternehmen (Einzelständige und Unternehmen mit weniger als fünf Angestellten mit Umsätzen von meist weniger als 100 000 Euro). Die Vergabe orientiert sich vorwiegend an der Persönlichkeit des Unternehmers. KMU-Kredite sind dagegen längerfristige Engagements in etwas größeren Unternehmen, die typischerweise eine Reihe von Mitarbeitern beschäftigen und einen Umsatz von bis zu einer Million Euro aufweisen. In diesem Segment dominieren die Prüfung der Kreditwürdigkeit anhand von Dokumenten sowie die klassische Kreditbesicherung.

Kreditangebote von professionellen Mikrofinanzorganisationen zeichnen sich darüber hinaus durch einen unbürokratischen Antragsprozess und einen schnellen Zugang zu Kapital sowie durch andere als bankübliche Sicherheitsanforderungen an Kreditnehmer aus. Für ihre Kreditprodukte verlangen solche Institutionen aufgrund der geringen Kreditvolumina Zinsen, die weit oberhalb des Zinsniveaus klassischer Kredite des Bankenmarktes liegen – in der Regel über 20 Prozent.

Deutschland gilt mit Einführung der Raiffeisenbanken vor etwa 150 Jahren als Geburtsstätte des Mikrokredits.

Vor etwa 10 Jahren kehrte die Idee der Mikrofinanzierung zurück nach Deutschland, als die Deutsche Bank Stiftung einen bundesweiten Arbeitskreis initiierte, aus dem heraus in den folgenden Jahren die ersten lokalen Modellprojekte entwickelt wurden. Mitinitiatoren und Impulsgeber waren die Bundesagentur für Arbeit und das Bundesministerium für Arbeit, die gemeinsam mit der Deutsche Bank Stiftung in fünf Modellprojekten Gründungszentren mit Anschubfinanzierung und mit Risiko tragendem Kapital zur Unterlegung von Krediten an Gründer ausstatteten. Im Zuge der Fortentwicklung lokaler Mikrofinanzinitiativen wurde im Jahr 2004 das Deutsche Mikrofinanzinstitut (DMI) als bundesweit aktive Dachorganisation gegründet. Zunächst wurde aus dem DMI heraus ein erster Mikrofinanzfonds aufgelegt, der aus Mitteln der Bundesministerien für Wirtschaft und Technologie sowie für Arbeit und Soziales, der Kreditanstalt für Wiederaufbau, der GLS-Bank und von Privatanlegern gespeist wird.

Hauptziel des DMI ist es, Mikrofinanzinstitutionen (MFIs) zu akkreditieren, sie zu trainieren und ihnen damit den Zugang zum Mikrofinanzfonds zu ermöglichen. In regelmäßigen Abständen bewertet das DMI die Aktivitäten der MFIs und entscheidet auf dieser Basis über die Fortsetzung der Akkreditierung. Derzeit haben sich zwölf MFIs beim DMI akkreditieren lassen. Der damit verbundene Zugang zum Mikrofinanzfonds ermöglicht es den MFIs nun, Mikrokredite nicht nur an Gründer, sondern auch an bereits aktive Kleinunternehmer auszureichen. Damit die Kreditvergabe im Einklang mit den Regularien des so genannten Kreditwesengesetzes steht, wurde folgender Ablauf vereinbart:

Die regionalen MFIs betreuen potentielle Kreditnehmer und analysieren deren Kreditanträge. Auf Basis der Kreditempfehlung der MFI erstellen und verwalten die kooperierenden Banken (bislang die GLS-Bank und wenige örtliche Sparkassen) die Kreditanträge als Mengengeschäft. Der Mikrofinanzfonds schirmt die eingegangenen Kreditrisiken ab. Im Falle von Kreditausfällen

Übersicht zu Mikrokrediten

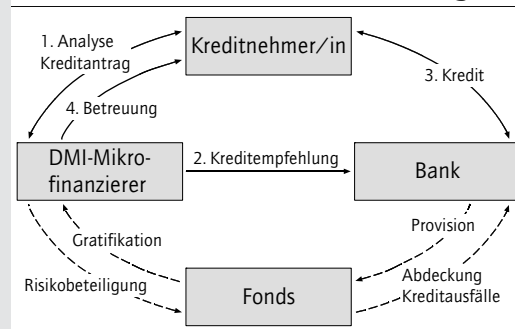
	Größte Verbreitung	Kredithöhe	Kundenzahl	Status	Zielsetzung
Entwicklungsländer	Südamerika, Asien, Afrika	50–500 Euro	>2 Millionen bei den großen Institution	Teils (hoch-)rentabel Teils subventioniert	Armutsbekämpfung und Förderung selbständiger Tätigkeiten
Transformationsländer	Osteuropa	500–10 000 Euro	>20 000 bei den großen Institution	Teils (hoch-)rentabel Teils subventioniert	Finanzierung für neue Selbständigkeit
Industrieländer	USA, Großbritannien, Frankreich	1 000–25 000 Euro	USA: 50 000 Europa: 5 000	Hoch subventioniert Derzeitige Kostendeckung bei maximal 30 Prozent	Wachstumsfinanzierung von Kleinunternehmen Finanzierung für neue Selbständigkeit

übernimmt der Mikrofinanzfonds die Ausfälle, nachdem die lokalen MFI im Sinne eines „First-Loss-Risikos“ die ersten 20 Prozent entstandener Kreditausfälle abgedeckt haben. Bei Ausfällen unter zehn Prozent zahlt der Fonds eine Gratifikation an die MFIs aus.

Mittlerweile ist auch die Europäische Kommission bereit, private MFIs institutionell zu fördern. Sie hat mit dem Finanzierungsinstrument JASMINE (Joint Action to Support Microfinance Institutions in Europe) einen EU weiten Ansatz geschaffen, der es ermöglicht, revolvingendes Kapital in Mikrofinanzfonds einzulegen und Mikrofinanzinstitutionen technische Hilfe zu gewähren. Die Forcierung der Mikrofinanzierung durch die EU könnte für die Entwicklung der Mikrokredite in Deutschland relevant werden.

Neben diesen privaten MFI gibt es zahlreiche staatliche Förderkredite, die unter dem Titel Mikrokreditprodukte firmieren. Darunter fallen die sogenannten Mikrodarlehen der Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW) sowie verschiedener Landesförderbanken wie der IBB in Berlin

Ablaufschema der Mikrofinanzierung



Quelle: Deutsches Mikrofinanzinstitut. DIW Berlin 2009

oder der NRW-Bank. Diese Förderkredite nutzen den Terminus Mikrokredit allerdings nur aufgrund ihres geringen Volumens. Ansonsten kommen bei diesen meist hoch subventionierten Krediten, die im Allgemeinen nur bestimmten Zielgruppen des Gründungsgeschehens zugänglich sind, keine typischen Mikrofinanzierungsmerkmale zur Anwendung.

- Wie finanzieren sich kleine und kleinste Unternehmen (KKU) in Deutschland und inwieweit sind sie bei der Kapitalaufnahme besonderen Restriktionen ausgesetzt?
- Wie viele KKU benötigen Fremdkapital und welche KKU würden Mikrokredite nachfragen?

Einen ersten Überblick über die Finanzierungsmethoden der kleinen und kleinsten Unternehmen gewährt der KfW-Mittelstandsmonitor des Jahres 2008.² Danach haben im Jahr 2006 drei Viertel aller KKU in Deutschland keinerlei externe Finanzierung in Anspruch genommen. Die

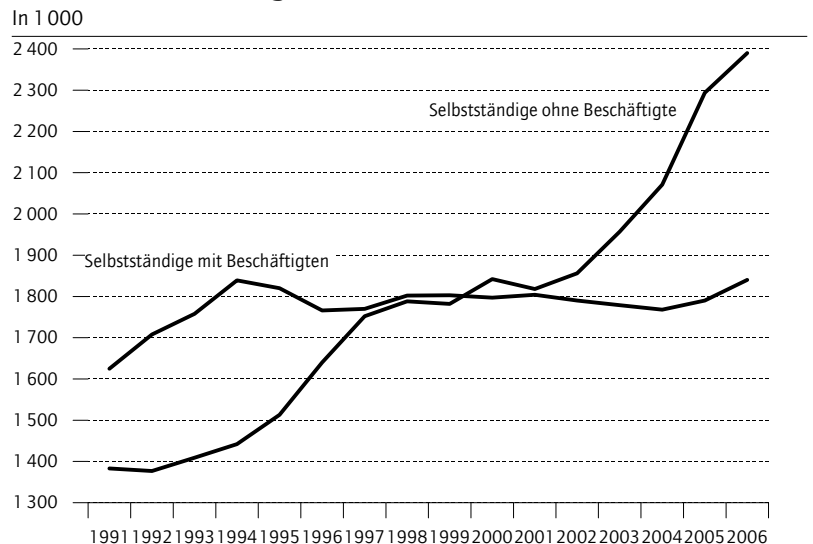
Mehrheit der Selbständigen finanziert sich aus eigenen Mitteln

Zunächst zu den Fakten: Der Mikrozensus, eine bevölkerungsrepräsentative Stichprobe, ist die wichtigste Datenquelle zur Darstellung der Entwicklung der Selbständigkeit und damit der kleinen Unternehmen in Deutschland. Die Zahl der Selbständigen ist von 1991 bis 2006 um 40 Prozent auf 4,2 Millionen gestiegen und konzentriert sich auf den Zuwachs von Einzelselbständigen (Abbildung 1). Während sich die Zahl der Selbständigen mit Beschäftigten in diesem Zeitraum von rund 1,6 Millionen auf 1,8 Millionen erhöhte, wurde bei den Einzelselbständigen ein Anstieg von 1,4 Millionen auf 2,4 Millionen beobachtet. Rund 90 Prozent der Selbständigen erreichen mit ihren Unternehmen einen jährlichen Umsatz von weniger als einer Million Euro, rund 70 Prozent liegen unter 100 000 Euro.¹

² Kreditanstalt für Wiederaufbau (KfW): Der Markt für Mikrofinanzierung in Deutschland: Marktgröße, Instrumente und Finanzierungsschwierigkeiten. KfW-Research, Nr. 35, Frankfurt a. M. 2008.

Abbildung 1

Zahl der Selbständigen in Deutschland



Quelle: Mikrozensus.

DIW Berlin 2009

¹ Siehe Piorkowsky, M.-B., Fleißig, S.: Existenzgründungen im Kontext der Arbeits- und Lebensverhältnisse in Deutschland – Sonderauswertung der Mikrozensus für die Jahre 1991 bis 2006. Statistisches Bundesamt Bonn, Wallau, F.: Mittelständische Unternehmen in Deutschland, in Schauf, M.: Unternehmensführung im Mittelstand. Hampp Verlag, München 2006.

übrigen 25 Prozent haben Investitionen unter Nutzung von Fremdfinanzierung durchgeführt. Von ihnen nahm rund die Hälfte Kredite von weniger als 25 000 Euro auf. Eigene Berechnungen auf Basis des KfW-Monitors haben für das Jahr 2006 darüber hinaus ergeben, dass über 60 Prozent aller KfU eine reine Eigenfinanzierung vorziehen während knapp 40 Prozent Kredite beantragt haben, von denen wiederum gut ein Drittel abgelehnt wurde. Weiterhin gibt es einen positiven Zusammenhang zwischen beantragtem Kreditvolumen und Zuschlagswahrscheinlichkeit. Im Segment der Mikrokredite bis 10 000 Euro liegt der Anteil der abgelehnten Anträge größenabhängig bei bis zu 65 Prozent. Dieser Anteil sinkt für Kreditanträge oberhalb von 25 000 Euro auf bis zu 25 Prozent.

Befragung kleiner Unternehmen

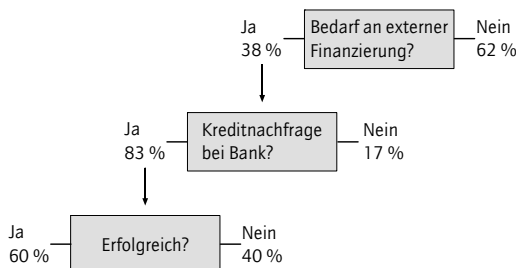
Um mögliche Zielgruppen von Mikrokrediten insbesondere im Vergleich zu herkömmlichen KMU-Krediten zu identifizieren, wurden im Rahmen der Pilotstudie Interviews mit mehr als 300 aus verschiedenen Regionen Deutschlands zufällig ausgewählten aktiven und gescheiterten Selbständigen durchgeführt, die mit einem standardisierten Fragebogen retrospektiv zum Finanzierungsbedarf in ihren Unternehmungen innerhalb der ersten drei bis fünf Jahre ihrer Geschäftstätigkeit befragt wurden.³

³ Zur Datenbasis, den Methoden sowie zu den detaillierten Schätzergebnissen vgl. Kritikos, A.S., Kneiding, C., Germelmann, C.C.: Demand Side Analysis of Microlending Markets in Germany. Diskussionspapier des DIW Berlin Nr. 903, 2009.

Abbildung 2

Bedarf an externer Finanzierung

Angaben der befragten Kleinunternehmen



Gesamtstichprobe N = 314

Quelle: Kritikos, A.S., Kneiding, C., Germelmann, C.C.: Demand Side Analysis of Microlending Markets in Germany. Diskussionspapier des DIW Berlin Nr. 903, 2009.

DIW Berlin 2009

Finanzierung aus eigenen Mitteln überwiegt

Auch hier gaben (ähnlich dem KfW-Monitor) etwas mehr als 60 Prozent der befragten Personen an, bisher im Rahmen ihrer unternehmerischen Tätigkeiten ganz ohne Fremdkapital und somit ohne Bankkredite ausgekommen zu sein (Abbildung 2). Einerseits benötigen viele Kleinunternehmer keine Fremdfinanzierung, da sie in den wenig kapitalintensiven Dienstleistungssektoren oder den Freien Berufen tätig sind. Andererseits besteht in kleinen Unternehmen eine gewisse Angst vor Verschuldung. Eine Rolle spielt dabei indes auch die nicht passende Ausgestaltung der existierenden Kreditprodukte.

Zwei Fünftel der Befragten sind Selbständige mit Bedarf an Fremdkapital. Wichtig ist dabei, dass in dieser Untersuchung eine sehr offene Definition für Fremdkapital verwendet wurde: Alle Finanzierungsquellen, die nicht Eigenkapital darstellen, also auch Privatkredite, die über Freunde oder Familienmitglieder bezogen werden, zählen zur externen Finanzierung hinzu. Von allen Personen mit Fremdkapitalbedarf haben 83 Prozent einen Kredit bei herkömmlichen Banken beantragt, während die übrigen 17 Prozent Freunde und die Familie als Kapitalgeber bevorzugten. Letztere hatten keinen Bankkontakt. Von den 83 Prozent der Unternehmungen mit Bedarf an externer Finanzierung, die einen Bankkredit nachfragen, waren wiederum – ähnlich früheren Analysen – rund 60 Prozent mit ihrem Antrag erfolgreich.

Weiterhin belegt diese Befragung einen linearen Zusammenhang zwischen den beantragten Kreditvolumina und der Zuschlagswahrscheinlichkeit. Der Anteil der erfolgreich beantragten Kredite lag bei Volumina bis zu 5 000 Euro bei 30 Prozent, stieg bei Krediten zwischen 5 000 Euro und 25 000 auf 50 bis 60 Prozent und erreichte bei Krediten oberhalb von 25 000 Euro 75 Prozent (Abbildung 3).⁴ Die endgültig abgewiesenen Kreditantragsteller wurden in der Untersuchung in ihren weiteren Aktivitäten verfolgt. Rund die Hälfte von ihnen reduzierte ihr Investitionsvolumen oder sah sich Liquiditätsproblemen ausgesetzt und mussten ihre Unternehmen schließen. Die andere Hälfte wandte sich an ihr privates Umfeld und erhielt von dort externe Finanzierung.

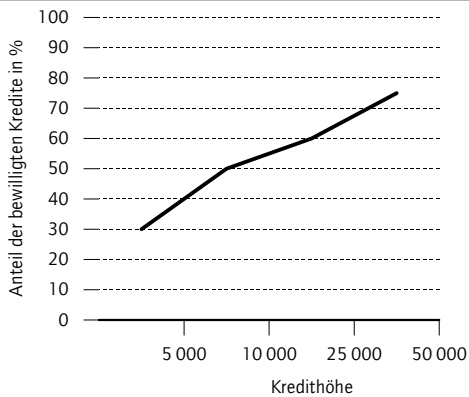
Auch andere Hemmnisse traten beim Zugang zu Bankkrediten zu Tage. Von den befragten Unternehmern, die einen Bankkredit in Anspruch

⁴ Zu beachten ist hier, ähnlich wie bei dem KfW-Mittelstandsmonitor, dass die Analyse keinerlei Rückschlüsse zulässt, inwieweit Ablehnungen von Kreditwünschen auf zu niedrige Kreditvolumina (und damit zu geringen Zinseinnahmen) oder auf schlechte Finanzierungskonzepte der Unternehmer zurückzuführen sind.

Abbildung 3

Erfolgsquote bei Kreditanträgen nach Kredithöhe

Angaben der befragten Kleinunternehmen



Quelle: Kritikós, A. S., Kneiding, C., Germelmann, C. C.: Demand Side Analysis of Microlending Markets in Germany. DIW Discussion Paper No. 903, 2009.

DIW Berlin 2009

nahmen, erhielten keineswegs alle auf Anhieb einen Zuschlag. Vielmehr wurden zwei Drittel aller Kreditantragsteller von der ersten Bank abgewiesen und waren erst beim nächsten oder nach einem mehrmals wiederholten Kreditantrag erfolgreich. Das weist für kleine im Verhältnis zu großen Unternehmen auf erhöhten Aufwand bei der Kapitalbeschaffung hin.

Mikrokredite sind nur etwas für aktive Unternehmer ...

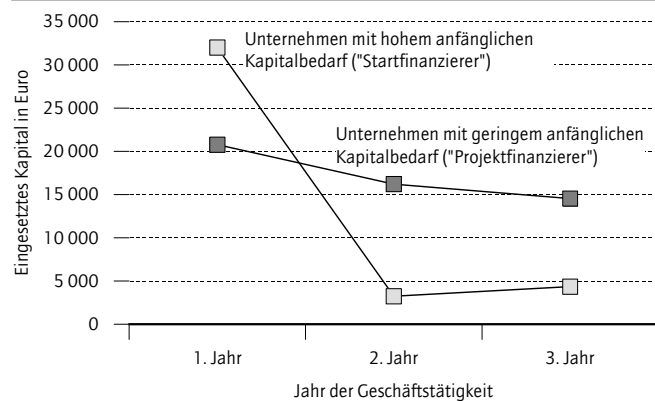
Um die mögliche Nachfrage nach Mikrokrediten einzugrenzen, wurde allen Unternehmern, die in der Vergangenheit Fremdfinanzierungsbedarf hatten, neben dem klassischen KMU-Kredit auch ein typischer Mikrokredit vorgestellt. In der Befragung wurde auf die hohen Zinsen von Mikrokrediten hingewiesen. Bezogen auf alle Personen mit externem Finanzierungsbedarf äußerten 40 Prozent Interesse an einem Mikrokredit, die anderen 60 Prozent an einem KMU-Kredit.

Wichtige Informationen über potentielle KMU- und Mikrokreditkunden lassen sich aus den Finanzierungsverläufen der befragten Unternehmer in den ersten Jahren ihrer Geschäftstätigkeit ableiten (Abbildung 4). Zum einen gibt es Unternehmer, die bereits zu Beginn ihrer Tätigkeit einen erhöhten Kapitalbedarf aufweisen. Diesen so genannten „Startfinanzierern“ gelingt es häufiger, herkömmliche Bankkredite oder staatliche Förderkredite zu erhalten. Banken räumen diesen Unternehmen im weiteren Zeitablauf typischerweise Kontokorrentlinien ein, über

Abbildung 4

Investitions- und Finanzierungsverhalten in den ersten drei Geschäftsjahren

Angaben der befragten Kleinunternehmen



Quelle: Kritikós, A. S., Kneiding, C., Germelmann, C. C.: Demand Side Analysis of Microlending Markets in Germany. DIW Discussion Paper No. 903, 2009.

DIW Berlin 2009

die sie später ihren dann meist niedrigeren Kapitalbedarf decken können. Sie sind die typische Zielgruppe für KMU-Kredite. Zum anderen gibt es Unternehmen mit geringen Anfangsinvestitionen. Diese „Projektfinanzierer“ benötigen eher in späteren Phasen – also gerade nach Gründung – Zugang zu Fremdkapital, dann vor allem zur kurzfristigen Finanzierung von Aufträgen und konkreten Vorhaben mit entsprechend passenden Rückzahlungsfristen. Für diese Unternehmer gestaltet sich der Zugang zu normalen Bankkrediten schwieriger. Vor allem für sie sind Mikrokredite die geeignete Finanzierungsform.

... und diese Unternehmer wollen schnellen Zugang

Zentrales Ziel der Studie war die Identifizierung von Produktmerkmalen, die die Attraktivität von Mikrokrediten für den Markt ausmachen könnten. Danach sind potentielle Kunden vor allem dann an Mikrokrediten interessiert, wenn sie erstens einen schnellen Zugang zu Kapital mit passgenauer Laufzeit erhalten, zweitens die Kreditbetreuer auch Geschäftskonzepte mit kleinem Umfang Ernst nehmen und drittens die Wahrscheinlichkeit für einen Vertragsabschluss bereits zum Zeitpunkt des Kreditantrags ausreichend hoch ist. Für solch qualitativ hochwertige Kreditprodukte sind Unternehmer dann auch bereit, höhere Zinsen zu zahlen. Die Untersuchung macht auch deutlich, dass Mikrofinanzinstitutionen eine Nachfrage nach Mikrokrediten insbesondere bei Unternehmern auslösen, die in der Vergangenheit Darlehen aus dem privaten Umfeld erhalten

oder bei Banken schlechte Servicequalität und fehlgeschlagene Kreditanträge erlebt haben. Darüber hinaus sind es bestimmte Branchen wie der Handel oder Teile des Dienstleistungssektors, die vorwiegend mit Mikrokrediten erreicht werden können. Eine weitere wichtige Zielgruppe stellen den Befragungsergebnissen zufolge Migranten dar.⁵

Mikrofinanzorganisationen in Deutschland sollten diese Zielgruppen mit einer fokussierten Marketingstrategie und mit Produkten ansprechen, für die die Zugangsvoraussetzungen klar und eindeutig definiert sind. Transparenz über die Vergabekriterien solcher Kredite und professionalisierte Bewilligungsverfahren, die eine rasche Ausreichung der Kredite ermöglichen, gleichzeitig dennoch hohe Rückzahlungsquoten sicherstellen, sind somit zentrale Voraussetzungen für eine dynamische Entwicklung im Segment der Mikrokredite.

Fazit

Seit einigen Jahren gibt es in Deutschland Bemühungen, Mikrokreditangebote für kleine Unternehmer zu entwickeln. Bisherige Hauptzielgruppe entsprechender Modellvorhaben waren vor allem Gründer. Erste Erfahrungen belegen allerdings, dass Mikrokredite von dieser Zielgruppe kaum nachgefragt werden. Daher wurde der Bedarf an Mikrokrediten in einer Pilotstudie untersucht.

Diese identifizierte einen neuen Finanzierungstypus, so genannte Projektfinanzierer, das sind zum einen Einzelhändler, zum anderen kapitalunintensive Dienstleistungsunternehmen, die wiederkehrenden Bedarf an Finanzierung meist unter 10 000 Euro haben – ein Bedarf, der gerade mit kurzfristigen Mikrokrediten bedient werden kann.

In Bezug auf den Umfang der Nachfrage nach Mikrokrediten wurde deutlich, dass 40 Prozent aller befragten Kleinunternehmer mit Fremdfinanzierungsbedarf Interesse an einem Mikrokredit haben. Auf die gesamte Stichprobe hochgerechnet, wären dies 15 Prozent aller Selbständigen. Eine potentielle Nachfrage existiert unter bereits aktiven Unternehmern, die bislang von ihrem persönlichen Netzwerk finanziert wurden, negative Erfahrungen mit Banken gemacht haben, deren Kreditanträge aber nur zum Teil abgelehnt

wurden. Und genau an diese potentiellen Zielgruppen konnten viele der bisher existierenden Mikrokreditangebote nicht ausgereicht werden.

Für bestehende und zukünftige Mikrofinanzorganisationen bedeutet dies, dass eine Marktdurchdringung mit Mikrokrediten erst dann möglich wird, wenn Produktentwicklung und Marketingstrategien auf die entsprechenden Zielgruppen ausgerichtet werden. Eine Konzentration auf Existenzgründer wird auch in Zukunft nicht Erfolg versprechend sein. Gleichzeitig wird deutlich, dass potentielle Kunden für Mikrokredite in Deutschland nicht grundsätzlich von herkömmlichen Krediten ausgeschlossen sind, sondern teilweise durchaus über alternative Finanzierungen verfügen. Entsprechend müssen Mikrofinanzorganisationen qualitativ hochwertige Kreditprodukte entwickeln.

Das bedeutet: ein schneller und unkomplizierter Zugang zu dieser Finanzierungsform bei flexiblen Rückzahlungsvereinbarungen und gleichzeitig flexibler Besicherung. Solche Angebote realisieren MFIs, wenn sie ausgereifte Softwaresysteme entwickeln und ihre Kreditbetreuer entsprechend trainieren. Für diese Kreditprodukte können sie dann auch höhere Zinsen verlangen.

Diese Untersuchung hat auch für staatliche Instanzen Konsequenzen: Deren bisheriger Ansatz, etwa über die KfW oder über Landesförderbanken so genannte Mikrokredite zu teilweise stark subventionierten Zinsen an Existenzgründer zu vergeben, ist wenig dienlich. Diese Angebote erwecken nicht nur falsche Vorstellungen über Preise und Qualität von Mikrokrediten, indem sie Mikrokredite billig aber durch hohe Zugangsbarrieren schwer zugänglich gestalten. Sie wenden sich auch an die falschen Zielgruppen und verschwenden damit öffentliche Gelder. Wenn Mikrokredite als ein förderwürdiges Instrument angesehen werden – und nicht nur der Wettbewerbsgedanke spricht dafür, kleinen Unternehmen einen ähnlichen wie großen Unternehmen – so sollten sich staatliche Institutionen aus Entwicklung und Vertrieb eigener Kreditprodukte zurückziehen. Stattdessen sollten sie die Marktentwicklung durch eine entsprechende institutionelle Förderung unterstützen. Eine solche Unterstützung privat betriebener Mikrofinanzorganisationen, die den Kreditbedarf unterhalb der typischen Bankfinanzierung abdecken, sollte dann an das Erreichen bestimmter Meilensteine gekoppelt werden. Wie das funktioniert, haben die weitaus erfolgreichen Mikrofinanzorganisationen in USA, England und Frankreich vorgeführt.

JEL Classification:
G21, D12, M31

Keywords:
Entrepreneurship,
Microlending,
Market research

⁵ Zu den Einzelheiten der Schätzergebnisse, siehe wieder Kritikot et al. (2009).

Impressum

DIW Berlin
Mohrenstraße 58
10117 Berlin
Tel. +49-30-897 89-0
Fax +49-30-897 89-200

Herausgeber

Prof. Dr. Klaus F. Zimmermann
(Präsident)
Prof. Dr. Tilman Brück
Dr. habil. Christian Dreger
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Prof. Dr. Alexander Kritikos
Prof. Dr. Viktor Steiner
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Dr. Christian Wey

Chefredation

Kurt Geppert
Carel Mohn

Redaktion

Tobias Hanraths
PD Dr. Elke Holst
Susanne Marcus
Manfred Schmidt

Pressestelle

Renate Bogdanovic
Tel. +49 – 30 – 89789–249
presse@diw.de

Vertrieb

DIW Berlin Leserservice
Postfach 7477649
Offenburg
leserservice@diw.de
Tel. 01805–19 88 88, 14 Cent./min.
Reklamationen können nur innerhalb
von vier Wochen nach Erscheinen des
Wochenberichts angenommen werden;
danach wird der Heftpreis berechnet.

Bezugspreis

Jahrgang Euro 180,–
Einzelheft Euro 7,–
(jeweils inkl. Mehrwertsteuer
und Versandkosten)
Abbestellungen von Abonnements
spätestens 6 Wochen vor Jahresende
ISSN 0012-1304
Bestellung unter leserservice@diw.de

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit
Quellenangabe und unter Zusendung
eines Belegexemplars an die Stabs-
abteilung Kommunikation des DIW
Berlin (Kundenservice@diw.de)
zulässig.

Gedruckt auf
100 Prozent Recyclingpapier.