

Barasinska, Nataliya; Jentzsch, Nicola; Schäfer, Dorothea

Article

Internet-Kreditplattformen ziehen immer mehr traditionelle Kreditnehmer an

DIW Wochenbericht

Provided in Cooperation with:

German Institute for Economic Research (DIW Berlin)

Suggested Citation: Barasinska, Nataliya; Jentzsch, Nicola; Schäfer, Dorothea (2011) : Internet-Kreditplattformen ziehen immer mehr traditionelle Kreditnehmer an, DIW Wochenbericht, ISSN 1860-8787, Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), Berlin, Vol. 78, Iss. 36, pp. 2-9

This Version is available at:

<https://hdl.handle.net/10419/152189>

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.

Internet-Kreditplattformen ziehen immer mehr traditionelle Kreditnehmer an

Von Nataliya Barasinska, Nicola Jentzsch und Dorothea Schäfer

Immer mehr Menschen nehmen Kredite nicht mehr bei einer Bank oder einem Finanzdienstleister auf, sondern leihen sich über das Internet Geld von anderen Privatpersonen. Sie nutzen dazu sogenannte Internet-Kreditplattformen, die als Alternative zu traditionellen Kreditmärkten zunehmende Bedeutung gewinnen. Eine Studie des DIW Berlin hat die demografischen Merkmale dieser Nutzer untersucht und mit der Gesamtheit der Kreditnehmer in Deutschland verglichen.

Dabei zeigt sich, dass Männer den neuen Kreditmarkt überdurchschnittlich häufig nutzen: Bisher wurden 72 Prozent der Darlehen auf der größten deutschen Internet-Kreditplattform von Männern aufgenommen. Insgesamt unterscheiden sich die Nutzergruppen jedoch weniger stark als erwartet. Insbesondere die Altersverteilung hat sich derjenigen der traditionellen Kreditnehmer deutlich angenähert. Dies deutet darauf hin, dass traditionelle und neue Kreditgeber im Internet zunehmend die gleichen Kunden bedienen.

Internet-Kreditplattformen ermöglichen es Privatpersonen, Kredite ohne Vermittlung durch Banken oder Finanzdienstleister direkt an andere Privatpersonen zu vergeben.¹ Solche Darlehen werden auch Peer-to-Peer- (P2P)-Kredite genannt. Die erste P2P-Kreditplattform wurde 2005 in Großbritannien gegründet. Seitdem sind mehr als 30 vergleichbare Plattformen in verschiedenen Ländern entstanden. Laut Expertenschätzungen belief sich 2010 das Gesamtvolumen der vermittelten P2P-Kredite auf eine Milliarde Dollar.² Abbildung 1 zeigt die Entwicklung der Kreditvolumina der bekanntesten vier P2P-Kreditplattformen seit ihrer Gründung bis Juni 2011.

Aus Sicht der ökonomischen Theorie handelt es sich bei Internet-Kreditplattformen um sogenannte zweiseitige Märkte, bei denen sich Kreditnehmer und Kreditgeber auf beiden Marktseiten gegenüber stehen. Zweiseitige Märkte zeichnen sich durch sogenannte positive Externalitäten aus, die auf beiden Marktseiten entstehen können.³ Zum Beispiel hat eine Erhöhung der Zahl der Kreditgeber einen positiven Effekt auf die Kreditnehmer, weil sich dadurch die Suchkosten verringern und die Wahrscheinlichkeit steigt, geeignete Transaktionspartner zur Finanzierung der Kredite zu finden. Umgekehrt steigen die Investitionsmöglichkeiten für Kreditgeber, wenn mehr Kredite nachgefragt werden.

¹ Siehe auch Barasinska, N. und Schäfer, D.: Verbessern Internet-Kreditmärkte den Kreditzugang für Unternehmerinnen? Wochenbericht des DIW Berlin Nr. 31/2010.

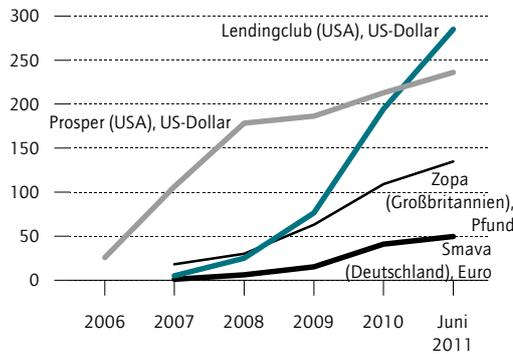
² Deutscher Bundestag: Kleine Anfrage zum Thema „Private Kreditvergabe im Internet“. Drucksache 17/1832.

³ Die Ökonomie der zweiseitigen Märkte wird diskutiert in Rochet, J.-C. und Tirole, J.: Platform Competition in Two-sided Markets. Journal of the European Economic Association, Volume 1, Issue 4, 2003, 990–1029.

Abbildung 1

Entwicklung der Kreditvolumina ausgewählter P2P-Kreditplattformen

In Millionen



Quellen: www.prosper.com; www.lendingclub.com; www.smava.de; www.uk.zopa.com; Berechnungen des DIW Berlin.

© DIW Berlin 2011

Vor allem in den USA haben die Internet-Kreditplattformen ein starkes Wachstum zu verzeichnen.

Wie funktioniert die Kreditplattform Smava?

Die größte deutsche P2P-Kreditplattform⁴ ist die im März 2007 gegründete Smava. Auf Smava können Kreditnehmer einen Ratenkredit zu einem festen Zinssatz aufnehmen. Der maximal zulässige Kreditbetrag beträgt 50 000 Euro. Die Laufzeit liegt bei 36 oder 60 Monaten. Kredite können zu verschiedenen Zwecken nachgefragt werden, beispielsweise für privaten Konsum oder zur Gewerbefinanzierung. Rund 83 Prozent der bis August 2011 vermittelten 6 500 Kredite mit einem Gesamtvolumen von mehr als 53 Millionen Euro⁵ waren Konsumentenkredite. Auf Geschäftskredite entfielen lediglich 17 Prozent. Die meisten Konsumentenkredite werden im Segment Haus, Garten, Heimwerken nachgefragt. Daneben werden Darlehen zur Ablösung anderer Kredite (Umschuldung), zur Anschaffung und Reparatur von Kraftfahrzeugen und zur Verbesserung der Liquidität besonders häufig aufgenommen (Abbildung 2). Die durchschnittliche Höhe der gewährten Konsumentenkredite beträgt rund 7 000 Euro.

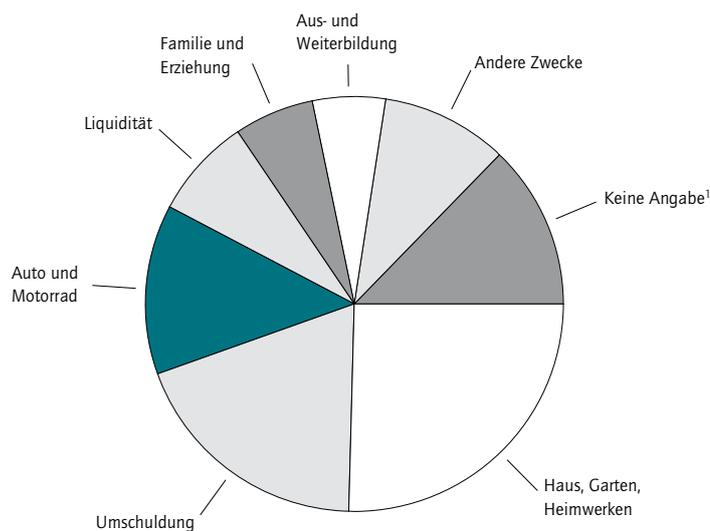
Ein Kreditinteressent muss auf Smava zunächst ein Kreditgesuch mit persönlichen Informationen ausfüllen. Er spezifiziert den Zweck der Kreditaufnahme sowie Kreditsumme, Laufzeit und Zinssatz des gewünschten Darlehens. Dabei erhält der Interessent zur besseren Orientierung Hinweise auf übliche Zinsen für vergleichbare Kreditangebote auf Smava. Der Bewerber wird entsprechend seines SCHUFA-Scores einer Risikoklasse zugeordnet.⁶ Die Smava-Risikoklassen reichen von der besten Klasse A bis zur schlechtesten Klasse H.

Den Kreditbewerbern stehen Kreditgeber gegenüber. Sie sichten die auf der Plattform gelisteten Kreditanfragen und entscheiden, zu welchem Anteil sie diese finanzieren wollen. Üblicherweise finanzieren Kreditgeber nur Teile einer angefragten Kreditsumme. Ein Kreditgeber kann sich entweder persönlich die Profile anschauen oder einen Gebotsassistenten einschalten. Der Assistent sucht automatisch nach den Kreditbewerbungen, die am besten zu den Wunschmerkmalen des Kreditgebers passen. Investoren haben somit die Möglichkeit, sich ein Portfolio aus Krediten zusammenzustellen, das unterschiedliche Laufzeiten, Risikoklassen und Kreditprojekte enthält.

Abbildung 2

Verwendungszweck der Smava-Konsumentenkredite

In Prozent



¹ Kredite, für die auf Smava keine geeigneten Kategorien existieren.

Quellen: Smava-Kreditprojektarchiv 2007-2011; Berechnungen des DIW Berlin.

© DIW Berlin 2011

Kredite für Auto und Motorrad liegen nach Haus, Garten, Heimwerken und Umschuldung auf Rang 3.

⁴ Der vollständige Firmenname lautet smava GmbH. Wir benutzen hier die Kurzform Smava, www.smava.de.

⁵ Angaben von Smava. www.smava.de/1732+Statistiken.html.

⁶ Der persönliche SCHUFA-Score basiert auf einer statistischen Schätzung der Ausfallwahrscheinlichkeit des Kreditnehmers. www.schufa.de/score/.

Eine weitere Besonderheit des elektronischen Marktes sind Produkte wie die sogenannten Sofortkredite, die Smava im Juli 2009 eingeführt hat.⁷ Hierbei kann ein Kreditbewerber einen Gebotsassistenten konsultieren, der ihm Zinsraten vorschlägt, zu welchen der Kredit sofort finanziert werden kann.

Unterscheiden sich traditionelle und Smava-Kreditnehmer?

Im Folgenden vergleichen wir die Kreditnehmer auf Smava mit den traditionellen Kreditnehmern in Deutschland. Von besonderem Interesse sind dabei Alters-, Geschlechts- und Regionalstruktur der Kreditnehmer. Vor dem Hintergrund der Besonderheiten der P2P-Kreditvergabe wäre zu erwarten, dass bei Smava andere demografische Gruppen aktiv sind als in den traditionellen Kreditmärkten. Insbesondere erscheint es plausibel, dass die Internetnutzung verschiedener Gruppen einen großen Einfluss auf die Nachfrage nach P2P-Krediten hat. So nutzen beispielsweise junge Menschen und Männer das Internet besonders häufig (Abbildung 3).⁸

Annäherung beim Altersmerkmal

Aus der Sicht der Kreditbranche ist das Alter von Kreditnehmern von besonderer Bedeutung, da die durchschnittliche Kreditwürdigkeit über die Altersgruppen stark variiert. So wurde in den letzten Jahren der höchste Anteil der ausgefallenen Ratenkredite in den Altersgruppen unter 35 Jahren verzeichnet. Die niedrigste Ausfallsquote findet sich in den Altersgruppen über 50 Jahren.⁹

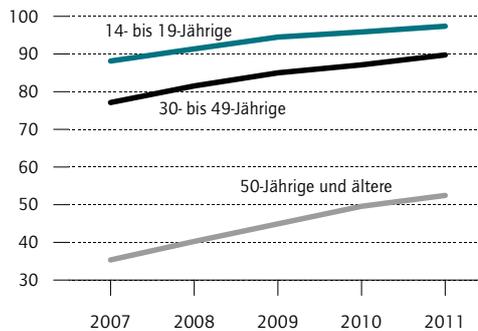
Den SOEP-Daten zufolge waren die traditionellen Kreditnehmer im bundesweiten Durchschnitt der Jahre 2007 bis 2009 46 Jahre alt. Abbildung 4 zeigt die Anteile der einzelnen Altersgruppen an der Gesamtheit der Konsumentenkreditnehmer in Deutschland. Die meisten Kredite wurden von Personen im Alter von 35 bis 45 und von 45 bis 55 Jahren aufgenommen. Zusammen stellen diese zwei Altersgruppen 57 Prozent aller Kreditnehmer. Der Anteil der jüngeren Kreditnehmer im Alter von 25 bis 35 Jahren ist mit 20 Prozent ebenfalls relativ hoch. Kreditnehmer über 55 oder über 65 Jahren sowie unter 25 Jahren sind weitaus seltener vertreten. Im Zeitablauf hat sich diese Struktur nur wenig verändert.

Abbildung 3

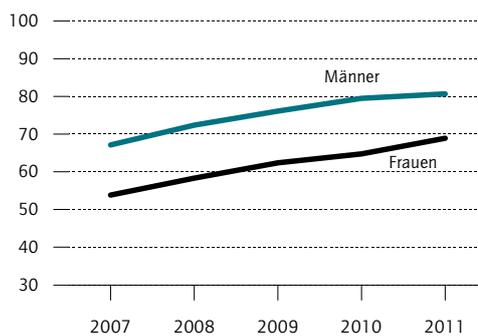
Internetnutzung in Deutschland

Anteile in Prozent

Nach Altersgruppen



Nach dem Geschlecht



Quellen: Initiative D21 e. V.; TNS Infratest (2008, 2011); (N)Onliner-Atlas.

© DIW Berlin 2011

Junge Menschen nutzen das Internet besonders häufig und mehr Männer als Frauen.

Online-Kreditmärkte sind eine sehr junge Form der Kreditvermittlung, deren Inanspruchnahme ohne Internet nicht möglich ist. Die Kreditaufnahme dort könnte folglich vor allem auf Personen mit ausgiebiger Internetnutzung beschränkt sein. Das sind in Deutschland immer noch vorwiegend die jüngeren Personen. Zudem sind Verbraucher mittleren Alters und Ältere vermutlich daran gewöhnt, sich mit ihrem Geldbedarf an Banken zu wenden. Hingegen ist zu vermuten, dass der Faktor Gewohnheit bei den Jüngeren, die noch nicht allzu lange ein eigenes Einkommen beziehen, eine eher geringe Rolle spielt und diese Gruppe dem neuen Kreditangebot aufgeschlossener gegenübersteht.

Die Smava-Daten bestätigen jedoch weder die Hypothese von der starken Korrelation mit der Internetnutzung uneingeschränkt, noch diejenige über die Macht der Gewohnheit. Die Altersstruktur der Smava-Nutzer

7 Vergleiche Böhme, R. und Grossklags, J.: Vanishing Signals: Trading Agent Kills Market Information. NetEcon Workshop 2011, San José, CA.

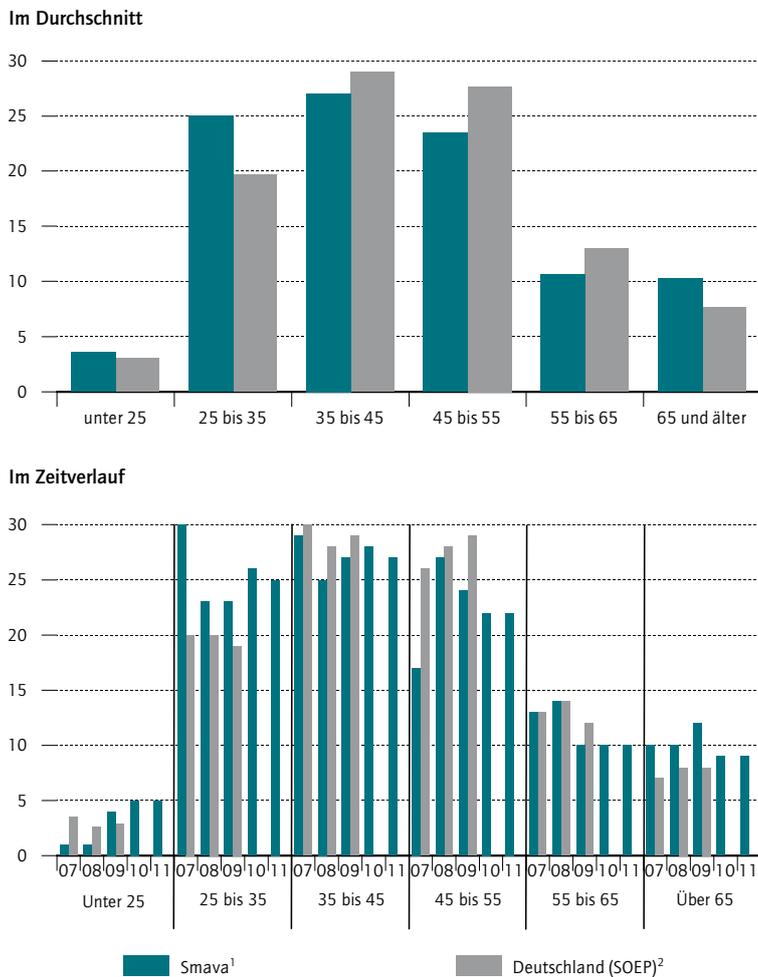
8 Initiative D21 e. V. und TNS Infratest: (N)Onliner-Atlas 2011.

9 Vgl. SCHUFA Holding AG: SCHUFA Kredit-Kompass 2010, 2011.

Abbildung 4

Altersstruktur der Kreditnehmer

Anteile in Prozent



1 Smava-Kredite der Jahre 2007 bis 2011.

2 Im SOEP erfasste Kredite der Jahre 2007 bis 2009.

Quellen: SOEP-Daten v26; Smava Kreditprojektarchiv 2007-2011; Berechnungen des DIW Berlin.

© DIW Berlin 2011

Kreditnehmer zwischen 25 und 35 Jahren finden sich auf Smava überdurchschnittlich häufig.

unterschiedet sich nur geringfügig von derjenigen der traditionellen Kreditnehmer. Das durchschnittliche Alter der Kreditbewerber bei Smava in den Jahren 2007 bis 2011 betrug 44 Jahre im Vergleich zu 46 Jahren bei den traditionellen Kreditnehmern. Die Mehrheit der Kreditnehmer ist – wie bei den SOEP-Daten – im mittleren Alter. Innerhalb einzelner Altersgruppen gibt es jedoch Unterschiede, die als partielle Bestätigung der Eingangshypothese angesehen werden können. So ist der Anteil der Smava-Kreditnehmer im Alter zwischen 25 und 35 Jahren mit 25 Prozent deutlich höher als in der

Gesamtbevölkerung (nur 20 Prozent). Dagegen ist der Anteil der 45- bis 55-Jährigen Kreditnehmer auf Smava mit 24 Prozent im Vergleich zu den traditionellen Kreditnehmern deutlich geringer (28 Prozent). Die Gruppe der ältesten Kreditnehmer ist auf Smava jedoch größer als bei den klassischen Kreditnehmern. Dies steht im deutlichen Widerspruch zur Hypothese einer Kopplung der Smava-Aktivitäten an die Internetnutzung oder althergebrachte Kreditgewohnheiten. In der Gruppe der jüngsten Kreditnehmer zeigt sich kein wesentlicher Unterschied. Die geringe Nutzung der Plattform durch sehr junge Menschen hängt offenbar mit den Zugangsvoraussetzungen zusammen: Als Kreditnehmer werden nur Menschen mit einem Monatseinkommen von mindestens 1 000 Euro zugelassen.

Eine Betrachtung der Situation auf Smava im Zeitvergleich zeigt, dass sich die Altersstruktur bei den Hauptnutzern zwischen 25 und 55 Jahren zwischen 2007 und 2011 stark verändert hat. Der Anteil von 25- bis 35-Jährigen war im ersten Jahr besonders hoch, der Anteil der 45- bis 55-Jährigen dagegen sehr niedrig. Diese Entwicklungen sind vor dem Hintergrund zu sehen, dass sich im Betrachtungszeitraum die Nutzerzahlen auf Smava vervielfacht haben. Der Wandel in der Altersstruktur der Kreditnehmer hängt vermutlich damit zusammen, dass der Mut, den neuen Kreditmarkt im Internet auszuprobieren, in der Gruppe zwischen 25 und 35 Jahren am stärksten ausgeprägt war. Erst später, mit steigender Popularität der P2P-Märkte, haben mehr und mehr Menschen im mittleren Alter diese alternative Kreditquelle entdeckt. Somit hat sich der P2P-Kreditmarkt auf den traditionellen Markt zubewegt.

Auf Smava gibt es mehr männliche Kreditnehmer

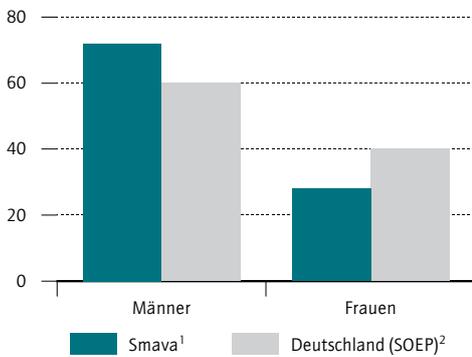
Hinsichtlich der Geschlechtsstruktur der Kreditnehmer ist zu erwarten, dass der Frauenanteil unter den Smava-Kreditnehmern kleiner ist als in der Bevölkerung insgesamt. Den Grund dafür sehen wir zum einen in einer geringeren Internet-Affinität der Frauen und zum anderen in ihrer höheren Risikoaversion.

Die Geschlechtsstruktur der Kreditnehmer ist in Abbildung 5 dargestellt. In der Gesamtbevölkerung betrug der Anteil der von Frauen aufgenommenen Konsumentenkredite in allen Untersuchungsjahren 40 Prozent. Auf Smava lag der Frauenanteil dagegen bei lediglich 28 Prozent. Interessant ist auch, dass trotz des starken Wachstums von Smava zwischen 2007 und 2011 die Anteile von Männern und Frauen nahezu konstant geblieben sind. Dieser Befund deckt sich mit der Internetnutzung: So nutzten 2011 nur knapp 69 Prozent aller Frauen, aber rund 81 Prozent aller Männer ab 14 Jahren das Internet.

Abbildung 5

Geschlechtsstruktur der Kreditnehmer

Anteile in Prozent



1 Smava-Kredite der Jahre 2007 bis 2011.

2 Im SOEP erfasste Kredite der Jahre 2007 bis 2009.

Quellen: SOEP-Daten v26; Smava Kreditprojektarchiv 2007-2011; Berechnungen des DIW Berlin.

© DIW Berlin 2011

Auf Smava nehmen überdurchschnittlich viele Männer Kredite auf.

Ein weiterer Einflussfaktor könnte die höhere Risikoaversion von Frauen darstellen. So ist die Risikobereitschaft beim Vertrauen in fremde Menschen unter Frauen deutlich geringer als unter Männern.¹⁰ Dies könnte sich auch auf Transaktionen von Frauen in P2P-Märkten auswirken. Zum Beispiel könnten Frauen befürchten, dass in solchen Märkten systematisch zu hohe Zinsen gefordert werden. Sie könnten deswegen eine traditionelle Bank einem P2P-Kreditmarkt vorziehen.

Außer den beiden genannten Gründen könnte der Unterschied der Geschlechtsstruktur auf Smava und im traditionellen Kreditmarkt auch durch andere Faktoren hervorgerufen werden. Zum Beispiel wäre es denkbar, dass sich Frauen geringere Chancen ausrechnen, auf der Plattform einen Kredit zu bekommen. Auswertungen der Erfolgsquoten bei Konsumenten- sowie Unternehmenskrediten zeigen jedoch, dass diese Befürchtung unberechtigt ist.¹¹

Keine Auffälligkeiten bei regionaler Verteilung

Als letztes untersuchen wir die Verteilung der Kreditnehmer auf die Bundesländer. Regionale Zugehörigkeit gehört neben dem Alter zu den interessantesten Ver-

10 Eigene Berechnungen der Autoren auf der Basis von SOEP-Daten des Jahres 2009.

11 Barasinska und Schäfer, a.a.O.

gleichsmerkmalen, da sich nach Angaben der SCHUFA die durchschnittliche Kreditwürdigkeit von Bundesland zu Bundesland wesentlich unterscheidet.¹² So wiesen im Jahr 2010 Berlin und Bremen mit jeweils rund zwölf Prozent die höchsten Anteile der Kreditnehmer mit Zahlungsschwierigkeiten auf; die geringsten Anteile fanden sich in Bayern und Baden-Württemberg mit je knapp sieben Prozent.

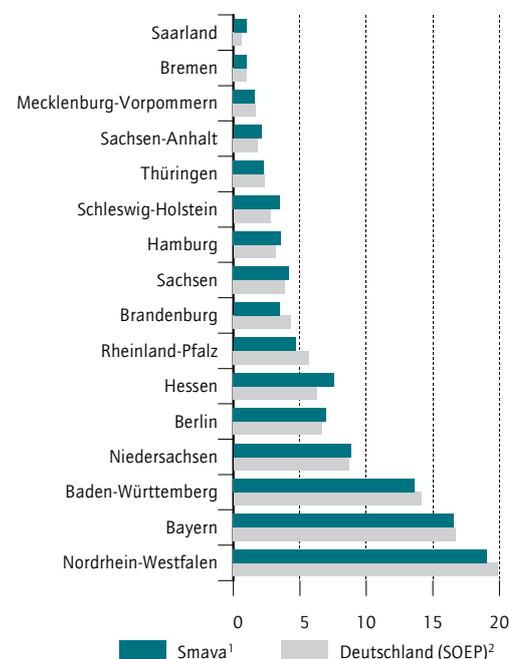
Der regionale Vergleich auf der Basis von SOEP-Daten zeigt, dass die meisten Kreditnehmer in Nordrhein-Westfalen leben, gefolgt von Bayern, Baden-Württemberg und Niedersachsen (Abbildung 6). Diese Verteilung spiegelt im Wesentlichen die Größe der Bevölkerung in den jeweiligen Bundesländern wider. Ein Vergleich mit den SOEP-Daten zeigt, dass es keine wesentlichen Unterschiede zu den traditionellen Kreditnehmern gibt.

12 Vgl. SCHUFA Holding AG (2010, 2011), a. a. O.

Abbildung 6

Regionale Struktur der Kreditnehmer

Anteile in Prozent



1 Smava-Kredite der Jahre 2007 bis 2011.

2 Im SOEP erfasste Kredite der Jahre 2007 bis 2009.

Quellen: SOEP-Daten v26; Smava Kreditprojektarchiv 2007-2011; Berechnungen des DIW Berlin.

© DIW Berlin 2011

Die regionale Verteilung der Kreditnehmer entspricht weitgehend der Bevölkerungsverteilung.

Kasten

Datenbasis der Untersuchung

Die Auswertung der Kreditnehmerstruktur auf Smava erfolgt auf Basis von Daten aus dem Smava-Kreditprojektarchiv. Dabei handelt es sich um eine elektronische Datenbank, in der unterschiedliche Angaben zu Kreditbewerbungen und ihrem Status abgespeichert sind. Der Untersuchungszeitraum erstreckt sich von der Gründung der Plattform im März 2007 bis zum 19. Mai 2011. In der vorliegenden Studie werden nur erfolgreiche Kreditbewerbungen ausgewertet, bei denen die angefragte Kreditsumme zu mindestens 25 Prozent finanziert wurde. Solche Bewerbungen machen 90 Prozent aller eingereichten Kreditgesuche aus. Weiterhin werden in die Analyse nur Konsumentenkredite einbezogen. Insgesamt umfasst die Smava-Stichprobe 5 413 Konsumentenkredite (Tabelle).

Für die Ermittlung der traditionellen Kreditnehmerstruktur in Deutschland werden die repräsentativen Erhebungsdaten des Sozio-oekonomischen Panels (SOEP) genutzt.¹ Dabei werden die drei Befragungswellen für die Jahre 2007, 2008 und 2009 herangezogen. Im Rahmen des SOEP werden unterschiedliche sozioökonomische und demografische Merkmale von Haushalten in Deutschland erhoben, darunter auch Angaben zur Kreditaufnahme. Dabei wird gefragt, ob ein Haushalt mindestens ein Darlehen für größere Anschaffungen oder sonstige Ausgaben aufgenommen hat. Dabei darf es sich jedoch nicht um Hypothekarkredite handeln. Im Fragebogen wird nicht nach der Art des Kredits differenziert, beispielsweise nach Kreditkarten, Raten- oder Dispositionskrediten. Weiterhin wird keine Unterscheidung nach den Kreditgebern vorgenommen (beispielsweise Bankkredite, Dienstleister- oder Händlerkredite). Es ist nicht bekannt, ob und wie viele P2P-Kredite in den SOEP-Daten enthalten sind. Da bisher jedoch erst ungefähr 6 500 Kredite auf Smava aufgenommen wurden, ist der Anteil

¹ Für nähere Informationen zum SOEP siehe Wagner, G., Göbel, J., Krause, P., Pischner, R., Sieber, I.: Das Sozio-oekonomische Panel (SOEP): Multidisziplinäres Haushaltspanel und Kohortenstudie für Deutschland – Eine Einführung (für neue Datennutzer) mit einem Ausblick (für erfahrene Nutzer). AStA Wirtschafts- und Sozialstatistisches Archiv, 2 (4), 2008, 301-328.

Die zeitliche Entwicklung zeigt keine wesentliche Dynamik. Einzige Ausnahme ist eine sprunghafte Veränderung der Struktur in den Smava-Daten im ersten Jahr nach der Plattformgründung. Dabei ist der Anteil der aus Berlin stammenden Kreditnehmer von ursprünglich 15 Prozent auf sieben Prozent im Jahr 2008 gefallen und dann stabil geblieben. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass die Plattform in Berlin gegründet wurde.

Tabelle

Stichprobengröße

	Smava ¹	Deutschland (SOEP) ²
2007	276	2 048
2008	872	2 045
2009	1 499	2 096
2010	2 191	-
2011	575	-
Insgesamt	5 413	6 189

¹ Smava-Daten für 2011 bis einschließlich 19. Mai 2011.
² SOEP-Daten für 2010 konnten nicht genutzt werden; Daten für 2011 liegen noch nicht vor.

Quellen: Smava-Kreditprojektarchiv 2007-2011; SOEP-Daten v26; Berechnungen des DIW Berlin.

© DIW Berlin 2011

der Smava-Nutzer an der Gesamtbevölkerung sehr gering. Somit ist in guter Näherung davon auszugehen, dass die SOEP-Daten nicht nur die Gesamtbevölkerung in Deutschland, sondern auch die traditionellen Kreditnehmer repräsentieren.

In jedem der drei Jahre wurden ungefähr 11 000 Haushalte befragt. Die Anzahl der Haushalte mit mindestens einem Kredit lag jeweils bei rund 2 000 (18 Prozent der Haushalte). Die folgende Analyse bezieht sich nur auf diese Haushalte und umfasst somit 6 189 Beobachtungen.

Fragen zur Kreditaufnahme werden im SOEP nicht an einzelne Haushaltsmitglieder gestellt, sondern jeweils an den gesamten Haushalt. Zur Ermittlung der demografischen Charakteristika der Kreditnehmer bei Mehr-Personen-Haushalten werden die persönlichen Merkmale des Haushaltsvorstandes herangezogen. Um die Repräsentativität der Analyse zu sichern, werden bei der Auswertung die einzelnen Beobachtungen mit den persönlichen Hochrechnungsfaktoren des Haushaltsvorstands gewichtet.

Zusammenfassung

Die Studie zeigt, dass sich die demografische Struktur der Kreditnehmer auf der P2P-Kreditplattform Smava nach anfänglichen Abweichungen nur noch wenig von derjenigen des traditionellen Kreditmarkts unterscheidet. Internet-Kreditnehmer sind demnach nur geringfügig jünger als traditionelle Kreditnehmer. Auch bezüglich der regionalen Struktur der Kreditnehmer

liegen keine wesentlichen Unterschiede vor. Der wohl markanteste Unterschied zeigt sich bei der Geschlechtsstruktur der Kreditnehmer. Zwar ist in beiden Kreditmärkten die Mehrheit der Kreditnehmer männlich, Männer kommen jedoch unter den Nutzern der P2P-Kreditplattform relativ häufiger vor als im klassischen Kreditmarkt. Insofern sind die vorliegenden Smava-

Daten nur in Bezug auf die Geschlechtsstruktur un- eingeschränkt mit der Hypothese vereinbar, dass die Internetnutzung einen entscheidenden Einfluss auf die Online-Kreditaufnahme ausübt. Ansonsten weisen die Ergebnisse der Studie darauf hin, dass traditionelle und neue Kreditgeber im Internet zunehmend die gleichen Kunden bedienen.

Nataliya Barasinska ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Innovation, Industrie, Dienstleistung | nbarasinska@diw.de

Dr. Nicola Jentzsch ist Wissenschaftliche Mitarbeiterin in der Abteilung Wettbewerb und Verbraucher | njentzsch@diw.de

Prof. Dr. Dorothea Schäfer ist Forschungsdirektorin Finanzmärkte, Abteilung Innovation, Industrie, Dienstleistung | dschaefer@diw.de

JEL: G21, D14

Keywords: Peer-to-peer lending, consumer credit, loan markets



DIW Berlin – Deutsches Institut
für Wirtschaftsforschung e.V.
Mohrenstraße 58, 10117 Berlin
T +49 30 897 89 -0
F +49 30 897 89 -200
www.diw.de
78. Jahrgang

Herausgeber

Prof. Dr. Pio Baake
Prof. Dr. Tilman Brück
Prof. Dr. Christian Dreger
Dr. Ferdinand Fichtner
PD Dr. Joachim R. Frick
Prof. Dr. Martin Gornig
Prof. Dr. Peter Haan
Prof. Dr. Claudia Kemfert
Karsten Neuhoff, Ph.D.
Prof. Dr. Jürgen Schupp
Prof. Dr. C. Katharina Spieß
Prof. Dr. Gert G. Wagner
Prof. Georg Weizsäcker, Ph.D.

Chefredaktion

Dr. Kurt Geppert
Sabine Fiedler

Redaktion

Renate Bogdanovic
Dr. Frauke Braun
PD Dr. Elke Holst
WolfPeter Schill

Lektorat

Richard Ochmann
Dr. Ferdinand Fichtner

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.
ISSN 0012-1304

Gestaltung

Edenspiekermann

Satz

eScriptum GmbH & Co KG, Berlin

Druck

USE gGmbH, Berlin

Nachdruck und sonstige Verbreitung –
auch auszugsweise – nur mit Quellen-
angabe und unter Zusendung eines
Belegexemplars an die Stabsabteilung
Kommunikation des DIW Berlin
(kundenservice@diw.de) zulässig.

Gedruckt auf 100 % Recyclingpapier.